



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Jori Helenius

KARTOITUS MYYJÄNVAIHTOPRO-  
SESSIN MAHDOLLISISTA ONGEL-  
MISTA SÄHKÖN VÄHITTÄISMARKKI-  
NOILLA

Liiketalous  
2017

## TIIVISTELMÄ

Tekijä	Jori Helenius
Opinnäytetyön nimi	Kartoitus myyjänvaihtoprosessin mahdollisista ongelmista sähköön vähittäismarkkinoilla
Vuosi	2017
Kieli	suomi
Sivumäärä	67
Ohjaaja	Marika Teirfolk-Naarmala

---

Kuluttajalla on Suomessa mahdollisuus kilpailuttaa sähkönsopimuksensa myyntiosuus. Sähköön vähittäismarkkinoilla toimivien osapuolten välinen tiedonvaihto suoritetaan myyjänvaihtotilanteissa PRODAT-sanomaliikenteen keinoin. Myyjänvaihtoprosessia määrittelevät erityisesti Energiategollisuus ry:n laatimat ohjeistukset. Tutkimuksessa keskityttiin viivästyneiden myynnin aloitusilmoitusten (myyjänvaihtosanomien) ongelmiin sekä sähkönmyyjien että kuluttajan näkökulmasta. Aiheeseen liittyen ei ole tehty aikaisempia tutkimuksia. Prosessiin liittyviä muita mahdollisia ongelmia pyrittiin myöskin kartoittamaan. Tutkimuksen ote oli kvalitatiivinen, mutta se sisältää myöskin osittain kvantitatiivisia elementtejä.

Tutkimuksen teoriaosuudessa käsitellään perusasioita sähkömarkkinoista, markkinaprosesseista ja oleellisista markkinoilla toimivista tahoista. Osuus sisältää myös informaatiota koskien Suomea osana Pohjoismaisia sähkömarkkinoita. Sähkömarkkinalaki ja tutkimuksen kannalta olennaiset juridiset säännökset esitellään. Tutkimusongelma avataan ja epäonnistunut kilpailutilanne havainnollistetaan esimerkitapauksen avulla. Lisäksi teoriaosuus sisältää argumentaatiota eheän kilpailun ja kuluttajan etuaseman puolesta. Tutkimusaineisto on kerätty vähittäismyyjille suunnatulla elektronisella kyselylomakkeella.

Tutkimuksen empiirisessä osuudessa analysoidaan kyselylomakkeen vastaukset. Selkeä enemmistö vastaajien edustamista vähittäismyyjistä on menettänyt vuosina 2015–2016 kuluttaja-asiakkaita viivästyneestä sanomaliikenteestä johtuen. Myyjänvaihtoprosessin muita problemaattisia osa-alueita ovat vähittäismyyjien edustajien mukaan viivästyneen sanomaliikenteen lisäksi mm. kuluttajien ”kalastelu” myynnin aloitusilmoituksilla, asiakkaan peruutusosoikeuden laiminlyöminen, harhaanjohtava puhelinmyynti ja epäselvyydet sopimuksen muodosta tai sen kestosta. Selkeä enemmistö vastaajista haluaisi myöskin selkeyttää ja tiukentaa myyjänvaihtoprosessissa käytettävän myynnin aloitusilmoituksen lähetyksen aikamäärettä.

---

Avainsanat                      Sähkönsopimukset, sähkömarkkinat, kuluttajamyynti, kilpailu, tarkentavat ohjeistukset

## ABSTRACT

Author	Jori Helenius
Title	A Survey of the Possible Problems of the Supplier Change Process Occurring in the Electricity Retail Market
Year	2017
Language	Finnish
Pages	67
Name of Supervisor	Marika Teirfolk-Naarmala

---

In Finland the consumer has the right to choose his energy supplier company. The communication between the parties which operate in the electricity retail market is executed via PRODAT-messages. The supplier change process is particularly defined by instructions made by Finnish Energy. This research focused on the impacts of delayed supply-start (supplier change) messages from electricity companies' and consumers' point of view. There exist no previous researches considering this topic. This research examined the problems of the delayed supplier change messages. The other possible problems of the supplier change process were also surveyed. The research was a qualitative though it includes also quantitative elements.

The theoretical study of this research deciphered the basic elements of the electricity market, market processes and the substantive actors operating in the market. The theoretical study includes information about Finland being a part of the common Nordic electricity market. The electricity market legislation and the relevant juridical regulations are introduced. The key problem of this research was unveiled and the failed competition situation was demonstrated with a theoretical example case. The theoretical study also contains the defensive arguments for the integrated competition situation and consumer's advantage status. Empirical data was collected via electronic questionnaire which target category were the energy supplier companies.

The empirical study of the research is based on the analysis of the gathered questionnaire data. The plain majority of the representatives' supplier companies had suffered consumer customer losses during the time period 2015–2016. Customer losses were caused by delayed messages. The other problems related to supplier change process were the “fishing” of consumer customers via supply-start messages, neglected consumer rights (contract termination) in various situations, misleading telemarketing and fallacious contract information. The plain majority of the representatives would also like to clarify and tighten the time regulations of supply-start messages'.

---

Keywords Electricity contracts, electricity markets, consumer sales, competition, defining instructions

# SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO .....	8
2	TUTKIMUKSEEN LIITTYVIEN KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY .....	10
	2.1 Sähkösojimus .....	10
	2.2 Myyjänvaihto .....	11
	2.3 Kuluttaja.....	11
	2.4 Sähkön vähittäismarkkinat.....	11
	2.5 Jakeluverkonhaltijat .....	12
	2.6 PRODAT-sanomaliikenne .....	12
3	SUOMI OSANA POHJOISMAISIA SÄHKÖMARKKINOITA.....	13
	3.1 Sähköpörssi .....	13
4	SÄHKÖMARKKINALAKI.....	15
5	ENERGIAVIRASTON JA ENERGIA TEOLLISUUS RY: N ROOLI SÄHKÖN VÄHITTÄISMARKKINOILLA.....	16
	5.1 Sanomaliikenteeseen liittyvät ohjeistukset ja suosituksset.....	17
	5.2 Sanomaliikenteeseen liittyvä juridinen sääntely .....	17
6	TUTKIMUSONGELMAAN LIITTYVIEN VIESTINTÄMETODIEN ESITTELY JA OHJEISTUSTEN TULKINTA.....	18
	6.1 Tarkasteltava menettelyohjeistus .....	18
	6.2 Sopimuksen peruuntuminen myyjänvaihtoprosessin aikana .....	19
	6.3 Aikamääreiden väljyys ja muotoilujen tulkinnanvaraisuus .....	20
	6.4 Mahdollinen problematiikka määrääikaisten sähkösojimusten osalta ...	22
	6.5 Epäonnistunut kilpailutilanne teoriassa .....	22
7	TOIMIVAN KILPAILUTILANTEEN VAIKUTUKSET KULUTTAJAAN25	
	7.1 Vähittäismyynnin markkinoinnin aggressiivisuuden kehittyminen.....	25
	7.2 Kuluttajan etuasema myyjänvaihtotilanteissa.....	25
8	KATSAUS SÄHKÖSOJIMUSTEN KILPAILUTTAMISEEN.....	27
9	TUTKIMUKSEN EMPIIRINEN OSUUS .....	30

10	KYSELYLOMAKKEEN VASTAUSTEN ANALYSOINTI.....	33
10.1	Vähittäismyyjän ja vähittäismyyjää edustavan vastaajan kartoitus .....	33
10.2	Vähittäismyyjien liiketoiminnallinen strategia .....	39
10.3	Viivästettyjen sanomien problematiikka.....	41
10.4	Myyjänvaihtoprosessin muut ongelmat .....	45
10.5	Laadullinen analyysi teemoittelun keinoin .....	49
10.6	Teemojen erillinen analyysi .....	50
10.7	Ohjeistuksen muotoilun tulkinnanvaraisuuden kartoitus.....	54
10.8	Tiedustelu myynnin aloitusilmoituksen tiukennetulle aikamääreelle.....	56
10.9	Vapaa palaute ja edustajien kehitysideat .....	58
11	TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO JA KEHITYSIDEAT.....	60
	LÄHTEET.....	63

## LIITTEET

## KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

<b>Kuvio 1.</b> Sähkösovimuksen koostumus (Kuvio: Jori Helenius)	10
<b>Kuvio 2.</b> Energiavuosi 2015	14
<b>Kuvio 3.</b> Prosessikuvaus – myyjänvaihto	19
<b>Kuvio 4.</b> Myyjänvaihdon peruutus ennen toimituksen käynnistymistä	20
<b>Kuvio 5.</b> Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys yksi)	34
<b>Kuvio 6.</b> Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys kaksi)	35
<b>Kuvio 7.</b> Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys neljä)	37
<b>Kuvio 8.</b> Ristiintaulukointi – kysymykset yksi ja neljä	38
<b>Kuvio 9.</b> Ristiintaulukointi – kysymykset yksi ja viisi	40
<b>Kuvio 10.</b> Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys kuusi)	41
<b>Kuvio 11.</b> Ristiintaulukointi – kysymykset viisi ja kuusi	42
<b>Kuvio 12.</b> Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys 6.1)	44
<b>Kuvio 13.</b> Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys seitsemän)	46
<b>Kuvio 14.</b> Ristiintaulukointi – kysymykset seitsemän ja kuusi	47
<b>Kuvio 15.</b> Ristiintaulukointi – kysymykset seitsemän ja yksi	48
<b>Kuvio 16.</b> Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys kahdeksan)	55
<b>Kuvio 17.</b> Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys yhdeksän)	57
<b>Taulukko 1.</b> Taulukko myyjänvaihdon suorittaneista sähkön käyttäjistä (Suomen- nos: Jori Helenius)	28
<b>Taulukko 2.</b> Teemoittelutaulukko	49
<b>Taulukko 3.</b> Vapaan palautteen ja myyjänvaihtoprosessiin liittyvien kehitysideoi- den teemoittelu	59

**LIITTELUETTELO**

**LIITE 1.** Sähkön vähittäismyyjille suunnattu elektroninen kyselylomake.

## 1 JOHDANTO

Myyntineuvottelijan toimenkuvassa työskennellessäni kohtasin vuonna 2015 kilpailutilanteen, jossa edustamani sähköön vähittäismyyjän mahdollisuus kilpailla toisen Suomen sähkömarkkinoilla toimivan sähköyhtiön määräaikaista kuluttajasopimusta vastaan epäonnistui. Kilpailutilanteen epäonnistumiseen vaikutti viivästetty myyjänvaihtosanoma kilpailevan myyntiyhtiön toimesta. Edustamani sähköyhtiön kuluttajamyynnin esimies lähetti sähkömarkkinoita valvovalle instituutiolle kirjallisen tiedustelun liittyen tapahtuneeseen. Energiavirasto vastasi tiedusteluun toden, että kilpaileva sähköyhtiö ei ollut toiminut lain vastaisesti tai alan yleisiä menettelyohjeita rikkoen. Epäonnistuneen kilpailutilanteen johdosta kuluttaja-asiakas menetettiin.

Epäonnistunut kilpailutilanne innoitti minut pohtimaan sähköön vähittäismyyntin prosesseja ja alakohtaisia tarkentavia menettelyohjeita, joiden mukaan sähköön vähittäismyyjien täytyy toimia suomalaisilla sähkömarkkinoilla. Pohjoismaisen valtion kilpailuekonomisen ajattelun keskiössä on ajatus palveluiden ja tuotteiden tarjoajien välisestä tasavertaisesta ja rehellisestä kilpailusta. Edellä mainitsemani tilanteen johdosta päädyin opinnäytetyössäni tutkimaan myyjänvaihtoprosessia ja siinä mahdollisesti esiintyvää problematiikkaa sähköön vähittäismarkkinoilla. Ilman syvällisempää tausta-analyysia voidaan todeta, että tasavertainen kilpailu markkinoilla toimivien osapuolten välillä luo hyvinvointia yhteiskuntaamme, oli kyseessä mikä tahansa markkinasektori. Eheä ja toimiva kilpailu on myös positiivista kuluttajan näkökulmasta, koska mitä enemmän alakohtaista kilpailua tapahtuu, sitä enemmän hyödykkeen hinta muuttuu edullisemmaksi asiakkaan näkökulmasta.

Tässä opinnäytetyössä tutkimusongelmana on myyjänvaihtoprosessi sekä siihen mahdollisesti liittyvät haasteet ja ongelmat erityisesti viivästyneiden myynnin aloitusilmoitusten osalta. Tutkimus on rajattu koskemaan ainoastaan kuluttajille suunnattuun vähittäismyyntiin. Kyseessä on kvalitatiivinen kyselytutkimus, jossa syvennytään pohtimaan PRODAT-sanomaliikennettä ja myyjänvaihtotilanteita määrittelevien ohjeistusten selkeyttä, mahdollisia tulkinnanvaraisuuksia ja myyjänvai-



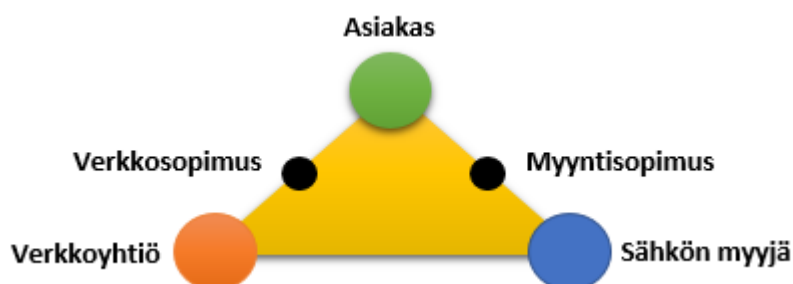
toprosessiin liittyviä muita esiin tulevia kysymyksiä. Tutkimuksen empiirisen osuuden tutkimusaineisto on kerätty elektronisen kyselylomakkeen avulla Suomessa toimivien sähkön vähittäismyyjien kuluttajamyynnistä vastaavilta esimiehiltä tai muilta em. toimijoiden edustajilta. Laadullista tutkimusaineistoa analysoimalla on tarkoitus kartoittaa problemaattiset tekijät myyjänvaihtoprosessissa, minkä jälkeen esille nousseiden ongelmakohtien eheyttämiseksi annetaan korjausehdotuksia. Tämän opinnäytetyönä toteutettavan tutkimuksen onkin tarkoitus toimia osaltaan alakohtaisten prosessien eheyttämistä puoltavana kartoituksena.

