



LAUREA

## Mitä ostaminen maksaa?



Joukova Anna  
Saukkonen Elena

Laurea -ammattikorkeakoulu  
Laurea Leppävaara

**Mitä ostaminen maksaa?**

Joukova, Anna & Saukkonen, Elena  
Palvelujen tuottamisen ja  
johtamisen koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Toukokuu, 2011

Joukova, Anna  
Saukkonen, Elena

### Mitä ostaminen maksaa?

Vuosi 2011 Sivumäärä 64

---

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa esite raha-asiat.fi -sivustolle, jonka välityksellä pyritään auttamaan opiskelijoita heidän päätöksessään ostettaessa erilaisia elektroniikkatuotteita. Tämä työ on toteutettu Kuluttajat - Konsumenterna yhdistyksen toimeksiannosta. Työllä pyritään herättämään kuluttajien huomio todelliseen ostamisen hintaan. Tilastokeskuksen vuoden 2010 velkaantumistilaston mukaan velallisia asuntokuntia Suomessa oli 1,5 miljoonaa, joka on 16 prosenttia enemmän kuin vuonna 2002. Opiskelijoiden säästämahdollisuudet osoittautuivat vähäisiksi, sillä tilastokeskuksen kuluttajabarometrin 2010 haastattelututkimuksen mukaan alle puolet opiskelijoista pitää säästämahdollisuuksiaan mahdollisina.

Hinta toimii tuotteen arvon mittarina ja muodostajana. Hinnan avulla voidaan luoda tuotteelle halutun laadun, sekä arvomielikuvan. Hintaa pidetään yhtenä tärkeimmistä kriteereistä ostopäätöksen tekemisen yhteydessä, sillä liian korkea hinta saattaa vaikuttaa kilpailuun ja rajoittaa tuotteen myyntiä. Kuluttaja maksaa korkoa kulutusluoton käytöstä. Luoton hinnan muodostavat luoton nimelliskoron lisäksi erilaiset kulut ja maksut. Lisäksi, mitä pitempi takaisinmaksuaika, sitä suurempi luoton lopullinen hinta tavallisesti on. Kuluttaja on luonnollinen henkilö joka hankkii kulutushyödykkeen pääasiassa muuhun tarkoitukseen kuin harjoittamaansa elinkeinotoimintaa varten.

Opinnäytetyön tiedonkeruumenetelminä on käytetty 8x8-ideointimenetelmää, aivorihtä ja valmiita aineistoja. Opiskelijan ostokäyttäytymisen tutkiessaan tutkimuskysymyksen avulla selvisi, että suurin osa haastateltavista Laurea -ammattikorkeakoulun opiskelijoista ostaisivat kannettavan tietokoneen mieluiten kaupasta, eikä verkkokaupasta. Tämän tiedon perusteella 8x8-ideointimenetelmää ja aivorihtä hyödyntäen on selvitetty yhden pääkaupunkiseudulla toimivan kodintekniikkaliikeketjun kolme myydyintä tuotetta kolmesta eri kategoriasta: televisiot, kannettavat tietokoneet sekä matkapuhelimet. Näiden tuotteiden alkuperäisten hintojen avulla on laskettu todellisia hintoja, ottaen huomioon eri kulutusluottovaihtoehtojen lisäkustannuksia. Valmiiden aineistojen avulla on tutustuttu Suomessa olevaan velkaantumistasoon, nuorten sekä opiskelijoiden kulutus- ja rahankäyttötottumuksiin. Työn toteutusvaiheessa on käytetty benchmarking -menetelmää, jonka avulla on pyritty luomaan mielenkiintoinen opinnäytetyöprodukti.

Informatiivisen esitteen suunnittelussa on käytetty sommittelun ja visuaalisen suunnittelun ratkaisuja soveltaen niitä nuorille kuluttajille ja opiskelijoille. Esitteessä on havainnollistettu kannettavan tietokoneen hintaa, jossa on huomioitu kulutusluoton kustannukset.

Asiasanat: kuluttaja, hinta, kulutusluotto, visuaalinen suunnittelu

Joukova, Anna  
Saukkonen, Elena

### How Much Does Buying Cost?

| Year | 2011 | Pages | 64 |
|------|------|-------|----|
|------|------|-------|----|

---

The purpose of this functional thesis is to produce a brochure on the raha-asiat.fi web site. The objective of the produced brochure is to help students with their buying decisions about electronic devices. This thesis is produced in co-operation with Kuluttajat - Konsumenterna association. According to Statistics Finland in 2010, are 1.5 million households in debt in Finland, which was 16 percent more than in year 2002. Students' ability to spend among the students appeared to be insufficient as less than half of the interviewed in 2010 reported spending money being possible.

Price works as a means to measure the value of the product. Price creates a certain image to the product. When buying price is one of the most important criteria as too high pricing may affect the sales and the competition in business. The consumer pays an interest when using a consumer credit. The interest consists of the reference rate and other charges and payments. The longer is the repayment period of the consumer credit is, the bigger the final costs of the credit are. Consumer is defined as a natural person that buys goods mainly for own use.

In this thesis 8x8 idea generating method, brainstorming and written material were used for information collection. Students' purchase behavior study results showed that students at Laurea University of Applied Sciences prefer to buy electronic devices such as laptops in a shop rather than from the internet. After the above mentioned research, the 8x8 idea generating method and brainstorming was used to list three electronic devices that had the best sales in the Helsinki metropolitan area among the three categories: television, laptop and mobile phone. Then the original prices of the chosen electronic devices were used to count the final costs of the devices noticing the reference rate and other charges and payments of different consumer credits. Written material was used to research data concerning debts, consuming habits and attitudes toward consuming of the households, young people and students in particular in Finland. Benchmarking was exploited in the realization stage of this thesis to produce an interesting product, an informational brochure.

The target group of the thesis was also taken into consideration when planning and drawing up the product of this thesis, i.e. brochure. The brochure demonstrates the chosen electronic device- the laptop, its price including the reference rate and other charges and payments of different consumer credits.

Keywords: consumer, price, consumer credit, visual design

## Sisällys

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 1   | Johdanto .....                                  | 6  |
| 2   | Velkaantuva kuluttaja .....                     | 7  |
| 2.1 | Talous tilastoina .....                         | 7  |
| 2.2 | Kuluttaja ostopäätöksen kynnyksellä .....       | 9  |
| 2.3 | Nuori kuluttajana .....                         | 11 |
| 2.4 | Nuoren velkaantuminen .....                     | 12 |
| 3   | Ostamisen todellinen hinta .....                | 14 |
| 3.1 | Luoton hinnan muodostuminen .....               | 15 |
| 3.2 | Kulutusluotto rahoitusvaihtoehtona.....         | 16 |
| 3.3 | Pikavipit vertailussa.....                      | 18 |
| 3.4 | Maksuvälineen valinta .....                     | 20 |
| 3.5 | Maksuviivästyksen seuraamukset .....            | 27 |
| 4   | Ostamisen hinnan selvittäminen.....             | 28 |
| 4.1 | Hinnan selvittämisen menetelmät.....            | 29 |
| 4.2 | Tuotteiden valinnan kriteerit .....             | 32 |
| 4.3 | Tuotteiden todellisten hintojen laskeminen..... | 34 |
| 5   | Visuaalisen esitteen suunnittelu.....           | 38 |
| 5.1 | Sommittelu .....                                | 39 |
| 5.2 | Värimaailma .....                               | 41 |
| 5.3 | Kuvat ja ulkoasu .....                          | 44 |
| 5.4 | Typografia .....                                | 47 |
| 6   | Johtopäätökset .....                            | 52 |
|     | Lähteet.....                                    | 53 |
|     | Kuviot .....                                    | 57 |
|     | Liitteet .....                                  | 58 |

## 1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aiheena on: ”Mitä ostaminen maksaa?”. Aiheen valinnan perusteena on kirjoittajien työ- ja koulutustausta sekä kuluttajapalvelu- ja palveluliiketoimintaosaaminen. Opinnäytetyöprosessi toteutetaan yhteistoiminnallisesti ja vastuullisesti työelämän yhteistyökumppanin, Kuluttajat - Konsumenterna ry:n kanssa. Tässä opinnäytetyössä on pyritty esittämään asiat loogisesti ja perustellen sekä käsitteellistämään työelämän ilmiöitä tutkittuun tietoon perustuen.

Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka produktina on tuotettu esite raha-asiat.fi - sivustolle. Esitteen avulla on pyritty korostamaan rahan arvoa sekä auttamaan opiskelijoita heidän ostopäätöksessään. Työssä on selvitetty erilaisten kulutusluottovaihtoehtojen hintoja sekä niiden muodostumista. Hintojen laskemiseksi on päätetty valita kolme elektroniikkatuotetta eri tuoteryhmistä: televisio, kannettava tietokone ja matkapuhelin. Kyseisiin tuoteryhmiin on päädytty koska ne olivat Tilastokeskuksen elokuussa 2010 suorittaman haastattelututkimuksen, Kuluttajabarometrin, mukaan kotitalouksien yleisimpiä kodinelektroniikkalaitteita.

Tässä opinnäytetyössä on haluttu tarjota opiskelijoille ajankohtaista tietoa myös myydyimmistä elektroniikkatuotteista. Siksi pikavippi- ja luottokorttihintalaskelmien pohjalla on käytetty myydyimpien elektroniikkatuotteiden hintoja. Ajankohtaista tilastotietoa elektroniikkatuotteiden myynnistä on saatu eräältä pääkaupunkiseudulla toimivalta kodintekniikkaliikeketjulta. Näiden tilastotietojen pohjalta on valittu kolme oman tuoteryhmänsä (televisio, kannettava tietokone ja matkapuhelin) myydyintä tuotetta: Philipsin 32 tuuman Full HD -televisio, Nokian 6303i -matkapuhelin sekä Toshibaan L650D-14R kannettava tietokone. Työn tutkimustuloksia on esitetty opinnäytetyön produktissa. Esitteessä on havainnollistettu, minkä verran kyseisten elektroniikkatuotteiden ostaminen maksaa Suomessa, käyttäen maksuvälineenä luottokorttiluottoa.

## 2 Velkaantuva kuluttaja

Tämän opinnäytetyön toimeksianto on saatu Kuluttajat - Konsumenterna ry:n edustajalta, Kaisa Pannimaa-Pätsiltä syksyllä 2010. Kuluttajat - Konsumenterna ry antaa neuvontaa, valistaa erilaisissa kuluttajaongelmissa, järjestää tiedotus- ja keskustelutilaisuuksia sekä kampanjoita. Yhdistyksen toiminta on saanut alkunsa vuonna 1965, ja siitä lähtien yhdistys on toiminut kuluttajien oikeuksien puolestapuhujana. Kuluttajat - Konsumenterna ry on yhteistyössä ihmisten ja luonnon hyvinvointiin pyrkivien järjestöjen kanssa sekä kotimaassa että ulkomailla. Yhdistys toimii aktiivisena jäsenenä Euroopan kuluttajaliitossa (BEUC) sekä Kansainvälisessä kuluttajajärjestössä (CI). Kuluttajat - Konsumenterna ry:n tavoitteena on nykyistä tasavertaisempi maailma, jossa eletään noudattaen kestävän kehityksen periaatteita. (Kuluttajat - Konsumenterna ry. 2010.)

Toimeksiantajan toivomuksesta on tässä opinnäytetyössä tutkittu maksuvälineitä, erilaisia rahoitus- ja lainavaihtoehtoja sekä niiden vaikutusta tuotteiden lopulliseen hintaan. Työssä on tutustuttu muun muassa seuraaviin rahoitusvaihtoehtoihin: kolmen Suomessa toimivan pankin tarjoamat luottokortit sekä erilaisten pikavippiyritysten tarjoamat kulutusluotot. Sekä luottokortti- että pikavippiluotoista on tässä työssä esitetty konkreettisia laskelmia. Luottokortteihin ja pikavippilainoihin tutustuttaessa, on tutkittu niiden ehtoja, hintoja sekä muita kuluja, ottaen huomioon työn kohderyhmä 18 - 29-vuotiaat opiskelevat nuoret.

Opinnäytetyön produkti julkaistaan raha-asiat.fi - Internet-sivustolla. Sivusto on Työ- ja elinkeinoministeriön talousneuvontahanke, jonka tarkoituksena on lisätä kuluttajien omaa talouden hallintaa sekä rohkaista heitä hakemaan apua velkaongelmiinsa. Hankkeeseen osallistuu Suomen Kuluttajaliitto, jonka kanssa Kuluttajat Konsumenterna ry on yhdistynyt marraskuussa 2010. Muita hankkeen osaprojekteja tuottavia tahoja ovat: Marttaliitto, Finlands Svenska Marthaförbund, Maa- ja kotitalousnaisten keskus, Takuu-säätiö, Suomen Lukiolaisten liitto ja Kotka-Kymin seurakuntayhtymä. (Raha-asiat.fi neuvoo velkaongelmissa 2009.) Opinnäytetyön produktista ilmestyy myös painettu versio, joka voidaan jakaa etenkin tämän opinnäytetyön kohderyhmälle.

### 2.1 Talous tilastoina

Koska tämän opinnäytetyön produktin avulla on pyritty informoida opiskelijoita kuluttajina, on työskentelyprosessin alkuvaiheessa tutustuttu Internetissä julkaistuihin tutkimustuloksiin. Tilastokeskuksen vuoden 2009 velkaantumistilasto kuvaa yksityisten henkilöiden ja asuntokuntien velkoja. Tilaston perusaineisto on poimittu verohallinnon

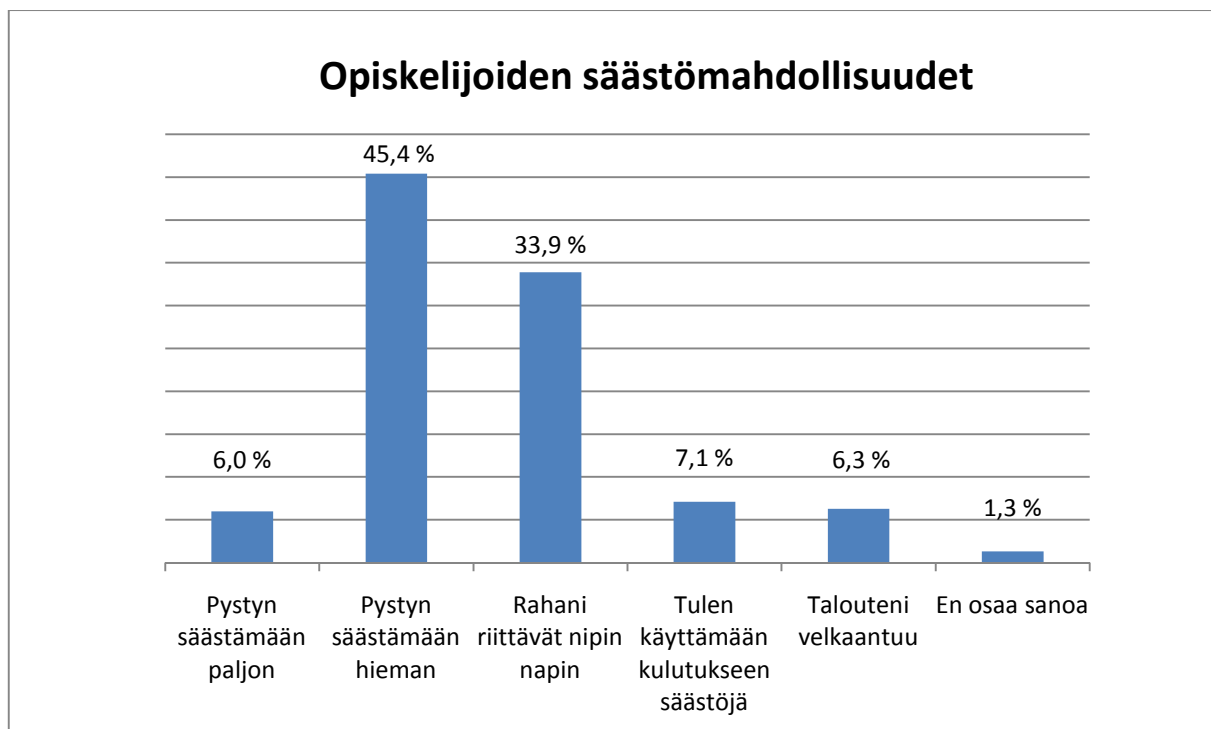
tietokannasta ja yhdistetty tulonjaon kokonaistilaston tietoihin. Verottaja saa tiedot luotoista ja koroista lainatyypeittäin rahoituslaitosten ja muiden luotonantajien vuosiluotoilmoituksista. Tulonjaon kokonaisaineisto on koko väestön kattava rekisteri.

Tilastojulkaisussa kuvataan asuntokuntien ja yksityisten henkilöiden velkaantumista sukupuolen, iän, koulutuksen, perhetyypin sekä demografisten tekijöiden mukaan. Velkaantumistilaston mukaan kaikkiaan asuntokunnilla oli vuonna 2009 velkaa 95 miljardia euroa. Velallisia asuntokuntia oli 1,5 miljoonaa, joka on 16 prosenttia enemmän kuin vuonna 2002. Velkaa näillä oli keskimäärin 63 780 euroa. Vuodesta 2008 asuntokuntien velat kasvoivat 5,3 prosenttia, mutta korkomenot pienenevät kolmanneksen. (Velkaantumistilasto 2010.)

Asuntovelkojen, elinkeinotoiminnan, tulolähteen ja opintovelkojen lisäksi asuntokunnilla oli, velkaantumistilaston mukaan, osoittautunut olevan muita velkoja yhteensä 20,5 miljardin euron edestä. Muita velkoja ovat esimerkiksi auton ja kesämökin hankintaan tai kulutukseen tarkoitetut lainat. Reaalisesti tällaiset velat ovat kasvaneet 90 prosenttia vuodesta 2002. Niitä oli 1,2 miljoonalla asuntokunnalla keskimäärin 17 560 euroa. Muita velkoja oli yli puolella 25-54-vuotiaiden asuntokunnista. Yleisimpiä ne olivat kuitenkin 34-44-vuotiailla, joista lähes kahdella kolmesta oli muuta velkaa. Velallisilla asuntokunnilla oli, asuntokuntaa kohti, 17 560 euroa muuta velkaa. (Velkaantumistilasto 2010.)

Säästämahdollisuuksia kartoittaessa on selvinnyt, että 45,4 % haastateltavista opiskelijoista pystyy säästämään hieman; 33,9 % opiskelijoista rahat riittävät nipin napin; 6,3 % opiskelijan talous velkaantuu; 7,1 % opiskelijoista tulee käyttämään kulutukseen säästöjään ja vain 6 % opiskelijoista pystyy säästämään paljon. (Velkaantumistilasto 2010.) Nämä tiedot on havainnollistettu kuviossa 1





Kuvio 1: Kuluttajabarometri 2010

Tilastokeskuksen vuonna 2010 suorittamassa Kuluttajabarometrissa selvitettiin yksityisten henkilöiden aikomusta ottaa lainaa. 14, 2 % haastatteluun vastanneista opiskelijoista aikoo varmasti ottaa lainaa, ja 16,3 % ottaa lainaa mahdollisesti. Yksinasuvista, 15 - 34 vuotiaista, henkilöistä vastaavasti 16,4 % aikovat ottaa lainaa varmasti ja 11,4 % mahdollisesti. 18,5 %, yksinasuvista lainanottoa suunniteltavista henkilöistä, aikoo käyttää lainarahaa kestotavaroiden hankintaan sekä matkoihin, ja 27,9 prosentilla yksinasuvista oli lainarahalle jokin muu tarve. (Kuluttajabarometri 2010.) Edellä mainittujen tilastojen analysoinnin kautta on hahmottunut selkeä kuva Suomen väestön tuloista sekä rahan käytöstä 2000-luvulla. Edellä esitetyt tilastotiedot korostavat tämän opinnäytetyön aiheen tärkeyttä ja ajankohtaisuutta. Seuraavassa, Kuluttaja ostopäätöksen kynnyksellä -luvussa määritellään kuluttajan käsite, tutustutaan kuluttamisen motiiveihin, kuluttajuuden historiaan ja syntyyn sekä tarkastellaan sitä, millainen on nuori kuluttaja.

## 2.2 Kuluttaja ostopäätöksen kynnyksellä

Tässä luvussa paneudutaan syvemmin nuorten kulutukseen. Aluksi määritellään kuluttajan käsite. Tämän jälkeen kerrotaan lyhyesti kuluttajuuden historiasta sekä syvennytään siihen, millainen nuori on kuluttajana. Lisäksi luvussa kartoitetaan nuorten kulutustarpeita sekä arvioidaan nuorten motiiveja kuluttaa.

