



| |
|---|
| X |
| |
| |

| | | | |
|------------|---|------------------|-----------|
| Oppiaine | Liiketaloustiede, tietojärjestelmätiede | Päivämäärä | 30.5.2008 |
| Tekijä(t) | Mikko Tuomainen | Matrikkelinumero | |
| | | Sivumäärä | 61 |
| Otsikko | Kuluttajansuoja ja verkkokauppa – kuluttajansuojan kokeminen verkkokauppaa harjoittavissa yrityksissä | | |
| Ohjaaja(t) | KTT Hannu Salmela | | |

Tiivistelmä

Kuluttajansuojalainsäädäntö muuttui EU:n vaikutuksesta Suomessa 2000-luvun alussa. Tämä toi uusia normeja etäkaupan osalle, jolloin verkkokaupalta puuttunut sääntely tuli määräämättömäksi ja selkeämmäksi kuin aiemmin. Tämä loi mielenkiintoisen mahdollisuuden tutkia miten verkkokauppaa harjoittavat yritykset kokevat kuluttajansuojan ja sen merkityksen heidän liiketoiminnassaan. Vertailuasetelman aikaansaamiseksi mukaan valittiin eri lähtökohdista verkkokaupan aloittaneita yrityksiä.

Tutkimus toteutettiin teemahaastattelujen kautta, jotta yrityksille uudesta asiasta saataisiin syvällisempi näkemys ja samalla mahdollistettiin vastausten varmistus eri näkökulmista. Haastateltavia yrityksiä oli seitsemän, joista kuusi antoi luvan käyttää tuloksia raportissa. Viisi yritystä kieltäytyi osallistumasta tutkimukseen. Raportoiduista yrityksistä puolet oli perinteisiä, postimyyntitaustaisia suuria toimijoita ja puolet verkkokaupan myötä syntyneitä yrityksiä. Näin saatiin aikaiseksi mielenkiintoinen vertailupohja erityyppisten yritysten kokemuksista.

Tutkimuksen perusteella käy ilmi, että vakavasti liiketoimintaansa suhtautuvat ja kasvuhakuiset yritykset pyrkivät noudattamaan kuluttajansuojan säännöksiä hyvin tarkasti ja tarjoamaan jopa lakimääräistä suojaa parempaa turvaa asiakkailleen. Kuluttajansuojan noudattaminen ja eettinen toiminta ylipäätään koettiin erityisen tärkeäksi silloin, kun yrityksellä oli brandi-arvo suojeltavanaan. Eroja eri lähtökohdista verkkokauppaan tulleiden yritysten osalta löytyi, mutta kaikki tutkimukseen osallistuneet yritykset olivat kuitenkin hyvällä tasolla kuluttajansuojan osalta. Mahdollisesti kuluttajansuojan merkitys liiketoimintaan oli suurempi perinteisillä, postimyyntitaustaisilla toimijoilla kuin uudemmilla ATK-tarvikkeita verkossa myyvillä yrityksillä.

| | |
|---------------|-------------------------------|
| Asiasanat | Kuluttajansuoja, verkkokauppa |
| Muita tietoja | |