

Rättigheter och skyldigheter som konsument – inom e-handel

En undersökning av konsumenternas kunskap om sina rättigheter och skyldigheter

Peppina Paakkari

Examensarbete för tradenom (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för företagsekonomi

Vasa 2025

EXAMENSARBETE

Författare: Peppina Paakkari

Utbildning och ort: Företagsekonomi, Vasa

Inriktning: Justitsieförvaltning

Handledare: Mayvor Höglund

Titel: Rättigheter och skyldigheter som konsument - inom e-handel

Datum: 19.11.2025 Sidantal: 33

Bilagor: 1

Abstrakt

I detta examensarbete identifierades och beskrevs de mest centrala rättigheterna och skyldigheterna som konsumenter har enligt gällande lagstiftning. Syftet med examensarbetet var att undersöka och analysera konsumenternas kunskap om sina rättigheter och skyldigheter vid e-handel.

Den teoretiska delen av studien baserades på en rättsdogmatisk modell och analyserade konsumenternas rättigheter och skyldigheter utifrån gällande lagstiftning, rättsvetenskaplig litteratur, relevanta EU-direktiv samt tillgängliga sekundärdata om ämnet. För den empiriska delen användes en enkätundersökning som kvantitativ metod, vilket möjliggjorde en systematisk insamling och analys av data.

Resultaten visar att konsumenterna generellt har god kunskap om de mest centrala och grundläggande rättigheterna och skyldigheterna inom e-handel. Samtidigt kan det finnas behov av fördjupad information om mer specifika eller mindre vanliga situationer för att öka konsumenternas trygghet och medvetenhet i praktiken.

Språk: Svenska

Nyckelord: skyldigheter, rättigheter, konsument, e-handel

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Peppina Paakkari

Koulutus ja paikkakunta: Liiketalous, Vaasa

Suuntautumisvaihtoehto: Oikeushallinto

Ohjaaja: Mayvor Höglund

Nimike: Kuluttajan oikeudet ja velvollisuudet e-kaupankäynnissä

Päivämäärä: 19.11.2025 Sivumäärä: 33

Liitteet: 1

Tiivistelmä

Tässä opinnäytetyössä tunnistettiin ja kuvailtiin keskeisimmät kuluttajien oikeudet ja velvollisuudet voimassa olevan lainsäädännön mukaan. Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia ja analysoida kuluttajien tietämystä omista oikeuksistaan ja velvollisuuksistaan e-kaupankäynnissä.

Tutkimuksen teoreettinen osa perustui oikeusdogmaattiseen malliin ja siinä analysoitiin kuluttajien oikeuksia ja velvollisuuksia voimassa olevan lainsäädännön, oikeustieteellisen kirjallisuuden, asiaan liittyvien EU-direktiivien sekä saatavilla olevien sekundääridatojen pohjalta. Empiiristä osaa varten käytettiin kyselytutkimusta kvantitatiivisena menetelmänä, mikä mahdollisti tiedon systemaattisen keruun ja analysoinnin.

Tulokset osoittavat, että kuluttajilla on yleisesti hyvä käsitys verkkokaupan keskeisimmistä perusoikeuksista ja velvollisuuksista. Samalla saattaa olla tarvetta syvällisemmälle tiedolle erityisistä tai harvinaisemmista tilanteista jotta kuluttajien turvallisuus ja tietoisuus käytännössä lisääntyisivät.

Kieli: Ruotsi

Avainsanat: velvollisuudet, oikeudet, kuluttaja, e-kaupankäynti

BACHELOR'S THESIS

Author: Peppina Paakkari

Degree Programme: Business Administration, Vaasa

Specialisation: Juridical Administration

Supervisor: Mayvor Höglund

Title: Consumer rights and obligations in E-commerce

Date: 19.11.2025 Number of pages: 33

Appendices: 1

Abstract

This thesis identified and described the most central rights and obligations that consumers have under the current legislation. The purpose of the thesis was to examine and analyze consumers knowledge of their rights and obligations in e-commerce.

The theoretical part of the study was based on a legal-dogmatic model and analyzed consumers rights and obligations with reference to current legislation, legal literature, relevant EU directives and available secondary data on the subject. For the empirical part a survey was used as a quantitative method enabling the systematic collection and analysis of data.

The results indicate that consumers generally have a good understanding of the most central and fundamental rights and obligations in e-commerce. At the same time there may be a need for more detailed information on specific or less common situations to enhance consumers security and awareness in practice.

Language: Swedish

Key words: obligations, rights, consumer, e-commerce

Innehållsförteckning

1	Inledning – E-handels utveckling i Finland och EU	1
1.1	Problemområde	2
1.2	Syfte och forskningsfrågor	2
1.3	Tidigare forskning.....	3
1.4	Avgränsningar	3
1.5	Metod och material.....	4
1.6	Uppsatsen disposition	4
1.7	Användning av AI.....	5
1.8	Definition av centrala begrepp.....	5
2	Konsumenternas rättigheter vid e-handel	6
2.1	Hemförsäljning och distansförsäljning- Tillämpningsområde	7
2.2	Informationskrav - Vilken information måste konsumenten få före avtalets ingående?.....	7
2.3	Informationskrav - Vilken information måste konsumenten få efter avtalets ingående?.....	9
2.4	Ansvar för varan	9
2.5	Ångerrätt - Hur fungerar ångerrätten i Finland och vilka undantag finns?	10
2.6	Felansvar - Hur definieras fel och vilka påföljder kan konsumenten kräva?	12
2.7	Felansvar- Åtgärdandet av fel	13
2.8	Felansvar – Reklamation	13
2.9	Felansvar – Garanti	14
2.10	Dataskydd - Hur skyddas konsumenternas personuppgifter vid e-handel?	14
3	Konsumenterna skyldigheter vid e-handel	16
3.1	Betalningsskyldighet.....	16
3.2	Omsorgsplikt – Vilket ansvar har konsumenten för mottagen vara före eventuell retur?	16
3.3	Ansvar för värdeminskning - Hur bedöms värdeminskning och när är konsumenten ersättningsskyldig?.....	17
4	Twistlösning och tillsyn	18
4.1	ADR - Hur fungerar alternativ twistlösning i Finland och EU?	18
4.2	Konsumentrådgivning	19
4.3	Domstolsprocess – Vilka möjligheter och hinder finns för konsumenter att driva ärenden i domstol?	19
5	Kunskap och förståelse hos konsumenter (empirisk del).....	21
5.1	Tidigare forskning.....	21

5.2	Metod för datainsamling.....	21
5.3	Resultat – Vilken faktisk kunskap har konsumenter om sina rättigheter och skyldigheter?	23
6	Slutsatser.....	26
6.1	Vilka är de viktigaste rättigheterna och skyldigheterna för konsumenter vid e-handel?.....	27
6.2	Hur väl känner konsumenterna till dessa rättigheter och skyldigheter?	30
6.3	Förslag på förbättringsåtgärder för att öka konsumenternas kunskap.....	30
6.4	Kritisk granskning	31
	Källförteckning	33

1 Inledning – E-handels utveckling i Finland och EU

I dagens konsumtionssamhälle interagerar konsumenter dagligen med näringsidkare genom köp av produkter och tjänster via digitala kanaler. Handels struktur har förändrats en hel del med att traditionella fysiska affärer kompletteras och i vissa fall ersätts helt och hållet av e-handel. Denna utveckling har skett snabbt under de senaste två decennierna tack vare digitalisering och internet.

Utbudet på den digitala marknaden är brett och ger konsumenter möjligheten att jämföra produkter från olika näringsidkare. Det finns fler valmöjligheter än någonsin tidigare. Ökningen av e-handeln har lätt till att konsumenter är erbjudna produkter som varierar i fråga om kvalitet, egenskaper, pris och ursprung. Trots att e-handels breda utbud ofta betraktas som en fördel för konsumenter kan det också skapa nya problem. Möjligheten att se och undersöka en produkt på förhand är inte längre möjligt som i traditionella fysiska affärerna. E-handeln kan från konsumenternas synvinkel anses mer riskabel då inte det finns direkt fysisk kontakt med de varor och tjänster som köps av konsumenter.

Att vara konsument är i praktiken enkelt men det kan råda en obalans i både kunskap och makt mellan konsumenten och näringsidkaren. Obalansen skapar risk för missförstånd och försummelser av skyldigheter, vilket kan leda till tvister mellan parterna.

Stora näringsidkare som har lättare tillgång till experter och jurister har oftast mer kunskap än konsumenter när det kommer till avtal och lagstiftning. Denna kunskap är till en stor fördel och en avgörande faktor då tvister mellan parterna uppstår. Även om konsumentskyddslagen i Finland syftar till att reglera relationen mellan konsument och näringsidkare samt stärka konsumentens ställning kan det vara många som saknar tillräcklig kunskap om sina rättigheter och skyldigheter. Bristen på kunskap kan innebära att inte konsumenter vet hur de skall agera i problematiska situationer.

Den snabbväxande och mer riskfyllda e-handeln har skapat ett tydligt behov av ett strakt och fungerande konsumentskydd. Då köp sker på distans och konsumenten inte har möjligheten att granska produkter i förväg ökar risken för bristfällig information, felaktiga leveranser och oseriösa aktörer.

