

MERKINNÖILLÄ ITSESÄÄNTELYÄ SÄHKÖISEEN KAUPPAAN

Sähköisen kaupan itsesääntelyratkaisuilla kehitetään käytäntöjä kaupaille ja tarjotaan palveluja kuluttajille. Kuluttajatutkimuskeskuksessa julkaistussa keskustelualoitteessa ”Merkinnöillä itsesääntelyä sähköiseen kauppaan” tarkastellaan, mitä suomalaiset Sähköisen kuluttajakaupan pelisäännöt, luottamusmerkit ja sähköiset maksutavat tarjoavat kaupaille ja kuluttajille.

Sähköisen kaupan itsesääntely lisääntyy

Sähköisen kaupan itsesääntely on lisääntymässä Euroopassa eikä Suomi tee siitä poikkeusta. Sääntelyllä tarkoitetaan julkisen vallan toimia markkinoilla ja itsesääntelyllä vastaavia yksityisiä toimia. Itsesääntelyratkaisuilla pyritään kehittämään niitä pelisääntöjä, joilla kauppaa käydään. Itsesääntelyä pidetään usein sääntelyn vaihtoehtona ja kilpailijana, mutta tässä yhteydessä se pikemminkin luo käytäntöjä kaupaille ja palveluja kuluttajille kuin korvaa sääntelyä. Siinä mielessä itsesääntely on tietoyhteiskuntapalvelu.

Internetin kehitystä on leimannut sen sääntelyn vähäisyys. Se ei kuitenkaan ole rohkaissut kuluttajia sähköiseen kaupankäyntiin. Kuluttajien epäluottamusta Internetkaupan turvallisuutta kohtaan pidetään edelleen tärkeänä syynä sähköisen kuluttajakaupan vaatimattomalle kehitykselle. Edes sääntelyn ja itsesääntelyn kehitys ei ole merkittävästi parantanut tilannetta.

Luottamusmerkkejä ja käytännesääntöjä

Luottamusmerkinnät ja käytännesäännöt ovat yleisiä sähköisen kaupan itsesääntelyn muotoja. Kauppa saa merkinnän sivulle, jos se noudattaa merkinnän myöntäjän asettamia sääntöjä. Sähköisten maksutapojen merkinnät toimivat samalla tavalla. Merkinnällä kauppa voi viestittää kuluttajille olevansa luotettava. Käytännesääntöjen noudattamisesta ei tällaista merkintää saa. Itsesääntelyn noudattamisesta kauppa saa kummassakin yhteydessä jonkinlaisen kilpailuedun. Toistaiseksi näiden itsesääntelyratkaisujen ei voi katsoa juurikaan vääristävän kauppojen välistä kilpailua.

Palveluja kuluttajille ja käytäntöjä kaupaille

Itsesääntelyratkaisujen synty ja tarjonta kertoo siitä, mitä elinkeinoelämä katsoo tärkeäksi sähköisen kuluttajakaupan kehittämisessä. Tällä hetkellä sääntöjen lisäksi tarjotaan mm. informaatiota, vakuutuksia, maksutapoja ja riitojen ratkaisua. Säännöt puolestaan tarjoavat käytäntöjä kaupaille.

On vielä liian aikaista arvioida näitä itsesääntelyjärjestelmiä kokemusten perusteella. Tulevaisuudessa itsesääntelyratkaisuja voidaan hyödyntää kuluttajien kannalta tavallista hankalammassa sähköisen kaupan muodoissa kuten esimerkiksi rajat ylittävässä kaupassa ja mobiilikaupassa. Rajat ylittävässä kaupassa kuluttajalainsäädännön tunteminen ja riitojen ratkaiseminen ovat kuluttajalle vaikeampia kuin kotimaisessa kaupassa. Mobiiliväliseisiin ei toistaiseksi ole mahdollista tarjota kätevästi yhtä paljon informaatiota kuin Internetiin yhdistettyyn tietokoneeseen.

Lisätietoja:

Erikoistutkija Petteri Repo, puh (09) 7726 7765, sähköposti petteri.repo@kuluttajatutkimuskeskus.fi

Tilaukset: ”Merkinnöillä itsesääntelyä sähköiseen kauppaan, Repo Petteri, Kuluttajatutkimuskeskuksen keskustelualoitteita 31/2001. Julkaisun hinta on 11,6 € Julkaisua voi tilata Kuluttajatutkimuskeskuksesta, PL 5, 00531 Helsinki, puh (09) 7726 7702, faksi (09) 7726 7715, sähköposti arja.luoto@kuluttajatutkimuskeskus.fi