



GÖTEBORGS UNIVERSITET

e-Handel

– En studie om tillit och säkerhet inom den elektroniska handeln

e-Commerce

- A study of trust and safety of the electronic trade

Edib Alic

Kandidatuppsats i informatik

Rapport nr. 2009-002

ISSN: 1651-4769

Abstrakt

Uppsatsen skrevs i syfte om att få en bredare inblick i e-Handel och en bättre förståelse om säkerhetstillämpningar och tillit. Med hjälp av en enkätundersökning samt intervju visade sig att det krävs mer än bara goda säkerhetslösningar för att få konsumenten att lita på företaget. Studien visade att även psykologiska aspekter har med säkerheten att göra genom företagspolicy och hur företagen skyddar kundernas privata uppgifter och information. Enligt min studie så har säkerhet och tillit nära samband, om konsumenten upplever en trygg och säker affär så skapar kunden ett visst förtroende gentemot företaget och den elektroniska handelsmetoden. Resultatet är att det viktigt att konsumenten upplever en säker och trygg affär för att denne skall kunna skapa ett förtroende och lita på företaget som man handlar utav.

Nyckelord: Elektronisk handel, tillit, säkerhet

Abstract

The thesis where written in purpose to get a better view on e-commerce and a better understanding about safety appliance and trust. With help of poll and interviews it became clear that more than good safety solutions are needed for the customer to trust the company. The study also showed that even psychological aspects affect the safety by means of company policy and how the company protects the customer data and information. According to my study, safety and trust have a close relationship. If the customer experiences a safe deal, a confidence is created towards the company and the electronic commerce. The results are that it`s important that the customer experiences a safe and secure deal in order to create trust towards the company.

Keywords: Electronic commerce, trust, safety.

Författare: Edib Alic
Handledare: Faramarz Agahi
Kandidatuppsats: 15 poäng

Innehåll

1. Inledning	5
1.2 Bakgrund	5
1.3 Problembeskrivning.....	5
1.4 Syfte och frågeställning	6
1.5 Avgränsning	7
1.6 Disposition	7
2. Metod	8
2.1 Kvalitativ / kvantitativ metod.....	8
2.2 Intervju	9
2.3 Enkätundersökning.....	10
2.4 Litteratur.....	10
3. Teori.....	11
3.1. Definition av huvudbegrepp	11
e-Handel	11
Tillit	11
Säkerhet	11
Fördelar med elektronisk handel.....	12
3.2 Tillit	13
Trygg elektronisk handel.....	14
3.3 Säkerhet	15
Säkra e-Handels affärer	16
Äkthetsbevis	16
Förvanskningsskydd	16
Insynsskydd.....	17
Skydd mot förnekande av ursprung	17
Skydd mot förnekande av mottagning.....	17
Säkerhetssystem	17
Secure Socket Layer.....	17
Secure Electronic Transaction	18
Säkra betalningsmetoder.....	19
Tredjepartssystem.....	19

Digipass	19
Digitala pengar	20
Personliga certifikat.....	21
4. Resultat	22
4.1 Intervju	22
Wallink AB.....	22
Intervjun	22
Hantering av privat information.....	22
Betalningssätt	23
Säkerhet och tillit	23
4.2 Enkätundersökningen.....	23
Vad tycker ni om den elektroniska handeln?	24
Har ni någon gång handlat över nätet?	24
Om ni inte har handlat över nätet, skulle ni någon gång tänka er att göra det?	25
Vad får er att handla över nätet?	25
Vid ett eventuellt köp, av vilka olika betalningsmetoder känner ni er mest säker på?	26
Har ni blivit utsatta för någon typ av bedrägeri?.....	27
Vad är det viktigaste för er när det gäller att lita på ett företag?	27
Tycker ni att dagens säkerhetsåtgärder vid en elektronisk affär är tillräckliga?	28
Känner ni någon typ av oro när ni handlar över nätet?	29
5 Diskussion	30
5.1 Wallink AB.....	30
5.2 Enkätundersökning.....	30
6 Slutsats.....	32
6.1 Hur skapa tillit inom e-handel och vilka säkerhetsåtgärder kan få kunden att känna sig säkrare?	32
6.2 Vidare forskning	32
7 Källförteckning.....	33
7.1 Litteratur.....	33
7.2 Internetreferenser.....	33
8 Bilagor.....	34
8.1 Intervju med Wallink AB	34
8.2 Enkätundersökningsfrågorna	34

1. Inledning

1.2 Bakgrund

Så långt som vi kan minnas i historien så har människor och olika organisationer använt sig av handeln. Samhället och teknologin har utvecklats markant med tiden och det kommer hela tiden nya effektivare metoder som skall underlätta vårt arbete. Med Internets uppkomst så skapades ett helt nytt sätt att kommunicera och handla på. Internet öppnade dörren för en ny utveckling som skulle vara betydelsefull och viktig för många. Den nya handelsmetoden e-Handel blev inte bara en trend utan även en utveckling som förändrade samhället på många olika nivåer. De konsumenter som har tillgång och som använder sig utav e-Handel fick ett större utbud än tidigare samt att både priserna och servicen var bättre. De gamla arbetsrutiner och företag hamnade allt mer i bakgrunden eftersom nyare och effektivare tillkom. Den nya handelsmetoden har olika positiva möjligheter men både konsumenter och företag måste vara medvetna om att den elektroniska handeln även kan ha negativa sidor. Samhällets uppgift är att stödja både företag och konsumenter inom näringslivets nya handelsmetoder. (Fredholm, 2000)

Fredholm (2000) menar att e-Handel är mycket mer än vad man tror att det är, det är inte enbart teknologi utan även en möjlighet att utforma och bygga nya handelsmetoder och strukturer på olika typer av organisationer. Den elektroniska handelsmetoden möter konsumenternas krav på priser, service och kvalitet. För att på bästa möjliga sätt använda sig av e-Handel så ligger framgången i att bygga kunskap om vad handelsmetoden har att erbjuda.

1.3 Problembeskrivning

Efter den elektroniska handelns expanderings så förekommer även problem. Även om det finns positiva egenskaper med handeln över nätet så finns det olika problem som oroar inom ämnet. Det finns olika typer av skäl till att vissa konsumenter inte väljer den elektroniska handeln. Att lita på elektroniska affärer är inte så självklart för vissa konsumenter, oftast så är man rädd att säkerheten har brister. Det är inte ovanligt att någon obehörig får tillgång till kundens personliga uppgifter och använder dessa för sin egen användning. Anonymiteten är något som konsumenter oroar sig över, olika frågor som man ställer sig är vilken typ av kontokortinformation som man är tvungen att lämna? Om man nu bestämmer sig för att handla elektroniskt så börjar man även fundera över vilka ekonomiska risker finns det med e-Handeln. Vid en eventuell dålig affär är frågan, vem är det som skall bära ansvaret? (E-handel och e-tjänster, 2005/2006)

Enligt en Tempo undersökning, (Oroliga konsumenter hinder för e-handel, 2007) som företaget Kreditor genomfört så ser vi ett tydligt samband att problemet med säkerhet och tillit är något som oroar den elektroniska handeln. Enligt studien så visade det sig att:

- Osäkerheten när det gäller kortbetalningar elektroniskt är stor.
- Närmare 50 % av konsumenterna som avstår köp genom nätet avstår på grund av de osäkra betalningslösningar som framgår.
- Många av konsumenterna skulle vilja ha möjligheten att betala de beställda varorna vid leverans och inte med bankkortet över nätet.
- Tilliten hos konsumenten stärks om företaget är känd sedan tidigare och fått bra omdömen av övriga konsumenter.

Vidare så tillägger Kreditors vd Sebastian Siemiatkowski att det är vanligt för kunderna att konsumera över nätet men samtidigt så kan man inte tvinga kunderna att konsumera. Siemiatkowski (Oroliga konsumenter hinder för e-handel, 2007) kommenterar även att det är viktigt med trygga och säkra betalningsmetoder som är till för att skydda kunden och inte den elektroniska handeln och dess utveckling.

Att som konsument skapa ett förtroende för ett köp kräver ett visst underlag i form av säkerhet. Förtroende och tillit har tydliga samband med hur företaget bemöter kunden samt hur säkert det är för konsumentens del att handla elektroniskt. (Oroliga konsumenter hinder för e-handel, 2007)

1.4 Syfte och frågeställning

Syftet med mitt arbete är att studera den elektroniska handeln och genom djupare studier lära mig mer av det som jag fokuserar mig på. Innan jag började med mina studier så visste jag vad som intresserade mig mest när det gäller e-Handel. Eftersom säkerheten och förtroendet är ett problem sedan tidigare så ville jag undersöka problemet som berör den elektroniska handeln. Det som jag lägger mest fokus på är hur man skapar tillit som konsument inom e-Handel, vilka säkerhetsåtgärder det finns vid olika transaktioner samt hur man får konsumenten att känna sig säker vid en eventuell elektronisk affär. Utöver problemområdet som jag fokuserar mig på så skall jag beskriva den elektroniska handeln och dess positiva delar så att läsaren får en bra uppfattning vad den elektroniska handeln handlar om innan jag börjar studera de olika problem som jag vill undersöka. Frågeställningen som skall studeras är:

- Hur skapa tillit inom e-Handel och vilka säkerhetsåtgärder kan få kunden att känna sig säkrare?

1.5 Avgränsning

Syftet med uppsatsen är att studera hur man skapar förtroende vid en elektronisk affär, vilka säkerhetsåtgärder som finns tillgängliga för att skapa en säkrare miljö. Jag skall begränsa mig inom ämnet och fokusera mig mest på affären mellan konsument och företag. Eftersom ekonomi och affärer är ett stort område så ligger min fokus mest på den elektroniska handeln. Det som sker mellan en kund och företag vid en elektronisk affär är min huvudpunkt när det gäller att skapa tillit. Att skapa tillit kräver även att säkerheten är god och att kunden skall känna sig säker. Eftersom affärer sker elektronisk så skall jag studera de säkerhetsåtgärder som finns att tillgå. Fokusen där ligger mest på olika betalningssätt samt program som gör det säkrare att slutföra en transaktion på ett korrekt sätt. Vidare så lever företaget på sina kunder och då behöver företaget fokusera sig på hur man skall behålla sina kunder samt ge dem en säkerhet som får dem att känna sig säkrare. Även om jag studerar de olika faktorer som gör att kunden återkommer så kommer jag inte att studera de ekonomiska metoder som får återkommande kunder. Inom e-Handel så handlar dessa metoder mest på hur företagen yttrar sig.

De resultat som skapats av enkäter skall baseras mest på studenter och unga. Eftersom denna målgrupp är aktiva användare utav internet så är det relativt logiskt enligt min erfarenhet att målgruppen är den som stöter ofta på olika typer av e-Handel på nätet. De frågor som framkommer är till syfte för att få reda på hur konsumenterna tänker när de handlar och vad de tycker om den elektroniska handeln och dess egenskaper. Genom olika typer av frågor så är meningen att få fram ett resultat som skall beskriva de olika moment som uppsatsen skall handla om.

