

Vuoden 2023 alussa voimaan tulleet kuluttajansuojalainsäädännön muutokset puhelinmyynissä

Tiivistelmä

Tekijä Anniina Meuronen	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 50	Valmistumisaika 2024
Työn nimi Vuoden 2023 alussa voimaan tulleet kuluttajansuojalainsäädännön muutokset puhelinmyynnissä		
Tutkinto ja koulutusala Tradenomi (AMK), Liiketalous		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössä on tutkittu puhelinmyynnin teoriaa. On selvitetty ne taustatekijät, miksi puhelinmyyntiä säätelevää kuluttajansuojalakiä päädyttiin muuttamaan vuoden 2023 alussa ja mitkä ovat syyt tähän muutokseen. Opinnäytetyössä on kaksi tutkimuskysymystä, joiden pohjalta selviää tutkimuksen tavoitteet. Miten kuluttajansuojalaki on muuttunut puhelinmyynnin näkökulmasta vuoden 2023 alussa verrattuna toimintaan ennen muutoksia? Toisena kysymyksenä on: Miten tulisi toimia oikein puhelinmyynnissä lainsäädännön perusteella. Mitä elinkeinonharjoittajien sekä kuluttajien pitäisi ymmärtää ja tehdä eri tavalla.</p> <p>Puhelinmyynnin muutoksia on pohdittu sekä teorian että käytännön näkökulmista. Puhelinmyyntiin ja -markkinointiin suurin vaikuttava tekijä on muuttunut kuluttajansuojalainsäädäntö. Opinnäytetyössä on tutkittu vuoden 2023 alussa voimaan tullutta sopimuksen jälkivahvistamista.</p> <p>Tutkimuksen keskeisin havainto on, että lakiuudistus on tarpeellinen erityisesti jälkivahvistuksen osalta. Aiemmin ostosopimus astui voimaan heti puhelinkeskustelun jälkeen. Lakimuutoksen jälkeen puhelimesta annettu tarjous muuttuu sopimukseksi vasta jälkivahvistuksen hyväksymisen jälkeen. Jälkivahvistusvaiheessa sopimuksen voi vielä peruuttaa ilman kuluja ja seuraamuksia. Kuluttajansuojalainsäädännössä on perehdytty myös seuraamusmaksuihin. Ne määrätään lainsäädännön noudattamattomuudesta. Tutkimuksen havaintoina on, että kuluttajien valitukset Kilpailu- ja kuluttajavirastoon sekä Tietosuojavaltuutetulle ovat vähentyneet.</p> <p>Tutkimuksen liitteeksi on laadittu kooste, jossa käsitellään elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan velvollisuuksia ja oikeuksia puhelinmyyntitilanteessa ja sen jälkeen. Kyseiset liitteet auttavat elinkeinonharjoittajaa ja kuluttajaa ymmärtämään kuluttajansuojalain aiheuttamat muutokset käytännön myyntityössä.</p> <p>Opinnäytetyö on toteutettu lainopillisena eli oikeusdogmaattisena tutkimuksena. Tutkimuslähteenä on käytetty ajantasaista lainsäädäntöä, oikeustapauksia sekä muuta aiheeseen liittyvää materiaalia.</p>		
Asiasanat kuluttajansuojalaki, kuluttajansuoja, puhelinmyynti, jälkivahvistaminen, hallituksen esitys, elinkeinonharjoittaja, kuluttaja, oikeustapaukset		

Abstract

Author Anniina Meuronen	Type of Publication Thesis, UAS Number of Pages 50	Published 2024
Title of Publication Changes in consumer protection legislation in telemarketing that entered into force at the beginning of 2023		
Degree, Field of Study Bachelor of Business Administration (UAS)		
Abstract <p>The theory of telesales has been studied in the thesis. The background factors have been studied in the thesis. The background factors have been investigated as to why the Consumer Protection law regulating telemarketing was amended at the beginning of 2023 and what are the reasons for this change. The thesis has two research questions, based on which the objectives of the research become clear. How has the Consumer Protection law changed from the perspective of telemarketing at the beginning of 2023 compared to operations before the changes? The second question is: How should people do the right thing in telemarketing based on legislation? What traders and consumers should understand and do differently?</p> <p>The changes in telemarketing have been considered from both practical and theoretical perspectives. The biggest factor affecting telesales and marketing is the changed consumer protection legislation. The thesis examines the ex-post confirmation of the agreement, which was introduced at the beginning of 2023.</p> <p>The main finding of the study is that a legislative reform is necessary, especially regarding post-confirmation. Previously, the purchase agreement entered into force immediately after a telephone conversation. After the legislative amendment, an offer made over the phone becomes a contract only after the subsequent confirmation has been accepted. At the post-confirmation step, the contract can still be cancelled without costs and penalties. Consumer protection legislation has also looked at penalty fees. They are imposed for non-compliance with legislation. The survey finds that consumer complaints to the Finnish Competition and Consumer Authority and the Data Protection Ombudsman have decreased.</p> <p>A summary has been prepared as an appendix to the study, which discusses the obligations and rights of traders and consumers in telemarketing situations and after. These appendices advice sellers and consumers understand the changes caused by the Consumer Protection Act in practical sales work.</p> <p>The thesis has been implemented as a legal dogmatic study. Up-to-date legislation, court cases and other related material have been used as research sources.</p>		
Keywords consumer protection, consumer protection law, telemarketing, ex-post confirmation procedure, board of Director's proposal, trader, consumer, court cases		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Tutkimuksen toteutustavat ja tutkimuskysymykset.....	1
1.2	Tutkimuksen tutkimusmenetelmä ja tavoitteet	2
2	Kuluttajansuojalainsäädännön muutokset puhelinmyynnissä	3
2.1	Kuluttajansuojalainsäädännön 6. luku	3
2.2	Kuluttajansuojalainsäädännön muutosten taustaa.....	4
2.2.1	Toimenpideoite TPA 5/2020 vp.....	6
2.2.2	Toimenpideoite TPA 8/2022 vp.....	7
2.2.3	LaVL 8/2022 vp	7
2.2.4	TaVM 16/2022 vp	7
2.3	Hallituksen esityksen aiheuttamaa keskustelua	9
2.4	Miksi lainsäädäntöä on jouduttu muuttamaan?.....	11
2.4.1	Kilpailu- ja kuluttajavirastolle tehdyt ilmoitukset.....	12
2.4.2	Oikeustapaus puhelinmyyntiin liittyen	12
2.4.3	Puhelinmarkkinointikiellot	13
2.4.4	Tietosuojavaltuutetulle tehdyt puhelinmyynti-ilmoitukset.....	14
2.5	Yhteenveto puhelinmarkkinointikieltoon.....	14
2.6	Yhteenveto puhelinmyynnin muutosten teoriaan	15
3	Puhelinmyynnin muutokset	17
3.1	Puhelinmyynti ja käytännön puhelinmyyntitilanne ennen kuluttajansuojalainsäädännön muutoksia	17
3.1.1	Myyntipuhelu	17
3.1.2	Myyntitavan haasteet ja helppoudet ennen lainsäädännön uudistuksia	17
3.1.3	Kuluttajan osuus puhelinmyynnissä ennen puhelinmyynnin uudistusta.....	18
3.2	Yhteenveto ennen uudistuksia.....	19
4	Vuoden 2023 muutokset puhelinmyynnissä	20
4.1	Muutoksien taustaa	20
4.1.1	Vahvistusmenettely puhelinmyynnissä	20
4.1.2	Tilanteet, joissa tarjousta ei lähetetä kirjallisena asiakkaalle	22
4.2	Seuraamismaksut ja seuraamukset.....	22
5	Puhelinmyyntitilanne käytännössä	24
5.1	Ennen puhelinmyyntiä annettavat tiedot	24
5.2	Vahvistaminen käytännössä	27
5.3	Henkilöhaastattelu tilaukseen liittyen	27

5.3.1	Kertoiko elinkeinonharjoittaja yrityksestä? Kertoiko hän esimerkiksi tarjouksesta ja hinnoista?	27
5.3.2	Sopimuksen kesto tiedon kertominen	27
5.3.3	Jälkivahvistaminen	28
5.3.4	Jälkivahvistuksen lähettäminen	28
5.3.5	Tilausvahvistus	28
5.3.6	Mietteet myyntitilanteesta ja myyntipuhelun jälkeen.....	28
5.3.7	Kommentit jälkivahvistamisen toimittamiseen asiakkaalle.....	29
5.3.8	Parempi lähetystapa kuluttajille	29
5.4	Puhelinmyyntitilanteeseen liittyvä oikeustapaus	30
5.4.1	Ratkaisu oikeustapaukseen liittyen	31
5.4.2	Ratkaisun selvittäminen.....	31
5.4.3	Kyseisen tapauksen ratkaisu vuoden 2023 alun jälkeen	32
5.4.4	Oikeanlainen lopputulos	32
5.5	Puhelinmyynnin muutokset.....	32
6	Yhteenveto	35
6.1	Tutkimuksen selvitykset.....	35
6.2	Tutkimuksen tulokset.....	35
6.3	Tulosten tulkintaa	36
6.4	Tulevaisuuden näkymät ja tilanne nyt.....	37
	Lähteet	39

Liite 1. Elinkeinoharjoittajan velvollisuudet puhelussa ja sen jälkeen

Liite 2. Kuluttajan velvollisuudet ja oikeudet

Käsitteet

Asiantuntijalausunnot

Valiokunta kuulee useita alan asiantuntijoita. Heidän on mahdollista tehdä kirjallinen asiantuntijalausunto. Asiantuntijalausunnossa voidaan esittää omat näkemykset ja perustelut aiheeseen liittyen.

HE 14/2022 vp

Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi kuluttajasuolain ja kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta sekä eräiksi muiksi laeiksi

Jälkivahvistaminen

Mikäli kuluttaja on puhelun jälkeen kiinnostunut ostamaan puhelimesta tarjotun kulutushyödykkeen niin elinkeinonharjoittajan on puhelinkeskustelun jälkeen toimitettava tekemänsä tarjous kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla kuluttajalle (Kuluttajansuojalaki 6:12 a §)

KSL

Kuluttajansuojalaki (38/1978)

LaVL 8/2022 vp

Lakivaliokunnan lausunto Talousvaliokunnalle

LSVP

Laki sähköisen viestinnän palveluista (917/2014)

Markkinointikielto

Kuluttajan on mahdollisuus kieltää tietojensa käsittely puhelinmyyntirekistereiltä suoramarkkinointi tarkoituksessa

Omnibus-direktiivi

Euroopan Parlamentin ja Neuvoston Direktiivi (EU) 2019/2161, annettu 27 päivänä marraskuuta 2019, neuvoston direktiivin 93/13/ETY ja Euroopan Parlamentin ja neuvoston direktiivien 98/6/EY, 2005/29/EY sekä 2011/83/EU muuttamisesta unionin kuluttajansuojasääntöjen täytäntöönpanon valvonnan parantamisen ja nykyaikaistamisen osalta

Puhelinmyynti

Jos tuotetta markkinoidaan puhelimitse ja sitä koskeva kauppasopimus sovitaan suullisesti saman puhelun aikana, kyseessä on puhelinmyynti. (Minilex)

TaVM 16/2022 vp

Talousvaliokunnan mietintö

TPA 5/2022 vp

Toimenpidealoite puhelinmyyntiä koskevan lain-
säädännön kohdan muuttamisesta

TPA 8/2022 vp

Toimenpidealoite puhelinmyynnin yhteydessä
vaadittavasta kirjallisesta vahvistuksesta ja haa-
voittuvassa asemassa olevien erityisestä huomioi-
misesta

Opinnäytetyössä käytetyt lainsäädännöt:

- Kuluttajansuojalaki (38/1978)
- Euroopan Parlamentin ja Neuvoston direktiivi (EU) 2019/2161
- Laki sähköisen viestinnän palveluista (917/2014)

1 Johdanto

Euroopan Parlamentin ja Euroopan Neuvoston direktiivi 2019/2161 on annettu ja astunut voimaan 27.11.2019. Kyseisellä uudella direktiivillä haluttiin muuttaa ja parantaa vanhoja direktiivejä unionin kuluttajansuojan säädäntöjen mukaisiksi ja nykyaikaisiksi. Eli kyseisessä direktiivissä uudistetaan Euroopan Unionin jäsenmaiden kuluttajalainsäädäntöä nykyaikaisempaan suuntaan, jotta sitä pystytään valvomaan paremmin.

Kyseisen direktiivin 3 §:ssä on kerrottu kansallisessa lainsäädännössä olevan sääntelyaukoja kuluttajien, elinkeinonharjoittajien ja oikeusalan ammattilaisten tiedon lisäämisen osalta. Kyseisessä pykälässä otetaan kantaa kuluttajan oikeuksiin, parannetaan kuluttajan oikeuksien täytäntöönpanon valvontaa ja kuluttajien oikeudensuojakeinoja. (Euroopan Parlamentin ja Neuvoston direktiivi (EU) 2019/2161, 3 § 2019.) Euroopan Unionin jäsenmaiden on direktiivin avulla luotava yhtenäisempi linja oman kansallisen lainsäädäntönsä ja Euroopan Unionin direktiivin välille. Euroopan Unionin tavoitteena on saada kaikki jäsenmaat noudattamaan samoja säädöksiä, mutta myös päättämään itse kansallisista säädöksistään kuluttajansuojaan liittyen. Euroopan Unioni on antanut jäsenvaltioille päälinjat, joiden perusteella jäsenmaat tekevät kansalliset muutokset.

Euroopan Unionin direktiivi auttaa kuluttajansuojasääntöjen täytäntöönpanon parantamista ja valvontaa. Suomessa Sanna Marinin hallituksen hallitusohjelman kirjaukseen liittyen kansallista lainsäädäntöä lähdettiin rajoittamaan puhelin- ja kotimyyntien osalta. (HE 14/2022 vp, 1.)

Tämä opinnäytetyö käsittelee kuluttajansuojalainsäädännön muutoksia vuoden 2023 alussa verrattuna aiempien vuosien toimintatapaan puhelinmyynnissä. Kyseinen aihe valikoitui erilaisten aihepiirien joukosta. Kyseinen aihe on kiinnostava ja minulla on kokemusta kyseisellä puhelinmyyntialalla työskentelemisestä. Etämyynnissä ja etenkin puhelinmyynnissä lainsäädäntö on ollut kuluttajille todella vierasta, eivätkä he välttämättä aina ymmärrä omia oikeuksiaan ja velvollisuuksiaan. Lainsäädäntö on myös ollut ilman kunnollista valvontaa ja yhtenäisiä säädöksiä.

1.1 Tutkimuksen toteutustavat ja tutkimuskysymykset

Tässä opinnäytetyössä puhelinmyyntien muutoksia käsitellään molempien osapuolien eli kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan näkökulmista. Selvitetään kuluttajansuojalain muutokset puhelinmyynnissä sekä miten niitä tulkitaan. Tutkimuksessa on selvitetty puhelinmyyntiä ennen muutoksia. Selvitetään, miten tulee toimia oikein lainsäädännön edellyttämällä tavalla. Tutkimuksessa tarkoituksena on selvittää puhelinmyyntien muutokset ja miten niitä

noudatetaan oikein. Tutkimuksen alussa on teoriaa ja selvitetään mihin muutokset ovat vaikuttaneet. Teoriaosuudessa selvitetään kaikki osa-alueet, jotka ovat johtaneet lainsäädännön muutoksiin. Selvitetään teoriaa kuluttajansuojalainsäädännön, hallituksen esityksen ja toimenpideohjeiden pohjalta sekä asiantuntijalausuntojen ja oikeustapausten perusteella.

Teorian jälkeen tutkimuksessa perehdytään kuluttajansuojalainsäädäntöön tarkemmin. Perehdytään kuluttajansuojalainsäädännön käytäntöihin ennen vuoden 2023 alun muutoksia. Selvitetään tilannetta molempien osapuolten näkökulmista sekä kyseisen toimintatavan hyviä ja huonoja puolia. Tämän jälkeen perehdytään vuoden 2023 alussa tapahtuneisiin muutoksiin. Mikä on muuttunut käytännön osalta ja perehdytään vuoden 2023 alussa tulleeseen uudistukseen eli tarjouksen jälkivahvistamismenettelyyn. Perehdytään seuraamismaksuihin ja seurauksiin. Tutkitaan kuluttajansuojalainsäädännön muuttuneita pykälä ja avataan ne. Käydään läpi henkilöhaastattelu kuluttajan kanssa. Avataan ja selvitetään oikeustapaukset.

Tutkimuskysymykset kyseisessä tutkimuksessa ovat: Miten kuluttajansuojalaki on muuttunut puhelinmyynnin näkökulmasta vuoden 2023 alussa verrattuna toimintaan ennen muutoksia? Toisena kysymyksenä on: Miten tulisi toimia oikein puhelinmyynnissä lainsäädännön perusteella? Mitä elinkeinonharjoittajien sekä kuluttajien pitäisi ymmärtää ja tehdä eri tavalla? Kyseiset tutkimuskysymykset valikoituivat tutkimukseen, koska ne ovat ensimmäisenä mieleen tulevat asiat aiheeseen liittyen. Tutkimuksessa perehdytään teoriaan ja käytäntöön sekä selvitetään oikeanlainen toimintatapa.

