

# PERINTÄTOIMISTO SOSIAALISESSA MEDIASSA

Kirsi Kujala

Opinnäytetyö  
Helmikuu 2013

Liiketalouden koulutusohjelma  
Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU  
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tekijä(t) KUJALA, Kirsi	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 18.02.2013
	Sivumäärä 49	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus ( ) saakka	Verkkojulkaisulupa myönnetty ( X )
Työn nimi PERINTÄTOIMISTO SOSIAALISESSA MEDIASSA		
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) HAKKARAINEN, Sinikka		
Toimeksiantaja(t)		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä perintätoimistoista kirjoitetaan ja miten perintätoimistot itse toimivat sosiaalisessa mediassa. Tutkimuksen teoriaosassa tarkasteltiin perintätoimintaa ja sosiaalisen median työkaluja ja käyttötapoja.</p> <p>Tutkimuksessa käytettiin kvalitatiivista tutkimusotetta ja tutkimusaineisto käsiteltiin sisällönanalyysimenetelmällä. Sisällönanalyysissa aineistoa analysoidaan keräysvaiheesta lähtien. Tutkimusaineistona olivat internetin Suomi24-keskustelupalstakirjoitukset ja perintätoimistojen käyttämät sosiaalisen median palvelut. Tutkimusaineistona käytettiin vuoden 2012 kirjoituksia.</p> <p>Perintätoimistoja koskevien keskustelupalstakirjoitusten sävy oli odotetusti negatiivinen. Tyytymättömiä oltiin perintätoimistojen suuriin perintäkuluihin. Yleistä oli esittää herjaustyylisiä mielipiteitä, joista usein puuttui tarkempi tyytymättömyyden aihe. Positiiviset viestit olivat etupäässä perintätoimistoa puolustavia kommentteja.</p> <p>Viidestätoista tutkimuksen kohteena olevasta yrityksestä kaksi hyödynsi sosiaalista mediaa. Käyttöasteen voidaan katsoa olevan tyypillinen perintätoimistojen tapaisille pienille yrityksille. Sosiaalisessa mediassa kerrottiin yrityksen tapahtumista ja perintäalaan liittyvistä uutisista.</p> <p>Tutkimus vahvisti, että myös perintätoimistojen kannattaa seurata keskustelua sosiaalisessa mediassa.</p>		
Avainsanat (asiasanat) sosiaalinen media, perintätoimisto, keskustelupalsta		
Muut tiedot		

Author(s) KUJALA, Kirsi	Type of publication Bachelor's / Master's Thesis	Date 18022013
	Pages 49	Language
	Confidential  ( ) Until	Permission for web publication ( X )
Title COLLECTION AGENCY ON SOCIAL MEDIA		
Degree Programme Business Administration		
Tutor(s) HAKKARAINEN, Sinikka		
Assigned by		
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis was to explore how collection agencies operate and what is written about them on social media. The theoretical background focuses collection operations and the tools and methods of social media.</p> <p>The study was conducted using a qualitative method, and the research data was processed through a content analysis technique. The data comprises Suomi24-internet forum messages and the services of social media offered by collection agencies for their customers. All the written material was published in 2012.</p> <p>The messages on the internet forum were mostly negative. The main theme was the high collection costs and insulting opinions without any specific reason. With the positive messages, the writers defended the activities of the collection agencies.</p> <p>Two of the fifteen collection agencies utilized social media. This utilization rate is typical of small enterprises like collection agencies. Social media was used for informing about the events of company and disseminating news concerning the collection branch.</p> <p>The results of the survey confirmed that collection agencies also benefit from following discussions on social media.</p>		
Keywords social media, collection agency, internet forum		
Miscellaneous		

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	3
2	PERINTÄTOIMINTA.....	4
2.1	Perintä .....	4
2.2	Perintätoimisto .....	11
2.3	Tietosuojaja.....	13
3	SOSIAALINEN MEDIA .....	14
3.1	Internetin historia .....	14
3.2	Sosiaalisen median määritelmä .....	16
3.3	Työkalut ja menetelmät .....	16
3.4	Sosiaalisen median käyttötavat .....	20
3.5	Internetin ja yhteisöpalveluiden käytön yleisyys .....	23
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN .....	25
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	27
5.1	Keskustelupalsta .....	27
5.2	Sosiaalisen median työkalut.....	33
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA .....	42
6.1	Keskustelupalstakirjoitukset .....	42
6.2	Toimiminen sosiaalisessa mediassa .....	43
6.3	Tutkimuksen luotettavuus .....	44
	LÄHTEET .....	46

## KUVIOT

KUVIO 1. Perinnän vaiheet .....	5
KUVIO 2. Verkkokauppa.com .....	21
KUVIO 3. Google+, Duetto Group .....	34
KUVIO 4. Twitter, Duetto Group .....	35
KUVIO 5. Facebook, Lindorff.....	35
KUVIO 6. Kaksplus.fi-keskustelupalstakirjoitus .....	37
KUVIO 7. Kaksplus.fi, kirjoittajan kommentti .....	38
KUVIO 8. Kaksplus.fi, Lindorffin tiedote.....	38
KUVIO 9. Facebook, Lindorffin tiedote .....	39
KUVIO 10. Puuttuminen huijausrytykseen .....	39
KUVIO 11. Blogi 1, Duetto Group.....	40
KUVIO 12. Blogi 2, Duetto Group.....	41

## TAULUKOT

TAULUKKO 1. Internetin käytön ja eräiden käyttötapojen yleisyys .....	24
---	----

# 1 JOHDANTO

Sosiaalinen media on merkittävä 2000-luvun ilmiö. Uusi viestintämuoto vaatii jokaiselta yritystä, perintätoimistoa muiden mukana, miettimään toimintatapojaan, näkyvyyttään ja palveluitaan sosiaalisessa mediassa. Perintätoimiston on huomioitava kahdenlaisia asiakkaita: velkojaa toimeksiantajana ja velallista perinnän kohteena.

Useat yritykset keskittyvät oman alansa ydinosaamiseen, ja taloushallinnolliset tehtävät katsotaan tehokkaammaksi siirtää tämän alan ammattilaisille. Saatavien perinnässä vaaditaan erikoisosaamista ja asiantuntemusta erityisesti lainsäädännöstä, joten resursseja säästyy, kun nämä tehtävät annetaan perintätoimiston hoidettaviksi. Perintä voi helposti jäädä yrityksessä huonolle hoidolle ja sitten kun ehditään - tehtäväksi.

## Opinnäytetyön tavoite ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyössä tutkitaan, miten perintätoimisto näkyy sosiaalisessa mediassa. Tutkimuksessa käydään läpi Suomi24-keskustelupalstan kirjoituksia sekä selvitetään perintätoimistojen käytössä olevat sosiaalisen median työkalut ja niiden käyttö asiakaspalvelun näkökulmasta. Tutkimuksesta on rajattu pois myynti- ja markkinointiviestintä. Tutkimuskysymykset ovat:

- Mitä perintätoimistosta kirjoitetaan sosiaalisessa mediassa?
- Miten perintätoimisto toimii sosiaalisessa mediassa?

Opinnäytetyön aiheen valintaan on vahvasti vaikuttanut perinnän kuuluminen tavalla tai toisella opinnäytetyön tekijän työhön vuosien ajan. Sosiaalinen media taas tuo kiinnostavuutta nopeasti muuttuvana alana ja tekijälle tuntemattomampana aiheena. Tutkimukselle ei yrityksistä huolimatta löytynyt toimeksiantajaa. Aihe kyllä todet-

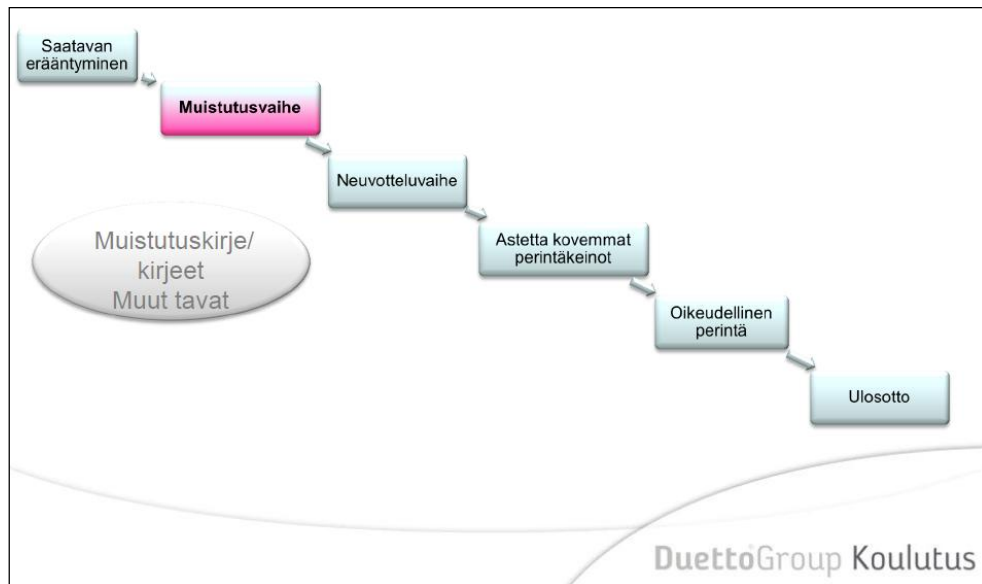
tiin kiinnostavaksi ja ajankohtaiseksi, mutta mahdolliset ehdokkaat kieltäytyivät esimerkiksi ajanpuutteeseen vedoten. Suomalaisten yritysten sosiaalisen median käyttöä on tutkittu aiemmin mm. suurimpien yritysten ja teollisuusyritysten osalta, mutta tiettävästi vastaavaa tutkimusta perintätoimistoista ei ole tehty. Myös keskustelupalstakirjoituksia on tutkittu erilaisia tarkoituksia varten.

## 2 PERINTÄTOIMINTA

Tässä luvussa käydään läpi vapaaehtoista perintää ja perintätoimistojen toimintaa. Vapaaehtoiseen perintään keskitytään siksi, koska se on perintätoimistojen toiminta-alueita. Oikeudellinen perintä ja ulosotto ovat viranomaistoimintaa. Toimeksisaaja tarkoittaa tässä opinnäytetyössä käytännössä perintätoimistoa, joka suorittaa perintää toimeksiantajan eli velkojan puolesta.

### 2.1 Perintä

Tavaran tai palvelun myynti tai muu velkasuhde ei aina johda sovitun maksuajan puitteissa tapahtuvaan suoritukseen. Silloin velkoja joutuu käyttämään vapaaehtoisia tai oikeudellisia perintäkeinoja. Perinnällä tarkoitetaan kaikkia niitä toimia ja keinoja, joilla velkoja pyrkii saamaan velalliselta suorituksen erääntyneeseen saatavaansa (Lehtonen, Mökkönen, Töyrylä & Seulu 2001). Kuvion 1 mukaisesti perintävaihe alkaa siis saatavan erääntymisen jälkeen, tavallisimmin muistutuksen lähettämällä, ja jos suoritusta ei saada, se päättyy ulosotossa todettuun velallisen varattomuuteen ja luottotappiokirjaukseen (Hakkarainen 2012). Kuluttaja- ja yritysperinnän vaiheet eroavat jonkin verran toisistaan lainsäädännöstä ja käytännön syistä johtuen.



KUVIO 1. Perinnän vaiheet (Hakkarainen 2012)

Perintää koskevat lait ovat Laki saatavien perinnästä 22.4.1999/513, jossa säädetään vapaaehtoisesta perinnästä, ja Oikeudenkäymiskaari 1.1.1734/4, jossa säädetään tuomioistuimen kanteeseen perustuvasta, oikeudellisesta perinnästä. Lisäksi ulosottoviranomaisten toimintaa ohjaa Ulosottokaari 15.6.2007/705.

Perintälaki on yleislaki eli sitä sovelletaan, mikäli muualla laissa ei säädetä toisin. Erikseen on säädetty lähinnä julkisoikeudellisten saatavien, kuten verojen, perinnästä. Perintälakia sovelletaan toimenpiteisiin, joilla pyritään saamaan velallinen *vapaaehtoisesti* suorittamaan saatava. Saatavan täytyy olla erääntynyt, joten maksuvaatimuksen esittäminen erääntymättömästä saatavasta ei ole perintää, eikä myöskään laskun lähettäminen. Lakia on noudatettava sekä oman saatavan perinnässä että toimeksisaajan, joka on yleensä perintätoimisto, suorittamassa perinnässä. Velkoja voi olla luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö. (HE 199/1996.)

## Hyvä perintätapa

Lain mukaan on noudatettava hyvää perintätapaa, ja se on määritelty seuraavasti: "Perinnässä ei saa käyttää hyvän perintätavan vastaista tai muutoin velallisen kannalta sopimatonta menettelyä." Lain mukaan kiellettyä on väärin tai harhaanjohtavien tietojen antaminen maksun laiminlyömisestä seurauksista, aiheettomien kulujen tai tarpeettoman haitan aiheuttaminen velalliselle sekä velallisen yksityisyyden suojan vaarantaminen. (L 22.4.1999/513.)

Willmanin (1999) mukaan jo ennen lakia Suomen Perimistöimistöjen liitto, oikeusministeriö ja kuluttaja-asiamies olivat laatineet ohjeet kuluttajaperintään. Tähän johtivat lähinnä viranomaisten aktiivisuus sekä perintäalan yritysten halu saada alan arvostus nousemaan osoittamalla kykyä oma-aloitteeseen menettelytapojen kontrollointiin. (Willman 1999, 35.) Nämä ohjeet ovatkin olleet lain perustana (ks. HE 199/1996).

