Kuluttajatutkimuskeskus, Helsingin yliopisto
13.2.2026

Lausunto talousvaliokunnalle

KAA 7/2025 vp Krääsätalous kuriin – suomalaisyritysten ja kuluttajien oikeuksien puolesta

Senja Laakso, Eva Heiskanen, Katri Koistinen ja Toni Ruuska
Kuluttajatutkimuskeskus, Helsingin yliopisto

Kiitämme talousvaliokuntaa mahdollisuudesta lausua kansalaisaloitteesta *Krääsätalous kuriin – suomalaisyritysten ja kuluttajien oikeuksien puolesta*. **Aloite on erittäin kannatettava**. Lausunnossamme tarkastelemme aloitteen mahdollisia vaikutuksia erityisesti kuluttajien, kulutuskäytäntöjen ja kestävyyden näkökulmista. Tiivistettynä:

- yksittäisten toimijoiden sijaan tulee puuttua ilmiöön kokonaisuutena
- halpakaupan rajoittamisen rinnalla on tärkeää tukea vastuullista kuluttamista sekä kiertotalouden tutkimus- ja kehitystoimintaa
- tarvitaan lisää tietoa halpaverkkokaupan käyttäjistä ja käytön taustalla vaikuttavista syistä

Yleisiä huomioita

Kansalaisaloite on hyvin perusteltu. Ulkomaiset halpaverkkokaupat, erityisesti EU:n ulkopuolelta toimivat markkinapaikat, ovat lyhyessä ajassa saavuttaneet merkittävän aseman Euroopan ja Suomen kuluttajamarkkinoilla. Ne tuovat markkinoille suuria määriä heikkolaatuisia tuotteita, joiden turvallisuus, korjattavuus ja kierrätettävyys ovat usein puutteellisia. Näin ne kannustavat ostamisessa määrään ja harkitsemattomuuteen sekä edistävät kertakäyttökulttuuria.

Halpaverkkokaupat vahvistavat kulutuskeskeistä elämäntapaa, joka lisää entisestään luonnonvarojen ylikulutusta sekä kasvihuonekaasupäästöjä tuotannossa ja logistiikassa. Ympäristökriisin oloissa ne ohjaavat suomalaisia kulutustapoihin, joita ei ole mahdollista ylläpitää pitkällä aikavälillä. Kehityksen hillitsemiseksi on halpakaupan rajoittamisen rinnalla tärkeää edistää vastuullisten, kestävien ja kiertotaloutta tukevien tuotteiden sekä korjaus- ja kierrätyspalvelujen saatavuutta ja saavutettavuutta sekä tukea kiertotalouden tutkimus- ja kehitystoimintaa.

Halpaverkkokaupan kehitys on ristiriidassa EU:n viimeaikaisen sääntelyn kanssa, jonka tavoitteena on pidentää tuotteiden käyttöikää ja parantaa niiden korjattavuutta ja kestävyyttä (mm. ekosuunnitteluasetus EU 2024/1781 ja tavaroiden korjaamista koskeva direktiivi EU 2024/1799). Käytännössä merkittävä osa markkinoilla olevista tuotteista jää tämän tärkeän sääntelyn vaikutuspiirin ulkopuolelle. Suomalaiset toimijat vastaavat tuotevalvonnan, -merkintöjen, standardien, testausten ja kierrätysjärjestelmien kustannuksista, kun EU:n ulkopuoliset markkinapaikat voivat kiertää näitä velvoitteita. Tämä asettaa kotimaiset valmistajat ja kaupan toimijat epäreiluun kilpailuasemaan.

Krääsätalouden hillitseminen edellyttää monipuolista keinovalikoimaa. EU-tason toimenpiteet, kuten verkkokauppatoimitusten käsittelymaksut ja alle 150 euron toimituksia koskevan tullivapauden poisto, ovat välttämättömiä. Näiden rinnalla tarvitaan kuitenkin myös kansallisia toimia. Kansalaisaloitteessa esitetty mainonnan rajoittaminen on yksi keskeinen keino, jolle voidaan hakea esimerkkejä Ranskan lainsäädännöstä. Myös verotuksellisia ratkaisuja, postimaksujen hinnoittelua sekä alustojen vastuuta kuluttajansuojasta ja tuoteturvallisuudesta on syytä selvittää ja mahdollisuuksien mukaan ottaa käyttöön.

