

Jenni Hulmi

KULUTTAJA-ASIAKKAIDEN SUHTAUTUMINEN
SÄHKÖN PUHELINMYYNTIIN

Liiketalouden koulutusohjelma
2016

KULUTTAJA-ASIAKKAIDEN SUHTAUTUMINEN SÄHKÖN PUHELINMYyntIIN

Hulmi, Jenni
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Toukokuu, 2016
Ohjaaja: Lehtinen, Hannele
Sivumäärä: 35
Liitteitä: 1

Asiasanat: puhelinmyynti, sähkömarkkinat, sähkö sopimukset, energiayhtiö

Tämä opinnäytetyö laadittiin toimeksiantona energiayhtiö Sallila Energia Oy:lle. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, mitä mieltä sen asiakkaat ovat sähkön puhelinmyynnistä ja millaisena he kokevat puhelinmyynnin sähkömyyntitapana. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä myyntikanavaa Sallila Energia Oy:n asiakkaat haluaisivat käyttää sähkön myyntisopimusten solmimisessa. Teoriaosuudessa käsiteltiin pääosin etämyyntitapoja, sähkön kuluttajamarkkinoita ja -myyntiä.

Työssä käytettiin määrällistä tutkimusmenetelmää. Työn aineiston keräämiseksi lähetettiin toimeksiantajan 485 asiakkaalle kysely, osalle sähköisenä e-lomakkeena ja osalle paperisena kyselylomakkeena. Vastajat valittiin satunnaisotannalla asiakashallintajärjestelmän asiakkaista, kyselyyn heistä vastasi 33,6 %.

Opinnäytetyön tuloksena todettiin, että toimeksiantajan asiakkaat eivät halua tehdä kauppaa sähkömyyntisopimuksesta puhelinmyynnin kautta. Asiakkaat haluaisivat solmia sähkömyyntisopimuksen siten, että se tulee heille perinteisen postin välityksellä paperisena versiona. Tulokseksi saatiin myös kehitysehdotus siitä, että toimeksiantaja lisäisi yrityksensä kotisivuille asiakkailleen mahdollisuuden tutustua yrityksensä kaikkiin sähkömyyntisopimuksiin.

CONSUMER CUSTOMERS ATTITUDE TOWARDS TELEMARKETING OF ELECTRICITY

Hulmi, Jenni

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business Administration

May 2016

Supervisor: Lehtinen, Hannele

Number of pages: 35

Appendices: 1

Keywords: telemarketing, electricity market, electricity supply agreements, Energy Company

This study was composed as order of energy Company called Sallila Energy Ltd. The purpose of this study was to find out what Sallila Energy Ltd.'s customers think about telemarketing of electricity and how they see the telemarketing of electricity as a habit. The objective of this study was to find out what sale channels Sallila Energy Ltd.'s customers prefer to use when they are signing the electricity supply agreement. The theoretical part focused mainly on remote sale customs and the electricity consumer market and sales.

The quantitative research method was used in this study. The customer survey was sent to 485 customers of Sallila Energy Ltd. Part of the surveys was sent by using an electronic e-form and other part as paper copy of the questionnaire. The respondents were selected at random from customer management system customers. 33.6 % of them responded in time.

Result of this study pointed out that the customers of Sallila Energy Ltd do not want to do electricity supply agreement through telemarketing. Customers would like to make electricity supply agreement by using a traditional paper version. Which should be sent to them by mail. Sallila Energy Ltd received development proposal through this survey too. Proposal suggestion was to disclose all the electricity supply agreements in company's web site for all the customers to see.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TUTKIMUSMENETELMÄT	7
2.1	Opinnäytetyön tavoite ja tutkimuskysymykset.....	7
2.2	Tutkimusmenetelmä ja aineiston kerääminen	7
3	SALLILA ENERGIA OY	9
4	SÄHKÖN KULUTTAJAMARKKINAT.....	9
4.1	Sähkön myyntiyhtiöt Suomessa.....	9
4.2	Kuluttaja-asiakkaan sähkön kilpailuttaminen.....	11
4.2.1	Sähkön myyntisopimukset.....	15
5	SÄHKÖN KULUTTAJAMYYNTI.....	17
5.1	Sähkönmyynnin kilpailutukseen liittyvät kuluttajanoikeudet	17
5.2	Sähkönmyyntitavat kuluttaja-asiakkaille	18
5.2.1	Sähkön puhelinmyynti.....	19
5.2.2	Sähkön puhelinmyynnin säännökset.....	21
5.3	Sähkön puhelinmyynnin kuluttaja-asiakkaat.....	22
5.3.1	Asiakuuteen vaikuttavat tekijät.....	23
5.3.2	Asiakkaiden suhtautuminen puhelinmyyntiin	25
6	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	29
	LÄHTEET	34
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Sähkö on yksi kuluttajan tärkeimmistä kulutushyödykkeistä ja niin itsestään selvä asia, että sen olemassaolo huomataan vasta sitten, kun se puuttuu kokonaan käytöstä. Ja ennen kaikkea kuluttaja ajattelee, että sähköä pitää olla – saadakseen ladattua älypuhelimien ja keitettyä aamukahvin. Tätä varten kuluttajilla tulee olla paikallisen, monopoliasemassa toimivan verkkoyhtiön kanssa solmittuna sopimus sähkönsiirrosta eli verkkopalvelusta, sekä sähköntuotantomaksu valitsemansa sähköntuotannon kanssa. Mutta sopimuksen tekeminen ja sähköntuotannon ostaminen eivät olekaan kuluttajan mielestä kovin helppoja asioita, kuten eräs suomalainen sähköntuotantaja toteaa: *"Sähköntuotannon ostaminen on yhtä painajaisista."*

"Sähkö on monimutkainen tuote myytäväksi puhelimitse. Vaatii myyjältä suurta tarkkuutta, että kaikki asiat tulevat esille niin, että kuluttaja varmasti ymmärtää." Näin sanoo Kilpailu- ja kuluttajaviraston lakimies Jukka Kaakkola Kuopion Energian www-sivuilla olevassa artikkelissa vuonna 2014, ja tukee sanoillaan Energiateollisuuden kirjaamia menettelyohjeita. Näiden mukaan asiakkaiden kanssa on aina selvitettävä asiat siten, ettei sopimuksen syntymiseen, voimassaolo- tai muihin ehtoihin jää kummallekaan osapuolelle epäselvyyttä. Tämä on haastavaa, sillä usein kuluttajat eivät aina ymmärrä edes sähköntuotantomaksun ja sähkönsiirtosopimuksen eroa.

Jokaisella kuluttajalla on yleensä sähköntuotannon suhteen ensimmäisenä ajatuksissa, että sähköä pitää saada mahdollisimman edullisesti, mutta sen kilpailuttaminen on hankalaa. *"Mistä ihmeestä tiedän, mahtaako "käyttöpaikan" mittauksella olla yleissähkö, aikasähkö vai kausisähkö? Puhumattakaan siitä, mikä talon pääsulakkeen koko saattaisi olla."* Varmasti moni muukin mietti tämän toisen suomalaisen sähköntuotantajan tavalla tätä kysymystä, kun sähköntuotannon hinta ja sen kilpailuttaminen nousevat mieleen ja ajankohtaisiksi. Kuluttaja voi myös kuulla, että jonkun tutun mielestä kilpailutus on vaivatonta ja sen pystyy tekemään kätevästi vaikka Internetin välityksellä. Joku saattaa myös joutua sähköntuotannon puhelinmyyjien soittolistalle ja heistä tuntuu, että heille tarjotaan jopa viikoittain markkinoiden edullisinta sähköä. Näissä puheluissa myyjä tiedustelee sähköntuotannon tariffia, vuosikulutusta, nykyisiä hintoja ja lisäksi kertoo, kuinka halpaa sähkö on ollut ja kuinka se vain halpenee koko ajan. Osa näistä markkinoilla

olevista sähkönmyyjistä harrastaakin hyvin aktiivista puhelinmyyntiä, toiset taas hyvin aggressiivista. Valitettavan usein asiakkaita harhaanjohtavien myyjien taktiikka on hyvin aggressiivista.

Toimivien sähkönmyyntimarkkinoiden tarkoitus on lisätä toimialan kilpailua ja pitää sähkön myyntihinnat asiakkaille kohtuullisina. Terve kilpailu ja puhelinmyynti ovat niin toimialan kuin asiakkaidenkin etu, mutta on todettava, että sähkönmyyntimarkkinoilla on myös asiakasta tietoisesti harhaanjohtavaa toimintaa. Sähköntoimittajan vaihtamisen tulisi olla kuluttajille vaivatonta ja luotettavaa, jotta se kannustaisi kuluttajia vertailemaan ja vaihtamaan sähkönmyyjä.

Tämän opinnäytetyön aihe nousi opinnäytetyön laatijan työpaikalta ja tämän opinnäytetyön toimeksiantajalta, Sallila Energia Oy:stä, jossa on viime aikoina pohdittu nimenomaan myynnin tärkeyttä. Opinnäytetyössä pyritään selvittämään, millaisia sähkönmyyntisopimuksia kuluttajien on mahdollista solmia, ja kuinka asiakas voi kilpailuttaa sähkönmyyntisopimuksensa sekä millaisena kuluttaja-asiakkaat kokevat sähkön puhelinmyynnin. Lisäksi opinnäytetyössä pyritään selvittämään, mitä myyntikanavia asiakkaat haluaisivat Sallila Energia Oy:ssä tulevaisuudessa mieluiten käyttää.

2 TUTKIMUSMENETELMÄT

2.1 Opinnäytetyön tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tarkastella sähkön kuluttajamyyntiä. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten sähkön kuluttaja-asiakkaat suhtautuvat puhelinmyyntiin. Tavoitteena on myös selvittää, millainen sähkön myyntitapa olisi kuluttaja-asiakkaiden mielestä paras sähkön myyntitapa.

Opinnäytetyön tavoitteisiin pyritään seuraavien tutkimuskysymyksiä avulla:

- 1) Miten sähkön kuluttajamarkkinat toimivat Suomessa?
- 2) Miten sähkön kuluttajamyynnin kilpailuttaminen tapahtuu sähkön kuluttajamarkkinoilla?
- 3) Mitkä ovat kuluttajan oikeuksia sähkönmyynnin kilpailuttamisessa?
- 4) Millaista on sähkön puhelinmyynti kuluttaja-asiakkaille?
- 5) Mitkä asiat vaikuttavat kuluttaja-asiakkaan sähkönmyyjän valintaan?
- 6) Miten Sallila Energia Oy:n kuluttaja-asiakkaat suhtautuvat puhelinmyyntiin?

2.2 Tutkimusmenetelmä ja aineiston kerääminen

Tutkimusongelman laatu vaikuttaa olennaisesti siihen, valitaanko opinnäytetyöhön kvalitatiivinen vai kvantitatiivinen lähestymistapa. Koska tässä opinnäytetyössä haluttiin tuottaa numeerista tietoa, kuten prosentteja ja jakaumia, niin tutkimusotteeksi valittiin kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Määrällisessä tutkimuksessa tutkitaan asioita, joista halutaan tietoa yleisellä tasolla. (Vilka 2007, 13–14.)

Aineisto tähän opinnäytetyöhön kerättiin sekä e-lomakkeella että paperisella kyselylomakkeella. Myöhemmin tässä opinnäytetyössä näitä kahta kyselylomaketta käsitellään ja niiden aineistoa tulkitaan yhtenä kyselynä.