1.2 Tutkimuksen tutkimusmenetelmä ja tavoitteet

Kyseinen opinnäytetyö toteutetaan oikeustieteellisen tutkimuksen lainopin eli oikeusdogmatiikan pohjalta. Kyseisessä tutkimusmenetelmässä selvitetään voimassa olevaa lainsäädäntöä tutkinnallisesti oikeuslähteistä saatavan tiedon avulla. Kyseinen tutkimusmenetelmä on oikea menetelmä tähän tutkimukseen, koska tieto on uutta ja oikeuskirjallisuutta aiheesta ei ole paljoakaan. Tutkimuksessa perehdytään uuteen tietoon, josta ei ole paljoa kirjoitettu. Tämä antaa vapauden selvittää asioita ja mahdollista elinkeinonharjoittajien toimintatapaa. Kyseisessä tutkimusmenetelmässä tutkitaan voimassa olevaa lainsäädäntöä erilaisten säädösten ja selvitysten perusteella.

Tutkimuksen tavoitteena on kertoa lukijoille puhelinmyynnissä tapahtuneista muutoksista vuoden 2023 alussa. Tavoitteena on selventää kuluttajille ja elinkeinonharjoittajille heidän oikeuksiaan ja velvollisuuksiaan puhelinmyynnissä. Tavoitteena on myös kertoa kuluttajansuojalainsäädännön muutoksista ja niiden noudattamisesta.

2 Kuluttajansuojalainsäädännön muutokset puhelinmyynnissä

Kuluttajansuojalaki (38/1978) on tärkein kuluttajaa suojeleva kansallinen säädös. Kyseisessä lainsäädännössä otetaan kantaa kuluttajan ja elinkeinoharjoittajan väliseen kauppaan. Sitä sovelletaan tavaroiden hankkimiseen, tarjoamiseen, myyntiin ja ylipäättään markkinointiin kuluttajan ja elinkeinoharjoittajan välillä. Tässä opinnäytetyössä paneudumme tarkemmin kyseisen lainsäädännön lukuun 6. Kotimyynti ja Etämyynti. Näistä aiheista tarkastelussa on etämyynti ja sen käytännön muodoista keskitytään puhelinmyyntiin.

Etämyyntisopimuksella tarkoitetaan etämyyntiä varten luodussa myynti- tai palveluntarjontajärjestelmässä tehtävää kulutushyödykesopimusta, joka tehdään ilman, että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä ja jonka tekemiseen käytetään vain yhtä tai useampaa etäviestintä (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:7.1 §).

Puhelinmyynti on siis etämyyntiä kuluttajan ja elinkeinoharjoittajan välillä ja kyseinen myyntisopimus tehdään etänä. Kun tavaran markkinointitapahtuma ja samaan aikaan tehtävä sopimus sovitaan samassa puhelussa kyseessä on puhelinmyynti (Minilex).

2.1 Kuluttajansuojalainsäädännön 6. luku

Kuluttajansuojalainsäädännön 6. luvussa säädetään tarkemmin kotimyyntistä ja puhelinmyyntistä.

Kyseisessä luvussa säädetään etämyynnin määritelmästä:

- ennen sopimuksen tekemistä annettavista tiedoista
- eräät muut kuluttajalle annettavat tiedot
- ennakkotietojen antaminen etämyynnissä
- sopimuksen tekeminen puhelinmyynnissä
- tietojen vahvistamisesta, peruuttamisoikeudesta
- suorituksen palauttamisesta
- osapuolten oikeuksista ja velvollisuuksista
- vastuusta
- korvauksesta
- säilyttämisestä
- viivästyskorosta
- seuraamusmaksuista

Kyseinen vuoden alussa tapahtunut lainsäädännön uudistus puhelinmyynnin näkökulmasta koskee eniten 6. lukua, sen etämyyntiä ja puhelinmyyntiä käsitteleviä pykäläiä. Kyseisessä

6. luvussa käydään läpi kotimyyntin ja etämyyntin säännöksiä. Etämyyntissä vuoden alussa eniten muuttunut pykälä on 6:12 a §, jossa kerrotaan sopimuksen tekemisestä puhelinmyyntissä. Kyseinen pykälä on muuttunut vuoden alussa muokaten samalla puhelinmyyjien myyntitapaa huomattavasti.

2.2 Kuluttajansuojalainsäädännön muutosten taustaa

Kuluttajansuojalainsäädännön muutoksista on kerrottu Hallituksen esityksessä (HE14/2022 vp, 7.). Muutoksista on alettu keskustelemaan jo vuonna 2021, silloin koottiin työryhmä, jossa oli mukana asiantuntijoita eri yrityksistä ja yhdistyksistä, joilla on parhainta tietoa aiheeseen liittyen. Kyseiset lainsäädännön muutokset johtuvat Euroopan Unionin asettamasta Omnibus-direktiivistä, joka vaatii jokaiselta valtiolta kansallisen lainsäädännön muutoksia. Kyseisessä direktiivissä on kerrottu sopimattomasta kaupallisesta menettelystä ja kuluttajanoikeusdirektiivistä. Kyseiset aiheet ovat myös kuluttajansuojalainsäädännön pääkohtia, joten kyseinen direktiivi vaikuttaa lainsäädäntöön hyvin vahvasti.

Kansallisen lainsäädännön osalta on tarkkaan pohdittu millä tavalla puhelinmyyntiä rajoitetaan. Puhelinmyyntin rajoittamisen säätelyvaihtoehtoiksi oli neljä eri vaihtoehtoa, joiden pohjalta pohdittiin oikeaa vaihtoehtoa.

Hallituksen esityksessä (HE 14/2022 vp, 36,37.) kyseiset vaihtoehdot ovat:

- Opt in -malli
- Puhelinmyyntiä harjoittavien toimijoiden puhelinnumeroiden rekisteröiminen ja puhelinnumeroihin tuleva etuliite
- Valtakunnallinen ja viranomaisen ylläpitämä sekä valvoma puhelinmarkkinoinnin kieltorekisteri
- Kirjallinen vahvistaminen
- Puhelinmyyntin rajoittaminen tuote tai alakohtaisesti

Ensimmäinen vaihtoehto eli Opt in -malli. Kyseisessä mallissa puhelinmyynti voitaisiin tehdä kuluttajan ennakkosuostumuksen perustella esimerkiksi sähköisen markkinoinnin hyväksynnällä. Kuluttajan pitäisi ensin hyväksyä puhelinmyynti ja suostua puhelinmyyntiin ennen kuin hänelle voidaan soittaa. Kyseinen malli ei toimi, koska puhelinmyyntiin on yleinen negatiivinen asenne. Kyseinen vaihtoehto vähentäisi puhelinmyyntiä ja toimialaa entisestään.

Vaihtoehto B:ssä puhelinmyyntiä harjoittavien yritysten pitäisi rekisteröidä puhelinnumero tai sitten lisätä etuliite, jotta kuluttaja osaa yhdistää puhelun tulevan puhelinmyyjältä. Kyseinen tapa on todella raju versio muokata puhelinmyyntiä. Tällöin vain hyvin harvat vastaisivat enää puhelinmyyjille ja asiakkaille soittaminen olisi lähes mahdotonta.

Vaihtoehto C tarkoittaa, että jokaisen puhelinmyyntiä harjoittavan yrityksen pitäisi liittyä yhteen rekisteriin. Kyseinen vaihtoehto karsisi yrityksen omat puhelinmyyntikieltorekisterit. Tällöin kuluttajat tietäisivät heti mihin rekisteriin pitää liittyä. Kyseisessä vaihtoehdossa ongelmana on kuitenkin se, miten kaikkia kuluttajia estetään liittymästä kieltorekisteriin. Tällöin kieltorekisteri karsii puhelinmyyntitoimialalta asiakkaat ja pahimmillaan kyseinen ala voi loppua kokonaan.

Vaihtoehto D valittiin käytettäväksi puhelinmyynnissä. Kyseinen vaihtoehto ei rajoita liikaa puhelinmyyntiä vaan se tuo alalle jotain uutta. Puhelinmyynnissä otetaan käyttöön kirjallinen jälkivahvistaminen. Puhelun aikana kuluttajalle annetaan tarjous hyödykkeeseen liittyen ja mikäli kuluttaja alustavasti hyväksyy tarjouksen niin tällöin hänelle lähetetään kirjallinen vahvistus joko paperisessa tai sähköisessä muodossa. Mikäli kuluttaja hyväksyy tarjouksen niin vasta silloin sopimus tulee voimaan.

Vaihtoehto E:n kohdalla on pohdittu, että jokaiselle tuoteryhmälle voisi olla alakohtaiset rajoitukset. Jokaiselle puhelinmyyntiä harjoittavalle alalle täytyisi löytää kyseisen alan ongelmiin keskittyvät rajoitukset. Vaihtoehto olisi haastava toteutettavaksi. Pitäisi laatia erilaisille puhelinmyyntialoille omat säännöt. Aloilla ei olisi yhtenäistä käytännönohjeistusta. Ongelmaksi tässä vaihtoehdossa tulisi rajoitusten noudattamisen seuraaminen. Miten voidaan seurata rajoitusten toteutumista, jos jokaisella puhelinmyyjällä on omat muutoksensa, joita heidän täytyy seurata.

Yhteenvetona voidaan sanoa, että kyseisistä vaihtoehdoista paras on valittu toteutettavaksi. Kyseinen vaihtoehto on puhelinmyyntiä vähiten rajoittavin. Siinä yritetään kuitenkin saada kuluttajat ymmärtämään omat oikeutensa ja velvollisuutensa. Kyseinen vaihtoehto D eli kirjallinen jälkivahvistusmenettely on kyseisistä vaihtoehdoista järkevin. Sen perusteella ala ei koe suuria uudistuksia ja pystytään valvomaan toteuttamista. Kirjallinen vahvistusmenettely auttaa kuluttajia ymmärtämään: minkälainen sopimus kannattaa hyväksyä, ja he saavat aikaa pohtia esitettyä sopimusta. Myös elinkeinonharjoittajille kyseinen vahvistusmenettely on hyödyllisin, koska heidän ei tarvitse pelätä elinkeinonsa puolesta eikä toimialalta välttämättä katoa niin paljoa asiakkaita toisin kuin muissa vaihtoehdoissa.

Lainsäädännön luku 6 on tärkeässä asemassa puhelinmyynnin osalta. Kyseisessä luvussa määrätään kotimyyntiin ja etämyyntiin vaikuttavista lainsäädännön pykälistä. Hallituksen esityksessä (HE 14/22 vp, 37.) ehdotetaan kuluttajansuojan parantamiseksi kirjallisen jälkivahvistusmenettelyn käyttöönottoa puhelinmyynnissä. Hallituksen esityksen (HE 14/22 vp, 36, 37.) mukaan vahvistusmenettely tarkoittaa, että elinkeinonharjoittajan tulee puhelun jälkeen toimittaa tekemänsä tarjous kuluttajalle kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla.

Kuluttajan tulee hyväksyä kyseinen tarjous ja sen jälkeen sopimus astuu voimaan. Mikäli kuluttaja ei hyväksy elinkeinonharjoittajan tarjousta, sopimus ei ole voimassa.

Jälkivahvistusmenettely on hyvä uudistus puhelinmyyntiin, koska ennen muutoksia puhelinmyyntiä harjoittavat yritykset ovat toimineet vapaasti. Muutosten jälkeen kuluttajat saavat lisää päätäntävaltaa omista oikeuksistaan. Kuluttajat saavat jälkivahvistusmenettelyn perusteella enemmän tietoa puhelinmyyntitilanteista ja puhelun aikana epäselviksi jääneet asiat avautuvat asiakkaalle myös kirjallisessa muodossa. Mikäli kuluttajalle jää puhelun aikana epäselvyyksiä jälkivahvistuksen perusteella he saavat enemmän aikaa pohtia tarjousta.

2.2.1 Toimenpideoite TPA 5/2020 vp

Hallituksen esitykseen 14/22 on myös tullut muutama valiokunnan käsittely asian pohjalta ennen virallisen lainsäädännön tuleamista voimaan. Ensiksi on tehty Toimenpideoite puhelinmyyntiä koskevan lainsäädännön kohdan muuttamisesta (TPA 5/2020 vp.) Kyseinen aloite on tehty 20 kansanedustajan toimesta Eduskunnalle. Kyseisessä toimenpideoitteessa (TPA 5/2020 vp) on vaadittu, että puhelimitse tehdyt etäsopimukset tulevat voimaan vasta, kun elinkeinonharjoittaja on vahvistanut tarjouksen kuluttajalle ja kuluttaja allekirjoittaa tarjouksen tai lähettää kirjallisen tai sähköisesti allekirjoitetun hyväksyntänsä, jolloin hän tulee sidotuksi sopimukseen.

Toimenpideoitteen perustelut (TPA 5/2020 vp.) kyseiselle ehdotukselle ovat: vaikka kuluttajalla on 14 päivää aikaa peruuttaa sopimus niin se ei välttämättä toteudu. Häntä ei välttämättä ole tarpeeksi informoitu oikeuksistaan myyntitilanteessa tai sen jälkeen. Jälkivahvistuksessa ei välttämättä mainita mitään sopimuksen peruuttamisesta tai sitä ei ole toimitettu kuluttajalle ollenkaan. Myöskään kuluttajien kiellot eivät päde kaikkiin toimijoihin. Toimenpideoitteessa on myös vedottu Kilpailu- ja kuluttajaviraston tekemään kyselyyn kuluttajille. Sen perusteella yli puolet ovat sitä mieltä, että puhelinmarkkinointikiellot eivät toimi. Kyseistä aloitetta perustellaan myös niin, että kuluttaja-asiamies joutuu käyttämään resurssejaan perusasioihin sekä että tapaukset on käytävä läpi yksitellen. Lopputulos on kuitenkin vain kiello, josta ei ole apua jo syntyneisiin sopimuksiin. Toimenpideoitteen mukaan Suomen pitäisi ottaa käyttöön vahvistusoptio, jotta näistä epäkohdista päästään eroon.

Esitetään, että puhelinmyynnissä otetaan käyttöön vahvistusmenettely. Sen avulla päästään eroon kilpailu- ja kuluttajavirastoon tulevista valituksista. Elinkeinoharjoittajien saamat huomautukset vähenevät. (TPA 5/2020 vp.)

2.2.2 Toimenpideoite TPA 8/2022 vp

Asiaan liittyen on tehty myös toinen Toimenpideoite (TPA 8/2022 vp). Kyseisessä toimenpideoitteessa perehdytään puhelinmyynnin yhteydessä vaadittavaan kirjallisen vahvistukseen ja haavoittuvassa asemassa olevien erityiseen huomiointiin. Kyseisen aloitteen on tehnyt yksi kansanedustaja. Toimenpideoitteessa on ehdotettu, että hallitus ryhtyy tarvittaviin lainsäädännöllisiin toimenpiteisiin liittyen puhelinmyynnin yhteydessä vaadittavaan kirjalliseen vahvistukseen ja haavoittuvassa asemassa olevien erityiseen huomiointiin (TPA 8/2022 vp).

Kyseisen (TPA 8/2022 vp.) perustelut ovat: kuluttajille ja erityisesti haavoittuvassa asemassa oleville puhelinmyyntitilanne on ongelmallinen. Kuluttajien asemaa on parannettava, jotta heidän heikentynyttä päättelykykyään ei voi käyttää hyväksi ja heillä on oltava riittävästi aikaa perehtyä ehdotukseen. Asiakas saattaa myyntitilanteessa tehdä esimerkiksi kestotilauksen ymmärtämättä mihin on suostumassa. Myyjän on hankalaa tiedostaa asiakkaan tilannetta ainoastaan puhelun välityksellä. Toimenpideoitteessa (TPA 8/2022 vp.) kannatetaan vahvistusmenettelyä. Kuluttaja saa tällöin mahdollisuuden pohtia tarjousta rauhassa.

Puhelinmyynnissä täytyy kertoa kuluttajalle tarpeelliset tiedot hänen myyntipäätöksensä osalta jättämättä mitään pois. Selkeä ja ymmärrettävä kirjallinen vahvistus vähentäisi puhelinmyynnin painostavuutta ja kiireellisyyttä. Sen avulla varmistetaan kuluttajan saavan tarpeelliset tiedot ja harkinta-aikaa ilman painostusta. (TPA 8/2022 vp.)

Toimenpideoitteessa (TPA 8/2022 vp.) on ehdotettu, että kirjallinen vahvistus otettaisiin käyttöön, jotta kaikilla olisi mahdollisuus harkita sopimusta rauhassa ja erilaiset kuluttajat otetaan huomioon myyntitilanteessa.

2.2.3 LaVL 8/2022 vp

Lakivaliokunta esittää omassa lausunnossaan (LaVL 8/2022 vp.), että Omnibus-direktiivin kansalliset velvoitteet saatetaan voimaan sekä kuluttajansuojalainsäädäntöön tehdään muutoksia.

Lausunnossa (LaVL 8/2022 vp.) otetaan kantaa seuraamismaksuun ja sen suuruuteen. Seuraamismaksu otettiin mukaan lainsäädäntöön, jotta elinkeinonharjoittajan olisi maksettava seuraamismaksua tekemistään virheistä puhelinmyyntitilanteessa.

2.2.4 TaVM 16/2022 vp

Talousvaliokunta on mietinnössään (TaVM 16/2022 vp.) kuullut asiantuntijoita, jotka ovat tuoneet esille vastakkaisia näkemyksiä puhelinmyyntisääntelyn kiristämisestä. Kyseiselle

talousvaliokunnan mietinnölle (TaVM 16/2022 vp.) lausunnonantajista osa kannattaa kiristyneempää sääntelyä. Heidän mielestään sääntelyn pitäisi olla vieläkin tiukempaa. Elinkeinolämän edustajien mielestä vahvistelumenettelyä ei pidä ottaa käyttöön eikä tiukentaa lainsäädäntöä. Asiantuntijalausuntojen mielestä vakuutukset, sijoitus ja lehtitilaukset tulisi jättää vahvistusmenettelyn ulkopuolelle. Asiantuntijoiden mukaan viestintäpalveluihin on jo oma lainsäädäntönsä, joten ne voidaan jättää uudistusten ulkopuolelle.