## 2 TUTKIMUKSEEN LIITTYVIEN KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

Johdonmukaisuuden parantamiseksi ja tämän tutkimuksen lukemisen selkeyttämiseksi tässä kappaleessa määritellään kuusi tutkimustyössä esiintyvää olennaista käsitettä. Määrittelykappale on tarpeellinen, koska tutkimusongelma on erittäin tarkasti rajattu ja tutkimuksessa esiintyvä terminologia on alakohtaista. Vähittäismarkkinoilla toimivien olennaisten instituutioiden, Energiaviraston ja Energiateollisuus ry:n toiminnasta kerrotaan erikseen omassa kappaleessaan.

### 2.1 Sähkösopimus

Sähkösopimuksen voidaan katsoa koostuvan kahdesta osasta: sähköenergiasta (myyntiosuus) ja sähkön siirrosta (energian jakelu). Sähkön loppukäyttäjä (mm. kuluttaja) voi kilpailuttaa näistä kahdesta osa-alueesta sähköenergian eli myyntiosuuden. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että loppukäyttäjä voi tehdä itse valitsemansa sähkömyyjän (sähköyhtiön) kanssa sopimuksen sähköenergiasta. Kilpailutuksen ohella asiakkaan uusi myyjä hoitaa myyjänvaihtoprosessin kokonaisvaltaisesti ja ilmoittaa myyjänvaihdoksesta asiakkaan sen hetkisellemme sähkön myyjälle. Sähkön siirrosta eli ns. verkkopalvelusta vastaa aina loppukäyttäjän paikallinen verkkoyhtiö, jakeluverkonhaltija. Loppukäyttäjän on myöskin mahdollista tehdä paikallisen verkkoyhtiön kanssa toimitussopimus, joka sisältää sekä energiasopimuksen että sähköverkkosopimuksen, mikäli verkkoyhtiö harjoittaa myöskin sähköenergian myyntiä. (Hyvä tietää sähkömarkkinoista 2013).



**Kuvio 1.** Sähkösopimuksen koostumus. (Energiateollisuus ry 2013, 17).

## **2.2 Myyjänvaihto**

Määrittelykappaleessa 2.1 mainitaan kuluttaja-asiakkaan oikeus tehdä haluamansa sähkön vähittäismyyjän kanssa sopimus sähköenergiasta. Kuluttaja-asiakkaan tehdessä nykyiselle sähkön käyttöpaikalleen sähkön myyntisopimuksen uuden myyjän kanssa, käynnistyy myyjänvaihtoprosessi. Kyse on sähkön vähittäismarkkinoiden vakiintuneesta terminologiasta. Asiakkaan vaihtaessa myyjää sen hetkisellä sähkön käyttöpaikallaan asiakas tekee siis myyjänvaihdon. (Sopimusprosessit – Datahub 2015, 6).

## **2.3 Kuluttaja**

Kuluttajasta käytetään itsessään tutkimuksen yhteydessä muutamaa termiä: asiakas ja kuluttaja-asiakas. Kuluttaja voidaan määritellä yksinkertaisuudessaan luonnolliseksi henkilöksi (ihmiseksi). Tutkimuksessa kuluttajalla tarkoitetaan käytännössä kotitalousasiakasta, joka ostaa sähköä muiden kuin elinkeinonharjoitukseen liittyvien tarkoituserien johdosta. (Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 7).

## **2.4 Sähkön vähittäismarkkinat**

Sähkön vähittäismarkkinoilla tarkoitetaan sähkön vähittäismyyntiä loppukäyttäjille eli pienasiakkaille. Pienasiakkaat ovat käytännössä kuluttajia tai yrityksiä. Sähkön myyjäosapuolena vähittäismarkkinoilla toimivat sähkön vähittäismyyjät. Vähittäismyyjät toimittavat pienasiakkaille sähköenergiaa, jonka he ovat itse tuottaneet, ostaneet tai hankkineet sähköpörssistä. Sähkönmyyjien toiminta, velvollisuudet ja erinäiset velvoitteet löytyvät sähkömarkkinalaista. Sähkönmyyjien täytyy ilmoittaa myytävien sopimusten sopimusehdot valvovalle instituutiolle, Energiavirastolle. Sähkönmyyjien täytyy myös olla kykeneväisiä osallistumaan vähittäismarkkinoilla tapahtuvaan tiedonvaihtoon. (Sähkön vähittäismarkkinat Suomessa 2016).

Tiedustelin 19.4.2016 Energiaviraston johtavalta vähittäismarkkinoiden asiantuntijalta Anu Värilältä Suomessa toimivien sähkön vähittäismyyjien lukumäärää. Värilän mukaan Suomessa on viraston mukaan noin 74 sähkön vähittäismyyjää. Lu-

kumäärää on verifioimaton ja se perustuu suurilta osin Energiaviraston hintatietojärjestelmään, jonne sähkön vähittäismyyjät ovat velvollisia ilmoittamaan sähkötarjouksien hinnoittelutiedot. (Värilä 2016).

## **2.5 Jakeluverkonhaltijat**

Suomen valtion sähköverkko koostuu kolmesta erilaisesta elementistä: kantaverkosta, alueverkoista ja jakeluverkoista. Jakeluverkonhaltijat myyvät sähkön verkkopalveluita maantieteellisesti rajatulle jakelualueelleen – yksinkertaisuuden merkeissä voidaan puhua sähkön siirrosta toimialueen sisällä. Jakeluverkonhaltijoilla on yksinoikeus rakentaa jakeluverkko jakelualueelle ja haltijoilla on myös vastuu siirtopalveluiden tuottamisesta, ylläpidosta, kehittämisestä ja tuotantolaitosten verkkoon liittämisestä. Verkkotoiminta vaatii erillisen luvan Energiavirastolta. (Sähköverkon haltijat 2016).

Jakeluverkkoalueen asiakkaiden maantieteellinen sijainti verkkoalueen sisällä ei saa vaikuttaa laisinkaan verkkopalveluiden hinnoitteluun. Jakeluverkonhaltijan tulee myös tarjota kaikille verkkoalueella oleville asiakkaille samat verkkopalveluiden hinnat, ostivat asiakkaat sähkönenergian myyntiosuutensa mistä tahansa. Verkonhaltijoiden sähkön siirron hintatasot omaavat Suomessa varianssia eli ne eroavat toisistaan. Asiakkaan siirtomaksujen hintaan vaikuttavat useat erilaiset tekijät, mm. siirretyn energian määrä, jännitteen taso ja tehon tarve. (Sähköverkon haltijat 2016).

## **2.6 PRODAT-sanomaliikenne**

PRODAT-sanomia käytetään erilaiseen sähkömarkkinoilla toimivien tahojen väliseen tiedonvaihtoon. Tiedonvaihtoa käydään sanomaliikenteen keinoin, mm. sopimus-, asiakas-, ja käyttöpaikkainformaation osalta. ET:n Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohjeen (2016) mukaan PRODAT-sanomat lukeutuvat EDIFACT-sanomakieleen. Yksittäinen sanoma sisältää sanomatyypin ja yksilöivän syykoodin. (Vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 8).

### **3 SUOMI OSANA POHJOISMAISIA SÄHKÖMARKKINOITA**

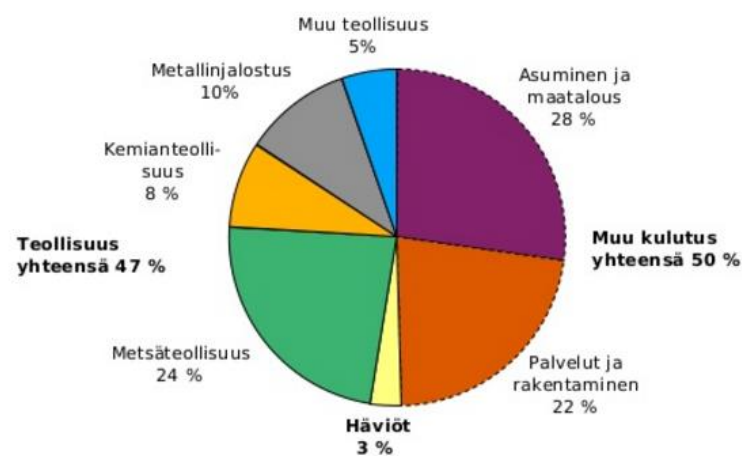
Sähkösopimuksen myyntiosuuden kilpailutus on avautunut Suomessa asteittain. Varsinainen erotus sähkön myynti- ja siirto-osuuden välillä tehtiin vuonna 1995. Vuonna 1998 suomalaiset kotitaloudet pääsivät ensimmäistä kertaa kilpailuttamaan sähkösopimuksensa myyntiosuuden. Siirto-osuuden kilpailuttamista ei ole Suomessa mahdollistettu, koska loppukäyttäjälle ei kertyisi hyötyä useista rinnakkaisista verkkoalueista. Pohjoismailla on yhteiset sähkömarkkinat, joiden tärkeimpiä ominaisuuksia on periaate vapaasta kilpailusta. Vapaan kilpailun on mahdollistanut Suomessa ja muissa Pohjoismaissa toimivien sähkön vähittäismyyjien ja sähkön tuottajien suuri lukumäärä. (Hyvä tietää sähkömarkkinoista 2013, 6).

#### **3.1 Sähköpörssi**

Pohjoismaiden yhteistä sähköpörssiä kutsutaan nimellä Nord Pool Spot. Pörssi syntyi Pohjoismaista ensimmäisenä sähkömarkkinansa vapaalle kilpailulle avanneeseen Norjaan vuonna 1993 – viisi vuotta aikaisemmin ennen kuin Suomessa sähkön myyntiosuuden kilpailuttamisesta tuli loppukäyttäjille mahdollista. Vuosien saatossa alun perin norjalaisesta sähköpörssistä kehittyi ja laajentui kaikkien Pohjoismaiden yhteinen sähköenergian kauppapaikka. Suomesta tuli osa pörssialuetta vuonna 1998. Sähköpörssin omistajuus kuuluu Pohjoismaiden kantaverkkoyhtiöille. (Hyvä tietää sähkömarkkinoista 2013, 11).

Pohjoismaisessa sähköpörssissä sähköhyödykkeen tukkuhinta muodostuu kysynnän ja tarjonnan lain perusteella – tukkuhinta on siis yksinkertaisesti ilmaistuna kaikkien myynti- ja ostotarjousten leikkauspiste. Sähköpörssi Nord Pool Spot on siis käytännössä rinnastettavissa esimerkiksi osakemarkkinoiden kauppapaikkaan, arvopaperipörssiin. Sähköpörssissä käydään kauppaa noin 70 % Pohjoismaissa tuotetusta sähköenergiasta. (Hyvä tietää sähkömarkkinoista 2013, 11).

Suomi lukeutuu Euroopan tasolla sähkönkulutuksen kärkimaihin, mikäli Suomessa käytettävä sähkön määrä jaetaan jokaista suomalaista kohden. ET:n julkaisema Energiavuosi 2015 – tilastokokoelman (2016, 2) mukaan Suomessa sähkön kokonaiskäyttö oli vuonna 2015 yhteensä 82,5 terawattituntia. Samassa kokoelmassa esitetään myöskin sähkön kulutuksen jakauma (2016, 6). Teollisuus käytti sähkön kokonaismäärästä 47 % ja muuhun käyttöön lukeutuvat käyttäjät (esim. maatalous, palvelut & rakentaminen) kuluttivat sähköä 50 %. Sähköhävikkiä esiintyi kyseisenä vuotena kolmen prosentin verran. (Energiavuosi 2015 2016).



**Kuvio 2.** Energiavuosi 2015. (Energiateollisuus ry 2016).

## 4 SÄHKÖMARKKINALAKI

Sähkömarkkinalaki (588/2013) on tärkein suomalaisia sähkömarkkinoita säätelevä juridinen säännös. Lain tarkoituksena on turvata ja varmistaa edellytykset Suomen sähkömarkkinoille sekä EU:n sisämarkkinoille. Edellytysten osalta tämän kaltaisella lainsäädännöllä pyritään varmistamaan seuraavat asiat:

- Markkinoiden varmuus ja tehokkuus.
- Markkinoiden ekologisuus ympäristön näkökulmasta.
- Sähköenergian toimitusvarmuus.
- Palveluperiaatteiden kohtuullisuus.
- Kilpailukykyinen sähköenergian hinnoittelu.

Tavoitteiden saavuttamiseen tämän lain puitteissa pyritään useilla eri keinoilla, esimerkiksi tervettä taloudellista kilpailua turvaamalla ja kohtuullistetuilla palveluperiaatteilla ja niiden ylläpidolla sähkön jakeluverkkojen osalta. Sähkömarkkinalakia sovelletaan niihin osa-alueisiin, jotka muodostavat sähkömarkkinakokonaisuuden. Määritelmä sähkömarkkinoiden osalta on seuraava: sähkön tuotanto, tuonti, vienti ja toimitus sekä sähkönsiirto ja -jakelu. (L 9.8.2013/558).