1.1 Problemområde

I takt med e-handels tillväxt har nya juridiska och praktiska utmaningar uppstått. Ett centralt problem är bristen på respekt för konsumenträttigheter, vilket kan leda till rättssäkerhetsproblem, till exempel när näringsidkaren vägrar att acceptera returer eller inte följer reglerna för reklamationer. Därtill finns en tydlig informationsasymmetri mellan näringsidkaren och konsumenten då konsumenterna kan sakna tillräcklig kunskap om sina rättigheter och skyldigheter, vilket gör det svårt att agera då problem uppstår. (Information asymmetry, 2025)

Ifall konsumenten råkar ut för tvister inom e-handel finns det också en hel del praktiska hinder för konsumenten. Att driva en tvist kan upplevas som kostsamt, tidskrävande och komplicerat, vilket gör att många konsumenter avstår från att försvara sina intressen.

Ett vanligt problem kan också vara att konsumenterna inte alltid förstår avtalsvillkoren de accepterar ifall de innehåller komplicerande juridiska termer eller annan svårbegriplig information. Detta försvårar möjligheten att hävda sina rättigheter vid felaktiga varor eller tjänster.

Tyvärr kan det också finnas brister i konsumenternas förståelse av deras egna skyldigheter, såsom att respektera betalningsvillkor eller att reklamera fel inom rimlig tid. Detta skapar konflikter mellan parterna och riskerar att försvaga konsumenternas rättsliga skydd.

1.2 Syfte och forskningsfrågor

Syftet med detta examensarbete är att identifiera och beskriva de mest centrala rättigheterna och skyldigheterna som en konsument har. Målet är att ge konsumenterna en tydlig överblick över de mest centrala och grundläggande regler som styr e-handel så att de bättre kan förstå sina rättigheter och skyldigheter och därmed agera tryggt och korrekt vid köp och i eventuella tvister.

Syftet med examensarbetet är även att undersöka och analysera konsumenternas kunskap om sina rättigheter och skyldigheter vid e-handel för att få en bättre förståelse av var konsumenternas kunskapsnivå ligger.

Mina forskningsfrågor för examensarbetet är följande:

Vilka centrala rättigheter och skyldigheter har konsumenter vid e-handel enligt gällande lagstiftning?

Hurdan kunskap och förståelse har konsumenter om sina rättigheter och skyldigheter och i vilken utsträckning kan denna kunskap anses vara tillräcklig eller bristfällig?

1.3 Tidigare forskning

Det finns flera examensarbeten och avhandlingar på både lägre och högre YH-nivå som behandlar näringsidkarens och konsumentens ansvar, skyldigheter och rättigheter inom e-handel och vid tvister. Däremot fann jag inget arbete som enbart fokuserar på ämnet ur konsumentens perspektiv.

Jag har inte heller funnit någon studie som direkt undersöker kunskapsnivån på konsumenternas förståelse och kunskaper om deras rättigheter och skyldigheter. Jag hittade inte heller någon statistik som visar på vilken nivå konsumenternas kunskaper befinner sig.

1.4 Avgränsningar

Eftersom konsumenträtten utgör ett väldigt omfattande rättsområde har innehållet av detta examensarbete avgränsats till att behandla de mest centrala, grundläggande och relevanta aspekterna som berör konsumenters rättigheter och skyldigheter inom den vardagliga e-handeln.

Denna studie avgränsas till att behandla business to consumer (B2C) relationen mellan näringsidkare och konsument med fokus på vanliga privatpersoner i rollen som konsument.

Studien begränsas vidare till Finland och EU eftersom de är inom dessa rättsliga ramar som konsumenterna i Finland agerar och där både EU:s konsumenträttsdirektiv och den nationella finska lagstiftningen är direkt tillämpliga.

I kapitel 3.4 fokuserar jag på felansvar gällande fysiska varor för att ytterligare avgränsa examensarbetet.

1.5 Metod och material

I denna studie undersöks konsumenternas rättigheter och skyldigheter ur ett juridiskt rättsdogmatiskt perspektiv i den teoretiska delen, vilket är ett traditionellt arbetssätt som studerar de regler som ingår i den gällande lagstiftningen och rättssystemet. Analysen baseras på den gällande lagstiftningen, rättsvetenskaplig litteratur, relevanta EU-direktiv och tillgängliga sekundärdata om ämnet, vilket gör metoden särskilt lämplig för att undersöka konsumenternas rättigheter och skyldigheter. (Jareborg, 2004)

För den empiriska delen kommer data att samlas in via en enkätstudie, vilket är en kvantitativ metod som möjliggör systematisk insamling av information och statistisk analys av svaren. Svarens bedöms kvantitativt för att frågorna är formulerade så att svaren kan mätas i siffror, dvs. rätt=1 och fel=0. Denna metod underlättar identifiering av mönster och slutsatser kring konsumenternas kunskap och uppfattning om sina rättigheter. Tillsammans kompletterar de juridiska och empiriska metoderna varandra genom att teoretiska regler och praktisk verklighet kan analyseras. (Bryman & Bell, 2017, ss. 58-59)

1.6 Uppsatsen disposition

Kapitel 1 ger en introduktion och översikt av e-handels utveckling i Finland och EU. Kapitlet behandlar juridiska och praktiska utmaningar för konsumenter samt presenterar studiens syfte och forskningsfrågor. I kapitlet redogörs också tidigare forskning, avgränsningar för arbetet samt metod och material för den rättsdogmatiska och empiriska delen av arbetet.

I kapitel 2 behandlas konsumenternas rättigheter vid e-handel och hur dessa regleras i Finland och EU med fokus på konsumentskyddslagen och EU-direktiv. I kapitlet beskrivs tillämpningsområdet för hem- och distansförsäljning, informationskraven för näringsidkaren före och efter avtalets ingående, ansvar för varan, ångerrätt, felansvar inklusive reklamation och garanti samt konsumenternas dataskydd vid e-handel.

Kapitel 3 behandlar konsumenternas skyldigheter vid e-handel och förklarar hur dessa bidrar till en rättvis handel. I kapitlet behandlas konsumenternas betalningsskyldighet, omsorgsplikt för mottagna varor, ansvar för värdeminskning vid retur samt hantering av varor under eventuell ångerperiod.

I kapitel 4 behandlas hur konsumenttvister i praktiken kan lösas både genom alternativ lösning (ADR) och traditionell domstolsprocess. ADR beskrivs som ett enklare, snabbare och kostnadseffektivare sätt att behandla tvister utanför domstol medan domstolsprocessen erbjuder en formell väg men kan vara mer tidskrävande och dyr. Kapitlet förklarar hur ADR fungerar i Finland och EU samt hur tingsrättsprocessen går till.

Kapitel 5 presenterar den empiriska delen av studien som undersöker konsumenternas kunskap om sina rättigheter och skyldigheter vid e-handel. Metoden för datainsamling var en digital enkätstudie med frågor om centrala aspekter av konsumenträtt, ångerrätt, reklamation, dataskydd och avtalsvillkor. Resultatet av enkätundersökningen och konsumenternas kunskapsnivå behandlas i slutet av kapitlet.

I kapitel 6 sammanfattas arbetet och resultatet av undersökningen presenteras. I kapitlet presenteras också förslag på förbättringsåtgärder för att öka konsumenternas kunskap.

1.7 Användning av AI

I detta examensarbete har AI använts för att språkgranska delar av arbetet. AI har använts för att översätta abstraktet från svenska till engelska.

1.8 Definition av centrala begrepp

E-handel: elektronisk handel eller näthandel.

Konsument: fysisk person som handlar för privat bruk.

Näringsidkare: fysisk eller juridisk person som driver näringsverksamhet.

Hemförsäljning: försäljning som sker utanför näringsidkarens fasta försäljningsställe.

Distansförsäljning: försäljning via internet, telefon eller post där parterna inte möts fysiskt.

2 Konsumenternas rättigheter vid e-handel

I takt med e-handelns framväxt har behovet av ett starkt konsumentskydd också ökat. E-handeln har blivit en central del av vardagen och konsumenterna ställs inför nya situationer och risker jämfört med traditionella köp i fysiska butiker. Konsumenträtten finns till för att skydda konsumenter som ofta kan anses vara den svagare parten i ett avtalsförhållande med näringsidkare.

I Finland regleras konsumenternas ställning inom e-handel genom konsumentskyddslagen (38/1978). I konsumentskyddslagen (38/1978 kap. 1 § 1) finns en beskrivning på hur lagen skall tillämpas *"Denna lag gäller utbud, försäljning och annan marknadsföring av konsumtionsnyttigheter från näringsidkare till konsumenter. Lagen tillämpas även då näringsidkare förmedlar nyttigheter till konsumenten"*. Lagen reglerar situationer där företag erbjuder, säljer eller marknadsför varor och tjänster. Lagen bestämmer vilka regler som gäller i förhållandet mellan näringsidkare och konsumenter. Konsumentskyddslagen är en tvingande lag till konsumenternas förmån, dvs. näringsidkarna är tvungna att följa lagen. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 1 §1, 1978)

I Konsumentskyddslagen (38/1978 kap. 6.) är kapitlet *"Hemförsäljning och distansförsäljning"* speciellt viktigt för att den reglerar hur avtal ska göras och vad konsumenten har för rättigheter när det gäller hemförsäljning och distansförsäljning, dvs. e-handel. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 , 1978)

Ovannämnda lagen implementerar också EU:s direktiv om konsumenträttigheter (2011/83/EU). Det är en lagstiftningsakt som togs i bruk 2011 som medlemsstaterna måste införa i sin egen lagstiftning. Syftet med direktivet är att stärka konsumentskyddet inom EU så att alla konsumenter bosatta inom EU har liknande rättigheter oavsett i vilket EU-land de handlar i. (Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU, 2011)

Dessa lagar och regleringar syftar till att balansera det underläget konsumenter befinner sig i förhållandet till näringsidkaren. Detta är särskilt viktigt inom e-handel där avtalsförhållandet ingås utan direkt fysisk närvaro och därmed utan möjligheten till omedelbar kontroll av varan eller tjänsten.