Hallituksen esityksessä sanotaan, että "perinnän on aina oltava asiallista, tahdikasta ja velallisen yksityisyyttä kunnioittavaa". Lisäksi velallista loukkaavia tai häpäiseviä ilmaisuja ei saa käyttää. Perinnän suorittajalla ei ole velvollisuutta ilmoittaa maksun laiminlyömisestä seuraamuksia, mutta tavallisesti näin kuitenkin tehdään. Tämä katsotaan hyväksyttäväksi painostuskeinoksi. Annettujen tietojen on oltava oikeita, eikä velallista saa uhata esimerkiksi maksuhäiriömerkinnällä, jos tällaista merkintää ei maksun laiminlyönnistä ole seurauksena. Velallinen nauttii yksityisyyden suojaa. Velallisen maksuhäiriöstä ei saa kertoa kenellekään ulkopuolisille, kuten omaisille tai työnantajalle. (HE 199/1996.)

Maksuvaatimuksen on oltava yksilöity perusteeltaan ja määriteltään, ja maksuohjeiden on oltava selkeät. Velalliselle ei saa aiheuttaa tarpeettomia kustannuksia esimerkiksi lähettämällä tiheästi lukuisia maksullisia muistutuksia. Puhelinperinnän suorittami-

nen tai perintäkäynti häiritsevänä ajankohtana, kuten juhlapyhänä, myöhään illalla tai varhain aamulla, katsotaan tarpeettoman haitan aiheuttamiseksi. (HH 199/1996.)

Kuluttajaperintään kohdistuu tiukempia vaatimuksia. Kuluttajavelalliselle tulee antaa vähintään kymmenen päivää aikaa maksun tai huomautuksen esittämistä varten. Kuluttajasaatavaa koskien on erikseen säädetty kirjallisen maksuvaatimuksen lähettämistä ja sisällöstä, kun perintää hoitaa ammattilainen. Kirjallinen maksuvaatimus on myös edellytyksenä saatavan vaatimiseksi tuomioistuimessa. (HE 199/1996.)

Pönkä ja Willman (2004) pitävät yllättävänä rajausta, jonka mukaan omaa perintää suorittava ei ole velvollinen lähettämään maksumuistutusta, vaikka se on ristiriidassa tarpeettomien kulujen aiheuttamisen kanssa. Kuluttajavalituslautakunta on kuitenkin päättänyt laajentamaan käytännön koskemaan myös velkojaa. Käytännössä onkin poikkeuksellista, että järeämpiin jatkotoimiin ryhdytään ennen maksumuistutuksen lähettämistä edes yritysvelallisenkaan osalta. Muistutuksen lähettämällä voidaan säilyttää hyvä asiakassuhde, jos maksamattomuus on johtunut inhimillisestä virheestä. Liian raskas toimenpide voisi saada asiakkaan miettimään yhteistyötä uudelleen. (Pönkä & Willman 2004, 52–54.)

Perinnän toimeksisaajaan kohdistuvat vaatimukset

Perintää ammattimaisesti harjoittavalle on asetettu laissa erityisvaatimuksia. Yksi tällainen vaatimus on velallisen oikeuksien huomioon ottaminen. Perintätoimiston tulee ottaa vastaan vain oikeudellisesti perusteltuja saatavia. Sen on myös velallisen reklamoidessa varmistettava toimeksiantajalta saatavan aiheellisuus ja epäselvissä tapauksissa keskeytettävä perintä. (HE 199/1996.)

Hyvä perintätapa ei kuitenkaan edellytä, että perintätoimeksiannon saajalla olisi yleinen velvollisuus saatavan oikeellisuuden selvittämiseen, vaikka tätäkin esitettiin lakia valmisteltaessa. Se olisi kuitenkin aiheuttanut valtaisan selvitystyön ammattimaisessa

perintätoiminnassa. Perintätoimisto on velkojan asiamies, joten sillä ei ole oikeutta eikä velvollisuutta ajaa velallisen asiaa. Tästä huolimatta asiakkaalle tulee antaa ohjeita mm. reklamaation tekemisessä ja oikeussuojan saamisessa. (Willman 1999, 41–42.)

Perintälaki sisältää rajoituksia, jotka koskevat valtion saatavia tai julkisoikeudellisia maksuseuraamuksia. Kyseessä ovat saatavat, jotka on määrätty lainvastaisen menettelyn vuoksi tai jotka voidaan periä ulosottotoimin ilman tuomiota tai päätöstä. Näitä saatavia ei saa antaa ulkopuolisen tahon perittäväksi. Esimerkkejä rajoituksen piiriin kuuluvista maksuista ovat ajokortti, passi, henkilökortti, ajoneuvon rekisteröinti, lainhuuto, pysäköintivirhemaksut, verot ja elatusapu. Rajoitus ei koske yksityisoikeudellisiin sopimuksiin perustuvia maksuja, vaikka ne ovatkin suoraan ulosottokelpoisia, kuten terveydenhuolto-, sairaanhoito-, päivähoitopalvelumaksuja tai vastaavia. (L 22.4.1999/513; HE 199/1996.)

Velallisen maksusuojaan nojaten velallinen voi luottaa siihen, että toimeksisaaja toimii toimivaltansa rajoissa. Tämä tarkoittaa sitä, että toimeksisaajalle maksettu suoritus sitoo myös velkojaa, ja velkoja ei voi vaatia suoritusta velalliselta uudelleen. Myös toimeksisaajan ja velallisen keskinäiset sopimukset esimerkiksi maksuaikataulusta sitovat velkojaa. Tämän edellytyksenä on, että velkoja on ollut vilpittömässä mielessä, eli hän ei tiennyt eikä hänen olisi pitänyt tietää toimeksisaajan toimivallan ylityksestä. (HE 199/1996.)

#### Perinnästä aiheutuvat kulut

Velallinen on velvollinen korvaamaan perinnästä aiheutuvat kohtuulliset kulut. Kuluttaja-asiakkaalta voi periä maksumuistutuksesta 5 euroa, jos velalliselle on lähetetty lasku tms. vähintään 14 päivää ennen erääntymistä ja jos erääntymisestä on kulunut vähintään 14 päivää. Perintää ammattimaisesti harjoittava voi periä kirjallisesta maksuvaatimuksesta 21 euroa, jos saatavan pääoma on 250 euroa tai vähemmän ja 45

euroa, jos pääoma on yli 250 euroa. Kokonaiskulut saavat olla edellä mainituilla pääomarajoilla enintään 190 euroa ja 220 euroa. Saatavan suuruus ei ole kuitenkaan ainut peruste perintäkulun määräytymiselle. Korvattava kulu voi olla mainittua suurempi esimerkiksi silloin, kun velallinen perusteettomasti riitauttaa saatavan aiheuttaen näin lisäkuluja. (L 22.4.1999/513; HE 199/1996.)

#### Perintälain uudistus

Perintälakiin on tulossa muutoksia ja uudistettu laki astuu voimaan viimeistään 16.3.2013. Hyvää perintätapaa koskevaan kohtaan tulee lisäyksenä kielto antaa harhaanjohtavia tietoja myös muista merkityksellisistä asioista (kielto koskee tällä hetkellä vain perinnän seurauksista annettavia tietoja) sekä vanhentuneen tai muusta syystä lakanneen saatavan perintäkielto. Kuluttajavelalliselle annetaan oikeus keskeyttää perintä ja pyytää siirtoa oikeudelliseen perintään. Tämän perustana on havainto, että perintätoimia jatketaan, vaikka perinnän onnistuminen olisikin epätodennäköistä jo olemassa olevien maksuhäiriömerkintöjen perusteella. Lisäksi on täsmennetty menettelyä riitautetun saatavan osalta. (HE 57/2012.)

Kuluttajien osalta perintäkuluja rajoitetaan, ja laissa mainitut euromääräiset kulut alenevat. Maksuvaatimuksesta toimeksisaaja voi vaatia kuluja 14 euroa, kun pääoma on alle 100 euroa, 24 euroa, kun pääoma on 100–1000 euroa, ja 50 euroa, kun pääoma on yli 1000 euroa. Koska perintälain säännöksiä on maksuvaatimuskulujen osalta kierretty, on lakia pitänyt täsmentää. Tulevan lain mukaan näihin kuluihin ei ole oikeutettu velkojan kanssa samaan konserniin kuuluva perinnänharjoittaja, vaan hänet rinnastetaan omaa saatavaansa perivään, jolloin kuluja saa vaatia 5 euroa. Myös kokonaiskuluvastuu kuluttajan osalta pienenee. Edellä mainituissa pääomarajoissa enimmäiskulut ovat 60 euroa, 90 euroa ja 160 euroa. (HE 57/2012.)

Kuluja saa vaatia vain kahdesta maksuvaatimuksesta ja kahdesta maksusuunnitelmasta. Tämä ei kuitenkaan estä tekemästä useampia vaatimuksia tai suunnitelmia,

mutta näin estetään kulujen moninkertaistaminen. Rajoituksen tarkoituksena on myös varmistaa, että maksusuunnitelmaa tehtäessä otetaan huomioon velallisen todellinen mahdollisuus pysyä sovitussa suunnitelmassa. (HE 57/2012; Täysistunnon pöytäkirja 2012.)

Merkittävä lisäys lakiin on suoritusten kohdentaminen kuluttajasaatavissa. Aiemmin saatavan ja kulujen kohdentamisesta on määrätty vain ulosottoerinnässä. Nyt perintälain muutoksen mukaan suoritus on ensin kohdennettava varsinaiselle saatavalle ja viimeksi kuluille. Yrityisperintää koskevia lisäyksiä ovat trattaperintä ja yritysten välisiin sopimuksiin liittyvä 40 euron suuruinen vakiokorvaus perintäkuluista. (HE 57/2012.)

Lain muutoksilla pyritään kohtuullistamaan perintäkulujen määrää ja siten helpottamaan velallisen tilannetta. Perintäkulut voivat olla suhteettoman suuret verrattuna alkuperäiseen velkaan. On havaittu, että kuluja on lisätty tarkoituksellisesti esimerkiksi lähettämällä useita maksuvaatimuksia. Velallisen oikeuden pyytää perinnän keskeyttämistä ja siirtoa oikeudelliseen perintään on myös katsottu vähentävän perinnän kuluja. (HE 57/2012.)

Perintätoimistojen liiton Eriävässä mielipiteessä (2011) vastustettiin lakimuutoksia, koska ne heikentävät vapaaehtoisen perinnän toimintaedellytyksiä ja siirtävät perinnän liian nopeasti liiton mielestä kalliimpaan ulosottoperintään. Kustannuksia nostaviksi koettiin lakiuudistuksen vaatimat merkittävät muutokset perintätoimistojen tietojärjestelmiin. Lisäksi katsottiin, että velkojien perintäkustannukset tulevat nousemaan.

## 2.2 Perintätoimisto

Tänä päivänä suuri osa yrityselkoista antaa saatavansa perittäväksi perintätoimistolle, joka hoitaa velan perimisen varsinaisen velkojan puolesta. Suomen perintätoimistojen liiton jäsenoimistoilla, jotka hoitavat yli 90 % ulkoistetusta perinnästä, on yli 60 000 tällaista toimeksiantajaa (Eriävä mielipide 2011). Myös useat kunnat ja muut julkisen sektorin toimijat ovat siirtäneet perintäasiat perintätoimiston hoidettaviksi. Keskittyminen pääliiketoimintaan vapauttaa resursseja ja tuo tehokkuutta ja asiantuntijuutta saatavan kotiuttamiseen. Lisäksi on huomattu, että maksuhalukkuus kasvaa yllättävästi, kun perintää hoitaa ulkopuolinen, asiantunteva asiamies. (Willman 1999, 114, 264–265; Lehtonen, Mökkönen, Töyrylä & Seulu 2001.)

Perintätoiminnan harjoittaminen on luvanvaraista. Luvan myöntää ja valvontaa suorittaa aluehallintovirasto. Laki perintätoiminnan luvanvaraisuudesta 1999/517 tuli voimaan vuonna 1999. Sitä aiemmin perintää sai harjoittaa kuka tahansa elinkeinonharjoittaja, joka täytti elinkeinolain ehdot. Luvanvaraisuus katsottiin aiheelliseksi lähinnä siksi, että perintätoiminnassa käsitellään toimeksiantajan varoja. Nämä varat muodostuvat velallisen perinnänharjoittajalle maksamista rahoista, jotka kuuluu edelleen tilittää toimeksiantajalle. Perintälaki edellyttää varojen pitämistä erillään toimeksisaajan omista varoista. (HE 178/1998; L 22.4.1999/513.)

On tärkeää, että toimeksiantajan varat pidetään erillään perinnänharjoittajan varoista esimerkiksi tilanteessa, jossa perinnänharjoittaja joutuu ulosoton kohteeksi. Perintätoiminnalta vaaditaan ammattitaitoa, luotettavuutta ja vakavaraisuutta, ja luvanvaraisuudella pyritään estämään jo ennakolta asiattomat menetelmät. (HE 178/1998.) Ammattitaito toteutuu lain 2 §:ssä mainitun toimiluvan myöntämisen edellytyksenä olevan vastaavan henkilön ilmoittamisvelvollisuutena. Laissa määritellään vastaavalta henkilöltä vaadittava käytännön kokemus tai sopiva koulutus. Luvan saannin edellytyksenä on myös kyky huolehtia toimeksiantajaa ja velallista koskevien tietojen

asianmukaisesta suojaamisesta. Perintätoimintaa ammattimaisesti harjoittava on korvausvelvollinen aiheuttamastaan vahingosta. (L 22.4.1999/513.)