Lehtitilausten osalta vahvistusmenettelyn on kerrottu vaikuttavan negatiivisesti niiden yritysten liikevaihtoon, joiden pääelinkeino on lehtitilaukset. Asiantuntijoiden mielestä elinvoimainen media on tärkeä ja sen takia lehtimyyntiin ei saa puuttua. Muutokset vähentävät lehtiä ja tiedonsaannin monipuolisuutta. Talousvaliokunnan mukaan lehtitilauksia ei kannata sulkea vahvistusmenettelyn ulkopuolelle, koska ne ovat tavallisia puhelimitse myytäviä hyödykkeitä. Lehtien toimintaedellytyksiin ja kuluttajien tiedonsaannin monipuolisuuteen sekä oikeaan tietoon on kiinnitettävä huomiota. Asiantuntijalausunnot ovat myös ehdottaneet laskua vahvistuspyynnön mukana, jolloin laskun maksaminen vahvistaa tilauksen. Kyseisen ehdotuksen valiokunta on hylännyt, se ei suojaa ikääntyneitä tai haavoittuvassa asemassa olevia kuluttajia.

Talousvaliokunta (TaVM 16/2022 vp.) on ottanut kantaa tekstiviestitse lähetettävään tarjousvahvistukseen. Heidän ohjeensa on, että tarjouksen täytyy sopia kokonaisuudessaan tekstiviestiin. Linkki tekstiviestissä ei ole riittävä vaan se pitää avata viestissä. Tämän perusteluksi talousvaliokunnan lausunnossa (TaVM 16/2022 vp.) kerrotaan, että tarjouksen on oltava pysyvässä muodossa. Linkin takana olevat tiedot voivat muuttua. Talousvaliokunnan lausunnon (TaVM 16/2022 vp.) perusteella tarjouksen on sisällettävä tiedot hyödykkeestä, kokonaishinnasta ja muista kuluista, toimitus- ja maksuehdot sekä sopimuksen kesto.

Talousvaliokunnan mietinnön perusteella hallituksen esityksessä ei kuitenkaan ole kaikkia tietoja, joita sopimuksen pitäisi sisältää. Lainsäädäntö ei ota kantaa tekstiviestin sisältöön. Tältä osin yritykset pystyvät soveltamaan lainsäädäntöä. Heidän on kuitenkin lainsäädännön mukaan kerrottava tarjouksessa samat tiedot kuin puhelinkeskustelussa. Tietojen on oltava kirjallisessa ja muuttumattomassa muodossa. Kuluttajansuojalainsäädännön muutoksista on opastettava kuluttajia ja elinkeinonharjoittajia. Valiokunnan mielestä muillakin keinoilla kuin tekstiviestillä voidaan lähettää tarjouksen vahvistaminen. Kyseinen mielipide ottaa kantaa tilanteeseen, jossa vahvistus kuluttajalle lähetetään tekstiviestillä. Kuluttajan on mahdollista vahvistaa tarjous myös jollain muulla tavalla. (TaVM 16/2022 vp.)

Jälkivahvistamismenettelyn on oltava valiokunnan mietinnön (TaVM 16/2022 vp.) mukaan yksinkertaista ja selkeää. Valiokunnan mietinnön (TaVM 16/2022 vp.) saamien

asiantuntijalausuntojen mukaan asiakkaiden on vaikeaa vertailla puhelimitse kaupattavia tuotteita/palveluita. Kuluttajille on jäänyt epäselväksi sopimuksen kannalta tärkeitä tietoja.

Vahvistusmenettely helpottaa kuluttajia, mikäli heille kerrotaan olennaiset tiedot. Jälkivahvistuksella varmistetaan, että kuluttajat saavat rauhassa tutustua tarjoukseen ja yritetään ehkäistä puhelinmyynnin ongelmia. Valiokunta on lausunnossaan (TaVM 16/2022 vp.) samaa mieltä kuin hallituksen esitys, että kuluttajansuoja paranee jälkivahvistusmenettelyllä. Kyseinen sääntely ei estä puhelinmyyntiä kuluttajille eikä ole liikaa rajoituksia. Opt in -malli olisi muuttanut kaiken, koska kuluttajan pitäisi hyväksyä ensin markkinointilupa.

Jälkivahvistusmenettelyllä voi valiokunnan lausunnon (TaVM 16/2022 vp.) mukaan olla negatiivisia vaikutuksia yritysten liikevaihtoon. Toiminta voi supistua ja työllisyysvaikutukset voivat olla kielteisiä. Puhelimitse myytävien tuotteiden valikoima ja kilpailukyky heikkenevät. Tämä voi tarkoittaa hintojen nousua. Lehtien osalta esimerkiksi printtilehtien määrä voi jopa puolittua, jolloin tiedonvälityksen monipuolisuus heikkenee. Talousvaliokunnan ja hallituksen esityksen mukaan valittua vaihtoehtoa on seurattava kahden vuoden ajan. Seurataan kirjallisen menettelyn vaikutuksia myyntiin ja monipuolisuuteen. Tämän jälkeen voidaan pohtia lisätoimia ja uusia menettelytapoja.

Kieltorekisteriin on valiokunnan mietinnössä otettu kantaa, mutta ensin yritetään vähentää puhelinmyynnin ongelmia muilla tavoin. Kieltorekisteriä ei harkita ennen kuin kirjallisen vahvistusmenettelyn toimivuus selvitetään. (TaVM 16/2022 vp.)

Kokonaisuudessaan koko Valiokuntakäsittelyvaihe on antanut hallituksen esitykseen uusia ajattelutapoja. Talousvaliokunta toi esille etenkin asiantuntijalausuntojen mietteitä puhelinmyyntiin liittyen. Talousvaliokunta myös tuki Hallituksen esitystä. Talousvaliokunta vastasi (TPA 8/22 vp) ehdotukseen myöntävästi ja kertoi ottaneensa kantaa myös haavoittuvassa asemassa olevien asiakkaiden puhelinmyyntitilanteisiin. Kirjallisen jälkivahvistusmenettelyn seuranta selventää elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien lainsäädännön noudattamisen. Selvitetään, että pystytäänkö jälkivahvistusmenettelyllä korjaamaan puhelinmyynnin ongelmat vai tehdäanko muutoksia tulevaisuudessa.

2.3 Hallituksen esityksen aiheuttamaa keskustelua

Kyseisellä jälkivahvistusmenettelyllä on ollut myös vastustavia mielipiteitä asiantuntijalausuntojen perusteella. Suomen Yrittäjät ry:n (Suomen Yrittäjät ry, Katila 2022.) asiantuntijalausannon mukaan lievemmat keinot pitäisi ottaa käyttöön ennen kuin vahvistusmenettelystä voidaan edes keskustella. Heidän mukaansa vahvistusmenettely tulee vahingoittamaan ja vaikeuttamaan puhelinmyyntiä käytännössä. Kyseisen vahvistusmenettelyn perusteella puhelinmyynnistä tulee vaikeampaa ja henkilöstöä joudutaan pahimmassa

tapauksessa vähentämään. Suomen Yrittäjät ry:n (Suomen Yrittäjät ry, Katila 2022.) kannanotossa viranomaisten täytyisi käyttää tehokkaasti vahvistuneita toimivaltuuksiaan ja asiakkaiden tietoisuutta asiaan on lisättävä. Suomen Yrittäjät ry määrittelee puhelinmyynnin vahvistusmenettelyn seuraavasti: kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotto vaatii muutoksia, jotain on rajattava menettelyn ulkopuolelle esimerkiksi ne elinkeinonharjoittajat, joiden elinkeino tulee puhelinmyynnistä (Suomen Yrittäjät ry, Katila 2022).

Kyseinen kannanotto selvensi, että yrittäjien mielipiteitä on kuunneltava ja selvitettävä tarkkaan. Mitä ajatuksia puhelinmyyntialan toimijoilla on uudistuksista. Suomen Yrittäjät ry ajattelee asiaa työntekijöiden näkökulmasta ja uudistuksien vaikutuksia myyntityöhön. Kyseiset muutokset muuttivat elinkeinonharjoittajien työtapoja. He ovat joutuneet sopeutumaan kokonaan uusiin työtapoihin ja niiden perusteella on osattava toimia oikein kansallisen lainsäädännön mukaisesti.

Muistiliitto ry:n toiminnanjohtaja Katariina Somu 13.4.2022 on omassa asiantuntijalausunnossaan tuonut esille muistisairaana ihmisen vaikeuksia ymmärtää puhelinmyyntitilannetta. Sairauden perusteella kyseisillä ihmisillä on vaikeuksia arvioida kyseisen tuotteen ominaisuuksia ja sopimusta nopean puhelinmyyntitilanteen aikana.

Ihmisen, jonka kognitio ja kielelliset kyvyt ovat alentuneet, voi olla vaikea pysäyttää keskustelua tai ohjata keskustelua haluamaansa suuntaan tai lopettaa sitä (Muistiliitto ry, Somu 2022).

Katariina Somun asiantuntijalausunto tuo esille eettiset seikat puhelinmyynnissä. Jälkivahvistaminen helpottaa puhelinmyyntiä vanhemmille henkilöille ja sairauden kanssa eläville. Jälkivahvistamisen avulla he ymmärtävät tarjouksen ja saavat lisää aikaa omalle päätökselleen. Jälkivahvistaminen antaa mahdollisuuden pohtia puhelinmyyntitilannetta uudelleen ilman aikapainetta.

Samaa mieltä Muistiliitto ry:n kanssa on myös Vanhustyön keskusliitto ry. Vanhustyön keskusliitto ry:n (Vanhustyön keskusliitto ry, 2022.) kannanoton perusteella on tärkeää ottaa jälkivahvistaminen käyttöön. Asiantuntijalausunnossa on mainittu samoja seikkoja kuin Muistiliitolla. Eli ikääntyneet kuluttajat saavat lisää aikaa pohtia puhelussa tehtyä tarjousta esimerkiksi yhdessä läheisensä kanssa. Vanhustyön keskusliitto ry:ssä kannatetaan vahvistusmenettelyä, joka parantaa kuluttajasuojaa. Vahvistusmenettely puhelinmyynnissä on heidän kannaltaan tarpeellinen lakimuutos.

Sanoma Media Finland Oy (Sanoma Media Finland Oy 2022.) toteaa, että puhelinmyyntiä tulisi rajoittaa ja säädellä tiukasti, jotta kuluttajilla on turvallista tehdä sopimuksia. He ovat tuoneet esille sanomalehtien ja aikakauslehtien tärkeyden. Kyseisessä kannanotossa

kerrotaan, että lehtien myynnissä ei ole ollut ongelmia. Kyseisen alan rajoittaminen vähentäisi lehtitilauksia merkittävästi. Sanoma Media Finland Oy on (Sanoma Media Finland Oy 2022.) testannut vahvistusmenettelyä. Noin 20 %:a asiakkaista ovat halukkaita puhelussa tilaamaan lehden, mutta eivät halua tehdä jälkivahvistusta. Tämän perusteella noin joka kymmenes talous Suomessa lopettaisi sanomalehden tilaamisen. Faktapohjainen tieto vähenee ja asiakas altistuu sosiaalisen median hybrdivaikuttamiselle. (Sanoma Media Finland Oy 2022.) Sanoma Media Finland Oy:n kannanoton perusteella lehtimyynnille ei ole Suomessa korvaavaa myyntikanavaa, joten rajoitusten perusteella myynti vähenisi.

Sanoma Media Finland Oy:n (Sanoma Media Finland Oy 2022.) ja Suomen Yrittäjät ry:n (Suomen Yrittäjät ry 2022.) kannanotot tuovat toisenlaisen näkökulman aiheeseen. Puhelinmyyjät, jotka työskentelevät päivittäin eivät haluaisi ottaa käyttöön jälkivahvistusmenettelyä. Se vaikeuttaa heidän työnsä tekemistä. Puhelinmyyntialan henkilöstön rekrytointi voi vaikeutua uudistuksen jälkeen. Heidän täytyy muuttaa toimintatapansa lainmuutosten takia. Kyseessä on erilaisia mielipiteitä aiheuttava työala, ja työntekijät pelkäävät muutoksia työpaikkaansa liittyen. Aikakauslehtien myynti on yksi syy lainsäädännön muutoksille. Molemmat elinkeinoharjoittajajärjestöt pohtivat elinkeinon muutoksia ja uudistuksia.

2.4 Miksi lainsäädäntöä on jouduttu muuttamaan?

Sanna Marinin hallituksen hallitusohjelmaan on kirjattu kohta, jonka perusteella etämyyntiä ja kotimyyntiä on rajoitettava kuluttajan suojaksi. Lainsäädäntöä on muutettu Kilpailu- ja kuluttajaviraston eli KKV:lle tehtyjen valvontaan liittyvien pyyntöjen perusteella. Hallituksen esityksen (HE 14/2022 vp, 22.) perusteella valvontatapauksia on tullut lehtimyynnin osalta, sähkösopimusten puhelinmyynnistä ja luontaistuotteiden puhelinmyynnistä.

Kuluttajalle ei suoranaisesti kerrota kyseessä olevan puhelinmyyntitilanne. Kyseinen aihe on suurin ongelma, jonka takia Kilpailu- ja kuluttajavirastoon otetaan yhteyttä. Kuluttajille jätetään puhelun aikana kertomatta olennaisimpia asioita liittyen puhelinmyyntiin. Kuluttajille ei välttämättä kerrota esimerkiksi minkälaista sopimusta ehdotetaan. Heille saattaa jäädä epäselväksi onko kyseessä määräaikainen eli kertaluontoinen sopimus vai toistaiseksi voimassa oleva sopimus. Kuluttajille kerrotaan harhaan johtavia tietoja esimerkiksi kuluttajan voittaneen palkinnon, mutta kyseessä onkin myyntipuhelu.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto on vuosien varrella tehnyt erilaisia selvityksiä puhelinmyynnistä ennen kuluttajansuojalainsäädännön muutoksia. Selvityksistä on tullut selville puhelinmyynnin ongelmia. Kuluttajat ottavat yhteyttä Kilpailu- ja kuluttajavirastoon epäselvien tapahtumien perusteella. Heille jää epäselväksi ovatko he sitoutuneet sopimukseen tai sisältökysymyksiin ei vastata. Kyseisten selvitysten perusteella eniten ongelmia on haavoittuvassa

asemassa olevilla kuluttajilla. Heidän ymmärryksensä ja kyky ymmärtää puhelinmyyntitilannetta on heikentynyt selkeästi. Myös edunvalvonta on huomannut asiakkailtaan samanlaisia ongelmia. Puhelinmyynti myös voidaan kokea ahdistavaksi, koska tilanteesta ei välttämättä pääse pois. Puhelinmyyjät saattavat painostaa asiakasta tekemään päätökset nopeasti ja heille mieluisaan suuntaan.

2.4.1 Kilpailu- ja kuluttajavirastolle tehdyt ilmoitukset

Hallituksen esityksen (Hallituksen Esitys 14/22 2022, 24.) perusteella puhelinmyynnistä tehdään useita ilmoituksia Kilpailu- ja kuluttajavirastolle vuosittain. Ilmoitukset koskevat puhelinmyynnin ongelmia, palvelun toimintaa, laskutusta ja muita samaan kategoriaan liittyviä ongelmia. Ilmoituksissa korostuvat samat toimialat. Suurin osa ilmoituksista koskee sähkö-sopimuksia, mobiilioperaattoreita tai terveystuotteiden myyntiä. Mikäli Kilpailu- ja kuluttajavirastoon tulee paljon ilmoituksia samasta yhtiöstä niin silloin toimintaan voidaan puuttua.

2.4.2 Oikeustapaus puhelinmyyntiin liittyen

Oikeustapaus, joka tilanteeseen sopii, on Kilpailu- ja kuluttajaviraston kuluttaja-asiamiehen tietoon tullut tapaus. Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV/72/14.08.01.05/2018, 2020.) ratkaisussa osapuolena on A-lehdet Oy. Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV/72/14.08.01.05/2018, 2020.) ratkaisu ohjeistaa yritystä antamaan markkinoinnissaan oikean kuvan tarjotusta tuotteesta. Kuluttajille on kerrottava kestotilauksesta, tarjousjakson jälkeisistä maksuehdoista ja sopimuksen irtisanomisesta.

Kilpailu- ja kuluttajaviraston ratkaisussa (KKV/72/14.08.01.05/2018, 2020.) A-lehdet Oy:n myyntineuvottelijat eivät olleet myyntitilanteen alkaessa kertoneet kaupallisesta tarkoituksesta vaan on puhuttu arpajaisvoittamisesta. Tämä antaa asiakkaalle väärän kuvan myyntitilanteesta. Kuluttajansuojalainsäädännössä (Kuluttajansuojalaki 38/1978, 6:9 §) on annettu tiedot, joita puhelinmyyntitilanteessa on kerrottava asiakkaalle. A-lehdet Oy ei kuitenkaan ollut toiminut näin, joten sen menettely oli toiminnanvastaista.