KSL trädde i kraft i september 1978. Införandet av KSL på 1970-talet utgjorde en banbrytare och betydelsefull reform inom det finska rättssystemet. Den finska KSL skilde sig från

motsvarande lagstiftning i andra länder vid samma tid både vad gäller omfattning och struktur. En central del av reformen var att etablera en tillräcklig stark lagstiftning för att säkerställa konsumenternas ställning.

KSL har genomgått flera reformer under åren för att säkerställa att lagen är tillräckligt uppdaterad och kan möta dagens krav på konsumentskydd inom till exempel den växande e-handeln. (Justitieministeriet, 23.10.2018)

2.1 Hemförsäljning och distansförsäljning – Tillämpningsområde

Enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap 6. § 2) finns det vissa begränsningar i tillämpningsområdet. Lagen gäller bland annat inte avtal om finansiella tjänster, köp eller arrende av fast egendom, hyresavtal, avtal om bostadsrätt, avtal som omfattas av lotterilagen, avtal som ingås via varuautomater eller automatiserade affärslokaler samt vissa regelbundna leveranser av livsmedel eller dagligvaror till konsumentens bostad eller arbetsplats. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 2, 1978)

2.2 Informationskrav – Vilken information måste konsumenten få före avtalets ingående?

Enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap 6. § 9) har näringsidkaren en omfattande informationsskyldighet gentemot konsumenten innan ett hemförsäljnings- eller distansförsäljningsavtal ingås. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 9, 1978)

Informationen skall presenteras på ett tydligt och lättbegripligt sätt. Syftet med informationsskyldigheten är att säkerställa att konsumenten har tillräckligt med information och kunskap för att kunna fatta ett bra köpbeslut. (Konkurrens- och konsumentverket, u.å)

I KSL (38/1978 kap. 6 § 9) anges vilka informationskrav som gäller näringsidkaren innan ett avtal ingås vid hemförsäljning och distansförsäljning. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 9, 1978)

KSL kräver att informationen som lämnas in omfattar varans eller tjänstens huvudskapliga egenskaper som t.ex. storlek, funktion, kvalitet och innehåll. Säljaren är också tvungen att lämna in vissa basuppgifter som till exempel namn, adress, telefonnummer, e-postadress.

Ifall näringsidkaren är agent eller ombud för en annan näringsidkare skall även huvudmannens namn och adress ges.

Konsumenten ska få information om adressen till det verksamhetsstället som hen kan vända sig till vid reklamationer ifall denna adress skiljer sig från de ovannämnda. Om näringsidkaren agerar som agent eller ombud för en annan näringsidkare ska motsvarande information lämnas om huvudmannen.

Konsumenterna skall också få information om priset, inklusive skatter och eventuella leverans- eller andra tilläggskostnader. Om priset inte kan fastställas i förväg måste grunderna för prisberäkningen anges. Konsumenten ska få informations gällande villkor för betalning, leverans och fullgörandet av avtalet samt rutiner för reklamation.

Gällande ångerrätten skall konsumenterna få uppgifter om tidsfrist och förfarande för att utöva ångerrätten samt information om eventuella kostnader för returfrakt. När ångerrätten helt saknas eller kan gå förlorad ska skall konsumenterna vara medvetande om det.

Näringsidkaren är tvungen att erbjuda någon form av fungerande kundservice. Näringsidkaren kan erbjuda kundstöd och andra tjänster efter affären men om dessa tjänster erbjuds skall information om dem lämnas in för konsumenten samt de villkor som gäller för tjänsterna.

Näringsidkaren är också skyldig att nämna namnet på tvistlösningsorganet och dess webbadress ifall eventuella tvistemål skulle föregå. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 9, 1978)

Enligt KSL (38/1978 kap. 6 § 10) är e-handelsplatserna tvungna att meddela om eventuella begränsningar för leveransen samt vilka betalningssätt som accepteras på hemsidan. Denna info ska ges i början av beställningsprocessen på ett tydligt sätt så att konsumenten lätt får tag på informationen. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 10, 1978)

Enligt KSL (38/1978 kap 6 § 12 b) måste företaget tydligt visa vilka betalningsalternativ som finns att användas när avtalets sluts då konsumenten handlar på nätet. Företagen skall visa alternativen i följande ordning:

1. De betalningssätt som inte innebär kredit eller senare betalning till exempel direktbetalning via bank eller kort.
2. De betalningssätt som kan innebära kredit eller senare betalning men där det inte är självklart.
3. Sist de betalningssätt som innebär att konsumenten ansöker om eller använder kredit eller uppskjuten betalning.

Företaget får ej ställa som default ett betalningsalternativ som standardavtal utan konsumenten skall alltid aktivt välja betalningsmetod. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 12 b, 1978)

2.3 Informationskrav – Vilken information måste konsumenten få efter avtalets ingående?

Efter att avtalet ingåtts har konsumenten rätt att få en bekräftelse på avtalet av näringsidkaren. Konsumentskyddslagen (38/1978 kap. 6 § 13) anges följande anvisningar för hemförsäljning. *"Vid hemförsäljning ska näringsidkaren ge en kopia av avtalesbegränsningen eller av det undertecknade avtalet till konsumenten, på papper eller, med konsumentens samtycke, i någon annan varaktig form"*. En annan vanlig form inom e-handel är bekräftelse per e-post.

I KSL (38/1978 kap. 6 § 13) vid distansförsäljning anges följande anvisningar. *"Vid distansförsäljning ska näringsidkaren ge konsumenten bekräftelse på det ingångna avtalet inom rimlig tid från det distansförsäljningsavtalet ingicks och senast vid den tidpunkt då varorna avlämnas eller innan tjänsterna utförs."* Dessutom skall bekräftelsen vara i varaktig form och skall innehålla all information om varans eller tjänstens huvudskapliga egenskaper som tidigare nämndes ovan. Bekräftelsen skall också innehålla en ångerblankett och en anvisning på hur ångerrätten kan används ifall detta inte nämnts tidigare. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 13, 1978)

2.4 Ansvar för varan

Enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap 5. § 6) bär näringsidkaren risken för varan ifall den förstörs, försvinner, försämras eller minskar i värde på grund av händelser som inte beror på konsumenten fram tills att varan har avlämnats hos konsumenten.

Om konsumenten däremot inte hämtar eller tar emot varan i tid övergår risken på konsumenten för eventuella försämringar som beror på varans egenskaper efter att näringsidkaren har fullgjort sin leveransskyldighet. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 5 § 6, 1978)

2.5 Ångerrätt – Hur fungerar ångerrätten i Finland och vilka undantag finns?

Enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap 6. § 14) har en konsument möjligheten att häva ett hemförsäljnings- eller distansavtal genom att meddela näringsidkaren om detta. Detta skall göras antingen via en ångerblankett eller på annat tydligt sätt. Ångerrätten gäller i 14 dagar. För tjänster och digitalt innehåll som levereras elektroniskt räknas fristen från den dag avtalet ingicks. När det gäller köp av varor börjar tidsfristen löpa från den dag konsumenten tar emot varan eller den sista delen av en leverans. Vid avtal om återkommande leveranser räknas de 14 dagarna från mottagandet av den första försändelsen. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 14, 1978)

Om ett avtal medför en betalningsskyldighet för konsumenter kan tjänster utöver leverans av digitalt innehåll påbörjas innan ångerfristen har löpt ut enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap. 6 § 15). Detta är under förutsättningen att konsumenten uttryckligen begärt om detta och godkänt att ångerrätten upphör när avtalet fullgjorts i sin helhet. Vid hemförsäljning skall en sådan begäran lämnas i varaktig form. Vid avtal om digitalt innehåll kan leveransen starta innan ångerfristen går ut om konsumenten har lämnat ett tydligt förhandssamtycke till att avtalet påbörjas under ångerfristens giltighetstid och samtidigt godkänt att ångerrätten därmed förloras. Näringsidkaren är skyldig att dokumentera och bekräfta konsumentens samtycke och godkännande i enlighet med ovannämnda KSL kap. 6 13 §. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 15, 1978)

Som huvudregel har konsumenten ångerrätt enligt KSL kap. 6 14 §, men i vissa fall gäller inte ångerrätten. Enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap. 6 § 16) gäller ej ångerrätten vid följande tillfällen:

1. Tjänster som redan påbörjats på konsumentens begäran. Ifall tjänster har utförts fullt ut och konsumenten uttryckligen begärt att den ska starta innan ångerfristen gått ut samt godkänt att ångerrätten upphör när avtalet fullgörs.

