

Johanna Kleemola

MUUTOKSET KOTI- JA ETÄMYNNISSÄ

Kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan oikeudet ja velvollisuudet

MUUTOKSET KOTI- JA ETÄMYNNISSÄ

Kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan oikeudet ja velvollisuudet

Johanna Kleemola
Opinnäytetyö
Kevät 2014
Liiketalouden yksikkö
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma, oikeuden ja hallinnon suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Johanna Kleemola

Opinnäytetyön nimi: Muutokset koti- ja etämyynnissä: kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan oikeudet ja velvollisuudet

Työn ohjaaja: Katja Sankala

Työn valmistuslukukausi ja – vuosi: Kevät 2014

Sivumäärä: 52

Opinnäytetyö tutkii kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan oikeuksien ja velvollisuuksien muuttumista koti- ja etämyynnissä. Muutosten taustalla on Euroopan parlamentin ja neuvoston asettama direktiivi (2011/83/EU), jonka mukaisesti EU:n jäsenvaltioiden tuli muuttaa kansallisia lakejaan. Työn tutkimusongelmat ovat: 1) Mitä kuluttajansuojalain tarkoitetaan koti- ja etämyynnillä? 2) Mitä kuluttajansuojalaki säätelee kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan oikeuksista ja velvollisuuksista koti- ja etämyynnissä? 3) Mitä muutoksia kuluttajansuojalain 6. lukuun tulee koti- ja etämyynnin osalta sekä mikä merkitys muutoksilla on?

Yksi tärkeimpiä näkökulmia työssä on verkkokaupankäynnin kasvun lisääntyminen Suomen kuluttajakaupassa. Suomen verkkokauppa on kasvanut nopeasti vuoden 2013 alussa ja kasvun oletetaan jatkuvan. Direktiivin (2011/83/EU) uskotaan lisäävän rajat ylittävän kaupankäynnin määrää ja mahdollisesti vähentävän riitatilanteita ja sovellettavan lain valintaa koskevia ongelmia. Verkkokaupankäynnin kasvua pohditaankin lakimuutosten tuomien mahdollisuuksien valossa. Myös kuluttajien kokemuksen luottamuksen merkitys on tärkeä tekijä verkkokaupan kasvattamisen kannalta ja tästä syystä verkkokauppojen käyttämillä luotettavuusmerkeillä on mahdollisesti tulevaisuudessa merkittävä rooli.

Tutkimus on kvalitatiivinen ja tutkimusmenetelmänä on lainoppi. Työn tarkoituksena on selvittää koti- ja etämyynnin keskeisimpiä käsitteitä lainsäädäntöä ja oikeuskirjallisuutta hyväksikäyttäen. Keskeisimmät lähteet ovat kuluttajansuojalaki (20.1.1978/38), laki kuluttajansuojalain muuttamisesta (30.12.2013/1211) ja hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi kuluttajansuojalain ja sähkömarkkinalain 88 §:n muuttamisesta (HE 157/2013 vp). Työ on toteutettu vertailemalla voimassa olevaa kuluttajansuojalakia ja kesäkuussa voimaan tulevaa lakia. Työssä kerrotut kuluttajariitalautakunnan ratkaisut ja korkeimman oikeuden ennakkopäätökset auttavat havainnollistamaan säännösten eroavaisuuksia.

Merkittävimpiä muutoksia ovat kotimyyntiin käsitteen laajeneminen, elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuuden ja kuluttajan peruuttamisoikeuden muuttuminen sekä palautuskulujen korvausvelvollisuuden siirtyminen elinkeinonharjoittajalta kuluttajalle, mikäli toisin ei ole sovittu. Kuluttajien peruuttamisaika on sama kaikissa EU:n jäsenmaissa, joten elinkeinonharjoittajien ei tarvitse muokata käytäntöjään markkina-aluekohtaisesti. Palautusaika lasketaan alkavan siitä, kun kuluttaja on vastaanottanut tavarat. Kuluttajalta ei saa myöskään periä kesäkuun 13. päivän jälkeen puhelinasointipalvelun käyttämisestä hänen liittymäsopimuksensa perushintaa ylittäviä ylimääräisiä kuluja.

Avainsanat: kotimyynti, etämyynti, kuluttaja, elinkeinonharjoittaja, kulutushyödyke

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Economics, Option of Law and Administration

Author: Johanna Kleemola

Title of thesis: The upcoming changes considering off-premises contracts and distance contracts: consumer's and trader's rights and responsibilities

Supervisor: Katja Sankala

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2014 Number of pages: 52

The thesis analyses the upcoming changes considering consumers' and traders' rights and responsibilities in off-premises contracts and distance contracts. The Directive (2011/83/EU) has an influence on the background of the changes. The directive was implemented by Member States in national European jurisdictions and these jurisdictions will take effect on June 13, 2014. The research questions of the thesis were as follows: 1) What are the meanings of door-to-door selling and distance selling in Consumer Protection Act (20.1.1978/38)? 2) What does Consumer Protection Act say about the consumer rights and the liabilities of the trader when it comes to off-premises contracts and distance contracts? 3) What kind of changes will there be in Consumer Protection Act due to the Directive (2011/83/EU) and what are the consequences of the changes?

One of the most important aspects in the thesis considers the growth of online sales in Finnish consumer business. The online sales grew rapidly in the beginning of 2013 and the growth is expected to sustain. The Directive (2011/83/EU) is assumed to increase the cross-border sales and also reduce disputes in cross-border sales and problems considering the choice of law. The trust in distance selling experienced by consumers affects the increase of online sales. Therefore trust marks used by the companies may have an important role in the future.

The research is qualitative and the method of the research is jurisprudence. The research is conducted by comparing Consumer Protection Act (20.1.1978/38) and Act of Changing Consumer Protection Act (30.12.2013/1211). Among these two acts also Government's Proposal for Changing Consumer Protection Act (HE 157/2013 vp) is one central source. Furthermore the juridical cases introduced in the thesis will help understand the essential concepts of the subject and the differences between the regulations in the laws in question.

The most significant changes concern the extended meaning of the terms; for example, off-premises contracts consider now a wider range. Consumers' right to cancel orders will change to some extent and traders' liability to inform about the consumer product and the terms of agreement will undergo some changes too. The time limit for returning the goods will be the same in every EU-member country so it will reduce the traders' responsibilities. The time for returning the goods will be counted from the day on when the consumer received the product. After June 13, the traders will not automatically have the legal responsibility to compensate for the costs anymore if the consumer wants to cancel their order unless they have not agreed to do so. The trader is not able to charge extra costs from using the phone service, either; the consumer is only obliged to pay for the basic charge which they have agreed on in their mobile phone subscription.

Keywords: off-premises contract, distance contract, consumer, trader, consumer product

SISÄLLYS

| | |
|--|----|
| LYHENTEET..... | 6 |
| 1 JOHDANTO..... | 7 |
| 2 KOTI- JA ETÄMYYNTIÄ KOSKEVIEN SÄÄNNÖSTEN SOVELTAMISALA | 10 |
| 3 KOTI- JA ETÄMYYNNIN NYKYHETKI | 14 |
| 3.1 Kotimyyntiasiakirjan ja ennakkotietojen antaminen elinkeinonharjoittajan velvollisuutena..... | 14 |
| 3.2 Kuluttajan oikeus kaupan peruuttamiseen..... | 17 |
| 4 VERKKOKAUPPA JA RAJAT YLITTÄVÄ KAUPANKÄYNTI | 22 |
| 4.1 Suomen verkkokaupan osuus kuluttajakaupassa..... | 22 |
| 4.2 Sovellettava laki rajat ylittävässä kaupankäynnissä EU:n sisällä | 25 |
| 5 KULUTTAJANSUOJALAKIIN TULEVAT MUUTOKSET KOTI- JA ETÄMYYNNISSÄ | 28 |
| 5.1 Taustaa kuluttajansuojalain muuttamisesta..... | 28 |
| 5.2 Koti- ja etämyynnin määritelmän muuttuminen..... | 29 |
| 5.3 Ennakkotietojen antaminen elinkeinonharjoittajan velvollisuutena | 31 |
| 5.4 Kuluttajan oikeus kaupan peruuttamiseen..... | 34 |
| 5.5 Muutosten merkitys verkkokaupassa ja rajat ylittävässä kaupankäynnissä..... | 39 |
| 6 JOHTOPÄÄTÖKSET | 41 |
| 7 POHDINTA..... | 47 |
| LÄHTEET..... | 49 |

LYHENTEET

| | |
|----------------|--|
| EKK | Euroopan kuluttajakeskus |
| EU | Euroopan unioni |
| EUVL | Euroopan unionin virallinen lehti |
| HE | Hallituksen esitys |
| KSL | Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38 |
| Rooma I asetus | Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus sopimusvelvoitteissa sovellettavasta laista - Rooma I asetus, 17.6.2008 (EY) N:o 593/2008, EUVL L 177, 4.7.2008, 6-16 |
| vp | valtiopäivät |

1 JOHDANTO

Koti- ja etämyynnistä säädetään kuluttajansuojalain (20.1.1978/38) 6. luvussa. Kuluttajansuojalain 6. luku tulee muuttumaan kesäkuun 13. päivänä vuonna 2014 koskien koti- ja etämyyntisäännöksiä. Taustalla on Euroopan parlamentin ja neuvoston antama direktiivi (2011/83/EU) kuluttajan oikeuksista, neuvoston direktiivin (93/13/ETY) ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin (1999/44/EY) muuttamisesta sekä neuvoston direktiivin (85/577/ETY) ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin (97/7/EY) kumoamisesta (2011/83/EU). Kyseisen direktiivin täytäntöönpano-aika päättyi 13.12.2013 ja sen säännöksiä on sovellettava 13.6.2014 alkaen. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on vertailla voimassa olevaa kuluttajansuojalakia ja kesäkuussa voimaan tulevia muutoksia (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 30.12.2013/1211).

Aihe on ajankohtainen ja sillä on vaikutuksia suomalaisiin kuluttajiin ja elinkeinonharjoittajiin. Opinnäytetyön tavoitteena on selventää kuluttajansuojalakiin tulevia muutoksia ja selvittää, miten kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien oikeudet ja velvollisuudet tulevat muuttumaan koti- ja etämyyntitilanteissa. Nykyistä laajemmat ja yksityiskohtaisemmat tiedonantovelvoitteet aiheuttavat kustannuksia elinkeinonharjoittajille, koska heidän on muun muassa koulutettava henkilökuntaansa ja päivitettävä sopimuslomakkeensa (Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi kuluttajansuojalain ja sähkömarkkinalain 88 §:n muuttamisesta HE 157/2013 vp, 22). On oleellista, että kuluttajat ja elinkeinonharjoittajat ovat perillä tulevista lakimuutoksista, jotta päästäisiin tavoitteisiin, joihin taustalla olevalla direktiivillä (2011/83/EU) pyritään. Yksi tavoite on rajat ylittävän kaupankäynnin lisääminen ja sisämarkkinoiden toiminnan parantaminen (HE 157/2013 vp, 4). Yhtenäiset säännökset kuluttajien oikeuksista EU:n talousalueella parantavat elinkeinonharjoittajien mahdollisuuksia tarjota hyödykkeitä rajan yli. Vastaavasti ne parantavat kuluttajien mahdollisuuksia tehdä rajat ylittäviä ostoksia. (HE 157/2013 vp, 22.) Luomalla yhtenäiset säännöt EU:n jäsenvaltioissa, riitatilanteet ja sovellettavan lain valintaongelmat vähenevät rajat ylittävässä kaupankäynnissä (Pohjola 2005, 112–113).

Työssä pyritään havainnollistamaan etämyyntiä etenkin verkkokaupan näkökulmasta, sillä verkkokaupalla on merkittävä osuus Suomen kuluttajakaupassa ja osuuden halutaan jatkavan kasvua edelleen (Ilkka 2012, hakupäivä 28.4.2014). Suomalaisten verkko-ostosten määrä on Pohjois-Euroopan suurimpia ja eurooppalaisen vertailun mukaan suomalainen kulutti verkkokaupassa

vuonna 2012 keskimäärin yli 1900 euroa pohjoiseurooppalaisen keskiarvon ollessa vajaat 1600 euroa (Klemetilä 2014, 4K2).

Opinnäytetyön tutkimusongelmat ovat:

- 1) Mitä kuluttajansuojalaissa tarkoitetaan koti- ja etämyynnillä?
- 2) Mitä kuluttajansuojalaki säätelee kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan oikeuksista ja velvollisuuksista koti- ja etämyynnissä?
- 3) Mitä muutoksia kuluttajansuojalain 6. lukuun tulee koti- ja etämyynnin osalta sekä mikä merkitys muutoksilla on?

Tutkimus on kvalitatiivinen ja tutkimusmenetelmänä toimii lainoppi. Ensisijaisena lähteenä on lainsäädäntö. Myös lain esityöt ja oikeuskirjallisuus toimivat opinnäytetyön lähteinä. Lait ovat sähköisiä lähteitä, sillä lainsäädäntö muuttuu ja uusimmat päivitykset laeista löytyvät elektronisista aineistoista. Keskeisimpinä lähteinä toimivat muun muassa kuluttajansuojalaki, laki kuluttajansuojalain muuttamisesta, hallituksen esitys (HE 157/2013 vp) sekä Euroopan parlamentin ja neuvoston antama direktiivi (2011/83/EU). Työssä käytetään apuna korkeimman oikeuden tekemiä ennakkoratkaisuja ja kuluttajariitalautakunnan tekemiä ratkaisuja havainnollistamaan voimassa olevan kuluttajansuojalain ja kuluttajansuojalain muuttamisesta säädetyn lain säännöksiä. Muutoksia tulee kuluttajansuojalain muihinkin lukuihin, kuin pelkästään 6. lukuun, mutta tässä opinnäytetyössä aihe on rajattu 6. lukuun eli koti- ja etämyyntitilanteisiin.

Keskeisimpiä käsitteitä ovat kuluttaja, elinkeinonharjoittaja, kulutushyödyke, kotimyynti ja etämyynti. Elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle kulutushyödykettä ja kuluttajan suostuessa tarjoukseen he solmivat kuluttajasopimuksen (KSL 1:1.1 §). Mikäli elinkeinonharjoittaja tarjoaa tuotetta muualla kuin toimitiloissaan, katsotaan kyseessä olevan kotimyynti (KSL 6:6.1 §). Mikäli kuluttajasopimus solmitaan etäviestimiä hyväksikäyttäen ilman, että kuluttaja ja elinkeinonharjoittaja ovat henkilökohtaisesti yhtä aikaa läsnä, kyseessä on etämyynti (KSL 6:7.1 §). Työn 2. ja 3. luvussa selvitetään mitä koti- ja etämyynnillä tarkoitetaan Suomen kuluttajansuojalaissa ja mitä voimassa oleva kuluttajansuojalaki säätelee kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan oikeuksista ja velvollisuuksista koti- ja etämyyntitilanteissa.

Opinnäytetyön 4. luku keskittyy verkkokaupan näkökulmaan ja sovellettavan lain valintaan rajat ylittävässä kaupankäynnissä. Rajat ylittävässä kaupankäynnissä eri maiden toisistaan poikkeavat

kansalliset lait ovat aiheuttaneet aiemmin riitatilanteita ja epäselvyyksiä ilman yhtenäisiä sääntöjä. Direktiivin (2011/83/EU) uskotaankin helpottavan yhteisten sääntöjen luomista koko EU:ssa ja täten lisäävän rajat ylittävää kaupankäyntiä. Käsittelen työssä riitatilanteita vain suomalaisen kuluttajan näkökulmasta, sillä tavoitteena on kertoa direktiivin (2011/83/EU) tuomista muutoksista Suomen kuluttajansuojalakiin. Työn 5. luvussa kerrotaan, miten laki kuluttajansuojalain muuttamisesta syntyi sekä millaisia muutoksia se toi kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan oikeuksiin ja velvollisuuksiin. Muutoksia pohditaan myös verkkokaupan ja rajat ylittävän kaupankäynnin osalta. Opinnäytetyön 6. ja 7. luvuista löytyvät johtopäätökset sekä pohdintaa opinnäytetyön tuloksista ja suorittamisesta.

2 KOTI- JA ETÄMYYNTIÄ KOSKEVIEN SÄÄNNÖSTEN SOVELTAMISALA

Koti- ja etämyyntiä koskevia säännöksiä käsitellään kuluttajansuojalain 6. luvussa. Kuluttajansuojalakia sovelletaan silloin, kun elinkeinonharjoittaja tarjoaa, välittää, myy tai muuten markkinoi kulutushyödykettä kuluttajalle (KSL 1:1.1 §). Kuluttajansuojalain 6. luvun säädökset ovat pakottavia. Mikäli kauppasopimukseen on kirjattu ehto, joka poikkeaa lain säännöksestä kuluttajan vahingoksi, ehto on mitätön, ellei lainkohdassa ole erikseen toisin säädetty (KSL 6:2 §). Kuluttajalla on aina lain takaama minimisuoja, josta kuluttaja ei voi edes omalla suostumuksellaan luopua. Kuluttajalle voidaan kuitenkin tarjota hänelle edullisempia ehtoja minimisuojusta huolimatta. (Ämmälä 2006, 44.)

Kuluttajansuojalaissa *kuluttajaksi* määritellään luonnollinen henkilö, joka hankkii kulutushyödykkeen pääasiassa muuhun tarkoitukseen kuin harjoittamaansa elinkeinotoimintaa varten (KSL 1:4 §). *Elinkeinonharjoittaja* on kuluttajansuojalain mukaan luonnollinen henkilö taikka yksityinen tai julkinen oikeushenkilö, joka tarjoaa kulutushyödykkeitä vastiketta vastaan saadakseen taloudellista hyötyä (KSL 1:5 §). Tavarat, palvelukset sekä muut hyödykkeet ja etuudet, joita tarjotaan luonnollisille henkilöille tai joita he olennaisessa määrässä hankkivat yksityistä talouttaan varten, ovat kuluttajansuojalaissa tarkoitettuja *kulutushyödykkeitä* (KSL 1:3 §). Muita hyödykkeitä voivat olla esimerkiksi erilaiset palvelukset, kuten korjaus-, huolto- ja koulutuspalvelukset (Ämmälä 2006, 202).

Kotimyyntiksi katsotaan tilannetta, jossa elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle henkilökohtaisesti kulutushyödykettä muualla kuin elinkeinonharjoittajan toimipaikassa. Tämä rajaa ulos paikan, jossa kulutushyödykettä yleensä tarjotaan tai paikan, joka ei ole yksityisasunto ja jonne elinkeinonharjoittaja ilmoittelulla kutsuu kuluttajia kulutushyödykkeen hankkimista varten järjestämättä heille kuljetusta. Kotimyyntiksi ei myöskään katsota tilannetta, jossa kuluttaja pyytää elinkeinonharjoittajaa luokseen tarjoamaan hänelle pyytämäänsä kulutushyödykettä. (KSL 6:3 §.) Niimenomaisena pyyntönä ei kuitenkaan katsota tilannetta, jossa elinkeinonharjoittaja ilmoittaa markkinointikirjeessään saapuvansa kuluttajan kotiin tai ottavansa yhteyttä etäviestimellä, jollei kuluttaja kiellä käyntiä tai yhteydenottoa (Ämmälä 2006, 202). Korkein oikeus on pohtinut kotimyyntin määritelmää päätöksessään 1984 II 184.

