



# Helppoa ja nopeaa vai laillista ja vastuullista? Erämaksuluotto verkkokaupassa

Henna Valtanen

Julkaisuvuosi Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## **Helppoa ja nopeaa vai laillista ja vastuullista? Erämaksuluotto verkkokaupassa**

Henna Valtanen

Tulevaisuuden johtaminen ja asiakaslähtöinen palveluliiketoiminta

Opinnäytetyö

Marraskuu, 2024

Henna Valtanen

**Helppoa ja nopeaa vai laillista ja vastuullista? Erämaksuluotto verkkokaupassa**

Vuosi

2024

Sivumäärä

59

Tämä opinnäytetyö tarkastelee hyödykesidonnaisten erämaksuluottojen hakuprosessin kehittämistä verkkokauppaympäristössä, painottaen prosessin sujuvuutta, asiakasystävällisyyttä ja lainsäädännön vaatimusten noudattamista. Tutkimuksen kohdeyrityksenä on keskisuuri rahoitusalan organisaatio. Opinnäytetyön tavoitteena on luoda ratkaisuja, jotka parantavat kuluttajien kokemusta digitaalisesta luotonhausta ja tukevat samalla luotonmyöntäjien vastuullisuutta ja lainsäädännön täyttämistä. Keskeisinä hyödynsaajina ovat verkkokaupat ja rahoitusalan yritykset, jotka voivat parantaa asiakastytyvyyttä, sekä kuluttajat, jotka saavat turvallisempia ja käyttäjäystävällisempiä rahoitusratkaisuja.

Kehittämistehtävänä on tunnistaa ja ratkaista asiakaskokemukseen liittyviä ongelmia erämaksuluottojen hakuprosessissa ja luoda malli, joka yhdistää nopean ja helppokäyttöisen luotonmyöntöpalvelun sekä lainsäädännön mukaisen riskienhallinnan. Tutkimuksen tietoperusta koostuu Suomen kansallisesta lainsäädännöstä, kuluttajansuojasta sekä riskienhallinnasta ja asiakaskeskeisyydestä. Näitä näkökulmia käsitellään yhdessä, koska ne kytkeytyvät kiinteästi kuluttajaluottojen myöntämisen vastuullisuuteen ja tulevaisuuteen.

Opinnäytetyö toteutettiin yhdistämällä laadullisia ja määrällisiä menetelmiä: asiantuntija-haastattelut kohdeyrityksen ammattilaisten kanssa antoivat näkemyksiä prosessien nykytilasta ja kehittämistarpeista, ja asiakaskyselyt kohdeorganisaation asiakkaille tuottivat tietoa loppukäyttäjien kokemuksista. Aineiston analyysin pohjalta luotiin työpajan avulla tiekartta prosessin kehittämiseksi. Keskeisiksi tuloksiksi nousivat tarpeet yksinkertaistaa hakuprosessia ja selkeyttää luottoehdot, jotta asiakaskokemus olisi miellyttävä ja lain vaatimukset täytyisivät. Lisäksi riskienhallinnan merkitys korostui, ja luotonantajien vastuullisuuden tarve nähtiin entistä tärkeämpänä.

Johtopäätöksissä korostetaan, että erämaksuluoton myöntäminen verkkokaupassa vaatii tasapainoa asiakaslähtöisyyden ja lainsäädännön välillä. Sujuva ja turvallinen luotonhakuprosessi tukee sekä kuluttajien että luotonantajien luottamusta ja kestävyyttä markkinoilla. Tiekartta tarjoaa konkreettisen mallin, jota kohdeorganisaatio voi hyödyntää parantaakseen prosessiaan ja vastataksien sekä asiakkaiden odotuksiin että lainsäädännön vaatimuksiin. Nykyisellään verkkokaupoissa tapahtuva luotonhakuprosessi on joko helppo ja nopea tai sitten laillinen ja vastuullinen, mutta tulevaisuuteen tähtäävän tiekartan avulla sen halutaan olevan sitä kaikkea yhtä aikaa.

Henna Valtanen

**Fast and Easy or Legal and Responsible? Part Payments in eCommerce**

Year

2024

Pages

59

---

This thesis examines the development of the application process for purchase-based part payment credits in an eCommerce environment, with a focus on process efficiency, customer-friendliness, and compliance with legal requirements. The target company of the study is a medium-sized organization in the financial sector. The aim of the thesis is to create solutions that enhance the consumer experience in online credit applications while supporting responsible lending practices and legal compliance. The primary beneficiaries are web shops and financial companies, which can improve their customer satisfaction, as well as consumers, who will have access to safer and more user-friendly financial solutions.

The development task involved identifying and addressing issues related to customer experience in the credit application process for part payment credits and creating a model that combines a quick and user-friendly credit-granting service with legally compliant risk management. The theoretical framework of the study consists of Finnish national legislation, consumer protection, risk management, and customer orientation. These perspectives are examined together, as they are closely linked to the responsibility and future of granting consumer credits.

The thesis was conducted using a combination of qualitative and quantitative methods: expert interviews with professionals from the target company provided insights into the current state of processes and development needs, while customer surveys of the target organization's clients offered data on end-user experiences. Based on the analysis of the data, a roadmap for process development was created through a workshop. Key findings highlighted the need to simplify the application process and to clarify credit terms to ensure a pleasant customer experience and to fulfill legal requirements. Additionally, the importance of risk management was emphasized, with a growing need for lenders' responsibility.

The conclusions stress that granting part payment credits in eCommerce requires a balance between customer orientation and legal compliance. A smooth and secure credit application process supports trust and sustainability for both consumers and lenders in the market. The roadmap provides a concrete model that the target organization can use to improve its processes and meet both customer expectations and legal requirements. Currently, the credit application process in eCommerce is either easy and quick or legally compliant and responsible, but with the future-oriented roadmap, it aims to be all these at once.

Keywords: consumer protection, credit granting, purchase-based credit, part payment, customer orientation

## Sisällys

1	Johdanto.....	7
2	Tietoperusta .....	8
2.1	Hyödykesidonnaiset luotot.....	9
2.2	Luottojen hakuprosessi.....	10
2.3	Lainsäädännöllinen viitekehys.....	11
2.3.1	Kuluttajansuojalaki.....	11
2.3.2	Rahanpesulaki .....	12
2.3.3	Tietosuojalaki .....	13
2.3.4	Luottolaitoslaki .....	14
2.3.5	Yhteenveto merkittävästä lainsäädännöstä.....	14
2.4	Vastuullisuus .....	15
2.4.1	Riskiarvio ja luottopäätös .....	15
2.4.2	Valitukset ja riidanratkaisu .....	16
2.4.3	Asiakaskeskeisyys luotonhakuprosessissa.....	17
2.5	Luotonmyönnön tulevaisuus .....	18
2.6	Tietoperustan yhteenveto .....	18
3	Kehittämisasetelma .....	20
3.1	Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet .....	20
3.2	Opinnäytetyön kehittämistehtävä .....	21
3.3	Opinnäytetyön kehittämiskysymykset.....	21
3.4	Menetelmävalinnat.....	22
3.4.1	Laadullinen haastattelututkimus .....	23
3.4.2	Määrällinen kyselytutkimus .....	24
3.4.3	Backcasting-työpaja ja tiekartta .....	25
3.5	Aineiston keruu ja hallintasuunnitelma .....	26
3.6	Analyysin kuvaus .....	29
4	Tulokset .....	34
4.1	Selkeyden voima .....	34
4.1.1	Reklamaatioiden labyrintti.....	34
4.1.2	Epäselvyyksistä selkeyteen.....	36
4.1.3	Lainsäädäntö ohjaamossa .....	38
4.1.4	Juuret ja ratkaisut .....	40
4.2	Ongelma-alueiden kehitysehdotukset.....	41
4.3	Jatkokehittämisalueet.....	43
5	Johtopäätökset .....	44
5.1	Vastaukset kehittämiskysymyksiin .....	45

5.2	Skaalautuvuus eri toimijoiden välillä.....	45
5.3	Eettisyys ja luotettavuus.....	46
	Lähteet.....	48
	Kuviot .....	52
	Kuvat .....	52
	Taulukot .....	52
	Liitteet.....	53

## 1 Johdanto

Vähittäiskaupan alan yrityksille tarjotaan monia erilaisia maksutapavaihtoehtoja, joita ne voivat tarjota loppuasiakkailleen ostokanavasta riippumatta, ja jotka auttavat hallitsemaan kasvavirta ja tukemaan liiketoiminnan kasvua. Yksi näistä vaihtoehtoista on ostettavan tuotteen hintaan sidottu hyödykesidonnainen erämaksuluotto, joka mahdollistaa kuluttajalle tuotteen hankintahinnan pilkkomisen osiin. Lisäksi kuluttaja saa ostokselleen turvaa, eli pääsee tarkastamaan hankinnat ennen maksamista.

Useimmiten hyödykesidonnaisen erämaksuluoton tarjoaa rahoituslaitos, jolla on yhteistyösopimus myyjäliikkeen kanssa. Rahoittajan tehtävänä on arvioida kuluttajan eli luotonhakijan maksukyky, hoitaa luottosopimuksen tekeminen sekä lopulta laskuttaa kuluttajaa sopimuksen mukaisesti. Myyjäliike saa ostetuista tuotteista rahat heti, eikä heidän tarvitse odottaa suoritusta tai hoitaa laskutusta. Lisäksi kuluttajille tarjottu mahdollisuus erissä maksamiseen nostaa yleensä toteutuneiden kauppojen keskimääräistä hintaa.

Verkkokauppa on kohonnut merkittäväksi voimaksi 2020-luvulla, kun yhä useammat kuluttajat ovat siirtäneet ostostensa tekemisen verkkoon. Digitalisaation, mukavuuden ja monipuolisten kansainvälisten valikoimien lisääntymisen myötä verkkokaupat ovat kasvaneet yhä suosituimmiksi vaihtoehtoiksi perinteisille kivijalkamyymälöille. Tämä kehitys on vahvistunut erityisesti pandemian aikana, kun etäostosten tekeminen on tullut entistäkin tärkeämmäksi. (Verkkokauppa Suomessa 2023, 7; Verkkokauppamittari 2024, 3-4, Verkkokauppattutkimus 2023, 2-4.) Nykyisen maailmanpoliittisen tilanteen tuoma taloudellinen epävarmuus kuitenkin heijastuu myös verkkokauppoihin, laskien keskimääräisten hankintojen hintoja sekä kasvattaen kiihkeiden halpakauppojen suosiota. Kuluttajakaupan mahdollinen piristyminen kulkee käsi kädessä kotitalouksien taloudellisen luottamuksen kanssa, ja tuleva korkotason lasku vaikuttaa varmasti piristävästi myös verkkokauppatoimintaan. (Verkkokauppamittari 2024, 3-4.)

Laskuvaihtoehdon sekä pidempien maksuaikojen tarjoaminen madaltaa usein kuluttajan kynnystä tehdä hankintoja myös taloudellisesti epävarmempana aikana. Verkkokaupparahoituksessa on Suomenkin suhteellisen pienessä markkinassa useita toimijoita, jotka kilpailevat tarjoamalla verkkokauppojen asiakkaille joustavia maksuvaihtoehtoja. Yleisesti kilpailutilanne parantaa verkkokaupan ja kuluttaja-asiakkaan asemaa, sillä maksupalveluntarjoajat ovat pakotettuja pitämään yllä hyvää palvelujen laatua, maksutapojen valikoimaa ja kilpailukykyisiä hintoja. Toisaalta taas Suomen koko ajan tiukentuva kuluttajansuojalaki (KSL 38/1978), tietosuojalaki (1050/2018) sekä laki rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estämisestä (444/2017) tuovat uusia vaatimuksia pankki- ja rahoitustoimintaan, koskien myös verkkokauppojen luotollisia maksutapoja. Verkkomaksamisen on luonnollisesti oltava helppoa ja nopeaa kellon ympäri, joten alan toimijoilla voi helposti tulla houkutus kiertää lakien vaatimuksia oman etunsa mukaisesti.

Verkkokaupan myynnin rahoittajia eli ns. ”buy now, pay later” -toimijoita valvotaan Suomessa Finanssivalvonnan sekä Kilpailu- ja kuluttajaviraston toimesta. Lisäksi tänä vuonna 2024 asteittain sovellettavaksi tulevat lakimuutokset koskien EU:n ESG-vastuullisuusraportointia (ESG: E=Environmental responsibility, S=Social responsibility, G=Corporate Governance) tuovat monille yrityksille uusia vaatimuksia toiminnan läpinäkyvyydestä (Direktiivi 2022/2464/EU). ESG kuuluu vuonna 2024 Suomen Finanssivalvonnan pääteemoihin, ja valvontaa keskitetään siis nimenomaan sen tuomiin riskeihin (Finanssivalvonta 2024a).

Vastuullisuusteema korostuu myös vahvasti luotonmyönnön osalta maksuhäiriöiden lisääntyessä, sillä lakeja noudattamalla vähennetään kotitalouksien ylivelkaantumisen riskiä sekä taloudellisia vaikeuksia. Maksuhäiriömerkinnän saaneiden yksityishenkilöiden määrä on noussut tasaisesti koko 2020-luvun (DNB.com 2024), vaikka luottolaitosten perimiä luottokustannuksia sekä maksuhäiriömerkintöjen säilyttämisaikoja on pyritty suitsimaan päivitetyllä lainsäädännöllä. Esimerkiksi kuluttajansuojalaissa määrätään selkeästi luotonmyöntäjän velvollisuudesta arvioida kuluttajan luottokelpoisuus riittävien tietojen perusteella (KSL 7 luku 14 §). Käytännössä tämän toteutuminen on ollut verkkokaupparahoituksessa toimijasta riippuvaa ja useimmiten jäänyt vajaaksi.

Kuluttajaluottojen myöntäminen on aihe, joka herättää kiinnostukseni erityisesti vastuullisuuden ja lainsäädännön noudattamisen näkökulmasta. Vastuullinen luotonmyöntö ei pelkästään tarkoita taloudellisten riskien hallintaa, vaan se kätkee sisäänsä laajemman eettisen velvollisuuden kuluttaja-asiakkaita kohtaan. Haluan tutkia, miten luotonantajat voivat tarjota rahoitusratkaisuja, jotka ovat sekä tarpeeksi nopeita ja helppoja vuorokauden ympäri pyörivään verkkokauppamaailmaan, että myös riittävällä tasolla noudattavat alan säädöksiä. Näen vastuullisen kuluttajaluottojen myöntämisen keskeisenä osana taloudellista kestävyyttä ja yhteiskunnallista oikeudenmukaisuutta, ja haluan osaltani edistää tätä tärkeää keskustelua.

## 2 Tietoperusta

Kuluttajansuoja, riskienhallinta ja prosessien asiakaskeskeisyys muodostavat keskeisen osan luottolaitoksen nykyaikaista taloudellista toimintaympäristöä. Näitä aihealueita onkin mielekästä tarkastella yhdessä, sillä ne kietoutuvat monin tavoin yhteen. Kuluttajansuojalainsäädäntö pyrkii suojelemaan yksilön oikeuksia markkinoiden epäoikeudenmukaisilta käytännöiltä ja tarjoamaan turvaa muuttuvissa tilanteissa. Riskienhallinta puolestaan liittyy läheisesti kuluttajansuojaan, sillä se vaikuttaa suoraan yksilöiden taloudelliseen hyvinvointiin ja siten velkataakan hallintaan. Lisäksi asiakaskeskeisyys on noussut merkittäväksi tekijäksi yritysten kilpailukyvyssä, kun ne pyrkivät tarjoamaan joustavia ja yksilön tarpeita vastaavia palveluja. Tässä luvussa luon tutkimusaiheeseen tietoperustan, jolla syvennän ymmärrystä relevanteista aiheista ja niiden välisistä yhteyksistä.

## 2.1 Hyödykesidonnaiset luotot

Verkkokaupoissa tarjottavat hyödykesidonnaiset luotot ovat yksi tapa helpottaa kuluttaja-asiakkaiden hankintojen tekemistä tarjoamalla heille joustavia maksuvaihtoehtoja. Luottoja haetaan yleensä suoraan verkkokaupan kassalla ostoskorin loppusummalle, tai joissain tapauksissa erikseen luotonantajan verkkosivuilla. Ne mahdollistavat ostosten tekemisen ilman välitöntä maksua ja antavat asiakkaille mahdollisuuden maksaa ostokset takaisin useammassa erässä. Terminä hyödykesidonnainen luotto tulee suoraan kuluttajansuojalaista (KSL 7 luku 7 §), ja sillä tarkoitetaan nimenomaan jonkin kulutushyödykkeen hankkimista varten myönnettyä luottoa. Luoton voi myöntää hyödykkeen myyjä itse, mutta useimmiten heillä on yhteistyösopimus pankin tai muun luottolaitoksen kanssa näiden luottojen tarjoamisesta verkkokaupansa kassalla. Hyödykesidonnainen luotto voi olla joko luottorajallinen jatkuva luotto tai kertaluotto (KSL 7 luku 7 §).

Yleisimpiä verkkokaupoissa tarjottavia hyödykesidonnaisia luottomuotoja ovat hyödykesidonnainen kertaluotto (tästä eteenpäin kutsutaan erämaksuksi) sekä perinteiset luottokortit. Erämaksulla asiakas voi maksaa ostoksensa useammassa erässä sovitun ajanjakson kuluessa, yleensä kuukausittain. Tämä voi olla houkutteleva vaihtoehto etenkin suurempien ostosten, kuten kodinkoneiden, huonekalujen tai elektroniikan, kohdalla. Usein puhekielessä kuulee käytettävän verkkokaupasta ostettaessa termiä *osamaksu*, mutta se ei ole juridisesti oikea termi - ellei sitten myyjällä tai rahoittajalla ole oikeutta hakea tuote pois maksulaiminlyöntien vuoksi. Osamaksukauppaa käydään yleisimmin ajoneuvopuolella, sillä siellä kaupan kohde rekisteröidään luottolaitoksen nimiin luoton vakuudeksi. Hyödykesidonnaisessa luotossa taas rahoittajalla ei ole oikeutta hakea tuotetta pois, vaikka kuukausierät jäisivät maksamatta. (KSL 7 luku 7 §.)

Ostettavaan hyödykkeeseen sidottu erämaksu on ollut pitkään muita kuluttajaluottoja heikommin säädeltyä. Esimerkiksi jo vuonna 2012 hallituksen esittämä hintasääntely pienille luottoille ei koskenut lainkaan sellaisia hyödykesidonnaisia luottoja, joista ei voinut nostaa itselleen rahaa (valtioneuvosto.fi 2012). Samoin koronaviruspandemian vuoksi vuonna 2020 säädettyt väliaikaiset tiukennukset kuluttajansuojalakiin eivät koskeneet lainkaan hyödykesidonnaisia luottoja. Tätä perusteltiin muun muassa kotitalouksien huonontuneella taloudellisella tilanteella, joka vaikutti heidän välttämättömiin hankintoihinsa heikentävästi. (HE 53/2020.)

Erämaksun käyttäminen antaa kuluttajalle myös turvaa, sillä kuluttajansuojalain 7 luvun 39 § mukaan hänellä on oikeus kääntyä tuotteessa olevan virheen sattuessa myös kaupan rahoittajan puoleen. Luottokortilla tai erämaksulla maksettaessa voi siis huoletta tehdä tilauksen, vaikka tuotteen toimituksen tai laadun osalta olisikin epäilyjä. Mikäli tilaus ei saavu perille tai muusta syystä kyseeseen tulee kaupan purku, niin hyvitystä voi aina vaatia myös luotonmyöntäjältä. Myös mikäli tuotteessa on virhe, jota myyjä ei suostu korvaamaan, niin kuluttajan

kannattaa osoittaa reklamaatio rahoittajalle. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2024a.) Rahoittaja ei kuitenkaan ole vastuussa enempää, kuin mitä he ovat saaneet kuluttajalta maksuna kyseisistä tuotteista (KSL 7 luku 39 §).

Vaikka hyödykesidonnaiset luotot voivat tarjota välitöntä helpotusta ostoksia tehdessä, on myös tärkeää muistaa vastuullinen velan hallinta. Asiakkaiden tulisi varmistaa, että heillä on varaa maksaa luotto takaisin sovittujen ehtojen mukaisesti ja välttää ylivelkaantumista. Verkkokauppojen tarjoamat luottomahdollisuudet voivat olla hyödyllisiä työkaluja, kun niitä käytetään harkiten ja vastuullisesti.

## 2.2 Luottojen hakuprosessi

Luottojen markkinointi on yksi merkittävimmistä tekijöistä koko hakuprosessissa, sillä Suomenkin kokoisessa markkinassa on runsaasti tarjontaa - sekä perinteisiltä pankeilta että uudemmilta, kansainvälisiltäkin toimijoilta. Tavoitteena on tietysti herättää kuluttajan kiinnostus mahdollisesti jopa psykologisin keinoin, jonka vuoksi kansallista lainsäädäntöä on jouduttu kiristämään liian aggressiivisen tai suorastaan harhaanjohtavan mainonnan kitkemiseksi. (HE 2018/2022 vp.) Kuluttajansuojalain uusimmissa lisäyksissä vuonna 2023 tuotiin mukaan kiellot muun muassa luotosta sosiaalisen menestyksen tai hyväksynnän edistäjänä (KSL 7 luku 13 §).

Luotosta ja sen luonteesta on annettava selkeät ja avoimet tiedot kuluttajille jo markkinointivaiheessa sekä ennen luottosopimuksen tekemistä. Ymmärrettävät tiedot lainaehdoista, koroista, maksuajoista sekä muista mahdollisista kustannuksista auttavat asiakasta valitsemaan itselleen oikean vaihtoehdon. Näin hän myös sitoutuu tietoisesti luottoon kokonaiskustannuksineen sekä maksuehtoineen. Pelkkä maksettavan kuukausierän tai todellisen vuosikoron ilmoittaminen ei siis ole riittävää, vaan lain mukaan on käytävä ilmi myös mm. korkoprosentti ja muut mahdolliset kustannukset, sopimuksen kesto sekä maksuerien määrä. (KSL 7 luku 8-11 §.)

Verkkokauppaostosten maksamiseksi haettaessa kuluttajaluoton hakuprosessin on oltava mahdollisimman nopea ja käyttäjäystävällinen, eikä siihen saisi sisältyä manuaalista paperityötä tai pitkiä odotusaikoja. Koska kyseessä on kuitenkin kuluttajansuojalain 7 luvun mukainen luotto, niin verkkokaupoista otettuja hyödykesidonnaisia erämaksuja koskee silti samat vaatimukset kuin muitakin ns. perinteisempiä kuluttajaluottoja. Tämä tarkoittaa esimerkiksi velvollisuutta kuluttajan luottokelpoisuuden arvioinnista riittävien tietojen perusteella, vaikka usein verkkokauppaostosten summat jäävätkin suhteellisen mataliksi perinteisiin kulutusluottoihin verrattuna. Laissa tarkoitetaan toki nimenomaan kuluttajan kykenevyyttä kyseessä olevan luottosopimuksen velvoitteiden täyttämiseksi, jolloin pienemmissä summissa luottokelpoisuuden arviointiin tarvitaan hieman kevyemmät tiedot. (KSL 7 luku 14 §.) Kuluttajansuojalain valmistelumateriaaleissa onkin erikseen mainittu, että arvioinnissa tulee ottaa huomioon luoton määrä ja muut olosuhteet. Lähtökohtaisesti ainakin siis hakijan luottotiedot, sekä

suuremmissa kertaluotoissa myös muita tietoja kuluttajan taloudellisesta asemasta, eli esim. tulo- ja velkatiedot. (HE 78/2012 vp.) Euromääräisiä summarajoja luotonmyöntäjille ei ole kuitenkaan suoraan annettu, joten tulkinta jää jokaisen oman harkinnan ja riskienhallinnallisten arviointien varaan.

### 2.3 Lainsäädännöllinen viitekehys

Suomen kansallinen lainsäädäntö määrää suurimman osan siitä, mitä luottolaitoksen tai pankin tulee tehdä ja ottaa huomioon prosesseissaan kuluttajaluottojen osalta. Toki säädöksistä osa tulee myös EU-tason direktiiveistä, joita on tarkennettu kansallisella tasolla. Käsittelen tässä lainsäädäntöä nimenomaan verkkokaupassa myönnettävien hyödykesidonnaisten luottojen kannalta.

#### 2.3.1 Kuluttajansuojalaki

Kuluttajansuojalaki (KSL 38/1978) pyrkii suojelemaan yksittäisten kuluttajien oikeuksia ja etuja kulutushyödykkeiden tarjonnassa, myynnissä tai muussa markkinoinnissa (KSL 1 luku 1 §). Sen keskeiset vaikutusalueet ovat muun muassa sopimusehtojen kohtuullisuudessa, myyjän virhevastuussa, markkinointikäytänteissä, palvelujen turvallisuudessa sekä peruutusosoikeuksissa. Kuluttajansuojalaki kattaa laajasti erilaisia tilanteita ja toimialoja, joista tässä viitekehyksessä tarkastelen erityisesti 6 luvun koti- ja etämyyntiä, 6 a luvun rahoituspalveluiden ja rahoitusvälineiden etämyyntiä sekä 7 luvun kuluttajaluottoja.

1.10.2023 voimaan tulleet kuluttajansuojalain muutokset pyrkivät vaikuttamaan entisestään eri toimijoiden vastuullisuuteen. Esimerkiksi verkkokaupoissa tarjolla olevien maksutapojen esittämisjärjestyksen uusilla säännöksillä pyritään vähentämään maksunlykkäystä sisältävien maksutapojen käyttöä, ja toisaalta taas lisätä sellaisia, joihin ei sisälly mahdollisuutta käyttää luottoa (KSL 6 luku 12 b §). Vahvan tunnistuksen pakottamisesta myös laskulla tai luotolla maksettaessa tullaan säätämään samassa yhteydessä, eli enää pelkän yksittäisen tunnistetiedon kuten henkilötunnuksen tai sähköpostiosoitteen antaminen ei riitä (KSL 6 luku 12 c §).

Kuluttajansuojalaissa on ollut jo aiemminkin pykälät kuluttajille markkinoinnista, vastuullisuudesta ja hyvästä luotonantotavasta, mutta myös näiden tarkennuksia tuli voimaan syksyllä 2023. Lainsäätäjien näkökulmasta ongelmalliseksi on koettu erityisesti sellainen markkinointi, jolla pyritään luomaan vaikutuksia luotosta kaikkien kuluttajan taloudellisten ongelmien ratkaisijana. Tätä pyrittiinkin suitsimaan tehdyillä muutoksilla. (KSL 7 luku 13 §.)

Myös luottokustannusten rajoittamisella pyritään hillitsemään kuluttajien ylivelkaantumista. Kuluttajaluottojen korkokatto laski 1.10.2023 kuluttajansuojalain muutoksen myötä 20 prosentista 15 prosenttiin. Erotuksena aiempaan luotonmyöntäjät voivat kuitenkin jatkossa lisätä säädetyn 15 prosentin päälle korkolain mukaisen viitekoron, eli korko voidaan

luottosopimuksessa sitoa esimerkiksi 3 tai 12 kuukauden Euriboriin. Myös muille luottokustannuksille, kuten avausmaksuille ja kuukausikuluille, on tiukat rajoitteet. (KSL 7 luku 17 a §.) Lisäksi luotonmyöntäjien tulee jatkossa suhtautua entistä vastuullisemmin erilaisiin kuluttajien tarvitsemiin maksujärjestelyihin, joiden avulla voidaan estää syntyneiden maksuvaikeuksien mahdollinen syveneminen (KSL 7 luku 13 §).

Viime vuosina kuluttajansuojalakiin on jouduttu tekemään myös väliaikaisia tiukennuksia koronaviruspandemian vuoksi. Sen katsottiin heikentävän kotitalouksien maksuvaraa, joka taas johtaa luottoihin turvautumiseen. Puuttumiskeinona ja kotitalouksien tilanteen helpottamiseksi laskettiin kuluttajansuojalain 20 % korkokaton väliaikaiseksi ylärajaksi 10 %. Lisäksi kulutusluotoille asetettiin väliaikainen suoramarkkinointikielto. Muutokset olivat voimassa ensin vain 1.7.-31.12.2020 välisen ajan, jonka jälkeen niitä kuitenkin jatkettiin vielä 30.9.2021 asti. (HE 53/2020 vp.) Lainsäätäjä jätti kuitenkin hyödykesidonnaiset luotot näiden koronatiukennusten ulkopuolelle, jolloin verkkokaupassa sai tarjota edelleen erissä maksamista 20 %:n korolla ja markkinoida luotollisia maksutapoja kuten ennenkin (laki kuluttajansuojalain 7 luvun väliaikaisesta muuttamisesta 1194/2020 3 §).

### 2.3.2 Rahanpesulaki

Rahanpesun estäminen on keskeinen osa finanssialan sääntelyä ja valvontaa, jolloin se vaikuttaa vahvasti myös erilaisten kuluttajaluottojen myöntämiseen. Rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estämisen lainsäädäntö perustuu kansainvälisiin sopimuksiin ja suosituksiin, kuten Financial Action Task Forcen (FATF) suosituksiin (The FATF Recommendations 2023). Euroopan unionin tasolla on annettu useita direktiivejä, jotka velvoittavat jäsenvaltioita implementoimaan hyvin tiukkojakin toimenpiteitä rahanpesun estämiseksi. Suomessa nämä direktiivit on saatettu voimaan muun muassa lain rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estämiseksi (rahanpesulaki 444/2017) kautta.

Viimeisten vajaan kymmenen vuoden aikana rahanpesun estämisen sääntelyä on otettu voimakkaasti käyttöön Suomessa, joskin hyödykesidonnaisten kertaluottojen osalta toimenpiteet saattavat jäädä verrattain näkymättömimmiksi suhteellisesti pienten luottosummien vuoksi. Lainsäädännön vaatimuksena tuleekin nimenomaan riskiperusteinen lähestymistapa, eli luotonmyöntäjien on arvioitava kyseiseen tuotteeseen ja asiakaskuntaan liittyvät riskit ja suhteutettava toteutettavat toimenpiteet niihin. (Rahanpesulaki 3 luku 1 §.) Riskiperusteisesti matalariskiseksikään arvioidun luottotuotteen osalta ei silti voida ohittaa esimerkiksi asiakkaan tunnistamisen ja tuntemisen vaatimuksia. Asiakkaan henkilöllisyys on siis varmistettava aina, ja hänestä on kerättävä riittävästi tietoja lain noudattamiseksi. (Rahanpesulaki 3 luku 2 §.) Tämä saattaa luonnollisesti vaikuttaa kielteisesti joidenkin kuluttajien asiakaskokemuksen, sillä alaan perehtymättömällä ei välttämättä ole käsitystä lain vaatimusten vaikutuksista.

Rahanpesun estämisen toimintojen järjestäminen kuluttajaluottoja myöntävässä organisaatiossa on usein hyvin erillään varsinaisesta liiketoiminnasta. Se vaatii silti erityistä osaamista ylemmältä johdolta ja kaikilta työntekijöiltä, jonka vuoksi rahoituslaitosten työntekijöitä koulutetaan säännöllisesti rahanpesun vastaiseen toimintaan. Samoin rahanpesun rikollisuuteen, usein jopa järjestäytyneeseen sellaiseen, liittyvän luonteen vuoksi on tarpeen huolehtia myös työntekijöiden suojelusta - etenkin silloin, kun työntekijän havainnosta on ilmoitettu rahanpesun selvittelykeskukselle. Työntekijään saattaa silloin kohdistua epätoivottavaa uhkailua, kostotoimenpiteitä tai jopa vihamielisiä tekoja. (Määräykset ja ohjeet 2/2023 2023.)

### 2.3.3 Tietosuojalaki

Kuluttajien kanssa toimiessa tulee aina huomioida myös tietosuojaja ja sen mukanaan tuomat vaatimukset. EU-tasolla noudatetaan yleistä tietosuojaja-asetusta (General Data Protection Regulation, GDPR), jonka tarkoituksena on suojata yksityishenkilöitä ja auttaa heitä hallitsemaan paremmin henkilötietojaan (Direktiivi 2016/679/EU). Suomessa yleistä tietosuojaja-asetusta on täsmennetty ja täydennetty erityisellä tietosuojalalla (1050/2018), joka ottaa huomioon kansallisen soveltamisen osalta käsittelyn oikeusperusteita, valvovat viranomaiset, oikeusturvan sekä tietojenkäsittelyn erityistilanteita.

Luottoja myönnettäessä tulee luonnollisesti käsitellä henkilötietoja, ja siihen on tietosuojaja-asetuksen mukainen peruste eli sopimuksen täytäntöönpaneminen ja sitä edeltävien toimien tekeminen kuluttajan itsensä pyynnöstä. Käytännössä kuluttajalta kerätään henkilötietoja luottopäätöksen tekemistä sekä luottosopimuksen laatimista varten. Näitä kerättyjä tietoja on kuitenkin käsiteltävä lainmukaisesti ja läpinäkyvästi, ja keräämisen tulee olla sidonnainen käyttötarkoitukseen - sellaisia tietoja ei saa siis kerätä, joita ei tarvita. Jokaisen kerättävän tiedon, oli se sitten kysytty kuluttajalta itseltään tai haettu rekistereistä, tulee liittyä olennaisesti luotonmyöntöön tai sopimusprosessiin, ja näiden tietojen määrä tulee rajata ja minimoida mahdollisimman pieneksi. (Direktiivi 2016/679/EU.)

Luottoa hakenut kuluttaja voi myös pyytää luottolaitokselta omien henkilötietojensa käsitteilyä koskevat tiedot, oli luottoa myönnetty tai ei. Käytännössä hänelle tulee silloin toimittaa rekisteriseloste. Samoin kuluttajalla on oikeus saada pääsy niihin henkilötietoihin, joita hänestä on kerätty sekä tietoja niiden käsittelystä. Luottolaitoksen tulee toimittaa nämä tiedot viimeistään kuukauden kuluttua pyynnöstä. Rekisteröity kuluttaja voi myös pyytää kokonaan poistamaan hänestä kerätyt tiedot, mutta luottihakemuksiin ja -sopimuksiin liittyvissä tilanteissa se ei useinkaan ole täysin mahdollista - luottolaitoksella on kuitenkin lakiin perustuva oikeus käsitellä näitä tietoja. (Direktiivi 2016/679/EU.) Lisäksi esimerkiksi laki rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estämisestä (444/2017) sekä kirjanpitolaki (1336/1997) määrittelevät osaltaan erinäisten tietojen säilytysaikoja ja -perusteita.

### 2.3.4 Luottolaitoslaki

Kuluttajille myönnettävistä luotoista säädeltäessä luottolaitoslaki (610/2014) on keskeisessä roolissa, sillä jokainen pankki tai muu rahoituksen myöntäjä tarvitsee toimintansa harjoittamiseen Euroopan keskuspankin myöntämän toimiluvan (luottolaitoslaki 610/2014 4 luku 1 §). Laissa säädetään toimilupaedellytysten lisäksi myös sallittavista liiketoiminnoista, tilinpäätös-vaatimuksista ja tilintarkastuksesta, vakavaraisuudesta sekä maksuvalmiudesta.

Luottolaitoslain säädökset ovat olennaisia kuluttajien turvallisuuden ja taloudellisen hyvinvoinnin varmistamiseksi. Ne asettavat rajoituksia ja velvoitteita luottolaitoksille, jotka tarjoavat lainoja, luottokortteja ja muita rahoitustuotteita kuluttajille. Yhdessä kuluttajansuojalain kanssa varmistetaan, että kuluttajille tarjotaan selkeitä ehtoja lainojen ja muiden rahoitustuotteiden käytössä. Lisäksi kuluttajansuojalain ohella myös luottolaitoslaki suojelee kuluttajia ylivelkaantumiselta, edistäen siten taloudellista vakautta ja luottamuksen ylläpitämistä rahoitusjärjestelmässä. (Luottolaitoslaki 610/2014 15 luku 11 b §.)

Luottolaitoslaki ei ohjaa tietenkään pelkästään kuluttajille pankkipalveluita tarjoavia yrityksiä, vaan kaikenlaisia talletuspankkeja ja luottoyhteisöjä (luottolaitoslaki 610/2014 1 luku 7 §). On kuitenkin hyvä huomioida, että kuluttaja-asiakkaat kokevat tutkitusti peruspankkipalveluiden käyttämisen keskimäärin parempana kuin yritykset tai yhdistykset. He saavat perustason pankkipalveluita eli tileihin, maksukortteihin, käteisnostoihin, tilisiirtoihin ja pankkitunnuksiin liittyviä asioita hoidettua kohtuullisesti. Valtiovarainministeriö on kuitenkin tämän opinnäytetyön kirjoitusprosessin aikana arvioimassa tarpeita luottolaitoslainsäädännön muuttamiseksi, etenkin hyvän pankkitavan, hallituksen riippumattomuuden ja luottolaitokselle salitun liiketoiminnan määrittelyä. (Valtiovarainministeriö 2024.)

### 2.3.5 Yhteenveto merkittävästä lainsäädännöstä

Lainsäädännöllisen viitekehykseen sisältyy aiemmissa luvuissa esitellyt neljä keskeistä lakia, jotka vaikuttavat kuluttajaluoton myöntämiseen Suomessa. Nämä lait säätelevät kuluttajien oikeuksia ja luotonantajien velvollisuuksia, tavoitteenaan varmistaa vastuullinen luotonanto, suojata kuluttajia taloudellisilta riskeiltä sekä edistää luottamusta rahoitusjärjestelmään. Taulukossa 1 on tiivistetty kunkin lain keskeiset tavoitteet, vaatimukset ja vaikutukset kuluttajaluottojen tarjoamiseen.

Taulukko 1: Tiivistelmä keskeisten lakien tavoitteista, vaatimuksista ja vaikutuksista

Laki	Tavoite	Keskeiset vaatimukset	Vaikutus kuluttaja-luottoihin
<b>Kuluttajansuoja-laki (KSL 38/1978)</b>	Suojata kuluttajien oikeuksia ja etuja.	Kohtuulliset sopimusehdot, hyvä luotonantotapa, luottokustannusten rajoitukset, vahva tunnistautumisen.	Kuluttajaluottojen korkokatto 15 %, vastuullinen markkinointi ja riskien hallinta.
<b>Rahanpesulaki (444/2017)</b>	Estää rahanpesua ja terrorismin rahoittamista.	Asiakkaan tunnistaminen, tietojen kerääminen ja riskiperusteinen lähestymistapa.	Luotonmyöntäjien on varmistettava asiakkaan henkilöllisyys ja seurattava rahanpesuriskejä.
<b>Tietosuojalaki (1050/2018)</b>	Suojella henkilötietojen käsittelyä.	Henkilötietojen kerääminen ja käsittely vain käyttötarkoituksen mukaan, kuluttajalla oikeus saada tietojaan.	Luottoa myönnettäessä tulee varmistaa tietosuojaa ja käsitellä tietoja lainmukaisesti.
<b>Luottolaitoslaki (610/2014)</b>	Säädellä luottolaitosten toimintaa ja edistää taloudellista vakautta.	Toimiluvan saaminen, vakavaraisuus, maksuvalmius, kuluttajien suojaaminen ylivelkaantumiselta.	Vaikuttaa luottolaitosten tarjoamiin kuluttajaluottoihin ja edistää vastuullista toimintaa.

## 2.4 Vastuullisuus

Vastuullisuus luotonmyöntöprosessissa on keskeinen osa finanssialan eettisiä ja kestävän kehityksen periaatteita. Se tarkoittaa käytäntöjä, jotka varmistavat, että luotonmyöntäjät toimivat rehellisesti ja oikeudenmukaisesti myöntäessään ja hallinnoidessaan kuluttajaluottoja. Vastuullisuudella edistetään kuluttajien luottamusta muun muassa siihen, että luotonantajat todella arvioivat huolellisesti luotonhakijan maksukyvyyn ja tarjoavat turvallisia, lainmukaisia palveluita.

### 2.4.1 Riskiarvio ja luottopäätös

Hyvä luotonantotapa on terminä melko itsensä selittävä, mutta sen lisäksi sille on ihan lain-säädännöstä löytyvä määritelmä. Yleisesti ottaen hyvä luotonantotapa korostaa vastuullisuutta, rehellisyyttä ja läpinäkyvyyttä luotonantajan ja lainanottajan välisessä suhteessa. Sillä viitataan käytäntöihin, periaatteisiin ja sääntöihin, joita luottoja myöntävän pankin tai muun rahoituslaitoksen tulee noudattaa kuluttaja-asiakkaiden kanssa toimiessaan. Pykälässä viitataan mm. markkinoinnin läpinäkyvyyteen, eli ettei yritetä tarkoituksellisesti heikentää kuluttajan kykyä harkita luotonottoa tai luoda kuvaa luotosta taloudellisten ongelmien

ratkaisijana. Myöskään luoton tuomaa sosiaalista hyväksyntää ei saa käyttää osana niiden markkinointia. (KSL 7 luku 13 §.)

Vastuullinen luotonmyöntäjä varmentaa aina kuluttaja-asiakkaan taloudellisen tilanteen ja maksukyvyyn ennen hyväksyttyä päätöstä, se on tietysti myös laissa säädetty velvollisuus. Luottoja tulee tarjota harkiten, jotta luotonmyöntäjä ei omalta osaltaan puske ylivelkaantumista tai muita taloudellisia vaikeuksia. Haettavan lainan tulee aina sopia asiakkaan tilanteeseen, ja loppupeleissä arviointi jääkin usein nimenomaan pankin tai muun rahoituslaitoksen tehtäväksi. Näin varmistutaan, että asiakas on oikeasti kykenevä täyttämään tekemänsä luottosopimuksen velvoitteet, eli hoitamaan sovitut maksuerät sovituksessa ajassa. Arviointi on tehtävä hakijan taloudellisia olosuhteita koskevien riittävien tietojen perusteella, käytännössä usein mm. tarkistamalla, että tulot ovat säännölliset ja riittävät eikä hakijalla ole tuoreita maksuviiveitä. (KSL 7 luku 14 §.) Tämä auttaa ehkäisemään tilanteita, joissa kuluttaja ajautuisi ylivelkaantumiseen tai joutuisi muuten taloudellisiin vaikeuksiin liian suurien velvoitteiden vuoksi. Tarkemmat luotonmyöntökriteerit ovat usein pankkien liikesalaisuuksien piiriin kuuluvia asioita, mutta tietosuojan nimissä kuluttajalla on oikeus saada näitä tietoja pyytämällä selvitystä oman luottihakemuksensa käsittelyyn liittyneistä tekijöistä (Direktiivi 2016/679/EU).

#### 2.4.2 Valitukset ja riidanratkaisu

Asiakaspalvelun rooli vastuullisessa luotonmyönnössä korostaa tiedon jakamista sekä avoimuutta, ja se onkin usein ensimmäinen kontaktipiste asiakkaalle luotonhaussa. Tämä auttaa varmistamaan, että asiakkaat ymmärtävät luoton ehdot sekä takaisinmaksuvelvollisuuden. Samalla se auttaa pankkia tekemään luottopäätöksiä, jotka ovat sekä asiakkaan että pankin etujen mukaisia - maksukyvyyn arviointia varten kerättävät tiedot sekä luoton sopivuuden arviointi ovat usein asiakaspalvelun tehtäviä. Mikäli kuluttaja kaikesta huolimatta lopulta ajautuu luoton kanssa maksuvaikeuksiin, niin hyvän luotonantotavan mukaan pankin tulee antaa tälle tietoja ja neuvoja vaikeuksien syvenemisen estämiseksi (KSL 7 luku 13 §). Asiakaspalvelu on siis mukana koko asiakaspolun ajan, jonka vuoksi on myös taattava myös sen nopea tavoitettavuus. Alkuvuodesta 2024 valtiovarainministeriä onkin luottolaitoslainsäädännön arvioinnissaan selvittänyt, että Suomessa yksityishenkilöt pystyvät käyttämään nykyisellään peruspankkipalveluja kohtuullisesti - se onkin jokaisen toimijan itsensä määriteltävä, onko tämä heille riittävä taso (valtiovarainministeriö 2024).

Mikäli kuluttaja ei kuitenkaan ole tyytyväinen luotonmyöntäjän toimintaan tai johonkin tiettyyn ratkaisuun, niin Suomessa on selkeät kanavat pankkisektorin riitatilanteisiin ja asianmukaiseen riidanratkaisuun. Finanssivalvonta ottaa vastaan jopa nimettömiä väärinkäytöksen epäilyilmoituksia, mutta he eivät kuitenkaan toimi yksittäisten riitatilanteiden selvittelijöinä. Finanssivalvontaan voi ilmoittaa siis yleisesti menettelytapojen lainmukaisuudesta sekä

muusta sääntelyvastaisesta toiminnasta. (Finassivalvonta 2024b.) Yksittäisestä luottolaitoksen ja kuluttajan välisestä erimielisyydestä voi tehdä ratkaisupyynnön Vakuutus- ja rahoitusneuvontaan (FINE), josta saa laajalla skaalalla apua muun muassa koti- ja kiinteistövakuutusriitoihin, maksukortteihin ja niiden sulkupalveluihin, luottojen hakemiseen tai sijoitussopimusten tekemiseen liittyviin asioihin (FINE Vakuutus- ja rahoitusneuvonta 2024). Myös Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) ottaa vastaan sekä yleisiä vihjeitä että antaa henkilökohtaista neuvontaa ja opastusta ongelmatilanteiden selvittämiseksi. KKV ei toki ole pelkästään finanssitoimialan kanava, vaan ylipäätään kaikkeen kuluttajakauppaan liittyvä. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2024b.)

#### 2.4.3 Asiakaskeskeisyys luotonhakuprosessissa

Kuten yleensä kaikki asiakaspolut, niin myös hyödykesidonnaisessa luotonmyönnössä se alkaa tarpeen havaitsemisesta, eli tilanteesta, jossa kuluttaja pohtii hieman kalliimman ostopäätöksen tekemistä verkkokaupassa. Se on tietyllä tavalla kuluttajan subjektiivista, mielensisäistä ja monivaiheista ongelmanratkaisua, sillä verkkokaupan yleistyminen on tuonut valtavasti lisää vaihtoehtoja ja samalla myös askeleita asiakaspolkuun (Barnes & Lynch 2020, 474). Nopeasti vaihtuvat trendit ja kaiken nopea saatavuus ovat eittämättä omiaan luomaan kuluttajille uusia tarpeita, joita sitten pitää myös rahoittaa suurella volyyminä ja mahdollisimman helposti. Asiakkaan tavoitteita ohjaa oman toiminnan vaivattomuuden lisäksi myös raha, jonka vuoksi maailmantilanteista heijastuva usko ja luottamus omaan ja koko Suomen talouteen toimivat ohjureina tarpeiden muodostumisessa ja hankintapäätösten tekemisessä (Tilastokeskus 2023).

Ymmärtämällä kuluttajan asiakaspolkua ja päätöksenteon motivaatiotekijöitä, verkkokauppias ja luotonmyöntäjä pystyvät myös vaikuttamaan niihin (Sitra 2021). Kokemuksen personointi voidaan toteuttaa monella eri tavalla, esimerkiksi viestinnän henkilökohtaisuudella, brändin emotionaalisella yhteydellä tai hyvin ajoitetuilla ja kohdistetuilla tarjouksilla. Näin paranee myynnin lisäksi myös asiakastyytyväisyys. Oikea-aikaisuus on kuitenkin tässä merkittävässä roolissa, eli on tunnistettava hetki, jolloin kuluttaja on vastaanottavaisimmillaan (Hallsworth 2010, 11).

Kuluttajalta voidaan kerätä palautetta suoraan, jolloin päästään paremmin ymmärtämään tarpeiden muodostumista ja sitä kautta parantamaan palvelua. Jokainen epätyytyväinen asiakas ei valita automaattisesti palveluntarjoajalle eikä sen vuoksi kaikkea relevanttia palautetta saada kerättyä ilman tarpeeksi strukturoitua menetelmää (Tang & Zeng 2021, 26). Verkkokauppojen kilpailun kasvaessa ja maarajojen hämärtyessä on elintärkeää pystyä vastaamaan kuluttajien vaatimuksiin. Onkin ennustettu, että verkkokaupan maailmanlaajuinen myyntimäärä nousee nykyisestä vielä peräti melkein 40 % vuoteen 2027 mennessä (Statista 2024).

Tiedon kerääminen, tarkka analysointi ja siihen reagointi eivät voi olla siis kertaluonteinen projekti, vaan osa jatkuvaa toiminnan kehittämistä ja asiakasuskollisuuden kasvattamista.

## 2.5 Luotonmyönnön tulevaisuus

Teknologia kehittyy nopeasti, ja kuluttajakäyttäytyminen siinä samalla. Vaikka rahoitusallalle teknologinen kehitys tuo tullessaan uusia mahdollisuuksia, niin samalla se johtaa väistämättä myös sekä kansallisen että kansainvälisen lainsäädännön kehitykseen. Aiemmin tässä tietoperusta-luvussa on esitelty jo tapahtuneita ja hyvin pankkisektorin toimintaan implementoituja lakimuutoksia, kuten kuluttajansuojaa ja tietosuojaa liittyvät säädöksiä. Näiden lisäksi tätä opinnäytetyötä kirjoitettaessa on juuri tullut voimaan Verohallinnon Tulorekisteriyksikön ylläpitämä, kaikille kuluttajaluottoja myöntäville tahoille pakollinen positiivinen luottotietorekisteri (laki positiivisesta luottotietorekisteristä 739/2022 6 luku 34 §).

Positiivisen luottotietorekisterin pääasiallisena tehtävänä on ehkäistä kotitalouksien ylivelkaantumista. Rekisterin tarjoamat tiedot parantavat luotonantajien kykyä arvioida luottoa hakevan yksityishenkilön takaisinmaksukykyä, eli se tuo läpinäkyvyyttä hakijan tuloihin ja velkoihin. Rekisteri kerää tiedot jokaiselta kuluttajaluottoja myöntävältä pankilta ja muulta rahoitukselta, työnantajilta sekä Kelalta. (Vero.fi 2024.) Jää kuitenkin hyvin pitkälle luotonmyöntäjien oman riskinhallinta-arvion varaan, että kuinka näitä tietoja käytännössä tullaan hyödyntämään. Aiemmankin lainsäädännön ja saatavilla olevien tietolähteiden aikana moni rahoituslaitos ei ole toiminut tarpeeksi vastuullisesti esimerkiksi hyvin pienituloisten asiakkaiden kohdalla. (Aulasmaa 2024.)

## 2.6 Tietoperustan yhteenveto

Hyödykesidonnaiset erämaksuluotot, joita tarjotaan usein isompien ostosten maksutavaksi verkkokaupoissa, helpottavat kuluttajien ostopäätösten tekemistä tarjoamalla maksuaikaa. Erämaksulla asiakas voi maksaa ostoksensa useassa erässä, eikä luotonmyöntäjällä ole kuitenkaan oikeutta hakea tuotetta pois maksulaiminlyöntien vuoksi. Kuluttajalla on kuitenkin oikeus reklamoida myös luotonantajalle, jos tuotteessa ilmenee virheitä tai toimitus ei tulekaan perille. Vaikka hyödykesidonnaiset luotot voivat helpottaa kuluttajaa tekemään hankintoja, mutta ylivelkaantumisen välttämiseksi niiden käyttö vaatii kuluttajalta vastuullista velanhoidtoa sekä luotonmyöntäjältä kestävästä luotonmyöntöpolitiikkaa.

Luottojen myöntämisestä ja markkinoinnista säädetään tiukasti ja yksityiskohtaisesti kuluttajansuojalainsäädännössä. Luotonantajan on tarjottava selkeät tiedot kuluttajalle luoton ehdoista, kuten koroista ja muista kustannuksista, ennen luottosopimuksen tekemistä. Lisäksi luotonhakijan taloudellinen tilanne on arvioitava huolellisesti ennen luottopäätöksen tekemistä, jotta varmistetaan, että kuluttaja kykenee hoitamaan velkansa sopimuksen ehtojen mukaisesti. Kuluttajansuojalainsäädännön tavoitteena on suojella kuluttajia epäoikeudenmukaisilta

käytännöiltä ja tarjota turvaa. Hyödykesidonnaisiin luottoihin liittyy kuitenkin hieman heikompi sääntely verrattuna muihin kuluttajaluottoihin, mikä on herättänyt huolta kuluttajien taloudellisesta suojasta. Tätä vastaan lakiin on tehty muutoksia, esimerkiksi korkokaton muodossa. Pakottavan lainsäädännön lisäksi myös asiakaskeskeisyys on noussut tärkeäksi tekijäksi, kun rahoituslaitokset kilpailevat tarjoamalla räätälöityjä ja joustavia palveluita kuluttaja-asiakkaille.

Tietoperustan lähdeaineistona on käytetty runsaasti Suomen kansallista lainsäädäntöä sekä muita rahoituslalla noudatettavia säädöksiä, sillä aiheesta ei löydy relevanttia ja laadukasta tutkimusmateriaalia. Sekä kotimaisesta että kansainvälisestä tutkimuskirjallisuudesta puuttuu hyödykesidonnaisen luotonmyöntöön liittyvät artikkelit. Kyseessä on erityisesti Suomen markkinoilla ja lainsäädännössä tunnistettu tuote, eikä täälläkään usein tutkimuksissa oikein eroteltu esimerkiksi pikavipeistä tai luottokorteista. Rahoitusmarkkinat poikkeavat kriittisiltä osin eri maissa ja varsinkin EU:n ulkopuolella, joten esimerkiksi Yhdysvaltoja tai Kiinaa tarkastelevat tutkimukset eivät sovi lähdeaineistoksi. Hakusanoina tietokannoissa on käytetty mm. Google Scholarissa purchase based, hyödykesidonnainen, consumer credit sekä kuluttajaluotto.

Opinnäytetyön tutkimus- ja kehittämisosuus asemoituu kuluttajanluotonmyöntöön kentässä hyödykesidonnaisten luottojen haku- ja myöntöprosessiin, sen lainsäädäntöön (erityisesti kuluttajansuojalakiin), valitusten ja reklamaatioiden estämiseen sekä asiakaskeskeisyyteen (kuvio 1).



Kuvio 1: Opinnäytetyön tietopohjan keskeisimmät asiat tutkimus- ja kehittämisosuuden näkökulmasta

### 3 Kehittämisasetelma

Opinnäytetyön kehittämisasetelman avulla luodaan suunnitelma ja rakenne, joka ohjaa työn toteuttamista ja järjestelmällistä lähestymistapaa sen tekemiseen. Tässä luvussa käyn läpi, miten opinnäytetyön kehittävä osuus etenee ja mitä välineitä sekä vaihteita se sisältää.

#### 3.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet

Tässä opinnäytetyössä tarkastelen hyödykesidonnaisen luoton hakuprosessia myynnin rahoituksessa nimenomaan verkkokaupassa. Tavoittelen prosessin helpottamista ja nopeuttamista kuluttajan näkökulmasta, mutta samalla arvioin kokonaisuuden laillisuutta ja vastuullisuutta rahoittajan osalta. Lisäksi tarkastelen kohdeyrityksen avulla erilaisia strategioita ja parhaita

käytäntöjä, joiden avulla rahoitusalan yritykset voisivat optimoida hyödykesidonnaisen luoton hakuprosessin nyt ja tulevaisuudessa.

Tarkoituksena on kehittää askeleet tulevaisuuskuvaan, jossa rahoituslaitokset voisivat tarjota kuluttajien tarpeisiin ja odotuksiin vastaavia, houkuttelevia ja kilpailukykyisiä luottovaihtoehtoja. Tämä sisältää sekä nopean hakuprosessin, luottopäätöksen tekemisen, sopimusprosessin sekä lopulta laskutuksen ja mahdolliset perintätoimenpiteet. Samalla otetaan huomioon myös kuluttajan toiveiden yhdistäminen lainsäädännön tuomiin rajoituksiin ja velvollisuuksiin. Tarkoituksena on varmistaa, että rahoituslaitokset noudattavat kaikkia soveltuvia lakeja ja säädöksiä, esimerkiksi kuluttajansuojalakia. Asiakastyytyväisyys on elintärkeää sekä myyjäliik- keelle että rahoittajalle, mutta sitä edistääkseen ei voi kuitenkaan ohittaa kuluttajansuojaa.

Opinnäytetyön tavoitteena on löytää kultainen keskitie kuluttajien toiveiden ja lainsäädännön rajoitteiden välillä. Toisaalta siis joustavien maksuehtojen tarjoamista ja nopeaa luotonmyöntöprosessia, ja toisaalta taas kaikkia lainsäädännöllisiä velvoitteita

### 3.2 Opinnäytetyön kehittämistehtävä

Sujuva asiakaskokemus on usein keskeinen kilpailutekijä nykyaikaisessa verkkokaupassa, jossa nopeus on ratkaisevaa. Kuluttajat odottavat vaivatonta tapaa saada maksuaikaa ostoksilleen, kun samalla taas rahoittajat joutuvat varmistamaan prosessien laillisuuden ja vastuullisuuden. Opinnäytetyö keskittyykin nimenomaan näiden hyödykesidonnaisten luottojen hakuprosessin parantamiseen kuluttaja-asiakkaan näkökulmasta, keskittyen kuitenkin prosessin laillisuuteen.

Analysoimalla kohdeyrityksen asiantuntijoiden näkemyksiä ja luottoa hakeneiden asiakkaiden vastauksia, tuotetaan konkreettisia toimenpide-ehdotuksia prosessin optimoimiseksi. Optimoimalla tarkoitetaan tässä yhteydessä kaikkien luotonmyöntöprosessiin liittyvien toimintojen ja resurssien kehittämistä siten, että prosessin tehokkuus, nopeus ja tarkkuus paranevat - käsittelyajat vähenevät, riskit pienenevät ja asiakaskokemus paranee. Tuloksena on tiekartta, joka opastaa kohdeyrityksen hyödykesidonnaisen luoton hakuprosessin kehittämisessä askel askeleelta. Tiekartta sisältää vaiheittaisen suunnitelman, ja tarjoaa selkeät ohjeet asiakastyytyväisyyden parantamiseen. Samalla tehostetaan riskienhallintaa eli varmistetaan, että kaikki soveltuvat lait ja säädökset tulevat noudatetuiksi.

Luodaan siis keinoja, joilla hyödykesidonnaisia luottoja voisi tarjota läpinäkyvästi ja kestävästi, yhdistäen lainsäädännön sekä kuluttajan kokemuksen. Vastuullinen luotonmyöntöprosessi tehostaa rahoittajan riskienhallintaa, ja samalla edistää kuluttajan luottamusta.

### 3.3 Opinnäytetyön kehittämiskysymykset

Opinnäytetyön kehittämistehtävästä johdetaan kehittämiskysymykset, joihin tulosten analysoinnin jälkeen pyritään saamaan vastaukset. Nämä kysymykset ohjaavat tutkimusta ja

tiedonkeruuta, eli auttavat tutkimuksen tekijää pysymään oikeassa suunnassa. (Kananen 2014, 36.) Tutkimuskysymysten muotoilussa on tarkoitus varmistaa, että ne ovat selkeitä, konkreettisia ja merkityksellisiä tutkimuksen kohteen näkökulmasta. Koska työn tavoitteena on löytää keinoja hyödykesidonnaisten luottojen tarjoamiseen läpinäkyvästi ja kestävästi, yhdistäen lainsäädännön sekä kuluttajan kokemuksen, niin tämä opinnäytetyö pyrkii vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

1. Miten verkkokauppaostosten maksamiseksi haettuihin luottoihin liittyviä reklamaatioita voidaan vähentää?
2. Miten lainsäädäntö vaikuttaa luottolaitosten käytäntöihin tarjota hyödykesidonnaisia luottoja, ja miten näitä vaatimuksia voidaan parhaiten noudattaa?
3. Kuinka verkkokaupassa tapahtuvan nopean luotonmyöntöprosessin asiakaskeskeisyyttä voidaan parantaa siten, että se edistää kuluttajien luottamusta ja prosessin sujuvuutta?

### 3.4 Menetelmävalinnat

Tässä opinnäytetyössä on käsitelty kehittämistehtävän lisäksi eriluonteisia kehittämistä tukevia kysymyksiä. Tämän vuoksi on perusteltua hyödyntää monipuolisesti sekä kehittämis- että tutkimusmenetelmiä (Hirsjärvi & Hurme 2022). Näin kehitettävästä ilmiöstä saadaan syvällisempi ymmärrys, sillä yksittäinen tutkimusmenetelmä ei aina tarjoa riittävästi tietoa. Esimerkiksi laadullisen tutkimuksen teemahaastattelut voidaan yhdistää kvantitatiivisen tutkimuksen kyselytutkimukseen saman työn yhteydessä (Kananen 2014, 17). Käytettävät menetelmät on esitetty kuviossa 2.



Kuvio 2: Kehittämisosuuden eteneminen menetelmävalintoineen

Monien tutkimusmetodien käytön tulee kuitenkin palvella tutkimuksen tavoitetta ja pyrkiä vastaamaan tutkimuskysymykseen, eikä niiden käytön tulisi olla arvo itsessään. Yhdistämällä laadullista tutkimusta määrällisen päälle voidaan kuitenkin ikään kuin elävöittää tuloksia, eli lisätä ns. ”lihaa luiden ympärille” pelkän kuivan kvantitatiivisen datan lisäksi. (Schoonenboom & Johnson 2017, 110.) Monen eri tutkimusmetodin käyttö vie myös luonnollisesti enemmän aikaa, sillä aineistoa kerätään usein enemmän, ja sen erilaisuudesta johtuen myös analysointiin tarvitaan erilaisia keinoja (McKim 2017).

### 3.4.1 Laadullinen haastattelututkimus

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus voi tarkoittaa hyvin laajalla skaalalla erilaisia tapoja suorittaa tutkimusta käytetystä teorialähteestä riippuen (Tuomi & Sarajärvi 2009, 17). Perinteisesti kvalitatiivista tutkimusta käytetään usein silloin, kun tutkittavaa ilmiötä ei vielä tunneta eli siitä ei ole olemassa valmiita teorioita. Laadullisessa tutkimuksessa ei niinkään pyritä yleistämään tutkittavaa asiaa, vaan ymmärtämään, että mistä siinä on kyse. (Kananen 2014, 16.) Laadullistakin tutkimusta voidaan lisäksi lähestyä monella eri mallilla, esimerkiksi kerronnallisen, case-tutkimuksen tai osallistavan tutkimuksen kautta. Valittavaan malliin vaikuttaa vahvasti mallin tuttuus kohdeyleisölle, tutkijan omat vahvuusalueet sekä aiempi koulutus ja mahdolliset puolueellisuustekijät. (Creswell, Hanson, Clark Plano & Morales 2007, 238-239.)

Tämän opinnäytetyön aiheelle halutaan kehittämisasetelman mukaiset, mahdollisimman tarkat kuvaukset, eikä siitä löydy valmiita teorioita tai tutkimuksia. Kyseessä on erityisesti Suomen lainsäädännön sekä kuluttajakokemuksen kulttuurin näkökulmasta rakennettu tutkimus. Ensimmäiseksi tutkimusmenetelmäksi valikoitui siis laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus. (Creswell ym. 2007, 248-249).

Yksi laadullisen tutkimuksen käytetyimmistä tiedonkeruumuodoista on haastattelu. Se sopii joustavuutensa ansiosta hyvin monenlaisiin tilanteisiin, ja sen avulla voidaan kaivaa esiin vastausten lisäksi myös niiden taustalla vaikuttavia motiiveja. Saatuja vastauksia on myös helppo reaaliaikaisesti selventää tai syventää, varsinkin jos kyseessä on monitahoisia tai muuten moniin suuntiin viittaavia vastauksia. Haastatteluihin, kuten kaikkiin tutkimusmenetelmiin, sisältyy kuitenkin myös ongelmia. Ensimmäisenä prosessin voi viedä väärään suuntaan kokematon haastattelija, jolla ei ole tarvittavaa koulutusta roolin vaatimaan tilanteiden säätelyyn. Haastatteluiden tekeminen on myös aikaa vievää ja mahdollisesti kallistakin. Lopputuloksissa voi myös olla virheellisiä, epätosia vastauksia, sillä haastateltavilla on usein taipumus antaa sosiaalisesti hyväksyttäviä vastauksia. Kaiken kaikkiaan myös lopullinen analysointi, tulkinta sekä tulosten raportointi on haastavaa, sillä uutta tutkiessa ja luodessa valmiita malleja ei ole. (Hirsjärvi & Hurme 2022.)

Haastattelu voidaan tehdä lomakepohjaisena, puolistrukturoituna teemahaastatteluna tai täysin strukturoimattomana. Lomakehaastattelussa tulosten analysointi on hyvin yhdenmukaista ja usein nopeampaa, mutta haastattelija ei pääse käyttämään omaa harkintakykyään kysymysten järjestyksessä, muotoilussa tai esiintyvyydessä. Teemahaastattelussa taas usein kysymykset on kyllä määrätty ennalta, mutta niihin voi vastata omin sanoin ja haastattelija voi vaihdella niiden sanamuotoa tarpeen mukaan. Näkökulmat on siis osittain lyöty lukkoon, mutta ei kokonaan. Haastattelu etenee nimensä mukaisesti tiettyjen teemojen ympärillä, ottaen kuitenkin huomioon ihmisten eri asioille antamat merkitykset sekä vuorovaikutuksen.

(Hirsjärvi & Hurme 2022.) Sen vuoksi tähän tutkimukseen valikoitui tarkemmaksi menetelmäksi teemahaastattelu.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuus on keskeistä tutkimuksen pätevyyden arvioinnissa. Sillä viitataan tutkimuksen kykyyn mitata ja tulkita ilmiöitä oikein ja objektiivisesti. Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuus korostuu, sillä tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää monimutkaisia ilmiöitä syvällisesti ja kontekstuaalisesti - jopa luoda jotain, mitä ei ole aiemmin ollut vielä olemassa. Arvioinnissa käytetään monia kriteerejä, kuten uskottavuutta, siirrettävyyttä, varmuutta, vakiintuneisuutta sekä riippuvuutta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 134-139.) Tämän opinnäytetyön luotettavuutta arvioidessa on hyvä nostaa esiin tutkimuksen kohde, joka on oma työpaikkani. Omat sitoumukset nostavat työn tärkeyttä itselleni, ja lisäksi toteutin haastattelut yksin tutuille kollegoille. Tutkimusta ei kuitenkaan tehty kiirehtien, eikä sillä ollut mitään ennakkoon lausuttuja tulostoiveita.

#### 3.4.2 Määrällinen kyselytutkimus

On kuitenkin kehittämiskysymysten vuoksi aiheellista yhdistää tutkimukseen myös määrällisen tutkimusasetelman mukaista kyselytutkimusta loppuasiakaskunnalle, sillä muuten tiedonkeruuseen jää selkeitä aukkoja. Pelkästään haastattelemalla luotonmyöntöalan asiantuntijoita ei päästä tarpeeksi hyvään ymmärrykseen asiakkaan näkökulmista, joita asiakastytyväisyyden kasvattamiseen tarvitaan. Tutkimuksessa toteutetaankin ensin laadulliset teemahaastattelut esitutkimuksen tapaan, jotta osin niiden pohjalta voidaan muodostaa määrällisen osuuden kyselylomake case-organisaation kuluttaja-asiakkaille. Se ei kuitenkaan vähennä haastattelujen merkittävyyttä tutkimuksen kannalta. (Hirsjärvi & Hurme 2022.)

Määrällinen tutkimus on tutkimusmenetelmä, joka keskittyy tietojen strukturointiin, mittaamiseen ja esittämiseen numeroin. Tämän tutkimusmenetelmän tavoitteena on objektiivisuus, mikä tarkoittaa, että tutkimustulokset ovat tutkijasta riippumattomia. Määrällinen tutkimus pyrkii vastaamaan kysymyksiin, kuten "kuinka paljon" tai "miten usein", ja siinä käytetään tiedon hankkimiseen kyselylomakkeita, haastattelulomakkeita ja havainnointilomakkeita. (Vilkkä 2007, 13.) Tämän opinnäytetyön tarkoitukseen ja tavoitteeseen sopivien kuluttajille suunnattujen kysymysten asettelu muodostui laadullisen osuuden teemahaastatteluiden pohjalta. Lisäksi niiden sopivuutta pohdittiin yhteistyössä kohdeorganisaation kanssa. Kysymysten on oltava selkeitä ja ymmärrettäviä itsessään, sillä toisin kuin haastattelutilanteessa, niin kyselytutkimuksessa kysymysten on toimittava omillaan. Kysymysten laatimiseen liittyy monia haasteita, eikä tässä vaiheessa tehtyjä virheitä voi enää korjata analyysimenetelmillä. Esimerkiksi mielipiteiden tai arvojen mittaaminen on hyvin moniulotteista. (Vehkalahti 2019, 11-17.)

Kyselylomakkeen valmistelussa on tärkeää, että lomake etenee intuitiivisesti ja vastaajan on helppo ymmärtää, miten kysymyksiin vastataan. Onnistunut lomake varmistaa, että vastaaja löytää oikeat kysymykset ilman turhia ponnisteluja. Käytettävät kysymystyypit voivat olla

monivalintakysymyksiä, avoimia kysymyksiä tai sekamuotoisia kysymyksiä. (Vilka 2007, 62.) Suositeltavaa kysymysten lukumäärää kuluttaja-asiakkaille osoitettuun kyselyyn voi olla vaikea määritellä. Mutta vaatimus lomakkeen selkeydestä ja intuitiivisuudesta implikoi, että kysymysten määrä ei saisi olla liian suuri. Samalla halutaan tietysti säilyttää vastaajan mielenkiinto kysymysten sisältöön.

Kuluttaja-asiakkaille tehdään tutkimuksen määrällisessä osuudessa strukturoituja kysymyksiä, joissa on valmiiksi annetut vastausvaihtoehdot. Valittavana on kuitenkin joissain tilanteissa myös avoin kysymys: jokin muu, mikä? Näin saavutetaan ne potentiaaliset vaihtoehdot, joita ei pystytty ennakoimaan kysymyksiä laadittaessa. Tämä myös lisää tutkimuksen luotettavuutta, eli mikäli eri lähteistä saadaan samankaltaisia ja yhteensopivia tuloksia, voidaan tulkintaa pitää luotettavana. (Kananen 2014, 120-121.) Avoimien kysymysten läpikäyntiin ja analysointiin menee toki pidempi aika, mutta kaikkiin kysymyksiin ei ole mahdollista asettaa valmista vaihtoehtoa vastaajan tahattoman ohjailun välttämiseksi.

Taustamuuttujien kerääminen auttaa ymmärtämään vastaajien profiileja ja mahdollisia yhteyksiä vastauksissa. Sovellettavuuden osalta tulee kuitenkin olla tarkkana, eikä niitä tulisi kerätä vain itsestäänselvyyden takia. Perinteiset taustamuuttujat eivät aina kuvaa riittävän tarkasti nyky-yhteiskunnan monimuotoisuutta ja ihmisten identiteettejä - esimerkiksi sukupuolen ja iän kategoria on menettänyt aiemman yksiselitteisyytensä, ja sosioekonominen asema voi olla monimutkaisempia kuin perinteiset mittarit osoittavat. Esimerkiksi maahanmuuton, monikulttuurisuuden ja uusperheiden lisääntyminen tekevät kategorisoinnista haasteellisempää. Elämänvaiheet ovat edelleen syklisiä, joskin perinteiset normit eivät enää vastaa ihmisten todellisuutta. (Harinen 2009, 338-339.)

### 3.4.3 Backcasting-työpaja ja tiekartta

Kyselyn jälkeen sen tulokset tulee saattaa muotoon, jolla kohdeorganisaatio voisi hyödyntää sen tuomaa tietoa visioinnissa ja tulevaisuuden suunnittelussa asettaakseen tavoitteita ja vahvistaakseen kilpailuasemaansa. Tarkoitus on sitä varten toteuttaa suunnitelmallinen ja osallistava työpaja, joka samalla lisäisi siihen osallistujien motivaatiota ja sitoutumista valittuun suuntaan. Hyvänä työkaluna tähän toimii backcasting- ja tiekarttamenetelmä, eli tulevaisuuden hahmottaminen ja sinne pääsemisen suunnittelu sekä vaiheittaisten askelmerkkien alustava päättäminen.

Backcastingille ei ole vakiintunutta suomenkielistä käännöstä, mutta sen merkitys voisi olla esimerkiksi tavoitteellisen skenaarion hahmottelu ja takaperin suunnittelu sinne pääsemiseksi. Menetelmän avulla tarkastellaan, millaisia päätöksiä ja toimenpiteitä tarvitaan toivottuun tulevaisuuden skenaarioon pääsemiseksi (Vehmas 2023, 337). Backcasting eroaa ennakkoinnista (forecast), jossa analysoidaan todennäköisiä tulevaisuuden vaihtoehtoja historiallisten trendien pohjalta (Robinson 2003, 841). Ennakointi ei välttämättä sovi pitkäkestoiisiin

ongelmiin, koska se perustuu nykyisiin trendeihin, jotka saattavat olla osa ongelmaa (Dreborg 1996, 813-814; Holmberg & Robert 2000, 6). Backcasting sen sijaan etsii uudenlaisia ratkaisuja, joilla voidaan rikkoa vallitsevia olosuhteita ja saavuttaa tavoitteet (Holmberg & Robert 2000, 6). Siksi se on erityisen hyödyllinen pitkän aikavälin haasteiden ratkaisemiseen (Dreborg 1996, 814). Backcasting-menetelmää sovellettaessa on tärkeää, että käytetyt simulaatiot mahdollistavat vaihtoehtoisten skenaarioiden iteroinnin ilman painotusta todennäköisimpään ratkaisuun (Robinson 2003, 844-845).

Pelkkä backcasting ei sinällään ole vielä toimintasuunnitelma halutun tulevaisuuden saavuttamiseksi, mutta se toimii hyvänä lähtökohtana sellaisen luomiselle (Dreborg 1996, 825). Tiekartta, eli roadmap, on tiivis visuaalinen suunnitelma, joka sisältää keskeiset askeleet ja näkökulmat kohti tavoiteltua skenaariota. Se kattaa toiminnan fokuksen, haasteiden ja riskien tunnistamisen sekä strategisen vuoropuhelun organisaatiossa (Muller & Phaal 2008, 40). Tiekartta on joustava työkalu, jota on käytetty laajasti eri toimialoilla strategioiden kehittämiseen, innovaatioiden tukemiseen ja tavoitteiden visualisoimiseen. Tiekartan keskeinen rooli on yhdistää eri sidosryhmät ja näkemykset luoden yhteisen ymmärryksen ja konsensuksen. Se toimii myös tiedonkulun välineenä, jota voidaan hyödyntää organisaation sisäisessä vuoropuhelussa ja toiminnan ohjauksessa. (Phaal 2020, 1-2.) Tiekartan tarkoituksena on visualisoida organisaation strategia siten, että kaikki ymmärtävät, missä ollaan nyt ja mihin ollaan menossa (Farrukh, Phaal & Probert 2007, 3). Kuusi ja Villman (2023, 116-117) näkevät tiekartan osana laajempaa kokonaisuutta, tulevaisuuskarttaa, joka käsittelee mahdollisia tulevaisuuden polkuja ja tapahtumien kulkua. Tiekartat kuuluvat suunnitteluhorisonttiin, kun taas tulevaisuuskartta kattaa laajemmin erilaisia tulevia olosuhteita (Kuusi & Villman 2023, 116-117).

### 3.5 Aineiston keruu ja hallintasuunnitelma

Laadullisessa tutkimuksessa haastatteluja varten laaditut kysymykset eivät voi olla kovin yksityiskohtaisia tai tarkkoja, sillä sitä ei tunneta vielä tarpeeksi hyvin (Kananen 2014, 16). Kysyttävien kysymysten muotoiluun ja järjestykseen on kuitenkin syytä kiinnittää huomiota, jotta haastattelija ei syötä omia ajatuksiaan liian vahvasti tai liian aikaisessa vaiheessa. Haastattelijan ei tulisi myöskään kysymyksenasettelullaan saada haastateltavaa tuntemaan mahdollisuutta olla vastauksissaan ns. oikeassa tai väärässä, jotta tulokset eivät vääristy. Kysymysten on siis hyvä olla mahdollisimman avoimia ja johdattelemattomia, esimerkiksi ”Voisitko kertoa minulle ajatuksiasi aiheesta...?”. (Taylor, Bogdan & DeVault 2015, 115-116.) Tämän opinnäytetyön kysymykset muotoiltiin mahdollisimman avoimiksi, mutta silti alalla työskenteleville tarpeeksi selkeiksi:

1. Millaisia reklamaatioita verkkokaupparahoituksessa useimmiten kohdistuu rahoittajaan?
2. Mistä nämä reklamaatiot johtuvat?

3. Onko niiden taustalla muiden kuin rahoittajan itsensä toiminta?
4. Kuinka reklamaatioita voitaisiin vähentää?
5. Kuinka lainsäädäntö vaikuttaa rahoittajan käytäntöihin?
6. Miten näitä sovellettavia lakeja noudatettaisiin parhaiten?
7. Mitä muutoksia tulisi tehdä, jotta päästäisiin parempiin lopputuloksiin?

Haastateltavien määrä riippuu aina tutkimuksen tarkoituksesta, eikä siihen ole mitään yksiselitteistä vastausta. Haastatteluja tulee tehdä niin paljon, että saadaan riittävästi tietoa analyysin tekemiseksi. Tutkimussuunnitelmassa tehdessä yleensä määritellään ensisijaiset haastateltaviksi pyydyttävät henkilöt, mutta lopullinen tarve selviää vasta matkan aikana.

(Taylor, Bogdan & DeVault 2015, 106.) Haastateltaviksi valikoitui verkkokaupparahoituksen liiketoiminta-alueella työskenteleviä henkilöitä monesta eri roolista, ja lopulta haastattelu tehtiin viidelle henkilölle:

- Kaksi Credit Officeria, H1 ja H2
- Business Area Manager, H3
- Team Leader, H4
- Product Owner, H5

Näin vastauksia saatiin useammasta näkökulmasta katsottuna, mutta lähtökohdat ovat silti samassa liiketoiminnassa.

Haastattelut toteutettiin joko Teamsin välityksellä tai kasvokkain kohdeyrityksen neuvottelutiloissa. Nauhoitteet tallennettiin nimettöminä opinnäytetyön tekijän tietokoneelle, eikä nauhoitteessa tai aineiston käsittelyn myöhemmissäkään vaiheissa tule esiin haastateltujen henkilöllisyyksiä. Haastatteluiden kesto vaihteli alle kymmenestä minuutista melkein kahteenkymmeneen minuuttiin (taulukko 2).

Taulukko 2: Haastatteluiden ajankohdat ja kestot

Haastateltava	Haastatteluajankohta	Haastattelun kesto
H1	3.5.2024 klo 10:30	12:36 min
H2	7.5.2024 klo 15:00	7:36 min
H3	2.5.2024 klo 11:30	19:26 min
H4	2.5.2024 klo 9:30	11:28 min
H5	2.5.2024 klo 11:00	13:13 min

Asiantuntijahaastatteluiden tulosten perusteella muodostettiin kuluttajakyselyyn kysymykset. Tavoitteena oli selvittää luoton loppukäyttäjän näkökulma sähköpostitse toimitettavan lomakkeen avulla. Vastaajaryhmäksi valikoitui kohdeyrityksen hyödykesidonnaisen erämaksuluoton jossakin verkkokaupassa viimeisen kuukauden aikana valinneet ja luottosopimuksen allekirjoittaneet kuluttaja-asiakkaat, joilta löytyi lisäksi tiedoista sähköpostiosoite kyselyn lähettämistä varten. Ostokokemuksen haluttiin olevan mahdollisimman tuore, jotta kokemus olisi tarpeeksi hyvin muistissa luotettavien vastausten antamiseksi. Viimeisen kuukauden aikana luottosopimuksen allekirjoittaneita asiakkaita oli paljon enemmän kuin tutkimuksen kannalta oli tarve, joten otantaan mukaan otettavat valittiin viimeisimmästä sopimuspäivästä alkaen. Asiakkaiden äidinkieli ei ollut käytettävissä vastaajajoukon rajaamiseksi, jolloin oli toki vaarana, että kyselyn vastaanottaa henkilö, joka ei täysin ymmärrä sen sisältöä eikä vastaaminen silloin olisi mahdollista.

Havaintoyksiköiden eli vastaajien määrä on kvantitatiivista tutkimusta tehtäessä usein suuri, jopa 500-1000 henkilöä. Vilkan (2007, 17) mukaan suositeltava vähimmäismäärä olisi kuitenkin 100 henkilöä, jotta aineistosta on mahdollista selvittää numeerisesti tutkittavia asioita. Kyselyiden haasteena saattaa olla usein matala vastausaktiivisuus, joka saattaa vaatia muistutusten lähettämistä tai jopa kokonaan uudelle vastaajajoukolle tehtävää uusintakyselyä (Vilka 2007, 28). Tämä mielessä pitäen kysely lähetettiin 1500 kuluttaja-asiakkaalle, jolloin vähintään vaadittu 100 vastaajaa saavutettaisiin n. 6,5 vastausprosentilla. Lopulta vastauksia kertyi alle viikossa 191 kappaletta, eli melkein tuplamäärä tavoitteeseen nähden.

Vastaajajoukon tavoittamiseksi heidän sähköpostiosoitteensa luovutettiin käyttöön kohdeyrityksen tietosuojaselosteen mukaisesti tuote- ja prosessikehityksen tekemiseen perustuen. Lisäksi voimassa oli oma työ- ja salassapitosopimukseni kohdeyrityksen kanssa. Kyselyn saatekirjeessä myös selvitettiin kuluttaja-asiakkailla heidän sähköpostiosoitteidensa luovutus ja käyttö mahdollisimman läpinäkyvästi (liite 1). Kyselyn lähetys tehtiin kohdeyrityksen omia kanavia ja lomakepohjia käyttäen, joten henkilötietoja ei siirretty missään vaiheessa pois yrityksen verkosta ja laitteilta. Tulokset tallennettiin taulukkomuodossa opinnäytetyön tekijän tietokoneelle, mutta ne eivät sisältäneet mitään vastaajien henkilötietoja.

Kyselyn saate ja varsinaiset kysymykset käytiin läpi kohdeyrityksen brändistä ja markkinoinnista vastaavan Head of Marketingin kanssa, jotta kokonaisuudesta saatiin yrityksen ilmeen mukainen ja mahdollisimman paljon luottamusta herättävä. Vastausaktiivisuuden parantamiseksi kohdeyritys päätti arpoa vähittäiskauppaketjun lahjakortteja kaikkien vastanneiden kesken. Tämä tarkoitti vastaajien sähköpostiosoitteiden keräämistä vastausten yhteydessä. Näitä osoitteita ei kuitenkaan yhdistetty missään määrin vastausten kanssa, vaan niitä käytettiin ainoastaan arvonnän suorittamiseen ja palkintojen toimittamiseen, jonka jälkeen ne tuhottiin asianmukaisesti.

Lopullisessa kyselyssä oli viiden taustamuuttujakysymyksen lisäksi yhdeksän varsinaista tutkimuskysymystä, aihealueina haastatteluista johdetut helppous, luotettavuus ja läpinäkyvyys (liite 1).

### 3.6 Analyysin kuvaus

Laadullisella teemahaastattelulla kerätty materiaali tulee tulkita, eli purkaa paloiksi; yhteismitallistaa, tiivistää, luokitella ja lopulta löytää ratkaisu. Aineiston käsittelyssä ensimmäinen vaihe on litterointi, eli nauhoitteiden kirjoittaminen kirjalliseen muotoon mahdollisimman satatarkasti. Sen jälkeen ne hajotetaan ja tiivistetään, eli pelkistetään esiin haastattelujen ydin. Lopulta aineistosta pystytään yhdistämään samaa tarkoittavia käsitteitä, jolloin saadaan luotua loogisia kokonaisuuksia. Lopulta - tutkimuskysymyksiä mielessä pitäen - päästään ratkaisun löytymisen vaiheeseen. Ratkaisu riippuu monesta asiasta, esimerkiksi suodattimesta, jonka mukaan näkökulmia on valittu. (Kananen 2014, 99-115.)

#### 2. Reklamaatioiden vähentäminen

##### **Selkeyden parantaminen:**

Prosessien ja ehtojen selkeyttäminen (Credit Officer, Team Leader).

Sisäinen kommunikaatio ja järjestelmien välinen yhteistoiminta (Product Owner).

Asiakkaiden informoimisen parantaminen luotonmyönnön perusteista (Credit Officer).

Kauppiaiden ja kuluttajien kouluttaminen, sekä prosessien läpinäkyvyyden lisääminen (Business Area Manager).

##### **Lainsäädännön noudattaminen:**

Koulutus ja tiedottaminen lainmuutoksista (Credit Officer, Team Leader, Product Owner).

Sisäiset muistutuspalaverit ja jatkuva kouluttaminen lain soveltamisesta (Credit Officer, Business Area Manager)

#### 3. Lainsäädännön vaikutukset

##### **Lainsäädännön merkitys:**

Lainsäädäntö ohjaa merkittävästi rahoittajien toimintaa, ja sen noudattaminen on välttämätöntä (kaikki haastatellut).

Kuva 1: Haastatteluaineiston teemoittelun prosessia

Käytännössä haastattelumateriaalien pilkkominen aloitettiin etsimällä litterointidokumenteista olennaisia avainsanoja, jotka liittyvät tutkimusaiheeseen. Yhdistelemällä ja ryhmittelemällä vastauksissa toistuvia elementtejä löytyi yhtenäisyyksiä, jotka koottiin yläotsikoiden alle; reklamaatioiden yleisyys ja syyt, reklamaatioiden vähentäminen, lainsäädännön

noudattaminen ja parannusehdotukset. Toki eri rooleissa työskentelevät haastateltavat korostivat eri asioita omista näkökulmistaan, esimerkiksi Credit Officer mietti prosessien selkeyttämistä, Team Leader sisäisen koulutuksen lisäämistä ja Product Owner pohti järjestelmävirheiden roolia haasteissa.

Näiden haastattelun teemojen ympärille muotoutuneiden kuluttaja-asiakkaille esitettyihin kysymyksiin saatiin hyvä määrä vastauksia, jotka purettiin kyselylomakkeilta taulukko-ohjelmaan lähempää tarkastelua varten. Määrällisellä tutkimuksella saadun aineiston analysoinnin perusmenetelmiin kuuluvat kuvaileva tilastoanalyysi, kuten tunnuslukujen, ristiintaulukoinnin ja korrelaatiokertoimen käyttäminen muuttujien välisiä suhteita kuvaamaan. Erilaisia tunnuslukuja ovat esimerkiksi keskiarvo, mediaani, moodi sekä hajontaluvut (vaihteluväli, keskihajonta). Näillä luvuilla kuvataan aineiston tyypillisiä arvoja ja sen vaihtelua. Korrelaatiota ja ristiintaulukointia taas käytetään kahden muuttujan välisen riippuvuuden tutkimiseen. Korrelaatiokerroin ilmaisee muuttujien välistä yhteyttä, ja ristiintaulukoinnilla voidaan tarkastella kahden luokitellun muuttujan välisiä suhteita. (Vilka 2007, 119-121.)

Kuluttajakyselyn tulokset otettiin kohdeyrityksen omasta järjestelmästä ulos analysoitavaksi taulukko-ohjelmaan, sillä kysymysten vähäisen lukumäärän vuoksi tulosten läpikäyntiin ei ollut tarvetta hyödyntää tässä kohtaa erityistä tilasto-ohjelmaa. Käytännössä analyysi eteni ensin taustamuuttujittain ja vastausten perusteella systemaattisesti suodattamalla, jotta löydettiin esimerkiksi reklamaatioita tehneiden henkilöiden vastauksista merkittäviä yhtäläisyyksiä (kuva 2).

Oletko aiemmin käyttänyt Svean maksutapoja verkkokaupassa?	Kuinka usein teet ostoksia verkkokaupoista?	Millä laitteella teet mieluiten ostoksia verkkokaupoissa?	Miten helppoa erämaksun käyttäminen verkkokaupassa oli?	Miten selkeinä koit valittavissa olevat maksuajat?	r v a
-	-	-	-	-	
Kyllä	Kerran kuukaudessa tai kahdess:	Älypuhelin	Erittäin helppoa	Melko selkeinä	
Kyllä	Viikoittain	Älypuhelin	Helppoa	Melko selkeinä	
Kyllä	Muutaman kuukauden välein	Älypuhelin	Erittäin helppoa	Erittäin selkeinä	
Kyllä	Kerran kuukaudessa tai kahdess:	Muu	Ei kovinkaan helppoa	En kovinkaan selkeinä	
En	Muutaman kuukauden välein	Älypuhelin	Helppoa	Melko selkeinä	
En	Muutaman kuukauden välein	Tietokone (pöytäkone tai kannettava)	Helppoa	Erittäin selkeinä	Er
Kyllä	Kerran vuodessa	Älypuhelin	Erittäin helppoa	Erittäin selkeinä	
Kyllä	Kerran kuukaudessa tai kahdess:	Tietokone (pöytäkone tai kannettava)	Helppoa	Erittäin selkeinä	
Kyllä	Pari kertaa kuukaudessa	Älypuhelin	Erittäin helppoa	Erittäin selkeinä	
Kyllä	Muutaman kuukauden välein	Älypuhelin	Erittäin helppoa	Erittäin selkeinä	
Kyllä	Pari kertaa kuukaudessa	Älypuhelin	Erittäin helppoa	Melko selkeinä	
Kyllä	Pari kertaa kuukaudessa	Tietokone (pöytäkone tai kannettava)	Erittäin helppoa	Erittäin selkeinä	
En	Kerran vuodessa	Älypuhelin	Helppoa	Melko selkeinä	
En	Pari kertaa kuukaudessa	Älypuhelin	Erittäin helppoa	Melko selkeinä	
Kyllä	Pari kertaa kuukaudessa	Älypuhelin	Erittäin helppoa	Melko selkeinä	
Kyllä	Pari kertaa kuukaudessa	Älypuhelin	Erittäin helppoa	Kohtalaisen selkeinä	
Kyllä	Pari kertaa kuukaudessa	Tablettitietokone	Helppoa	Erittäin selkeinä	
Kyllä	Muutaman kuukauden välein	Älypuhelin	Helppoa	Melko selkeinä	
Kyllä	Pari kertaa kuukaudessa	Älypuhelin	Helppoa	Melko selkeinä	
Kyllä	Pari kertaa kuukaudessa	Älypuhelin	Erittäin helppoa	Erittäin selkeinä	
Kyllä	Pari kertaa kuukaudessa	Älypuhelin	Kohtalaisen helppoa	Melko selkeinä	
Kyllä	Muutaman kuukauden välein	Älypuhelin	Erittäin helppoa	Erittäin selkeinä	

Kuva 2: Kyselytutkimuksen vastausaineiston läpikäyntiä

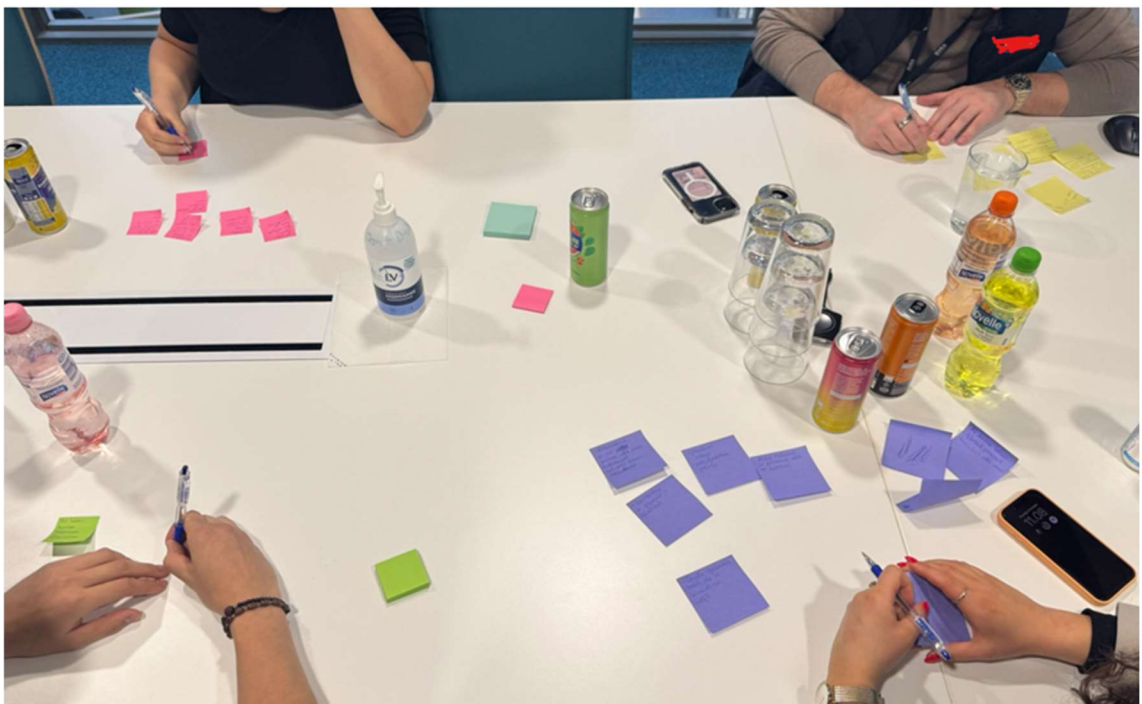
Viimeisenä vaiheena toteutettiin backcasting-työpaja samojen asiantuntijoiden kanssa, jotka olivat mukana haastateltavina jo ensimmäisessä vaiheessa. Työpajaan osallistui lopulta viidestä haastatellusta neljä, ja se toteutettiin kohdeyrityksen toimitiloissa noin kahden tunnin mittaisena ja yhdellä kerralla. Toimin itse työpajassa fasilitoijana ja keskustelun kevyenä ohjaajana, sekä valmistelin työpajamateriaalin osallistujille näytettäväksi (liite 2).

Osallistujat saivat itse työpajan aluksi määritellä vision, jota kohti aloimme rakentaa polkua. Vision tuli pohjautua haastatteluiden sekä kuluttajakyselyn tuloksiin, joiden mukaan tulevaisuudessa keskeisiä elementtejä olisivat:

- Selkeämmät prosessit ja ehdot
- Teknisen infrastruktuurin kehittäminen
- Vastuullinen luotonmyöntö
- Lainsäädännön muutosten ennakointi ja soveltaminen
- Kilpailuedun hakeminen asiakaskokemuksella

Vision lopullinen muoto oli ”Ketterä ja luotettava edelläkävijä.” Vision oli tarkoitus olla tarpeeksi laava erilaisilla tulkinnoille, sekä tuntua tietyllä tavalla jopa mahdottomalta. Aikajana

oli melko lyhyt backcastingiin, eli vain viisi vuotta. Kohdeyrityksessä ei ole kuitenkaan totuttu tekemään tämän tason toimintasuunnitelmia montaa vuotta eteenpäin, sillä markkinana, teknologian ja lainsäädännön muutosvauhti on liian nopea sellaiseen. Visio oli kuitenkin innostava ja yhteinen, joten sen kanssa päästiin hyvin liikkeelle. Ensin kirjattiin tulevaisuuskuva, sitten nykytilan kuvaus, ja lopulta päästiin varsinaisiin vaadittavien tapahtumien pohdintaan ja kirjaamiseen. Kaikki kohdat toteutettiin isolle aikajanelle liimattavia muistilappuja täytellen. Fasilitoijana en osallistunut näiden lappujen täyttelyyn, mutta keskustelin toki osallistujien mukana vision kohteena olevasta aiheesta. Tarkoitus oli kuitenkin pysyä neutraalina ja lähinnä kannustaa avoimeen ajatteluun ja ideoiden laajaan kirjoon.



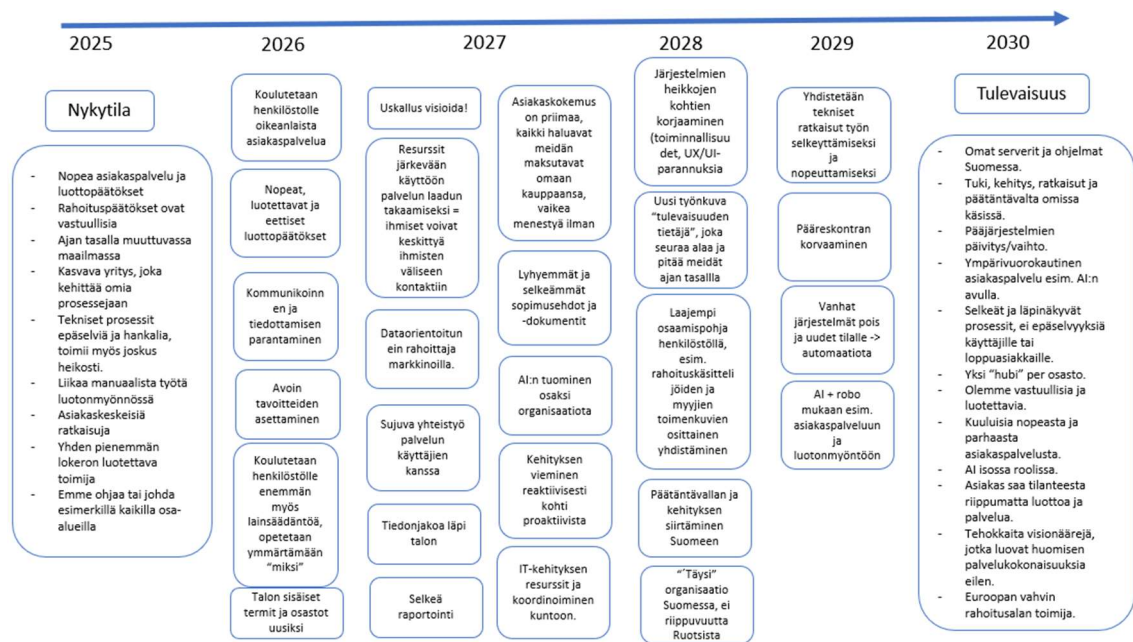
Kuva 3: Visioon pääsemiseksi vaadittavien päätösten, tapahtumien ja askeleiden kirjaamista

Erialaisten vaadittavien tapahtumien ja toimenpiteiden kirjaamisen jälkeen siirryttiin varsinaisen aikajanan työstämiseen, eli pohdimme tapahtumien keskinäisiä riippuvuuksia sekä toimenpiteiden nopeutta tai hitautta. Tässä kohtaa yhdistettiin myös samanlaisia ja samoista lähtökohdista kumpuavia tapahtumia yhteen, ja tunnistettiin useita selkeitä kaavoja kaikkien eri osallistujien ajattelun välillä - kuten kommunikaation tärkeys, päätäntävällän jakautuminen sekä järjestelmien nykyaikaistaminen.



Kuva 4: Tapahtumien sijoittaminen viiden vuoden aikajanelle

Työpajan jälkeen koostin työpajan lopputuotteena syntyneen aikajanan sisällön digitaaliseen muotoon (kuvio 3) ja aloin työstää siitä lopulliset askelmerkit sisältävää opinnäytetyön lopputuotetta eli tiekarttaa.



Kuvio 3: Työpajassa syntynyt aikajana digitaalisessa muodossa

## 4 Tulokset

### 4.1 Selkeyden voima

Tämän opinnäytetyön analyysiosuudessa luotiin asiantuntijoiden haastatteluiden avulla ymmärrystä kuluttajille usein näkymättömäksi jääviin lainsäädännön kiemuroihin, ja sen jälkeen kyselytutkimuksen avulla avattiin kuluttaja-asiakkaiden itsensä kokemusta prosessien selkeydestä ja luotettavuudesta. Lopuksi kokonaisuudesta työstettiin kohdeyritykselle työpajan avulla tiekartta kohti avointa, helppokäyttöistä ja kestävästä luotonmyöntöä. Tässä luvussa käydään läpi tutkimusmetodien tulokset eri näkökulmista.

#### 4.1.1 Reklamaatioiden labryntti

Haastattelujen perusteella verkkokauppaan yleisesti liittyviä reklamaatioita esiintyy useista eri syistä, joista yleisimpiä ovat luottosopimuksen kulujen ja korkojen epäselvyydet, tuotteiden toimitusongelmat ja viat sekä laskutuksen virheet, kuten virheelliset summat tai myöhästyneet laskut.

Kaikkiin kuluihin liittyviä, esimerkiksi korkoon liittyviä. Kaikkein mikä on ollut ehkä jollain tapaa epäselvää siinä prosessissa, ei ole tullut täysin ilmi vaikka mitä on ollut siellä yleisessä ehtoissa siitä rahoittajasta. (Haastateltava H2)

Lisäksi kuluttajien maksukykyyn liittyvät ongelmat ja takaisinmaksuaikataulujen epäselvyydet aiheuttavat reklamaatioita. Kuluttajat eivät aina ole tietoisia kaikista luoton ehtoista, ja

toimitusviiveet sekä tuotteiden virheet herättävät tyytymättömyyttä myyjäliikkeen lisäksi myös rahoittajan suuntaan. Luonnollisesti myös kuluttajien heikko taloudellinen ymmärrys lisäävät reklamaatioiden määrää.

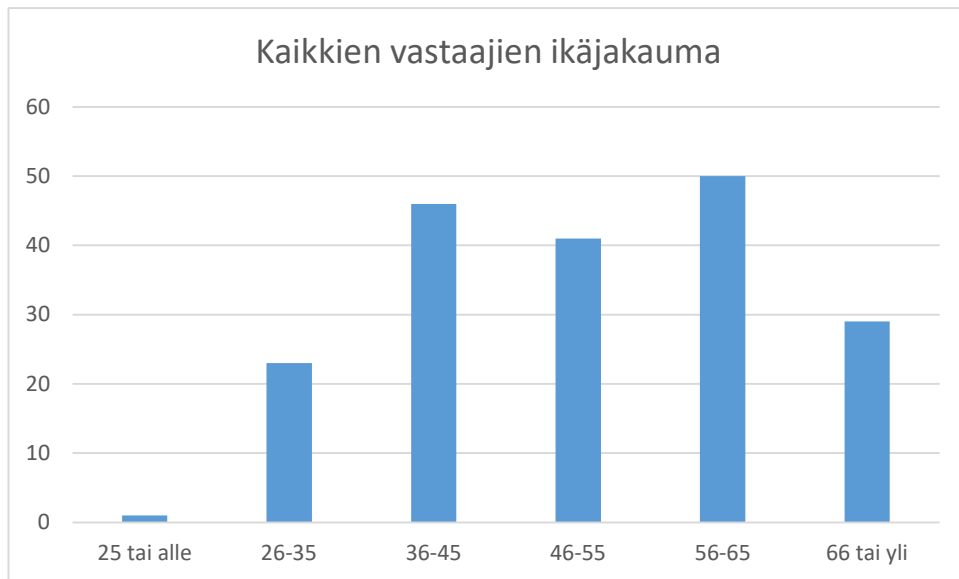
Nimenomaan siihen maksukykyyn, että ihmiset ei ymmärrä sitä, että halutaan sitä kokonaiskuvaa eli että se pohjautuu siihen, että puhtaasti asiakkaalla ei ole sitä maksukykyä maksaa takaisin. Me kuitenkin halutaan nimenomaan sitä vastuullista luotonmyöntöä, että me ei aiheuteta ihmiselle sellaista ahdinkoa, että ne joutuu ottamaan vielä lisää lainaa että ne saa muut lainat maksettua. Niin se on ehkä semmoinen mistä tulee suurin. (Haastateltava H1)

Järjestelmistä johtuvat sekä inhimilliset virheet korostavat tarvetta parantaa teknistä infrastruktuuria ja henkilöstön koulutusta.

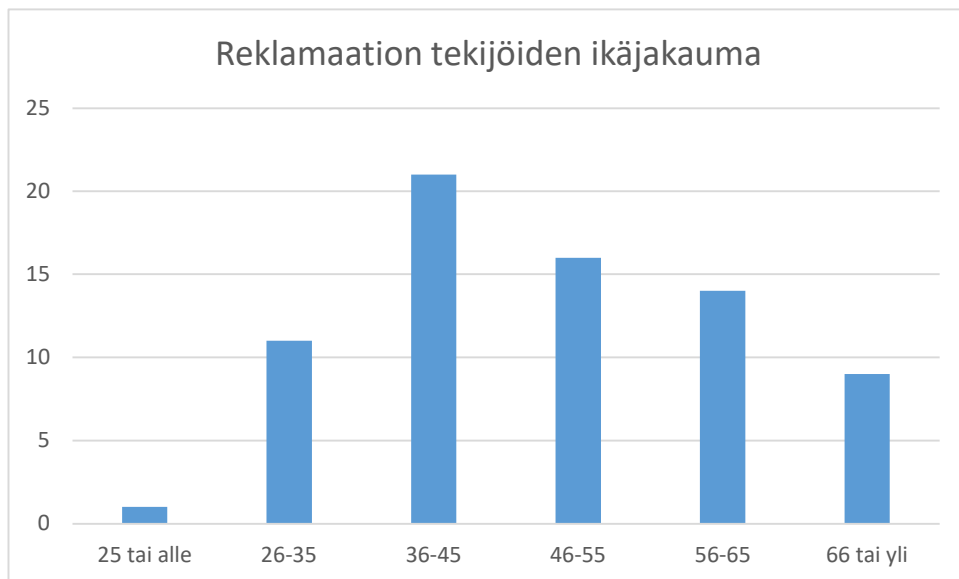
Järjestelmävirheistä, bugeista, jotka tulee. Tämä kun toimii niin, että järjestelmät puhuu keskenään ja sitten siellä tulee jotain pieniä bugeja tai sitten joku voi kaatua, jotkut järjestelmät ei toimi koska joku toinen järjestelmä ei toimi ja niin edelleen. Siinä näen, että sen takia tulee niitä (*reklamaatioita*), ja totta kai inhimillisiä virheitä tapahtuu koska tehdään myös manuaalista työtä automatisoinnin ohessa. (Haastateltava H5)

Kuluttajakyselyn vastausten perusteella voidaan kuitenkin tehdä johtopäätös reklamaatioiden harvinaisuudesta isossa asiakasmassassa - valtaosa eli 60 % vastaajista ilmoitti, ettei ole joutunut tekemään reklamaatiota mistään verkkokauppaostukseen liittyvästä. Lisäksi vastaajien joukosta vielä harvinaisempaa oli reklamaatio verkkokaupparahoitukseen liittyen. Yli 90 % ilmoitti, ettei ole joutunut tekemään reklamaatiota rahoitukseen liittyen, lisäksi osa vastaajista ei ollut aivan varma asiasta. Näiden tietojen perusteella reklamaatiot verkkokauppaostoksista ja erityisesti rahoitukseen liittyvistä asioista näyttävät olevan suhteellisen harvinaisia. Yleisimmin syy liittyi laskutukseen, ja reklamaation tekijöitä yhdisti merkittävimmin 36-65 vuoden välinen ikä - samat ikähaarukat korostuivat ylipäätään verkkokauppaostoksista tehdyissä valituksissa (taulukot 3 & 4).

Taulukko 3: Kaikkien kyselyyn vastanneiden kuluttajien ikäjakauma



Taulukko 4: Verkkokauppaostokseen liittyvän reklamaation tehneiden ikäjakauma



#### 4.1.2 Epäselvyyksistä selkeyteen

Reklamaatioiden vähentämiseksi tulisi selkeyttää prosesseja ja ehtoja, jotta ne ovat kaikille kuluttajille ymmärrettäviä. Sisäisen ja ulkoisen viestinnän selkeys on olennaista, sillä parempi tiedon jakaminen asiakkaiden, verkkokaupan ja rahoittajan välillä voi vähentää väärinkäsityksiä.

Ainakin pitää mahdollistaa se, että tehdään mahdollisimman yksinkertaiseksi ja että olisi myös ymmärrettävää, koska sehän on selvää, että jos jollekin kerrotaan 16 sivua ehtoja, niin harvahan niitä lukee. Mutta jos pystyy kiteyttämään

selkeästi jotenkin ymmärrettävästi. Tässä on iso vastuu, kaikki päättävät mim-moinen toimija haluaa olla. (Haastateltava H3)

Siinä ostotilanteessa ei tule ehkä hyvin ilmi vaikka just yleiset ehdot, jos ne on linkkinä siinä. Aika harva niitä oikeasti lukee. Reklamaatioitakin tullut, että ei-hän kukaan noita lue. (Haastateltava H2)

Kuluttajien ja verkkokauppioiden kouluttaminen on myös avainasemassa, jotta he ymmärtäisivät myönnettävien luottojen yksityiskohdat paremmin. Tämä edellyttää sekä sisäisiä parannuksia että asiakkaiden informoinnin tehostamista.

Varmasti monesti siinä on myyjä itse, joka ei osaa kertoa tai edes täysin välttämättä aina ymmärrä miten myydä semmoinen. (Haastateltava H3)

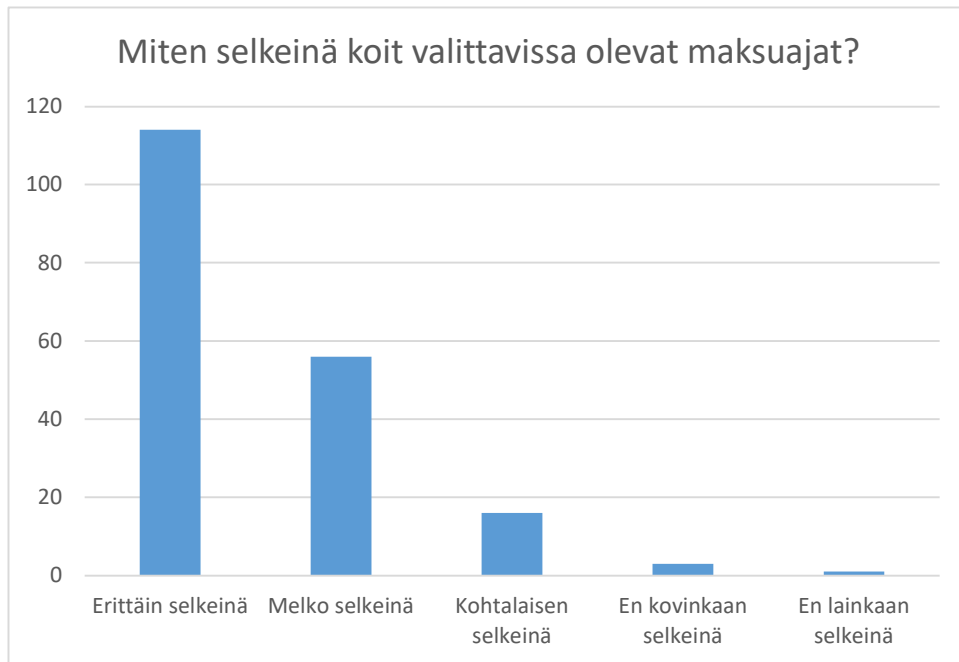
Jos puhutaan kuluttajan näkökulmasta, niin ihan ehdoton on siis selkeästi se, että sopimusehtoja ei lueta. Eli suurin osa asiakkaista tekee ostoksen verkkokaupassa, kun ne saa sen sopimuksen siihen naamaan eteen niin niitä ehtoja ei jakseta lukea, ja sitten tulee paha mieli kun maksaa myöhässä tai tulee muuta hässäkkää. (Haastateltava H4)

Myös lainsäädännön noudattaminen ja lakiin tehtävien muutosten ajoissa huomioiminen voivat ehkäistä virheitä ja siten vähentää reklamaatioiden määrää.

Ainakin itse huomannut omassa työssä sen kommunikaation kanssa esimerkiksi just, että ei infota jos jotain tapahtuu tai tulee muutoksia, ja sitten ei pysty reagoida ajoissa ja virheitä tapahtuu. Ihan siis käytännössä tapahtunut, että tulee näitä. (Haastateltava H5)

Kohdeyrityksen kuluttaja-asiakkaille kohdennetun kyselytutkimuksen kysymyksistä ”Miten selkeinä koit erämaksun ehdot?” ja ”Koitko saavasi riittävästi tietoa luoton ehdoista ja kuluista?” kertovat selkeyden merkityksestä. Jopa 76 % kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, ettei erämaksun ehdoissa ollut yhtään vaikeasti ymmärrettävää osa-aluetta (taulukko 5). Selkeästi eniten epäselvyyttä luotoissa aiheutti vastaajien mukaan korot ja kulut - eli juuri ne, joista säädetään tiukasti ja joita valvotaan tarkasti. Vain alle 4 % vastaajista oli kuitenkin sitä mieltä, että ei saanut tarpeeksi tietoa luotosta ennen sen valintaa. Joskin silti 15 % myönsi, että ei ollut edes tutustunut verkkokaupassa luoton ehtoihin ennen ostoksen tekemistä. Selkeästi siis kohdeyrityksen työntekijöiden kokemuksissa korostuu voimakkaimmin asiakasryhmä, joka joko ei ymmärrä luoton ehtoja tai ei tutustu niihin lainkaan.

Taulukko 5: Verkkokaupan kassalla esitettyjen erämaksuvaihtoehtojen selkeyden kokemus vastaajien näkökulmasta



#### 4.1.3 Lainsäädäntö ohjaamossa

Lainsäädäntö vaikuttaa merkittävästi rahoitusyritysten toimintaan, tästä ei ollut epäselvyyttä yhdenkään haastateltavan kohdalla. Yritysten on tärkeää noudattaa voimassa olevaa lainsäädäntöä ja sopeutua uusiin lainmuutoksiin ajoissa. Tämä vaatii jatkuvaa henkilöstön kouluttamista ja sisäistä tiedottamista.

Kyllähän me toimitaan just sen lainsäädännön mukaan. Se on kuitenkin meille semmoinen valttikorttikin täällä tuossa meidän verkkokaupan rahoituksessa, että me ei oikeasti sovelleta mitään omiamme. Ehkä se vaikuttavuus on siis se, että sitä pitäisi terävöittää käsittelijöille, että he osaisi aina soveltaa sen mukaan, kun tulee että reklamaatiotilanne. (Haastateltava H4)

Lainsäädännön vaikutusten tosiasiallinen ymmärtäminen ja käytännön soveltaminen on tärkeää virheiden välttämiseksi ja toiminnan laillisuuden varmistamiseksi. Eri toimijat tosin tulkitsevat välillä samoja lakeja hyvin eri tavoin, mikä lisää tarvetta kansallisesti yhtenäisille toimintatavoille ja valvonnalle.

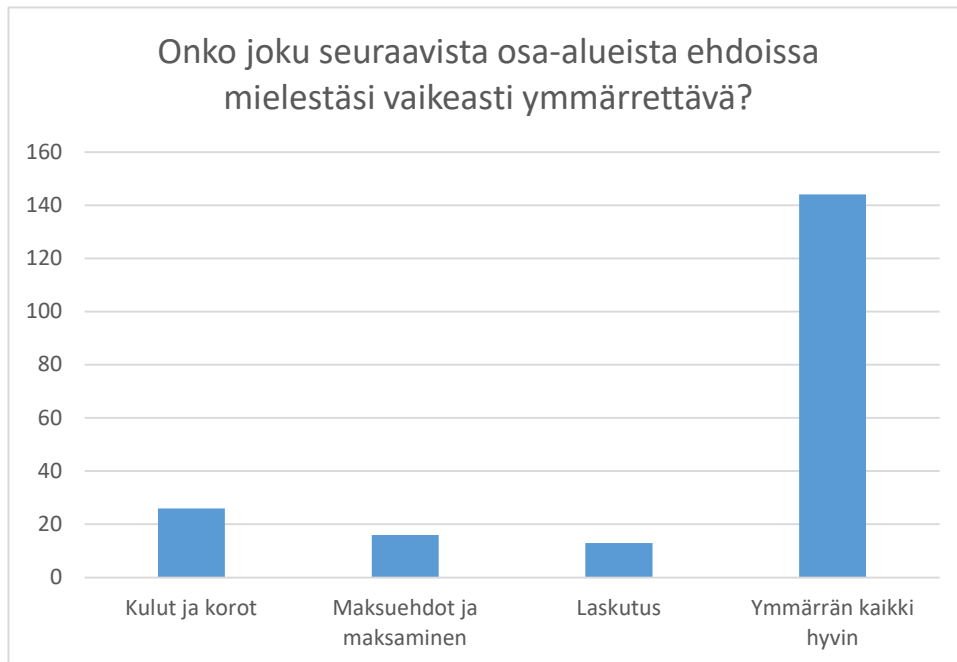
Kyllähän sitä tarkoituksella monella taholla väärinkäytetään, että mennään lain mukaan mutta ollaan hyvin hyvin hyvin sameita sen kanssa. Segmentissä on paljon kilpailijoita, jotka valitsee tietysti miten haluaa tulkita asioita. Kyllähän markkinassa tosi paljon esimerkiksi ihan puhtaasti vaikka luottojen allekirjoituksissa, eli sopimuksen allekirjoitus, että mikä on ihan päivän selvä asia että laki vaatii sitä, niin hyvin harva toimii itse asiassa niin. Lainsäätäjä tietyissä asioissa on selkeä ja ei voi kiertää, mutta totta kai myös semmoisia asioita olemassa mitkä on aika epämääräisiä eikä anneta aina kauden käytännönläheisiä ohjeita, että miten näitä tulkitaan. (Haastateltava H3)

Kuluttajakyselyn vastausten perusteella luotonhakijat useimmiten kokevat ymmärtävänsä luottojen ehdot (taulukot 6 & 7), vaikka kohdeyrityksen asiantuntijoiden mukaan näin ei ole. Esimerkiksi kuluttajat saattavat luulla, että he tuntevat kaikki luoton takaisinmaksuun liittyvät yksityiskohdat. Haastatellut toivat kuitenkin esiin, että hakijat usein jättävät huomioimatta tai väärinymmärtävät tärkeät ehdot, kuten koron perusteet ja muutokset, maksuviiveiden seuraukset tai todellisen vuosikoron merkityksen. Monilla kuluttajilla saattaa siis olla yksinkertaistunut käsitys luottojen ehdoista, mikä saattaa johtaa väärinkäsityksiin ja jopa taloudellisiin vaikeuksiin myöhemmin. Asiantuntijat painottivat, että luottojen ehdot ovat lainsäädännön vuoksi usein monimutkaisempia kuin asiakkaat olettavat. Niiden perusteellinen ymmärtäminen vaatisi paljon enemmän opastusta kuin mitä asiakkaat yleensä itse kokevat tarvitsevänsä. Tiedon jakaminen ei siis useinkaan saavuta toivottua tasoa, jonka vuoksi on olemassa tarve kehittää asiakaslähtöisempiä ja selkeämpiä tapoja kommunikoida luottojen ehdoista. Näin asiakkaiden subjektiivinen käsitys ja asiantuntijoiden objektiivinen arvio saataisiin lähemmäs toisiaan.

Taulukko 6: Kyselyyn vastanneiden kokemus erämaksun ehtojen ja kulujen riittävästä esittämisestä verkkokaupassa



Taulukko 7: Vastaajien mielestä vaikeasti ymmärrettävät osa-alueet, sama vastaaja saattoi valita useamman vaihtoehdon



#### 4.1.4 Juuret ja ratkaisut

Parannusehdotukset keskittyvät pääasiassa sisäisten prosessien ja sisäisen sekä ulkoisen koulutuksen parantamiseen. Ehtojen yksinkertaistaminen ja tiivistäminen vähentäisi reklamaatioita. Sen voisi saavuttaa esimerkiksi tarjoamalla selkokielisen tiivistelmän ehtojen tärkeimmistä kohdista, jotta asiakkaat ymmärtävät paremmin mihin he sitoutuvat. Myös myyjäliikkeiden eli verkkokauppioiden kouluttaminen luoton ehdoista on keskeistä - tämä auttaisi heitä ymmärtämään luottosopimukset paremmin ja siten välittämään tietoa asiakkaille luotettavammin.

Asiakkaiden informoinnin tehostamisen lisäksi järjestelmien kehittäminen on keskeinen tavoite kohti koko luotonmyöntöprosessin infrastruktuurin parantamista. Järjestelmävirheet ja liian monimutkaisten manuaalisten prosessien tuottamat inhimilliset virheet luonnollisesti lisäävät reklamaatioita. Automatisoinnin lisääminen vaatii nykyisen teknologian päivittämisen, ja sen myötä vaatii työntekijöiden täydellisen uudelleen kouluttamisen järjestelmien tehokkaaseen käyttöön.

Kuluttajan taloudellisten tietojen keräämisen tehostaminen ja sitä kautta vastuullisuuden parantaminen ovat keskeisiä tavoitteita, mutta luotonmyöntöprosessien ei tulisi olla liian monimutkaisia, jotta asiakkaat eivät hylkäisi ostoskorejaan verkkokaupan kassalla. Takaisinmaksukyyn tarkempi arviointi ja uusien teknologioiden käyttöönotto parantaisivat luotonmyöntöprosessia ja vähentäisivät sen aiheuttamia reklamaatioilanteita. Luotonhakijan

takaisinmaksukyvyyn nopea ja automaattinen arviointi helpottuu markkinan teknologisen kehittymisen tuloksena - kuten vuoden 2024 aikana Suomessa käyttöönotetun positiivisen luottotieto- ja tulorekisterin. Näin vältetään mahdollisimman pitkälle tilanteita, joissa asiakas ei kykene maksamaan luottoaan takaisin ylivelkaantumisen seurauksena.

Jatkuva sisäinen toimintaympäristön ja säännösten seuranta on tärkeää, jotta organisaatio voi reagoida nopeasti muutoksiin ja ylläpitää tehokasta toimintaa. Yrityksen tulisi jatkuvasti päivittää toimintatapojaan vastaamaan lainsäädännön muutoksia ja samalla varmistaa, että kaikki työntekijät ymmärtävät ajantasaisen lainsäädännön ja soveltavat sitä oikein arkipäivän tilanteissa. Pelkkä reaktiivinen kehitys ei ole kuitenkaan pidemmän päälle toivottava tilanne, vaan organisaation tulisi oppia lukemaan signaaleja tulevaisuudesta ja kehittää toimintaansa proaktiivisesti.

Yhteenvetona voidaan todeta, että verkkokaupparahoittajalle osoitettujen reklamaatioiden hallinnassa keskeisintä on selkeät prosessit, tehokas tiedon jakaminen ja lainsäädännön tarkka noudattaminen. Näiden tekijöiden huomioiminen ja parantaminen vähentää reklamaatioiden määrää ja parantaa siten asiakaskokemusta.

#### 4.2 Ongelma-alueiden kehitysehdotukset

Nykytilan analysoimisen perusteella voidaan tunnistaa kohdeyritykselle tarvittavat kehityskohdet ja niiden saavuttamiseksi asetettavat askelmerkit, joiden avulla saavutetaan pitkän aikavälin tavoitteet. Opinnäytetyön tutkimuksen tuloksena laadittu tiekartta toimii oppaana kohta tehokkaampaa, asiakaslähtoisempää ja automatisoidumpaa luotonmyöntöä, jossa teknologian ja palvelukokemuksen kehittäminen ovat keskiössä.

Kehitys etenee askel kerrallaan. Lyhyellä aikavälillä keskitytään perusasioiden vahvistamiseen ja uusien järjestelmien hyödyntämiseen. Keskipitkällä aikavälillä tavoitteena on viedä läpi laajempia muutoksia, kuten paikallisempaa kehitystä ja päätäntävällän keskittämistä Suomeen sekä entistä parempaan ennakoivaan kehitykseen siirtyminen. Pitkällä aikavälillä tavoitteena on olla johtava rahoitusalan toimija, jonka teknologia, prosessit ja palvelu luovat asiakkaille alan parhaan kokemuksen.

Tiekartan aikajanan mukainen eteneminen kohti tulevaisuuden visiota (kuvio 4):

1. Lyhyen aikavälin tavoitteet (2026 mennessä)
  - a. Henkilöstön osaamisen kehittäminen: Tarjotaan enemmän koulutusta lainsäädännöstä ja asiakaspalvelutaidoista, opetetaan ymmärtämään *miksi* teemme niin kuin teemme.
  - b. Kommunikaatio ja tiedonjako: Parannetaan viestintä- ja tiedotusprosesseja sisäisesti ja ulkoisesti. Asetetaan avoimet tavoitteet ja selkeytetään sisäistä

- c. Eettiset toimintatavat. Tehdään selkeästi markkinoiden parhaita luottopäätöksiä nopeasti ja luotettavasti, kestävyys vahvasti läsnä päivittäisessä toiminnassa.
  - d. Selkeä ja läpinäkyvä asiakaskokemus: Kaikki prosessit ovat yksinkertaisia, selkeitä ja asiakkaalle läpinäkyviä. Mahdollistetaan reaaliaikainen palvelu kaikissa kanavissa ja erityisesti digitaalisten palveluiden kautta.
2. Keskipitkän aikavälin tavoitteet (2027-2028)
- a. Asiakaskeskeisyys ja palvelulaatu: Kehitetään ja lanseerataan "täyden palvelun" ratkaisuja, jotta kaikki kauppiat haluaisivat Svean maksutavat osaksi toimintaansa.
  - b. IT-kehityksen resurssien vahvistaminen: Kootaan resurssit IT-kehityksen kordinoimiseksi ja järjestelmien UX/UI-parannuksien toteuttamiseksi.
  - c. Proaktiivinen lähestymistapa: Muutetaan toiminta reaktiivisesta proaktiiviseksi, jotta pystytään ennakoimaan asiakastarpeita ja tarjoamaan lisäarvoa ennen ongelmien ilmenemistä.
  - d. Dataohjautuvuus: Rakennetaan organisaatio dataorientoituneeksi, jolloin voi tarjota tarkempia ja luotettavampia luottopäätöksiä sekä ymmärtää asiakaskäyttäytymistä paremmin.
  - e. Tulevaisuuden tietäjä: Nimitetään vastuuhenkilö, jonka tehtävänä on seurata alaa ja varmistaa ajan tasalla pysymisen markkinamuutoksissa, lainsäädännössä ja alan innovaatioissa.
3. Pitkän aikavälin tavoitteet (2029-2030)
- a. Omavaraisuus Suomessa: Siirretään päätäntävalta, kehitys ja tuki suurilta osin Suomeen, jolloin riippuvuus Ruotsista vähenee.
  - b. Markkinajohtajuus ja maine: Tavoitteena olla vahvin rahoitusalan toimija, joka tunnetaan nopeasta ja laadukkaasta asiakaspalvelusta sekä vastuullisista luottopäätöksistä.
  - c. Tekoäly ja automaatio: Laajennetaan tekoälyn roolia kaikissa asiakaspalvelun, luotonmyöntämisen ja prosessinhallinnan vaiheissa.
  - d. Järjestelmien päivitys: Korvataan vanhat järjestelmät.



Kuvio 4: Tiekartta eli kehityspolku kohti tulevaisuuden visiota

### 4.3 Jatkokehittämialueet

Tämän opinnäytetyön aloittamaa kehitystyötä voisi jatkaa keskittymällä syvällisempään analyysiin asiakaskokemuksen kehittämisestä verkkokaupparahoituksessa sekä esitettyjen kehitysehdotusten konkretisoimiseen. Ensinnäkin käytännön kannalta olisi tärkeää kehittää vaikutusten arviointiin mittarit, joiden avulla voidaan seurata eri kehitysalueiden toteutuksen vaikutuksia kohdeyrityksen toimintaan. Esimerkiksi työntekijöiden osaamisen kehittämisen, tiedonkulun parantamisen tai asiakaskokemuksen selkeyttämisen vaikutusten mittaaminen antaisi tarkempaa tietoa ehdotusten onnistumisesta ja tehokkuudesta.

Jatkotyönä voisi suunnitella ja toteuttaa kokeiluja tai ns. pilottihankkeita lyhyen ja keskipitkän aikavälin kehitysehdotuksista. Tämä tarkoittaisi esimerkiksi uuden viestintäjärjestelmän käyttöönottoa pienemmässä yksikössä tai tekoälyyn perustuvan automaation testaamista rajatussa asiakaspalveluprosessissa. Pilotoinnin tuloksia analysoimalla voisi arvioida ehdotusten laajempaa soveltuvuutta organisaation arkeen.

Jatkotutkimuksessa voisi osaltaan myös vertailla kohdeyrityksen tai jopa kilpailijan kehitysuunnitelmia alan parhaiden käytäntöjen toimiin. Tämä auttaisi tunnistamaan muiden rahoitusalan toimijoiden toteuttamia toimia esimerkiksi dataohjautuvuuden, tekoälyn tai järjestelmien modernisoinnin osalta. Samalla olisi mahdollista tutkia kuluttaja-asiakkaiden näkemyksiä eri palvelukanavissa.

Opinnäytetyötä voisi laajentaa vielä tutkimaan, miten organisaatiokulttuurin muutos tukisi ehdotettujen kehitystoimien, kuten proaktiivisuuden ja dataohjautuvuuden, omaksumista. Analyysiosuudessa voisi tuoda esiin mahdollisia esteitä muutosten toteutumisen tiellä, sekä tarjota suosituksia tarjottavista muutoksista henkilöstön sitoutumisen edistämiseksi. Tämä olisi tärkeää pitkän aikavälin tavoitteen eli markkinajohtajuuden saavuttamiseksi, kun organisaatiossa pohditaan sen vaatimia strategisia suunnitelmia. Se tarkoittaisi samalla koko

tiekartan tarkempaa analysointia ja ehkä myös vaihtoehtoisten skenaarioiden luomista, ottaen huomioon muuttuvat ulkoisetkin tekijät kuten lainsäädännön muutokset ja teknologian harppauksia ottavan kehityksen.

## 5 Johtopäätökset

Verkkokauppa on noussut merkittäväksi kuluttajien ostoskanavaksi viime vuosina, ja sen merkitys kasvaa edelleen digitalisaation ja kansainvälisten valikoimien saatavuuden myötä. Tämä kehitys on johtanut maksutapojen ja luottomahdollisuuksien kehittymiseen, erityisesti "buy now, pay later" -palvelujen muodossa. Se luonnollisesti madaltaa kuluttajien kynnystä tehdä suurempiakin hankintoja verkossa, kun myyjän lisäksi myös rahoittaja turvaa tuotteen saapumisen perille sekä virheettömyyden.

Maksutapojen monipuolistuminen on synnyttänyt paitsi uusia mahdollisuuksia myös haasteita, jotka koskevat kuluttajien taloudellista turvallisuutta ja vastuullista luotonmyöntöä. Kuluttajansuojan merkitys korostuu, kun yhä useammat kuluttajat käyttävät luottomaksutapoja, joiden markkinoinnin ja myöntämiskäytäntöjen läpinäkyvyys on ratkaisevaa ylivelkaantumisen estämiseksi. Lainsäädäntö, kuten kuluttajansuojalaki, tietosuojalaki ja rahanpesulaki, asettaa luotonmyöntäjille entistä tiukempia vaatimuksia, vahvistaen samalla kuluttajien turvaa.

Tässä opinnäytetyössä asetettiin tavoitteeksi hyödykesidonnaisten erämaksuluottojen haku-prosessin optimointi verkkokaupoissa, keskittyen erityisesti asiakaslähtöisyyden, lainsäädännön noudattamisen ja vastuullisuuden yhdistämiseen. Tietoperusta korosti kuluttajansuojalain merkitystä, verkkokaupan kasvanutta roolia vähittäiskaupassa ja rahoitusmarkkinoiden vaatimuksia luotonantajille. Lisäksi lainsäädäntöä, kuten kuluttajansuojalakia ja rahanpesulakia, tarkasteltiin myös laajemmin opinnäytetyön perustana. Esiin nostetut lainsäädännön muutokset, kuten korkokaton tiukentuminen ja positiivisen luottotietorekisterin käyttöönotto, ovat merkittäviä kehitysaskeleita kuluttajien suojaamisessa.

Opinnäytetyössä kohdeyrityksellä esitetyt kehitysehdotukset, kuten asiakaskeskeisyyden parantaminen ja prosessien digitalisoinnin lisääminen, tukevat sekä kuluttajien että rahoittajien etuja. Erityisesti tietoperustassakin esiin tuodut näkökulmat vastuullisuuden ja asiakastytyväisyyden merkityksestä ovat avainasemassa verkkokaupparahoituksen tulevaisuuden rakentamisessa. Näin opinnäytetyö onnistui saavuttamaan tavoitteensa yhdistämällä lainsäädännölliset ja liiketoiminnalliset näkökulmat kehittämisehdotuksiksi, jotka huomioivat sekä kuluttajien että rahoittajien tarpeet.

## 5.1 Vastaukset kehittämiskysymyksiin

Opinnäytetyö vastaa kehittämisasetelmaa luodessa asetettuun kolmeen kysymykseen keskittyen luotonmyöntöprosessin kehittämiseen, vastuullisuuteen ja lainsäädännön tuomiin vaatimuksiin sekä asiakaskokemuksen parantamiseen katsauksella nykytilanteeseen ja esittämällä konkreettisia kehitysehdotuksia.

1. Miten verkkokauppaostosten maksamiseksi haettuihin luottoihin liittyviä reklamaatioita voidaan vähentää?

Tutkimus analysoi reklamaatioiden syitä ja tarjosi näkemyksiä siitä, miten niitä voidaan ehkäistä parantamalla viestintää ja selkeyttämällä kuluttajaluottosopimuksen muotoilua sekä ehtoja. Lisäksi asiakaskeskeisyys ja hyvä asiakaspalvelu nousevat esiin keskeisinä keinoina vähentää reklamaatioiden määrää, sillä nämä auttavat kuluttajia ymmärtämään paremmin ostosten ja luoton sopimusehdot sekä maksutavat.

2. Miten lainsäädäntö vaikuttaa luottolaitosten käytäntöihin tarjota hyödykesidonnaisia luottoja, ja miten näitä vaatimuksia voidaan parhaiten noudattaa?

Tutkimuksen aikana kohdattiin monessakin kohdassa kuluttajansuojalaki ja sen muutokset, jotka koskevat erityisesti korkokattoa, luotonmyöntäjän velvollisuuksia sekä luottojen markkinoinnin tiukennuksia. Näiden säädösten syvä tunteminen ja selkeä noudattaminen osoittautuivat keskeisiksi luotonmyöntäjän vastuullisessa toiminnassa, ja tuloksena esitettiin suositus erillisen kuluttajaluottoihin ja maksamiseen yleisestikin keskittyneen työnkuvan luomista.

3. Kuinka verkkokaupassa tapahtuvan nopean luotonmyöntöprosessin asiakaskeskeisyyttä voidaan parantaa siten, että se edistää kuluttajien luottamusta ja prosessin sujuvuutta?

Opinnäytetyön tuloksissa painottuu nopeuden ja vaivattomuuden merkitys asiakaskokemuksessa. Lisäksi asiakaspolun optimointi, kuten sujuva hakuprosessi ja selkeä tiedonvälitys, parantaa asiakastyytyväisyyttä. Käytännön parannusehdotukset, kuten personoitu viestintä, paremmin kohdistetut maksuvaihtoehdot ja jatkuva asiakaspalautteen kerääminen, ovat ratkaisevia asiakaskeskeisyyden edistämiseksi.

## 5.2 Skaalautuvuus eri toimijoiden välillä

Opinnäytetyön tulokset voivat olla skaalattavissa laajempaan käyttöön erityisesti niiden perustana olevien yleisten periaatteiden vuoksi. Esimerkiksi kuluttajansuojan vahvistaminen, asiakaskeskeisyys, vastuullisuus ja luottoprosessien optimointi ovat olennaisia kaikille luotonmyöntäjille, ei vain kohdeyritykselle tai edes pelkästään hyödykesidonnaisiin luottoihin. Varsinkin yleisiä vastuullisen luotonmyöntöprosessin periaatteita voi korostaa kuluttajansuojan ja muun

lainsäädännön näkökulmasta jokaiselle rahoitusalan organisaatiolle. Luottokelpoisuuden arvioinnin läpinäkyvyyden parantaminen sekä selkeämpi viestintä luoton ehdoista vähentäisi rekламаatioita yrityksestä riippumatta.

Tulokset korostavat käyttäjäystävällisten prosessien ja nopean, vaivattoman asiakaskokemuksen merkitystä, mikä on oleellista luotonmyöntäjän lisäksi myös kaikille verkkokauppiaille. Asiakaskeskeisyys ja personoidut maksuvaihtoehdot voivat parantaa asiakastyytyväisyyttä ja brändiuskollisuutta toimialasta riippumatta. Asiakkaiden tarpeita ja palautteita tulee arvioida jatkuvasti pysyäkseen kilpailukykyisenä ja vastataksien kuluttajien muuttuviin odotuksiin. Erityisesti skaalattavissa ovat ehdotukset tiedon keräämisen ja analysoinnin järjestelmällisestä tavasta sekä asiakaskokemuksen parantamisesta kerätyn tiedon pohjalta. Tutkimuksen aikana tunnistettujen rekламаatiooperusteiden, kuten epäselvän viestinnän ja asiakaspalvelun tavoitettavuuden, käsittely ja näiden parannusehdotusten soveltaminen ovat hyödyllisiä myös muille yrityksille. Rekламаatioiden ennaltaehkäisyn kautta saadaan asiakastyytyväisyys pysymään korkeammalla ja pienennetään sitä kautta taloudellista riskiä.

Näitä tuloksia voidaan siis soveltaa moniin eri rahoitusalan yrityksiin sekä verkkokauppoihin toimialasta riippumatta. Tutkimuksen käytännön ehdotukset voivat toimia ohjenuorana organisaatioille, jotka haluavat kehittää omaa luotonmyöntöään, asiakaskokemustaan ja lainmuukaista toimintatapaansa kestävämmäksi ja asiakaskeskeisemmäksi.

### 5.3 Eettisyys ja luotettavuus

Hyvää tieteellistä käytäntöä noudatettaessa tutkimus toteutetaan rehellisesti ja huolellisesti, ja sen arvioinnissa käytetään tarkoin valittuja menetelmiä. Hyviin käytäntöihin kuuluvat myös vastuullisuus, arvostus ja luotettavuus, ja nämä periaatteet ovat osa tutkimusorganisaatioiden laatustandardeja. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2023, 11.) Luotettavuuden arvioinnissa korostuvat lähteiden kriittinen tarkastelu, tutkijan toimintatapojen arviointi sekä koko tutkimusprosessin avoimuus (Vilkkä 2021). Tutkimuksen uskottavuus taas perustuu siihen, että tutkija osoittaa osaamisensa asianmukaisin perustein valituilla lähestymistavoilla ja menetelmillä (Puusa, Juuti & Aaltio 2020).

Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on tuottaa yksityiskohtaista tietoa ilmiöistä. Sen arvioinnissa tarkastellaan, ovatko tulokset toistettavissa ja perusteet tutkimuksen luotettavuudelle selkeästi esitetty. Uskottavuutta arvioidaan siirrettävyyden kautta eli pohtimalla, olisivatko tulokset toistettavissa eri olosuhteissa, mikä edellyttää selkeää ja läpinäkyvää analyysiä. Siirrettävyys on olennainen osa laadullista tutkimusta, vaikka täydellistä objektiivisuutta ei voida saavuttaa. (Puusa, Juuti & Aaltio 2020.) Laadullisessa tutkimuksessa ei ole siis yksiselitteistä ohjeistusta luotettavuuden arviointiin, joten prosessille tulee varata riittävästi aikaa ja sen raportointi tulee tehdä riittävän yksityiskohtaisesti.

Tämän opinnäytetyön eettisyyttä ja luotettavuutta arvioitaessa on tärkeää varmistaa, että aineistonkeruu- ja tutkimusmenetelmät ovat olleet kehittämistehtävien kannalta asianmukaisia ja että menetelmät on valittu sekä perusteltu selkeästi suhteessa kehittämistehtävään. Käytetyt menetelmät on kuvattu omassa osiossaan hyvin tarkalla tasolla, joten niiden toistaminenkin olisi mahdollista. On toki aina otettava huomioon, että eri menetelmiä käyttämällä aiheesta voisi saada hieman erilaisia tuloksia. Tätä opinnäytetyötä ei ole ainakaan toistaiseksi mahdollista verrata muiden tutkijoiden tuloksiin, sillä tästä aiheesta ei löydy aiempia töitä.

Arvioinnissa tulee varmistaa, että tutkimukseen osallistuneiden oikeudet on otettu huomioon. Prosessin aikana on vahvistettu osallistujilta kirjallisesti suostumus ja kerrottu heidän roolinsa työn etenemisessä, lisäksi heille on kerrottu samalla henkilöllisyyden suojaamisesta. Haastatelluille annettiin lisäksi mahdollisuus lukea valmis opinnäytetyö ja antaa palautetta ennen lopullista versiota. Haastatteluihin, kyselyyn tai työpajaan osallistuneille ei ole aiheutunut haittaa opinnäytetyön tekemisestä. Vastauksissa ei esiintynyt arkaluontoisia tietoja eikä henkilötietoja kerätty muutoinkaan, joten kaikessa toiminnassa noudatettiin tietosuojalainsäädäntöä.

Tutkijan puolueettomuus on keskeinen tekijä eettisyyden arvioinnissa, sillä henkilökohtaiset tai ammatilliset eturistiriidat voivat vaikuttaa tutkimuksen kulkuun tai tuloksiin. Puolueettomuus korostaa myös tutkijan vastuuta toimia rehellisesti ja läpinäkyvästi tutkimusprosessin kaikissa vaiheissa. Olen tässä opinnäytetyössä tuonut selvästi esiin, että kohdeyritys on oma työpaikkani, ja että työskentelen itse työn aiheen eli erämaksuluottojen parissa. Olen kuitenkin toiminut riippumattomasti, vältellen henkilökohtaisten mielipiteiden tai omien totuttujen toimintatapojen tuomista mukaan prosessiin. Tämä korostui erityisesti työpajassa, joka toteutettiin kohdeyrityksen työntekijöiden kanssa ja työnantajan tiloissa.

Kaikki opinnäytetyössä käytetyt lähteet on esitetty asianmukaisesti ja viitteet ovat oikeilla paikoilla, eikä plagiointia tai muunlaista tieteellistä vilppiä ole tapahtunut. Tietopohjaa on kerätty mahdollisimman laajasti, toki se on aiheen luonteen vuoksi melko lainsäädäntöpainotteista.

## Lähteet

- Aulasmaa, M. 2024. Sinulle myönneetyt luotot näkyvät pian uudessa palvelussa - mukana niin autolainat, luottokortit kuin osamaksutkin. Yle. Viitattu 31.7.2024. <https://yle.fi/a/74-20071902?gsid=3b0e80a2-4144-4290-9669-cc50323e41a0>
- Barnes, L. & Lynch, S. 2020. Omnichannel fashion retailing: examining the customer decisionmaking journey. Manchester Fashion Institute, Manchester Metropolitan University, Manchester, UK. Viitattu 2.7.2024. DOI:10.1108/JFMM-09-2019-0192
- Creswell, J.W., Hanson, W.E., Clark Plano, V.L. & Morales, A. 2007. Qualitative Research Designs: Selection and Implementation. The Counseling psychologist 2007-03, vol.35, 236-264. Viitattu 12.3.2024. DOI: 10.1177/0011000006287390
- Direktiivi 2016/679/EU. Luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta annettua Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (yleinen tietosuoja-asetus). Euroopan unionin virallinen lehti 4.5.2016.
- Direktiivi 2022/2464/EU. Yritysten kestävyysraportointi. Euroopan unionin virallinen lehti 16.12.2022.
- DNB.fi 2024. Tilasto. Yksityishenkilöt. Maksuhäiriömerkinnät. Dun & Bradstreet. Viitattu 2.4.2024. <https://www.dnb.com/fi-fi/tilastot-ja-tutkimukset/tilastot/yksityishenkiloiden-ajantasaiset-luottotietomerkitilastot.html>
- Dreborg, K. H. 1996. Futures 28. Essence of backcasting (813-828). Elsevier Science Ltd. Viitattu 10.9.2024. DOI:10.1016/S0016-3287(96)00044-4
- Farrukh, C.J.P., Phaal, R. & Probert, D.R. 2007. Strategic Roadmapping: A Workshop-based Approach for Identifying and Exploring Strategic Issues and Opportunities (3-12). Engineering Management Journal. Viitattu 10.9.2024. DOI:10.1080/10429247.2007.11431716
- Finanssivalvonta 2024a. Finanssivalvonta keskittyy vuonna 2024 valvottavien riskinkestävyyteen muuttuvassa toimintaympäristössä sekä valvottavien hallinnon luotettavuuteen. Viitattu 31.3.2024. <https://www.finanssivalvonta.fi/tiedotteet-ja-julkaisut/valvottavatiedotteet/2024/finanssivalvonta-keskittyy-vuonna-2024-valvottavien-riskinkestavyyteen-muuttuvassa-toimintaymparistossa-seka-valvottavien-hallinnon-luotettavuuteen/>
- Finanssivalvonta 2024b. Väärinkäytösepäily. Viitattu 27.5.2024. <https://www.finanssivalvonta.fi/finanssivalvonta/ilmoita-vaarinkaytosepailysta/>
- FINE Vakuutus- ja rahoitusneuvonta 2024. Näissä asioissa autamme. FINE vakuutus- ja rahoitusneuvonta. Viitattu 27.5.2024. <https://www.fine.fi/naissa-asioissa-autamme.html>
- Hallsworth, M., Halpern, D., Algate, F., Gallagher, R., Nguyen, S., Ruda, S., Sanders, M., Pelenur, M., Gyani, A., Harper, H., Reinhard, J. & Kirkman, E. 2010. EAST: Four simple ways to apply behavioural insights. Viitattu 2.7.2024. [https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST\\_FA\\_WEB.pdf](https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST_FA_WEB.pdf)
- Harinen, P. 2009. Tarkastelussa taustamuuttujat. Yhteiskuntapolitiikka-YP 74 (2009): 3, 339-340. Viitattu 17.9.2024. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe201209117611>
- HE 78/2012 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi kuluttajansuojalain 7 luvun, eräiden luotonantajien rekisteröinnistä annetun lain sekä korkolain 2 §:n muuttamisesta. Viitattu 4.7.2024. <https://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2012/20120078>

HE 53/2020 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi kuluttajansuojalain 7 luvun väliaikaisesta muuttamisesta. Viitattu 20.4.2024. <https://finlex.fi/fi/esitykset/he/2020/20200053#idm46651395079200>

HE 218/2022 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi kuluttajansuojalain, kuluttajansuoja-  
viranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain 13 §:n ja oikeudenkäymiskaaren 5 luvun  
3 §:n muuttamisesta. Viitattu 1.7.2024. <https://www.finlex.fi/sv/esitykset/he/2022/20220218>

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2022. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. E-kirja. Helsinki: Gaudeamus.

Holmberg, J. & Robert, K-H. 2000. Backcasting from non-overlapping sustainability principles – a framework for strategic planning (1-18). The International Journal of Sustainable Development and World Ecology 7. Viitattu 10.9.2024. DOI:10.1080/13504500009470049

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 176. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2024a. Tavarantoimituksen viivästys. Viitattu 13.4.2024. <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tavaroiden-ja-palveluiden-virheet/tavarantoimituksen-viivastys/>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2024b. Asiointi kuluttaja-asioissa. Viitattu 27.4.2024. [https://asiointi.kkv.fi/asiointi?id=kkv\\_consumer\\_home\\_page](https://asiointi.kkv.fi/asiointi?id=kkv_consumer_home_page)

Kirjanpitolaki 1336/1997.

Kuluttajansuojalaki 38/1978.

Kuusi, O. & Villman, T. 2023. Tulevaisuuskartta tulevaisuuskäytännön tutkimuksen kokoavana viitekehyksenä. Teoksessa Aalto, H-K., Heikkilä, K., Keski-Pukkila, P., Mäki, M. & Pöllänen, M. (toim.) Tulevaisuudentutkimus tutuksi - perusteita ja menetelmiä. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto. Viitattu 10.9.2024. <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/153465/TVA-1-2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Laki kuluttajansuojalain 7 luvun väliaikaisesta muuttamisesta 1194/2020.

Laki luottolaitostoiminnasta 610/2014.

Laki positiivisesta luottotietorekisteristä 739/2022.

Laki rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estämisestä 444/2017.

McKim, C.A. 2017. The Value of Mixed Methods Research: A Mixed Methods Study. Journal of mixed methods research 2017-04, vol.11, 202-222. Viitattu 12.3.2024. DOI: 10.1177/1558689815607096

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu - yhteissuunnittelua, empatiaa ja osallistumista. Teoksessa Miettinen, S. (toim.), Koivisto, M., Hämäläinen, K., Vilkkä, H., Mattelmäki, T., Vaajakallio, K., Kalliomäki, A., Ruuska, J. & Vaahtojärvi, K. Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiatieto Teknova Oy.

Muller, G. & Phaal, R. 2008. An architectural framework for roadmapping: Towards visual strategy (39-49). Elsevier Inc. Viitattu 10.9.2024. DOI:10.1016/j.techfore.2008.03.018

- Määräykset ja ohjeet 2/2023 2023. Rahanpesun ja terrorismin rahoittamisen estäminen. FIVA/2023/1289. Finanssivalvonta. Viitattu 25.5.2024. [https://www.finanssivalvonta.fi/globalassets/fi/saantely/maarayskokoelma/2023/02\\_2023/02\\_2023.M2.pdf](https://www.finanssivalvonta.fi/globalassets/fi/saantely/maarayskokoelma/2023/02_2023/02_2023.M2.pdf)
- Phaal, R. 2020. Roadmapping for strategy and innovation. Centre for Technology Management, Institute for Manufacturing, Department of Engineering, University of Cambridge. Viitattu 10.9.2024. [https://www2.ifm.eng.cam.ac.uk/uploads/Resources/roadmapping\\_overview.pdf](https://www2.ifm.eng.cam.ac.uk/uploads/Resources/roadmapping_overview.pdf)
- Puusa, A., Juuti, P. & Aaltio, I. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. E-kirja. Helsinki: Gaudeamus.
- Reason, B., Løvlie, L. & Flu, M.B. 2016. Service Design for Business. A Practical Guide to Optimizing the Customer Experience. New Jersey, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Robinson, J. 2003. Futures 35. Future subjunctive: backcasting as social learning (839-856). Elsevier Ltd. Viitattu 10.9.2024. DOI:10.1016/S0016-3287(03)00039-9
- Schoonenboom, J. & Johnson, R.B. 2017. How to Construct a Mixed Methods Research Design. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 2017-10, vol.69, 107-131. Viitattu 12.3.2024. DOI: 10.1007/s11577-017-0454-1
- Sitra 2021. Kestävän elämäntavan motivaatioprofiilit. Viitattu 2.7.2024. <https://www.sitra.fi/julkaisut/kestavan-elamantavan-motivaatioprofiilit/#miksi-motivaatioprofiilit>
- Statista 2024. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2027. Viitattu 4.7.2024. <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
- Tang, G. & Zeng, H. 2021. Evaluation of Tourism E-Commerce User Satisfaction. Journal of organizational and end user computing 2021-09, Vol.33, 25-41. Viitattu 4.7.2024. DOI:10.4018/JOEUC.20210901.0a2
- Taylor, S.J., Bogdan, R. & DeVault, M.L. 2015. Introduction to Qualitative Research Methods. A Guidebook and Resource. E-kirja. New Jersey, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- The FATF Recommendations 2023. International standards on combating money laundering and the financing of terrorism & proliferation. The Financial Action Task Force (FATF). Viitattu 25.5.2024. <https://www.fatf-gafi.org/content/dam/fatf-gafi/recommendations/FATF%20Recommendations%202012.pdf.coredownload.inline.pdf>
- Tietosuojalaki 1050/2018.
- Tilastokeskus 2023b. Kuluttajien luottamus hyvin heikkoa - hidas nousu jatkui maaliskuussa 2023. Viitattu 2.7.2024. <https://stat.fi/julkaisu/cl7q2erok3n7s0cw3gb0fjykc>
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2023. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja 2/2023. Viitattu 19.11.2024. [https://tenk.fi/sites/default/files/2023-03/HTK-ohje\\_2023.pdf](https://tenk.fi/sites/default/files/2023-03/HTK-ohje_2023.pdf)
- Valtioneuvosto.fi 2012. Hallitus esittää pikaluotoille hintasääntelyä - pienille lainoille 51 prosentin enimmäiskorko. Valtioneuvosto. Viitattu 25.5.2024. <https://valtioneuvosto.fi/-/1410853/regeringen-foreslar-prisreglering-for-snabblan-ett-rantetak-pa-51-procent-for-smalan>

Vehkalahti, K. 2019. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Finn Lectura. Viitattu 4.4.2024. DOI:10.31885/9789515149817

Vehmas, J. 2023. Kvantitatiiviset forecasting- ja backcasting-skenaariot. Teoksessa Aalto, H-K., Heikkilä, K., Keski-Pukkila, P., Mäki, M. & Pöllänen, M. (toim.) Tulevaisuudentutkimus tutuksi - perusteita ja menetelmiä. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto. Viitattu 10.9.2024. <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/153465/TVA-1-2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Verkkokauppa Suomessa 2023. Mitä, millä ja milloin suomalaiset ostavat verkossa? Paytrail Oyj. Viitattu 31.3.2024. <https://www.paytrail.com/hubfs/raportti-verkkokauppa-suomessa-2023/Paytrail%20-%20Verkkokauppa%20Suomessa%202023.pdf>

Verkkokauppamittari, kevät 2024. Posti Group Oyj. Viitattu 31.3.2024. [https://minun.posti.fi/hubfs/New%20portal%20-%20PDFs/Downloads/Verkkokauppamittari%20-%20FI%20-%20eCommerce\\_Index%20-%20Spring%202024.pdf?utm\\_campaign=Posti%20-%20Guide%20Downloads&utm\\_medium=email&\\_hsmi=82936263&\\_hsenc=p2ANqtz-\\_I htTNTj761WAOp-Bet8rqvgOEsH1aUdd-fxVFLpZN5owF5IEivKK4pFRo51KPHhPcK6W3bSo463oLc6xvtaEh6veS\\_vOe7Nhvm4JrwzQV1O1DCZg&utm\\_content=82936263&utm\\_source=hs\\_automation](https://minun.posti.fi/hubfs/New%20portal%20-%20PDFs/Downloads/Verkkokauppamittari%20-%20FI%20-%20eCommerce_Index%20-%20Spring%202024.pdf?utm_campaign=Posti%20-%20Guide%20Downloads&utm_medium=email&_hsmi=82936263&_hsenc=p2ANqtz-_I htTNTj761WAOp-Bet8rqvgOEsH1aUdd-fxVFLpZN5owF5IEivKK4pFRo51KPHhPcK6W3bSo463oLc6xvtaEh6veS_vOe7Nhvm4JrwzQV1O1DCZg&utm_content=82936263&utm_source=hs_automation)

Verkkokauppatutkimus 2023. Svea Bank AB, filial i Finland. Viitattu 31.3.2024. <https://indd.adobe.com/view/ab4d9f2c-711e-4f76-afbe-03146969a514>

Vero.fi 2024. Rekisteri ehkäisee kotitalouksien ylivelkaantumista. Positiivinen luottotietorekisteri. Viitattu 31.7.2024. <https://www.vero.fi/positiivinenluottotietorekisteri/tietoa-rekisterista/>

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa: määrällisen tutkimuksen perusteet. E-kirja. Helsinki: Tammi.

Vilkka, H. 2021. Näin onnistut opinnäytetyössä. Ratkaisut tutkimuksen umpikujiiin. E-kirja. Jyväskylä: PS-kustannus.

VM.fi 2014. Arviomuistio. Asiakkaat kohtaavat vaikeuksia pankkipalveluissa - lainsäädännön muuttaminen voisi auttaa. Valtiovarainministeriö. Viitattu 20.4.2024. <https://vm.fi/-/asiakkaat-kohtaavat-vaikeuksia-pankkipalveluissa-lainsaadannon-muuttaminen-voisi-auttaa>

## Kuviot

Kuvio 1: Opinnäytetyön tietopohjan keskeisimmät asiat tutkimus- ja kehittämisosuuden näkökulmasta.....	20
Kuvio 2: Kehittämisosuuden eteneminen menetelmävalintoineen .....	22
Kuvio 3: Työpajassa syntynyt aikajana digitaalisessa muodossa .....	34
Kuvio 4: Tiekartta eli kehityspolku kohti tulevaisuuden visiota .....	43

## Kuvat

Kuva 1: Haastatteluaineiston teemoittelun prosessia .....	29
Kuva 2: Kyselytutkimuksen vastausaineiston läpikäyntiä .....	31
Kuva 3: Visioon pääsemiseksi vaadittavien päätösten, tapahtumien ja askeleiden kirjaamista .....	32
Kuva 4: Tapahtumien sijoittaminen viiden vuoden aikajalalle .....	33

## Taulukot

Taulukko 1: Tiivistelmä keskeisten lakien tavoitteista, vaatimuksista ja vaikutuksista.....	15
Taulukko 2: Haastatteluiden ajankohdat ja kestot .....	27
Taulukko 3: Kaikkien kyselyyn vastanneiden kuluttajien ikäjakauma.....	36
Taulukko 4: Verkkokauppaostokseen liittyvän reklamaation tehneiden ikäjakauma .....	36
Taulukko 5: Verkkokaupan kassalla esitettyjen erämaksuvaihtoehtojen selkeyden kokemus vastaajien näkökulmasta .....	38
Taulukko 6: Kyselyyn vastanneiden kokemus erämaksun ehtojen ja kulujen riittävästä esittämisestä verkkokaupassa.....	39
Taulukko 7: Vastaajien mielestä vaikeasti ymmärrettävät osa-alueet, sama vastaaja saattoi valita useamman vaihtoehdon .....	40

## Liitteet

Liite 1: Kuluttaja-asiakkaille sähköpostitse lähetetty kyselylomake.....	54
Liite 2: Backcasting-työpajassa käytetty esittelymateriaali.....	57

Liite 1: Kuluttaja-asiakkaille sähköpostitse lähetetty kyselylomake

SAATE:

Otsikko: Vastaa kyselyyn ja voita lahjakortti

Hyvä asiakkaamme

Kutsumme sinut vastaamaan kyselytutkimukseen verkkokauppaostamiseen liittyvistä kokemuksista ja maksutapojen käytöstä - vastaajien kesken arvomme kolme S-ryhmän 50 euron lahjakorttia.

Vastauksesi käsitellään luottamuksellisesti, eikä henkilöllisyyttäsi voida tunnistaa tuloksista. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 5 minuuttia.

Arvostamme vastauksiasi ja hyödynnämme niitä laadun mittaamisessa ja palvelumme kehittämisessä entistä paremmiksi sinulle ja muille asiakkaillemme. Lisäksi vastauksia hyödynnetään tilastollisessa opinnäytetyössä, jonka tekijä on Svealla työsuhteessa ja siten salassapitovelvoitteen sitoma.

Kiitos ajastasi!

#### TAUSTAMUUTTUUJAT:

1. Ikä
  - a. 25 tai alle
  - b. 26-35
  - c. 36-45
  - d. 46-55
  - e. 56-65
  - f. 66 tai yli
2. Sukupuoli
  - a. Nainen
  - b. Mies
  - c. Muu
  - d. En halua sanoa
3. Oletko aiemmin käyttänyt Svean maksutapoja verkkokaupassa?
  - a. Kyllä
  - b. En
  - c. En osaa sanoa
4. Kuinka usein teet ostoksia verkkokaupoista?
  - a. Viikoittain
  - b. Pari kertaa kuukaudessa
  - c. Kerran kuukaudessa tai kahdessa
  - d. Muutaman kuukauden välein
  - e. Kerran vuodessa
  - f. Harvemmin kuin kerran vuodessa

5. Millä laitteella teet mieluiten ostoksia verkkokaupoissa?
- Tietokone (pöytäkone tai kannettava)
  - Tablettitietokone
  - Älypuhelin
  - Älytelevisio
  - Muu

#### HELPPOUS

6. Miten helppoa erämaksun käyttäminen verkkokaupassa oli?
- Erittäin helppoa
  - Helppoa
  - Kohtalaisen helppoa
  - Ei kovinkaan helppoa
  - Ei lainkaan helppoa
7. Miten selkeinä koit valittavissa olevat maksuajat?
- Erittäin selkeinä
  - Melko selkeinä
  - Kohtalaisen selkeinä
  - En kovinkaan selkeinä
  - En lainkaan selkeinä

#### LUOTETTAVUUS

8. Oletko joutunut tekemään joskus reklamaation verkkokauppaostoksesta?
- Kyllä
  - En
  - En osaa sanoa
9. Jos olet joutunut tekemään reklamaation, mikä oli pääasiallinen syy sille?
- Kulujen ja korkojen epäselvyydet
  - Tuotteen toimitusongelmat
  - Laskutuksen virheet
  - Maksamiseen liittyvä ongelmat
  - Rikkinäinen tuote
  - Jokin muu, mikä?
10. Oletko joutunut tekemään joskus reklamaation verkkokaupparahoitukseen, esim. erämaksuun liittyen?
- Kyllä
  - En
  - En osaa sanoa
11. Jos olet joutunut tekemään reklamaation verkkokaupparahoituksesta, mikä oli pääasiallinen syy sille?
- Kulut ja korot
  - Maksuehdot ja maksaminen
  - Laskutus
  - Luottosopimukseen liittyvät asiat
  - Muu, mikä?

#### LÄPINÄKYVYYS

12. Onko joku tai jotkin seuraavista osa-alueista erämaksun ehdoissa mielestäsi vaikeasti ymmärrettäviä?
- Kulut ja korot
  - Maksuehdot ja maksaminen
  - Laskutus
  - Muu, mikä?

- e. Ymmärrän kaikki hyvin
13. Koitko saavasi riittävästi tietoa luoton ehdoista ja kuluista ennen lopullista päätöksentekoa?
- a. Kyllä
  - b. En
  - c. En osaa sanoa
14. Tutustuitko verkkokaupassa esitettyihin luoton ennakkotietoihin ennen erämaksun valintaa?
- a. Kyllä
  - b. En
  - c. En osaa sanoa

## Liite 2: Backcasting-työpajassa käytetty esittelymateriaali



## Työpajan eteneminen

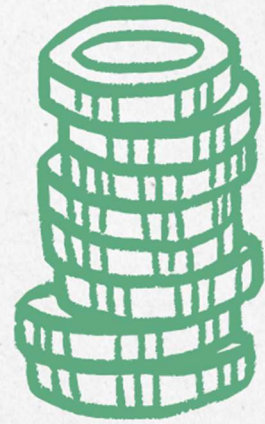
- Backcasting yleisesti ja workshopin tavoitteet. (5 min)
- Yhteisen tulevaisuuden vision päättäminen, eli mitä haluamme? (10 min)
- Luonnehdinta ideaalitulevaisuudesta – millaisia olemme silloin, kun olemme päässeet toivomaamme visioon? (15 min)
- Lyhyt luonnehdinta nykytilasta, millainen se on? (10 min)
- Kerätään asioita, joita pitäisi tapahtua jotta pääsemme nykytilasta haluttuun visioon. (30 min)
- Laitetaan kerätyt asiat aikajanelle, mietitään siis mitkä tapahtuu hitaasti ja mitkä tapahtuu nopeasti? (15 min)

+ Workshopin lopullisena jälkituotteena syntyy kevyt tiekartta.



## Backcasting yleisesti ja työpajan tavoitteet

- Backcasting = ensin luodaan yhdessä visio eli haluttu kuva tulevaisuudesta, ja sen jälkeen luodaan polku sitä kohti.
- Tavoiteltu (ei todennäköisin) tulevaisuus -> mitä askelia tarvitaan, että sinne päästään?
- Tapahtumat kelataan tulevaisuudesta kohti nykyhetkeä.
- Tapahtumat aikataulutetaan eli piirretään aikajanelle (nopeat/hitaat).
- Vastakohta ennakkoinnille (forecasting), jossa pyritään tekemään päätelmiä todennäköisimmästä tulevaisuudesta tarkastelemalla menneisyyttä.
- Tavoitteena on tuottaa tulevaisuuskuvia mielipiteiden muodostamista ja päätöksentekoa varten.
- Backcasting on hyödyllinen työkalu silloin, kun visiosta on yhteinen ymmärrys mutta ei vielä tiedetä miten sinne tullaan pääsemään.



## Millainen visio?

### Suuntaa antava

Ei liian yksityiskohtainen.

### Alustava

Visiota voi tarkentaa tarpeen vaatiessa vielä myöhemmin.

### Ei todennäköisin

Ei oteta kantaa siihen tuleeko tämä toteutumaan, vaan mietitään mitä kaikkea vaatisi *jotta* tämä toteutuisi.

### Sidosryhmät huomioon

Pohditaan eri sidosryhmien näkökulmasta: kauppiaat, loppuasiakkaat, kumppaniverkosto, myyntitiimi, käsittelijätiimi, kilpailijat jne.

# VISIO

Haluamme rakentaa luotettavaa ja vastuullista liiketoimintaa, jossa asiakaslähtöisyys, selkeys ja kehittyminen ovat keskeisiä elementtejä:

- Selkeämmät prosessit ja ehdot
- Teknisen infrastruktuurin kehittäminen
- Vastuullinen luotonmyöntö
- Lainsäädännön muutosten ennakointi ja soveltaminen
- Kilpailuedun hakeminen asiakaskokemuksella

Visio vuodelle 2030: Ketterä ja luotettava edelläkävijä