Huomionarvoista on, että **yksittäisten toimijoiden sijaan tulisi puuttua ilmiöön kokonaisuutena.** Jos yksittäisiä palveluja rajoitetaan, niiden tilalle todennäköisesti syntyy nopeasti uusia alustoja ja sovelluksia korvaamaan rajoitettuja palveluja.

Kuluttajanäkökulma aloitteessa ehdotettuihin toimiin

Kuluttajan näkökulmasta **halpaverkkokaupassa esiintyy ongelmia koko tuotteen elinkaaren ajan**: Aggressiivinen markkinointi, hakukoneoptimointi ja epäluotettavat tuotearvostelut ohjaavat kuluttajia alustoille, joilla niin sanotut pimeän muotoilun keinot, kuten kiireen tuntu, pelillistäminen ja harhaanjohtavat alennukset lisäävät impulsiivista ostamista ja ylikulutusta. Useat selvitykset ovat nostaneet esiin tuotteiden turvallisuus- ja laillisuusongelmia, kuten tuoteväärennöksiä, tuotteiden sisältämiä vaarallisia kemikaaleja ja EU-standardit alittavia sähkö- ja paloturvallisuusratkaisuja[1]. Lapsille suunnatuissa tuotteissa on havaittu vakavia turvallisuuspuutteita[2]. Tuotevastuuta kiertämällä myyjät siirtävät vastuun näistä riskeistä kuluttajille. Mikäli tuotteita päätyy kierrätykseen, alkuperää ja mahdollisia turvallisuusriskejä voi olla mahdotonta tunnistaa.

Kuluttajaliiton kyselyn[3] mukaan 31 % vastaajista oli tilannut Temusta tuotteita viimeisen vuoden aikana. Seuraavaksi suosituimmat verkkokaupat olivat AliExpress (9 %) ja Shein (4 %). EU:n ulkopuolinen verkkokauppa on kasvanut 3,6 miljoonasta paketista vuonna 2023 28,2 miljoonaan vuonna 2024 ja 40,5 miljoonaan vuonna 2025[4]. Halpaverkkokaupan laajuus osoittaa, ettei ilmiö rajoitu pienituloisiin kuluttajiin. Niiden käyttö kuitenkin korostuu juuri pienituloisilla (1000–2000 €/kk), yksinhuoltajatalouksissa, vuokralla asuvilla sekä yli 65-vuotiailla. Halpaverkkokaupat ovat erityisen suosittuja myös maaseudulla asuvien keskuudessa[5].

Hinta on keskeinen verkkokauppaostoksia ohjaava tekijä. Vaikka suomalaiset ovat yleisesti huolissaan halpaverkkokauppojen tuotteiden laadusta ja turvallisuudesta, tuotteita ostetaan silti. Tämä osoittaa, että halpaverkkokauppoja käyttävät kuluttajat ovat valmiita erilaisista syistä ottamaan taloudellisia ja jopa turvallisuusriskejä. Pienituloisille halpaverkkokaupat ovat avanneet uusia mahdollisuuksia kuluttaa samankaltaisesti kuin muut väestöryhmät. Samalla he **altistuvat korostuneesti halpaverkkokauppojen riskeille**. On huomioitava, että pienituloisten joukossa halpaverkkokauppa ei välttämättä korvaa kotimaista kauppaa, vaan ilman halpaverkkokauppaa tarpeellisetkin tuotteet voivat jäädä ostamatta. Vaikka halpaverkkokaupan rajoittaminen on erittäin kannatettavaa, on siis tiedostettava epätasaisten kulutusmahdollisuuksien vaikutukset eri kuluttajaryhmiin ja huolehdittava **kuluttajien mahdollisuudesta perustarpeet tyydyttävään kulutukseen** myös ilman halpaverkkokauppoja.