Ministeriö on vastuussa sähkömarkkinalain yleisestä seurannasta ja ohjeistamisesta täytäntöönpanon osalta. Energiamarkkinavirasto (käytetään myöskin termiä Energiavirasto) suorittaa lain ja sen nojalla annettujen alakohtaisten säännösten sekä viranomaismääräysten toteutumista. On myöskin huomionarvoista, että sähkömarkkinalain luvussa 13 (sähkö sopimukset) olevien sopimukseen liittyvien ehtojen toteutumista kuluttajasuojan osalta valvoo kuluttaja-asiamies. (L 9.8.2013/558).

## **5 ENERGIAVIRASTON JA ENERGIAATEOLLISUUS RY: N ROOLI SÄHKÖN VÄHITTÄISMARKKINOILLA**

Energiavirasto toimii työ- ja elinkeinoministeriön hallinnon alaisuudessa ja virasto itsessään luokitellaan asiantuntijavirastoksi. Energiaviraston ydintehtäviin kuuluu sähkömarkkinoihin liittyvän kansallisen ja EU-lainsäädännön valvonnan suorittaminen. Laki sähkö- ja maakaasumarkkinoiden toiminnasta määrittelee viraston toimintaa. Virasto pyrkii viranomaistoiminnallaan edistämään sähkömarkkinoita Suomessa ja EU-tasolla. Toimenpiteillään Energiavirasto tavoittelee markkinatilannetta, jossa sähkön hinta on kilpailukykyinen, toiminta on ympäristön kannalta kestävä ja palveluperiaatteet ovat kohtuullisella tasolla. (Energiavirasto sähkö- ja kaasumarkkinoilla 2016).

Energiateollisuus ry (lyhenteenä ET) on vuonna 2014 perustettu elinkeino- ja työmarkkinapoliittinen etujärjestö, jonka toimintakenttänä on suomalainen energia-ala. ET:n tehtäviin kuuluu niiden toimijoiden edustaminen jotka tuottavat, hankkivat, siirtävät ja myyvät sähköä. Päätösvaltaa yhdistyksessä käyttävät sen jäsenet kahdesti vuodessa järjestettävässä liittokokouksessa. Asioiden hoitamisesta on vastuussa hallitus ja toimitusjohtaja. (Hallitus ja valiokunnat 2016, Energiateollisuus ry:n jäsenyys 2016).

ET pyrkii olemaan energiamarkkinoiden kehittämisessä aktiivisesti mukana oleva toimija. Lisäksi ET edistää jäsenyritysten työmarkkina- ja elinkeinopoliittisia asemaa. Edistämistä suoritetaan sekä kansainvälisellä että kansallisella toimintakentällä. Varsinaisia jäseniä ET:llä on yhteensä 263 vuoden (vuoden 2016 alusta laskettuna). ET linjaa ohjeita ja suosituksia, jotka liittyvät olennaisesti vähittäiskauppojen toimintaan ja markkinaprosesseihin. Lisäksi kaikille jäsenille tarjotaan mm. seuraavia palveluita:

- Tilastot, tutkimukset ja selvitykset.
- Tiedotus- ja neuvontapalvelut.



ET vastaa sen jäsenyritysten työntekijöiden työehtoihin liittyvästä sopimustoiminnasta. Jäsenten koulutus ja neuvonta ovat myös ET:n toiminnan keskiössä. (Energiateollisuus järjestönä 2016, Energiateollisuuden jäsenpalvelut 2016).

### **5.1 Sanomaliikenteeseen liittyvät ohjeistukset ja suositukset**

ET on linjannut useita erilaisia tarkentavia säännöksiä sanomaliikenteeseen liittyvien prosessien selkeyttämiseksi ja markkinaprosessien yhtenäistämiseksi sähkön vähittäismarkkinoilla. Ohjeistuksia muokataan aina tarpeiden ilmetessä. Ohjeistukset perustuvat lakeihin ja asetuksiin, joten muokkaustarpeita ilmenee esimerkiksi silloin, kun näihin tehdään muutoksia. Toimialan sisäisesti sovitut muutokset voivat myöskin johtaa ohjeistusten muokkaamiseen. Ohjeistusten kehitystyöryhmä ottaa myöskin vastaan erilaisia ideoita alan yksittäisiltä eri toimijoilta. Tässä tutkimuksessa analysoidaan eritoten ET:n myyjänvaihtoprosessiin kohdistettua sääntelyä. (Ohjeet ja suositukset, 2016).

### **5.2 Sanomaliikenteeseen liittyvä juridinen sääntely**

PRODAT-anomaliikenteen juridinen sääntely toteutetaan lailla ja asetuksilla. Sanomaliikenteeseen liittyvää sääntelyä määrittelevät sähkömarkkinalain lisäksi kolme erillistä asetusta. Asetukset ovat valtioneuvoston ja työ- ja elinkeinoministeriön linjaamia. Kyseessä ovat seuraavat asetukset:

- Valtioneuvoston asetus sähköntoimitusten selvityksestä ja mittauksesta.
- Valtioneuvoston asetus sähköntoimitusten selvityksestä ja mittauksesta annetun valtioneuvoston asetuksen muuttamisesta (217/2016).
- Työ- ja elinkeinoministeriön asetus sähkökaupassa ja sähköntoimitusten selvityksessä noudatettavasta tiedonvaihdosta (273/2016). (Lait ja asetukset 2016).

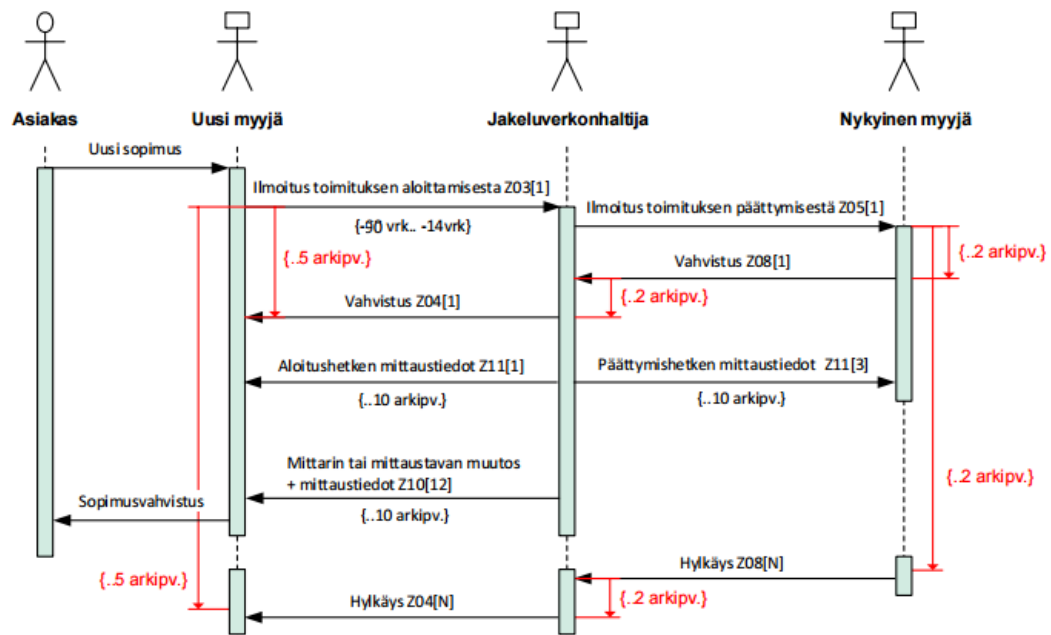
## **6 TUTKIMUSONGELMAAN LIITTYVIEN VIESTINTÄMETODIEN ESITTELY JA OHJEISTUSTEN TULKINTA**

Tässä kappaleessa esitellään opinnäytetyön tutkimusongelmaan liittyviä viestinnällisiä metodeja ja säännöksiä, joita avataan yksityiskohtaisesti mm. ohjeistuksesta lainattujen sitaattien ja erilaisten prosessikuvioiden avulla. Opinnäytetyön alussa mainitsemani työtehtävissäni kokemani epäonnistunut kilpailutilanne myyjänvaihdon osalta havainnollistetaan teoreettisella esimerkkitapauksella

### **6.1 Tarkasteltava menettelyohjeistus**

Tutkimusongelma liittyy olennaisesti viestintää tarkentavaan ET:n menettelyohjeistukseen, joka on nimeltään sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje (2016). Ohjeistus on julkaisujankohdan puitteissa varsin uusi – se on julkaistu 15.12.2016. Kyseinen ohjeistuskokonaisuus on käytännössä kooste ET:n erillisistä menettelyohjeistuksista. (Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje, 2016).

Ongelmallisuus liittyy myyjänvaihtoprosessissa toteutettavan sanomaliikenteen aikamääreisiin. Ongelman kannalta olennaisin sanoma – myynnin aloitussanoma (Z03[1]) – lukeutuu määrittelykappaleessa mainittuihin EDIFACT-sanomakielen PRODAT-sanomiin, joita käytetään sähkömarkkinoilla toimivien osapuolten väliseen viestintään ja informaation välittämiseen. Kyseisen ET:n ohjeistuksen myyjänvaihdon prosessikuvauksessa mainitaan, että asiakkaan uuden sähkön myyjän tulee lähettää jakeluverkon haltijalle ilmoitus myynnin alkamisesta viimeistään 14 vuorokautta ja aikaisintaan 90 vuorokautta ennen sähkön toimituksen aloittamista. Tässä vaiheessa on tärkeää huomioida, että sanoman lähetystä ei sidota sopimuksen tekohetkeen asiakkaan kanssa. Myyjänvaihdon yleinen prosessikuvaus löytyy kuviossa 3. Prosessikuvaukseen liittyen ohjeistuksessa mainitaan, että myynnin aloitusilmoituksen tulee perustua aina ohjeistuksen mukaiseen sanomaliikenteeseen. (Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 5, 21).



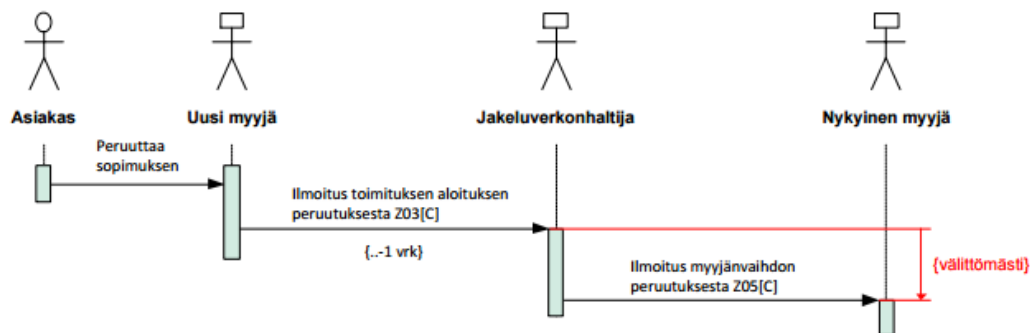
**Kuvio 3.** Prosessikuvaus – myyjänvaihto. (Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 21).

## 6.2 Sopimuksen peruuntuminen myyjänvaihtoprosessin aikana

Sähkön vähittäismarkkinoilla tapahtuvan kilpailun johdosta on selkeää, että asiakkaiden uusia sähkösopimuksia (myyjänvaihtoa suorittavien kuluttajien) peruuntuu eri syistä. Niissä tilanteissa, kun kuluttajan sopimus peruuntuu, peruutuksen voi suorittaa ainoastaan asiakas itse tai taho, jonka asiakas valtuuttaa tekemään peruutuksen. Informaatio sopimuksen peruuntumisesta tulee välittää kuluttaja-asiakkaan uudelle myyjälle. Jakeluverkonhaltijan tulee olla peruutustilanteissa objektiivinen osapuoli. (Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 37).

Ennen sähkön toimituksen alkua suoritettavat peruutukset suoritetaan Z03[C]-sanomalla. Kyseisen sanoman lähettäjä on siis asiakkaan uusi myyjä. Ennen toimituksen alkamista asiakkaalla on aikaa vähintään 14 vuorokautta suorittaa peruutus, mikäli aikaväli lasketaan sopimuksen teosta viimeiseen mahdolliseen peruutushetkeen. Tähän toisaalta vaikuttaa asiakkaan ja uuden myyjän sopima päivä, jolloin

sähkön toimitus käynnistyy. Kuviossa 4 oleva prosessikuvaus havainnollistaa peruutusprosessin. (Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 38).



**Kuvio 4.** Myyjänvaihdon peruutus ennen toimituksen käynnistymistä. (Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 38)

Asiakas voi halutessaan valtuuttaa nykyisen myyjän peruuttamaan uuden myyjä-osapuolen kanssa tehdyn sopimuksen. Voidaan puhua siis yksinkertaisuuden merkeissä asiakkaan valtuuttamasta peruutuksesta. Asiakkaan valtuuttamaa peruutusta ei voida suorittaa PRODAT-sanomilla, vaan se täytyy suorittaa muilla viestimillä. Valtuutus täytyy myöskin tarpeen tullen osoittaa todeksi. Yleinen periaate asiakkaan valtuuttamisessa peruutuksissa on se, että asiakkaan tahtoa on noudatettava. Mikäli tilanteisiin liittyy sopimusrikkomuksia kuluttaja-asiakkaan osalta, on asiakkaan hyvä tiedostaa, että hänen on mahdollista joutua maksamaan aikaisemmalle myyjälle vahingonkorvausta tai sopimussakkoa. (Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 38).

