

KULUTTAJANSUOJAN TUNNETTUUS ELINKEINONHARJOITTAJIEN JA KULUTTAJIEN KESKUUDESSA

ANU RAIJAS



Kilpailu- ja
kuluttajavirasto



Julkaisija

Kilpailu- ja kuluttajavirasto

Puhelinvaihe: 029 505 3000

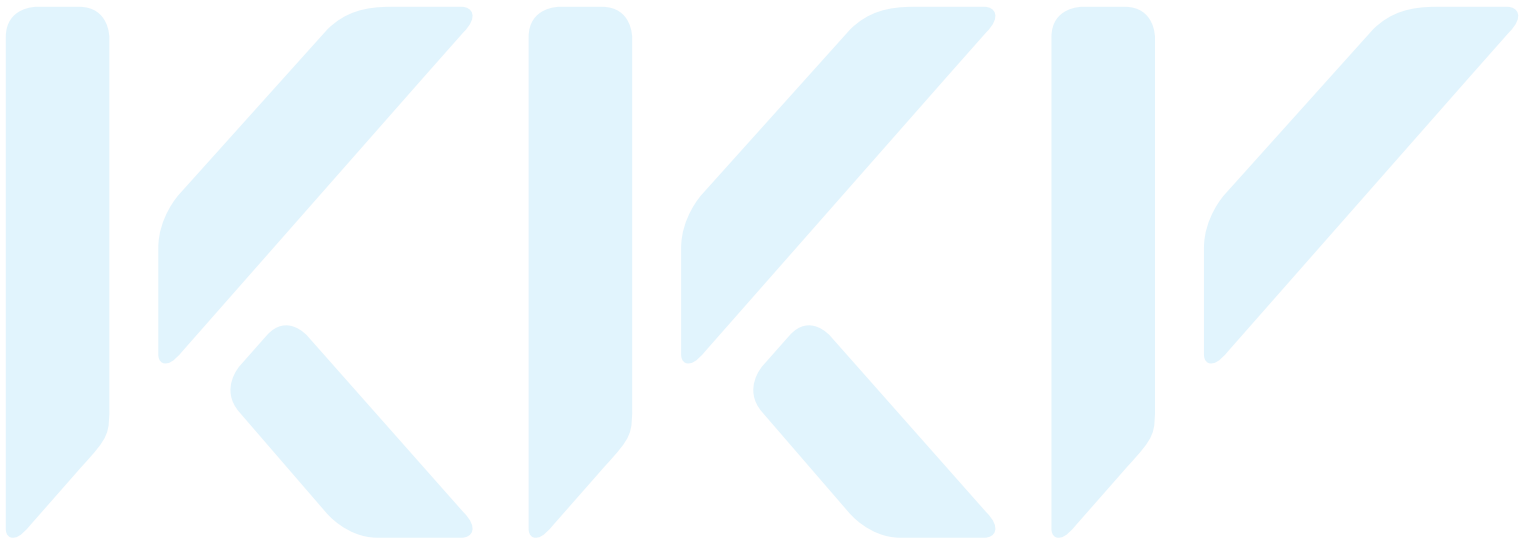
Sähköposti: kirjaamo@kkv.fi

Muut julkaisut: kkv.fi/julkaisut

ISSN-L 2323-6922

ISSN 2323-6930 (pdf)

ISBN 978-952-6684-50-5 (pdf)



ANU RAIJAS

KULUTTAJANSUOJAN
TUNNETTUUS ELINKEINON-
HARJOITTAJIEN JA KULUTTA-
JIEN KESKUUDESSA

KILPAILU- JA KULUTTAJAVIRASTON SELVITYKSIÄ 2/2018



ESIPUHE

Terveillä markkinoilla kuluttajien tulee voida luottaa myyjien ja palveluntarjoajien vastuulliseen toimintaan noudattaen kuluttajansuojalainsäädäntöä. Tämä tarkoittaa sitä, että kuluttajat eivät joudu myyjien tai palveluntarjoajien sopimattomien menettelytapojen, harhaanjohtavan markkinoinnin tai kohtuuttomien sopimusehtojen kohteeksi. Elinkeinonharjoittajille kuluttajansuojan osaaminen on ehdoton edellytys lakisääteisten velvollisuuksien täyttämiseksi. Myös kuluttajien tulee olla siinä määrin voimaantuneita, että he tietävät, mitä kuluttajan oikeudet pitävät sisällään. Kaikki tämä yhdessä luo toimivat markkinat, joka puolestaan edistää talouskasvua.

Eri maissa tehdyissä tutkimuksissa on ilmennyt, että kuluttajan oikeuksien hallinnassa on selviä osaamisaukkoja sekä elinkeinonharjoittajilla että kuluttajilla. Vuoden 2017 Consumer Conditions Scoreboardin tulokset osoittivat Suomessa niin elinkeinonharjoittajien kuin kuluttajien tietämyksen kuluttajansuojasta heikentyneen. Myös kuluttajansuojavalvonnassa työskentelevät lakimiehet ovat havainneet kuluttajansuojan osaamisessa on selviä aukkoja, mutta tästä asiasta ei ole olemassa tutkimustietoa. Myöskin tarkka tieto siitä, missä kaikissa yksittäisissä asioissa tietämystä ei ole, puuttuu. Niin EU:ssa kuin monessa yksittäisessä maassa on pidetty tärkeänä tämän osaamisen säännöllistä tutkimista, jotta saataisiin selville, mitä kuluttajansuojan osa-alueen osaamista olisi syytä vahvistaa.

Tällä tutkimuksella halutaan saada lisävalaistusta elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien kuluttajansuojan tietämyksen tasosta. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, kuinka hyvin nämä kaksi ryhmää tuntevat tiettyjä kuluttajansuojan ja kuluttajan oikeuksiin liittyviä yksityiskohtia sekä missä asioissa eri toimijoilla on mahdollisesti tiedollisia aukkoja. Tutkimuksessa saatavaa tietoa käytetään Kilpailu- ja kuluttajavirastossa (KKV) tehtävässä elinkeinonharjoittajien ja toimialajärjestöjen neuvontatyössä, kuluttaja-asiamiehen linjausten muotoilussa sekä kuluttajavalistuksessa ja KKV:n viestinnässä.

Vastaavanlaista tutkimusta ei ole aiemmin Suomessa toteutettu, joten se tarjoaa yleisestikin uutta ja tarkkaa tietoa elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien kuluttajansuojan osaamisen tasosta ja sisällöstä. Tutkimus nosti esille seikkoja, joihin kuluttajansuojavalvonnassa sekä -valistuksessa ja viestinnässä on tarpeen kiinnittää huomiota. Kuluttajansuojan osaamista on tarpeen tietyiltä osin lisätä molempien ryhmien keskuudessa ja vielä tärkeämpää on oikaista varsinaiset väärinkäsitykset.

Tämä tutkimusraportti sisältää elinkeinonharjoittajille ja kuluttajille suunnattujen haastatteluaineistojen tulokset. Tulosten analysoinnista ja raportin kirjoittamisesta on vastannut tutkimuspäällikkö Anu Raijas. Työryhmään ovat kuuluneet lisäksi apulaisjohtaja Katri Väänänen, lakimies Kristiina Vainio, ylitarkastaja Taina Mäntylä ja viestintäjohtaja Laura Salmi. Lisäksi raportin käsikirjoitusta ovat kommentoineet erikoistutkija Katja Järvelä ja tutkimusassistentti Taina Pohjoisaho.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto kiittää koko työryhmää sekä kaikkia niitä viraston työntekijöitä, jotka testasivat kuluttajille suunnatun haastattelulomakkeen ja antoivat siitä arvokasta palautetta.

Helsingissä elokuussa 2018

Kirsi Leivo
pääjohtaja (1.9. alkaen)

SISÄLLYS

Esipuhe.....	5
Johdanto	9
Kuluttajansuojan tunnettuuden tutkiminen	9
Tutkimuksen toteutus	12
Elinkeinonharjoittajat.....	13
Kuluttajat	18
Elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien tulosten tarkastelua rinnakkain	25
Yhteenveto ja johtopäätökset	28
Liite 1: Elinkeinonharjoittajakyselyn kysymykset	30
Liite 2: Kuluttajakyselyn kysymykset.....	32

JOHDANTO

Kuluttajien on tärkeää tuntea lakisääteiset oikeutensa voidakseen hyödyntää niitä täysimääräisesti. Oikeuksien tunteminen lisää myös kuluttajien luottamusta markkinoiden toimintaan. Elinkeinonharjoittajille hyvä tietämys kuluttajansuojasta puolestaan on ehdoton edellytys lakisääteisten velvollisuuksien täyttämiseksi. Lisäksi kuluttajansuojan osaaminen tuo yrityksille ajan ja rahan säästöä sekä mahdollistaa myös paremman asiakaspalvelun tarjoamisen, kun mahdolliset ongelmatilanteet voidaan ratkoa ilman tarpeetonta epäselvyyttä osapuolten oikeuksien sisällöstä.

Vuoden 2017 Consumer Conditions Scoreboardin tulokset osoittivat Suomessa niin elinkeinonharjoittajien kuin kuluttajien tietämyksen kuluttajansuojasta heikentyneen¹. Myös kuluttajansuojavalvonnassa työskentelevät lakimiehet ovat havainneet kuluttajansuojan osaamisessa selviä aukkokohtia, mutta tätä ei ole todennettu tutkimustiedolla. Myöskin tarkka tieto siitä, missä kaikissa yksittäisissä asioissa tietämys on heikkoa, puuttuu.

Tällä tutkimuksella halutaan saada lisävalaistusta elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien kuluttajansuojan tietämyksen tasosta. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, kuinka hyvin nämä kaksi ryhmää tuntevat tiettyjä kuluttajansuojan ja kuluttajan oikeuksiin liittyviä yksityiskohtia sekä missä asioissa toimijoilla on mahdollisesti tiedollisia aukkoja. Tutkimuksessa saatavaa tietoa voidaan käyttää Kilpailu- ja kuluttajavirastossa (KKV) tehtävässä elinkeinonharjoittajien ja toimialajärjestöjen neuvontatyössä, kuluttaja-asiamiehen linjausten muotoilussa ja KKV:n viestinnässä.

Raportin rakenne on seuraavanlainen. Ensiksi esittelen kuluttajansuojan osaamiseen liittyvää aikaisempaa tutkimusta 2010-lukuun keskittyen. Sen jälkeen käyn läpi empiirisen tutkimuksen toteutuksen. Raportoin elinkeinonharjoittajille ja kuluttajille kohdennettujen haastattelujen tulokset erikseen, minkä jälkeen vertaan molempien ryhmien tuloksia keskenään. Lopuksi esitän yhteenvedon ja tutkimuksen tulosten keskeisimpiä johtopäätöksiä.

KULUTTAJANSUOJAN TUNNETTUUDEN TUTKIMINEN

Tässä luvussa esittelen lyhyesti 2010-luvulla tehtyjä eurooppalaisia tutkimuksia, joissa on laajasti tulkittu käsitelty kuluttajansuojan osaamista. Esitellyissä tutkimuksissa ja selvityksissä aihetta on lähestytty eri näkökulmista, ja siksi ne antavat laajan ja monipuolisen kuvan sekä tästä osaamisesta että siihen vaikuttavista tekijöistä. Esitellyt tutkimukset ovat luonnollisesti vain valikoitu joukko tutkimuksia, mutta niitä on kuitenkin useampia, joten niiden tietosisältö on tämän tutkimuksen kannalta hyödyllinen.

Tälle tutkimukselle lähtösäyksenä toimi Euroopan komission kahden vuoden välein tekemä, kuluttajien olosuhteita kuvaava tulostaulu *Consumer Conditions Scoreboard*, jossa vuonna 2016 esitettiin myyjille ja kuluttajille 28 EU-maassa tietokysymyksiä kuluttajien oikeuksista². EU:ssa *myyjistä* keskimäärin 54 prosenttia ja Suomessa 56 prosenttia tiesivät kaikki esitetyt kysymykset oikein. Vuoteen 2014 verrattuna myyjien tietämys oli koko EU:n tasolla heikentynyt hieman. Myyjien tietämys kuluttajien oikeuksista vaihteli kysymyksittäin. Suomalaiset myyjät pärjäsivät EU-maista parhaiten kysymyksessä lapsille tarkoitettujen tuotteiden mainostamisesta: Suomessa 89 prosenttia myyjistä ja EU-maiden myyjistä keskimäärin 75 prosenttia tiesi oikein, että lapsille tarkoitettuja tuotteita saa mainostaa heidän vanhemmilleen. Myös kysymys markkinointimateriaalin mukana toimitetusta laskusta (laskumuotoinen tarjous) tiedettiin Suomessa parhaiten EU:ssa: Suomessa tämän tiesi oikein 72 prosenttia myyjistä, EU-maiden myyjistä keskimäärin 56 prosenttia. EU:n keskitasoa suomalaiset myyjät olivat kysymyksessä, joka käsitteli tuotteen kuvaamista ilmaiseksi, vaikka se vaati soittamisen kalliiseen palvelunumeroon (Suomessa 67 prosenttia myyjistä tiesi oikein, EU-maissa keskimäärin 65 prosenttia) sekä kysymyksessä, joka liittyi alhaisen hinnan mainostamiseen, vaikka tuotetta ei ole riittävästi varastoissa (Suomessa 38 prosenttia myyjistä tiesi oikein, EU-maissa 39 prosenttia). Lakisää-

1 European Commission (2017) Consumer Conditions Scoreboard. Consumers at home in the single market. 2017 edition. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <http://europa.eu/!WQ64gb> (viitattu 30.7.2018)

2 European Commission (2017)

teiseen virhevastuuseen³ liittyvät kysymyksen suomalaiset myyjät tiesivät heikoiden EU:ssa: Suomessa tämän tiesi 13 prosenttia myyjistä oikein, EU-maissa keskimäärin 33 prosenttia.