Samassa lakipykälässä on mainittu tiedoista, jotka on annettava kuluttajalle ennen sopimuksen tekemistä. Näiden osalta ratkaisun mukaan A-lehdet on toiminut lainvastaisesti. Kuluttajien mukaan puhelinmyynnin aikana ei kerrottu puhelun kestosta. Toinen tilanne on, että annettu tieto on ollut harhaan johtavaa ja kuluttajilla ei ollut tietoaakaan mihin he suosivat. (KKV/72/14.08.01.05/2018, 2020.)

Puhelussa on kerrottu vain tietyn aikajakson kestävä hinta, mutta ei kokonaissopimuksen hintaa. A-lehdet ei siis kertonut koko sopimuksen ajanjakson hintaa. He kertoivat hinnan tietyn tarjousjakson ajalta eli ennen sopimuksen tekemistä annetut tiedot olivat

harhaanjohtavia. A-lehdet Oy:n myyntineuvottelijat eivät kertoneet kaupanpäälliseksi tarjotun lehden tutustumisjakson jälkeisestä jatkotilauksesta. A-lehdet Oy ei myöskään kertonut kuluttajille peruuttamisoikeudesta, sen määräajasta tai muutenkaan olemassaolosta. (KKV/72/14.08.01.05/2018, 2020.)

Kyseinen peruuttamisoikeuden tapaus on hyvä esimerkki toiminnasta ennen lakimuutoksia. Nykyisin kuluttajille lähetetään puhelimesta annettu tarjous myös kirjallisena, jossa on kerrottu tarkasti kuluttajalle esitetty myyntitilaus ja sen ehdot. Jälkivahvistusmenettelyssä kuluttajalle tarjotaan viimeinen mahdollisuus peruuttaa lehtitilaus. Kyseinen jälkivahvistaminen antaa kuluttajalle mahdollisuuden tutustua sopimusehtoihin. A-lehdet Oy:n toiminta oli lainvastaista, koska kuluttajille ei kerrottu sopimukseen liittyviä tietoja. A-lehdet Oy:n olisi nykyään pakko lähettää asiakkaalle tarjous kirjallisessa muodossa, jolloin kuluttajalle olisi viimeistään selvinnyt kyseessä olevan huijaus.

2.4.3 Puhelinmarkkinointikiellot

Mikäli kuluttajat hermostuvat jatkuviin puhelinmyyntiyritysten soittoihin, niin heillä on mahdollisuus liittyä kieltorekisteriin tai ilmoittaa kiellosta suoraan puhelinmyyntiä harjoittavalle yritykselle. Hallituksen esityksen (Hallituksen esitys 14/22, 2022, 26.) mukaan kuluttajalla on mahdollisuus valita kahden rekisterin välillä. ASML:n Robinson-rekisteri tai Suomen Telemarkkinointiliitto ry:n rekisteri. Kyseisen hallituksen esityksen (Hallituksen esitys 14/22, 2022, 26.) mukaan Robinson-rekisterin asiakkaiden jäsenyys kestää 3 vuotta ja sen jälkeen jäsenyys on uusittava. Suomen Telemarkkinointiliitto ry:n jäsenyys uudistuu vuosittain, mikäli jäsenyyttä ei ole asiakkaan taholta päätetty (Hallituksen esitys 14/22, 2022, 26). Kuluttajan on mahdollista tehdä puhelinmarkkinointikielto myös yrityksen omalla sivustolla, mutta tällöin on toimittava yrityksen ehtojen mukaan ja ymmärrettävä kiellon koskevan vain sitä yritystä.

Puhelinmarkkinointikiellon toimivuudessa on kuitenkin puutteita. Kaikki kuluttajat eivät välttämättä tiedä markkinointikielloista, kiello ei toimi tai sitä ei ole tehty ollenkaan. Asiakas ei välttämättä ole tietoinen siitä, että kiello voi myös päättyä. Tällöin puhelinmyyjät pystyvät soittamaan asiakkaille, joiden kiellot ovat päättyneet. Suoramarkkinointi eivät välttämättä aina toimi. Vaikka tiedoissa kiello on päällä niin joillekin asiakkaille pysty silti soittamaan.

Joillain lehtimyntiyrityksillä on omat puhelinmarkkinointikieltosivunsa, joiden kautta tieto menee heidän rekistereihinsä. Sanoma Media Finland Oy:n verkkosivujen perusteella heidän osoitelähteensä on Sanoman omat asiakas- tai markkinointirekisterit. Kyseisen yrityksen verkkosivujen mukaan puhelinmarkkinointikiellon voi tehdä Sanoman asiakaspalvelussa. Mikäli henkilöt toimivat näin Sanoman osalta niin he laittavat kiellon päälle vain

Sanoma Media Finlandin puhelinmyyntiin. Tällöin muista yrityksistä on mahdollisuus soittaa asiakkaalle, koska heidän puhelinmarkkinointiaan ei ole kielletty asiakkaan toimesta.

Puhelinmarkkinointikieltoon liittymien on vaikea prosessi, koska kaikki yritykset eivät välttämättä ole samassa rekisterissä, johon kuluttaja tekee puhelinmarkkinointikiellon. Kyseinen puhelinmarkkinointikielto esimerkiksi ASML:n Robinson-rekisteriin estää puhelinmyynnin vain kyseiseen rekisteriin kuuluvilta yrityksiltä. Rekisteriin kuulumattomat yritykset voivat kuitenkin vapaasti harjoittaa puhelinmyyntiä asiakkaalle. Tällöin asiakkaan pitäisi kyseisten yritysten sivuilla tehdä puhelinmarkkinointikiellot. Puhelinmarkkinointikieltoon voidaan helposti saada kulutettua paljon rahaa, koska jokainen puhelinmarkkinointikielto palvelu maksaa kuluttajalle esimerkiksi palvelumaksun tai jonotusmaksun verran. Joissain puhelinmarkkinointikieltopalveluissa on myös tietty summa, joka on maksettava yritykselle tiettyinä aikoina, jotta puhelinmarkkinointikielto on pätevä ja jatkuva.

2.4.4 Tietosuojavaltuutetulle tehdyt puhelinmyynti-ilmoitukset

Hallituksen esityksen (HE 14/2022 vp, 25-26. perusteella puhelimitse tehty suoramarkkinointi koetaan ei-toivotuksi toiminnaksi tietosuojavaltuutettujen ilmoitusten perusteella. Ilmoitukset koskevat tietosuojaan liittyviä asioita. Kuluttaja ei esimerkiksi tiennyt mistä elinkeinoharjoittaja on saanut hänen tietonsa tai puhelinmyyntikieltoa ei noudateta rekisteröinnistä huolimatta. Yksi tärkeimmistä aiheista on, ettei kuluttaja osannut tehdä kieltä puhelimitse tai ollut tietoinen puhelinmarkkinointikielloista. Yksi suurimmista ongelmista on kuluttajan epätietoisuus kiellon toiminnasta, mikäli se tehdään yhden yrityksen rekisteriin. Todellisuudessa kieltä kieltää vain sen yrityksen puhelinmyynnin kyseiselle asiakkaalle.

Eniten ilmoituksia (HE 14/2022, 26.) tehdään, kun asiakas ei ole ymmärtänyt puhelinmyyntitilannetta. Hänen mielestään sopimusta ei ole syntynyt niillä ehdoilla, jotka elinkeinoharjoittajan puolelta ovat sopimuksessa. Ongelmatapauksissa kuluttajan on pitänyt olla yhteydessä puhelinmyyntiyritykseen, jonka kanssa sopimus on tehty. Kuluttajien on pitänyt pyytää kuunneltavaksi puhelinmyyntitilanteen nauhoitus. Hallituksen esityksen (HE 14/2022, 26) mukaan tietosuojavaltuutetun kanta on, että kuluttajalla on oikeus kuunnella hänen henkilötietojaan sisältävä puhelutallenne. Ilmoituksen tekijät ovat käyttäneet oikeuttaan tiedot sopimuksen syntymisestä ja ehdoista.

2.5 Yhteenveto puhelinmarkkinointikieltoon

Puhelinmarkkinointikielto on kokonaisuudessaan ongelmallinen. Kyseiseen aiheeseen voisi perehtyä kokonaisen opinnäytetyön verran. Puhelinmarkkinointikieltoa pitäisi uudistaa, jotta jokainen puhelinmyyntiä harjoittava yritys kuuluisi johonkin puhelinmyyntiyritysrekisteriin.

Tällöin kuluttajille olisi selkeämpää valita mihin rekisteriin liittyvät. Mikäli olisi yhtenäinen rekisteri suurimmalle osalle puhelinmyyntiyrityksistä niin kiellon tekeminen olisi helpompaa. Toisaalta jos rekisteri olisi olemassa niin se olisi ongelma puhelinmyyntialaan liittyvän negatiivisen mielipiteen osalta. Puhelinmarkkinointikiellosta voisi olla enemmän keskustelua, jotta kuluttajat tietäisivät myös siitä osasta puhelinmyyntiä.

Tietosuojavaltuutetulle ja Kilpailu- ja kuluttajavirastolle tehtävät ilmoitukset ovat vähentyneet vuoden 2023 lainsäädännön muutosten myötä, koska jälkivahvistaminen vähentää väärinymmärryksiä. Kuluttajat ymmärtävät, mistä puhelussa on ollut kyse ja he osaavat tulkita tarjousta oikein. Heillä on mahdollisuus peruuttaa tekemänsä sopimus elinkeinoharjoittajan kanssa vielä tässä vaiheessa. Kyseiset lainsäädännön muutokset ovat parantaneet kuluttajien tietosuojaymmärrystä, he ymmärtävät paremmin tarjousta. Tässä puhelinmyynnin jälkivahvistus on hyväksi.

2.6 Yhteenveto puhelinmyynnin muutosten teoriaan

Lainsäädännön muutokset ovat olleet odotettu uudistus puhelinmarkkinoinnissa. Puhelinmyyntiä on siihen mennessä harjoitettu ilman kunnollista lainsäädäntöä. Ymmärrettävää on, että puhelinmarkkinointia pääelinkeinonaan harjoittavat elinkeinoyritykset ovat huolissaan negatiivisista toimialan muutoksista. Heitä arveluttaa, mitä yritykselle tapahtuu muutoksien pohjalta. Liikevaihdon laskiessa henkilökuntaa on vähennettävä tai tehtävä hyödykkeisiin vaikuttavia muutoksia. Heidän on muutettava toimintaansa kuluttajansuojalainsäädännön muutoksien perusteella.

Hallituksen on pitänyt pohtia Euroopan Unionin direktiivin antamaa ohjeistusta kansallisessa lainsäädännössä. He valitsivat parhaimman toteuttamistavan eli kirjallisen menettelyn. Kyseinen tapa on kaikista järkevin neljästä eri vaihtoehdosta. Puhelinmyyntirekisterin perustaminen olisi ollut vaikeaa, koska puhelinmyyntiä harjoittavia yrityksiä on paljon. Myös ongelma olisi, miten kaikki kuluttajat pystyvät vastaamaan markkinointiin liittyviin kysymyksiin. Hallituksen esityksessä ja Talousvaliokunnan mietteessä on tuotu esille elinkeinoharjoittajien toiminnan vaikeutuminen. Kyseisessä vaihtoehdossa elinkeinoharjoittajille olisi tullut eniten muutoksia, joista ei välttämättä olisi selvitty. Järkevämpää on ottaa ensin käyttöön helpompi tapa ja myöhemmin tutkia sen vaikutuksia puhelinmyyntiin.

Puhelinmyynnin tarjousmenettelyn toivotaan vähentävän tietosuojavaltuutetulle ja Kilpailu- ja kuluttajavirastolle tehtyjä ilmoituksia. Niitä on tullut ennen muutoksia paljon, koska puhelinmyyntitilanne on nopea prosessi ja asiakkaalle jää kysymyksiä tilanteeseen liittyen. Kuluttajansuojalainsäädännön muutokset voivat vähentää ilmoituksia, koska kuluttajilla on

enemmän aikaa pohtia tarjousta ja vertailla tarjouksia keskenään ennen valintaa. Kuluttajalla on oltava aikaa vertailla tarjoustaan myyntitilanteeseen.

Hallituksen esityksessä esitettiin kohdat helpottavat kuluttajien kokemuksia siitä, että puhelinmyynnistä tehdään helpommin lähestyttävää ja kuluttajille oikeuden mukaisempaa. Elinkeinonharjoittajille muutokset aiheuttavat uudistuksia omaan toimintatapaansa ja heidän on pohdittava omaa toimintaansa. Kuluttajansuojalainsäädännön muutokset ovat hyväksi puhelinmyyntialalle ja ne tuovat odotetun lopputuloksen. Toivottavasti ei tarvitse tulevaisuudessa tehdä lisää muutoksia puhelinmarkkinointitoimialaan.

3 Puhelinmyynnin muutokset

3.1 Puhelinmyynti ja käytännön puhelinmyyntitilanne ennen kuluttajansuojalainsäädännön muutoksia

Ennen vuoden 2023 alussa tapahtuneita kuluttajansuojalainsäädännön muutoksia puhelinmyyntiä voitiin harjoittaa vapaasti. Puhelinmyynnissä elinkeinonharjoittajien päätavoitteena on markkinoida ja myydä hyödykkeitä (Kilpailu- ja kuluttajavirasto). Kuluttajien on tiedettävä puhelinmyyntitilanteen perustiedot, jotta osataan kiinnittää huomiota puhelinmyyjän toimintaan puhelun aikana. Kuluttajien täytyi ymmärtää puhelun tarkoitus ja pohtia oma vastauksensa puhelun aikana. Puhelinmyyntitilanne ennen muutoksia tapahtui myyntipuhelun aikana.

3.1.1 Myyntipuhelu

Käytännön puhelinmyyntitilanne alkoi myyntipuhelusta asiakkaalle. Ensimmäinen tehtävä oli varmistaa, että asiakas tietää kuka hänelle soittaa. Puhelu aloitettiin kertomalla, kuka on ja mistä yrityksestä soittaa. Kyseisistä tiedoista on kerrottu kuluttajansuojalaissa 6:9 §:ssä kohdassa ennen sopimuksen tekemistä annettavista tiedoista esimerkiksi elinkeinonharjoittajan nimi ja oma etunimi. Tietosuojasyistä kuluttajalle ei tuotu esiin mitään muita tietoja. (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9 §.)

Aloitettiin hyödykkeen esittelyllä ja esitettiin asiakkaalle tarjous. Samalla markkinoitiin myös tilauksen mukana tulevia tilaajalahjoja. Tilaajalahjat saattavat herättää asiakkaan kiinnostuksen. Tarjouksessa kerrottiin hyödykkeen hinta, tuotteen ominaisuudet ja tilaajalahjat. Eniten, mikä asiakasta yleensä mietitytti, oli tilauksen kesto. Tätä ei yleensä tuotu esille suoraan puhelinmyyjän toimesta. Asiakkaat ilmaisivat mielipiteensä varsinkin aikakauslehtimyyntissä, jos kyseinen tarjous kuulosti liian hyvälle. Lopuksi tiivistettiin puhelun aikana käydyt asiat läpi ja kysyttiin asiakkaan kiinnostuksesta sopimukseen liittyen. Mikäli asiakas vastasi myöntävästi, kerrottiin sopimuksen olleen syntynyt.

Käytännön tilanteessa yritettiin olla kertomatta sopimuksen kestoja, koska silloin tilaus jäi helposti tekemättä. Määräaikainen tilaus on helpompi myydä. Mikäli tilaus on kallis niin asiakas ei ole halukas ostamaan tuotetta.

3.1.2 Myyntitavan haasteet ja helppoudet ennen lainsäädännön uudistuksia

Puhelinmyyjällä oli oma vastuunsa asiakastilanteessa ja hänen täytyi varautua erilaisiin asiakastapauksiin. Hänen oli ymmärrettävä kuluttajan tilannetta myyntipuhelun aikana. Koko puhelinmyyntitilanne riippui juuri yhdestä puhelusta. Mikäli asiakas ei ymmärtänyt

myyntitilanteesta mitään niin puhelinmyyjä oli vastuussa, että kauppa on oikeuden mukainen. Puhelinmyyjän oli kuitenkin saatava asiakas puhelun aikana ostamaan kyseinen hyödyke, jotta yritys menestyi paremmin. Puhelinmyyjän palkkaus riippui puhelun lopputuloksesta.

Kyseinen myyntitapa ennen muutoksia oli nopeampi tapa saada kauppa, koska kaikki tapahtui yhden puhelun aikana. Heidän ei tarvinnut muuta kuin saada hyödyke kaupaksi.

Myyjän oli aistittava puhelun aikana, että millainen asiakas oli kyseessä. Kuluttajalle oli osattava markkinoida hänen tarpeisiinsa soveltuva hyödyke. Mikäli hyödyke ei ollut oikeanlainen niin myyntipuhelu loppui heti, koska puhelinmyyjä oli epäonnistunut tuotteen valinnassaan. Myyjän oli kerrottava puhelussa kaikki mahdolliset tiedot asiakkaalle, koska asiakas osti hyödykkeen puhelussa.

3.1.3 Kuluttajan osuus puhelinmyynnissä ennen puhelinmyynnin uudistusta

Kuluttajan oli huomioitava, minkälainen puhelu oli kokonaisuudessaan. Mikäli kuluttajalla oli jotain ennakkoluuloja ennen puhelun alkamista niin puhelua oli vaikea ohjata oikeaan suuntaan. Kuluttajan piti suhtautua myyntipuheluun neutraalisti ja kohteliaasti.