### 6.3 Aikamääreiden väljyys ja muotoilujen tulkinnanvaraisuus

Tarkastelua kannattaa kohdentaa sanomien lähettämiseen liittyviin aikamääreisiin, jotka esitetään ET:n ohjeistuksen myyjänvaihdon prosessikuvauksessa. Kuvaus löytyy tämän tutkimuksen sivulta 20 (kuvio 3). Prosessikuvaus sisältää sanomien lähettämiseen liittyvät aikamääreet, joiden puitteissa PRODAT-sanomien lähetykset täytyy suorittaa. Kyseisestä kuvausta tulkitsemalla voidaan todeta, että myynnin aloitusilmoituksen (Z03[1]) lähettämisen aikamääreet ovat kaikista väljimmät – aikahaarukka on kaikista suurin: 14–90 vrk. Prosessikuvausta tulkittaessa voidaan

todeta myyjänvaihtoprosessiin liittyvillä muilla sanomilla olevan huomattavasti selkeämmät ja tiukemmat aikamääreet. Menettelyohjeessa mainitaan sanomien lähettämistä seuraavat asiat:

*”Sanomien lähettämisessä tulee noudattaa tässä ohjeessa annettuja määräaikoja siten, että ohjeessa annetut määräajat muodostavat toiminnalle vähimmäistason. Yleisenä periaatteena tulee olla, että kukin toimii sanomavälityksessä viivyttämättä.”* (Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 11).

Lisäksi myynnin aloitusilmoituksesta mainitaan seuraavaa: *”Solmittuaan uuden myyntisopimuksen asiakkaan kanssa, uusi myyjä ilmoittaa asiasta jakeluverkonhaltijalle viivymättä Z03[1] -sanomalla.”* (Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 22). Ohjeistuksessa ei selkeästi kiellä Z03[1] -sanoman viivästyttämistä. Termi ”viivymättä” on myöskin ajallisesti tulkinnanvarainen. Myynnin aloitusilmoituksen (Z03[1]) lähettämisen väljän aikamääreen ja sanoman lähetyksen viivästyttämisen ehdottoman kiellon puutteen johdosta myyjällä on siis periaatteessa mahdollisuus halutessaan hyödyntää edellä mainittuja ohjeistuksen muotoiluja ja odottaa kuluttaja-asiakkaan peruutusoikeuden umpeutumista 14 vuorokautta ennen sanoman lähetystä, koska sanoman lähettämistä ei sitoda sopimuksen tekohetkeen, vaan sähkön toimituksen alkamisen ajankohtaan. (Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 11, 22).

Viestintä toimii siten myyjänvaihtotilanteessa, että jakeluverkonhaltija välittää uuden myyjän myynnin aloitussanomien sähkön loppukäyttäjän (tutkimusongelman kontekstissa kuluttaja-asiakkaan) nykyiselle myyntiyhtiölle. Myynnin aloitusilmoituksen sanoma on sanomakielellä Z03[1]. Sanoma näkyy vastaanottavan nykyisen myyjän IT-järjestelmässä sanomana Z05[1]. Yksinkertaisuuden merkeissä kyseisestä sanomasta voidaan käyttää nimitystä myyjänvaihtosanoma. (Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 21).

#### **6.4 Mahdollinen problematiikka määräaikaisten sähkösopimusten osalta**

ET:n sähkön myyntiehdossa (SME 2014) todetaan kohdassa 2.1 (s. 1), että sähkö-sopimus voidaan tehdä sopimuksen osapuolten kesken joko toistaiseksi tai määrä-ajaksi. Sähkön myyntiehdossa mainitaan myöskin sopimussakosta määräaikaisen sopimuksen puitteissa seuraavaa:

*”10.3. Jos määräaikainen myyntisopimus muuten kuin kohdissa 10.2.1—10.2.5 mainituissa tilanteissa päättyy käyttäjistä johtuvasta syystä ennen määräaika, on myyjällä oikeus periä käyttäjältä kohtuullinen sopimus-sakko, jos siitä ja sen määrästä on yksilöllisessä myyntisopimuksessa erik-seen sovittu.”* (Sähkön myyntiehdot 2014, 12).

Kilpailu- ja kuluttajaviraston verkkosivuilla määritellään, että määräaikainen sopi-mus on voimassa sovitun määräajan, esimerkiksi vuoden ajan. Määräaikaisen sopi-muksen valinnut kuluttaja-asiakas maksaa siis käytännössä sopimansa määräajan pituuden verran vähittäismyyjälle sähköenergiasta sopimuksen teon yhteydessä il-moitetulla hinnoittelulla.

Sähkömarkkinalain (588/2013) 13 luvun 92 §:ssä on maininta että, mikäli kulutta-jan kanssa on tehty sähkösopimus pidemmäksi ajaksi kuin kahdeksi vuodeksi, on kuluttajalla kahden vuoden sopimuskauden jälkeen oikeus irtisanoa sähkösopimus samalla tavalla kuin toistaiseksi voimassa oleva sähkösopimus. Laissa ilmaistaan siis kiertäen, että maksimaalinen määräaikainen sopimuskausi kuluttajille sunna-tuissa sähköenergian myyntisopimuksissa on 24 kuukautta.

#### **6.5 Epäonnistunut kilpailutilanne teoriassa**

Epäonnistuneen kilpailutilanteen havainnollistaminen vaihe vaiheelta on olennaista tutkimusongelman kokonaisvaltaisen ymmärtämisen vuoksi. Voidaan siis todeta, että teoriassa viivästyneen myynnin aloitussanomana aiheuttama kilpailutilanteen ehtyminen etenee esimerkiksi seuraavalla kaavan mukaisesti:

- Kuluttaja-asiakkaalla X on myyjän A kanssa määräaikaista sopimusta jäljellä kahdeksan viikkoa.
- Myyjä B kontaktoi etämyyntiteitse asiakasta X omalla tarjouksellaan 24 kuukauden määräaikaisesta sopimuksesta jonka X hyväksyy.
- Myyjä B viivästyttää sanomaliikennettä siten, että asiakkaan peruutusoikeus umpeutuu – myynnin aloitussanoma (Z03[1]) lähetetään jakeluverkonhaltijalle sopimuksen tekohetkestä laskettuna esimerkiksi 16 vuorokauden kuluessa.
- Myyjä A vastaanottaa myyjänvaihtosanoman jakeluverkonhaltijalta (Z05[1]) ja kontaktoi asiakasta X.
- Myyjä A ilmoittaa haluavansa tarjota asiakkaalle omaa tarjousvaihtoehtoaan sähkösopimustuotteesta. A:n sopimustuote osoittautuu laskelmien jälkeen paremmaksi vaihtoehdoksi X:lle.
- Asiakkaan peruutusoikeus on jo umpeutunut ja sopimuksen peruminen ei onnistu muuten kuin sopimussakolla. Uudella myyjällä on oikeus periä kuluttaja-asiakkaalta X sopimussakko, mikäli X haluaa päättää sopimuksen (sopimussakosta täytyy tosin olla maininta uuden myyjän yksilöllisissä sopimusehdoissa).
- Asiakkaan sopimusta ei voida enää purkaa peruutusoikeuden puitteissa, vaikka asiakas saisi mahdollisesti myyjältä A vielä hinnoittelultaan edukkaamman sopimuksen vrt. B:n hänelle myymään sopimukseen.
- Lopputulos: sähköyhtiöiden välinen kilpailutilanne epäonnistuu ja kuluttajan etuasema ei toteudu.

Havainnollistamisen jälkeen voidaan todeta, että epäonnistuneeseen kilpailutilanteeseen vaikuttaa periaatteessa yksi olennainen tekijä ohjeistuksessa: väljät aikamääreet, joita vähittäismyyjät voivat halutessaan hyödyntää myynnin aloitusilmoituksen lähettämisen osalta. Asiakkaan uusi myyjä voi siis vältellä hintakilpailua asiakkaan nykyisen myyjän kanssa toimimalla edellä mainitulla tavalla, mikäli myyjä tiedostaa sanomien viivästyttämisen olevan mahdollista. Sopimuksen päättäminen kuluttajansuojalain peruutusoikeuden ulkopuolella pelkästään nykyisen myyjän mahdollisen edukkaamman tarjouksen takia ei lukeudu ET:n sähköisen myyn-

tiehtojen kohdissa 10.2.1—10.2.5 esiintyviin sakottomiin peruutustilanteisiin määräaikaisten sopimusten puitteissa. Vaikka kuluttaja voi halutessaan maksaa sopimussakon ja palata entisen myyjänsä myyntiin em. tilanteessa, voidaan tämän todeta olevan kuluttajan näkökulmasta huono vaihtoehto, koska sopimussakko poistaa vähintäänkin osittain edukkaamman sopimushinnoittelun luoman rahallisen säästön hyötyfaktorin.

On huomionarvoista todeta, että uuden myyjän myynnin aloitusilmoituksen viivästyttämisen hyödyntäminen ei ole järkevää niissä tilanteissa, kun asiakkaalla ei ole nykyisen myyjän kanssa määräaikaista sähkösopimusta. Tämä tulkinta on helppo tehdä tarkastelemalla ET:n seuraavaa linjausta:

*”Esimerkiksi, kun sopimuksen irtisanomisaika on 14 vuorokautta ja sopimus irtisanotaan 1.4., niin sopimus päättyy 14 vuorokauden päästä, eli 15.4. Näin ollen ensimmäinen päivä, jolloin sopimus ei ole voimassa, on 16.4., jolloin uusi sopimus voi alkaa. Esimerkin tapauksessa uuden myyjän ilmoitus tulisi siis olla jakeluverkonhaltijalla viimeistään 1.4.”* (Sähköön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje 2016, 22).

Kyseinen linjaus on siteerattu ET:n sähköön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohjeesta. Voidaan siis todeta, että mikäli uusi myyjä viivästyttäisi em. mainitussa tilanteessa Z03[1] -sanomaa, asiakkaan myynnin aloitus siirtyisi 14 vuorokaudella eteenpäin, koska sopimuksessa ei ole kiinteää päättymispäivämäärää sopimusmuodon puitteissa (vrt. määräaikaiset sopimukset).



## **7 TOIMIVAN KILPAILUTILANTEEN VAIKUTUKSET KULUTTAJAAN**

Haastattelin sähköpostitse kilpailu- ja kuluttajaviraston lakimestä Jukka Kaakkolaa 16.9.2016. Haastattelukysymyksissäni tiedustelin Kaakkolalta sähkön vähittäismyynnin aggressiivisuuden kehittymistä viimeisen viiden vuoden aikana. Tiedustelin myös hänen kantaansa sähkön vähittäismyynnin ja markkinaprosessien toimivuudesta siten että, tarkastelun keskiössä oli nimenomaan kuluttajan näkökulma. Tämän kappaleen tarkoitus on toimia tutkimusongelmaani liittyen tukevana argumentaationa eheän ja toimivan kilpailutilanteen puolesta.

### **7.1 Vähittäismyynnin markkinoinnin aggressiivisuuden kehittyminen**

Kaakkolan mukaan markkinoinnin laillisuutta valvovan viranomaisen mukaan sähkön vähittäismyynnin osalta markkinointi ei ole muuttunut voimakkaasti aggressiivisempaan suuntaan viimeisen viiden vuoden aikana. Telemarkkinoinnin (puhelimitse tapahtuvan vähittäismyynnin) osalta viimeisen viiden vuoden aikana on ollut ajoittain ns. heikkoja kausia mutta tällä hetkellä tilanne on normaali, mikäli tilannetta tarkastellaan kuluttajien valitusten lukumäärään perustuen. (Kaakkola 2016).

Kaakkola mainitsee, että sähkön vähittäismyyjät voidaan jakaa karkeasti ottaen kahteen erilaiseen kategoriaan: perinteisiin sähköyhtiöihin, joiden rinnalla on sähköverkkoyhtiö (jakeluverkko) ja pelkästään puhtaasti sähkön vähittäismyyntiä harjoittavat yhtiöt, joiden kilpailu perustuu sähkön hintakilpailuun. Kuluttajien näkökulmasta Kaakkola pitää hintakilpailua tervetulleena mutta painottaa sitä, että markkinoinnin tulee olla asianmukaista. Olennaista on se, että kuluttaja kykenee tekemään rationaalisia ratkaisuja markkinointiin perustuen. (Kaakkola 2016).

### **7.2 Kuluttajan etuasema myyjänvaihtotilanteissa**

Haastattelussa pyrin selvittämään viranomaisten näkökulmaa kuluttajan etujen osalta myyjänvaihtotilanteissa. Kerroin sähköpostitse suoritettussa yhteydenotossani tilannekuvauksen myyjänvaihtotilanteesta. Tilannekuvaus: kuluttaja X:lla on sähköyhtiö B:n kanssa sähkösopimus. X saa sähköyhtiö A:lta tarjouksen sähköstä

ja solmii yhtiön kanssa sopimuksen sähköenergiasta. Kuluttajan aloittaa siis myyjänvaihdoksen myyjä A:n myyntiin. Sähköyhtiö B vastaanottaa jakeluverkonhaltijalta myyjänvaihtosanoman ja kontaktoi kuluttajaa X. Yhteydenotossa yhtiö B antaa kuluttaja X:lle vastatarjouksen omasta energiatuotteestaan ja pyrkii voittamaan kilpailutilanteen siten että X ei suoritakaan myyjänvaihdosta.