Kyselyn kohderyhmäksi valittiin sellaiset Sallila Energia Oy:n asiakkaat jotka ovat kilpailuttaneet sähkönmyyntisopimuksensa ja olivat olleet Sallila Energia Oy:n asi-

akkaita tai heillä oli Sallila Energia Oy:n kanssa jo olemassa oleva määräaikainen sähkönmyyntisopimus. Asiakkaille lähetettiin täsmälleen samanlaiset kyselylomakkeet eli kysymysten järjestys ja sisältö oli kaikille vastaajille sama. Tämän avulla haluttiin säästää aineiston analysoinnissa aikaa ja helpottaa aineiston muuttamista tallennettavaan muotoon ja vastausten analysoimista. Kyselylomake laadittiin riittävän lyhyeksi, jotta siihen vastaamiseen ei kuluisi aikaa yli 15 minuuttia. (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2009, 87–88.)

Opinnäytetyön kyselylomakkeeseen haluttiin sisällyttää useampi taustamuuttuja, jotta saatiin mahdollisuus laajempaan analysointiin. Taustamuuttujina käytettiin ikää, sukupuolta, asuinpaikkakuntaa, asuinmuotoa ja lämmitysmuotoa Kyselylomakkeen kysymyksiä räätälöitiin vastaamaan opinnäytetyön tutkimusaihetta, jotta saataisiin selville asiakkaiden mielipide ajankohtaisesta asiasta eli suhtautumisesta puhelinyntiin. Kyselylomakkeessa vastaajille esitettiin osassa kysymyksiä valmiita vastausvaihtoehtoja monivalintakysymyksinä ja osa lomakkeen kysymyksistä jätettiin avoimiksi, jotta vastaajat saivat perusteltua antamansa vastauksen vapaasti. (Vilka 2007, 13–14.) Kyselylomakkeen on oltava selkeä ja looginen ja kysymysten yksiselitteisiä ja riittävän yksinkertaisia. (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2009, 87–88.) Kysymykset viimeisteltiin yhteistyössä Sallila Energia Oy:n myyntiosaston henkilökunnan kanssa.

E-lomakkeen linkki lähetettiin valikoidulle asiakasryhmälle, jonka sähköpostiosoitteet saatiin toimeksiantajan asiakashallintajärjestelmästä. E-lomakkeita lähetettiin niille asiakkaille, joille asiakkuushallintajärjestelmässä oli sähköpostiosoite, eli 164 asiakkaalle. Näille asiakkaille lähetettiin sähköposti 13.4.2016. Virheellisiä sähköpostiosoitteita otannassa oli 13 kappaletta ja nämä sähköpostit palautuivat opinnäytetyön tekijän sähköpostitilille virheellisinä posteinä. Paperisia kyselylomakkeita lähetettiin postitse asiakashallintajärjestelmästä saadulle 321 asiakkaalle, joilla ei ollut sähköpostiosoitetta. Paperisena palautettujen kyselylomakkeiden vastaukset syötettiin Internetissä olevalle E-lomakkeelle helpommin toteutettavan analysoinnin vuoksi. Kaiken kaikkiaan kysely lähetettiin siis 485 asiakkaalle. Muistutuksia kyselylomakkeeseen vastaamisesta ei valikoidulle asiakasryhmälle lähetetty, koska kyselylomakkeen vastausaika oli määritelty kymmeneksi päiväksi, joka oli aikataulullisesti

maksimi aika eikä nähty tarpeelliseksi enää vastaajia muistutella siihen vastaamisesta.

Opinnäytetyön kyselystä saadun aineiston tulkintaa käytetään lähes läpi koko työn. Empiirisen kyselyn aineistosta valittuja näytteitä eli vastaajien esimerkkilauseita käytetään teorian tukena, ja samalla myös teoria tukee empiriaa ja aineiston tulkintaa.

3 SALLILA ENERGIA OY

Sallila Energia on konserni, joka koostuu neljästä eri yhtiöstä. Konsernin emoyhtiö on Sallila Energia Oy, sen sataprosenttisesti omistamat tytäryhtiöt ovat Sallila Sähköasennus Oy, Sallila Sähkönsiirto Oy ja Kiinteistö Oy Huittisten Linnaherrankatu. Sallila Energia Oy:n päätoimialana on energialiiketoiminta eli yhtiö vastaa sähkön hankinnasta ja myynnistä. Yhtiön tarvitsema sähkö hankitaan Paneliassa sijaitsevan Satapirkan Sähkö Oy:n kautta ja lisäksi osa hankittavasta sähköstä pystytään tuottamaan omissa voimalaitoksissa. Emoyhtiö vastaa lisäksi konsernin asiakaspalvelusta, neuvontapalveluista ja markkinoinnista sekä konsernin talous- ja tietohallinnosta. (Sallila Energia Oy:n www-sivut 2016.)

Sallila Energia Oy:n pääkonttori sijaitsee Alastarolla, ja vuoden 2015 lopussa toistaiseksi voimassa olevia työsuheteita yhtiössä oli 20. Sallilan Sähkölaitos Oy:n perustava kokous pidettiin 22.9.1914 Alastarolla. Yhtiö juhli 100-vuotista yritystoimintaansa kaksi vuotta sitten. (Sallila Yhtiöiden vuosikertomus 2015, 6, 12.)

4 SÄHKÖN KULUTTAJAMARKKINAT

4.1 Sähkön myyntiyhtiöt Suomessa

Kuluttajat ostavat sähkönsä sähkövähittäismyyjiltä ja paikalliset jakeluverkonhaltijat toimivat sähkön siirtäjänä kuluttajille omilla toimialueillaan. (Energiavirasto,

2015.) Suomessa vuonna 2014 sähkön myyntiyhtiöitä oli 74 kpl. Suurin osa nykyisistä sähkövähittäismyyjistä on aiemmin paikallisessa monopoli-asemassa toimineita sähköyhtiöitä, mutta sähkömarkkinoiden avauduttua on markkinoille tullut myös jakeluverkonhaltijoista riippumattomia sähkömyyjiä. (Energiateollisuuden www-sivut 2016.)

Sähkömarkkinoiden toimintaa Suomessa säätelevät sähkömarkkinalaki (588/2013), valtioneuvoston asetus sähkömarkkinoista (65/2009), laki Energiavirastosta (870/2013), valtioneuvoston ja työ- ja elinkeinoministeriön päätökset ja asetukset sekä Euroopan Unionin asetukset ja direktiivit. (Leivo 2014, 5.)

Kuluttajille toimittamansa energian sähkövähittäismyyjät hankkivat sähköpörssistä, tuottavat itse tai ostavat kahden välisillä sopimuksilla. Sähkön vähittäismyyjäksi alkaminen on kohtalaisen yksinkertaista Suomessa. Esimerkiksi toimilupaa myyntitoimintaa harjoittavalta yritykseltä ei vaadita. Myyjän tulee vain hankkia osapuolittunnus ja solmia sopimus yhtiön kanssa, joka voi toimia tasevastaavana. Lisäksi edellytetään, että myyntiyhtiö pystyy osallistumaan sähkömarkkinoiden toimintaan olennaisesti liittyvään tiedonvaihtoon. (Energiateollisuuden www-sivut 2016.)

Pienten sähkökäyttäjien etujen turvaamiseksi vähittäismyyjällä, jolla on jakeluverkonhaltijan vastuualueella suurin markkinaosuus, on sähkön toimitusvelvollisuus. Tämä tarkoittaa sitä, että myyjän on toimitettava sen toimitusvelvollisuusalueeseen kuuluvan asiakkaan pyytäessä sähköä kohtuulliseen hintaan. Toimitusvelvollisuuden piiriin kuuluvat sähköenergian myyntihinnat ja -ehdot ovat julkisia ja löytyvät esimerkiksi yhtiön Internet-sivuilta. (Energiateollisuuden www-sivut 2016.)

Sallila Energia Oy toimii Sallila Sähkönsiirto Oy:n jakelualueen toimitusvelvollisena sähkömyyjänä. Sallila Sähkönsiirto Oy:n jakelualueeseen kuuluvat Huittinen, Loimaa, Punkalaidun, Alastaro, Vampula ja Ypäjä. (Sallila Energia Oy:n www-sivut 2016.) Tämän opinnäytetyön kyselyyn eniten näiltä jakelualueelta vastauksia tuli Loimaalta, 31,9 %. Huittisista kyselylomakkeita palautui toiseksi eniten eli 23,9 %.

Suomessa käytettävästä sähköstä osa tuotetaan suomalaisissa voimalaitoksissa ja osa tuodaan Ruotsista, Norjasta, Virossa ja Venäjältä. (Energiaviraston www-sivut 2016.)

Suomi on maailman ensimmäisiä maita, joissa lähes jokaisessa kodissa on etäluettava sähkömittari. Tämän etäluennan ansiosta pystytään sähkökulutus yksilöimään tunnin tarkkuudella ja sähköyhtiö pystyy laskuttamaan täsmällisemmin toteutuneen kulutuksen mukaan. (Sähköturvallisuuden Edistämiskeskus ry:n www-sivut 2016.) Sähköyhtiö voi halutessaan tarjota asiakkailleen mahdollisuuden seurata energian käyttöään jopa tunnin tarkkuudella jonkinlaisessa seurantapalvelussaan. Sallila Energia Oy:n asiakkaille on mahdollisuus Online-palvelun kautta seurata omaa sähkönkulutustaan sekä selailta esimerkiksi sähkölaskujaan. Omaan sähkönkulutukseensa voi palvelussa pureutua tunti-, päivä-, viikko-, kuukausi- ja vuositasolla ja käyttötietojen karttuessa niitä voi myös vertailla eri vuosien välillä. (Sallila Energia Oy:n www-sivut 2016.)

Se, että voi alkaa käyttämään sähköä, edellyttää kuluttajalta sähkön verkkosopimuksen lisäksi yhden ja vain yhden myyjän kanssa tehdyn sähkön myyntisopimuksen voimassa oloa samaan kulutuskohteeseen. (Verkkopalveluehdot VPE 2014, 2016.)

4.2 Kuluttaja-asiakkaan sähkön kilpailuttaminen

Suomessa kilpailutuksen vapauttaminen toteutettiin portaitaisesti siten, että ensimmäisessä vaiheessa sähkökilpailuttaminen oli mahdollista suurille yli 500 kW asiakkaille. Vuoden 1997 alusta tehoraja poistettiin ja kilpailun piiriin tulivat kaikki sähkön käyttäjät. Pienimmät sähkön käyttäjät pääsivät kilpailun piiriin kuitenkin vasta syksyllä 1998. (Kauniskangas 2011, 6.)

Kuluttajan sähkölasku muodostuu sähkönsiirtolaskusta, energian käytöstä perittävästä laskusta sekä veroista. Sähkönkuluttajalla on mahdollisuus kilpailuttaa laskustaan käyttämänsä sähköenergian osuus sekä vaikuttaa maksamansa sähkön alkuperään. Kuluttaja voi ostaa siis sähkönsä ilman lisäkustannuksia miltä tahansa sähkönmyyjältä tämän maantieteellisestä sijainnista riippumatta. Kilpailutettava osuus sähkön kokonaishinnasta vastaa noin 40 %:a sähkölaskusta. (Voimatori yhtiöiden www-sivut 2016.)



Kuvio 1. Sähkön hinnan muodostuminen (Energiaviraston www-sivut 2016.)