Kuluttajasuojalain 16 luvun 4 §:n mukaan, kuluttaja nähdään luonnollisena henkilönä, joka hankkii kulutushyödykkeen pääasiassa muuhun tarkoitukseen kuin harjoittamaansa elinkeinotoimintaa varten (Kuluttajasuojalaki 1994). Ollikainen näkee kuluttajuuden saaneen Suomessa alkunsa noin sata vuotta sitten, jolloin rahaa alettiin käyttää vaihdannan välineenä. Kun kuluttajat pyrkivät ottaa jakelun omiin käsiinsä, syntyi myös ensimmäinen kuluttajaliike. Kuluttajaksi tuleminen alkaa Ollikaisen mukaan, kuluttajan kiinnostuksen heräämisestä tuotteen hintaa ja laatua sekä hinta-laatusuhdetta kohtaan. Lopulta kuluttaja tavoittelee mahdollisimman suurta niin henkistä kuin aineellista tarpeen tyydytystä mahdollisimman pienin kustannuksin. (2005, 83.)

Kirjassaan ”Consumer culture History, Theory and Politics”, Sassateli (2007,30) näkee kuluttajuuden kulttuurin syntyneen niin ikään 1900-luvulla, teollisen vallankumouksen vaikutuksen alla, kun kaikilla yhteiskuntaluokilla alkoi olla varaa kuluttaa massatuotannon tuotteita ja hyödykkeitä. 2000-luvulla kulutuksesta on tullut sosiaalisen vuorovaikutuksen väline tai sen korvike monelle suomalaiselle. Saarinen toteaa, että kulutus 2000-luvulla on pikemminkin ”olemista” kuin ”omistamista”, jolloin kulutuksessa voidaan havaita yksilöllisen aseman ja menestymisen korostuksen merkkejä. (2001, 18 - 19.)

Taloudellisesta näkökulmasta, Sassateli perustelee kuluttajan ostopäätöstä hänen henkilökohtaisella haitta-hyöty analyysillä. Kuluttaja on tässä yhteydessä kuvattu rationaalisena toimijana, joka kulutuspäätöstä tehdessään pyrkii maksimoimaan hyödyt ja minimoimaan kustannukset. Kuluttajan maku määrittää hänen sosiokulttuurisen sijainnin, jonka hän tuottaa ja demonstroi tietyillä valinnoillaan. (2007, 72,109). Lampikosket korostavat kuluttajan ansiotason vaikuttavan hänen ostovoimaansa. Luoton saannin hankaloituminen, korkotasojen nousu sekä työttömyys tai työpaikan menettämisen pelko ovat, Lampikoskien mukaan, omiaan vähentämään kulutusta. Tuolloin erityisesti isompien kotitaloushankintojen, kuten autojen, kodinkoneiden tai huonekalujen hankinnat kääntyvät laskuun. (2000, 40 - 43.)

Kuluttajan käyttäytymistä ohjaavat ikä, persoonallisuus, elämäntyyli ja -tapa sekä taloudellinen tilanne. Lisäksi järki ja tunteet sekä opitut tavat sanelevat, mitä kulutetaan. Käyttäytyminen on yhdenmukaistunut kansainvälistymisen, viestintävälineiden ja teknologian kehittymisen sekä suositaan kasvattavan turismin myötä. Internet on tänä päivänä oleellinen osa elämää. Verkossa haetaan neuvoa, voidaan ajankohtaisia ongelmia ja käydään ostoksilla. Kuluttajien ostopäätökseen vaikuttavia tekijöitä ovat hinnan ja tarpeen lisäksi, tulot, odotukset, arvomaailma, asenteet, sekä entistä useammin: jäsenyys jossakin ryhmässä sekä muiden suositukset

ja esimerkki. Tässäkään kohtaa ei tulisi unohtaa mainontaa, joka omalta osaltaan sanelee kuluttajille mikä on oikein ja mikä ei. (Viitala & Jylhä 2008, 85- 86.)

Teoksessaan ”Consumer behaviour” Evans, Jamal ja Faxall määrittelevät motiiveja kuluttajien ostokäyttäytymiseen. Kirjan kappaleessa ”motivation and shopping”, tekijät esittelevät kolme eri motiivikokonaisuutta. Ensimmäisessä motiiviteoriassa ostamisen motiiveiksi ehdotetaan seuraavia: erottautuminen, itsensä piristäminen, fyysinen aktiivisuus, sensorinen stimulaatio, sosiaalisuus ja kommunikaatio, ryhmään kuuluvuus, status tai auktoriteetti sekä tinkimisestä nauttiminen. Kaksi muuta motiiviteoriaa: Westbrook ja Black (1985) ja tuorein teoria Arnoldilta ja Reynoldsilta vuodelta 2003. Joillekin kuluttajille niin sanottu shoppailu on eräänlainen viihde, leikkisä, hauska ja emotionaalinen, tapa paeta arkea. (2006,19.)

### 2.3 Nuori kuluttajana

Nuorten kulutuksen kasvu alkoi 1980-luvun lopulla, jolloin nuorten kulutus ylitti jo heidän tulonsa. Tämän johdosta nuoret ovat joutuneet rahoittamaan menonsa erilaisilla avustuksilla ja lainoilla. Vuonna 2001 lähes viidennes osa nuorten kotitalouksista sai toimeentulotukea. Erityisesti kesäisin, nuorten, ja etenkin opiskelijoiden, tarve toimeentulotukeen oli huomattava. Huomattavaa on myös se, että yksinasuvat saivat toimeentulotukea jopa useammin kuin lapsiperheet. (Myllyniemi, Gissler & Puhakka 2005, 22- 23.)

Ruuskanen- Parrukoski (2005, 86- 87) korostaa, että 18- 30-vuotiaat nuoret ovat vasta opettelemassa oman taloutensa hallintaa. Nuoren kuluttajan elämäntilanne voi vaihdella suuresti opintojen, työllisyyden ja toisaalta työttömyyden sekä perheen perustamisen välillä. Säästämisen vähentyminen ja lainanoton helppous saattavat omalta osaltaan horjuttaa nuoren taloutta. 16- 32-vuotiaiden nuorten joukossa toiset elävät köyhyydessä kun taas toiset miettivät tuottoisimpia sijoituskohteita.

Kuluttava nuoruus nuorten elinolot kokoelma koostuu teemoista, liittyen nuorten kuluttamiseen ja nuorten suhtautumiseen kulutukseen. Tarkasteltaessa 18 - 30-vuotiaiden nuorten kulutusta, voidaan nuorten kulutuksen todeta muodostuvan taloudellisten, kulttuuristen sekä sosiaalisten pääomien yhteisvaikutuksesta. Vuosien 1996- 2001 tilastotietojen mukaan, nuoret kävivät yleisesti muita ikäluokkia enemmän ravintoloissa, käyttivät varojaan ulkona syömiseen ja juomiseen sekä matkailuun. (Myllyniemi, Gissler & Puhakka 2005, 22- 23.)

Vuonna 2001 Sosiaali- ja terveysalan tutkimus- ja kehittämiskeskuksen teettämässä tutkimuksessa ”Nuoruus ja hulluus, vanhuus ja viisaus” Saarinen on selvittänyt nuorten kulutuskäyttäytymistä ja velkaantumista. Alle 30- vuotiaiden velkaantumista on, Saarisen (2001, 22 - 23) mukaan, vaikea määritellä, sillä velkaantumisen takana on tyypillisimmin erilaiset ostokset luotollisille tileille sekä matkapuhelin- ja muut laskut. Kolmasosa käräjäoikeuksissa annetuista yksipuolisista velkomistuumioista koskee alle 25-vuotiaiden nuorten matkapuhelinlaskuja. Nuorten velkaantumista pahentaa se, ettei nuori välttämättä tiedä, mistä hakea apua ylivelkaantumiseensa, mikä puolestaan pahentaa nuoren taloudellista tilannetta entisestään.

#### 2.4 Nuoren velkaantuminen

Lehtinen ja Leskinen ovat artikkelissaan tarkastelleet 18 - 29-vuotiaiden nuorten talouden edellytyksiä ja ongelmia luotonoton ja velkaantumisen kautta. Artikkelin pohjalla on vuonna 2003 suoritettu haastattelu, jossa on haastateltu 28 maksuvaikeuksissa olevaa nuorta pohjoismaissa (Tanska, Islanti, Norja ja Suomi). 18-30-vuotiaat nuoret ovat oman taloutensa perustamisen kynnyksellä, jolloin he alkavat tehdä omia kulutus päätöksiä. Lehtinen ja Leskinen ehdottavat, että 18- 25- ikävuoteen liittyy niin sanottu orastava aikuisuus, elämänvaihe, jolloin nuori rakentaa identiteettiään, irtautuu lapsuudenkodistaan ja vanhemmistaan. Tähän elämänvaiheeseen liittyy etenkin kokeilemisen halu ja riskinottohalu niin ihmissuhteissa, työelämässä kuin maailmankatsomuksessa. Nuoren poismuutto vanhempien luota kaataa nuoren harteille monet taloudelliset menoerät kuten asumisen sekä ruoan kustannukset. Tuolloin vapaa-aikaan runsaasti varoja käyttänyt nuori joutuu sopeutumaan maltillisempaan kulutukseen. Monen nuoren kulutuksen ongelmana ovatkin tuloja suuremmat menot, jotka rahoitetaan kalliilla, vakuudettomalla luotolla. (2005, 92- 97.)

Nuorten kuluttamiseen vaikuttavat opiskelun ja tulojen määrän lisäksi, sosiaaliset, kulttuuriset ja taloudelliset tekijät. Näiden nuorten elämän suunnittelu keskittyy pitkälti nykypäivään, eikä tulevaisuuden suunnittelua ole havaittavissa. Tämä on ominaista etenkin orastavan aikuisuuden elämänvaiheelle. Haastateltavat nuoret korostivat sitä, että muutkin kuluttavat yhtä lailla. Kuluttamisella haetaan parempaa elämää, joka pitää sisällään haluttavien tuotteiden impulsiivisen hankinnan. Tuolloin nuoren on helppo turvautua kulutusluottoon. Huomattavaa on se, että nuorten ansaittaessa enemmän, myös heidän velkaantumisensa kasvoi. (Lehtinen & Leskinen 2005, 94.)

Kauppa- ja teollisuusministeriön rahoittamassa ”Miten ja mihin nuoret käyttävät pikavippejä ja muita kulutusluottoja” - tutkimuksessa Kaartinen ja Lähteenmaa selvittivät nuorten kulutuskäyttäytymistä. Tutkimuksen tulosten mukaan kahdeksalla prosentilla 18 - 29- vuotiaista nuorista löytyi maksuhäiriömerkintä vuonna 2001. Tuloksista ilmenee myös, että etenkin heikossa taloudellisessa asemassa ja epävarmassa työmarkkinatilanteessa olevien nuorten keskuudessa näyttäisi olevan kysyntää erilaisille pikavipeille. Myös nuoren perhetilanne vaikuttaa lainanottoon. Tutkimuksen tuloksiin nojaten, perheelliset nuoret, ja etenkin yksinhuoltajat käyttävät eniten pikavippilainoja. (Kaartinen & Lähteenmaa 2006, 30.)

Kaartinen ja Lähteenmaa kartoittivat myös motiiveja nuorten lainanoton takana. Nuorten pikavippien käyttötarpeet vaihtelivat riippuen myös heidän iästään. 18 -20- vuotiaat nuoret maksoivat lainalla matkapuhelinlaskujaan ja muita velkojaan sekä hankkivat nautintoaineita ja juhlivat. 21 - 23- vuotiaat nuoret puolestaan käyttivät lainarahoja lähinnä peruselinkustannuksiin kuten ruokaan ja vuokraan. Nuorten kuluttaminen liittyy voimakkaasti yhteisöllisyyteen ja elämäntyyliin, sillä vanhempiin ikäluokkiin verrattuna nuoret käyttävät enemmän varoja vapaa- ajan toimintaan. (Kaartinen & Lähteenmaa 2006, 44 - 48.)

Tilastokeskuksen vuonna 2002 tehdyn vapaa-aikatutkimuksen tuloksista ilmenee 20 - 30 -vuotiaiden nuorten olevan erityisen ahkeria matkustamaan sekä käymään ravintoloissa ja kahviloissa. Nuorten kulutuksen painopisteenä ovatkin erilaiset vapaa-ajan kuluttamiseen liittyvät palvelut ja hyödykkeet. Välttämättömien menoerien kuten asumismenojen ja muiden elämiseen liittyvien kustannusten osa nuorten kulutuksesta jää selkeästi vapaa-ajan viettoon liittyvien menojen varjoon. Nuorisobarometri (2005) osoittaa kuitenkin nuorten olevan harkitsevia kuluttajia etenkin suurempien hankintojen kohdalla. Barometrin tulokset osoittavat nuorten suhtautuvan kriittisesti suurempiin hankintoihin arvostaen tuotteessa etenkin kestävyyttä ja laatua. Tällainen kestävä kulutuksen ajatus liittyy erityisesti 15- 29-vuotiaiden ikäryhmän vanhempien naisten ajatusmaailmaan. Barometrin 2005 tuloksiin nojautuen, naisten kulutus voidaan nähdä tiedostavampana, sillä naiset kiinnittävät huomiota etenkin tuotteen ympäristöystävällisyyteen, tuotantoprosessiin, alkuperämaahan sekä kotimaisuuteen. Nuorten miesten ostopäätöstä ohjaavat puolestaan, tulosten mukaan, etenkin tuotemerkki, laatu sekä testeissä menestyminen. Avovastauksista ilmeni, että edellä mainittujen tekijöiden lisäksi hinta-laatu-suhde, tarve, rahatilanne sekä palvelun taso ohjaavat nuorten ostopäätöstä. (Myllyniemi, Gissler & Puhakka 2005, 34 - 35.)

Kuluttajaviraston vuoden 2007 tiedotteessa ilmoitetaan suomalaisten olevan vastuullisia luoton ottajia. Tiedote pohjautuu samana vuonna tehtyyn Kulutusluottotutkimukseen,

jonka tuloksien perusteella voidaan päätellä suomalaisten olevan harkitsevia luoton ottajia, jotka tutustuvat luoton ehtoihin ja suosivat käteisostoksia. Kuluttajat halusivat tutkimuksen tuloksien mukaan, saada tietoa luoton korosta etenkin pankeilta. Tosin itse luoton kokonaiskoron käsite osoittautui täysin vieraaksi kolmannekselle tutkittavista. Myöskään maksuhäiriön todelliset seuraamukset olivat tiedossa vain kymmenesosalla tutkimukseen osallistuneista. (Suomalaiset vastuullisia kulutusluoton käyttäjiä 2007.) Seuraavassa luvussa esitellään tässä opinnäytetyössä käsiteltävät rahoitusvaihtoehdot sekä työn kannalta, keskeiset käsitteet: hinta, luotto, rahoitus, kulutusluotto, pikavippi, maksuväline sekä maksuviivästys. Lisäksi kerrotaan korottomasta CreditUp Prepaid MasterCard- luottokortista.

### 3 Ostamisen todellinen hinta

Tämän opinnäytetyön kohderyhmänä ovat 18 - 29 -vuotiaat opiskelevat nuoret. Kohderyhmän valinta on edesauttanut työn rajaamista. Edellisessä luvussa mainittujen käsitteiden avaamisella on pyritty varmistamaan opinnäytetyön luettavuutta ja ymmärrettävyyttä sekä tarjota lukijalle olennaista tietoa ostamisen hinnasta. Seuraavaksi avataan edellä mainitut käsitteet aloittaen hinnasta.

Bergström ja Leppänen (2005, 213 - 214) pitävät, hintaa tuotteen arvon mittarina ja muodostajana. Hinnan avulla tuotteelle luodaan haluttu laatumielikuva. Hinta voi, markkinoijan halutessa, toimia myös tuotteen arvoa ja mielikuvaa kohottavana tekijänä. Lisäksi hinta on kilpailuun vaikuttava tekijä, sillä liian korkea hinta saattaa rajoittaa tuotteen myyntiä. Matala hinta voi puolestaan ehkäistä toisten yritysten tulon samoille markkinoille, jos ne eivät pysty yhtä edulliseen hintatasoon. Hinta on myös kannattavuuteen vaikuttava tekijä, koska se vaikuttaa myynnin määrään että tuottoihin. Sekä liian alhainen että liian korkea hinta voivat rajoittaa tuotteen menekkiä. Vaikka alhainen hinta tavallisesti nostaa myynnin määrää, kannattavuus voi silti huonontua. Tämän takia hintapäätöksissä onkin otettava huomioon hinnan vaikutus sekä myyntimäärään, että tuottoihin. Viimeiseksi hinta on tuotteen asemointiin vaikuttava tekijä.

Hinnoittelun sanotaan olevan markkinoinnin luovin prosessi. Perinteisesti hinnoittelun lähtökohtana on pidetty kustannuksia, mutta nykyisin ollaan yhä enemmän siirtymässä markkinahinnoitteluun, jossa hinnoittelun lähtökohtana ovat kysyntä ja kilpailutilanne. Hinta kilpailukeinona muodostuu hintapolitiikan valinnasta, hinnoittelumenetelmästä, itse hinnasta ja erilaisista tavoista käyttää hintaa markkinointikeinona. Hinta vaikuttaa monin eri tavoin kaupalliseen menestykseen, ja siinä on otettava huomioon myös

kohderyhmä. Vaikka kyse olisikin samasta tuotteesta, eri kohderyhmille saattaa sopia erilainen hintataso. (Bergström & Leppänen 2005, 213 - 219.)

### 3.1 Luoton hinnan muodostuminen

Luoton käytöstä maksetaan korkoa, joka voidaan ilmaista joko prosentteina tai euroina. Luoton hinnan muodostavat nimelliskorko, erilaiset kulut ja maksut. Tällaisia kuluja ovat esimerkiksi luoton perustamiskulut, tilin perustamis- ja vuosimaksut, tilinhoito-, toimitus- ja käsittelymaksut sekä osamaksulisä. Luoton nimelliskorko koostuu markkinakorosta sekä tämän koron päälle laskettavasta asiakaskohtaisesta marginaalista, jota käytetään kannattavuuden saavuttamiseksi. Markkinakorkoja ovat yhden, kolmen tai kahdentoista kuukauden Euribor - tai pankkien Prime -korko. (Saaranen, Koltola & Pösö 2004, 84 - 85.)

Lainojen hinnoittelussa käytettävä Euribor - korko ilmaisee euroalueen pankkien noteerausten keskiarvoa hintaa, jolla pankit ovat valmiita lainaamaan toisilleen rahaa. Prime -korko on puolestaan jokaisen pankin oma viitekorko, joka muuttuu tavallisesti noin pari kertaa vuodessa. (Raha-asiat 2011.) Prime -koron suuruus määräytyy riippuen inflaatio-odotuksista ja kehitysnäkymistä (Saaranen 2004, 84 - 85). Korkojen vaihtelu vaikuttaa luoton takaisinmaksun määrään. Euribor -korko lasketaan päivittäin, ja se vaihtuu riippuen kuluttajan valinnasta luotonoton yhteydessä, yhden, kahden, kolmen ja kahdentoista kuukauden välein. Prime -korkoon sidotun luoton kokonaiskorko muuttuu puolestaan Prime -koron muuttuessa. Edellä mainittujen kustannusten lisäksi myös luottoajan pituus vaikuttaa luoton lopulliseen hintaan. Mitä pitempi takaisinmaksuaika, sitä suurempi luoton lopullinen hinta tavallisesti on. (Mieti maksutapa 2011)

Yksi tapa selvittää luoton todellinen hinta on vertailla luottovaihtoehtoja niiden todellisen vuosikoron perusteella. Todellinen vuosikorko lasketaan matemaattisella kaavalla, perustuen laskentahetken korkotasoon. Laskennassa huomioidaan luoton määrän lisäksi, luoton koron suuruus sekä lyhennysaikataulu. Todelliseen vuosikorkoon sisältyvät myös erilaiset luoton nostoon ja sen hoitamiseen liittyvät kustannukset. (Todellinen vuosikorko 2009.) Laina-ajan ollessa korkojaksoa lyhyempi, tavallisesti alle vuoden, voidaan lainan kokonaismäärä laskea yksinkertaisen korkolaskun avulla. Usean vuoden ajalle venyvä laina lasketaan käyttäen apuna koronkorkolaskua. Tällöin korko liitetään pääomaan, ja kyseinen korollinen pääoma määrittää seuraavan koron. (Saaranen ym. 2004, 85.)

### 3.2 Kulutusluotto rahoitusvaihtoehtona

Rahoitus pitää sisällään erilaisten pankki- ja rahoituslaitosten sekä pikavippiyritysten tarjoamat laina- ja luottovaihtoehdot (Lainat 2010). Näiden lisäksi myös ulkomaiset rahoitusyhtiöt sekä Captive -yhtiöt, eli laitetoimittajien omat rahoitusyhtiöt tarjoavat lainavaihtoehtoja nykypäivän kuluttajille. Luottovaihtoehdot voidaan jakaa perinteisiin pankkiluottoihin sekä tuotesidonnaisiin luottoihin. (Saaranen 2004, 188.) Asunto-, auto- ja opintolainan lisäksi lainavaihtoehtoja ovat erilaiset pika- ja käyttölainat sekä kulutus- ja korttiluotot (Lainat 2010). Tässä opinnäytetyössä on keskitytty etenkin erilaisiin kulutus- ja korttiluottoihin. Pikaluottoihin on tutustuttu muun muassa pikavippivertailuja julkaisevien, vippi-vertailu-, vippivertailu- sekä pikavippi- Internet-sivujen kautta. Korttiluottojen osalta on tarkasteltu niiden hintoja, ehtoja sekä hankintaedellytyksiä. Seuraavassa kappaleessa tutustutaan kulutusluottoon, sen muotoihin sekä luoton hinnan muodostumiseen.