1.6 Disposition

Vidare så har jag beskrivit de problem som jag ville undersöka och studera. I kapitel två så förklarar jag vilka metoder som jag har valt att arbeta med och hur jag använde mig av det material som hjälpte mig att studera problemområdet. I efterföljande kapitel tre så beskriver jag de teoretiska delarna som har med min uppsats att göra. Kapitlet inleds med en beskrivning av vad e-Handel är och vilka förändringar handelsmetoden har fört med sig. I samma kapitel så följer teorier om hur tillit skapas och vilka risker det finns med e-Handel samt vilka säkerhetsåtgärder som finns tillgängliga för att minimera dessa risker. Vidare så förklaras det vilka faktorer som är viktiga för att konsumenten skall känna sig säkrare vid elektroniska affärer. I efterföljande kapitel fyra så följer de resultat från de metoder som skall behandla problemområdet. Diskussionen utav resultat presenteras i kapitel fem medan slutsatsen och de slutliga diskussionerna behandlas i kapitel sex.

2. Metod

Efter att ha läst olika litteratur om de olika metoderna så valde jag att arbeta med två olika metoder. Det som Backman (1998) menar är att det finns två olika metoder som man kan använda sig av vid en undersökning. Den kvantitativa samt den kvalitativa. Jag skulle kunna använda mig av endast en metod men min undersökning och de önskemål som jag ville uppnå krävde båda metoderna. Jag har både valt att intervjua ett företag som bedriver sin verksamhet elektroniskt samt genom en enkätundersökning studera om vad konsumenten tycker och tänker om den elektroniska handeln. Att intervjua ett företag ingår i en kvalitativ studie medans konsumenterna berör den kvantitativa metod delen. För att få bästa möjliga resultat så tycker jag att det krävs information och fakta från båda parterna. Att studera kunderna och dess funktion inom den elektroniska handeln var viktigt för mina studier i uppsatsen och detta kunde inte göras genom den kvalitativa studien. De frågor som tas upp i undersökningen framställdes genom noggrann läsning och studerande av olika litteratur och övrig fakta.

Genom en noggrann läsning av litteratur och skrifter så kunde jag utforma de frågor som skulle användas i min enkätundersökning. Det krävdes mer tid att utföra de båda metoder som jag använde mig av och jag arbetade ständigt med att välja målgrupp för enkätundersökningen samt det företag som skulle vara intressant att intervjua. Jag hade gott om tid att planera och utföra de moment som väntade mig. Jag valde att skicka enkätundersökningen genom e-post till studerande och unga som är aktiva och som använder sig utav e-Handel eftersom denna målgrupp är vana datoranvändare. Under tiden då svaren från undersökningen inväntades så valde jag att intervjua Wallink AB som är ett e-Handels företag. Innan intervjun så var jag välförberedd och hade en klar kunskap om företaget eftersom jag läste om dem innan min intervju. De frågor som skulle ställas till Michael Antonsson som är säljare på företaget utformade jag på ett sådant sätt så att det skulle hjälpa mig att få svar på de problemområden som jag bestämde mig att studera.

2.1 Kvalitativ/kvantitativ metod

"Användningen av mätningar, kvantifiering med hjälp av matematik och statistik, har medfört att vissa metoder kommit att benämnas kvantitativa. Metoder som utmynnar i numeriska observationer eller låter sig transformeras i sådana" (Backman, 1998)

Att använda mig av både kvantitativ och kvalitativ undersökning är på grund av att jag är intresserad av både konsumenternas synvinkel samt företagets. Den kvantitativa metoden som handlar om test, enkäter och prov är den metod som krävs för att en inblick över konsumenternas erfarenheter av den elektroniska handel och vad dem anser om handelsmetoden. Att göra en sådan undersökning kräver en viss grund så som studier och förkunskap inom det valda ämnet. Man skall även som forskare bestämma sig i förväg till vilka resultat studien kan leda fram till.

Att jag även använde mig av kvalitativ metod var mer tidskrävande, men studiemetoden behövdes eftersom jag ville få en inblick över hur tillit och säkerhet hanterades inom den elektroniska handelsmetoden inom en organisation. Att först få en bra bild av verkligheten är en grund till studien. Därför så använde jag mig av den kvalitativa metoden först eftersom jag ville få den verkliga bilden av hur hanterandet av tillit och säkerhet sker i verkligheten. Att få en sådan verklig uppfattning så intervjuade jag ett företag som säljer sina varor och produkter genom den elektroniska handelsmetoden. Det

som man inte vet genom en kvalitativ metod är att man från första början inte vet vilka resultat som är möjliga (Backman, 1998). Eftersom den kvantitativa metoden resulterar i numeriska observationer så var jag tvungen att även använda den kvalitativa för att den kvantitativa inte kunde beskriva verkligheten som den är. Att använda sig av både kvalitativ och kvantitativ studie medför att man måste lägga ner mer tid på studierna än om man väljer endast en metod. Att lyckas och få fram så bra resultat som möjligt så är båda metoderna bra lämpade för mina studier.

2.2 Intervju

I min studie så valde jag att använda mig av en semistrukturerad intervjumetod. Enligt Bryman & Bell (2005) så kan en intervju utföras ostrukturerad, strukturerad samt semistrukturerad. Den ostrukturerade intervjumetoden bygger på att den som blir intervjuad kan tala fritt. Det kan vara så att endast få frågor blir besvarade under intervjun och den som intervjuar väljer oftast det tema som skall besvaras eller diskuteras. Respondenten talar och intervjuaren ställer oftast olika följdfrågor som är till nytta att besvaras. Strukturerad intervjumetod bygger på att redan innan intervjun så har intervjuaren klart för sig frågorna och de olika svarsalternativen för dessa. En sådan intervju metod passar bra när man skall utföra en kvantitativ studie och under diskussionen så är det intervjuaren som väljer vilka punkter man skall föra diskussion över. Vidare så skriver Bryman & Bell att en semistrukturerad intervjumetod bygger på att de frågor som ställs och ordningen på dessa skall vara fastställda innan intervjun. Skillnaden mellan en semistrukturerad och en strukturerad metod är att svaren i en semistrukturerad metod inte är fastställda. Intervjupersonen utformar egna svar och ordningen kan variera. Ordningen på frågor som intervjuaren använder behöver inte följas men oftast så gör man det. (Bryman & Bell, 2005).

Intervjumetoden passar bra till mina studier eftersom jag ville få information och få en bra inblick hur man hanterar tillit och säkerhet i verkligheten. Frågorna bearbetades genom en noggrann läsning av litteratur. Med bra bakgrundsfakta så lyckades jag skapa frågor som i sin tur kunde ge kunskapsfulla svar.

Att intervju ett företag var en av metoder jag använde mig utav för att försöka besvara de problemområden som skulle studeras. Eftersom det finns många företag som inriktar sig på elektronisk handel så valdes ett företag som skulle passa studiernas ändmål. Företaget Wallink AB blev målet för en kvalitativ studie och intervjupersonen Michael Antonsson som är säljare på företaget skulle intervjuas. Kontakten med Wallink togs upp genom att en e-post skickades till ett av företagets ansvariga som sedan hänvisade mig vidare till säljaren Antonsson som skulle kunna ställa upp på en möjlig intervju. Efter en tids kommunikation genom e-post och telefon så bestämdes en tid för en intervju. Själva intervjun delades upp i två olika moment, den första intervjun så skulle frågorna besvaras genom att Antonsson skulle besvara de olika frågor som framkom som sedan noterades medan det andra momentet av intervjun så skulle säljarens resultat av frågorna kompletteras. Första intervjun tog ungefär sextio minuter medans den slutliga intervjun med komplettering avrundades på ungefär trettio minuter. För att få ett så bra resultat av frågorna så var det mest givande att dela intervjun i två olika moment.

2.3 Enkätundersökning

Jag valde tidigt att arbeta med två olika metoder och den kvantitativa metodiken var jag tvungen att använda för att få information om konsumentens erfarenheter med den elektroniska handeln. Grunden till undersökningen var litteraturen som jag använde mig utav. Efter att ha studerat teorier och fakta så kunde jag utforma de nio olika frågor som framgår i enkätundersökningen. Frågorna handlar om konsumentens erfarenhet med e-Handel och behandlar tillit och de olika säkerhetsåtgärder som framkommer under arbetet.

Jag valde att inrikta mig på en målgrupp som består utav unga och studenter. Eftersom denna målgrupp är aktiva i utvecklingen och använder sig av Internet dagligen så var valet inte så svårt. Undersökningsfrågorna skickades till femtio olika respondenter som jag hoppades skulle svara på mina frågor och hjälpa mig med min studie. Jag fokuserade på en åldersgrupp mellan 19-30 år och respondenterna var en majoritet av bekanta studenter samt deras vänner. Enkätundersökningsfrågorna skickades till de medstudenter som jag redan var i kontakt med, de övriga respondenterna kom jag i kontakt med genom e-post. De frågor som framgår i undersökningen tog ungefär tre arbetsdagar att skapa och skicka. Utav femtio utskick som gjordes så svarade fyrtio olika respondenter på undersökningen. Förutom de frågor som förekom i undersökningen så kunde respondenterna kommentera samt diskutera innehållet och de frågor som ställdes. Anledningen till att jag skapade en diskussion ruta var för att respondenterna kunde framföra sina svar utförligare om inte de olika svarsalternativen var tillräckliga.

2.4 Litteratur

Litteraturen var en viktig del av hela studien. Den teori som är grunden till den kvantitativa och den kvalitativa undersökningen kommer från litteraturen. Jag använde mig av olika litteratur som skulle behandla problemområdet i min uppsats. Eftersom e-Handel är ett stort område så studerade jag material som har för det mesta med tillit och säkerhet att göra. Även material som beskrev de psykologiska faktorerna och e-Handel som helhet användes. Det var viktigt att läsa olika litteratur, för även om det är samma område så är beskrivningen unik från varje författare.

Även Internet var en viktig del som kunskapskälla för det som jag inte fann i böcker fann jag över nätet. Att kombinera böcker och Internet bidrog till att jag kom åt all information som behövdes för mina studier. Under tiden då man bestämde sig vad man skulle skriva om och hur man skulle planera uppsatsens olika moment så var valet att söka litteratur något som man inte skulle vara så bekymrad över eftersom Göteborgs universitet erbjuder något som inte andra bibliotek kan. När litteraturen skulle anskaffas så fann jag ett stort område om internet baserad handel och e-Handel som min uppsats handlar om. Eftersom möjligheterna var flera när det handlar om olika författare och litteratur så var valet inte lika lätt. Efter att ha tittat på den litteratur som fanns tillgänglig så valde jag de böcker och skrifter som var bäst lämpade för mina studier. Eftersom det inte fanns tillräckligt med litteratur om just tillit inom e-Handel så valde jag engelsk litteratur som jag sedan översatte och metoden fungerade bra. Litteratur som inte hittades på Universitetets hyllor hittades vid Göteborgs stadsbibliotek. På så sätt så fann jag material som skulle hjälpa mig att studera de olika problemområden som skulle undersökas.

3. Teori

I följande kapitel tre så tas den teori som används i arbetet upp. Teoridelen inleds med en definiering av e-Handel, tillit och säkerhet samt en beskrivning av fördelar som e-Handeln erbjuder. Vidare så följer en beskrivning utav tillit och trygg handel över nätet. Slutligen så tar jag upp säkerheten kring e-Handeln samt de säkerhetslösningar som förekommer när man handlar elektroniskt.

