

SÄHKÖISEN KULUTTAJAKAUPAN SÄÄNTELY JA ITSESÄÄNTELY KEHITTYVÄT RIPEÄSTI

Sähköisen kuluttajakaupan kasvun on pitkään ennustettu kiihtyvän. Kuluttajat eivät kuitenkaan ole innostuneet tekemään niin paljon sähköisiä ostoksia kuin on ennustettu. Kuluttajien ei katsota luottavan sähköiseen kaupankäyntiin. Hitaan kasvun yhtenä selityksenä ja luottamuksen puutteen syynä pidetään kaupan sääntelyn puutteita totesi **erikoistutkija Petteri Repo** esitellessään Kuluttajatutkimuskeskuksessa valmistunutta tutkimusta Kuluttajat sähköisen kaupan sääntelyssä ja itsesääntelyssä.

Lainsäädäntöneuvos Marjo Lahelma oikeusministeriöstä kertoi sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin kansallisen täytäntöönpanon edistymisestä.

Kuluttajat sähköisen kaupan sääntelyssä ja itsesääntelyssä- tutkimuksessa tarkastellaan sähköisen kuluttajakaupan sääntelijöiden näkemyksiä sääntelystä, itsesääntelystä ja kuluttajista. Sääntelyllä tarkoitetaan julkista, lakiin pohjautuvaa sääntelyä ja itsesääntelyllä yksityisiä ohjeistuksia. Sähköisen kuluttajakaupan sääntely ja itsesääntely on kehittynyt ja kehittyy edelleen ripeästi. Siksi sääntelijöiden ja itsesääntelijöiden näkemykset sääntelystä, itsesääntelystä ja kuluttajista ovat tärkeitä. Ne kertovat siitä, millainen tuleva sääntely-ympäristö on.

Sääntelyn ja itsesääntelyn tila on hyvä

Sääntelyn ja itsesääntelyn tilaa pidetään Suomessa varsin hyvänä, vaikka myönnetäänkin, että parannettavaa on. Sääntelyn ja itsesääntelyn ei kuitenkaan toivota ohjaavan teknologista kehitystä. Suomessa sääntelijöiden ja itsesääntelijöiden väliset yhteydet ovat tiiviit. Tieto kulkee, koska se on tapa ajaa asioita.

Kuluttaja vai kansalainen?

Sääntelijät ja itsesääntelijät pitävät kuluttajan ja kansalaisen välistä eroa mielenkiintoisena, mutta eivät kuitenkaan yleensä erityisen tärkeänä. Tietoyhteiskuntakehityksessä kansalaisuutta arvostetaan enemmän, mutta erityisesti julkisten palvelujen kohdalla rajanveto ei ole selkeä.

Sähköisiä ostoksia tekevät ovat edelläkävijöitä

Sähköisiä ostoksia tekeviä kuluttajia kuvataan edelläkävijöiksi. Markkinoiden sääntelyä ja itsesääntelyä ei kuitenkaan kehitetä näille edelläkävijöille vaan kuluttajien suurelle massalle. Sähköisen kaupan uskotaan tulevaisuudessa jollain tavoin koskettavan kaikkia kuluttajia.

Kuluttajan oltava kriittinen

Tietoyhteiskunta-ajan kuluttajalta edellytetään kriittisyyttä ja omatoimisuutta. Neuvonnan merkitys korostuu suojan kustannuksella. Vastavuoroisesti sähköisen kaupan toivotaan helpottavan kuluttajien arkipäivää.

Kolme eri näkökulmaa kuluttajuuteen

Kuluttajia tarkasteltaessa korostuu kolme näkökulmaa. Julkiset sääntelijät korostavat erityisesti kuluttajuuden oikeudellista puolta. Elinkeinoelämän edustajat korostavat vastaavasti kaupallista puolta. Kuluttajajärjestöt puolestaan korostavat käytännöllisyyttä. Näkökulmat kuvastavat myös eri osapuolten uskomuksia siitä, mikä lopulta ratkaisee sähköisen kuluttajakaupan menestyksen.

Lisätietoja: erikoistutkija Petteri Repo, Kuluttajatutkimuskeskus, puh (09) 7726 7765,
petteri.repo@kuluttajatutkimuskeskus.fi

Tilaukset: Tutkimusta Kuluttajat sähköisen kaupan sääntelyssä ja itsesääntelyssä, Repo Petteri, Julkaisuja 1/2002, voi tilata Kuluttajatutkimuskeskuksesta, PL 5, 00530 Helsinki, puh (09) 7726 7718,
eija.niiranen@kuluttajatutkimuskeskus.fi. Julkaisu maksaa 16,80 €