Saaranen (2001,24) näkee kulutusluottojen aiheuttaneen monen ihmisen velkaantumisen 1990-luvulla. Kaartinen ja Lähteenmaa (2006, 9) puolestaan vetoavat kulutusluottojen hyviin puoliin, korostaen kulutusluottojen antamaa mahdollisuutta tasata kulutusta ajallisesti. Kulutusluottoja ovat Saaranen (2001, 24) mukaan kaikki muut paitsi asunnon hankkimiseen tarkoitetut luotot. Kulutusluottoja myönnetään yksityiseen käyttöön, eikä luotolla välttämättä ole tiettyä ostotarkoitusta. Tällaisen luoton takaisinmaksuaika on tavallisesti muutama vuosi. Finanssialan Keskusliiton joulukuussa 2010 tehdyn kulutusluottoselvityksen mukaan kulutusluottoja tarjoavat pankkien lisäksi, rahoitus- ja luottokorttiyhtiöt, kauppojen yksittäiset liikkeet ja keskusliikkeet sekä matkanjärjestäjä- ja postimyyntiyritykset. Luotonmyöntäjänä toimii tavallisesti pankkikonserniin kuuluva rahoitus- ja luottokorttiyhtiö. (Kulutusluottoselvitys 2010, 2.)

Kulutusluotot voidaan jakaa pankkien myöntämiin kulutus- ja kertaluottoihin, jatkuviin kulutusluottoihin, osamaksuluottoihin sekä pikaluottoihin. Kulutus- ja kertaluottoja ovat auton tai muun moottoriajoneuvon hankkimiseen tai asunnon sisustamiseen pankin toimesta myönnettävät luotot. Näitä luottoja hakiessa, tavallisesti vaaditaan vakuus. Jatkuvia kulutusluottoja ovat puolestaan luotolliset tilit, luottokorttiluotot sekä muut luotot. (Kulutusluottoselvitys 2010, 2-3.)

Luottokorttiluotot voidaan jälleen jakaa luotto- ja maksuaikakortteihin. Nykyään useimpiin maksuaikakortteihin tosin kuuluu luottolimiitti. Osamaksuluotto on puolestaan eniten autokaupassa käytetty luottomuoto. Osamaksuluoton korko on tavallisesti kiinteä. Tällöin kuluttaja maksaa hankintansa ennalta sovituissa erissä.



Viimeisen maksuerän maksettua, auto siirtyy täysin maksajan omistukseen.  
(Kulutusluottoselvitys 2010, 2-3.)

Pikaluottojoukkoon kuuluvat pikalainayritysten myöntämät, tavallisesti lyhytaikaiset ja summaltaan pienehkön pikalainat. Näihin lainoihin ei tavallisesti kuulu nimelliskorkoa. Pikalainat nähdään suhteellisen kalliina luottovaihtoehtona, jonka kustannukset muodostuvat erilaisista toimitus- ja käsittelykuluista sekä palvelu- ja matkapuhelinmaksuista. (Kulutusluottoselvitys 2010, 2-3.) Seuraavassa kappaleessa kerrotaan luoton hinnan muodostumisesta sekä todellisesta vuosikorosta luoton hinnan mittarina.

Finanssialan Keskusliitto on kulutusluottoselvityksessä kartoittanut kulutusluottojen kustannuksia, painottaen erilaisten kulutusluottojen välisiä kustannuseroja. Halvimpia kulutusluottoja ovat, Finanssialan Keskusliiton tehdyn selvityksen tuloksiin nojautuen, vakuudelliset pankkien myöntämät kulutusluotot, joiden korko oli lokakuussa 2010 noin 3,70 prosenttia. Lisäksi puhutaan vakuudellisista tili- ja luottokorttiluotoista, joiden keskimääräisenä korkona lokakuussa 2010 oli 7,06 %. Kuluttajan ottaessa vakuudettoman tili- tai luottokorttiluoton, määrittyy luoton korko noin 6-14 % väliltä. Mikäli kuluttaja valitsee osamaksuluottovaihtoehdon, maksaa hän noin 2-5 prosentin koron. Kalliimpia kulutusluottoja ovat, kulutusluottoselvityksen mukaan, postimyyntiyritysten tarjoamat tililuotot 20 prosentin korolla sekä pikaluotot, joiden korko voi kasvaa jopa useimpiin satoihin prosentteihin. (Kulutusluottoselvitys 2010, 9.)

Tämän opinnäytetyön tulosten tueksi on laadittu taulukoita, joissa on esitelty valittujen pikavippiyritysten tarjoamien vippien sekä kolmen eri pankin tarjoamien luottokorttien vuosikorkoa, lopullista hintaa sekä maksuaikaa. Opinnäytetyössä on keskitytty ainoastaan työn kohderyhmälle, 18 - 29 -vuotiaille opiskelijoille, sopiviin luottokorttivaihtoehtoihin. Seuraavaksi esitellään pikavippivertailusivuja sekä niiden tarjoamien tulosten mukaan luotettavimpia ja halvimpia vippivaihtoehtoja.

### 3.3 Pikavipit vertailussa

Pikavipit poikkeavat muista kulutusluotoista etenkin niiden käyttötarkoituksessa. Pikavippilainaa käytetään usein perustarpeisiin kuten ruokaan, vuokraan sekä muiden lainojen ja velkojen sekä niiden kustannuksien ja korkojen maksamiseen. Lainan ottaminen on myös helpompaa kuin muiden kulutusluottojen, sillä sen saaminen ei edellytä vakituista työpaikkaa tai takauksia. Näin ollen, jatkuva, vanhojen lainojen ja velkojen rahoittaminen uusilla pikavippilainoilla, saattaa ajaa kuluttajan velkakierteeseen. (Kaartinen & Lähteenmaa 2001, 47.) Pikavippien kulut saattavat ensisilmäykseltä vaikuttaa hyvin pieniltä, mutta niidenkin lopullisten kustannusten arvioimisen apuna olisi suositeltavaa käyttää todellista vuosikorkoa. Pikavipin todellinen vuosikorko voidaan laskea seuraavalla tavalla:  $((\text{korko} + \text{kulut}) / \text{lainamäärä}) \times (365 / \text{laina-aika}) \times 100 = \text{todellinen vuosikorko}$  (Todellinen vuosikorko 2009).

Halvimpien ja luotettavimpien pikavippiyritysten löytämiseksi, tässä opinnäytetyössä esitetään kuluttajille erilaisten pikavippiyrityksien vertailujen tuloksia. Ennen pikavipin ottamista kuluttajan tulisi tutustua pikavippiyrityksen ehtojen lisäksi myös Suomen Kuluttajaliiton sekä raha-asiat.fi - sivustojen tarjoamaan kuluttajatietoon. Itselle sopivan pikavipin löytämiseksi voi käyttää apuna erilaisia laskureita. Seuraavaksi siirrytään pikavippivertailujen tuloksiin.

Vippi-vertailu Internet-sivu on esittänyt mielestään parhaimpia pikavippiyrityksiä, joista on kerrottu lyhyesti potentiaalisille asiakkaille. Valintakriteereinä vertailussa on käytetty muun muassa vippiyritysten luotettavuutta, jäsenyyttä Suomen pienlainayhdistyksessä, yrityksen vakavaraisuutta sekä asiakaspalvelutasoa. Parhaimpien pikavippien listalle ovat, vippivertailu- sivun mukaan, päässeet seuraavat pikavippiyritykset: Get Capital, Pikavippi.fi, Risicum, Ok Money, Vippi-laina.fi, Freedom rahoitus, Ferratum, Ainalaina, Vippi.fi, Vippi24.fi sekä Monetti. Vippivertailu- sivuston mukaan, pikavipin ottaminen edellyttää tavallisesti 18 vuoden ikää, Suomen kansalaisuuden tai pysyvän osoitteen Suomessa, moitteettoman luottotaustan, tilin jossakin Suomen pankeista sekä riittävän maksukyvyn. (Luotettavimman pikavipin puolesta 2011).

Kulutusluottoa sekä pikavippejä myöntävän Pikavippi.fi yritys esittelee Internet-sivuillaan suurimpien pikavippiyritysten tarjoamia 50 euron suuruisia vippiluottoja sekä niiden hintoja. Kyseisessä vertailussa ovat mukana 50- 400 euron suuruista pikaluottoa myöntävät yritykset. Mukaan vertailuun ovat Pikavippi.fi yrityksen lisäksi päässeet Risicum, Vippi.fi, Ferratum sekä uutena yrityksenä Credit24. Esittelemänsä vertailujen mukaan, Pikavippi.fi tarjoaa halvimman pikavippilainan kaikilla summilla 30 päivälle ja

sitä pidemmälle takaisinmaksuajalle. (Vipit vertailussa 2010.) Vippivertailu.com Internet-sivulla puolestaan, luotettaviksi lainapalveluiksi on lueteltu vain neljä edellä mainitusta pikavippiyrityksistä: Ok Money, Vippi.fi, Riscum sekä Ferratum (Pikavippivertailu 2011).

| Pikavippi           | Lainan määrä (€) | Laina-aika (vrk) | Lainajan ikä (v) |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|
| Vipster Oy          | 50 - 1000        | 7 - 60           | 20               |
| Riscum Capital Oy   | 50 - 1000        | 14 - 90          | 18               |
| Ferratum Finland Oy | 50 - 400         | 15 - 90          | 18               |

Kuvio 2: Pikavippivertailu

Ylempänä mainittujen pikavippivertailujen tuloksien pohjalta on valittu tarkasteltavaksemme seuraavat kolme pikavippiyritystä: Vipster Oy (Vippi.fi), Riscum Capital Oy sekä Ferratum Finland Oy. Näiden kolmen pikavippiyrityksen myöntämiin vippilainoihin on keskitytty seuraavissa kappaleissa. Valituista yrityksistä ainoastaan Vippi.fi- pikavippipalvelun käyttäminen edellyttää kahdenkymmenen vuoden ikää. Loput kaksi yritystä myöntävät lainoja 18 vuotta täyttäneille pikavipin hakijoille. Kaikki kolme valittua yritystä tarjoavat pikavippejä 50- 1000 euron suuruisia. Lisäksi Riscum Capital Oy tarjoaa lisäksi 1000 - 4000 euron suuruisia kulutusluottoja, kun Vippi.fi yhtiö ilmoittaa kotisivullaan kulutusluottojen tulevan pian myyntiin myös heidän yhtiössään.

| Pikavippi 1000 €    | Ikäraja | Maksueriä | 60 vrk | 90 vrk |
|---------------------|---------|-----------|--------|--------|
| Vipster Oy          | 23      | 1         | 170 %  |        |
| Riscum Capital Oy   | 23      | 3         |        | 107 %  |
| Ferratum Finland Oy | 18      | 3         | 122 %  |        |

Kuvio 3: Pikavippi 1000 euroa

Vippi.fi on vuonna 2006 perustettu suomalainen yhtiö, joka toimii osana Vipster Oy finanssikonsernia. Suomen suosituimmaksi pikavipiksi itseään nimitävä Vippi.fi puolustaa suosiotaan pikavipin edullisella hinnalla, maksuttomalla asiakaspalvelulla, ilmaisella lainahakemuksella sekä lainan hakemisen helppoudella ja turvallisuudella. Vipster Oy:n asiakas voi valita pikavippisummaksi 50 - 1000 euroa ja maksuajaksi 7 - 60 vuorokautta. Vuonna 2009 Vippi.fi oli Suomen suurin pikavippejä myöntävä yhtiö. Kotisivullaan yhtiö ilmoittaa, että sen tarjoamat pikavippivaihtoehdot eivät sovi

ihmisille, jotka ovat velkakierteessä, ovat riippuvaisia uhkapelaamisesta tai päihteistä, kuluttavat enemmän kuin tienaa, hakevat kuukausittain lainaa tai ovat vaarassa jäädä työttömäksi tai ovat sitä parhaillaan. Tästä päätellen, säännölliset tulot, takaisinmaksukyky sekä perusteellinen harkinta ennen lainanottoa ovat Vippi.fi -yhtiön kriteereitä lainan myöntämiselle. (Vippi.fi kotisivu 2011.)

| Pikavippi 500 €     | Ikäraja | Maksueriä | 30 vrk | 60 vrk | 90 vrk |
|---------------------|---------|-----------|--------|--------|--------|
| Vipster Oy          | 20      | 1         | 304 %  |        |        |
| Risicum Capital Oy  | 23      | 3         |        |        | 169 %  |
| Ferratum Finland Oy | 18      | 2         |        | 223 %  |        |
| Ferratum Finland Oy | 18      | 3         |        |        | 274 %  |

Kuvio 4: Pikavippi 500 euroa

Risicum Capital Oy myöntää pikavippejä ilman vakuuksia ja takaaajia. Asiakas voi täyttää kyseisen yrityksen kotisivuilla maksuttoman hakemuksen ja saada rahat tilillensä viikon jokaisen päivänä kello 7.00-23.00 välillä. Internet-sivullaan Risicum Capital mainostaa palveluaan luotettavana ja turvallisena ja yhtiö mainostaakin itseään arkielämän rahoitusratkaisujen tarjoajana. Kyseisen yrityksen asiakas voi valita laina-ajaksi kahdesta viikosta kolmeen kuukauteen ja lainasummaksi 50 - 1000 euroa. Kotisivuillaan Risicum Capital Oy mainostaa tarjonneensa arkielämän rahoitusratkaisuja jo 200 000 ihmiselle. (Risicum Capital Oy 2011.)

Maailman rehellisimmäksi pikalainafirmaksi itseään kutsuva Ferratum Finland Oy tarjoaa uusille asiakkailleen 50 - 400 euroa ja nykyisille asiakkailleen 50- 1000 euroa lainaa. 300 euroa lainaava asiakas voi maksaa lainansa kahdessa ja 400 euroa lainaa kolmessa erässä (2 erää= 60 vrk ja 3 erää= 90 vrk). Omalla kotisivullaan Ferratum tarjoaa asiakkaille kymmenen euroa siitä, että asiakas kertoo firman palvelusta kaverilleen. (Ferratum Finland Oy 2011.) Seuraavaksi tutustutaan opiskelijoille myönnettäviin maksuvälinevaihtoehtoihin.

### 3.4 Maksuvälineen valinta

Suomessa maksuvälineiden perusta muodostuu käteisestä rahasta eli metallirahasta ja seteleistä sekä pankki- ja postisiirroista. Raha on taloudellisen organisaation väline, joka tekee kehittyneen markkinatalouden yhteiskuntamuotona käytännössä mahdolliseksi. Käteisen lisäksi, Suomessa yleisiä maksuvälineitä ovat luotto-, pankki- ja muut maksukortit. Maksukorteilla tarkoitetaan erilaisia maksamiseen ja rahan

nostamiseen tarkoitettuja pankki-, luotto-, maksuaika- ja yhdistelmäkortteja. Maksukorttivalikoima on laaja ja se vaihtelee pankeittain. Käytössä on myös eri kaupparyhmien kortteja. Osa niistä käy maksuvälineenä useissa liikkeissä kotimaassa sekä ulkomailla. Yllä mainittujen maksuvälineiden lisäksi, vekselit ja velkakirjat voivat toimia maksuvälineinä. (Maksuvälineet ja maksukortit 2010.) Seuraavaksi esitellään kolmen Suomen pankin luottokorttitarjontaa.

Tässä opinnäytetyössä keskitytään seuraavien pankkien tarjoamiin luottokortteihin: Sampo Pankki, Nordea sekä Osuuspankki. Kyseisiin pankkeihin on päädytty, koska ne tarjoavat laajimman luottokorttivalikoiman nuorille asiakkaille. Seuraavissa kappaleissa tarkastellaan erilaisia luottokorttivalikoimien vaihtoehtoja sekä kerrotaan niiden ominaisuuksista, eduista, ehdoista ja kuluista. Luottokortit esitellään seuraavassa järjestyksessä: ensin Sampo pankin, sitten Osuuspankin ja Nordean tarjoamat luottokortit. Lopuksi esitetään havainnollistava taulukko, jossa kerrataan ja verrataan esiteltyjen korttien korkoja ja kuluja.

Sampo Pankilla on kaksi opiskelijoille myönnettävää luottokorttia. Näitä ovat MasterCard sekä Visa. Sampo Pankin Internet- sivuilla kerrotaan MasterCard yhdistelmäkortin sopivan suurempien menojen tasaamiseksi. Kortti sisältää luotto-ominaisuuden lisäksi, asiakkaan tiliin kytketyn pankkiominaisuuden. Kyseisellä kortilla asiakas voi asioida turvallisesti MasterCard -tunnuksella varustetuissa liikkeissä, tehdä verkko-ostoksia Internetissä MasterCard Secure Code -paikoissa sekä nostaa varoja MasterCard -tunnuksella merkityissä rahannostoautomaateissa. Sampo Pankki tarjoaa MasterCard yhdistelmäkortin omistajille noin 43 päivää, sekä vaihtoehtoisen luottorajan. Opiskelijoille Sampo Pankki tarjoaa MasterCard -luottorajaksi 500 - 1200 euroa. MasterCard kortti sisältyy Sampo Pankin nuorisopakettiin ja on maksuton 18 - 27-vuotiaille. Kyseisen luottokortin luoton viitekorkona on kolmen kuukauden Euribor, johon lisätään seitsemän prosentin korko. (MasterCard yhdistelmäkortti Sampo Pankki 2011.)

Sampo Pankin Visa -kortti tarjoaa MasterCard:n tavoin noin 43 päivää korotonta maksuaikaa ja on maksuton 27 ikävuoteen saakka. Kortilla voi tehdä verkko-ostoksia Verified by Visa ostospaikoissa ja nostaa rahaa niin Suomessa kuin ulkomailla. Kortin korko on sama kuin edellä mainitussa MasterCard -yhdistelmäkortissa. Kortti sopii Sampo Pankin kuvauksen mukaan etenkin maksuvälineen laajaa käytettävyyttä, osamaksumahdollisuutta sekä korotonta maksuaikaa arvostavalle asiakkaalle. (Visa Sampo Pankki 2011.) Sekä Visa että MasterCard- yhdistelmäkortin luoton käytöstä peritään kuukausimaksu, jonka määrää ei ole ilmoitettu pankin Internet-sivuilla. Lisäksi kortista maksetaan vuosimaksua, joka on 2 % luottosaldosta. Pankin Internet-sivulla ei

myöskään ole ilmoitettu pankeille ominaista todellista vuosikorkoa, laskettuna 1500 euron luotolle. Siksi tässä opinnäytetyössä esitelty Sampo pankin Visa sekä MasterCard - luottokortin todellinen vuosikorko on laskettu pankin Internet-sivuillaan esittämien palveluhinnastotietojen perusteella.

| Kortti                     | Marginaali | Viitekorko   | Todellinen vuosikorko |
|----------------------------|------------|--------------|-----------------------|
| MasterCard yhditelmäkortti | 7 %        | 3 kk Euribor | 11,97 % *             |
| Visa                       | 7 %        | 3 kk Euribor | 11,97 % *             |

Kuvio 5: Luottokortit Sampo Pankki

\* Todellinen vuosikorko laskettu 1500 euron luotolle pankin Internet-sivuilla ilmoitettujen hintatietojen pohjalta.

Osuuspankki tarjoaa niin ikään kaksi, opiskelijoille sopivaa luottokorttia: Op- Visa sekä Op-MasterCard. Op-Visa kortti on pankin oman kuvauksen mukaan monipuolinen, kansainvälinen maksuaika- ja luottokortti, johon asiakas voi liittää pankkitilinsä. Asiakas maksaa kortista kuukausittain 2,5 euroa. Visan viitekorkona on kolmen kuukauden Euribor, johon lisätään 7 prosenttiyksikköä. Kortin todellinen vuosikorko on 17,43 (01/2011), olettaen, että kortin luotolta on käytetty 1500 euroa. Kortin omistaja saa keskimäärin 35 päivää korotonta maksuaikaa ja Op-bonusasiakkaana kortin omistaja saa bonuspisteitä kaikista kortin luotolla maksetuista ostoksistaan sekä ostoturvan kaikille kortin luotolla hankituille ostoksille. Op-bonusasiakkuus tosin vaatii pankki- tai vakuutusasiointia Osuuspankissa 5000 eurolla joka kuukausi. Asiakkaalla on myös mahdollisuus liittää korttiinsa K-Plussa kortin, jolloin hän saa ostoksistaan myös K-plussapisteitä. (Edut pankkipalveluista 2011.) Osuuspankin Visa- korttia voi pankin kuvauksen mukaan hakea yli 20- vuotiaille, joilla on säännölliset palkka- tai eläketulot, pysyvä asuinpaikka Suomessa, riittävä maksukyky sekä moitteettomasti hoidetut raha-asiat. Lisäksi kortin hakijan tulisi olla Osuuspankin pääasiallinen asiakas. Kortin luottoraja on tavallisesti 1000 - 6000 euroa. Poikkeuksena opiskelijat, jotka voivat hakea Visa korttia vain 1000 euron luottorajalla. Ylempänä mainittujen ehtojen lisäksi, opiskelijoille Osuuspankki on asettanut seuraavat ehdot: Visa korttia hakevilla opiskelijoilla tulisi olla suoritettuna 90 opintopistettä korkeakouluopinnoistaan. (Op-Visa 2011.)

