

Alustatalouden ilmentymät ja niiden sääntely finanssialalla

Aleksi Grym

Alustatalouden toimintamalli on tunnettu jo pitkään, mutta viime vuosina sen merkitys on kasvanut osana laajempaa digitalisaatiokehitystä. Alustan taloustieteellinen tulkinta on kaksipuolinen markkina. Alusta on tällöin yritys, joka toimii samanaikaisesti kahdella eri markkinalla, mutta siten, että markkinoiden välillä on ulkoisvaikutuksia. Jos nämä ulkoisvaikutukset ovat positiivisia ja voimakkaita, alusta voi kasvaa hyvin suureksi ja saavuttaa merkittävän markkina-aseman. Alustatalous koskettaa yhä enemmän myös finanssialaa, ja se on otettava huomioon sen sääntelyssä.

Tässä artikkelissa tarkastellaan alustatalouden ilmenemismuotoja finanssitoimialalla ja pohditaan niiden sääntelyä. Kirjoitus pyrkii nostamaan taloustieteellisestä kirjallisuudesta esille näkökulmia, jotka auttavat kehittämään finanssitoimialan sääntelyä tilanteessa, jossa perinteiset toimijat kohtaavat yhä enemmän kilpailua alustatalouden toimintamallilla toimivista yrityksistä.

Kysymys on tärkeä siksi, että riskiperusteinen rahoitusalan sääntely on luonteeltaan erilaista kuin alustatalouden kilpailupoliittikkaan perustuva sääntely. Finanssiala on ollut vahvasti säännelty toimiala lähinnä muista kuin kilpailupoliittisista syistä. Pankkeihin kohdistuu muun muassa vakavaraisuussääntelyä, jonka tarkoituksena on rajoittaa toimijoiden riskinottoa. Kun alustatalouden toimintamallit ovat

VTL, KTM Aleksi Grym (aleksi.grym@bof.fi) on digitalisaation neuvonantaja Suomen Pankissa. Tämä artikkeli perustuu Suomen Pankissa laadittuun politiikkamuistioon, jossa kirjoittajan lisäksi muut tekijät olivat Iiris Puhakka ja Tuomas Takalo. Kiitän heitä, Juha Tarkkaa ja nimetöntä arvioijaa avusta artikkelin tekemisessä.

yleistyneet myös finanssitoimialalla, on jatkossa huomioitava yhtäältä finanssitoimialan riskit ja niihin perustuva sääntely, ja toisaalta alustojen sääntelyn kilpailupoliittiset perusteet. Finanssialalla alustat toimivat siis eräänlaisessa sääntelyn ristiaallokossa.

Artikkelissa perehdytään aluksi sekä suomalaiseseen että kansainväliseen talous- ja elinkeinopoliittikan tarpeisiin tuotettuun alustataloutta koskevaan kirjallisuuteen. Tämän jälkeen tehdään katsaus taloustieteelliseen kaksipuolisten markkinoiden tutkimukseen, sillä alusta ymmärretään taloustieteessä useimmiten juuri kaksipuolisena markkinana. Taloustieteellinen kirjallisuus tarjoaa muodollisen kehikon sääntelyn pohtimiseen. Artikkelin loppuosa esittelee alustatalouden ilmentymiä finanssitoimialalla ja kokoa yhteen keskeisimmät sääntelyä koskevat johtopäätökset.

1. Alustan käsitteestä

1.1 Yleisiä määritelmiä

Alustalla tarkoitetaan tässä artikkelissa palvelua tai järjestelmää, joka tuo yhteen toimijoita kahdesta tai useammasta erilaisesta joukosta ja mahdollistaa niiden välisen vuorovaikutuksen (esim. Armstrong 2006, Rochet ja Tirole 2003 sekä Hagiu ja Wright 2015). Vuorovaikutus voi olla luonteeltaan vaihdantaa (esim. kauppa- paikka), tuotantoa (esim. keikkatyö) tai kulu- tusta (esim. viestisovellus). Arvonlisä syntyy pääasiassa toimijoiden välisestä vuorovaikutuk- sesta, mutta alusta voi itsekin tuottaa arvonli- sää tarjoamalla vuorovaikutusta helpottavia tai täydentäviä palveluja. Sen pääasiallinen tarkoi- tus on kuitenkin yhdistää vastapuolia toisiinsa (Martens 2016).

Alustoja on ollut olemassa pitkään, sillä pe- rinteinen kylätori tai muu markkinapaikka on klassinen esimerkki alustasta. Internet ja mo- biililaitteet ovat kuitenkin mahdollistaneet uudenlaisten ja hyvin erityyppisten alustojen syntymisen verkko- ja mobiilisovellusten muo- dossa. Digitaalisen alustan hyödyllisenä piir- teenä voidaan nähdä osapuolten etsintä- ja transaktiokustannusten pieneneminen (KKV 2017). Muita alustatalouteen liitettyjä hyötyjä ovat esimerkiksi tuotannon tehokkuus, uusien markkinoiden synty sekä mahdollisuus palve- luiden saavuttamiseen syrjäisistäkin paikoista (Ailisto ym. 2016).

1.2 Alustan tyypillisiä piirteitä

Alustan toiminnalle ovat tyypillisiä skaalaedut ja verkostovaikutukset (esim. Rochet ja Tirole 2003, Ailisto ym. 2015 sekä Hagiu ja Wright 2015). Tämä tarkoittaa, että alusta on sitä hou- kuttelevampi, mitä enemmän sillä on käyttäjiä entuudestaan. Alustoille on erityistä, että ver- kostovaikutus vaikuttaa erilaisten toimijoiden välillä. Alusta on siis sitä houkuttelevampi, mitä enemmän käyttäjiä on alustan ”toisella puolella” (Caillaud ja Jullien 2003).

Tunnettuja esimerkkejä on runsaasti. Tieto- koneen tai älypuhelimien käyttöjärjestelmän (esim. Windows, Android, jne.) käyttäjä hyötyy siitä, että käyttöjärjestelmällä on runsaasti so- velluksia, ja sovellusten tekijät hyötyvät siitä, että sovelluksilla on runsaasti käyttäjiä. Kyyti- palvelualustan (esim. Uber, Lyft, jne.) käyttäjä puolestaan hyötyy siitä, että alustalla on paljon kyytien tarjoajia, ja kyytien tarjoajat hyötyvät siitä, että alustalla on paljon kyytien käyttäjiä. Finanssitoimialalla tunnetuin esimerkki alus- toista ovat erilaiset maksuvälineet. Maksukor- tin käyttäjä hyötyy siitä, että sitä ottavat vastaan

monet kauppiaat. Kauppias puolestaan kokee maksukorttipäätteen sitä hyödyllisemmäksi, mitä enemmän maksukortilla on käyttäjiä.

Verkostovaikutusten vuoksi alustataloudesta on taipumus markkinoiden keskittymiseen (Ailisto ym. 2016 sekä OECD 2009). Tällöin on mahdollista, että alusta saavuttaa määräävän markkina-aseman ja väärinkäyttää sitä. Tämä luo kilpailupoliittisen perusteen alustojen sääntelylle. Taloustieteellisten menetelmien avulla voidaan tutkia, toimiiko alusta kokonaisyvinvoinnin näkökulmasta tehokkaasti, ja jos ei toimi, mitä korjaavia politiikkatoimenpiteitä on mahdollisesti käytettävissä.

1.3 Jakamistalous ja keikkatalous

Jakamistalous ja keikkatalous ovat erityinen alustatalouden ilmenemismuoto (Ailisto ym. 2016). Ne voidaan nähdä osittain päällekkäisinä käsitteinä. Jakamistaloudella tarkoitetaan vajaakäytössä olevien resurssien jakamista alustan avulla. Näitä voivat olla erilaiset pääomahyödykkeet, kuten asunto, työkalu tai kulkuneuvo, mutta myös työsuorite tai palvelu. Keikkatalous puolestaan tarkoittaa nimenomaan työsuoritteiden tarjoamista alustan kautta. Olenaista molemmissa on suoritteiden väliaikaisuus, jonka tarjoamisen mahdollistaa digitaalinen alusta (Ailisto ym. 2016).

Jakamistaloudelle on keskeistä siirtyminen uuden tavaran tuottamisesta, myymisestä ja omistamisesta kohti taloutta, jossa suositaan tavaran vuokraamista, kierrätystä tai yhteiskäyttöä. Tavallisesti jakamistaloudessa painotetaan myös paikallisuuden merkitystä ja kansalaisten asemaa palvelujen ja hyödykkeiden tuottajina (Nylund 2015).