2. Prisberoende på finansiella marknader. Om priset på varan beror på fluktuationer på finansmarknaden som företaget inte kan påverka.
3. Skräddarsydda varor. Varor som tillverkats eller ändrats efter konsumentens önskemål eller som får en tydlig personlig prägel.
4. Varor som lätt blir gamla eller försämrats eller som efter leverans inte kan särskiljas från andra varor.
5. Förseglade hygien- eller hälsorelaterade varor om förseglingen har brutits.
6. Alkoholhaltiga drycker vars pris kan förändras och som levereras tidigast 30 dagar efter avtal.
7. Brådskanie reparationer eller underhåll på plats där konsumenten uttryckligen begärt om det.
8. Förseglade ljud-, bild- eller programvaror om förseglingen har öppnats.
9. Enstaka tidnings- eller tidskriftsnummer som inte omfattas av retur.
10. Avtal vid auktion om konsumenten kan delta på annat sätt än via distanskommunikation.
11. Specifika tjänster med bestämd tidpunkt. Logi för korttidsboende, transport, biluthyrning, servering eller fritidsverksamhet som levereras på en viss dag eller period.
12. Digitalt innehåll om elektronisk leverans har påbörjats med konsumentens förhandssamtycke och godkännande att ångerrätten upphör samt att företaget bekräftat detta enligt 13 §. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 16, 1978)

Enligt KSL (38/1978 kap. 6 § 21) är näringsidkaren också skyldig att återbetala konsumentens betalning utan dröjsmål och senast inom 14 dagar från det att ångerrätten mottagits. Näringsidkaren får vänta med återbetalningen tills varan har kommit tillbaka eller tills konsumenten kan visa att varan har skickats tillbaka förutsatt att företaget inte själv kan hämta varan.

Ifall en konsument ångrar sitt köp så upphör också automatiskt ett eventuellt kopplat kredit- eller försäkringsavtal utan att konsumenten behöver göra något särskilt. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 21, 1978)

2.6 Felansvar – Hur definieras fel och vilka påföljder kan konsumenten kräva?

I detta kapitel fokuserar jag på felansvar gällande fysiska varor för att avgränsa examensarbetet.

För att kunna definiera fel på en vara skall vi först gå in på Konsumentskyddslagen (38/1978 kap. 5 § 12) "*Varans beskaffenhet*". Kapitlet handlar om vilka krav som ställs på en vara för att den skall anses överensstämma med avtalet mellan säljaren och konsumenten. Kapitlet reglerar vad som menas med att en vara är felfri enligt lagen.

Varan skall alltid motsvara det som avtalats mellan näringsidkaren och konsumenten. Varan ska ha de egenskaper, den kvalité, kvantitet, funktionalitet och kompatibilitet som framgår i avtalet. Ifall konsumenten informerat näringsidkaren om ett särskilt ändamål som varan skall användas till och de uttryckligen godkänt detta skall varan också vara lämplig för det ändamålet. Varan skall också levereras tillsammans med de tillbehör, instruktioner och eventuella uppdateringar som parterna kommit överens om.

Utöver de krav som direkt ställs i avtalet skall varan också uppfylla vissa allmänna krav. Dessa allmänna krav gäller även om avtalet inte nämner de följande kraven. Varan skall vara lämpad för de normala ändamål som varor av samma typ används till och uppfylla de standarder som gäller inom området. Den skall också motsvara den modell som näringsidkaren visat konsumenten och levereras med de tillbehör och instruktioner som konsumenten rimligen kan förvänta sig. Dessutom skall varans kvalitet, hållbarhet och övriga egenskaper motsvara vad en genomsnittlig konsument kan förvänta sig särskilt med hänsyn till hur varan har marknadsförts av näringsidkaren eller tillverkaren. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 5 § 12, 1978)

I KSL (38/1978 kap. 5 § 13) "*Allmän bestämmelse om fel*" behandlar hur ett fel på varan definieras och vilka undantag som finns i huvudregeln 12 § som behandlades i stycket ovan. Ifall inte varan uppfyller de krav som anges i 12 §, dvs. inte motsvarar avtalet eller de allmänna kvalitetskraven anses varan ha ett fel.

Det finns ändå vissa undantag. I vissa situationer betraktas en vara inte som felaktig även om den avviker från de allmänna kraven 12 §. Detta gäller t.ex. om näringsidkaren redan vid avtalets ingående har informerat om avvikelser och konsumenten uttryckligen godkänt avvikelserna. Ett annat undantag är om felet beror på material som konsumenten själv har valt för tillverkningen och näringsidkaren varken kände till eller borde ha känt till att materialet var felaktigt. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 5 § 13, 1978)

2.7 Felansvar – Åtgärdandet av fel

Näringsidkaren bär det primära ansvaret för varorna som säljs. Om en vara är felaktig har konsumenten rätt att kräva ersättning eller kompensation. Konsumenten skall i förstahand meddela näringsidkaren om det upptäckta felet i skälig tid. Även importörer eller tillverkare kan ansvara för fel. (Konkurrens- och konsumentverket, u.å)

Enligt Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/771 om konsumenten köpt en vara inom EU och den visar sig vara felaktig, inte motsvarar beskrivningen eller inte fungerar som i beskrivningen är näringsidkaren tvungen att reparera eller byta ut varan utan kostnad. Om en ovannämnd åtgärd är omöjlig eller om näringsidkaren inte kan fullgöra den inom rimlig tid och utan att orsaka konsumenten betydande besvär har konsumenten rätt till prisavdrag eller återbetalning av köpesumman. (Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/771 artikel 14, 2019)

2.8 Felansvar – Reklamation

Enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap. 5 § 16 a) förlorar konsumenten rätten att åberopa fel i varan ifall felet inte meddelas inom skälig tid efter att felet upptäckts eller borde ha upptäckts. Konsumenten har dock rätt att reklamera felet inom två månader från att felet konstaterats.

Trots dessa tidsmässiga begränsningar behåller konsumenten rätten att åberopa fel om näringsidkaren har agerat med grov oaktsamhet eller i strid med tro och heder, varan inte uppfyller de krav som ställts i lag eller myndighetsföreskrifter till skydd för hälsa egendom eller varan på annat sätt utgör en fara för hälsa eller egendom. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 5 § 16 a, 1978)

2.9 Felansvar – Garanti

Garanti är en frivillig extra förmån som erbjuds av näringsidkaren eller till exempel tillverkaren. Garantin ger konsumenten bättre rättigheter än de som föreskrivs i konsumentskyddslagen.

Garantin begränsar inte heller det ansvar för fel som beskrivs i KSL. Om näringsidkaren har förbundit sig att ansvara för varans användbarhet eller andra egenskaper under en viss tid, dvs. garanti, anses varan vara felaktig om den under denna tid försämras på det sätt som garantin avser. Dock uppstår inget felansvar om näringsidkaren kan bevisa att försämringen beror på en olyckshändelse, felaktig hantering av varan eller någon annan omständighet från konsumentens sida. (Koivumäki & Häkkänen, 2018, s. 332)

Enlig konsumentskyddslagen (38/1978 kap. 5 § 15 b) skall i samband med en försäljning av en vara ett tydligt garantibevis finnas. Garantibeviset skall finnas i skriftlig eller elektronisk form så att konsumenten har garantin i oförändrad form.

Garantibeviset skall innehålla uppgifter som gör det klart vem som står bakom garantin och vilka villkor som gäller. I garantibeviset skall följande saker framgå: garantigivarens namn och kontaktuppgifter, vilken vara garantin omfattar, exakta villkor som gäller för garantin, hur konsumenten skall gå till väga för att utnyttja garantin samt tydlig redogörelse på att konsumenten har lagstadgade rättigheter som garantin inte försvagar. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 5 § 15 b, 1978)

2.10 Dataskydd – Hur skyddas konsumenternas personuppgifter vid e-handel?

I samband med e-handel behandlas stora mängder personuppgifter såsom konsumentens namn, adress, betalningsinformation och i vissa fall köphistorisk. Skyddandet av dessa uppgifter är en central del av konsumentskyddet. Behandlingen av personuppgifter regleras huvudsakligen av EU:s allmänna dataskyddsförordning (GDPR 2016/679) och den finska dataskyddslagen (1050/2018), vilka tillsammans utgör grunden för hur näringsidkaren får samla in, lagra och använda konsumenternas personuppgifter.

Näringsidkare är tvungna att tillämpa EU:s allmänna dataskyddsförordning (GDPR 2016/679) ifall de behandlar personuppgifter och är etablerade inom EU oavsett var själva

behandlingen av personuppgifterna sker. GDPR skall också tillämpas ifall näringsidkaren är etablerat utanför EU men behandlar personuppgifter som rör erbjudande av varor eller tjänster till personer inom EU. GDPR skall också tillämpas ifall näringsidkaren övervakar konsumenters beteende inom EU. Näringsidkare utanför EU som behandlar EU medborgares personuppgifter är tvungna att utse en representant som är verksam inom EU. (Europeiska unionen, u.å)

I Europaparlamentets och rådets direktiv 2016/679 artikel 7 ställs strikta krav på att all behandling av personuppgifter ska bygga på samtycke. Syftet med reglerna är att säkerställa att personen förstår vad hen samtycker till. Samtycket måste därför vara frivilligt, specifikt, informerat och entydigt samt ges som ett svar på en tydlig och lättförståelig begäran. Samtycket kan till exempel ges genom att kryssa i en ruta eller genom att underteckna ett formulär.