Kuluttaja oli pyytänyt nimenomaisesti elinkeinonharjoittajaa kotiinsa hitsaamaan kiinteistössään sijaitsevaan lämminvesivaraajaan sähkövastuksen. Elinkeinoharjoittaja oli saapunut paikalle ottamaan mitat uutta varaajaa varten, sillä kuluttajalle valmistettaisiin uusi varaaja. Uuden säiliönosat oli jo taivutettu, kun kuluttaja oli soittanut elinkeinonharjoittajalle pyytääkseen säiliötä pienennettäväksi. Elinkeinoharjoittaja valmisti varaajan kuluttajan tilauksen mukaisesti. Varaaja valmistettiin siis kuluttajan uuden nimenomaisen pyynnön mukaisesti. Tämän vuoksi tilanetta ei katsottu kotimyynniksi. (KKO 6.11.1984 T 1598, Finlex.)

Soveltamisalan ulkopuolelle kotimyynnissä jäävät kiinteän omaisuuden kauppaa tai vuokraamista koskevat sopimukset, arvopaperimarkkinalaissa (14.12.2012/746) tarkoitetut arvopaperia koskevat sopimukset, vakuutus sopimukset ja kuluttajansuojalain 10. luvun soveltamisalaan kuuluvat sopimukset (KSL 6:5.1 §). Kuluttajansuojalaki ei koske myöskään tilanteita, jossa kulutushyödykkeen hinta on pienempi kuin 15 euroa. Kuitenkin, jos samalla kerralla myytävien kulutushyödykkeiden yhteishinta on vähintään 15 euroa, kuluttajansuojalain kotimyynnin säännöksiä sovelletaan (KSL 6:5.2 §).

Etämyyntiä on kulutushyödykkeen tarjoaminen kuluttajalle sellaisen etätarjontamenetelmän avulla, jossa käytetään yksinomaan yhtä tai useampaa etäviestintä sopimuksen tekemiseen tai sitä edeltävään markkinoimiseen (KSL 6:4.1 §). Etätarjontamenetelmän tavoitteena on sopimuksen tekeminen etäviestimen avulla (KSL 6:4.2 §). Etäviestimiä ovat puhelimet, posti, televisio, tietoverkko tai muu väline, joka mahdollistaa sopimuksen tekemisen ilman, että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä (KSL 6:4.3 §). Sähköinen kauppa on etämyyntiä, sillä kuluttaja tilaa ja mahdollisesti maksaa tavaran ennen kuin hän on nähnyt ja tarkistanut sen (Ämmälä 2006, 205). Kuluttaja ja elinkeinonharjoittaja eivät siis kohtaa henkilökohtaisesti kaupankäyntitilanteessa (Häkkänen & Koivumäki 2013, 102).

Etäkaupassa kuluttaja ei pääse tutustumaan liikkeeseen ja ulkoisiin luotettavuuden tunnusmerkkeihin samoin kuin perinteisessä kaupassa (Willebrand 2002, 24). Siksi elinkeinonharjoittajalla onkin omat haasteensa luoda luottamusta liikkeeseen. Selkeästi tiedottamalla esimerkiksi myyntiehdosta ja tilaukseen sekä toimitukseen liittyvistä seikoista lisätään uskottavuutta ja kuluttajien luottamusta kauppaan kohtaan (Lahtinen 2013, 65). Tilanne, jossa tuote varataan verkossa ja maksetaan vasta kaupassa, on tulkinnanvarainen; täytyy selvittää onko sopimus tehty etäviestintä käyttäen vai vasta liikkeessä (Lahtinen 2013, 88). Kuluttajariitalautakunta on pohtinut peruuttamisoikeutta etämyyntitilanteessa 30.9.2009 antamassaan ratkaisussaan.

Kuluttaja oli tilannut Internetin välityksellä elinkeinonharjoittajalta tietokoneen näytön, joka maksoi 207 euroa. Kuluttaja kuitenkin nouti tuotteen elinkeinonharjoittajan myymälästä ja maksoi sen pankkikortilla myymälässä. Viikon kuluttua kuluttaja ilmoitti elinkeinonharjoittajalle haluavansa vaihtaa tai palauttaa tavaran. Yhtiö kieltäytyi, sillä hänen mukaansa liikkeestä noudetuilla tuotteilla ei ole etämyynnin peruuttamisoikeutta. Elinkeinonharjoittajan mukaan etämyyntisäännöt eivät koske myymälästä noudettuja tuotteita. Kuluttajariitalautakunta kuitenkin katsoi, että kyseinen ehto on lainvastaisena mitätön, eli merkitystä ei ole sillä onko kuluttaja hakenut hyödykkeen liikkeestä. Kuluttajariitalautakunta suositti, että elinkeinonharjoittaja palauttaa tuotteen hinnan kuluttajalle. (Kuluttajariitalautakunta 30.9.2009 D 4665/32/08, Kuluttajariitalautakunta.)

Vaikka elinkeinonharjoittajan tuotteet ovatkin myynnissä sekä liikkeessä että liikkeen internetisivuilla, oleellista tapauksessa on kuitenkin se, että kuluttaja on tutustunut kulutushyödykkeeseen etäviestimen kautta ja tehnyt tarjouksen tuotteesta etäviestimellä. Tämä varmistaa sen, että kyseessä on etämyyntitilanne, sillä etämyynnin pääasiallinen tavoite on, että sopimus tehdään yksinomaan etäviestimen avulla. (KSL 6:4 §.)

Kiinteän omaisuuden kauppa rajataan ulos etämyynnin soveltamisalasta, sillä maakaaren (12.4.1995/540) 2 luvun 1 §:n mukaan julkisen kaupanvahvistajan on vahvistettava kauppa osapuolten tai näiden edustajien ollessa yhtä aikaa läsnä (Laine 2001, 231). Tämä sulkee siis etämyynnin pois, sillä etämyynnissä osapuolten on saavutettava yksimielisyys sopimuksesta tapaamatta toisiaan henkilökohtaisesti (Laine 2001, 230). Etämyynniksi ei katsota myöskään vuokraoikeutta, kuluttajansuojalain 10. luvun soveltamisalaa kuuluvia sopimuksia, jakeluautomaatin avulla tai automatisoidussa liiketilassa tehtäviä sopimuksia, maksullisen yleisöpuhelimien avulla teletoinnin harjoittajan kanssa tehtäviä sopimuksia eikä huutokaupassa tehtäviä sopimuksia, jos huutokauppaan voidaan osallistua muutenkin kuin etäviestimellä (KSL 6:6 §). Esimerkiksi huutokaupat, joihin voidaan osallistua sähköisesti, jäävät tämän rajoituksen ulkopuolelle. Tällaisessa tapauksessa nimittäin katsotaan, että Internet-huutokaupoissa on usein tarjolla kulutushyödykkeitä ja ostotarjouksia voi tehdä pitkähkön ajan kuluessa, jolloin tällaisilta huutokaupoilta puuttuu perinteisen huutokaupan välitön ja lopullinen luonne. Kuluttaja ei täten voi seurata tarjousten tekemistä ja varmistua niiden aitoudesta henkilökohtaisesti. (Laine 2001, 232.)

Näiden poikkeusten lisäksi kuluttajansuojalain 6. luvun 13–15 §:ää ja 18 §:n 1 momenttia koskien ennakkotietojen antamista ja vahvistamista, peruuttamisoikeutta sekä peruuttamisoikeuden rajoituksia etämyynnissä ei sovelleta etämyyntiin, joka koskee päivittäistavaroiden toimituksia kuluttajan asuntoon tai työpaikalle säännöllisesti jakelujärjestelmän avulla (KSL 6:7.1 § 1 k.). Kyseisiä

pykälää ei sovelleta myöskään etämyyntitilanteessa, joka koskee majoitusta tai kuljetusta taikka ravintolatoimintaan tai vapaa-ajan viettoon liittyvää palvelusta, mikäli elinkeinonharjoittaja sopimuksen kirjoitushetkellä on sitoutunut suorittamaan palveluksen tiettyyn aikaan tai tietyn ajan kuluessa (KSL 6:7.1 § 2 k.). Mikäli elinkeinonharjoittaja on kuitenkin omasta aloitteestaan tarjonnut puhelimitse kuluttajalle kyseisiä tavaroita tai palveluksia, sovelletaan kuluttajansuojalain 6. luvun 13–15 §:iä (KSL 6:7.2 §). Rajoitusten perusteena on kohtuullisuus elinkeinonharjoittajaa kohtaan. Edellä mainituille palveluille tyypillistä on se, että niiden suoritus aika on tietynä aikana ja niiden suoritusta varten on varattu jokin tila, paikka tai väline. Elinkeinonharjoittaja on luultavasti joutunut pitämään tuotetta pitkään varattuna tiettyä asiakasta varten, eikä hän luultavasti saisi tuotteelle uutta asiakasta, mikäli tuote peruttaisiin. (Laine 2001, 233.)

3 KOTI- JA ETÄMYYNIN NYKYHETKI

Kuluttajansuojalain säännökset varmistavat sekä kuluttajan että elinkeinonharjoittajan oikeudellisen suojan koti- ja etämyyntitilanteissa ja sen, että molemmat osapuolet pystyvät luottamaan toisiinsa ja tekemään keskenään kauppasopimuksia. Kuluttajilla ja elinkeinonharjoittajilla on molemmilla sekä oikeuksia että velvollisuuksia, jotta heidän välisensä kaupankäynti olisi mahdollisimman oikeudenmukaista ja tehokasta. Tässä luvussa käsitellään sitä, miten näistä kyseistä oikeuksista ja velvollisuuksista koti- ja etämyyntitilanteissa on säädetty kuluttajansuojalaissa.

3.1 Kotimyyntiasiakirjan ja ennakkotietojen antaminen elinkeinonharjoittajan velvollisuutena

Kuluttajansuojalainsäädännön mukaan kuluttajalle on kerrottava keskeiset seikat tuotteesta ja siihen liittyvistä sopimusehdoista, jotta hän voi aktiivisesti vertailla markkinoilla olevien tuotteiden hintaa ja laatua. Tietojen tulee olla helposti saatavilla ja ymmärrettävässä muodossa. (KSL 6:13.2 §.) EU:n kuluttajadirektiiveissä tiedonantovelvollisuutta onkin täsmennetty termein ”selkeästi” ja ”ymmärrettävästi”, jotka on sisällytetty Suomen kuluttajansuojalain etämyyntisäännöksiin (Peltonen 2011, 26–27).

Kotimyyntissä elinkeinonharjoittajan on luovutettava kuluttajalle kauppa- ja teollisuusministeriön vahvistaman kaavan mukainen päivätty *kotimyyntiasiakirja*, josta on käytävä ilmi elinkeinonharjoittajan nimi ja osoite, kulutushyödyke ja sen hinta sekä muut sopimusehdot (KSL 6:8.1 §). Asiakirja on luovutettava kuluttajalle tavarankaupassa viimeistään tavarankaupasta vastaanottohetkellä tai kun kuluttaja on vastaanottanut ensimmäisen tavarakerän. Muuta kulutushyödykettä koskevassa sopimuksessa kotimyyntiasiakirja on luovutettava viimeistään silloin, kun kuluttaja tekee tarjouksen tai hyväksyy elinkeinonharjoittajan tarjouksen. (KSL 6:8.2 §.)

Mikäli kotimyyntiasiakirjassa ei ole kaikkia vaadittavia tietoja, katsotaan, että se ei ole asianmukaisesti laadittu eikä pätevä. Tällaisessa tapauksessa katsotaan, että tehty sopimus ei sido kuluttajaa. (KSL 6:20.1 §.) Kuluttajariitalautakunta on pohtinut kotimyyntiasiakirjan pätevyyttä 10.5.2007 antamassaan ratkaisussaan:

Elinkeinonharjoittaja myi kuluttajalle pölynimurin ja kaksi moottorisuulaketta 1700 euron hintaan. Kyseessä oli kotimyyntitilanne. Kuluttaja kuitenkin vaati kaupan purkamista yli kuukauden jälkeen kaupantekotilanteesta, sillä imurista peritty hinta ja sen rahoituskulut täyttivät hänen mielestään kiskonnan merkit. Elinkeinonharjoittaja ei suostunut tähän, sillä peruutusaika oli mennyt jo umpeen. Tilanne ratkesi kuitenkin siihen, että elinkeinonharjoittajan luovuttama kotimyyntiasiakirja oli epäpätevä siitä puuttuvan päiväyksen vuoksi ja täten katsottiin, että tehty kauppasopimus kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välillä ei ollut sitova. (Kuluttajariitalautakunta 10.5.2007 D 3212/32/05, kuluttajariitalautakunta.)

Etämyynnissä elinkeinonharjoittajan tulee antaa hyvissä ajoin kuluttajalle *ennakkotiedot* tilauksesta. Hyvissä ajoin tarkoittaa esimerkiksi verkkokaupassa sitä, että sopimusehdot on kerrottava ennen tilauslomakkeen täyttämistä. (Willebrand 2002, 27.) Ennakkotiedoista etämyynnissä tulee ilmetä elinkeinonharjoittajan nimi, osoite ja sijaintipaikka (KSL 6:13.1 § 1 k.). Esimerkiksi verkkokaupassa tulee ilmoittaa myös elinkeinonharjoittajan fyysinen osoite, mikäli osoitteeksi on annettu sähköpostiosoite tai postilokero-osoite (Willebrand 2002, 27). Kuluttajalle on ilmoitettava myös kulutushyödykkeen pääominaisuudet, kulutushyödykkeen hinta, toimituskulut ja maksuehdot (KSL 6:13.1 § 2-3 k.). Kulutushyödykkeen pääominaisuuksilla tarkoitetaan hyödykkeen yksilöintiä ja keskeisiä tietoja sen käyttökelpoisuuden arvioimiseksi. Kulutushyödykkeen hinta on ilmoitettava veroineen. Kuluttajalle on myös ilmoitettava mitkä maksutavat ovat mahdollisia ja kuinka pitkä maksuaika tuotteella on. (Laine 2001, 234.) Ennakkotietojen selkeällä ilmoittamisella voidaan vähentää esimerkiksi piilokuluihin liittyneitä ongelmia ja siten osaltaan helpottaa viranomaisten valvontatyötä (HE 157/2013 vp, 21).

Mikäli jatkuva tai toistuva palvelusopimus ei ole kuluttajan irtisanottavissa koska tahansa, täytyy erikseen mainita sopimuksen vähimmäiskesto ennakkotietona (KSL 6:13.1 § 5 k.). Jos etäkauppatilanteessa kuluttajalta peritään tavanomaisen puheluhinnan ylittävä maksu, tulee etäviestimen käytöstä perittävistä kuluista ilmoittaa ennakkoon (KSL 6:13.1 § 6 k.). Jos verkkokaupassa annetaan nimenomaisia tarjouksia, tulee tarjousten voimassaoloaika myös ilmoittaa (KSL 6:13.1 § 7 k.). Lisäksi on kerrottava sopimuksen peruuttamisoikeudesta tai siitä, että sitä ei ole (KSL 6:13.1 § 8 k.). Tiedot on annettava käytettyyn etäviestimeen sopivalla tavalla, selkeästi, ymmärrettävästi ja niin, että tietojen kaupallinen tarkoitus käy selvästi ilmi. Mikäli yhteydenotot toteutetaan puhelimitse, elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava nimensä ja puhelun kaupallinen tarkoitus heti puhelinkeskustelun alussa. (KSL 13.2 §.)

Tietojen vahvistamisella turvataan kuluttajan tietojen saanti siten, että tiedot säilyvät ja kuluttaja voi tarvittaessa vedota niihin (Lahtinen 2001, 235). Annettavat ennakkotiedot etämyynnissä on

vahvistettava kuluttajalle joko henkilökohtaisesti, kirjallisesti tai sähköisesti siten, että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa tiedot muuttumattomina (KSL 6:14.1 §). Vahvistuksen tulee sisältää ohjeet ja tiedot peruuttamisoikeuden käyttämistä varten sekä tieto siitä, ettei sopimusta voi kuluttajansuojalain 16 §:n 1 kohdan mukaan peruuttaa sen jälkeen, kun palveluksen suorittaminen on kuluttajan suostumuksella aloitettu (KSL 6:14.1 § 1 k.). Vahvistuksessa on oltava myös elinkeinonharjoittajan sen toimipaikan maantieteellinen osoite, jonne kuluttajat voivat toimittaa valituksensa, tiedot takuusta sekä saatavilla olevista huolto- ja korjauspalveluista ja sopimuksen irtisanomisehdot, jos sopimus on toistaiseksi voimassaoleva tai voimassa kauemmin kuin yhden vuoden verran (KSL 6:14.1§ 2-4 k.).

Vahvistus on toimitettava mahdollisimman pian sopimuksen tekemisen jälkeen ja viimeistään luovutusajankohtana tavarankaupassa, paitsi jos tavara sopimuksen mukaan luovutetaan kolmannelle (KSL 6:14.2 §). Mikäli edellä mainitut vahvistuksessa oltavat tiedot on asianmukaisella tavalla annettu kuluttajalle jo ennen sopimuksen tekemistä, vahvistusta ei tarvitse toimittaa. Vahvistusta ei tarvitse toimittaa myöskään siinä tapauksessa, jos palvelus on suoritettu etäviestimellä yhdellä kertaa ja jos siitä veloittaa se elinkeinonharjoittaja, jonka tarjoamalla etäviestimellä palvelu suoritetaan. Kuluttajalle on kuitenkin aina ilmoitettava osoite, jonne hän voi tarvittaessa lähettää valituksensa. (KSL 6:14.3 §.)