Jakamis- ja keikkatalouden alustojen kautta saadut tulot ovat ainakin toistaiseksi vielä mar-

ginaalinen tapa ansaita Suomessa. Tilastokeskuksen (2018) mukaan vain 0,3 % työkäisistä suomalaisista sai vähintään neljäsosan ansioistaan digitaalisten alustojen kautta vuonna 2017. Lukumäärällisesti kyse oli noin 14 000 henkilöstä.

2. Arvioita alustatalouden merkityksestä

2.1 Alustatalouden arviointia suomalaisessa elinkeinopolitiikassa

Suomalaisessa elinkeinopolitiikassa digitaalinen alusta on usein määritelty varsin väljästi. Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen (ETLA) julkaisussa alustoilla tarkoitetaan tietoteknisiä järjestelmiä, joilla eri toimijat toteuttavat lisäarvoa tuottavaa toimintaa (Seppälä ym. 2015). Business Finlandin, valtioneuvoston ja työ- ja elinkeinoministeriön julkaisussa ”Digitaalisen alustatalouden tiekartasto” alustatalous määritellään internetin kehityksestä kummunneeksi, nopeasti vakiintuvaksi liiketoiminnan organisaatiomalliksi, jota käytetään erityisesti nopeasti skaalautuvien palvelukokonaisuuksien toteuttamiseen (Viitanen ym. 2017).

Valtioneuvoston kanslian selvityksen mukaan digitaalinen alustatalous kuvaa markkinaa, jossa digitaalisiin alustoihin nojaava liiketoiminta on saavuttanut merkittävän tai määräävän markkina-aseman. Sen mukaan digitaaliselle alustataloudelle luonteellisia piirteitä ovat muun muassa matalat kiinteät investoinnit, alhaiset yksikkö- ja transaktiokustannukset sekä dataan perustuvat algoritmipohjaiset liiketoimintamallit. Digitaalisille alustoille on myös ominaista, että ne mahdollistavat kolmansien osapuolten tekemät innovaatiot,

jotka lisäävät alustan arvoa ja hyötyä kaikille osapuolille (Ailisto ym. 2016).

Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) mukaan digitaalisten alustojen liiketoimintamallit perustuvat usein suuriin tietomääriin, joita kerätään, muokataan ja hyödynnetään. Lisäksi ne ovat riippuvaisia tieto- ja viestintäteknologias- ta, joka mahdollistaa käyttäjien saavuttamisen helposti. Internet poikkeaa monella tavalla perinteisestä fyysisestä toimintaympäristöstä ja sen yleistymisen myötä kuluttajien aseman on ajateltu voivan jossain määrin vahvistua suhteessa elinkeinonharjoittajiin. Se on esimerkiksi tarjonnut lisää mahdollisuuksia hyvitys- ja valitusprosesseihin sekä tehostanut yrityksen toimintaan liittyvistä ongelmista tiedottamista (KKV 2017).

2.2. Kansainvälisten instituutioiden näkemykset alustataloudesta

Euroopan keskuspankki (EKP) näkee alustatalouden toimintamallit yhtenä digitalisaation ilmenemismuotona finanssialan kehityksessä. Alustoja on ilmestynyt finanssialalle yhä enemmän pieninä kasvuyrityksinä ja toisaalta suurten teknologiayhtiöiden muodossa. Suuret teknologiayhtiöt ovat aiemman liiketoimintansa perusteella hyvissä asemissa kilpailemaan erityisesti maksamisen markkinoilla. Toisaalta myös perinteisillä pankeilla on EKP:n mukaan omat vahvuutensa, ja ne voisivat kenties toimia enemmän alustatalouden periaatteella. EKP on jossain määrin huolestunut siitä, että maksamisen alalla toimivat teknologia-alustat saattavat kokonsa ja kytkettyneisyytensä puolesta muodostua systeemisiksi toimijoiksi, jotka vaatisivat tarkempaa valvontaa (EKP 2019).

Finanssimarkkinoiden vakauden valvontaryhmä (FSB) on selvittänyt erityisesti luo-

tonantoa alustatoimijoiden kautta sekä arvioinut toiminnan riskejä. Merkittävin ero pankkien ja alustojen luotonannon välillä on se, että pankki ei yhdistä yksittäistä rahoittajaa yksittäiseen rahoituksen tarvitsijaan, vaan pankin taseessa lainapääoma sekoittuu siten, että pankki itse toimii vastapuolena ja kantaa toimintaan liittyvät riskit. Alustoissa taas yhdistetään tietty pääomaerä yksittäiseen lainantajaan, ja alustan oma liiketoimintamalli perustuu välityspalkkioihin. Alustat voivat täydentää rahoitusmarkkinoita, mutta tällä hetkellä ne eivät näytä saavan niin suurta markkinaosuutta, että pankkijärjestelmän vakaus olisi uhattuna (FSB 2017).

Kansainvälisen järjestelypankin (BIS) julkaisussa Frost ym. (2019) tarkastelevat alustatalouden nousua finanssialalla suurten teknologiayhtiöiden toimien kautta. Tyypillisesti niiden ensimmäiset finanssipalvelut liittyvät maksamiseen, ja osa suurista yhtiöistä laajentaa toimintaansa myöhemmin myös lainoihin, vakuutuksiin tai sijoituspalveluihin. Maksamisessa näkyy selvästi kaksipuolisten markkinoiden dynamiikka, joten se on yhteensopiva suurten teknologiayhtiöiden alustaperusteisen toimintamallin kanssa.

Euroopan komission julkaisussa Martens (2016) näkee finanssialan palvelujen, erityisesti maksamisen, yhtenä alustojen sovellusalueena. Alustojen suuri koko saattaa kuitenkin koitua ongelmaksi paitsi kilpailupoliittisesta näkökulmasta myös tietosuojan vuoksi alustojen kerätessä yhä suurempia tietomassoja käyttäjistään. Nykyinen lainsäädäntö on laadittu lähinnä perinteisiä yritysmuotoja silmällä pitäen, eikä se välttämättä sovellu suoraan alustan toimintamallilla toimiviin digitaalisen talouden yrityksiin. Martens (2016) ehdottaa uuden EU-viraston luomista valvomaan suuria

teknologia-alustoja, erityisesti tietosuojaja- ja kilpailupolitiikan välineeksi.

OECD (2020) on arvioinut pankkitoimialan digitalisaatiota ja tunnistanut sekä pienet kasvuyritykset että suuret teknologiayhtiöt merkittäviksi kilpailuvoimiksi perinteisille pankeille. Alustatalouden periaatteella toimivat kilpailijat ovat erityisen tehokkaita käsittelemään alustoilta kerättyä tietoa, ja ne pystyvät mahdollisesti tekemään luottopäätöksiä paremmin kuin perinteiset pankit. Lisäksi ne pystyvät usein toimimaan kustannustehokkaammin. Alustan kautta on myös mahdollista paremmin kohdentaa palveluja eri asiakasryhmille ja parantaa liiketoiminnan kannattavuutta hintadiskriminaation avulla. Lisääntynyt kilpailu pankkialalla on otettava huomioon rahoitusvakauden kannalta silloinkin, kun kilpailu kohdistuu alalle sen ulkopuolelta, kuten teknologiayhtiöiden suunnalta.

3. Alustojen tutkimus taloustieteessä

3.1. Kaksipuoliset markkinat

Taloustieteessä alustatalouden tutkimus tarkastelee markkinoita, joilla alusta yhdistää kahden tai useamman eri markkinan osapuolet suoraan tai välillisesti toisiinsa. Alustataloutta kutsutaankin toisella nimellä kaksipuolisten markkinoiden tutkimukseksi. Siinä tutkitaan alustan tarjoajan päätöksentekoa, erityisesti hinnoittelua, tilanteessa, jossa alustan osapuolten välillä on ristikkäisiä ulkoisvaikutuksia (Armstrong 2006, Rysman 2009).

Ristiverkostovaikutukset ovat kaksipuolisten markkinoiden keskeisin ominaisuus. Suora verkostovaikutus tarkoittaa sitä, että tuotteen tai

palvelun kuluttaja hyötyy siitä, että muutkin kuluttajat käyttävät tuotetta tai palvelua. Ristiverkostovaikutus puolestaan tarkoittaa sitä, että kuluttaja yhdellä puolella alustaa hyötyy siitä, että alustaa käytetään myös toisella puolella.