Sähkösopimuksen kilpailuttamisella kuluttaja voi säästää kymmeniä ja jopa satoja euroja sähkölaskussaan, koska tällä hetkellä listahinnan ja tarjoushinnan välinen ero on kuluvan vuosituhannen korkeimmalla tasolla. Asiakas voi joko itse olla aktiivinen ja ottaa yhteyttä eri energiayhtiöihin pyytäkseen tarjouksia sähkönmyyntisopimuksista tai asiakas voi esimerkiksi vertailla eri sähkönmyyntisopimustuotteita Internetissä. Energiavirasto ylläpitää omaa hintatietopalveluaan www.sahkonhint.fi, joka on maksuton ja puolueeton palvelu. Palvelu on helppo työkalu hintavertailun tekemiseen. Kilpailuttajan tulee vain antaa palveluun tarvittavat tiedot, jotka löytyvät vanhasta sähkölaskusta (sähkönkäyttöpaikan postinumero, sähkönsiirtoyhtiö, siirtotariffi, mittaustapa ja vuosikulutusarvio), tämän jälkeen pystyy valitsemaan haluamansa sopimustyyppin. Tämä tarkoittaa sitä, millaisen sopimuksen haluaa sähkönmyyjän kanssa solmia; toistaiseksi voimassaolevan, määräaikaisen vai sähköenergian pörssihintaan perustuvan sopimuksen. Tämän jälkeen palvelu antaa näkyville vertailun tulokset. Hakutuloksena saa listan sähkönmyyjistä ja sähkötuotteista hintoineen. Haku antaa vastaavalla vuotuisella sähkönkulutuksella edullisuusjärjestyksessä vuotuiset sähkökustannukset euroa/vuosi ja keskihinnan senttiä/kWh. Klikkaamalla tuotenimeä pääsee katsomaan tarkemmat tuotetiedot; tuotteen tariffirakenteen: perusmaksun (euroa/vuosi) ja kulutusmaksun (senttiä/kWh). Tuotetiedoissa on myös tarkka tuoteseloste yhtiön sähköntuotannon alkuperästä. Sähkömarkkinalaki on velvoittanut sähkönmyyjä ilmoittamaan Energiaviraston hintavertailupalveluun tarjoamiensa tuotteiden hinnat ja sopimusehdot. Näin ollen sivustolta löytyy kattavat hintatilastot. (Energiaviraston [www-sivut](http://www.sivut) 2016.)

Yhteensä €/vuosi	Keskiahinta snt/kWh	Myyjän sähkön alkuperä	Lisätietoja	Tarjouksen päättymispäivä	Sopimuksen päättymispäivä
714,60	3,97			Voimassa toistaiseksi	30.11.2016
716,40	3,98			Voimassa toistaiseksi	
729,00	4,05			Voimassa toistaiseksi	
730,08	4,06			Voimassa toistaiseksi	
763,20	4,24			31.12.2016	
766,20	4,26			Voimassa toistaiseksi	31.8.2017
772,20	4,29			Voimassa toistaiseksi	31.3.2018

Kuvio 2. Muokattu esimerkki Energiaviraston sähkön hintavertailun tuloksista (Sähkön hintavertailu 2016)

Energiavirasto on kerännyt vuodesta 2007 alkaen myyjänvaihtotietoja jakeluverkonhaltijoilta. Vuonna 2014 noin 10 % sähkönkäyttäjistä vaihtoi sähkönmyyjäänsä. Kuvio 3 on Energiaviraston keräämä taulukko myyjänvaihtomääristä vuosilta 2006–2014.

	< 10 000 kWh/v.	> 10 000 kWh/v.	Max 3x63A	>3x63A	Yhteensä
2006	3,1 %	7,7 %	3,8 %	7,7 %	4,2 %
2007	3,0 %	6,8 %	3,3 %	8,0 %	4,0 %
2008	3,4 %	5,6 %	2,8 %	6,2 %	4,4 %
2009	7,2 %	10,9 %	5,1 %	11,6 %	8,1 %
2010	8,0 %	10,5 %	4,8 %	12,6 %	7,6 %
2011	7,0 %	11,7 %	4,7 %	14,1 %	7,6 %
2012	6,6 %	9,6 %	4,1 %	13,0 %	7,6 %
2013	10,2 %	12,7 %	3,1 %	18,0 %	10,1 %
2014	11,8 %	11,2 %	2,4 %	12,9 %	9,8 %

Kuvio 3. Sähkön myyjää vaihtaneet asiakkaat (National report 2015)

Sähkön myyntiyhtiön asiakas on voinut neuvotella myös uuden jatkosopimuksen nykyisen myyjänsä kanssa. Myös tämä voitaisiin laskea myyjää vaihtaneisiin asiakkaisiin. Näistä asiakkaista ei kuitenkaan ole pidetty minkäänlaista tilastoa Energiaviraston toimesta. (National report 2015.)

Sähkönmyyjän vaihtaminen on ilmaista. Asiakkaan tulee vain solmia sähkönmyyntisopimus haluamansa sähkönmyyjän kanssa. Uusi myyjä yleensä hoitaa vanhan sopi-

muksen irtisanomisen. Tässä yhteydessä tulee selvittää, onko nykyinen sopimus määräaikainen vai toistaiseksi voimassa oleva. Sähkösovimuksen määräaikaaisuuden voi asiakas selvittää joko nykyiseltä sähkömyyjältään tai sähkölaskustaan. Energiavirasto on antanut vuonna 2014 määräyksen, että sähkövähittäismyyjän on esitettävä laskussa loppukäyttäjälle tieto sopimuksen voimassaoloajasta 1.1.2015 alkaen. (Energiaviraston määräys sähkön... 2014.)

Sähkömyyjän vaihtamisen yhteydessä joudutaan yleensä suorittamaan ylimääräinen mittarinluku. Mittarinluvusta vastaa edelleenkin paikallinen jakeluverkonhaltija. Kun edellisestä sähkömyyjän vaihtamisesta on kulunut vähintään vuosi, verkonhaltija ei saa sähkömarkkinalain mukaan periä erillistä maksua sähkömyyjän vaihtamisen yhteydessä tapahtuvasta mittalaitteen lukemisesta. Muitakaan kuluja ei saa siis aiheutua myyjän vaihtamisesta. Näkyvin muutos myyjän vaihtamisessa on, että vaihdoksen jälkeen sähkölasku jakautuu kahdeksi. Paikallinen verkkoyhtiö lähettää jatkossa laskun pelkästä siirrosta ja uusi myyjä lähettää laskun kulutetusta sähköenergiasta. Muutoin sähkömyyjän vaihtamista ei käytännössä huomaa mitenkään. Sähköjake luun ei tule katkosta ja sähkö on yhtä laadukasta kuin ennenkin. (Energiaviraston www-sivut, 2016.)

Kyselyn aineistosta on havaittavissa, kuinka kuluttajat eivät aina ymmärrä sitä, miten sähkömyyntisopimuksen kilpailuttaminen käytännössä tapahtuu. Kuluttaja saattaa sekoittaa sähkömyyntisopimuksen ja sähköverkkosopimuksen keskenään. Kuluttajan tulee muistaa, että sähkönsiirtoyhtiö ei vaihdu koskaan. Kuluttaja voi vaihtaa sähkömyyjää, jonka kanssa kuluttaja tekee sähkömyyntisopimuksen. Seuraavassa näytteessä sopimuksen kilpailuttamisen epäselvyyteen liittyvä esimerkki:

"Sallila ainut lähellä. Kallis mutta pakko! Ottaa joka tapauksessa siirron + verot vaikka sähkön ottaisi muualta. Itse otan sähkön toiselta onpahan nekin eurot pois Sallilalta. Kyllästynyt Sallilan "monopoliin". (Hinnaltaan n. muutama euron halvempi kuitenkin)".

Edellisessä esimerkissä kuluttaja ei siis erota sähköverkkosopimuksen eroa sähkömyyntisopimuksista. Sähkönsiirtoyhtiö, joka siirtää sähköä, toimii paikallisesti omalla jakelualueellaan ja pysyy aina samana. Paikallinen sähköverkkoyhtiö on rakennuttanut

jakeluverkon alueelle ja toimii monopolina alueellaan. Sähkönsiirrolla verkkoyhtiöt rahoittavat sähkönjakelun ja verkon ylläpitoon liittyvät kustannukset, myös esimerkiksi ilmakaapeloinnin muutokset maakaapeloinniksi ja myrskyvahinkojen korjaukset. (Energiaviraston www-sivut 2016.)

4.2.1 Sähkön myyntisopimukset

Tällä hetkellä Suomessa suurimmalla osalla sähkönkäyttäjistä sähkönmyyntisopimus on toistaiseksi voimassa oleva sopimus, jossa myyjä voi muuttaa hintaa sähkömarkkinalain ja sopimusehtojen puitteissa ilmoittamalla siitä asiakkaalle vähintään kuukautta etukäteen. Jos asiakas haluaa sanoa sopimuksensa irti, on irtisanomisaika kaksi viikkoa. Jos taas sähkönmyyjä irtisanoo sopimuksen, on irtisanomisaika yksi kuukausi. Näissä sopimuksissa sähkön hinnoittelu seuraa useimmiten markkinahintoja, joten sähkön hinta voi sekä laskea, että nousta lyhyenkin ajan sisällä. (Kauniskangas 2011, 16.)

Toistaiseksi voimassa olevia sopimuksia ovat siis kaikki sopimukset, joissa ei ole sopimuksessa määriteltyä määräaikaa. Näin ollen sopimuksen voi kilpailuttaa uudestaan ilman rajoituksia. (Energiaviraston www-sivut 2016) Koska toistaiseksi voimassa olevalle sopimukselle ei ole määritelty mitään määräaikaa, voidaan toistaiseksi voimassa olevia sopimuksia tehdä vuoden aikana useampia.

Kuluttaja voi solmia sähkönmyyjänsä kanssa myös määräaikaisia ja kiinteähintaisia sopimuksia. Määräaikaisessa sopimuksessa sähkön hinta ei muutu sopimuskauden aikana eli markkinahinnat eivät vaikuta sopimuksen hintoihin. Määräaikaiseen sopimukseen ei voi tehdä sen sisällön kannalta oleellisia muutoksia sopimuksen voimassaoloaikana. Tämä sopimustyyppi sitoo myös asiakasta eli määräajan aikana ei asiakas voi tehdä toista sopimusta toisen sähkönmyyjän kanssa eikä sopimusta voi irtisanoa. Määräajan umpeuduttua sopimus jatkuu toistaiseksi voimassa olevana, jollei myyjän kanssa ole toisin sovittu sopimusehdoissa. Asiakkaan tulee itse varmistaa määräaikaisen sopimuksen päätyttyä, että saa edelleen halvimman mahdollisen hinnan sähkönmyyjältään. Yleensä nämä määräaikaiset sopimukset ovat yhden tai kahden vuoden mittaisia sopimuksia. Jos sopimus on kuitenkin tehty yli kaksi vuotta

kestäväksi sopimukseksi, on asiakkaalla kahden vuoden jälkeen oikeus irtisanoa sopimus kahden viikon irtisanomisajalla. (Energiaviraston www-sivut 2016.) Määräaikaisen sopimuksen hyvä puoli on esimerkiksi se, että asiakkaan ei tarvitse seurata sopimuskauden aikana sähkön hinnan kehitystä. Sopimus voi osoittautua joko edulliseksi tai kalliiksi, riippuen sähkönhinnan yleisestä laskusta tai nousta: tämä ennustaminen on hankalaa. Esimerkiksi jos asiakas on solminut määräaikaisen kaksi vuotta kestävänsä sähkönmyyntisopimuksen loppuvuodesta vuonna 2014, on se huomattavasti kalliimpi kuin vuotta myöhemmin solmittu, koska tilastokeskuksen tilastoinnin mukaan Pohjoismaisen sähköpörssin hinnat ovat 2015 joulukuussa olleet 41 % alhaisemmat kuin vuotta aikaisemmin. (Suomen virallinen tilasto 2016.)