Laki perintätoimen luvanvaraisuudesta koskee toisen lukuun harjoitettavaa perintää. Laki rajoittuu koskemaan vapaaehtoista perintää, mikä tarkoittaa sitä, että tuomioistuimessa tapahtuvaan velkomiseen ei vaadita toimilupaa. Väärinkäytösten ehkäisemiseksi lakia sovelletaan myös sellaisten omien saatavien perintään, jotka katsotaan otetuiksi vastaan perintätarkoituksessa. Muutoin omien saatavien perintä ei siis vaadi lupaa. Luvanvaraiseksi ei katsota myöskään menettelyä, jossa reskontrapalveluun liittyen tilitoimisto lähettää maksukehotuksia palvelun ostaneen asiakkaan nimissä ja jossa suoritus pyydetään maksamaan asiakkaan tilille. Satunnaista perintätoimintaa voi harjoittaa ilman lupaa, jos toimintaa ei ole markkinoitu. (HE 178/1998.)

Suomessa on 135 yritystä, joille Etelä-Suomen aluehallintovirasto on myöntänyt perintäluvan (Luettelo voimassa olevista perintätoimen luvista 2012). Toimilupa on viisivuotinen. Mikäli perinnänharjoittaja on jo jonkin muun lain perusteella valvonnan piirissä, ei lupaa perintätoiminnan harjoittamiseen tarvita. Näitä ovat esimerkiksi rahoitus- ja vakuutuslaitokset ja asianajajat. Laissa säädetään myös muita lupapoikkeuksia, jotka koskevat julkista sektoria ja konsernia tai konsernin kaltaista yhteisöä. Kuolinpesän osakas ja pesänselvittäjä sekä konkurssipesän hoitaja voivat myös toimia ilman perintälupaa. (HE 178/1998.)

Perintämarkkinoita hallitsee kaksi yritystä: Lindorff Finland konserni 95,4 miljoonan euron ja Intrum Justitia Oy 59,4 miljoonan euron liikevaihdolla vuonna 2011. Perintätoimistot hoitavat yli neljä miljoonaa kuluttajaperintätoimeksiantoa vuodessa. Näistä vain muutama prosentti jatkuu oikeudellisella perinnällä. (Bhosé 2012, 4.)

Käytännön perintätyön vaiheita ovat maksumuistutusten lähettäminen, puhelinperintä, maksusopimukset, haastehakemuksen tekeminen ja ulosottoon siirto. Työ sisältää tapauskohtaisesti perinnän suunnittelua ja erikoistilanteita, kuten konkurssit ja

velkajärjestelyt. Työssä on runsaasti asiakaspalvelukontakteja niin toimeksiantajiin kuin velallisiin. Yhteydet hoidetaan nykyään yleensä web-pohjaisilla sovelluksilla. Perinnän lisäksi perintätoimistot tarjoavat esimerkiksi seuraavia palveluita: laskutus- ja reskontrapalvelut, luotonhallintapalvelut, saatavakantojen osto, kansainvälinen perintä ja lakiasianpalvelut. Perintään keskittyneiden yritysten lisäksi monet laki- ja asianajotoimistot hoitavat myös perintäasioita, mutta keskittyvät yleensä massaperinnän sijasta mutkikkaampiin perintätapauksiin (Pönkä & Willman 2004, 24).

### 2.3 Tietosuoja

Henkilötietolain (L 22.4.1999/523) mukaan perimistöimintaa harjoittavan on tehtävä ilmoitus toiminnastaan tietosuojavaltuutetulle ja henkilötietorekisterin on oltava lain mukainen. Perintä jo itsessään on yksityinen asia, ja perinnän yhteydessä voi tulla ilmi muita arkaluontoisia asioita. Perintälain mukaan velkoja voi antaa perintätöimeksiantoa varten välttämättömät tiedot. Velallisen yksilöinnin takia tarpeelliseksi tiedoksi katsotaan henkilötunnus. Julkisen sektorin puolella sairaanhoidon, terveydenhuollon, päivähoidon ja kotipalvelun maksujen perinnässä toimeksisaajalle ilmoitetaan vain yleisluontoinen saatavaperuste, kuten potilasmaksu. Perinnän osalta ei ole oleellista tietää esimerkiksi sitä, millä osastolla velallista on hoidettu. Willman (1999) kyseenalaistaa yksityisyyden suojan tämän saatavatyypin puhelinperinnässä, kun perintää hoitaa toimeksisaaja. Puhelimessa asiaa velallisen kanssa selvitetessä perinnänsuorittaja todennäköisesti saisi tietoonsa velallisen yksityisyyden suojan piiriin kuuluvia arkaluontoisia asioita. Willmanin mielestä puhelinperintää ei näissä tapauksissa tulisi käyttää. (Willman 1999, 58, 178–179.)

Puutteellinen tietoturva vaarantaa asiakkaan yksityisyyden. Erityistä varovaisuutta on noudatettava internetissä. Merkittävä osa perintätöyöhön liittyvästä viestinnästä perintätoimiston ja toimeksiantajan välillä ja myös perintätoimiston ja velallisen välillä on sähköistä. Kortesus ja Patjas (2011) havaitsivat tietoturva puutteen perintätoimis-

ton asiakaspalveluchatissa. Perintätoimistolle riitti tunnistamistiedoiksi vain nimi ja osoite. Näin ulkopuolinen voi helposti saada tietoonsa hänelle kuulumattomia tietoja. Kirjoittajat tekivät tästä ilmoituksen tietosuojaviranomaiselle. Tietosuojaviranomainen oli pyytänyt selvityksen Lindorffilta ja pitänyt sitä riittävänä. Kortesuon mielestä asiaan olisi pitänyt puuttua tiukemmin. Nyt perintätoimiston chat-sivustolla on kuitenkin nimen lisäksi vaatimuksena henkilötunnus. (Kortesuso & Patjas 2011, 71–72; Kortesuso 2012.)

### 3 SOSIAALINEN MEDIA

Tässä luvussa käydään lyhyesti läpi internetin historiaa päätyen tämän hetken tilanteeseen. Lisäksi selvitetään sosiaalisen median (some) käsitettä ja käydään läpi sosiaalisen median yleisimmät asiakasviestinnän työkalut ja käyttötavat.

#### 3.1 Internetin historia

Sosiaalinen media toimii internetissä, joka sai alkunsa 1960-luvulla Yhdysvaltain puolustusministeriön luomasta hajautetusta ArpaNet-tietoliikenneverkosta. Verkko mahdollisti tietokoneiden keskustelun keskenään ja sitä käytettiin myös ihmisten väliseen kommunikointiin. Hajautetun verkon etu oli sen keskitettyä verkkoa pienempi haavoittuvuus. Merkittävä muutos oli pakettiperusteisen TCP/IP-tekniikan käyttöönotto vuonna 1983, jolloin verkkojen verkko eli Internet syntyi. Verkko jakautui sotilaalliseen käyttöön ja tiedeyhteisön käyttöön. Euroopan hiukkasfysiikan tutkimuskeskus CERN hyväksyi vuonna 1990 tutkijansa Tim Berners-Leen ehdotuksen hypertekstijärjestelmästä, joka pystyi yhdistämään kuvaa, tekstiä ja ääntä. Näin World Wide Web oli saanut alkunsa. (Salminen 2007.)

Webin käyttöä varten ilmestyi vuonna 1993 ensimmäinen selainohjelma Mosaic. Suuri läpimurto tapahtui vuonna 1994, kun Internet kaupallistui ja avautui tavallisille käyttäjille. (Alasilta 2009, 51.) Tästä alkoi Web 1.0 -aikakausi. Käyttäjä pystyi selailemaan web-sivuja, mutta ei vielä luomaan sisältöä itse.

Web 1.0 voidaan nähdä tietoperusteisena verkkona ja sitä seuraava vaihe, Web 2.0, yhteistyö- ja osallistumisverkkona (Inkeroinen 2010, 26). Web 2.0 on Tim O'Reillyn vuonna 2004 julkistama termi, ja se ei Hintikan (2007) mukaan sinänsä sisältänyt pelkästään täysin uutta ja ihmeellistä. Käsitteessä oli yhdistetty uusia ideoita, vanhoja tekniikoita, ilmaantuneita ominaisuuksia ja havaittuja piirteitä, jotka eivät välttämättä liittyneet toisiinsa. Jo olemassa olevia ominaisuuksia voitiin paremmin hyödyntää laajakaistayhteyksien ja lisääntyneen www-tallennustilan ansiosta. Tutkija Tim Berners-Lee onkin todennut, että Web 2.0:n ominaisuudet sisältyivät jo hänen 1.0:ksi nimettyyn versioonsa. (Hintikka 2007, 8–9.) Berners-Lee oli pari vuosikymmentä sitten uneksinut mahdollisuudesta, että jokainen käyttäjä voisi selailun lisäksi myös tuottaa sisältöä internetiin (Alasilta 2009, 56). Sosiaalisen median esiinmarssi saattoi nyt alkaa.

Internetin käyttö ei ole enää sidoksissa kiinteään laajakaistayhteyteen, sillä käyttö on tullut paikasta riippumattomaksi. Viime vuosina internetin käyttö matkapuhelinlaitteilla on lisääntynyt. Kolmannes 16–74-vuotiaista suomalaisista käytti internetiä matkapuhelimella kodin tai työpaikan ulkopuolella vuonna 2012, kun vastaavia käyttäjiä kolme vuotta aiemmin oli alle 10 %. Tietokoneen ja matkapuhelimen erilaisten ominaisuuksien vuoksi on kehitetty matkapuhelimille paremmin soveltuvia sivustoja, joista osa tunnistaa laitetyypin automaattisesti ja ohjaa yhteyden suoraan sopivalle sivustoformaatille. (Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2012; Karjaluoto 2010, 184, 187.)

## 3.2 Sosiaalisen median määritelmä

Sosiaalisesta mediasta käytetään muun muassa nimiä yhteisöllinen media, sosiaalinen web ja web 2.0. Haverisen (n.d.) mukaan termiä sosiaalinen media käytetään useimmiten tarkoittamaan toimintaa, jonka palvelu mahdollistaa, ja web 2.0 merkitsee käytettyä teknologiaa. Yksinkertaistettuna sosiaalinen media on vuorovaikutteista verkkopalvelua, mutta erilaisia määritelmiä löytyy paljon. Pönkä (2009) on blogissaan vertaillut eri määritelmiä ja todennut niiden painottavan määrittelijän mukaan joko sisältöä, kommunikaatiota tai tiedon jakamista. Pönkä on havainnut myös määritelmien muuttuvan ajan kuluessa, mistä esimerkkinä Wikipedia, jota käytetään useimmin lähdeviitteenä määriteltäessä sosiaalista mediaa. Inkeroinen (2010, 87) on päätenyt tutkimuksessaan sosiaalisen median koostuvan sisällöstä, yhteisöstä ja teknologiasta.

Jonkinlaisena perusmäärittelyä voitaneen pitää Sanastokeskus TSK:n määrittelyä: "Sosiaalinen media on tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita." (Sosiaalisen median sanasto 2010, 14.)

## 3.3 Työkalut ja menetelmät

Sosiaalisessa mediassa on tänä päivänä tarjolla satoja välineitä. Osa niistä poistuu, ja uusia tulee tilalle koko ajan. Työkaluja löytyy eri tarkoituksiin, ja tässä esitellään niistä yleisimmät. (Soininen, Wasenius & Leponiemi 2010, 50.)

## Facebook

Facebook on yhteisöpalvelu, joka sai alkunsa yliopistomaailmassa ja avautui kaikkien saataville vuonna 2006. Facebook on yhteydenpitokanava, jossa voi verkostoitua ja keskustella reaaliaikaisesti, jakaa sisältöä ja pelata. Facebookissa on myös oma sisäinen sähköposti. Käyttäjä voi kerätä listalleen kavereita, jotka voivat kommentoida tilapäivityksiä ja kuulumisia. Käyttäjä voi määritellä, miten laajasti haluaa tietojensa näkyvän. Palvelussa voi perustaa ryhmiä esimerkiksi yhteisen kiinnostuksen kohteen mukaan. (Haasio 2009, 11–12, 38–39, 47.) Facebook on yrityksille hyvä markkinointikanava, koska erityisesti kohdentamisen voi tehdä tarkasti profiloitien vuoksi (Soininen ym. 2010, 53).

## Twitter

Twitter on vuonna 2006 käyttöön otettu yhteisö- ja mikroblogipalvelu, jonka avulla käyttäjät voivat lähettää ja vastaanottaa tekstipohjaisia, enintään 140 merkin mittaisia viestejä, tweettejä. Twitter on enemmän asia- kuin persoonakeskeinen foorumi, ja se mahdollistaa nopean kanavan asiakkaan auttamiseen. (Soininen ym. 2010, 53–54.) Viestit voivat olla yleisiä tai yksityisiä, tietylle henkilölle osoitettuja, ja viestin voi merkitä tiettyyn teemaan kuuluvaksi, jolloin se löytyy aihepiirihauulla (Linkola 2009). Viestillä voidaan lähettää linkki kuvaan tai tekstiin (Kortesuo & Patjas 2011, 82).

## LinkedIn

Tämä yhteisöpalvelu on tarkoitettu liike-elämän ammattilaisille verkostoitumiseen. Käyttäjä voi esitellä täällä kiinnostuksensa, koulutuksensa ja kertyneen työkokemuksensa ja ilmoittautua sopiviksi katsomiinsa ryhmiin ja vaihtaa mielipiteitä samalla alalla työskentelevien kanssa. LinkedIn nähdään myös työnhakukanavana, jossa työntekijä voi herättää työnantajan kiinnostuksen. (Soininen ym. 2010, 55; Kortesuo & Patjas 2011, 87).