När personen godkänt behandlingen av sina personuppgifter får dessa endast användas för de ändamål som samtycket avser. Det skall även vara möjligt att återkalla sitt samtycke när som helst. (Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2016/679 artikel 7, 2016)

Personer som gett samtycke för behandling av deras personuppgifter ska ha kostnadsfri tillgång till sina egna personuppgifter. Ifall en näringsidkare får en förfrågan som denna måste de informera personen om hur personuppgifterna behandlas, syftet med behandlingen och kunna erbjuda en kopia av de personuppgifter som behandlas.

En person har också alltid rätt att få personuppgifterna rättade eller kompletterade utan onödigt dröjsmål ifall uppgifterna är felaktiga, ofullständiga eller missvisande.

Under vissa omständigheter kan en person ha rätten att bli bortglömd, dvs. begära att personuppgifterna raderas. Detta kan ske om till exempel uppgifterna inte längre behövs för det syftet de samlades in.

Företaget behöver dock inte radera uppgifterna om behandlingen är nödvändig för yttrande- och informationsfriheten, för att uppfylla en rättslig skyldighet, för allmänintressen som folkhälsa eller forskning eller för att fastställa eller försvara rättsliga anspråk. (Europeiska unionen, u.å)

3 Konsumenterna skyldigheter vid e-handel

Förutom de många rättigheterna som konsumenterna har vid e-handel finns även ett antal viktiga skyldigheter. Detta kapitel fokuserar på att lyfta fram de mest centrala och grundläggande skyldigheterna och förklara vilken roll de spelar för att skapa en trygg och rättvis handel mellan konsument och näringsidkare.

3.1 Betalningsskyldighet

Skyldigheter för konsumenten uppstår genom ett avtal. Både köp och beställning innebär att ett avtal ingås. Ett avtal kan inte ändras ensidigt vilket betyder att ifall konsumenten låter bli att betala för en produkt eller inte hämtar ut den betraktas det som ett avtalsbrott och befriar inte konsumenten från sina skyldigheter. (Kuluttajaliitto, u.å)

Konsumenternas främsta skyldighet är att betala för de varor de beställer. Konsumenter kan oftast välja att betala för varan genast i samband med köpet eller genom avbetalning eller med kredit. Genom att ingå köpeavtalet förbinder sig konsumenten att utföra betalningen för varan i sin helhet och i enlighet med den betalningsplan som har avtalats. (Martha, 16.12.2020)

3.2 Omsorgsplikt – Vilket ansvar har konsumenten för mottagen vara före eventuell retur?

Enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap. 6 § 17) ska konsumenten som ångrar ett avtal returnera den mottagna varan utan dröjsmål senast inom 14 dagar från det att ångerrätten meddelats om inte säljaren själv hämtat varan. Konsumenten ansvarar för returfrakten men ifall säljaren inte informerat om detta i förväg är konsumenten inte skyldig att betala för returen. I de fall där varan vid hemförsäljning levereras direkt till konsumentens bostad och inte kan returneras via post är det på säljarens ansvar att hämta varan på egen bekostnad. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 17, 1978)

Enligt KSL (38/1978 kap. 6 § 18) när konsumenten tar emot beställda varan men ännu inte bestämt sig för att behålla den ska varan hanteras varsamt och hållas i samma skick som vid mottagandet.

Ifall konsumenten redan börjat använda varan kan hen bli skyldig att ersätta en eventuell minskning i varans värde. En vara anses inte vara använd om konsumenten endast hanterat den för att undersöka produktens egenskaper, funktion och typ. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 18, 1978)

Vid hemförsäljning där säljaren enligt lag är ansvarig för att hämta tillbaka en vara från konsumenten är konsumenten skyldigt att enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap. 6 § 20) göra varan tillgänglig på den plats där den ursprungligen levererades eller på en annan plats som utan större besvär kan nås av säljaren. Konsumenten skall också meddela säljaren var varan finns att hämtas.

Ansvaret för att förvara varan för näringsidkaren gäller i högst två månader från det att varan togs emot. Om näringsidkaren inte har hämtat varan inom denna tidsperiod övergår äganderätten till konsumenten utan krav på ersättning så länge som det inte innebär en tydlig nackdel för säljaren. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 20, 1978)

3.3 Ansvar för värdeminskning – Hur bedöms värdeminskning och när är konsumenten ersättningsskyldig?

Konsumenter har ansvar för varor det mottagit. Enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap. 6 § 18) skall en mottagen vara bevaras i stort sett samma oförändrat och oförminskat skick tills konsumenten bestämmer sig för att behålla den. Ifall konsumenten väljer att frånträda avtalet efter att ha använt varan kan konsumenten bli ersättningsskyldig för den värdeminskning som användningen orsakat. Hantering av varan som syftar till att undersöka varans typ, egenskaper eller funktion betraktas inte som användning i detta sammanhang.

Konsumenten är inte ansvarig för eventuell värdeminskning ifall säljaren inte meddelat konsumenten om ångerrätten som lagen anger. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 18, 1978)

Denna lag finns till för att undvika situationer där en konsument använder eller hanterar en vara på ett sätt som leder till att varans värde minskar och sedan utnyttjar sin ångerrätt vid distansköp.

4 Tvistlösning och tillsyn

Då en tvist mellan konsument och näringsidkare uppstår finns det flera vägar att gå för att få ärendet prövat och löst. I detta kapitel behandlas alternativ tvistlösning (ADR) och den traditionella domstolsprocessen. ADR erbjuder oftast ett snabbare, enklare och mer kostnadseffektivt sätt att hantera tvister utanför domstol medan domstolsprocessen kan vara mer långsam och resurskrävande.

4.1 ADR – Hur fungerar alternativ tvistlösning i Finland och EU?

ADR (Alternative Dispute Resolution), dvs. alternativ tvistlösning innebär en process där konflikter mellan konsument och näringsidkare hanteras av ett oberoende tvistlösningsorgan utanför det vanliga domstolsväsendet till exempel genom medling.

Jämfört med domstolsprocessen erbjuder ADR flera fördelar. Processen är ofta enklare, snabbare och mer kostnadseffektiv. I praktiken är processen i de flesta fall kostnadsfri och konsumenten behöver vanligtvis inte anlita en egen representant för att få sitt ärende prövat.

Alla europeiska länder har flera ADR-organ som är specialiserade på att hantera tvister inom vissa typer av produkter eller tjänster. Mängden ADR-organ varierar från land till land. I Finland finns det tre officiella organ. De finländska ADR-aktörerna är konsumenttvistenämnden, Trafik- och patientskadenämnden samt finansbranschens avtalsbaserade kundorganisation FINE.

ADR-organens arbetssätt varierar från land till land. Besluten kan fattas av nämnder, medlare eller konsumentombudsmän. Graden av rättslig bindning varierar också. De beslut som ges av finska ADR-organ är rekommendationer och har inte samma rättsliga verkan som en domstolsdom även om de flesta näringsidkare och företag ändå väljer att följa dem. I andra länder kan motsvarande organ fatta juridiskt bindande beslut som likställs med domstolsavgöranden. (Konsument Europa Finland, u.å)

4.2 Konsumentrådgivning

I Finland kan konsumenter ha nytta av den gratis konsumentrådgivningen som erbjuds av Konkurrens- och konsumentverket. Konsumentrådgivningen kan kontaktas efter att en tvist uppstått konsumenten har förhandlat med näringsidkaren utan resultat.

Ifall näringsidkaren och konsumenten inte kommer överens sinsemellan kan konsumenten vända sig till konsumentrådgivningen. Där erbjuds kostnadsfri rådgivning och hjälp med medling i tvister. Konsumentrådgivningen kan kontaktas via telefon eller genom att fylla i en webblankett. Efter att ärendet handläggs får konsumenten kontaktuppgifter till en ansvarig rådgivare. (Konkurrens- och konsumentverket, u.å)

4.3 Domstolsprocess – Vilka möjligheter och hinder finns för konsumenter att driva ärenden i domstol?

Ifall konsumenten hamnar i en tvist med näringsidkaren kan hen sin tvist till tingsrätten genom att skicka in en skriftlig stämningsansökan. Konsumenten som lämnar in stämningsansökan är målsägande i målet. Tingsrätten går igenom ansökan och skickar en stämning till svaranden, dvs. den andra parten i tvisten (näringsidkaren) ifall de anser att ansökan är berättigad. I stämningsansökan ska målsäganden ange vilka krav som riktas mot svaranden och på vilka grunder. Till ansökan ska även bifogas alla handlingar som kraven grundar sig på till exempel orderbekaftelsen som konsumenten fick i samband med köpet.

Om svaranden inte svarar på stämningen inom den utsatta tidsfristen kan tingsrätten avgöra ärendet direkt genom en tredskodom. Svaranden kan ansöka om återvinning av en tredskodom inom 30 dagar då ärendet tas upp till behandling vid en tingsrättsförhandling, dvs. återvinning.

Om svaranden motsätter sig yrkandet kallas parterna först till en muntlig förberedelse. Under förberedelsen klargörs vilka frågor parterna är oense om och de ges möjlighet att nå en förlikning. Om ingen förlikning uppnås går målet vidare till huvudförhandling. Vid huvudförhandlingen fattas beslutet av en domare.