Kuluttajien suurin huolta aiheuttava tilanne oli, että ymmärtävätkö he kyseessä olleen myyntipuhelu. Kuluttajan oli tehtävä päätöksensä puhelimesta. Hänen täytyi kuunnella myyjän markkinointia ja selvittää oma kiinnostuksensa myytävää tuotetta kohtaan. Kuluttajalla ei ollut kauan aikaa pohtia omaa kiinnostustaan ja hänen oli ymmärrettävä puhelun tarkoitus. Kaikki eivät välttämättä ymmärtäneet myyntipuhelua ja suostuivat tietämättään sopimukseen. Kuluttajalla oli oltava mahdollisuus kieltäytyä kaupasta puhelun aikana.

Kuluttajalle saattoi jäädä enemmän kysymyksiä kuin ymmärrystä tilanteen suhteen. Ymmärrystä heikensivät kuluttajan kiireet tai esimerkiksi sairaudet, jotka estivät puheluun keskittymisen tai heikensivät ymmärrystä. Puhelinmyyntitilanteessa kuluttajien pitäisi keskittyä ja kuunnella myyjän markkinointia. Kuluttajan oli tiedettävä omat oikeutensa ja kysyttävä kysymyksiä puhelun aikana päätöksen tekoa helpottamaan.

Jos puhelusta tai puhelun aikana kuluttajasta tuntui, että hänelle jätettiin kertomatta olennaisia tietoja. Kuluttaja pystyi tekemään valituksen puhelinmyyjän toiminnasta viranomaisille. Ongelmana oli, että suoranaista todistusaineistoa asiakkaalla ei ollut, ellei hän saa nauhoitusta myyntitilanteeseen liittyen. Asiakkaan oli vaikea todistaa puhelinmyyjää vastaan. Tällaisissa tapauksissa elinkeinonharjoittajilla on ollut mahdollisuus voittaa kyseiset haasteet kieltämällä syytökset.

Mikäli kuluttaja ei ollut keskittynyt vain puheluun, häneltä saattoi mennä ohi tärkeitä tietoja puhelinmyyjän kertomuksesta. Kuluttaja saattoi hetken mielijohteesta suostua tilaukseen ymmärtämättä mihin oli suostunut. Kuluttaja saattoi odottaa puhelusta tiivistelmää itselleen, mutta hänelle lähetettiin suoraan tilausvahvistus tilauksesta.

Kyseisessä tapauksessa puhelinmyyjä oli saattanut soittaa asiakkaalle väärään aikaan. Kyseisessä tilanteessa virhe ei kuitenkaan välttämättä ollut elinkeinonharjoittajan vaan kyseessä saattoi olla asiakkaan oma virhe, mikäli hän ei ollut keskittynyt myyntipuheluun. Mikäli asiakas ei tiennyt kyseessä olevan myyntipuhelu ja asia ei ilmennyt puhelun aikana, tällöin kyseessä oli myyjän virhe.

3.2 Yhteenveto ennen uudistuksia

Ennen puhelinmyynnin uudistuksia kuluttajien oli suostuttava sopimukseen puhelun aikana. Muita vahvistuksia heille ei tullut kuin sopimusvahvistus suoraan puhelun jälkeen. Kuluttajien täytyi yhden puhelun aikana huomioida tilanteet ja puhelinmyyjän kertomukset. Heidän oli huomioitava puhelinmyyjän toiminta ja onnistuminen myyntipuhelun aikana. Kuluttajien piti tehdä päätöksensä myyntipuhelun aikana. Tämä saattoi tuottaa ongelmia osalle asiakkaista. Puhelun aikana täytyi muodostaa oma mielipiteensä hyödykkeestä ja sen soveltuvuudesta itselleen.

Elinkeinonharjoittajan täytyi myyntipuhelun aikana kertoa kaikki tiedot hyödykkeestä. Toista mahdollisuutta ei enää tullut saman asiakkaan kanssa. Mikäli kaupattiin asiakkaalle sopimatonta hyödykettä niin menetettiin potentiaalinen asiakas.

Myyjän täytyi noudattaa tiettyä kaavaa puhelun aikana ja yrittää kertoa kuluttajalle tuotteen ominaisuudet ja sopimuksen kesto. Myyjän täytyi varmistaa, ettei asiakkaalle jää kysymyksiä puhelusta.

Yritys on todennäköisesti asettanut tulostavoitteet työntekijöille, jotta saataisiin liikevaihtoa yritykselle. Myyjän täytyi tehdä kaikkensa puhelun aikana, jotta hän saisi asiakkaan ostamaan hyödykkeen. Tämä aiheuttaa puhelinmyyjille painetta. Mikäli myyntineuvottelijalla on provisiopalkkaus niin saatetaan keskittyä hyödykkeen kauppaamiseen myös kyseenalaisin keinoin.

Yhteenvetona voidaan sanoa, että puhelinmyynti tilanne ennen muutoksia on ollut helpompi, koska myyntitilanne tapahtuu puhelussa. Kuluttajille tilanne oli vaikeampi. Heidän oli huomioitava monet asiat puhelun aikana sopimuksen lisäksi. He saattoivat epähuomiossa suostua johonkin tietämättä tarkempia tietoja.

4 Vuoden 2023 muutokset puhelinmyynnissä

4.1 Muutoksien taustaa

Puhelinmyynti on muuttunut vuoden 2023 alussa kuluttajansuojalainsäädännön muutosten perusteella. Suurimmat muutokset koskivat puhelinmyynnin jälkivahvistamista sekä seuraamismaksuja. Kuluttajansuojalainsäädäntö on muuttunut, koska Euroopan Unionin direktiivin perusteella päätettiin säädellä myös kansallista lainsäädäntöä.

Puhelinmyynnin ongelmana on ollut, että asiakkaat eivät ymmärrä kyseessä olevan tarjous puhelun aikana. Lakiuudistusten avulla yritetään ehkäistä puhelussa tapahtuvia väärinkäsityksiä. (Linnake, Iltasanomat 2022.) Kyseinen uutinen selventää perusteet lainsäädännön uudistuksille. Uudistuksia tehtiin, jotta epäselvät myyntitilanteet puhelinmyynnissä vähentyisivät. Toinen syy on, että kuluttajien tarjousten hahmottaminen parantuisi uudistusten perusteella. Uudistus antaa kuluttajille mahdollisuuden pohtia päätöstään tarkemmin ja rauhassa.

Puhelinmyynnin muutosten perusteella puhelinmyyntiä harjoittavien elinkeinonharjoittajien oli muutettava omat toimintatapansa. Elinkeinoharjoittajien oli pohdittava omaa toimintaansa lainsäädännön mukaisesti.

Kilpailu- ja kuluttajaviraston mukaan erillinen kirjallinen vahvistus parantaisi etenkin haavoittuvien kuluttajien asemaa puhelinmyynnissä (MTV-uutiset 2022). Kuluttajille annettaisiin aikaa pohtia puhelinmyyjän tarjousta kirjallisen tarjouksen perusteella. Elinkeinoharjoittajat hyötyisivät muutoksista myös, koska se vähentää kuluttajien valituksia. Muutokset ovat kuitenkin aiheuttaneet elinkeinoharjoittajille haasteita, koska heidän on täytynyt muuttaa myyntitapaansa.

4.1.1 Vahvistusmenettely puhelinmyynnissä

Muutokset puhelinmyynnissä on kerrottu kuluttajansuojalain luvussa 6. Kotimyynti ja etämyynti. Kuluttajansuojalainsäädäntöä on muutettu hallituksen tekemän esityksen ja valiokuntien päätösten perusteella. Puhelinmyyntiin eniten vaikuttava muutos on puhelinmyynnin jälkivahvistus.

Puhelinmyynnin jälkivahvistaminen tarkoittaa, että kuluttajan ei tarvitse sitoutua puhelun aikana sopimukseen. Myyjä kertoo ja esittää tarjouksen kuluttajalle puhelun aikana. Jos kuluttaja olisi halukas ostamaan tuotteen, puhelun jälkeen myyjän on lähetettävä kuluttajalle puhelussa kerrottu tarjous kirjallisessa muodossa. Tämän jälkeen kuluttaja pystyy rauhassa pohtimaan tarjousta ilman aikapainetta.

Mikäli kuluttaja ei ole halukas tekemään sopimusta, niin häntä ei ole sidottu sopimukseen. Kuluttaja ei ole tällöin hyväksynyt kirjallista tarjousta. Kuluttajansuojalainsäädännön 12 a § pykälässä säädetään liittyen tilausvahvistukseen. Vuoden 2023 alussa kyseinen pykälä on lisätty lainsäädäntöön.

Jos elinkeinoharjoittaja tarjoaa kuluttajalle puhelimesta kulutushyödykettä ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinoharjoittajan kanssa, elinkeinoharjoittajan on puhelunkeskustelun jälkeen toimitettava tekemänsä tarjous kuluttajalle kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla kuluttajalle (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:12.1 a §).

Elinkeinoharjoittajalla on velvollisuus lähettää asiakkaalleen tarjous pysyvässä muodossa. Tarjous on lähetettävä asiakkaalle kirjallisesti ennen sopimusta. Elinkeinoharjoittajan vastuulla on toimittaa jälkivahvistaminen kohtuullisessa ajassa. Se on järkevintä lähettää asiakkaalle heti tarjouksen antamisen jälkeen. Tällöin kuluttajalla on paras muistikuva myyntipuhelusta. Hänen on helppo reagoida elinkeinoharjoittajan pyyntöön joko myöntävästi tai kieltävästi. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2023b.) Jos tavaralla tai palvelulla ei ole luovutusajankohtaa niin kuluttajan on saatava hyödyke ilman viivästystä 30 päivän sisällä. Elinkeinoharjoittajan on selvitettävä, että kaikki kohdat ovat täyttyneet. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2023b.) Muuten kauppa menetetään ja liikevaihto pienenee.

Lainsäädäntö ei kuitenkaan suoranaisesti velvoita lähettämään vahvistusta kirjallisesti eli postitse. Tarjouksen lähettämistapa jätetään elinkeinoharjoittajan päätettäväksi. Lähetetäänkö tarjous postilla vai sähköpostilla ja kuinka lähetystapa soveltuu erilaisille kuluttajille.

Jos kuluttaja ei ole pysyvällä tavalla puhelinkeskustelun jälkeen hyväksynyt elinkeinoharjoittajan pysyvällä tavalla toimitettua tarjousta, kuluttaja ei tule sidotuksi sopimukseen eikä häneltä tällöin saa vaatia maksua, hyödykkeen palauttamista tai säilyttämistä taikka muuta toimenpidettä (Kuluttajansuojalaki 378/1978 6:12.1 a §).

Kuluttajan ei ole pakko sitoutua sopimukseen, eli häntä ei voi pakottaa puhelinmyyntisopimukseen. Mikäli kuluttaja ei tahdo hyödykettä niin hänelle ei voi lähettää mitään hyödykkeeseen liittyvää. Tämän perusteella kuluttajan on ymmärrettävä, ettei hänen ole pakko sitoutua sopimukseen. Tällöin pohdinnat jälkiseuraamuksista ja tarjouksen hylkäämisestä jäävät pois. Mikäli asiakkaalla on tuotteesta esimerkiksi esittelykappale tai näytetuote niin hänellä ei ole kuitenkaan sopimusta yrityksen kanssa.

Lainsäädännön perusteella elinkeinoharjoittajan on lähetettävä tarjous ja kuluttajan on lähetettävä vastaus pysyvällä tavalla. Pysyvällä tavalla tarkoittaa, että tarjous on lähetettävä

muuttumattomassa muodossa. Tarjouksen täytyy olla kuluttajalle helppolukuinen ja nopeasti avattavassa muodossa.

4.1.2 Tilanteet, joissa tarjousta ei lähetetä kirjallisena asiakkaalle

Jos kyse on sopimuksesta, joka koskee sähköisen viestinnän palveluista annetussa laissa tarkoitettuja viestintäpalveluja 12 §:ää ei sovelleta (Kuluttajansuojalaki 38/1978, 6:4.3 §). Kyseinen sopimuksen jälkivahvistaminen ei koske kuluttajaluottoihin liittyvää puhelinmyyntiä, koska niitä säädelään jo sähköisen viestinnän palveluista annetussa laissa. Eli sen perusteella ei käytetä vahvistusmenettelyä.

Jälkivahvistusmenettelyä ei tarvita, mikäli kuluttaja ottaa yhteyttä elinkeinonharjoittajaan puhelimitse. Riittävä pyyntö puhelinmyyntiin ei ole kuluttajan osallistuminen arvontaan tai kilpailuun antaen luvan markkinointipuheluihin (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2023b.) Silloin ei voida olettaa, että kuluttaja on antanut markkinointiluvat puhelinmyyntitarkoituksessa. Kuluttajan on pitänyt hyväksyä markkinointiasetukset arvontaan osallistumisen yhteydessä. Tietämättä, että niitä voidaan käyttää myös puhelinmyynnissä.

Mikäli kuluttaja ottaa myyjään yhteyttä, koska olisi kiinnostunut ostamaan jonkin tietyn hyödykkeen, tällöin tarjousmenettelylle ei ole tarvetta (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2023b). Kyseinen yhteydenotto kertoo, että kuluttaja ymmärtää kaiken hyödykkeestä, sopimuksesta ja sen ehtoista. Tilauksen jatkaminen on esimerkki tilanteesta, jossa jälkivahvistusta ei tarvita. Tällöin kuluttaja tietää, mitä on tekemässä ja hän on jo kerran suostunut sopimukseen. Jälkivahvistusmenettelyä ei tarvita ja jatkosopimus on voimassa puhelun perusteella. Mikäli tiedot on toimitettu jo aiemmin pysyvällä tavalla, tietoja ei tarvitse toimittaa vahvistusvaiheessa uudelleen. Asiakkaalla on silti oikeus saada sopimusvahvistus. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto.)

Vastakohta edellä mainitulle tilanteelle on, että myyjä on soittanut asiakkaalle aikaisemmin. Asiakas tiedostamatta puhelun tarkoitusta soittaa takaisin puhelinmyyjälle. Myyjän on tässä tapauksessa kerrottava tarjouksen sisältö asiakkaalle, joka kuulee tämän ensimmäisen kerran. Asiakas on soittanut takaisin numeroon, josta hänelle on tullut puhelu. Kyseessä ei ole kuluttajan oma-aloitteisuus eikä hän ollut tietoinen puhelun tarkoituksesta. Tällöin sopimus ei ole voimassa ilman sopimuksen jälkivahvistusta.

4.2 Seuraamismaksut ja seuraamukset

Kuluttajansuojalainsäädännössä on kerrottu seuraamuksista, joita voidaan määrätä lainsäädännön noudattamatta jättämisestä. Kuluttajansuojalainsäädäntö säätää kohdat, joiden perusteella voi tulla seuraamuksia. Hallituksen esityksessä kerrotaan eri tilanteista, jolloin

seuraamusmaksuja voidaan määrätä. Näitä ovat esimerkiksi elinkeinonharjoittajan vääränlainen myyntitapa ja kuluttajan harhaanjohtaminen myyntipuhelun aikana. Elinkeinonharjoittaja joutuu maksamaan seuraamusmaksua, mikäli markkinoi hyödykkeitä epäselvästi eli ei anna riittäviä tietoja tai puhelun tarkoitus jää epäselväksi. (HE 14/22 vp, 88,89.)

Kuluttajansuojalainsäädännön (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:24 §.) pykälässä kerrotaan seuraamuksista lainsäädännön rikkomuksista. Tiivistetysti, jos elinkeinonharjoittaja on laiminlyönyt peruuttamisoikeudesta kerrottavat tiedot puhelun aikana ennen sopimusta niin sopimusta ei synny. Mikäli kuluttaja haluaa vedota sopimuksen sitomattomuuteen, niin hänen on ilmoitettava siitä elinkeinonharjoittajalle 12 kuukauden kuluessa sopimuksen tekemisestä. Mikäli sopimus raukeaa, niin elinkeinonharjoittajan on 30 päivän aikana palautettava saamansa maksusuoritukset ja korvattava kuluttajalle kulut ja maksut.

Elinkeinonharjoittajien olisi järkevää kertoa kuluttajalle kaikki tiedot hyödykkeeseen liittyen vältyäkseen ongelmilta ja seuraamuksilta.

Myös kuluttajalla on vastuu myyntitilanteessa. Hänen täytyy tiedostaa hänelle kerrottavat asiat tuotteeseen liittyen. Mikäli kuluttajalle jää jotain epäselvyyttä, niin hänen on selvitettävä, tapahtuiko puhelu lainsäädännön mukaisesti.

5 Puhelinmyyntitilanne käytännössä

5.1 Ennen puhelinmyyntiä annettavat tiedot

Kuluttajansuojalainsäädäntö 6:9 §

Ennen kuin puhelussa voidaan aloittaa hyödykkeen tarjouksen kertominen, asiakkaalle on annettava ennakkotietoja. Elinkeinonharjoittajan on kerrottava *kulutushyödykkeen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin on asianmukaista ottaen huomioonulutushyödyke ja käytetty viestin* (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.1 §). Hyödykkeestä on kerrottava kaikki ominaisuudet, jotka voivat vaikuttaa kuluttajan ostohaluuteen.