Lisäksi on olemassa sopimuksia, joissa sähköenergian hinta muuttuu jatkuvasti, tunneittain. Hinnoittelu tapahtuu siten, että Nord Pool Spotin Suomen aluehintaan lisätään arvonlisäveron (ALV 24 %) lisäksi sähkönmyyjän välityspalkkio eli marginaali, joka on yleensä 0,15–0,50 snt/kWh. (Sähkön hintavertailu. Energiavirasto 2016.) Tuotteen hinta perustuu pörssissä tunneittain muuttuviin tuntikohtaisiin energian hintoihin. Tästä aiheutuneista muutoksista ja tämän tuotteen luonteesta johtuen ei sähkönmyyjä ole velvollinen tiedottamaan asiakasta hintavaihteluista. Tällaiset sopimukset ovat yleensä toistaiseksi voimassa olevia ja yleistyneet omakotitaloissa asuvilla. Nämä omakotitalossa asuvat asiakkaat pystyvät ajoittamaan sähkönkäyttöään hinnaltaan halvempiin ajankohtiin, tämä lienee suosion syy. Tämän opinnäytetyön kyselyyn vastanneista 77,3 %:lla asumismuoto oli omakotitalo. (Köyliön-Säkylän Sähkö Oy:n www-sivut 2016.)

Seuraamalla hintoja ja säätelemällä energiankulutusta voi kuluttaja vaikuttaa sähkölaskuunsa. Säästö onnistuu leikkaamalla kulutusta kalleimmilla tunneilla ja siirtämällä kulutusta halvimmille tunneille. Sähköpörssin tuntikohtaisia hintoja voi seurata Fingridin sivuilta (suomenkielinen, vain toteutuneet hinnat) tai Nord Pool Spot:n sivuilta (englanninkielinen, näkyy myös seuraavan vuorokauden hinnat, FI on Suomen aluehinta, sivujen aikavyöhyke on CET eli esitettyt ajat ovat Keski-Euroopan ajassa). Parhaimmin seuranta onnistuu asentamalla älypuhelimeen ilmainen Tuntihintamobiilisovellus, joka näyttää hinnat kätevästi Suomen ajassa ja arvonlisäverollisena. (Köyliön-Säkylän Sähkö Oy:n www-sivut 2016.)

5 SÄHKÖN KULUTTAJAMYYNТИ

5.1 Sähkönmyynnin kilpailutukseen liittyvät kuluttajanoikeudet

Sähkönmyyntiä, markkinointia ja sopimuskäytäntöjä koskevat säädökset ja ohjeet löytyvät mm. kuluttajasuojalaista, Kuluttajaviraston ohjeista, Suoramarkkinointiliiton ohjeista, sähkömarkkinalaista sekä sähkönmyyntiehdoista (Sähkönmyyntiehdot 2014.) Kilpailu- ja kuluttajavirasto on taho, joka valvoo, ettei markkinoilla käytetä sopimattomia menettelytapoja ja kohtuuttomia sopimusehtoja. (Energiaviraston www-sivut 2016.)

Kuluttajansuojalaki turvaa ja vahvistaa kuluttajan asemaa yhteiskunnassa. Laki sisältää useita tiedonantovelvollisuutta koskevia säännöksiä. Koti- ja etämyyntiä koskeva 6 luku muuttui 13.6.2014. Suurin muutos lakiin tuli asiakkaan peruutusoikeuteen. Aikaisemmin asiakkaan 14 päivän peruutusoikeus katsottiin alkavaksi tilausvahvistuksen saapumishetkestä asiakkaalle, nyt lain mukaan 14 päivän peruutusoikeus lasketaan sopimuksen tekohetkestä alkaen. (Puhelinmyynti ei aina... 2014.)

Sähkömarkkinoita Suomessa säätelee sähkömarkkinalaki. Lain tarkoituksena on taata edellytykset luotettaville, tehokkaille ja kestäväen kehityksen mukaisesti toimiville alueellisille ja kansallisille sähkömarkkinoille sekä EU:n sähkön sisämarkkinoille niin, että loppukäyttäjän saaman sähkön toimitusvarmuus on hyvä ja sähkön hinta kilpailukykyinen. (Sähkömarkkinalaki 588/2013.)

Valtaosa sähkönmyyjistä soveltaa sähkönmyynnissään Energiateollisuus ry:n suosittelemia ehtoja. Nämä ehdot ovat osa sähkönkäyttäjän ja sähkönmyyjän välistä sähkönmyyntiä koskevaa sähkönmyyntisopimusta, jolla käyttäjä ostaa ja myyjä myy sähköenergiaa. (Sähkönmyyntiehdot 2014.) Euroopan komissio on määritellyt tarkistuslistan, josta löytyy vastaukset yleisimpiin sähkön ostoa koskeviin kysymyksiin. Tavoitteena on lisätä tietoa sähkömarkkinoiden toiminnasta sekä kuluttajan oikeuksista. Tarkistuslista löytyy Energiaviraston www-sivuilta.

5.2 Sähkönmyyntitavat kuluttaja-asiakkaille

Sähkönmyyntisopimus on mahdollista tehdä kirjallisesti, suullisesti tai sähköisesti. Kuluttaja voi tehdä sähkönsopimuksen esimerkiksi sähköyhtiön Internet-sivujen kautta. Sähköyhtiön Internet-sivuilla voi löytyä esimerkiksi yhteydenottolomake, jonka avulla kuluttaja voi pyytää tarjousta sähkömyyjältä tai kuluttaja voi heti tehdä sähkönsopimuksen suoraan sivujen kautta. Kuluttaja voi tehdä myös sopimuksen ottamalla yhteyttä puhelimitse sähköyhtiön asiakaspalveluun. Asiakaspalvelu on muuttunut merkittäväksi kilpailijoista erottautumisen keinoksi ja on yksi vahvimmista kilpailun keinoista. (Reinboth, 2008, 5.) Älykkäisiin asiakkuudenhoito- ja yhteystietopalveluihin erikoistunut Sentraali on teettänyt vuonna 2012 kyselyn, jonka tuloksena on voitu todeta, että palvelun laadulla on merkitystä asiakkaille. Jopa 77 % suomalaisista on vaihtanut palveluntarjoajaa tai lopettanut asiakassuhteen huonon palvelukokemuksen vuoksi. (Karjanmaa 2013.)

Kyselyaineiston mukaan jotkut asiakkaat haluavat puhelinmyynnin sijasta kirjallisen tarjouksen sähköpostiin tai postin kautta. Tämän avulla asiakkaan on helpompi tutustua rauhassa tarjoukseen, käydä läpi ehdot ja asiakkaalle jää tästä se vanha perinteinen allekirjoitettu mustaa valkoisella -paperi, johon varsinkin iäkkäämmät ihmiset ovat tottuneet. Tämä voidaan todeta erään vastaajan perustelusta, miksi hän haluaisi käyttää myyntikanavanaan perinteistä postin kautta lähetettyä paperista sopimusta:

"Haluan nähdä hinnat + sopimusehdot ja verrata niitä rauhassa kotona voimassa oleviin"

Osa puhelinmyyjistä ei lähetä kirjallista tarjousta, vaikka asiakas sitä pyytäisi. Usein käy niin, että he valitettavasti lähettävät asiakkaalle tilausvahvistuksen, jota voidaan luulla tarjoukseksi. Tällöin asiakkaan tulisi olla hyvin tarkkana. Vahvistus tulisi lukea tarkasti läpi ja toimia kuten vahvistuksessa kirjoitetaan.

On asiakkaita, jotka luottavat siihen, että henkilökohtainen käynti sähköyhtiössä on se varmin ja luotettavin keino saada paras mahdollinen sopimus sähkömyyjältään, kuten eräs kyselyyn vastanneista totesi:

"On mielekästä asioida ihmisen kanssa kasvotusten ja mieluiten tutun ja tietysti S-alan asiantuntijan, eikä VAIN jonkun "myyjän" kanssa ;)"

Asiakkaat luottavat siihen, että kun he käyvät henkilökohtaisesti yhtiössä, he saavat samalla kertaa vastaukset myös muihin kysymyksiin, jotka heidän mieltään sillä hetkellä askarruttavat. Samalla se lisää heidän luottamustaan siihen, ettei heitä ajeta harhaan. Asiakkaan ei tarvitse varata aikaa etukäteen, vaan hän voi vain tarvittaessa poiketa sähköyhtiön hoitamaan sopimusasioitaan tai vaikkapa tulla hakemaan vinkkejä tehokkaaseen energiankäyttöön. Jotkut energiayhtiöt ovatkin perustaneet asiakaspalvelupisteitään esimerkiksi isompiin kauppakeskuksiin.

5.2.1 Sähkön puhelinmyynti

Puhelinmyynti on hyvin suosittu myyntitapa yritysten keskuudessa. Tämä myyntimuoto on yleinen tänä päivänä ja sitä käytetään niin kuluttajamarkkinoinnissa kuin yritysmarkkinoinnissakin. Puhelimen välityksellä tehty myynti on yritykselle halvempaa ja nopeampaa kuin esimerkiksi postin kautta lähetetty paperinen mainoskirje. Lisäksi puhelimen välityksellä myyjän on mahdollista saada aikaiseksi enemmän kontakteja asiakkaisiin samassa ajassa kuin tapaamalla heitä kasvokkain. Teoriassa puhelimen avulla toteutettu myynti on tehokkaampaa kuin sähköpostin tai kirjepostin välityksellä toteutettu myynti ja markkinointi. (Alanen ym. 2005, 121.) Puhelinmyynti lasketaan etämyynniksi. Tällöin sopimus on syntynyt etäviestintä käyttämällä, eivätkä osapuolet ole olleet yhtä aikaa läsnä. Muita etäviestimiksi laskettavia ovat Internet, sähköposti, tekstiviesti, televisio, postimyynniluettelo, kuponki tai muu väline, jota voidaan käyttää sopimuksen tekemiseen. (Kilpailu- ja kuluttajaviraston www-sivut 2014.)

Tämän opinnäytetyön kyselyyn vastanneista oli 72 %:lle tarjottu sähkönmyyntisopimusta puhelimitse. Sähkön myynnissä asiakas vaatii laadukasta asiakaspalvelua ja edullista hintaa, jotka molemmat eivät aina välttämättä toteudu. Kova kilpailu asiakkaista on saanut muutamat suomalaiset energiayhtiöt tai yritykset, joille sähköyhtiöt ovat ulkoistaneet sopimusten myynnin, varsinkin aggressiiviseen sähkösopimusten puhelinmyyntikampanjointiin. Seuraavassa näytteessä eräs kyselyyn vastanneista ottaa

kantaa siihen, että puhelinmyyjä ei olekaan toimittanut asiakkaalle sähkömyyntisopimuksen tarjousta:

"Olen kaksi kertaa pyytänyt puhelinmyyjältä tarjousta sähköpostiin joita ei ole saanut!"