Osuuspankin MasterCard -kortti soveltuu varojen nostamiseen ja maksamiseen sekä Suomessa, että ulkomailla ja Internetissä. Kortin luottorajana on, Visa kortin tavoin 1000 - 6000 euroa ja kortin hakuehdot ovat samat kuin Op-Visassa. Poikkeuksena tosin se, että Osuuspankin MasterCardin haltijan tulisi olla 23-vuotias. Kuukausimaksun sijaan, kortin haltija maksaa MasterCard kortistaan 50 euron vuosimaksun. Kortin omistaja saa luotolleen noin kuukauden korotonta maksuaikaa, jonka jälkeen hän maksaa korkoa kolmen kuukauden Euribor -viitekorkoa, johon lisätään kuusi prosenttiyksikköä. Lisäksi kortin haltija saa itse valita laskun eräpäiväksi 1., 8., 16. tai 24. päivän. Mikäli kortin luottoa on käytetty 1500 euroa, todellinen vuosikorko MasterCard kortille on 16,82 % (01/2011). (Op MasterCard 2011.)

| Kortti     | Marginaali | Viitekorko   | Todellinen vuosikorko |
|------------|------------|--------------|-----------------------|
| Visa       | 7 %        | 3 kk Euribor | 17,43 %               |
| MasterCard | 6 %        | 3 kk Euribor | 16,82 %               |

Kuvio 6: Luottokortit Osuuspankki

\* Todellinen vuosikorko laskettu 1500 euron luotolle.

Nordea Pankilta löytyy puolestaan neljä tämän opinnäytetyön kohderyhmälle suunnattua luottokorttia. Nordean Visa kortti toimii maksuvälineenä niin Suomessa kuin Suomen rajojen ulkopuolella. Visa Silver on kuukausimaksullinen kortti, ja se maksaa 3,25 euroa kuukaudessa. Korttiin on mahdollista liittää myös asiakkaan tili, jolloin korttia käyttäessään, asiakas voi valita, maksaako hän ostoksensa luotolta vai omalta pankkitililtään. Visa Silver kortin luottolimiittinä on 1000 - 5000 euroa. Visa Kortin ominaisuuksiin kuuluu Kodinturva-vakuutus, joka tulee kaikkiin kortin omistajan luotolla maksettuihin yli sadan euron hintaisiin tuotteisiin. Visa Silverin korkona on kolmen kuukauden Euribor + 7,5 prosenttia ja kortin todellisena vuosikorkona on 18 - 28-vuotiaille, Nordean Check-in segmenttiin kuuluville asiakkaille, 14,2 prosenttia, 1500 euron luotolle laskettuna. (Visa Silver 2011.)

Nordean tarjoama MasterCard Silver -kortti toimii maksuvälineenä niin kotimaassa, ulkomailla kuin Internetissä. Korttia voi hakea vain täysi-ikäinen asiakas. 18 - 28-vuotiaille Nordea Pankin Check-in asiakkaille kortin vuosimaksu on 39 euroa ja kuukausimaksu 3,25 euroa. Nordean Check-in asiakas saa kuukausimaksullisen MasterCard kortin maksutta ensimmäisen vuoden ajan. (Nordea Check-in Hinnat 2011.) MasterCard Silver kortin luottoraja on vähintään 1000 euroa ja enintään 5000 euroa.

Kortin haltija saa itse päättää luottorajan, eräpäivän, maksuvapaat kaksi kuukautta sekä minimilyhennysprosentin. Kortin marginaalikorko on sidonnainen asiakkaan Nordean Etuohjelmatason- segmenttiin. Korkoa asiakas maksaa vain käytetystä luotosta. Kortin todellinen vuosikorko 1500 euron luotolle laskettuna on 14,2 % olettaen, että asiakas kuuluu Check-in asiakassegmenttiin. Korttiin voi liittää pankki eli debet ominaisuuden, jolla asiakas voi maksaa ostoksensa omalta pankkitililtään. (MasterCard Silver 2011.)

MasterCard Silver kortin sekä Visa kortin lisäksi Nordea tarjoaa kaksi muuta MasterCard korttia: Tuohi MasterCard sekä Stockmann MasterCard kortit. Tuohi MasterCard on vuosi- ja kuukausimaksuton. Asiakas voi tilata kortilleen myös maksuttoman rinnakkaiskortin. Tuohi MasterCard toimii MasterCard liikkeissä sekä ulkomailla että kotimaassa. Tuohi MasterCard- korttiin kuuluu hintaturvavakuutus, jolla kuluttajalle pyritään takaamaan tuotteiden edullisimman markkinahinnan sekä muita vaihtuvia ekstraetuja. Tuohi MasterCard- luottosopimuksen valinnaisella, 1000 - 10000 euron luottolimiitillä, voi tehdä myyjäliikkeessä ensimmäisen oston yhteydessä. Kortin omistaja saa keskimäärin 30 vuorokauden ajan korotonta maksuaikaa, ja saa itse päättää myös laskutettavan määrän, kuitenkin vähintään minimierän. Tuohi MasterCard kortin korkona on kolmen kuukauden Euribor + 12 %. Lisäksi, asiakas maksaa kuukausittain viiden euron tilihoitomaksun kun kortin luottoa käytettäessä tai kun tilillä on tapahtumia. (Tuohi MasterCard 2010.) 1500 euron luotolle laskettuna luoton todellinen vuosikorko on 21,9 % (09/2010). Kyseinen laskelma pitää sisällään kortin viitekoron, kortin koron 12 % sekä tilinhoitomaksun. (Nordea vertaa kortteja 2010.)

Stockmann MasterCard on Tuohi MasterCardin tapaan, kuukausi - ja vuosimaksuton kortti, ja siihen voi liittää pankkiominaisuuden, jolloin asiakas voi valita, maksaako ostoksensa omalta tililtään vai MasterCard kortin luotolta. Kortin omistaja saa lisäksi kanta-asiakkuuden Stockmann- tavarataloon, jolla hän saa käyttöönsä kaikki kanta-asiakasedut, -tarjoukset ja -palvelut. Korttiluoton enimmäismäärä on 10 000 euroa. Stockmann MasterCard- kortin luoton korko on kolmen kuukauden Euribor + 10 %. Mikäli asiakas käyttää luottotiliä, maksaa hän myös kuukausittain 3,5 euron tilihoitomaksun. (Stockmann MasterCard 2011.) Kortin todellinen vuosikorko, 1500 euron luotolle laskettuna, on 17,1 %, joka pitää sisällään kortin tilinhoitomaksun sekä kortin koron 10 % ja kolmen kuukauden Euribor koron (Nordea vertaa kortteja 2010).



| Kortti                  | Marginaali | Viitekorko      | Todellinen vuosikorko |
|-------------------------|------------|-----------------|-----------------------|
| Visa                    | 7,5 %      | 3 kk<br>Euribor | 14,2 %                |
| MasterCard<br>Silver    | 7,5 %      | 3 kk<br>Euribor | 14,2 %                |
| Tuohi<br>MasterCard     | 12 %       | 3 kk<br>Euribor | 21,9 %                |
| Stockmann<br>MasterCard | 10 %       | 3 kk<br>Euribor | 17,1 %                |

Kuvio 7: Luottokortit Nordea

\* Todellinen vuosikorko laskettu 1500 euron luotolle. Visa ja MasterCard Silver -korttien todellinen vuosikorko laskettu Nordean Check-in asiakassegmentin eli 18 - 28-vuotiaiden asiakkaiden palveluhinnaston mukaan.

Alla olevassa taulukossa on esitelty kaikkien edellä mainittujen korttien vuosi-, kuukausi sekä tilinhoitomaksut. Taulukossa on huomioitu 18 - 29 -vuotiaille tarkoitettuja luottokorttien palveluhintoja.

| Kortti                            | Vuosimaksu             | Kuukausimaksu            | Tilinhoitomaksu |
|-----------------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------|
| Sampo Pankki<br>Mastercard        | 2 %<br>luottorajasta   | 2 €                      |                 |
| Sampo Pankki<br>Visa              | 2 %<br>luottorajasta   | 2 €                      |                 |
| Nordea Visa                       | 39 €*<br>luottorajasta | 3,25 €*<br>luottorajasta |                 |
| Nordea<br>MasterCard Silver       | 39 €*<br>luottorajasta | 3,25 €*<br>luottorajasta |                 |
| Nordea Tuohi<br>MasterCard        | 0 €                    | 0 €                      | 5 €             |
| Nordea<br>Stockmann<br>MasterCard | 0 €                    | 0 €                      | 3,5 €           |
| Osuuspankki Visa                  | 0 €                    | 2,5 €                    |                 |
| Osuuspankki<br>MasterCard         | 50 €                   | 0 €                      |                 |

Kuvio 8: Luottokorttimaksut

\*Visa ja MasterCard Silver korttien vuosi- ja kuukausimaksut laskettu Nordean Check-in, 18- 28-vuotiaiden asiakassegmentin mukaan. Taulukossa on käytetty pankkien omilla Internet-sivuillaan ilmoitettuja lukuja.

Korttiluotosta maksetaan korkoa samoin kuin muistakin luotoista. Luottokorttiluotto voidaan maksaa niin ikään useassa erässä. Kortilta voidaan siirtää rahaa omalle pankkitilille ja luottoa voi käyttää tiettyyn rajaan saakka. Luottorajasta eli luottolimiitistä sovitaan korttiluoton haun yhteydessä. Luottokorttien ehdot ja hinnat vaihtelevat, joten ennen luoton ottamista olisi suositeltavaa tutustua korttiluoton ehtoihin. Esimerkiksi maksuaikakorttiluotolla on nimensä mukaisesti aikaa luoton maksamiseen korottomana. Ylempänä mainitut luottokorttivaihtoehdot pitävät sisällään sekä luottolimitin että maksuaikaa. Seuraavaksi esitellään ainoa koroton luottokortti- CreditUp Prepaid MasterCard.

CreditUp Prepaid MasterCard kortti toimii MasterCard luottokorttien tapaan kaikissa MasterCard liikkeissä niin Suomessa kuin ulkomailla. CreditUp Prepaid- kortti sopii kuluttajille, jotka haluavat pitää rahankäytön hallussaan. Käyttäjä voi valita fyysisen sekä virtuaalisen kortin välillä ja maksaa ostoksensa myös Internetissä. Kortin omistaja lataa

kortilleen rahaa omasta kukkarostaan tai verkkopankin välityksellä tililtään suoraan CreditUp Prepaid MasterCardille. Kortti vastaa MasterCard- korttia ainoalla erolla kulutettavat rahat ovat kuluttajan omia eikä niistä makseta korkoa. Siksi kortti sopii mainiosti myös opiskeleville nuorille. Kortti ei kuitenkaan ole täysin ilmainen. Sen tilaaminen maksaa 49 euroa ja kuukausittain kortin omistajalta veloitetaan yhden euron suuruinen kuukausimaksu. Lisäksi kortin lataamisesta menee tietty prosentoinen osuus ladattavasta summasta, riippuen valitusta lataustavasta. Esimerkiksi kortin lataaminen Suomessa maksaa yhden prosentin ladattavasta summasta. (CreditUp Prepaid MasterCard 2011.) Seuraavassa kappaleessa tutustutaan maksuviivästyksen ja sen seuraamuksiin.

### 3.5 Maksuviivästyksen seuraamukset

Ennen luoton ottamista, kuluttajan tulisi tutustua työ- ja elinkeinoministeriön sekä kuluttajaliiton tarjoamaan informaatioon maksuviivästyksen seuraamuksiin. Työ- ja elinkeinoministeriön Internet- sivuilla löytyy tietoa koskien kuluttajien taloutta. Näiden tietojen mukaan, kuluttajan tulee maksaa kaikki laskunsa viimeistään eräpäivänä. Lainan lyhennys on, Työ- ja Elinkeino- ja elinkeinoministeriön mukaan, tosin maksettava niin, että maksettava summa on saajan tilillä viimeistään eräpäivänä. (Maksuviivästyksen seuraamukset 2010.) Maksuvaikeuksien ilmaantuessa erityisen tärkeää on muistaa, että takaisinmaksusta sopiminen on mahdollista, ja parasta se on tehdä neuvottelemalla uusi maksuohjelma. Neuvotellessa maksuohjelmasta on erityisen tärkeää tehdä siitä realistinen, sillä maksuohjelman epäonnistuessa, uutta voi olla hyvin vaikeaa saada. (Mattila 2005, 115.) Seuraavaksi tarkastellaan maksuviivästyksen seuraamuksia.

Mikäli kuluttaja ei suorita maksua eräpäivään mennessä, on kyseessä sopimusrikkomus. Tällöin kuluttajalta veloitetaan erääntyneen laskun määrän lisäksi, muistutus- ja perimiskuluja sekä viivästyskorkoa. (Maksuviivästyksen seuraamukset. 2010.) Kaksi kertaa vuodessa määriteltyn yleiseen viivästyskorkoon lisätään vielä korkolain mukainen lisäkorko, 7 prosenttia. Heinäkuusta 2002 lähtien korkolain laskentatapa on perustunut EU-direktiiviin, jolla on yhdenmukaistettu viivästyskorkojen määrittelyä Euroopan Unioniin kuuluvissa maissa. Viivästyskorkon viitekorko perustuu heinäkuusta 2002 lähtien Euroopan keskuspankin perusrahoitus-operaation korkoon, pyöristettynä ylöspäin seuraavaan puoleen prosenttiyksikköön. Korkoa lasketaan laskun eräpäivää seuraavasta päivästä maksupäivään saakka. (Saaranen ym. 2004, 86.)

Kirjallisen maksumuistutuksen lähettäminen on myös maksullista ja siitä peritään kuluttajalta enintään viisi euroa yhtä maksumuistutusta kohti. Mitä pitempään lasku on maksamatta, sitä suuremmaksi kasvaa laskun loppusumma. Viivästyskorkon sekä maksumuistutusmaksun jälkeen seuraavia maksuja ovat perintätoimiston perintäkulut,

tuomioistuimen käsittelymaksut, velkojan oikeudenkäyntikulut sekä ulosottomaksut. Maksuja liitetään laskun summaan kunnes lasku maksetaan. Perintätoimiston lähettämästä maksuvaatimuksesta toimisto voi laskuttaa enintään 45 euroa, riippuen laskun perittävistä summasta. Perinnän kokonaiskuluille asetetut enimmäisrajat ovat enintään 220 euroa yli 250 euron suuruiselle, perittävälle summalle sekä 190 euroa enintään 250 euron saatavalle summalle. Osamaksukaupan ollessa kyseessä, velkoja voi ottaa tavaran takaisin, jolloin on tehtävä tilitys. Tilityksen voi tehdä ulosottomies, joka perii työstään, tavaran hinnasta riippuen, 86 tai 186 euroa. Mikäli laskun maksamatta jättäminen johtaa käräjäoikeuteen, joutuu kuluttaja maksamaan 260 - 370 euroa oikeudenkäyntikuluista sekä tuomioistuimen käsittelymaksun 72 euroa. Tapauksessa, jolloin maksettavan laskun summa menee ulosottoon, kaatuu kuluttajan niskaan edellä mainittujen maksujen lisäksi, 7-185 euron suuruinen ulosottomaksu. Poikkeuksen muodostavat verot, sakot sekä vakuutusmaksut, jotka ovat suoraan ulosottokelpoisia. (Maksuviivästysten seuraamukset. 2010.)

Pitkään laskun maksamatta jättäminen johtaa maksuhäiriömerkintään, joka merkitään Suomen Asiakastieto Oy:n rekisteriin. Tuolloin lainan ja luoton sekä työn ja jopa vuokra-asunnon saaminen vaikeutuu. Suomen Asiakastieto Oy:n mukaan, kulutusluottoon liittyvä maksuhäiriömerkintä pysyy rekisterissä kaksi, ulosottoeste- sekä velkomistuomiomerkitä kolme ja yksityishenkilön konkurssimerkitä viisi vuotta. Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan, perinnän edetessä tuomioistuimen päätökseen saakka, tulee rekisteriin pitempiaikainen merkintä YVK (yksipuolinen tuomio) tai UMV (varattomuusmerkintä), jotka pysyvät rekisterissä neljä vuotta. Mikäli Asiakastieto - rekisterissä on vain yksi merkintä ja kuluttaja toimittavat maksukuitin suorittamastaan maksusta, voi merkinnän säilymisaikaa lyhentää vuodella. (Maksuviivästysten seuraamukset. 2010.) Seuraavassa luvussa edellä esitettyjä kulutusluottojen hintoja lasketaan käytännön esimerkkien valossa. Seuraavassa luvussa tarkastellaan tämän opinnäytetyön prosessia sen vaiheita sekä työssä käytettyjä menetelmiä.

#### 4 Ostamisen hinnan selvittäminen

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen ja sen produktina on tuotettu, kohderyhmälle opiskelijoille suunnattu esite. Opinnäytetyön rakenne noudattaa hyvin pitkälle Vilkan ja Airaksisen (2003, 82 - 84) esittelemää toiminnallisen opinnäytetyön rakennetta. Rakenne muistuttaa aikajanaa kohti opinnäytetyön produktin tuottamista. Perinteisen toiminnallisen opinnäytetyön tavoin, raportista ilmenee, mitä päätöksiä on tehty ja mitä vaiheita on käyty läpi sekä, miten on päästy työn lopulliseen tuotokseen. Vilka ja Airaksinen (2003, 9) kertovat toiminnallisen opinnäytetyön tavoittelevan toiminnan ohjaamista, opastamista sekä toiminnan järjestämistä ja järjeistämistä. Tämän

opinnäytetyön produktin avulla pyritään tiedottamaan nuoria rahan hinnasta eli siitä, kuinka paljon erilaiset lainat ja luotot todellisuudessa maksavat.

Tämän opinnäytetyön prosessi voidaan kuvata neljän eri vaiheen kautta: orientaatio-, suunnittelu-, toteutus- sekä julkaisuvaihe. Työskentelyn alussa oli erittäin tärkeää valita oikea suunta ja työskentelytapa, jonka mukaan työtä tulisi viedä eteenpäin. Koska opinnäytetyö koostuu useasta eri vaiheesta, on sen työskentelyprosessi päädytty kuvailla vastaavasti vaiheittain. Jokaisessa työn vaiheessa on käytetty apuna erilaisia tutkimusmenetelmiä kuten 8x8-ideointimenetelmää, aivorihtä, valmiita aineistoja sekä tutkimuskysymystä. Myöhemmin, työn toteutusvaiheessa on käytetty myös benchmarking -menetelmää. Edellä mainitut menetelmät sopivat käytettäväksi tässä työssä, koska 8x8 sekä aivorihti- menetelmän hyödyntäminen antoi uusia ideoita sekä auttoi ratkaisemaan erilaiset haasteet ja ongelmat. Työssä hyödynnettyjen valmiiden aineistojen avulla on puolestaan saatu monipuolista, opinnäytetyön aiheen kannalta olennaista tietoa Suomen väestön kulutustottumuksista 2000-luvulla. Benchmarking- menetelmä taas, auttoi esitteen suunnitteluprosessissa. Seuraavaksi avataan tämän opinnäytetyön vaiheita, eri vaiheissa käytettyjä tutkimusmenetelmiä sekä niiden hyödyntämisen kautta saatuja tuloksia.

#### 4.1 Hinnan selvittämisen menetelmät

Koska työskentelyn alkuvaihe on erittäin tärkeä työn aihealueen hahmottamisen kannalta, on orientaatiovaiheessa käytetty kolmea tutkimus- ja ideointimenetelmää: 8x8-ideointimenetelmää, aivorihtä sekä valmiita aineistoja. 8x8- menetelmän hyödyntäminen on auttanut hahmottamaan opinnäytetyön aiheen kokonaisuutta. Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden (2009, 147) mukaan, menetelmää käytetään ideointiin. Tällöin A4- paperille kirjoitetaan ongelma, jonka ympärille kootaan erilaisia näkökulmia ongelmaan liittyen. Jokaisesta kahdeksasta näkökulmasta tuotetaan jälleen kahdeksan ideaa. Tätä menetelmää käytettäessä syntyi selkeä kuva opinnäytetyön aiheesta, sen sisällöstä ja osa-alueista. 8x8- menetelmää käytettäessä on saatu myös runsaasti uusia ideoita liittyen aineistoon, mikä oli työn kannalta erityisen tärkeää.