Mikäli etämyynnissä tarvittavaa vahvistusta ei luovuteta kuluttajalle, tehty sopimus ei sido kuluttajaa. Kuluttajan tulee kuitenkin ilmoittaa sopimuksen sitomattomuudesta elinkeinonharjoittajalle viimeistään vuoden kuluttua sopimuksen tekemisestä. (KSL 6:20.1 §.) Jos kotimyyntiasiakirja tai vahvistus toimitetaan kuluttajalle ennen kuin kuluttaja on vedonnut sopimuksen sitomattomuuteen, kuluttajalla on peruuttamisoikeus siitä päivästä, jona hän sai asiakirjan tai vahvistuksen (KSL 6:20.2 §). Jos sopimus raukeaa tästä syystä, elinkeinonharjoittajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua ilmoituksen saatuaan palautettava kuluttajan maksusuoritukset sekä korvattava kuluttajalle kulut, jotka ovat aiheutuneet hänelle tavarankaupassa tai muun suorituksen palauttamisesta (KSL 6:20.3 §). Korkein oikeus on antanut ennakkopäätöksen (KKO:2009:90) koskien etämyyntisopimuksen vahvistusta:

Kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välille syntyi etämyyntisopimus, kun kuluttaja oli täyttänyt autoja Saksasta välittävän yrityksen Internet-sivuilla toimeksiantolomakkeen. Yritys oli ottanut kuluttajaan yhteyttä etäviestimitse ja heidän välilleen syntyi elinkeinonharjoittajan mielestä auton ja hevoskuljetusvaunun välitystoimeksiantoa koskenut sopimus. Elinkeinonharjoittajan pyytäessä kuluttajaa maksamaan koko

kauppahinta etukäteen, kuluttaja ei kuitenkaan suostunut, sillä kauppahinnan maksamisesta ei ollut sovittu mitään. Kuluttaja ei ollut nähnyt etukäteen laadittuja sopimusehtoja eikä niihin oltu viitattu. Kuluttajan mukaan tehty sopimus oli rauennut. Koska kuluttajalle ei oltu toimitettu kuluttajansuojalain 6. luvun 14 §:ssä tarkoitettua vahvistusta, korkein oikeus katsoi, että kuluttajalla oli oikeus purkaa sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa. (KKO 4.12.2009 T 2467, Finlex.)

Vahvistuksen hyöty voidaan huomata etenkin verkkokaupassa. Ilman sitä elinkeinonharjoittajilla voisi olla ongelmia verkkokaupassa olevien esittelytietojen muodostamien tarjousten sitovuudesta – verkkokauppiaille voisi syntyä esimerkiksi oikeudellinen velvollisuus toimittaa tuote, jonka valmistus olisi jo lopetettu, mutta jota vielä mainostettaisiin internetissä. Tämä voidaan ratkaista sillä, että asiakkaiden tekemät tilaukset sitovat asiakasta ja kauppialla on oikeus päättää tilausten hyväksymisestä tai hylkäämisestä. Mikäli kauppias päättää hyväksyä tilauksen, hän lähettää kuluttajalle vahvistuksen. (Willebrand 2002,34.) Samoin toimitaan kotimyyntissä eli elinkeinonharjoittaja luovuttaa kotimyyntiasiakirjan.

3.2 Kuluttajan oikeus kaupan peruuttamiseen

Uusklassisen talousteorian mukaan kuluttaja tietää tarpeensa etukäteen ja tullessaan markkinoille hän vain etsii tarpeitaan vastaavat vaihtoehdot. Hinta ja laatu sitten ratkaisevat sen, minkä vaihtoehdon kuluttaja valitsee. Talousteorian mukaan kuluttaja harkitsee itsenäisesti ja tekee aina itsensä kannalta parhaita valintoja. Kuluttaja määrittää rationaaliseksi Homo Economicsiksi. Vaikka kyseinen teoria asettaakin lähtökohdaksi sen, että kuluttaja tekisi aina järkeviä ostopäätöksiä, ei se sulje pois näkökulmaa, että ihmiset tekevät virheitä ja täten oppivat tehokkaasti kantapään kautta. (Peltonen 2011, 12.) Juuri tämä on otettu huomioon kuluttajansuojalaissa. Kuluttaja saa oikeudellisen suojan halutessaan esimerkiksi peruuttaa tehdyn kotimyynti- tai etämyyntisopimuksen. Muissa kuin koti- ja etämyyntitilanteissa irtaimen tavarankäytön kaupassa ostajalla ei ole lakisääteistä oikeutta kaupan peruuttamiseen tai tavarankäytön palauttamiseen. Tavarankäytön palautusoikeutta koti- ja etämyyntitilanteissa ei saa sekoittaa myymälöistä ostettujen tavaroiden palautusoikeuteen. Tällaisen edun tarjoaminen on ainoastaan kaupan vapaaehtoista lisäpalvelua, jossa liike määrittelee omat ehdot. (Lahtinen 2013,89.)

Kotimyyntissä kuluttajalla on oikeus peruuttaa tekemänsä sopimus ilmoittamalla siitä elinkeinonharjoittajalle 14 päivän kuluessa kotimyyntiasiakirjan vastaanottamisesta. Tavarankäytön kaupassa sopimus voidaan peruuttaa 14 päivän kuluessa tavarankäytön tai ensimmäisen tavarakerän vastaanot-

tamisesta, jos tavara tai tavaraerä vastaanotetaan myöhemmin kuin asiakirja. Peruuttamiseksi katsotaan voimassaolevan lain mukaan myös tavaran palauttaminen ilman peruuttamislomaketta. (KSL 6:9 §.) Kuluttajan peruuttaessa sopimuksen kotimyynnissä elinkeinonharjoittajan tulee viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua peruuttamisilmoituksesta palautettava kuluttajalta saamat maksusuoritukset. Kuluttajalla on oikeus siihen saakka pidättää itsellään tavara tai muu pidettävissä oleva elinkeinonharjoittajan suoritus (KSL 6:10 §).

Käyttäessään oikeuttaan kaupan peruuttamiseen, kuluttajan on pidettävä vastaanotettu tavara elinkeinonharjoittajan saatavissa paikassa, jonne tuote on toimitettu tai josta sen voi hankaluudetta noutaa. Sopimusehdoissa voi kuitenkin määrätä, että kuluttajan tulee palauttaa postitse vastaanotettu tavara tai suoritus kohtuullisen ajan kuluessa elinkeinonharjoittajalle postitse. (KSL 6:11.1 §.) Kuluttaja vastaa tavaran säilyttämisestä kaksi kuukautta tavaran tai suorituksen vastaanottamisesta. Kuluttaja saa pitää tavaran itsellään maksutta, mikäli elinkeinonharjoittaja ei mainitussa ajassa hae tavaraa ja jollei se ole elinkeinonharjoittajan kannalta ilmeisen kohtuuton. (KSL 6:11.2 §.) Mikäli kuluttaja maksaa palautuskulut, elinkeinonharjoittajan tulee korvata nämä kulut kuluttajalle (KSL 6:11.3 §).

Koska *etäkaupassa* kuluttaja ei pysty tutustumaan tuotteeseen yleensä muuten kuin pelkästään kuvaan ja tekstiin, lainsäädäntöön on sisällytetty myös etäkaupan peruuttamisoikeus. Elinkeinoharjoittajan tulee antaa asiakkaalle selkeät ohjeet siitä, miten kaupan voi peruuttaa. Elinkeinoharjoittaja ei voi antaa mitään erityisiä ehtoja peruuttamisilmoituksen muodolle eikä asiakkaan tarvitse antaa perusteluja palauttamiselle. Elinkeinoharjoittaja ei voi esimerkiksi vaatia asiakasta ottamaan yhteyttä asiakaspalveluun ja pyytämään sieltä palautusnumeroa. Elinkeinoharjoittaja voi kuitenkin pyytää perusteluja palautuksen syistä, sillä se toisi tärkeää informaatiota kaupan kehittämiseen. (Lahtinen 2013, 90.)

Etämyynnissä peruuttamisilmoitus on tehtävä 14 päivän kuluessa vahvistuksen vastaanottamisesta tai tavaran tai ensimmäisen tavaraerän vastaanottamisesta. Mikäli vahvistusta ei tarvitse toimittaa, 14 päivän peruutusaika lasketaan tavaran tai tavaraerän vastaanottamisesta ja muissa tapauksissa sopimuksen tekemisestä. Peruutus onnistuu etämyynnissäkin palauttamalla vastaanotettu tavara. (KSL 6:15.1 §.) Mikäli vahvistus ei ole kuluttajansuojalain 14 §:n mukainen, peruuttamisaika on kolme kuukautta. Jos vahvistus korjataan päteväksi, kuluttajalla on 14 päivän peruuttamisoikeus siitä päivästä, jona hän sai oikaistun vahvistuksen. (KSL 6:15.2 §.) Jos vahvistusta ei anneta ollenkaan, sopimus ei sido kuluttajaa. Kuluttajan on kuitenkin ilmoitettava sopi-

muksen sitomattomuudesta elinkeinonharjoittajalle viimeistään vuoden kuluttua sopimuksen tekemisestä (KSL 6:20.1 §). Nimittäin, jos kuluttaja ei vetoa sopimuksen sitomattomuuteen, tulee sopimus myös häntä sitovaksi (Laine 2001, 237). Jos sopimus raukeaa kuluttajan vedottua sen sitomattomuuteen, tulee elinkeinonharjoittajan viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua ilmoituksen saatuaan palauttaa saamansa maksusuoritukset sekä korvata kuluttajalle tavarain palauttamisesta aiheutuneet kulut (KSL 6:20.3 §).

Etämyynnin peruuttamisoikeuden rajoituksista säädetään kuluttajansuojalain 16 §:ssä. Ellei toisin ole sovittu, kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta, mikäli palveluksen suorittaminen tai hyödykkeen toimittaminen sähköisesti on aloitettu kuluttajan suostumuksella ennen peruuttamisajan päättymistä ja kuluttajaa on informoitu vahvistuksessa peruuttamisoikeuden puuttumisesta (KSL 6:16.1 § 1 k.). Peruuttamisoikeutta ei ole mikäli kulutushyödykkeen hinta riippuu rahoitusmarkkinoilla vaihtuvista noteerauksista, joihin elinkeinonharjoittaja ei voi vaikuttaa (KSL 6:16.1 § 2 k.). Tämä kyseinen rajoitus koskee yleensä arvometallien myyntiä, koska etämyyntisäännösten soveltamisalasta on kokonaan suljettu pois julkisesti noteerattavia arvopapereita koskevat sopimukset (Laine 2001, 238). Kulutushyödyke, joka on muokattu kuluttajan toiveiden mukaan ja jota ei mahdollisesti voida myydä edelleen jää peruuttamisoikeuden ulkopuolelle (KSL 6:16.1 § 3 k.). Peruuttamisoikeuden ulkopuolelle rajataan myös kulutushyödykkeet, joita ei luonteensa vuoksi voida myydä edelleen tai joka voi nopeasti pilaantua tai vanhentua (KSL 6:16.1 § 4 k.). Nopeasti pilaantuvia tuotteita ovat esimerkiksi elintarvikkeet (Laine 2001, 239).

Peruuttamisoikeutta ei ole myöskään tilanteissa, joissa kuluttaja on avannut sinetöitynä toimitetun ääni- tai kuvatallenteen tai tietokoneohjelman; sopimus koskee sanoma- tai aikakauslehtien toimitusta eikä elinkeinonharjoittaja ole tarjonnut näitä hyödykkeitä puhelimitse omasta aloitteestaan taikka sopimus koskee vedonlyönti- tai arvontapalvelua (KSL 6:16.1 § 5-7 k.). Tavarat, joita ei luonteensa vuoksi voida palauttaa, voivat olla esimerkiksi hygieniatuotteita kuten hajuvesi tai alusvaatteet ja uima-asut, sillä niiden palauttamista voidaan rajoittaa hygieniasyistä. Näistä rajoituksista on mainittava etämyynnissä annettavissa ennakkotiedoissa ja vahvistuksessa - mikäli niin ei toimita, elinkeinonharjoittaja ei voi vedota näihin rajoituksiin. (KSL 6:13.1 § 8 k.)

Peruuttamisoikeuden rajoitusta aloitetuissa palveluissa perustellaan sillä, että palvelusta ei yleensä voida enää palauttaa. Esimerkiksi ääni- ja kuvatallenteita koskeva rajoitus perustuu siihen, että tuote voitaisiin helposti kopioida itselle ja sen jälkeen kuluttaja voisi peruuttaa tuotteen. (Laine

2001, 238.) Kuluttajariitalautakunnan 10.7.2013 antama päätös koskee hygieniatuotteen peruutusoikeutta:

Kuluttaja oli tilannut Internetistä hajuveden. Kuluttaja huomasi kuitenkin avatesaanan paketin, että hän oli tilannut väärän tuotteen ja halusi palauttaa sen. Koska pakkauksen sinetti oli avattu, elinkeinonharjoittaja ei suostunut kuluttajan vaatimukseen. Kuluttajariitalautakunta ratkaisi asian elinkeinonharjoittajan hyväksi, sillä tuote katsottiin kuluttajansuojalain 6. luvun 16 §:n 4 kohdan mukaiseksi tavaraksi, jota ei luonteensa vuoksi voida palauttaa edelleen myytäväksi. Tästä sopimusehdosta oli myös ilmoitettu yhtiön Internet-sivuilla ennakkotietona sekä kuluttajalle annettussa vahvistuksessa, joten kyseinen ehto on pätevä. Kuluttajalla ei täten ollut oikeutta peruuttaa kauppaa. (Kuluttajariitalautakunta 10.7.2013 D 3749/36/08, kuluttajariitalautakunta.)

Elinkeinonharjoittajan tulee huolehtia siitä, että tietojen vahvistamisdokumentit ja ennakkotiedot saatetaan kuluttajien tietoon selkeästi ja asianmukaisesti, jotta kuluttajansuojalaki suojaisi myös elinkeinonharjoittajia. Voimassaolevan lainsäädännön mukaan Suomi on ainoita Euroopan maita, ellei jopa ainoa, jossa kuluttajan ei tarvitse maksaa peruutustapauksessa palautuslähetyksen postikuluista osaakaan. Kuitenkin, jos palautettava tavara on niin suuri tai muutoin sellainen, ettei sitä voida postittaa tavanomaisella tavalla, tulee kuluttajan Suomessa maksaa postikulut. (Häkkinen & Koivumäki 2013, 103.)

Kuluttajan täytyy palauttaa tuote hyvässä kunnossa. Koska tuotteen kokeileminen on sallittua, saa tuotteen palauttaa takaisin elinkeinonharjoittajalle, vaikka tuotepakkaus olisikin avattu. (Lahtinen 2013, 90.) Etämyynnissä kuluttajan tulee palauttaa peruutettava tavara elinkeinonharjoittajalle kohtuullisessa ajassa (KSL 6:17.1 §). Toisin kuin kotimyynnissä, etämyynnissä kuluttaja ei saa pidättää tuotetta itsellään siihen asti, kunnes elinkeinonharjoittaja on maksanut kuluttajalle takaisin tämän maksusuoritukset tavarasta. Elinkeinonharjoittajan tulee 30 päivän kuluttua siitä, kun hän on saanut takaisin tavarat, maksaa kuluttajalle maksusuoritukset ja mahdolliset palautuskulut, jos tavarat on voitu palauttaa tavanomaisella tavalla postitse. Mikäli palautettavaa tavaraa ei ole, 30 päivän aika lasketaan peruuttamisilmoituksen saamisesta. (KSL 6:17 §.) Kuluttaja ei myöskään vastaa tavarat arvon alentumisesta, joka johtuu pakkauksen purkamisesta, tavarat tai suorituksen tutkimisesta tai muusta vastaavasta syystä (KSL 6:23.2 §). Kuluttajariitalautakunta on antanut oman ratkaisuehdotuksensa kotimyynnin peruuttamistilanteessa:

Kuluttaja oli ostanut elinkeinonharjoittajalta sohvakaluston 26.5.2004. Kuluttaja antoi peruuttamisilmoituksen kaupasta 14 päivän kuluessa sopimuksen tekopäivästä elinkeinonharjoittajalle. Elinkeinonharjoittaja ei kuitenkaan hyväksynyt peruutusta.

Kuluttajariitalautakunta katsoi, että koska peruutus kotimyynnissä oli tehty määräajassa, oli elinkeinonharjoittajan palautettava kuluttajalle kauppahinta. Kuluttajan vastuu säilyttää tavara elinkeinonharjoittajan saatavissa kestää kaksi kuukautta (KSL 6:11 §). Koska elinkeinonharjoittaja ei kahden kuukauden kuluessa noutanut sohvakalustoa kuluttajan luota, sai kuluttaja pitää myös sohvakaluston itsellään vastikkeetta. (Kuluttajariitalautakunta 15.3.2005 D 04/32/2022, kuluttajariitalautakunta.)

4 VERKKOKAUPPA JA RAJAT YLITTÄVÄ KAUPANKÄYNTI

Verkkokaupankäynti niin Suomen rajojen sisällä kuin sen ulkopuolellakin on tyypillinen tämän ajan etämyyntitilanne. Kun suomalainen kuluttaja tilaa tuotteen internetistä ulkomaalaiselta elinkeinonharjoittajalta, joudutaan miettimään, minkä maan lain mukaan toimitaan, jos jokin ongelma ilmaantuu. Kuluttajansuoja ei nimittäin aina määräydy Suomen lain mukaan rajat ylittävässä kaupankäynnissä. Vaikka EU:ssa on määritelty kuluttajansuojan perustaso, ovat kuluttajien oikeudet vaihdelleet EU:n sisällä riippuen sovellettavan maan lainsäädännöstä. Mahdollisesti riitatilanteet ja sovellettavan lain pulmatilanteet vähenevät, kun jäsenmaita varten on laadittu entistä yhtenäisemmät säännöt etämyyntiä varten. (Pohjola 2005, 112–113.)

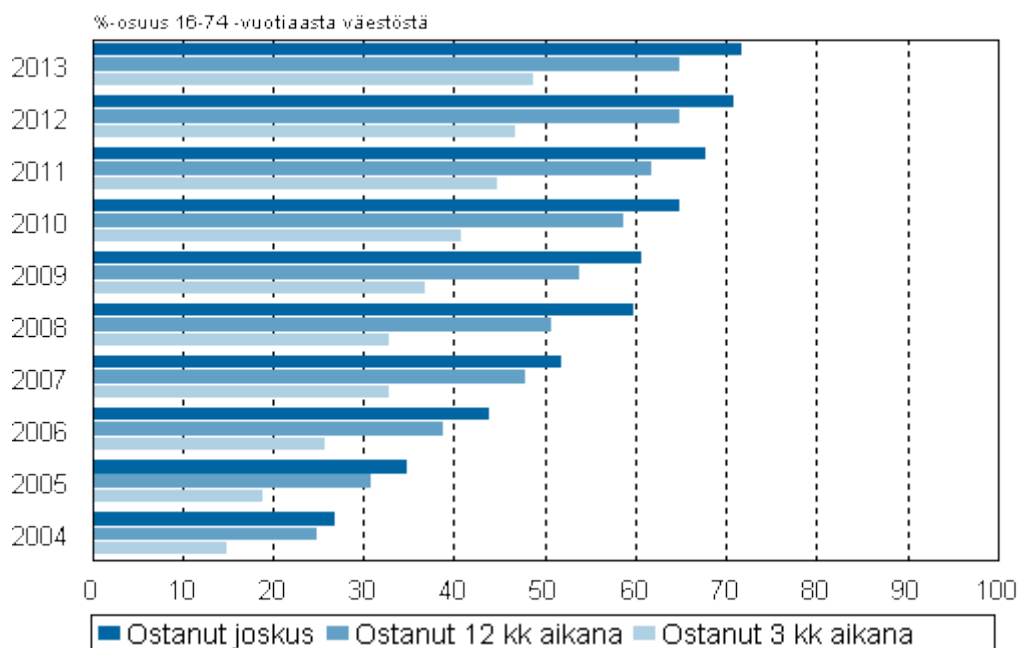
4.1 Suomen verkkokaupan osuus kuluttajakaupassa

TNS Gallupin, Kaupan liiton ja Asiakkuusmarkkinointiliiton Verkkokauppatilaston mukaan Suomen verkkokauppa on kasvanut vuoden 2013 alussa (Kauppa 2013, hakupäivä 21.2.2014). Matkailu oli lähes 40 prosentillaan verkkokaupan suurin yksittäinen tuote- ja palveluryhmä. Verkkokaupan kasvun ennakoidaan jatkuvan vielä. Tämä onkin hyvä uutinen, sillä EU-direktiivin (2011/83/EU) toivotaan lisäävän entisestään rajat ylittävän kaupankäynnin määrää. TNS Gallupin Digital- yksikön johtaja Ville Wikströmin mukaan verkko-ostajien määrä kasvaa edelleen. Wikström toteaa aktiivisimpien verkkokauppojen asiakkaiden olevan nuoria, mutta myös eläkeläiset ovat innostuneet nettikaupan tuomista mahdollisuuksista. (Kauppa 2013, hakupäivä 21.2.2014.)