## Google+ (Google Plus)

Uusin yhteisöpalvelu, jossa on mahdollisuus viestien välittämiseen, keskusteluun ja sisällönjakoon (Uusia tapoja jakaa koko Googlessa n.d.).

## Blogit

Sanastokeskus TSK:n (Sosiaalisen median sanasto 2010, 31) mukaan blogi on verkkosivusto, jolle ominaista on aikajärjestys sekä päiväkirjamaisuus tai kirjoittajan henkilökohtainen mielipide aiheesta. Alasillan mielestä blogin piirteitä ovat mm. verkkosivusto, jolla voi julkaista tekstiä ja multimediaa, kommentointimahdollisuus lukijoille, uusien kirjoitusten seuranta helpottavat syötteen, henkilökohtainen tyyli, vaikka olisi organisaatioviestintää, ja se, että aikajärjestyksessä uusien kirjoitusten on aina ylimpänä ja että blogi on kohtalaisen usein päivittyvä. Blogin suosio lähti nousuun vuonna 1999, kun kehitettiin tekniikka, jolla julkaiseminen kävi helposti. (Alasilta 2009, 36–37, 69.)

## Wikit

Wikisivusto on käyttäjien verkkoyhteistyönä tuottama verkkosivusto, jonka täydentäminen tai muokkaaminen on mahdollista selaimella kaikille tai tietyille käyttäjäryhmille. Merkittävin wikisivusto on Wikipedia-tietosanakirja (Sosiaalisen median sanasto 2010, 32). Wiki-ratkaisuja voi käyttää myös yritysten sisäisissä intraneteissa sekä asiakaspalvelussa yrityksen ja asiakkaan väliseen kommunikointiin (Soininen ym. 2010, 59).

## Keskustelupalsta

Keskustelupalstalla on mahdollista vaihtaa mielipiteitä eri aiheista. Usein aiheet on jaettu eri keskusteluryhmiin. Keskustelut tallennetaan, joten niitä on mahdollista

selailla myöhemmin. (Sosiaalisen median sanasto 2010, 28.) Asiakaspalvelutarkoituksessa yritys voi perustaa profiilin keskustelupalstalle. Suomessa merkittävä keskustelupalsta on Suomi24. (Kortesuo & Patjas 2011, 88.)

### Chat eli verkkojuttelu

Chat tarkoittaa reaaliaikaista keskustelua. Chat oli mahdollista jo Arpanetissa vuonna 1973, mutta käyttö laajeni, kun Jarkko Oikarinen kehitti Internet Relay Chat (IRC) keskustelujärjestelmän vuonna 1988 (Salminen 2007).

### Sisällönjakopalvelut

Yleisimmät sisällönjakopalvelut ovat YouTube (videot) ja Flickr (kuvat), joista molemmissa katselijalla on myös kommentointimahdollisuus. Slidesharessa voi jakaa diaesityksiä. (Sosiaalisen median sanasto 2010, 27.)

### RSS-syötteet

RSS-syötteiden avulla voidaan seurata, milloin esimerkiksi jollekin web-sivulle tulee päivityksiä. Käyttäjä voi tilata syötteen sivuille, joita hän haluaa seurata, jolloin hän pysyy ajan tasalla ilman erillisiä tarkistuksia. Tämä on kätevä tapa vaikka uutisten tai blogien seuraamiseen. (Ojala & Pöysti 2008, 32.)

### Mashupit

Mashup-verkkosivulla voidaan yhdistää usean lähteen tiedot tosiaikaisesti. Esimerkiksi karttatiedot ja myytävien asuntojen sijaintitiedot yhdistetään Mashup-sivulle, jolloin sen tiedot päivittyvät samanaikaisesti lähdesivustojen kanssa. (Ojala & Pöysti 2008, 32.) Google Maps, jossa karttapohjaan voidaan sijoittaa erilaisia palveluja, on yksi käytetyimmistä mashup-sivuista (Hintikka 2007, 42).

### 3.4 Sosiaalisen median käyttötavat

Sosiaalinen media mahdollistaa monenlaisia toimintoja. Yksilötason toimintoja ovat jakaminen, julkaiseminen, suosittelu, vertaistuki, auttaminen, kaupankäynti, pelaaminen ja deittailu (Isokangas & Vassinen 2010, 154). Yrityksen osalta toiminnot voidaan nimetä eri tavalla: asiakaspalvelu, sisällöntuotanto, tuotekehitys, tiedotus, markkinointi ja myynti (Pönkä 2010). Sosiaalisen median välineet muuttuvat jatkuvasti ja vaativat käyttäjältä perehtymistä niin käyttötarkoituksiin, sisältöihin kuin tekniikoihinkin. Tietoa onkin runsaasti saatavilla niin kirjallisuudessa kuin internetissäkin. Yrityksen verkkosivuja, blogeja ja muita yhteisöpalveluita voidaan helposti hyödyntää markkinoinnissa ja myynnissä. Tässä opinnäytetyössä näkökulma on kuitenkin muu viestintä ja asiakaspalvelu.

Yrityksen pitäisi pysyä ajan tasalla siitä, mitä tietoja yrityksestä netistä löytyy ja mitä siitä puhutaan. Tärkeimpiä seurattavia välineitä ovat ne, joissa asiakkaat liikkuvat. (Soininen ym. 2010, 27, 50.) Sosiaalista mediaa käyttävät yritykset panostavat mm. profiilien ylläpitoon, Twitteriin, blogeihin ja keskustelujen seurantaan (Pönkä 2010). Tähän seurantaan löytyy myös maksuttomia välineitä, ja sen voi tehdä suhteellisen vaivattomasti, sillä jopa kymmenen minuuttia päivässä riittää. Ensimmäinen askel on tarkistaa, mitä hakutuloksia yrityksen nimellä löytyy. Seurantavälineenä tässä voi käyttää Google Alerts -palvelua, joka ilmoittaa, kun määritellyllä hakusanalla ilmestyy uutta materiaalia Googleen. Yrityksen tulisi myös seurata keskusteluja, joissa sen nimi mainitaan. Kilpailijoiden, asiakkaiden ja oman toimialan lisäksi on hyvä seurata myös yleistä keskustelua, koska eteen voi avautua jokin yllättävä tilanne, jonka voi käyttää hyödyksi. (Isokangas & Vassinen 2010, 143–144.)

Hyvä esimerkki tilanteen hyödyntämisestä löytyy Parantaisen (2012) blogisivulta. Parantainen kirjoitti blogissaan Verkkokauppa.comin epäsiististä ympäristöstä liittä-

en blogiin monta paljonkertovaa kuvaa. Blogi julkaistiin 26.7.2012 klo 11.19 ja samana päivänä kello 12.02 Verkkokauppa.com vastasi kirjoitukseen (Kuvio 2).

**9 vastausta kohteelle “Mikä on markkinointia?”**

---

**verkkokauppa.com sanoo:**  
 26.07.2012 12:02 | Vastaa 

Asiaa kirjoitat ja vaikka tietty suurin osa kuvista ei ole Verkkokauppa.comin aluetta, niin huonon vaikutelman roskat ja epäjärjestys silti aiheuttaa. Kuvissa näkyvät roskat on itseasiassa siivottu ja alueelle hankittu roskikset – vaikka katujen siistiminen ei nyt pitäisi meille edes kuulua.

t. Samuli Seppälä / Verkkokauppa.com

---

**Jari Parantainen sanoo:**  
 26.07.2012 12:18 | Vastaa 

Samuli, kiitos kommentistasi!

Olen usein nähnyt, miten Mäkkärin työntekijät pyöriivät siivoamassa ravintolansa naapurustossa. Ajatus lienee juuri tuo, ettei asiakas tiedä tai välitä tonttien rajoista. Kaatopaikalta näyttävä ympäristö tuskin edistää bisnestä, oli siitä vastuussa kuka tahansa.

Noin muuten on pakko todeta, että asiallisesta vastauksestasi voisi moni herkkänahkainen yrittäjä tai johtaja ottaa opiksi. Reaktionsopeutesikin kelpaisi esimerkiksi kriisiviestinnän käsikirjan sosiaalista mediaa koskevaan lukuun.

---

**verkkokauppa.com sanoo:**  
 26.07.2012 12:26 | Vastaa 

Meillä on itseasiassa käyty tästä keskustelua myyjien / kioskin henkilökunnan kanssa, että myös myymälän edustan tulee näyttää hyvältä – vaikka ei nyt meidän maata olekaan.

Ja henkilökunta siivoaakin juuri erityisesti myymälän edustan, roskaahan sinne ilmestyy jatkuvasti.

KUVIO 2. Verkkokauppa.com

Isokangas ja Vassinen (2010) toteavat, että ensimmäisenä uudet kiinnostavat ilmiöt ja tapahtumat tulevat esille blogeissa, Twitterissä ja ammattifoorumeilla. Verkossa tulisi tarjota hyödyllistä ja viihdyttävää sisältöä, jolloin lukija voi löytää ratkaisun ongelmaansa tai kokea erilaisia tunteita. Modernin yrityksen tulisi osallistua palstoilla käytäviin keskusteluihin kiinnostavilla aiheilla eikä tuottaa loputonta uutis- ja tiedotesaastaa. Aseman saavuttaminen keskustelupalstoilla vaatii työtä ja aikaa. Enemmän näkyvyyttä on mahdollista saada hankkimalla verkkoyhteisöjen toimintaan keskittyvä community manager, jonka toiminta olisi verkkotoimittajia laaja-alaisempaa. (Isokangas & Vassinen 2010, 67–68, 147–148.) Janhosen (2012) mukaan community managerit ovat yleistymässä myös Suomessa. Suomenkielinen vastine ei ole vielä vakiintunut, mutta puhutaan yhteisöjohtajasta, nettikätilöstä ja yhteisömanagerista. Janhonen määrittää yhteisömanagerin tehtäväksi muun muassa asiakkaiden mielipiteiden keräämisen ja aktiivisen viestinnän sosiaalisen median palveluissa. Käyttöä tällaiselle henkilölle löytyy harrastuspiireistä yrityksiin, ja tarkoitus on ohjailla keskustelua sen tahon suuntaan, jota edustaa. Yksi tunnetuimmista toimijoista on nettipoliisi Marko Forss.

Pönkä (2010) on todennut, että aktiivinen bloggaaminen tuo 6,9 kertaa enemmän kävijöitä kuin yrityssivusto ilman blogia. Yrityksen on mahdollista reagoida nopeasti, jos sillä on oma blogi. Näin haluttu tieto, joko markkinointiin tai muuhun tiedottamiseen liittyvä, saadaan nopeasti liikkeelle. Esimerkiksi F-Securen blogista voi seurata viruspäivityksiä. (Isokangas & Vassinen 2010, 148; Ojala & Pöysti 2008, 78.) Kirjoittaja voi blogissa tuoda esiin haluamiaan asioita, omalla tavallaan, ilman median suodattamista (Hintikka 2007, 27). Monessa yrityksessä johtaja pitää blogia tehdäkseen yrityksensä tutummaksi ja itsensä helpommin lähestyttäväksi (Hintikka 2007, 27; Ojala & Pöysti 2008, 79). Alasillan (2009, 173–176) mielestä blogin perustamiseen kannattaa panostaa ja kirjoittamiseen pitää sitoutua. Mikäli blogia ei päivitetä säännöllisesti, voi seuraajien mielenkiinto lopahtaa. Alasilta ei varauksetta ole useamman kirjoittajan yhteisblogin kannalla muun muassa erilaisten tyylien ja kirjoitustiheyden vuoksi.

Omassa blogissa ote on henkilökohtaisempi. Otala ja Pöysti (2008, 79) ovat sitä mieltä, että kirjoittamisesta voi vastata useampi henkilö, jolloin työ helpottuu.

Keskustelupalstoilla on paljon myös riidanhaastajia, koska nimimerkin suojasta on helppo kirjoitella mitä tahansa. Yrityksen ei pidä pelästyä negatiivistakaan kirjoittelua. Tässäkin tilanteessa nopea reagointi on eduksi ja se voi kääntyä mahdollisuudeksi. Iso kohu synnyttää aina sekä vastustajia että puolustajia. On tärkeää havaita tilanteet, joihin kannattaa puuttua, sillä aina se ei ole tarpeellista. Kuitenkaan yritys, joka jättää sosiaalisen median huomiotta, ei tule menestymään. Yrityksellä tulisi olla suunnitelma, miten sosiaalisessa mediassa toimitaan. Perusasioita ovat yrityksen ja oman nimen käyttäminen, lyhyet vastaukset, väittelyn välttäminen ja linkitys yrityksen sivuille. (Isokangas & Vassinen 2010, 138, 146–147, 172).

Kortesuo ja Patjas (2011) ovat esittäneet idean asiakaspalvelublogista, jota ei tietyvästi ole vielä missään päin maailmaa. Tämä blogi olisi nimenomaan asiakaspalvelun, ei viestinnän organisaatiossa. Blogi toimisi Facebookin ja sähköpostin tapaan nopeana asiakaspalvelukanavana ja tehostaisi kirjallista asiakaspalvelua. Yhdellä vastauksella voisi saavuttaa useamman asiakkaan, jopa satoja, joten säästyttäisiin monien erillisten sähköpostien kirjoittamiselta. Blogin mahdollistamalla hakutoiminnoilla asiakas löytäisi oikean tiedon myöhemminkin. Lukija pystyisi myös kommentoimaan tai esittämään kysymyksiä, jotka kenties ovat askarruttaneet muitakin. (Kortesuo & Patjas 2011, 89–92)

### 3.5 Internetin ja yhteisöpalveluiden käytön yleisyys

Internetin käyttö Suomessa on hyvin yleistä. Vuonna 2012 ikäryhmässä 16–74-vuotiaat käyttäjiä oli 90 % ja päivittäisiä käyttäjiä 78 %. Nuoremmissa ikäluokissa käytännössä kaikki käyttävät internetiä (Taulukko 1). Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2012 puolet 16–74-vuotiaista suomalaisista on rekisteröitynyt ainakin yhteen yhteis-

söpalveluun (Facebook, Twitter yms.). Yhteisöpalvelujen seuraaminen on painottunut nuorempien ikäryhmään (16–24-vuotiaat), joista 86 % on seurannut yhteisöpalveluja. Vanhimmassa ikäryhmässä 65–74-vuotiaat käyttäjiä oli 10 %. (Taulukko 1). (Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2012.)