Consumer Conditions Scoreboardissa *kuluttajille* kaikki esitetyt kysymykset tiesivät EU-maissa oikein keskimäärin 49 prosenttia kuluttajista ja Suomessa selvästi tätä heikommin, vain 39 prosenttia. Kuluttajien keskuudessa EU:ssa keskimäärin oli tietämyksessä tapahtunut selkeää parannusta vuodesta 2014. Yksittäisistä kysymyksistä heikoin tietämys suomalaisilla kuluttajilla käsitteli etäkaupan palautusoikeutta, jonka tiesi oikein Suomessa 40 prosenttia kuluttajista, mutta keskimäärin 67 prosenttia EU-maiden kuluttajista. Aivan kuten myyjilläkin, lakisääteinen virhevastuu⁴ tiedettiin Suomessa heikoiden; tämän tiesi oikein 22 prosenttia suomalaisista kuluttajista, kun EU-maissa keskimäärin vastaava luku oli 46 prosenttia. Sen sijaan kysymyksessä mahdollisuudesta kieltäytyä ei-pyydytyistä tuotteista suomalaiset olivat parhaimpia EU-maista: sen tiesi Suomessa oikein 54 prosenttia EU-maiden keskiarvon ollessa 34 prosenttia.

Vuoden 2011 *Special Eurobarometer*⁵ tarkasteli kuluttajien tuntemaan luottamuksen sekä heidän valmiuksiensa, tietämyksensä ja varmuutensa välistä suhdetta. Empiiristä dataa kerättiin EU27-maista sekä Islannista ja Norjasta vastaajien kokonaismäärän olleen 56 470. Tietoa kerättiin seuraavista aiheista: kuluttajien matemaattiset ja taloudelliset taidot, kuluttajien tiedon taso heidän oikeuksistaan ja hinnoista, kuluttajien valituskäyttäytyminen sekä kuluttajien kokemukset harhaanjohtavista tai vilpillisistä tarjouksista. Eurobarometrin tuloksia tulkittiin niin, että kuluttajien ajateltiin olevan aiempaa voimaantuneempia. Tuloksissa suomalaiset kuluttajat sijoittuivat voimaantuneisuudessa toiseksi Norjan jälkeen. Kuluttajien voimaantuneisuus erosi sukupuolen, iän, koulutuksen, ammatin, tulojen sekä netin käytön suhteen.

Vuonna 2011 valmistunut *Consumer Empowerment Index*⁶ selvitti puolestaan kuluttajien vaikutusmahdollisuuksien perustaa. Tutkimus esitti, että kuluttajien mahdollisuudet vaikuttaa markkinoilla riippuvat valinnanmahdollisuuksien laajuudesta, informaation laadusta, kuluttajien oikeuksista ja suojasta sekä oikeuskeinojen käytöstä.

Tanskan *Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen* kohdensi kuluttajille vuonna 2011 tutkimuksen⁷, joka sisälsi 16 tietokysymystä kuluttajien keskeisistä oikeuksista ja velvollisuuksista. Kysymykset koskivat valituksia, peruuttamis- ja vaihto-oikeutta sekä virheenoikaisua. Tanskalaiset kuluttajat tiesivät keskimäärin puolet esitetyistä kysymyksistä oikein. Parhaiten tiedettiin 14 päivän peruuttamisoikeus verkko-ostoksissa, virheellisen tuotteen korjaaminen tai sen vaihtaminen uuteen sekä vaatimus esittää ostokuitti reklamaatiota tehdessä. Kuluttajat luulivat yleisesti virheellisesti, että myymälät olisivat velvollisia ottamaan vastaan kuluttajien palauttamia virheettömiä tuotteita. Kuluttajien tietämyksessä esiintyi eroja sukupuolen, iän, koulutuksen ja tulojen suhteen: osaaminen näytti olleen heikointa naisilla, nuorilla, matalasti koulutetuilla ja alhaisissa tuloluokissa.

Brittien *Consumer Council* on selvittänyt neljän vuoden välein kuluttajien osaamista. Viimeksi, vuonna 2015 kuluttajille tehtiin väittämiä sisältävä kysely, jossa testattiin heidän tietämystään oikeuksistaan ja verkko-kaupassa asioimisesta. Väittämät oli muotoiltu niin, että niihin vastattiin vaihtoehdoilla *kyllä* ja *ei*. Lisäksi kysely sisälsi kysymyksiä kuluttajien tyytyväisyydestä myyjään ja sitä, mistä hakee kuluttajaongelmiinsa apua.

3 Kysymys esitettiin seuraavasti: *Kuvitellaan, että kuluttaja on ostanut 18 kuukautta sitten jonkun kestokulutustavaran, joka menee epäkuuntoon ilman hänen syytään. Kuluttaja ei ole ostanut tai saanut tavaralle erillistä takuuta. Onko hänellä oikeus saada ilmaiseksi tavara korjatuksi tai korvaava tavara tilalle?*

4 Kysymys esitettiin seuraavasti: *Kuvitellaan, että 18 kuukautta sitten ostamasi sähkölaitte menee epäkuuntoon ilman syytäsi. Et ole ostanut tai saanut siihen erillistä takuuta. Onko sinulla oikeus saada ilmaiseksi tuote korjatuksi tai korvaava tuote tilalle?*

5 European Commission (2011) Special Eurobarometer 342. Consumer empowerment. Saatavilla: http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_342_sum_en.pdf. (Viitattu 30.7.2018)

6 European Commission, Joint Research Centre, Institute for the Protection and Security of the Citizen (2011) Consumer Empowerment Index. A measure of skills, awareness and engagement of European consumers. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Saatavilla: <https://dx.doi.org/10.2788/91744>. (Viitattu 30.7.2018)

7 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (2011) Forbrugernes kendskab til deres rettigheder og pligter. Konkurrence- og Forbrugeranalyse. Saatavilla <https://www.kfst.dk/media/2953/forbrugernes-kendskab-til-deres-rettigheder-og-pligter-08122011-analyse.pdf>. (Viitattu 30.7.2018)

Tutkimus osoitti kuluttajien tietoisuuden oikeuksistaan sekä heidän kykynsä suojautua haittaa tuottavilta ostoksilta ja erityisesti taloudellisilta haitoilta parantuneen vuodesta 2011. Valtaosa, 81 prosenttia kuluttajista ei ollut viimeksi kuluneen vuoden aikana kohdannut ongelmia tavaroiden ja palveluiden hankinnassa. Tutkimuksessa tunnistettiin kuitenkin mahdollisesti haavoittuvia kuluttajaryhmiä (nuoret, ikäihmiset, pienituloiset ja vammaiset), joiden nähtiin lähtökohtaisesti olevan heikommassa asemassa puutteellisen tietämyksen ja taitojen takia.⁸

Euroopan komission toisessa tulostauluaineistossa, *Consumer Markets Scoreboardissa*⁹, tutkitaan niin ikään kahden vuoden välein 42 kuluttajamarkkinan toimivuutta, jota kuvaavan indikaattorin¹⁰ yhtenä komponenttina on kuluttajien luottamus siihen, että myyjät ja palveluntarjoajat noudattavat kuluttajansuojalainsäädäntöä. Luottamus tässä tutkimuksessa katsotaan muodostuvan siitä, että kuluttajat eivät katso joutuneensa myyjien tai palveluntarjoajien rikkomusten, sopimattomien menettelytapojen, harhaanjohtavan markkinoinnin tai kohtuuttomien sopimusehtojen kohteeksi. Kuluttajien luottamus nähdään markkinoiden toimivuuden ja talouskasvun kannalta keskeisenä. Uusin tutkimus osoitti, että vuodesta 2013 vuoteen 2015 niin tavara- kuin palvelumarkkinoilla suomalaisten kuluttajien luottamus oli parantunut ja Suomessa kuluttajien luottamus oli EU-keskiarvoa vahvempaa.

Ruotsin *Konsumentverket* selvitti vuonna 2017 nettipaneelin avulla 1 010 vastaajalla kuluttajien omaa arviota tietämyksestään reklaatio-oikeudesta sekä takuusta. Lisäksi tutkimus sisälsi tietokysymyksiä reklaatio-oikeudesta, reklamointitahosta, lakisäateisestä takuusta ja sen pituudesta, tuotevirheestä, nettiostosten peruuttamisoikeudesta, avokaupasta, vaihto-oikeudesta sekä siitä, mistä hakee tietoa kuluttajaongelmissa. Tutkimus paljasti suuria aukkoja kuluttajien tietämyksessä, vaikka suurin osa arvioi itse tietävänsä kuluttajan oikeudet. Tuloksista voidaan poimia esimerkiksi se, että kolmasosa vastaajista tiesi oikeudesta reklamoida virheellisestä tuotteesta. Vastaajista 80 prosenttia ei tiennyt, missä ajassa reklaatio pitää tehdä virheen havaitsemisesta. Lisäksi 44 prosenttia vastasi, että olisi reklamoinut useammin, jos olisi tiennyt mahdollisuudesta reklamoida kolmen vuoden ajan. Liki kolmeneljäsosa (72 %) luuli, että nettiostokset voi peruuttaa aina, ja lähes puolet (48 %) ei tiennyt peruuttamisajan pituutta nettiostoksissa. Vain viidesosa tiesi voivansa itse valita tavan, kuinka toimia ostosta peruuttaessaan. Vastaajista 60 prosenttia ei tiennyt, että tavaralle annettava takuu on myyjälle vapaaehtoista.¹¹

Kuluttajien oikeuksien toteutumiseen markkinoilla tarvitaan toimivaa kuluttajansuojalainsäädäntöä, jota yritykset noudattavat ja josta kuluttajat ovat tietoisia. Edellä esitellyissä tutkimuksissa kävi ilmi, että kuluttajan oikeuksien hallinnassa on eri maissa selviä osaamisaukkoja sekä elinkeinonharjoittajilla että kuluttajilla. Niin EU:ssa kuin monessa yksittäisessä maassa on pidetty tärkeänä tämän osaamisen säännöllistä tutkimista, jotta saataisiin selville, mihin kuluttajansuojan osa-alueisiin erityisesti kannattaisi vaikuttaa tai millaista osaamista olisi syytä vahvistaa.

8 The Consumer Council (2016) Consumers in Control? Are we a society of informed and discerning consumers? Consumer Proficiency Progress Report for 2015–2016. Saatavilla: http://www.consumercouncil.org.uk/sites/default/files/original/39950_Consumers_in_Control_website_version.PDF. (Viitattu 30.7.2018)

9 European Commission (2016) Consumer Markets Scoreboard. Making markets work for consumers. 2016 edition. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Saatavilla: <https://dx.doi.org/10.2838/32>. (Viitattu 30.7.2018)

10 Markkinoiden toimivuutta kuvaavan indikaattorin viisi komponenttia ovat hyödykkeiden vertailtavuus, luottamus, odotusten täyttyminen, valinnanvara sekä ongelmat ja niistä aiheutuva haitta.

11 Konsumentverket (2017) Reklamationsrätt. Saatavilla: <https://www.konsumentverket.se/aktuella-konsumentproblem/nyheter-och-pressmeddelanden/pressmeddelanden/2017/ny-undersokning-fa-konsumenter-kanner-till-sina-rattigheter/> (Viitattu 30.7.2018)

TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Komission Consumer Conditions Scoreboard -aineistot antavat ylimalkaisen kuvan kuluttajan oikeuksien tietämyksestä elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien keskuudessa Suomessa. Tässä tulostaulututkimuksessa esitetyt kysymykset eivät ole kaikkien relevanteimpia Suomen kannalta, joten tarve tarkemmalle tiedolle on ilmeinen. Niinpä Kilpailu- ja kuluttajavirastossa haluttiin lähteä tarkentamaan kuvaa kuluttajan oikeuksien tietämyksestä. Edellä esitellyistä tutkimuksista saatiin hyviä vinkkejä tutkimuksen toteuttamiseen ja tätä täydennettiin kuluttajansuojavalvonnassa työskentelevien lakimiesten asiantuntijuudella. Kuluttajan oikeuksien osaamisen tutkimisessa oli tärkeää keskittyä juuri niihin seikkoihin, joissa elinkeinonharjoittajilla ja kuluttajilla valvontalakimiehet arvelevat juuri sillä hetkellä ja vallitsevissa olosuhteissa olevan ongelmia. Kuluttajansuojavalvonnan, samoin kuin valistuksen ja viestinnän tarjoama asiantuntemus oli ensiarvoisen tärkeää tämän hankkeen onnistumiseksi. Jo tutkimuksen alkuvaiheessa nostettiin esille tutkimuksellisen näytön saaminen kuluttajansuojan käytännön toteutumisessa havaittuihin ongelma-kohtiin.