Kaakkolan mukaan kuluttajan kannalta ratkaisevaa on se, pääseekö hän parempaan asemaan B:n antamalla vastatarjouksella. Parempi etuasema tarkoittaa tässä tapauksessa kuluttajan näkökulmasta käytännössä edullisempaa hintaa. Kaakkola mainitsee, että myyjänvaihtotilanteissa prosessia määrittelevien sääntöjen tulee olla selkeitä sekä kuluttajan että myyjäosapuolen osalta. Tärkeää on etenkin se, että myyjänvaihtoprosessi ei häiriinny ja että kuluttajan sähkön toimitus jatkuu ilman ongelmia. Kaakkola pitää myös myyjänvaihtoprosessiin liittyviä alakohtaisia ohjeistuksia tarpeellisina, jotta prosessit toimivat onnistuneesti. Kaakkola mainitsee lopuksi, että kuluttaja-asiamies ei ole ollut mukana myyjänvaihtoa määrittelevien ohjeistusten laadinnassa tai valvonnassa, joten niiden toimivuutta tai sisältöä hän ei arvioi. (Kaakkola 2016).

## 8 KATSAUS SÄHKÖSOPIMUSTEN KILPAILUTTAMISEEN

Haastattelin 20.9.2016 Energiateollisuus ry:n sähkökaupan johtajaa Pekka Salomaata sähköpostitse liittyen sähkösopimusten syntymisväyliin ja myyntiosuuksien kilpailuttamisen kehittämiseen. Haastattelulla pyrin selvittämään, onko kuluttajien harjoittama sähkösopimusten kilpailuttaminen muuttunut aktiivisemmaksi viimeisen viiden vuoden aikana ja muodostuuko suurin osa kuluttajille suunnatuista sähkösopimuksista etämyynnin välityksellä. (Salomaa 2016).

Etämyynnin kautta syntyvän sopimuksen määritelmä löytyy kuluttajansuojalaista (38/1978). Lain kuudennen luvun 7 §:ssä määritellään etämyynnin käsite. Määritelmä on seuraavanlainen:

*”Etämyyntisopimuksella tarkoitetaan etämyyntiä varten luodussa myynti- tai palveluntarjontajärjestelmässä tehtävää kulutushyödykesopimusta, joka tehdään ilman, että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä ja jonka tekemiseen käytetään vain yhtä tai useampaa etäviestintä. Etäviestimellä tarkoitetaan puhelinta, postia, televisiota, tietoverkkoa ja muuta välinettä, jota voidaan käyttää sopimuksen tekemiseen ilman, että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä.” (L. 20.1.1978/38).*

Salomaan mukaan etämyynti on selkeästi hallitseva väylä sähkösopimusten syntymiseen kuluttajien osalta. Kuluttajat kykenevät etsimään oma-aloitteisesti Internetistä tarjouksia sähkösopimuksista, esimerkiksi sivustolta [sahkonhinta.fi](http://sahkonhinta.fi). Sopimuksen voi solmia myös vaivattomasti vähittäismyyjän kotisivuilla tai yksinkertaisesti soittamalla myyntiyhtiöön. Vähittäismyyjien harjoittama puhelinmyynti (telemarkkinointi) on myöskin yksi merkittävä sopimusten syntymistapa. (Salomaa 2016).

Sähkösopimusten kilpailuttaminen on Salomaan mukaan kiristynyt viimeisen viiden vuoden aikana. Salomaa viittaa vastauksessaan myös Energiaviraston laatimaan vuosiraporttiin nimeltä National Report 2016 to the Agency for the Cooperation of Energy Regulators and to the European Commission. Kyseisen raportin sivulta numero 32 löytyy viranomaisten laatima taulukko myyjänvaihdon suorittaneista suomalaisista sähkön käyttäjistä. (Salomaa 2016).

**Taulukko 1.** Taulukko myyjänvaihdon suorittaneista sähkön käyttäjistä (suomennos: Jori Helenius). (Energy authority 2016, 32).

	Kotitaloudet ja pysyvät asunnot		Muut asiakkaat		Yhteensä
	< 10000 kWh / a	> 10000 kWh / a	Maks. 3 x 63 A	> 3 x 63 A	
<b>2006</b>	3.1 %	7.7 %	3.8 %	7.7 %	4.2 %
<b>2007</b>	3.0 %	6.8 %	3.3 %	8.0 %	4.0 %
<b>2008</b>	3.4 %	5.6 %	2.8 %	6.2 %	4.4 %
<b>2009</b>	7.2 %	10.9 %	5.1 %	11.6 %	8.1 %
<b>2010</b>	8.0 %	10.5 %	4.8 %	12.6 %	7.6 %
<b>2011</b>	7.0 %	11.7 %	4.7 %	14.1 %	7.6 %
<b>2012</b>	6.6 %	9.6 %	4.1 %	13.0 %	7.6 %
<b>2013</b>	10.2 %	12.7 %	3.1 %	18.0 %	10.1 %
<b>2014</b>	11.8 %	11.2 %	2.4 %	12.9 %	9.8 %
<b>2015</b>	12.5 %	13.1 %	5.8 %	16.1 %	11.4 %

Taulukon 1 sisältämästä datasta voidaan tehdä selkeästi mm. havainto siitä, että kotitalouksien sähkön kulutuksen suuruudella ei ole juurikaan vaikutusta myyjänvaihdoksiin. Taulukossa kotitaloudet jaetaan sähkön kulutuksen osalta kahteen erilaiseen kategoriaan: alle ja yli 10 000 kilovattituntia (kWh) vuodessa kuluttaviin kotitalouksiin. Yksinkertaisuuden merkeissä voimme tässä tapauksessa käyttää termejä pienikulutteiset ja suurikulutteiset kotitaloudet.

Mikäli tarkastelu suunnataan aikavälille 2010–2015, voidaan todeta, että pienikulutteiset kotitaloudet suorittivat enemmän myyjänvaihdoksia kuin suurikulutteiset kotitaloudet. Pienikulutteisten kotitalouksien myyjänvaihdokset kasvoivat tarkastelun aikavälillä 4,5 %. Vertailukohteena olevien suurikulutteisten kotitalouksien myyjänvaihdokset kasvoivat ainoastaan 2,6 %.

Laajemmalla tarkastelun aikavälillä, vuosina 2006–2015, voidaan todeta seuraavat asiat:

- Pienikulutteisten kotitalouksien myyjänvaihdot kasvoivat 9,4 %.
- Suurikulutteisten kotitalouksien myyjänvaihdot kasvoivat 5,4 %.

- Kotitalouksien myyjänvaihdot kasvoivat yhteensä 14,8 %.

On tärkeää muistaa, että taulukon sisältämä data on raa'an numeerista eikä anna tarkempaa informaatiota myyjänvaihtojen taustalla olevista syistä tai niistä väylistä, jotka johtavat myyjänvaihdoksiin. Taulukon sisältämän informaation perusteella voidaan kuitenkin tehdä suoraviivaisesti tulkinta, että kotitaloudet suorittavat kasvavissa määrin myyjänvaihtoja.

## 9 TUTKIMUKSEN EMPIIRINEN OSUUS

Olen toteuttanut tutkimuksen käyttäen elektronista kyselylomaketta (liite yksi), joka sisälsi kymmenen kysymystä sähköön vähittäismyyntiä harjoittavien sähköyhtiöiden edustajille. Kolme kysymyksistä sisälsi omana alakohtanaan tarkentavan lisäkysymyksen syvällisemmän laadullisen analyysin luomiseksi. Useimmat kysymykset sisälsivät valmiiksi räätälöityjä vastausvaihtoehtoja. Lomakkeessa oli myös vapaita vastauskenttiä. Kahdessa kysymyksessä hyödynnettiin perinteistä viisiasasteista likert-asteikkoa. Kyselylomake löytyy liitteistä tämän tutkimuksen loppuosasta. Kyselylomakkeen sisältö voidaan jakaa seitsemään erilaiseen osa-alueeseen:

- Kyselyyn vastaavan vähittäismyyntiä harjoittavan yhtiön ja yhtiötä edustavan vastaajan peruskartoitus.
- Vähittäismyyjän liiketoiminnallisen prosessin kartoitus.
- Viivästettyjen sanomien luoman problematiikan yleisyyden kartoitus.
- Muiden mahdollisten ongelmien esiintyvyys edustajan näkökulmasta.
- Myyjänvaihtolanteisiin liittyvän ohjeistuksen muotoilun mahdollisen tulkinnanvaraisuuden kartoitus.
- Kysymys liittyen myynnin aloitusilmoituksen lähettämisen tiukennetulle aikamäärälle.
- Edustajien kehitysideat ja vapaa palaute liittyen myyjänvaihtoprosessiin.

Kyselyyn vastanneiden vähittäismyyjien tai edustajien nimiä ei julkaista tutkimustuloksissa laisinkaan, vaan vastaajiin pätee anonymiteettisuoja. Edustajia informoitiin tästä asiasta yhteydenottoihin sisältyneessä saateviestissä. Tutkimusongelman analysoinnin kannalta yksilöidyt yhtiöiden tai edustajien nimet eivät ole tarpeellista tutkimustietoa. Lomakkeeseen vastaaviksi sähköön vähittäismyyjien edustajiksi haluttiin lähtökohtaisesti kuluttajamyynnin esimiehiä. Edustajan asemaa kartoitettiin kyselylomakkeen kysymyksessä numero kaksi. Lomakkeen laadintavaiheessa päädyin pohtimaan vähittäismyyjien organisaatorakenteita. Sähköön vähittäismyyjiä on

Energiaviraston mukaan n. 74 kappaletta, joten tulkintani mukaan organisaatiokenteetkin omaavat varmasti varianssia. Tästä syystä lomakkeeseen kykeni vastaamaan myös jokin muu toimihenkilö kuin pelkkä vähittäismyyntin esimies.

Lomakkeen testaaminen suoritettiin 12.10.2016. Testauksen suoritti edustaja, jonka edustama yhtiö on pelkästään sähkön vähittäismyyntiä harjoittava toimija. Olin itse valvomassa testaamista reaaliajassa. Testauksen aikana lomakkeen teknisessä tai sisällöllisessä toteutuksessa ei ilmennyt puutteita tai virheitä, jotka olisivat vaatineet korjaustoimenpiteitä.

Ennen lomakkeen lähettämistä suoritin myös vähittäismyyjien edustajien yhteystietojen keräämisprosessin. Edustajien yhteystietoja kerättiin mm. sähköyhtiöiden kotisivuilta. Lähetin myös usean eri sähköyhtiön asiakaspalveluun tiedusteluviestin edustajan yhteystietoihin liittyen. Keräämisprosessin myötä sain haltuuni 39 edustajan yhteystiedot. On huomionarvoista, että lukema ei vastaa Suomessa toimivien vähittäismyyjien kokonaismäärää (Energiaviraston mukaan 74 kpl, verifioimaton lukumäärä). Syitä lukujen täsmäämättömyyteen on useita. Kaikki yhteystietoihin liittyvät tiedusteluviestit eivät tuottaneet tulosta. Pienelle osalle yhtiöistä ei lähetetty tiedusteluviestiä laisinkaan, koska tiedusteluviestille ei löytynyt selkää osoitetta, johon se olisi voitu kohdistaa. Jotkin sähköyhtiöt olivat myös fuusioituneet.

Edustajasta käytetään tämän tutkimuksen yhteydessä myöskin termiä vastaaja. Lomakkeen lähettäminen edustajille suoritettiin käytännössä sähköpostitse. Sähköpostiviestiin sisällytettiin saatekirje ja linkki elektroniseen kyselylomakkeeseen. Saatekirjeessä edustajia informoitiin tutkimuksen taustoista ja tarkoituksesta. Eritään olennainen informaatio vastaanottajille suunnatussa saatekirjeessä oli se, että lomakkeeseen tulisi vastata ainoastaan yksi edustaja sähköyhtiötä kohden. Tällä ilmoituksella pyrittiin käytännössä estämään lomakkeen kierrätys vähittäismyyjän organisaation sisällä. Lisäksi ilmoitin edustajille, että tutkimustulokset tullaan luonnollisesti lähettämään heidän nähtäväkseen tutkimuksen valmistuttua. Lomakkeen lähetyksellä suoritettiin aikavälillä 18.–19.10.2016. Lähetettyjen lomakkeiden yhteismäärä oli 39. Lukumäärä sisältää lomakkeen testaukseen liittyvän vastauksen. Lomakkeeseen vastaamisen aikarajaksi ilmoitin edustajille 7.11.2016.

Edustajien vastauksia kertyi 7.11.2016 mennessä 22 kappaletta. Yksi vastauksista vastaanotettiin 11.11.2016, muodostaen täten lomakkeen vastausten kokonaismääräksi 23 kappaletta edustajien vastauksia. Suoritin toisen yhteydenotoni vähittäismyyjien edustajiin 16.11.2016 sähköpostitse. Sähköpostiviestini sisälsi alkuperäisen saatekirjeen informaation hieman työstettynä, sekä uuden aikarajan vastaamiselle, mikäli edustaja ei ollut vielä ehtinyt vastaamaan lomakkeeseen. Uudeksi aikarajaksi edustajille ilmoitettiin 23.11.2016. Toisessa yhteydenotossani kartoitin lisäksi niitä vastaajia, jotka olivat jo vastanneet kyselylomakkeeseen.