Kyselyn ulkopuolelta on havaittavissa samantyyppisiä kokemuksia: *"XX yhtiön puhelinmyyjä kysyy, saako lähettää tarjouksen sähkön hinnasta. No mikäs siinä. Etpä arvaakaan, että tarjous onkin yhtiön mielestä sopimusvahvistus ja sinä olet heidän tulkintansa mukaan puhelimesta antanut suullisen valtakirjan vaihtaa yhtiötä. Itse et mielestäsi ole tehnyt sopimusta vaan vain antanut luvan lähettää tarjouksen ja hups! Yhtäkkiä oletkin tietämättäsi vaihtanut sähköntoimittajaa. Varokaa tällaista markkinointia! Tarjous muuttuu sopimukseksi, jos et huomaa perua sitä 14 päivän sisällä. Ei ole härskiydellä rajoja!"* Näin kirjoittaa huijauksen kohteeksi joutunut asiakas jo vuonna 2010 eräällä keskustelupalstalla. Valitettavasti tätä samaa ongelmaa esiintyy vielä tänä päivänäkin. Energiateollisuuden alan menettelyohjeissa ohjeistetaan, että myyjä ei saa lähettää sopimusvahvistusta asiakkaan puhelimesta pyytämän tarjouksen sijaan ja sen jälkeen jäädä odottamaan, huomauttaako asiakas siitä. Kuluttajavirasto onkin saanut paljon valituksia puhelimitse solmituista sähkömyyntisopimuksista. (Kuluttajaviraston www-sivut 2016.)

Varsinkin ikäihmisten on vaikea sisäistää sitä, että sitova sähkönsopimus voi syntyä puhelimitse, ilman perinteistä paperille kirjoitettua allekirjoitusta. Erityistä varovaisuutta ja tarkkuutta olisikin noudatettava lapsiin ja ikäihmisiin kohdistuvassa markkinoinnissa ja kaupanteossa. Seuraavassa näytteessä eräs kyselyyn vastanneista tuskailli asian kanssa seuraavasti:

"En pidä mistään palvelusta jota tarjotaan puhelinmyynnillä. Varsinkaan vanhuksset eivät tajua koko "pakettia" jota tarjotaan. Helppo höynäyttää hinnassa yms."

Sähkö ei ole vaivattomin kaupattava hyödyke myyjän kannalta puhelimen välityksellä ja asiakkaalle sen ostaminen puhelimitse on vaikeasti sisäistettävä asia. Sähkön puhelinmyynnissä on jo pitkään esiintynyt epätervettä markkinointia ja pakkomyynnin kaltaista toimintaa. Sähkömyyntiä on valheellisesti tehty jopa paikallisen myyn-

tiyhtiön nimissä. Sähköyhtiöt haluaisivat harhaanjohtavan puhelimitse tapahtuvan sähkömyynnin jo kuriin. Epäasiallinen puhelinmyynti vahingoittaa sähköyhtiöitä, jotka noudattavat reiluja pelisääntöjä. Vaikka yhtiö käyttäisi ulkopuolista alihankkijaa puhelinmyyntinsä toteuttamiseen, Suomen lait koskevat myös alihankkijoita ja viime kädessä vastuu on aina emoyhtiöllä, tapahtui puhelinmyynti mistä maasta tahansa. (Naantali Energia Oy:n www-sivut)

Kun uusi sähkömyyjä tekee asiakkaan kanssa esimerkiksi puhelimesta sähkömyyntisopimuksen, lähettää myyjä verkonhaltijalle myyjänvaihtosanomana. Verkkoyhtiöllä on kaksi vuorokautta aikaa selvittää vanhalta myyjältä, onko myyjänvaihto mahdollinen vai ei. Aiempi sähkömyyjä voi estää myyjänvaihdon vain ja ainoastaan siinä tilanteessa, että sillä on asiakkaan kanssa voimassa oleva määräaikainen sähkömyyntisopimus. Tällöin uusi sähkömyyjä saa negatiivisen sanoman ja sähkömyyjä ei siten vaihdu. Alalla on kuitenkin esiintynyt tilanteita, että asiakkaalla ei ole voimassa määräaikaista sopimusta nykyisen sähkömyyjänsä kanssa ja myyjä kuitenkin lähettää verkonhaltijalle negatiivisen sanoman. Näissä tilanteissa voi asiakas antaa kirjallisen valtuutuksen sähkömyyjälle, jonka kanssa on solminut sopimuksen, selvittää sopimuksensa tilanne tai ottaa itse yhteyttä myyjään ja selvittää, mikä hänen sopimuksensa tilanne oikein on. (Menettelyohjeet myyjille ja.... 2010, 6.)

5.2.2 Sähkön puhelinmyynnin säännökset

Kaikessa sähkömyyntiä koskevassa kilpailussa täytyy noudattaa lainsäädäntöä. Kuluttajansuojalaki sääntelee etämyyntiä. Lain puitteissa sähkömyyjien ja verkonhaltijoiden tulee varmistaa, että kuluttaja-asiakkaille lähtevässä sopimuksen vahvistusilmoituksessa kerrotaan paitsi sähkömarkkinalain ja sopimusehtojen mukaisesta huomautusajasta, myös kuluttajansuojalain 6 luvun 14 §:n mukaisesta sopimuksen todellisesta peruuttamisoikeudesta. Asiakkaalla on siis kolmen viikon huomautusaika sopimuksen sisällöstä vahvistusilmoituksen lähettämispäivästä laskien ja lisäksi kuluttajalla on oikeus peruuttaa sopimus 14 vrk:n kuluttua siitä, kun hän on vastaanottanut vahvistusilmoituksen. (Menettelyohjeet myyjille ja.... 2010, 5.)

Suomen hallitus teki 31.3.2016 muutoksia valtioneuvoston asetukseen sähköntoimistusten selvityksestä ja mittauksesta. Muutoksen myötä asiakkaan asema parantuu niissä tilanteissa, kun asiakkaan mielestä sähkösopimusta uuden myyjän kanssa ei ole syntynyt. Asiakas voi vaatia sopimuksen palauttamista vanhalle sähkömyyjälleen. Uuden myyjän puolestaan tulee pystyä näyttämään toteen, että esimerkiksi puhelinmyynnissä asiakas on tehnyt sopimuksen uuden myyjän kanssa. Tämän muutoksen myötä voidaan jatkossa puuttua monien asiakkaiden tyytymättömyyden kohteena olleeseen puhelinmyynnin ongelmaan, jossa myyjän ja asiakkaan välille on jäänyt erimielisyys siitä, onko suullinen sähkösopimus syntynyt puhelun aikana. (Potinkara sähköposti 7.4.2016)

5.3 Sähkön puhelinmyynnin kuluttaja-asiakkaat

Sähkön puhelinmyynnin kuluttaja-asiakkaiksi luokitellaan henkilö- eli kuluttaja-asiakkaat. (Energiaviraston www-sivut 2016.) Tämän opinnäytetyön kyselyyn vastanneista suurin osa on kuluttaja-asiakkaita, joiden asumismuotona on omakotitalo. Vielä tälläkin hetkellä tilastoista paljastuu, että uusien pientalojen suosituin lämmitystapa on suora sähkölämmitys. (Energiaviraston www-sivut 2016.) Vastaajista 53 %:lla oli lämmitysmuotona sähkölämmitys ja he olivat myös aktiivisimpia vastaamaan tähän kyselyyn. Sähkölämmittäjät saavatkin tuntuvimman säästön kilpailuttaessaan sähkömyyntisopimuksensa. Kun kulutus on suuri, on myös kilpailutetun sähkömyyntisopimuksen tuoma säästö suurempi. Puhelinmyynti voi olla eräs sähkön alustava myyntikanava, kuten seuraavassa näytteessä todetaan:

"Se on tätä päivää. Ottaisin ehdotuksia vastaan kyllä puhelimitse, mutta lopulliseen päätökseen haluan "mustaa valkoisella" ihan paperilla, ei edes sähköpostiin."

Kuten edellisestä esimerkistä voimmekin päätellä, osa puhelinmyynnin asiakkaista ei ole valmis tekemään päätöksiä puhelimesta. Asiakkaan pitäisi olla valveutunut kuluttaja, joka muistaa esimerkiksi voimassa olevan sähkömyyntisopimuksensa hinnat soiton hetkellä. Sopimuksen teko puhelimesta on iso päätös asiakkaalle, hänelle pitää antaa mahdollisuus miettiä rauhassa päätöstään. Lisäksi asiakas voi haluta tarkastaa markkinoiden hintatasoa, onko tarjottu sopimus kilpailukykyinen muiden energian-

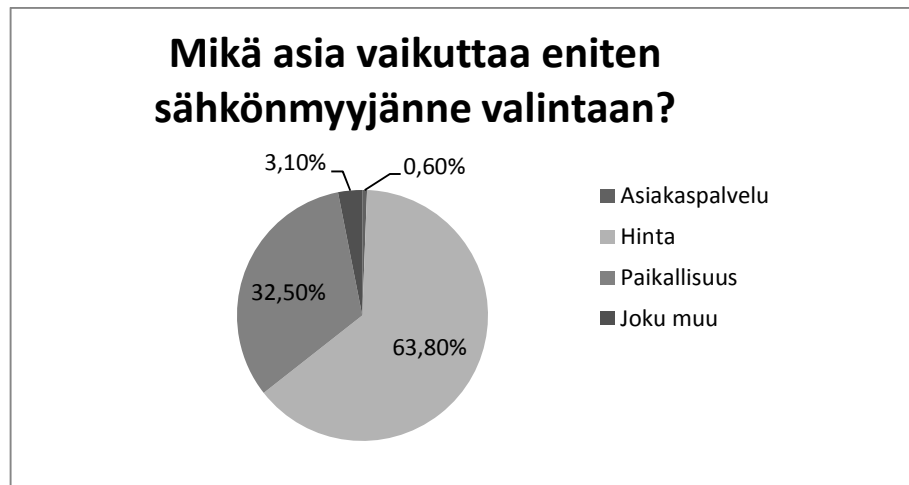
myyjien hintoihin verrattaessa. Lisäksi asiakkaat haluavat varmistaa, että hinta on varmasti se, jonka myyjä puhelimesta hänelle kertoi. Tämä käy ilmi erään vastaajan vastauksesta:

"On tarjottu useita kertoja HKI, Kajaani ym. Koen sen kiusallisena. Mikä on hinta sen edullisen jakson jälkeen?!"

Puhelinmyynnin haasteena on, että myyjä ja asiakas eivät näe toistensa eleitä ja ilmeitä. Tämä vaikeuttaa asioiden havainnollistamista ja tekee myyjän työstä haasteellista. Asiakkaan tunnetilat on osattava tulkita hänen äänestään ja sanojen sisällöstä. (Alanen ym. 2005, 121.) Lisäksi haastetta tuo se, tuleeko soitto asiakkaalle oikeaan aikaan. Kun soitto tulee asiakkaan kannalta väärään tai huonoon aikaan, kieltäytyy asiakas helpoimmin puhelimen kautta tarjottavasta myytävästä tuotteesta tai sen tarpeesta. Lisäksi puhelinmyyjän tulee muistaa, että epävarmuus tai huono asenne työtä kohtaan kuuluu helposti puhelimesta myös asiakkaalle päin. Myynnin käynnistäminen puhelimitse on erityisen vaivatonta silloin, kun asiakas itse ottaa yhteyttä. Kun asiakas soittaa yritykseen, se on osoitus erityisestä mielenkiinnosta.

5.3.1 Asiakkuuteen vaikuttavat tekijät

Useimmiten puhelinmyyjien kuvitelmana on, että asiakkaan hankintoja ohjaavat vain tiukasti toisiinsa kytkeytyvät raha ja hinnat. Tutkimuksien mukaan kuitenkin asiakkaan tarve, tuotteen tai palvelun kiinnostavuus ja imago tekijät ovat usein hintaa tärkeämpiä ostopäätöstä ohjaavia seikkoja. (Rubanovitsch, & Aalto, 2007, 78.)