I tvistemål ansvarar inte tingsrätten för verkställigheten av domen. Om domen till exempel skulle leda till skadestånd måste den som ska få ersättning själv kontakta motparten eller

ansöka om verkställighet varefter utsökningsmyndigheterna handlar indrivningen eller annan verkställighet. (Rättsportalen.fi, u.å)

Domstolsprocessen är definitivt en möjlighet för konsumenten då den utgör en tydlig väg att få en tvist med en näringsidkare prövad. De kan dock vara svårt att föra ärendet vidare utan att anlita en egen juridisk representant, vilket ofta medför högre kostnader. Utöver kostnaderna för jurist kan även andra avgifter såsom rättegångskostnader tillkomma efter processen.

5 Kunskap och förståelse hos konsumenter (empirisk del)

Syftet med examensarbetet är att undersöka och analysera konsumenternas kunskap om sina rättigheter och skyldigheter vid e-handel. Detta göts för att få en bättre förståelse av var konsumenternas kunskapsnivå ligger.

För att möjliggöra analysen samlas empiriska data in, vilket ger ett underlag för att bedöma konsumenternas kunskapsnivå.

5.1 Tidigare forskning

Under arbetets gång har jag sökt efter tidigare forskning som specifikt skulle behandla konsumenternas kunskap om sina rättigheter och skyldigheter vid e-handel inom Finland. Trots sökning i relevanta databaser som den finska statistikcentralen har jag inte hittat studier som direkt undersöker och mäter konsumenternas kunskap inom detta ämne.

Det finns en hel del hemsidor, lagar, artiklar och uppsatser på konsumenträtt i allmänhet men det går inte in på hur väl konsumenterna faktiskt känner till sina rättigheter och skyldigheter.

5.2 Metod för datainsamling

I detta examensarbete har konsumenternas kunskap om sina rättigheter och skyldigheter undersökts genom en enkätundersökning. Enkätundersökningen är en kvantitativ metod som lämpar sig väl för denna undersökning då syftet är att samla in data från ett större antal personer på ett strukturerat och jämförbart sätt.

Enkäten består av frågor med svarsalternativen rätt eller fel. Frågorna konstruerades för att mäta centrala aspekter av konsumenternas kunskap, såsom ångerrätt, reklamationsrätt, dataskydd och avtalsvillkor vid e-handel. Språket var enkelt och tydligt för att undvika missförstånd.

Första frågan i enkäten var "Vilken åldersgrupp tillhör du?" för att få reda på i vilken åldersgrupp respondenterna hörde till. Alternativen var följande:

- 15–24

- 25–34
- 35–44
- 45–54
- 55–64
- 65 år eller äldre

Undersökningen genomfördes genom att enkäten publicerades digitalt på sociala medier mer exakt min personliga Instagram story. Respondenterna svarade på enkäten anonymt vilket syftade till att öka svarens ärlighet, pålitlighet och mängd.

Enkäten bestod av 12 frågor med svarsalternativen rätt eller fel. Frågorna var följande:

1. Vilken åldersgrupp tillhör du?
2. En konsument har alltid rätt att ångra ett köp som gjorts på nätet inom 14 dagar utan att ge orsak.
3. Konsumenten är skyldig att betala returfrakten vid ånkrat köp om företaget har informerat om detta på förhand.
4. Ett företag får automatiskt registrera kundens personuppgifter vid köp utan att informera kunden.
5. Om en konsument själv skadar varan efter leverans kan den fortfarande reklameras som felaktig.
6. Enligt konsumentskyddslagen måste ett företag tydligt visa vilka betalningsalternativ som finns innan konsumenten slutför sitt köp på nätet.
7. Enligt konsumentskyddslagen ska konsumenten få tydlig information om priset, inklusive skatter och eventuella leverans- eller tilläggskostnader innan köpet.
8. Ångerrätten gäller även för produkter som är specialtillverkade enligt kundens önskemål.

9. Om produkten har använts mer än vad som är nödvändigt för att prova den kan säljaren dra av ett belopp från återbetalningen då varan returneras.
10. Säljaren måste ge konsumenten tillgång till sina kontaktuppgifter inklusive fysisk adress innan köpet.
11. Konsumenten måste alltid reklamera inom skälig tid efter att felet upptäckts.
12. Om varan skadas eller försvinner under transporten till konsumenten är det konsumenten som ansvarar för förlusten.

5.3 Resultat – Vilken faktisk kunskap har konsumenter om sina rättigheter och skyldigheter?

På enkätundersökningen svarade sammanlagt 58 respondenter. Majoriteten av respondenterna (67 %) var i åldern 15–24. 22 % i ålder 25–34, 2 % i åldern 45–54 och 9 % i åldern 55–64.

Den genomsnittliga svarstiden på enkäten var 3 minuter och 4 sekunder. Detta anses som en relativt kort tid för att besvara enkäten, vilket tyder på att deltagarna svarade spontant utifrån egna erfarenheter och kunskap. Respondenterna har inte haft tiden att söka upp rätta svar på nätet. Detta stärker enkätundersökningens trovärdighet och indikerar att svaren kan anses vara ärliga och äkta. Genom att analysera den korta svarstiden kan man dra slutsatsen att resultatet reflekterar deltagarnas verkliga åsikter och kunskaper, vilket ger studien högre trovärdighet.

Resultaten visar att konsumenternas kunskapsnivå över lag är relativt hög men att de finns vissa områden där osäkerhet är tydlig. Respondenterna presterade generellt sett bra på flertalet frågor och flera rättigheter som ofta lyfts i konsumenträttsammanhang som till exempel ångerrätten vid distansköp var välkända. På flera frågor låg andelen korrekta svar på över 90 %, vilket tyder på att konsumenterna har god grundläggande kunskap om sina mest centrala rättigheter. Även om resultaten var bra framträder vissa kunskapsluckor särskilt i de mer detaljerade frågorna om undantag från ångerrätten och om när konsumenten själv bär ansvar för skador av varor.

I fråga 8 (Ångerrätten gäller även för produkter som är specialtillverkade enligt kundens önskemål) svarade 64 % av respondenterna rätt. För fråga 9 (Om produkten har använts mer än vad som är nödvändigt för att prova den kan säljaren dra av ett belopp från återbetalningen då varan returneras) var andelen rätta svar 69 %. På de övriga frågorna var minst 71 % av svaren korrekta.

De två frågorna som hade lägsta andelen korrekta svar, dvs. fråga 8 "Ångerrätten gäller även för produkter som är specialtillverkade enligt kundens önskemål" och 9 "Om produkten har använts mer än vad som är nödvändigt för att prova den, kan säljaren dra av ett belopp från återbetalningen då varan returneras" rör mer specifika och mindre självklara aspekter av ångerrätten. De situationer som behandlas i dessa frågor kan anses vara mindre välkända och mindre vardagliga för konsumenter, vilket kan förklara den lägre kunskapsnivån.

Majoriteten (84 %) kände till att konsumenten har rätt att ångra ett köp via nätet inom 14 dagar. Däremot trodde 64 % av respondenterna felaktigt att ångerrätten även gäller specialtillverkade produkter. Detta visar att det finns en god förståelse för grundregeln men betydligt sämre kunskap om viktiga undantag.

Majoriteten (90 %) kände också till att konsumenten kan bli skyldig att betala returfrakten vid ånrat köp om företaget informerat om detta i förväg. Samtidigt trodde 88 % korrekt att en vara som skadats av konsumenten efter leverans inte kan reklameras som felaktig. Detta tyder på att respondenterna över lag har god förståelse för ansvarsfördelningen mellan parterna efter att varan tagits emot.

Respondenternas kunskap om reklamationskyldigheten var relativt god då 88% svarade rätt på att reklamation ska göras inom skälig tid efter att felet upptäckts.

Respondenterna hade också väldigt god kunskap om näringsidkarens skyldigheter. 95 % visste att företag måste informera tydligt om betalningsalternativ, 98 % visste att priset ska anges inklusive skatter och tilläggskostnader och 71 % kände till att säljaren måste lämna in sina kontaktuppgifter innan köpet. Detta tyder på att konsumenterna är väl medvetna om företagets informationsplikt. Detta kan bero på att dessa uppgifter ofta är presenterade väldigt tydligt på webbshoppars hemsidor.

Konsumenternas erfarenhet har stor betydelse för deras kunskap om sina rättigheter och skyldigheter. De som har egna, konkreta erfarenheter från e-handel eller tidigare problemlösning vid köp tenderar ofta ha bättre förståelse för reglerna och riktlinjerna.

6 Slutsatser

Syftet med examensarbetet var att identifiera och beskriva de mest centrala rättigheterna och skyldigheterna som en konsument har. Målet var att ge konsumenterna en tydlig överblick över de mest centrala och grundläggande regler som styr e-handel så att de bättre kan förstå sina rättigheter och skyldigheter och därmed agera tryggt och korrekt vid köp samt eventuella tvister.

Syftet med examensarbetet var att även undersöka och analysera konsumenternas kunskap om sina rättigheter och skyldigheter vid e-handel för att få en bättre förståelse av var konsumenternas kunskapsnivå ligger. Mina forskningsfrågor var följande:

- Vilka centrala rättigheter och skyldigheter har konsumenter vid e-handel enligt gällande lagstiftning?
- Hurdan kunskap och förståelse har konsumenter om sina rättigheter och skyldigheter och i vilken utsträckning kan denna kunskap anses vara tillräcklig eller bristfällig?