Kuluttajansuojalainsäädäntö määrittelee myös puhelussa kerrottavat tiedot elinkeinonharjoittajasta. Ne ovat *elinkeinonharjoittajan nimi* (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.2 §). Kuluttajansuojalainsäädännön perusteella puhelussa on kerrottava myös *elinkeinonharjoittajan maantieteellinen osoite sijoittautumisvaltiossa sekä, jos elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, hänen päämiehensä nimi ja maantieteellinen osoite* (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.3 §). Kyseiset tiedot ovat tärkeitä ja hyödyllisiä kuluttajille. He ymmärtävät elinkeinonharjoittajan puhelun tarkoituksen ja heille selviää kenen kanssa keskustelevat.

Elinkeinonharjoittajan puhelinnumero ja sähköpostiosoite sekä tarvittaessa tieto selaisesta sähköisestä viestintäkeinosta, jolla kuluttaja voi olla nopeasti ja tehokkaasti yhteydessä elinkeinonharjoittajaan ja joka mahdollistaa sen, että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa elinkeinonharjoittajan kanssa käymänsä viestinvaihdon muuttumattomana; (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.4 §). Nämä ovat kuluttajalle tärkeää tietoa, koska he saavat yhteystiedot mahdollisten kysymysten ja ongelmien osalta. Mikäli hyödykkeessä olisi virhe ja asia keskusteltu työntekijän kanssa esimerkiksi sähköpostilla. Tällöin kuluttajan on helppo todistaa käymänsä keskustelut sähköpostin avulla ja heillä on todisteet elinkeinonharjoittajan vastauksista.

Elinkeinonharjoittajan sen toimipaikan maantieteellinen osoite, jonne kuluttaja voi toimittaa valituksensa, jos osoite poikkeaa 3 kohdassa tarkoitettusta osoitteesta, sekä, jos elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, sama tieto hänen päämiehestään; (Kuluttajansuojalainsäädäntö 38/1978 6:9.5 §). Kuluttajan on tiedettävä, mihin mahdollisen valituksen voi lähettää. Mikäli työntekijä toimii tietyssä toimipaikassa niin valitukset saatetaan pyytää pääkonttorille.

Kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida laskea etukäteen, hinnan määräytymisen perusteet sekä tarvittaessa tieto siitä, että hinta on määritelty yksilöllisesti automaattisen päätöksenteon perusteella; (Kuluttajansuojalaki 38/178 6:9.6 §). Kuluttajalla on oikeus tietää kulutushyödykkeen hinta sekä mihin se perustuu.

Hinnasta on kerrottava *tarvittaessa kulutushyödykkeen kokonaishintaan sisällyttämättömät toimitus- ja muut kulut tai, jos näitä kuluja ei voida kohtuudella laskea etukäteen, tieto siitä, että tällaisia lisäkuluja voi aiheutua;* (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.7 §). *etäviestimen käyttämisestä sopimuksen tekemisessä syntyvät kulut, jos siitä veloitetaan perushintaa enemmän;* (Kuluttajansuojalaki 38/178 6:9.8 §). Kuluttajalle on halettu selventää kaikki mahdolliset kulut liittyen puhelinmyyntiin, jotta laskun hinnassa ei ole yllätyksiä.

Elinkeinonharjoittajalla on velvollisuus kertoa *maksua, toimitusta ja muuta sopimuksen täyttämistä koskevat ehdot sekä tarvittaessa asiakasvalituksia koskevat käytännöt;* (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.9 §). Tällöin kuluttaja saa tietoonsa, miten missäkin sopimuksen tilanteessa täytyy toimia.

Lainsäädännössä kerrotaan tarvittaessa peruuttamisoikeuden käyttämisestä koskevat ehdot, määräajat ja menettelyt; (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.10 §).

Hyödykkeen peruuttamisesta on selvitettävä *tarvittaessa tieto siitä, että jos kuluttaja peruuttaa sopimuksen, hänen on vastattava tavaroiden palauttamiskustannuksista, sekä etämyynnissä myös tieto palauttamiskustannusten määrästä, jos tavarat eivät ole luonteensa vuoksi palautettavissa tavanomaisella tavalla postitse;* (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.11 §). Kuluttajalle on annettava *tieto siitä, että jos kuluttaja käyttää peruuttamisoikeuttaan tehtyään 15 §:n 1 momentissa tarkoitetun palvelun suorittamista koskevan pyynnön, hänen on maksettava elinkeinonharjoittajalle 19 §:n 1 momentissa tarkoitetut kustannukset;* (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.12 §.)

Kuluttajalle on kerrottava *tarvittaessa tieto peruuttamisoikeuden puuttumisesta tai olosuhteista, joissa peruuttamisoikeuden voi menettää;* (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.13). Mikäli kuluttaja peruu tuotteen niin hänelle on lähetettävä kuluttajansuojalain 38/1978 6:9.21 § mainittu peruuttamislomake edellä mainittujen tietojen lisäksi.

Jos kuluttajalla on koti- tai etämyyntisopimuksen mukaan peruuttamisoikeus, hänelle on 1 momentin 10 kohdassa tarkoitettujen tietojen lisäksi annettava peruuttamislomake. Edellä 1 momentin 10–12 kohdassa tarkoitetut tiedot voidaan antaa

peruuttamisohjeessa. Peruuttamislomakkeen ja -ohjeen muodosta ja sisällöstä säädetään oikeusministeriön asetuksella. (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.21.3 §.)

Elinkeinonharjoittajan on kuluttajalle annettava *maininta tavaroiden sekä digitaalisten sisältöjen ja palveluiden lakisääteisestä virhevastuusta; (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.14 §). maininta asiakastuesta, muista kaupanteon jälkeisistä palveluista ja takuusta sekä niitä koskevista ehdoista; (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.15 §). maininta käytäntöjen olemassaolosta ja tarvittaessa tieto siitä, miten niistä voi saada jäljennöksen; (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.16 §).*

Kuluttajan on tiedettävä *tarvittaessa sopimuksen kesto tai, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai sitä jatketaan automaattisesti, sen päättämistä koskevat ehdot; (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.17 §).* Kuluttajan on tiedettävä, onko sopimus määräaikainen vai toistaiseksi voimassa oleva.

Jokaisella yrityksellä on erilaisia käytänteitä sopimustensa suhteen. Kuluttajalle on kerrottava *tarvittaessa kuluttajan sopimusveloitteiden vähimmäiskesto; (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.18 §).* Eli kuinka kauan hän on sitoutuneena sopimukseen ja mitä sopimuksen päättämisessä täytyy tehdä.

Kuluttajan on saatava *tarvittaessa tieto elinkeinonharjoittajan kuluttajalta edellyttämistä rahoitusta koskevista vakuuksista ja niihin sovellettavista ehdoista; (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.19 §). tarvittaessa digitaalisia elementtejä sisältävän tavaran sekä digitaalisen sisällön ja palvelun toimivuus, mukaan lukien sovellettava tekninen suojaus sekä tällaisen kulutushyödykkeen yhteensopivuus ja yhteentoimivuus siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän; (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.20 §.)*

Kuluttajalle on kerrottava *tieto mahdollisuudesta ja tavoista saattaa riita kuluttajariitalautakunnan tai muun vastaavan elimen käsiteltäväksi (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:9.21.1 §).* Kuluttajalle on kerrottava ongelmakohtien ratkaisukeinot tilanteeseen sopivan oikeusasteen osalta.

Edellä on listattuna tiedot, jotka kuluttajalle on annettava myyntipuhelun aikana ennen sopimuksen tekemistä. Kyseisen puhelun jälkeen kuluttaja ei ole sitoutunut sopimukseen vaan kerrotaan vasta tarjous.

Puhelinmyyntisopimuksen yhteydessä asiakkaalle täytyy lähettää myös peruuttamislomake. Yritys pystyy esimerkiksi ohjamaan asiakkaan sivulle, jossa on enemmän tietoja aiheesta. Mikäli asiakkaalla ei ole Internet-yhteyttä käytettävissä, yrityksen täytyy kertoa ennakotiedot kuluttajalle puhelimitse. Peruuttamislomakkeen osalta riittää, että siitä

mainitaan ja toimitetaan tilausvahvistuksen yhteydessä. Peruuttamislomakkeen opastus pätee esimerkiksi ikääntyneeseen väestöön ja vajaavaltaisiin henkilöihin. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto.)

5.2 Vahvistaminen käytännössä

Kilpailu- ja kuluttajaviraston (Kilpailu- ja kuluttajavirasto.) ohjeessa on 22 kohdan lista tiedoista, jotka elinkeinonharjoittajan on laitettava tilausvahvistamiseen. Jälkivahvistaminen on tehty oikein, mikäli kaikkiin kohdat löytyvät. Kilpailu- ja kuluttajaviraston tilausvahvistuksessa huomioitavan listan mainittavat kohdat ovat samat kuin kuluttajansuojalain 6:9 §:ssä.

Kuluttajan on kiinnitettävä huomiota, mikäli jotain mainitaan ensimmäisen kerran vasta jälkivahvistuksessa. Kuluttajan on tiedettävä, että hänen ei ole pakko sitoutua sopimukseen, mikäli ei haluakaan kyseistä hyödykettä. Kuluttajan on myös vastattava pysyvällä tavalla elinkeinonharjoittajalle, jotta sopimus on voimassa.

5.3 Henkilöhaastattelu tilaukseen liittyen

Opinnäytetyöhön on haastateltu kuluttajaa, joka on ostanut vuonna 2023 aikakauslehtiä puhelinmyynnin kautta. Hänen kokemuksiaan on tuotu esille erilaisten kysymysten avulla. Kyseessä on lappeenrantalainen 62-vuotias Päivi Meuronen. Hänelle on esitetty kysymyksiä liittyen myyntipuheluun ja jälkivahvistamiseen.

5.3.1 Kertoiko elinkeinonharjoittaja yrityksestä? Kertoiko hän esimerkiksi tarjouksesta ja hinnoista?

Ensimmäiseksi käsiteltiin puhelinmyyntitilannetta ja myyntipuhelun kulkua. Kuluttaja kertoi, että hänelle kerrottiin tärkeimmät asiat myyntitilanteeseen liittyen. Kyseiset asiat, joita kerrotaan riippuvat kyseisestä yrityksestä ja hyödykkeistä. Aikakauslehtiä myyvässä yrityksessä haastateltavan mukaan elinkeinonharjoittajat esittelevät kyllä tuotteitaan ja kertovat mistä ovat, sekä kaikki myyntitilanteeseen liittyvät tiedot. Kun taas yritykset, joiden myynti keskittyy esimerkiksi sukkiin tai vitamiineihin eivät välttämättä kerro kaikkia yksityiskohtia, joita asiakkaan tulisi tietää harkitessaan hyödykkeen ostamista.

5.3.2 Sopimuksen kesto tiedon kertominen

Haastateltavalta kysyttiin aikakauslehtitilauksen kestosta. Kuluttajan mukaan elinkeinonharjoittajat tarjoavat hyödykettä ”määräaikaisena ja halpana hyödykkeenä”. Puhelun lopussa selviää kyseessä olevan jatkuva tilaus. Asiakkaan täytyy ensimmäisen jakson päätteeksi irtisanoa tilaus itse tai muuten tilaus jatkuu ja asiakkaan maksettava hinta nousee.

5.3.3 Jälkivahvistaminen

Seuraavaksi haastattelutilanteessa kysyttiin jälkivahvistamisesta. Haastateltavalta tiedusteltiin toiko myyjä itsenäisesti jälkivahvistamisen esille ja avattiinko asiakkaalle, että mitä se tarkoittaa? Toiko myyjä aiheen esille puhelussa vai pitikö asiakkaan ymmärtää kysyä asiasta?

Haastateltava tällä kertaa tilasi kaksi aikakauslehteä ja molempien tilausten kohdalla myyjä oli toiminut lainsäädännön mukaisesti ja lähettänyt tarjouksen jälkivahvistamisen tekstiviestillä. Yleensä haastateltava vastaa myyntipuheluihin ei kiitos ja katkaisee puhelun.

5.3.4 Jälkivahvistuksen lähettäminen

Tässä kohdassa palattiin takaisin jälkivahvistamiseen. Haluttiin selvittää millä tavalla vahvistusmenettely lähetettiin asiakkaalle, kirjallisessa vai sähköisessä muodossa? Tiedusteltiin haastateltavan mielipidettä vastauksen käyttämisestä todisteena säilyvästä ja muuttumattomasta vastauksesta. Olisiko jälkivahvistusmenettelyn pitänyt mennä hänen mielestään eri tavalla. Haastateltava kertoi, puhelun jälkeen saaneensa tekstiviestin, johon vastattiin K (kyllä) tai E (ei). Haastateltavalle tämä oli selkeää. Se, miten kyseinen tekstiviesti säilyy kuluttajilla, on haastateltavan mielestä asia erikseen. Haastateltava kertoi, että hänellä kyseinen tekstiviesti säilyy.

5.3.5 Tilausvahvistus

Kiinnostuksen kohteena oli tilausvahvistus, joka lähetetään kuluttajille tilauksen jälkeen. Selvitettiin haastateltavalta, kerrottiinko tilausvahvistuksessa samat kohdat kuin puhelussa. Haastateltava oli saanut sähköpostitse tilausvahvistuksen, jossa tilaus vahvistettiin ja kerrottiin hyödykkeestä, hinnasta, sopimuksen keskeyttämisestä ja laskuttamisesta.

5.3.6 Mietteet myyntitilanteesta ja myyntipuhelun jälkeen

Haastateltavalta tiedusteltiin hänen mielteitään myyntipuheluista. Oliko kaikki hänelle selvää vai jättikö myyjä kohtia avoimiksi? Haastateltava kertoi, että puheluista ei jäänyt kysymyksiä ja puhelut olivat menneet hyvin. Hän on kertomansa perusteella ymmärtänyt kaikki asiat, joita hänelle kerrotaan. Hän osasi myös vastata vahvistusmenettelyyn.

Haastateltavan mielipidettä myyntitilanteesta selvitettiin. Menikö kaikki niin kuin piti vai olisiko jotain pitänyt tehdä toisella tavalla? Haastateltavalle jäi hyvä tunne myyntitilanteista, jotka päättyivät ostamiseen. On ollut myös toisenlaisia tilanteita, joissa myyjä saattaa

hermostua kuluttajalle, joka ei tilaa tuotteita tai kuuntele esitettävää tarjousta. Kyseiset elinkeinonharjoittajat ovat haastateltavan mukaan hyökkäviä ja päällekkäviä.

5.3.7 Kommentit jälkivahvistamisen toimittamiseen asiakkaalle

Seuraavaksi haastateltavalta selvitettiin, onko hänellä antaa palautetta kuluttajan näkökulmasta yrityksen jälkivahvistamisen ja tilausvahvistuksen toimittamiseen? Kyseinen jälkivahvistamistapa sopii haastateltavan mukaan nuorille ja keski-ikäisille. Kyseiset lähetystavat eivät kuitenkaan sovellu ikäihmisille, jotka eivät osaa käyttää puhelinta tai sähköpostia.

5.3.8 Parempi lähetystapa kuluttajille

Lopuksi perehdyttiin siihen, miten esimerkiksi senioriväestölle olisi helpompaa lähettää jälkivahvistus. Haastateltavan mielestä tämä on haastava kysymys. Paperipostia ei enää lähetetä, koska se on kallista. Haastateltava nosti myös uuden kysymyksen aiheeseen liittyen. Mikäli ikäihmiselle tarjotaan hyödykettä esimerkiksi aikakauslehtiä ja hän vastaa puhelinmyyntivaiheessa kyllä. Tämän jälkeen hänelle lähetetään tarjouksen jälkivahvistaminen tekstiviestillä, johon henkilö ei osaa vastata. Katsotaanko tilaus voimassa olevaksi puhelintallenteen perusteella vai raukeaako tarjous, koska henkilö ei vastannut yrityksen lähettämään viestiin?

Kommentit kuluttajan vastauksista

Haastateltava toi uusia näkökulmia aiheeseen. Hän toi esille, milloin katsotaan tarjouksen olevan voimassa? Astuuko se voimaan puhelinkeskustelun perusteella vai raukeaako se, jos kuluttaja ei tee jälkivahvistusta? Periaatteessa sopimus ei ole voimassa, koska kuluttaja ei ole hyväksynyt pysyvällä tavalla lähetettyä tarjousta, kuten (Kuluttajansuojalaki 38/1978 6:12 a §) pykälässä kerrotaan. Kyseisessä kohdassa ei kuitenkaan oteta kantaa tilanteeseen, jossa kuluttaja ei vastaa mitään. Katsotaanko kuluttajan silloin kieltäytyneen tarjouksesta vai onko tilaus voimassa puhelun perusteella? Puhelussa kuluttaja on kuitenkin hyväksynyt alustavasti tarjouksen.

Haastateltavan kertomat kokemukset vahvistavat ajatusta, että kaikki yritykset eivät edelleenkaan huomioi tarjouksen jälkivahvistamisen lähettämistapaa erilaisten asiakkaiden näkökulmasta. Yritysten tulisi ottaa huomioon, että välttämättä kaikilla kuluttajilla ei ole edellytyksiä vastata tarjouksen jälkivahvistamiseen sähköisesti. Tällöin tulisi esimerkiksi lähettää tarjous ja tilausvahvistus postitse, jotta kaikilla olisi samanlainen mahdollisuus ostaa hyödykkeitä. Elinkeinoharjoittajien ajattelutapana ei saisi olla, että nykypäivänä kaikilla on edellytykset sähköiselle vastaamiselle.