Pasi Klemetilä kirjoitti 27.3.2014 ilmestyneessä Kalevassa suomalaisten verkko-ostosten määrästä (Klemetilä 2014, 4K2). Verkko-ostosten määrä on Pohjois-Euroopan suurimpia. Klemetilän mukaan syy tähän löytyy normaalikauppojen valikoimien pienuudesta. Hän myös korostaa verkkokaupan vastuuta tarjota asiakkaalle edullisia hintoja, hyvää valikoimaa, nopeita toimituksia ja rajoittamatonta aukioloaikaa, jotta asiakas käyttäisi verkkokaupan palveluja. (Klemetilä 2014, 4K2.)

Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan verkkokaupan kasvu on kuitenkin hidastunut, vaikka verkkokaupassa asioivien asiakkaiden määrä on suunnilleen kolminkertaistunut viimeisten 10 vuoden aikana. Otoksen kohteena olivat 16–74-vuotiaat suomalaiset kuluttajat. Vuonna 2004

heistä runsas miljoona oli ostanut joskus jotain Internetistä, kun vuonna 2013 heitä oli jo noin 3 miljoonaa. Kuviosta ilmenee kuinka viimeisten viiden vuoden aikana asiakkaiden määrän kasvu on hidastunut (kuvio 1). Tämä voi selittyä taloudellisella tilanteella sekä sillä, että valtaosa väestöstä on jo verkkokaupan asiakkaita. Kuviossa on kolme eri pylvästä kuvaamassa kuluttajien ostostiheyttä. (Tilastokeskus 2013, hakupäivä 26.3.2014.) Verkkokaupan kasvua hidastavat verkkokauppojen huonot tai puutteelliset sopimusehdot sekä asiakkaiden henkilötietojen käsittelyssä ilmenevät heikkoudet (Häkkinen & Koivumäki 2013, 237). Vuosina 2008–2009 verkkokaupan määrä pysyi lähes samana johtuen mahdollisesti vuonna 2008 vallinneesta taantumasta. Kuitenkin verkkokauppa on jatkanut kasvuaan selvemmin vuoden 2009 jälkeen.



KUVIO 1. Internetin kautta tilauksia tai ostoja tehneet 2004–2013 (Tilastokeskus 2013, hakupäivä 26.3.2014)

Pohjolan (2005, 111) mukaan Euroopan unionin sisämarkkinat ovat tuoneet paljon uusia mahdollisuuksia EU:n kuluttajille. Kulutushyödykkeiden ostaminen on muista jäsenmaista vapaata ja yhteinen valuutta helpottaa hintojen vertailua EU-maiden välillä. Tuotevalikoimat ovat laajentuneet, etämyyntimenetelmiä on kehitetty ja niin tuotteiden kuin myös ihmisten liikkuvuus jäsenmaiden välillä on helpottunut. Rajat ylittävään kaupankäyntiin liittyy monien mahdollisuuksien lisäksi myös riskejä. Etämyyntitilanteessa luottamuksen rakentaminen on haasteellista, kun kauppatilanne käydään ilman henkilökohtaista kontaktia. Vielä haasteellisempaa se on rajat ylittävässä kaupankäynnissä. Kuluttaja voi jättää tekemättä tilauksen siinä pelossa, että maksettua tuotetta ei toimitettaisi tai

sitä ei saisi takuukorjattua Suomessa. Kuluttajien luottamuksesta rajat ylittävään kaupankäyntiin on tehty tutkimuksia. Tutkimustulokset osoittavat, että kuluttajien luottamus on heikko, eivätkä kuluttajat koe oikeussuojaansa hyväksi ostaessaan kulutushyödykkeitä muista EU-maista. Sen sijaan varsinkin suomalaiset kuluttajat luottavat kotimaiseen kuluttajansuojaan ja viranomaisiin. (Pohjola 2005, 111–112.)

Euroopan kuluttajakeskus (EKK) on Suomen valtion ja Euroopan komission rahoittama verkosto, jonka tehtävänä on edistää kuluttajansuojan toteutumista rajat ylittävässä kaupassa kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien välillä EU:n sisämarkkinoilla. Mikäli kuluttajalla on ristiriitoja toisessa EU:n jäsenmaassa sijaitsevan elinkeinonharjoittajan kanssa, EKK antaa selvittely- ja sovitteluapua sekä opastusta rajat ylittävän kaupankäynnin kuluttajakysymyksiin. EKK toimii myös tuomioistuimen ulkopuolisen, kuluttajariitoja ratkaisevan EEJ-verkoston (European Extra Judicial Network) selvityskeskusena. Mikäli kuluttajan valitus ei etene, EKK voi selvittää, mikäli valitusta koskevassa maassa olisi tuomioistuimen ulkopuolinen riitojenratkaisuelin, joka voisi ottaa asian ratkaistavakseen. Jos tällainen on olemassa, EKK kääntää kuluttajan tekemän valituksen ja lähettää sen kyseiseen riitojenratkaisuelimeen ratkaistavaksi. (Euroopan kuluttajakeskus 2014, hakupäivä 26.2.2014.) Valitusten käsittely on useimmiten maksutonta, mutta joissakin ratkaisuelimissä voidaan periä pieni käsittelymaksu. Useimmissa EU:n jäsenvaltioissa on useita riidanratkaisuelimiä, Saksassa niitä on yli 200. (Pohjola 2005, 115–116).

EKK:n verkoston 5.12.2013 tekemästä raportista selviää, että kuluttajat ovat kohdanneet syrjintää rajat ylittävässä kaupassa. Syrjintä on kohdistunut kuluttajan kansalaisuuteen tai asuinpaikkaan, kun kuluttaja on tehnyt ostoksia muista EU:n jäsenmaista. Syrjintä on ilmennyt hintaeroina ja tavarantoimitusongelmina. EKK vastaanotti yli 220 syrjintää koskevaa valitusta vuosina 2010–2012. Näistä 14 oli suomalaisten tekemiä. (ECC-Net 2013, hakupäivä 22.2.2014.) Ongelmia rajat ylittävässä kaupassa ovat aiheuttaneet muun muassa piraattituotteet, Facebookissa tarjottavat ilmaisnäytteet ja auton osto ulkomaiselta välittäjältä (Euroopan kuluttajakeskus 2012, hakupäivä 3.1.2014).

Vuonna 2013 valitusten määrä lisääntyi 9 prosenttia verrattuna vuoteen 2012. Valitusten kasvun uskotaan johtuvan siitä, että kuluttajat tietävät paremmin oikeutensa ja heidän tietoisuutensa EKK:n verkostosta on kasvanut. Myös rajat ylittävän kaupankäynnin määrän kasvu on lisännyt valitusten määrää. (European Commission 2014, hakupäivä 2.3.2014.) Huijarit kehittävät koko ajan menetelmiään ja tästä syystä kuluttajien on syytä pysyä tarkkana. EKK on laatinut kuluttajille

ohjeet, joiden avulla voidaan pienentää riskiä tulla huijatuksi. Ensinnäkin tarjouksien oikeellisuutta tulee aina pohtia. Joskus tarjoukset voivat olla liian hyviä ollakseen totta. Aina on hyvä myös tarkistaa elinkeinonharjoittajan osoite ja muut tiedot, jotta voidaan varmistua siitä, että yritys on olemassa, ovatko annetut tiedot luotettavia ja omaako verkkokauppa EU-alueen verkkokaupassa käytettäviä luotettavuusmerkkejä. Kuluttajan tulee olla valveutunut myös pohtiessaan onko verkkokaupassa käytettävä maksutapa turvallinen ja luovuttaessaan henkilötietojansa yritykselle. (Euroopan kuluttajakeskus 2013a, hakupäivä 2.3.2014.)

Lahtisen (2013, 62) mukaan verkkokaupan luotettavuus on erittäin tärkeä tekijä, sillä harva ostaa tuotteita kaupasta, johon ei luota. Luotettavuusmerkit eli trustmarkit ovat merkki siitä, että elinkeinonharjoittaja haluaa luoda asiakkaalleen luotettavuuden tunteen ottamalla huomioon kuluttajan oikeudet. Trustmark-järjestelmiä eli luotettavuusmerkkijärjestelmiä on erilaisia eri maissa ja niiden ylläpitäjät valvovat, että verkkokaupat noudattavat järjestelmän sääntöjä. (Howard 2014, hakupäivä 2.3.2014.) Luotettavuusmerkkejä tarjoavat kaupalliset yritykset ja Verkkoteollisuus ry. Yrityksen saama luotettavuusmerkki on todennäköisesti luotettavampi, mikäli sen on myöntänyt Verkkoteollisuus ry. (Lahtinen 2013, 67.) EKK:n verkosto ECC-Netin tekemän raportin mukaan EU:ssa on käytössä 54 erilaista luotettavuusmerkkijärjestelmää. Suomessa on toistaiseksi käytössä vain yksi luotettavuusmerkki; Verkkoteollisuus ry:n Luotettavaa toimintaa -laatumerkki. (Euroopan kuluttajakeskus 2013b, hakupäivä 2.3.2014.)

4.2 Sovellettava laki rajat ylittävässä kaupankäynnissä EU:n sisällä

Laineen (2001, 242) mukaan kansainvälisen kuluttajaverkkokaupan lainvalintaa koskeva kysymys on yksi hankalimmista verkkokaupan oikeudellisista ongelmista. Sopimusvapaus kansainvälisessä oikeudessa tarkoittaa sitä, että kaupan osapuolet voivat vapaasti valita, minkä maan lakia sopimuksessa sovelletaan. Kuluttajansuojaa koskevat säännökset ovat kuitenkin usein pakottavia, kuten tämän työn 2. luvussa todetaan, jolloin sopimusvapaus ei ole täysin rajoituksetonta. Sovellettava laki ei siis välttämättä määräydy sen mukaan, missä maassa oikeudenkäynti käydään. Se voi olla ostajan, myyjän tai jonkin kolmannen maan laki. Helpoin vaihtoehto kantajalle tai vastaajalle olisi, jos valittaisiin oman kotimaan laki, sillä lait ja oikeuskäytännöt olisivat tutumpia ja tietoa olisi helpompi löytää verrattuna toisen maan lakeihin ja käytäntöihin. Usein päädytäänkin kompromissiin ja valitaan kolmannen maan laki. (Kauppakamari 2014, hakupäivä 2.3.2014.) Rajat ylittävässä kaupankäynnissä verkkokaupapaikat yleensä liittyvät vakioehtoihin-

sa lainvalintaa koskevan sopimusehdon. Tällaista ehtoa kutsutaan lakiviittaukseksi. Verkkokauppa käyttää yleensä lakiviittausta kolmannen valtion lakiin, kun se pyrkii vapautumaan kaikesta mahdollisesta vastuusta. Yleisintä on silti, että verkkokaupat tekevät lakiviittauksen elinkeinonharjoittajan sijoittautumisvaltion lakiin. Jotkut verkkokaupat haluavat kuitenkin tarjota hyvää palvelua tekemällä lakiviittauksen kuluttajan asuinpaikkavaltion lakiin. Erityisesti Ruotsissa on haluttu tavoittaa asiakkaiden luottamus tällä tavoin. (Laine 2001, 241.)

Kuluttajansuojalaissa säädetään etämyyntisäännöksiä koskevista lainvalinnoista. Määräyksen mukaan kolmannen valtion lakiin tehdyllä lakiviittauksella ei voida syrjäyttää Euroopan talousalueeseen kuuluvassa valtiossa voimassa olevia, lakiviittauksen puuttuessa sovellettavia säännöksiä kohtuuttomista sopimusehdoista, jos niissä suojataan kuluttajaa paremmin kuin lakiviittauksen perusteella sovellettavassa laissa. (KSL 6:19 §.) Kuluttaja ei saa siis menettää sen valtion lain pakottavin säännöksin hänelle annettua suojaa, jossa hänen asuinpaikkansa on. Kuluttajalle sen sijaan tulee sovellettavaksi kahden eri oikeusjärjestelmän säännökset siltä osin kuin ne johtavat kuluttajan kannalta parempaan tulokseen. Tätä kutsutaan edullisemmuusperiaatteeksi. (Laine 2001, 242–243.)

Sopimusehdoissa kannattaakin ilmoittaa, minkä maan lakia verkkokauppaan ja sen sopimusehtoihin sovelletaan (Häkkänen & Koivumäki 2013, 244). Mikäli sovellettavaa lakia ja oikeuspaikkaa ei ole sovittu, niin yleensä kantaja nostaa kanteen vastaajan kotimaassa tai maassa, jossa vastaajalla on liiketoimintaa. Tällöin tuomioistuin valitsee sovellettavan lain yleensä kansainvälisten lainvalintakonventioiden kuten Rooma I asetuksen avulla. Näin toimitaan yleensä yritysten välisessä kaupankäynnissä. (Kauppakamari 2014, hakupäivä 2.3.2014.)

Rooma I asetuksen mukaan sopimukseen sovelletaan sen maan lakia, jonka osapuolet ovat valinneet (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus sopimusvelvoitteissa sovellettavasta laista - Rooma I asetus, 17.6.2008 (EY) N:o 593/2008, EUVL L 177, 4.7.2008, 6-16 3 artiklan 1 kohta). Asetuksen 6 artiklan 1 kohdan mukaan luonnollisen henkilön tehtyä elinkeinonharjoittajan kanssa sopimuksen sovelletaan sen maan lakia, jossa kuluttajan asuinpaikka on, edellyttäen että elinkeinonharjoittaja harjoittaa kaupallista toimintaa maassa, jossa kuluttajan asuinpaikka on, tai suunnittaa tällaista toimintaa kyseiseen maahan ja että sopimus kuuluu kyseisen toiminnan piiriin (Rooma I asetus). Lakiviittaukset ovat mahdollisia kuluttajakaupassakin, mutta ne eivät saa olla ristiriidassa kuluttajan kotimaan lain pakottavien säännösten kanssa (Rooma I asetus 6 artikla 2 k.) Rooma 1 asetus säädettiin alun perin sen vuoksi, että monissa oikeustapauksissa kuluttaja on

heikommassa osassa ja tarvitsee lainsäädännön tuomaa lisäsuojaa. Se korvasi Rooman yleissopimuksen, sillä Rooman yleissopimus ei ollut enää riittävä suojaamaan kuluttajien oikeuksia nykyajan kaupankäynnissä, jossa kuluttajilla on enemmän valtaa ja valinnanvaraa. (Rogers 2011, 134–135).

Willebrandin (2002,74) mukaan verkkokaupassa on epäselvää, missä tilanteissa kuluttajaa suojaavia pakollisia säännöksiä sovelletaan. Mikäli verkkokaupan markkinointi on kohdistettu tiettyyn maahan, kasvaa elinkeinonharjoittajien kannalta riski siitä, että kuluttajaa suojaavia pakottavia säännöksiä sovelletaan. Elinkeinoharjoittajien tulisi olla perillä eri maiden pakottavista säädöksistä. Se aiheuttaisi ylimääräistä vaivaa elinkeinonharjoittajille. Kaikki riippuu kuitenkin mainonnan luonteesta ja siitä mihin se on suunnattu. Willebrand epäilee, että pakottavia säännöksiä sovellettaisiin pelkästään sen vuoksi, että kuluttaja pystyisi käyttämään verkkokauppiaan sivuja asuinpaikastaan käsin. Säättämällä kuluttajaa suojaavat pakottavat säännökset on haluttu selvittää, kuinka aktiivinen markkinoija on ollut jonkun tietyn kuluttajan tai valtion suhteen. Markkinoinnin suuntaus tulee arvioida aina tapauskohtaisesti. Arviointi helpottuu, kun otetaan huomioon muun muassa nimenomainen markkinointi ja siinä käytetty kieli, Internet-sivujen kieli, yrityksen toimitusmaat, tosiasiallinen sivujen käyttäjäkunta sekä myyjäyrityksen sijoittautumisvaltio ja omistussuhteet. Kielet eivät kuitenkaan pysty määrittämään jotain tiettyä valtiota, sillä jotain kieltä voidaan puhua monessa eri valtiossa. Täten markkinoinnin suuntausta tulee miettiä monelta eri kantilta. (Willebrand 2002, 74–75.)

Mikäli suomalainen kuluttaja nostaisi kanteen esimerkiksi saksalaista elinkeinonharjoittajaa vastaan, joka ei olisi suunnannut elinkeinotoimintaansa Suomeen, sovellettaisiin mahdollisesti saksalaista lainsäädäntöä. Eri maan lain soveltaminen ei ole helppo tehtävä. Käytännössä se tarkoittaa sitä, että näytön kerääminen jäisi osapuolille itselleen ja heidän tulisi esittää uskottavaa näyttöä vieraan valtion lain sisällöstä, oikeuskäytännöstä ja oikeuskirjallisuudesta. Tarvittaisiin mahdollisesti myös asiantuntijalausuntoja paikallisilta juristeilta. Näytön kerääminen aiheuttaisi paljon kustannuksia ja vaivaa. (Jaspers 2011, 160.) Tämän vuoksi EU-direktiivi (2011/83/EU) on erittäin tervetullut ja sen uskotaan vähentävän mahdollisia riitatilanteita, kun esimerkiksi palautusaika on kaikissa jäsenmaissa 14 päivää (HE 157/2013 vp, 22). Jos edellä mainitussa esimerkkitilanteessa saksalainen etämyyjä mainostaisikin Suomessa ja kuluttaja olisi tilannut tuotteen ja maksanut tuotteen Suomessa, voitaisiin mahdollisesti soveltaa Suomen lakia Rooma I asetuksen mukaan. Tällainen tapaus voisi koskea esimerkiksi elinkeinonharjoittajan virhevastuuta silloin, kun tuote lakkaisi toimimasta ennen oletettua. (Euroopan kuluttajakeskus 2013c, hakupäivä 28.4.2014.)