Tutkimuksessa päätettiin siis mitata sitä, kuinka hyvin elinkeinonharjoittajat ja kuluttajat hallitsevat kuluttajien oikeuksia. Vaikka tutkimus keskittyi tietämykseen, sivuttiin siinä myös toimintaa eli sitä, tietävätkö vastaajat, kuinka toimia tietyssä tilanteessa.

Tutkimusaineisto päätettiin kerätä lomakekyselyllä. Kahdelle vastaajajoukolla suunnattavat lomakkeet suunniteltiin markkinatutkimusyksikön johdolla yhteistyössä kuluttajansuojavalvonnan, valistuksen ja viestinnän kanssa. Lomakkeisiin laadittiin kohtuullinen määrä yksinkertaisia ja helposti vastattavia tietokysymyksiä sekä alkuun kysymys vastaajan omasta näkemyksestä, kuinka hyvin hän arvioi tuntevansa kuluttajan oikeudet. Tietokysymysten laadinnassa päätettiin keskittyä ostoprosessiin, joka on molemmalle vastaajajoukolla tuttua ja usein toteutuvaa. Kysymyksiä laadittiin markkinoinnista, maksamisesta, reklamoinnista ja virhetilanteista sekä etämyynnistä ja erikseen vielä verkkokaupasta, koska sitä harjoitetaan tänä päivänä niin runsaasti.

Tutkimusta suunniteltaessa jouduttiin miettimään tarkoituksenmukaisinta toteuttamistapaa aineistonkeruulle (puhelinhaastattelu vai nettikysely) sekä valmiiden vastausvaihtoehtojen tarjoamista kysymyksiin. Nämä kaikki seikat vaikuttivat niin kysymysten kuin vastausvaihtoehtojen sanalliseen muotoiluun, jossa oli myös tärkeää, että vastausvaihtoehdot olivat yksiselitteisiä ja selkeästi toisensa poissulkevia. Aineistot päädyttiin keräämään puhelinhaastatteluna, jolloin vastaajat eivät voisi tarkistaa oikeaa vastausta mistään, vaan joutuisivat vastaamaan senhetkisen tietämyksensä perusteella. Tietokysymysten vastausvaihtoehdot päädyttiin pääsääntöisesti luettelemaan haastattelutilanteessa, mikä helpotti itse haastattelua ja aineiston jatkokäsittelyä, annetut haastattelijat voivat sijoittaa vastaukset valmiisiin, ennalta määriteltyihin kategorioihin.

Varsinainen aineistonkeruu ulkoistettiin tarjouskilpailun perusteella markkinatutkimusyriykselle, joksi valikoitui Suomen OnlineTutkimus Oy. Suomen OnlineTutkimus Oy:n edustajan kanssa käytiin molemmat haastattelulomakkeet tarkasti läpi ja niiden sanamuotoja muokattiin puhelinhaastatteluun sopivaksi. Haastattelujen käytännön toteuttamisesta annettiin haastattelijaille tarkat ohjeet erityisesti vastausvaihtoehtojen merkitsemisestä haastattelutilanteessa.

Kilpailu- ja kuluttajaviraston viestintä tiedotti tehtävästä tutkimuksesta ennen aineiston keruun aloittamista¹².

Analysoin tutkimusaineiston suurin jakaumin ja ristiintaulukoin erikseen kummassakin tutkittavassa ryhmässä. Ristiintaulukoinneissa tarkastelen vastaajaryhmien välisiä tilastollisesti merkitseviä eroja ja tilastollinen merkitsevyys (p) on laskettu *khiin neliö* -testillä. Tämän lisäksi vertaan elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien antamia vastauksia niiltä osin, kun se on mahdollista.

Seuraavaksi esittelen tulokset elinkeinonharjoittajien haastatteluista ja sen jälkeen kuluttajien.

12 Kilpailu- ja kuluttajavirasto (2018) KKV selvittää kuluttajansuojan tunnettuutta kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien keskuudessa. Saatavilla: <https://www.kkv.fi/ajankohtaista/Tiedotteet/2018/7.5.2018-kkv-selvittaa-kuluttajansuojan-tunnettuutta-kuluttajien-ja-elinkeinonharjoittajien-keskuudessa/> (Viitattu 30.7.2018)

ELINKEINONHARJOITTAJAT

Haastattelujen kohdentaminen kuluttajille on helppoa, mutta elinkeinonharjoittajille suunnattavan haastattelun tarkoituksenmukaista toteuttamistapaa jouduttiin pohtimaan, jotta tutkimuksessa saataisiin mahdollisimman korkealaatuinen aineisto. Elinkeinoharjoittajien haastattelut päätettiin rajata tietyille toimialalle/markkinalle, joksi kuluttajansuojavalvontalakimiehet päättivät elektroniikan vähittäiskauppaa kuluttajien kanssa tekevät yritykset. Tutkimukseen oli tärkeää saada osallistumaan vastaajia yrityksen operatiiviselta tasolta eli lähinnä myymäläpäälliköitä tai vastaavia, joiden työhön kuuluu hoitaa kuluttaja-asiakkaiden reklamaatioita ja joiden tulisi hallita kuluttajansuojan yksityiskohtia. Haastateltavaksi pyrittiin saamaan vähintään 200 vastaajaa siten, että otos olisi valitulla toimialalla edustava yrityksen liikevaihdon ja henkilöstömäärän suuruusluokan sekä maantieteellisen sijainnin (maakunta) suhteen.

Tutkimuksen otos poimittiin Asiakastiedon yhteystietorekisterin toimialaluokitteluryhmästä (TOL2008) *Sähköisten kodinkoneiden vähittäiskauppa, Tieto- ja viestintätekniisten laitteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä*. Tähän ryhmään kuuluu 1 407 toimipaikkaa ja 1 246 yritystä. Käytän Asiakastiedon yhteystietorekisterin tietoja otoksen edustavuuden arviointiin.

Haastattelut toteutettiin 14.–28.5.2018. Haastattelujen toteuttaja raportoi, että kohderyhmän toimijat saatiin tavoitettua pääsääntöisesti hyvin haastatteluihin lukuun ottamatta paria isoa ketjua. Näiden kieltäytymisten takia otoksesta ei saatu täysin edustavaa. Lisäksi osaa suurempien yritysten toimipaikoista ei saatu tavoitettua lukuisista yrityksistä huolimatta. Haastatteluja saatiin kuitenkin tehtyä yhteensä 205 kappaletta, joista 97 prosenttia kohdentui myymäläpäälliköihin tai -vastaaviin ja loput toimipaikan muihin työntekijöihin. Tässä raportissa heistä käytetään nimitystä *elinkeinoharjoittajat*, koska he edustavat tätä ryhmää.

Taulukossa 1 on tutkimuksessa mukana olevien toimipaikkojen maantieteellinen sijoittuminen. Asiakastiedon yhteystietorekisterin tietoihin verrattuna Uudenmaan, Pirkanmaan ja Varsinais-Suomen toimipaikat ovat otoksessa aliedustettuina, Pohjois-Pohjanmaan ja Keski-Suomen puolestaan hieman yliedustettuina.

Taulukko 1. Toimipaikan sijaintimaakunta.

	Lukumäärä	%
Etelä-Karjala	4	2,0
Etelä-Pohjanmaa	11	5,4
Etelä-Savo	7	3,4
Kainuu	1	0,5
Kanta-Häme	4	2,0
Keski-Pohjanmaa	5	2,4
Keski-Suomi	16	7,8
Kymenlaakso	7	3,4
Lappi	7	3,4
Pirkanmaa	13	6,3
Pohjanmaa	9	4,4
Pohjois-Karjala	12	5,9
Pohjois-Pohjanmaa	20	9,8
Pohjois-Savo	8	3,9
Päijät-Häme	10	4,9
Satakunta	9	4,4
Uusimaa	49	23,9
Varsinais-Suomi	13	6,3
Yhteensä	205	100,0

Tutkimuksessa mukana olleet toimipaikat ovat pieniä; 78 prosentissa henkilöstön määrä on alle viisi henkilöä. 16 prosentissa henkilöstöä oli 5–9 henkilöä ja henkilöstömäärältään sitä isompia toimipaikkoja on aineistossa vain kuusi prosenttia. Koon mukaan tarkasteltuna otos on varsin edustava vain alle viiden hengen toimipaikkojen osalta, joita toimialalla on 75 prosenttia toimipaikoista. Sen sijaan 5–9 henkilön toimipaikat ovat otoksessa yliedustettuina ja sitä suuremmat aliedustettuina, niiden osuudet toimialalla ovat seitsemän ja 18 prosenttia. Tämä johtuu siitä, että suuria yrityksiä saatiin osallistumaan huonosti mukaan tutkimukseen.

Myös liikevaihdon mukaan tarkasteltuna otoksen toimipaikat ovat pieniä, reilu kolmasosa vastaajista ilmoitti toimipaikan liikevaihdoksi alle 200 000 euroa. Taulukosta 2 nähdään, että 70 prosentilla toimipaikoista liikevaihto on alle miljoona euroa vuodessa. Liikevaihdon mukaan tarkasteltuna otoksen edustavuudessa olisi toivomisen varaa. Suurten yritysten aliedustavuus aineistossa johtui jo aiemmin mainitusta syystä, kun toimialan yksi suuri ketju kieltäytyi kokonaan haastatteluista ja toisestakin suuresta ketjusta saatiin vain vähäinen määrä haastatteluja.

Taulukko 2. Toimipaikan liikevaihto vuodessa. Lähde: Asiakastiedon yhteystietorekisteri.

Liikevaihto, euroa	Lukumäärä	%	%-osuus perusjoukossa
Alle 200 000	72	35,1	50
200 000–399 999	31	15,1	10
400 000–999 999	42	20,5	13
1 000 000–1 999 999	25	12,2	7
2 000 000–9 999 999	20	9,8	10
10 000 000–19 999 999	2	1,0	5
Yli 20 000 000	3	1,5	5
EOS	10	4,9	
Yhteensä	205	100,0	

Edellä esitetyistä edustavuusongelmista huolimatta aineistoa voidaan pitää kohtuullisen hyvänä, koska siinä kuitenkin on erisuuruisia yrityksiä eri puolilta maata.

Ennen varsinaisia tietokysymyksiä haastateltavia pyydettiin arviomaan viisiportaisella asteikolla sitä, kuinka hyvin he katsoivat tuntevansa kuluttajien oikeudet kaupanteossa: erittäin hyvin, hyvin, en hyvin enkä huonosti, huonosti, erittäin huonosti, EOS. Kuluttajan oikeudet koettiin hallittavan hyvin; lähes joka viides (19 %) vastaaja ilmoitti tuntevansa nämä erittäin hyvin ja reilu puolet (56 %) hyvin. Huonosti kuluttajan oikeudet ilmoitti tuntevansa vain prosentti vastaajista. Erikokoisten yritysten välillä ei ollut tilastollisesti merkitsevää eroa kuluttajien oikeuksien hallinnassa.

Kuluttajien oikeuksien tietämystä mittaavia kysymyksiä oli elinkeinonharjoittajien haastattelulomakkeessa 16 kappaletta. Ne käsittelivät kuluttajakaupassa esiintyviä erilaisia tilanteita. Kaikki elinkeinonharjoittajille esitetyt kysymykset ja niihin vastaaminen löytyvät liitteestä 1, jossa on myös tietokysymysten oikeat vastaukset.

Ensimmäisenä haastattelussa kysyttiin kuluttajakaupassa ensisijaisesti noudatettavaa lainsäädäntöä tai ehtoja. Yli puolet, 57 prosenttia, osasi vastata kysymykseen oikein eli valitsi vastaukseksi kuluttajansuojalain. Joka neljäs vastaaja arveli, että noudatettava lainsäädäntö tai ehdot riippuisivat myytävästä tuotteesta. Noin joka kymmenes puolestaan vastasi, että kuluttajakaupassa noudatettaisiin yrityksen omia sopimus- tai toimitusehtoja.