Haastattelun perusteella haastateltava oli tyytyväinen ostoprosesseihinsa eikä hänellä ollut huonoja kokemuksia kahden mainitun aikakauslehden ostamisprosesseihin liittyen. Hänellä oli huonompia kokemuksia esimerkiksi sähkönmyyntitilanteista. Myyjät eivät saisi toimia hyvän asiakaspalvelutavan vastaisesti tai osoittaa asiakkaalle turhautumistaan. Elinkeinonharjoittajien pitäisi pysyä neutraaleina jokaisessa myyntitilanteessa. Kuluttajat huomaavat heti, mikäli heille yritetään pakolla myydä hyödykettä. Myyjien tulisi toimia työssään rauhallisesti ja asiallisesti sekä yrittää saada kuluttaja kiinnostumaan hyödykkeestä puhelun aikana.

Kokonaisuudessaan haastattelusta saatiin kuluttajan näkökulma tilanteeseen. Haastattelun perusteella voidaan sanoa puhelinmyynnin riippuvan täysin kuluttajasta. Mikäli asiakas tietää jotain puhelinmyynnin tavoitteista niin on helppo vertailla erilaisia puhelinmyyjiä. Haastattelutilanteesta saatiin lisää ajateltavaa aiheeseen liittyen ja uuden näkökulman. Haastattelu oli onnistunut ja kuluttaja vastasi jokaiseen kysymykseen.

Haastateltavalta kysyttiin jälkikäteen, että minkälaisen jälkivahvistuksen hän sai. Asiakkaan piti vastata tekstiviestiin, joissa on kerrottu perustiedot tilauksesta: mikä lehti on kyseessä, tilauksen alkamisen päivämäärä, tilauksen kesto ja hinta. Mahdollisesti on kerrottu tilauslahjasta ja jos asiakkaalla on mahdollisuus saada lisäkuukausia tilaukseensa. Tässä tapauksessa tarjottiin kahta lisäkuukautta. Lopuksi asiakasta pyydettiin vastaamaan tarjoukseen. Tällöin asiakas on hyväksynyt yrityksen tarjouksen vastaamalla tekstiviestiin K = kyllä ja hänen tilauksensa tulee voimaan. Asiakas on itse vastuussa tilauksen perumisesta.

Tekstiviestissä ei suoraan kerrottu peruutuksesta tai tilaushinnan kallistumisesta tarjousjakson jälkeen. Jokaisen yrityksen tulisi pohtia jälkivahvistusmenettelyään. Kysytäänkö tilaajilta etukäteen sopivinta tarjouksen lähettämistapaa vai toimitaanko kaikkien asiakkaiden kohdalla tietyllä tavalla. Tilausvahvistuksen lähettäminen on toinen asia, jota kannattaa pohtia. Osaako asiakas käyttää sähköpostia ja onko hänellä edes sitä.

5.4 Puhelinmyyntitilanteeseen liittyvä oikeustapaus

Kilpailu- ja kuluttajaviraston tiedotteessa vuodelta 2023 kuluttaja-asiamies haluaisi viedä luontaistuotteita myyvän yrityksen markkinaoikeuteen, koska kyseisessä yrityksessä on jatkettu aggressiivista ja harhaanjohtavaa puhelinmyyntiä. Saman tapauksen edellisessä käsittelyssä vuonna 2021 yritys oli luvannut parantaa myyntitapaansa, mutta ei kuitenkaan ollut tehnyt sitä vaan jatkanut samanlaista toimintaa. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2023.)

Tiedotteen mukaan kyseinen yritys on markkinoinut tuotteitaan kuluttajille ”kiitoslahjoina” ilmoittamatta kyseessä olevan toistaiseksi voimassa oleva sopimus tai myyntitilanne. Myyntipuhelussa kuluttajille annettiin harhakäsityksenä oletus, että kyseessä on yksittäinen

tuotelähetys. Puheluissa on kerrottu kuluttajille kyselystä, jonka palkinto kyseinen tuotepaketti on. Eli myyntitilannetta markkinoitiin asiakaskyselynä ja myytävää tuotetta sen palkintona. Yritys on jatkanut tuotteen myyntiä, vaikka asiakas on ilmaissut selkeästi kieltäytyvänsä tarjouksesta. Kuluttajalle ei ole selkeästi kerrottu kyseessä olevan jatkuva tilaus ja maksullisia paketteja lähetetään monta eikä vain yhtä puhelussa kerrottua kappaletta. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2023.)

Ennen puhelinmyynnin uudistusta kyseinen yritys oli vuonna 2021 samasta syystä ensimmäisen kerran tekemisissä Kilpailu- ja kuluttajaviraston kanssa. Tällöin yritys kertoi kilpailu- ja kuluttajavirastolle muuttavansa tapaansa ja päättivät tulevaisuudessa kertoa asiakkaille kaiken jatkuvaan sopimukseen liittyvän, hinnat ja ehdot. Tuotteita ei lähetetä ilman tilausta. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2021.) Yritys ei kuitenkaan noudattanut antamia sitoumuksia, jonka vuoksi se oli jälleen samanlaisessa tilanteessa. Yrityksen olisi pitänyt pystyä parantamaan myyntitapaansa, mutta se jatkoi samanlaista toimintaa kuin ennen.

5.4.1 Ratkaisu oikeustapaukseen liittyen

Yrityksessä käytetään edelleen kuluttajasuojalainsäädännön aggressiivista menettelyä. *Aggressiivisena menettelynä pidetään häirintää, pakottamista ja muuta sellaista kuluttajan painostamista, joka on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman painostamista olisi tehnyt.* (Kuluttajasuojalaki 38/1978 2:9.2 §.) Yritys markkinoi tuotteitaan puhelinmyynnissä aggressiivisella tavalla. Se on vastoin kyseisen pykälän säädäntöä, jonka mukaan markkinoinnissa tai asiakaspalvelussa ei saa käyttää aggressiivista menettelyä. Mikäli yritys on painostanut kuluttajan ostamaan hyödykkeen eikä lopeta myyntitilannetta asiakkaan pyynnöstä huolimatta niin puhelinmyyntitilanteessa on toimittu virheellisesti.

5.4.2 Ratkaisun selvittäminen

Kuluttajasuojalainsäädännön 6:9 pykälässä on kerrottu kohdat, jotka elinkeinonharjoittajan on annettava kuluttajalle ennen sopimuksen tekemistä. Kyseisessä pykälässä kerrotaan, että kuluttajalle täytyy kertoa *kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida laskea etukäteen, hinnan määrittymisen perusteet sekä tarvittaessa tieto siitä, että hinta on määritelty yksilöllisesti automaattisen päätöksenteon perusteella;* (Kuluttajasuojalaki 38/1978 6:9.6 §).

Yrityksen ei olisi pitänyt kyseisen pykälän perusteella markkinoida tuotteitaan vain palkintona kyselyyn osallistumisesta. Mikäli yritys olisi toiminut oikean myyntitavan mukaisesti, heidän olisi pitänyt kertoa asiakkaalle tiedot totuuden mukaisesti heti alussa, että kyseessä

on myyntitilanne ja jatkuva sopimus. Heidän olisi pitänyt kertoa kyseessä olevan ensin ko-keilujakso, mutta sen jälkeen sopimus jatkuu toistaiseksi voimassa olevana sopimuksena. Kuluttajille ei saa markkinoida tuotteita tai palveluita aggressiivisella menettelytavalla vaan hyvää myyntitapaa noudattaen.

5.4.3 Kyseisen tapauksen ratkaisu vuoden 2023 alun jälkeen

Nykyisen kuluttajansuojalainsäädännön mukaisesti aggressiivisella myyntitavalla ei enää voida toimia, koska nykyisin puhelinkeskustelussa kerrotaan pelkästään tarjous myytävästä hyödykkeestä. Kyseisen tarjouksen perusteella kuluttajalle lähetetään jälkivahvistus, jossa tarjous on kerrottu samalla tavalla kuin puhelussa ja kuluttajalla on mahdollisuus kieltäytyä siitä. Eli mikäli puhelussa kuluttaja on painostettuna joutunut alustavasti suostumaan tarjoukseen, niin hänellä on jälkivahvistuksen kohdalla mahdollisuus vielä kieltäytyä tarjouksesta.

Viimeistään jälkivahvistuksessa huomataan puhelussa kerrotun tarjouksen olleen kyseenalainen. Kuluttajien kannattaa tarjousta pohtiessaan kysyä myös läheistensä kantaa asiaan ennen päätöstään.

5.4.4 Oikeanlainen lopputulos

Vuonna 2021 kyseisellä taktiikalla on pystytty kuluttajalle tuotteet markkinoitua ja myytyä, mutta kyseinen tapa ei toiminut enää vuoden 2023 alun jälkeen. Kuluttajalla on jälkivahvistuksen aikana mahdollisuus olla hyväksymättä tarjousta. Tällöin kuluttajaa ei sidota sopimukseen ilman omaa tahtoaan.

Elinkeinonharjoittajan olisi hyvän menettelytavan mukaisesti pitänyt olla kuluttajalle rehellinen ja kertoa kyseessä olevan jatkuva sopimus. Kuluttajalle olisi pitänyt kertoa, että kyseessä ei ole mikään kertamaksu ja lahja vaan toistaiseksi voimassa oleva sopimus. Kuluttajia olisi pitänyt informoida hintaan liittyen. Kuluttajaa ei olisi pitänyt painostaa ja erehdyttää ostamaan tuotteita mitä hän ei halua eikä tarvitse. Kuluttajalle olisi pitänyt markkinoida tuotetta hyvällä myyntitavalla ei aggressiivisesti. Kyseiset puhelinmyynnin uudistukset vähensivät tällaisia tapauksia.

5.5 Puhelinmyynnin muutokset

Puhelinmyynti on selkeästi muuttunut vuoden 2023 alussa. Elinkeinonharjoittajien myyntitapa on muuttunut täysin. Kyseinen uudistus on saanut aikaan sen, että elinkeinonharjoittajien täytyy pohtia tarkemmin, millä tavalla he haluavat asiakkaalta jälkivahvistuksen tarjoukseen. Elinkeinonharjoittajien on pohdittava, miten tarjous voidaan lähettää pysyvällä

tavalla kuluttajille. Elinkeinonharjoittajilla on enemmän haasteita toimiessaan lainsäädännön mukaisesti.

Lainsäädännön uudistuksesta hyötyvät eniten kuluttajat. Heillä on mahdollisuus kieltäytyä tarjouksen vahvistamisen yhteydessä sopimuksesta. Kuluttajat saavat enemmän aikaa perehtyä puhelun tarjoukseen selkeämmässä muodossa. Digitaalisessa muodossa oleva tarjous voi muodostua ongelmaksi joillekin kuluttajille. Heillä ei ole välttämättä mahdollisuutta vastata sähköisessä muodossa tulleeseen vahvistukseen. Kyseinen tapa voi vähentää potentiaalisia ostajia. Heillä ei välttämättä ole taitoa avata sähköisessä muodossa tullutta jälkivahvistusta tai heillä on jokin ymmärtämistä rajoittava tekijä. Tällöin elinkeinonharjoittajien on lähetettävä asiakkaalle jälkivahvistus toisella tavalla, jolloin kuluttajalla on mahdollisuus vastata.

Kokonaisuudessaan jälkivahvistus on hyvä asia kuluttajille, koska heillä on mahdollisuus tarjouksen hylkäämiseen. Kuluttajia ei pysty samalla tavalla harhauttamaan myyntitilanteessa. Elinkeinonharjoittajat voisivat pohtia kysymystä, mikäli kuluttaja on puhelimesta hyväksynyt tarjouksen, mutta ei pysty vastaamaan jälkivahvistukseen. Noudatetaanko tällöin tarjouksen hyväksymistä puhelimesta vai eikö tarjous tule voimaan, koska ei osata vastata jälkivahvistus vaiheessa. Tähän vastaukseen ei saada suoranaista vastausta pelkästään lainsäädännön avulla, mutta se voisi olla hyvä ajatuksia herättävä aihe elinkeinonharjoittajille. Puhelinmyynnin muutokset ovat olleet odotettu asia kuluttajille. Heidän velvollisuutensa puhelinmyyntiin lisääntyvät. He pystyvät pohtimaan tarjoukseen liittyvää päätöstään rauhassa.

Uudistukset antavat elinkeinonharjoittajille mahdollisuuden myydä tuotteita ilman ongelmia. Yrityksen on tarjottava hyödykkeitä kuluttajille hyvällä markkinointitavalla ja ilman aggressiivisuutta. Elinkeinonharjoittajan on oltava rehellinen markkinoidessaan hyödykettä. Mikäli elinkeinonharjoittaja noudattaa lainsäädäntöä niin heillä ei ole ongelmia myyntitavassaan.

Kyseisen uudistuksen on toivottu poistavan ongelmat kuluttajien ymmärtämiseen liittyen. Lainsäädännön muutokset hyödyttävät molempia osapuolia. Kuluttaja saa täysin saman tarjouksen myös kirjoitetussa muodossa. Tämä antaa kuluttajille mahdollisuuden tarkastella tarjousta uudesta näkökulmasta.

Uudistus puhelinmyynnissä on hyväksi, koska kuluttajilla on erilaisia ja usein negatiivisia mielipiteitä puhelinmyynnistä. Puhelinmyynti on ollut vapaata toimintaa ilman rajoittavampaa lainsäädäntöä. Puhelinmyynnissä elinkeinonharjoittajat ovat pystyneet toimimaan vapaasti. Uudistuksen pohjalta elinkeinonharjoittajien täytyi pohtia tilannetta uudesta näkökulmasta. Heidän täytyi muuttaa myyntitapaansa, jotta hyödykkeet saadaan myytyä hyvällä ja

kestävällä myyntitavalla. Jälkivahvistus on tehtävä kuluttajille mahdollisimman helpoksi, jotta suurempia ongelmia ei tulisi.

6 Yhteenveto

Yhteenvetona uudistukset kuluttajansuojalainsäädäntöön ja etenkin puhelinmyyntiin ovat olleet odotettuja ja tarpeellisia. Niillä on pyritty vaikuttamaan elinkeinonharjoittajien toimintaan puhelinmyynnissä. Kuluttajilla on kuluttajansuojalainsäädännön muutoksien perusteella mahdollisuus vaikuttaa itse siihen hyväksyvätkö he sopimuksen ilman aikapainetta ja pakollista vastaamista. Tämä helpottaa kuluttajia ymmärtämään, että he voivat rauhassa pohtia vastaustaan elinkeinonharjoittajalle ja perehtyä tarjoukseen kunnolla. Tämä on suurin muutos verrattuna puhelinmyyntiin ennen uudistuksia.

6.1 Tutkimuksen selvitykset

Tutkimuksen perusteella puhelinmyyntikiellon kanssa on haasteita, joihin pitäisi perehtyä ja pohtia molempia osapuolia hyödyttäviä keinoja. Puhelinmyyntikiellot kaikille puhelinmyyjille pitäisi tulevaisuudessa saada samasta palvelusta. Järkevämpää on kuitenkin tässä vaiheessa selvittää mitä nykyisillä muutoksilla saadaan aikaan ja pohtia myöhemmin kieltokäytäntöä. Kyseinen puhelinmyyntikielto ja uudet kieltosovellukset voisi olla hyvä jatkotutkimusaihe jollekin toiselle opinnäytetyölle.

Tutkimuksen ja kuluttajan haastattelun perusteella voidaan sanoa, että elinkeinonharjoittajilla on edelleen paljon pohdittavaa jälkivahvistamiseen ja sen menetelmään liittyen. Elinkeinoharjoittajien työhön on tehty suuria muutoksia, ja heidän on pitänyt sopeutua tilanteeseen sekä miettiä jälkivahvistamista kuluttajien osalta. Heidän täytyi ajatella sopivinta jälkivahvistamistapaa jokaisen kuluttajan osalta.

Elinkeinonaan puhelinmyyntiä harjoittaville yrityksille tilanne on tullut uutena ja selvästikään sen parissa työskentelevät yritykset eivät olisi halunneet jälkivahvistusmenettelyä puhelinmyyntiin. Heille nämä muutokset ovat aiheuttaneet paljon työtä sekä vanhat menettelytavat on pitänyt muokata uudelleen. Yksikään myyntitilanne ei enää tapahdu ainoastaan puhelimen välityksellä. Elinkeinoharjoittajat pelkäävät, että heidän täytyy vähentää omaa henkilöstöään, koska liikevaihtoa ei välttämättä tule enää kuten ennen. Elinkeinoharjoittajilla ei välttämättä ole myöskään resursseja yrittää muodostaa uutta puhelinmyyntitapaa.

6.2 Tutkimuksen tulokset

Tutkimuksen tuloksina voidaan sanoa, että suurimmat uudistukset ovat tapahtuneet myyntitavassa. Ennen lainsäädännön muutoksia puhelinmyyntitilanne on ollut puhelinmyyjille helpompaa. Heidän tarvitsi puhelun aikana ainoastaan keskittyä hyödykkeen myyntiin ja

markkinointiin. Puhelinmyyjien ei tarvinnut keskittyä mihinkään muuhun kuin puhelussa käytävään myyntitilanteeseen.

Muutosten jälkeen tilanne on nyt täysin päin vastainen. Puhelussa tapahtuu vain tarjouksen kertominen, mutta sen perusteella ei tehdä voimassa olevia sopimuksia. Suurin puhelinmyyntiin tehty uudistus on tarjouksen jälkivahvistaminen. Tämä uudistus on suurin muutos, joka puhelinmyynnissä on tapahtunut.