3.1. Definition av huvudbegrepp

e-Handel

e-Handel är en handelsform som erbjuder flexibilitet när det gäller tid och rum för både konsument och handlare. Den elektroniska handeln förändras ständigt, både nya hjälpmedel och tjänsteutbud tillkommer hela tiden. (Pihlsgård, 2002)

Detta kan vara ett sätt till att definiera e-Handel. Den elektroniska handelsmetoden innebär att olika användare och system kan integrera med varandra och även utbyta information. e-Handel har förändrat mycket i vår värld allt ifrån kommunikation till handel och har även blivit ett stort område. (Pihlsgård, 2002)

Eftersom e-Handel är så stort så begränsas handelsmetoden i arbetet då fokus hamnar på tillit och säkerhet inom den elektroniska handeln.

Tillit

Att skapa tillit gentemot företagen kräver ett enormt arbete och det är viktigt för företagen att få kunder att lita på dem eftersom utan konsumenter så skulle e-Handel inte existera. (J.E.J.Prins, m.fl., 2002). Ett sätt att definiera tillit enligt Prins m.fl. (2002) kan vara att tillit är något som tillkommer när man gör ett avtal eller affär med någon. Enligt Prins m.fl. (2002) så innebär detta att en någon litar på en affärsprocess och förväntar sig att avtalet eller affären slutar som man har kommit överens om.

Säkerhet

Fredholm (2000) menar att säkerheten inom e-Handel handlar om att skydda informationen som sker mellan sändaren och mottagaren. Det innebär att en transaktion skall påbörjas och avslutas på ett bra sätt där den privata informationen inte kommer till skada. (Fredholm, 2000).

Fredholm brukar kalla denna form av säkerhet för *"punkt till punkt säkerhet"* där transaktionen skall vara säker från sändaren till mottagaren. Detta är enligt Fredholm en definition av säkerheten kring den elektroniska handeln.

Under arbetets gång så sker en vidare beskrivning utav säkerheten och dess lösningar som gör att konsumenten kan känna en säkerhet under ett köp.

Fördelar med elektronisk handel

Eftersom e-Handel är ett stort område så finns de fler aktörer än konsumenten som gynnas utav handelsmetoden. Fördelen med e-Handel kan beskrivas utifrån två perspektiv, dels är ur konsumentens perspektiv men även ur företagens. Det som Hansen (2005) menar i sin litteratur är att även om konsumenten ligger i centrum så finns det även möjligheter för e-Handels företag att utvecklas och gynnas utav handelsmetoden. Nedan så följer de fördelar som Hansen beskriver ur både konsument och företags perspektiv.

- Företagsperspektiv enligt (Hansen, 2005):
 1. Minska de kostnader som man har. Att driva en försäljning via nätet kan vara effektivt när det gäller kostnader. Om man lyckas sälja varor för samma pris fast med mindre personal och mindre lokalkostnader så minskar kostnader för företaget.
 2. Att konkurrera med de flesta konkurrenter. Med det menar Hansen att man inte bara får möjligheten att konkurrera med de företag som finns i samma stad eller land, man får även möjligheten att möta företag utanför den egna stadens eller landets gränser.
 3. Utöka servicen. Att kunderna sitter bakom datorn i lugn och ro och funderar på vad som passar dem bäst. Kunderna kanske sitter och funderar på olika frågor som dem inte vågar ställa vid en fysisk träff, på så sätt så kan kunderna skicka e-post till företaget med frågor och funderingar som dem har. Företaget kan i sin tur svara på kundernas frågor samt informera dem och försöka övertyga dem att företagets varor är det bästa alternativet för dem.
 4. Sälja mer. Kunderna kan via ett elektroniskt köp komplettera sina inköp via datorn, och i detta fall så slipper kunderna avstå eller vända sig till en butik som ligger fysiskt närmare. Om företaget skapar en relation med kunden så kan man informera dem om inbjudningar samt specialerbjudanden elektroniskt genom e-post. På så sätt så kan man få kunderna att handla genom att informera dem väl om speciella händelser.
 5. Obegränsade öppettider. Kunderna kan handla när dem vill och företagets möjligheter att tjäna pengar ökar.

"Folk e-handlar eftersom affärsmännen på webben ger dem något som köpcentrum, butikskedjor och affärer som stan inte ger". (Hansen, 2005)

- Konsumentperspektiv enligt (Hansen, 2005):
 1. Bekvämlighet. Det känns bekvämt att som kund få lugn och ro när man handlar. Genom elektronisk handel så går det effektivt eftersom det går lätt och snabbt. Man behöver inte anstränga sig och leta efter produkter fysiskt. Att jämföra på nätet i lugn och ro och att det sker effektivt gör att kunden känner sig bekväm med att handla över nätet.
 2. Lägre priser. Med det menar Hansen att man som kund vet att ett företag som arbetar elektroniskt inte har den bemanning som fysiska butiker har. Kunden vet även att de olika kontors och lagerutgifter är lägre än de fysiska butikernas. På så sätt så är priserna lägre vid elektroniska affärer än fysiska.
 3. Att utbudet är större. De butiker som säljer genom nätet använder sig oftast av mindre lager eftersom dem har bra kontakt med grossister, på så sätt så kan man erbjuda kunden mycket ut av det som tillverkaren producerar. Ett exempel är om ett klädesplagg finns i fem olika färgnyanser så kan man vissa upp alla på hemsidan, medan den fysiska butiken kanske har två olika färgnyanser eftersom det kostar mer att ta hem klädesplaggen.
 4. Prisjämförelse. En fysisk butik kan inte erbjuda något som en webbplats kan göra, och det är att i lugn och ro planera sina inköp. Möjligheten att jämföra priser av en viss produkt är till stor fördel om man är kund. Du kan själv jämföra priser på olika webbplatser och komma fram till det billigaste alternativet.

3.2 Tillit

"At least it would appear that investors are confident in e-companies again. However, not only trust of venture capitalists is of importance-consumers also have to have faith in on-line business. After all, without consumers there is no e-business." (J.E.J.Prins, m.fl., 2002).

Att som företag kunna skapa goda och trovärdiga relationer är viktigt för det är konsumenterna som man livnär sig på. Enligt Prins m.fl. så innebär tillit risker. Genom att lita på någon så tillkommer risker som kan medföra olika typer av konsekvenser. Om man som kund litar på ett företag så förväntar man sig att företaget skall ansvara och fullfölja sina handlingar på ett korrekt sätt och inte missbruka konsumentens förtroende. Att lita på någon innebär att man även är beredd att ta risker som i sin tur kan påverka förtroendet negativt och även ha en sårande effekt.

(Hedquist, 2002) förklarar i sin litteratur att det finns tre olika faktorer som måste följas för att skapa en trovärdig relation mellan konsument och företag. Tillförlitlighet, trovärdighet och förtroende är grunden till att skapa förtroende och tillit gentemot företagen. Tillförlitlighet är det första steget för att skapa tillit, det handlar om att

innehållet som företaget presenterar är korrekt och att man skall kunna applicera det på dem som står bakom innehållet som i detta fall blir företaget. Att skapa trovärdighet handlar om att man inte döljer något i en relevant fråga utan att man visar allt. Om man döljer någonting så växer misstankar och osäkerhet fram. Det som betecknar företaget, deras image och karaktär spelar en viktig i trovärdighetsfasen. Att både konsumenter och företag kan identifiera sig med varandra är viktigt och i denna trovärdighetsfas så skapas en relation mellan konsument och företag. För att lyckas med att nå förtroendefasen så krävs det att man har lyckats med att skapa tillförlitlighet och trovärdighet. Att kunden och företaget kan föra en korrekt dialog och skapa gemensam respekt mot varandra är de olika byggnadsstenar som resulterar i att förtroende skapas.

När man slutligen har skapat förtroende så menar Hedquist (2002) att tillit är det slutliga målet i hela processen. Vidare så menar Hedquist (2002) att tillit handlar om personliga relationer mellan två olika parter där den ena parten (konsumenten) är beredd att ta risker och tillåta sig att vara sårbar genom att lita på företaget eller den andra parten.

Trygg elektronisk handel

För att som företag skapa goda relationer med kunderna så krävs det ett gott förtroende från kunderna. Det är upp till företagen att bevisa att konsumenterna kan känna sig trygga och säkra när de handlar hos dem. Enligt en undersökning som DIBS payment services har gjort så har förtroendet för säkerheten ökat och förväntningar av användandet likaså. DIBS är ett företag som förmedlar säkra betalningsmetoder till tusentals nordiska e-Handel företag. Det som man bland annat kan läsa i DIBS studie "DIBS e-handelsindex: Svenskar e-handlar för 64 miljarder kr" är att förtroendet för säkerheten kring e-Handeln har ökat. Enligt studien så betraktar ca 90 % av de skandinaviska e-Handel företag att Internet är en säker handels kanal. Vidare så har även de elektroniska butikerna upplevt att nätkonsumenternas förtroende för butikerna har ökat. I studien så framstår det att 0,5-1,2 % av konsumenterna har upplevt bedrägerier i samband med elektroniska affärer. (DIBS e-handelsindex, 2008). Anledningen att konsumenterna handlar elektroniskt beror mycket på de företag som kunderna e-handlar hos. Det är företaget som skall bevisa för kunden att just dem är det bästa och lämpligaste alternativet för dem. Om kunden är tillfredställd med affären så är chansen stor att samma kund återvänder till samma företag i framtiden. Trygg e-handel som administreras av svensk distanshandel menar att det finns vissa riktlinjer som måste följas för att både konsument och företag skall lyckas med säkra elektroniska affärer. Trygg e-handel kontrollerar företagen och det finns vissa kriterier som företagen måste uppfylla om de skall bli trygg e-handel märkta. Det som är bra för konsumenten är att det är säkrare och tryggare att handla hos företag som är trygg e-handel märkta. De olika riktlinjer som företagen måste följa enligt trygg e-handel är:

1. Företagsuppgifter

Det är viktigt att företagets riktiga och fullständiga namn står klart och tydligt. Adress, organisationsnummer, telefonnummer och e-post adress skall finnas tillgängligt om eventuella klagomål framkommer. När det gäller kundsupport så är det viktigt för kunden att veta om det finns speciella öppettider där kunden kan höra av sig. (10 punkter för Trygg e-handel, 2008)

2. Produkt och totalkostnad

Det är viktigt att kunden får reda på det riktiga priset på varan eller tjänsten inklusive moms, skatter och leveranskostnader. Vid eventuella erbjudanden så skall kunden få information hur långt erbjudandet gäller och om varan finns kvar på lagret. (10 punkter för Trygg e-handel, 2008)

3. Leveranstid och garantier

Företaget är skyldigt att informera kunderna om leveransens maximala tid. Om varan inte dyker upp vid avtalad tid så är företaget skyldigt att förklara för konsumenten anledningen till förseningen. Kunden har rättigheten att häva köpet utan någon extra kostnad om en sådan situation uppstår. Om företaget erbjuder garanti på sina produkter så är dem skyldiga att beskriva villkoren för dessa och även förklara om garantin gäller i Sverige. (10 punkter för Trygg e-handel, 2008)