Seuraavat viisi kysymystä koskivat verkkokauppaa ja ne esitellään Taulukossa 3. Näihin kysymyksiin vastaamisen elinkeinonharjoittajat näyttivät kokeneen vaikeaksi, sillä näissä kysymyksissä yli puolet vastaajista valitsi vastausvaihtoehdon *en osaa sanoa* ja oikein vastanneiden osuus oli selvästi tätä pienempi. Tämä johtuneesi siitä, että kaikissa toimipaikoissa ei käydä verkkokauppaa. Tosin verkkokauppa on tänä päivänä niin

yleistä, että yrityksen edustajien voisi ajatella tarvitsevan tietoa verkkokaupasta myös toimiessaan itse kuluttajina. Kysymykseen *verkkokaupan palauttamisesta ja yhteydenotosta myyjään* (Kysymys 3, Taulukko 3) vain noin joka viides vastasi oikein ja joka neljäs väärin. Kysymyksessä *perutun verkkokauppaostoksen palautuskustannusten maksamisesta* 27 prosenttia osasi valita oikean vaihtoehdon. Kymmenesosa (11 %) oli sitä mieltä, että kuluttajan tulisi maksaa tavaran palautuskustannukset aina, eikä vain silloin, jos siitä on kerrottu ennen ostoa. Vastauksen kysymykseen *verkkokaupan peruuttamisoikeuden rajoittamisesta* (Kysymys 5, Taulukko 3) joka neljäs vastasi oikein. Joka kymmenes vastasi, että peruuttamisoikeutta *ei voi rajoittaa millään perusteella, koska verkkokaupassa on aina peruuttamisoikeus* ja niin ikään kymmenesosa, että peruuttamisoikeutta *voi rajoittaa millä tahansa perusteella, kun se on mainittu sopimusehdoissa*. Hintaan liittyvään kysymykseen (Kysymys 6, Taulukko 3) osattiin vastata edellisiä selvästi muita verkkokaupakysymyksiä paremmin; 40 prosenttia vastasi tähän oikein. Kysymykseen *Jos kuluttaja on ostanut tuotteen verkkokaupasta luottokortilla, eikä tuotetta toimiteta, keneltä voi vaatia rahoja takaisin* osasi reilu viidesosa vastata oikein. Haastatelluista 14 prosenttia veikkasi tähän oikeaksi vastaukseksi vain myyjää ja kahdeksan prosenttia vain luottokorttityhtiötä.

Taulukko 3. Verkkokauppaa koskeviin kysymyksiin vastaaminen (N = 205).

	Oikein vastanneiden osuus, %	EOS-vastausten osuus, %
3. Voiko kuluttaja peruuttaa verkko-ostoksen vain lähettämällä tuotteen takaisin ilman että on yhteydessä myyjään? Oikea vastaus: ei	21	55
4. Voiko myyjä edellyttää, että kuluttaja maksaa tavaran palautuskustannukset peruuttaessaan verkkokauppaostoksen? Oikea vastaus: kyllä, jos tästä on kerrottu kuluttajalle ennen ostoa	27	56
5. Millä perusteella verkkokaupan peruuttamisoikeutta voi rajoittaa? Oikea vastaus: vain sellaisella perusteella, joka on mainittu kuluttajansuojalaissa	25	56
6. Verkkokaupan sivuilla on hintavirhe, jonka johdosta tuotteelle on merkitty 10 % tarkoitettua halvempi hinta. Pitääkö tuote myydä kuluttajalle virheellisellä hinnalla, jos hän on ehtinyt tehdä tilauksen? Oikea vastaus: kyllä	40	56
7. Jos kuluttaja on ostanut tuotteen verkkokaupasta luottokortilla, eikä tuotetta toimiteta, keneltä voi vaatia rahoja takaisin? Oikea vastaus: myyjältä tai luottokorttityhtiöltä; kummalta tahansa	22	56

Seuraavat kahdeksan kysymystä käsitteivät tavaran virhevastuuta, takuuta ja palautusoikeutta. Näistä kysymyksistä reklamointiaikaa koskevaan (Kysymys 8, Taulukko 4) osattiin vastata kaikkein heikoimmin; 40 prosenttia ei osannut vastata¹³ ja 36 prosenttia esitti väriä vaihtoehtoja, useimmiten seitsemää vuorokautta virheen havaitsemisesta. Sen sijaan kysymyksiin virheen korjaamisesta (Kysymykset 9, 10 ja 11, Taulukko 4) osattiin vastata erittäin hyvin. Vain kysymyksessä tavaran virhetilanteessa virheen oikaisijaksi joka kymmenes vastaaja esitti ensisijaisesti valmistajaa tai maahantuojaa. Tavaran takuusta yrityksissä oli virheellistä tietoa; 63 prosenttia luuli, että tavaralle on lain mukaan annettava aina takuu. Käytettynä myydyin tavaran virhevastuuseen vastasi väärin joka viides vastaaja. Kysymykseen virheettömän tavaran palautuksesta (Kysymys 15, Taulukko 4) vastasi yllättävän moni väärin.

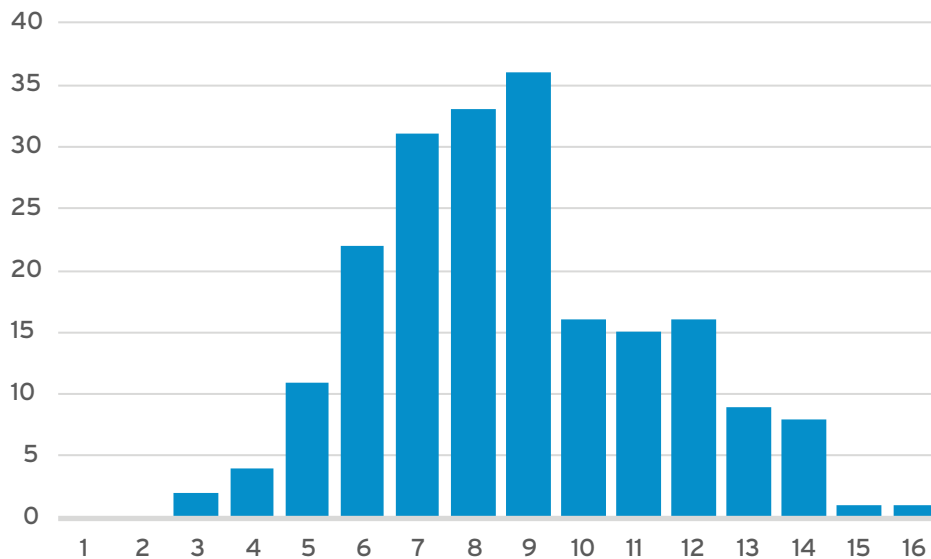
13 Tämä kysymys esitettiin ilman valmiita vastausvaihtoehtoja ja EOS-kategoriaan luokiteltiin vastaukset, jotka eivät sopineet ennalta määriteltyihin luokkiin.

Taulukko 4. Tavarán virhevastuuta, takuuta ja palautusoikeutta koskeviin kysymyksiin vastaaminen (N = 205).

	Oikein vastanneiden osuus, %	Väärin vastanneiden osuus, %
8. Kuinka monta päivää kuluttajalla on aikaa reklamoida tavarán virheestä? Oikea vastaus: valittamiselle ei ole tarkkaan määrättyä aikaa, mutta reklamaatio tulee tehdä kohtuullisessa ajassa	24	36
9. Voiko kuluttaja valittaa tuotteen virheestä ja saada hyvitystä, vaikka ostokuittia ei ole tallessa, mutta hän voi osoittaa muulla tavoin ostoajankohdan ja -paikan? Oikea vastaus: kyllä	93	6
10. Onko kuluttajalla mahdollisuus tavarán virhetilanteessa aina vaatia virheen oikaisua suoraan tavarán myyjältä? Oikea vastaus: kyllä	88	11
11. Jos asiakas hakee virheelliselle tavaralle hyvitystä (rahat takaisin/korvaava tuote), niin onko myyjällä ensin oikeus yrittää korjata tavara virhetilanteessa? Oikea vastaus: kyllä	94	4
12. Onko tavaralle lain mukaan annettava aina takuu? Oikea vastaus: ei	35	63
13. Onko kuluttajalla oikeus valittaa tavarán virheestä ja mahdollisuus saada hyvitystä, vaikka takuu olisi päättynyt? Oikea vastaus: kyllä	81	15
14. Onko myyjällä virhevastuu myös käytettynä myydystä tavarasta Oikea vastaus: kyllä	72	19
15. Voiko kuluttaja kuluttajansuojalain mukaan aina palauttaa virheettömän myymälästä ostamansa tavarán, kunhan hänellä on kuitti? Oikea vastaus: ei	69	28

Kaksi viimeistä tietokysymystä käsittelivät alaikäisen oikeutta tehdä itsenäisiä ostoksia ja sähköisen suoramarkkinoinnin ennakkosuostumusta. Näihin kysymyksiin osattiin vastata kohtuullisen hyvin. Vastaajista 59 prosenttia valitsi oikean vaihtoehdon, että alaikäinen tarvitsee ostamiseen vanhemman suostumuksen. Useampi kuin joka neljäs (27 %) tosin luuli, että alaikäinen saa tehdä tuotteen hinnasta riippumatta itsenäisesti ostoksia ja yhdeksän prosenttia uskoi, ettei alaikäinen saisi tehdä näin koskaan. Sähköiseen suoramarkkinointiin vaadittavan kuluttajan ennakkosuostumuksen osasi valita oikein kaksi kolmesta vastaajasta. Lähes joka neljäs (23 %) oli sitä mieltä, että suostumusta ei tarvita ja joka kymmenes ei osannut vastata kysymykseen.

Kuviossa 1 on oikeiden vastausten jakauma. Kuviossa näkyy, että yleisimmin toimipaikoissa osattiin vastata oikein noin puoleen esitetyistä kysymyksistä oikein; noin puolet elinkeinonharjoittajista osasi vastata 7–9 kysymykseen oikein. Aineistossa oli kuusi toimipaikkaa, joissa kysymyksiin vastattiin todella heikosti (vain kolme tai neljä kysymystä oikein) ja kaksi, jotka valitsivat kaikkiin tai lähes kaikkiin kysymyksiin oikeat vastaukset eli heillä oli oikein 15 tai 16 kysymystä.



Kuvio 1. Oikeiden vastausten jakauma (N = 205).

Edellä esitetystä näkyi, että kysymyksiin oikein vastaaminen vaihteli runsaasti: huonoiten tiedettiin kysymys, johon vain reilu viidesosa (21 %) oli osannut vastata oikein ja parhaiten, jossa lähes kaikki (94 %) olivat valinneet oikean vaihtoehdon. Kaikkein kysymysten keskiarvo oli 51 prosenttia. Verkkokauppakysymyksiin osattiin vastata heikoiten: verkkokauppakysymyksissä oikeiden vaihtoehtojen valinneiden osuuden keskiarvo oli vain 27 prosenttia. Jos nämä kysymykset poistetaan kokonaistarkastelusta, oikeiden vastausten valinneiden osuuden keskiarvo nousee 67 prosenttiin. Keskiarvot oikein vastanneiden osuuksista vaihtelivat hieman eri toimipaikoissa. Toimipaikan maantieteellisen sijainnin mukaan eroja ei juurikaan ollut lukuun ottamatta Länsi-Suomea, jonka toimipaikoista oikein vastanneiden osuuden keskiarvo oli hieman keskiarvoa alhaisempi, 48 prosenttia. Pienissä, alle viiden hengen toimipaikoissa osaaminen oli heikompaa kuin suurissa (oikein vastanneiden osuuden keskiarvo 49 prosenttia vs. 55 prosenttia) ($p=.015$). Sama näkyi myös toimipaikan liikevaihdon mukaan tarkasteltuna: vähintään miljoonan euron liikevaihdon toimipaikoissa keskimäärin 57 prosenttia vastaajista osasi valita kysymyksiin oikeat vaihtoehdot, sitä pienemmissä 48 prosenttia (200 000–999 999 euron liikevaihdon toimipaikat) ja 49 prosenttia (alle 200 000 euron liikevaihdon toimipaikat) ($p=.019$).

Jos verrataan rinnakkain elinkeinonharjoittajien todellista tietämystä kuluttajien oikeuksista heidän omaan arvioonsa, voidaan arvella heidän jossain määrin yliarvioivan omaa tietämystään. Kuten edellä todettiin, keskimäärin puolet osasivat vastata tietokysymyksiin oikein, mutta yhteensä kolme neljästä vastaajasta katsoi tuntevansa kuluttajien oikeudet kaupanteossa joko hyvin tai erittäin hyvin. Vaikka verkkokauppakysymyksetkin jätettäisiin laskelmasta pois, niin sekin on pienempi prosenttiosuus (67 %) kuin osaamisensa vähintään hyväksi arvioineiden osuus. Erilaisten yritysten kesken ei esiintynyt tilastollisesti merkitsevää eroa tässä tarkastelussa.

Yhteenvedona elinkeinonharjoittajille kohdennetusta haastattelusta voidaan todeta, että tietämys kuluttajansuojaan liittyvissä yksittäisissä kysymyksissä vaihteli erittäin paljon. Hyvitykseen liittyviin kysymyksiin osattiin toimipaikoissa vastata erittäin hyvin, kun taas verkkokauppaan liittyviin kysymyksiin reilusti yli puolet ei osannut vastata. Kivijalkakaupan puolella myös reklamointiajasta oltiin epävarmoja ja tavaramalle asetusta takuusta oli toimipaikoissa suorastaan virheellistä tietoa. Hyvitystilanteet ovat toimipaikoissa todennäköisesti tuttuja ja siksi niitä koskevat kysymykset tiedettiin hyvin.

KULUTTAJAT

Kuluttajille laaditut kysymykset testattiin Kilpailu- ja kuluttajaviraston henkilöstöllä Webropol-työkalulla toteutetulla kyselyllä. Kyselyyn osallistui virastosta yhteensä 35 henkilöä ja he antoivat hyviä parannusehdotuksia niin kysymysten kuin vastausvaihtoehtojen muotoiluun.