5 KULUTTAJANSUOJALAKIIN TULEVAT MUUTOKSET KOTI- JA ETÄ-MYYNNISSÄ

EU:n jäsenmaiden tulee säätää omat kansalliset lainsäädäntönsä vastaamaan EU:n direktiivin (2011/83/EU) säännöksiä. Kuluttajansuojalaki pysyy voimassa, mutta laki kuluttajansuojalain muuttamisesta tulee muuttamaan lain 6. luvun säännöksiä. Uusien säännösten myötä elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien on oltava jatkossa tarkkoja koti- ja etämyyntitilanteissa, sillä muun muassa peruuttamisoikeus, ennakkotiedot ja näiden tietojen anto tulevat muuttumaan paljon entiseen verrattuna. Tässä luvussa kerrotaan tarkemmin tulevista muutoksista ja kerrotaan niiden vaikutuksista muun muassa rajat ylittävään kaupankäyntiin vertailemalla voimassa olevaa kuluttajansuojalakia ja lakimuutoksia.

5.1 Taustaa kuluttajansuojalain muuttamisesta

Kuluttajansuojalain 6. luvun muutokset perustuvat hallituksen esitykseen (157/2013 vp). Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (2011/83/EU) on uudistanut kotimyyntiä ja etämyyntiä koskevat direktiivit pääosin täysharmonisoiviksi. Tämä tarkoittaa sitä, että EU:n jäsenvaltiot eivät saa antaa tai pitää voimassa direktiivistä poikkeavia säännöksiä asioista, jotka on yhdenmukaisesti direktiivillä (Eduskunta 2013, hakupäivä 6.3.2014).

Direktiivit kuuluvat asetusten ja päätösten tavoin EU-oikeuden sekundääriseen oikeuteen. Direktiivi on rinnastettavissa lainsäädöksiin ja ne ovat lainsäädäntökehotuksia, jotka tulee jäsenvaltioissa toteuttaa määräajassa. Ne eivät siis ole asetusten tavoin sellaisenaan velvoittavaa oikeutta, vaan niissä määritellään tavoitteet, jotka jäsenmaan tulee toteuttaa kansallisesti muuttamalla tarvittaessa omaa lainsäädäntöään. (Ojanen 2010, 38–42.)

Ennen kuin kuluttajansuojalain muuttamisesta säädetyin lain valmistelu eteni eduskuntakäsittelyyn, sitä valmisteltiin oikeusministeriön lainvalmisteluosastolla ja kuluttajaoikeustyöryhmä julkaisi oman mietintönsä kuluttajansuojalain muuttamisesta (Kuluttajaoikeustyöryhmän mietintö 28/2013). Valmistelujen jälkeen asia eteni eduskuntaan ja hallitus antoi eduskunnalle esityksensä 17.10.2013. Talousvaliokunta antoi eduskunnalle 29.11.2013 oman mietintönsä TaVM 34/2013. Eduskunnassa käytiin ensimmäinen käsittely 4.12.2013 ja se hyväksyi lakiehdotusten sisällön

mietinnön mukaisena. Toinen käsittely käytiin 10.12.2013 ja silloin eduskunta hyväksyi ensimmäisessä käsittelyssä päätetyt lakiehdotukset. (Eduskunta 2013, hakupäivä 6.3.2014.) Lakia kuluttajansuojalain muuttamisesta aletaan soveltaa 13.6.2014. Kuluttajansuojalakia muutettiin muidenkin kuin 6. luvun osalta, mutta tässä työssä keskitytään vain koti- ja etämyyntitilanteisiin.

5.2 Koti- ja etämyynnin määritelmän muuttuminen

Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta muuttaa voimassa olevan kuluttajansuojalain soveltamisalaa kotimyynnin osalta. Kotimyyntiä koskevia säännöksiä ei sovelleta, jos kulutushyödykkeen hinta on pienempi kuin 30 euroa. Jos samalla kerralla myydään useampia hyödykkeitä, joiden yhteishinta on vähintään 30 euroa, tai jos kyseessä on hyödykkeen jatkuva tai toistuva toimitus, säännöksiä kuitenkin sovelletaan (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:3.1 §). Voimassa olevan lain mukaan hinta on 15 euroa (KSL 6:5.2 §). Euromäärää haluttiin nostaa rahan arvon muuttumisen ja kotimyynnin määritelmän laajenemisen johdosta (HE 157/2013 vp, 32).

Voimassa olevan kuluttajansuojalain mukaan kotimyyntiksi ei katsota tilannetta, jossa kuluttaja pyytää elinkeinonharjoittajan luokseen tarjoamaan kulutushyödykettä (KSL 6:3.1 § 3 k.). Juuri tilanteen ennalta-arvaamattomuus on tunnusomaista kotimyyntille. Kuluttajalla on tällöin rajoitetummat mahdollisuudet vertailla eri vaihtoehtoja ja harkita sopimuksen tarpeellisuutta, sillä elinkeinonharjoittajalla on mahdollisuus vaikuttaa kuluttajan ratkaisuihin voimakkaammin kuin liikepaikassa. Mikäli kuluttaja itse pyytäisi elinkeinonharjoittajaa tulemaan luokseen tekemään tarjouspyynnön kulutushyödykkeestä, osoittaisi tämä sen, että kuluttaja on jo harkinnut sopimuksen tekemisen mahdollisuutta elinkeinonharjoittajan kanssa sekä sopimuksen ehtoja ja sen kannattavuutta. (Ämmälä 2006, 201).

Uuden direktiivin (2011/83/EU) myötä kotimyynnin määritelmää laajennetaan. Kotimyyntiksi katsotaan myös tilanne, jossa elinkeinonharjoittaja saapuu kuluttajan luokse kuluttajan nimenomaisesti pyynnöstä tarjoamaan hänelle kulutushyödykettä ja osapuolet tekevät samassa yhteydessä sopimuksen tai kuluttaja tekee siitä sitovan tarjouksen (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:3.2 §). Mikäli elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle sosiaalipalveluja tai terveystalveluja paikassa, jonne elinkeinonharjoittajan on saapunut kuluttajan nimenomaisesti pyynnöstä, ei kotimyynnin säännöksiä kuitenkaan sovelleta (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:3.2 § 1-2 k.). Jos kuluttajaa on painostettu suostumaan myyjien vierailupyyntöihin, on heillä oikeus perua ne.

Enää ei ole siis väliä onko vierailua pyydetty etukäteen vai ei, jolloin sääntöjen kiertäminen vähe-
nee. (Euroopan komissio 2013, hakupäivä 22.2.2014.) Mikäli elinkeinonharjoittaja ottaa kulutta-
jaan yhteyttä paikassa, joka ei ole elinkeinonharjoittajan toimitila, ja tämän jälkeen he välittömästi
solmivat sopimuksen elinkeinonharjoittajan toimitiloissa tai etäviestimellä, tilanne katsottaisiin
kotimyyntiksi (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:6.1 § 1 k.). Säännöksellä pyritään estä-
mään kotimyyntisäännösten kiertely. Elinkeinonharjoittaja voisi nimittäin tarjota kulutushyödykettä
kuluttajalle kadulla ja täten pyytää kuluttajaa välittömästi tämän jälkeen elinkeinonharjoittajan
toimitiloihin sopimuksen tekemiseksi. Tilanne tulkittaisiin kuitenkin lakimuutosten myötä koti-
myyntiksi, vaikka elinkeinonharjoittaja olisikin tehnyt sopimuksen toimitiloissaan, sillä hän oli sitä
ennen tarjonnut kulutushyödykettä asiakkaalle kadulla. (HE 157/2013 vp, 34.) Kuluttajariitalauta-
kunta pohti kotimyyntin määritelmää 26.11.2013 annetussa ratkaisussaan:

Kuluttaja oli pyytänyt elinkeinonharjoittajan luokseen tekemään tarjouslaskennan
ikkunatoimituksesta. He sopivat ikkunatoimituksesta 20.9.2011 päivätyllä tilaus-
vahvistuksella. Tilausvahvistuksen ehtoihin merkittiin rahoitus, sillä kuluttaja ei ollut
varma onnistuuko rahoitus. Myöhemmin kävi ilmi, että rahoitus ei onnistunut. Elin-
keinonharjoittajan edustaja oli tullut oma-aloitteisesti 26.9.2011 tekemään mittauk-
sia ikkunoista ja samalla kerralla hän tulosti uuden 26.9.2011 päivätyllä tilausvah-
vistuksen, jossa maksuehdoksi oli muutettu ”14 päivää netto”. Kuluttajalle ei ker-
rottu maksuehdon muutoksesta eikä edustaja ollut kertonut, ettei rahoitus ollut jär-
jestynyt. Alkuperäinen tilausvahvistus oli otettu pois kuluttajalta. Kuluttaja oli ha-
vainnut muutoksen maksuehdoissa ja halusi peruuttaa sopimuksen tästä syystä.
Kuluttaja lähetti kirjallisen peruuttamisilmoituksen 27.9.2011 vedoten kotimyyntin
säännöksiin. Elinkeinonharjoittaja ei suostunut kaupan purkamiseen, sillä hänen
mielestään tapaus ei ollut etämyyntiä, koska kuluttaja oli itse nimenomaisesti pyy-
tänyt elinkeinonharjoittajan luokseen tarjoamaan tuotetta. Kuluttajariitalautakunta
kuitenkin ratkaisi tapauksen kuluttajan hyväksi, sillä se katsoi, että vaikka kysees-
sä ei ollutkaan ollut aluksi kotimyyntiä, oli tilanne muuttunut kotimyyntiksi. Elinkei-
nonharjoittajan edustaja oli tullut omasta aloitteestaan 26.9.2011 kuluttajan luokse
ja muuttanut alkuperäisen sopimuksen maksuehdoja, jolloin vanha sopimus oli
rauennut. Täten 26.9.2011 päiväty uusi sopimus oli kotimyyntiä, jolloin kuluttajalla
on 14 päivää aikaa tilausvahvistuksesta perua sopimus. (Kuluttajariitalautakunta
26.11.2013 D 4211/37/2011, kuluttajariitalautakunta.)

Kuluttajariitalautakunnan ratkaisussa (4211/37/2011) kuluttajariitalautakunta ei katsonut koti-
myyntiksi 20.9.2011 päivätyä kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välistä sopimusta, koska kulut-
taja oli itse nimenomaisesti pyytänyt elinkeinonharjoittajan luokseen tekemään tarjousehdotuksen
ikkunatoimituksesta. Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta olisi kuitenkin katsonut tämän sopi-
muksen kotimyyntiksi, sillä lain mukaan kotimyyntiä on myös se, kun kuluttaja pyytää elinkeinon-
harjoittajan luokseen tarjoamaan kulutushyödykettä (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:3.2
§). Ratkaisun lopputulos ei sinänsä olisi kuitenkaan muuttunut, sillä elinkeinonharjoittajan edusta-

ja oli ratkaisevasti muuttanut omatoimisesti sopimuksen maksuehtoja, jolloin alkuperäinen sopimus oli rauennut ja uusi sopimus oli syntynyt. Kuitenkin tapauksessa ei olisi ollut mitään epäselvyyksiä, jos laki kuluttajansuojalain muuttamisesta olisi jo tuohon aikaan ollut voimassa.

5.3 Ennakkotietojen antaminen elinkeinonharjoittajan velvollisuutena

Voimassa olevassa kuluttajansuojalaissa ennakkotietojen antamisesta kotimyyntitilanteessa säädetään kuluttajansuojalain 6. luvun 8. pykälässä koskien kotimyyntiasiakirjaa. Ennakkotietojen antamisesta sekä koti- ja etämyynnissä säädetään 6. luvun 9. pykälässä (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:9 §). Annettavat ennakkotiedot ovat suurin piirtein samoja, joista voimassa olevassa kuluttajansuojalaissa säädetään. Tiedot ovat vain voimassa olevaa lakia laajemmat ja yksityiskohtaisemmat. Tästä kertoo esimerkiksi se, että elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava elinkeinonharjoittajan osoite sijoittautumisvaltiossa, hänen puhelin- ja faksinumeronsa sekä myös sähköpostiosoite, mikäli ne ovat käytettävissä (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:9.1 § 3-4 k.).

Teknologian kehitys on otettu huomioon uusissa säännöksissä. Elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava tarvittaessa digitaalisen sisällön toimivuudesta, mukaan lukien digitaalisen sisällön yhteentoimivuudesta laitteistojen ja ohjelmistojen kanssa siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:9.1 § 20 k.). Toimivuudesta on tärkeää ilmoittaa, sillä sisällön käytössä voi olla teknisiä rajoituksia kuten suojausta, joka voi estää sisällön toimimisen tietyssä maassa. Yhteentoimivuudella tarkoitetaan esimerkiksi tietoa käyttöjärjestelmästä, jota tarvitaan digitaalisen sisällön käyttämiseen. (HE 157/2013 vp, 38). Lisäksi muistutetaan kuluttajia siitä, että heillä on mahdollisuus saattaa riita kuluttajariitalautakunnan tai muun vastaava elimen käsiteltäväksi (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:9.1 § 21 k.). Elinkeinonharjoittajien on tulevaisuudessa kerrottava tarkemmin kuluttajien peruuttamisoikeudesta; heidän tulee kertoa peruuttamisoikeuden käyttämisestä koskevista ehdoista, määräajoista ja menettelyistä (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:9.1 § 10 k.). Elinkeinonharjoittajien on lisäksi annettava kuluttajille oikeusministeriön asetuksen mukainen peruuttamislomake, jossa voidaan vaihtoehtoisesti myös kertoa peruuttamisoikeuden ehdoista, määräajoista ja menettelyistä. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:9.3 §.) Kuluttajalle on annettava tiedot myös palauttamiskustannusten määrästä, jos tavarat eivät luonteensa vuoksi ole palautettavissa tavanomaisella tavalla postitse. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:9.1 § 11 k.) Riittäväksi tiedonannoksi katsotaan esimerkiksi se, että elinkeinonharjoittaja nimeää yhden

rahdinkuljettajan ja yhden hinnan tavaroiden palauttamiselle (HE 157/2013 vp, 37). Elinkeinonharjoittajilla on todistustaakka siitä, että tiedonantovaatimukset on täytetty, eli jos kuluttaja syyttää elinkeinonharjoittajaa puutteellisesta tiedonannosta, tulee elinkeinonharjoittajan todistaa, että hän on täyttänyt tiedonantovelvollisuutensa. (HE 157/2013 vp, 35.)

Koti- ja etämyynnissä on ennakkotietojen ilmoittamisen lisäksi myös vahvistettava ne (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:13 §). Kotimyynnissä kuluttajalle on annettava jäljennös sopimusvahvistuksesta tai allekirjoitetusta sopimuksesta paperilla tai kuluttajan suostumuksella muulla pysyvällä tavalla (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:13.1 §). Täten kotimyynnissä luovutettiin kotimyyntiasiakirjan käytöstä. Riittäisi, kun annettaisiin ennakkotiedot ja sen jälkeen kopio allekirjoitetusta sopimuksesta tai sopimusvahvistus. (HE 157/2013 vp, 40.) Säättämällä yksityiskohtaisemmin ennakkotietojen antamisesta pyritään varmistamaan se, ettei tulisi vastaavanlaisia tapauksia kuten kuluttajariitalautakunnan ratkaisussa (3212/32/05) koskien puutteellista kotimyyntiasiakirjaa. Tapauksessa kuluttaja halusi peruuttaa kaupan yli kuukauden jälkeen kaupantekotilanteesta. Vaikka kotimyyntitilanteen peruutusaika olikin jo mennyt umpeen, kuluttaja pystyi perumaan kauppasopimuksen, sillä kotimyyntiasiakirja katsottiin puutteelliseksi siitä puuttuvan päiväyksen vuoksi. Luultavasti kuluttaja ei olisi saanut purettua kotimyyntiä kuluttajariitalautakunnan ratkaisua (321/32/05) koskevassa tapauksessa, mikäli laki kuluttajansuojalain muuttamisesta olisi jo ollut voimassa. Kotimyyntiasiakirja poistuu käytöstä, mutta kuluttajalle on kuitenkin annettava jäljennös sopimusvahvistuksesta tai allekirjoitetusta sopimuksesta paperilla tai muulla pysyvällä tavalla (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:13.1 §).

Etämyynnissä kuluttajalle on toimitettava vahvistus pysyvällä tavalla tehdystä sopimuksesta kohtuullisessa ajassa sopimuksen tekemisestä. Vahvistus on toimitettava viimeistään tavaroiden luovutusajankohtana tai ennen kuin palvelun suorittaminen aloitetaan. Vahvistuksen tulee sisältää edellä mainitut ennakkotiedot sekä peruuttamislomake ja -ohje, jollei niitä ole toimitettu kuluttajalle pysyvällä tavalla jo aiemmin. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:13.2 §.)

Etämyynnissä tietojen vahvistamisesta säädetään lähes samalla tavoin kuin voimassa olevassa kuluttajansuojalaissa. Huomiota on kiinnitetty kuitenkin etenkin siihen, että vahvistus on toimitettava kuluttajalle pysyvällä tavalla kohtuullisessa ajassa. Tällä tarkoitetaan sitä, että tiedot annetaan henkilökohtaisesti kirjallisesti tai sähköisesti siten, että vastaanottaja voi tallentaa ja toisintaa tiedot sellaisenaan (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:8.1 § 2 k.). Tarkoituksena on siis, että tiedot ovat kuluttajan saatavilla myöhempää käyttöä varten, jotta hän voisi tarvittaessa vedo-

ta niihin (HE 157/2013 vp, 35). Aiempi sanamuoto koskien tietojen vahvistamista kuuluu voimassa olevassa kuluttajansuojalaissa: "Tiedot on vahvistettava kuluttajalle henkilökohtaisesti, kirjallisesti tai sähköisesti siten, että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa tiedot muuttumattomina" (KSL 6:14.1 §). Vahvistus tuli toimittaa mahdollisimman pian, mutta uusien säännösten mukaan vahvistus on toimitettava kohtuullisessa ajassa sopimuksen tekemisestä (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:13.2 §). Kuluttajariitalautakunnan ratkaisussa (3749/36/08) kuluttajansuojalaki toimi elinkeinonharjoittajan oikeuksien suojaajana, sillä elinkeinonharjoittaja oli huolehtinut ennakkotietojen oikeasta ilmoitustavasta ja toimittanut asiakkaalleen ennakkotiedot sisältävän vahvistuslomakkeen kertoen, että hajuvesi on kuluttajansuojalain 6. luvun 16 §:n 4 kohdan mukainen tavara, jota ei voi palauttaa edelleen myytäväksi. Riskinä olisi voinut olla ajanmukaisen lainsäädännön mukaan kuluttajan palautusoikeuden pidentyminen jopa yhden vuoden mittaiseksi sopimuksen tekemisestä lähtien, mikäli sopimusehdoista ei olisi ilmoitettu asianmukaisesti.