Aivorihti- menetelmän hyödyntäminen on puolestaan rikastanut opinnäytetyöprosessia, tarjoten uusia ideoita ja ratkaisuja opinnäytetyön suunnitteluprosessin aikana ilmenneisiin haasteisiin. Aivorihti kuuluu luovien ongelmanratkaisu-menetelmien joukkoon. Parhaimmillaan aivorihti-menetelmää käytetään 6 - 12 hengen ryhmässä, mutta ryhmän koolla ei ole suurta merkitystä. Ryhmällä täytyy olla johtaja, jonka

tehtävänä on pitää huolta sääntöjen noudattamisesta sekä rytmittää ideointiprosessia. (Ojasalo ym. 2009, 145 - 147.)

Tässä opinnäytetyssä on hyödynnetty erilaisia aivoriihi- menetelmän muunneltuja versioita. Aivorihi-prosessin aikana syntyneitä ideoita on pyritty arviomaan kriittisesti. Menetelmää hyödynnettäessä on päädytty opinnäytetyön alussa esiteltyihin kolmeen tuotteeseen, joiden lopullista hintaa on laskettu myöhemmin tässä työssä. Lisäksi on päätetty suunnata opinnäytetyö tietyille kohderyhmälle -opiskeleville nuorille, sekä käyttämään tutkimuskysymystä opinnäytetyön kohderyhmän ostokäyttäytymisen selvittämiseksi.

Orientaatiovaiheessa on myös hankittu tietoa opinnäytetyöprosessista sekä toiminnallisen opinnäytetyön rakenteesta ja toteuttamisesta. Samaan aikaan on tutustuttu tilastotietoihin liittyen kuluttajien osto- ja kulutuskäyttäytymiseen, velkaantumiseen sekä suhtautumiseen pikavippeihin. Tilastotietojen tueksi on hankittu muun muassa menetelmä- ja palvelumuotoilukirjallisuutta sekä kirjallista aineistoa koskien kulutusta sekä kuluttajuuden historiaa. Taustatutkimuksen aikana on tutustuttu myös pikavippejä vertaileviin Internet- sivustoihin, joista kerrotaan tarkemmin rahoitusvaihtoehtoja käsittelevässä luvussa. Orientaatiovaiheessa tietojen keräämiseksi on käytetty valmiita aineistoja.

Hirsijärven, Remeksen ja Sajavaaran Tutki ja kirjoita - teoksen mukaan, valmiit aineistot voidaan jakaa primaari- ja sekundaariaineistoon riippuen aineiston alkuperästä. Itse kerätty aineisto on primaariaineistoa. Primaariaineisto on välitöntä, kyseiseen tutkimukseen liittyvä aineisto, jota tutkija itse tuottaa. Sekundaariaineistoa puolestaan on muiden keräämä aineisto, kuten aikaisemmin tuotettu materiaali tai projekti. Hirsijärvi ym. jakavat valmiit aineistot viiteen luokkaan: viralliset tilastot ja tilastorekisterit, tilastotietokannat, arkistojen materiaalit, aiempien tutkimusten tuottamat materiaalit sekä muut dokumenttiaineistot. (2008, 181- 185). Tässä opinnäytetyössä on hyödynnetty etenkin virallisia tilastoja ja tilastorekistereitä sekä tilastotietokantoja. Seuraavan prosessikuvion avulla on pyritty havainnollistamaan työskentelyprosessin kulkua ja luomaan työstä selkeä kokonaiskuva.



Kuvio 9: Opinnäytetyöprosessin vaiheet

Nojautuen orientaatiovaiheessa hankittuun, velkaantumista koskevaan, tilastotietoon, työn suunnitteluvaiheessa on valittu kohderyhmäksi 18 - 29-vuotiaat opiskelevat nuoret. Kyseisen kohderyhmän valinta pohjautui aineistonkeruun yhteydessä saatuihin tuloksiin, joista korostui opiskelevien nuorten tarve saada neuvoa koskien kulutusta, rahoitus- ja kulutusluottovaihtoehtoja sekä luoton hinnan muodostumista. Toimeksiantajajohdistus antoi kohderyhmän valinnassa kirjoittajille vapaat kädet, joten yhtenä kohderyhmän valintaperusteena oli sen tuttuus ja välitön läheisyys opinnäytetyön kirjoittajille. Opiskelijoiden kuluttamisen problematiikan tärkeys, ajankohtaisuus ja puhuttavuus tekivät tästä opinnäytetyöstä erityisen mielenkiintoisen.

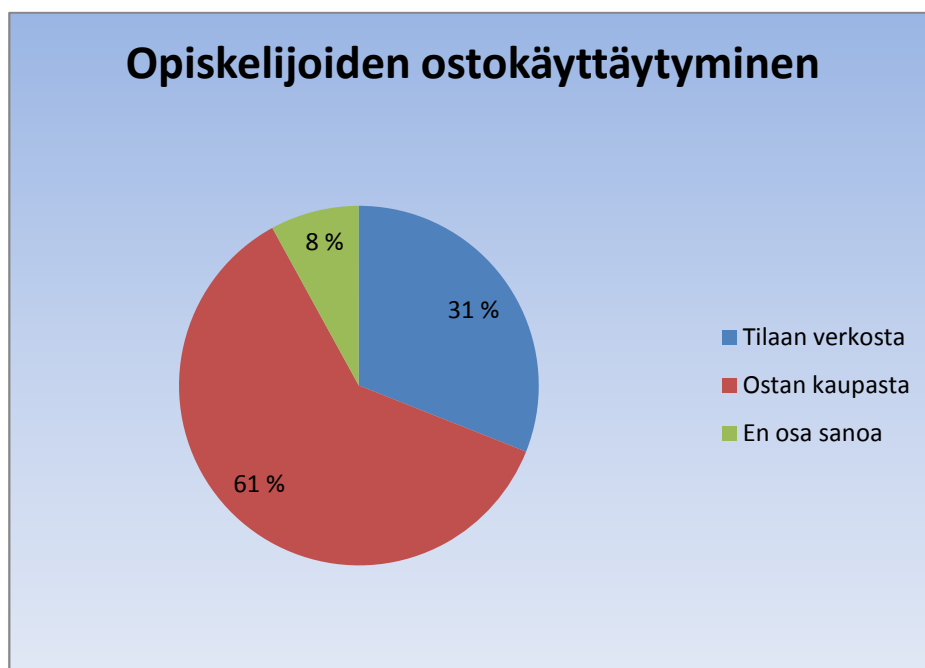
Koska tavoitteiden määrittely on olennainen osa opinnäytetyöprosessia, on tavoitteet asetettu työskentelyprosessin alkumetreillä, orientaativaiheessa. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli paitsi, selvittää eri rahoitusvaihtoehtojen hintoja ja tuottaa esite, myös tarjota opiskelijoille ajankohtaista tietoa myydyimmistä elektroniikkatuotteista sekä niiden hinnoista. Orientaativaiheessa oli alun perin valittu tarkasteltavaksi kolme, Kuluttaja -lehden mukaan parasta elektroniikkatuotetta, mutta suunnitteluvaiheeseen siirryttäessä oli ilmaantunut haasteita näiden elektroniikkatuotteiden osalta. Työn orientaativaiheessa ei osattu arvioida elektroniikkatuotteiden tiheää vaihtuvuutta. Vuosien 2009 - 2010 aikana ilmestyneiden Kuluttajalehtien testien mukaan, valittuja tuotteita ei enää valmistettu. Haasteen ilmaantuessa, on päätetty selvittää opiskelijoiden ostokäyttäytymistä esittämällä heille yksi tutkimuskysymys ja samalla siirtyä eteenpäin opinnäytetyössä seuraavaan suunnitteluvaiheeseen.

#### 4.2 Tuotteiden valinnan kriteerit

Suunnitteluvaiheeseen siirtyessä on päädytty selvittää opiskelijoiden ostokäyttäytymistä. Ostokäyttäytymisen selvittämiseksi on kysytty sadan Laurea - ammattikorkeakoulun, Leppävaaran toimipisteen, opiskelijan mieltymyksiä liittyen kannettavan tietokoneen hankintaan esittämällä heille seuraava tutkimuskysymys: ”Jos haluaisit ostaa kannettavan tietokoneen, mistä ostaisit sen mieluiten? Ostaisitko sen kaupasta vai tilaisitko Internetistä?” Vastausvaihtoehtoina olivat: tilaan verkosta, ostan kaupasta ja en osaa sanoa.

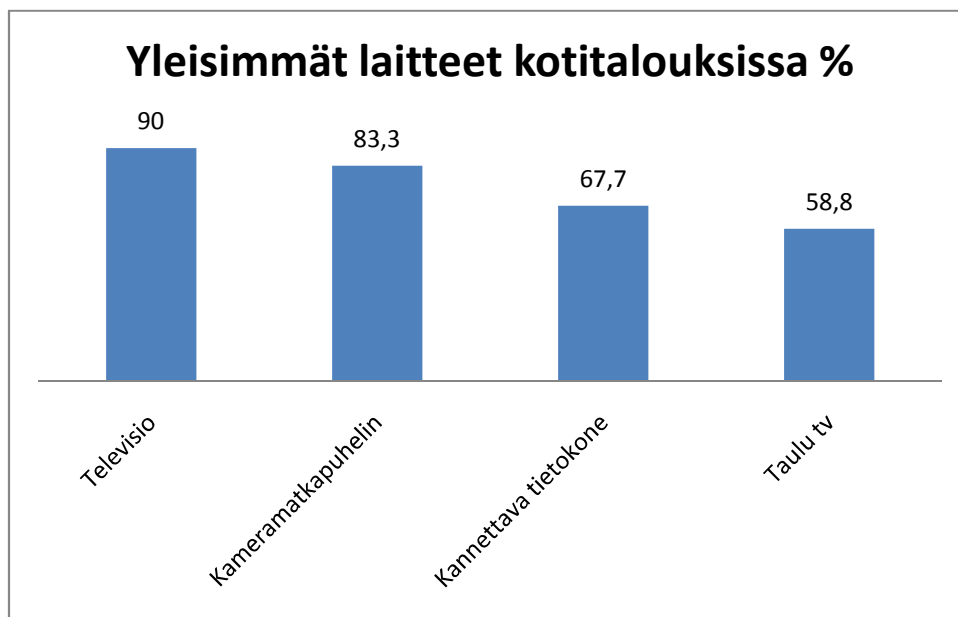
Tutkimuskysymystä suunniteltaessa, on kysymys rajattu keskittyen yhteen, tässä opinnäytetyössä käsiteltävään, tuotteeseen - kannettavaan tietokoneeseen, koska juuri kannettava tietokone oli opinnäytetyön toimeksiannon kannalta ensisijainen tuote. Opiskelijoiden sukupuolella, iällä sekä kulttuuri- ja kielitaustalla ei tutkimuskysymyksen tulosten kannalta ollut merkitystä. Tutkimuskysymyksen kautta selvisi, että 61 % opiskelijoista ostaisi kannettavan tietokoneen kaupasta, 31 % tilaisi sen mieluiten Internetistä ja loput (8 %) vastanneista ei osannut sanoa. Seuraavassa kuviossa on esitetty tämän opinnäytetyön tutkimuskysymyksen tulokset.





Kuvio 10: Mistä opiskelija ostaa kannettavan tietokoneen?

Tutkimuskysymyksen tuloksiin nojautuen on päätetty jatkaa opinnäytetyötä etsimällä potentiaalisia yhteistyökumppaneita pääkaupunkiseudulla toimivista elektroniikkaliikkeistä. Lähestyttävien elektroniikkaliikeketjujen valinnassa on huomioitu todennäköisyys, jolla pääkaupunkiseudulla opiskeleva nuori astuu kyseisen liikeketjun liikkeeseen. Potentiaalisiksi yhteistyökumppaneiksi olivat valikoituneet liikeketjut, joilla on useampi liike pääkaupunkiseudulla: Gigantti, Mustapörssi, Veikon kone, Tekniset, On Off, Verkkokauppa, Expert ja Hirvox. Edellä mainittuihin liikkeisiin on otettu yhteyttä puhelimitse ja tiedusteltu heidän halukkuutta toimia yhteistyökumppaneina sekä luovuttaa opinnäytetyön kirjoittajille tilastotietoja koskien tuotevalikoimaa, hinnoittelua sekä maksutapavaihtoehtoja. Edellä mainittujen elektroniikkaketjujen joukosta yksi esitti halukkuutensa luovuttaa myyntitilastotietojaan. Kyseisen elektroniikkaliikkeen avulla on selvitetty pääkaupunkiseudulla sijaitsevien myymälöiden myydyimmät tuotteet kolmesta kategoriasta: televisiot, kannettavat tietokoneet sekä matkapuhelimet: Philipsin 32 tuuman Full HD-televisio, Nokian 6303i matkapuhelin sekä Toshiba L650D-14R kannettava tietokone. Tuotteiden hinnat vaihtelevat 100 ja 600 euron välillä.



Kuvio 11: Kuluttajabarometri 2010

Tässä opinnäytetyössä on keskitytty laskemaan television, kannettavan tietokoneen sekä matkapuhelimen lopullisia hintoja koska ne ovat Tilastokeskuksen vuonna 2010 julkaistun Kuluttajabarometrin mukaan, yleisimmiksi kotitalouslaitteiksi osoittautuneita elektroniikkalaitteita. Ylempänä esitetty kuvio on laadittu Kuluttajabarometrin tulosten pohjalta. Tuloksista ilmenee, että 90 % vastanneista on kotitaloudessa televisio ja 58,8 % taulutelevisio. 83,3 % löytyy kameramatkapuhelin ja 67,7 % kannettava tietokone. (Kuluttajabarometri 2010.)

#### 4.3 Tuotteiden todellisten hintojen laskeminen

Elektroniikkatuotteiden hintojen selvittäminen mahdollisti siirtymisen opinnäytetyössä seuraavaan toteutusvaiheeseen. Opinnäytetyön toteutusvaiheessa on laskettu kulutusluottojen hintoja, sekä esitetty työn tulokset visuaalisesti. Laskelmien laatimisessa on käytetty apuna Microsoft Excel- ohjelmaa, jonka avulla on laadittu yhtenäinen laskukaava. Laskukaavassa on huomioitu rahoitus- ja pikalainavaihtoehtojen viitekorko eli kolmen kuukauden Euribor (noteerattu 21.4.2011), asiakaskohtainen marginaali sekä muut kulut. Asiakaskohtaista marginaalia selvitettyä on huomioitu opinnäytetyön kohderyhmä, 18 - 29 -vuotiaat opiskelevat nuoret. Selvitettyä lainan viitekorko, marginaali ja muut kulut, on Excel- ohjelman avulla laskettu rahoitusvaihtoehdon todellinen vuosikorko. Todellinen vuosikorko on puolestaan mahdollistanut elektroniikkatuotteen lopullisen hinnan selvittämisen. Laskelmissa on

käytetty kaikkien kolmen elektroniikkatuotteen hintoja (149 euroa, 549 euroa sekä 599 euroa), mikä hankaloittaa osaltaan luottokorttien hintojen suoranaista vertaamista.

Tämän opinnäytetyön ensisijaisena tavoitteena oli esitellä opinnäytetyön kohderyhmälle luottovaihtoehtojen hintoja. Tavoitteeseen pääsemiseksi, on tässä opinnäytetyössä päädytty havainnollistaa tuotteiden hintoja erilaisilla laskutoimituksilla. Niiden avulla on selvitetty, mistä kuluista lopullinen hinta muodostuu. Laskuissa on huomioitu kolmen kuukauden Euribor korko päivältä 21.4.2011 (Kauppalehti Euribor 3 kk. 2011). Laskelmissa ei ole voitu ennustaa Euribor -koron vaihtelua tai pankkien hinnastojen muutoksia. Oletuksena oli, että opiskelija maksaa luottoaan pankille vuoden ajan joka kuukausi tasaerissä. Opinnäytetyössä esitellään yksinkertaisia taulukoita. Tarkemmat laskutoimitukset löytyvät työn lopusta, liitteistä.

|                                 | Lainan määrä €   | Lainan loppusumma<br>€ | Kulut € |
|---------------------------------|------------------|------------------------|---------|
| <b>MasterCard Sampo</b>         | 599 (Kannettava) | 685,14                 | 86,14   |
| <b>Tuohi MasterCard</b>         | 599 (Kannettava) | 739,12                 | 140,12  |
| <b>Stockmann<br/>MasterCard</b> | 599 (Kannettava) | 709,14                 | 110,14  |
| <b>Visa Nordea</b>              | 149 (Puhelin)    | 201,22                 | 52,22   |
| <b>Visa Op</b>                  | 549 (Televisio)  | 624,98                 | 75,98   |

Kuvio 12: Eri tuotteiden hintaesimerkkejä

Koska tämän opinnäytetyön tarkoituksena ei ollut verrata erilaisten pankkien tarjoamien luottokorttien hintoja keskenään, on tässä opinnäytetyössä esitetty laskelmat satunnaisesti valituille luottokorteille. Kyseinen taulukko on tehty pankkien omien Internet-sivujen palveluhinnastojen tietojen pohjalta. Laskelma perustuu Sampo Pankin MasterCard, Osuuspankin Visa, Nordea Pankin Visa sekä Tuohi ja Stockmann MasterCard korttien palveluhinnastoihin. Taulukko on laadittu huhtikuun 2011 hintoja käyttäen. Laskelmassa on esitelty kolmea eri hintaa (25.2.2011 elektroniikkaliikeketjun esitettyjen hintatietojen mukaan): kannettavan tietokoneen (599 €), taulutelevision (549 €) sekä matkapuhelimen (149 €). Sampo Pankin Internet tietojen mukaan, Visa ja MasterCard yhdistelmäkortin hinnat eivät tässä tapauksessa poikkea toisistaan.

Nämä kortit on valittu havainnollistaakseen luoton hinnan muodostumista sekä luoton hinnan vaihtelua. Mahdollisia lisäveloituksia, jotka eivät ole vapaasti nähtävillä pankkien Internet-sivuilla ei ole laskettu mukaan. Hinnan muutokset ovat mahdollisia. Kaikki hinnat on laskettu

ottaen huomioon tämän opinnäytetyön kohderyhmä (18- 29-vuotiaat opiskelevat nuoret). Tarkemmat laskutoimitukset löytyvät liitteistä 1-5.

Seuraavaksi esitellään pikavippien hintoja. Tarkoituksena on korostaa pikavippiyritysten tarjoamien kulutusluottojen hintoja verrattuna pankkien myöntämien korttiluottojen hintoihin. Esitellyissä pikavippilaskelmissa on käytetty pikavippiyritysten Internet-sivuilla ilmoittamia korkotietoja. Taulukoista ilmenee luoton määrä sekä sen kulut. Taulukot on laskettu kahdelle eri summalle: 500 ja 1000 euroa.

| Lainan myöntäjä     | Lainan määrä € | Laina-aika vrk | Lainan kokonaismäärä € | Lainan kulut € |
|---------------------|----------------|----------------|------------------------|----------------|
| Vipster Oy          | 500            | 30             | 304                    | 204            |
| Ferratum Finland Oy | 500            | 60             | 1115                   | 615            |
| Risicum Capital Oy  | 500            | 90             | 845                    | 345            |
| Ferratum Finland Oy | 500            | 90             | 1370                   | 870            |

Kuvio 13: 500 euron pikavippi

Pikavippien hinnat vaihtelevat riippuen luoton summasta, takaisinmaksuajasta, takaisinmaksuerien määrästä, sekä pikavipin myöntäjistä ja sen asettamista ehdoista. Pikavipin lopullisen hinnan laskeminen summille: 149, 549 sekä 599 euroa on osoittautunut mahdottomaksi, koska vippien hinnat eivät ole vertailukelpoisia keskenään. Ylempänä mainittujen summien vipaaminen on mahdotonta, sillä pikavippiä myönnetään ainoastaan tasasummina. Tuolloin 149 euron hintaisen kännykän hankkimiseksi kuluttaja joutuu vipaamaan tässä työssä esitellyiltä pikavippiyrityksiltä 500 euroa. Vastaavasti 549 euroa maksavan television sekä 599 euroa maksavan kannettavan tietokoneen ostoa varten täytyy opiskelijan, tässä opinnäytetyössä esitettyjen tietojen pohjalta, hakea 1000 euroa luottoa.

| Lainan myöntäjä           | Lainan määrä<br>€ | Laina-aika<br>vrk | Lainan kokonaismäärä<br>€ | Lainan kulut<br>€ |
|---------------------------|-------------------|-------------------|---------------------------|-------------------|
| Vipster Oy                | 1000              | 60                | 1700                      | 700               |
| Risicum<br>Capital Oy     | 1000              | 60                | 1220                      | 220               |
| Ferratum<br>Finland<br>Oy | 1000              | 90                | 1070                      | 70                |

Kuvio 14: 1000 euron pikavippi

Pikavippiyritysten ilmoittamista hinnoista ilmenee, että mitä pienemmästä lainasummasta on kyse, sitä kalliimmaksi se kuluttajalle tulee. 100 euron pikavippi kasvaa jopa 782 euron vipiksi vain yhden viikon laina-aikana. 500 euron vippilainasta joutuu opiskelija helposti maksamaan 615 euron suuruiset kulut ja tuhannen euron lainasta tippuu postiluukusta 1700 euron lasku. On erityisen tärkeää huomioida se, että tässä työssä esittelemät pikavippiyritykset ovat alansa luotettavimpia ja edullisimpia. Lienee suositeltavaa tutkia tarkoin myös lainasopimuksen pienellä vasemmassa alalaidassa luettavat laina- ja korkoehdot ennen lainan ottamista. Seuraavassa kappaleessa paneudutaan visuaaliseen suunnitteluun sekä esitellään tämän opinnäytetyön produktin syntymisen vaiheita.