Suomen OnlineTutkimus Oy toteutti 18.5.–8.6.2018 puhelinhaastattelun kuluttajille kuluttajansuojan ja kuluttajan oikeuksiin liittyvistä yksityiskohdista. Haastatteluja tehtiin kaikkiaan 1 038 kappaletta. Tavoitteena oli saada edustava otos suomalaisista kuluttajista sukupuolen, iän (18–84-vuotiaat), koulutuksen, ammattiaseman ja asuinpaikan suhteen.

Puhelinhaastatteluihin saatiin haastateltavaksi hyvin sekä mies- että naisvastaajia; heitä oli mukana täsmälleen yhtä paljon. Kuluttajia eri ikäryhmistä saatiin tavoitettua edustavasti, kuten Taulukko 5 osoittaa. Kun otosta verrataan Tilastokeskuksen väestötilaston tietoihin¹⁴, huomataan otoksen edustavan varsin hyvin 18–84-vuotiasta väestöä Suomessa. Aineistossa on vain jonkin verran yliedustettuina vanhimmat vastaajat ja aliedustettuina nuorimmat ja 45–54-vuotiaat.

Taulukko 5. Kuluttajavastaajien jakautuminen ikäryhmiin. Lähde: Suomen virallinen tilasto (2018).

Ikäryhmä, vuotta	Lukumäärä	%	%-osuus perusjoukossa
18–24	87	8,4	10,4
25–34	171	16,5	16,4
35–44	156	15,0	15,9
45–54	155	14,9	16,2
55–64	177	17,1	17,0
65–74	180	17,3	15,8
75–84	112	10,8	8,3
Yhteensä	1038	100,0	100,0

Taulukosta 6 nähdään, että vastaajien maantieteellinen sijoittuminen noudattaa erittäin hyvin perusjoukon asuinpaikkajakaamaa¹⁵.

Taulukko 6. Kuluttajavastaajien jakautuminen asuinpaikan mukaan. Lähde: Suomen virallinen tilasto (2018).

	Lukumäärä	%	%-osuus perusjoukossa
Etelä-Karjala	24	2,3	2
Etelä-Pohjanmaa	38	3,7	4
Etelä-Savo	27	2,6	3
Kainuu	13	1,3	1
Kanta-Häme	25	2,4	3
Keski-Pohjanmaa	13	1,3	1
Keski-Suomi	46	4,4	5
Kymenlaakso	36	3,5	3
Lappi	35	3,4	3
Pirkanmaa	100	9,6	9

14 Suomen virallinen tilasto (2018) Väestörakenne. Helsinki: Tilastokeskus. Saatavilla: <http://www.stat.fi/til/vaerak/tau.html>. (Viitattu 30.7.2018)

15 Suomen virallinen tilasto (2018)

Pohjanmaa	31	3,0	3
Pohjois-Karjala	31	3,0	3
Pohjois-Pohjanmaa	74	7,1	8
Pohjois-Savo	50	4,8	5
Päijät-Häme	51	4,9	4
Satakunta	36	3,5	4
Uusimaa	315	30,3	30
Varsinais-Suomi	93	9,0	9
Yhteensä	1038	100,0	100

Taulukko 7 esittelee vastaajien koulutusta. Vastaajat ovat hyvin korkeasti koulutettuja, lähes joka viidennellä on yliopisto-/korkeakoulututkinto ja 16 prosenttia on käynyt vain perus- tai kansakoulun. Vastaajat ovatkin koulutumpia kuin väestö keskimäärin ja matalasti koulutettujen osuus on puolestaan selvästi väestöä pienempi¹⁶.

Taulukko 7. Kuluttajavastaajien ylin koulutus.

	Lukumäärä	%
Perus- tai kansakoulu	164	15,8
Ammatti-, tekninen- tai -kauppakoulu	336	32,4
Ylioppilas/lukio	96	9,2
Opisto	96	9,2
Ammattikorkeakoulu	139	13,4
Yliopisto tai korkeakoulu	199	19,2
Muu koulutus	8	0,8
Yhteensä	1038	100,0

Vastaajista kolmasosa on eläkeläisiä ja seuraavaksi suurin ryhmä on työntekijät, kuten Taulukosta 8 nähdään. Muiden ryhmien osuudet ovat alle kymmenen prosentin.

Taulukko 8. Kuluttajavastaajien ammatti tai asema.

	Lukumäärä	%
Yrittäjä	58	5,6
Johtava asema	25	2,4
Muu ylempi toimihenkilö, asiantuntija	86	8,3
Toimihenkilö	71	6,8
Työntekijä	301	29,0
Maanviljelijä	12	1,2
Opiskelija/koululainen	70	6,7
Eläkeläinen	352	33,9
Kotiäiti/-isä	14	1,3
Työtön	43	4,1
Muu	6	0,6
Yhteensä	1038	100,0

16 Suomen virallinen tilasto (2018) Väestön koulutus rakenne . Helsinki: Tilastokeskus.
Saattavilla: <http://www.stat.fi/til/vkour/index.html>. (viitattu: 30.7.2018)

Kuluttaja-aineistoon voi olla erittäin tyytyväinen, sillä vastaajien taustat ovat hyvin monipuoliset ja aineisto on monelta osin suomalaista aikuisväestöä edustava. Vaikka aineistossa ovat yliedustettuina ikäihmiset ja korkeasti koulutetut, siitä ei ole haittaa tutkimuksen tavoitteen kannalta.

Myös kuluttajia pyydettiin arvioimaan viisiportaisella asteikolla sitä, kuinka hyvin he katsovat tuntevansa oikeutensa kuluttajina ostoksia tehdessään. Kuluttajat kokivat hallitsevansa oikeutensa heikommin kuin mitä elinkeinonharjoittajat ilmoittivat osaavansa kuluttajan oikeudet. Vain seitsemän prosenttia kuluttajista ilmoitti tuntevansa kuluttajan oikeudet erittäin hyvin ja puolet hyvin. Huonosti kuluttajan oikeudet kertoi tuntevansa kahdeksan prosenttia vastaajista. Taustamuuttujista vain ammatilla tai asemalla oli vaikutusta kuluttajien oikeuksien hallinnan kokemiseen: parhaiten oikeudet kokivat hallitsevansa johtavassa asemassa, asiantuntijana tai toimihenkilönä työskentelevät, huonoiten työttömät (p=.013).

Kuluttajien lomakkeessa oli 15 tietokysymystä, ja ne olivat yksinkertaisia kysymyksiä erilaisista kuluttajakaupassa esiintyvistä tilanteista. Kaikki kuluttajille esitetyt kysymykset ja niihin vastaaminen löytyvät liitteestä 2, josta löytyvät myös tietokysymysten oikeat vastaukset.

Ensimmäisenä kuluttajilta kysyttiin vertaiskaupan kuluttajansuojasta ja mahdollisuudesta saada tarvittaessa apua kuluttajaneuvonnasta. Oikean vastauksen – *En voi vedota kuluttajansuojaan enkä saa apua neuvonnasta* – valitsi vain 16 prosenttia vastaajista. Yleisin vastaus oli, että kuluttaja voisi *vedota kuluttajansuojaan ja saada neuvonnasta apua*, tämän valitsi 37 prosenttia vastaajista. Kolmannes vastaajista oli sitä mieltä, että *vaikei voisi vedota kuluttajansuojaan, voisi saada neuvonnasta apua*.

Seuraavaksi esitettiin kaksi erillistä kysymystä sopimusten irtisanomisesta. Näihin molempiin kysymyksiin osasi vastata oikein 62 prosenttia vastaajista. Taulukosta 9 tosin nähdään, että sopimuksen irtisanomisessa esiintyi varsin monella kuluttajalla myös vääriä uskomuksia.

Taulukko 9. Sopimuksen irtisanominen, % vastaajista (N = 1 038).

Toistaiseksi voimassa oleva sopimus, %		Määräaikainen sopimus, %	
14 vrk kuluttua sopimuksen tekemisestä	11	14 vrk kuluttua sopimuksen tekemisestä	17
1 kk kuluttua sopimuksen tekemisestä	5	1 kk kuluttua sopimuksen tekemisestä	7
Aina halutessaan	17	Aina halutessaan	6
Sopimusehtojen mukaisesti	62	Sopimusta ei voi irtisanoa kesken sopimuskauden	62
EOS	5	EOS	EOS8

Virheettömän tuotteen palauttamisesta kauppaan kuluttajilla oli yleisesti vääriä käsityksiä, sillä noin puolet luuli virheellisesti, että tuotteen saa palauttaa aina. Oikea vastaus olisi ollut, että *tuotteen saa palauttaa, jos siitä on erikseen sovittu tietyillä ehdoilla*, minkä valitsi pienempi osuus, 45 prosenttia vastaajista.

Myös kuluttajille esitettiin joukko kysymyksiä verkkokaupasta. Nämä näkyvät Taulukossa 10. Kuluttajat valitsivat näissä kysymyksissä elinkeinonharjoittajia useammin jonkun muun annetuista vastausvaihtoehdoista kuin *en osaa sanoa*; vain 14–16 prosenttia kuluttajavastaajista ei osannut valita mitään annetuista vaihtoehdoista, mikä on selvästi vähemmän kuin elinkeinonharjoittajien keskuudessa. Monen kysymyksen

kohdalla vastaukset kuitenkin hajaantuivat eri vaihtoehtoihin, mikä kertoo kuluttajien oikeuksien epäselvyyksistä verkko-ostamisessa myös kuluttajien keskuudessa. *Oikeudesta peruuttaa verkossa tehty ostos* jopa 42 prosenttia kuluttajista oli virheellisesti sitä mieltä, että se on *mahdollista aina* ja joka viides katsoi sen olevan *mahdollista vain, jos myyjä on tarjonnut oikeuden tähän* (Kysymys 6, Taulukko 10). Vaikka verkossa tehdyn ostoksen peruuttamisaika tiedettiin melko hyvin, joka neljäs vastaaja esitti sen riippuvan *myyjäyrityksen sopimusehdoista* ja joka kymmenes esitti sen olevan *seitsemän päivää tuotteen vastaanottamisesta*. Niin ikään verkko-ostoksen palauttamista koskevaan kysymykseen osattiin vastata jokseenkin hyvin. Kysymykseen rahojen vaatimisesta toimittamatta jääneestä verkko-ostoksesta osasi oikein vastata vain kolmasosa; 29 prosenttia vaatisi rahoja takaisin vain myyjältä ja joka viides (21 %) vain luottokorttiyhtiöltä.

Taulukko 10. Verkko kauppaa koskeviin kysymyksiin vastaaminen (N = 1 038).

	Oikein vastanneiden osuus, %	Väärin vastanneiden osuus, %
6. Onko sinulla oikeus peruuttaa verkossa tehty ostos? Oikea vastaus: kyllä, mutta tietyin poikkeuksin	21	63
7. Kuinka kauan sinulla on vähintään aikaa peruuttaa verkossa tehty tavarastost? Oikea vastaus: 14 päivää tuotteen vastaanottamisesta	43	43
8. Voitko peruuttaa verkko-ostoksesi vain lähettämällä tuotteen takaisin, ilman että olet yhteydessä myyjään? Oikea vastaus: en	46	40
9. Kun olet ostanut tuotteen verkkokaupasta luottokortilla etkä saa tuotetta, keneltä vaatisit rahoja takaisin? Oikea vastaus: myyjältä tai luottokorttiyhtiöltä; kummalta tahansa	34	50

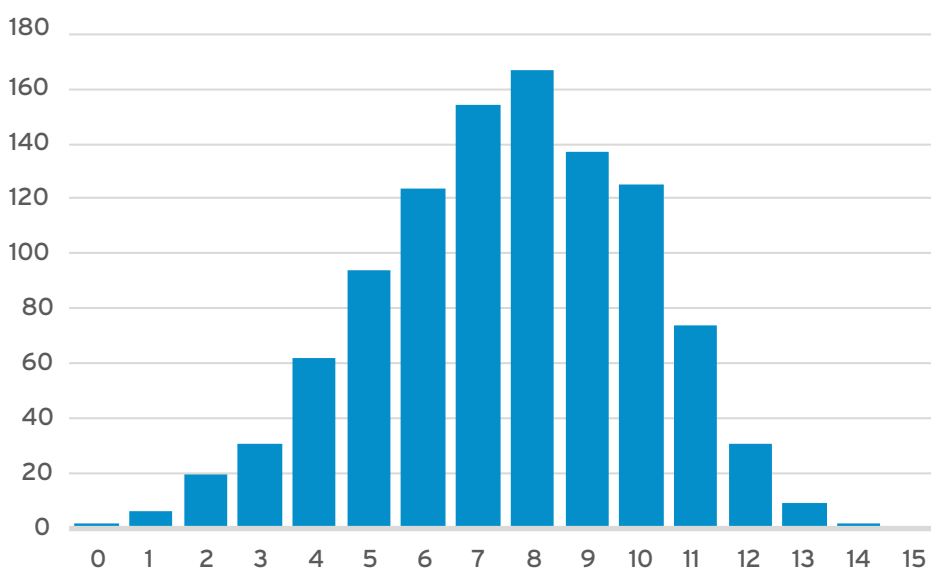
Virheenoikaisua ja takuuta koskeviin kysymyksiin kuluttajat vastasivat kohtuullisen hyvin, kuten taulukosta 11 nähdään. Näissä kysymyksissä kuluttajat antoivat reippaasti vastauksia, sillä vain alle neljä prosenttia vastauksista päätyi *en osaa sanoa* -luokkaan. Virheellisen tavarantoimituksen valitusajasta (Kysymys 10, Taulukko 11) varsin moni, 29 prosenttia vastaajista, oli sitä mieltä, että valitus tulee tehdä seitsemän vuorokauden aikana virheen havaitsemisesta. Tavarantoimituksen takuuseen liittyvissä kysymyksissä (Kysymykset 11 ja 13, Taulukko 11) joillekin kuluttajille näytti olevan epäselvää se, voiko tavarantoimituksen virheestä saada hyvityksen vielä tavarantoimituksen takuun päätyttyä. Kuluttajat tiesivät hyvin sen, että voivat olla oikeutettuja hyvitykseen ilman ostokuittiakin, jos pystyvät muutoin todistamaan tavarantoimituksen tarkkan ostoaikakohdan ja -paikan.