Laissa kuluttajansuojalain muuttamisesta on otettu enemmän huomioon myös digitaalisten sisältöjen toimittaminen; mikäli sisällön sähköinen toimittaminen aloitetaan ennen peruuttamisajan päättymistä, vahvistuksen tulee sisältää ennakkosuostumus (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:13.3 §). Digitaalisen sisällön toimittamisella sähköisesti tarkoitetaan digitaalisessa muodossa tuotetun ja toimitetun tiedon toimittamista lataamalla tai esimerkiksi suoratoistona (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:8.1 § 3 k.). Tämän lisäksi on otettu huomioon myös etäviestintien kapasiteetti: Mikäli sopimus tehdään käyttämällä etäviestintä, jossa on rajoitetusti tilaa tai aikaa tietojen näyttämiseen, elinkeinonharjoittajan on varmistettava, että kuluttajalle ilmoitetaan ainakin kulutushyödykkeen pääominaisuudet, elinkeinonharjoittajan nimi, kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen sekä kokonaishintaan sisältyvät toimitus- ja muut kulut. Kuluttajalle on annettava tieto myös peruuttamisoikeuden käyttöä koskevista ehdoista, määräajoista ja menettelyistä sekä sopimuksen kestosta. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:12.4 §.) Esimerkiksi matkapuhelimen näytön rajallisuuden vuoksi on mahdotonta antaa kaikki edellytetyt tiedot, joten on tärkeää, että kuluttaja saa ainakin keskeisimmät tiedot ennen sopimuksen tekoa. Yksi ratkaisu voisi olla toiseen tietolähteeseen ohjaaminen, kuten linkin tarjoaminen elinkeinonharjoittajan internetsivustolle, jossa olisi löydettävänä kaikki ennakkotiedot. (HE 157/2013 vp, 39.)

Jos kuluttajalle asetetaan maksuvelvollisuus sähköisesti tehdyssä sopimuksessa, elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava kuluttajalle selkeällä tavalla ja välittömästi ennen tilauksen tekemistä kulutushyödykkeen pääominaisuudet, kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen ja tarvittaessa toimitus- ja muut kulut, jotka eivät sisälly kulutushyödykkeen kokonaishintaan. Elinkeino-

jan on myös ilmoitettava tarvittaessa sopimuksen kesto ja kuluttajan sopimusveloitteiden vähimmäiskesto. Elinkeinonharjoittajan on myös varmistettava, että kuluttaja nimenomaisesti hyväksyy maksuvelvollisuuden. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:12.2 §.) Nimenomainen hyväksyntä varmistetaan esimerkiksi merkitsemällä näppäin tai vastaava toiminto helposti luettavalla tavalla, kuten sanoilla ”tilaukseen sisältyy maksuvelvollisuus” (HE 157/2013 vp, 39). Mikäli elinkeinonharjoittaja ei ilmoita kuluttajalle edellä mainituista asioista tai jättää varmistamatta, että kuluttaja hyväksyy maksuvelvollisuuden, sopimus on sitomaton kuluttajan hyväksi. Sopimuksen sitomattomuuteen vedotakseen kuluttajan on ilmoitettava siitä elinkeinonharjoittajalle viimeistään vuoden kuluttua sopimuksen tekemisestä. Jos sopimus raukeaa kuluttajan pyynnöstä, elinkeinonharjoittajan tulee palauttaa viivytystä ja viimeistään 30 päivän kuluttua ilmoituksen saatuaan saamansa maksusuoritukset ja korvattava kuluttajalle tavarain palauttamisesta aiheutuneet kulut. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:12.3 §.)

Lain 2. luvussa säädetään puhelinasioinnista perittävistä kuluista. Elinkeinonharjoittaja ei saa käyttää tekemäänsä kulutushyödykesopimusta koskevassa puhelinasioinnissa palvelua, jonka käyttämisestä peritään kuluttajalta hänen liittymäsopimuksensa mukaisen hinnan tai sitä vastaavan laskennallisen perushinnan ylittäviä kuluja (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 2:14.1 §). Puhelinasioinnilla tarkoitetaan kuluttajan puhelinyhteydenottoja, jotka koskevat esimerkiksi aiemmin tehdyn sopimuksen peruuttamista, tavarain virhettä taikka laskutusta. Säännöksellä ei tarkoiteta tilannetta, jossa kuluttaja soittaa elinkeinonharjoittajalle ostaakseen lisäpalveluja. (HE 157/2013, 28). Vaikka tässä työssä käsitelläänkin kuluttajansuojalain 6. lukua, liittyy myös kyseinen säännös koti- ja etämyyntiin. Säännöksen voidaan katsoa kuuluvan elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuuden piiriin – kaikista ylimääräisistä piilokuluista on ilmoitettava kuluttajalle (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:9.1 § 6 & 8 k.).

5.4 Kuluttajan oikeus kaupan peruuttamiseen

EU-direktiivi (2011/83/EU) antaa kuluttajille koko EU:n alueella oikeuden peruuttaa kauppa 14 päivän kuluessa mistä syystä tahansa. Kahden viikon peruutusaika on ollut voimassa Suomessa jo aiemminkin, mutta kyseinen peruutusaika tulee voimaan koko EU:n alueella. Joissakin EU:n maissa peruutusaika on ollut lyhyempi, joten tämän toivotaan vähentävän kuluttajien pelkoa tavarain tilaamisesta ulkomaalaiselta liikkeeltä. Peruuttamisoikeus laajennetaan koskemaan myös

verkkohuutokauppoja sekä ovelta ovelle -myyntiä. (Euroopan komissio 2013, hakupäivä 22.2.2014.)

Kuluttaja voi siis peruuttaa koti- tai etämyyntisopimuksen ilmoittamalla siitä peruuttamislomakkeella tai muulla yksiselitteisellä tavalla elinkeinonharjoittajalle viimeistään 14 päivän kuluttua palvelusopimuksen tai sähköisesti toimitettavaa digitaalista sisältöä koskevan sopimuksen tekemisestä tai tavarain vastaanottamisesta taikka, jos kyse on tavarain säännöllisestä toimittamisesta, ensimmäisen tavarain vastaanottamisesta (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:14.1 §). Yksiselitteinen ilmoitus voi olla kirjallinen tai suullinen, mutta kuluttajalla on näyttövelvollisuus siitä, että hän on tehnyt peruutuksen, jolloin on suositeltavaa, että kuluttajalla on itsellään siitä jonkinlaista dokumentaatiota (HE 157/2013 vp, 40). Mikäli elinkeinonharjoittaja ei ole antanut ennakkotiedoissa tietoa peruuttamisen tekemisestä, peruuttamisaika päättyy 12 kuukauden kuluttua siitä päivästä, kun kuluttajalla olisi päättynyt peruuttamisoikeus, mikäli hän olisi saanut tarvittavat ennakkotiedot. Jos elinkeinonharjoittaja kuitenkin korjaa puutteen tänä aikana, kuluttajalla on 14 päivää aikaa perua sopimus siitä päivästä, jona kuluttaja sai tarvittavat ennakkotiedot. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:14.2 §.) Kuluttajalla voi olla mahdollisuus ilmoittaa peruutuksesta myös elinkeinonharjoittajan Internet-sivuilla. Elinkeinoharjoittajan on kuitenkin ilmoitettava kuluttajalle peruuttamisilmoituksen saapumisesta viipymättä pysyvällä tavalla. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:14.3 §.)

Kun laki kuluttajansuojalain muuttamisesta astuu voimaan, kuluttajien peruuttamisoikeus laajenee nykyisestään. Peruutusoikeus olisi olemassa myös silloin, kun palvelusuoritus on aloitettu kuluttajan nimenomaisesta pyynnöstä, mutta palvelua ei ole vielä saatettu loppuun. (HE 157/2013 vp, 1.) Digitaalisen sisällön toimittaminen voidaan aloittaa myös ennen mahdollisen peruuttamisajan päättymistä, jos kuluttaja on antanut siihen ennakkosuostumuksensa. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:15 §). Kuluttajan tulee kuitenkin korvata elinkeinonharjoittajalle jo tehty työ, jos muuta kuin digitaalista sisältöä koskevan palvelun suorittaminen on aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:19.1 §). Kuluttajalla ei ole tätä korvausvelvollisuutta, jos elinkeinonharjoittaja ei ole kertonut kuluttajalle peruuttamisoikeuden käyttämisestä koskevista ehdoista, menettelyistä ja määräajoista. Korvausvelvollisuus ei kosketa kuluttajaa myöskään siinä tapauksessa, jos elinkeinonharjoittaja ei ole antanut kuluttajalle tietoa kuluttajan korvausvelvollisuudesta kuluttajan peruuttaessa palvelun, jonka suorittaminen on aloitettu kuluttajan nimenomaisesta pyynnöstä ennen peruuttamisajan päättymistä. Mikäli kuluttaja ei ole nimenomaisesti pyytänyt palvelusuorituksen aloittamista ennen peruuttamisajan päättymistä, ei

kuluttajalla tässäkin tilanteessa ole maksuvelvollisuutta. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:19.2 §.) Peruuttamisoikeuden laajentuminen tilanteisiin, joissa sitä ei voimassa olevan lain mukaan ole, lisännee mahdollisesti kuluttajien tekemien peruutusten määrää ja aiheuttaa elinkeinonharjoittajille taloudellisia menetyksiä. Merkittäviä muutoksia ei kuitenkaan ole odotettavissa. (HE 157/2013 vp, 22.)

Toisaalta kuluttajan peruuttamisoikeuden rajoituksiin tulee hieman lisäyksiä verrattuna voimassa olevaan lakiin. Kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta, jos palvelu on kokonaan suoritettu tai digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti on aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä kuluttajan pyynnön tai suostumuksen johdosta ja kuluttajalle on ilmoitettu peruuttamisoikeuden puuttumisesta tällaisessa tapauksessa (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:16.1 § 1 k.). Voimassa olevan lain mukaan kuluttaja menettää peruuttamisoikeuden jo silloin, kun sopimuksen täyttämiseksi tehtävä suoritus on aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä. Jatkossa kuluttaja siis menettää peruuttamisoikeuden vasta, kun palvelu on kokonaan suoritettu, vaikka palvelun suorittaminen olisikin aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä. Tämä edellyttää kuitenkin sen, että sopimus ei koske digitaalisen sisällön toimittamista. (HE 157/2013 vp, 41).

Voimassa olevassa kuluttajansuojalaissa peruuttamisoikeutta rajoitettiin nopeasti pilaantuvien tai vanhentuvien tavaroiden osalta. Uusien säännösten myötä kuvausta laajennettiin vielä koskemaan tavaroita, jotka luonteensa vuoksi ovat niiden toimittamisen jälkeen erottamattomasti sekoittuneet muiden tavaroiden kanssa (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:16.1 § 4k.) Lakiin lisätään myös peruuttamisoikeuden rajoitus koskemaan alkoholijuomia, joiden hinnasta on sovittu sopimusta tehtäessä. Alkoholijuomat voidaan toimittaa aikaisintaan 30 päivän kuluttua ja niiden todellinen arvo riippuu markkinoilla tapahtuvista vaihteluista, joihin elinkeinonharjoittaja ei voi vaikuttaa. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:16.1 § 6 k.) Tällä säännöksellä ei ole käytännön merkitystä ainakaan vielä Suomessa (HE 157/2013 vp, 42). Kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta myöskään siinä tapauksessa, jos hän on nimenomaisesti pyytänyt elinkeinonharjoittajaa hoitamaan kiireellistä korjaus- tai huoltotyötä paikassa, jonne kuluttaja on hänet pyytänyt (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:16.1 § 7 k.). Tällä on haluttu ottaa huomioon pienyritykset ja ammatinharjoittajat, kuten esimerkiksi putkimiehet (HE 157/2013 vp, 42). Kuluttajalla ei ole myöskään peruutusosoikeutta huutokaupassa, johon kuluttaja voi osallistua muullakin tavoin kuin etäviestimellä (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:16.1 § 10 k.). Tämä rajaa ulos siis perinteiset huutokaupat, joihin kuluttaja voi osallistua henkilökohtaisesti paikan päällä (HE 157/2013 vp, 43).

Voimassa olevaan kuluttajansuojalakiin tulee muutos, jonka mukaan kuluttajan tulee korvata palautuskulut, ellei elinkeinonharjoittaja ole sitoutunut vastaamaan niistä (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:17.1 §). Säännöksen ansiosta elinkeinonharjoittajien kustannukset vähenevät, kun kuluttajat vastaavat palautuskuluista (HE 157/2013 vp, 22). Palautuskulujen jättämistä kuluttajan maksettavaksi on vieroksuttu aiemmin Suomessa, sillä asiaa vastustaneiden mielestä se heikentäisi Suomen kuluttajansuojaa yli 20 vuoden ajan voimassa olleesta tasosta. Tilanne tulee siis muuttumaan. Elinkeinonharjoittajat eri jäsenvaltioissa saavat itse päättää vastaavatko he palautuskuluista vai eivät. Laineen mukaan palautuskulujen korvaamisvelvollisuus ei ole sinällään merkittävä kuluttajansuojakysymys, sillä harva kuluttaja katsoo palautuskulujen korvaamisen olevan niin merkittävä, että niiden vaatimiseen ulkomaiselta etämyyjältä kannattaisi uhrata aikaa. Aiemmin jäsenvaltioille oli jätetty harkintavalta sen suhteen, jäävätkö palautuskulut kuluttajan vai elinkeinonharjoittajan maksettavaksi. Laineen mukaan tämän säännöksen antama mahdollisuus säätää erilaisia kansallisia lakeja hankaloittaa Euroopan talousalueen laajuisten yhteisten sopimusehtojen laatimista. (Laine 2001, 240.)

Oletuskohtana on kuitenkin se, että kuluttaja vastaa palautuskuluista, ellei elinkeinonharjoittaja itse ole erikseen ilmoittanut vastaavansa niistä. Mikäli hän on laiminlyönyt velvollisuutensa ilmoittaa kuluttajan velvollisuudesta vastata palauttamisesta johtuvista kuluista, on kuluttajalla oikeus olla maksamatta palautuskuluja (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:24.1 §). Hallitus näki palautuskulujen korvaamisvelvollisuuden toisin kuin Laine. Hallituksen esityksessä palautuskulujen korvaamisvelvollisuuden uskottiin mahdollisesti nostavan kynnystä tehdä ostoksia verkkokaupassa ja täten vähentävän etämyyntiä. Luultavasti melko moni elinkeinonharjoittajista haluaa jatkossakin tarjota asiakkailleen ikään kuin lisäpalveluna ilmaiset palautuskulut etämyynnin peruutustilanteessa. (HE 157/2013 vp, 22.)

Voimassa olevan lain mukaan kuluttajan peruuttaessa sopimuksen tulee hänen säilyttää vastaanotettu tavara elinkeinonharjoittajan saatavissa paikassa, jonne se on toimitettu tai josta elinkeinonharjoittaja voi sen hankaluudetta noutaa. Kuitenkin sopimusehdoissa voidaan määrätä, että kuluttajan tulee palauttaa postitse vastaanotettu tavara elinkeinonharjoittajalle postitse. (KSL 6:11 §.) Kuluttajan peruuttaessa sopimuksen hänen tulee voimassa olevan lain mukaan palauttaa vastaanotettu tavara kohtuullisessa ajassa elinkeinonharjoittajalle (KSL 6: 17.1 §). Uusien säännösten myötä palautusajan pituutta on tarkennettu. Kuluttajan tulee palauttaa vastaanottamansa tavara viivytyksettä ja viimeistään 14 päivän kuluttua siitä, kun hän on tehnyt peruuttamisilmoituksen.

sen, jollei elinkeinonharjoittaja ole itse sitoutunut hakemaan tavaraa (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:17.1 §).

Suorituksen säilyttäminen ja palauttaminen kotimyynnissä tulee hieman muuttamaan lakimuutosten myötä. Kuluttajan tulee palauttaa vastaanotettu tavara postitse, ellei elinkeinonharjoittaja ole sitoutunut itse hakemaan tavaraa (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:17.1 §). Jos elinkeinonharjoittaja on sitoutunut noutamaan tavaran kuluttajan luota, on kuluttajan pidettävä tavara elinkeinonharjoittajan saatavissa paikassa, jonne elinkeinonharjoittaja on sen toimittanut tai josta tavaran voi hankaluudetta noutaa. Mikäli elinkeinonharjoittaja ei kahden kuukauden kuluttua tavaran vastaanottamisesta nouda tavaraa, kuluttaja saa tavaran vastikkeetta, jollei se ole elinkeinonharjoittajan kannalta ilmeisen kohtuutonta. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:20 §.) Kuluttajariitalautakunnan ratkaisussa (04/32/2022) kuluttaja sai pitää sohvakaluston itsellään, sillä elinkeinonharjoittaja ei tullut hakemaan peruutettua tavaraa takaisin 2 kuukauden päästä siitä, kun kuluttaja oli saanut tavaran. Lakimuutosten tultua voimaan meneteltäisiin samankaltaisessa tapauksessa luultavasti samalla lailla kuin voimassa olevan lain mukaan vaikka elinkeinonharjoittaja ei olisikaan sitoutunut erikseen sopimusehdoissa vastaamaan tavaran noudosta. Sohvakalusto ei luonteensa vuoksi ole palautettavissa tavanomaisella tavalla postitse, joten kuluttaja ei pystyisi sitä itse lähettämään elinkeinonharjoittajalle. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:17.2 §). Mikäli elinkeinonharjoittaja ei noutaisi peruutettua sohvakalustoa 2 kuukauden kuluessa, saisi kuluttaja pitää tavaran itsellään vastikkeetta (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:20.2 §).

Voimassa olevan lain mukaan elinkeinonharjoittajalla on 30 päivää aikaa palauttaa kuluttajalta saadut suoritukset (KSL 6:10 §). Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta määrää elinkeinonharjoittajan palauttamaan kuluttajalta saadut suoritukset kuluttajalle viivytyksettä ja viimeistään 14 päivän kuluttua siitä, kun hän on vastaanottanut peruuttamisilmoituksen. Elinkeinonharjoittajan ei tarvitse palauttaa ylimääräisiä kustannuksia, jotka ovat aiheutuneet kuluttajan valitsemasta muusta kuin elinkeinonharjoittajan tarjoamasta edullisimmasta vakioitoimitustavasta. Elinkeinonharjoittajalla ei tarvitse palauttaa maksuja takaisin ennen kuin hän on saanut tavaran takaisin tai kunnes kuluttaja on osoittanut lähettäneensä tavaran takaisin, ellei elinkeinonharjoittaja ole velvollinen noutamaan tavaraa itse. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:17.3 §.) Elinkeinonharjoittajan tulee palauttaa saamansa suoritukset samalla maksutavalla, jota kuluttaja käytti, ellei kuluttaja suostu muuhun järjestelyyn. Suoritusten palauttamisesta ei saa aiheutua kustannuksia kuluttajalle. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:17.4 §.) Mikäli kuluttaja on maksanut ostoksensa

käteisellä, elinkeinonharjoittajan tulisi palauttaa suoritus hänelle käteisellä. Palautusta ei saa tehdä muulla tavoin, ellei kuluttaja ole tällaiseen muuhun palautustapaan nimenomaisesti suostunut. (HE 157/2013 vp, 44.)