Opinnäytetyöproduktin suunnittelussa on nojaututtu tietoperustaan visuaalisen kulttuurin ja suunnittelun, väripsykologian, typografian sekä sommittelun osalta. Kyseinen tietoperusta on ohjannut produktin suunnittelua. Toimeksiantajalta ei ole saatu tarkkoja toiveita, koskien produktin visuaalista suunnittelua, joten suunnittelussa on otettu erityisesti huomioon opiskelijat kohderyhmä sekä raha-asiat.fi -sivuston muotoilu.

Toiminnallisen opinnäytetyön produkti suunnataan aina tietylle kohderyhmälle, tässä opinnäytetyössä - opiskeleville nuorille. Vilkan ja Airaksisen mukaan (2003, 38 - 39) kohderyhmän määrittämisessä käytettyjä ominaisuuksia ovat muun muassa sosioekonominen asema, ammattiasema, ikä, koulutus sekä toimeksiantajan toiveet ja tavoiteltava tulos. Tämän opinnäytetyön produktin suunnittelussa on huomioitu erityisesti opinnäytetyön kohderyhmä. Seuraavaksi siirrytään visuaaliseen esitteen suunnitteluprosessiin.

## 5 Visuaalisen esitteen suunnittelu

Painotuotteiden lisäksi televisio, matkapuhelin ja Internet ovat keskeinen osa nuorten kokemusmaailmaa. Kaikissa edellä mainituissa visualisuudella ja kuvilla on keskeinen rooli. Vaikka visuaalisuus samaistetaan usein kuviin, kuvat ovat vain yksi laaja visualisuuden eli näköaistin avulla havaittavan kulttuurin alue. Kuvalla on kuitenkin erityinen rooli visuaalisessa kulttuurissa siksi, että näköaisti on meille tärkeämpi kuin menneille sukupolville. Tietoteknologian kehittyminen on helpottanut visuaalista suunnittelua, kuvankäsittelyä ja visuaalisen materiaalin kierrättämistä. Lisäksi monenlaiset kuvaan ja näkemiseen liittyvät teknologiat ovat levinneet arkeen, työhön ja vapaa-aikaan. Nuoret viettävät nykyään paljon aikaa mobiili - ja verkkomedian runsaan tarjonnan parissa. Tekstillä on suuri rooli Internetissä ja nuorten keskinäisessä viestinnässä. (Herkman 2007, 62 - 64.)

Kuvien takana - teoksessa Koskinen korostaa, miten Internet nopeana tiedon lähteenä ja kommunikaatiovälineenä on muuttanut ihmisten toimintatapaa. Nykyihminen elää mielikuvayhteiskunnassa, jossa kuvilla, tarinoilla ja elämyksillä on keskeinen rooli. Mielikuvayhteiskunnassa kaikki nämä asiat vaikuttavat ihmisten toimintaan. Koskinen väittää, että ihmiset tekevät päätöksensä keskeisesti pienistä osatekijöistä muodostuneiden mielikuvien perusteella. Kuvien takana teoksen kirjoittaja on vahvasti sitä mieltä, että mielikuva on yhtä kuin totuus. (Koskinen 2005,17.)

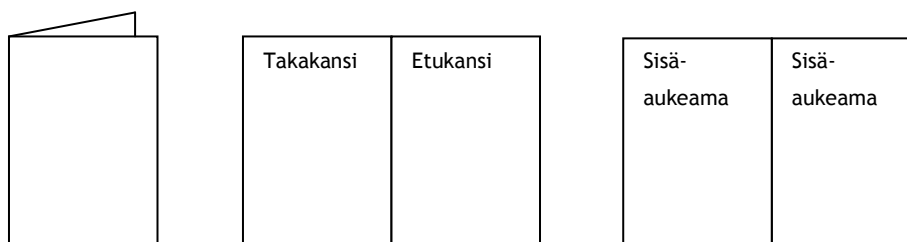
Tapani Huovila korostaa visuaalisen suunnittelun viittä päämäärää: Visuaalisen suunnittelun ensimmäinen päämäärä on tukea lähetettävää viestiä - joko sen luokittelua, arvoa tai suoranaista sisältöä. Toinen tehtävä on antaa viestiä lähettävälle yhteisölle tai medialle tunnistettava identiteetti. Identiteetillä tarkoitetaan läpi julkaisun menevää yhtenäistä visuaalista viestiä, joka muodollaan kertoo jotakin olennaisesta lähettäjäyhteisöstään, sen päämääristä tai toimintatavoista. Kolmas suunnittelun päämäärä on antaa esitetylle informaatiolle järjestys. Esitettäessä samassa sommittelutilassa useampia elementtejä ja niiden sisältämiä viestejä samanaikaisesti, niille pyritään antamaan visuaalisuuden keinoin järjestys, jossa vastaanottaja käy ne lävitse. Neljänneksi suunnittelun päämääränä on herättää ja pitää yllä vastaanottajan mielenkiintoa edessään olevaan julkaisuun. (Huovila, 2006, 12.)

Visuaalinen suunnittelu on myös sommittelua ja värien valintaa. Visuaalisen suunnittelun avulla on pyritty ohjamaan nuorta katsojaa havaitsemaan tärkeitä asioita, kuten hintaa ja erilaisia maksuvälineitä. Kuvien avulla on pyritty tukemaan tärkeän informaation omaksumista. Sinkkosen mielestä esteettinen ja selkeä ulkoasu muodostuu

seuraavista tekijöistä: yleinen selkeys ja harmonia, erilaisten elementtien muoto ja suhteet. Johdonmukaisuudella, selkeällä ryhmittelyllä, tasapainoisella asettelulla sekä tyhjän tilan käytöllä on keskeinen rooli visuaalisessa suunnittelussa. Erilaisten elementtien tasaus, yksinkertaisuus ja yhtenäinen kokonaisuus ja kontrastit sekä värisuunnittelu mahdollistavat visuaalisen tuotoksen luettavuutta. (Sinkkonen 2002, 181.) Esitteelle on luotu selkeä yleisilme, sillä se auttaa lukijaa hahmottamaan eri elementit sekä havaitsemaan keskeisen informaation.

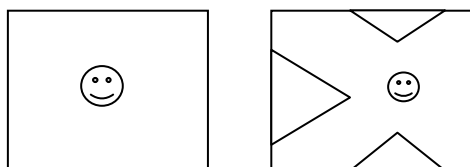
## 5.1 Sommittelu

Esitteen suunnitteluprosessi on aloitettu puhtaalta A4- kokoiselta paperilta. A4 oli taitettu kahtia varmistaakseen produktin käytettävyyden. Näin esite toimii paitsi julisteena Internetissä että painettuna, jaettavaksi sopivana esitteenä.



Kuvio 15: Esitteen prototyyppi

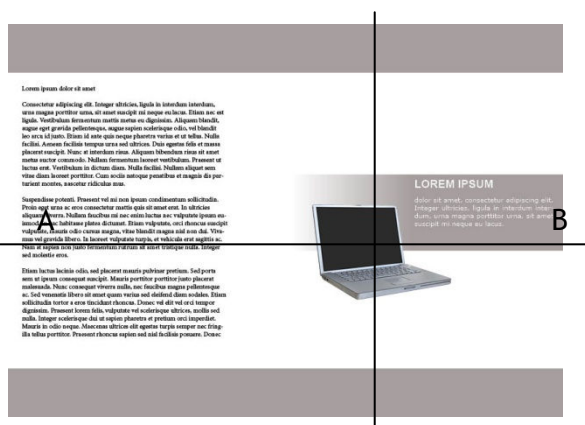
Sommittelulla on keskeinen rooli visuaalisessa suunnittelussa. Sommittelulla tarkoitetaan kuvan sisällön järjestystä ja järjestelyä. Sommittelun taustalla on ihmisen luontainen tarve luokitella ja järjestellä ympäristöönsä liittyviä asioita ja hahmottaa niistä kokonaisuuksia. Sommittelussa elementit sijoitetaan sommittelutilaan. Elementit tulee järjestää kuvakentälle siten, että niiden keskinäinen järjestys auttaa ilmaistavan asian vastaanottamista ja ymmärtämistä. Sommittelu on myös tilan käyttöä ja jakamista. Sisällön merkitys muuttuu sen osien sijoituksen mukaan. Keskelle tilaa sijoitetut elementit luovat tasapainoisen ja levollisen vaikutelman tulella hyvin esiin. Tuolloin katsoja saattaa kuitenkin menettää nopeasti mielenkiintonsa. (Huovila, 2006, 46.)



Kuvio 16: Symmetrinen ja keskitetty sijoittelu

Symmetrisessä sijoittelussa kohteen vasen ja oikea reuna muodostavat samanlaiset ääriiviivat, joiden sivut ovat toistensa peilikuvia. Esitteen ylhäällä ja alhaalla on samanlainen tausta, joka muodostaa symmetrisen kehyksen tekstin ja kuvan molemmilla puolella. Keskittävässä sijoittelussa tausta ja kohteen paikka nostavat pääasian selkeästi esiin. Esitteen tärkeimpiä kuvia ovat kannettava tietokone ja sen hintaa ilmaiseva hintalappu. Rauhallinen ja yksisuuntainen tausta nostavat kannettavan tietokoneen esille. Esitteessä ei ole käytetty muita kuvia, jotta katsojan huomio keskittyisi pääkuvaan. (Huovila, 2006, 46 - 48.)

Esitteen suunnittelun alussa on käytetty yksinkertaista <http://fi.lipsum.com/> -sivuston tarjoama testauksetekstiä. Lorem Ipsum on erittäin kätevä tulostus, suunnittelu, ja tuotantoteollisuudessa. Sen avulla on helppo seurata, miltä lopullinen teksti näyttää ja kuinka paljon sommittelutilaa se tulee täyttämään. Typografian avulla varmistetaan, että julkaisu muodostaa yhtenäisen visuaalisen kokonaisuuden, johon julkaisun eri osat sopivat.



Kuvio 17: Kultainen leikkaus

Kannettavan tietokoneen ja sen hinnan esittävä kuva, on sijoitettu kultaisen leikkauksen mukaisesti. Visuaalisen viestin ulkoasun suunnittelussa voidaan käyttää apuna ympäristön mittasuhteita. Kultainen leikkaus janojen a ja b välillä vallitsee silloin, kun janan a suhde janan b on yhtä kuin janan b suhde janaan a + b. Tällöin kultaisen lakkauksen kaava on  $a:b=b:(a+b)$

Kultainen leikkaus on yksi perinteisen kuvataiteen käyttämistä mittasuhteista, jonka pohjalta voidaan muodostaa suorakaide, sommittelutila, jossa lyhyt sivu vastaa janaa a ja pitkä sivu janaa b. Kulusta leikkausta pidetään arkkitehtuurissa ja kuvataiteessa sopusuhtaisten suhteiden normina. Renessanssin taiteilijat käyttivät kulusta leikkausta tuodakseen taideteoksiinsa esteettistä harmoniaa. (Huovila 2006 29- 30.)



Huovila (2006, 47) on myös sitä mieltä, että tärkeiden kohteiden sijoittaminen lähelle sommittelutilan reunaa ei ole järkevää. Reunassa ne menettävät huomioarvoaan ja vaativat myös yleensä tasapainon säilyttämiseksi jonkun vastavoiman sommittelutilan toiselle puolelle. Kultainen leikkaus on kannettavan tietokoneen näytön ja taustatekstin kohdalla. Siihen vastaanottajan katse kohdistuu ensimmäiseksi. Tällaisella sommittelulla on pyritty varmistamaan katsojan huomion kiinnittyminen esitteen tärkeimpään viestiin, kannettavaan tietokoneeseen sekä sen hintaan.

## 5.2 Värimaailma

Punainen, sininen ja keltainen ovat päävärejä. Vihreä, oranssi ja violetti ovat välivärejä. Nämä värit esiintyvät myös luonnossa, esimerkiksi sateenkaaressa seuraavassa järjestyksessä: punainen, oranssi, keltainen, vihreä, sininen ja violetti. Näiden värien avulla voidaan muodostaa väriympyrä, jossa värit ovat luonnonmukaisessa järjestyksessä. (Huovila, 2006, 42-43.)

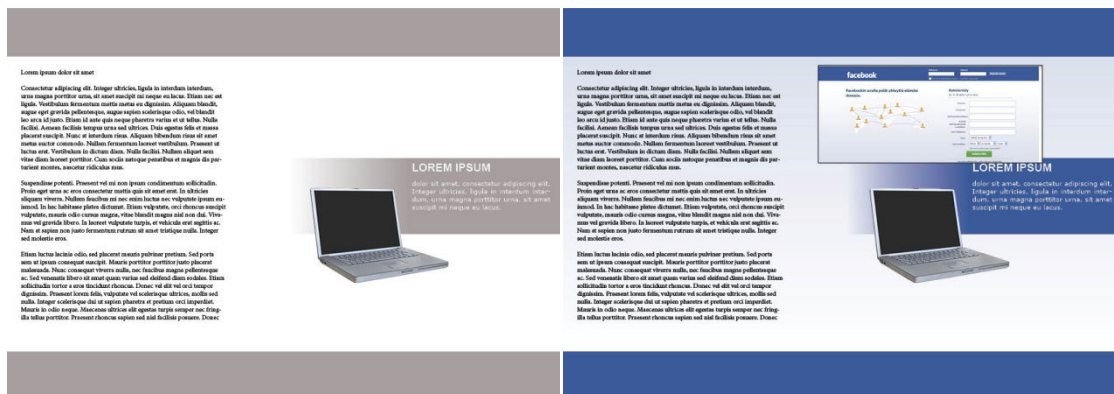
Runsasta värien, muotojen tai liikkuvien elementtien käyttöä on vältetty, sillä se johtaa helposti rauhattomaan ja sekavaan yleisilmeeseen, jossa erilaiset visuaaliset vihjeet kilpailevat katsojan huomiosta. Väri on voimakas viesti vastaanottajalle, jonka avulla voidaan esimerkiksi kiinnittää katsojan huomio johonkin tiettyyn asiaan, auttaa tunnistamaan ja muistamaan asioita, ilmaista yhteenkuuluvia asioita sekä lisätä käytön miellyttävyyttä. Väriin liittyy myös voimakkaita kulttuurillisia, sosiaalisia ja emotionaalisia merkityksiä, sekä henkilökohtaisia mieltymyksiä. Värin näkemiseen vaikuttaa kohteen pinta ja valon koostumus. Kohteen pinnasta väri heijastuu vastaanottajan tarkasteltavaksi, mikä vähentää valon voimaa ja värit näkyvät tummempina. Värit syntyvät tästä värien sekoittumisesta ja kaikkien värien summa on musta. Sekoittamalla mustaa eri väriin voidaan muuttaa niiden sävyä. (Sinkkonen 2002, 149 - 152, 177 - 183.)

Värit eroavat ominaisuuksiltaan ja ne voidaan jakaa kylmiin sekä lämpimiin. Kylmät värit etäännyttävät katsojasta ja lämpimät värit tuntuvat lähestyvän. Värien sävyeroja voidaan käyttää jännitteen luomiseen, sekä etäisyyksien tunnelman tehostamiseen. Värien symboliset merkitykset ovat kulttuurisidonnaisia, joten väreillä on myös psykologisia merkityksiä. Symboliikassa musta viestii myös kuolemaa ja valtaa. Parhaina esimerkkeinä ovat kansalliset symbolivärit, eri tunteisiin tai tapahtumiin yhdistetyt värit, kirkon liturgiset värit sekä liikenteen symbolivärit. Psykologisesti vaikuttavin väri on punainen, joka on aktiivinen ja saa ihmisen toimimaan. Valkoinen ilmaisee siisteyttä, puhtautta ja kunniaa. Petosta ja aurinkoa kuvaava keltainen herättää

kiihkeää halua. Sininen puolestaan symbolisoi viileyttä ja harkitsevaisuutta sekä antaa järjestyksen tuntua ja toimii poliisin virka-asun värinä. (Huovila, 2006, 44-46.)

Yhä suositetummaksi tavaksi kommunikoida muiden ihmisten kanssa on noussut sosiaalinen media. Sosiaalisella medialla tarkoitetaan verkkoviestintäympäristöjä, joissa jokaisella käyttäjällä tai käyttäjäryhmällä on mahdollisuus olla aktiivinen viestijä, sisällöntuottaja, sekä tiedon vastaanottaja. Sosiaalisen median avulla voi välittää viestiä monille vastaanottajille. Sosiaalinen media on jälkiteollinen ilmiö, joka on muuttanut yhteiskunnan tuotanto- ja jakelurakennetta, taloutta ja jopa kulttuuria. Sanastokeskus, TSK on julkaissut sosiaalisen median sanaston, jonka mukaan Sosiaalinen media on tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä sekä luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita. (Saarikoski, Suominen, Turtiainen & Östman, 2009, 15-21.)

Yksi maailman tunnetuimmista ja suositetuimmista sosiaalisen median yhteisöpalveluista on Internetissä toimiva Facebook - niminen sivusto. Se tarjoaa käyttäjille mahdollisuuden kuvallisen käyttäjäprofiilin luomiseen sekä yhteydenpitoon ystäviensä kanssa. Tällä sivustolla on mahdollista liittyä erilaisiin yhteisöihin ja saada tietoa tulevista tapahtumista. Syksyllä 2009 Facebook oli maailman neljänneksi vierailuin sivusto. Tällä hetkellä sivustolla on yli 500 miljoona aktiivista käyttäjää. (Facebookin perustiedot.)



Kuvio 18: Facebook sivuston värimaailma

Facebook -sivuston värimaailma on kylmän sinisen ja valkoisen värin yhdistelmä. Tämän opinnäytetyön esitteessä on päädytty käyttämään sivuston värejä. Värimaailman valintaan on päädytty benchmarking -menetelmän avulla. Tällä värivalinnalla on tavoiteltu kohderyhmän huomion herättämistä. Oletuksena oli, että nuorille käyttäjille tutut värit lisäävät mielenkiintoa esitettä kohtaan ja houkuttelevat heitä tutustumaan sen sisältöön. Lisäksi sininen on neutraali väri, joka miellyttää sekä naisia että miehiä. Suomalaiselle lukijalle sinisen ja valkoisen yhdistelmä luo myös isänmaallista tunnetta sekä positiivisen ja rauhallisen mielen.



Kuvio 19: Hinnan esittelytapa

Kirkkaat värit, kuten keltainen ja punainen kaappaavat puolestaan helposti huomion. Niiden kontrasti rauhallisen sini-valkoisen taustavärin rinnalla kiinnittää lukijan katseen kyseisen kohteeseen, eli tässä tapauksessa hintaan. Kuten edellisessä kuvassa näkyy, hinta on tässä esitteessä päätetty esittää kaikille, eräästä mainoslehdestä, tutulla tavalla. Monet päivittäistavarakaupat esittelevät tuotteiden hintoja alennusmainonnan avulla. Ostajan katse kiinnittyy helposti tuotteen hintaan kun hinta esitetään niin, että, alkuperäisen ja lopullisen hinnan rinnalla esitetään myös niiden prosentuaalinen erotus. Tässä työssä on päädytty

samankaltaiseen tuotteen hinnan esitystapaan. Kyseisellä esitystavalla esitteeseen on pyritty tuomaan hieman kevennyttä ja huumoria sekä taata katsojan huomion herättäminen.

### 5.3 Kuvat ja ulkoasu

Esitteessä on käytetty [www.futureimagebank.com](http://www.futureimagebank.com) sivuston tarjoamia kuvia. Kaikki kuvat on muokattu Adobe Photoshop kuvankäsittelyohjelman avulla, joka on yksi suosituimmista digitaalisten kuvan muokkausohjelmista. Photoshop- ohjelmaa käyttäen kuvat on muokattu halutun näköiseksi. Esimerkiksi alla olevasta kannettavan tietokoneen alkuperäisestä kuvasta on poistettu kuvan osia.