Taulukko 11. Virheenoikaisua ja takuuta koskeviin kysymyksiin vastaaminen (N = 1038).

	Oikein vastanneiden osuus, %
10. Minkä ajan kuluessa sinulla on oikeus valittaa virheellisestä tavarasta? Oikea vastaus: valittamiselle ei ole tarkkaan määrättyä aikaa, mutta valitus tulee tehdä kohtuullisessa ajassa virheen havaitsemisesta	67
11. Olet ostanut tavarantoimituksen, jossa huomaat jonkin virheen, ja haet myyjältä hyvitystä, eli joko rahoja takaisin tai uutta virheetöntä tuotetta tilalle. Onko myyjällä ensin oikeus yrittää korjata tavara tällaisessa virhetilanteessa? Oikea vastaus: kyllä	76
12. Ostamassasi tavarantoimituksessa ilmenee virhe ja tavarantoimituksen takuu on päättynyt. Onko sinulla silti oikeus saada hyvitystä virheestä, jos virhe ei ole sinun aiheuttamasi? Oikea vastaus: kyllä	52
13. Ostamassasi takuunalaisessa tuotteessa on virhe ja haluat valittaa ja vaatia siitä hyvitystä, mutta ostokuitti ei ole enää tallessa. Uskotko olevasi tästä huolimatta oikeutettu hyvitykseen, jos pystyt osoittamaan jollakin muulla tavoin tarkkan ostoaikakohdan ja -paikan? Oikea vastaus: kyllä	84

Kuluttajilta kysyttiin myös määrittelyä *luoton todelliselle vuosikorolle*, johon vastasi oikein kolme neljästä (77 %) eli valitsi vaihtoehdon luoton korko sekä muut siitä aiheutuvat maksut ja kulut. Haastatelluista 15 prosenttia vastasi kysymykseen väärin ja kahdeksan prosenttia ei osannut sanoa. Kuluttajilta tiedusteltiin myös heidän *reagoimistaan aiheuttamaan perintäkirjeeseen*. Reilu puolet (52 %) osasi valita oikean vaihtoehdon, että *rekla-mointi tulee kohdentaa perintätoimistolle ja yritykselle, jonka laskua perintäkirje koskee*. Vastaajista 22 prosenttia reklamoisi vain perintätoimistoon ja 18 prosenttia yritykselle. Viimeinen kysymys koski *puhelimitse tehdyn ostoksen peruuttamista*. Tähän osattiin vastata erittäin heikosti; vain 17 prosenttia valitsi oikean vaihtoehdon, että ostoksen saa peruuttaa tietyin poikkeuksin. Haastatelluista 59 prosenttia oli virheellisesti sitä mieltä, että ostoksen voi perua aina ja 18 prosenttia vastasi, että ostoksen voi perua, jos myyjä on tarjonnut oikeuden siihen.

Kuvio 2 esittelee kuluttajien oikeiden vastausten jakauman, joka noudattaa hienosti normaalijakaamaa. Yksikään kuluttajista ei osannut vastata oikein kaikkiin kysymyksiin ja 14 kysymykseen oikein vastanneitakin oli vain kaksi vastaajaa. Toisessa päässä jakaamaa (siis sellaisia, joilla oikeita vastauksia oli korkeintaan yksi), löytyi enemmän kuluttajia, mutta heitäkään ei ollut monta.



Kuvio 2. Oikeiden vastausten jakauma (N = 1 038).

Samoin kuin elinkeinonharjoittajillakin, myös kuluttajilla oikeita vastauksia antaneiden osuuksien vaihtelu oli suuri, 16–84 prosenttia, keskiarvon ollessa sama kuin elinkeinonharjoittajillakin, 50 prosenttia. Kuluttajien kesken esiintyi joitakin tilastollisesti merkitseviä eroja osaamisessa. Miehet osasivat vastata kysymyksiin naisia hieman paremmin; miehillä oikeita vastauksia antaneiden osuuden keskiarvo oli 52 prosenttia ja naisilla 46 prosenttia ($p=.013$). Ikä vaikutti lineaarisesti oikein vastanneiden osuuteen: 25–34-vuotiailla oikeita vastauksia antaneiden osuuden keskiarvo oli 58 prosenttia, kun 65–84-vuotiailla tämä oli vain 40 prosenttia ($p=.000$). Kolme neljästä 65–84-vuotiaista vastasi korkeintaan seitsemään kysymykseen oikein, kun taas 25–34-vuotiaista, samoin kuin 45–54-vuotiaista, noin 70 prosenttia osasi vastata vähintään puoleen kysymyksistä oikein. Koulutus vaikutti tilastollisesti erittäin merkitsevästi osaamiseen. Vain perus- tai kansakoulun käyneillä oikein vastanneiden osuus oli keskimäärin 39 prosenttia, kun taas ammattikorkeakoulun käyneillä vastaava osuus oli 56 prosenttia ja yliopiston/korkeakoulun käyneillä 55 prosenttia ($p=.000$). Matalimmin koulutetut saivat vähiten oikeita vastauksia: perus- tai kansakoulun käyneistä 60 prosenttia vastasi korkeintaan seitsemään kysymykseen oikein, kun taas ammattikorkeakoulun tai yliopiston/korkeakoulun käyneistä kaksi kolmesta osasi vastata yli puoleen kysymyksistä oikein ($p=.000$). Työelämässä johto-, toimihenkilö- tai asiantuntijatehtävissä toimivien sekä opiskelijoiden tietämys näyttäisi olevan parhaita, kummassakin ryhmässä oikein vastanneiden osuus oli 58 prosenttia. Sen sijaan eläkeläisten osuus oikein vastaamisessa oli keskimäärin vain 42 prosenttia. Eläkeläisistä 14 prosenttia vastasi korkeintaan kolmeen kysymykseen oikein ja 55 prosenttia 4–7 kysymykseen oikein ($p=.000$). Maantieteellisesti tarkasteltuna Itä-Suomessa asuvat näyttäisivät hallitsevan heikoimmin kuluttajien oikeudet; heillä oikeiden vastausten keskiarvo oli vain 46 prosenttia ($p=.000$).


Taulukossa 12 tarkastellaan rinnakkain niiden erilaisten kuluttajien osuutta, jotka osasivat vastata kysymyksiin oikein sen osuuden kanssa, jotka arvioivat tuntevansa kuluttajan oikeudet hyvin tai erittäin hyvin ostoksia tehdessään¹⁷. Oletan tämän antavan osviittaa kuluttajien oman osaamisensa mahdollisesta yli- tai aliarvioimisesta. Taulukosta voidaan päätellä, että omaa osaamistaan pyrkisivät eniten yliarvioimaan yli 55-vuotiaat, Itä- ja Länsi-Suomessa asuvat, perus-/kansakoulun tai ammattikorkeakoulun käyneet, johtavassa asemassa, asiantuntijana tai toimihenkilönä työskentelevät ja eläkeläiset. Maanviljelijät¹⁸ ja työttömät sen sijaan näyttäisivät eniten aliarvioivan omaa osaamistaan.

Taulukko 12. Oikeita vastauksia antaneiden kuluttajien osuus ja oma arvio kuluttajan oikeuksien tuntemisesta kuluttajaryhmittäin.

	Oikeita vastauksia antaneet, %	%-osuus kuluttajista, jotka arvioivat tuntevansa kuluttajan oikeudet hyvin tai erittäin hyvin
Sukupuoli		
Miehet (N = 501)	52 %	55 %
Naiset (N = 499)	49 %	59 %
Ikä		
18–24 (N = 87)	56 %	58 %
25–34 (N = 171)	58 %	55 %
35–44 (N = 156)	56 %	61 %
45–54 (N = 155)	55 %	59 %
55–64 (N = 177)	49 %	62 %
65–84 (N = 292)	40 %	53 %
Asuinpaikka		
Etelä-Suomi (N = 451)	52 %	56 %
Länsi-Suomi (N = 357)	49 %	58 %
Itä-Suomi (N = 108)	46 %	59 %
Pohjois-Suomi (N = 122)	51 %	55 %
Koulutus		
Perus-/kansakoulu (N = 164)	39 %	56 %
Ylioppilas/lukio (N = 96)	55 %	49 %
Ammatti-/tekninen-/kauppakoulu + opisto (N = 432)	49 %	58 %
Ammattikorkeakoulu (N = 139)	56 %	68 %
Yliopisto/korkeakoulu (N = 199)	55 %	59 %
Ammatti tai asema		
Johtava asema + muu ylempi toimihenkilö asiantuntija + toimihenkilö (N = 182)	58 %	71 %
Yrittäjä (N = 58)	52 %	57 %
Työntekijä (N = 301)	54 %	58 %
Maanviljelijä (N = 12)	46 %	25 %
Kotiäiti/-isä (N = 14)	56 %	64 %
Opiskelija/koululainen (N = 70)	58 %	57 %
Työtön (N = 43)	49 %	40 %
Eläkeläinen (N = 352)	42 %	54 %

17 Näitä oli yhteensä 57 prosenttia kuluttajista.

18 Maanviljelijöiden lukumäärä aineistossa on hyvin pieni, joten tähän tulokseen pitää suhtautua varauksella.



Yhteenvedona kuluttajien haastattelusta voidaan todeta, että kuluttajien tietämys yksittäisissä kuluttajan oikeuksia koskevissa kysymyksissä vaihteli erittäin paljon. Kuluttajat näyttivät tietävän parhaiten sen, että ilman ostokuittiakin on mahdollisuus saada hyvitystä takuunalaisesta tuotteesta, kunhan muuten pystyy osoittamaan ostoajan ja -paikan. Myös luoton todellinen vuosikorko oli käsitteenä melko hyvin vastaajien tiedossa, kuten myös myyjän oikeus yrittää ensin korjata tavaran virhe ennen mahdollista hyvitystä. Kuluttajien suurimmat väärinkäsitykset puolestaan liittyivät puhelimitse tai verkossa tehtyjen ostosten peruuttamisoikeuteen. Kaikkein vähiten oikeita vastauksia tuli yksityishenkilöiden väliseen käytetyn tavaran myyntiin liittyvään kysymykseen. Monet kuluttajat näyttivät niin ikään yleisesti uskovan, että myymälästä ostetun virheettömän tuotteen saa aina halutessaan palauttaa, jos tulee toisiin ajatuksiin ja katuu ostopäätöstään.

ELINKEINONHARJOITTAJIEN JA KULUTTAJIEN TULOSTEN TARKASTELUA RINNAKKAIN

Elinkeinonharjoittajille ja kuluttajille esitettiin useita samoja kysymyksiä, joten tässä jaksossa vertailen keskenään ensinnäkin näiden kahden ryhmän omia arvioita kuluttajien oikeuksien osaamisesta sekä toiseksi tietokysymyksiin vastaamista. Molemmille vastaajaryhmille esitettiin tutkimuksessa samoja tietokysymyksiä yhteensä seitsemän kappaletta. Sisällöltään samanlaiset kysymykset poikkesivat jonkin verran toisistaan muotoilultaan eri vastaajaryhmissä, mutta se ei estä niiden rinnakkain tarkastelua.

Taulukossa 13 on ensinnä elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien omat arviot siitä, kuinka hyvin he katsovat hallitsevansa kuluttajien oikeuksia. Taulukosta nähdään, että elinkeinonharjoittajista suhteellisesti kuluttajia suurempi osuus katsoi hallitsevansa kuluttajien oikeudet erittäin hyvin; näin ilmoitti lähes joka viides haastatelluista elinkeinonharjoittajista. Kuluttajissa puolestaan oli suhteellisesti elinkeinonharjoittajia enemmän niitä, jotka valitsivat vastausvaihtoehdon *en hyvin enkä huonosti* tai jopa vaihtoehdon *huonosti*.

Taulukko 13. Elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien arvioita kuluttajien oikeuksien hallitsemisesta, % vastaajista.