5.5 Muutosten merkitys verkkokaupassa ja rajat ylittävissä kaupankäynnissä

EU-direktiivin (2011/83/EU) uskotaan lisäävän 507 miljoonan kuluttajan oikeudellista suojaa rajat ylittävissä kaupankäynnissä. EU:n oikeusasioista vastaavan Euroopan komission varapuheenjohtaja Viviane Redingin mielestä EU-direktiivi (2011/83/EU) on ”EU:n joululahja kaikille sen kansalaisille.” Hänen mukaansa näinä taloudellisesti vaikeina aikoina kyseinen direktiivi on halvin mahdollinen elvytyspaketti, joka EU:ssa voidaan ottaa käyttöön. (Euroopan komissio 2013, hakupäivä 22.2.2014.)

Euroopan komission taustatiedotteen mukaan direktiivin (2011/83/EU) suurimpia hyötyjä ovat muun muassa internetostoksiin liittyvien piilokulujen poistuminen, läpinäkyvämmät hinnat ja ennalta rastittujen ruutujen kieltäminen. Myös kahden viikon kuluttajille kuuluva peruutusoikeus ja palautusoikeuden tehostuminen hyödyttävät jokaista EU:n kansalaista, sillä tulevaisuudessa tullaan laatimaan selkeämmät säännöt siitä, kuka maksaa tavarain palauttamisen. Direktiivin ansiosta myös luottokorttien ja palvelunumeroiden käytöstä perittävät lisämaksut tullaan poistamaan ja digitaalisten tuotteiden kuluttajansuojaa tullaan parantamaan. Tämän ansiosta myyjät saavat laskuttaa luottokortin käyttämisestä maksuvälineenä vain siltä osin, kuin siitä aiheutuu todellisia kuluja myyjälle. Myös palvelunumeroiden käytöstä myyjät saavat veloittaa vain peruspuhelimaksun. Digitaalisten tuotteiden hankkiminen voidaan peruuttaa siihen asti, kun tuotteiden latausta ei ole vielä aloitettu. Digitaalista sisältöä koskevien tietojen tulee olla selkeitä ja informatiivisia koskien esimerkiksi laitteiden ja digitaalisten tuotteiden yhteensopivuutta. Kun tällaiset yhteiset säännöt laaditaan, tulee koko EU:n kaupankäynti helpottumaan. (Euroopan komissio 2013, hakupäivä 22.2.2014.) Säännösten yhtenäistyminen voi helpottaa myös Euroopan talousalueella valvontaviranomaisten työtä erityisesti rajat ylittävissä kaupankäynnissä (HE 157/2013 vp, 21).

Internetostoksiin liittyvien piilokulujen poistaminen tarkoittaa sitä, että elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava kuluttajalle selkeästi ja välittömästi ennen tilauksen tekemistä maksuvelvollisuudesta sekä varmistettava, että kuluttaja nimenomaisesti hyväksyy tilaukseen liittyvän maksuvelvollisuuden (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:12.2 §). Mikäli elinkeinonharjoittaja ei ole toiminut

edellä mainitulla tavalla, ei sopimus ole sitova. Kuluttajan tulee vedota sitomattomuuteen vuoden kuluttua sopimuksen tekemisestä. Elinkeinonharjoittajan tulee viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua kuluttajan ilmoituksesta palautettava saamansa maksusuoritukset sekä korvattava kuluttajalle tavarain palauttamisesta aiheutuneet kulut. (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 6:12.3 §.)

Lisämaksujen perimisestä säädetään laissa kuluttajansuojalain muuttamisesta 2. luvussa koskien markkinointia ja menettelyä asiakassuhteessa. Elinkeinonharjoittajan on pyydettävä kuluttajan nimenomainen suostumus kaikkiin lisämaksuihin, jotka eivät sisälly kulutushyödykkeestä perittäväksi ilmoitettuun hintaan. Esimerkiksi se, että kuluttaja ei ole hylännyt elinkeinonharjoittajan käyttämää oletusvalintaa lisämaksun hyväksymisestä ei pidetä nimenomaisena suostumuksena (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 2:10a.1 §). Jos kuluttaja ei ole antanut nimenomaista suostumustaan lisämaksuun, hänellä ei ole velvollisuutta maksaa sitä (Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 2:10a.2 §). Esimerkkejä tällaisesta ovat niin sanotut ennalta rastitetut ruudut. Ruutuihin on voitu rastittaa valmiiksi esimerkiksi autokuljetuksen ottaminen lentokentältä hotellille kuluttajan ostaessa lentolippuja sähköisestä kaupasta. Oikeusministeriön kuluttajaoikeustyöryhmän mietinnössä katsottiin, että vaikka kyseinen säännös koskee myös muuta myyntiä kuin koti- ja etämyyntiä, säännöksellä on merkitystä erityisesti sähköisessä kaupankäynnissä (Kuluttajaoikeustyöryhmän mietintö 28/2013, 35).

Peruuttamisoikeutta koskevien säännösten yhdenmukaisuus koko EU-alueella hyödyttää kuluttajia siinä mielessä, että peruuttamisaika on yhtä pitkä kaikissa EU:n jäsenvaltioissa. Elinkeinonharjoittajien ei myöskään tarvitse muokata käytäntöjään markkina-aluekohtaisesti. Esimerkiksi kaikkialla EU:ssa käytettävän peruuttamislomakkeen käyttöönotto tulee helpottamaan elinkeinonharjoittajia. (HE 157/2013 vp, 22.) Muutokset peruuttamistilanteessa voivat aiheuttaa hieman sekaannuksia ainakin alkuvaiheessa, kun enää ei riitä, että kuluttaja palauttaa tuotteen ilman peruuttamista koskevaa tahdonilmausta (HE 157/2013 vp, 22).

Nykytilanne on aiheuttanut Suomessa runsaasti väärinkäytöksiä ja kustannuksia verkkokauppiaille, kun heidän lähetyksensä ovat kasaantuneet noutamattomina Itellan toimipaikkoihin (Häkkinen & Koivumäki 2013, 246). Verkkokauppiaan on tehtävä Itellan tai muun logistiikkakumppanin kanssa sopimus, joka mahdollistaa vastaanottajan palautuskulut maksuttomiksi. Tällöin verkkokauppiaalta veloitetaan postikulut. (Vehmas 2008, 132.)

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Voimassa olevaan kuluttajansuojalakiin on tehty kuluttajansuojasääntelyn muutoksia koskien erityisesti koti- ja etämyyntiä. Kyseiset muutokset astuvat voimaan kesäkuussa 2014. Muutoksilla pannaan täytäntöön kuluttajan oikeuksia koskeva EU-direktiivi (2011/83/EU). Opinnäytetyön tavoitteena on tuoda esille kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan oikeuksiin ja velvollisuuksiin tulevia muutoksia. On tärkeää, että kuluttajat ja elinkeinonharjoittajat ovat perillä tulevista lakimuutoksista ja ymmärtävät ne, jotta direktiivin (2011/83/EU) tavoitteet, kuten rajat ylittävän kaupankäynnin määrän lisääminen ja EU:n sisämarkkinoiden toiminnan parantaminen, toteutuisivat. Tulevat muutokset aiheuttavat myös kustannuksia elinkeinonharjoittajille, koska heidän tulee kouluttaa henkilökuntaansa ja tiedottaa asiakkaitaan esimerkiksi muuttuvista palautusmenetelmistä. Tästä syystä opinnäytetyö on hyödyllinen selventämään tulevia sekä kuluttajia että elinkeinonharjoittajia koskevia muutoksia. Elinkeinoharjoittajien mahdollisuudet tarjota hyödykkeitä rajan yli ja kuluttajien mahdollisuudet ostaa tuotteita etäkaupassa paranevat EU:n talousalueen yhtenäisten säännöksiä myötä. Tämä on merkittävää, sillä suomalaisten tekemien verkko-ostosten määrä on Pohjois-Euroopan suurimpia ja verkkokaupan osuus Suomen kuluttajakaupassa kasvaa koko ajan.

Opinnäytetyön tutkimusongelmat ovat:

- 1) Mitä kuluttajansuojalaissa tarkoitetaan koti- ja etämyynnillä?
- 2) Mitä kuluttajansuojalaki säätelee kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan oikeuksista ja velvollisuuksista koti- ja etämyynnissä?
- 3) Mitä muutoksia kuluttajansuojalain 6. lukuun tulee koti- ja etämyynnin osalta sekä mikä merkitys muutoksilla on?

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä oli lainoppi ja keskeisimpinä lähteinä olivat kuluttajansuojalaki ja laki kuluttajansuojalain muuttamisesta. Myös EU-direktiivi (2011/83/EU) ja lakien esityöt ovat olleet tärkeänä lähteenä. Muita lähteitä olivat oikeuskirjallisuus ja korkeimman oikeuden ennakkoratkaisut ja kuluttajariitalautakunnan antamat ratkaisuehdotukset. Tutkimus toteutettiin vertailemalla voimassa olevaa lakia ja siihen tulevia muutoksia.

Voimassa olevan lain mukaan kotimyynti tarkoittaa tilannetta, jossa elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle henkilökohtaisesti kulutushyödykettä muualla kuin elinkeinonharjoittajan toimipaikassa. Paikka, jossa kulutushyödykettä tarjotaan, ei kuitenkaan ole yksityisasunto. Etämyyntiä ovat kaikki sellainen liiketoiminta, joka tapahtuu pääosin etäviestimillä eivätkä kaupan osapuolet, kuluttaja ja elinkeinonharjoittaja, tapaa toisiaan henkilökohtaisesti kaupan toteuttamiseksi. Etämyynnissä kuluttaja ei pääse näkemään perinteisen kaupan tavoin ulkoisia luotettavuuden merkkejä. Tästä syystä elinkeinonharjoittajalla onkin omat haasteensa luoda luottamusta liikkeeseen. Elinkeinoharjoittajan tulee saavuttaa asiakkaan luottamus esimerkiksi tiedottamalla mahdollisimman perusteellisesti kulutushyödykkeen ominaisuuksista, kaupan sopimusehdoista ja siitä, miten kulutushyödykkeen voi tarvittaessa peruuttaa.

Kuluttajansuojalaki säättää muun muassa kuluttajan oikeudesta saada koti- ja etämyynnissä kauppasopimus tai vahvistus, joissa ilmoitetaan kaikki keskeisimmät kaupan ehdot ja tiedot. Kuluttaja voi vedota mahdollisissa riitatilanteissa kauppasopimukseen tai vahvistukseen. Kuluttajansuojalaki säättää myös kuluttajan oikeudesta peruuttaa tuote koti- ja etämyyntitilanteessa. Peruttamistilanteissa on tiettyjä poikkeuksia, jolloin kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta. Kuluttajalla on velvollisuus ilmoittaa elinkeinonharjoittajalle peruutuksesta ja säilyttää peruutettava tavara muuttumattomana. Kuluttajansuojalaki säättää niin ikään elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuudesta. Mikäli katsotaan, että elinkeinonharjoittaja ei ole antanut selkeällä ja ymmärrettävällä tavalla kaikkia keskeisimpiä tietoja ja kaupan ehtoja, ei koti- tai etämyyntisopimus sido kuluttajaa. Kuluttajan velvollisuus on kuitenkin ilmoittaa elinkeinonharjoittajalle tietyssä määräajassa, ettei sopimus sido häntä. Vahvistus ja kauppasopimus suojelevat myös elinkeinonharjoittajaa. Elinkeinoharjoittaja voi vedota sopimukseen, mikäli kuluttaja ei täytä sopimuksen ehtoja, kuten vastaa palautuskuluista.

Merkittävimpiä kuluttajansuojalakiin tulevia muutoksia ovat muun muassa kotimyynnin määritelmän laajeneminen, elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuuden ja kuluttajan peruuttamisoikeuden muuttuminen ja palautuskustannusten korvaamisvelvollisuuden muuttuminen. Myös piilokulujen poistaminen sekä maksullisten lisäpalvelujen oletusvalinnan kieltäminen ovat isoja muutoksia. Tuotteen kokonaishinta tulee ilmaista selkeästi sisältäen mahdolliset verot eikä tilauksen jälkeen saa paljastua lisää kuluja. Elinkeinoharjoittaja ei jatkossa myöskään saa käyttää kulutushyödykettä koskevassa puhelinasioinnissa palvelua, jonka käyttämisestä kuluttajalta peritään hänen liittymäsopimuksensa mukaisen hinnan ylittäviä kuluja. Tämä mahdollistaa myös sen, että kuluttajalla on mahdollisuus ottaa yhteyttä elinkeinonharjoittajaan ilman ylimääräisiä kuluja tiedus-

telleksaan esimerkiksi lisätietoja hyödykkeestä. Kuluttajalta peritään vain hänen liittymäsopimuksensa mukainen perushinta.

Kotimyyntiä sovelletaan silloin, kun kulutushyödykkeen hinta on pienempi kuin 30 euroa. Mikäli kulutushyödykkeitä on useampi, pitää niiden yhteishinta kuitenkin olla vähintään 30 euroa. Euro-määrää haluttiin nostaa 15 eurosta 30 euroon rahan arvon muuttumisen ja kotimyynnin määritelmän laajenemisen johdosta. Kotimyynnin määritelmän laajenemisen myötä kotimyynnitilanteissa ei ole enää ennalta-arvaamattomuuden elementtiä, joten kuluttajansuojalain takaama oikeudellinen suoja laajenee kuluttajan kannalta. Kotimyynnin luonteeseen kuuluu voimassa olevan kuluttajalain mukaan se, ettei kuluttaja pysty harkitsemaan kaupan kannattavuutta tarpeeksi pitkään, kun elinkeinonharjoittaja saapuu kuluttajan kotiin, jossa elinkeinonharjoittajalla mahdollisesti on suuremmat mahdollisuudet vaikuttaa kuluttajan ostopäätöksiin kuin omissa liiketiloissaan. Vaikka kuluttaja onkin ehtinyt jo pohtia kaupan kannattavuutta itsensä kannalta tilanteessa, jossa hän pyytää elinkeinonharjoittajan luokseen tarjoamaan kulutushyödykettä, suojaavat kotimyynnin säännökset häntä, kun kuluttajansuojalain muuttamisesta säädetyn lain säännökset tulevat voimaan.

Sekä voimassa olevassa, että kesäkuussa voimaan tulevassa laissa on korostettu elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuutta. Tällä pyritään siihen, että kuluttaja valitsee parhaan markkinoilla olevan tuotteen. Entistä laajemmat tiedonantovelvollisuudet tulevat aiheuttamaan kustannuksia elinkeinonharjoittajille, kun heidän täytyy kouluttaa henkilökuntaansa. Elinkeinonharjoittajan on huolehdittava, että kuluttajalle luovutetaan kaikki tarpeelliset tiedot. Mikäli näin ei toimita, voidaan kuluttajalle myöntää esimerkiksi pitempi peruuttamisaika, jos elinkeinonharjoittaja ei ole toimittanut tarvittavaa vahvistusta kuluttajalle. Kotimyyntiasiakirjan tai vahvistuksen luovuttaminen takaa sen, että kuluttajalla on oikeus saada tilaamansa tuote. Elinkeinonharjoittajalla taas on oikeus vedota siihen, että kuluttaja on tehnyt sitovan sopimuksen hänen kanssaan ja kuluttajan tulee maksaa tilaamansa kulutushyödyke tai peruuttaa se. Etämyynnissä tarvittava vahvistus myös antaa kuluttajalle oikeuden vedota sopimuksen sitomattomuuteen, jos sitä ei ole luovutettu. Kuluttajalla on voimassa olevan kuluttajansuojalain mukaan oikeus peruuttaa kotimyynnisopimus, mikäli hän ei ole saanut asianmukaista kotimyynntiasiakirjaa. Digitaalisen sisällön sähköisessä toimitamisessa ongelmaksi voi muodostua etäviestimen koon kapasiteetti. Pienelle matkapuhelimen näytölle ei välttämättä mahdu kaikki vaadittavat tiedot. Yksi ratkaisu voisi olla toiseen tietolähteeseen ohjaaminen, kuten linkin tarjoaminen elinkeinonharjoittajan internetsivustolle, jossa kaikki vaadittavat ennakkotiedot olisivat löydettävissä.

Kun laki kuluttajansuojalain muuttamisesta astuu voimaan, luovutaan kotimyyntiasiakirjan käytöstä. Ilmeisesti ollaan oltu sitä mieltä, että tiedonantovelvollisuus täyttyy ilman sitä. Tämä on mielestäni hieman hämmentävää, sillä luulisi, että ennakkotietojen antaminen kuluttajalle selkeästi ja ymmärrettävästi toteutuisi vieläkin paremmin, mikäli elinkeinonharjoittajien tulisi luovuttaa tietty ehdot täyttävä kotimyyntiasiakirja. Esimerkiksi peruuttamistilanteita varten on laadittu tietty peruuttamislomake, jonka täytyy täyttää oikeusministeriön asetuksessa määritetyt muoto- ja sisältövaatimukset. Toisaalta riittää, kun kuluttaja ilmoittaa sopimuksen peruuttamisesta muulla yksiselitteisellä tavalla.

Direktiivin (2011/83/EU) myötä kuluttajat tulevat saamaan koko EU:n alueella 14 päivän mittaisen peruuttamisoikeuden. Suomessa 14 päivän peruuttamisoikeus on ollutkin jo käytössä. Tämän uskotaan lisäävän kuluttajien luottamusta ulkomaisiin verkkokauppoihin, sillä aiemmin eri maiden peruuttamisajat ovat vaihdelleet. Elinkeinoharjoittajien ei myöskään tarvitse muokata käytäntöjään markkina-aluekohtaisesti, kun yhtenäiset säännökset koskettavat kaikkia EU:n jäsenmaita. Uudet säännökset voivat aiheuttaa hieman sekaannuksia, kun kuluttajat eivät ole tietoisia lakimuutoksista. Esimerkiksi voimassa olevan kuluttajansuojalain mukaan kuluttajan ei tarvitse ilmoittaa elinkeinonharjoittajalle, mikäli hän ei halua tuotetta. Riittää kun hän ei hae tuotetta tai noutaessaan voi palauttamalla peruuttaa sen. Uusien lakimuutosten myötä kuluttajan tulee täyttää peruuttamislomake, jos hän haluaa palauttaa tuotteen. Käyttöön otettava uusi peruuttamislomake suojaa sekä elinkeinonharjoittajan että kuluttajan oikeuksia. Yhtenäinen ja oikein laadittu peruuttamislomake edistää turvallista ja toimivaa palautusprosessia, joka takaa sen, että kuluttajaa informoidaan riittävästi ja selkeästi ja sen, että elinkeinonharjoittaja voi luottaa peruuttamislomakkeen tuomaan oikeudelliseen suojaan.