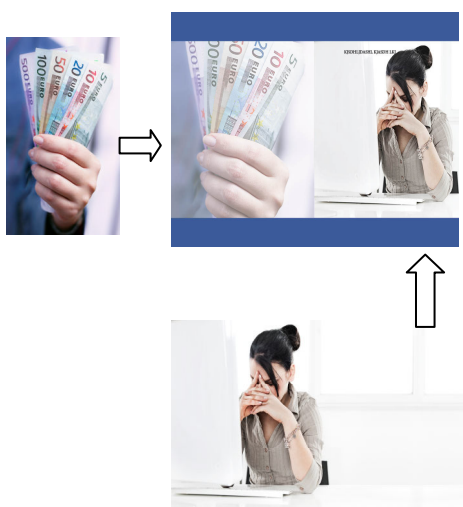


Kuvio 20: Kuvien luominen InDesign ja Photoshop kuvankäsittelyohjelmien avulla

Tämän jälkeen kuvat on yhdistetty tekstiin InDesign- ohjelman avulla. InDesign kuvankäsittelyohjelma on hyvä työkalu painettuun tai digitaaliseen jakeluun tarkoitettujen kuvatiedostojen käsittelyyn. ([adobe.com](http://adobe.com)) Jotta esite olisi katsojan näkökulmasta helpolukuinen ja kiinnostava, sen täytyy olla rakenteeltaan selkeä ja tiiviisti ilmaistu. Riittävän iso koko ja kontrasti helpottavat julisteen tulkintaa. Huoliteltu ulkoasu on ihailtava, ja elävää ja virheetöntä tekstiä on miellyttävä lukea. Teknisesti tuotetut kuvat ja grafiikat antavat selkeästi lisätietoa työstä. Forssenin mukaan, visuaalisen posterin luomiseen tarvitaan vähintään kolme eri informaatio tasoa: aihe, kohderyhmän huomion herättäminen, selittävä informaatio sekä jonkinasteinen oivallus tai elämys. (Miten teen posterin InDesignilla?)

Esitteen etu - ja takakannelle on sijoitettu kuvia. Varsinainen teksti tutkimustulokset on löytyvät sisäaukeamalta. Suunnittelussa on käytetty rahan ja rahojen käsittelytilanteeseen

liittyviä kuvia. Esitteen etusivulla olevalla naisen kuvalla on haluttu herättää katsojan huomio. Kuva herättää jokseenkin epämääräisiä ja jopa negatiivisia tunteita koska kuvassa nainen peittää kasvonsa ja kallistaa päänsä alaspäin. Tarkoituksena on herättää katsojan huomio ja saada hänet jatkamaan julisteen katselua esitteen sanoman paljastumisen toivossa. Takakannen kuva on yksinkertainen ja selkeä, ja se viestii, että käteisellä rahalla on paljon arvoa. Takakannen kuva tukee sisäaukeaman viestiä ja tuo samalla vastapainoa sisäaukeamalla esitetylle luottokortin kuvalle. Kuvassa olevassa kädessä on 695 euroa käteistä rahaa, mikä sopii mainiosti myös esitteen hintaesimerkkiin. Samalla se esittää sisäaukeamalla olevaa rahasummaa visuaalisesti.



Kuvio 21:Kuvan muokkaaminen

Sisäaukeaman kuvavalikoima on tarkoituksella suppea, koska päähuomion on tarkoitus kiinnittyä tekstin esittämistapaan. Kannettava tietokone havainnollistaa ja tukee esitteessä olevaa informaatiota, eikä vie liikaa huomiota tekstin sisällöstä. Taustalla oleva luottokortin kuva tukee ja täydentää kokonaiskuvaa. Kannettavan tietokoneen hintalappu ja tekstin sisältö tukevat toisiaan ja auttavat katsojaa oivaltamaan esitteen tärkeimmän informaation.

Kuvien ja kokonaisuuden hahmottamisen jälkeen on siirrytty esitteen tekstin luomiseen. Tekstin tarkoituksena on olla lyhyt, tiivis ja informatiivinen, jotta välitettävä viesti olisi mahdollisimman ymmärrettävä. Tekstissä ei ole käytetty korostuksia, jotta viestin tärkeys ja vakavuus tulisi mahdollisimman hyvin esille. Esitettä suunniteltaessa on pyritty välttämään luomasta siitä lehtimainos. Produktin välittämän viestin keventämiseksi on käytetty humoristista hinnan esitystapaa. Etukannella on esitetty kysymys: Mitä ostaminen maksaa? Tällä kysymyksellä on pyritty herättämään lukijan mielenkiinto esitettä kohtaan. Tavoitteena on provosoida lukijassa halu etsiä vastaus asetettuun kysymykseen.



Kuvio 22: Esitteen etu- ja taka-kannet

Esitteen sisäaukeaman vasemman puolen teksti on seuraava: ”Hetimitä lainaa! Lopeta rahahuolesi! Pikalaina edullisesti!” ja sadat muut houkuttelevat mainokset lupaavat ratkaista kuluttajien rahaongelmat sekä tuoda turvallisuutta jokapäiväiseen elämäämme. Kuinka turvallisia ja luotettavia nämä lupaukset oikeasti ovat? Joka päivä käytämme rahaa erilaisiin tuotteisiin, mutta olemmeko tulleet ajatelleiksi, kuinka paljon ostaminen loppujen lopuksi maksaa? Vastaus on selkeä: ”Todella paljon!”

"Hetä lainaa! Lopeta rahatuoiesi! Pikalaina edullisesii!" ja sadat muut houkuttelevat mainokset lupaavat ratkaista kuluttajien rahaongelmat sekä tuoda turvallisuutta jokapäiväiseen elämääme. Kuinka turvallisia ja luotettavia nämä lupaukset oikeasti ovat?

Joka päivä käytämme rahaa erilaisiin tuotteisiin, mutta olemmeko tulleet ajatteliksi, kuinka paljon ostaminen loppujen lopuksi maksaa?

Vastaus on selkeä: "Todella paljon!"

"Todellinen vuosikorko laskettuna 599 euron käytössä olevalle tililuotolle on 23,4 %. Laskennassa on käytetty 3 kk:n Euribor-korkoa (21.4.2011). Lisäksi laskennassa on huomioitu kuukausittainen tilinhoitomaksu sekä muut kulut."

"Ostaessasi uuden kannettavan tietokoneen luottokortilla saat maksuajan lisäksi muita kuluja kaupan päälle!"

**+23,4%**  
599€ **739€**

Kuvio 23: Esitteen sisäaukeama

Esitteen sisäaukeaman oikealla puolella oleva väliteksti tukee ohessa olevan kannettavan tietokoneen kuvaa sekä esitteen rakennetta, kertomalla lisää sen sisällöstä: "Todellinen vuosikorko laskettuna 599 euron käytössä olevalle tililuotolle on 23,4 %. Laskennassa on käytetty 3 kk:n Euribor -korkoa (21.4.2011). Lisäksi laskennassa on huomioitu kuukausittainen tilinhoitomaksu sekä muut kulut." Kannettavan tietokoneen oikealla puolella oleva teksti toimii humoristisena kevennyksenä, antamalla tuotteelle kevyen, nuorekkaan imagon. Teksti tukee hauskaa hinnan esittelytapaa: "Ostaessasi uuden kannettavan tietokoneen luottokortilla saat maksuajan lisäksi muita kuluja kaupan päälle!"

#### 5.4 Typografia

Sommittelun, kuvien valinnan ja tekstin suunnittelun jälkeen oli siirrytty tekstin ulkoasuun eli typografiaan. Typografian avulla päätetään julkaisun tekemisen osalta tarvittavat yksityiskohdat, kuten julkaisun kirjainlajit, sivukoko, opasteet ja tunnukset, teksti ja otsikot, linjat, kehykset ja laatikot, sekä värit ja tehosteet. Layout eli taitto auttaa typografian ohjeiden pohjalta sivun elementtien, otsikoiden, kuvien ja tekstien sijoittelua informatiivisesti ja luo tietyn järjestyksen sivulle. Typografian yksi tärkeimmistä elementeistä on julkaisuun valittu kirjaimen muoto. Kirjaimen valinnassa on olennaista keskittyä kirjaimen symboliikkaan eli erinäköisten kirjainten viesteihin sekä niiden luettavuuteen. Olennaisia ovat myös kirjaintyyli, jotka voidaan jakaa viiteen eri ryhmään. Seuraavista ryhmistä eniten viestinnässä käytettyjä tyylejä ovat antiikva ja groteski. (Huovila 2006, 85 - 91.)

| Antiikva        | Groteski           | Egyptienne | Fraktuura   | Muut               |
|-----------------|--------------------|------------|-------------|--------------------|
| Bodoni          | Arial              | Courier    | Old English | Fantasia           |
| Times New Roman | Futura ja Franklin | Rockwell   |             | Lucida Handwriting |
|                 | Gothik             |            |             |                    |

Kuvio 24: Erilaisia kirjaintyyplejä

Edellisessä taulukossa on muutama esimerkki mainituista kirjaintyypleistä. Antiikva eli Serif tarkoittaa päätteellisiä kirjainmuotoja, jotka kehittyivät vuosina 1470-1600. Yleisesti käytössä olevia antiikvoja ovat: Bodoni, Times New Roman ja Concorde. Groteski eli Sans-Serif on pääteviivaton, tasapaksu yksinkertainen tikkukirjain, jossa kirjaimen runko ja muut osat ovat tasapaksuja, niin isoissa kuin pienissäkin kirjaimissa. Tunnettuja Sans-Serif -kirjasintyypppejä ovat Arial, Futura ja Franklin Gothik. (Huovila 2006, 85 - 91.) Esitteessä on käytetty ilman pääteviivoja olevaa Groteski, Sans-Serif nimistä kirjaintyyliä. Kyseistä kirjaintyyliä käytetään usein otsikoissa ja leipätekstissä helpottaakseen tekstin luettavuutta.

Opinnäytetyön viimeisessä, julkaisuvaiheessa työ ja sen tulokset on esitelty muille opiskelijoille. Lisäksi valmis esite tuloksineen on luovutettu yhteistyökumppaniyhdistykselle. Tässä vaiheessa on tehty muutama visuaalinen muutos, korostamalla osaa tekstistä eri värein, sekä muuttamalla sen kokoa suuremmaksi, jotta se erottuu taustasta ja muusta tekstistä paremmin.





Kuvio 25: Valmiin esitteen etu- ja taka-tanssi

"Heti lainaa! Lopeta rahahuolesi! Pikalaina edullisesti!" ja sadat muut houkuttelevat mainokset lupaavat ratkaista kuluttajien rahaongelmat sekä tuoda turvallisuutta jokapäiväiseen elämäämme. Kuinka turvallisia ja luotettavia nämä lupaukset oikeasti ovat?

Joka päivä käytämme rahaa erilaisiin tuotteisiin, mutta olemmeko tulleet ajatelleiksi, kuinka paljon ostaminen loppujen lopuksi maksaa?

**Vastaus on selkeä:  
"Todella paljon!"**

"Todellinen vuosikorko laskettuna 599 euron käytössä olevalle tililuotolle on 23,4%. Laskennassa on käytetty 3 kk:n Euribor-korkoa (21.4.2011). Lisäksi laskennassa on huomioitu kuukausittainen tilinhoitomaksu sekä muut kulut."

"Ostaessasi uuden kannettavan tietokoneen luottokortilla saat maksuajan lisäksi muita kuluja kaupan päälle!"



Kuvio 26: Valmiin esitteen sisäaukeama

Opinnäytetyön onnistumisen mittarina toimii toimeksiantajalta saatu palaute, joka on saatu sähköpostin välityksellä. Opinnäytetyön arviointi löytyy työn johtopäätöksistä. Arvioinnissa on huomioitu toimeksiantajalta saatu palaute sekä kirjoittajien oma arvio opinnäytetyöstä, sen prosessista sekä produktin onnistumisesta. Esitteitä on kaksi, jotta toimeksiantajalla on varaa valita esitteestä haluamansa raha-asiat.fi -sivustolle julkaistavaksi.



## Mitä ostaminen maksaa?

"Heti lainaa! Lopeta rahahuolesi! Pikalaina edullisesti!" ja sadat muut houkuttelevat mainokset lupaavat ratkaista kuluttajien rahaongelmat sekä tuoda turvallisuutta jokapäiväiseen elämäämme. Kuinka turvallisia ja luotettavia nämä lupaukset oikeasti ovat?

Joka päivä käytämme rahaa erilaisiin tuotteisiin, mutta olemmeko tulleet ajatelleiksi, kuinka paljon ostaminen loppujen lopuksi maksaa?

**Vastaus on selkeä:  
"Todella paljon!"**

**+23,4%**  
~~599€~~  
**739€**

"Todellinen vuosikorko laskettuna 599 euron käytössä olevalle tililuotolle on 23,4 %. Laskennassa on käytetty 3 kk:n Euribor-korkoa (21.4.2011). Lisäksi laskennassa on huomioitu kuukausittainen tilinhoitomaksu sekä muut kulut."

*"Ostaessasi uuden kannettavan tietokoneen luottokortilla saat maksuajan lisäksi muita kuluja kaupan päälle!"*

Kuvio 27: Valmis vaihtoehtoinen esite

## 6 Johtopäätökset

Tässä opinnäytetyössä on käytetty teoreettista tietoperustaa. Työssä on tutustuttu erilaisiin rahoitus- ja maksuväline- ja pikavippivaihtoehtoihin, niiden ominaisuuksiin, ehtoihin, hintoihin ja kuluihin. Tutkimuksen pohjalta on julkaistu konkreettisia hintalaskelmia ja -taulukoita. Tällä opinnäytetyöllä on pyritty valistamaan opiskelijoita kuluttajina, esittämällä heille konkreettisia esimerkkejä eri rahoitusvaihtoehtojen hinnoista. Tämän työn tuloksien kautta ilmeni, kuinka suuri ostamisen hinta todellisuudessa on. Todellisen hinnan selvittäminen on kuluttajalle iso haaste ja sen hahmottaminen ostotilanteessa voi olla harhaanjohtavaa.

Opinnäytetyön toiminnallisuudesta huolimatta on suoritettu laaja taustatutkimus. Lähdeaineistoina on käytetty valmiita aineistoja. Opiskelijat voivat hyödyntää työssä esitetyt tiedot. Lopullisena opinnäytetyön tuloksena tuotettu esite, joka ilmestyy Internetiin raha-asiat.fi -sivustolle. Esitteestä ilmestyy myös painettu versio, joka on suunnattu opinnäytetyön kohderyhmälle 18 - 29 -vuotiaille opiskeleville nuorille. Toimeksiantaja, Konsumenterna ry tulee hyödyntämään esitettä tulevissa velkaantumista ja raha-asioita käsittelevissä tapahtumissa. Opinnäytetyön prosessin aikana eri vaiheet on toteutettu vuorovaikutuksessa toimeksiantajayhdistyksen kanssa. Opinnäytetyö osoittaa aiheen kannalta olennaisen tutkimuskirjallisuuden ja ammatillisen keskustelun tuntemista.

Opinnäytetyöprosessi on edennyt johdonmukaisesti ja siitä on pyritty raportoimaan toimeksiantajayhdistykselle palautteen saamiseksi ja työn sujuvuuden takaamiseksi. Opinnäytetyöhön on sisällytetty aiheen kannalta olennainen tutkimuskirjallisuus ja sillä on pyritty osoittamaan kirjoittajien ammatillisen keskustelun tuntemista.

Yhteistyöyhdistys ei ole erikseen ilmoittanut salassapitoa koskevista määräyksistä, joten tässä työssä on noudatettu yleisiä yksityisen henkilön ja yrityksen yksityisyyteen liittyviä asetuksia. Opinnäytetyössä käytetyt lähteet on pyritty saamaan keskustelemaan keskenään. Lähdeaineisto on nivottu tekstiin niin, että käytännön toteutusta ja pohdintaa peilataan tutkittuun tietoon. Työssä on pyritty varmistamaan kirjoittajien toiminnan eettisyys sekä toimeksiantajan tyytyväisyys opinnäytetyöhön ja sen produktiin. Opinnäytetyössä on esitetty luotettavia tutkimustuloksia, sillä opinnäytetyössä on hyödynnetty vain luotettavien tahojen tilastoja, tutkimuksia ja raportteja. Opinnäytetyön kirjoittajat kantavat sosiaalisen vastuun opinnäytetyön produktin julkaisemisesta. Esitteeseen painetut tiedot on suunniteltu tarkasti nojautuen opinnäytetyötutkimuksen tuloksiin.

## Lähteet

- Autio, M. & Paju, P. 2005. Kuluttava nuoruus. Kuluttava nuoruus Nuorten elinolot-vuosikirja, 1458-4220. Helsinki: Stakes.
- Evans, M., Jamal, A., & Faxall, G. 2006. Consumer Behaviour. Hoboken. NJ: John Wilay & Sons.
- Halonen, U. 2010. Kulutusluottoselvitys 2010. Helsinki: Finanssialan Keskusliitto.
- Herkman, J. 2007. Kriittinen mediakasvatus. Tampere: Vastapaino.
- Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. 13.-14., osin uudistettu painos. Keuruu: Otavan kirjapaino.
- Huovila, T. 2006. "Look" Visuaalista viestisi. Helsinki: Inforviestintä.
- Kaartinen, R. & Lähteenmaa, J. 2006. Miten ja mihin nuoret käyttävät pikavippejä ja muita kulutusluottoja? Rahoitetut tutkimukset 1459-9384. Helsinki: Kauppa- ja Teollisuusministeriö: Edita Publishing.
- Koskinen, J. 2005. Kuvien Takana. Helsinki: Speedmaster.
- Lampikoski, P. & Lampikoski, T. 2000. Kuluttajavisiot - näköaloja kuluttajakäyttäytymisen tulevaisuuteen. Porvoo: WSOY.
- Niva, M. & Tuominen, K. 2005. Benchmarking käytännössä. Turku: Benchmarking.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro.
- Saaranen, P., Koltola, E. & Pösö, J. 2004. Liike-elämän matematiikka. Helsinki: Edita Prisma.
- Saarikoski, P., Suominen, J., Turtiainen, R. & Östman, S. 2009 FUNETista Facebookiin- Internetin kulttuurihistoria. Helsinki: Gaudeamus.
- Saarin, H. 2001. Nuoruus ja hulluus, vanhuus ja viisaus? Tutkimus nuorten kulutuskäyttäytymisestä ja velkaantumisesta. Helsinki: Stakes.
- Sassateli, R. 2007. Consumer culture History, Theory and Politics. London: Sage.
- Sinkkonen, I. 2002. Käytettävyyden psykologia. 3. painos. Helsinki: Edita.
- Viitala, R. & Jylhä, E. 2008. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. 1.-3. painos. Helsinki: Edita Prisma.
- Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino.