---

[1] Kaupan liitto (2024) Koeostot Temu.com:n markkinapaikalta eivät täyttäneet eurooppalaisia vaatimuksia.
[2] Testachats (2024) Près de 70 % des produits achetés par Testachats sur Shein et Temu présentaient au moins une non-conformité
[3] Kuluttajaliitto (2025) Kuluttajaliitto selvitti: keitä ovat ”temuttajat”? Kyselyn n = 1021.
[4] Tulli (2026) EU:n ulkopuolinen etämyynti
[5] Postnord (2025). E-commerce in the Nordics

Halpaverkkokaupoista ostetaan erityisesti vaatteita, asusteita, laitteita sekä muovi- ja kumitavaraa[6]. Vaikka näiden ostamisen syitä ei ole selvitetty, ostomotiivit liittynevät muun muassa sosiaalisen median luomaan vertailupaineeseen (pitää saada mitä muillakin on, ja näyttää siltä miltä muutkin) sekä korjaus- ja harrasteprojekteihin. Ostamisen taustalla on siten monenlaisia syitä, jotka yhdistettynä halpaan hintaan ja nopeaan toimitukseen houkuttelevat kuluttajia verkkokauppojen asiakkaiksi.

Halpaverkkokauppaan puuttumisen lisäksi olisikin **tärkeää ymmärtää ostamisen taustalla vaikuttavia syitä, jotta ostaminen ei rajoitusten myötä vain siirry alustalta toiselle, ja tarjota kestävämpiä vaihtoehtoja täyttää kulutustarpeet**. Esimerkiksi viime kuukausina julkisessa keskustelussa esiin nousseet sosiaalisen median käytön rajoitukset lapsille ja nuorille voivat osaltaan tukea sitä, että nuoret eivät altistu vertaispaineelle nykyisissä määrin ja siten paine halpaverkkokauppojen käyttöön pienenee. Laitteiden korjaamisen helpottaminen muun muassa edullisten ja turvallisten varaosien saatavuutta edistämällä taas voi vähentää kertakäyttöisen elektroniikan ostamista. Myös korjauttamisesta tulisi tehdä helpompaa ja houkuttelevampaa: tällä hetkellä laitteiden korjattavuus on heikentynyt ja samalla korjaamisen suhteellinen hinta on noussut[7].

Krääsätalous osana laajempaa kulutuskulttuuria ja ylikulutusta

Halpaverkkokaupan suosio on ollut viime vuosina hurjassa kasvussa. Tämä on kuitenkin vain osa pidempää jatkumoa, jossa sekä kulutuksen määrä että vauhti ovat kiihtyneet, jossa EU:n ulkopuoliselle verkkokaupalle on luotu suotuisat edellytykset toimia, ja jossa arki on kaupallistunut. Erilaista halpakauppaa myös käydään monilla muillakin verkko- ja sosiaalisen median alustoilla, esimerkiksi TikTokissa, kuten myös suomalaisilla tai suomalaisiksi naamioiduilla alustoilla.

Samalla kun akuutit toimenpiteet krääsätalouden rajoittamiseksi ovat tärkeitä, tulee tunnistaa, että **rajoitusten kohdentaminen tämän hetken suurimmille toimijoille on vain lyhytaikainen ratkaisu, ja toimenpiteitä tulee tarkastella myös osana laajempaa kokonaisuutta:** kulutuskulttuurin muutos pois krääsätaloudesta edellyttää vastuullisen ja kiertotalouden mukaisen tuotannon tukemista, tuotteiden korjattavuuden ja pitkäikäisyyden edistämistä (ml. varaosien ja korjauspalveluiden saatavuus) sekä ylikulutuksen hillintää, mukaan lukien sosiaalisen median ja mainonnan sääntely.

Samalla kun verkkoalustojen kautta tapahtuvaa halpatuontia torjutaan, tulisi siis puuttua **kulutuskeskeistä elämäntapaa ylläpitäviin eriarvoistaviin rakenteisiin.** Ihmisillä tulisi olla krääsäkaupan tilalla muita mahdollisuuksia hankkia välttämättömiä ja tarpeellisia tavaroita sekä sellaiset yhteiskunnalliset olosuhteet, joissa täysivaltainen kansalaisuus ei määrity materiaalisen kulutuksen kautta. Tästäkin näkökulmasta aloite on tärkeä: siitä käyty keskustelu ja varsinkin sen seurauksena mahdollisesti toteutettavat politiikkatoimet välittävät parhaimmillaan laajemman viestin, jossa materiaalinen ylikulutus nähdään ongelmallisena ja sen ratkaisemiseksi toteutetaan konkreettisia toimenpiteitä.

[6] Tulli (2026) EU:n ulkopuolinen etämyynti
[7] Berninger ym. (2024) Tavaroiden korjauspalveluiden laajentamisen potentiaali, hyödyt ja ohjauskeinot : REPAIRED-hankkeen loppuraportti. Valtioneuvoston kanslia.

Halpaverkkokaupan osaltaan ruokkimaan ylikulutukseen kytkeytyy myös tavaran **kertakäyttöistymisen** ongelma, joka niin ikään on voimistunut vuosien saatossa**.** Heikompilaatuisia tuotteita ostetaan lähtökohtaisesti ajatuksella, että ne eivät tule kestämään: niitä voidaan tästä syystä esimerkiksi ostaa useampia kerralla tai vain yhtä käyttökertaa varten. Ajattelutapa yhdistettynä pitkiin toimitusketjuihin, lentorahtiin ja päästöintensiiviseen pakettilogistiikkaan johtaa siihen, että tuotteiden ympäristövaikutukset kasvavat. Myös kierrätysjärjestelmät kuormittuvat. Ultrahalpa tarjonta heikentää käytettyjen tuotteiden markkinoita, entisestään kannustaen kertakäyttökulttuuriin. **Kulutuksen ohjaaminen pois krääsästä ja ylikulutuksesta edellyttää kohdennettuja politiikkatoimia:** kuljetusten hinnoittelulla, erillismaksuilla lentorahdille, käsittelymaksuilla ja muilla mahdollisilla ympäristövaikutusten hinnoittelulla voidaan ostamista ohjata harkitumpaan ja ympäristövaikutukset tunnistavaan suuntaan.

Sosiaalisesti kestävän ja eettisen kuluttamisen näkökulmasta ongelmallista on, että kuluttajalla ei ole mahdollisuutta tarkastaa tuotteen alkuperää. Halpatuotteet valmistetaan usein oloissa, joissa työntekijöiden oikeuksia tai turvallisuutta rikotaan. Aloitteen ehdottamat toimenpiteet nostavat myös nämä kysymykset julkiseen keskusteluun, korostaen vastuullisuuskysymysten merkitystä suomalaisessa kulutuskulttuurissa.

Tutkimustarpeita kuluttajanäkökulmasta

Kuten kansalaisaloitteesta ja siitä käydystä keskustelusta käy ilmi, on ulkomaisten halpaverkkokauppojen käytöstä varsin vähän tutkittua tietoa. Koska on epätodennäköistä, että ongelma poistuu kokonaan kansalaisaloitteessa ehdotetuilla toimilla, **aihetta koskeva tuleva päätöksenteko kaipaa taustakseen lisää tutkimusta** siitä, mitä alustoilta ostetaan, miksi, ja miten käytännöt vaihtelevat kuluttajaryhmittäin.

Lisäksi olisi tärkeää selvittää, millaisia realistisia vaihtoehtoja pienituloisilla kotitalouksilla on hankkia välttämättömiä hyödykkeitä ilman halpatuontia, ja toisaalta miksi halpaverkkokauppa kaikista tunnistetuista riskeistä huolimatta kasvattaa suosiotaan myös niiden kuluttajien keskuudessa, joilla olisi mahdollisuuksia valita toisin. **Ymmärrys halpaverkkokaupan käytöstä kuluttajanäkökulmasta voisi tarjota myös lisäkeinoja krääsätalouden hillintään.**

Kestävän kulutuksen näkökulmasta olisi arvokasta jatkaa tutkimusta siitä, miten **kulutukseen liittyviä sosiaalisia normeja** voitaisiin muuttaa vähemmän kaupalliseen suuntaan, jotta kiihtyvää ylikulutusta saataisiin hillittyä. Erilaisten kokeilujen avulla voitaisiin haastaa esimerkiksi pukeutumiseen tai teknologiaan liittyviä normeja työpaikoilla, kouluissa ja vapaa-ajan yhteisöissä.