Alustalla voi esiintyä suoria ja ristiverkostovaikutuksia samanaikaisesti. Esimerkiksi Facebookin viestisovellus on sitä hyödyllisempi, mitä enemmän sovelluksella on muita käyttäjiä. Toisaalta Facebook on mainosalustana sitä hyödyllisempi yrityksille, mitä enemmän Facebookilla on viestisovelluksen käyttäjiä. Ristiverkostovaikutus voi olla myös negatiivinen. Esimerkiksi Facebookin kaltaisessa alustassa mainostajat hyötyvät käyttäjistä (positiivinen ristiverkostovaikutus), mutta jotkut käyttäjät voivat kokea mainokset ikäviksi (negatiivinen ristiverkostovaikutus).

Sekä suorat että ristikkäiset verkostovaikutukset synnyttävät itseään vahvistavan takaisinkyntämekanismiin. Ristiverkostovaikutus eli alustalle ominainen takaisinkyntä tapahtuu alustan kahden eri markkinan välillä. Markkinoille tuleva uusi alusta kohtaakin klassisen ”muna vai kana” -ongelman, sillä käyttäjät yhdellä puolella alustaa eivät halua käyttää sitä, ennen kuin alustalla on riittävästi käyttäjiä myös toisella puolella (Caillaud ja Jullien 2003). Kun alusta saavuttaa käyttäjien kriittisen massan, alustan suosio kasvaa nopeasti. Alustalla on näin ollen kannustin investoida sen kasvattamiseen, jotta riittävä koko saavutetaan ja takaisinkyntämekanismi pääsee vaikuttamaan.

Ensimmäinen alustatalouden tutkimus taloustieteellisessä kirjallisuudessa lienee Baxter (1983). Kuitenkin vasta vuosituhaten vaihteessa, internetin murroksen myötä, alustatalouden tutkimus vilkastui. Uraauurtavia teoreettisia tutkimuksia ovat esimerkiksi Caillaud

ja Jullien (2003), Rochet ja Tirole (2003) sekä Armstrong (2006). Alustatalouden tutkimus nojaa aikaisempaan tutkimukseen suorista verkostovaikutuksista, joista merkittäviä ensimmäisiä töitä ovat Rohlfs (1974), Katz ja Shapiro (1985) sekä Farrell ja Saloner (1985). Moderneja ekonometrian menetelmiä hyödyntävä alustatalouden empiirinen tutkimus on vaikeaa takaisinkytkentämekanismien aiheuttamien identifikaatio-ongelmien vuoksi. Ensimmäinen tutkimus, joka onnistui ratkaisemaan identifikaatio-ongelmat, on tietävästi Rysman (2004).

Kaksipuolisen markkinan analyttinen määrittelyminen ei ole triviaalia. Yleinen tapa on viitata ulkoisvaikutuksiin, joita ilmenee, kun käyttäjien määrä alustan toisella puolella kasvaa (esim. Armstrong 2006). Kuten Rochet ja Tirole (2006) kuitenkin osoittavat, tämä ei itsessään ole riittävää, sillä alustan tarjoajan hinnoittelustrategialla on myös merkitystä. He määrittelevätkin kaksipuolisen markkinan nimenomaan hinnoittelun kautta. Voidaan ajatella, että alustan tarjoaja määrää sen käytölle yhden kokonaishinnan, joka voidaan periä kummalta puolelta alustaa tahansa. Jos kaikkien toimijoiden taloudellisen hyvinvoinnin kannalta ei ole merkitystä, kumpi alustan osapuoli hinnan maksaa, kysymys on kahdesta yksipuolisesta markkinasta. Jos taas sillä on merkitystä, miten hinta jakaantuu osapuolten välille, kyse on kaksipuolisesta markkinasta.

Spulber (2018) tarkastelee alustoja suppeammasta näkökulmasta ja määrittelee alustat vain sellaisiksi, jotka yhdistävät ostajia ja myyjiä toisiinsa. Näin määriteltynä alusta tarkoittaisi käytännössä samaa asiaa kuin markkinapaikka (esim. pörssi). Kaksipuolisia markkinoita koskevat johtopäätökset pätevät myös Spulberin (2018) mallissa, mutta siinä niitä tulkitaan kapeammassa kontekstissa.

Vaikka vakiintuneesti puhutaan kaksipuolisesta markkinasta, ikään kuin kyse olisi markkinan ominaisuudesta, on todellisuudessa monesti kyse strategisesta valinnasta, jonka alustan tarjoaja voi tehdä. Toisin sanoen, yritys voi muotoilla toimintamallinsa sellaiseksi, että siitä tulee alusta (Hagiu ja Wright 2015). Esimerkiksi sanomalehti voi valita, että se ei sisällä lainkaan mainoksia, jolloin lukija maksaa lehdestä korkeamman kappalehinnan. Kuitenkin moni lehti on päättänyt toimia mainosrahoitteisesti siten, että lukijan maksama kappalehinta on pienempi. Myymällä yhtäältä mainoksia yrityksille ja toisaalta lehtiä lukijoille yritys toimii alustana.

3.2 Kaksipuolisen markkinan tehokkuus

Voidaan osoittaa, että ristiverkostovaikutusten vallitessa alustan kannattaa hinnoitella sen käyttö siten, että hinta on alhaisempi sillä puolella alustaa, jolla kysynnän hintajousto on suurempi. Vastaavasti toisella puolella alustaa, jolla kysynnän hintajousto on pienempi, hinta on korkeampi (Rysman 2009). Alhaisempi hinta voidaan asettaa jopa nollassa tai negatiiviseksi (Tirole 2015).

Alustan hinnoittelu voi johtaa kokonaishyvinvoinnin kannalta epäsuotuisaan markkinatasapainoon. Kysymystä voidaan tarkastella Coasen teoreemana tunnetun periaatteen kautta, kuten Rochet ja Tirole (2006) ovat tehneet. Coasen teoreeman mukaan, jos transaktiokustannukset ovat pienet, omistusoikeudet on hyvin määritelty, osapuolilla on mahdollisuus neuvotella ja osapuolilla on symmetrinen informaatio, markkinat toimivat kokonaishyvinvoinnin kannalta tehokkaasti myös ulkoisvaikutusten vallitessa. Siten myös alusta tuottaisi kokonaishyvinvoinnin kannalta suotuisan

lopputuloksen sikäli kun edellä mainitut edellytykset täyttyvät. Monet käytännön esimerkit alustoista ovat kiinnostavia juuri siitä syystä, että ne eivät näytä toimivan tehokkaasti. Esimerkiksi korttimaksamisen hinnoittelua on Euroopassa säännelty lainsäädännöllä, koska alustoina toimivat maksukorttiverkot (erityisesti Visa ja Mastercard) hinnoittelisivat korttimaksut muuten tavalla, josta koituisi kuluttajille hyvinvointitappiota.

Yksittäisestä markkinasta tai alustasta ei pysty ilman empiiristä analyysyä toteamaan, toimiiko markkina tehokkaasti vai syntykösen toiminnassa hyvinvointitappiota kuluttajien haitaksi (Tirole 2015). Pelkästään se, että alusta on olemassa, ei tarkoita, että sitä olisi säänneltävä. Esimerkiksi Jain ja Townsend (2020) osoittavat yleisen tasapainon mallin avulla analyttisesti, että alustan tuottama allokatio voi olla Pareto-tehokas.

3.3 Kilpailupolitiikka ja alustojen sääntely

Alustojen sääntelyä on taloustieteessä tutkittu enimmäkseen kilpailupolitiikan näkökulmasta (esim. Tirole 2015 sekä Jullien ja Sand-Zantman 2020). Kilpailupolitiikan tavoite on luoda sellainen tehokkaasti toimiva markkinaympäristö, jossa yrityksillä on tasavertaiset mahdollisuudet tulla markkinoille ja toimia siellä valitsemillaan kilpailukeinoilla. Hyvin toimiva kilpailu koituu viime kädessä kuluttajien eduksi laajempina valintojen mahdollisuutena sekä alhaisempina hintoina. Kilpailupoliittinen tarkastelu taloustieteellisillä menetelmillä yleensä olettaa, että yhteiskunnan kannalta paras markkinatasapaino on saavutettavissa, jos hinnoittelussa huomioidaan kaikki ulkoisvaikutukset.