För att uppnå syftet med arbetet och för att kunna besvara de två forskningsfrågorna har den teoretiska delen av examensarbetet redogjort för vad det mest centrala rättigheterna och skyldigheterna som en konsument har är. Arbetets teoridel har även gett en överblick på hur tvister mellan konsumenter och näringsidkare kan lösas i praktiken.

Examensarbetet innehöll också en empirisk del där det gjordes en kvantitativ undersökning, dvs. en enkätstudie. Enkätstudien bestod av frågor med svarsalternativen rätt eller fel. Frågorna konstruerades för att mäta centrala aspekterna av konsumenternas kunskap, såsom ångerrätt, reklamationsrätt, dataskydd och avtalsvillkor vid e-handel.

Syftet med examensarbetet uppfylldes genom att den teoretiska analysen samt den kvantitativa enkätstudien och båda forskningsfrågorna kunde således besvaras. Resultaten presenteras och diskuteras i kommande styckena nedan.

6.1 Vilka är de viktigaste rättigheterna och skyldigheterna för konsumenter vid e-handel?

De viktigaste rättigheterna för konsumenter vid e-handel omfattar bland annat rätten till tydlig och korrekt information före köpet, rätten till ångerrätt, rätten att reklamera fel samt rätten till garanti enligt vad som utlovas enligt näringsidkaren.

En av konsumentens viktigaste rättigheter är näringsidkarens omfattande skyldighet att ge ut tydlig och fullständig information före avtalets ingående. Enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap 6. § 9) har näringsidkaren en omfattande informationsskyldighet gentemot konsumenten innan ett hemförsäljnings- eller distansförsäljningsavtal ingås. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 9, 1978)

Informationen skall presenteras på ett tydligt och lättbegripligt sätt. Syftet med informationsskyldigheten är att säkerställa att konsumenten har tillräckligt med information och kunskap för att kunna fatta ett bra köpbeslut. (Konkurrens- och konsumentverket, u.å)

Näringsidkaren har oftast mer kunskap om varan eller tjänsten än konsumenten. Informationsskyldigheten jämnar ut obalansen mellan parterna genom att reglera vilken information som konsumenten måste få veta före avtalets ingående.

Ångerrätten är en viktig rättighet för konsumenten speciellt när det kommer till e-handel. Enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap 6. § 14) har en konsument möjligheten att häva ett hemförsäljnings- eller distansavtal genom att meddela näringsidkaren om detta. Detta skall göras antingen via en ångerblankett eller på annat tydligt sätt. Ångerrätten gäller i 14 dagar. För tjänster och digitalt innehåll som levereras elektroniskt räknas fristen från den dag avtalet ingicks. När det gäller köp av varor börjar tidsfristen löpa från den dag konsumenten tar emot varan eller den sista delen av en leverans. Vid avtal om återkommande leveranser räknas de 14 dagarna från mottagandet av den första försändelsen. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 14, 1978)

Vid distansköp har konsumenten inte möjlighet att granska varan i förväg på samma sätt som i en fysisk butik. Ångerrätten fungerar som en slags säkerhet som kompenserar för den osäkerhet som uppstår då konsumenten ingår ett köp utan fysisk närvaro.

Ångerrätten ger också konsumenten tid att granska avtalsvillkor. Avtalsvillkor är en sak som vissa konsumenter läser hastigt igenom eller undviker att läsa totalt. Genom en 14 dagars ångerfrist får konsumenten en till chans att gå igenom informationen och säkerställa att avtalet motsvarar konsumentens smak och behov.

Reklamationsrätten är också en av konsumenternas viktigaste rättigheter. Enligt konsumentskyddslagen (38/1978 kap. 5 § 16 a) förlorar konsumenten rätten att åberopa fel i varan ifall felet inte meddelas inom skälig tid efter att felet upptäckts eller borde ha upptäckts. Konsumenten har dock rätt att reklamera felet inom två månader från att felet konstaterats.

Trots dessa tidsmässiga begränsningar behåller konsumenten rätten att åberopa fel om näringsidkaren har agerat med grov oaktsamhet eller i strid med tro och heder, varan inte uppfyller de krav som ställts i lag eller myndighetsföreskrifter till skydd för hälsa egendom eller varan på annat sätt utgör en fara för hälsa eller egendom. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 5 § 16 a, 1978)

Reklamationsrätten skyddar konsumenten mot möjliga fel och brister i varan. Reklamationsrätten finns till för att säkerställs att konsumenter inte lämnas ensamma med ansvaret för felaktiga varor och tjänster.

Reklamationsrätten bidrar också till att konsumenterna vågar ta risken att köpa varor genom e-handel. Genom att veta att fel i produkter och tjänster kan reklameras vågar konsumenter göra större och dyrare köpbeslut som främjar näringsidkarna och leder till en fungerande marknad.

Garantin är en av konsumenternas viktigaste rättigheter även om det är en frivillig extra förmån som erbjuds av näringsidkaren eller till exempel tillverkaren. Garantin ger konsumenten bättre rättigheter än de som föreskrivs i konsumentskyddslagen.

Garantin begränsar inte heller det ansvar för fel som beskrivs i KSL. Om näringsidkaren har förbundit sig att ansvara för varans användbarhet eller andra egenskaper under en viss tid, dvs. garanti anses varan vara felaktig om den under denna tid försämras på det sätt som garantin avser. Dock uppstår inget felansvar om näringsidkaren kan bevisa att försämringen beror på en olyckshändelse, felaktig hantering av varan eller någon annan omständighet från konsumentens sida. (Koivumäki & Häkkänen, 2018, s. 332)

Garantin erbjuder oftast ett väldigt omfattat och bättre skydd än vad KSL gör. Om näringsidkaren erbjuder garanti signalerar det oftast att produkten är väldigt hållbar och att företaget kan stå bakom varans kvalitet. Detta kan innebära att varor som säljs med garanti faktisk håller hög standard eftersom näringsidkaren är villig att ta ansvar för varorna.

Konsumenternas viktigaste skyldigheter handlar främst om att ta del och följa den information som ges, följa anvisningar för varans hantering samt att meddela näringsidkaren inom skälig tid om fel eller vid utövande av ångerrätt. Konsumenten ansvarar för eventuell värdeminskning ifall varan använts mer än vad som är nödvändigt för att prova den.

Konsumenternas främsta och viktigaste skyldighet är att betala för de varor de beställer. Skyldigheten för konsumenten uppstår genom ett avtal. Både köp och beställning innebär att ett avtal ingås. Ett avtal kan inte ändras ensidigt, vilket betyder att ifall konsumenten låter bli att betala för en produkt eller inte hämtar ut den betraktas det som ett avtalsbrott och befriar inte konsumenten från sina skyldigheter. (Kuluttajaliitto, u.å)

Betalningsskyldigheten är nödvändig för att näringsidkare ska kunna sälja varor och tjänster. Ifall inte konsumenterna skulle betala för de varor och tjänster de köper skulle näringsidkaren inte ha några inkomster, vilket i sin tur skulle leda till att produktionen efter en stund upphör till slut helt.

Att följa anvisningarna för hur varan skall hanteras är också en av konsumenternas viktigaste skyldigheter. Enligt KSL (38/1978 kap. 6 § 18) när konsumenten tar emot beställda varan men ännu inte bestämt sig för att behålla den ska varan hanteras varsamt och hållas i samma skick som vid mottagandet. Ifall konsumenten redan börjat använda varan kan han eller hon bli skyldig att ersätta en eventuell minskning i varans värde. (Konsumentskyddslagen 38/1978 kap. 6 § 18, 1978)

Att hantera varan rätt är en av konsumenternas viktigaste skyldigheter eftersom den skapar balans i avtalsrelationen. Näringsidkaren ansvarar över att leverera en felfri vara medan konsumenten ansvarar för att behandla varan på ett korrekt sätt fram tills köpbeslutet fattas. Om varan skadas under konsumentens hantering har näringsidkaren

ingen nytta av den förstörda varan. Det är viktigt att hålla handelsrelationen rättvis för båda parterna.

6.2 Hur väl känner konsumenterna till dessa rättigheter och skyldigheter?

Resultaten från enkätundersökningen visar att konsumenterna har god kunskap om de mest grundläggande rättigheterna vid e-handel särskilt gällande ångerrätt, prisinformation och integritetsskydd.

Dock förekommer det osäkerhet i frågor där lagstiftningen innehåller undantag eller kräver mer detaljerad förståelse exempelvis ångerrättens begränsningar och situationer där värdeminskning och avdrag kan göras vid retur. Osäkerheten tyder på att det juridiska ramverket, trots att det är skyddande i teorin inte är tillräckligt tillgängligt i praktiken. Bristen på praktisk användbarhet leder till att konsumenternas möjlighet att göra informerade och genomtänkta beslut försvåras.

Baserat på resultaten från denna enkätundersökning kan man också dra slutsatsen om att kunskapen om konsumenternas egna skyldigheter generellt är något lägre än kunskapen om rättigheter. Detta visar ett mönster där konsumenter främst känner till de regler som skyddar dem men i mindre grad de regler som ställer krav på dem själva.