TAULUKKO 1. Internetin käytön ja eräiden käyttötapojen yleisyys (Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2012)

Internetin käytön ja eräiden käyttötapojen yleisyys 2012

	Käyttänyt internetiä viim. 3 kk aikana	Käyttää internetiä yleensä useita kertoja päivässä	Käyttänyt verkkopankkia viim. 3 kk aikana	Ostanut verkon kautta viim. 3 kk aikana	Seurannut jotain yhteisöpalvelua 3 kk aikana	Käyttänyt internetiä kannettavalla tietokoneella kodin ja työpaikan ulkopuolella viim. 3 kk aikana	Käyttänyt internetiä matkapuhelimella kodin ja työpaikan ulkopuolella viim. 3 kk aikana	On älypuhelin omassa käytössä
	% -osuus väestöstä							
16-24v	100	80	75	54	86	51	63	64
25-34v	100	88	98	67	80	48	70	69
35-44v	98	74	96	61	58	47	62	66
45-54v	96	68	92	54	39	38	43	50
55-64v	82	44	74	31	22	24	21	30
65-74v	61	26	51	13	10	11	9	15
Miehet	90	66	81	46	44	42	51	54
Naiset	90	61	83	49	53	32	38	45
Yhteensä	90	64	82	47	49	37	45	49

Maailmanlaajuisestikin "pöhinää" verkossa riittää. Facebook saavutti miljardin käyttäjän rajan 14.9.2012. Käyttäjistä 600 miljoonaa on mobiilikäyttäjiä. (Facebookilla jo miljardi käyttäjää 2012.) Twitterin oman ilmoituksen mukaan aktiivisia käyttäjiä on yli 140 miljoonaa (What is Twitter? n.d.). Rekisteröityjä käyttäjiä arvellaan kuitenkin olevan 500 miljoonaa (Twitter reaches half a billion accounts, more than 140 millions in the U.S. 2012).

Kokonaisvaltaista tilastotietoa siitä, kuinka moni suomalaisyritys käyttää sosiaalista mediaa, ei löytynyt. Tutkimuksia on tehty suurten yritysten ja tiettyä alaa edustavien yritysten osalta. Inkeröisen (2010, 84) tutkimuksen mukaan näyttää siltä, että mitä suurempi yritys, sitä todennäköisempää on sosiaalisen median käyttö. Inkeröisen tutkimuksen perusteella 500 suurimmasta suomalaisyrityksestä 46 % käyttää sosiaalista mediaa jollakin tavoin. Vuoden 2012 sanotaan olleen sosiaalisen median läpimurtovuosi Suomessa. Kuluttajat ovat sosiaalisessa mediassa, mutta monet yritykset ovat vasta suunnitelma-asteella ja päätöksiä sosiaalisen median käyttämisestä asiakaspalvelussa on tehtävä. Tällä hetkellä yhteydenottolomake on monesti ainut palvelu nettisivuilla. (Savaspuro 2013, 14.)

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimuksessa selvitettiin, mitä perintätoimistoista kirjoitetaan sosiaalisessa mediassa ja miten perintätoimisto toimii sosiaalisessa mediassa. Tutkimusaineistona oli internetissä oleva tekstimuotoinen aineisto, joten tutkimuksessa käytettiin laadullisen tutkimuksen keinoja. Laadullista tutkimusta käytetään hahmotettaessa ja määrittäessä ilmiöitä, kun ilmiöstä ei ole vielä saatavissa lukuja (Kananen 2010, 37).

Vastauksia tutkimuskysymyksiin etsittiin sisällönanalyysimenetelmällä. Sisällönanalyysillä voidaan tutkia erilaisia dokumentteja, kuten kirjoja, artikkeleja, päiväkirjoja, kirjeitä, haastatteluja, puheita ja keskusteluja. Menetelmä on siis sopiva tutkittaessa nettikirjoitusten sisällöllistä merkitystä. Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä etsitään tutkimustehtävän kannalta merkityksellisiä ilmauksia, ja aineistoa analysoidaan tutkimuksen jokaisessa vaiheessa. Tekstistä etsitään samanlaisia tai toisistaan eroavia ilmauksia, jotka Tuomen ja Sarajärven (2012) mukaan Miles ja Huberman (1994) kuvailevat pelkistämiseksi, ryhmiin luokitteluksi ja teoreettisten käsitteiden luomiseksi. Tämä on kuitenkin vain yksi teoreettinen malli. Sisällönanalyysin teoriassa tunnetaan

erilaisia luokittelumalleja ja käytettävä malli muotoutuu aineistokohtaisesti. (Tuomi & Sarajärvi 2012, 103–104, 108–110, 124.)

Tutkimus suoritettiin kokonaan internetistä löytyvästä aineistosta. Keskeisimpänä tutkimusaineistona olivat Suomi24-keskustelupalstan kirjoitukset. Tutkimus rajattiin tähän yhteen palstaan, koska se on Suomen suosituin keskustelupalsta. Vuonna 2012 palstalle kirjoitettiin 6,8 miljoonaa viestiä. Lähes 0,9 miljoonaa viestiä poistettiin Suomi24-palvelun sääntöjen vastaisena. (Mistä Suomi puhui vuonna 2012 n.d.) Säännöissä kielletään muun muassa asiattomat ja loukkaavat kommentit, väkivaltaan ja rikolliseen toimintaan yllyttäminen, laittoman ja loukkaavan materiaalin esittäminen sekä toisten uhkailu (Suomi24-palvelun säännöt n.d.).

Tutkimus rajattiin ajallisesti niin, että mukaan otettiin vain vuonna 2012 kirjoitettuja tekstejä. Tutkitut viestit on kirjoitettu maaliskuun ja marraskuun välillä. Näin saatiin mahdollisimman ajankohtainen tilanne. Hakusanoina keskustelupalstalla käytettiin sanaa *perintätoimisto* sekä kahden selkeästi suurimman perintätoimiston nimeä *Lindorff* ja *Intrum Justitia*. Aineistosta valittiin vain ne kirjoitukset, jotka kuvasivat jollakin tavalla käytettyjä hakusanoja tai niiden toimintaa. Värikkään aineiston läpikäyminen oli mielenkiintoista, joten työstämisen tuloksena tapahtumia kertyi 343 kpl. Kerätyt tekstit vietiin excel-taulukkoon ja erilaiset kuvaukset luokiteltiin numeroimalla. Joistakin luokista muodostettiin vielä alaluokkia. Aiemmin mainituilla hakusanoilla etsittiin kirjoituksia myös Twitteristä, mutta niitä ei löytynyt.

Toisena tehtävänä selvitettiin perintätoimistojen käyttämiä sosiaalisen median työkaluja. Tutkimuksessa oli mukana 15 liikevaihdoltaan suurinta perintätoimistoa, joten voidaan sanoa, että tutkimuksen kohteena olivat lähes kaikki pääasiassa perintää harjoittavat yritykset. Sosiaalisen median käyttöä selvitettiin yritysten kotisivujen kautta, ja ajallisesti tutkimuskohteena oli vuosi 2012. Linkkejä sosiaaliseen mediaan löytyi kahdelta yritykseltä ja löytyneiden palveluiden sisältö käytiin läpi. Tältä osin aineisto oli niin pieni, että aineiston luokitteluun ei tarvittu apuvälineitä. Etsintä suo-

ritettiin myös Google-haulla, mutta sitä kautta löytyi vain muutama käyttäjäprofiili, ei aktiivisia sivuja.

## 5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tässä luvussa käydään läpi tutkimustulokset lisätyn aineistosta otetuilla esimerkeillä. Keskustelupalstatutkimus esitellään analyysivaiheen luokittelun mukaisesti. Perintätoimiston toimia käydään läpi sosiaalisesta mediasta otettujen kuvakaappausten avulla.

### 5.1 Keskustelupalsta

Keskustelupalstalla toistuivat aiheet, jotka koskivat perintäkuluja erilaisissa asiayhteyksissä. Esille otettiin myös maksusuunnitelmat ja erilaiset epäselvyydet perintäasioissa. Viesteissä esitettiin epäilyjä laittomasta toiminnasta, erityisesti perintäluvan puutteesta, ja sen vaikutuksesta perintäkuluihin. Yleisimpiä kommentteja olivat kuitenkin asiattomat mielenilmaukset, jopa herjaukset. Kirjoittelu oli, kuten perintätyön luonteesta voi päätellä, pääosin kielteistä, mutta jonkin verran oli myös perintätoimistojen puolustavaa kirjoittelua. Viesteistä saattoi päätellä, että lähes kaikki kirjoittajat olivat velallisia tai ainakin velallisen asialla.

#### Perintäkulut

Perintätoimiston vaatimia kuluja pidettiin suurina. Tyytymättömyyttä aiheutti se, että kulut olivat itse pääomaa suuremmat. Joissakin viesteissä perintätoimistoa syytettiin koronkiskonnasta, mutta niissäkin kyse saattoi olla perintäkuluista.

*”Summa saattaa nousta pilviin tuntien perintätoimistojen kulukiskonnan laillisuuden.”*

*"Siihen vielä lisäksi kaikenmaailman perintätoimistojen kulut, niin usein alkuperäinen velkasumma tulee moninkertaiseksi. Perintätoimistojen kulut muuten ovat monessa maassa laittomia."*

*"Ne Perintätoimiston perintäkuluthan ne vasta isoja ovat.!"*

*"perintätoimistot vetää korkoa siihen malliin, että sillä ne rikastuvat .on aivan järkyttävää mitkä korot vetävät välistä."*

*"Lindorff on yksi pahimman luokan koronkiskoista mutta niin on myös Santander."*

*" laskun pääoma 15.40€, perintäkulut 66€, viivästyskorko 0,22€, yhteensä 81,62€. Aika hyvin pantu perintäkuluja 2kk aikana. ..."*

Monet kirjoittajat katsoivat, että perintätoimisto toimi ilman perintälupaa, ja sen vuoksi sillä ei ollut oikeutta periä perintätoimiston mukaisia kuluja. Tämä epäily koski lähinnä pikavippiyriä.

*"Pyydä ensin poistamaan maksusopparista perintäkulut ja maksusopimuskulut joihin heillä ei ole oikeutta kun eivät ole perintätoimisto. Katso sitten paljon jää jäljelle ja onko sitten varaa. jos ei vieläkään ole varaa, pyydä siirtämään asia oikealle perintätoimistolle."*

*"Niitä vitosen maksumuikkareita saavat siis lähettää ja vaikka mitä muuta mutta ei ne perintätoimiston kuluja voi ottaa ja lähettää maksuvaatimuksia. Tota ne aina yrittää !"*

*"perintätoimisto kontio oy = weststar = reissuluotto = herttavippi oy = vippiluotto että siinä rehellisyyden pohjaa perintätoimistolle. Kyllä aika epäilyttävää kun omia perittäjän ja vielä ylihinnoilla kun on joutumassa markkinatuomioistuimeen. Toivottavasti julkaisevat tuomion Kontio Oy nimellä eivätkä tuolla vanhalla Weststarin nimellä."*

*"ei creditcontactilla ole edes perintälupaa , että voit jättää ne perintäkulut ihan suoraan maksamatta . Ilmoittavat kyllä hanakasti asiakastietoon 60 päivän jälkeen ja siihen heillä on oikeus, mutta noiden perintäkulujen perimiseen ei Millanen firma ? Täysin laiton "perintäfirma" "*

Velallisen mielestä perintätoimisto pitkittää tahallisesti perintäprosessia saadakseen lypsettyä enemmän perintäkuluja.

*"Perintätoimistojen ja ulosoton käsittelyssä velat ovat kasvaneet älyttömiksi. Lisäksi osa firmoista panttaa velkoja olemalla laittamatta niitä käräjäoikeuteen. Näin vanheneminen ei edes pääse alkamaan ja voivat kerryttää omia kiskurikorkojaan"*

*"Tilanteessasi luultavasti perintäfirma panttaa velkaa ja kasvattaa näin omia saata-  
viaan."*

*" Noudettuani haasteen, selvisi että kyseessä on 4 kpl vanhaa velkaa vuosilta 2006-2007! Eli Intrum on pantannut ja kasvattanut näiden velkojen korkoja ja perintäkuluja 6 vuoden ajan laittaakseen ne oikeuden kautta perintään!!! Voitte vain kuvitella vihaani Intrumia kohtaan tässä vaiheessa! Soitin sinne ja 'ystävällinen' virkailija rva, joka ei suostunut kertomaan nimeään, vaan ainoastaan hoki nimekseen jälkiperintäryhmä 32, osoitti olevan täysin k\*'pää. Sain sentään hänen esimiehensä numeron ja soitin hänelle asiasta. Ja katsos vain, yllätyksekseni ko esimies myönsi että tämä toimintatapa on täysin laillinen ja hyväksyttävä toimintatapa heillä. Panttaavat velkoja ja kun katsovat itselleen sopivan ajankohdan, perivät ne.. Kas kumma kun eivät ole voineet periä niitä jo aikoja sitten!!!?"*

Epäselvyydet perinnässä

Velallinen ei mielestään saa tarpeellista perustietoa perinnässä olevasta velastaan tai erittely on vaikeaselkoinen. Perintätoimisto perii jo maksettua tai aiheetonta velkaa.