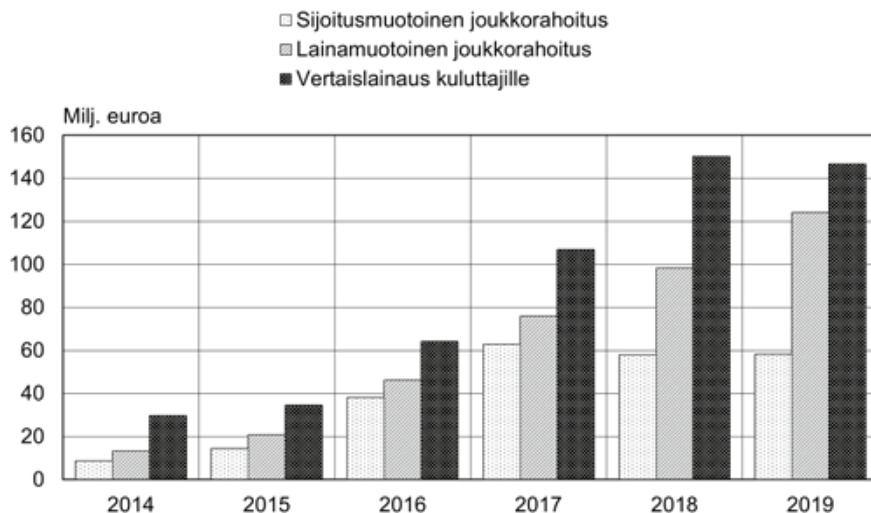
Kilpailupolitiikka pyrkii näin ollen poistamaan niitä hyvinvointitappioita, joita markkina-aseman saavuttaneen toimijan hinnoittelusta aiheutuu (Martens 2016).

Alustataloudessa sääntelyn tarve nousee herkästi esille, koska alustoilla on taipumus kasvaa suuriksi verkostovaikutusten seurauksena. Kaksipuolisten markkinoiden luonteesta johtuen analyysi vaatii kuitenkin tarkkuutta, sillä on tarkasteltava alustan molempia markkinoita samanaikaisesti. Korkea hinta yhdellä puolella alustaa ei vielä tarkoita sitä, että alusta keräisi ylisuuria voittoja, jos se samaan aikaan subventoi alustan toista puolta (Jullien ja Sand-Zantman 2020). Lisäksi on huomioitava se oikeusperiaate, että määrävän markkina-aseman olemassaolo ei sellaisenaan riitä perusteeksi sääntelytoimille, jos toimija ei käytä saavuttamaansa markkina-asemaa väärällä tavalla hyväksi (Tirole 2015).

Hintasääntely on yleisin kilpailupolitiikan keino. Muita keinoja ovat muun muassa yrityskauppojen rajoittaminen sekä palveluehtojen sääntely, mutta taloustieteellinen tutkimus näiden keinojen osalta on jäänyt vähäisemmäksi. Tunnetuin esimerkki kaksisuuntaisen markkinan hintasääntelystä on korttimaksujen siirtohintojen sääntely. Siirtohintaa tarkoittaa maksua, jonka maksukortin tapahtumahyvittäjä (usein kauppiaan pankki) maksaa kortin liikkeeseenlaskijalle (usein kortinhaltijan pankki) kustakin maksutapahtumasta. Korttimaksun siirtohintaa on tutkituin alustatalouden hintasääntelyn tapaus luultavasti siksi, että kyseinen markkina on hyvin suuri, se koskee suoraan kuluttajia, ja koska kaksipuolisen markkinan ristisubventio on siirtohinnan muodossa selvästi havaittavissa. Euroopan Unionin asetus (EU) 2015/751 määrittelee ylärajan korttimak-

Kuvio 1. Joukkorahoituksen kasvu

Joukkorahoituksella ja vertaislainauksella välitetyt rahamäärät Suomessa



Lähteet: Suomen Pankki (2016–2019)* ja valtiovarainministeriö (2014–2015).

* Sisältää vain kotimaiset rahoituksen hakijat.

sujen siirtohinnoille. Sen valmistelussa on hyödynnetty kaksisuuntaisten markkinoiden taloustieteellistä tutkimusta.

Alustatoimijat pyrkivät usein myös jonkinasteiseen sisäänrakennettuun itsesääntelyyn, kuten rakentamaan sisäisiä arviointi- ja palautejärjestelmiä. Nämä järjestelmät eivät kuitenkaan anna virheetöntä kuvaa käyttäjien tyytyväisyydestä, sillä on tavallista, etteivät tyytymättömät käyttäjät enää palaa alustalle antamaan heikkoa arviota tuotteen tai palvelun laadusta. Lisäksi palautejärjestelmiin on myös havaittu liittyvän strategista käyttäytymistä (Martens 2016). Itsesääntelyn ei siksi voida katsoa olevan riittävää, vaan lisäksi tarvitaan myös juridista sääntelyä.

4. Alustatalouden liiketoimintamalleja finanssialalla

4.1 Yleisiä havaintoja

Finanssialalla alustatalouden uudet toimintamallit näkyvät karkeasti kahdella tavalla. Ensinnäkin, erilaiset vertais- ja joukkorahoituksen toimintamallit ovat tulleet markkinoille. Ne noudattavat kenties selkeimmin alustatalouden periaatteita, sillä niissä rahoituksen tarvitsija yhdistetään suoraan rahoituksen tarjoajaan siten, että alusta itse ei kanna yksittäisestä rahoitustapahtumasta riskiä. Joukkorahoitus on kasvava toimintamuoto, mutta sen absoluuttinen markkinakoko on hyvin pieni, eikä sillä

toistaiseksi ole vaikutusta rahoitusmarkkinoiden rakenteeseen tai rahoitusvakauteen. Joukkorahoitus saattaa kuitenkin pitkällä aikavälillä kasvaa merkittäväksi rahoituksen muodoksi.

Toiseksi, alustatalouden periaatteella toimivat suuret teknologiayhtiöt ovat laajentamassa toimintaansa myös finanssialalle. Selkeimmät esimerkit ovat Applen, Googlen ja Facebookin laajentuminen maksupalveluihin, sekä Amazonin tarjoamat yritysluotot sen alustalla toimiville kauppiaille. Maksupalvelut sinänsä ovat esimerkki alustatalouden toimintamallista, joka on ollut olemassa jo pitkään.

Teknologiajättien merkitys rahoitustoimialalla on niin ikään vielä pieni, mutta toimijoiden suuren koon vuoksi niiden vaikutus voi nopeasti kasvaa merkittäväksi. Niiden kilpailuetuja voivat olla kyky toimia globaalisti, laaja asiakaspohja, vahva brändi, kyky hyödyntää palveluista kerättävää tietoa sekä korkea osaminen teknologian kehittämisessä. Se puolestaan voi näkyä kustannustehokkuutena, turvallisuutena, tai kilpailijoita parempana asiakaskokemuksena.

4.2 Joukkorahoitus

Joukkorahoituksella tarkoitetaan suurelle yleisölle esitettäviä avoimia pyyntöjä kerätä varoja määrättyyn hankkeeseen tai yhteisön toimintaan (Mollick 2014 sekä Belleflamme ym. 2015). Hankkeille on tavanomaista se, että rahoitus kerätään laajalta joukolta pieninä erinä. Alusta tyypillisesti perii prosentuaalisen tai kiinteän palkkion välitetystä rahoituksesta, tai asettaa maksun, jonka rahoituksen hakija joutuu maksamaan näkyvyydestä joukkorahoituksenvälittäjän palvelussa.

Joukkorahoitustoimintaan liittyvien aiempien juridisten epäselvyyksien vuoksi Suomeen

valmisteltiin kansallinen joukkorahoituslaki, joka tuli voimaan vuonna 2016. Lailla asetettiin sääntelyn piiriin sijoitusmuotoisen joukkorahoituksen lisäksi myös lainamuotoinen joukkorahoitus, joka osui aiemmin sääntelemättömälle alueelle.

Joukkorahoitusalueella on tärkeä rooli turvallisen toimintaympäristön takaajana ja informaation välittäjänä eri osapuolten välillä (Oksanen 2014). Suomessa vain Finanssivalvontaan rekisteröidyt tai toimiluvan saaneet toimijat saavat välittää laina- ja sijoitusmuotoista joukkorahoitusta. Rekisteröinnin tai toimiluvan saamisen edellytyksiä ovat muun muassa riittävä rahoitusmarkkinoiden tuntemus, toimijan luotettavuus sekä asiakasvarojen säilyttäminen ja käsitteleminen turvallisella tavalla. Joukkorahoitusta välittävän tulee myös kyetä tunnistamaan ja välttämään eturistiriitatilanteita toiminnassaan.

