



# Kulutusluotot pääkaupunkiseudun 18-29 vuotiaiden nuorten aikuisten keskuu- dessa

Egzona Latifi Thaci

2024 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

**Kulutusluotot pääkaupunkiseudun  
18-29 vuotiaiden nuorten aikuisten keskuudessa**

Egzona Latifi Thaci  
Liiketalouden tutkinto  
Opinnäytetyö  
09, 2024

Kulutusluotot pääkaupunkiseudun 18-29 vuotiaiden nuorten aikuisten keskuudessa

|       |      |           |    |
|-------|------|-----------|----|
| Vuosi | 2024 | Sivumäärä | 48 |
|-------|------|-----------|----|

---

Tämä opinnäytetyö tutkii 18-29-vuotiaiden nuorten aikuisten kulutusluottojen käyttöä Helsingin, Espoon ja Vantaan alueella, joka muodostaa Suomen tiheimmin asutun ja taloudellisesti aktiivisimman alueen. Tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää, miksi nuoret aikuiset turvautuvat kulutusluottoihin, mistä syystä, sekä millaisia vaikutuksia kulutusluottojen käytöllä on heidän taloudelliseen tilanteeseensa ja yleiseen hyvinvointiinsa.

Työ keskittyy tarkastelemaan kulutusluottojen roolia nuorten aikuisten taloudellisessa käyttäytymisessä ja analysoi niiden moninaisia vaikutuksia taloudelliseen vakauteen ja elämänlaatuun. Teoriaosuudessa käydään läpi kulutusluottojen eri tyyppejä ja niiden käyttötarkoituksia, jotta voidaan ymmärtää, millaisia lainoja nuoret useimmiten ottavat ja mihin tarkoitukseen niitä käytetään. Tutkimuksessa tarkastellaan myös kulutusluottojen yleistymistä ja niiden yhteiskunnallisia vaikutuksia, erityisesti nuorten aikuisten taloudelliseen asemaan ja velkaantumiseen liittyviä riskejä.

Tutkimusaineisto kerättiin verkkokyselyn avulla, johon osallistui 44 henkilöä. Kysely sisälsi yhteensä 16 kysymystä, jotka käsittelivät laajasti nuorten taloudellista tilannetta, kulutustottumuksia ja kulutusluottojen käyttöä. Kyselyn suunnittelussa ja toteutuksessa huomioitiin eettiset näkökulmat, jotta vastaajien anonymiteetti ja tietojen luotettavuus voitiin taata. Kaikki osallistujat osallistuivat kyselyyn vapaaehtoisesti, ja heille tarjottiin mahdollisuus vastata kysymyksiin anonymisti ja omassa tahdissaan.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että nuorten aikuisten kulutusluottokäyttäytymiseen vaikuttavat monet tekijät, kuten heidän taloudellinen tilansa, tulotasonsa ja yleiset kulutustottumuksensa. Tutkimus paljasti, että taloudellinen tilanne, joka ei salli suuria kertaluonteisia maksuja, sekä halu jakaa suuremmat hankinnat pienempiin, hallittavampiin eriin, ovat merkittäviä syitä siihen, miksi nuoret turvautuvat kulutusluottoihin. Lisäksi havaittiin, että vakituisessa työssä olevat nuoret käyttävät kulutusluottoja eniten, mikä viittaa heidän parempaan takaisinmaksukykyynsä ja siihen, että he pitävät luottoja turvallisena ja hallittavissa olevana ratkaisuna.

Tämä tutkimus tarjoaa arvokasta ja ajankohtaista tietoa pääkaupunkiseudun nuorten aikuisten kulutusluottokäyttäytymisestä. Se auttaa ymmärtämään, millaisia taloudellisia päätöksiä nuoret tekevät, miksi he tekevät niitä ja millaisia vaikutuksia näillä päätöksillä on heidän elämänsä ja hyvinvointiinsa.

Tulosten perusteella ehdotuksena on lisätä talouskasvatusta oppilaitoksissa, jotta taloudellinen osaaminen varmistuisi tulevaisuudessa. Talouskäyttäytymiseen ja kulutukseen vaikuttaa useita motiiveja, kuten tilanne-, välineellinen ja sisällöllinen motivaatio, jotka ovat keskeisiä prosessin ymmärtämiseksi ja ohjaamiseksi.

Asiasanat: kulutusluotto, kulutuskäyttäytyminen, pääkaupunkiseutu, velkaantuminen

The use of credit payments aged 18-29 in the capital metropolitan Area

|      |      |       |    |
|------|------|-------|----|
| Year | 2024 | Pages | 48 |
|------|------|-------|----|

---

This bachelor's thesis examines the use of consumer credit by young adults aged 18-29 in Helsinki, Espoo and Vantaa area, which is the most densely populated and economically active region in Finland. This thesis study is to understand why young adults use consumer credit, for what reason, and what effects consumer credit use has on their financial situation and general well-being.

It focuses on the role of consumer credit in young adults' financial behavior and analyses its multiple effects on financial stability and quality of life. The theoretical section provides a review of the different types of consumer credit and their purposes in order to understand, the types of loans young people take out most often and the purposes for which they are used. The study also examines the prevalence of consumer credit and its social impact, in particular the risks related to the financial situation and indebtedness of young adults.

The survey data was collected through an online survey, in which 44 people participated. The questionnaire contained a total of 16 questions covering a wide range of issues such as the financial situation of young people, their consumption habits and their use of consumer credit. The questionnaire was designed and implemented with ethical considerations to ensure the anonymity of respondents and the reliability of the data. All participants took part in the survey on a voluntary basis and were offered the opportunity to answer the questions anonymously and at their own pace. The results of the survey indicate that young adults' consumer credit behavior is influenced by several factors, including their financial situation, income level and general spending habits. The study revealed that the financial situation, which does not allow for large one-off payments, and the desire to break down larger purchases into smaller, more manageable items, are important reasons why young people resort to consumer credit. It was also found that young people in regular employment are the most frequent users of consumer credit, suggesting that they have a better ability to repay and that they perceive credit as a safe and manageable solution.

This study provides valuable and timely information on the consumer credit behavior of young adults in the Helsinki Metropolitan Area. It helps to understand the financial decisions young people make, why they make them and the impact of these decisions on their lives and well-being.

Based on the results, it is proposed to increase financial education in schools to ensure financial literacy in the future. Economic behaviors and consumption are influenced by several motivations, such as situational, instrumental and intrinsic motivation, which are key to understanding and guiding the process.

Keywords: consumer credit, consumer behavior, metropolitan area, debt

## Sisällysluettelo

|     |                                    |    |
|-----|------------------------------------|----|
| 1   | Johdanto .....                     | 6  |
| 2   | Kulutusluotto.....                 | 7  |
| 3   | Motiivit .....                     | 12 |
| 3.1 | Ostoprosessi.....                  | 16 |
| 3.2 | Kulutusluottojen vaikutukset ..... | 18 |
| 4   | Tutkimusmenetelmä .....            | 21 |
| 5   | Tutkimuksen tulokset .....         | 23 |
| 6   | Yhteenveto ja johtopäätökset ..... | 33 |

## 1 Johdanto

Kulutusluottojen käyttö on kasvanut merkittävästi viime vuosina ja velkaantuminen kasvaa kovaa vauhtia (Koskinen & Tuomikoski). Tämä opinnäytetyö tarkastelee kulutusluottojen käyttöä 18-29-vuotiaiden pääkaupunkiseudulla asuvien nuorten keskuudessa. Pääkaupunkiseutu, johon kuuluvat Helsinki, Espoo ja Vantaa, tarjoaa mielenkiintoisen ja monipuolisen ympäristön tutkia nuorten taloudellista käyttäytymistä. Tämän tutkimuksen taustalla on tarve ymmärtää paremmin nuorten aikuisten velkaantumista ja sen vaikutuksia heidän taloudelliseen ja yleiseen hyvinvointiinsa.

Kulutusluotot, tai erilaiset maksujärjestelyt, joita käytetään henkilökohtaisiin menoihin kuten ostoksiin, matkustamiseen tai elämisen kustannuksiin, ovat yleistyneet merkittävästi. Nuoret aikuiset, erityisesti 18-29-vuotiaat, ovat aktiivinen kuluttajaryhmä, joka hyödyntää kulutusluottoja monenlaisiin tarkoituksiin. Pääkaupunkiseudulla elinkustannukset ovat korkeammat kuin muualla Suomessa, mikä saattaa osaltaan johtaa nuoria käyttämään kulutusluottoja selvittääkseen arjen menoista. Lisäksi pääkaupunkiseudun laajat opiskelumahdollisuudet ja vilkas työmarkkina vetävät nuoria aikuisia, jotka saattavat olla taloudellisesti riippuvaisempia lyhytaikaisista luotoista.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa tietoa 18-29-vuotiaiden kulutusluottokäyttäytymisestä pääkaupunkiseudulla verkkokyselyn avulla. On tärkeää ymmärtää, miksi nuoret käyttävät kulutusluottoja, miten he hallitsevat velkaansa ja mitä vaikutuksia tällä on heidän taloudelliseen tilanteeseensa ja hyvinvointiinsa. Näillä tiedoilla voidaan myös lähteä tekemään suurempaa tutkimusta asian pohjalta. Ymmärrys kulutusluottojen käytöstä on olennaista useista syistä. Ensisijaisesti, se auttaa finanssilaitoksia ja lainanantajia kehittämään tuotteita ja palveluita, jotka estävät paremmin nuorten aikuisten velkaantumisen. Tieto on tärkeää nuorille itselleen, jotta he voivat tehdä tietoisia ja vastuullisia taloudellisia päätöksiä tulevaisuudessa. Samalla opinnäytetyössä tuodaan esille kulutusluottojen erilaiset vaikutukset.

Opinnäytetyön luvussa (1) esitellään tutkimuksen taustaa ja sen merkitystä miksi opinnäytetyö valikoitu ja sen merkitystä tulevaisuudessa. Tietoperusta muodostuu luvussa (2) ja (3). Tutkimus, eli empiiri esitellään luvussa (4) jossa tutustutaan tarkemmin tutkimusmenetelmiin ja toteutukseen, jonka jälkeen (5 luvussa) tarkastellaan tarkemmin vastauksia. Luvussa (6) on yhteenveto tuloksista, sekä tutkimukset luotettavuudesta sekä reflektointia.

Tässä opinnäytetyössä pyritään vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

- Kuinka yleistä kulutusluottojen käyttö on mihin tarkoituksiin niitä käytetään?
- Mitkä tekijät vaikuttavat päätökseen käyttää kulutusluottoja?
- Miten kulutusluottojen käyttö vaikuttaa taloudelliseen vakauteen ja yleiseen hyvinvointiin?

Näiden tavoitteiden saavuttamiseksi tutkimus toteutetaan kyselyllä, sekä analysoidaan jo olemassa olevia tietoja muusta tutkimuksesta, jotta saadaan mahdollisimman kattava ymmärrys tilanteesta.

## 2 Kulutusluotto

Kulutusluotto on laina, joka tarjoaa mahdollisuuden rahoittaa sekä pienempiä että suurempia hankintoja elämässäsi. (Op, 2024.)

Kulutusluottoihin lukeutuvat, ajoneuvolainat, luottokorttiluotot, osamaksurahoitus, jousto- ja tililuotot, sekä erilaiset pikavipit. Kulutusluotot ovat nykyään erittäin yleinen ja suosittu tapa rahoittaa monenlaisia kulutustarpeita, jotka voivat vaihdella huomattavasti yksilön elämäntilanteen ja tarpeiden mukaan. Esimerkiksi kulutusluotolla voidaan rahoittaa suurempia hankintoja, kuten auton osto tai kodin remontointi, mutta yhtä lailla sillä voidaan kattaa arkisempia menoja, kuten matkustamista, terveysmenoja tai vaikkapa kodinkoneiden uusimista.

Vaikka kulutusluottojen käsitettä ei voida tarkasti rajata yhteen tiettyyn lainatyyppiin, yleisesti ottaen kulutusluotolla tarkoitetaan lainoja, jotka myönnetään yksityishenkilöille heidän henkilökohtaisten tarpeidensa rahoittamiseksi. Näihin lainoihin ei yleensä liity vakuuksia, mikä lisää niiden houkuttelevuutta, mutta samalla saattaa nostaa lainan korkokustannuksia. Kulutusluottojen käyttö onkin kasvanut viime vuosina merkittävästi, ja ne ovat vakiinnuttaneet paikkansa monien kotitalouksien taloudenhallinnassa. Tämä kehitys heijastaa osaltaan myös kuluttajien muuttunutta suhtautumista velanottoon ja lainoihin, jotka nähdään yhä useammin välineenä arjen joustavuuden ja taloudellisen liikkuvuuden lisäämisessä (Suomen Pankki, 2023).

Tämän päivän yhteiskunnassa luotonanto ja luotonotto ovat nousseet keskeisiksi taloudellisiksi toiminnoina, ja niiden merkitys sekä yksilöiden että yritysten taloudellisessa toiminnassa on huomattava. Yhä useammat ostot ja investoinnit, niin suuret kuin pienetkin, rahoitetaan luotolla, mikä on tuonut mukanaan merkittäviä muutoksia talouden rakenteisiin ja kuluttajakäyttäytymiseen. Luottokaupan yleistymisen on mahdollistanut talouden kasvun monilla eri sektoreilla, sillä se tarjoaa yrityksille uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja asiakkaille paremmat mahdollisuudet hankkia tuotteita ja palveluita, jotka muuten saattaisivat jäädä ulottumattomiin. Tämä muutos kohti luottokauppaa ja sähköisiä maksutapoja on myös vähentänyt käteisen rahan käyttöä arjessa merkittävästi. Siinä missä käteinen raha oli vielä muutama vuosikymmen sitten ensisijainen maksuväline, maksukorttien ja muiden sähköisten

maksuvälineiden käyttö on nykyään arkipäivää. Maksukortit ovat yleisiä jopa pienissä ostoksissa, kuten päivittäistavaroiden hankinnassa, mikä on osaltaan muuttanut tapaa, jolla ihmiset käsittelevät rahaa ja tekevät ostoksia. (Välimäki, 2022.)

Kortilla ja luotolla maksaminen on tehty äärimmäisen vaivattomaksi ja nopeaksi, mikä on tehnyt rahasta ikään kuin näkymätöntä. Kuluttajat eivät välttämättä enää hahmota rahan konkreettista liikettä samalla tavalla kuin käteisellä maksaessaan, mikä saattaa vaikuttaa heidän kulutustottumuksiinsa ja taloudenhallintaansa. Luoton käytön helppous ja maksamisen vaivattomuus voivat kannustaa suurempaan kulutukseen, mutta samalla ne asettavat yksilöt uudenlaisten taloudellisten haasteiden eteen, kuten velkaantumisen hallinta ja talouden tasapainottaminen. (Niemi 2014, 1.)

Luottoyhteiskunta toimii nykyään vahvasti sopimusyhteiskunnan ehdoilla, missä olennaiseksi taidoksi nousee kyky lukea ja tulkita sopimusten taustalla vaikuttavia seikkoja. Vaikka sopimusoikeudelliset periaatteet ohjaavat sopimusten sisältöä, on yhtä merkittävää tunnistaa ne vaikutukset, jotka eivät ole suoraan sopimusteksteissä mutta vaikuttavat silti merkittävästi sopimuksen toteutumiseen. Taloudellinen lukutaito on avainasemassa tässä yhteydessä, sillä se edellyttää kykyä ymmärtää taloudellista tietoa ja soveltaa sitä käytännön tilanteisiin. Luottojen hallinta on siirtynyt perinteisistä velkakirjoista monimuotoisiin digitaalisiin järjestelyihin, jotka ovat laajentaneet luoton käsitettä velkainstrumenttina. Tämä kehitys on monimutkaistanut niin luottotuotteisiin liittyviä sopimuksia kuin niiden oikeudellisia ja informatiivisia vaatimuksia. Luottosopimukset ovat usein pitkäkestoisia ja määräaikaaisia, mikä tekee niistä haastavia ja aikaa vieviä purkaa tarvittaessa. (Niemi 2014, 1.)

Kulutusluottojen etuna nähdään niiden joustavuus, ne ovat yleensä suuruudeltaan muutamasta tuhannesta jopa 50 000 euroon, ja takaisinmaksuaika voi vaihdella muutamasta kuukaudesta useisiin vuosiin. Tämä joustavuus tekee kulutusluotoista houkuttelevia erityisesti nuorille aikuisille, jotka saattavat kohdata yllättäviä kustannuksia tai tarvita rahoitusta isompiin hankintoihin. Lisäksi kulutusluottojen hakuprosessi on usein nopea ja vaivaton, sillä monet lainantajat tarjoavat verkkohakemuksia, joiden avulla lainapäätöksen voi saada jopa saman päivän aikana. (Fiksukuluttaja, 2024.)

Kulutusluottojen tarjonta on kasvanut merkittävästi viime vuosina, ja erityisesti digipankkien yleistymisen on ollut tärkeä tekijä tässä kehityksessä. Nykyään suuri osa pankkisektorin kulutusluottokannan kasvusta on nimenomaan digipankkien ansiota. Digipankit ovat mullistaneet rahoitusmarkkinat tarjoamalla kuluttajille helppokäyttöisiä, joustavia ja nopeita ratkaisuja kulutusluottojen hakemiseen ja hallinointiin. Suomessa toimiville digipankeille kulutusluotot muodostavatkin keskeisen osan niiden liiketoimintamallia, sillä ne tavoittavat tehokkaasti laajan asiakaskunnan, joka arvostaa palveluiden vaivattomuutta ja nopeutta. Digipankit eroavat perinteisistä pankeista siinä, että ne toimivat lähes täysin digitaalisessa ympäristössä ilman

fyysistä konttoriverkostoa. Tämä tarkoittaa, että kaikki pankkipalvelut, mukaan lukien kulutusluottojen hakeminen, hoidetaan verkossa tai mobiilisovellusten kautta. Tällainen toimintamalli on mahdollistanut sen, että kuluttajat voivat hakea lainaa helposti ja nopeasti mistä tahansa, mihin aikaan tahansa, ilman tarvetta käydä pankkikonttorissa tai täyttää paperisia lomakkeita. Digipankit tarjoavat usein intuitiivisia ja käyttäjäystävällisiä alustoja, joissa kuluttajille on tehty lainahakemusten täyttäminen yksinkertaiseksi ja selkeäksi. Yksi digipankkien merkittävistä eduista on se, että ne mahdollistavat kuluttajille myös erilaisten rahalaitosten tarjoamien kulutusluottojen kilpailuttamisen helposti ja nopeasti. Usein digipankit tarjoavat alustoillaan palveluja, joissa käyttäjä voi yhdellä kertaa vertailla useiden eri pankkien ja rahoituslaitosten lainatarjouksia. Tämä läpinäkyvyys ja nopeus hyödyttävät kuluttajia, jotka voivat löytää itselleen parhaiten sopivan lainan ilman monimutkaista prosessia tai pitkää odotusaikaa. Digipankkien nousu on ollut erityisen merkittävä kehitys rahoitusalaalla, ja se on tuonut mukanaan uudenlaisen kilpailutilanteen, jossa perinteiset pankit joutuvat sopeutumaan muuttuvaan toimintaympäristöön. Kulutusluotot ovat yksi niistä alueista, joissa digipankit ovat onnistuneet valtaamaan merkittävän markkinaosuuden tarjoamalla asiakkaille innovatiivisia ja asiakaslähtöisiä palveluja. Tämä kehitys näyttää jatkuvan myös tulevaisuudessa, sillä yhä useammat kuluttajat arvostavat digitaalisten palvelujen helppoutta ja nopeutta, mikä tekee digipankeista entistäkin houkuttelevamman vaihtoehdon taloudenhallinnassa. (Wirman, 2020.)

Wirmanin (2020) mukaan, syyskuussa 2020 Suomessa rekisteröidyt luottolaitokset, mukaan lukien ulkomaisten luottolaitosten Suomen sivuliikkeet, myönsivät yhteensä noin 16,6 miljardia euroa kulutusluottoja. Tästä määrästä Suomeen rekisteröidyt digipankit myönsivät noin 1,2 miljardia euroa. Tämä ei kuitenkaan sisällä ulkomaisten digipankkien myöntämiä lainoja Suomeen. Kun myös nämä ulkomaisten digipankkien Suomeen myöntämät kulutusluotot lasketaan mukaan, digipankkien myöntämien kulutusluottojen kokonaismäärä Suomessa ylittää 3,6 miljardia euroa. Yhä useammalle tavalliselle kuluttajalle on nykyään tyypillistä, että heidän velkasuhteensa ulottuvat kansainväliselle tasolle. Tämä tarkoittaa sitä, että lainoja otetaan usein ulkomaisista pankeista. Lisäksi käytämme sekä suomalaisten että ulkomaisten pankkien tai muiden luotonantajien tarjoamia luottokortteja. Luoton muoto on muuttunut merkittävästi viime vuosikymmeninä, aiemmin yleisesti käytössä olivat perinteiset velkakirjaluotot, jotka olivat pankkien tarjoamia ja joita haettiin fyysisesti pankin konttorista. Nykyään tilanne on toinen: erilaiset luottotuotteet ovat monimuotoistuneet ja digitalisoituneet. Tämä tarkoittaa sitä, että luottoja voi saada monin eri tavoin, esimerkiksi erilaisten luottokorttien, pikalainojen tai muiden virtuaalisten luottotuotteiden muodossa. (Niemi 2014, 2.)

Tästä voidaankin päätellä, että digipankkien yleistymisen korostaa niiden roolia kulutusluotomarkkinoilla, mikä saattaa tuoda sekä uusia mahdollisuuksia että haasteita kuluttajille. Lisäksi erilaisten luottosopimusten ja -tuotteiden moninaistuminen edellyttää entistä parempaa

taloudellista lukutaitoa ja kykyä vertailla eri vaihtoehtoja, jotta omat rahoitusasiat saa hoidettua parhaalla mahdollisella tavalla.

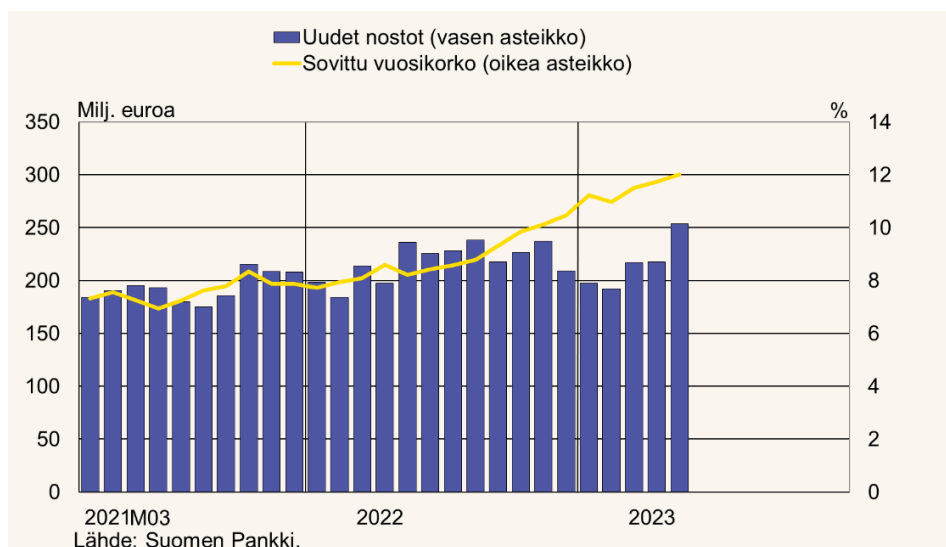
## Toukokuussa vakuudettomia kulutusluottoja nostettiin runsaasti

[Rahalaitosten tase](#) • Tilasto • torstai 29.6.2023, 10.00

Kuva 1 Suomen Pankki 2023

Toukokuussa 2023 luottolaitoksista nostettiin vakuudettomia kulutusluottoja 254 milj. euron edestä, mikä on 7 % enemmän kuin vuosi sitten vastaavana aikana. Uusien vakuudettomien kulutusluottojen keskiporko nousi huhtikuusta ja oli 12 % toukokuussa. Tämä selvästi viittaa siihen, että kuluttajat ovat valmiita ottamaan enemmän lainaa korkeammilla koroilla, mikä voi olla merkki kasvavasta luottamuksesta talouteen tai tarpeesta rahoittaa kulutusta huolimatta korkeammista lainakustannuksista. (Suomen pankki 2023.)

Toukokuun 2023 lopussa kotitalouksien korttiluottojen määrä oli 3,6 miljardia euroa, mikä oli 11 % enemmän kuin edellisenä vuonna. Korttiluottojen kokonaismäärä oli korkeimmillaan koskaan. Toukokuussa 81 % korttiluotoista oli pidennettyjä korttiluottoja, joiden keskiporko oli yli 12 %, ja loput olivat korottomia maksuaikaluottoja. Suomessa toimivien luottolaitosten myöntämät kulutusluotot muodostavat 67 % kotitalouksien kaikista kulutusluotoista, joiden kokonaismäärä oli yli 25 miljardia euroa. Noin puolet kulutusluotoista oli vakuudettomia, ja ajoneuvolainojen osuus kulutusluotoista oli hieman yli 30 %. (Suomen Pankki 2023.)



Kuva 2 Suomen Pankki 2023

Tiedot osoittavat kotitalouksien kasvavan luottojen käytön osalta, erityisesti korttiluotot. Korttiluottojen ennätyksellinen määrä ja niiden vuosikasvu viittaavat siihen, että kotitaloudet ovat yhä riippuvaisempia lainoista kattamaan kulutustarpeensa.

Pidennettyjen korttiluottojen korkea keskiporko osoittaa, että lainanhoitokustannukset ovat merkittäviä, mikä saattaa kuormittaa kotitalouksien taloutta pitkällä aikavälillä. (Kuluttajaliitto 2024.)

Takuusäätiön asiakkaiden keskuudessa on yhä yleisempää, että kulutusluotot vaihtelevat 10 000 eurosta 40 000 euroon, ja niiden takaisinmaksuaika voi venyä jopa 15 vuoteen. Tämä tarkoittaa, että lopullinen takaisinmaksettava summa voi nousta yli 100 000 euroon, vaikka lainan korko olisi huomattavasti alle lakisääteisen rajan. (Kuluttajaliitto 2024).

Pitkäaikaiset huolestuttavat trendit suurista velkaantumistapauksista ovat korostaneet tarpeen puuttua tilanteeseen lainsäädännön keinoin. Uudistus on suunniteltu vähentämään luotonantajien mahdollisuuksia hyödyntää kuluttajien taloudellista haavoittuvuutta ja varmistamaan, että luotonanto tapahtuu vastuullisesti ja läpinäkyvästi. Kuluttajasuojalaki koki merkittäviä muutoksia lokakuussa 2023, jolloin sen säädöksiä päivitettiin vastaamaan nykypäivän tarpeita ja kuluttajien suojelemisen vaatimuksia. Uudistuksen myötä luotonantajille asetettiin tiukempia velvollisuuksia, joiden mukaan niiden on toimittava vastuullisesti kaikissa asiakassuhteissaan. Tämä vastuullisuusvelvoite perustuu Kuluttajasuojalain 13 §:ään, joka korostaa, että luotonantajien on huolehdittava siitä, että niiden toimet ja päätökset ovat kuluttajan etujen mukaisia ja että kuluttajille annettavat tiedot ovat selkeitä, tarkkoja ja ymmärrettäviä. Lain muutokset pyrkivät varmistamaan, että luotonantajat eivät vain täytä säädöksistä johtuvia vaatimuksia, vaan myös edistävät kuluttajien oikeuksia ja hyvinvointia tarjoamalla reilua ja läpinäkyvää palvelua. (OK Perintä 2023.)

Verkkokaupoissa luottoa ei enää saa tarjota ensisijaisena maksutapana. Nyt verkkokauppojen on tarjottava ensisijaisesti muita maksutapoja, kuten pankkikorttia. Tämä on pakottanut verkkokauppoja ja maksupalveluntarjoajia päivittämään maksuprosessinsa ja saattanut vaikuttaa sopimukseen maksupalveluntarjoajien kanssa. Rikkomisesta voi seurata seuraamusmaksuja, joten verkkokauppojen on varmistettava, että maksutapojen esittämisjärjestys täyttää uuden sääntelyn vaatimukset. Henkilöllisyyden todentamisvelvollisuus on laajentunut koskemaan myös hyödykesidonnaisia kertaluottoja, kuten osamaksuja verkkokaupoissa. Kuluttajien henkilöllisyys on todennettava vahvalla tunnistautumisella, kuten verkkopankkitunnuksilla. Tämä on lisännyt luotonantajien kustannuksia, mutta samalla vähentänyt petosriskiä ja parantanut turvallisuutta. (OK Perintä 2023.)

### 3 Motiivit

Monet erilaiset tekijät vaikuttavat käyttäytymiseen, joita voidaan jaotella: demografisiin, psykologisiin, sosiaalisiin, markkinoinnillisiin ja taloudellisiin tekijöihin (Bergström & Leppänen 2015, 3).

**Demografiset tekijät** ovat, ikä, sukupuoli, siviilisäätö, asuinpaikka ja asumismuoto, perheen elinvaihe ja koko, tulot, ammatti, kieli, kulttuuri ja uskonto. Demografisilla tekijöillä on suuri merkitys markkinoilla, erityisesti kun analysoidaan kuluttajien tarpeita ja motiiveja. Näiden tekijöiden avulla pyritään luomaan vankka pohja ostokäyttäytymisen ymmärtämiselle ja ennakoimiselle. (Bergström & Leppänen 2015, 3.1.)

**Psykologisilla** tekijöillä, tarkoitetaan persoonallisia tarpeita, kuten tapoja ja kykyjä, jotka vaikuttavat ostokäyttäytymiseen. Nämä tekijät vaikuttavat siihen, miten ja miksi kuluttajat tekevät ostopäätöksiä. (Bergström & Leppänen 2015, 3.)

**Sosiaaliset tekijät** liittyvät ihmisten välisiin suhteisiin. Perheenjäsenten mielipiteet ja tarpeet vaikuttavat usein ostopäätöksiin. Myös ystävät ja kollegat toimivat vertailukohtina ja vaikuttavat siihen, mitä tuotteita halutaan hankkia. Yhteisön arvot ja normit muokkaavat käsitteitä siitä, mitä pitäisi ostaa. (Bergström & Leppänen 2015, 3.)

**Markkinoinnilliset tekijät** luovat tarpeita ja toiveita. Tuotteen laatu, hinta, pakkaus ja brändi ovat tärkeitä tekijöitä, samoin kuin se, missä ja miten tuotetta myydään. Kuluttajien asenteet heijastuvat muun muassa siinä, miten he havaitsevat ja tulkitsevat mainoksia sekä ymmärtävät niiden viestin. (Bergström & Leppänen 2015, 3.)

**Taloudelliset tekijät**, kuten yleinen taloustilanne, tuotteiden hinnat ja saatavuus, vaikuttavat merkittävästi kulutuskäyttäytymiseen. Talouden nousu- ja laskukaudet vaikuttavat ihmisten ostovoimaan ja luottamukseen. (Bergström & Leppänen 2015, 3.)

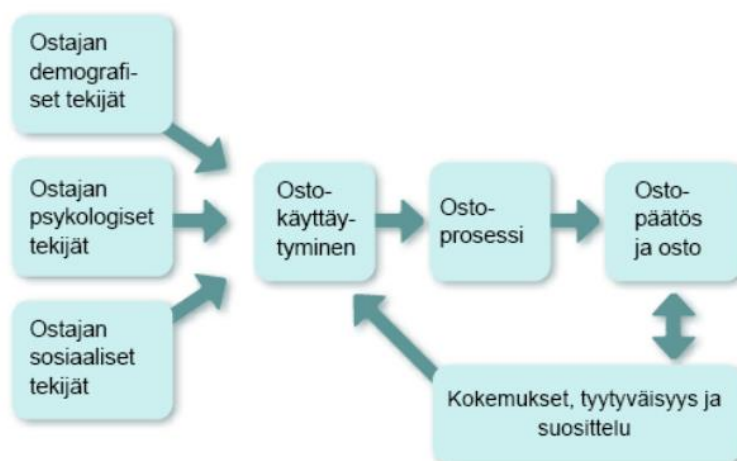
Jokaisella kuluttajalla on omat tarpeensa ja tunteensa, jotka vaikuttavat heidän toimintaansa. Yrittäjien haasteena on usein selvittää nämä tarpeet ja tunteet: mitä markkinoilla on, mitä puuttuu ja miten olemassa olevat tuotteet ja palvelut eroavat toisistaan. Tarpeet voidaan nähdä puutteina tai epätasapainoina, jotka oma tuote tai palvelu voi korjata. Koska ihmisillä on monia tarpeita, joita he eivät voi kaikkia tyydyttää, he keskittyvät ensisijaisesti kiireellisimpiin tarpeisiin, jotka voivat olla hyvin erilaisia eri ihmisillä. Tarpeita voidaan tarkastella monista eri näkökulmista. Perustarpeet ovat välttämättömiä elämän kannalta, kuten ruoka, juoma ja lepo. Lisätarpeiden täyttäminen parantaa elämänlaatua, ja nämä tarpeet liittyvät esimerkiksi virkistykseen, seikkailuihin, onnistumiseen ja statukseen. (Bergström & Leppänen 2015, 3.3.)

Tarpeet aktivoivat kuluttajan, mutta vasta motiivit saavat hänet toimimaan. Markkinoinnissa puhutaan ostomotiiveista, jotka selittävät, miksi kuluttaja hankkii tietyn tuotteen tai palvelun. Ostomotiiveihin vaikuttavat tarpeet, persoonallisuus, käytettävissä olevat tulot sekä yrityksen markkinointitoimenpiteet. Ostomotiivit voidaan myös luokitella järki- ja tunneperäisiin. Järkiperäisiin motiiveihin kuuluvat esimerkiksi tuotteen hinta, helppokäyttöisyys ja tehokkuus. Tunneperäisiä motiiveja ovat muun muassa muodikkaus, yksilöllisyys ja ympäristön hyväksyntä. (Bergström & Leppänen 2015, 3.1.)

Bergström & Leppänen (2015, 3.1) mukaan, kuluttajalle on usein tärkeää perustella hankintansa itselleen ja muille järkisyin. Markkinoijan onkin osattava erottaa ostoperustelut ja todelliset ostotarpeet toisistaan. Ostoperustelut ovat järkisyitä, kun taas ostoperusteet perustuvat emotionaalisiin tekijöihin. Esimerkiksi professori Engeström jakaa motivaation kolmeen tyyppiin:

1. **Tilannemotivaatio**, kun ulkoiset tekijät kiehtovat kuten alennukset, uutuustuote, koikeilunhalu
2. **Välineellinen motivaatio**, kun ostamista ohjaa sosiaaliset palkkiot kuten, tuttavien kehut
3. **Sisällöllinen motivaatio**, kun ostaminen liittyy käyttöarvoon ja hyötyyn kuten, merkiskiuskollisuus

Kuluttajalle saattaa usein syntyä **motiivikonflikti**, jossa hän tasapainoilee hyödykkeen ja järkiperusteiden välillä. Markkinoinnissa pyritäänkin helpottamaan ostajan päätöksentekoa tarjoamalla esimerkiksi houkuttelevia maksuvaihtoehtoja, kuten kuukausierämaksuja. (Bergström & Leppänen 2015, 3.1.)



**Kuvio 3.2** Kuluttajan käyttäytymiseen vaikuttavat tekijät

Kuva 3 (Bergström & Leppänen 2015, 3.1).

Ostokykyyn vaikuttaa usein kuluttajan käytettävissä oleva aika. Nykyään monet kuluttajat haluavat hoitaa asiat nopeasti, ja sama pätee myös kulutusluottoihin. Kuluttajat ovat valmiita maksamaan enemmän nopeasta palvelusta, kuten nopeasta luottopäätöksestä. (Bergström & Leppänen 2015, 3.)

Kaikki mainitut tekijät vaikuttavat kuluttajan ostoprosessiin. Ostoprosessissa on useita eri vaiheita ja tyyppisiä, jotka eroavat toisistaan. Ensinnäkin on **rutiiniostot**, joissa kuluttaja ostaa samoja tuotteita tottumuksesta, kuten päivittäistavaroita. Näissä tilanteissa ei yleensä pohdita ostopäätöstä syvällisesti, koska tuote on tuttu ja sen ostamiseen ei käytetä paljon aikaa tai rahaa. Toiseksi on **harkitut ostot**, kuten vaatteet, lahjat ja sisustustuotteet. Näitä hankintoja mietitään enemmän sekä ajallisesti että rahallisesti, vaikka ne eivät olekaan säännöllisiä. Kolmanneksi on **hyvin harkitut ostot**, joissa kuluttaja käy läpi koko ostoprosessin perusteellisesti. Tämä sisältää paljon aikaa ja vaivaa vievän tiedonhankinnan ja vertailun eri lähteistä. Tällaiset ostot ovat taloudellisesti merkittäviä, harvoin tehtyjä ja usein monimutkaisempia ja kalliimpia hankintoja, kuten asunto tai auto. (Bergström & Leppänen 2015, 3.2.)

Viimeisimmässä Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) vuoden 2022 tutkimusraportissa, jossa tarkasteltiin erityisesti erilaisia pikaluottoja eli kulutusluottoja, päästään syventymään tarkemmin nykyaikaan. KKV raportissa on käytetty laajasti muita tutkimuksia lähdeaineistona, mikä mahdollistaa kattavan ja monipuolisen tietopohjan. Raportti tarjoaa syvällistä tietoa kulutusluottojen käytöstä ja siihen liittyvistä motiiveista, keskittyen erityisesti siihen, miksi kuluttajat turvautuvat näihin luottoihin. Nuoret, eli alle 35-vuotiaat, ottavat pikaluottoja useammin kuin vanhemmat ikäryhmät, kuten käy ilmi KKV, Tilastokeskuksen, Kuluttajaliiton ja OP kyselyistä. Lisäksi näissä kyselyissä ilmenee koulutustason vaikutus pikaluottojen käyttöön: perustai ammattikoulun käyneet turvautuvat pikaluottoihin useammin, kun taas korkeakouluopettajat tekevät niin harvemmin. Ammattiaseman perusteella työttömät erottuvat selkeästi ryhmänä, joka ottaa pikaluottoja muita ryhmiä useammin. (KKV 2022, 7.)

Tämä trendi ei ainoastaan rajoitu pikaluottojen ottamiseen, vaan samat ryhmät myös kohtaavat useammin maksuvaikeuksia näiden luottojen kanssa. KKV ja muiden tutkimusten mukaan nämä kuluttajaryhmät ovat erityisen alttiita taloudellisille ongelmille. (KKV 2022, 32). Syksyllä 2020 tehdyn viraston kuluttajamarkkinatutkimuksen mukaan noin kymmenesosa kuluttajista oli kohdannut taloudellisia haasteita viimeisen vuoden aikana, mikä vaikeutti laskujen maksamista ajallaan. Eniten näitä ongelmia esiintyi 18-29-vuotiaiden nuorten keskuudessa. Maksuvaikeuksista kärsineistä kuluttajista 65 prosenttia oli turvautunut luottoon selviytyäkseen laskuistaan, ja joka viides oli ottanut lyhytaikaisen vakuudettoman lainan. (KKV 2022, 33.)

Sekä kyselyiden tulokset että maksuhäiriömerkintöjen analysointi osoittavat, että pikavipit aiheuttavat ongelmia erityisesti heikoimmassa asemassa oleville kuluttajille. Vaikka

taustamuuttajat eivät kerro tarkasti ihmisten tilanteista, ne viittaavat siihen, että pikavippi-ongelmat liittyvät usein merkittäviin elämänmuutoksiin, kuten avioeroon ja työttömyyteen. Lisäksi nuoruusvaihe korostuu, koska silloin taloudelliset taidot ja elämänhallinta ovat vasta kehittymässä. Suomessa asuvat vieraskieliset ovat myös haavoittuvassa asemassa, sillä he eivät aina ymmärrä luottoehtoja, jotka eivät ole heidän omalla kielellään. Maahanmuuttajilla kulutusluotto ongelmiin joutumisessa lisäävät monet samanaikaiset tekijät, kuten heikko asema työmarkkinoilla, matalat tulot ja vähäinen koulutus. (KKV 2022, 33.)

Voidaan todeta, että kulutusluottoja hakevat useammin muun muassa nuoret, työttömät, pienituloiset sekä ihmiset, jotka ovat elämäntilanteiden muutoksissa tai muista syistä haavoittuvassa asemassa. Kulutusluotto ongelmien taustalla voi olla erilaisia riippuvuuksia, kuten rahapelaaminen tai päihteiden käyttö, syrjäytymistä ja monenlaista huono-osaisuutta. (KKV 2022, 36.).

Motiivit kulutusluottojen käyttöön

1. Taloudelliset haasteet
2. Elämänmuutokset
3. Riippuvuudet
4. Heikko taloudellinen osaaminen

Yleiset käyttäjäryhmät

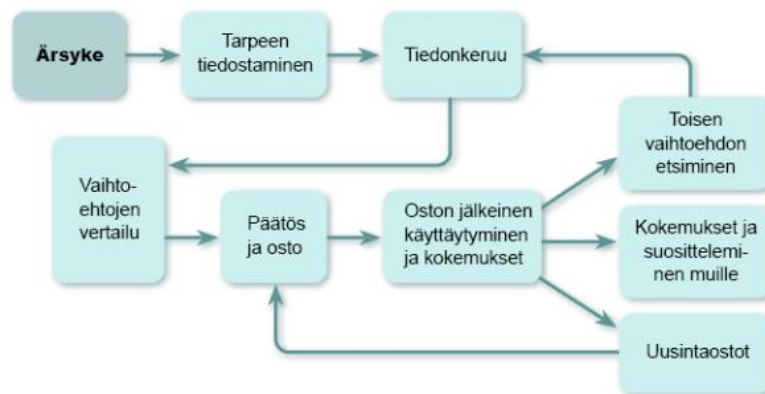
1. Alle 35-vuotiaat
2. Työttömät
3. Pienituloiset
4. Peruskoulun, tai ammattikoulun käyneet
5. Vieraskieliset, tai maahanmuuttajat

Käyttötarkoitukset

1. Laskujen maksaminen
2. Taloudellisten vaikeuksien helpottaminen

Raportin mukaan kulutusluotto ongelmat ovat yleisiä erityisesti haavoittuvassa asemassa olevilla ryhmillä, jotka kohtaavat muita useammin maksuvaikeuksia ja taloudellisia ongelmia (KKV 2022, 7-36).

### 3.1 Ostoprosessi



**Kuvio 3.12** Kuluttajan ostoprosessin vaiheet

Kuva 4 (Bergström & Leppänen 2015, 3.12).

Kuluttajan ostoprosessi käynnistyy tarpeen tiedostamisesta. Tämä vaihe alkaa, kun kuluttaja huomaa, että hänen täytyy hankkia uusi tuote tai palvelu. Tarve voi ilmetä yksinkertaisesti siten, että jokin tavara loppuu, rikkoutuu tai palvelu päättyy. Tämä käynnistää ostoprosessin ja johtaa kuluttajan etsimään ratkaisua puutteeseen. (Bergström & Leppänen 2015, 3.2.)

Tarpeen tiedostaminen ei rajoitu vain puutteisiin ja korjausta vaativiin tilanteisiin. Kuluttajalle voi myös syntyä uusia tarpeita ja toiveita, jotka liittyvät haluun kohottaa omaa imagoa, elintasoja tai elinpiiriä. Esimerkiksi kuluttaja saattaa haluta päivittää teknologiansa uusimpaan malliin tai hankkia trendikkäitä vaatteita parantaakseen omaa ulkonäköään ja sosiaalista asemaansa. Uusintaostot, kuten päivittäistavaroiden hankinta tai palvelusopimusten uusiminen, ovat usein suoraviivaisempia ja vähemmän stressaavia. Näissä tilanteissa kuluttaja on jo aiemmin tehnyt ostopäätöksen ja tuntee tuotteen tai palvelun, joten epävarmuuden ja epäonnistumisen riski on pienempi. Sen sijaan uusien ostojen suhteen epäröintiä ja harkintaa esiintyy yleensä enemmän. Uusien tuotteiden tai palveluiden hankinta sisältää suuremman epäonnistumisen riskin, koska kuluttaja ei vielä tunne tuotetta tai sen toimivuutta omassa elämässään. Tämä lisää tarvetta huolelliselle tiedonhankinnalle ja vaihtoehtojen vertailulle. (Bergström & Leppänen 2015, 3.2.)

Kaupalliset ärsykkeet, kuten mainokset, ovat yritysten aktiivisia toimia herättää kuluttajan huomio ja kiinnostus tuotteeseen, yritykseen tai ideaan. Markkinointiviestinnällä on tärkeä rooli kuluttajan ostoprosessin käynnistämässä ja eteenpäin viemisessä. Hyvin suunnitellut

mainokset, joissa korostetaan tuotteen ainutlaatuisia ominaisuuksia tai etuja, voivat toimia tehokkaina ärsykkeinä. Monet ostopäätökset ovat seurausta useiden ärsykkeiden yhteisvaikutuksesta. Fysiologiset, sosiaaliset ja kaupalliset ärsykkeet voivat yhdistyä ja vahvistaa toisiinsa, mikä tekee kuluttajan päätöksenteosta monimutkaisista mutta myös ennakoitavampaa. Ärsykkeillä on siis keskeinen rooli kuluttajan ostoprosessissa. Fysiologiset, sosiaaliset ja kaupalliset ärsykkeet voivat kaikki toimia laukaisijoina, jotka saavat kuluttajan tunnistamaan tarpeen ja motivoitumaan toimintaan. (Bergström & Leppänen 2015, 3.2.)

Kun kuluttaja haluaa ratkaista ongelmaansa, hän alkaa kerätä tietoa mahdollisista vaihtoehdoista ja hankintalähteistä. Tämä tiedonkeruuprosessi voi vaihdella huomattavasti ostoksen luonteen mukaan. Esimerkiksi edullisessa ostossa kuluttaja saattaa miettiä eri vaihtoehtojen ominaisuuksia vain lyhyesti, kun taas kalliimpien tuotteiden kohdalla tiedonkeruu voi olla pitkä ja perusteellinen prosessi.

Tiedonkeruuprosessin monimutkaisuuteen vaikuttavat myös kuluttajan henkilökohtaiset ominaisuudet ja tarjolla olevien vaihtoehtojen määrä. Kuluttaja pyrkii eliminoimaan oston riskejä keräämällä tietoa useista lähteistä, kuten omat kokemukset, sosiaaliset tietolähteet, kaupalliset tietolähteet ja ei-kaupalliset tietolähteet. (Bergström & Leppänen 2015, 3.2.)

Omat kokemukset ovat tärkeä tiedonlähde, koska kuluttaja luottaa aikaisempiin kokemuksiinsa vastaavien tuotteiden tai palveluiden kanssa. Sosiaaliset tietolähteet, kuten perheenjäsenten, ystävien ja työtovereiden suositukset, vaikuttavat myös merkittävästi kuluttajan päätöksentekoon. Näiden lähteiden kautta saadut tiedot koetaan usein luotettaviksi ja arvokkaiksi. Kun taas kaupalliset tietolähteet, kuten markkinointiviestintä, myymälähenkilöstö ja internet, tarjoavat kuluttajalle runsaasti tietoa tuotteista ja palveluista. Markkinointiviestintän tavoitteena on herättää kuluttajan kiinnostus ja tarjota tietoa, joka auttaa ostopäätöksen tekemisessä, useimmiten internet tarjoaa laajan valikoiman tietoa ja käyttäjäarvosteluja, jotka auttavat kuluttajaa vertailemaan vaihtoehtoja. Internetissä on pääosin, ei-kaupalliset tietolähteet ja ne ovat riippumattomia tahoja, jotka tarjoavat puolueetonta ja objektiivista tietoa. Näihin voivat kuulua esimerkiksi kuluttajajärjestöjen raportit, arvostelut ja tutkimukset, sekä erilaiset foorumit ja blogit, joissa käyttäjät jakavat kokemuksiaan ilman kaupallisia intressejä. Nämä lähteet voivat tarjota arvokasta lisätietoa ja näkökulmia, jotka auttavat kuluttajaa tekemään informoidun päätöksen. Kun ostajalla on tarpeeksi tietoa eri vaihtoehdoista, hän pystyy tekemään päätöksensä. Usein valittavana on keskenään kilpailevia tuotteita, mutta valinnan tekeminen ei aina ole yksinkertaista. Vertailun tuloksena vaihtoehdot asetetaan paremmuusjärjestykseen tai todetaan, ettei mikään ratkaisu ole täysin tyydyttävä. Kuluttajan valintakriteereinä toimivat ominaisuudet, joita hän pitää tuotteessa olennaisina ja jotka vastaavat hänen odotuksiaan. Näitä kriteereitä voivat olla esimerkiksi hinta, laatu, status, kestävyys ja miellyttävyys. (Bergström & Leppänen 2015, 3.2.)

Kun ostaja päättää sopivasta tuotteesta, hän ostaa sen, jos se on saatavilla. Vaikka ostaja olisi tehnyt ostopäätöksen, prosessi voi keskeytyä, jos tuotetta tai palvelua ei ole saatavilla. Itse ostotapahtuma on yleensä melko yksinkertainen. (Bergström & Leppänen 2015, 3.2.)

Ostajan ostoprosessi ei pääty itse ostamiseen, vaan siihen liittyy myös palvelun tai tuotteen käyttö ja arviointi. Kuluttajan tyytyväisyys tai tyytymättömyys vaikuttaa siihen, miten hän käyttäytyy tulevaisuudessa. Tyytyväinen asiakas ostaa todennäköisesti uudelleen ja antaa positiivista palautetta, kun tyytymätön asiakas puolestaan saattaa valittaa yritykselle, jakaa huonoja kokemuksiaan muille tai käydä päätösprosessiaan läpi jälkikäteen. Tyytymättömyys kohdistuu usein yritykseen, erityisesti silloin kun viestintä on puutteellista. (Bergström & Leppänen 2015, 3.2.)

Seuraavaksi tarkastellaan, minkälainen prosessi on hakea kulutusluottoa. Varsinkin nykyään tiedonhankinta tapahtuu usein internetissä, jossa kuluttaja voi helposti vertailla eri rahoituslaitosten tarjoamia lainavaihtoehtoja. Tämä vaihe on erityisen tärkeä, koska kulutusluoton ehdot, korot ja takaisinmaksuehdot vaihtelevat merkittävästi eri tarjoajien välillä. Esimerkiksi, jos kuluttaja hakee internetistä "kulutusluotot", hänelle avautuu useita vaihtoehtoja eri rahoituslaitoksista ja pankeista. Yksi suosituista sivustoista, jossa voi vertailla lainoja, on Rahalaitos. Rahalaitoksen sivustolla prosessi kulutusluoton hakemiseen ja vertailuun kuvataan seuraavasti:



Kuva 5 (Rahalaitos.fi)

Kuvassa esitetään kulutusluoton hakemisen prosessi Rahalaitoksen kautta kolmessa vaiheessa. Kyseisen prosessin esitys voi herättää kuluttajassa positiivisia tunteita, kuten luottamusta, helpotusta ja tyytyväisyyttä. Selkeä ja nopea prosessi voi myös vähentää stressiä ja epävarmuutta, jotka usein liittyvät lainan hakemiseen. Näin kulutusluoton hakuprosessi Rahalaitoksen kautta vaikuttaa kuluttajan silmissä houkuttelevalta, luotettavalta ja tehokkaalta ratkaisulta, joka on suunniteltu hänen tarpeitaan ja mukavuuttaan ajatellen.

### 3.2 Kulutusluottojen vaikutukset

Vaikka kulutusluotoilla on monia etuja, niihin liittyy myös merkittäviä riskejä, erityisesti nuorille aikuisille, jotka eivät välttämättä ole täysin tietoisia talouden hallinnasta.

Kulutusluottojen helppo saatavuus voi johtaa ylivelkaantumiseen. Kun luottoja on useita, ja niihin liittyy korkeat korot, maksutaakka voi kasvaa hallitsemattomaksi. Tämä voi johtaa taloudellisiin vaikeuksiin ja jopa maksuhäiriömerkintöihin. Luotoissa usein korkeat korot voivat tehdä lainan takaisinmaksusta hyvin vaikeaa, joka helposti johtaa taloudelliseen ahdinkoon.

Takuusäätiön (2019) artikkelissa Pantzar kertoo, kuinka pienet kuukausierät kannustavat ihmisiä ottamaan useita lainoja, mikä johtaa siihen, että velkojen yhteiset hoitokulut kasvavat ja lainojen takaisinmaksu hidastuu. Luottomarkkinat ovatkin vuosien varrella kehittyneet suuntaan, jossa lainamäärät kasvavat jatkuvasti.

Luottojen kehitys on huolestuttava, sillä se voi johtaa taloudellisiin vaikeuksiin monille kotitalouksille. Kun ihmiset ottavat useita lainoja houkuttelevien pienten kuukausierien vuoksi, he eivät välttämättä huomaa velkataakkansa todellista määrää ennen kuin on liian myöhäistä. Tämä voi johtaa velkakierteeseen, josta on vaikea päästä pois. Lisäksi korkeammat yhteenlasketut kulut syövät ihmisten tuloja, jotka voitaisiin muuten käyttää säästämiseen tai muihin tärkeisiin menoihin. Luotonantajien tulisi kantaa enemmän vastuuta ja tarjota selkeämpiä tietoja lainojen kokonaiskustannuksista sekä rohkaista asiakkaitaan harkitsemaan lainanottoa tarkkaan. (Takuusäätiö 2019.)

Tästä voidaankin siirtyä seuraavaan kysymykseen, joka on Takuusäätiön artikkelissa.

## Ottaisitko luoton, jos ymmärtäisit maksavasi sen yli kolminkertaisena takaisin?

Kuva 6 Takuusäätiö 2019.

Tätä kysymystä voisi esittää useammalle ihmiselle, ja todennäköisesti vastaus olisi kielteinen tai liittyisi luottojen yhdistämiseen.

Harva ymmärtää hakea apua esimerkiksi Takuusäätiöstä tai velkaneuvojilta näissä tilanteissa. Sen sijaan he ottavat lisää lainaa, mikä johtaa vielä syvempään velkakierteeseen, joka voi jatkua jopa 15 vuotta tai loputtomiin. (Takuusäätiö, 2019.)

On selvää, että viime vuosikymmeninä suomalaisten kotitalouksien velkaantuminen on kasvanut merkittävästi suhteessa heidän tuloihinsa. Samaan aikaan kotitalouksien säästäminen on ollut useimmiten vähäistä tai jopa negatiivista. Kuitenkin talouden taantumien aikana kotitaloudet ovat yleensä säästäväisempiä ja ottavat vähemmän velkaa kuin talouden nousukausina. Tämä ilmiö osoittaa, että talouden suhdanteet vaikuttavat merkittävästi kotitalouksien taloudelliseen käyttäytymiseen. Nousukausina, kun talous kasvaa ja luottamus on korkealla, ihmiset ovat alttiimpia ottamaan lainaa ja kuluttamaan enemmän, usein yli varojensa. Toisaalta

taantumana aikana epävarmuus ja taloudelliset huolenaiheet saavat kotitaloudet varovaisemmiksi, mikä näkyy lisääntyneenä säästämisenä ja vähentyneenä velanottona. Tämä osoittaa, että talouden vakaus ja ennakoitavuus ovat keskeisiä tekijöitä kotitalouksien taloudellisessa päätöksenteossa. (Eurotalous 2022.)

## Yhteistiedote: Suuret kulutusluotot ja pitkät laina-ajat ajavat kotitalouksia syvälle velkakurimukseen

26.6.2024 | Tiedotteet | Talous

Kuva 7 (Kuluttajaliitto 2024).

Takuusäätiössä on nähty toistuvasti, kuinka pitkät laina-ajat ovat johtaneet entistä vakavampiin velkaongelmiin (Kuluttajaliitto 2024).

Esimerkkinä voidaan ottaa asiakastiedon (2024) tiedote, jossa kerrotaan, että ensimmäistä kertaa vuoden 2022 jälkeen maksuhäiriöisten kuluttajien määrä ylitti 360 000 henkilöä, ja vuoden 2024 huhti-kesäkuun aikana heidän määränsä kasvoi 6 100 henkilöllä, jolloin kesäkuun lopussa maksuhäiriöisiä oli yhteensä 361 700. Vertailun vuoksi, tammi-maaliskuussa maksuhäiriöisiä oli 355 600. Tämä tarkoittaa, että kuluvan vuoden ensimmäisellä puoliskolla maksuhäiriöisten kuluttajien määrä on kasvanut 11 200 henkilöllä. Maksuhäiriöisten määrän kasvu kiihtyi hieman huhti-kesäkuussa verrattuna vuoden ensimmäiseen kolmeen kuukauteen, jolloin maksuhäiriöisten määrä kasvoi noin viidellä tuhannella. Erityisesti ensimmäisen maksuhäiriömerkinnän saaneiden määrä nousi huomattavasti, kun huhti-kesäkuun aikana yli 19 100 henkilöä sai ensimmäisen maksuhäiriömerkinnän. Tämä on merkittävä nousu viime vuoden vastaaviin lukuihin nähden, jolloin ensimmäisten maksuhäiriömerkintöjen määrä pysytteli 14-15 tuhannen henkilön tasolla. Lisäksi alle 20-vuotiaiden ensimmäisten maksuhäiriöiden määrä on kasvanut viime vuosiin verrattuna.

Vuoden 2024 toisella neljänneksellä maksuhäiriöiden kasvu kohdistui erityisesti nuoriin aikuisiin. Huhti-kesäkuun aikana eniten uusia maksuhäiriömerkintöjä tuli 30-34-vuotiaille, joista 2 421 henkilöä sai ensimmäisen maksuhäiriömerkinnän. Yleisesti nuorten osuus ensimmäisten maksuhäiriömerkintöjen saajista korostui merkittävästi. Ikäryhmässä 20-24-vuotiaat uusia maksuhäiriöitä sai 2 206 henkilöä ja 25-29-vuotiaat 2 365 henkilöä. Alle 20-vuotiaiden ryhmässä ensimmäisen maksuhäiriömerkinnän sai 894 henkilöä. Ikäluokan kokoon suhteutettuna eniten maksuhäiriöitä kirjattiin 20-24-vuotiaiden keskuudessa. (Asiakastieto 2024.)

Karemon (Asiakastieto 2024) mukaan, nuorten henkilöiden ensimmäiset maksuhäiriöt ovat erityisen huolestuttava ilmiö. Itsenäistymisen alkutaipaleella olevat nuoret tarvitsevat usein puhtaata luottotiedot esimerkiksi vuokra-asunnon hankintaan, vakuutusten ottamiseen tai

opintolainan nostamiseen. Tämä tekee maksuhäiriömerkinnöistä erityisen haitallisia juuri tälle ikäryhmälle. Erityisen huolestuttavaa on alle 20-vuotiaiden ensimmäisten maksuhäiriöiden määrän kasvu. Vuoden 2024 ensimmäisen kuuden kuukauden aikana lähes 900 alle 20-vuotiaasta sai ensimmäisen maksuhäiriömerkinnän, kun vastaava luku vuosina 2021-2023 oli keskimäärin 600 henkilöä kesäkuun loppuun mennessä.

Luottotietolaki (1 § (13.5.2022/331) uudistui 13.5.2022, joka on vaikuttanut maksuhäiriötilastoihin, ja maksuhäiriöisten kuluttajien määrä on vaihdellut uuden lain aikana. Tämä lainmuutos on tehnyt ilmiöksi ylivelkaantuneisuuden rajalla elävien henkilöiden liikkumisen puhtaiden luottotietojen ja maksuhäiriötilanteen välillä. Ennen lakimuutosta vuoden 2021 lopussa hie-man yli 389 000 suomalaisella oli yksi tai useampi maksuhäiriömerkintä. Vuoden 2022 lopussa määrä laski 365 900, ja viime vuoden lopussa se oli 350 500. Maksuhäiriöisten kuluttajien määrä on kuitenkin kasvanut vuoden 2024 alkupuoliskon aikana lähemmäs vuoden 2022 loppuvuoden lukemia. (Asiakastieto 2024.)

Tämä kehitys viittaa siihen, että nuorten taloudellinen tilanne on erityisen haavoittuvainen. Useat tekijät, kuten talousosaamisen puute, epävarmat työllisyysnäkyvät ja taloudelliset paineet, voivat johtaa nuorten ylivelkaantumiseen ja maksuhäiriöihin. Talouskasvatuksen merkitys korostuu entisestään, sillä nuorille on tärkeää tarjota tietoa ja taitoja taloudenhallintaan jo varhaisessa vaiheessa. Myös vanhempien ja yhteiskunnan rooli nuorten talouskasvatuksessa on keskeinen. Tukea tarvitaan esimerkiksi talousneuvonnan, rahoituspalveluiden ja koulutuksen muodossa, jotta nuoret oppivat välttämään taloudellisia sudenkuoppia. Lisäksi olisi syytä tarkastella, miten yhteiskunta voi tukea nuoria aikuisia paremmin heidän itsenäistyessään ja ottaessaan vastuuta omasta taloudestaan. (Asiakastieto 2024.)

#### 4 Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa 18-29-vuotiaiden pääkaupunkiseudun nuorten aikuisten kulutusluottojen käyttöä, selvittää, mihin niitä käytetään, miksi ja kuinka usein. Teoriaosuudessa käsiteltiin perusteellisesti kulutusluottojen käsitettä, niiden käyttöön liittyviä motiiveja sekä luottojen vaikutuksia.

Tutkimusmenetelmänä hyödynnettiin kvantitatiivista lähestymistapaa, ja tiedonkeruuvälineenä toimi verkossa Microsoft Forms -ohjelmalla luotu kyselylomake. Verkkokyselyn käyttö mahdollisti helpon datan analysoinnin ja kyselyn jakamisen eteenpäin. Sosiaalisen median nykyaikainen käyttö edesauttoi myös kyselyn laajaa levittämistä erillisellä linkillä. Kysely sisälsi pääasiassa monivalintakysymyksiä, joista osassa oli mahdollista valita useampi vaihtoehto. Lisäksi mukana oli yksi avokysymys, johon vastaajat kirjoittivat oman vastauksensa. Kyselylomake oli suunniteltu lyhyeksi ja selkeäksi, ja sen täyttäminen vei vastaajilta noin 2-3

minuuttia. Tämän tutkimusmenetelmän avulla pystyttiin keräämään kattavaa tietoa nuorten aikuisten kulutusluottojen käytöstä pääkaupunkiseudulla ja analysoimaan laajaa otosta tehokkaasti.

Kysely toteutettiin ajanjaksolla 27.6.2024 klo 23.25 ja 4.7.2024 klo 22.00. Kysely jaettiin useissa eri kanavissa, kuten Instagramissa, Facebookissa, WhatsAppissa ja sähköpostitse, jotta tavoitettaisiin mahdollisimman laaja ja monipuolinen vastaajajoukko. Yhteensä kyselyyn vastasi 44 henkilöä, mikä on hyvä saavutus ottaen huomioon, että monet pitävät kysymyksiä hyvin henkilökohtaisina, vaikka kysely oli täysin anonyymi ja vapaaehtoinen. Koko toivottua kohderyhmää ei tavoitettu, ja kyseessä on pikemminkin hyvin pieni otos, kun otetaan huomioon, että vuonna 2023 tilastojen mukaan pääkaupunkiseudulla asuvien 18-29-vuotiaiden väkiluku on noin 200 960. Kysely koostui 21 kysymyksestä, joihin kaikkiin oli pakollista vastata, jotta saatiin mahdollisimman kattava aineisto analysoitavaksi. Jokaisessa kysymyksessä oli selkeästi eroteltu, onko vastaajalla kulutusluottoja vai ei, mikä auttoi kohdentamaan analyysin tarkasti eri vastaajaryhmiin.

Kysymykset 1-6 käsittelivät vastaajien perustietoja ja taustatietoja. Näissä kysymyksissä tiedusteltiin vastaajien ikää, asuinpaikkaa, koulutustasoa, työtilannetta, vuosittaisia tuloja sekä työsuhteen luonnetta, mikäli vastaaja oli työelämässä. Näiden tietojen avulla saatiin muodostettua yleiskuva vastaajien demografisista taustoista. Kysymykset 7-11 keskittyivät kulutusluottoihin. Kysymyksissä tiedusteltiin, onko vastaajalla kulutusluottoja, jos on, kuinka monta, mihin tarkoituksiin niitä käytetään, miksi niitä käytetään ja kuinka usein niitä käytetään. Näiden kysymysten avulla saatiin tarkempaa tietoa kulutusluottojen käytön yleisyydestä ja käyttötavoista. Kysymyksissä 12 ja 13 kartoitettiin kulutusluottojen käyttöön liittyviä tunteita ja niiden vaikutuksia vastaajien talouteen ja hyvinvointiin. Näissä kysymyksissä selvitettiin, millaisia tunteita kulutusluottojen käyttö herättää ja miten ne vaikuttavat vastaajien taloudelliseen tilanteeseen sekä yleiseen hyvinvointiin. Kysymykset 14-15 keskittyivät vastaajien mieliteksiin kulutusluottoista. Kysymyksissä tiedusteltiin, onko kulutusluottojen käyttö tehty liian helpoksi ja onko vastaajilla tarpeeksi tietämystä kulutusluottojen vaikutuksista talouteen. Näiden kysymysten avulla pyrittiin ymmärtämään, miten vastaajat kokevat kulutusluottojen helppokäyttöisyyden ja heidän tietämyksensä tason. Kysymyksessä 16 kysyttiin, tulisiko talouden hallinnasta opettaa enemmän kouluissa. Kysymys sisälsi sekä monivalinta- että avoimen vastausvaihtoehdon, jotta saatiin kattava kuva siitä, kuinka moni vastaajista toivoisi enemmän opetusta talouden hallinnasta ja millä tavoin he haluaisivat sen toteutettavan. Tämän kattavan kyselyn avulla pyrittiin saamaan syvämpi ymmärrys nuorten aikuisten kulutusluottojen käytöstä, heidän motiiveistaan ja kokemuksistaan sekä näkemyksistään talouden hallintaan liittyvistä kysymyksistä. Kyselylomakkeen saatetekstissä esitettiin selkeästi kyselyn tavoite, joka oli selvittää kulutusluottojen käyttöä 18-29-vuotiaiden nuorten aikuisten keskuudessa pääkaupunkiseudulla. Saatetekstissä painotettiin, että kysely on osa opinnäytetyötä, ja korostettiin sen merkitystä tutkimuksen kannalta. Saatetekstissä kerrottiin mitä kyselyllä

pyritään selvittämään, kuten kulutusluottojen käyttöiheyttä, käyttötarkoituksia ja niitä herättämiä tunteita. Vastaaajille annettiin myös tietoa siitä, miten kerättyjä tietoja tullaan käyttämään, ja että vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja anonyymisti.

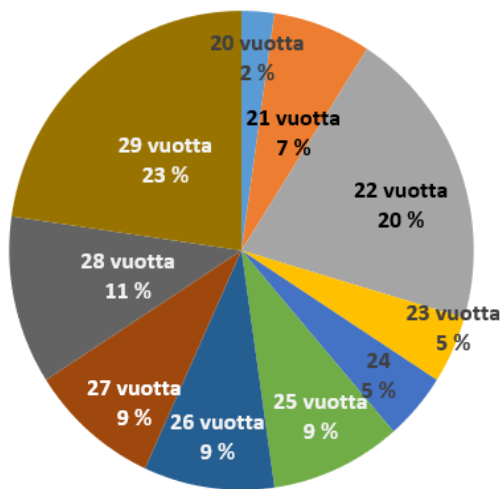
## 5 Tutkimuksen tulokset

Tutkimus toteutettiin kokonaan verkossa käyttäen Microsoft Forms -ohjelmaa. Ohjelma itsessään tarjosi alustavan analyysin vastausjakaumista, mikä antoi yleiskuvan kerätyistä tiedoista. Kerätyt tiedot siirrettiin Microsoft Exceliin tarkempaa analyysiä varten. Excelissä käytettiin pivot-taulukoita, joiden avulla voitiin tarkastella vastausjakaumia ja eri muuttujien välisiä suhteita yksityiskohtaisemmin.

Kyselyyn saatiin yhteensä 44 vastausta, ja vastaajista koostuva ikäjakauma paljasti merkittäviä eroja kulutusluottojen käytössä eri ikäryhmien välillä. Tulokset osoittivat, että kulutusluottojen käyttö on kaikkein yleisintä 22-29-vuotiaiden ikäryhmässä. Tämä ikäryhmä on selvästi aktiivisin kulutusluottojen ottamisessa verrattuna nuorempiin ikäryhmiin, kuten 18-19-vuotiaisiin, jotka eivät juuri hyödynnä kulutusluottoja. On mahdollista, että nuoremmat ikäryhmät eivät ole niin kiinnostuneita kulutusluotoista, tai ehkä heitä ei ole tavoitettu tehokkaasti kyselyyn. Toisaalta voi olla myös, että nuoremmilla on haluttomuutta osallistua kyselyyn tai heillä ei ole riittävästi tietoa tai kiinnostusta aiheesta.

Suurin osa vastaajista oli 29-vuotiaita, jotka muodostivat 23 % kaikista vastaajista. Toinen suurin ikäryhmä oli 22-vuotiaat. Kolmanneksi tuli ikäryhmä 28-vuotiaista, kun taas neljänneksi 21-vuotiaat. Viidenneksi ikäryhmät 25-27-vuotiaat olivat tasaisesti edustettuina. Ikäryhmät 23-24-vuotiaat puolestaan olivat melkein pienimmät, ja nuorin ikäryhmä 20-vuotiaat, oli pienin kaikista vastaajista (Kuvio 1).

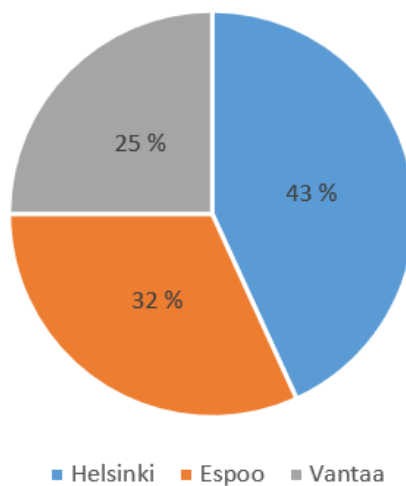
### Ikäjakauma



Kuvio 1 Ikäjakauma

Toisessa kysymyksessä selvitettiin vastaajien asuinalueita pääkaupunkiseudulla, keskittyen Helsinkiin, Espooseen ja Vantaaseen. Tulokset osoittavat, että vastaajien jakautuminen näiden kolmen kaupungin välillä oli suhteellisen tasainen, mutta tietyt erot olivat havaittavissa. Helsingissä asuvat muodostavat suurimman osan kaikista vastauksista, seuraavaksi Espoo ja lopuksi Vantaa kuten seuraavassa kuviossa käy ilmi (Kuvio 2).

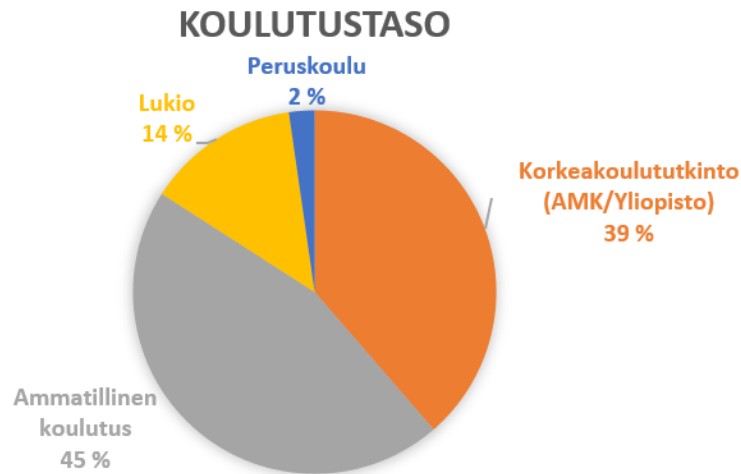
### Asuinalue jakauma



Kuvio 2 Asuinaluejakauma

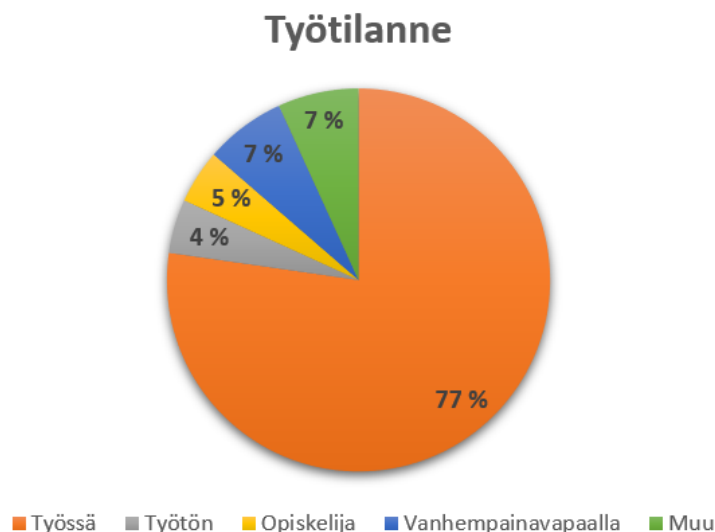
Kysymyksessä 3 selvitettiin koulutustasoa, jotta saadaan laajempi käsitys kaikista mahdollisista tekijöistä, monivalinta- kysymyksessä oli myös vaihtoehtona ylempi korkeakoulututkinto,

tai muu. Vastaajien keskuudessa ei siis ole ylempää korkeakoulua omaavaa henkilöä, joten pivot kaavioon ei ole sitä otettu mukaan (Kuvio 3).



Kuvio 3 Koulutusjakauma

Seuraavana työtilanne tarkastelussa, suurin osa vastaajista on työssä, mikä viittaa korkeaan työllisyysasteeseen vastaajien joukossa. Pienempiä osuuksia edustavat opiskelijat, työttömät, vanhempainvapaalla olevat ja muut. Työttömien ja vanhempainvapaalla olevien määrä on huomattavasti vähäisempi verrattuna työssäkäyviin. Tämä jakautuminen voi vaikuttaa koulutusluottojen käyttöön ja taloudelliseen tilanteeseen liittyviin havaintoihin (Kuvio 4).

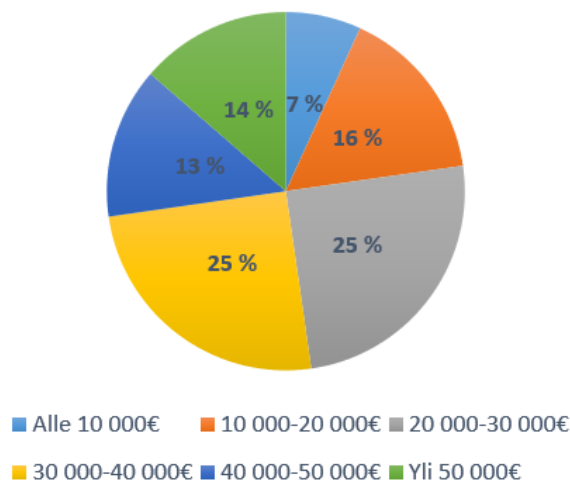


Kuvio 4 Työtilanne

Viidennessä kysymyksessä kysyttiin vuosituloja, tarkennetusti tarkoitettiin vuosittaisia tuloja ennen veroja, eli bruttotuloja. Tarkastellessa tietoja, että suurimmat tuloluokat ovat 20 000-

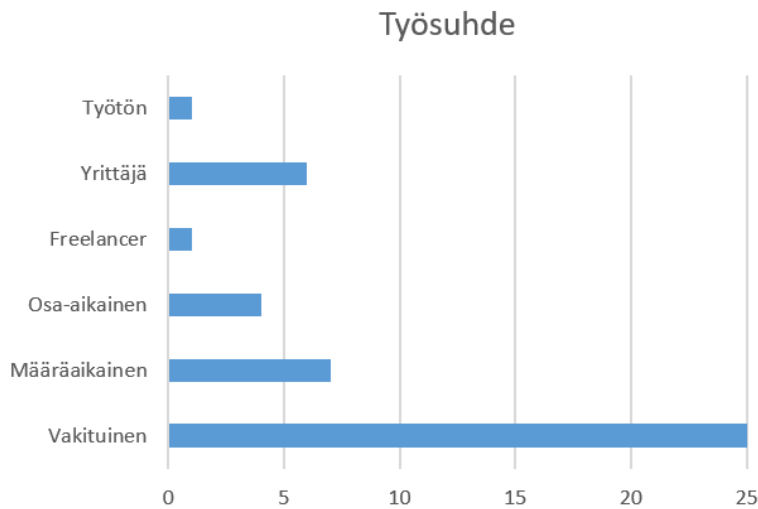
30 000€ ja 30 000-40 000€, molemmat kattavat 25% osuuden vastaajista. Tämä viittaa siihen, että merkittävä osa ansaitsee vuosittain tuloja näiden rajojen välillä. Tämä tuloluokka on keskiverto, joka on yleisin keskitulo Suomessa. Alle 10 000 € tuloluokka oli pienin, vain 7 %, eli vain pieni osa kuuluu matalimman tulotason ryhmään. 10 000-20 000 € tuloluokka kattaa 16 %. 40 000-50 000 € tuloluokka kattaa 13 %, hieman pienemmillä osuuksilla kuin suurimmat tuloryhmät. Yli 50 000 € ansaitsevien osuus on 14 % (Kuvio 5).

### Vuosittaiset tulot



Kuvio 5 Vuosittaiset tulot ennen veroja

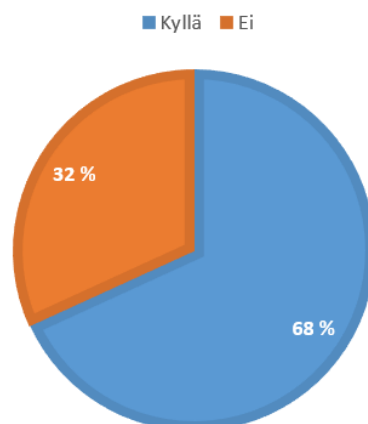
Kuudennessa kysymyksessä oli tavoitteena selvittää työsuhde. Vastausvaihtoehtona oli, vakituinen, määräaikainen, osa-aikainen, freelancer, yrittäjä tai työtön. Tällä tavoitteena myös tarkastella työsuhteen vaikutusta kulutusluottoihin. Analysoidessa tuloksia, selviää että suurin osa vastaajista on vakituudessa työsuhteessa kattaen 56.8 % vastaajista. Tämä osoittaa, että vakituinen työsuhde on yleisin työllisyysmuoto. Määräaikaisia työntekijöitä on 15.9 %, mikä on huomattavasti pienempi osuus kuin vakituksia työntekijöitä. Osa-aikaisia työntekijöitä on 9.1 %. Freelancereiden määrä on vain 2.3 %. Yrittäjiä on 13.6 %, mikä on merkittävä osuus. Työttömiä on 2.3 %, mikä on pienin mahdollinen määrä kuviossa (Kuvio 6).



Kuvio 6 Työsuhde

Kysymyksestä seitsemän alkaen keskityttiin selvittämään kulutusluottojen määrää ja niiden käyttöä. Vastauksista saatu tieto tarjoaa arvokasta ymmärrystä siitä, kuinka yleisiä kulutusluotot ovat vastaajien keskuudessa. Kysymykseen "Onko sinulla tällä hetkellä kulutusluottoja?" vastasi yhteensä 44 henkilöä, joihin 30 vastasi "Kyllä" ja 14 vastasi "Ei". Yli kaksi kolmasosaa vastaajista on ottanut kulutusluottoja, suosio voi viitata tarpeeseen rahoittaa suuria hankintoja tai tasapainottaa taloutta yllättävien menojen varalta. Samanaikaisesti merkittävä osa vastaajista, noin kolmasosa vastasi, ettei heillä ole kulutusluottoja, tämä voi viitata joko taloudelliseen itsenäisyyteen, jossa kulutus rahoitetaan säästöillä tai tuloilla, tai että nämä vastaajat välttävät velkaantumista (Kuvio 7).

**ONKO SINULLA TÄLLÄ HETKELLÄ KULUTUSLUOTTOJA?**



Kuvio 7 Kulutusluoton käyttäjät

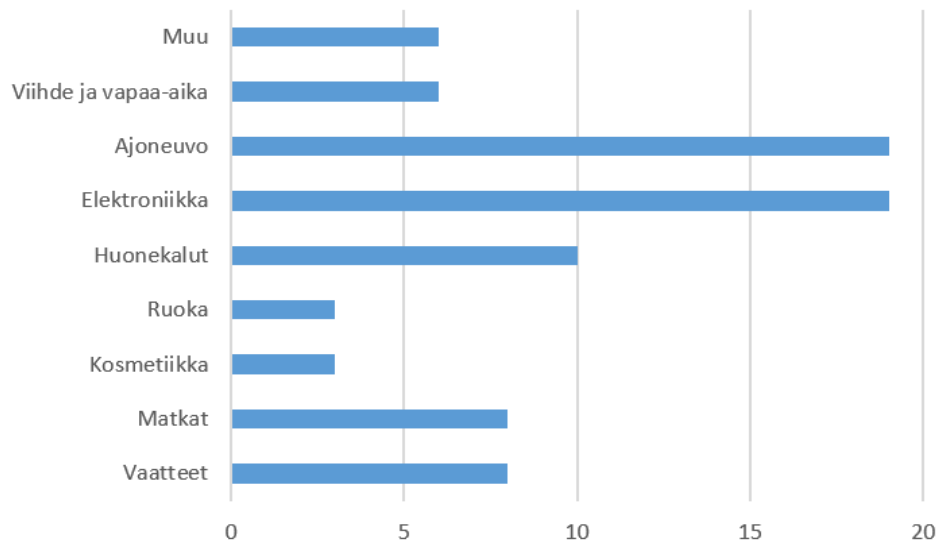
Kysymyksessä kahdeksan selvitettiin kulutusluottojen määrää. Vastausten perusteella suurin osa vastaajista, ilmoitti omistavansa yhden kulutusluoton tämä osoittaa, että yksittäinen

kulutusluotto on yleisin vaihtoehto vastaajien keskuudessa. Toiseksi suurin ryhmä koostuu vastaajista, joilla ei ole lainkaan kulutusluottoja. Kolmas merkittävä ryhmä on vastaajat, joilla on kaksi kulutusluottoa. Viidennellä on kolme kulutusluottoa, mikä osoittaa hieman suurempaa lainojen määrää. Harvinaisin ryhmä koostuu vastaajista, joilla on enemmän kuin viisi kulutusluottoa (Kuvio 8).



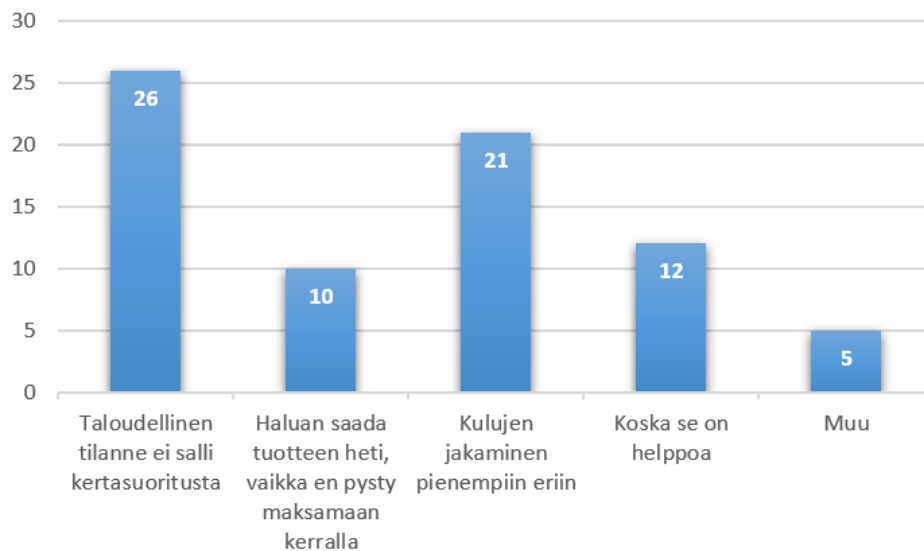
Kuvio 8 Kulutusluottojen määrä

Kysymyksessä yhdeksän selvitetään mihin kulutusluottoja pääosin käytetään, kyseessä oli monivalinta- kysymys, johon pystysi valitsemaan useamman vastauksen niin että saisi mahdollisimman kattavasti tietoa mihin luottoja yleensä käytetään. Tuloksista voidaan havaita, että suurin osa käyttää kulutusluottoja ajoneuvojen ja elektroniikan hankintaan, molempien osuus on 31,1 % kokonaisotoksesta. Seuraavaksi käytetyin on matkustaminen josta 29,5 % kokonaisotoksesta. Kosmetiikkaan käytetään 26,2 %. Viihde ja vapaa-aika sekä muu kategoria kattaa saman verran eli 9,8 % molempien osalta kokonaisotoksesta. Vaatekustannuksiin 13,1 % ja huonekalujen hankintaan 16,4 %. Ruokaan luottoja käytetään vähiten eli 4,9 %. Kokonaisuudessaan voidaan havaita, että kuluttajat pääosin käyttävät kulutusluottoja kalliimpiin hankintoihin (Kuvio 9).



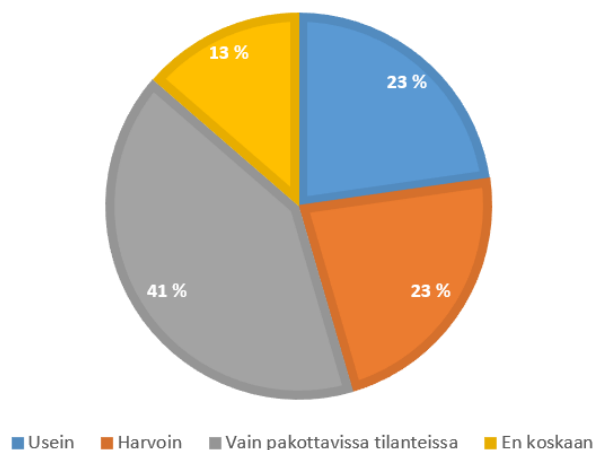
Kuvio 9 Kulutusluottojen käyttötarkoitus

Kysymyksessä kymmenen selvitettiin syitä kulutusluottojen käyttöön, tässäkin pystyi valikoimaan useampaa vaihtoehtoa, jotta saadaan mahdollisimman laaja käsitys. Suurin osa vastaajista, noin 59.1 %, ilmoitti, että heidän taloudellinen tilanteensa ei salli kertamaksua, joka kertoo siitä, että monille kulutusluotot ovat välttämättömiä suurempiin hankintoihin. Toiseksi yleisin syy kulutusluottojen käyttämiseen, jonka valitsi noin 47.7% vastaajista, on kulujen jakaminen pienempiin eriin, tästä voidaan päätellä että kulutusluotot tarjoaa monille mahdollisuuden jakaa kuluja joka mahdollistaa paremman talouden hallinnan jossain tapauksissa. Kolmanneksi yleisin syy, jonka valitsi 27.3 % vastaajista, on kulutusluottojen helppous. Tämä osoittaa, että monille vastaajille lainojen saatavuus ja käyttöönotto on niin yksinkertaista ja vaivatonta, että se houkuttelee ottamaan lainan. Noin 22.7 % vastaajista haluaa saada tuotteen heti, vaikka heillä ei olisi siihen rahaa. Tämä impulsiivinen ostokäyttäytyminen voi viitata siihen, että kulutusluotot mahdollistavat välittömän tyydytyksen, mutta samalla se voi johtaa velkaantumiseen ja taloudellisiin ongelmiin. Lopuksi noin 11.4 % vastaajista valitsi "Muu"-vaihtoehdon, mikä osoittaa, että on olemassa myös muita yksilöllisiä syitä kulutusluottojen käyttämiseen. Kulutusluottojen käyttöön liittyvät syyt vaihtelevat merkittävästi, mutta tärkeimmät tekijät ovat taloudellinen tarve, kulujen hallinnan helpottaminen ja lainojen saatavuuden helppous (Kuvio 10).



Kuvio 10 Syyt kulutusluottojen käyttöön

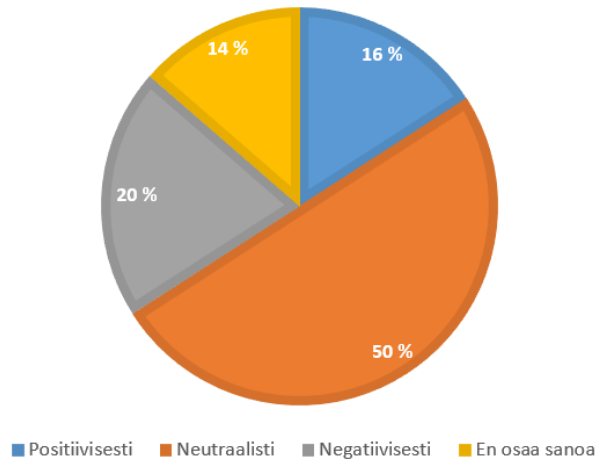
Kysymyksessä yksitoista selvitettiin kulutusluottojen käyttöiheyttä, eli kuinka herkästi niitä käytetään. Suurin osuus käyttää kulutusluottoja vain pakottavissa tilanteissa, mikä osoittaa yleistä varovaisuutta velanotossa. Usein tai harvoin yhteensä muodostavat merkittävän osan vastaajista, tämä osoittaa, että kulutusluottoja pidetään hyväksyttävänä ja normaalina taloudenhallinnan keinona monille. Vastaajista pienin osa ei käytä kulutusluottoja lainkaan, joka voi viitata hyvään taloudelliseen tilanteeseen tai velkaantumisen välttelyyn (Kuvio 11).



Kuvio 11 Kulutusluottojen käyttöiheys

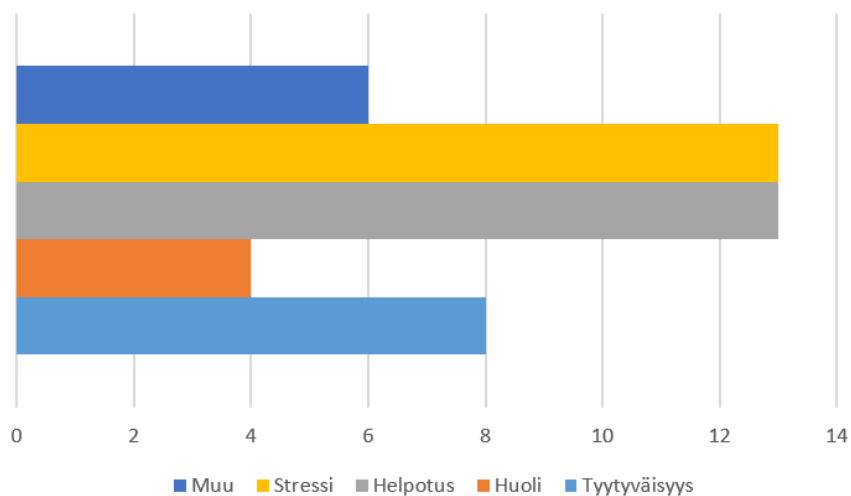
Kysymyksessä kaksitoista selvitettiin kulutusluottojen käytönvaikutuksia talouteen ja hyvinvointiin. Tällä on pyrkimyksenä selvittää kulutusluoton käytön tuottamia vaikutuksia. Kulutusluottojen käytön vaikutukset talouteen ja hyvinvointiin ovat moninaisia, kuten alla oleva kuvio osoittaa. Suurin osa vastaajista kokee kulutusluottojen käytön vaikutuksen neutraalina (50 %), 20 % vastaajista kokee kulutusluottojen käytön vaikuttavan negatiivisesti heidän

talouteensa ja hyvinvointiinsa. Positiivisesti kulutusluottojen käytön kokee 16% vastaajista, ja 14 % vastaajista ei osaa sanoa, miten kulutusluottojen käyttö vaikuttaa heidän talouteensa ja hyvinvointiinsa (Kuvio 12).



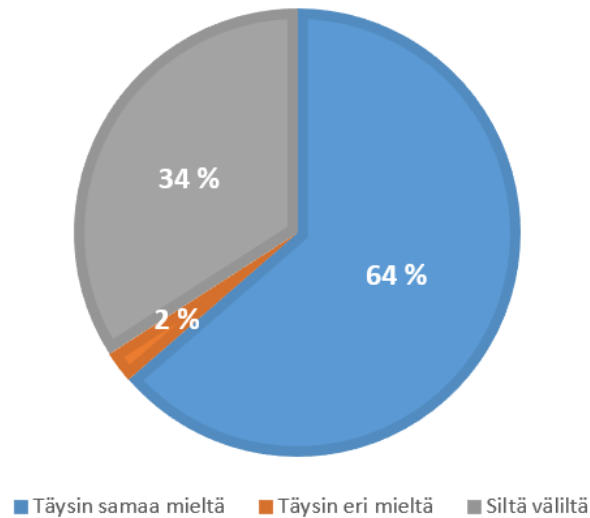
Kuvio 12 Vaikutukset talouteen ja hyvinvointiin

Kysymyksessä kolmetoista selvitettiin millaisia tunteita kulutusluottojen käyttö herättää käyttäjissä, tällä pyritään laajemmin selvittämään vaikutuksia. Kulutusluottojen käyttö herättää vastaajissa monenlaisia tunteita. Yleisimmät tunteet ovat helpotus ja stressi, joita kumpaakin kokee suurin osa vastaajista, tämä voi viitata siihen, että kulutusluotot tarjoavat välitöntä taloudellista helpotusta, mutta samalla ne voivat aiheuttaa merkittävää stressiä. Tyydytystä käytöstä kokee toiseksi eniten vastaajat, mikä osoittaa tyytyväisyyttä saadessaan rahoitusta tarpeisiinsa. Huolta kulutusluottojen käyttö aiheuttaa vähiten vastaajille. Lisäksi osa vastaajista ilmoitti muita tunteita, joka kertoo, että kulutusluottojen käyttö herättää myös muita tunteita (Kuvio 13).



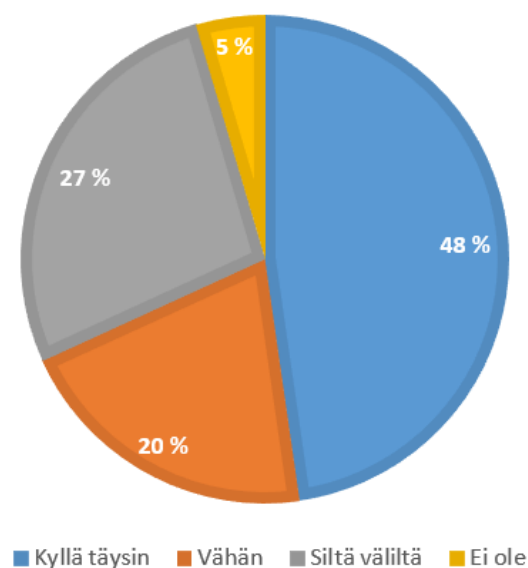
Kuvio 13 Tunteet luottojen käytöstä

Kyselyssä kohta neljätoista oli väittämä ”Kulutusluottojen käyttö on tehty liian helpoksi” tässä pyrin selvittämään mielipiteitä kulutusluotoista. Vastausvaihtoehtoja oli kolme, jakaumat ovat hyvin selkeitä kuten alla olevasta kuvioista selviää, suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että se on tehty liian helpoksi (Kuvio 14).



Kuvio 14 Kulutusluottojen käytön helppous

Kohdassa viisitoista selvitettiin, onko vastaajilla minkälaista tietämystä ottamistaan kulutusluotoista. Suurin osa vastaajista melkein puolet vastasi tietävänsä täysin vaikutuksista talouteen, muilla oli siltä väliltä ja vähän suhteellisen läheiset jakaumat, kuitenkin vain 2% ilmoitti että ei ole lainkaan tietoa vaikutuksista, seuraavassa kuviossa selkeämmin luvut (Kuvio 15).



Kuvio 15 Tietämys kulutusluotoista

Viimeinen osa kyselyssä eli kohta 16 oli myös väittämä, jossa todettiin ”Koulussa tulisi opettaa talouden hallinnasta enemmän” johon oli 4 eri vastausvaihtoehtoa. Kaikki vastaajat eli yhteensä 44 vastaajaa kaikki oli samaa mieltä väittämän kanssa. Tällä oli tarkoitus selvittää osaamisen puute ja halukkuus taloudenhallinnan oppimisen kannalta (Kuvio 16).



Kuvio 16 Tarve talousopetukselle koulussa

## 6 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää pääkaupunkiseudun 18-29-vuotiaiden nuorten aikuisten keskuudessa, mihin tarkoituksiin kulutusluottoja käytetään, kuinka yleistä niiden käyttö on, mitkä tekijät vaikuttavat kulutusluottojen käyttöön ja miten kulutusluottojen käyttö vaikuttaa nuorten taloudelliseen vakauteen ja hyvinvointiin. Tarkoituksena oli saada kattavaa tietoa siitä, millaisissa tilanteissa nuoret aikuiset turvautuvat kulutusluottoihin ja millaisia vaikutuksia tällä lainanottotavalla on heidän taloudelliseen tilanteeseensa sekä yleiseen hyvinvointiinsa. Kulutusluottojen käyttö on yleistynyt erityisesti nuorten aikuisten keskuudessa, ja sen seurauksia ei ole vielä täysin ymmärretty. Siksi tämä tutkimus pyrkii valottamaan kulutusluottojen käyttöön liittyviä tekijöitä ja niiden laajempia vaikutuksia nuorten elämään.

Tutkimuksessa keskityttiin erityisesti nuoriin aikuisiin, jotka asuvat pääkaupunkiseudulla, koska tämä alue tarjoaa monipuolisen ja monikulttuurisen otoksen. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, kuinka yleistä kulutusluottojen käyttö on heidän keskuudessaan, mihin tarkoituksiin luottoja useimmiten käytetään ja mitkä syyt ja motivaatiot ajavat nuoria turvautumaan kulutusluottoihin. Lisäksi tutkimuksessa haluttiin ymmärtää, miten kulutusluottojen käyttö vaikuttaa nuorten taloudelliseen vakauteen ja heidän kokemukseensa omasta

taloudellisesta hyvinvoinnistaan. Tutkimuksen tulokset ovat täysin anonymoituja, ja kaikkia kerättyjä tietoja on käsitelty huolellisesti ja luotettavasti, jotta yksityisyyden suoja voidaan taata. Kaikki tutkimukseen osallistuneet ovat osallistuneet kyselyyn vapaaehtoisesti, ja heille on annettu mahdollisuus vastata kysymyksiin omassa tahdissaan. Kysymysten muotoilussa on kiinnitetty erityistä huomiota siihen, että ne ovat helposti ymmärrettäviä ja selkeitä, jotta vastaajat pystyisivät antamaan mahdollisimman tarkkoja ja rehellisiä vastauksia.

Tutkimustulosten perusteella selvisi, että kulutusluottojen käyttö on hyvin yleistä, sillä 68 % vastaajista ilmoittaa käyttävänsä niitä. Yleisimmät käyttötarkoitukset ovat ajoneuvojen ja elektroniikan hankinta, joita kumpaakin mainitsee noin kolmasosa vastaajista. Kerättyjen tietojen perusteella päätökseen käyttää kulutusluottoja vaikuttaa usea tekijä ja yleisin syy on taloudellinen tilanne, joka ei salli kertasuorituksia minkä on valinnut 35 % vastaajista. Kulujen jakaminen pienempiin eriin houkuttelee lähes kolmanneksen vastaajista, ja monille kulutusluottojen helppous on tärkeä tekijä. Lisäksi 14 % vastaajista haluaa saada tuotteet heti ilman välitöntä maksua, mikä korostaa luottojen tarjoamaa välitöntä tyydytystä.

Tutkimuksen tarkoituksena oli myös selvittää kulutusluottojen vaikutukset taloudelliseen vakauteen ja hyvinvointiin. Puolet vastaajista kokee vaikutukset neutraaleina, mikä viittaa siihen, että luotot eivät merkittävästi paranna eivätkä heikennä heidän taloudellista tilannettaan. Positiivisia vaikutuksia kokee 16 % vastaajista, kun taas 20 % kokee negatiivisia vaikutuksia. Tulosten perusteella kulutusluottojen käyttö herättää monenlaisia tunteita, yleisimmät tunteet ovat stressi ja helpotus, joita kumpaakin tuntee noin kolmasosa vastaajista. Tämä osoittaa, että vaikka luotot tuovat taloudellista joustoa, ne voivat myös aiheuttaa henkistä painetta. Tyytyväisyyttä kokee noin viidesosa vastaajista, mikä viittaa siihen, että luottojen avulla he voivat hankkia tarvitsemiaan tuotteita ja palveluita. Huolta tuntee noin kymmenesosa vastaajista, mikä liittyy todennäköisesti takaisinmaksuun ja taloudelliseen epävarmuuteen.

Tutkimuksessa oli tavoitteena myös selvittää ketkä käyttävät kulutusluottoja, josta voidaan todeta, että kulutusluottojen käyttö on yleisintä vanhemmissa ikäryhmissä, pääkaupunkiseudulla asuvien, ammattikoulutettujen ja keskituloisten keskuudessa, eli kohderyhmä kenelle tutkimus oli suunnattu. Työssäkäyvät ja vakituudessa työsuhhteessa olevat käyttävät luottoja eniten, mikä viittaa taloudelliseen turvallisuuteen. Kaikkien näiden tutkimustulosten perusteella voidaan päätellä, että kulutusluottojen käyttö on monille välttämätöntä taloudellisen joustavuuden saavuttamiseksi, joka on hyvin yleistä nykypäivänä. Talouskasvatuksen merkitystä ei voi liioitella, sillä kaikki vastaajat korostivat sen tarpeellisuutta ja toivoivat enemmän taloushallinnan opetusta kouluissa. Tämä tieto voi auttaa kehittämään parempia taloushallinnan opetuskäytäntöjä ja tarjoamaan kuluttajille työkaluja taloudelliseen hyvinvointiin.

Tämän opinnäytetyön toteuttaminen oli minulle erittäin mielenkiintoinen ja antoisa kokemus, erityisesti koska työskentelen päivittäin maksujen parissa ja kohtaan työssäni valitettavan usein nuoria aikuisia, jotka ovat velkaantuneet jo varhaisessa vaiheessa elämäänsä. Tämä ilmiö, jossa nuoret joutuvat velkakierteeseen varhaisessa vaiheessa, on huolestuttava ja yhä kasvava ongelma. Se ei ainoastaan lisääntynyt viime vuosina, vaan se on myös alkanut normalisoitua monien nuorten aikuisten keskuudessa. Tämä kehitys on saanut minut entistä motivoituneemmaksi syventymään aiheeseen ja pyrkimään ymmärtämään laajemmin, mistä tämä velkaantumisen ilmiö oikein saa alkunsa, ja mitkä ovat sen taustalla vaikuttavat tekijät. Halusin toteuttaa tämän tutkimuksen erityisesti siksi, että voisin paremmin ymmärtää niitä moninaisia syitä, jotka johtavat nuorten velkaantumiseen. On tärkeää saada selville, mitkä tekijät vaikuttavat siihen, että nuoret aikuiset ajautuvat taloudellisesti haastavaan tilanteeseen jo elämänsä alkuvaiheessa. Tämä ymmärrys ei ole ainoastaan teoreettisesti kiinnostavaa, vaan sillä on myös käytännön merkitystä oman työni kannalta. Kun tiedämme enemmän velkaantumisen taustalla olevista syistä ja mekanismeista, voimme kehittää parempia keinoja tämän ilmiön ehkäisemiseksi ja nuorten tukemiseksi heidän taloudellisessa päätöksenteossaan.

Työn toteutus oli kokonaisuudessaan erittäin mielenkiintoinen ja opettavainen prosessi. Vaikka kohtasin matkan varrella monia haasteita, ne tarjosivat arvokasta oppia ja syvensivät omaa ymmärrystäni aiheesta. Toivon, että tämä opinnäytetyö tarjoaa lukijoille jonkinlaista syvempää ymmärrystä siitä, miksi nuoret aikuiset velkaantuvat ja mitä voimme tehdä tämän ongelman ratkaisemiseksi. Kulutusluotot ja niiden vaikutukset ovat monimutkainen ja laaja aihe, joka koskettaa monia eri elämänalueita. Siksi siitä ei voi koskaan olla liikaa tietoa. On tärkeää lisätä tietoisuutta ja ymmärrystä tästä ilmiöstä, jotta voisimme paremmin tukea nuoria aikuisia heidän taloudellisten päätöksensä tekemisessä ja auttaa heitä välttämään velkaantumisen negatiiviset seuraukset.

## Lähteet

### Painetut

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 19.painos. Helsinki: Edita.

### Sähköiset

Asiakastieto Media, 2024. Maksuhäiriöisiä kuluttajia yli 360 000 ensimmäistä kertaa vuoden 2022 jälkeen. Viitattu 10.7.2024 [Maksuhäiriöisiä kuluttajia yli 360 000 ensimmäistä kertaa vuoden 2022 jälkeen - Suomen Asiakastieto Oy](#)

Asiakastieto, 2024. Maksuhäiriötilastot. Luettu 10.7.2024 [PowerPoint Presentation \(asiakastieto.fi\)](#)

Fiksukuluttaja, 2024. Kulutusluotot: Katso vertailu ja löydä edullisin kulutusluotto. Viitattu 1.7.2024 [Halvin kulutusluotto? Katso vertailu ja paras korko \[2024\] \(fiksukuluttaja.fi\)](#)

Järvelä, K. Saastamoinen, M. & Salo, J.P. 2022. Pikaluotot ja pikaluottoja ottaneiden maksuvaikkeudet. Kilpailu- ja kuluttajaviraston Tutkimusraportteja 5/2022. Viitattu 10.7.2024 [2022-05-tutkimusraportteja-pikaluotot-ja-maksuvaikkeudet-1.pdf](#)

Koskinen, K.& Tuomikoski, O. Kokonaiskuva velkaantumisesta hämärtyy, kun kulutusluottojen tarjonta monipuolistuu. Euro& Talous 2/2027, 3-6. Viitattu 20.7.2024 [eurotalous\\_212\\_7.pdf \(bof.fi\)](#)

Kuluttajaliitto, 2024. Viitattu 15.7.2024 [Yhteistiedote: Suuret kulutusluotot ja pitkät lainajat ajavat kotitalouksia syvälle velkakurimukseen | Kuluttajaliitto](#)

Kuluttajaliitto, 2024. Kuluttajaluotot. Viitattu 20.7.2024 [Kuluttajaluotot | Kuluttajaliitto](#)

Niemi, M.L. 2014. Luotto-oikeus. Helsinki: Alma Talent. ISBN 978-952-14-2083-2.

OP Ryhmä, 2024. Kulutusluotot. Viitattu 1.7.2024 [Kulutusluotto pankista | OP:n kulutuslaina | OP](#)

Suomen Pankki, 2023. Tilasto. Toukokuussa vakuudettomia kulutusluottoja nostettiin runsaasti. Viitattu 13.7.2024 [toukokuussa vakuudettomia kulutusluottoja nostettiin runsaasti \(suomenpankki.fi\)](#)

Suomen Pankki. Kotitalouksien velkaantuminen noudattaa talouden suhdanteita. Euro& Talous 02/2022, 4-5. [eurotalous\\_2\\_2022\\_kotitaloudet.pdf \(bof.fi\)](#)

Suomen Pankki, 2024. Muiden rahoituslaitosten myöntämien kulutusluottojen kanta supistui vuoden 2023 aikana. Viitattu 27.7.2024 [Muiden rahoituslaitosten myöntämien kulutusluottojen kanta supistui vuoden 2023 aikana \(suomenpankki.fi\)](#)

Tilastokeskus, 2024. Viitattu 21.7.2024 [Asuntokuntien velat muuttujina Velkatyyppi, Asuntokunnat, Tiedot, Vuosi, Suuralue ja Viitehenkilön ikä. PxWeb \(stat.fi\)](#)

Ulosottolaitos, 2023. Ulosottolaitoksen tilastoja vuodelta 2023. Viitattu 27.7.2024 [Ulosotto Suomessa, Ulosottolaitoksen vuositilastoja \(ulosottolaitos.fi\)](#)

Välimäki, T. 2022. Käteisen käytön muuttuminen ja vähittäismaksamisen hinta. Euro& Talous. Viitattu 19.8.2024 [Käteisen käytön muuttuminen ja vähittäismaksamisen hinta - Euro ja talous](#)

Wirman, J. 2020. Digipankit haastavat konttoripankit kulutusluottojen tarjonnassa. Euro& Talous. Viitattu 15.7.2024 [eurotalous\\_blogi\\_21\\_12\\_2020.pdf \(bof.fi\)](#)

## Kuviot

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| Kuvio 1 Ikäjakauma .....                              | 24 |
| Kuvio 2 Asuinalue jakauma .....                       | 24 |
| Kuvio 3 Koulutusjakauma .....                         | 25 |
| Kuvio 4 Työtilanne .....                              | 25 |
| Kuvio 5 Vuosittaiset tulot ennen veroja .....         | 26 |
| Kuvio 6 Työsuhde .....                                | 27 |
| Kuvio 7 Kulutusluoton käyttäjät .....                 | 27 |
| Kuvio 8 Kulutusluottojen määrä .....                  | 28 |
| Kuvio 9 Kulutusluottojen käyttötarkoitus .....        | 29 |
| Kuvio 10 Syyt kulutusluottojen käyttöön .....         | 30 |
| Kuvio 11 Kulutusluottojen käyttöiheys .....           | 30 |
| Kuvio 12 Vaikutukset talouteen ja hyvinvointiin ..... | 31 |
| Kuvio 13 Tunteet luottojen käytöstä .....             | 31 |
| Kuvio 14 Kulutusluottojen käytön helppous .....       | 32 |
| Kuvio 15 Tietämys kulutusluotoista .....              | 32 |
| Kuvio 16 Tarve talousopetukselle koulussa .....       | 33 |

## Kuvat

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| Kuva 1 Suomen Pankki 2023.....                | 10 |
| Kuva 2 Suomen Pankki 2023.....                | 10 |
| Kuva 3 (Bergström & Leppänen 2015, 3.1).....  | 13 |
| Kuva 4 (Bergström & Leppänen 2015, 3.12)..... | 16 |
| Kuva 5 (Rahalaitos.fi) .....                  | 18 |
| Kuva 6 Takuusäätiö 2019. ....                 | 19 |
| Kuva 7 (Kuluttajaliitto 2024).....            | 20 |

## Liitteet

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| Liite 1 Kyselylomakkeen saateteksti ..... | 41 |
| Liite 2 Kyselylomake .....                | 42 |

## Liite 1 Kyselylomakkeen saateteksti

Tervetuloa mukaan tutkimukseen, jossa selvitetään 18–29-vuotiaiden Pääkaupunkiseudulla asuvien kulutusluottokäyttäytymistä!

Kyselyyn pääset vastaamaan oheisesta linkistä:

<https://forms.office.com/e/JuLRWcrqnf>

Vastausaika on rajoitettu 4.7.2024 klo 22.00 asti.

Jokainen vastaus on todella tärkeä, sillä se auttaa syventämään ymmärrystä ja vaikuttamaan tulevaisuuden ratkaisuihin, etenkin velkaantumisen kannalta.

Kiitos, että olet mukana tekemässä tutkimuksestani merkityksellistä ja vaikuttavaa!

Terveisin,

Egzona Latifi

## Pääkaupunkiseudun 18–29-vuotiaiden kulutusluottokäyttäytyminen

Kyselyn tavoitteena on selvittää kulutusluottojen käyttöä, ja siihen liittyviä syitä Pääkaupunkiseudun 18-29 nuorten aikuisten keskuudessa. Tutkimus on osa opinnäytetyötä.

Kaikki vastaukset on anonymoituja.

## Liite 2 Kyselylomake

## 1. Ikä \*

 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29

## 2. Asuinpaikka \*

 Helsinki Espoo Vantaa Muu

## 3. Koulutustaso \*

 Peruskoulu Lukio Ammatillinen koulutus Korkeakoulu (AMK/Yliopisto) Ylempi korkeakoulututkinto Muu

## 4. Työtilanne \*

...

- Työssä
- Työtön
- Opiskelija
- Vanhempainvapaalla
- Muu

## 5. Vuosittaiset tulot ennen veroja \*

- Alle 10 000€
- 10 000€ - 20 000€
- 20 000€ - 30 000€
- 30 000€ - 40 000€
- 40 000€ - 50 000€
- Yli 50 000€

6. Työsuhde (jos olet työssä) \*



- Vakituinen
- Määräaikainen
- Osa-aikainen
- Freelancer
- Yrittäjä
- Työtön

7. Onko sinulla tällä hetkellä kulutusluottoja? \*

- Kyllä
- Ei

8. Jos sinulla on kulutusluottoja, kuinka monta niitä on? \*

- Ei ole
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 tai enemmän

9. Mihin käytät kulutusluottoja? (Voit valita useita vaihtoehtoja) \*

- Vaatteet
- Matkat
- Kosmetiikka
- Ruoka
- Huonekalut
- Elektroniikka
- Ajoneuvo
- Viihde ja vapaa-aika
- Muu

10. Miksi käytät kulutusluottoja (Voit valita useita vaihtoehtoja) \*

- Taloudellinen tilanne ei salli kertasuoritusta
- Haluan saada tuotteen heti, vaikka en pysty maksamaan kerralla
- Kulujen jakaminen pienempiin eriin
- Koska se on helppoa
- Muu

11. Kuinka usein käytät kulutusluottoja? \*

- Aina
- Usein
- Harvoin
- Vain pakottavissa tilanteissa
- En koskaan

12. Miten kulutusluottojen käyttö vaikuttaa talouteesi ja hyvinvointiisi? \*

- Positiivisesti
- Neutraalisti
- Negatiivisesti
- En osaa sanoa

13. Millaisia tunteita kulutusluottojen käyttö herättää sinussa? \*

- Tyytyväisyys
- Huoli
- Helpotus
- Stressi
- Muu

14. Kulutusluottojen käyttö on tehty liian helpoksi \*

- Täysin samaa mieltä
- Täysin eri mieltä
- Siltä väliltä

15. Onko sinulla tarpeeksi tietämystä kulutusluottojen vaikutuksista talouteen? \*

- Kyllä täysin
- Vähän
- Siltä väliltä
- Ei ole

16. Talouden hallinnasta tulisi opettaa koulussa enemmän. \*

Samaa mieltä

Eri mieltä

Ei merkitystä

Muu