*"Mulla kävi just näin ja vaikka asia on peruttu niin helvetin perintätoimisto vieläkin lähettelee laskuja vaikka "asian sovittiin olevan kunnossa"!!!"*

*"Haluaisin viedä riidan oikeuteen koska Lindorffin laskuissa ei ole erittelyä misstä summat ovat peräisin, eli en tiedä alkuperäisiä laskuja"*

*"Soitin siitä heille ja kysyin perusteluja moiselle toiminnalle. Ei perusteluja."*

*"Nyt haluan oikeasti selvittää kuka on vastuussa perintätoimiston tekemästä laskumokasta. Edelleenkin eivät ole toimittaneet sähköpostilla lisätietoja, joten oletan että unohtivat asian. Tai ainakin toivon niin :)"*

*"Arply se sen kun jaksaa.Syyskuun puolella tullut jälleen pari kirjettä, joissa karhutaan perintäkuluja puoli vuotta sitten maksetuista vipeistä. Vihaista sähköpostia pistin takaisin ja pyysin jättämään rauhaan."*

*" Toinen vaihtoehto lienee kantelun tekeminen perintäyhtiöstä. Perintä pitää lopettaa, jos se on riidanalainen. Ja perintäyhtiöt lienevät luvanvaraisia toimijoita."*

*" Niillä on ihan omat lait ja omat summat. Ja erittelyt ovat tarkoitukselle tehty epäselviksi, niistä ei ole tarkoitustakaan saada selvää, ei asiakkaan eikä heidän itsensä. Itse pyysin myös vastaanvanlaisesta laskusta lisäselvitystä kun summat eivät stemmanneet mitenkään päin laskemalla. Eivät osanneet niitä puhelimesta selittää, ja seuraavaksi tuli heidän lakimieheltään kirje jossa selitettiin erinäisiä perintälain pykälä ja asetuksia. Pikkasen epäilyttävää touhua!*

#### Maksusuunnitelmat

Perintätoimistojen maksusuunnitelmiin suhtautuminen vaihtelee. Toiset kokevat suunnitelman tekemisen helpoksi, mutta toisten mielestä perintätoimiston ehdot ovat joustamattomia.

*"Joten kun tarpeeksi kyllästyin noihin järjettämiin korkoihin, otin ja sovin niinkin helposti kuin internetissä, oman perintätoimiston sivulta, itselleni sopivan takaisin maksun."*

*"Heidän lukuisista yrityksistään huolimatta velkalyhennykseni 10 vuoden ajalta ovat tasan 0 euroa koska en ole langennut heidän sudenkuoppaansa "lyhennä vaikka vähän, nyt ilman korkoa plää plää plää"."*

*"Ferratum ei jousta maksusuunnitelmissa ja maksusuunnitelmat ovat SURKEET. Minimilyhennys 200 euroa kk. Muilla se on 100-130 välillä. UUTTA maksusuunnitelmaa ei voi tehdä. Kaikilla muilla perintätoimistoilla se onnistuu."*

*"tein maksusuunnitelmia perintätoimistojen kanssa ... eli se mitä siitä vain seurasi oli se että velkani paisui koska maksusuunnitelmien teosta veloitettiin noin 30€/per velka. Eli älä missään nimessä tee maksusuunnitelmia!!"*

#### Perinnän pitkittäminen/panttaus

Perintätoimistojen katsotaan turhaan pitkittävän perintäprosessia suurempien perintäkulujen perimiseksi.

*" Ne nimenomaan panttaa niitä laskuja jotta et pääse koskaan eroon niistä"*

*"...kuulin, että minulla on Lindorffissa yli 10vuoden takaisia perintävelkoja vieläkin...Minulle olisi ollut helpointa, jos olisivat laittaneet tosiaan velkani ulosottoon tuona aikana, kun sivuillaan ilmoittavat!"*

*"Intrum on perintätoimen ammattilaisena varmasti muistanut muutaman vuoden välein muistuttaa velasta, jolloin vanhenemisaika on taas katkaistu. Velkojalla ei ole mitään velvollisuutta kiirehtiä laskujen ulosottoon saattamisen kanssa."*

*"intrum justitia ainakaan ei vie käräjille ajoissa, vaan panttaavat laskujansa, perivät vuodesta toiseen samaa laskua kyttäävät voiton himo silmissään lisää rahaa, toinen taitaa olla lindorff joka tekee täsmälleen samaa, ettei velka vanhenisi ja mukamas saisivat aikoinaan paljon paljon rahaa velallisilta."*

Liiketoimintaa velallisen kustannuksella

Kirjoittajat eivät katso hyvällä suuria voittoja tekeviä perintätoimistoja. Tuohtumusta aiheuttaa se, että veroa ei makseta Suomeen vaan voittoja tuloutetaan ulkomaille.

*"Eiks oo kiva, kun velallisen kustannuksella tehdään bisnestä!!!"*

*"Maksuvaikeuksissa olevien rahoilla bisnestä..."*

*"Nyt on oikein bisneksenä tulleet nämä perintätoimistot ja he ryöstävät ihmisiltä kaikki rahat ja heiltäkin menee veroparatiiseihin nämä voitot."*

*"Ulos Suomesta tuollaiset yhteiskunnan loiset!Varmasti muistaa periä joka sentin korkoineen, mutta unohtaa itse maksaa omatveronsa."*

Herjaustyyliset kommentit

Keskustelupalstalla oli paljon perintötoimistoihin kohdistuvaa arvostelua, nimittelyä ja jopa uhkauksia.

*"JA sinulle rakas Intrumin työntekijä joka satuit lukemaan tämän, niin tukehdu siihen kahvitaukosi pullaan ja ryntää perimään lisää jotta saisit sen makkarasiivun leipäsi päälle vielä ensi kuussaakkin!!!"*

*"...pikku muistutus lyijyn muodossa tämän paskafirman henkilökunnalle"*

*"Eli kyllä noi perintätoimistot ovat täysin roistoja ja huijareita."*

*"Eli minun laskuni oli myyty nahkaliivifirmalle jo enkä voinut mitään!"*

*"Virolainen perintätoimisto hoitaa homman aina ja nopeasti. Eikä siinä ole valitusoi-  
keutta."*

*"Häikäilemätöntä mafiaporukkaa yleensäkin kaikki perintäfirmat. Kaikilla on pimeitä  
bisneksiä ja vedättävät velallisia. Paras on kun niille ei vastaa ollenkaan."*

#### Positiiviset kommentit

Perintätoimistot saivat myönteistäkin palautetta. Pääosin se oli perintätoimiston toimintaa puolustavaa kirjoittelua. Palstan seuraajat olivat ehkä kyllästyneet toistu-  
viin moitteisiin ja pitivät kirjoittajia itse syypäänä ongelmiinsa.

*"Intrum on aina ollut joustava."*

*"Svea on yrittäjää kohtaan asiällisempi."*

*"Mutta yhden kerran tuli perintäkirje aivan toisella sävyllä: "Hyvää kesää, olemme nyt  
niin iloisia että jos nyt alat sopimaan maksueristä et joudu helvettiin" Hauskinta oli  
kirjeeseen painettu hellyyttävä hymyilevä nallekalhu."*

*"Ihan kohtuullinen korvaus siitä, että velallinen vetkuttelee sovittuja maksuja niin,  
että niitä täytyy ruveta erikseen perimään. Kun maksaa eräpäivänä, ei koskaan saa  
laskuja Intrumilta tai muilta perintätoimistoilta. Eikä joudu maksamaan perintäkulu-  
ja."*

*"Perintätoimiston kanssa on helppoa ja joustavaa asioida joten saat velkasi kyllä hoi-  
dettua kunhan vain alat hoitamaan sitä ajoissa."*

*"Turha yrittää selittää että perintäfirma on syyllinen johonkin, kyllähän se on jokaisen  
oma velvollisuus hoitaa laskut!"*

*"Lindorff vain PERII, kun alkuperäinen laskuttaja ei ole saanut rahojaan. Olet siis va-  
rastanut joltain."*

## 5.2 Sosiaalisen median työkalut

Sosiaalisen median yhteyksiä tarjosi vain kaksi perintätoimistoa. Näistä toisella oli käytössä Twitter, LinkedIn, Google+ ja blogi ja toisella vain Facebook. Sivujen sisältö muodostui etupäässä yritystä koskevista uutisista tai tapahtumista ja perintäalaan liittyvistä ajankohtaisista tiedotteista. Sivuilla ilmoitettiin asiakaspalvelun ruuhkautumisesta tai rekrytointihalusta. Yhteisöpalveluissa jaettiin linkkejä kotisivujen uutisiin ja blogikirjoituksiin sekä myös ulkopuolisiin linkkeihin. Lähes samat tiedot löytyivät kaikkien yhteisöpalveluiden kautta. Palvelut oli kohdistettu pääosin toimeksiantajille. (Kuviot 3, 4 ja 5)

The image shows two posts from the Duetto Group Oy profile on Google+. The top post, dated 13.11.2012, is a public announcement about a working group set up to update the bankruptcy law. It includes a link to a news article from the Ministry of Justice. The bottom post, dated 5.11.2012, is also public and features a profile picture of a man in a suit and glasses. The post title is 'Luottokaupan riskienhallinnan blogi' and the text discusses inheritance, trade credit, and risk management.


**Duetto Group Oy** 13.11.2012 - Julkinen  
Työryhmä asetettu uudistamaan velkajärjestelylakia.

[Oikeusministeriö - Justitieministeriet - Uutiset »](#)  
Työryhmän tulee selvittää yrittäjien aseman parantamista velkajärjestelyssä nimenomaan yrittäjyyteen liittyvin ratkaisuin. Maksuohjelman kestoan ei tässä yhteydessä ole tarkoitus puuttua. Velallisen o...

+1 +1

Lisää kommentti...

**Duetto Group Oy** 5.11.2012 - Julkinen



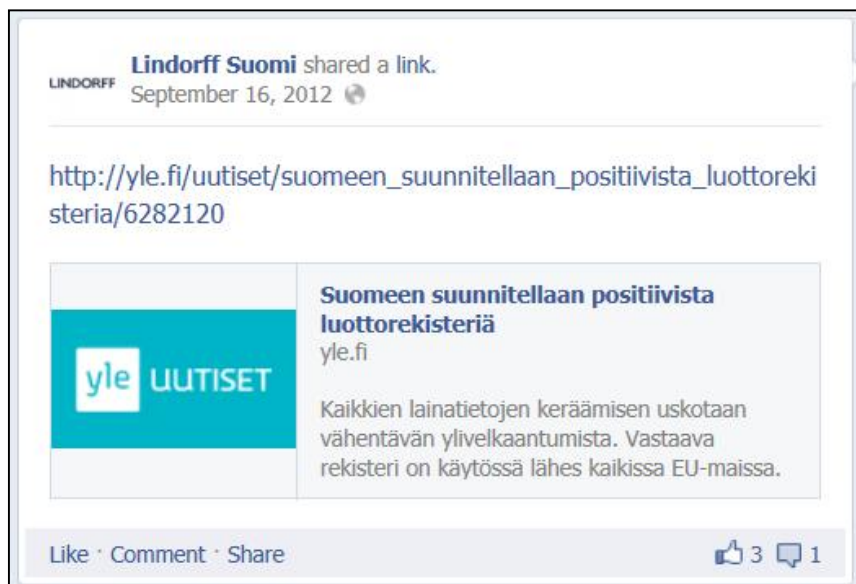
[Luottokaupan riskienhallinnan blogi »](#)  
perintä, luottokauppa, kansainvälinen perintä, riskienhallinta, perintälaki, maksuviivedirektiivi, perintätoimisto, sopimusehdot

+1 +1

KUVIO 3. Google+, Duetto Group



KUVIO 4. Twitter, Duetto Group



KUVIO 5. Facebook, Lindorff

Vierailijoiden kommentteja Facebookissa oli niukasti. Perintätoimisto Lindorffin Facebook-sivuilta löytyi kaksi tiedotetta, joilla vastattiin yritykseen kohdistuviin kielteisiin tapahtumiin. Toinen näistä sai alkunsa Kaksplus.fi-keskustelupalstalla olleesta Lindorffin kesätyöntekijän velallista mitätöivästä kirjoituksesta (Kuvio 6). Lindorff reagoi tähän sekä keskustelupalstalla että Facebookissa (Kuviot 8 ja 9). Tapahtumien kulusta voi kuitenkin huomata, että yritys ei ollut seurannut kirjoittelua itse, vaan sai vinkin huolestuneelta palstan seuraajalta (Kuvio 7). Nopea asiaan puuttuminen oli aktiivisen kansalaisen ansiota. Arvailujen varaan jää, oliko kesätyöläinen oikeasti Lindorffin työntekijä vai joku itsensä kaltoin kohdelluksi tuntenut velallinen, joka purki ärtymystään keskustelupalstalla.