23.11.2016 mennessä vastauksia (täytettyjä lomakkeita) oli kertynyt kyselylomakkeen verkkoportaaliin 24 kappaletta. Mikäli vastausten lukumäärää verrataan lähetettyjen lomakkeiden lukumäärään, saadaan vastausprosentti jakamalla vastausten lukumäärä lähetettyjen lomakkeiden lukumäärällä. Vastausprosentti oli kyselylomakkeen osalta 62 %. Vastausten lukumäärää kannattaa myöskin verrata Suomessa toimivien vähittäismyyjien lukumäärään, joka on Energiaviraston tietojen mukaan 74 kappaletta. Laskutoimituksen jälkeen voidaan todeta, että 32 % – karkeasti ilmaistuna noin kolmasosa – Suomessa toimivista sähkön vähittäismyyjistä vastasi kyselylomakkeeseen. Pidän itse lomakkeen vastausprosentteja molempien vertailuperusteiden osalta erittäin onnistuneina.



## **10 KYSELYLOMAKKEEN VASTAUSTEN ANALYSOINTI**

Kerättyjen vastausten analyysi on suoritettu tutkimuksessa kyselylomakkeen sisältämien kysymysten numeerisessa järjestyksessä: analysointi aloitetaan liitteenä olevan kyselylomakkeen ensimmäisestä kysymyksestä ja analysointi päättyy lomakkeen viimeiseen kysymykseen. Tutkimustulosten havainnollistamiseen käytetään erilaista grafiikkaa, mm. diagrammeja. Vaikka tutkimuksen tutkimusote on laadullinen, määrällisiä työkaluja käytetään tulosten selkeyttämiseksi.

### **10.1 Vähittäismyyjän ja vähittäismyyjää edustavan vastaajan kartoitus**

Kyselylomakkeen ensimmäinen kysymys esitettiin seuraavalla tavalla:

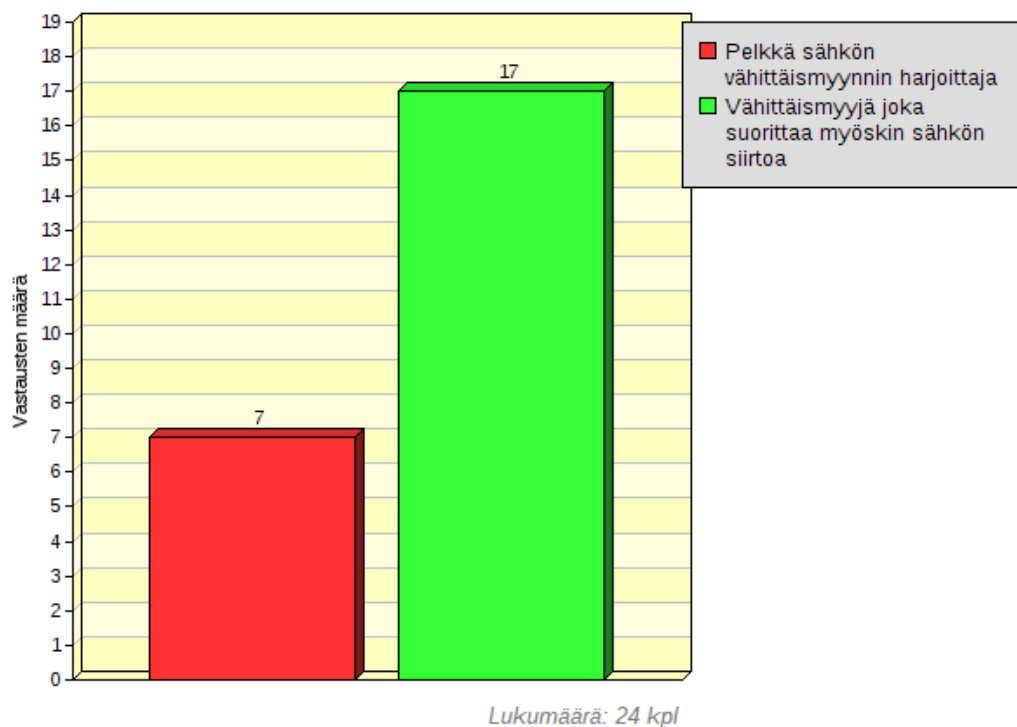
Onko yhtiönne...

- pelkkä sähkön vähittäismyynnin harjoittaja
- vähittäismyyjä, joka suorittaa myöskin sähkön siirtoa.

Kysymys liittyy siis suoraan sähkön vähittäismyyjän organisaation kartoittamiseen. Kartoitus organisaation osalta oli relevanttia, koska tätä informaatiota kyetään käyttämään erilaiseen ristiintaulukointiin. Vastaukset jakaantuivat kuviossa 5 olevan diagrammin mukaisesti.

## 1. Onko yhtiönne...

## Vastausten absoluuttinen jakauma



**Kuvio 5.** Lomakkeen ensimmäiseen kysymykseen saatujen vastausten absoluuttinen jakauma.

Diagrammista voidaan todeta, että 7 vastaajaa edusti pelkkiä sähkön vähittäismyymiä suorittavia toimijoita. 17 vastaajaa edusti vähittäismyymiä, joiden toimenkuvaan kuuluu myöskin sähkön siirtoa. Selkeä enemmistö vastaajista lukeutui siis jälkimmäiseen kategoriaan organisaatiokartoituksen osalta.

Kyselylomakkeen toinen kysymys esitettiin lomakkeessa seuraavalla tavalla:

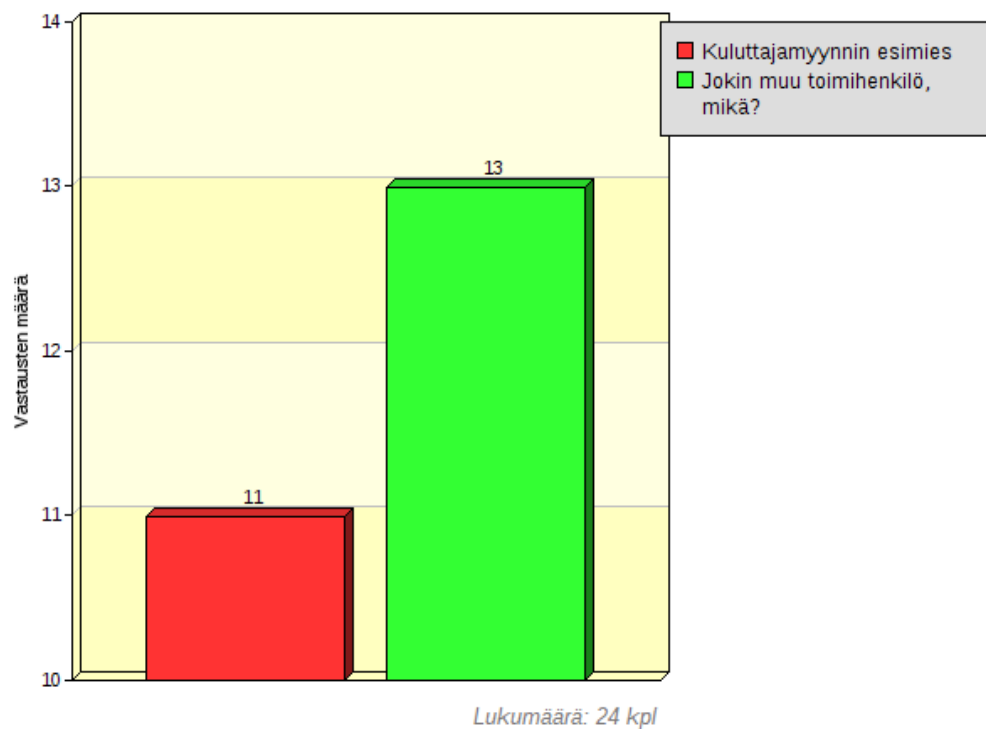
Asemanne yhtiössä

- kuluttajamyynnin esimies
- jokin muu toimihenkilö, mikä?

Kysymyksellä numero kaksi kartoitettiin vähittäismyymiä edustavien vastaajien asemaa heidän edustamassaan organisaatiossa. Vastausten jakauma esitetään kuviossa 6.

## 2. Asemanne yhtiössä

## Vastausten absoluuttinen jakauma



**Kuvio 6.** Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys kaksi).

Diagrammia tulkitsemalla voidaan todeta, että 11 vastaajaa lukeutui ensimmäiseen kategoriaan, kuluttajamyynnin esimiehiin. 13 vastaajaa olivat asemaltaan jotain muita toimihenkilöitä kuin kuluttajamyynnin esimiehiä. Kysymykselle numero kaksi oli lomakkeessa oma alakohtansa, tarkentava kysymys 2.1, joka sisälsi vastauskentän muiden toimihenkilöiden aseman yksilöinnille. Muiden toimihenkilöiden vastaajaluokasta enemmistö kategorian kohdassa 2.1 muodostivat tiedonvaihdon asiantuntijat. Kyseisiä asiantuntijoita oli vastaajajoukossa kolme kappaletta. Kaksi vastaajaa edusti organisaatioiden laskutusta. Yksittäisiä vastaajakategorioita oli toimihenkilöiden osalta mm. myyntipäällikkö, palvelupäällikkö, sähkönmyynnin toimihenkilö, toimialaneuvoja, asiakaspalvelupäällikkö, start-up manager, omistaja ja yksilöimätön toimihenkilö.

Kysymyksessä numero kolme vastaajilta tiedusteltiin ajankohtaa, jolloin he olivat aloittaneet kuluttajamyynnin esimiehen tai jonkin muun toimihenkilön toimenkuvassa. Vastaajaa pyydettiin syöttämään vastauskenttään aloituksen ajankohdan vuosiluku. Tätä asiaa tiedusteltiin lähinnä siitä syystä, että lomakkeen kysymyksessä numero kuusi vastaajan täytyy antaa kannanottonsa aikavälillä mahdollisiin myyjävaihtosanoman viivästymisen johdosta menetettyihin asiakkaisiin aikavälillä 2015–2016. On kuitenkin tärkeää muistaa, että mikäli vastaajan työnkuvassa aloittamisen ajankohta osui aikaikkunaan 2015–2016, vastaus on silti yhtä tärkeää tutkimustietoa kuin ennen kyseistä ajankohtaa työskentelynsä aloittaneiden vastaajien vastaukset. 18 vastaajaa oli aloittanut työskentelyn joko kuluttajamyynnin esimiehen tai muun toimihenkilön tehtävässä ennen vuotta 2015. Viisi vastaajaa ilmoitti aloituksen ajankohdaksi vuoden 2015. Yksi vastaajista oli aloittanut toimenkuvassaan vuonna 2016.

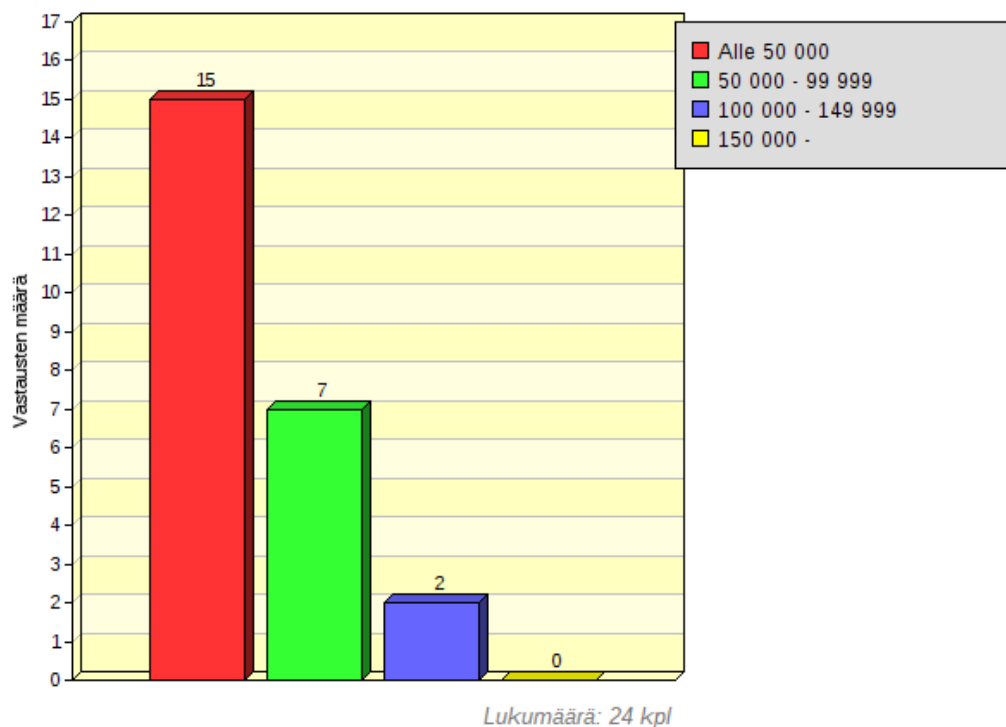
Kysymyksessä numero neljä vastaajilta tiedusteltiin, paljonko heidän edustamansa yhtiön myynnissä on kuluttaja-asiakkaiden käyttöpaikkoja. Lomake sisälsi tämän kysymyksen osalta neljä vastausvaihtoehtoa, joista vastaajan tuli valita yksi. Vastausvaihtoehdot kysymyksessä numero neljä olivat seuraavat:

- alle 50 000
- 50 000–99 000
- 100 000–149 999
- 150 000– (tai enemmän)

Kysymykseen numero neljä vastaanotettujen vastausten absoluuttinen jakauma esitellään kuviossa 7.