	Elinkeinonharjoittajat (N = 205)	Kuluttajat (N = 1038)
Erittäin hyvin	19 %	7 %
Hyvin	56 %	50 %
En hyvin enkä huonosti	24 %	33 %
Huonosti	1 %	8 %
Erittäin huonosti	0 %	1 %
EOS	0 %	1 %

Oman osaamisen erilaisista näkemyksistä huolimatta elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien osaaminen tietokysymyksissä oli samanlaista; molemmissa ryhmissä keskimäärin puolet vastaajista osasi vastata kysymyksiin oikein. Kun tarkastellaan rinnakkain niiden vastaajien osuutta, jotka osasivat vastata kysymyksiin oikein sen osuuden kanssa, jotka arvioivat tuntevansa kuluttajan oikeudet hyvin tai erittäin hyvin, niin voidaan ajatella elinkeinonharjoittajien kuluttajia selvästi enemmän yliarvioivan osaamistaan.

Molemmilta ryhmiltä kysyttiin virheettömän tavaran palauttamisesta myymälään. Elinkeinonharjoittajat näyttivät tietävän kohtuullisen hyvin käytännön virheettömän tavaran palauttamisesta myymälään: 69 prosenttia vastaajista osasi vastata oikein, ettei virheetöntä tavaraa kuluttajansuojalain mukaan tarvitse ottaa vastaan. Tosin peräti 28 prosenttia heistä kuitenkin vastasi, että virheettömän tavaran saisi palauttaa myymälään. Tähän on saatettu vastata oman myymälän palautuskäytännön eikä kuluttajansuojalainsäädännön mukaisesti. Kuluttajista puolestaan jopa puolet oli sitä mieltä, että virheettömän tavaran saa palauttaa aina, vaikka oikea vastausvaihtoehto heillä olisi ollut, että tämä on mahdollista vain, jos siitä on erikseen sovittu tietyillä ehdoilla. Oikein vastanneiden osuus (45 %) oli tässä kysymyksessä hieman pienempi kuin väärin vastanneiden.

Verkko-ostamisesta esitettiin kaksi samaa kysymystä molemmille vastaajaryhmille (ks. Taulukko 14). Näissä molemmissa kysymyksissä yli puolet elinkeinonharjoittajista ei osannut ottaa mitään kantaa kysymykseen ja kuluttajistakin useampi kuin joka kymmenes teki näin. Kuluttajatkaan eivät hallinneet kovinkaan hyvin verkko-ostamisen kysymyksiä, vaikka suurin osuus heistä valitsikin molemmissa kysymyksissä oikean vaihtoehdon.

Taulukko 14. Verkkostoamiseen liittyviin kysymyksiin vastaaminen, % vastaajista

Voiko kuluttaja peruuttaa verkkostoamisen vain lähettämällä tuotteen takaisin ilman, että on yhteydessä myyjään?		
	Elinkeinonharjoittajat (N = 205)	Kuluttajat (N = 1 038)
Kyllä	24 %	40 %
Ei (oikea vastaus)	21 %	46%
EOS	55 %	14 %
Jos kuluttaja on ostanut tuotteen verkkokaupasta luottokortilla, eikä tuotetta toimiteta, keneltä hän voi vaatia rahoja takaisin?		
	Elinkeinonharjoittajat (N = 205)	Kuluttajat (N = 1 038)
Vain myyjältä	14 %	29 %
Vain luottokorttiyhtiöltä	8 %	21 %
Myyjältä tai luottokorttiyhtiöltä; kummalta tahansa (oikea vastaus)	22 %	34 %
EOS	56 %	16 %

Reklamointiin ja virheenoikaisuun liittyvissä kysymyksissä elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien näkemykset vaihtelivat jossain kohden suurestikin, kuten Taulukosta 15 nähdään. Yllättävä tulos oli esimerkiksi se, että 40 prosenttia elinkeinonharjoittajista ei osannut sanoa reklamointiajan pituutta ja vain joka neljäs osasi valita oikean vaihtoehdon. Kuluttajista sentään kaksi kolmesta valitsi tässä kysymyksessä oikean vaihtoehdon. Tuotteen virheestä valittaminen ilman ostokuittia, samoin kuin myyjän oikeus ensin korjata tavara virhetilanteessa hallittiin molemmissa vastaajaryhmissä erittäin hyvin. Tosin elinkeinonharjoittajista selvästi kuluttajia suurempi osuus osasi vastata tähän oikein. Sen sijaan kysymykseen kuluttajan oikeudesta valittaa tavaran virheestä ja mahdollisuus saada hyvitystä, vaikka takuu olisi päättynyt, osattiin yrityksissä vastata oikein hyvin kattavasti, mutta kuluttajien keskuudessa sen sijaan ei.

Taulukko 15. Reklamointiin ja virheenoikaisuun liittyviin kysymyksiin vastaaminen, % vastaajista

Kuinka monta päivää kuluttajalla on aikaa reklamoida tavaran virheestä?		
	Elinkeinonharjoittajat (N = 205)	Kuluttajat (N = 1 038)
7 vrk virheen havaitsemisesta	22 %	29 %
1 kk virheen havaitsemisesta	6 %	-
2 kk virheen havaitsemisesta	1 %	2 %
Valittamiselle ei ole tarkkaan määrättyä aikaa, mutta reklamaatio tulee tehdä kohtuullisessa ajassa (oikea vastaus)	24 %	67 %
Yritys voi määrittää ajan itse	7 %	-
EOS	40 %	2 %
Voiko kuluttaja valittaa tuotteen virheestä ja saada hyvitystä, vaikka ostokuittia ei ole tallessa, mutta hän voi osoittaa muulla tavoin ostoajankohdan ja -paikan?		
	Elinkeinonharjoittajat (N = 205)	Kuluttajat (N = 1038)
Ei	6 %	15 %
Kyllä (oikea vastaus)	93 %	84 %
EOS	1 %	1 %

Jos asiakas hakee virheelliselle tavaralle hyvitystä (rahat takaisin/korvaava tuote), niin onko myyjällä ensin oikeus yrittää korjata tavara virhetilanteessa?		
	Elinkeinonharjoittajat (N = 205)	Kuluttajat (N = 1 038)
Kyllä (oikea vastaus)	94 %	76 %
Ei	4 %	21 %
EOS	2 %	3 %
Onko kuluttajalla oikeus valittaa tavaran virheestä ja mahdollisuus saada hyvitystä, vaikka takuu olisi päättynyt?		
	Elinkeinonharjoittajat (N = 205)	Kuluttajat (N = 1 038)
Kyllä (oikea vastaus)	81 %	52 %
Ei	15 %	45 %
EOS	4 %	3 %

Elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien oikein vastaamisen vertailu osoitti, että käsitykset kuluttajien oikeuksista vaihtelevat hyvin suuresti toisistaan. Mahdolliset ristiriidat tulevat toki esille vasta silloin kun kuluttajat hakevat virheelle oikaisua ja heillä on virheellisiä käsityksiä oikeuksistaan.

YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä tutkimuksessa haluttiin selvittää, miten hyvin elinkeinonharjoittajat ja kuluttajat tuntevat kuluttajansuojan ja kuluttajan oikeuksiin liittyviä yksityiskohtia ja missä asioissa heidän tietämyksessään olisi eniten kehitettävää. Tämä selvittämiseksi laadittiin molemmille ryhmille omat haastattelulomakkeet, jotka sisälsivät yksinkertaisia kysymyksiä erilaisista kuluttajakaupassa esiintyvistä tilanteista. Näillä kysymyksillä mitattiin kuluttajansuojan tietämystä.

Elinkeinonharjoittajista suhteellisesti kuluttajia suurempi osuus katsoi hallitsevansa kuluttajien oikeudet erittäin hyvin, kun taas kuluttajissa puolestaan oli suhteellisesti elinkeinonharjoittajia enemmän niitä, jotka eivät mielestään hallinneet oikeuksia kovinkaan hyvin. Tästä huolimatta elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien osaaminen tietokysymyksissä oli hyvin samanlaista; molemmissa ryhmissä keskimäärin puolet vastaajista osasivat vastata kysymyksiin oikein. Tätä voidaan pitää kohtuullisen hyvänä tuloksena, mutta huolestuttava piirre tuloksissa on suuri vaihtelu yksittäisten kysymysten välillä. Yleisimmin toimipaikoissa tiedettiin noin puolet esitetyistä kysymyksistä, 7–9 kysymystä, oikein. Kuluttajien joukossa oikein vastattujen kysymysten määrä noudatti normaali jakaumaa. Molemmissa vastaajajoukoissa todella huonosti ja erittäin hyvin kysymykset osaavia oli vain vähän.

Kuluttajien oikeuksiin liittyvissä tietokysymyksissä elinkeinonharjoittajat osasivat vastata erittäin hyvin hyvitystä koskeviin kysymyksiin, kun taas verkkokaupakysymykset tuottivat eniten hankaluuksia. Hyvityksiin liittyvät asioinnit ovat todennäköisesti yleisiä käytännön kuluttajakaupassa, ja siksi ne tiedetään myymälöissä hyvin. Sen sijaan reklamointiajasta oltiin toimipaikoissa epävarmoja ja tavaralle asetetusta takuusta oltiin suorastaan väärässä.

Kuluttajat puolestaan tiesivät parhaiten sen, että ilman ostokuittiakin on mahdollisuus saada hyvitystä takuunalaisesta tuotteesta, kun vain pystyy jotenkin osoittamaan ostoajan ja -paikan. Myös rahaluoton todellinen vuosikorko oli käsitteenä melko hyvin vastaajien tiedossa, kuten myös myyjän oikeus yrittää korjata tavaran virhe ennen hyvityksen antamista. Kuluttajien suurimmat väärinkäsitykset koskivat puhelimitse tai verkossa tehtyjen ostosten peruuttamista. Myös yksityishenkilöiden välisen käytetyn tavaran kaupan luultiin virheellisesti kuuluvan kuluttajansuojan piiriin. Monet kuluttajat näyttävät niin ikään yleisesti luulevan, että myymälästä ostetun virheettömän tuotteen saa aina niin halutessaan palauttaa. Tämä uskomus perustuu siihen, että monet myymälät hyvänä palvelunaan tarjoavat tätä mahdollisuutta.

Niin erilaisissa yrityksissä kuin erilaisten kuluttajien keskuudessa oli merkittäviä eroja kuluttajien oikeuksien osaamisessa. Isoissa toimipaikoissa kuluttajansuojakysymykset osattiin yleisesti pieniä paremmin. Voi olla, että isoissa yrityksissä kuluttajien oikeudet ovat pieniä enemmän käytännön työssä esillä ja henkilökuntaa saatetaan myös kouluttaa enemmän. Isoissa yrityksissä joudutaan todennäköisesti pieniä enemmän selvittämään virheenoikaisutilanteita. Kuluttajien keskuudessa nuoremmat ikäryhmät vaikuttaisivat tuntevan oikeutensa kuluttajakaupassa vanhempia jonkin verran paremmin. Yli 65-vuotiailla on selkeästi heikoin osaaminen, mikä ei sinänsä ollut yllättävä tulos. Korkea koulutus ei vaikuttaisi yksin antavan hyviä eväitä kuluttajansuojan osaamiseen. Sen sijaan johtavassa asemassa, toimihenkilönä tai asiantuntijana työskentely sekä opiskelijastatus näyttivät antavan parhaimmat eväät kuluttajien oikeuksien osaamisessa.

Tutkimus antoi tarkkaa ja kuluttajansuojavalvontaan käyttökelpoista tietoa suomalaisten elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien kuluttajansuojan osaamisen tasosta ja sisällöstä. Tutkimus nosti esille seikkoja, joihin kuluttajansuojavalvonnassa sekä -valituksessa ja viestinnässä on tarpeen kiinnittää huomiota. Ensinnäkin reklamointiin ja virheenoikaisuun liittyvissä kysymyksissä elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien näkemykset erosivat toisistaan jossain kohden hyvinkin suuresti. Epäselvyys osapuolten oikeuksien sisällöstä oli ilmeinen. Hälyttävä tulos oli esimerkiksi se, että 40 prosenttia elinkeinonharjoittajista ei osannut sanoa reklamointiajan pituutta ja vain joka neljäs tiesi sen oikein. Kuluttajat tiesivät tämän paremmin, sillä kaksi kolmesta valitsi tässä oikean vaihtoehdon. Kysymys kuluttajan oikeudesta valittaa tavaran virheestä ja mahdollisuus saada hyvitystä, vaikka takuu olisi päättynyt, tiedettiin yrityksissä oikein hyvin, mutta kuluttajien keskuu-

nessa ei. Sen sijaan oikeus valittaa tuotteen virheestä ilman ostokuittia, samoin kuin myyjän oikeus ensin korjata tavara virhetilanteessa hallittiin molemmissa vastaajaryhmissä erittäin hyvin; tosin elinkeinonharjoittajat kuluttajia paremmin. Toiseksi, ottaen huomioon verkkokaupan yleisyyden tänä päivänä, ilmeni siinä pahoja tiedollisia aukkokohtia molemmilla vastaajaryhmillä, enemmän yrityksissä.