6.3 Förslag på förbättringsåtgärder för att öka konsumenternas kunskap

Det finns några enkla åtgärder som skulle kunna öka konsumenternas kunskaper inom deras rättigheter och skyldigheter. Åtgärderna behöver inte vara drastiska eller medföra en massa kostnader.

Den mest effektiva åtgärden för att öka kunskapen hos konsumenterna är att förbättra och standardisera informationen i webbutiker. Det gäller att säkerställa att näringsidkaren ger tydlig, standardiserad och lättbegriplig information om konsumenternas rättigheter och skyldigheter.

Ett effektivt sätt att förmedla information till konsumenterna är att ta fram korta och lättbegripliga guider, videor och annat informationsmaterial som publiceras på plattformar där konsumenterna faktiskt befinner sig såsom sociala medier. Genom att använda ett

enkelt språk, konkreta och praktiska exempel blir informationen mer tillgänglig och lättare att förstå.

Genom att förbättra synligheten av klagomåls- och rådgivningskanaler skulle man kunna öka kunskapen. Alla känner inte till att det finns gratis konsumentrådgivning och olika ADR-organ. Genom att göra dessa tjänster mer synliga kan fler konsumenter söka korrekt information i tid.

För att sammanfatta kan konsumenternas kunskap om sina rättigheter och skyldigheter ytterligare förbättras genom enkla och kostnadseffektiva åtgärder. Genom att standardisera och tydliggöra informationen, använda lättillgängligt informativt material på relevanta plattformar samt öka synligheten av rådgivnings- och klagomålskanaler kan flera konsumenter ta del av korrekt och nyttig information för att sedan kunna fatta välgrundade beslut vid e-handel.

6.4 Kritisk granskning

För att kritiskt granska arbetet kan man konstatera att det fanns en del utmaningar. Tid och resursplaneringen kunde ha förbättrats. Teoridelen tog längre tid att skriva än förväntat och jag borde ha reserverat mer tid för denna del. Detta ledde till att de fanns betydligt mindre tid kvar för att genomföra den empiriska delen av arbetet.

Om mer tid och resurser hade funnits skulle det ha varit intressant att inkludera konkreta exempel i examensarbetet såsom verkliga rättsfall. Exempelen skulle ha gjort det lättare för läsaren att förstå hur de teoretiska principerna fungerar i verkligheten. Riktiga rättsfall visar hur lagar tillämpas i verkligheten.

Det var svårt att hitta någon slags tidigare forskning på konsumenternas kunskap om sina rättigheter och skyldigheter. Jag skulle ha velat hitta någon form av statistik som skulle ha stött mitt examensarbete från den vinkeln jag skrev det utifrån.

Antalet svar på enkätundersökningen var relativt få och majoriteten av respondenterna var unga, vilket begränsade undersökningens generaliserbarhet. Det hade varit önskvärt att

samla in fler svar och från större variation av åldrar. Ett större antal svar på enkäten skulle öka studiens generaliserbarhet, öka den statistiska tillförlitligheten och minska risken för att resultatet påverkas av enskilda respondenternas kunskaper. Ett större antal svar ger möjligheten till en mer detaljerad analys av olika undergrupper som tex ålder.

Källförteckning

Brynman, A. & Bell, E. (2017). Företagsekonomiska forskningsmetoder. (uppl. 3). Liber Ab.

Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU. (2011). Hämtat 19.9.2025 från
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/ALL/?uri=celex:32011L0083>

Europaparlamentets och rådets direktiv 2016/679/EU. Artikel 7. (2016). Hämtat
 13.11.2025 från <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>

Europaparlamentets och rådets direktiv 2019/771/EU. artikel 14. (2019). Hämtat
 3.11.2025 från <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/FI/ALL/?uri=CELEX:32019L0771>

Europeiska unionen. (u.å). *Uppgiftsskydd enligt GDPR*. Hämtat 8.11.2025 från
https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/data-protection/data-protection-gdpr/index_sv.htm

Information asymmetry. (2025). Wikipedia. Hämtad 19.11.2025 från
https://en.wikipedia.org/wiki/Information_asymmetry

Jareborg, N. (2004). *Rättsdogmatik som vetenskap*. Hämtat 5.10.2025 från
<https://svjt.se/svjt/2004/8>

Justitieministeriet. (23.10.2018). *Konsumentskydd i 40 år*. Hämtat 16.11.2025 från
https://oikeusministerio.fi/-/kuluttajansuojaa-40-vuotta?languageId=sv_SE

Koivumäki, E. & Häkkänen, P. (2018). *Markkinointi juridiikka*. Porvoo: Bookwell Oy.

Konkurrens- och konsumentverket. (u.å). *Information som skall ges till konsumenten och hur den ska presenteras i webbutiker*. Hämtat 18.9.2025 från
<https://www.kkv.fi/sv/konsumentarenden/nathandel/informationsskyldighet-vid-nathandel/>

Konkurrens- och konsumentverket. (u.å). *Konsumentrådgivning*. Hämtat 16.11.2025 från
<https://www.kkv.fi/sv/konsumentarenden/konsumentradgivning/>

Konkurrens- och konsumentverket. (u.å). *Vem ansvarar för fel?* Hämtat 1.11.2025 från <https://www.kkv.fi/sv/konsumentarenden/varor/vem-ansvarar-for-fel/>

Konsument Europa Finland. (u.å). *Alternativ tvistlösning till konsumenternas hjälp (ADR och ODR)*. Hämtat 16.11.2025 från <https://www.ecc.fi/sv/arendehantering/alternativ-tvistlosning-till-konsumenternas-hjalp-adr-och-odr/>

Konsumentskyddslagen 38/1978. (1978). Hämtat 1.11.2025 från https://www.finlex.fi/sv/lagstiftning/1978/38#chp_6__sec_17

Kuluttajaliitto. (u.å). *Kuluttajasuojan ABC - Kuluttajansuojan perusteita ja keskeisiä käsitteitä*. Hämtat 15.11.2025 från <https://www.kuluttajaliitto.fi/materiaalit/kuluttajansuojan-abc/#sopimus>

Martha. (16.12.2020). *Dina rättigheter och skyldigheter som konsument*. Hämtat 3.11.2025 från <https://www.martha.fi/artikel/dina-rattigheter-och-skyldigheter-som-konsument>

Rättsportalen.fi. (u.å). *Behandling av tvistemål*. Hämtat 16.11.2025 från <https://www.oikeus.fi/sv/teman/tvistemal-och-ansokningsarenden/behandling-av-tvistemal/>

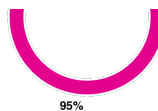
Bilaga - Enkätundersökningen

Frågeformulär: Konsumenternas kunskap om sina rättigheter och skyldigheter (Preview)

15.11.2025, 8.45



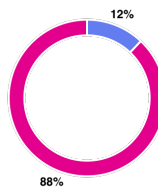
● Fel 55 ✓



5. Om en konsument själv skadar varan efter leverans, kan den fortfarande reklameras som felaktig. (0 point)

88% of respondents answered this question correctly.

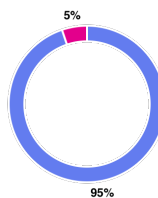
● Rätt 7
● Fel 51 ✓



6. Enligt konsumentskyddslagen måste ett företag tydligt visa vilka betalningsalternativ som finns innan konsumenten slutför sitt köp på nätet. (0 point)

95% of respondents answered this question correctly.

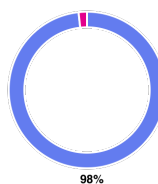
● Rätt 55 ✓
● Fel 3



7. Enligt konsumentskyddslagen ska konsumenten få tydlig information om priset, inklusive skatter och eventuella leverans- eller tilläggskostnader innan köpet. (0 point)

98% of respondents answered this question correctly.

● Rätt 57 ✓
● Fel 1



8. Ångerrätten gäller även för produkter som är specialtillverkade enligt kundens önskemål. (0 point)

64% of respondents answered this question correctly.



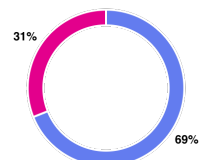
● Rätt 21
● Fel 37 ✓



9. Om produkten har använts mer än vad som är nödvändigt för att prova den, kan säljaren dra av ett belopp från återbetalningen d
å varan returneras. (0 point)

69% of respondents answered this question correctly.

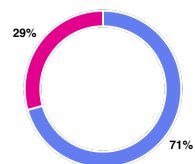
● Rätt 40 ✓
● Fel 18



10. Säljaren måste ge konsumenten tillgång till sina kontaktuppgifter, inklusive fysisk adress, innan köpet. (0 point)

71% of respondents answered this question correctly.

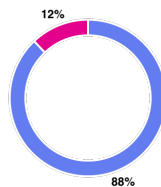
● Rätt 41 ✓
● Fel 17



11. Konsumenten måste alltid reklamera inom skälig tid efter att felet upptäckts. (0 point)

88% of respondents answered this question correctly.

● Rätt 51 ✓
● Fel 7



12. Om varan skadas eller försvinner under transporten till konsumenten, är det konsumenten som ansvarar för förlusten. (0 point)

97% of respondents answered this question correctly.



Frågeformulär: Konsumenternas kunskap om sina rättigheter och skyldigheter (Preview)

15.11.2025, 8.45

● Rätt 2
● Fel 56 ✓