## Sähköiset lähteet

Adobe Systems Incorporated. 2011. Adobe. Viitattu 24.04.2011.  
<http://www.adobe.com/fi/products/indesign.html>

Check-in Hinnat. 2011. Nordea. Viitattu 20.3.2011.  
<http://www.nordea.fi/Henkilöasiakkaat/Kortit+ja+maksut/Kortit/Hinnat/>

CreditUp Prepaid MasterCard. 2011. CreditUp Prepaid. Viitattu 23.4.2011.  
<http://creditup.eu/>

Edut pankkipalveluista. 2011. OP. Viitattu 20.3.2011.  
<http://www.op.fi/>

Facebookin perustiedot. 2011. Facebook. Viitattu 15.3.2011.  
<http://www.facebook.com/press/>

Ferratum Finland. 2011. Viitattu 10.3.2011.  
<http://www.ferratum.fi/>

Forssén, E. 2011. Miten teen posterin InDesignilla? Viitattu 11.4.2010.  
[http://viestintapiste.laurea.fi/ind.pdf.doc.ppt/Posteri\\_InDesignilla.pdf](http://viestintapiste.laurea.fi/ind.pdf.doc.ppt/Posteri_InDesignilla.pdf)

Futureimagebank. 2011. Viitattu 13.04.2011.  
<http://www.futureimagebank.com/asp/>

Euribor. 2011. Kauppalehti. Viitattu 25.04.2011.  
<http://www.kauppalehti.fi/5/i/porssi/korot/>

Kuluttajabarometri. 2010. Tilastokeskus. Viitattu 21.9.2010.  
[http://www.stat.fi/tup/julkaisut/kbar\\_2010-08\\_taul\\_fi.pdf](http://www.stat.fi/tup/julkaisut/kbar_2010-08_taul_fi.pdf)

Kuluttajansuojalaki. 1994. Finlex. Viitattu 23.11.2010.  
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/>

Kuluttajat- Konsumenterna ry. 2010. Viitattu 21.9.2010.  
<http://www.kuluttajat-konsumenterna.fi/>

Lainat.org. 2010. Viitattu 9.11.2010.  
<http://www.lainat.org>

Luotettavimman vipin puolesta. 2011. Vippi-vertailu. Viitattu 1.3.2011.  
<http://www.vippi-vertailu.fi>

Luottokortit. 2009. Tilastokeskus. Viitattu 21.9.2010.  
[http://www.tilastokeskus.fi/til/lkor/2009/lkor\\_2009\\_2010-05-06\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.tilastokeskus.fi/til/lkor/2009/lkor_2009_2010-05-06_tie_001_fi.html)

Maksuviivästysten seuraamukset. 2010. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 10.3.2011.  
<http://www.tem.fi/>

Maksuvälineet ja maksukortit. 2010. Finanssivalvonta. Viitattu 27.11.2010.  
[http://www.finanssivalvonta.fi/FI/FINANSSIASIAKAS/FINANSSIALAN\\_PALVELUITA/MAKSUPALVELUT/MAKSUVALINEET/Pages/](http://www.finanssivalvonta.fi/FI/FINANSSIASIAKAS/FINANSSIALAN_PALVELUITA/MAKSUPALVELUT/MAKSUVALINEET/Pages/)

MasterCard Silver 2011. Nordea. Viitattu 20.3.2011.  
<http://www.nordea.fi/Henkil%b6asiakkaat/Kortit+ja+maksut/Kortit/MasterCard+Silver/>

- MasterCard yhdistelmäkortti. 2011. Sampo. Viitattu 15.3.2011.  
<http://www.sampopankki.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/Paivittaiset-raha-asiat/Kortit/Pages/>
- Mieti maksutapa. 2011. Kuluttajaliitto. Viitattu 28.2.2011.  
<http://www.kuluttajaliitto.fi/>
- Nordea vertaa kortteja. 2010. Nordea. Viitattu 20.3.2011.  
<http://www.nordea.fi/Henkiloasiakkaat/Kortit+ja+maksut/Kortit/Vertaa+kortteja/1333582.html>
- Pikavippivertailu. 2011. Vippivertailu. Viitattu 8.3.2011.  
<http://www.vippivertailu.com>
- Raha-asiat. 2011. Kuluttajavirasto. Viitattu 30.3.2011.  
<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/talous-ja-velkaneuvonta/luotot/luoton-hinta/>
- Raha-asiat.fi neuvoo velkaongelmissa. 2009. Kansan uutiset. Viitattu 28.4.2011.  
<http://www.kansanuutiset.fi/uutiset/kotimaa/1989678/>
- Risicum Capital. 2011. Risicum. Viitattu 10.3.2011.  
<http://www.risicum.fi>
- Stockmann MasterCard 2011. Nordea. Viitattu 15.3.2011.  
<http://www.nordea.fi/Henkiloasiakkaat/Kortit+ja+maksut/Kortit/Stockmann+MasterCard/1027262.html>
- Suomalaiset vastuullisia kulutusluoton käyttäjiä. 2007. Kuluttajavirasto. Viitattu 30.3.2011.  
<http://www.kuluttajavirasto.fi/>
- Suomen Numismaattinen Yhdistys ry. 2007. Viitattu 30.11.2010.  
<http://www.snynumis.fi/sny/sny.html>
- Todellinen vuosikorko. 2009. TarkkaMarkka. Viitattu 23.04.2011.  
<http://www.tarkkamarkka.com/luottokortit-ja-lainat/todellinen-vuosikorko.html>
- Todellinen vuosikorko. 2009. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 29.03.2011.  
<http://www.tem.fi/>
- Tulot ja kulutus. 2009. Tilastokeskus. Viitattu 21.9.2010.  
[http://www.stat.fi/til/ktutk/2006/ktutk\\_2006\\_2009-06-08\\_fi.pdf](http://www.stat.fi/til/ktutk/2006/ktutk_2006_2009-06-08_fi.pdf)
- Tuohi MasterCard. 2010. Nordea. Viitattu 10.3.2011.  
<http://www.nordea.fi/Henkil%c3%b6asiakkaat/Kortit+ja+maksut/Kortit/TUOHI+MasterCard/1153922.html>
- Velkaantumistilasto 2009. 2010. Tilastokeskus. Viitattu 21.9.2010.  
<http://www.tilastokeskus.fi/til/velk/2009/>
- Visa. 2011. Sampo Pankki. Viitattu 15.3.2011  
<http://www.sampopankki.fi/fi-fi/Henkiloasiakkaat/Paivittaiset-raha-asiat/Kortit/Pages/>
- Visa Silver. 2011. Nordea. Viitattu 24.03.2011  
<http://www.nordea.fi/Henkiloasiakkaat/Kortit+ja+maksut/Kortit/Hinnat/>

### Julkaisemattomat lähteet

Pannimaa - Pätsi, K. 2010. Toiminnanjohtajan haastattelu 21.9.2010. Kuluttajat - Konsumenterna ry. Helsinki



## Kuviot

|   |    |
|---|----|
| Kuvio 1: Kuluttajabarometri 2010.....   | 9  |
| Kuvio 2: Pikavippivertailu.....   | 19 |
| Kuvio 3: Pikavippi 1000 euroa.....  | 19 |
| Kuvio 4: Pikavippi 500 euroa .....  | 20 |
| Kuvio 5: Luottokortit Sampo Pankki.....   | 22 |
| Kuvio 6: Luottokortit Osuuspankki .....   | 23 |
| Kuvio 7: Luottokortit Nordea.....   | 25 |
| Kuvio 8: Luottokorttimaksut.....  | 26 |
| Kuvio 9: Opinnäytetyöprosessin vaiheet .....                                      | 31 |
| Kuvio 10: Mistä opiskelija ostaa kannettavan tietokoneen? .....                   | 33 |
| Kuvio 11: Kuluttajabarometri 2010 .....   | 34 |
| Kuvio 12: Eri tuotteiden hintaesimerkkejä .....                                   | 35 |
| Kuvio 13: 500 euron pikavippi.....  | 36 |
| Kuvio 14: 1000 euron pikavippi .....  | 37 |
| Kuvio 15: Esitteen prototyyppi.....   | 39 |
| Kuvio 16: Symmetrinen ja keskitetty sijoittelu .....                              | 39 |
| Kuvio 17: Kultainen leikkaus .....  | 40 |
| Kuvio 18: Facebook sivuston värimaailma .....                                     | 43 |
| Kuvio 19: Hinnan esittelytapa.....  | 43 |
| Kuvio 20: Kuvien luominen InDesign ja Photoshop kuvankäsittelyohjelmien avulla .. | 44 |
| Kuvio 21:Kuvan muokkaaminen .....   | 45 |
| Kuvio 22: Esitteen etu- ja taka-kannet .....                                      | 46 |
| Kuvio 23: Esitteen sisäaukeama .....  | 47 |
| Kuvio 24: Erilaisia kirjaintyyplejä.....  | 48 |
| Kuvio 25: Valmiin esitteen etu- ja taka-tanssi.....                               | 49 |
| Kuvio 26: Valmiin esitteen sisäaukeama .....                                      | 50 |
| Kuvio 27: Valmis vaihtoehtoinen esite .....                                       | 51 |

## Liitteet

|  |    |
|--|----|
| Liite 1: Värisymboliikka .....                                     | 59 |
| Liite 2: Kannettava tietokone Sampo Pankin Visa- kortilla .....    | 60 |
| Liite 3: Kannettava tietokone Tuohi MasterCard -kortilla .....     | 61 |
| Liite 4: Kannettava tietokone Stockmann MasterCard -kortilla ..... | 62 |
| Liite 5: Kännykkä Nordea Pankin Visa- kortilla .....               | 63 |
| Liite 6: Taulutelevisio Osuuspankin Visa- kortilla .....           | 64 |

Liite 1: Värisymboliikka

|   |   |  |
|---|---|--|
| petos<br>mustasukkaisuus<br>viisauts        | nöyrä<br>kirkollinen<br>kuninkaallinen            | luonto<br>tasapaino<br>terveys<br>kateus             |
| anonyymi<br>kunnioitettavuus<br>yhtenäisyys | viileys<br>usko<br>lojalisuus<br>ylpeys<br>taivas | vallankumous<br>rohkeus<br>rakkaus<br>hedelmällisyys |
| vaara<br>voima<br>onnellisuus               | kuolema<br>high-Tech<br>auktoriteetti<br>valta    | viattomuus<br>puhtaus<br>avioliitto<br>kunnia        |

## Liite 2: Kannettava tietokone Sampo Pankin Visa- kortilla

|    | A  | B  | C                    | D                 | E              | F           | G              | H             | I       | J                | K          | L                   |
|----|----|----|----------------------|-------------------|----------------|-------------|----------------|---------------|---------|------------------|------------|---------------------|
| 1  |    |    |                      |                   |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 2  |    |    | <b>Kannettava</b>    | <b>Visa Sampo</b> |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 3  |    |    | Lainan määrä         | 599,00 €          |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 4  |    |    | Lainan kokonaishinta | 685,142 €         |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 5  |    |    | Ylimenevä määrä      | 86,142 €          |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 6  |    |    |                      |                   |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 7  |    |    | Lainan määrä         | Lyhennys aika kk  | Luoton korko % | Euribor 3kk | Korko yhteensä | Korko euroina | Kulut   | Tilinhoitomaksut | Vuosikorko | Vuosi korko euroina |
| 8  |    |    | 599,00 €             | 12                | 7,0 %          | 1,375 %     | 8,375 %        | 50,17 €       | 35,98 € | 2,998 €          | 14,381 %   | 86,14 €             |
| 9  |    |    |                      |                   |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 10 |    |    | Lyhennys             | Korko             | KK-erä         | Lainanmäärä |                |               |         |                  |            |                     |
| 11 | 1  | kk | 49,917 €             | 7,179 €           | 57,10 €        | 599,00 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 12 | 2  | kk | 49,917 €             | 7,179 €           | 57,10 €        | 549,083 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 13 | 3  | kk | 49,917 €             | 7,179 €           | 57,10 €        | 499,167 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 14 | 4  | kk | 49,917 €             | 7,179 €           | 57,10 €        | 449,250 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 15 | 5  | kk | 49,917 €             | 7,179 €           | 57,10 €        | 399,333 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 16 | 6  | kk | 49,917 €             | 7,179 €           | 57,10 €        | 349,417 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 17 | 7  | kk | 49,917 €             | 7,179 €           | 57,10 €        | 299,500 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 18 | 8  | kk | 49,917 €             | 7,179 €           | 57,10 €        | 249,583 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 19 | 9  | kk | 49,917 €             | 7,179 €           | 57,10 €        | 199,667 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 20 | 10 | kk | 49,917 €             | 7,179 €           | 57,10 €        | 149,750 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 21 | 11 | kk | 49,917 €             | 7,179 €           | 57,10 €        | 99,833 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 22 | 12 | kk | 49,917 €             | 7,179 €           | 57,10 €        | 49,917 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 23 |    |    | 599,00 €             | 86,14 €           | 685,14 €       |             |                |               |         |                  |            |                     |

## Liite 3: Kannettava tietokone Tuohi MasterCard -kortilla

|    | A  | B  | C                    | D                | E              | F           | G              | H             | I       | J                | K          | L                   |
|----|----|----|----------------------|------------------|----------------|-------------|----------------|---------------|---------|------------------|------------|---------------------|
| 1  |    |    |                      |                  |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 2  |    |    | <b>Kannettava</b>    | <b>Stockmann</b> |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 3  |    |    | Lainan määrä         | 599,00 €         |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 4  |    |    | Lainan kokonaishinta | 739,116 €        |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 5  |    |    | Ylimenevä määrä      | 140,116 €        |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 6  |    |    |                      |                  |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 7  |    |    | Lainan määrä         | Lyhennys aika kk | Luoton korko % | Euribor 3kk | Korko yhteensä | Korko euroina | Kulut   | Tilinhoitomaksut | Vuosikorko | Vuosi korko euroina |
| 8  |    |    | 599,00 €             | 12               | 12,0 %         | 1,375 %     | 13,375 %       | 80,12 €       | 60,00 € | 5,00 €           | 23,392 %   | 140,12 €            |
| 9  |    |    |                      |                  |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 10 |    |    | Lyhennys             | Korko            | KK-erä         | Lainanmäärä |                |               |         |                  |            |                     |
| 11 | 1  | kk | 49,917 €             | 11,676 €         | 61,59 €        | 599,00 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 12 | 2  | kk | 49,917 €             | 11,676 €         | 61,59 €        | 549,083 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 13 | 3  | kk | 49,917 €             | 11,676 €         | 61,59 €        | 499,167 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 14 | 4  | kk | 49,917 €             | 11,676 €         | 61,59 €        | 449,250 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 15 | 5  | kk | 49,917 €             | 11,676 €         | 61,59 €        | 399,333 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 16 | 6  | kk | 49,917 €             | 11,676 €         | 61,59 €        | 349,417 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 17 | 7  | kk | 49,917 €             | 11,676 €         | 61,59 €        | 299,500 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 18 | 8  | kk | 49,917 €             | 11,676 €         | 61,59 €        | 249,583 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 19 | 9  | kk | 49,917 €             | 11,676 €         | 61,59 €        | 199,667 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 20 | 10 | kk | 49,917 €             | 11,676 €         | 61,59 €        | 149,750 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 21 | 11 | kk | 49,917 €             | 11,676 €         | 61,59 €        | 99,833 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 22 | 12 | kk | 49,917 €             | 11,676 €         | 61,59 €        | 49,917 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 23 |    |    | 599,00 €             | 140,12 €         | 739,12 €       |             |                |               |         |                  |            |                     |

## Liite 4: Kannettava tietokone Stockmann MasterCard -kortilla

|    | A  | B  | C                    | D                | E              | F           | G              | H             | I       | J                | K          | L                   |
|----|----|----|----------------------|------------------|----------------|-------------|----------------|---------------|---------|------------------|------------|---------------------|
| 1  |    |    |                      |                  |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 2  |    |    | <b>Kannettava</b>    | <b>Stockmann</b> |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 3  |    |    | Lainan määrä         | 599,00 €         |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 4  |    |    | Lainan kokonaishinta | 709,136 €        |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 5  |    |    | Ylimenevä määrä      | 110,136 €        |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 6  |    |    |                      |                  |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 7  |    |    | Lainan määrä         | Lyhennys aika kk | Luoton korko % | Euribor 3kk | Korko yhteensä | Korko euroina | Kulut   | Tilinhoitomaksut | Vuosikorko | Vuosi korko euroina |
| 8  |    |    | 599,00 €             | 12               | 10,0 %         | 1,375 %     | 11,375 %       | 68,14 €       | 42,00 € | 3,50 €           | 18,387 %   | 110,14 €            |
| 9  |    |    |                      |                  |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 10 |    |    | Lyhennys             | Korko            | KK-erä         | Lainanmäärä |                |               |         |                  |            |                     |
| 11 | 1  | kk | 49,917 €             | 9,178 €          | 59,09 €        | 599,00 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 12 | 2  | kk | 49,917 €             | 9,178 €          | 59,09 €        | 549,083 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 13 | 3  | kk | 49,917 €             | 9,178 €          | 59,09 €        | 499,167 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 14 | 4  | kk | 49,917 €             | 9,178 €          | 59,09 €        | 449,250 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 15 | 5  | kk | 49,917 €             | 9,178 €          | 59,09 €        | 399,333 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 16 | 6  | kk | 49,917 €             | 9,178 €          | 59,09 €        | 349,417 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 17 | 7  | kk | 49,917 €             | 9,178 €          | 59,09 €        | 299,500 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 18 | 8  | kk | 49,917 €             | 9,178 €          | 59,09 €        | 249,583 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 19 | 9  | kk | 49,917 €             | 9,178 €          | 59,09 €        | 199,667 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 20 | 10 | kk | 49,917 €             | 9,178 €          | 59,09 €        | 149,750 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 21 | 11 | kk | 49,917 €             | 9,178 €          | 59,09 €        | 99,833 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 22 | 12 | kk | 49,917 €             | 9,178 €          | 59,09 €        | 49,917 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 23 |    |    | 599,00 €             | 110,14 €         | 709,14 €       |             |                |               |         |                  |            |                     |

## Liite 5: Kännykkä Nordea Pankin Visa- kortilla

|    | A | B     | C                    | D                  | E              | F           | G              | H             | I       | J                | K          | L                   |
|----|---|-------|----------------------|--------------------|----------------|-------------|----------------|---------------|---------|------------------|------------|---------------------|
| 1  |   |       |                      |                    |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 2  |   |       | <b>Kännykkä</b>      | <b>Visa Nordea</b> |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 3  |   |       | Lainan määrä         | 149,00 €           |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 4  |   |       | Lainan kokonaishinta | 201,224 €          |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 5  |   |       | Ylimenevä määrä      | 52,224 €           |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 6  |   |       |                      |                    |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 7  |   |       | Lainan määrä         | Lyhennys aika kk   | Luoton korko % | Euribor 3kk | Korko yhteensä | Korko euroina | Kulut   | Tilinhoitomaksut | Vuosikorko | Vuosi korko euroina |
| 8  |   |       | 149,00 €             | 12                 | 7,5 %          | 1,375 %     | 8,875 %        | 13,22 €       | 39,00 € | 3,25 €           | 35,049 %   | 52,22 €             |
| 9  |   |       |                      |                    |                |             |                |               |         |                  |            |                     |
| 10 |   |       | Lyhennys             | Korko              | KK-erä         | Lainanmäärä |                |               |         |                  |            |                     |
| 11 |   | 1 kk  | 12,417 €             | 4,352 €            | 16,77 €        | 149,00 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 12 |   | 2 kk  | 12,417 €             | 4,352 €            | 16,77 €        | 136,583 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 13 |   | 3 kk  | 12,417 €             | 4,352 €            | 16,77 €        | 124,167 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 14 |   | 4 kk  | 12,417 €             | 4,352 €            | 16,77 €        | 111,750 €   |                |               |         |                  |            |                     |
| 15 |   | 5 kk  | 12,417 €             | 4,352 €            | 16,77 €        | 99,333 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 16 |   | 6 kk  | 12,417 €             | 4,352 €            | 16,77 €        | 86,917 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 17 |   | 7 kk  | 12,417 €             | 4,352 €            | 16,77 €        | 74,500 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 18 |   | 8 kk  | 12,417 €             | 4,352 €            | 16,77 €        | 62,083 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 19 |   | 9 kk  | 12,417 €             | 4,352 €            | 16,77 €        | 49,667 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 20 |   | 10 kk | 12,417 €             | 4,352 €            | 16,77 €        | 37,250 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 21 |   | 11 kk | 12,417 €             | 4,352 €            | 16,77 €        | 24,833 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 22 |   | 12 kk | 12,417 €             | 4,352 €            | 16,77 €        | 12,417 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 23 |   |       | 149,00 €             | 52,22 €            | 201,22 €       |             |                |               |         |                  |            |                     |

## Liite 6: Taulutelevisio Osuuspankin Visa- kortilla

|    | A  | B  | C                    | D                | E              | F            | G              | H             | I       | J                | K          | L                   |
|----|----|----|----------------------|------------------|----------------|--------------|----------------|---------------|---------|------------------|------------|---------------------|
| 1  |    |    |                      |                  |                |              |                |               |         |                  |            |                     |
| 2  |    |    | <b>Televisio</b>     | <b>Visa OP</b>   |                |              |                |               |         |                  |            |                     |
| 3  |    |    | Lainan määrä         | 549,00 €         |                |              |                |               |         |                  |            |                     |
| 4  |    |    | Lainan kokonaishinta | 624,979 €        |                |              |                |               |         |                  |            |                     |
| 5  |    |    | Ylimenevä määrä      | 75,979 €         |                |              |                |               |         |                  |            |                     |
| 6  |    |    |                      |                  |                |              |                |               |         |                  |            |                     |
| 7  |    |    | Lainan määrä         | Lyhennys aika kk | Luoton korko % | Euribor 3kk  | Korko yhteensä | Korko euroina | Kulut   | Tilinhoitomaksut | Vuosikorko | Vuosi korko euroina |
| 8  |    |    | 549,00 €             | 12               | 7,0 %          | 1,375 %      | 8,375 %        | 45,98 €       | 30,00 € | 2,50 €           | 13,839 %   | 75,98 €             |
| 9  |    |    |                      |                  |                |              |                |               |         |                  |            |                     |
| 10 |    |    | Lyhennys             | Korko            | KK-erä         | Lainan määrä |                |               |         |                  |            |                     |
| 11 | 1  | kk | 45,750 €             | 6,332 €          | 52,08 €        | 549,00 €     |                |               |         |                  |            |                     |
| 12 | 2  | kk | 45,750 €             | 6,332 €          | 52,08 €        | 503,250 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 13 | 3  | kk | 45,750 €             | 6,332 €          | 52,08 €        | 457,500 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 14 | 4  | kk | 45,750 €             | 6,332 €          | 52,08 €        | 411,750 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 15 | 5  | kk | 45,750 €             | 6,332 €          | 52,08 €        | 366,000 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 16 | 6  | kk | 45,750 €             | 6,332 €          | 52,08 €        | 320,250 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 17 | 7  | kk | 45,750 €             | 6,332 €          | 52,08 €        | 274,500 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 18 | 8  | kk | 45,750 €             | 6,332 €          | 52,08 €        | 228,750 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 19 | 9  | kk | 45,750 €             | 6,332 €          | 52,08 €        | 183,000 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 20 | 10 | kk | 45,750 €             | 6,332 €          | 52,08 €        | 137,250 €    |                |               |         |                  |            |                     |
| 21 | 11 | kk | 45,750 €             | 6,332 €          | 52,08 €        | 91,500 €     |                |               |         |                  |            |                     |
| 22 | 12 | kk | 45,750 €             | 6,332 €          | 52,08 €        | 45,750 €     |                |               |         |                  |            |                     |
| 23 |    |    | 549,00 €             | 75,98 €          | 624,98 €       |              |                |               |         |                  |            |                     |