Vastaavanlaista tutkimusta ei ole aiemmin Suomessa toteutettu, joten se tarjoaa yleisestikin uutta tietoa kuluttajansuojan osaamisen tasosta. Kuluttaja-aineisto on suomalaista aikuisväestöä edustava, joten se kertoo hyvin suomalaisten kuluttajien tietämyksen tason tällä hetkellä. Kuluttaja-aineistossa ikäihmiset ja korkeasti koulutetut olivat ylläedustettuina, mutta se ei ole ongelma tutkimuksen tavoitteen kannalta. Tutkimukseen osallistuneiden yläikärajaksi otettiin 84 vuotta, joten myös seniori-ikäisten tietämys on tutkimuksessa selvitetty. Elinkeinoharjoittajien aineisto sen sijaan koskee yhtä toimialaa, sähköisten kodinkoneiden sekä tietojen ja viestintäteknisten laitteiden vähittäiskauppaa. Näihin haastatteluihin osallistui edustavuuden kannalta liian vähän suuria toimipaikkoja, mikä on syytä ottaa huomioon tuloksia tulkitessa.

Kaiken kaikkiaan tutkimus tarjosi paljon uusia tutkimustuloksia, joita voidaan hyödyntää kuluttajansuojavalvonnassa ja KKV:n viestinnässä. Kuluttajansuojan osaamista on tarpeen tietyiltä osin lisätä molempien ryhmien keskuudessa ja vielä tärkeämpää on oikaista varsinaiset väärinkäsitykset. Yrityksissä tulisi yleisestikin huolehtia kuluttajansuojalainsäädännön pääkohtien käytännön soveltamisen tiedottamisesta vähintään myymäläpäällikkö tai -vastaavatasolle. Kuluttajille tiedottaminen tulee hoitaa heidät parhaiten tavoitavissa kanavissa.

Liite 1: Elinkeinonharjoittajakyselyn (N = 205) kysymykset ja niihin vastaaminen, % vastaajista. Oikeat vastaukset merkitty vihreällä.

1. Kuinka hyvin arvioit tuntevasi kuluttajien oikeudet kaupanteossa?	
Erittäin hyvin	19 %
Hyvin	56 %
En hyvin enkä huonosti	24 %
Huonosti	1 %
Erittäin huonosti	0 %
EOS	0 %
2. Mitä seuraavista kuluttajakaupassa noudatetaan ensisijaisesti?	
Yrityksen omia sopimus- tai toimitusehtoja	9 %
Kuluttajansuojalakia	57 %
Kauppalakia	6 %
Riippuu myytävästä tuotteesta	25 %
EOS	3 %
3. Voiko kuluttaja peruuttaa verkko-ostoksen vain lähettämällä tuotteen takaisin ilman että on yhteydessä myyjään?	
Kyllä	24 %
Ei	21 %
EOS	55 %
4. Voiko myyjä edellyttää että kuluttaja maksaa tavaran palautuskustannukset peruuttaessaan verkkokauppaostoksen?	
Kyllä, aina	11 %
Kyllä, jos tästä on kerrottu kuluttajalle ennen ostoa	27 %
Ei, myyjän tulee maksaa kustannukset	6 %
EOS	56 %
5. Millä perusteella verkkokaupan peruuttamisoikeutta voi rajoittaa?	
Ei millään perusteella, koska verkkokaupassa on aina peruuttamisoikeus	9 %
Millä tahansa perusteella, kunhan se mainitaan sopimusehdoissa	10 %
Vain sellaisella perusteella, joka on mainittu kuluttajansuojalaissa	25 %
EOS	56 %
6. Oletetaan sellainen tilanne, että verkkokaupan sivuilla on hintavirhe, jonka johdosta tuotteelle on merkitty 10 % tarkoitettua halvempi hinta. Pitääkö tuote myydä kuluttajalle virheellisellä hinnalla, jos kuluttaja on jo ehtinyt tehdä tilauksen?	
Kyllä	40 %
Ei	4 %
EOS	56 %
7. Jos kuluttaja on ostanut tuotteen verkkokaupasta luottokortilla, eikä tuotetta toimiteta, keneltä hän voi vaatia rahoja takaisin?	
Vain myyjältä	14 %
Vain luottokorttiyhtiöltä	8 %
Myyjältä tai luottokorttiyhtiöltä; kummalta tahansa	22 %
EOS	56 %
8. Kuinka monta päivää kuluttajalla on aikaa reklamoida tavaran virheestä?	
7 vrk virheen havaitsemisesta	22 %
1 kk virheen havaitsemisesta	6 %
2 kk virheen havaitsemisesta	1 %
Valittamiselle ei ole tarkkaan määrättyä aikaa, mutta reklamaatio tulee tehdä kohtuullisessa ajassa	24 %
Yritys voi määrittää ajan itse	7 %
EOS / vastasi jotain muuta	40 %

9. Voiko kuluttaja valittaa tuotteen virheestä ja saada hyvitystä, vaikka ostokuittia ei ole tallessa, mutta hän voi osoittaa muulla tavoin ostoajankohdan ja -paikan?	
Ei	6 %
Kyllä	93 %
EOS	1 %
10. Onko kuluttajalla mahdollisuus tavarán virhetilanteessa aina vaatia virheen oikaisua suoraan tavarán myyjältä?	
Kyllä	88 %
Ei, vaan ensisijaisesti maahantuojalta tai valmistajalta	11 %
EOS	1 %
11. Jos asiakas hakee virheelliselle tavaralle hyvitystä (rahat takaisin/korvaava tuote), niin onko myyjällä ensin oikeus yrittää korjata tavara virhetilanteessa?	
Kyllä	94 %
Ei	4 %
EOS	2 %
12. Onko tavaralle lain mukaan annettava aina takuu?	
Kyllä	63 %
Ei	35 %
EOS	2 %
13. Onko kuluttajalla oikeus valittaa tavarán virheestä ja mahdollisuus saada hyvitystä, vaikka takuu olisi päättynyt	
Kyllä	81 %
Ei	15 %
EOS	4 %
14. Onko myyjällä virhevastuu myös käytettynä myydyistä tavarasta?	
Kyllä	72 %
Ei	19 %
EOS	9 %
15. Voiko kuluttaja kuluttajansuojalain mukaan aina palauttaa virheettömän myymälästä ostamansa tavarán kunhan hänellä on kuitti?	
Kyllä	28 %
Ei	69 %
EOS	3 %
16. Onko selkeästi alaikäisellä henkilöllä oikeus ostaa minkä hintainen tuote tahansa jos hänellä on siihen rahaa?	
Kyllä, aina	27 %
Kyllä, jos hänellä on vanhemman suostumus	59 %
Ei koskaan	9 %
EOS	5 %
17. Edellyttääkö sähköisen suoramarkkinoinnin (esim. s-posti, tekstiviesti) lähettäminen pääsääntöisesti ennakkosuostumusta kuluttajalta?	
Kyllä	67 %
Ei	23 %
EOS	10 %

Liite 2: Kuluttajakyselyn (N = 1038) kysymykset ja niihin vastaaminen, % vastaajista. Oikeat vastaukset merkitty vihreällä.

1. Kuinka hyvin arvioit tuntevasi oikeutesi kuluttajana tehdessäsi ostoksia?	
Erittäin hyvin	7 %
Hyvin	50 %
En hyvin enkä huonosti	33 %
Huonosti	8 %
Erittäin huonosti	1 %
EOS	1 %
2. Kuvitellaan tilanne, että olet ostanut käytetyn auton naapuriltasi ja autoon tulee heti vikaa. Voitko vedota kuluttajansuojaan JA saada apua kuluttajaneuvonnasta, jos et saa sovittua asiaa naapurisi kanssa?	
Voin vedota kuluttajansuojaan JA saada neuvonnasta apua	37 %
Voin vedota kuluttajansuojaan, MUTTA EN saa neuvonnasta apua	7 %
En voi vedota kuluttajansuojaan, MUTTA VOIN saada neuvonnasta apua	33 %
En voi vedota kuluttajansuojaan ENKÄ saa apua neuvonnasta	16 %
EOS	7 %
3. Kuvitellaan tilanne, että olet tehnyt paikan päällä kuntosalilla toistaiseksi voimassaolevan kuntosalisopimuksen. Milloin voit mielestäsi irtisanoa toistaiseksi voimassaolevan sopimuksen?	
14 vrk kuluttua sopimuksen tekemisestä	11 %
1 kk kuluttua sopimuksen tekemisestä	5 %
Aina halutessani	17 %
Sopimusehtojen mukaisesti	62 %
EOS	5 %
4. Kuvitellaan tilanne, että olet tehnyt paikan päällä kuntosalilla 12 kk määräaikaisen kuntosalisopimuksen. Milloin voit mielestäsi irtisanoa määräaikaisen sopimuksen?	
14 vrk kuluttua sopimuksen tekemisestä	17 %
1 kk kuluttua sopimuksen tekemisestä	7 %
Aina halutessani	6 %
En voi irtisanoa sopimusta kesken määräajan	62 %
EOS	8 %
5. Kuvitellaan tilanne, että olet ostanut jonkin tuotteen myymälästä, mutta kadut ostostasi tai tulit muuten vain toisiin ajatuksiin. Voitko palauttaa myymälästä ostamasi virheettömän tuotteen ja saada rahat takaisin, kunhan sinulla vain on esittää ostoksestasi kuitti?	
Kyllä, aina	49 %
Kyllä, jos siitä on erikseen sovittu tietyillä ehtoilla	45 %
En	5 %
EOS	1 %
6. Onko sinulla oikeus peruuttaa verkossa tehty ostos?	
Kyllä, aina	42 %
Kyllä, mutta tietyin poikkeuksin	21 %
Kyllä, mutta vain jos myyjä on tarjonnut peruuttamisoikeuden	19 %
Ei milloinkaan	2 %
EOS	16 %
7. Kuinka kauan sinulla on vähintään aikaa peruuttaa verkossa tehty tavaraostos, esim. t-paita?	
7 pvää tuotteen vastaanottamisesta	11 %
14 pvää tuotteen vastaanottamisesta	43 %
30 pvää tuotteen vastaanottamisesta	5 %
Aika riippuu myyjäyrityksen sopimusehdoista	25 %
Ostosta ei voi peruuttaa	2 %
EOS	14 %

8. Voitko peruuttaa verkko-ostoksesi vain lähettämällä tuotteen takaisin, ilman että olet yhteydessä myyjään?	
Kyllä	40 %
En	46 %
EOS	14 %
9. Kun olet ostanut tuotteen verkkokaupasta luottokortilla etkä saa tuotetta, keneltä vaatisit rahoja takaisin?	
Vain myyjältä	29 %
Vain luottokorttityhtiöltä	21 %
Myyjältä tai luottokorttityhtiöltä; kummalta tahansa	34 %
EOS	16 %
10. Minkä ajan kuluessa sinulla on oikeus valittaa virheellisestä tavarasta?	
7 vrk virheen havaitsemisesta	29 %
2 kk virheen havaitsemisesta	2 %
Valittamiselle ei ole tarkkaan määrättyä aikaa, mutta valitus tulee tehdä kohtuullisessa ajassa virheen havaitsemisesta	67 %
EOS	2 %
11. Kuvitellaan tilanne, että olet ostanut tavarana, jossa huomaat jonkin virheen, ja haet myyjältä hyvitystä, eli joko rahoja takaisin tai uutta virheetöntä tuotetta tilalle. Onko myyjällä kuitenkin ensin oikeus yrittää korjata tavara tällaisessa virhetilanteessa?	
Kyllä	76 %
Ei	21 %
EOS	3 %
12. Kuvitellaan tilanne, että ostamassasi tavarassa ilmenee virhe ja tavarana takuu on päätynyt. Onko sinulla siiltä oikeus saada hyvitystä virheestä, jos virhe ei ole sinun aiheuttamasi?	
Kyllä	52 %
Ei	45 %
EOS	3 %
13. Kuvitellaan tilanne, että ostamassasi takuunalaisessa tuotteessa on virhe ja haluat valittaa ja vaatia siitä hyvitystä, mutta ostokuitti ei ole enää tallessa. Uskotko olevasi tästä huolimatta oikeutettu hyvitykseen, jos pystyt osoittamaan jollakin muulla tavoin tarkan ostoajankohdan ja -paikan?	
Kyllä	84 %
Ei	15 %
EOS	1 %
14. Kuvitellaan että olet saanut luottotarjouksen, jonka yhteydessä on ilmoitettu luoton todellinen vuosikorko. Mitä luulet, että todelliseen vuosikorkoon lasketaan kuuluvaksi?	
Ainoastaan luoton korkokulut	13 %
Ainoastaan luoton käsittelymaksut	2 %
Luoton korko sekä muut siitä aiheutuvat maksut ja kulut	77 %
EOS	8 %
15. Kuvitellaan, että saat mielestäsi aiheuttoman perintäkirjeen, miten reagoit?	
En tee mitään, koska kirje on aiheeton	5 %
Valitan ainoastaan perintätoimistolle	22 %
Valitan ainoastaan yritykselle, jonka laskua perintäkirje koskee	18 %
Valitan perintätoimistolle ja yritykselle, jonka laskua perintäkirje koskee	52 %
EOS	3 %
16. Onko sinulla oikeus peruuttaa puhelimitse tehty ostos?	
Kyllä, aina	59 %
Kyllä, tietyn poikkeuksen	17 %
Kyllä, mutta vain jos myyjä on tarjonnut peruuttamisoikeuden	18 %
Ei milloinkaan	2 %
EOS	4 %