4. Ångerrätt och reklamation

Om konsumenten inte är tillfredsställd med varan så skall denne ha rätt till att ångra sig. Företaget skall informera kunden vad som gäller vid en eventuell reklamation samt dit kunden skall vända sig vid en reklamation. Konsumenten skall även ersättas för de fraktkostnader som framkommer vid en reklamation. (10 punkter för Trygg e-handel, 2008)

5. Säkra betalningslösningar

Organisationen eller företaget skall erbjuda säkra betalningslösningar där konsumentens privata information och kontokortsnummer inte hamnar i obehöriga användarnas händer. Företaget skall även efter transaktionen behandla konsumenternas uppgifter korrekt så att kunden skall känna sig säkrare även efter köpet. (10 punkter för Trygg e-handel, 2008)

3.3 Säkerhet

Inom de olika elektroniska affärerna så är det viktigt att informationsutbytet sker korrekt samt med hög säkerhet. Att obehöriga individer skall få tillgång till viktig information är något som dem inte skall få möjlighet till. Informationen och de meddelanden som skickas fram måste komma fram korrekt och till rätt individ vid en elektronisk affär. Säkerheten kring den elektroniska handeln handlar mest om att skydda informationen som sker mellan sändaren och mottagaren. Enligt Fredholm (2000) så brukar man kalla detta för "*punkt till punkt säkerhet*" som är viktigt säkerhetsmetod att utgå ifrån. (Fredholm, 2000)

Vidare så menar Fredholm att vi är vana med att ställa högre krav på ny teknologi som skall införas. Skillnaden mellan det traditionella sättet med handel och den elektroniska handeln är att säkerhetsnivån ökar och menar att vi inte skall ställa höga krav på användning på ny teknologi. Det som man skall koncentrera sig mest på är att utföra en analys av konsekvenser och risker med den elektroniska handeln. Det som teknologin kan bistå med är att den kan utnyttjas för att ge en ökad säkerhetsnivå inom rimliga gränser.

Vilka risker finns det med en elektronisk affär? Enligt Dykert m.fl. (2002) så är följande risker grupperade i tre huvudkategorier:

1. Risk för olika typer av avbrott och tröghet i kommunikation mellan företag och konsument. Inom denna kategori så är bristen på tillgänglighet ett problem. Att systemet berörs av olika typer av avbrott kan känneteckna tillgänglighetsproblemet. Ett annat problem inom denna kategori kan vara användaren inte effektiv kan söka på webben, långa svarstider hör också till här och om inte dessa risker åtgärdas så får användaren det besvärligt att använda systemet.

2. Risk för obehöriga användare. Obehöriga användare placeras i denna risk, användare som använder sig utav obehörig läsning och ändring av information. Dem kan manipulera informationen för egna ändamål och komma över viktig information. Problemet med virusattacker och liknande gör att företaget måste lägga ner resurser på att inskaffa skyddsmetoder som skall driva bort obehöriga användare så att e-handeln kan fortsätta att användas utav kunderna.
3. Risk för brist på informationskvalitet. Att det kommer felbeställningar, fel på leveranser och fakturering beror på informationskvalitet. Om informationen är fel så sker en missbedömning mellan parterna och detta leder till att det blir fel vid beställningar, leveranser och fakturering. Orsaken till dessa problem är oftast på programmerande kontroller i applikationssystemen samt bristfälliga tekniska kontroller i systemets driftmiljö.

Säkra e-Handels affärer

Man måste vara medveten om att det finns risker när man utbyter information över nätet och därför är det väldigt viktigt att säkerheten kring informationen fungerar väl för att trovärdigheten kring en affär skall skapas (Dykert m.fl, 2002). Det finns ett antal säkerhetskrav som ett system bör leva upp till om systemet skall hålla en hög nivå och vara så säker som möjligt. Både Fredholm (2000) och Dykert m.fl. (2002) beskriver i sin litteratur inom vilka områden som ett system bör vara säkert för att nå en hög säkerhetsnivå.

De säkerhetsfunktioner som (Fredholm, 2000), och (Dykert m.fl, 2002) tar upp är:

Äkthetsbevis

Ett annat namn för äkthetsbevis är autencitet och handlar om att den som skickar ett meddelande inte är någon annan än vad han uppger sig för att vara. Avsändaren kan både vara person och ett system. Fredholm (2000). Autencitet är en säkerhets krav som är mycket viktigt vid elektroniska affärer för att skydda mot falska beställningar av produkter och tjänster i bedrägerisynfte. Dykert m.fl. (2002). Vidare så menar Dykert m.fl. att även köparen kan utsättas för bedrägeri. Oftast så sker detta genom att konsumenten betalar varan i förskott men aldrig får produkten hem eftersom den aldrig levereras från en okänd part.

Förvanskningsskydd

Förvanskningsskydd handlar om att skydda ett meddelande så att meddelandet inte ändras. Ett annat namn för förvanskningsskydd är integritet. Det innebär att det meddelande som avsändaren sänder skall vara identisk med det meddelande som mottagaren tar emot. Det finns en teknisk lösning som gör att man kan skydda sig mot detta problem. Man brukar oftast använda elektroniska sigill som innebär att både avsändare och mottagare använder sig utav en beräkningsalgoritm som gör en beräkning av meddelandet. Algoritmen kontrollerar talen som i sin tur säkerhetsställer att

meddelandet har kommit fram oförändrat. (Fredholm, 2000)

Insynsskydd

Konfidentialitet som den också kallas innebär att man skyddar ett meddelande från att läsas av obehöriga. För att uppnå skyddet så måste meddelandet krypteras före sändning och mottagaren skall i sin tur känna till algoritmen så att man kan dekryptera och läsa meddelandet. Fredholm (2002). Den metod som oftast använts för att lösa problem är att man använder sig av ett behörighetskontrollsystem. I detta system så sker en verifiering av användaren där användaren anger ett lösenord för att få tillgång till resurser och data. (Dykert m.fl, 2002)

Skydd mot förnekande av ursprung

Förnekande av ursprung handlar om att den som skickar ett meddelande inte kan vid senare tillfälle neka till att ha skickat meddelandet. Ett exempel kan vara att en organisation skickar en beställning på varor som beställaren vid ett senare tillfälle kommer på att de inte behöver. (Fredholm, 2000).

Skydd mot förnekande av mottagning

Förnekande av mottagning innebär skydd mot att den som mottagit ett meddelande inte vid ett senare tillfälle kan neka till att ha tagit emot det. Ett företag som inte har levererat en beställning till kunden kan i sin tur inte neka till att de har tagit emot beställningen. Lösningen till detta problem är att man utför en digital signatur så att en person, mottagare och system är bundna till ett meddelande. Olika kvittens meddelande som generas vid mottagandet knyter då företaget till handlingen. (Fredholm, 2000)

Säkerhetssystem

Säkerheten kring den elektroniska handeln och internet har diskuterats i olika former de senaste åren. Eftersom obehöriga användare förekommer i olika system så leder detta till att bedrägerierna ökar vid en elektronisk affär. Oftast så handlar det om kontokort bedrägerier som obehöriga har fått tillgång genom stöld eller genom olika typer av betalkvitton. Eftersom risken finns för bedrägerier och obehöriga användare så är det viktigt att skydda kundens identitet och privata information. (Philsgård, 2002)

Enligt Philsgård så finns det två olika säkerhetssystem som kan användas för att skydda kundens identitet och privata information.

Secure Socket Layer

Secure Socket Layer är en vanlig säkerhetsmetod som kallas för webbläsarens säkerhetssystem. Säkerhetssystemet är oftast inbyggd i webbläsarnas senaste versioner och innebär att det som avsändaren skickar krypteras till en sifferkod som är väldigt svårtolkad och det är endast mottagaren som kan tyda den. Hemligheten bakom en

lyckad transaktion när meddelandet skickas är en nyckel som både avsändarens och mottagarens dator skapar. Det som nyckeln skall skapa är att låsa informationen som skickas så att obehöriga användare eller utomstående kan tyda eller läsa informationen. Det som kännetecknar SSL är att när man använder sig av en webbsida så ändras adressradens http till https. Den sista bokstaven S innebär att man som användare har kopplats på ett säkert sätt så att informationsutbytet kan ske. Med säkerhetssystemet så är informationen som skickas krypterat ända fram till mottagaren och kommunikationen mellan parterna låser sig så att ingen kan få tillgång till oftast privat information. (Philsgård, 2002)

Enligt Philsgård så finns det tre olika funktioner som måste fungera så att förbindelsen skall vara säker:

- Dataintegritet. Det innebär att information och data måste skyddas så att ingen oönskad kan ta del av informationen.
- Användaridentitet. Den som sänder information skall utan några som helst problem kunna identifieras.
- Serveridentifikation. Det är viktigt att informationen som skickas når rätt server.

Vidare så menar Philsgård att säkerhetssystemet SSL är till för att skapa grundläggande skydd inom de tre olika funktionerna som togs upp tidigare. Eftersom systemet har erkänts av svenska banker och finansinstitut så anses den väldigt säker. Vid en eventuell elektronisk affär så är det bara kunden och företaget som kan se informationen och använda sig utav det, vid det tillfället så är enligt Philsgård mottagaren den svagaste länken i processen. Att kunna lita på att företaget endast använder din privata information är viktigt så att inget annat otalt används. Det är även viktigt att man som användare är försiktig och använder sig utav SSL koden vid elektroniska köp.

Secure Electronic Transaction

Secure Electronic Transaction förkortas med SET och anses som en av dem säkrare programmen när det gäller säkerhetssystem. SET är en lite mer komplicerade versionen utav säkerhetssystem och kräver både kundens och företagets säkerhetsresurser vid en eventuell affär. Det som krävs är att båda parterna har ett speciellt program som skall användas vid informationsutbytet. Det innebär att både kunden och företaget får en svårtolkad och unik kod vid affären och när de båda parternas koder möts i bankens dator så sker en kontroll utav dessa. Efter en lyckad kontroll utav koder så förs pengar över och köpet skall då bekräftas av både kunden och företaget. Genom affären så får organisationen eller företaget som kunden har handlat hos kundens identitet och kunden får i sin tur en bekräftelse på att de privata uppgifterna hamnar i rätta händer och inte i obehörigas. Även om SET för med sig säkra och positiva funktioner så har den även upplevt en viss kritik. Det negativa handlar mest om att svårighetsgraden vid användningen är hög och även kostnader, vissa företag har inte råd med att använda sig utav systemet och dess utveckling är en liten besvikelse än vad man har räknat med. (Philsgård, 2002)

Säkra betalningsmetoder

Det man som kund skall ha klart för sig är att säkerheten aldrig kan garanteras till hundra procent. Säkerhetssystemen som finns tillgängliga ute i handeln är något som förr eller senare kan brytas upp och användas av obehöriga användare. Utvecklingen av system sker hela tiden och nya och säkrare metoder dyker upp på marknaden ständigt. (Philsgård, 2002)

Philsgård tar upp i sin litteratur ett bra exempel på varför vi handlar även om misslyckandet sker vid olika transaktioner och affärer. Philsgård skriver att de olika flygbolag och konstruktörer gör allt i deras makt för att passagerarna kan flyga säkert, men ändå så inträffar olyckor och vi fortsätter att flyga trots att enstaka olyckor inträffar. Philsgård menar att likheten med problemen inom e-Handel är liknande genom att konsumenterna fortsätter att handla trots att olika säkerhetsåtgärder bryts upp inom den elektroniska handeln. Eftersom teknologin och olika lösningar utvecklas hela tiden så kanske vi kan bli av med dessa problem? Men det finns olika betalningssätt vid e-Handel som kan underlätta vissa problem enligt Philsgård:

Tredjepartssystem

Denna säkerhetslösning innebär att de olika betalningarna administreras av ett tredje företag. Ett exempel på företag som är tredjepartsföretag är DebiTech som fungerar på ett sådant sätt att företaget kommunicerar med både företaget, kunden och banken. Hela kommunikationen sker via Secure Socket Layer säkerhetssystem och när du som kund har bestämt dig för ett visst köp och avslutar den så beordrar man sin bank att föra över pengarna till företaget genom ett tredjepartsföretag. Efter en lyckad transaktion och affär så blir både kunden och företaget informerade att köpet har lyckats och en bekräftelse skickas till båda parterna. Grunden till att denna typ av affär skall utföras är att handlaren måste ha en speciell programvara. Programvaran fungerar på ett sätt att företaget inte får konsumentens personliga uppgifter och information utan endast information att pengarna är på företagets konto. Enligt Philsgård så har tredjepartssystemet DebiTech infört vissa etiska regler för den som använder sig utav deras system och dessa är:

- Att företaget som säljer elektroniskt inte får utföra försäljning av varor och tjänster som har med pornografi att göra
- Att företaget måste vara trovärdiga och fullfölja det köp som kunden har gjort på ett korrekt sätt. Det innebär att det som utlovas så som korrekt belopp och leverans skall gå till enligt avtal.
- Att företaget endast får belasta kunden med den summa pengar som man har kommit överens om och att vid retur av varor så skall företaget återbetala omgående.

Digipass

Det är i nuläget väldigt vanligt att bankerna har digipass. Digipass är "räknedosor" som

behandlar ett komplicerat krypteringssystem. Dosorna fungerar genom att man i början slår in sin personliga kod och sedan så få man en tillfällig kod utav banken som man sedan skall slå in i dosan igen, dosan behandlar koden och visar en ny kod som du sedan skall slå in i bankens dator. Det är banken som står för dosorna och när man loggar in i systemet med utbytet av koder så kan man själv föra över pengar från det egna kontot till företagets konto som man har handlat varorna ifrån. Betalningssättet sker direkt och är ofta skyddade av flera olika unika koder som är svåra att bryta upp. Räknedosan kan användas vid flera olika tillfällen och är en bra säker metod eftersom den används genom banken. (Philsgård, 2002)

Digitala pengar

Digitala pengar är en modern betalningsmetod och fungerar utan svårigheter. (Philsgård, 2002). Betalningssättet innebär att man som kund betalar in en viss summa pengar som i sin tur skickar värdet av pengarna i andra elektroniska former. De elektroniska som skickas är unika sifferkoder som är krypterade, och fungerar enligt Philsgård (2002) på följande sätt:

1. Kunden begär genom att signera ett meddelande att banken skall dra en viss summa pengar från kontot
2. Banken överför pengarna och signerar sedan beloppet med en unik serienummer som kunden sedan får tillbaka av banken
3. I detta skede så kan kunden använda de elektroniska pengarna för att handla med
4. Affären där kunden gör sitt köp registrerar sedan köpet hos kundens bank som sedan skickar affären bekräftelse att kundens elektroniska pengar inte redan har använts
5. Bankens uppgift här blir att överföra pengarna till affärens konto och skickar sedan en bekräftelse av transaktionens resultat
6. I slutskedet så levereras varan till kunden

Enligt Philsgård så är detta betalsystem bra för kunden eftersom säljaren inte kan få tillgång till kundens personliga information eller kontokortsnummer. Det som säljaren får information om är att dem får en bekräftelse av banken att överföringen av pengarna har skett.

Personliga certifikat

Att använda sig av personliga certifikat innebär att det som skickas via nätet når rätt mottagare. Säkerhetsmetoden gör det väldigt svårt för obehöriga att se den information som skickas mellan avsändaren och mottagaren. Som mottagare så kan man känna sig säker att det är just sändaren som kopplat upp sig och som användare så märker man inte så mycket av den kontroll som sker. Datorn som certifikatet ligger på och den server som skall vara mottagare för informationen är huvudpunkten där säkerhetsarbetet sker. (Philsgård, 2002).

Vad är då ett certifikat? Enligt Philsgård så är ett certifikat en datafil som har gjorts av en utfärdare, filen som skapats laddas ner till datorn och blir sammanbunden med datorn, det egna personnumret och den personliga koden som bara användaren av datorn kan. Det är som en slags nyckel som bara passar till den som utfärdat certifikatet, en bank kan oftast vara en sådan. Certifikatet är inte långvarig, det kan vara i ett år men måste sedan förnyas. Systemet anses av många som säkert och i vissa fall så kan man använda systemet vid olika typer av underskrifter.

Philsgård menar att alla system är till för att skydda kontokortsnumret och det finns flera olika typer av säkerhetssystem som är till för att göra samma jobb. Gemensamheten hos alla system är att alla går ut på att du skall kunna betala för något utan att lämna ut privat information så som kontokortsnumret. Eftersom man inte kan garantera hundra procentig säkerhet så uppstår tillfällen då att den privata informationen läcker ut till obehöriga. Detta blir en fråga om tillit och vem man kan lita på och lämna ut sina uppgifter till. Säkerhetssystemen anses vara mer säkra vid elektronisk handel än vid traditionell handel vid olika butiker och restauranger.

4. Resultat

4.1 Intervju

Företagsintervju med säljaren Michael Antonsson och företaget Wallink AB som är marknadsledande leverantör och samarbetspartner inom Warehouse.

Wallink AB

Företaget Wallink som har sitt säte i Askim (Göteborg) arbetar med återförsäljning av office supply och equipment och vänder sig till företag och vanliga konsumenter. Wallinks affärsidé bygger på att leverera snabbt till passande priser eftersom man har slutit förmånliga avtal med ett stort antal leverantörer. Företaget startades den 18 september år 1999 och har sedan dess vuxit sig starkare på marknaden. Wallink arbetar som på ett sådant sätt att dem kontrollerar, ansvarar och styr hela varu- och informationsflödet mellan konsumenten och leverantören. Hos företaget så hittar man ett av världens största sortiment av IT-hårdvara, kontorsvaror, skyltmaterial, hygienartiklar och märkningsmaterial. Det som Wallink AB fokuserar sig mycket på är dess kunder. Antonsson menar att dem arbetar ständigt för att få nöjda och återkommande kunder. Vidare så pratar Antonsson att företaget har fyra olika delar av arbete som måste följas för att kunderna skall förbli nöjda. Det första är att det utbud som företaget erbjuder är stort men måste ständigt utvecklas, sedan är det viktigt att webbskopen är smidiga och lätt att använda, kundservicen måste vara på hög nivå så att kunderna skall känna sig hemma och sist så är det viktigt att ryktet förhåller sig god eftersom Wallink är kända för sin tredjepartlogistik.

Intervjun

Frågorna som Michael Antonsson svarade på behandlade de problemområden som har varit intressanta och dessa är:

Hantering av privat information

På Wallink AB så anser man att informationsutbytet som sker mellan en organisation och konsument är viktigt att hålla säkert och pålitligt. Enligt Antonsson så hanteras den personliga information hos företagets leverantörer där även lagringen sker. Eftersom det finns flera olika möjligheter med informationslagring så valde Wallink att förlita sig på leverantörens säkra webbservrar. Tilliten i sig från Wallinks sida är hög eftersom samarbetet med dess nuvarande leverantör fungerar väl och säkert. Vidare så menar Antonsson att det inte finns någon anledning att byta ut det välfungerande systemet eftersom det inte finns missnöjda kunder som har påpekat några som helst misstankar om informationslagringen. Företaget hade enligt Antonsson med största sannolikhet ändrat om sina säkerhetsrutiner om kunderna inte kände sig säkra på vart deras information hamnar. Eftersom Wallink ständigt för en dialog med kunden så skulle man i sådant fall fått veta om det finns säkerhetsbrister inom det området. På så sätt så skapas det en god relation där konsumenten kan förlita sig på företagets informationslagring enligt Antonsson.

Betalningssätt

Eftersom det finns flera olika betalsystem så var det med en viss förvåning att Wallink använde sig endast utav två av dessa. Enligt Antonsson så strävar företaget efter ett så enkelt och smidigt betalningssätt som möjligt där säkerheten är på hög nivå. På frågan varför företaget inte använde sig utav flera betalsätt så menade Antonsson att det skulle bli mer komplicerat än nödvändigt. Och eftersom Wallink vänder sig gentemot företag, landsting samt andra juridiska personer så blev fakturering det bästa och säkraste betalsättet att använda sig utav enligt företaget. Faktureringspapprena skickas via post eller elektronisk post där kunden kan i efterhand utföra sin betalning. Det andra betalsättet är att kunden kan utföra transaktionen över företagets hemsida där bankerna står för säkerheten när man använder sig utav internetbetalning.

Säkerhet och tillit

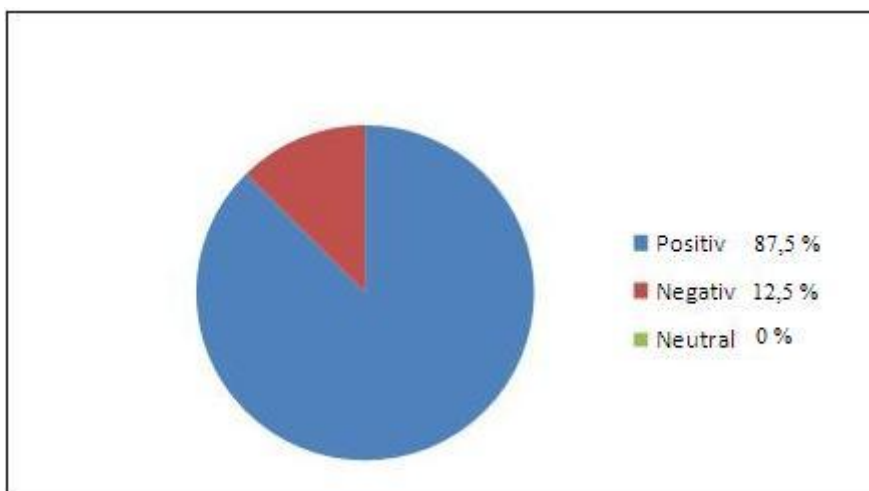
Eftersom företaget arbetar ständigt med att tillfredsställa sina kunder så är säkerheten en viktig faktor för att kunderna skall känna sig nöjda och förlita sig på Wallink menar Antonsson. Säkerheten i sig ligger i att företaget använder sig av två olika betalmetoder. Majoriteten av kunderna har vant sig med att betala genom fakturor medan vissa betalar över företagets hemsida. Eftersom vissa kunder kräver att betalning över hemsidan skall vara tillgänglig så var man tvungen att införa kundens önskemål. Men det som enligt Antonsson är viktigt är att fakturan hamnar på rätt leveransadress som anges vid en eventuell registrering. Eftersom systemet har används under en längre period och utan några som helst anmärkningar så skulle det vara fel att införa nyare säkerhetsmetoder enligt Antonsson. Vidare så menade Antonsson att betalning över nätet alltid kan innebära en säkerhetsrisk då ett system aldrig är hundra procent säkert. I Wallinks fall så skulle bankerna stå för kundens förlust om obehöriga får kontrollera transaktionen. Vad det gäller säkerhet i sig så är Wallink koncentrerade på att göra rätt för sig och tillfredsställa sina kunder så att dessa blir nöjda. På så sätt så skapas det en relation med kunden som betyder mycket för att tillit skall skapas. Antonsson anser att Wallink levererar snabbt, säkert och med låga priser. Det är en affärsidé som fungerar väl där kunden står i centrum, vidare så menade Antonsson att det inte bara är de tekniska faktorerna runt ett system som gör att kunden känner sig trygg och säker med det han eller hon gör. Rent psykologiskt ur konsumentens perspektiv är det viktigt att Wallink har ett gott omdöme av andra konsumenter samt att den nya konsumenten får den goda behandling som de övriga nöjda kunderna får. Dessa olika faktorer som Antonsson tog upp beskriver att kunden behöver mer än säker teknologi för att förlita sig på den elektroniska handeln.