## 4. Kuinka paljon yhtiönne myynnissä on kuluttaja-asiakkaiden käyttöpaikkoja?

Vastausten absoluuttinen jakauma



**Kuvio 7.** Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys numero neljä).

Diagrammia tulkitsemalla voidaan todeta vastausmassasta seuraavat asiat:

- Selkeä enemmistö vastaajien edustamista sähkön vähittäismyyjistä (15 vastaajaa) omaa alle 50 000 kuluttaja-asiakkaan käyttöpaikan markkinaosuuden.
- Hieman yli neljäsosa vastaajien edustamista sähkön vähittäismyyjistä (seitsemän vastaajaa) omaa 50 000–99 000 kuluttaja-asiakkaan käyttöpaikan markkinaosuuden.
- Kaksi vastaajien edustamista sähkön vähittäismyyjistä omaa 100 000–149 999 kuluttaja-asiakkaan käyttöpaikan markkinaosuuden.
- Yli 150 000 kuluttaja-asiakkaan käyttöpaikan omaavien yhtiöiden edustajia ei vastannut kyselytutkimukseen.

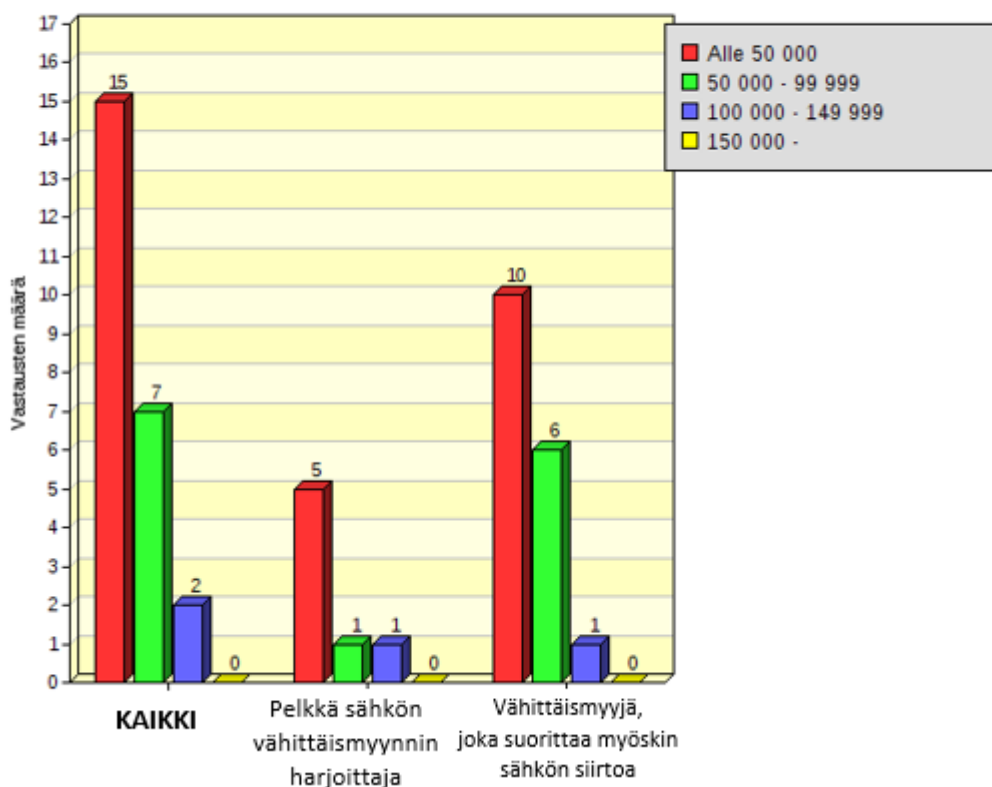
Markkinaosuuden perusyksikkönä käytetään tässä tutkimuksessa sähkön käyttöpaikkaa. Tämä on järkevämpää kuin yksittäisen kuluttaja-asiakkaan käyttäminen

perusyksikkönä. Syy käyttöpaikan valinnasta perusyksikkönä on yksinkertaisesti se, että yksittäisellä kuluttaja-asiakkaalla voi olla hallinnassaan useita sähkön käyttöpaikkoja. Klassisena ja yksinkertaisena esimerkkinä voidaan todeta, että Matti Virtasella on hallinnassaan omakotitalo (käyttöpaikka 1) ja kesämökki (käyttöpaikka 2). Yhdellä kuluttaja-asiakkaalla on siis kaksi erillistä sähkön käyttöpaikkaa hallinnassaan.

Lomakkeen neljänteen kysymykseen vastaanotettujen vastausten jakauma voidaan nyt ristiintaulukoida kysymyksen numero yksi vastausten kanssa. Ristiintaulukoinnilla havainnollistetaan siis neljännen kysymyksen vastausten jakauma pelkkien sähkön vähittäismyyjien ja myöskin siirtoa harjoittavien sähköyhtiöiden välillä.

#### 4. Kuinka paljon yhtiönne myynnissä on kuluttaja-asiakkaiden käyttöpaikkoja?

Vastausten absoluuttinen jakauma



**Kuvio 8.** Ristiintaulukointi – kysymykset yksi ja neljä.

Ristiintaulukoinnin avulla voidaan todeta seuraavat asiat:

- Pelkkien sähkön vähittäismyyjien osalta lomakkeeseen vastanneet yhtiöt painottuivat alle 50 000 kuluttaja-asiakkaan käyttöpaikan kategoriaan.
- Myös sähkön siirtoa suorittavien sähkön vähittäismyyjien osalta lomakkeeseen vastanneet yhtiöt painottuivat 50 000 kuluttaja-asiakkaan käyttöpaikan kategoriaan, mutta voimakasta edustusta löytyi myöskin 50 000–99 999 kuluttaja-asiakkaan käyttöpaikan kategoriasta.
- Sekä siirtoa suorittavien, että pelkkien sähkön vähittäismyyjien edustuksesta löytyi yksi kappale 100 000–149 999 kuluttaja-asiakkaan kategoriaan sijoittuva sähköyhtiö.

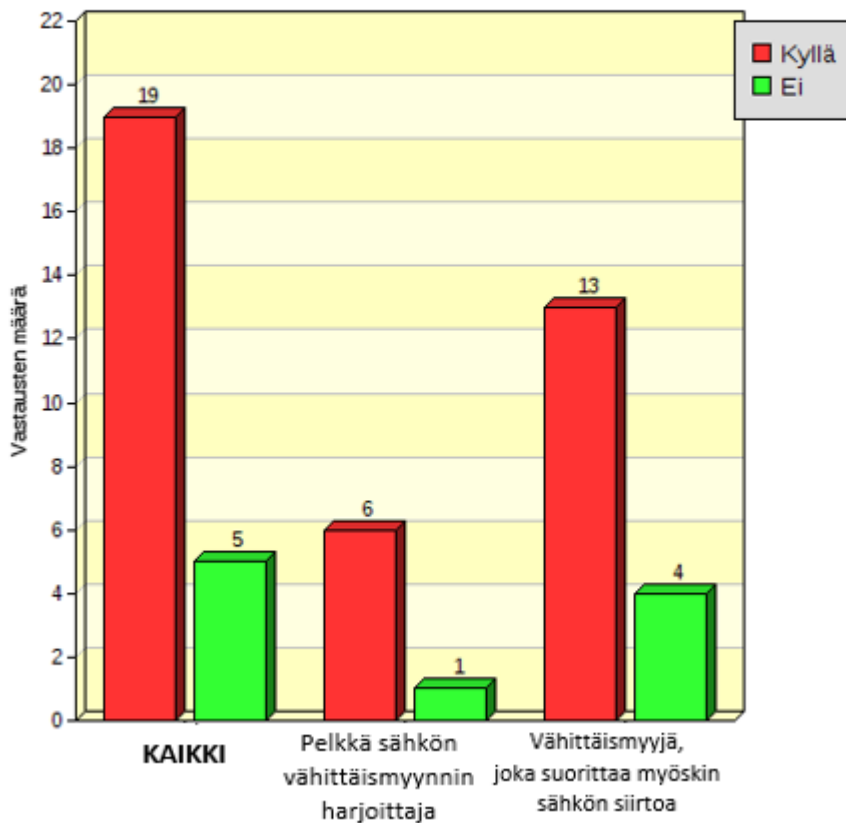
## **10.2 Vähittäismyyjien liiketoiminnallinen strategia**

Viidennessä kysymyksessä kartoitettiin sähkön vähittäismyyjien liiketoiminnallisia strategioita. Kysymyksen saatujen vastausten perusteella voidaan tehdä tulkintoja siitä, miten aktiivisesti kyselyyn vastanneet sähköyhtiöt pyrkivät ylläpitämään ns. kuluttaja-asiakassalkkuaan (kuluttaja-asiakkaiden totaalimäärää) myyjänvaihtoa suorittavia asiakkaita kontaktoimalla.

Voidaan todeta, että myyjänvaihtoa suorittavien asiakkaiden kontaktoinnissa sen yhtiön motiivi, jonka myynnistä asiakas on siirtymässä pois, on nimenomaan pyrkiä saamaan myyjänvaihtoa suorittava asiakas jäämään yhtiön myyntiin. Vastausten jakauma esitetään kuviossa 9. Kyseisen kuviossa kysymykseen numero viisi saadut vastaukset on ristiintaulukoitu kysymykseen numero yksi vastaanotettujen vastausten kanssa.

5. Kuuluuko liiketoiminnalliseen strategiaanne myyjänvaihtoa suorittavien kuluttaja-asiakkaiden eli ns. "Z05-asiakkaiden" -kontaktointi?

Vastausten absoluuttinen jakauma



**Kuvio 9.** Ristiintaulukointi – kysymykset yksi ja viisi.

Ristiintaulukoinnilla luodusta diagrammista voidaan tehdä mm. seuraavat tulkin-

nat:

- Voimakas enemmistö kaikista kyselyyn vastanneista sähkönsiirtoalan vähittäismyymien edustajista ilmoitti, että heidän edustamansa yhtiö suorittaa myyjänvaihtoa suorittavien kuluttaja-asiakkaiden kontaktointia.
- Kyselyyn vastanneiden edustajien vähittäismyymijistä 19 kontaktoi myyjänvaihtoa suorittavia kuluttaja-asiakkaita, 5 yhtiötä ei kontaktoinut em. asiakkaita.

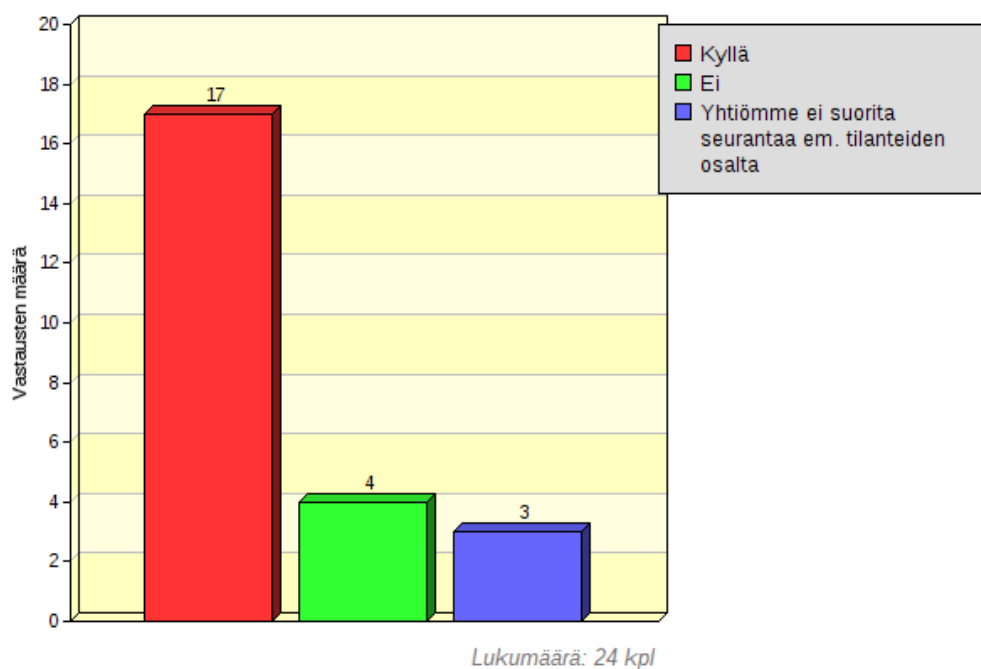


### 10.3 Viivästettyjen sanomien problematiikka

Lomakkeen kysymys numero kuusi liittyy suoraan tutkimuksen tutkimusongelmaan. Kuudennessa kysymyksessä vastaajajoukolta kysyttiin, ovatko he kohdanneet vuosina 2015–2016 tilanteita, joissa kilpaileva sähköyhtiö on viivästyttänyt sanomaliikennettään ja viivästyneet sanomat ovat johtaneet kuluttaja-asiakkaan menetykseen. Vastaajille annettiin tämän kysymyksen osalta kolme erilaista vastausvaihtoehtoa. Perinteisen kyllä/ei -vastausakselin lisäksi vastaajan oli mahdollista valita myös kolmas vaihtoehto: ”yhtiömme ei suorita seuranta em. tilanteiden osalta”. Kuudenteen kysymykseen saatiin kuviossa 10 olevan diagrammin kuvaamat vastaukset.

6. Oletteko kohdanneet vuosina 2015-2016 tilanteita, joissa kilpaileva sähköyhtiö on viivästyttänyt sanomaliikennettään ja viivästyneet sanomat ovat johtaneet asiakkaan menetykseen?