Joukkorahoitus on kasvanut nopeasti (ks. Kuvio 1). Eräs selittävä tekijä suosion kasvulle saattaa olla finanssikriisin jälkeen tehdyt rahoituslaitoksia koskevat vakavaraisuuteen liittyvät sääntelymuutokset, jotka ovat vaikuttaneet pankkien riskinottohalukkuuteen ja lisänneet pienten yritysten tarvetta löytää muita rahoituslähteitä (Oksanen 2014). Vuonna 2019 lainamuotoista joukkorahoitusta välitettiin suomalaisille yrityksille yli 120 miljoonan euron arvosta, mikä on yli 20 % enemmän kuin vuotta aikaisemmin. Sijoitusmuotoista joukkorahoitusta välitettiin vuonna 2019 hieman alle 60 miljoonan euron arvosta. Sijoitusmuotoisen joukkorahoituksen taso on pysynyt kolmen vuoden ajan suurin piirtein samana. Kasvun pysähtymistä selittänevät osaltaan sijoitusten korkea riskitaso, kohdeyritysten arvonmäärittäminen vaikeus sekä muiden rahoitusmuotojen tarjonta kohdeyrityksille.

Joukkorahoitus eroaa jonkin verran tavanomaisesta kasvuyritysten rahoituksesta muun muassa joukkorahoitukseen osallistuvien eitaloudellisten motivaatiotekijöiden ja poikkeavien päätöksentekoprosessien osalta (Oksanen 2014). Joukkorahoitukseen osallistuvien tiedetään olevan sitoutuneita valitsemaansa kohteeseen. Halukkuus sijoittaa on vahvasti kytköksissä sijoittajan omiin näkemyksiin sijoituksen arvosta, kuin myös halukkuuteen itse ostaa tai käyttää sijoituskohteen tarjoamia tuotteita ja palveluita (KKV 2017).

4.3 Vertaislainat ja kulutusluottojen vertailupalvelut

Eräänlaisena alustatalouden ilmenemismuotona finanssialalla voidaan myös pitää vakuudettomien kulutusluottojen vertaislainausalustoja (*peer-to-peer lending* eli *P2P lending*) sekä lainojen vertailuun tarkoitettuja palveluja. Niiden kautta on mahdollista hakea luottoa ottamatta itse yhteyttä luoton myöntäjään. Vertaislainauksella tarkoitetaan toimintaa, jossa pääasiassa yksityishenkilöt lainaavat varojaan vertaisilleen eli toisille yksityishenkilöille tai pienille yrityksille.

Vertaislainat ja joukkorahoitus niputetaan keskustelussa usein yhteen, johtuen ilmeisesti siitä, että molemmat ovat uusia alustatalouden toimintamallia hyödyntäviä palveluja. Rahoituspalveluina joukkorahoitus ja vertaislainat ovat kuitenkin selvästi erilaisia, sillä edellisessä kyse on yritysten rahoituksesta, kun taas jälkimmäisessä kuluttajien vakuudettomista kulutusluotoista. Vertaislainausalustat eivät kuulu joukkorahoituslain soveltamisalaan. Vertaislainojen kanssa samankaltaisia palveluja ovat sen sijaan kulutusluottojen vertailupalvelut, joita ei säännellä rahoituspalveluina.

Vertaislainausalustat joutuvat Suomessa soveltamaan toiminnassaan kuluttajansuojalakia.

Vertaislainatoiminnassa alusta tyypillisesti siirtää lainattavan pääoman velallisen hallintaan, eivätkä osapuolet saa tietää toistensa henkilöllisyyttä. Lainaa tarjotaan yleensä huutokauppaperiaatteella, jossa sijoittajat kilpailevat lainatarjouksilla. Riippuen toimintamallista, jompikumpi tai molemmat osapuolista maksavat alustalle välityspalkkion.

Alkujaan yksityishenkilöiden sijoitusalus-taksi kehitetyt vertaislainapalvelut ovat viime aikoina saaneet sijoittajiksi myös suuria yrityksiä, jolloin kyseessä ei varsinaisesti enää ole vertaisten välinen toiminta. Kuvailtu kehitys muuttaa koko markkinaa, sillä yksityissijoittajilla ei käytännössä ole juurikaan mahdollisuuksia kilpailla suuria yrityssijoittajia vastaan (KKV 2017).

Vertaislainoja välitettiin vuonna 2019 suomalaisille kuluttajille yhteensä noin 150 miljoonan euron arvosta, mikä on suunnilleen saman verran kuin vuotta aiemmin, mutta noin 40 % enemmän kuin vuonna 2017. Vaikka vertaislainojen määrät ovat kasvaneet voimakkaasti viime vuosien aikana, niiden osuus kotitalouksien yhteenlasketusta kulutusluottokannasta on vielä pieni.

4.4. Pankit alustoina?

Pankkien merkitys kansantaloudelle tunnetaan hyvin, ja niiden toiminnan riskejä ja vaikutusta kokonaishyvintointiin on tutkittu perusteellisesti. Pankit välittävät rahoitusta investointeja varten ylijäämäisiltä talouden sektoreilta alijäämäisille. Tämä tapahtuu keräämällä yleisöltä talletuksia sekä myöntämällä lainoja, sillä on tehokasta kytkeä nämä palvelut toisiinsa (Kashyap et al. 2002). Samalla pankki osallistuu

taloudessa rahan eli likviditeetin luontiin. Lisäksi pankeille on muodostunut keskeinen tehtävä maksuliikenteen hoitamisessa. Raha, jota käytämme päivittäiseen maksamiseen, on vähitellen vaihtunut keskuspankin liikkeeseen laske-
masta käteisestä liikepankkien luomiin talletussääntöihin, kuten Cavalcanti ja Wallace (1999) ovat mallissaan kuvailleet. Pankit näin ollen harjoittavat liiketoimintaa, jossa yhdistyvät talletusten vastaanottaminen, maksujen välittäminen sekä lainojen myöntäminen.

Pankkien roolia rahoituksen välittäjinä voidaan arvioida kaksipuolisten markkinoiden näkökulmasta. Voidaan toisin sanoen kysyä: ovatko pankit eräänlaisia alustoja? Tätä kysymystä ovat pohtineet muun muassa Jackson (2017) sekä Mattila ym. (2018). Kysymys on sääntelyn kannalta tärkeä, sillä se antaisi perusteita säännellä pankkitoimintaa yhtäältä pankkitoimintaan liittyvien ominaisten riskien vuoksi ja toisaalta kilpailupoliittisista syistä.

Pankkeja voidaan kuvata alustoina, mikäli sanaa käytetään laajassa merkityksessä (Mattila ym. 2018). Toisaalta, riittävän väljästi tulkittuna melkein mikä tahansa yritys voidaan nähdä alustana (Rochet ja Tirole 2006). Erityisesti palveluyritysten voidaan ajatella tuovan yhteen palveluntuottajia (työntekijöitä) ja käyttäjiä (asiakkaita). Kuitenkin silloin, kun yritys toimii molempien markkinoiden osalta hinnanottajana, eikä kahden eri markkinan osapuolilla ole mahdollisuutta kohdata toisiaan yrityksen ulkopuolella, yritys toimii tosiasiallisesti kahdella yksipuolisella markkinalla (Rochet ja Tirole 2006).

Jos alustalla siis tarkoitetaan kaksipuolista markkinaa, siten kuin taloustieteellisessä kirjallisuudessa on esitetty, on vaikea nähdä pankkia alustana. Pankki toki palvelee eri osapuolia, joiden välillä saattaa olla jonkinlaisia

ulkoisvaikutuksia, mutta ulkoisvaikutukset tuskin ovat niin merkittäviä, että ne johtaisivat pankkimarkkinoiden keskittymiseen. Tallettajien lukumäärä ei liene yksittäisen luotonhakijan kannalta millään tavalla oleellinen seikka. Pankki ei yhdistä yksittäistä rahoittajaa yksittäiseen rahoituksen tarvitsijaan, vaan pankin taseessa pääoma sekoittuu siten, että pankki itse toimii rahoituksen tarvitsijan vastapuolella. Vaikka makrotaloudellisesta näkökulmasta pankkisektorin voidaan kokonaisuutena nähdä yhdistävän rahoitusylijäämäiset toimijat rahoitusaliylijäämisiin toimijoihin, se ei vielä tarkoita, että yksittäinen pankki toimisi rahoituksen välittäjänä alustan tavoin.