Kuvio 4. Sähkömyyjän valintaa vaikuttavat tekijät

Opinnäytetyön kyselylomakkeeseen vastanneista asiakkaista yli puolet oli sitä mieltä, että eniten heidän sähkömyyjän valintaansa vaikuttaa sähkön hinta. Tällä hetkellä sähkön hinta on alhainen, johon pääsyynä ovat sähkön runsas tarjonta sekä heikot talousnäkymät (Vattenfall Oy:n www-sivut 2016). Eräs kyselyyn vastaajista antaa selkeän syyn siihen, mikä vaikuttaa eniten hänen sähkömyyjänsä valintaan:

"Sähkö on kaikilla "samanlaista" ja siksi hinta on ratkaiseva tekijä."

Muutamalle kyselyyn vastaajalle myös sähkön alkuperä oli tärkeä asia. Laki velvoittaa sähkömyyjä ilmoittamaan sähkökäyttäjille hankkimansa ja edelleen myymänsä sähkön alkuperää koskevia tietoja. Jos esimerkiksi sähkömyyjä markkinoi myymäänsä sähköä uusiutuvilla energialähteillä tuotettuna, tulee sähkön olla varmennettu sertifikaatilla, joka myönnetään uusiutuvalla energialla tai tehokkaalla yhteistuotannolla tuotetulle sähkölle. Uusiutuvia energialähteitä ovat tuulienergia, aurinkoenergia, ilmalämpöenergia, vesivoima, biomassa, geo- ja hydroterminen energia sekä kaatopaikka-, jätevedenpuhdistamo- ja biokaasut. (Motiva Oy:n www-sivut 2016.)

"Paikallisuus, mutta se ei ole ainut, mutta yhtä tärkeä kuin hinta ja tuotantotapa."

Jos edellä olevan kyselyn vastaajan sähkömyyjän valintaan vaikuttaa sähköntuotantotapa, niin hänelle kuluttajana sähkömyyjän paikallisuudella oli myös merkitystä. Kyselyyn vastaajat kirjoittivat hyvin rehellisesti paikallisuuden merkityksestä. Osa

haluaa tukea paikallista toimijaa, jotta rahat jäävät maakuntaan ja koska yhtiö on omalla asuinpaikkakunnallaan, luo se myös työpaikkoja. Kyselyn perusteella 33 %:lle vastaajista sähkönmyyjän paikallisuus vaikuttaa heidän sähkönmyyjänsä valintaan. Vastaajista, jotka valitsivat paikallisuuden tärkeimmäksi, asuu 28,3 %:a Loimaalla ja 22,6 %:a Huittisissa.

Verkkoalueella toimivan toimitusvelvollisen sähkönmyyjän on helppo käyttää kilpailuvalttinaan myös yhtä laskua. Kun kuluttaja solmii myyntisopimuksensa paikallisen sähkönmyyjän kanssa, saa hän ainoastaan yhden laskun, jossa laskutetaan sekä sähkönmyynnin osuus että sähkönsiirtomaksut. Tämänkin asian muutama vastaaja oli maininnut tämän opinnäytetyön kyselyssä ja piti sitä tärkeänä asiana. Eräs vastaaja vastasi lyhyesti ja ytimekkäästi näin:

"Sähkö ja siirto samalla laskulla"

Tammikuussa 2016 nousi julkinen kohu, kun Suomen suurin sähkönjakelija Caruna ilmoitti nostavansa sähkönsiirtohintojaan keskimäärin 27 %. Suomen poliitikot ottivat asiaan julkisesti kantaa ja helmikuussa Caruna kävikin neuvotteluja kuluttaja-asiamiehen kanssa, siirtohintojen korotuksesta päästiin sopuun. Yhtiöiden korotusten taustalla ovat massiiviset investointitarpeet, joilla parannetaan sähköverkkojen toimitusvarmuutta. Siirtohintojen korotukset vaikuttavat valitettavan usein myös paikallisen sähkönmyyjän valintaan, vaikka yhtiöt useimmiten ovatkin tytäryhtiöitä. Eräs kyselyyn vastaaja antaa selkeän vastauksen siihen, kuinka sähkön siirtohinnat vaikuttavat hänen sähkömyyjänsä valintaan:

"Siirtohinnat on jo nostettu niin ylös, että ainoa tapa saada sähkölasku pysymään edes edellisen vuoden tasolla on valita halvin sähkön toimittaja."

5.3.2 Asiakkaiden suhtautuminen puhelinmyyntiin

Puhelinmyynnistä kirjoitetut artikkelit ja mielipiteet luovat mielikuvan, että puhelinmyyjät ovat pilanneet alan. Aggressiiviset myyntipuhelut ovat saaneet asiakkaat puhelinmyyntivastaiseksi; puhelinmyynti on siis haastavaa työtä. Jos puhelinmyyjät

olisivat työssään ammattilaisia, löytyisivät heiltä hyvän myymisen taidot, kuten vuorovaikutus, asiantuntemus, rakentava viestintä, auttaminen, yhteisen edun etsiminen, tavoitteellisuus ja proaktiivisuus, (Hernberg 2013, 18, 88,147.)

Tämän opinnäytetyön kyselylomakkeen perusteella 79,8 % vastaajista ei haluaisi kilpailuttaa sähköään puhelinmyynnin kautta. Heidän vastauksissaan käytetyimmät adjektiivit puhelinmyynnistä olivat muun muassa ärsyttävä, huono, ei hyvä ja tunkeileva, joista seuraavissa näytteissä esimerkkejä:

"Puhelinmyynti on aina raivostuttavaa, vaikka myytäisiin mitä. Sähkömyyntitapana se tuntuu aina huijaukselta."

"Ärsyttävänä, kuten kaiken puhelinmyynnin. Itse asiassa minulla on ao. myynnille esto kännykässä, joten eivät ole liiemmästi kiusanneet."

"En pidä siitä ja koen sen tarpeettomaksi ja häiritseväksi"

"Yleensä ei suostu siihen, että puhelinmyyjä ohjailee ja painostaa asiakasta. Siis koen puhelinmyynnin painostavaksi. En tekisi sopimusta yhden puhelun perusteella, koska hankkisin vertailukelpoisia tarjouksia."

Valitettavasti useamman vuoden ajan kuluttajaviranomaiset ovat saaneet selvittää lukuisia tapauksia, joissa sähköpuhelinmyynnin kohdeasiakkaat ovat tietämättään tulleet solmineeksi puhelunmyynnin aikana sopimuksen energiayhtiön kanssa. Kuluttajien tulisi harkita asiaa puhelinmyynnin aikana tarkoin, jolloin he voisivat paremmin välttyä tämänkaltaisilta ongelmilta. (Suorsa 2014.)

Pienten paikallisten energiayhtiöiden edunvalvontajärjestönä toimii Paikallisvoimary:n. Paikallisvoimary:n toiminnanjohtaja Toivo Hurme on laatinut listan siitä, mitä kuluttajan tulisi tehdä, jos sähkömyyntisopimusta tarjotaan heille puhelimitse. Hurmeen ohjeistus on seuraava:

- "Kuuntele ensin tarkasti, mitä sinulle tarjotaan. Jos et ymmärrä sopimusehtoja täysin, älä suostu sopimukseen. Voit aina pyytää tarjouksen kirjallisesti. Korosta pyytäväsi vain TARJOUSTA, ei sopimusta."

- Jos teet sopimuksen puhelimesta, lue kotiin saapuva tilausvahvistus tarkasti läpi.
- Jos pyysit tarjousta, mutta saitkin kotiisi postitse tilausvahvistuksen, toimi nopeasti. Sinulla on puhelusta 14 päivää aikaa peruuttaa sopimus.
- Jos puhelinmyyjä on sinun makuusi liian hyökkäävä, voit aina katkaista puhelun." (Paikallisvoiman www-sivut 2016.)

On kuitenkin syytä muistaa, että markkinoilla toimivista energian myyjistä ylivoimainen enemmistö toimii kuitenkin täysin asiallisesti. On myös asiakkaita, jotka ovat saaneet solmittua onnistuneita sähkömyyntisopimuksia puhelinmyynnin kautta, eli kaikki eivät siis ole tyytymättömiä alan puhelinmyyntiin. Kun myyjät toimivat alan suoritusten ja määräysten mukaan, voi puhelinmyyntikin olla ammattitaitoista, asiantuntevaa ja onnistunutta. Eräs kyselyyn vastaaja toi ilmi, miksi hänelle puhelinmyynti sähkömyyntitapana on hyvä vaihtoehto:

"Puhelinmyynti käy jos myyjä on asiallinen ja osaa vastata kysymyksiin."

Tämän opinnäytetyön kyselylomakkeen vastaajista viidesosa koki, että he haluaisivat jatkossakin kilpailuttaa sähkömyyntisopimuksensa puhelinmyynnin kautta. Tämän vaihtoehdon valinneista kyselyyn vastaajista 85 % oli iältään yli 51-vuotiaita. Seuraavista esimerkeistä voidaan todeta myös muutaman muun vastaajan myönteisyys sähköpuhelinmyyntiä kohtaan:

"Ihan ok kunhan se ei ole hyökkäävää."

"Mielestäni toimiva, hyvä tapa"

Osa asiakkaista on sitä mieltä, että kun heille kilpailuttaminen on ajankohtaista, he haluavat itse olla yhteydessä puhelimen välityksellä yhtiöön päin, ei niin että yhtiö ottaa heihin yhteyttä puhelimesta. Kun kyselyssä kysyttiin, mitä myyntikanavaa vastaajat jatkossa haluaisivat käyttää sähkönsopimuksensa solmimiseen, niin eräs vastaajista totesi näin:

"Puhelin, mutta soitto asiakkaalta yhtiöön päin"

Sähkönmyyjät eivät ole kuitenkaan onnistuneet tavoittamaan aivan kaikkia tämän opinnäytetyön toimeksiantajan kuluttaja-asiakkaita puhelimitse, sillä vajaa kolmasosalle ei ollut tarjottu sähkönmyyntisopimusta puhelimitse ollenkaan. Kiinnostus toimeksiantajan puhelinmyyntiä kohtaan kyllä käy ilmi muutaman asiakkaan vastauksesta:

"Kyllä se käy, toisin nykyään liian paljon kaiken näköistä puhelinmyyjää"

"Minulle ei ole tarjottu, itse olen joutunut kysymään soittamalla Sallilaan."

Tämän opinnäytetyön kyselylomakkeella selvitettiin toimeksiantajan asiakkaiden mielipidettä heille sopivammasta myyntikanavasta, jos puhelinmyynti ei ole se mielekkäin. Valitettavasti neljäs osa kuitenkin jätti vastaamatta tuohon kysymykseen. Tämä on harmi, koska yllättävän usein saa sähköyhtiön asiakaspalvelu ottaa vastaan palautetta asiakkailta, kuinka ei aikaisemmin ole tarjottu halvempaa sähköä vaan he ovat joutuneet maksamaan koko ajan korkeaa hintaa sähköstään. Vastaajista 21,5 % oli sitä mieltä, että perinteinen tarjous postin kautta olisi heidän mielestään oikea kanava olla heihin yhteydessä ja 20,8 % vastaajista toivoi saavansa sähkösopimukseltaan tarjouksen sähköpostin välityksellä. Perinteinen posti saattaa yhtiölle olla kustannus-kysymys, mutta selkeästi asiakkaat kaipaavat dokumenttia, johon saavat tutustua omassa rauhassaan. Sähköpostilla lähetettävä tarjous taas tulee ongelmalliseksi taas siinä, jos kuluttaja ei ole ilmoittanut sähköyhtiölle ajantasaista sähköpostiosoitettaan. Lisäksi tänä päivänä on roskapostin osuus sähköpostiliikenteessä lisääntynyt paljon, ja on vaara, että kuluttajat saattaisivat mieltää sähköyhtiön yhteydenotot sähköpostiin helposti roskapostiksi.

