



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Aine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	18.12.2002
Tekijä(t)	Tomi Suominen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	79
Otsikko	Verkkokaupan haasteet Case: Turun Kansallinen Kirjakauppa		
Ohjaaja(t)	KTT Niina Nummela, KTM Maija Renko		

#### Tiivistelmä

Internetin käyttäjien määrä on jatkuvassa kasvussa, mutta verkkokaupan tarjoamaa potentiaalia ei ole vielä saatu kunnolla käytettyä hyväksi. Internet vaatii kauppapaikaltaan tietoturvan ja yksityisyyden suojaamisen erityistä huomioon ottamista. Verkkokauppiat eivät ole onnistuneet saamaan kuluttajia vakuuttuneiksi verkko-ostamisen toimivuudesta, joten tuotot verkkoinvestoinneille ovat jääneet pieniksi. Tulevaisuuden menestyjille verkkokaupassa on tärkeää nuorten asiakkaiden tarpeiden huomioon ottaminen.

Tutkimuksen tutkimusongelmana oli selvittää, mitkä ovat verkkokaupan haasteet perinteistä kauppaa käyville yrityksille. Tässä tutkimuksessa arvioitiin perinteisen kirjakaupan toimia verkkokaupan edistämiseksi teoriasta löydettyjen ongelmakohtien osalta. Tämän jälkeen suoritettiin kvantitatiivinen informoitu kysely 237 kyseisen kirjakaupan 18 – 30 -vuotiaalle asiakkaalle. Kyselyllä pyrittiin selvittämään kirjakaupan asiakkaiden internetin käyttötottumuksia ja mielipiteitä verkkokaupalle tärkeistä ominaisuuksista.

Tutkimuksen empiirisessä osassa päästiin seuraaviin tuloksiin. Nuoret ovat erittäin tottuneita internetin käyttäjiä, mutta kuitenkin vain noin puolet vastanneista oli ostanut jotain verkon välityksellä. Verkkokaupan ominaisuuksista tärkeimpinä pidettiin ostamisen turvallisuutta, maksamisen luotettavuutta ja sivujen helppokäyttöisyyttä. Useimmin verkon välityksellä tekivät ostoksia kokeneet internetin käyttäjät. Huomattavaa myös oli, että kerran jotain verkon välityksellä ostaneet, ostivat melko todennäköisesti myös uudestaan. Tärkeimpinä tekijöinä verkkokaupan edistämiseksi yrityksissä voidaankin pitää avointa tiedottamista ostamisen toimivuudesta ja turvallisuudesta ensi kertaa ostaville sekä verkkokauppojen asianmukaista hoitamista uusintaostojen aikaansaamiseksi.

Asiasanat	verkkokauppa, verkko-ostaminen, internet, verkkoläsnaolo, haasteet
Muita tietoja	