Kuluttajien peruuttamisoikeus laajenee nykyisestään. Peruutusosoikeus olisi olemassa myös silloin, kun palvelusuoritus on aloitettu kuluttajan nimenomaisesta pyynnöstä, mutta palvelua ei ole vielä saatettu loppuun. Peruuttamisoikeuden laajeneminen aiheuttaa menetyksiä elinkeinonharjoittajalle, sillä aiemmin kuluttajalla ei ollut peruuttamisoikeutta esimerkiksi huutokauppatilanteessa, johon voi osallistua etäviestimin. Toisaalta peruuttamisoikeuden laajeneminen mahdollisesti myös lisää kuluttajien luottamusta elinkeinonharjoittajaan ja täten lisää myyntiä.

Uutta peruuttamisessa on myös se, että palautusaika lasketaan alkavan siitä hetkestä, kun kuluttaja on vastaanottanut kauppasopimuksessa tavarat. Voimassa olevan lain mukaan palautusaika lasketaan sopimuksen tekohetkestä. Tosin myös kuluttajansuojalain muuttamisesta säädetyn lain

mukaan palautusaika lasketaan sopimuksen tekohetkestä, jos kyseessä on palvelusopimus tai sähköisesti toimitettavan digitaalista sisältöä koskeva sopimus.

Kuluttajan ei voimassaolevan lain mukaan tarvitse maksaa palautuslähetyksen postituskuluista osaakaan, mikäli tavara on mahdollista lähettää postitse tavanomaisesti. Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta määrää kuluttajan vastaamaan palauttamiskuluista. Elinkeinonharjoittajan tulee kuitenkin ilmoittaa tästä velvollisuudesta selkeästi ennen tilausta. Mikäli elinkeinonharjoittaja laiminlyö tämän tiedonantovelvollisuuden, joutuu hän vastaamaan palautuskuluista. Elinkeinonharjoittaja voi toisaalta tarjota lisäpalveluna ilmaiset palautuskulut, sillä näin voidaan saada houkutelua enemmän asiakkaita yritykselle.

Rajat ylittävissä kaupankäynnissä ei ole yllättävää, että riitatilanteita syntyy, kun eri maista kotoisin olevat ihmiset solmivat kauppasopimuksia ja on epäselvää, mitkä oikeudelliset suojat koskevat kutakin sopimuksen osapuolia. EU-jäsenmaat eivät voi enää tehdä EU-lainsäädännöstä poikkeavia kansallisia lakeja, joten samat säädökset koskien esimerkiksi peruutusosoikeutta ja elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuutta koskevat siten jokaista EU:n kansalaista. EU-direktiivin (2011/83/EU) uskotaankin vähentävän riitatilanteita ja helpottavan rajat ylittävän kaupankäynnin kasvua. EKK antaa selvittely- ja sovitteluapua sekä opastusta rajat ylittävän kaupankäynnin kuluttajakysymyksiin. Kuluttajat ovat kohdanneet jonkin verran syrjintää tehdessään verkkokauppaostoksia ulkomaisilta Internet-sivuilta. Kuluttajien luottamus toivottavasti lisääntyy, kun kansallisia lakeja säädetään enemmän samankaltaisiksi ja pelisäännöt yhtenäistyvät EU:ssa.

Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan Suomen verkkokaupan kasvu on hidastunut vaikka verkkokaupassa asioivien asiakkaiden määrä on suunnilleen kolminkertaistunut viimeisten 10 vuoden aikana. Tutkimus on toteutettu aikavälillä 2004 - 2013. TNS Gallupin, Kaupan liiton ja Asiakkuusmarkkinointiliiton Verkkokauppatilaston mukaan Suomen verkkokauppa on kuitenkin kasvanut nopeasti vuoden 2013 alussa ja kasvun oletetaan jatkuvan. Verkkokaupan asiakaskunta muodostuu niin nuorista kuin eläkeläisistäkin.

Jotta verkkokaupan osuus kasvaisi Suomen kuluttajakaupassa, on verkkokaupan ensinnäkin huolehdittava omasta luotettavuudestaan. Verkkokaupan on oltava luotettava, jotta se saisi houkutteltua kuluttajia asioimaan kaupassaan. Verkkokaupan luotettavuutta voidaan mitata luotettavuusmerkeillä. Suomessa on kuitenkin käytössä vain yksi luotettavuusmerkki. Tämä kertoo siitä, että suomalaiset eivät osaa vielä käyttää hyväkseen luotettavuusmerkkejä ja arvioida niiden avul-

la verkkokauppojen luotettavuutta. Mahdollisesti EU-direktiivin (2011/83/EU) myötä kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien oikeudellista suojaa säätelevät säännökset yhtenäistyvät, jolloin eri jäsenmaissa luotettavuuskriteeritkin yhtenäistyvät. Kiinnostavaa onkin miten tämä vaikuttaa tulevaisuudessa luotettavuusmerkkien muotoutumiseen ja niiden käyttämiseen. Ehkä Suomeenkin rantauduu lisää luotettavuusmerkkijärjestelmiä, jotka lisäävät suomalaisten luottamusta myös ulkomaalaisiin verkkokauppoihin.

7 POHDINTA

Työn tarkoituksena oli kertoa miten kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan oikeudet ja velvollisuudet tulevat muuttumaan, kun Suomen kuluttajansuojalain 6. luvun koti- ja etämyyntisäännöksiä muokataan. Muutosten taustalla on Euroopan parlamentin ja neuvoston antama direktiivi (2011/83/EU), jonka täytäntöönpano-aika päättyi 13.12.2013. EU:n jäsenvaltioiden täytyi muokata omia kansallisia lakejaan direktiivin antamien säännösten valossa. Suomessa laki kuluttajansuojalain muuttamisesta astuu voimaan 13.6.2014.

Työn tarkoituksena oli myös selvittää mitä koti- ja etämyynnillä tarkoitetaan ja mitä oikeuksia ja velvollisuuksia sekä kuluttajalla että elinkeinonharjoittajalla on. Työ toteutettiin etsimällä tietoa lainsäädännöstä, niiden esitöistä ja oikeuskirjallisuudesta. Vastauksia tutkimuskysymyksiin etsittiin vertailemalla voimassa olevaa kuluttajansuojalakia ja lakia kuluttajansuojalain muuttamisesta. Tästä syystä tutkimus on kvalitatiivinen. Lakeja vertailtiin erilaisten oikeustapausten avulla. Tapaukset löytyivät pääosin kuluttajariitalautakunnan ratkaisuksista. Kuluttajariitalautakunta ei ole virallinen tuomioistuin, joten sen antamat ratkaisut ovat vain ratkaisuehdotuksia, miten ongelmatilanteessa kannattaisi toimia. Koska laki kuluttajansuojalain muuttamisesta astuu voimaan vasta kesäkuussa, pystyin vain arvioimaan minkälaisia ratkaisuja kuluttajariitalautakunta ehdottaisi kesäkuun 13. päivän jälkeen. Toisaalta lakia on sovellettava niin kuin se on kirjoitettu eikä mitään epäselviä lakipykälä ole tulossa kuluttajansuojalakiin. Tästä syystä pohdinnat mahdollisista ratkaisuehdotuksista olisivat todennäköisesti paikkaansa pitäviä.

Löytämistäni tapauksista kaksi oli korkeimman oikeuden antamia ennakkopäätöksiä. Olisin halunnut löytää tapauksia, jotka olisivat enemmän kuvastaneet eroja voimassa olevan lain ja kesäkuussa voimaan astuvan lain välillä. Muutama tapaus kuvasti kuitenkin hyvin lakien eroavaisuuksia. Esimerkiksi korkeimman oikeuden antama päätös 1984 II 184 katsoi, että kyseessä ei ollut kotimyynti, kun kuluttaja itse oli pyytänyt elinkeinonharjoittajan luokseen tarjoamaan kulutushyödykettä. Tilanne olisi kuitenkin tulkittu toisin, mikäli laki kuluttajansuojalain muuttamisesta olisi ollut jo voimassa.

Opinnäytetyön tekemisen aikana olen oppinut paljon etenkin kuluttajan oikeuksista sekä elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvoitteista koti- ja etämyynnissä. Kuluttajansuojalain ohella luin oikeuskirjallisuutta, joka osaltaan auttoi minua ymmärtämään syvemmin lain säännöksiä käytännös-

sä. Olisin toivonut löytäväni enemmän ajankohtaista kirjallisuutta, mutta koska laki kuluttajansuojalain muuttamisesta ei ole ehtinyt vielä astua voimaan, jouduin tyytymään vanhempiin teoksiin. Kuitenkin teokset tarjosivat hyvää perustietoa koti- ja etämyynnin säännöksistä, jotka ovat voimassa myös kuluttajansuojalain muuttamisesta säädetyn lain voimaantulon jälkeen. Lisäksi löysin paljon teoksia koskien verkkokaupankäyntiä ja esimerkiksi verkkokaupan perustamista koskevia oppaita. Näissä oppaissa oli otettu hyvin huomioon elinkeinonharjoittajien tarvitsema juridinen osaaminen koskien esimerkiksi elinkeinonharjoittajan vastuita ja velvollisuuksia etäkaupassa.

Opinnäytetyön tekeminen on ollut laaja prosessi, joka pakotti suunnittelemaan työn toteutusta aikataulun kanssa. Opinnäytetyön teko on mennyt sujuvasti osaltaan siksi, että työtä suunniteltiin hyvin jo alkuvaiheessa rajaamalla aihe tarkkaan ja pohtimalla työn todellisia tutkimusongelmia. Näin varmistettiin, että ei tehtäisi turhaa työtä kirjoittamalla jostain epäolennaisesta. Opinnäytetyön kirjoittaminen on ollut mielekästä, sillä aihe on mielenkiintoinen sekä ajankohtainen. Opinnäytetyön tekemisen ohella olen ollut töissä, joten olen tyytyväinen, että olen pysynyt suunnitellussa aikataulussa.

Tulevaisuuden kannalta olisi mielenkiintoista tietää, kuinka paljon lakimuutoksella on vaikutusta esimerkiksi verkkokauppa-asiakkaiden palautusmääriin. Mikäli verkkokauppa ei tarjoaisikaan enää lisäpalveluna ilmaisia palautuskuluja, kuinka paljon asiakkaat jatkossa tilaisivat verkkokaupasta tuotteita, kun he joutuisivat maksamaan itse palautuskulut käyttäessään peruutusosoikeutta. Olisin halunnut tutkia tätä jo tässä työssä, mutta työ olisi vaatinut silloin enemmän aikaa, sillä olisin tarvinnut tietoa tämän hetkistä palautusmääristä ja lakimuutoksen jälkeisistä palautusmääristä. Aineiston puuttumisen vuoksi olisi todennäköisesti täytynyt toteuttaa itse aineiston keruu.

Mielenkiintoista olisi myös rajat ylittävän verkkokaupankäynnin kasvun tutkiminen. Voitaisiin tutkia kuinka paljon verkkokaupankäynti on kasvanut sen jälkeen, kun EU:n jäsenmaat muuttivat kansallista lainsäädäntöään EU-direktiivin (2011/83/EU) mukaisesti. Onko lakimuutoksilla pystytty vähentämään kuluttajien kokemaa syrjintää tilattaessa ulkomaalaiselta verkkokaupalta ja onko ensinnäkin kuluttajien luottamus lisääntynyt verkkokauppaa kohtaan? Luotettavuusmerkkien käyttö Suomessa on ollut melko vähäistä eivätkä kuluttajat ole välttämättä edes kuulleet kyseisestä käsitteestä. Miten niiden käytön ja tunnettuuden lisääminen vaikuttaisi kuluttajien käyttäytymiseen verkkokaupankäyntiä kohtaan?

LÄHTEET

Arvopaperimarkkinalaki 14.12.2012/746.

ECC-Net. 2013. Enhanced Consumer Protection – the Services Directive 2006/123/EC Analysis of Article 20.2 and Article 21 related consumer complaints to ECC-Net between 2010 and 2012.

Hakupäivä 2.3.2014

<http://www.kuluttajavirasto.fi/File/df73a277-9ed6-49ba-a7de-a0f0823c5c76/ECC%20Net%20Report%20ServicesDirective%202013.pdf>.

Eduskunta. 2013. Eduskunnan kirjasto. Kuluttajansuojalain uudistaminen. Hakupäivä 6.3.2014

<http://lib.eduskunta.fi/Resource.phx/kirjasto/oikeudellinentieto/tietopaketit/kuluttajansuojalaki.htx>.

Euroopan komissio. 2012. Euroopan unionin oikeuden soveltaminen. Mikä on direktiivi? Hakupäivä 31.3.2014

http://ec.europa.eu/eu_law/introduction/what_directive_fi.htm.

Euroopan komissio. 2013. Press releases database. Taustatiedote. Kuluttajanoikeudet paranevat EU:ssa. Hakupäivä 22.2.2014

http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-1144_fi.htm.

Euroopan komissio. 2014. Sisämarkkinoiden toimenpidepaketti. Hakupäivä 11.2.2014

http://ec.europa.eu/internal_market/smact/index_fi.htm.

Euroopan kuluttajakeskus. 2012. Uutisia. Huijaukset yli rajojen kuluttajien riesana. Hakupäivä 3.1.2014

<http://www.ecc.fi/fi-FI/rss/ajankohtaista-euroopan-kuluttajakeskuksesta/huijaukset-yli-rajojen-kuluttajien-riesana>.

Euroopan kuluttajakeskus. 2013a. Huijaukset yleistyvät rajat ylittävissä verkkokaupassa. Hakupäivä 2.3.2014

<http://www.ecc.fi/fi-FI/rss/ajankohtaista-euroopan-kuluttajakeskuksesta/huijaukset-yleistyvat-rajat-ylittavassa-verkkokaupassa>.

Euroopan kuluttajakeskus. 2013b. Verkkokaupan luotettavuusmerkeistä tarvitaan lisää tietoa. Hakupäivä 2.3.2014

<http://www.ecc.fi/fi-FI/rss/?groupId=730b2050-76e0-4c86-8e3e-d50bf5ede062&announcementId=37cea783-d211-447a-82f1-a2a12d5f3b28>.

Euroopan kuluttajakeskus. 2013c. Usein kysyttyä. Hakupäivä 28.4.2014

<http://www.ecc.fi/fi-FI/usein-kysyttya/>.

Euroopan kuluttajakeskus. 2014. Keskus toimii Kilpailu- ja kuluttajavirastossa osana Euroopan laajuista verkostoa. Hakupäivä 26.2.2014

<http://www.ecc.fi/fi-FI/euroopan-kuluttajakeskus/>.

Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus sopimusvelvoitteissa sovellettavasta laista - Rooma I asetus, 17.6.2008 (EY) N:o 593/2008, EUVL L 177, 4.7.2008, 6-16.

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi kuluttajan oikeuksista, neuvoston direktiivin 93/13/ETY ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 1999/44/EY muuttamisesta sekä neuvoston direktiivin 85/577/ETY ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 97/7/EY kumoamisesta, 25.10.2011, 2011/83/EU, EUVL L 304, 22.11.2011.

European Commission. 2014. Press release. Empowering Consumers: A record year for the European Consumer Centres. Hakupäivä 2.3.2014

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-162_en.htm.

Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi kuluttajansuojalain ja sähkömarkkinalain 88 §:n muuttamisesta. HE 157/2013 vp. Hakupäivä 14.1.2014

<http://www.finlex.fi>.

Howard. 2014. Luotettavuusluokitusjärjestelmät. Hakupäivä 2.3.2014

<http://fi.theshoppingassistant.com/index.php?id=22>.

Häkkänen, P. & Koivumäki, E. 2013. Markkinointijuridiikka. Helsinki: Helsingin seudun kauppa-kamari.

Ilkka. 2012. Pääkirjoitus. Verkkokauppa murtaa jo kaupan kilpailuasetelmia Suomessa. Hakupäivä 28.4.2014

<http://www.ilkka.fi/mielipide/p%C3%A4%C3%A4kirjoitus/verkkokauppa-murtaa-jo-kaupan-kilpailuasetelmia-suomessa-1.1287286>.

Jaspers, P. 2011. Kansainvälisen oikeudenkäynnin oikeuspaikka. Teoksessa P. Jaspers (toim.) Kansainvälistyvä yritys - laki- ja vero-opas. Helsinki: Helsingin Kamari Oy, 157-161.

Kauppa.fi. 2013. Verkkokauppa jatkoi kasvuaan alkuvuonna. Hakupäivä 11.2.2014

http://www.kauppa.fi/ajankohtaista/tiedotteet/verkkokauppa_jatkoi_kasvuaan_alkuvuonna_23674.

Kauppakamari. 2014. Jäsentiedote. Lainvalinta kansainvälisissä kauppasopimuksissa. Hakupäivä 2.3.2014

<http://jasentiedote.chamber.fi/index.php/jasentiedote/Lakiasiat/Lainvalinta-kansainvalisissae-kauppasopimuksissa>.

KKO 6.11.1984 T 1598. Finlex.

KKO 4.12.2009 T 2467. Finlex.

Klemettilä, P. 2014. Kohta on verkkokaupassakin tylsää shoppailla. Kaleva 27.3.2014 85/2014, 4K2.

Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38.

Kuluttajaoikeustyöryhmän mietintö. Oikeusministeriön julkaisu 28/2013. Helsinki: Oikeusministeriö.

Kuluttajariitalautakunta 15.3.2005 D 04/32/2022, kuluttajariitalautakunta.

Kuluttajariitalautakunta 10.5.2007 D 3212/32/05, kuluttajariitalautakunta.

Kuluttajariitalautakunta 30.9.2009 D 4665/32/08, kuluttajariitalautakunta.

Kuluttajariitalautakunta 10.7.2013 D 3749/36/08, kuluttajariitalautakunta.

Kuluttajariitalautakunta 26.11.2013 D 4211/37/2011, kuluttajariitalautakunta.

Lahtinen, T. 2013. Verkkokaupan käsikirja. Helsinki: Suomen Yrityskirjat Oy.

Laine, J. 2001. Verkkokaupan sopimuksista. Teoksessa J. Laine (toim.) Verkkokauppaoikeus. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta 30.12.2013 1211/2013.

Maakaari 12.4.1995/540.

Ojanen, T. 2010. EU-oikeuden perusteita. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Peltonen, A. 2011. Kunnioita asiakasta, lisää luottamusta. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.

Pohjola, S. 2005. Rajat ylittävä kaupankäynti. Teoksessa Suomen Kuluttajaliitto ja tekijät (toim.) Kuluttajan käsikirja. Helsinki: Suomen Kuluttajaliitto ry, 111–116.

Tilastokeskus. 2013. Verkkokaupan kasvu hidastui. Hakupäivä 26.3.2014
http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_kat_003_fi.html.

Vehmas, S. 2008. Perusta menestyvä verkkokauppa. Porvoo: WSOYpro/Docendo-tuotteet.

Willebrand, M. 2002. Kauppapaikka verkossa – perustaminen, kehittäminen ja markkinointi. Helsinki: WSOY.

Ämmälä, T. 2006. Suomen kuluttajaoikeus. Jyväskylä: Talentum Media Oy.