Jälkivahvistamiseen on jätetty lainsäädännössä sovellettavia kohtia. Niiden perusteella voidaan ymmärtää, että elinkeinonharjoittajat saavat itse soveltaa voimassa olevaa lainsäädäntöä. Kuluttajansuojalainsäädännössä käy kuitenkin ilmi, että tarjouksen täytyy olla kirjallisessa muodossa joko sähköisessä tai paperisessa. Säädännössä on kerrottu jälkivahvistamisen sisällöstä.

Teoriaosuudessa on selvitetty lainsäädännön muutosten tausta ja miksi muutokset on tehty. Voidaan sanoa, että puhelinmyynnin parissa työskentelevät eivät ole mielissään muutoksista. Heidän suurin pelkonsa selkeästi on, että muutosten myötä puhelinmyyntiala kärsii ja heidän on tehtävä esimerkiksi henkilöstössään muutoksia. Tämä on tuotu asiantuntijalauseunoissa esille. Teoriaosuuden perusteella myös muutosten kannattajia on selkeästi olemassa. Muutokset nähdään hyödyllisinä etenkin vajaavaltaiten kuluttajien näkökulmasta sekä eettiseltä katsantokannalta.

6.3 Tulosten tulkintaa

Puhelinmyynnin uudistuksilla on pyritty vähentämään puhelinmyynnin ongelmia. Ongelmatilanteet syntyvät, kun kuluttajille myydään puhelun aikana hyödyke ilman, että kuluttaja ymmärtää kyseessä olevan myyntitapahtuma. Uudistuksilla on haluttu ehkäistä aggressiivista puhelinmyyntitapaa, jota puhelinmyyjät ovat käyttäneet ennen lainsäädännön uudistusta. Kyseiset tilanteet vähenevät uudistusten perusteella, koska kuluttajat saavat enemmän tietoja puhelinmyynnistä ja ymmärtävät omia oikeuksiaan. Viimeistään tarjouksen jälkivahvistusvaiheessa he pohtivat tarjousta tarkemmin.

Puhelinmyynnin uudistuksilla on haluttu saada kuluttajat ymmärtämään, että puhelinmyynti ei välttämättä ole negatiivinen ja paha asia. Asiakkaat tekevät ostopäätöksensä myyntipuhelun sekä kirjallisessa muodossa olevan tarjouksen perustella. Asiakas ei ole velvollinen sitoutumaan puhelinmyyntisopimukseen, vaikka hän olisi puhelun aikana hyväksynyt tarjouksen. Hänen täytyy tehdä lopullinen päätös vasta tarjouksen jälkivahvistamisessa. Mikäli kuluttaja kieltäytyy tarjouksesta niin hän ei ole velvoitettu sopimukseen.

Puhelinmyynnin muutokset ovat helpottaneet kuluttajia ymmärtämään omia oikeuksiaan puhelinmyynnissä. He ovat saaneet enemmän aikaa pohtiakseen tarjousta selkeässä muodossa. He ovat pystyneet pohtimaan yhdessä tuttaviansa kanssa heille lähetettyä tarjousta.

Elinkeinonharjoittajille muutokset ovat olleet vaikeampia ymmärtää. Heidän on täytynyt muodostaa yhteinen käytäntö yritykseen, jota kaikkien työntekijöiden on noudatettava. Heille on kuitenkin uudistuksista myös hyötyä, koska se vähentää alaan kohdistuvaa kritiikkiä. Mikäli elinkeinonharjoittajat noudattavat lainsäädäntöä niin heidän työnsä helpottuu ja he saattavat saada jopa kehuja työstään.

Kokonaisuudessaan muutokset hyödyttävät koko puhelinmyyntialaa. Niiden avulla voidaan rauhassa keskittyä puhelinmyyntiin ja noudattaa lakia. Mikäli elinkeinonharjoittajat toimivat muutoksia noudattaen niin myös kuluttajat ovat tyytyväisiä. Lainsäädännön avulla on halettu parantaa kuluttajien suojaa puhelinmyynnissä Euroopan Unionin direktiivin mukaisesti.

6.4 Tulevaisuuden näkymät ja tilanne nyt

Kuluttajaliiton artikkeli (Kuluttajaliitto.) tiivistää hyvin sen, mitä mieltä kuluttajat ovat puhelinmyynnistä.

Kuluttajaliiton artikkelissa on kerrottu puhelin- ja kotimyyntien ongelmista, joita ovat:

- painostavat myyntitavat
- puutteet tietojen antamisessa
- epäselvät laskutus- ja tilaustiedot

Samassa artikkelissa on kerrottu Kilpailu- ja kuluttajaviraston tekemästä tutkimuksesta kuluttajien myyntikokemuksista. Vastaajista suurin osa on sitä mieltä, että puhelinmyynti on häiritsevää sekä liian painostavaa.

Kuluttajaliitto on tuonut artikkelissa esille sen kannan, onko kirjallinen vahvistus riittävä poistamaan ongelmia. Se ei estä ei-toivottua puhelinmyyntiä. Kyseisessä artikkelissa paras malli olisi ollut Opt in -malli, koska sen perusteella puhelinmyyntiä voidaan kohdentaa vain tiettyihin kuluttajiin.

Kyseisen artikkeli toi esille myös sen onko kirjallinen vahvistus yksinään riittävä ehkäisemään puhelinmyyntiä ja häiritsevää puhelinmyyntiä. Pitäisikö olla jokin toinen tapa myös kirjallisen vahvistamisen lisäksi. Tätä samaa käsitystä vahvistaa myös uutinen, joka on julkaistu kaikissa Suomen paikallislehdissä, esimerkkinä (Virtanen, Etelä-Saimaa 2023.) Kyseisessä artikkelissa kerrotaan, että on edelleen harhaanjohtavaa puhelinmyyntiä, jonka perusteella kuluttajat ottavat yhteyttä.

Kyseisen artikkeli todistaa, että vaikka uudistuksia tehdään, voi olla silti hankalaa ymmärtää lainsäädäntöä. Samaa toimintatapaa jatketaan, vaikka lainsäädäntö on muuttunut. Artikkelin perusteella vaikuttaa sitä, että on edelleen pohdittava uusia toimintatapoja puhelinmyyntiin tai kouluttaa elinkeinonharjoittajia vuoden 2023 alun lainsäädännön muutoksiin liittyen. Edellytykset ja teoria ovat kunnossa, mutta käytännön työtä pitäisi parantaa. Seurataan ensin, miten jälkivahvistus vaikuttaa puhelinmyyntiin ja mitä täytyy korjata tulevaisuudessa.

Puhelinmyynnin muutosten seuranta voisi olla aiheena jossain tulevassa opinnäytetyössä. Voisi selvittää, miten muutokset ovat toimineet puhelinmyynnin osalta ja kannattaisiko miettiä vielä jotain lisämuutoksia toimintaan vai ovatko kyseiset tehdyt toimenpiteet riittäviä. Voidaan tarkistella, että onko jälkivahvistaminen ollut riittävä muutos vai täytyykö rinnalle ottaa myös jokin toinen vahvistamistapa. Opinnäytetyön aiheena se voisi olla mielenkiintoinen, jotta saadaan selville, miten muutokset ovat toimineet. Yksi mahdollinen aihe voisi olla kotimyyntiin muutokset, joihin ei tässä opinnäytetyössä perehdytty ollenkaan. Myös kotimyynti on muuttunut ja olisi mielenkiintoista selvittää, että miten se on muuttunut verrattuna entiseen. Vai onko se muuttunut? Puhelinmyyntikiellot voisivat myös olla mielenkiintoinen opinnäytetyön aihe ja miten ne kannattaisi keskittää järkevästi.

Kyseisen aiheen perusteella voisi siis keksiä monia erilaisia aiheita, mutta kiinnostavin on juuri tuo puhelinmyynnin muutoksien tulevaisuus. Tässä opinnäytetyössä on käsitelty heti muutoksien teon jälkeistä aikaa, mutta tulevaisuus ja muutoksien paikkansa pitävyys kiinnostavat aina. Myös syksyllä 2023 on tehty lainsäädäntöön lisää muutoksia, joten ne olisivat kiinnostavia.

Lähteet

Direktiivi 2019/2161/EU. Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi neuvoston direktiivin 93/13/ETY ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivien 98/6/EY, 2005/29/EY sekä 2011/83/EU muuttamisesta unionin kuluttajansuojasääntöjen täytäntöönpanon valvonnan parantamisen ja nykyaikaistamisen osalta. Euroopan Unionin virallinen lehti 27.11.2019. Viitattu 31.12.2024, Saatavissa <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/ALL/?uri=CELEX%3A32019L2161>

Eduskunta. Hallituksen esitys HE 14/2022 vp. 2022. Viitattu 19.11.2023. Saatavissa https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/HallituksenEsitys/Sivut/HE_14+2022.aspx

Eduskunta. HE 14/2022 vp Valiokuntien asiantuntijalausunnot. Viimeksi julkaistu 16.11.2023. Viitattu 16.07.2023. Saatavissa https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/Kasittelytiedot/Valtiopaivaasia/Sivut/HE_14+2022_asiantuntijalausunnot.aspx

Juuso, K. 2020. Toimenpideoite TPA 5/2020 vp. Toimenpideoite puhelinmyyntiä koskevan lainkohdan muuttamisesta. Eduskunta. Viitattu 26.11.2023. Saatavissa https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/EduskuntaAloite/Documents/TPA_5+2020.pdf

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Aikakauslehtien etämyynti, markkinointi ja sopimusehdot. Päätös. 2020. Viitattu 08.06.2023. Saatavissa <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/aikakauslehtien-etamyynti-markkinointi-ja-sopimusehdot/>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Vitamiinien puhelinmyyntiä puutteellisin tiedoin – kuluttaja-asiamieheltä korjauslista Suomen vitamiinikeskukselle. Uutiskirjeartikkeli. 2021. Viitattu 24.10.2023. Saatavissa <https://www.kkv.fi/ajankohtaista/kuluttaja-asiamiehen-uutiskirje/vitamiinien-puhelinmyyntia-puutteellisen-tiedoin-kuluttaja-asiamiehelta-korjauslista-suomen-vitamiinikeskukselle/>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Kuluttaja-asiamies vie luontaistuotteiden lainvastaisen puhelinmyynnin markkinaoikeuteen. Tiedote. 2023. Viitattu 17.10.2023. Saatavissa <https://www.kkv.fi/ajankohtaista/tiedotteet/kuluttaja-asiamies-vie-luontaistuotteiden-lainvastaisen-puhelinmyynnin-markkinaoikeuteen/>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Ohjeistus puhelinmyyntiin liittyvistä velvoitteista. 2023. Viitattu 22.09.2023. Saatavissa <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-ohjeistukset/ohjeistus-puhelinmyyntiin-liittyvista-velvoitteista/#1.2>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Puhelinmyynti. Viitattu 20.07.2023. Saatavissa <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/puhelin-ja-kotimyynti/puhelinmyynti/>

Kuluttajaliitto. Puhelin- ja kotimyyntin sääntely uudistuu 1.1.2023 alkaen. Artikkel. Viitattu 22.07.2023. Saatavissa <https://www.kuluttajaliitto.fi/materiaalit/puhelin-ja-kotimyyntin-saantely-uudistuu-1-1-2023-alkaen/>

Kuluttajansuojalaki 38/1978, 6.luku [Kuluttajansuojalaki 38/1978 - Ajantasainen lainsäädäntö - FINLEX®](#)

Minilex. Kuluttajansuoja Puhelinmyynnissä Viitattu 06.06.2023. Saatavissa [Kuluttajansuoja puhelinmyynnissä - Minilex](#)

Laiho, M. 2022. Toimenpideoite TPA 8/2022 vp. Toimenpideoite puhelinmyynnin yhteydessä vaadittavasta kirjallisesta vahvistuksesta ja haavoittuvassa asemassa olevien erityisestä huomiosta. Eduskunta. Viitattu 26.11.2023. Saatavissa https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/EduskuntaAloite/Documents/TPA_8+2022.pdf

Lakivaliokunta. 2022. Valiokunnan lausunto LaVL 8/2022. Lakivaliokunta. Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi kuluttajansuojalain ja kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta sekä eräiksi muiksi laeiksi. Eduskunta. Viitattu 26.11.2023. Saatavissa https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/Lausunto/Documents/LaVL_8+2022.pdf

Laki sähköisen viestinnän palveluista 917/2014 Viitattu 07.08.2023. Saatavissa [Laki sähköisen viestinnän palveluista 917/2014 - Ajantasainen lainsäädäntö - FINLEX®](#)

Linnake, T. 2022. Puhelinmyyntiä rajoittava laki ei suojaa kiireessä tehdyltä puhelin- tai nettiliittymäostokselta- tässä syy. Artikkel. Viitattu 30.05.2023. Saatavissa <https://www.is.fi/digitoday/art-2000009246594.html>

Minilex. Kuluttaja-asiamies ja puhelinmyynti. Viitattu 18.06.2023. Saatavissa <https://www.minilex.fi/a/kuluttaja-asiamies-ja-puhelinmyynti>

Muistiliitto ry. Suomu, K. Toiminnanjohtaja. Eduskunnan Talousvaliokunnalle HE 14/2022. 2022. Lausunto hallituksen esityksestä eduskunnalle laeiksi kuluttajansuojalain ja kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta sekä eräiksi muiksi laeiksi. Viitattu 08.07.2023. Saatavissa <https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/JulkaistuMetatieto/Documents/EDK-2022-AK-18513.pdf>

MTV-uutiset. Puhelinmyyntiin muutos vuodenvaihteessa: ”Ehkäisee tapauksia, joissa sopimus syntyy tuputtamisen tai väärinkäsityksen takia. Artikkel. 2022. Viitattu 15.08.2023. Saatavissa <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/puhelinmyyntiin-muutos->

Liite 1: Elinkeinonharjoittajan velvollisuudet puhelussa ja sen jälkeen

Elinkeinonharjoittajan velvollisuudet puhelun aikana: (Kilpailu- ja kuluttajavirasto Ohjeistus puhelinmyyntiin liittyvistä velvoitteista 2023a.)

- Kerrotaan myyjän ja yrityksen nimet
- Annetaan tuotteesta/palvelusta ennakkotiedot esimerkiksi tuotteen tiedot, mahdollinen hinta-arvio, tuotteen pääominaisuudet, sopimuksen tiedot, mahdolliset peruutustiedot
- Elinkeinonharjoittajan on kerrottava asiakkaalle sopimuksen jälkivahvistuksesta
- Myyjän on kerrottava asiakkaalle rehellisesti kaikesta kuluttajan ostopäätökseen vaikuttavista tekijöistä
- Myyjän on myyntipuhelun aikana käytettävä hyvän tavan markkinointia, joten hänen on oltava ystävällinen ja hyvä asiakaspalvelija. Myyjä ei saa olla aggressiivinen tai painostava, hän ei saa olla kuluttajalle harhaanjohtava ja kertoa vääriä tietoja

Elinkeinonharjoittajan velvollisuudet puhelun jälkeen:

- Myyjän on myyntipuhelun jälkeen toimitettava kuluttajalle tarjous
- Tarjous on toimitettava vasta myyntipuhelun jälkeen, koska muuten kuluttaja voi olla epätietoinen sen sisällöstä
- Tarjous on toimitettava kuluttajalle pysyvässä muodossa. Tarjous on toimitettava kirjallisessa tai sähköisessä muodossa
- Tarjouksessa on kerrottava kaikki samat asiat kuin myyntipuhelussa. Siitä ei saa jättää mitään pois. Tarjouksessa on kerrottava esimerkiksi perustiedot, palautusehdot ja sopimusta koskevat ehdot
- Tarjouksessa on selkeästi mainittava, että kuluttajan ei ole velvollinen mihinkään ja hänellä on mahdollisuus kieltäytyä sopimuksesta

Liite 2. Kuluttajan velvollisuudet ja oikeudet

Myyntipuhelussa:

- Kuluttajalla on velvollisuus seurata, että puhelinmyyjä kertoo hänelle tuotetta ja sopimusta koskevat ehdot.
- Kuluttajalle on kerrottava tiedot sopimukseen liittyen. Hänellä on oikeus tietää myyjän ja yrityksen tiedot. Tämä tieto helpottaa kuluttajaa paremmin ymmärtämään, että kyseessä on myyntipuhelu.
- Kuluttajan on ymmärrettävä myyntipuhelun aikana, mikä on markkinoitava hyödyke ja markkinointitapa. Onko jotain, joka kuluttajalle jää epäselväksi puheluun liittyen.
- Kuluttajalla on oikeus ja velvollisuus selvittää hänelle epäselvät kohdat myyntipuhelussa. Kuluttajalla on oikeus tietää vastaukset häntä mietityttäviin kohtiin.

Myyntipuhelun jälkeen:

- Myyntipuhelun jälkeen kuluttajan on oltava tarkkana, että elinkeinonharjoittaja lähettää hänelle kirjallisen tarjouksen pysyvässä muodossa, joka hänellä on mahdollisuus saada helposti avatuksi
- Kuluttajalla on velvollisuus tarkistaa, että tarjous on samanlainen kuin myyntipuhelussa kerrottu. Kyseisessä tarjouksessa täytyy olla samat tiedot kuin myyntipuhelussa, mutta kirjallisessa muodossa
- Kuluttajalla on vastuu ilmoittaa elinkeinonharjoittajalle, mikäli elinkeinonharjoittaja on toiminut eri tavalla kuin luultiin
- Kirjallinen vahvistus antaa kuluttajalle mahdollisuuden tutustua rauhassa hänelle ehdotettuun sopimukseen
- Kuluttajan on annettava hyväksyminen pysyvässä ja kirjallisessa muodossa