4.2 Enkätundersökningen

Undersökningen syftar på att få information och kunskap om elektronisk handel ur konsumenternas perspektiv. Det som presenteras i undersökningen är de resultat av frågor som har sammanställts för att beskriva handelsmetoden ur kundens synvinkel. Frågorna som besvarades av kunderna beskriver deras erfarenheter med elektronisk handel samt tillit och de olika säkerhetsåtgärder som förekommer i handelsformen. Här nedan så kan vi se vad konsumenterna har att säga om e-Handel. Genom en statistisk och procentuell beskrivning så kan vi få en relativ god beskrivning av e-Handel ur kundens perspektiv.

Vad tycker ni om den elektroniska handeln?

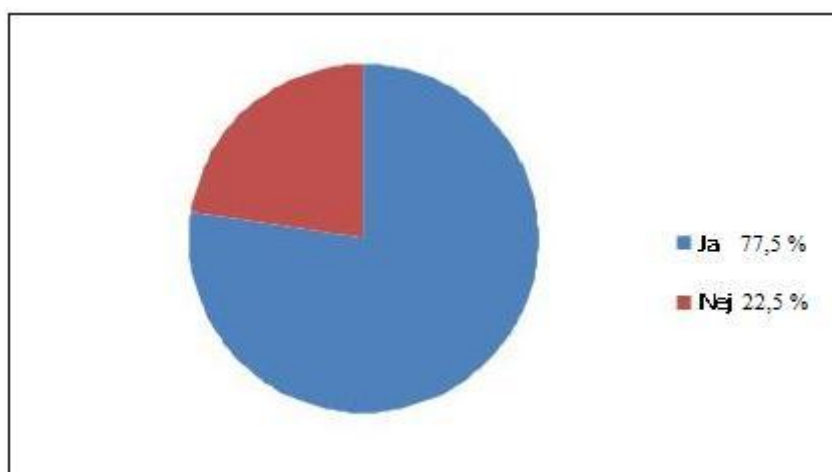
Den första frågan i undersökningen fokuserar sig på vad konsumenten tycker om den elektroniska handelsmetoden. Av fyrtio svarande respondenter så var 87,5% positiva till handelsmetoden medan 12,5% var negativa. Den neutrala delen var det noll svarande på och statistiken visar enligt undersökningen att antingen så är man positiv till e-Handeln eller så är man inte det. Frågan som följer handlar om respondenten har någon gång handlat över nätet.



Figur 1 Vad konsumenter tycker om e-Handel?

Har ni någon gång handlat över nätet?

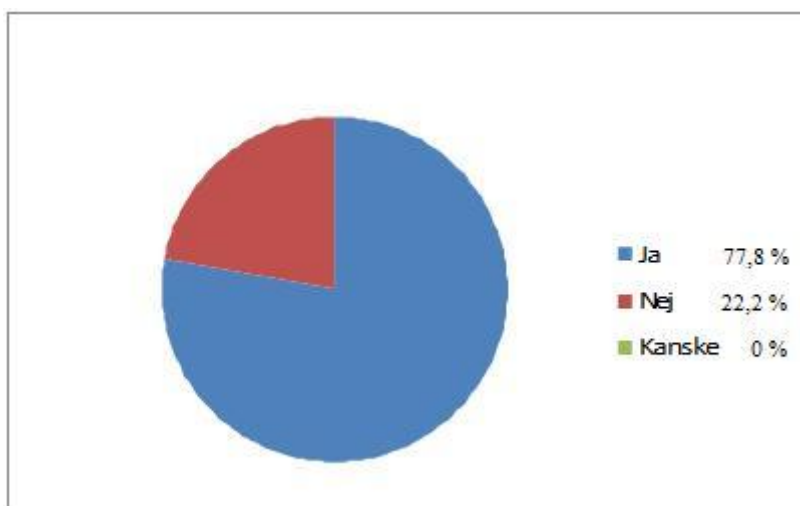
Andra frågan i undersökningen behandlar konsumentens erfarenhet med e-Handel. Utav fyrtio svarande på frågan så har en klar majoritet av kunder använt sig utav den elektroniska handelsmetoden. För att vara så precis som möjligt så har trettioen av fyrtio handlat över nätet. Endast nio personer har inte provat att handla elektroniskt. Rent statistiskt så har 77,5% handlat elektroniskt medan 22,5% inte har gjort det. Frågan som följer fokuserar sig på de respondenter som inte använt sig utav den elektroniska handelsmetoden.



Figur 2 Konsumentens handelsvanor över nätet

Om ni inte har handlat över nätet, skulle ni någon gång tänka er att göra det?

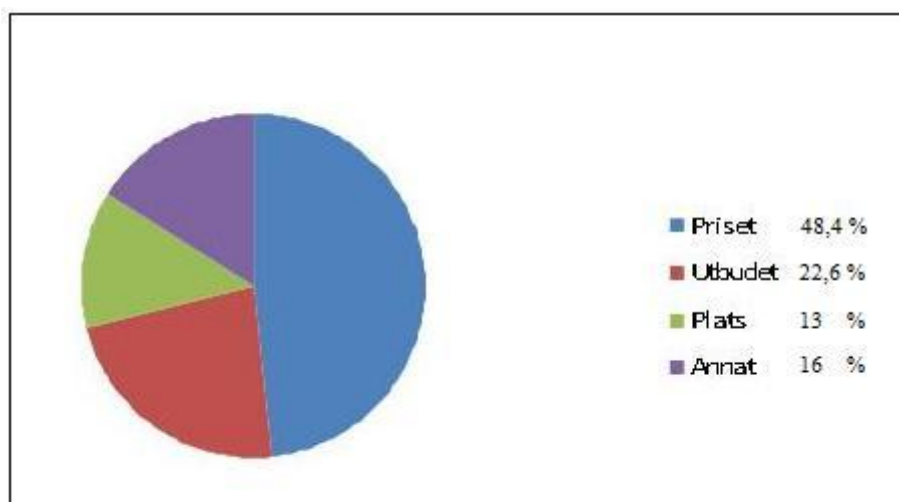
Tredje frågan i undersökningen behandlar svaren från de respondenter som inte har handlat elektroniskt. Eftersom nio respondenter inte har handlat över nätet så ställs frågan om dem i framtiden skulle kunna tänka sig att göra det. Förväntningarna var att samtliga skulle svara på ja men så var inte situationen. 77,8% av de svarande var positiva för en framtida användning utav e-Handel medan 22,2% var negativa. Det samband som man finner med fråga 1 och 3 är att antingen så är man positiv inställd till e-Handel eller inte. Detta eftersom noll procent utav respondenterna svarade på att dem kanske skulle använda e-Handel i framtiden. Totalt så har sju respondenter svarat ja medan två utav dem har svarat nej och noll procent har varit svarat kanske.



Figur 3 Konsumentens framtida handelsvanor över nätet

Vad får er att handla över nätet?

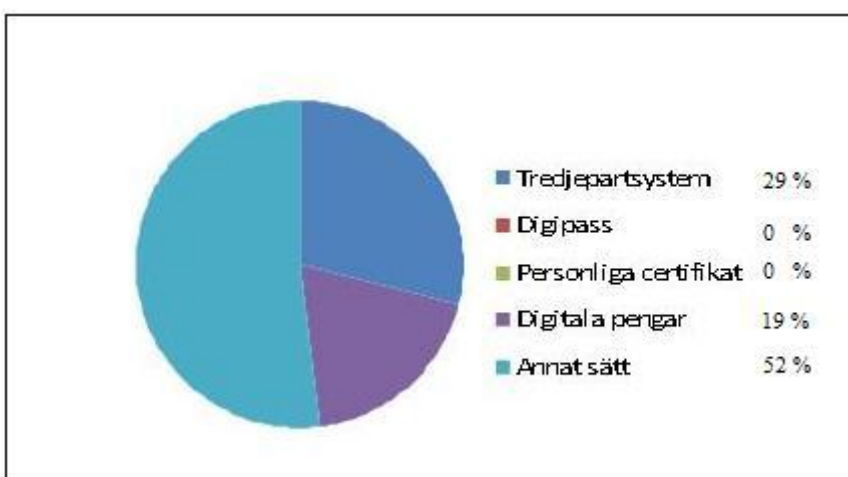
Fråga fyra handlar om vilka faktorer som får konsumenten att handla elektroniskt. I början av undersökningen så svarade fyrtio respondenter på frågorna men efter fråga tre så var det trettioen respondenter som svarade på de övriga frågorna. De som har handlat elektronisk har möjligheten på grund av tidigare erfarenhet att svara på varför dem handlar elektroniskt. De som handlade på grund av priset var femton respondenter som ger en procenttal på 48,4%. De respondenter som svarade på att utbudet var större över nätet var sju svarande som i sin tur ger 22,6% av trettioen svarande. Den fysiska platsen var fyra respondenter intresserade av. I alternativet Annat så kan man beskriva andra faktorer än dessa tre olika som framkommer. Fem respondenter (16 %) hade andra skäl till att de använder sig utav den elektroniska handelsmetoden. Vid en beskrivning så framkom det att egentligen så är pris, utbud och platsen alla tre huvudfaktorer som är grunden till att några av respondenterna handlar elektroniskt.



Figur 4 Faktorer som gör att konsumenten handlar elektroniskt

Vid ett eventuellt köp, av vilka olika betalningsmetoder känner ni er mest säkra på?