Pankkien tyypillinen anto- ja ottolainaus-toiminnan hinnoittelu ei myöskään anna aihetta epäillä ristiverkostovaikutusten olemassaoloa. Vaikka pankkipalvelujen hinnoittelussa saattaa olla jonkin verran ristosubventiota (esim. asuntolainan ottaja saattaa saada maksupalvelut edullisemmin), siinä on todennäköisemmin kyse pitkäaikaisen asiakassuhteen perusteella tarjottavista eduista, ei niinkään pyrkimyksestä ratkaista kaksipuolisen markkinan hinnoitteluongelmaa. Pankki ei siis tarjoa yhdelle asiakkaalle päivittäispankkipalveluja alle rajakustannusten, jotta saisi houkuteltua jonkun toisen asiakkaan ottamaan asuntolainan. Yhteenvetona voidaan siis todeta, että taloustieteellinen tarkastelu ei tue ajatusta, että pankkien anto- ja ottolainaus-toiminta toimisi alustatalouden periaatteella.

4.5 Maksuvälineet ja maksuliikenne

Pankeilla on kuitenkin myös kolmas tärkeä tehtävä, nimittäin maksuliikenteen hoitaminen, ja siinä alustatalouden toimintaperiaate on ilmeinen. Taloustieteellisessä kirjallisuudessa

maksuliikennettä onkin usein käytetty malliesimerkkinä kaksipuolisista markkinoista. Teoreettisessa kirjallisuudessa aihetta ovat tarkastelleet muun muassa Baxter (1983), Schmalensee (2002), Rochet ja Tirole (2002) sekä Wright 2004, ja empiirisessä kirjallisuudessa Rysman (2007) sekä Carbó-Valverde ym. (2016).

Esimerkiksi maksukortin käyttäjä hyötyy kortista sitä enemmän, mitä enemmän on kortin vastaanottavia kauppiaita, ja kauppiaille puolestaan korttimaksupäätteen on sitä hyödyllisempi, mitä enemmän kortilla on käyttäjiä. Ristiverkostovaikutukset ovatkin johtaneet maksukorttimarkkinoiden selvään keskittymiseen.¹

Myös pankkien tarjoamat maksupalvelut, kuten tilisiirrot, voivat olla esimerkkejä alustataloudesta, mutta vain silloin, jos maksupalvelu yhdistää toisiinsa erityyppisiä toimijoita (esim. palkanmaksajat ja palkansaajat). Jos maksujärjestelmä on sellainen, että sen toiminnasta ja kehityksestä vastaavat useat pankit samanaikaisesti, alustana toimii järjestelmä kokonaisuutena, eikä se anna aihetta kuvailla yksittäistä pankkia alustana.

5. Suurten teknologiayhtiöiden tarjoamat finanssipalvelut

Maailman suurimmat teknologiayhtiöt ovat markkina-arvolla mitattuna myös maailman suurimpia yhtiöitä ylipäättään. Ne ovat hyötynneet alustatalouden toimintamallista ja osin sen vuoksi kasvaneet erittäin suuriksi. Apple, Google, Amazon ja Facebook, ovat kaikki laa-

jentaneet palvelutarjontaansa myös erilaisiin finanssipalveluihin.

5.1. Apple

Applen liiketoiminnan ydintä ovat kulutuselektroniikka ja ohjelmistot. Sillä on merkittävää liiketoimintaa myös sisällön jakelijana (erityisesti musiikki ja elokuvat). Applen kilpailuvahvuudeksi voidaan laskea yhtiön lukuisat onnistumiset käyttäjäkokemuksen luomisessa, minkä ansiosta asiakasuskollisuus Applen tuotteilla on ollut suurta.

Apple on oiva esimerkki siitä, etteivät kaikki teknologiayhtiöt ole välttämättä alustoja, sillä Applen liikevaihdosta suurin osa koostuu laitteiden ja oheistuotteiden myynnistä. Osassa Applen palveluista, kuten sovelluskaupassa ja suoratoistopalvelussa, on toki vahvasti alustamaisia piirteitä. Myös Applen käyttöjärjestelmiä (iOS ja macOS) voidaan pitää alustoina. Apple on kuitenkin muista teknologiajäteistä poiketen mitä suurimmassa määrin laitevalmistaja. Apple myös kontrolloi alustojensa kautta jakeluun tulevia palveluja hyvin tarkasti. Tämä yhtäältä parantaa palvelujen laatua, mutta toisaalta vähentää niiden määrää ja alustan houkuttelevuutta sovelluskehittäjien näkökulmasta.

Apple on äskettäin tuonut markkinoille luottokortin (Apple Card). Se pyrkii erottumaan paremmilla turvaominaisuuksilla ja kortin kanssa yhteensopivilla ohjelmistoilla. Lisäksi Applen puhelimissa on Apple Pay -sovellus, joka tarjoaa lähimaksuominaisuuden ja biometrisen tunnistuksen puhelimeen tallennettuihin maksukortteihin. Tarjoamalla oman korttituotteen asiakkaille, joilla muutenkin on oltava jokin kortti tallennettuna Applen palveluihin, Apple pystyy ohjaamaan osan korttimaksuista syntyvästä tulovirrasta itselleen ja

¹ Vuonna 2016 Visan ja Mastercardin yhteenlaskettu markkinaosuus Euroopassa ostotapahtumien volyymin mukaan laskettuna oli 97 % (The Nilson Report 2017).

tarjoamaan kortin mukana uudenlaisia lisäominaisuuksia.

Kortin liikkeeseenlaskijana toimii pankki, joka oletettavasti ei saa maksuliikenteen tuottoja, mutta sen sijaan kortin luotto-ominaisuuden korkotuotot. Oletettavasti Apple aikoo käyttää jokaisessa maassa, jossa korttia tarjotaan, paikallista yhteistyöpankkia liikkeeseenlaskijana. Toistaiseksi kortti on tarjolla vain USA:ssa.

5.2 Google

Google on tullut tunnetuksi verkon hakuneena. Vaikka hakupalveluissa on jossain määrin kilpailua, Googlen markkina-asema on vuodesta toiseen pysynyt ylivoimaisena. Googella on kuitenkin merkittävästi myös muuta liiketoimintaa, joista tärkeimpiä ovat YouTube, Android-käyttöjärjestelmä sekä pilvipalvelut. Korostaakseen liiketoimintansa monimuotoisuutta, Google vaihtoi emoyhtiönsä nimeksi Alphabet vuonna 2015. Yhtiö kuitenkin tunnetaan edelleen parhaiten Google-brändin perusteella.

Googlen liikevaihto muodostuu pääasiassa mainostuloista. Mainoksia esitetään muun muassa hakutulosten yhteydessä, Gmail-sähköpostipalvelussa sekä YouTube-videoissa. Pilvipalveluista on tulossa yhä merkittävämpi tulonlähde Googlelle. Yhtiö tarjoaa pilvipalveluita kaikenkokoisille yrityksille. Lisäksi Google kehittää pilvipohjaisia toimistosovelluksia ja muita palveluita, joita tarjotaan ilmaiseksi kuluttajille. Googlen kehittämä Android-käyttöjärjestelmä on yli 70 % markkinaosuudella markkinajohtaja matkapuhelimien käyttöjärjestelmissä.

Monet Googlen palveluista ovat alustoja. Android on käyttöjärjestelmänä tyypillinen

esimerkki alustasta. Myös Google Play -sovel-luskauppa toimii alustan lailla. Google-hakukone on liiketoiminnallisesti mainosalusta, eli se toimii samalla periaatteella kuin vaikkapa televisiokanava tai sanomalehti. YouTube, joka on yhdistelmä yhteisö- ja sisältöpalvelua, toimii niin ikään mainosalustana. Sen sijaan Googlen pilvipalvelut, joista on tulossa yhtiölle yhä merkittävämpi tulonlähde, eivät juurikaan noudata alustan toimintaperiaatteita. Toiminnassa on kyllä havaittavissa skaalaetuja, mutta ei merkittäviä ristiverkostovaikutuksia.

Google on muiden suurten teknologiayhtiöiden tavoin alkanut laajentua myös finanssi-palveluihin. Google Pay on lompakkosovellus, joka mahdollistaa maksukorttien käytön matkapuhelimesta lähimaksua ja biometristä tunnistusta hyödyntäen. Lisäksi se tarjoaa turvallisen maksutavan verkkomaksuihin. Google on alkanut tarjota myös pankkitilejä osana Google Pay -palvelua. Niiden tarjonnassa se käyttää kumppaneina pankkeja, eikä yhtiö ainakaan toistaiseksi ota itse vastaan talletuksia.

5.3 Amazon

Amazon on maailman suurin verkkokauppa ja samalla maailman suurin vähittäiskauppa ylipäätään. Se on tullut tunnetuksi myös pilvipalveluiden kehittäjänä sekä jossain määrin laitevalmistajana (esim. Kindle).

Vaikka verkkokauppa on Amazonin selvästi tunnetuin liiketoiminta-alue, sen tulonlähteet ovat varsin monipuoliset. Liikevaihdosta noin 80 % muodostuu verkkokaupan myynnistä. Pilvipalvelujen osuus edustavat liikevaihdosta on vain noin 10 %, mutta ne tuottavat suurimman osan liikevoitosta. Ne ovat myös yhtiön nopeimmin kasvava liiketoiminta-alue. Amazon on globaali markkinajohtaja pilvipalveluis-

sa. Näiden lisäksi Amazon saa tuloja myös sisäl-
töpalveluista, mainostuloista sekä verkkokau-
pan kautta tulevista palvelumaksuista.

Amazonin verkkokauppa on tyypillinen
esimerkki alustasta. Sen sijaan muissa Amazonin
liiketoiminnoissa ei ole nähtävissä yhtä
selkeitä alustatalouden piirteitä.

Amazon on suurista alustatalouden yhtiöis-
tä kenties ollut aktiivisimmin laajentumassa
finanssialan palveluihin. Tämä on varsin ym-
märrettävää, kun otetaan huomioon vähittäis-
kaupan luonne ja sen monet yhtymäkohdat fi-
nanssipalveluihin. Amazon tarjoaa ainakin
seuraavia finanssipalveluita:

- Lainat ja käyttöpääoman rahoitus yrityk-
sille (verkkokaupassa toimivat kauppiaat);
- Luottokortit yrityksille;
- Maksupalvelut kuluttajille (maksutili);
- Maksukortit kuluttajille;
- Vahinkovakuutukset.

Koska finanssipalveluita säännellään eri maissa
eri tavoin, kaikkia näitä palveluita ei ole saata-
villa kaikissa maissa. On myös tärkeä huomata,
että Amazonin aikomuksena ei näytä olevan rak-
entaa finanssipalveluita omaa varsinaista liike-
toimintaa, vaan niiden tarkoitus on verkkokau-
pan tukeminen. Amazon käyttää palveluissa
useita kumppaniyrityksiä kuten pankkeja, va-
kuutusyhtiöitä ja maksupalveluiden tarjoajia.

5.4 Facebook

Facebook on mainosalustana toimiva yhteisö-
palveluja ja viestisovelluksia tarjoava yritys.
Facebookin tuotteita ovat yhteisösovellukset
Facebook ja Instagram sekä viestisovellukset
Whatsapp ja Messenger.

Facebookin liiketoiminta perustuu mai-
nontaan. Se kerää käyttäjistä tietoa yhteisö- ja
viestipalvelujensa kautta ja luokittelee kerää-
mänsä tiedon perusteella käyttäjiä erilaisiin
kohderyhmiin. Mainostilaa ostaville yrityksille
se myy mahdollisuutta kohdentaa mainokset
tavoitellulle kohderyhmälle. Facebook ei siis
myy mainostajille käyttäjistä kerättyä tietoa,
vaan sen ydinliiketoimintaa on mainosten koh-
dentaminen.

Facebookin liiketoiminta perustuu vahvas-
ti alustamaiseen toimintamalliin. Sen yhteisö-
palvelut ovat kasvaneet voimakkaasti verkosto-
vaikutusten ansiosta ja saavuttaneet huomatta-
van markkina-aseman maailmanlaajuisesti.

Facebook on tehnyt useita maksupalvelui-
hin liittyviä kokeiluja. Eräs varhaisimmista on
Facebook Credit, joka oli vuosina 2009–2013
toiminut virtuaalivaluutta, ja jolla oli mahdol-
lista maksaa Facebookin alustalla esimerkiksi
pelin käytöstä.

Facebookin maksamiseen liittyvät hank-
keet voidaan karkeasti jakaa kolmeen ryh-
mään:

- Viestisovellusten sisällä suoritettavat mak-
sut käyttäjältä toiselle;
- Maksujen vastaanottaminen Facebookin
tarjoamista tai välittämistä palveluista
(mainokset, lahjoitukset, pelit);
- Kolmansien osapuolten tuotteiden ja palve-
lujen ostaminen suoraan Facebookin sovel-
luksen sisällä.

Facebookin liikevaihto muodostuu lähes koko-
naan mainoksista saatavista tuloista. Yksityis-
henkilöille palvelujen käyttäminen on maksu-
tonta. Maksamiseen liittyvä liiketoiminta on
ydinliiketoimintaan suhteutettuina vähäistä.
Facebook on suunnitellut lisäävänsä yhteisö-

palveluihinsa verkkokaupan piirteitä. Käyttäjät voisivat jatkossa ostaa mainostajien tuotteita poistumatta sovelluksesta.

6. Johtopäätökset

Alustataloudesta on tullut aikamme merkittävimpiä ilmiöitä, ainakin sen perusteella, kuinka paljon aiheesta julkisesti puhutaan. Käsitettä käytetään kuitenkin väljästi ja vaihtelevassa merkityksessä. Taloustieteellisen määritelmän mukaan kyse on jo pitkään tunnetuista kaksipuolisista markkinoista, joissa korostuvat verkostovaikutusten tuomat skaalaedut. Vaikka nämä eivät sinänsä ole uusia ilmiöitä, digitaalinen teknologia on tuonut ne lähelle jokaista talouden toimijaa, ja nostaneet niiden merkityksen uudelle tasolle. Koska alustatalouden toimijat toimivat verkossa hyödyntäen digitaalista teknologiaa, on liiketoiminta usein kansainvälistä ja yrityksillä on mahdollisuus kasvaa hyvin suuriksi.

Alustatalouden kasvu on herättänyt kysymyksen, voidaanko samaa toimintamallia hyödyntää myös finanssialalla. Käsillä oleva pohdinta osoittaa, että vastaus on varauksellisen myönteinen. Alustatalouden ilmentymiä finanssialalla on jo jonkin verran nähtävissä. Uudet kasvuyritykset välittävät rahoitusta esimerkiksi joukkorahoitusalojen kautta. Ne kasvavat tällä hetkellä nopeasti, mutta niiden markkinaosuus on edelleen pieni. Pankkien anto- ja ottolainastoiminta ei ole alustamaista, sillä pankki ei yhdistä luotonhakijoita ja yksittäisiä tallettajia toisiinsa siten, kuin alustat toimivat. Sen sijaan pankki toimii kumpaankin nähden itse vastapuolena.

Pankeilla on kuitenkin selkeitä kytköksiä alustatalouteen maksuliikenteen kautta. Lisäk-

si pankit voiva kohdata uutta kilpailua, jos rahoituspalveluja välitetään aiempaa enemmän alustojen välittämänä. Voimistunut pankkeihin kohdistuva kilpailu voi heikentää rahoitusvakautta, koska se kannustaa pankkeja riskinottoon ja pienentää niiden tuotto-odotuksia. Näin ollen pankkisääntelyssä on jatkossa tarkasteltava kilpailukenttää aiempaa laajemmin, erityisesti alustatalouden toimijoiden kautta tuleva kilpailuvoima huomioiden.

Pohdittaessa alustojen sääntelyä finanssialalla, on tarkasteltava kahta varsin erilaista sääntelykokonaisuutta. Yhtäältä uusia toimijoita tulee arvioida rahoitusalan sääntelyn näkökulmasta. Tällöin sääntelyn tarkoituksena on rajoittaa toimijoiden liian suurta riskinottoa sekä korjata moraalikadon (*moral hazard*) kaltaisia vääristymiä markkinoiden toiminnassa. Sääntelyä toteutetaan tällöin muun muassa toimilupakäytännöillä, toimijoiden valvonnalla, pääomavaatimuksilla sekä palveluehtojen rajoituksilla. Toisaalta alustoja voidaan tarkastella kilpailupoliittisesta näkökulmasta, ja arvioida sääntelyn tarvetta tilanteessa, jossa alusta toimii verkostovaikutuksista hyötyvän kaksisuuntaisen markkinan tavoin. Sääntelykeinoina tulevat tällöin kysymykseen mahdollisesti hintasääntely sekä yrityskauppojen rajoittaminen.

Finanssialalla vaikuttavat uudet, alustatalouden mallilla toimivat yritykset voidaan karkeasti jakaa kahteen ryhmään. Ensimmäisen muodostavat kasvuyritykset, jotka toimivat maantieteellisesti rajatulla alueella, ja keskittyvät kapeaan palveluvalikoimaan. Näiden toimijoiden osalta, niiden suhteellisen pienen koon vuoksi, lienee tärkeämpää pohtia finanssialan sääntelyn näkökulmia, ja erityisesti huolehtia siitä, että uudet markkinoille tulevat palvelut eivät putoa sääntelyn ulkopuolelle. Niin voi käydä, jos palveluja ei tunnisteta nykyisen

sääntelyn piiriin kuuluviksi esimerkiksi harhaanjohtavan markkinoinnin tai uudenlaisen kielenkäytön vuoksi. Toisen ryhmän muodostavat globaalit teknologiayhtiöt. Ne antavat aihetta selvittää, käyttävätkö toimijat määräävää markkina-asemaa väärin, ja onko hintasääntelylle tai muille kilpailupolitiikan keinoille tarvetta. Tällöin on kuitenkin kyse finanssialaa paljon laajemmasta kokonaisuudesta, johon liittyvät myös kysymykset tietosuojasta ja kuluttajansuojasta.

Globaaleja teknologiayhtiöitä koskee sellaisenaan toki myös rahoitusalan sääntely, sikäli kun ne rahoituspalveluja päätyisivät itse tarjoamaan. Niiden palveluvalikoima onkin eri puolilla maailmaa hivuttautunut maksamisen ja rahoituksen suuntaan, olkoonkin että ne käyttävät näitä palveluja tuottaessaan pankkeja ja muita vakiintuneita toimijoita kumppaneina. Tämä strateginen valinta on sikäli ymmärrettävää, että finanssiala on monissa maissa jo nyt erittäin kilpailtua. Lisäksi eri maiden välillä on merkittäviä eroja finanssitoimialan lainsäädännössä ja markkinoiden rakenteessa. Markkinoille tulo uutena toimijana ei siksi olisi helppoa yhtiölle, joka on tottunut toimimaan yhtenäisellä toimintamallilla maailmanlaajuisesti. □

Kirjallisuus

- Ailisto, H. (toim.), Collin, J. (toim.), Juhanko, J. (toim.), Mäntylä, M. (toim.), Ruutu, S. (toim.), Seppälä, T. (toim.), Halén, M., Hiekkänen, K., Hyytinen, K., Kiuru, E., Korhonen, H., Kääriäinen, J., Parviainen, P. ja Talvitie, J. (2016), *Onko Suomi jäämässä alustatalouden junasta?*, Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta, huhtikuu 2016, Valtioneuvoston kanslia.
- Armstrong, M. (2006), "Competition in Two-Sided Markets", *RAND Journal of Economics* 37: 668–691.
- Baxter, W. F. (1983), "Bank Interchange of Transactional Paper: Legal and Economic Perspectives", *Journal of Law and Economics* 26: 541–588.
- Belleflamme, P., Omrani, N. ja Peitz, M. (2015), "The Economics of Crowdfunding Platforms", *Information Economics and Policy* 33: 11–28.
- Caillaud, B. ja Jullien, B. (2003), "Chicken and Egg: Competition Among Intermediation Service Providers", *RAND Journal of Economics* 34: 309–328.
- Carbó-Valverde, S., Chakravorti, S. ja Rodríguez Fernández, F. (2016), "The Role of Interchange Fees in Two-Sided Markets: An Empirical Investigation on Payment Cards", *Review of Economics and Statistics* 98: 367–381.
- Cavalcanti, R. ja Wallace, N. (1999), "Inside and Outside Money as Alternative Media of Exchange", *Journal of Money, Credit and Banking* 31: 443–457.
- EKP (2019), *Implications of digitalisation in retail payments for the Eurosystem's catalyst role*, Euroopan keskuspankki.
- Farrell, J. ja Saloner, G. (1985), "Standardization, Compatibility, and Innovation", *RAND Journal of Economics* 16: 70–83.
- Frost, J., Gambacorta, L., Huang, Y., Shin, H. S. ja Zbinden, P. (2019), "BigTech and the changing structure of financial intermediation", *BIS Working Papers* 779.

- FSB (2017), FinTech credit. Market structure, business models and financial stability implications. Report prepared by a Working Group established by the Committee on the Global Financial System (CGFS) and the Financial Stability Board (FSB).
- Hagiu, A. ja Wright, J. (2015), "Multi-sided platforms", *International Journal of Industrial Organization* 43: 162–174.
- Jackson, P. (2017), "Banks or Platforms: The Digital Future", *SUERF Policy Note* 14.
- Jain, A. K. ja Townsend, R. M. (2020), "The Economics of Platforms in a Walrasian Framework", *International Finance Discussion Papers* 1280, Board of Governors of the Federal Reserve System.
- Jullien, B., Sand-Zantman W. (2020), "The Economics of Platforms: A Theory Guide for Competition Policy", *CESifo Working Papers* 8463/2020, Munich Society for the Promotion of Economic Research.
- Kashyap, A., Rajan, R. ja Stein, J. (2002), "Banks as Liquidity Providers: An Explanation for the Coexistence of Lending and Deposit-Taking", *Journal of Finance* 57: 33–73.
- Katz, M. ja Shapiro, C. (1985), "Network Externalities, Competition, and Compatibility", *American Economic Review* 75: 424–440.
- KKV (2017), "Alustat kilpailu- ja kuluttajaoikeudellisessa tarkastelussa", *Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä* 4/2017.
- Martens, B. (2016), "An Economic Policy Perspective on Online Platforms", *Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper* 2016/05, JRC101501.
- Mattila, J., Seppälä, T. ja Lähteenmäki, I. (2018), "Kuka vie ja ketä? – Pankit alustatalouden riskittöisyydessä", *ETLA Raportti* 84.
- Mollick, E. (2014), "The Dynamics of Crowdfunding: An exploratory Study", *Journal of Business Venturing* 29: 1–16.
- Nylund, M. (2015), "Jakamistalous: Urbaanin osallistumisen ja kansalaisaktiivisuuden uusi muoto", *Arcada Working Papers* 4/2015, Ammattikorkeakoulu Arcada.
- OECD (2009), *Two-Sided Markets*, OECD.
- OECD (2020), *Digital Disruption in Banking and its Impact on Competition*, OECD.
- Oksanen, T. (2014), *Joukkorahoitus. Suomalaisen startup-ympäristön näkemykset uudesta rahoitusmuodosta*, Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu 2014.
- Rochet, J.-C. ja Tirole, J. (2002), "Cooperation among Competitors: Some Economics of Payment Card Associations", *RAND Journal of Economics* 33: 549–570.
- Rochet, J.-C. ja Tirole, J. (2003), "Platform Competition in Two-Sided Markets", *Journal of the European Economic Association* 1: 990–1029.
- Rochet, J.-C. ja Tirole, J. (2006), "Two-Sided Markets: A Progress Report", *RAND Journal of Economics* 37: 645–667.
- Rohlf, J. (1974), "A Theory of Interdependent Demand for a Communications Service", *Bell Journal of Economics* 5: 16–37.
- Rysman, M. (2004), "Competition between Networks: A Study of the Market for Yellow Pages", *Review of Economic Studies* 71: 483–512.
- Rysman, M. (2007), "An Empirical Analysis of Payment Card Usage", *Journal of Industrial Economics* 55: 1–36.
- Rysman, M. (2009), "The Economics of Two-Sided Markets", *Journal of Economic Perspectives* 23: 125–143.
- Schmalensee, R. (2002), "Payment Systems and Interchange Fees", *Journal of Industrial Economics* 50: 103–122.
- Seppälä, T., Halén, M., Juhanko, J., Korhonen, H., Mattila, J., Parviainen, P., Talvitie, J., Ailisto, H., Hyytinen, K.-M., Kääriäinen, J., Mäntylä, M. ja Ruutu, S. (2015), "Platform' – Historiaa, ominaispiirteitä ja määrittelyä", *ETLA Raportti* 47.

- Spulber, D. (2018), “The Economics of Markets and Platforms”, *Journal of Economics & Management Strategy* 28: 159–172.
- The Nilson Report (2017), “Europe General Purpose Cards”, *The Nilson Report*, Issue 1113, July 2017.
- Tilastokeskus (2018), *Työvoimatutkimus 2017*.
- Tirole, J. (2015), “Market Failures and Public Policy”, *American Economic Review* 105: 1665–1682.
- Viitanen, J., Paajanen, R., Loikkanen, V. ja Koivisto, A. (2017), *Digitaalisen alustatalouden tiekartasto*, Business Finland.
- Wright, J. (2004), “The Determinants of Optimal Interchange Fees in Payment Systems”, *Journal of Industrial Economics* 52: 1–26.