Opinnäytetyön kyselyyn vastanneista 17,8 % voisi käyttää myyntisopimuksen solmimis- ja tutustumiskanavanaan sähköyhtiön Internet-sivuja. Osa Suomen energia-yhtiöistä ilmoittaa yhtiönsä Internet-sivuilla sen hetkiset voimassa olevat sähkön myyntihinnat, mutta kaikki eivät kuitenkaan näin tee. Asiakas pystyy toki tutustumaan yhtiöiden hintatasoon Energiaviraston ylläpitämässä palvelussa www.sahkonhinta.fi. Sähköyhtiöt on veloitettu ylläpitämään sähkönmyyntisopimusten hintojaan kyseisessä palvelussa. Palvelun kautta ei voida suoraan kuitenkaan solmia sähkönmyyntisopimusta energiayhtiön kanssa, vaan asiakkaan pitää itse olla

yhteydessä valitsemaansa yhtiöön. Tämä saattaa olla asiakkaalle kuitenkin ratkaiseva tekijä ja sopimusta ei yhtiön kanssa synnykään. Asiakkaan olisi vaivattomampaa tutustua sähkön myyntihintoihin ja tehdä sopimus heti päätöksen tehtyään suoraan www-sivujen kautta.

Tämän opinnäytetyön kyselyaineiston tulokset voidaan kiteyttää alla olevan sarjakuvaosteeseen kautta, jossa esitetään yleistä kuluttajien suhtautumista puhelinmyyntiin toimialasta riippumatta.



Kuvio 5 Suomalaisten kuluttajien yleisiä ajatuksia puhelinmyynnistä (Vestola 2014)

6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia sähkön kuluttajamyyntiä opinnäytetyön toimeksiantajana toimineen Sallila Energia Oy:n toimialueella. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, miten sähkön kuluttaja-asiakkaat suhtautuvat puhelinmyyntiin ja millainen myyntitapa olisi kuluttaja-asiakkaiden mielestä paras sähkön myyntitapa. Opinnäytetyön tutkimusote on kvantitatiivinen. Aineiston kerääminen suoritettiin e-lomakkeen ja paperisen lomakkeen avulla, sisällöltään samanlaisella kyselylomakkeella.

Johtopäätökset

Tätä opinnäytetyötä varten laadittu kyselylomake lähetettiin yhteensä 485 toimeksiantajan asiakkaalle, ja vastauksia kyselyyn saatiin kaikkineen 163 kpl. Kun vasta-

usprosentiksi vahvistui 33,6 %, kertoo se siitä, että kysely tavoitti pienen sähköyhtiön asiakkaat hyvin ja aihe on ajankohtainen tai ainakin asiakkaiden mielenkiintoa herättävä. Vastausprosentiksi muodostui siis kolmenkertainen määrä, mitä aluksi odotettiin.

Sähkö kuuluu jokapäiväiseen toimintaamme. Siitä on tullut hyödyke, jota ilman emme tule toimeen. Jokainen kulutettu kilowattitunti maksaa ja jokainen sähköyhtiön asiakas haluaa maksaa kuluttamastaan sähköstä mahdollisimman vähän. Tämä on mahdollista sillä, että asiakas kilpailuttaa sähkönmyyntisopimuksensa vertailemalla eri sähkönmyyntien tarjoamia sähkönmyyntisopimuksia ja solmii sen energianmyyjän kanssa sopimuksen, jonka hintataso häntä miellyttää. Sähkönmyyntisopimusta kilpailuttavan asiakkaan tulee vain muistaa, että sähkönsiirron laskuttaa jatkossakin paikallinen jakeluverkonhaltija, vaikka asiakas solmisi sähkönmyyntisopimuksen jonkun muun kuin paikallisen energianmyyjän kanssa.

Asiakkailla on eri kriteerejä joilla he valitsevat sähkönmyyjän jonka kanssa haluavat sähkönmyyntisopimuksen solmia. Kyselyn perusteella asiakkaiden kaksi tärkeintä kriteeriä sähkönmyyjän valintaan olivat hinta ja paikallisuus. Halvalla hinnalla asiakkaat saavat säästöä sähkölaskuunsa; mitä halvempi sähkönmyyntihinta sitä enemmän säästöä. Valitessaan paikallisen sähkönmyyjän, asiakkaat saavat yhden sähkölaskun ja tukevat paikallista energiayhtiötä – samalla he tukevat paikallista yritystä, jolloin myös palvelutkin pysyvät lähellä. Paikallisen energianmyyjän asiakaspalvelu saattaa olla myös asiakasta lähellä ja asiakkaan on mahdollista hoitaa sähköön liittyviä asioita lähi- tai jopa asuinpaikkakunnallaan.

Asiakkaalla on mahdollisuus valita mieleisensä sähkönmyyntisopimus energianmyyjien tarjolla olevista useista erityyppisistä sopimuksista. Vertailemalla ja tutkimalla erityyppisiä sähkönmyyntisopimuksia, tutustumalla sopimusten tarjontaan ja saatavuuteen, asiakkaalla on mahdollisuus löytää itselleen parhaiten soveltuva sähkönmyyntisopimus, joka vastaa parhaiten hänen tarpeisiinsa. Energiayhtiön asiakaspalvelu pystyy auttamaan asiakasta valitsemaan hänelle sopivimman sähkönmyyntisopimuksen. Tänä päivänä asiakkaille merkitsee hinnan lisäksi myös sähkön alkuperä. Kiinteä hintainen sähkönmyyntisopimus on hyvä valinta helppoutta arvostavalle asiakkaalle, hinta pysyy samana koko sopimuskauden ajan. Näitä kiinteä hintaisia so-

pimuksia saa solmittua myös sähköstä joka on tuotettu uusiutuvilla energia muodoilla. Jotkut asiakkaat arvostavat ajantasaista hintaa, heille energiayhtiöillä on tarjolla tuntipohjaisia sopimuksia, joissa sähkön hinta vaihtelee tunti tunnilta. Asiakas voi ottaa yhteyttä energiayhtiön asiakaspalveluun soittamalla, sähköpostilla, www-sivujen kautta tai henkilökohtaisesti käymällä yhtiössä. Asiakas voi tutustua sähkömyyjien sähkömyyntisopimusten tarjontaan ja sopimusten hintoihin myös energiayhtiöiden www-sivuilla. Valitettavasti kaikkien energianmyyjien www-sivulta ei löydy täysin kattavaa sähkömyyntisopimusten valikoimaa hintoineen, koska energiayhtiöt eivät ole niitä syystä tai toisesta www-sivuillaan julkaisseet. Edellä mainitut asiat huomioon ottaen; hinta, sopimustyyppi ja sähkön alkuperä, sähkömyyntisopimusta solmivan asiakkaan kannattaa vertailla, tutkia ja harkita ennen sähkömyyntisopimuksen solmimista, että hän saa sähkömyyntisopimuksen joka on todella hänen tarpeisiinsa ja arvoihinsa sopiva sekä antaa heille maksimaalisen hyödyn, johon he voivat olla tyytyväisiä. Kun asiakkaalle tärkeintä on halvin hinta, kannattaa hänen tehdä hyvinkin laajaa vertailua sopimusten kesken. Jos asiakas kokee yhtiöstä yhtiöön soittamisen hankalaksi tai aikaa vieväksi, kannattaa hänen toteuttaa vertailunsa sähköisessä muodossa, joka helpottaa myös luotettavuutta; mustaa valkoisella on helpompi myös vertailla.

Osa energiayhtiöistä harjoittaa myös sähkönpuhelinmyyntiä. Tällöin energianmyyjä ottaa asiakkaaseen yhteyttä puhelimitse ja tarjoaa tälle sähkömyyntisopimusta puhelun aikana. Sähkön puhelinmyynti vaatii tarkkuutta sekä asiakkaalta, että puhelinmyyntiä harjoittavalta sähkömyyjältä. Asiakkaan tulee ymmärtää myytävä tuote ja myyjän tulee tietää mitä hän on asiakkaalle myymässä. Tiettyjen energiayhtiöiden harjoittaman aggressiivinen ja harhaanjohtaja puhelinmyynti viime vuosina on aiheuttanut huonon maineen sähkön puhelinmyynnille ja valtaosa asiakkaista suhtautui kyselylomakkeen perusteella puhelinmyyntiin hyvin epäluuloisesti, suorastaan kielteisesti. Asiakkaiden vastausten perusteella sähkömyyntisopimustarjouspyyntöjen ja -tilausvahvistusten kanssa on tapahtunut epäselvyyksiä. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakkaat ovat ymmärtämättään tai tietämättään siirtyneetkin toisen energiayhtiön asiakkaiksi. Asiakkaille on syntynyt hyvin negatiivinen asenne sähkön puhelinmyyntiä kohtaan, koska tilanteessa onkin tapahtunut jotakin, mistä ei asiakkaan mielestä ole sovittu. Suomen hallitus vahvisti maaliskuussa 2016 sähkön puhelinmyynnin kohteena olevan asiakkaan oikeuksia tilanteissa, jolloin asiakkaan mielestä sähkönostoso-

pimusta uuden myyjän kanssa ei ole syntynyt. Asiakas voi vaatia sopimuksen palauttamista vanhalle myyjälle. Tämä on askel kenties luotettavampaan sähkön puhelinmyyntiin.

On myös asiakkaita, jotka ovat saaneet solmittua onnistuneita sähkönmyyntisopimuksia puhelimitse, näistä tosin puhutaan tai kirjoitetaan hyvin vähän. Kyselylomakkeen vastauksien perusteella vastaajat olivat onnistuneet solmimaan sopimuksia puhelinmyynnin kautta, he vain jäivät vähemmistöön. Vastausten perusteella asiakas, jolla on hyviä kokemuksia sähkön puhelinmyynnistä, voi jatkossakin solmia sähkönmyyntisopimuksen puhelimitse. Näiden asiakkaiden mielestä puhelinmyynti on tätä päivää.

Tehdyn kyselyn perusteella enemmistö asiakkaista haluaa solmia sähkönmyyntisopimuksen jatkossa käyttämällä myyntikanavanaan perinteistä postia. Energianmyyjän toimesta lähetetään kirjallinen dokumentti asiakkaalle, johon tämä saisi tutustua rauhassa ja palauttamalla sopimus allekirjoitettuna energianmyyjälle sopimus astuu voimaan. Lisäksi asiakkaat haluaisivat käyttää myyntikanavanaan sähköpostia. Sähköposti on myös yhtiölle taloudellinen kanava käytettäväksi.

Johtopäätösten yhteenvedona voisi todeta, että sähkön kuluttaja-asiakkaat eivät pidä sähkönpuhelinmyynnistä ja jatkossa he haluavat käyttää myyntikanavanaan perinteistä postin kautta toimitettua paperista allekirjoitettavaa sähkösopimusta.

Tämän opinnäytetyön perusteella kehitysehdotus toimeksiantajalle on, että tämä lisäisi yrityksen www-sivuille asiakkaiden näkyville tarjolla olevien erilaisten sähkönmyyntisopimuksien tiedot ja niiden hinnat. Näin asiakkaiden on helpompi vertailla hintoja ja tutustua tarjolla oleviin sähkönmyyntituotteisiin. Kyselyn perusteella asiakkaat haluavat tutustua rauhassa tuotteisiin, hintoihin ja ehtoihin vaivattomasti ja helposti.