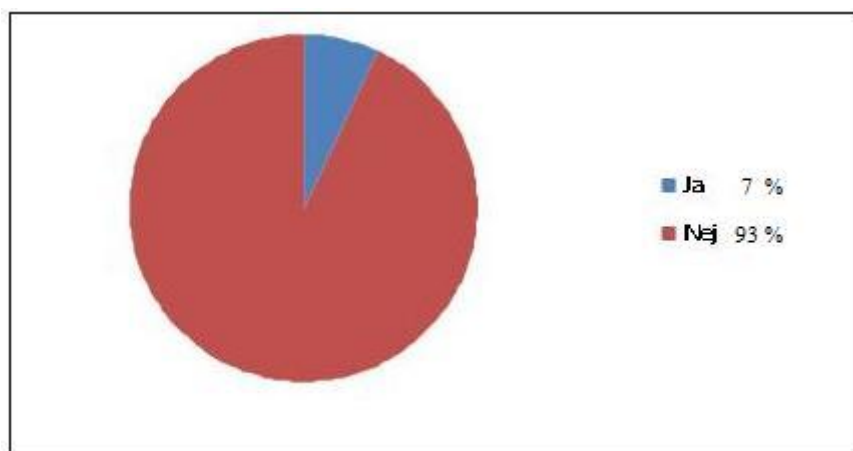
Femte frågan i undersökningen fokuserar sig på de olika betalningar som finns tillgängliga för e-Handel. Samtliga trettioen respondenter svarade på frågan och 29 % svarade på att tredjepartssystemet är den metod dem använder sig utav. Digitala pengar var det sex respondenter som använde sig utav och det ger en procenttal på 19 % av samtliga respondenter. Både digipass och personliga certifikat var det noll procent intresse av. Alternativet Annat var det hela 52 % av respondenterna som svarade på. Vid en beskrivning som respondenterna kunde själva lägga till och svara på så användes kontokortbetalningar och postförskott. Även e-faktura var intressant för vissa. Rent statistiskt så använder sig majoriteten av kontokortbetalning som sker direkt till företaget och postförskott. De säkrare alternativen som tredjepartssystem, digipass, personliga certifikat och digitala pengar användes utav en mindre majoritet av respondenter.



Figur 5 Betalningsmetoder

Har ni blivit utsatta för någon typ av bedrägeri?

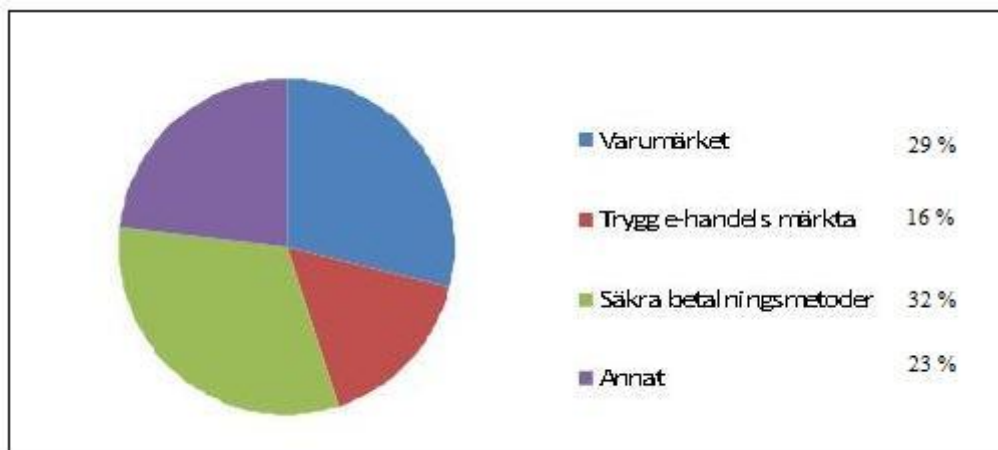
Fråga sex fokuserar sig på kundens erfarenhet med bedrägerier. Utav trettioen svarande så har 93 % av respondenterna inte blivit utsatta för bedrägerier eller liknande. Två respondenter utav trettioen har blivit utsatta för bedrägerier och rent procentuellt så hamnar vi på 7 % konsumenter som har erfarenhet med bedrägerier. Vid en kommentar vid enkätundersökningens slut så har en respondent skrivit att hon blivit utsatt för bedrägeri utav ett utländskt företag. Om man tittar procentuellt så kan man möjligtvis tycka att det är en liten del som blir utsatta för bedrägerier men utav trettioen respondenter så kan man även tycka att det antalet är mycket eftersom det endast är trettioen svarande. Detta påpekande kan man diskutera flytigt eftersom det enligt olika studier visar att bedrägerier inte är så vanliga som man tror att dem är.



Figur 6 Konsumentens erfarenhet med bedrägeri

Vad är det viktigaste för er när det gäller att lita på ett företag?

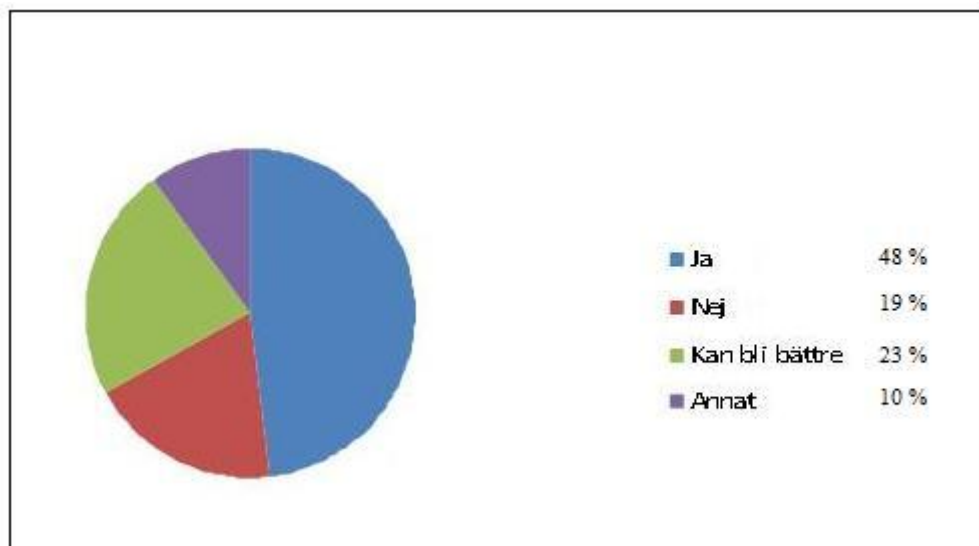
Fråga åtta fokuserar sig på de olika faktorer som gör att konsumenten handlar hos ett visst företag. Av trettioen svarande så tyckte 29 % att varumärket var det viktigaste. 16 % av respondenterna tyckte att ett företag som är trygg e-handels märkt var det viktigaste medan 32 % av de svarande svarade på det tredje alternativet med säkra betalningar. De respondenter som varken tyckte att varumärke, trygg e-handel märkta och säkra betalningar var så viktiga kunde svara på det fjärde alternativet "Annat". Där så kunde man som respondent diskutera om vad man tyckte var det viktigaste när det gäller att lita på ett företag. 23 % av de svarande diskuterade olika på alternativet. Majoriteten av dem svarade att det var viktigt att ett företag inte har en negativ sida ute i marknaden. Det kan vara allt från dålig service, sena leveranser eller att kunden inte får det som man har förväntat sig utav företaget.



Figur 7 Viktigaste faktorn när angående tillit gentemot företagen

Tycker ni att dagens säkerhetsåtgärder vid en elektronisk affär är tillräckliga?

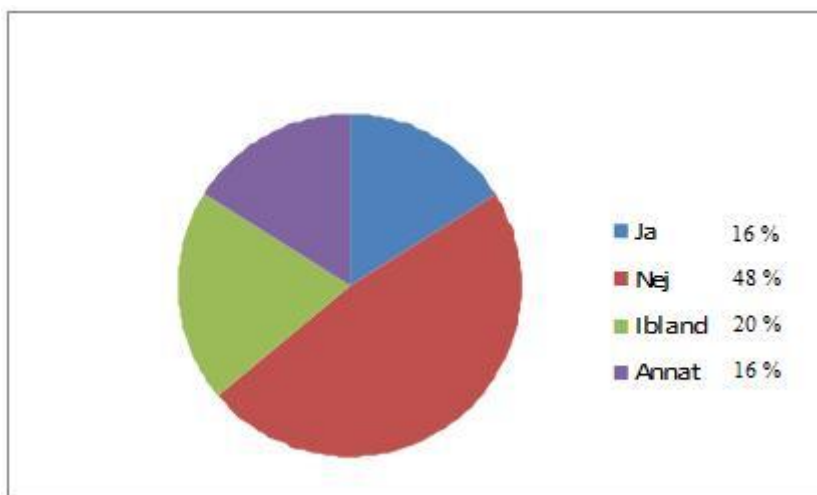
Näst sista frågan i undersökningen fokuserar sig på om dagens säkerhetsåtgärder är tillräckliga vid en elektronisk affär. Majoriteten av de svarande tyckte att de säkerhetsåtgärderna var tillräckliga och procentuellt så svarade 48 % på alternativet Ja. 19 % av respondenterna tyckte att de åtgärder som finns tillgängliga är otillräckliga medan 23 % svarade på att de åtgärder som finns kan bli bättre. Det sista alternativet då man varken tycker ja, nej och kan bli bättre så svarade 10 % utav respondenterna att eftersom alla system kan brytas upp av obehöriga så är det svårt att svara på om dagens säkerhetsåtgärder är tillräckliga eller inte.



Figur 8 Konsumentens tankar kring dagens säkerhetsåtgärder

Känner ni någon typ av oro när ni handlar över nätet?

Att vara oroad över ett köp är inget som är onormalt, och den sista frågan i undersökningen är om man känner någon typ av oro vid en e-handel affär . Utan trettioen svarande respondenter så svarade endast 16 % att det fanns någon typ av oroande när man handlar över nätet medan 48 % inte kände någon typ av oro. De respondenter som ibland kunde känna en viss osäkerhet var det 20 % utav och 16 % utav de svarande tyckte att alternativet ”Annat” passade in bra som svarsalternativ. Vid en diskussion som respondenten kunde uttrycka vid så svarade majoriteten att oron växer om man handlar hos företag som inte befinner sig inom Sveriges gränser. Eftersom man är van att handla hos Svenska företag så växer oron genom att man inte vet om utländska företag är lika seriösa som svenska.



Figur 9 Känner konsumenten någon typ av orolighet med handel över nätet?

5 Diskussion

5.1 Wallink AB

Att jag intervjuade ett företag var en viktig del av den kvalitativa studien i min undersökning och genom en intervju med säljaren Michael Antonsson så fick jag en inblick hur den elektroniska handeln fungerar i verkligheten. De frågor som framgick i intervjun bearbetades fram genom litteratur studier som behandlar det problemområde som jag från början ville undersöka. Eftersom den elektroniska handeln är ett stort område så var jag även tvungen att begränsa mig i mina frågor. Det var även andra intressanta frågor som jag ville ställa och ha kunskap om men eftersom tiden var knapp så fanns inte den möjligheten.

Enligt Wallink så är konsumentens privata information viktig att hantera på rätt sätt. Antonsson menar att företagets leverantörer hanterar kundens privata information på ett säkert sätt och att informationen lagras i deras säkra webbservrar. När det gäller betalningsmetoder så använder sig Wallink utav fakturering och betalning över hemsidan, och metoderna passar in eftersom man vänder sig oftast till företag, landsting och vanliga kunder. För att inte komplicera för mycket så är fakturering det enklaste och smidigaste betalningsmetoden för deras verksamhet samt för konsumenterna enligt Antonsson.