12.06.12, 10:04 #1

kesätyöläinen  
lindorffilta

Vierailija

😊 **Voisitteko maksaa ne perintälaskut?**

Onko se niin vaikeaa maksaa niitä laskuja? Siis ihan oikeasti, kun kerrotte "hyviä" nyyhkytarinoita jne. niin ettekö koskaan ihmettele miten niihin ei reagoida? 😊

Kerronpa teille "parit" faktat:

- ei kannata alkaa kinastelemaan onko se juridisesti laillinen kulujen osalta, koska häviätte sen väittelyn -> kuluttajaviraston sivuilla tarkat faktat
- 26. EI ole palkkapäivä joten sitä on turha valehdelle; kaikki tietää että se on lapsilisäpäivä ("Joo, mulle tulee palkka tuolloin 26.")
- "En ole saanut kirjeitä!"...just, niitähän ei ole laitettu kuin noin 4 viimeisen 6kk aikana ja osoite on oikein. Lisäksi, te olette saanut vielä sähköpostin...se myös kadonnut?
- "Lapseni on tilannut sen minun nimellä" -> maksa tai tee rikosilmoitus. Varmaan kiva ottaa luottohäiriömerkintä lapsenne takia? Opetelkaa olemaan vahvoja vaikka olisi kuinka lapsenne mokailut kyseessä
- Kun tilaatte "ilmaisia" näytteitä jne. niin lukekaa ne ehdot edes 😊 Mitään ilmaista ei ole olemassa. Luulisi että jo tässä vaiheessa tajuatte.
- "En ole tilannut", varsin kiva tietää näin neljän vuoden jälkeen...ei ole käynyt mielessä tehdä valitusta, kun kirjeitä alkoi tulla kotiin? Asiakkaalla on velvollisuus tehdä KIRJALLINEN valitusta inhimillisessä ajassa ja se ei ole sitten kun jaksetaan
- lopettakaa se vessassa puhelimeen vastaaminen...todella ällöttävää näin naisena kuunnella kun naiset sanoo "olen p\*skalla".
- Sanokaa niille miehille että eivät he p\*llua saa vaikka kuinka sitä haluavat -> taustalla kuuluu lapsen itku ja mies sanoo "maksan laskut jos annat p\*llua"...jaa-a, mitäköhän vaimo sanoo tästä...
- jos teillä ei ole aikaa puhua niin miksi vastaatte puhelimeen
- "Joo tuo meidän mies maksaa" ja 2kk menee ja sama virsi...
- "laittakaa ulosottoon, se on halvempaa" -> joo, ei ole. KO-päätöksestä tulee aina yli satanen lisää maksettavaa
- "hehe, laittakaa ulosottoon, siellä on jo 100000 muuta velkaa" miten voitte olla "ylpeitä" tuollaisesta ja naureskella asiasta...
- "Olen juuri synnyttänyt" -> tämä on jo firmasta kuin firmasta riippumatta (havaittu tapaamisissa) yleinen vitsi kuinka osa naisista on aina synnyttänyt.

viimeisenä:

- lopettakaa se valehtelu! Jos ette voi maksaa niin ette voi... ei siinä tarvitse valehdella pystyvänsä hoitamaan sitä.

terv,  
Kesätyöläinen Lindorffilta 😊

ps. hyvää kesää

KUVIO 6. Kaksplus.fi-keskustelupalstakirjoitus

12.06.12, 10:10		#4
"wilma" Vierailija	Todella asiatonta käytöstä sinulta laittaa vielä firman nimissä tämä viesti. Kopion tekstisi ja lähetin vielä linkin tänne sivulle lindorffille. Lupasivat puuttua asiaan, joten odottelepa sielä rauhassa.	

KUVIO 7. Kaksplus.fi, kirjoittajan kommentti

12.06.12, 12:46		#67
Lindorff, Tero Karinti Vierailija	<p><b>Lindorffin edustajan virallinen kanta keskusteluun</b></p> <p>Haluaisin esittää Lindorffin virallisen kannan yllä käytyyn keskusteluun.</p> <p>Nimimerkin, Kesätyöläinen Lindorffilta, suhtautuminen asiakkaisiin ei kuulu Lindorffin toimintatapoihin, eikä ole Lindorffin arvojen mukaista. Arvojemme mukaisesti kunnioitamme kaikkia asiakasryhmiämme heidän tilanteestaan riippumatta. Tämän tulee näkyä kaikessa asiakasviestinnässä. Lisäksi kaikille työntekijöillemme annetaan ohjeet mm. kirjoittelusta sosiaalisessa mediassa.</p> <p>Kiitämme saamastamme palautteesta ja yhteydenotoista. Tulemme käsittelemään asiaa sisäisesti.</p> <p>Ystävällisin terveisin,</p> <p>Tero Karinti, Customer Service Manager</p>	

KUVIO 8. Kaksplus.fi, Lindorffin tiedote



KUVIO 9. Facebook, Lindorffin tiedote

Toinen asia liittyi Lindorffin nimissä tehtyihin huijauspuheluihin. Facebookissa julkaisulla tiedotteella saatiin varmaan vähennettyä tulevia puheluita, varsinkin, jos häiriköinti oli laajaa (Kuvio 10).



KUVIO 10. Puuttuminen huijausyritykseen

Blogikirjoituksia julkaistiin noin kerran kuussa. Kirjoittajien toimenkuvat vaihtelivat perintäneuvottelijasta toimitusjohtajaan. Näin vastuu oli jaettu koko henkilökunnalle, eikä se rasittanut pelkästään yhtä kirjoittajaa. Kirjoituksissa käsiteltiin ammattiasioita yleensä henkilökohtaisesta näkökulmasta. Joulukuun aikana kirjoituksissa olivat kevyempänä materiaalina jokapäiväiset joulukalenterijutut. (Kuviot 11 ja 12)

## Luottokaupan riskienhallinnan blogi

Ajatuksia ja ajankohtaista luottokaupan riskienhallinnasta [www.duettogroup.fi](http://www.duettogroup.fi)

TORSTAI 23. HELMIKUUTA 2012

### Kuulumisia kotirintamalta ja perintälain uudistuksen parista



Puolitoista vuotta on vierähtänyt siitä, kun päiväni alkoivat täytyä asianajamisen sijaan lapsenhoidosta. Kuten arvata saattaa, muutos oli tuntuva. Ja mahtava. Ja nyt kaksi kuukautta on vierähtänyt siitä, kun lapsen hoitoa käsittävät päiväni - ja yöni - ovat muuttuneet kahden lapsen hoidoksi. Ja muutos on ollut jälleen vähintäänkin aiemman kaltainen. Näillä näkymin jatkan vielä hetkisen kotirintamalla ennen töihin paluuta. Vanhempainvapaan aikana on ollut kuitenkin virkistävää vaihtaa silloin tällöin kuulumisia asiakkaiden kanssa satunnaisissa yhteyksissä törmätessämme. Pidetään jatkossakin yhteyttä!

Lastenhoidon lomassa en ole myöskään malttanut olla aivan seuraamatta luottokaupan lakimuutoksia. Yksi suunnitteilla olevista muutoksista on perintälain uudistaminen EU:n maksuviivedirektiivin myötä. Lupasin kirjoittaa aiheesta lyhyen katsauksen kiinnostuneiden luettavaksi.

HAE TÄSTÄ BLOGISTA

SUOSITUT TEKSTIT

[Kuulumisia kotirintamalta ja perintälain uudistuksen parista](#)

[Luottoalan sankari — Risto Suviala](#)

[EU:n maksuviivästysdirektiivin täytäntöönpano ja perintälain uudistaminen](#)

[Uutisvirran hallintaa, duettona](#)

[Eräpäivän merkitys kasvaa](#)

[Paljonko maailmassa on velkaa?](#)

[Nopeat syövät hitaat.](#)

[Tall Ships Regatta 2011](#)

[Duetto Group – Asiakaspalvelun ytimessä – Logomossa](#)

[Lomanjälkeisiä ajatuksia luottokaupasta](#)

KUVIO 11. Blogi 1, Duetto Group

SUNNUNTAI 9. JOULUKUUTA 2012

**Luukku 9 - 2.adventti**



Jouluun on enää reilut kaksi viikkoa! Joulunvalmisteluja tekevistä aikuisista tuntuu, että joulu on jo huomenna, ja joulupukkia odottavien lasten mielestä joulu ei tule koskaan. Tässä kohtaa joulunodotusta onkin tärkeää vaalia joululooa. Kannattaa välttää stressaamista ja pakonomaista suorittamista. Tulee se joulu, vaikka joku kaappi jäisikin siivoamatta!

[www.duettogroup.fi](http://www.duettogroup.fi)

Lähtettänyt **Duetto Group** klo 00:01 Ei kommentteja: 

 Suosittele tätä Googlessa

Tunnisteet: **Joulukalenteri 2012**

KUVIO 12. Blogi 2, Duetto Group

Sosiaalisen median sisältö oli kohdistettu lähinnä toimeksiantajille. Alan ajankohtaisista asioista tiedotetaan hyvin. Lindorffin Facebook-sivujen tyyli vaikutti viralliselta ja vaikka tulleita kommentteja oli vähän, ei kaikkiin oltu vastattu. Tämä saattoi olla tietysti harkittuakin. Positiivista oli reagointi yritykseen kohdistuneisiin hyökkäyksiin. Duetto Groupin blogeissa oli tuttavallisempi tyyli. Sidosryhmiä ei ole saatu vielä aktiivisesti mukaan, sillä vierailijoiden kommentteja sekä Facebookissa että blogissa oli niukasti.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten perintätoimisto näkyy sosiaalisessa mediassa. Perintätoimistoa koskevia kirjoituksia löytyi keskustelupalstalta runsaasti. Tutkimusaineistona käytetyt 343 viestiä riittivät hyvin kuvaamaan perintätoimistomielikuvaa keskustelupalstalla. Perintätoimistojen tarjoamat sosiaalisen median palvelut vaikuttivat vähäisiltä. Keskustelupalstalla äänessä olivat velalliset, kun taas sosiaalisen median työkalut oli kohdistettu etupäässä toimeksiantajille.

### 6.1 Keskustelupalstakirjoitukset

Keskustelupalstan perintätoimistoja koskevien kirjoitusten yleissävy oli negatiivinen. Tätä ei voi pitää yllätyksenä, sillä tuskin kukaan ilahtuu saadessaan postia perintätoimistosta. Erityisenä moitteiden kohteena olivat suuret perintäkulut, joihin syypäänä pidettiin perintätoimistoja. Yleisiä olivat kärjekkäät mielenilmaukset, jopa herjaukset, usein ilman tarkempaa perustelua. Rima esittää kovaakin kritiikkiä sen kumminkin perustelematta on matala, koska mielipiteitä ei esitetä omalla nimellä ja kasvotusten. Kirjoittajien joukossa oli varmasti ammattivalittajia, mutta osa oli liikkeellä aidon ongelman kanssa.

Keskustelupalstalta etsitään usein tietoa vertaisryhmältä, mutta varsinaisia kysymyksiä perintätoimistoihin liittyen ei juuri esitetty, ja todennäköisesti keskustelupalstalta ei luotettavaa apua olisi saanutkaan. Perintätoimiston esiintulo joissain tilanteissa olisi ollut paikallaan, kuten perintäkulujen muodostumisen perustelemisessa. Perustelemattomiin purkauksiin olisi tuskin ollut järkevää ottaa kantaa. Keskustelupalstasuudessa ei tullut vastaan yhtään perintätoimiston ainakaan omalla nimellään kirjoittamaa kommenttia. Sen sijaan tutkittaessa perintätoimistojen Facebook-sivuja, tutkimus johti toisella keskustelupalstalla olevaan tiedotteeseen (ks. kuvio 9). Saattaa

olla, että perintätoimistoissa seuraillaan kirjoituksia, mutta keskusteluun ei haluta tai ei osata puuttua.

Positiivisiakin kommentteja löytyi. Perintätoimistoja ja niiden tarjoamia maksusuunnitelmia pidettiin joustavina ja perintätoimistoa puolustettiin, koska katsottiin velallisen aiheuttaneen itse ahdinkonsa ja siten seuraukset on kestettävä.

Tutkimus vahvistaa sosiaalisen median seurannan tärkeyden. Keskustelupalstakirjoittajien aidot huolet on huomioitu perintälain uudistuksessa. Esimerkkejä näistä uudistuksista ovat perintäkulujen pienentäminen, maksuvaatimusten määrän rajoittaminen ja perinnän keskeyttäminen velallisen pyytäessä. Tästä voinee vetää johtopäätöksen, ettei keskustelupalstoilla puhuta vain puuta heinää, koska lainlaatijakin on kiinnittänyt huomiota samoihin epäkohtiin. Myös velallinen on perintätoimistolle tärkeä (toisena maksavana) asiakkaana, joten keskustelujen seuraaminen olisi hyödyksi.

## 6.2 Toimiminen sosiaalisessa mediassa

Tutkimuksen toisessa osuudessa tutkittiin perintätoimistojen käyttämiä sosiaalisen median palveluita. Palveluita käytti vain kaksi yritystä viidestätoista tutkitusta. Aineisto oli vähäinen ja sen vuoksi oli mahdollista tutkia kaikki, mitä valitusta joukosta löytyi. Useampaa sosiaalisen median palvelua tarjoava perintätoimisto erottui positiivisesti muista yrityksistä. Sosiaalisen median käytöstä välittyi inhimillinen ja muihin verrattuna epävirallisempi sävy.

Sosiaalisen median käyttö perintäalan yrityksissä vaikuttaa vähäiseltä, mutta se näyttää olevan samansuuntainen Inkeröisen tutkimuksen kanssa, jossa todettiin yrityksen koon vaikuttavan sosiaalisen median käyttöön (ks. luku 3.5). Pienillä yrityksillä voi olla myös puutetta voimavaroista, tai sosiaalisen median merkitystä ei ole vielä ym-

märretty. Käytön vähäisyyteen saattaa vaikuttaa myös alan luonne, jossa asiat ovat paljolti tapauskohtaisia eivätkä siten mahdollisia käsiteltäväksi yleisluontoisesti laajalle piirille. Näyttää siltä, että kuten muutkin yritykset, perintätoimistot ovat vasta ottamassa varovaisia askeleita sosiaalisen median käytössä.