Opinnäytetyön luotettavuutta arvioidaan kahdella käsitteellä, pätevyydellä eli validiteetilla ja luotettavuudella eli reliabiliteetilla. (Vilka 2007, 161 - 162) Tämän opinnäytetyön validiteettia tarkasteltaessa voidaan todeta, että tämän opinnäytetyön avulla saatiin mitattua juuri sitä mitä oli tarkoituskin mitata; asiakkaiden suhtautumista sähkön puhe-

linmyyntiin. Kyselyn avulla saatiin onnistunut ja pätevä mittaustulos, koska kaikilla vastanneista oli sähkömyyntisopimus jonkun energianmyyjän kanssa ja kokemusta sähkömyyntisopimuksen solmimisesta. Kun tarkastellaan luotettavuutta eli reliabiliteettia, voidaan todeta, että koska vastausprosentista tuli korkea ja tulokset olivat lähes yksimielisiä mitä todennäköisimmin kyselystä saataisiin sama tulos, jos tutkimus tehtäisiin uudelleen. Eli voidaan olettaa, että saadut vastaukset eivät ole vain sattumaa.

LÄHTEET

Alanen, V. & Mälkiä, T. & Sell, H. 2005. Myyntityön käsikirja. Jyväskylä: Gummerus

National report 2015 to the Agency for the Cooperation of Energy Regulators and to the European Commission. Energiavirasto 2015. Viitattu 27.3.2016.

<http://www.energiavirasto.fi/documents/10179/0/National+Report+2015+Finland+1842-601-2015+20150710.pdf/7ebae177-6e7b-4ac0-b1ea-95628ca50742>

Energiaviraston määräys sähkön myyntiä ja sähkön jakelua koskevien laskujen erittelystä. 2014. 1097/002/2013. Viitattu 11.5.2016. <https://www.energiavirasto.fi/>

Energiaviraston www-sivut 2016. Viitattu 25.3.2016.

<https://www.energiavirasto.fi/yrietykset-ja-yksityishenkilot-sahko>

Hernberg, K. 2013. Asiantuntija epä mukavuusalueella: kirja sinulle, joka inhoat myymistä. Helsinki: Talentum.

Hurme, T. Paikallisvoima ry. Harhaanjohtava sähkön puhelinmyynti saatava kuriin.

Viitattu 6.4.2016. <http://www.paikallisvoima.fi/fi/media/harhaanjohtava-sahkon-puhelinmyynti-saatava-kuriin/>

Kankkunen, P. & Vehviläinen-Julkunen, K. 2009. Tutkimus hoitotieteessä. Helsinki: WSOY.

Karjanmaa, H. 2013. Ärsyttävintä asiakaspalvelua – jonotus ja pompottelu. Taloussanomien 1/2013. Viitattu 24.4.2016.

<http://www.taloussanomien.fi/yrittaja/2013/01/29/arsyttavinta-asiakaspalveluajonotus-ja-pompottelu/20131602/137>

Kauniskangas, M. 2011. Hyvä tietää sähkömarkkinoista. Viitattu 25.3.2016.

http://energia.fi/sites/default/files/sahkomarkkinoista_esite.pdf

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. 2014. Kuluttaja-asiamiehen linjaus. Verkkokauppa ja muu etämyynti. Viitattu 6.4.2016. <http://www.kkv.fi/ratkaisut-ja-julkaisut/julkaisut/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/aihekohtaiset/verkkokauppa-ja-muu-etamynti/#4>

Kuluttajaviraston www-sivut. Viitattu 25.3.2016.

Köyliön-Säkylän Sähkö Oy:n www-sivut. Viitattu 30.4.2016.

Leivo, M. Effects of demand response products in the interface of electricity supplier and customer. Diplomityö. Tampereen teknillinen yliopisto, Sähkötekniikan koulutusohjelma. Viitattu 25.3.2016.

<http://dspace.cc.tut.fi/dpub/bitstream/handle/123456789/22757/leivo.pdf?sequence=1>

- Liinamaa, A. 2014. Ota aikaa sähköstä sopimiseen. Viitattu: 6.4.2016.
<http://www.sahkoviesti.fi/kuopion-energia/ota-aikaa-sahkosta-sopimiseen.html>
- Motiva Oy:n www-sivut. Viitattu 11.5.2016.
- Menettelyohjeet myyjille ja verkonhaltijoille myyjänvaihtotilanteisiin. 2010. Energiateollisuus ry. Viitattu 6.4.2016.
http://energia.fi/sites/default/files/dokumentit/sahkomarkkinat/Sanomaliikenne/menettelyohje_myyjille_ja_verkonhaltijoille_myyjanvaihtotilanteisiin_linkit_paivitetty.pdf
- Naantali Energia Oy:n www-sivut. Viitattu 10.5.2016.
- Paikallisvoima ry:n www-sivut. Viitattu 8.5.2016.
- Potinkara, M. Asiakkaan oikeudet vahvistuvat sähkökaupan puhelinmyynnissä. Vastanottaja:SAL.Energialiiketoiminta@SPSOY.FI. Lähetetty 7.4.2016 klo 8.31. Viitattu 24.4.2016.
- Puhelinmyynti ei aina noudata pelisääntöjä. Ilopilkku. Haminan Energia lehti kodista ja hyvästä energiasta. 1/2014.Viitattu: 6.4.2016.
<http://www.digipaper.fi/ilopilkku/120522/index.php?pgnumb=19>
- Reinboth C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Ruvanovitsch, M. & Aalto, E. 2007. Haasteena myynnin johtaminen. Helsinki: Libris Oy
- Rintamaa, T. 2016. Sähkön tarjoushinnat ennätysalhaalla. Viitattu 27.3.2016.
http://yle.fi/uutiset/sahkon_tarjoushinnat_ennatysalhaalla/8765808?ref=leiki-uu
- Sallila Energia Oy:n www-sivut. Viitattu 10.5.2016.
- Sallila Yhtiöiden vuosikertomus 2015. Viitattu 10.5.2015.
http://www.sallila.fi/uploads/julkaisut/sallilaenergia_vuosikertomus2015.pdf
- Suomen virallinen tilasto (SVT): Energian hinnat [verkojulkaisu].ISSN=1799-7984. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 11.5.2016]. <http://www.stat.fi/til/ehi/index.html>
- Suomi24, keskustelupalsta. Viitattu 16.4.2016.
<http://keskustelu.suomi24.fi/t/9525208/varo-suomen-energiayhtion-markkinointia!>
- Sähkön hintavertailu. Energiavirasto. Viitattu 24.4.2016. <http://www.sahkonhinta.fi/>
- Sähkömarkkinalaki 9.8.2013/588
- Sähkönmyyntiehdot 2014. Energiateollisuus ry. Viitattu 24.4.2016.
http://energia.fi/sites/default/files/sahkonmyyntiehdot_sme_2014_20160118_0.pdf
- Sähköturvallisuuden Edistämiskeskus ry:n www-sivut. Viitattu 24.4.2016.
- Suorsa, S. 2014. Sähkö sopimusten puhelinmyynti poikii jatkuvasti valituksia. Turkulainen. Viitattu 8.5.2016.

Vattenfall Oy www-sivut. Sähkökatsaus: Sähkön hintataso edelleen alhainen. Viitattu: 30.4.2016.

Verkkopalveluehdot VPE 2014. Energiateollisuus ry. Viitattu 24.4.2016.
http://energia.fi/sites/default/files/verkkopalveluehdot_vpe_2014_20160118_0.pdf

Vestola, Jarmo. 'Puhelinmyynnin kieltäminen - Robinson palvelu.' Downshiftaus - Elämän leppoistaminen. 10.5.2014. Viitattu 24.4.2016.
<http://downshiftaus.blogspot.fi/2014/05/puhelinmyynnin-kieltaminen-robinson.html>

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisentutkimuksen perusteet. Jyväskylä: Tammi.

Voimatori Yhtiöt www-sivut. Viitattu 24.4.2016.

Wessman, T.2010. Markkinointiviestinnän tutkimukset. Markkinointi Instituutti

Yleisradio 2016. Gertsch, Mia. Siirto, verot ja myynti – sähkölaskun loppusummassa on monta tekijää. Viitattu 8.5.2016.

KYSELYLOMAKE

12.4.2016

Hei!

Olen liiketalouden tradenomiopiskelija Satakunnan ammattikorkeakoulussa Kuninkaisissa Huittisissa. Laadin opinnäytetyötäni yhteistyössä Sallila Energia Oy:n kanssa. Selvitämme tämän asiakaskyselyn avulla mielipiteitänne sähköisen puhelinmyynnistä. Vastauksenne ovat luottamuksellisia ja ne käsitellään nimettömästi. Yksittäisiä vastauksia ei luovuteta Sallila Energia Oy:lle. Toivoisin, että Teillä olisi aikaa vastata kyselyyn, vastaaminen kestää noin viisi minuuttia ja vastauksen palauttaminen mahdollistaa opinnäytetyöni valmistumisen aikataulussa. Jos haluatte tiedustella asiakaskyselyyn liittyvistä asioista tarkemmin, voitte olla minuun yhteydessä.

Keväisin terveisin

Jenni Hulmi

hulmi.jenni@gmail.com
Satakunnan ammattikorkeakoulu,
Liiketalous Kuninkainen, Huittinen

OLKAA HYVÄ JA PALAUTTAKAA TÄMÄ KYSELYLOMAKE OHEISESSA
PALAUTUSKUORESSA pe 22.4.2016 MENNESSÄ (postimaksu on maksettu).

Voitte vastata kyselyyn myös Internetissä osoitteessa:

<https://e-lomake.fi/lomakkeet/4780/lomake.html>

Valitkaa alla olevista vaihtoehtoista oikeat vaihtoehdot:

Minkä ikäinen olette?

- 18–30
 31–50
 51–65
 yli 66

Asuinpaikkakuntanne

Asuinmuotonne

- omakotitalo
 kerrostalo
 rivitalo
 muu, mikä? _____

Oletteko

- nainen
 mies

Taloudessanne on?

- 1 henkilö
 2-3 henkilöä
 4 - 5 henkilöä
 yli 5 henkilöä
joista alle 18-vuotiaita _____

Asuntonne lämmitysmuoto

- sähkö
 öljy
 puu
 muu, mikä? _____

Olkaa hyvä ja vastatkaa alla oleviin kysymyksiin tämän hetkisen mielipiteenne mukaisesti:

1. Onko Teille tarjottu sähkönmyyntisopimusta puhelimitse?

- kyllä ei

2. Millaisena koette puhelinmyynnin sähkönmyyntitapana?

3. Haluaisitteko tulevaisuudessa kilpailuttaa sähkönmyyntisopimuksenne puhelinmyynnin kautta eli solmia sähkönmyyntisopimuksen puhelimitse?

- kyllä ei

4. Jos vastasitte edelliseen kysymykseen ei (ei puhelimitse), niin mitä myyntikanavaa (tai paikkaa) haluaisitte jatkossa mieluiten käyttää?

sähköposti Internet joku muu, mikä? _____

5. Miksi haluaisitte käyttää jatkossa juuri tätä valitsemaanne myyntikanavaa (tai paikkaa)?

6. Mitkä asiat vaikuttavat sähkönmyyjänne valintaan ja miksi?

hinta paikallisuus

myyntikanava

asiakaspalvelu joku muu, mikä? _____

7. Onko teillä tällä hetkellä voimassa oleva myyntisopimus Sallila Energia Oy:n kanssa?

kyllä ei

Tämä asiakaskysely ei velvoita teitä mihinkään eikä sitä käytetä myynti- tai markkinointitarkoituksiin.

KIITOS AJASTANNE JA VASTAUKSISTANNE!