Företaget arbetar mycket med att få nöjda och återkommande kunder, och enligt Antonsson så för Wallink kontinuerligt en dialog med sina kunder och försöker skapa en bra relation mellan företaget och konsumenterna. Tilliten i sig kommer stegvis då kunden känner sig säker och trygg med affären eller produkten som han eller hon har köpt. Företagets påverkan på kunden är även den viktig och för att påverka kunden positivt så är det viktigt enligt Antonsson att man erbjuder kunden en bra affär samt att visa att man bryr sig om konsumenterna för att dem i sin tur skall lita på företaget och dess verksamhet. Säkerhetsbrister var något som Wallink inte hade något problem med, Antonssons svar på frågan ”Har ni blivit utsatta för dataintrång då obehöriga användare har velat komma åt viktig information?” var väldigt kort eftersom företaget inte hade några som helst negativa erfarenheter med detta. Eftersom man för en kontinuerlig dialog med sina kunder så skulle man få reda på om någons privata information eller uppgifter har kommit i fel händer. Att ge kunden det dem vill ha och till rätt pris är en viktig faktor i Wallinks affärsidé, man strävar efter att leverera snabbt och säkert till ett bra pris. Eftersom företaget knyter till sig en bredare kundkrets hela tiden så verkar det som att konsumenterna förlitar sig på Wallinks affärsidé och metoder.

5.2 Enkätundersökning

Den kvantitativa delen av min studie handlar om att få information om elektronisk handel ur konsumentens perspektiv. Genom att studera både den kvalitativa och den kvantitativa studien så fick jag en bra bild av e-Handeln ur både konsument och företagets synvinkel. Företagsintervjun med Wallink AB skiljer sig från enkätundersökningen en hel del. Enkätundersökningen besvarades av konsumenter och betydligt fler svaranden medan företagsintervjun besvarades utav en fysisk person. Men det var även meningen med studien och genom fler respondenter så kan man se tydligt hur kunderna reagerar och tänker när det handlar om elektroniska affärer. Enkätundersökningen skickades till

femtio personer och jag hoppades på att så många som möjligt skulle svara på de frågor som fanns tillgängliga.

Den första frågan i undersökningen var om vad man tyckte om den elektroniska handeln och svaret blev lite som jag hade förväntat mig av, majoriteten av de svarande var positiva till den elektroniska handeln och endast 12,5% var negativa till handelsmetoden. I undersökningen så kan man se att konsumenterna är positiva till handelsmetoden och även om dem aldrig har handlat elektroniskt så kan dem tänka sig att göra det i framtiden. Det som fick mig att tänka på var de olika faktorer som påverkade konsumenterna att handla över nätet. Jag hade förväntat mig att pris faktorn skulle vara överlägset det starkaste bidraget till att man handlar elektroniskt. Även om 48,4% av respondenterna valde priset så var det även en del som svarade på att utbudet var en viktig faktor eftersom den fysiska butiken inte kan erbjuda lika mycket som butiken över nätet eftersom det blir mer kostsamt för att ha produkterna i lagret. På den frågan så finner jag tydliga samband då Philsgård (2002) menar att det inte lönar sig för fysiska företag att ha så många sorter av samma produkt i lagret eftersom kostnaderna blir för höga.

Att betala över nätet är inget problem, men frågan är vilket sätt är det säkraste sättet? I den teoretiska delen av studien så tog jag upp några av metoderna som var det säkraste enligt litteraturen. Det såg man tydligt i enkätundersökningen då hela 52 % utav respondenterna använde sig av andra betalningssystem än de som framkom i den teoretiska delen i uppsatsen. Direkt kontokortbetalning och postförskott var väldigt vanliga metoder enligt respondenterna. Orsaken till detta kan vara att de säkrare systemen är mer komplicerade att använda än de som används flytigt av konsumenterna. Detta samband finner man även i den litteratur som användes för att skapa frågorna, flera författare menade att det kan vara komplicerat att använda säkrare system eftersom det både kräver lite mer kunskap och tid för användning.

Vad det gäller tillit så var enkätundersökningen mer kunskapsgivande än företagsintervjun. Respondenterna svarade olika och det var mer information som kunde behandlas då. Enligt respondenterna så är det viktigt att ett företag inte är märkt på ett negativt sätt sedan tidigare och att varumärket och ryktet är så god som möjligt. 32 % utav respondenterna tyckte att säkra betalningsmetoder har mycket med att göra om man kan lita på ett företag eller inte. Svaren är olika och en lätt slutsats är lite svår att dra eftersom respondenterna tänker och handlar olika. Enligt de resultat av studien så är nästan 48 % av respondenterna inte oroliga att handla över nätet men det finns de som fortfarande inte litar på handelsmetoden som de övriga gör.

6 Slutsats

6.1 Hur skapa tillit inom e-Handel och vilka säkerhetsåtgärder kan få kunden att känna sig säkrare?

Uppsatsen skrevs i syfte om att undersöka hur tillit och säkerhet hanteras inom den elektroniska handeln. Frågeställningen i uppsatsen var att via en kvalitativ och kvantitativ metod ta reda på hur man skapar tillit och vilka säkerhetsmetoder som kan underlätta för konsumenterna vid en elektronisk affär. Enligt de studier som har studerats så är tillit en viktig del inom den elektroniska handeln. Det är viktigt för e-Handels företag att skapa en bra tillit för de kunder som handlar via företagets e-handelssystem, vilket innebär att företag skall erbjuda kunden en säker och trygg affär gör att konsumenten skapar en tillit gentemot företaget.

Eftersom e-Handel ständigt ökar så är det viktigt att säkerheten ständigt förbättras för användaren så att de olika transaktioner som utförs via e-Handel blir allt säkrare för användaren. Även om skyddsfaktorn och säkerheten är stor så är även den psykologiska faktorn en del av tillit processen. Med det menas att företaget skall skapa en god och trygg miljö för konsumenten, på det sättet så känner sig konsumenten tryggare och på så sätt skapar förtroende för ett företag.

Enligt de studier som användes under arbetets gång så kan man få en uppfattning hur viktigt det är att få konsumenten att lita på företagen och hur viktigt det är att säkerheten fungerar korrekt så att en elektronisk affär inte misslyckas och resulterar i negativa former. Genom att studera problemområdet med både den kvantitativa och den kvalitativa metoden så fick man svar om säkerhet och tillit ur både företagens och konsumenternas synvinkel. Förutom företagens inverkan på säkerheten så bör även konsumenten tänka på att skydda sina personliga uppgifter så att dessa inte hamnar i fel händer.

6.2 Vidare forskning

Eftersom e-Handeln utvecklas och blir allt större och vanligare så är det viktigt att följa utvecklingen på ett bra sätt. Det gäller att anpassa nya konsumenter att handla elektroniskt och även forska och utveckla inom området. Vidare så anser jag att det är viktigt att utveckla säkerheten så att man inte känner sig orolig när man lämnar ut personlig information. Även om ett system inte kan vara 100 % säkert så anser jag att det är viktigt att forska och utveckla så säkra system som möjligt. Enligt många så är dagens säkerhetsåtgärder tillräckliga men enligt min studie så finns även de som anser att det kan bli bättre. Jag ser en ljus framtid med den elektroniska handelsmetoden men som allt annat så kan man alltid sträva efter säkrare och pålitligare metoder som underlättar för konsumenten som i sin tur kan känna sig tryggare och säkrare när dem handlar över nätet.

7 Källförteckning

7.1 Litteratur

- Backman, J. (1998). *Rapporter och uppsatser*. Lund: Studentlitteratur
- Fredholm Peter. (2000). *Elektroniska affärer*. Lund: Studentlitteratur
- Pihlsgård, Anders & Skandevall Bo. (2002) *Att göra affärer på nätet: Näthandel A*.
- Bryman Alan & Bell Emma, (2005). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*.
- Hansen Jack.(2005). *100 sidor om att starta, driva och marknadsföra en butik på Internet*.
- Rolf Hedquist. (2002). *Trovärdighet – en förutsättning för förtroende*.
- Lars Dykert, Per Ivarsson & Erik G Widman. (2002). *E-business- för tillväxt och lönsamhet*. Lund: Studentlitteratur.
- J.E.J. Prins, P.M.A. Ribbers, H.C.A. van Tilborg, A.F.L. Veth & J.G.L. van der Wees. (2002). *Trust in Electronic Commerce- The role of Trust from a Legal, an Organizational an a Technical Point of View*.

7.2 Internetreferenser

- E-Handel och e-tjänster- Att handla på nätet. (2005/2006).
www.konsumentverket.se/Documents/lararrummet/lararrum_e-seminarium.pdf
- Oroliga konsumenter hinder för e-handel.(2007).
<http://www.dagenshandel.se/dh/dagensh.nsf/0/2BDEACE59207684FC12572C90032AEC5?open>
- DIBS e-handelsindex: Svenskar e-handlar för 64 miljarder kr. (2008)
www.cisionwire.se/dibs-payment-services/dibs-e-handelsindex--svenskar-e-handlar-for-64-miljarder-kr
- 10 punkter för Trygg e-handel. (2008)
www.tryggehandel.se

8 Bilagor

8.1 Intervju med Wallink AB

- 1) Kan ni berätta lite kort om företaget och det ni gör?
- 2) Kan ni beskriva er position i företaget?
- 3) Kan ni berätta om hur ni hanterar kundernas privata information och vilka uppgifter som krävs för att få handla hos er?
- 4) Inom e-Handeln så finns det olika betalningsmetoder som man använder sig av, jag undrar vilka betalningsmetoder ni använder er av och vilka eller vilken metod lämpar sig bäst enligt er?
- 5) Har ni blivit utsatta för dataintrång då obehöriga användare har velat komma åt viktig information? (Om så är fallet, hur hanterade ni det?)
- 6) Vilka metoder använder ni för att få kunden nöjd, trygg, säker och återkommande?
- 7) Som en sista fråga så undrar jag hur ni ser på framtiden med elektronisk handel samt vad anser ni är det viktigaste när det gäller en säker affär?

8.2 Enkätundersökningsfrågorna

- 1) Vad tycker ni om den elektroniska handeln?

Positiv
Negativ
Neutral

- 2) Har ni någon gång handlat över nätet?

Ja
Nej

- 3) Om ni inte har handlat över nätet, skulle ni någon gång tänka er att göra det?

Ja
Nej
Kanske

- 4) Vad får er att handla över nätet?

Priset
Fler valmöjligheter och utbud
Fysiskt läge
Annat (Beskriv gärna)

- 5) Vid ett eventuellt köp, av vilka olika betalningsmetoder känner ni er mest säkert på?

Tredjepartssystem (Där betalningar hanteras av ett företag som har både kontakt med kunden och företaget)

Digipass (Räknedosor som man får från sin bank)

Personliga certifikat

Digitala pengar

Annat sätt? (Beskriv gärna)

6)Har ni blivit utsatta för någon typ av bedrägeri?

Ja

Nej

7)Vad är det viktigaste för er när det gäller att lita på ett företag?

Varumärket

Trygg e-handels märkta (Företag som är märkta av trygg e-handel anses vara tryggare för kunden)

Säkra betalningsmetoder

Annat (Beskriv gärna):

8)Tycker ni att dagens säkerhetsåtgärder vid en elektronisk affär är tillräckliga?

Ja

Nej

Kan bli bättre

Annat (Beskriv gärna)

9)Känner ni någon typ av oro när ni handlar över nätet?

Ja

Nej

Ibland

Annat (Beskriv gärna)

Om ni är klara med frågorna och har något att tillägga så får ni gärna diskutera här nedan

Diskussion: