



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Tietojärjestelmätiede	Päivämäärä	27.8.2003
Tekijät	Luhtinen, Kalle ja Reuna, Tero	Matrikkelinumerot	8408 ja 8461
		Sivumäärä	
Otsikko	Luottamus, turvallisuus ja yksityisyys Internetissä organisaatioiden ja kuluttajien kannalta		
Ohjaaja	KTT Reima Suomi		

Tiivistelmä

Suomessa ei ole juurikaan tutkittu kuluttajien näkemyksiä siitä, mitä he turvallisuuteen ja yksityisyyteen liittyen Internetiltä haluavat. Koska sähköisessä kaupankäynnissä käytettävät tekniikat kehittyvät nopeasti Internetin käyttäjämäärän samalla kasvaessa, on käyttäjien turvallisuuteen ja yksityisyyteen kiinnitettävä huomiota. Sähköisen kaupankäynnin kasvua on ennustettu useissa eri lähteissä, mutta siinä on kuitenkin todettu olevan ongelmia, joista suurimpina pidetään luottamuksen puutetta vastapuolta ja käytettäviä teknologioita, kuten Internetiä, kohtaan.

Tutkimus on jaettu teoreettiseen viitekehykseen, empiriaosaan ja johtopäätöksiin. Teoriaosa muodostuu kolmesta pääluvusta, jotka käsittelevät luottamusta, turvallisuutta ja yksityisyyttä Internetissä. Luottamus on sähköisen kaupankäynnin edellytys, sillä sähköiset mediat mahdollistavat kasvottoman kaupankäynnin ja helpottavat erilaisten väärinkäytösten tekemistä. Turvallisuus ja yksityisyys ovat puolestaan tärkeimmät elementit luottamusta rakennettaessa ja turvallisuus- ja yksityisyysongelmien ratkaisemista pidetäänkin keskeisenä toimenpiteenä sähköisen kaupankäynnin kasvun kannalta.

Tutkimuksessa selvitetään, mikä on luottamuksen merkitys sähköisessä kaupankäynnissä ja miten sitä pystytään rakentamaan. Lisäksi tutkimuskohteina ovat eri turvallisuusherrat ja yksityisyyden suojaan liittyvät toimenpiteet niin organisaatioiden kuin yksityisten kuluttajien näkökulmasta. Tutkimuksen empirisen osan tarkoituksena on selvittää, mitkä tekijät vaikuttavat ostokäyttäytymiseen Internetissä ja mitkä organisaatioiden toimenpiteet lisäävät luottamusta. Lisäksi tutkitaan eri turvallisuusriskeihin suhtautumista, mitä toimenpiteitä uhkilta suojautumisessa käytetään ja miten vastaajat suhtautuvat ja varautuvat erilaisiin yksityisuhkiin.

Opiskelijoilta kerätyn datan analysointia varten muodostettiin hypoteeseja, joita testattiin erilaisin menetelmin. Tutkitun aineiston perusteella voidaan todeta, että muun muassa Internet-yhteyden nopeudella, vastaajan sukupuolella ja myyjän suomalaisuudella on merkitystä ostokäyttäytymiseen ja luottamuksen rakentamiseen. Turvallisuus- ja yksityisyystoimenpiteiden tunteminen riippuu Internetin käyttömäärästä ja suomalaisia sivustoja pidetään ulkomaisiin verrattuna vähemmän riskialttiina erilaisten turvallisuus- ja yksityisyysriskien toteutumisen kannalta.

Asiasanat	Internet, sähköinen kaupankäynti, luottamus, turvallisuus, yksityisyys
Muita tietoja	