### 6.3 Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuskysymyksistä ei ole tarkkaa näkemystä. Laadullinen tutkimus on hyvin joustava muutenkin. Katsotaan, että jokaisen tutkijan tulkinta on oikea, jos tutkimus on tehty ilman virheitä. (Kananen 2010, 43, 71.) Tässäkin tutkimuksessa toinen tutkija olisi luultavasti päätenyt toisenlaiseen luokitteluun, mutta on oletettavaa, ettei se olisi muuttanut tutkimustulosta.

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan pohtia reliabiliteetin ja validiteetin kautta. Tutkimuksen vaiheet on riittävästi dokumentoitu, joten tutkimus voidaan toistaa ja reliabiliteetti eli tutkimustulosten pysyvyys tällä aineistolla toteutuu. Jos aineistona käytetään muun ajankohdan viestejä, tutkimustulos olisi todennäköisesti erilainen. Validiteetilla tarkoitetaan oikeiden asioiden tutkimista oikealla tavalla. Tässä tutkimuksessa on tutkittu oikeita asioita, mutta tutkijan valinnat ovat väistämättä jossain määrin subjektiivisia, joten eri tutkijoiden tulkinnat voivat olla erilaisia. (Kananen 2008, 143.)

Tutkimusaineiston voidaan katsoa olleen riittävä, koska aineistoa analysoitiin keräilyvaiheessa ja keräily lopetettiin, kun havaittiin, että mitään uutta jo aikaisemmin esille tulleen lisäksi ei enää ilmaantunut, eli oli saavutettu saturaatiopiste (Kananen 2008, 8).

Opinnäytetyöltä puuttui toimeksiantaja. Pohdintaa voi aiheuttaa, miksi haluttiin tehdä tutkimus aiheesta, joka ei kiinnostanut ketään, tai miksi ei valittu tutkimusaihetta,

jolle olisi ollut tilaus. Toimeksiantajaa etsittäessä aihetta pidettiin mielenkiintoisena, mutta syystä tai toisesta toimeksiantajaksi ei haluttu ryhtyä. Syynä saattaa olla alan pieni toimijajoukko, jolloin valinnanvaraa ei paljon ollut, tai pienet yritykset, jotka eivät kenties näe sosiaalista mediaa vielä kohdallaan tarpeellisina ja ajankohtaisena. Tämä puute ei kuitenkaan vähennä tutkimuksen sisällöllistä arvoa.

### Opinnäytetyön eteneminen

Opinnäytetyön työstäminen alkoi sosiaalisen median teoriaosuudesta, vaikka perintä olisi ollut tutumpi aihe. Kirjoitustyö alkoi internet-historian alusta ja se osuus oli alun perin tarkoitettu vain kirjoittajan tietämyksen pohjaksi, ei lopulliseen työhön jätettäväksi. Sosiaalisen median teoriaosuudessa on käytetty useita lähteitä, mikä kuvaa osaltaan nopeasti kehittyvää alaa. Perinnästä ei ole olemassa siinä määrin kirjallisuutta kuin sosiaalisesta mediasta, mutta aihe painottuu pitkälti lainsäädäntöön, joten perustana käytettiin etupäässä hallituksen esityksiä. Työ aloitettiin jo talvella 2012, mutta palkkatyön yllättävät kiireet katkaisivat tekemisen syksyyn asti. Siitä asti työstäminen jatkuikin yhtämittaisesti ilman pitempiä taukoja. Aineiston keruuvaihe meni sujuvasti, mutta aineiston luokittelu vaati pohdintaa. Luokittelussa oli avuksi perintäalan tuntemus.

Opinnäytetyötä tehtäessä tuntui siltä, että mitä enemmän asioita tutki, sitä enemmän kysymyksiä heräsi. Mielenkiintoisia jatkotutkimuksen aiheita olisivat, millaista palvelua velallinen odottaa perintätoimistolta sosiaalisessa mediassa ja miten perintätoimisto on määrittänyt velallisen asiakkaana yleensä.

## LÄHTEET

Alasilta, A. 2009. Blogi tulee töihin. Keuruu: Infor.

Bhosé, C. 2012. Uusi laki ajaa perintätoimistot ahtaalle. Kauppalehti 13.12.2012.

Eriävä mielipide. 2011. Suomen perintätoimistojen liitto ry. Eriävä mielipide hallituksen esitykseen. Viitattu 8.1.2013.

[Http://www.hare.vn.fi/mAsiakirjojenSelailu.asp?h\\_ild=17449&a\\_ild=178418](http://www.hare.vn.fi/mAsiakirjojenSelailu.asp?h_ild=17449&a_ild=178418).

Facebookilla jo miljardi käyttäjää. 2012. Yle uutiset. Viitattu 18.11.2012.

[Http://yle.fi/uutiset/facebookilla\\_jo\\_miljardi\\_kayttajaa/6322267](http://yle.fi/uutiset/facebookilla_jo_miljardi_kayttajaa/6322267).

Haasio, A. 2009. Facebook-opas. Helsinki: BTJ Finland.

Hakkarainen, T. 2012. Koulutusmateriaali 14.12.2012. Duetto Group.

Haverinen, R. n.d. Verkkopas. Viitattu 8.9.2012. [Http://raulihaverinen.fi/verkkopas](http://raulihaverinen.fi/verkkopas), Internet, Sosiaalinen media.

HE 199/1996. Hallituksen esitys Eduskunnalle laiksi saatavien perinnästä ja laeiksi eräiden siihen liittyvien lakien muuttamisesta. Viitattu 3.11.2012. Valtion säädöstietopankki Finlex. [Http://www.finlex.fi/fi, ajantasainen lainsäädäntö](http://www.finlex.fi/fi, ajantasainen lainsäädäntö).

HE 178/1998. Hallituksen esitys Eduskunnalle laiksi perintätoiminnan luvanvaraisuudesta. Viitattu 26.10.2012. Valtion säädöstietopankki Finlex. [Http://www.finlex.fi/fi, ajantasainen lainsäädäntö](http://www.finlex.fi/fi, ajantasainen lainsäädäntö).

HE 57/2012. Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi kaupallisten sopimusten maksuehdoista, laiksi saatavien perinnästä annetun lain muuttamisesta ja eräiksi niihin liittyviksi laeiksi. Viitattu 6.1.2013. Valtion säädöstietopankki Finlex.

[Http://www.finlex.fi/fi, ajantasainen lainsäädäntö](http://www.finlex.fi/fi, ajantasainen lainsäädäntö).

Hintikka, K.A. 2007. Web 2.0 – Johdatus internetin uusiin liiketoiminta ominaisuuksiin. TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry:n julkaisusarja osa 28. Viitattu 17.9.2012.

[Http://www.tieke.fi/download/attachments/20218187/julkaisu\\_28.pdf?version=1&modificationDate=1346757085000](http://www.tieke.fi/download/attachments/20218187/julkaisu_28.pdf?version=1&modificationDate=1346757085000).

Inkeroinen, A. 2010. Sosiaalinen media suomalaisissa yrityksissä. Diplomityö. Aalto yliopisto, Teknillinen korkeakoulu. Viitattu 9.10.2012.  
[Http://lib.tkk.fi/Dipl/2010/urn100305.pdf](http://lib.tkk.fi/Dipl/2010/urn100305.pdf).

Isokangas, A. & Vassinen, R. 2010. Digitaalinen jalanjälki. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Janhonen, J., 2012. Nettiyhteisöjä ohjailemassa. Kolumni. Suur-Jyväskylän Lehti 29.12.2012.

Kananen, J. 2008. Kvali, Kvalitatiivisentutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Tampereen Yliopistopaino – Juvenes Print.

Karjaluoeto, H. 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä. Esimerkkejä parhaista käytännöistä yritys- ja kuluttajamarkkinointiin. Jyväskylä: WSOYpro.

Kortesuo, K. 19.12.2012. Twitter-viesti.

Kortesuo, K. & Patjas, L-M. 2011. Kuka vastaa? Asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa. Kuopio: Infor.

L 22.4.1999/513. Laki saatavien perinnästä. Säädös valtion säädöstietopankki Finlexin sivustolla. Viitattu 3.11.2012. [Http://www.finlex.fi](http://www.finlex.fi), ajantasainen lainsäädäntö.

L 22.4.1999/517. Laki perintätoiminnan luvanvaraisuudesta. Säädös valtion säädöstietopankki Finlexin sivustolla. Viitattu 26.10.2012. Valtion säädöstietopankki Finlex. [Http://www.finlex.fi/fi](http://www.finlex.fi/fi), ajantasainen lainsäädäntö.

L 22.4.1999/523. Henkilötietolaki. Säädös valtion säädöstietopankki Finlexin sivustolla. Viitattu 17.11.2012. Valtion säädöstietopankki Finlex. [Http://www.finlex.fi/fi](http://www.finlex.fi/fi), ajantasainen lainsäädäntö.

Lehtonen, Y., Mökkönen, K., Töyrylä, H. & Seulu, M-R. 2001. Perintä ja luotonhallinta. Viitattu 9.1.2013. [Http://www.jamk.fi/kirjasto](http://www.jamk.fi/kirjasto). Nelliportaali, Sanoma Pro.

Linkola, J. 2009. Twitter-opas vasta-alkajille. Blogikirjoitus 7.8.2009. [Http://jml.kapsi.fi/jussi/2009/08/07/twitter-opas-vasta-alkajille/](http://jml.kapsi.fi/jussi/2009/08/07/twitter-opas-vasta-alkajille/).

Luettelo voimassa olevista perintätoimen luvista. Aluehallintovirasto. Viitattu 28.4.2012.  
[Http://www.laaninhallitus.fi/lh/etela/oik/home.nsf/pages/9C1993E475EA654AC225720B0046B370?opendocument](http://www.laaninhallitus.fi/lh/etela/oik/home.nsf/pages/9C1993E475EA654AC225720B0046B370?opendocument).

Mistä Suomi puhui vuonna 2012. n.d. Viitattu 3.2.2013.  
[Http://www.suomi24.fi/2012](http://www.suomi24.fi/2012). Suomi24.

Otala, M. & Pöysti, K. 2008. Wikimaniaa yrityksiin – Yritys 2.0 tuottamaan. Porvoo: WSOY.

Parantainen, J. 2011. Mikä on markkinointia? Blogikirjoitus.Pölli tästä. Viitattu 15.10.2012. [Http://pollitasta.fi/2012/07/26/mika-on-markkinointia/](http://pollitasta.fi/2012/07/26/mika-on-markkinointia/).

Pönkä, H. 2009. Sosiaalisen median määritelmiä. Blogi. Lehmätkin lentäis. Viitattu 11.9.2012. [Http://harto.wordpress.com/2009/07/27/sosiaalisen-median-maaritelmiä/](http://harto.wordpress.com/2009/07/27/sosiaalisen-median-maaritelmiä/).

Pönkä, H. 14.6.2010. Sosiaalinen media yrityksen markkinoinnissa. Slideshare. Viitattu 3.10.2012. [Http://www.slideshare.net/hponka/sosiaalinen-media-yrityksen-markkinoinnissa-4500689](http://www.slideshare.net/hponka/sosiaalinen-media-yrityksen-markkinoinnissa-4500689).

Pönkä, P. & Willman, P. 2004. Käytännön perintäopas. Helsinki: Edita.

Salminen, H. K. 2007. Internetin historiaa. Multimediateos. Viitattu 21.9.2012.  
[Http://www.nic.funet.fi/index/FUNET/history/internet/](http://www.nic.funet.fi/index/FUNET/history/internet/).

Savaspuro, M. 2013. Somesta päivää, miten voin palvella? Kauppalehti 28.1.2013.

Soininen, J., Wasenius R. & Leponiemi, T. 2010. Yhteisöllinen media osana yrityksen arkea. Hämeenlinna: Helsingin seudun kauppakamari.

Sosiaalisen median sanasto. 2010. Sanastokeskus TSK. Viitattu 8.9.2012.  
[Http://www.tsk.fi](http://www.tsk.fi). Julkaisut, TSK-sarja, Sosiaalisen median sanasto (TSK 40), PDF.

Suomi 24-palvelun säännöt. n.d. Viitattu 31.1.2013.  
<http://www.suomi24.fi/opastus/s24/saannot/#s24eisaa>.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2012. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 9. p., uud. p. Vantaa: Tammi.

Twitter reaches half a billion accounts, more than 140 millions in the U.S. 30.7.2012. Semiocast. Viitattu 18.11.2012.  
[Http://semiocast.com/publications/2012\\_07\\_30\\_Twitter\\_reaches\\_half\\_a\\_billion\\_accounts\\_140m\\_in\\_the\\_US](http://semiocast.com/publications/2012_07_30_Twitter_reaches_half_a_billion_accounts_140m_in_the_US).

Täysistunnon pöytäkirja PTK 115/2012 vp. 2012. Eduskunta. Viitattu 8.1.2013.  
[Http://www.eduskunta.fi/faktatmp/utatmp/akxtmp/ptk\\_115\\_2012\\_ke\\_p\\_3.shtml](http://www.eduskunta.fi/faktatmp/utatmp/akxtmp/ptk_115_2012_ke_p_3.shtml).

Uusia tapoja jakaa koko Googlessa. n.d. Google+. Viitattu 26.1.2013.  
[Http://www.google.com/intl/fi/+learnmore/](http://www.google.com/intl/fi/+learnmore/).

Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö 2012. 2012. Tilastokeskus. Viitattu 14.11.2012. [Http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2012/](http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2012/).

What is Twitter? n.d. Viitattu 18.11.2012. [Https://business.twitter.com/basics/what-is-twitter/](https://business.twitter.com/basics/what-is-twitter/).

Willman, P. 1999. Perinnän opas. Helsinki: Edita.