Vastausten absoluuttinen jakauma



**Kuvio 10.** Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys kuusi).

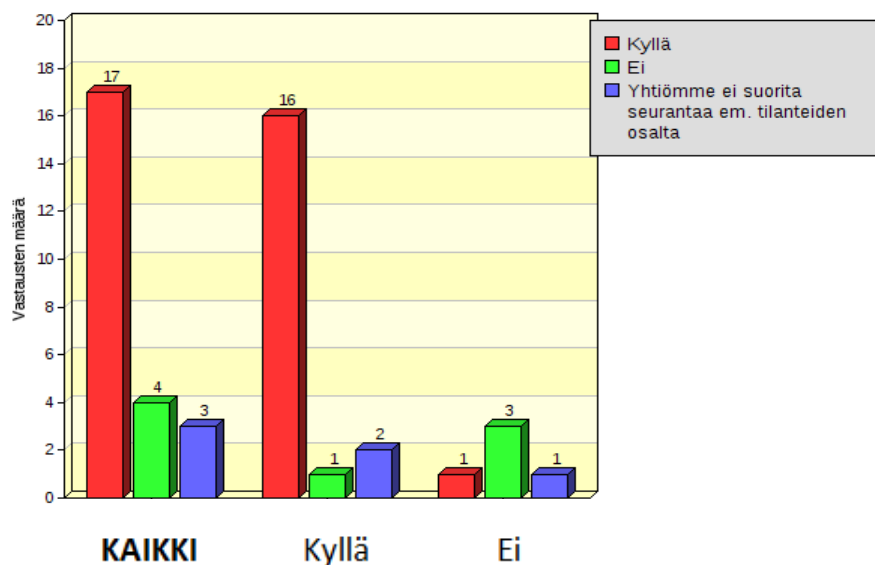
Kysymykseen numero kuusi vastaanotettujen vastausten perusteella luodusta diagrammista voidaan tehdä seuraavat tulkinnat:

- Voimakas enemmistö on kohdannut aikavälillä 2015-2016 tilanteita, joissa viivästyneet sanomat ovat aiheuttaneet kuluttaja-asiakkaiden menetyksiä.
- Neljä vastaajaa ilmoitti, että kyseisiä tilanteita ei olla kohdattu.
- Kolme vastaajaa ilmoitti, että heidän edustamansa vähittäismyyjä ei suorita seuranta kyseisten tilanteiden osalta.

Kysymyksen numero kuusi vastaukset kannattaa ristiintaulukoida kysymykseen numero viisi saatujen vastausten kanssa. Kyseisten kysymysten tulosten ristiintaulukointi antaa informaatiota siitä, onko sähköyhtiöiden liiketoiminnallisella strategialla (eli tässä tapauksessa myyjänvaihtoa suorittavien asiakkaiden kontaktoinnilla) mahdollista yhteneväisyyttä siihen, miten vähittäismyyjät ovat havainneet viivästyneitä myyjänvaihtosanomiamia ja niistä aiheutuneita kuluttaja-asiakkaiden menetyksiä.

6. Oletteko kohdanneet vuosina 2015-2016 tilanteita, joissa kilpaileva sähköyhtiö on viivästyttänyt sanomaliikennettä ja viivästyneet sanomat ovat johtaneet asiakkaan menetykseen?

Vastausten absoluuttinen jakauma



**Kuvio 11.** Ristiintaulukointi – kysymykset viisi ja kuusi.

Ristiintaulukointiin perustuvaa diagrammia analysoimalla perusteella voidaan tehdä nyt selkeä johtopäätös. Tarkastelu kohdennetaan vastauksien ”kyllä” ja ”ei” pylväskuvaajiin kuviossa 11, koska ne visualisoivat ristiintaulukoinnin kriteerinä olevan kysymyksen numero viisi vastauksia suhteessa kysymyksen numero kuusi

vastauksiin. Ne vähittäismyyjien edustajat, jotka ilmoittivat yhtiönsä strategiaksi myyjänvaihtoa suorittavien asiakkaiden kontaktoinnin, ovat myöskin kohdanneet viivästyneestä sanomaliikenteestä aiheutuneita kuluttaja-asiakkaiden menetyksiä. Tulokset ilmenevät lähestulkoon identtisillä vastausarvoilla: 17 vastaajaa ilmoitti, että viivästyneet myyjävaihtosanomat ovat aiheuttaneet kuluttaja-asiakkaiden menetyksiä. 16 vastaajaa ilmoitti edustamansa vähittäismyyjän strategiaksi kontaktoida myyjänvaihtoa suorittavia kuluttaja-asiakkaita vastaamalla vaihtoehdon ”kyllä” kysymykseen numero viisi. Eroavaisuutta löytyy ainoastaan yhden vastauksen verran. Päätelmä voidaan myöskin tehdä seuraavan kaavan mukaisesti: ne yhtiöt, jotka suorittavat seurantaa ja kontaktoivat myyjänvaihtoa suorittavia asiakkaita, ovat todennäköisesti törmänneet myyjänvaihtotilanteissa ilmenevään problematiikkaan enemmän kuin ne yhtiöt, jotka eivät suorita em. tilanteiden osalta seurantaa laisinkaan.

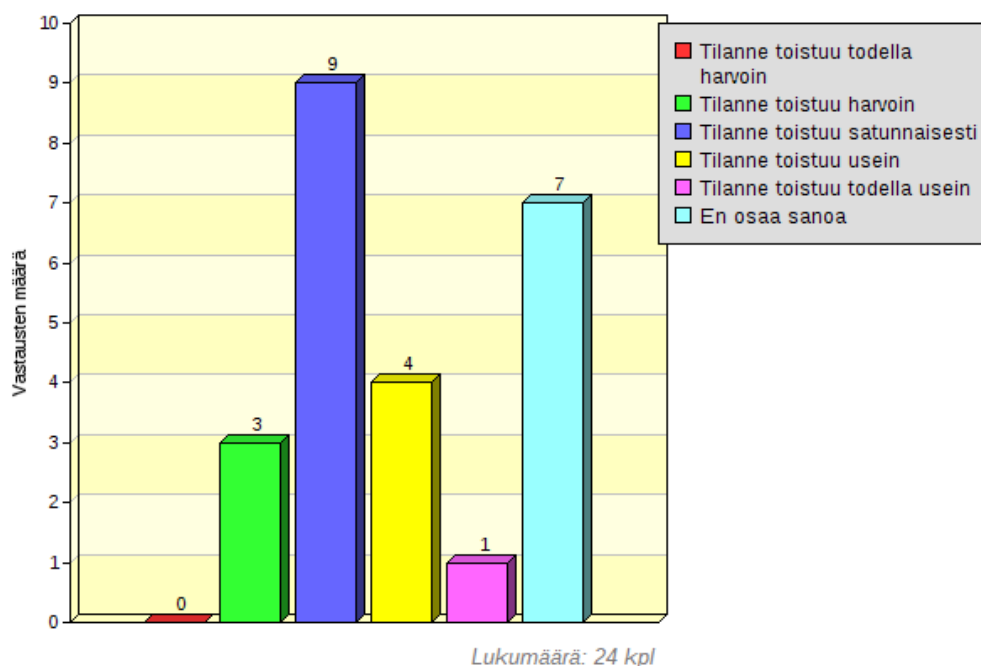
Kysymyksellä numero kuusi oli omana tarkentavana alakohtanaan kysymys 6.1. Tarkentavassa kysymyksessä vastaajilta tiedusteltiin kysymyksessä kuusi esitetyn tilanteen toistuvuutta ja yleisyyttä vuosina 2015–2016. Kysymyksen tarkoituksena oli tuottaa tietoa problematiikan esiintyvyydestä vähittäismyyjien havaintoihin perustuen. Rajaus kyseiselle aikavälille tehtiin lähinnä sen takia, että vastaajan voidaan olettaa muistavan lähimenneisyyden tapahtumat paremmin kuin esimerkiksi 2000–2016 aikavälillä tapahtuneet tilanteet. Vastaaja kykeni lomakkeessa valitsemaan likert-asteikon mukaisista vastausvaihtoehdoista yhden tai halutessaan valinnan ”en osaa sanoa”. Vastaukset kysymykseen esitetään seuraavalla sivulla esiintyvissä diagrammissa. Likert-asteikolla on viisi arvoa, jotka eroavat sanallisella ilmaisullaan selkeästi asteittain toisistaan. Numeerisia arvoja (1–5) ei ollut esillä varsinaisesti kyselylomakkeessa. Vastausvaihtoehtojen arvot voidaan kuitenkin asettaa alla olevaan numeeriseen järjestykseen, jossa numeerinen arvo kuvaa problematiikan yleisyyttä. Mitä suurempi arvo, sitä suurempi problematiikan toistuvuus ja yleisyys:

- 1. tilanne toistuu todella harvoin
- 2. tilanne toistuu harvoin
- 3. tilanne toistuu satunnaisesti

- 4. tilanne toistuu usein
- 5. tilanne toistuu todella usein.

6.1 Mikäli vastasitte kyllä edelliseen kysymykseen, antakaa arvio edellä mainitun tilanteen toistuvuudesta ja yleisyydestä vuosina 2015-2016

Vastausten absoluuttinen jakauma



**Kuvio 12.** Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys 6.1).

Diagrammin esittämien vastausten avulla voidaan tulkita viivästyneiden myyjänvaihtosanomien aiheuttamaa ongelmallisuutta aikavälillä 2015-2016. Vastausten osalta ilmeni hajontaa, mutta vähittäismyyjien edustajien vastaukset painottuvat likert-asteikon kolmannelle eli keskimmaiselle arvolle. Kyseinen asteikon arvo edusti vastausta ”tilanne toistuu satunnaisesti”. Kolme vastaajaa vastasi kysymykseen arvolla kaksi, ”tilanne toistuu harvoin”. Neljä vastaajaa vastasi kysymykseen arvolla neljä, ”tilanne toistuu usein” ja yksi vastaaja ilmoitti tilanteen toistuvuuden ja yleisyyden osalta arvon viisi ”tilanne toistuu todella usein”.

Taulukossa on huomionarvoista se, että likert-asteikon ulkopuolinen kuudes vaihtoehto ”en osaa sanoa”, oli lomakkeessa oletusarvona riippumatta vastaajan vastauksesta kysymykseen numero kuusi. Tästä syystä kyseinen vastausvaihtoehto on ikään kuin saanut seitsemän kappaletta valintoja vastaajilta. Lomakkeen sisältämän

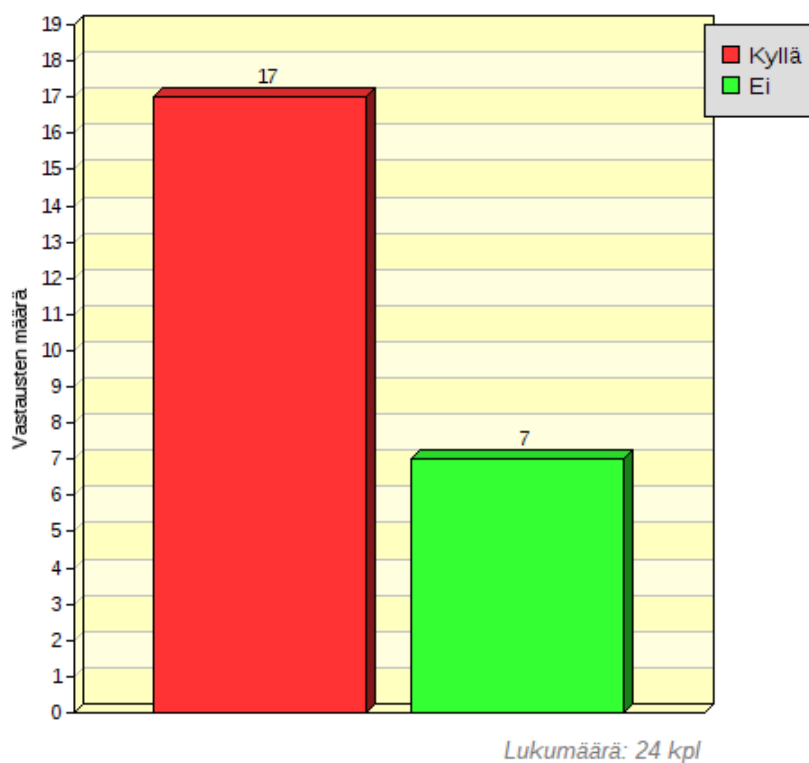
yksityiskohtaisemman datan perusteella on kuitenkin tehty varmistus sen suhteen, että kyseiset seitsemän valintaa ovat niiltä vastaajilta, jotka vastasivat lomakkeen kysymykseen numero kuusi joko ”ei” tai ”yhtiömme ei suorita seurantaa em. tilanteiden osalta”. Kuviossa 12 esiintyvän diagrammin vaaleansininen kuvaaja, joka edustaa seitsemää oletusarvollaista vastausta, voidaan siis jättää täysin ilman tarkastelua.

#### **10.4 Myyjänvaihtoprosessin muut ongelmat**

Lomakkeen seitsemännessä kysymyksessä vastaajilta tiedusteltiin heidän mielipiteitään myyjänvaihtoon liittyvien muiden mahdollisten ongelmien osalta. Kysymyksen tarkoituksena oli kartoittaa viivästyneiden sanomien lisäksi myös muita mahdollisia ongelmakohtia liittyen myyjänvaihtoprosessiin ja vastaajille annettiin vastausvaihtoehdoiksi klassinen kyllä/ei -akseli. Kysymys eroaa sinänsä itse varsinaisesta tutkimusongelmasta, mutta liittyy olennaisesti tutkimuksen kontekstiin. Koska tutkimusote on laadullinen, pyrkimyksenä on luoda uutta informaatiota jostain ilmiöstä. Tästä syystä myöskin muiden mahdollisten ongelmatilanteiden kartoitus on tämän tutkimuksen ohessa aiheellista. Seitsemän kysymyksen vastaukset esitetään kuviossa 13.

7. Koetteko, että myyjänvaihtoprosessiin liittyy jotain muita ongelmia?

Vastausten absoluuttinen jakauma

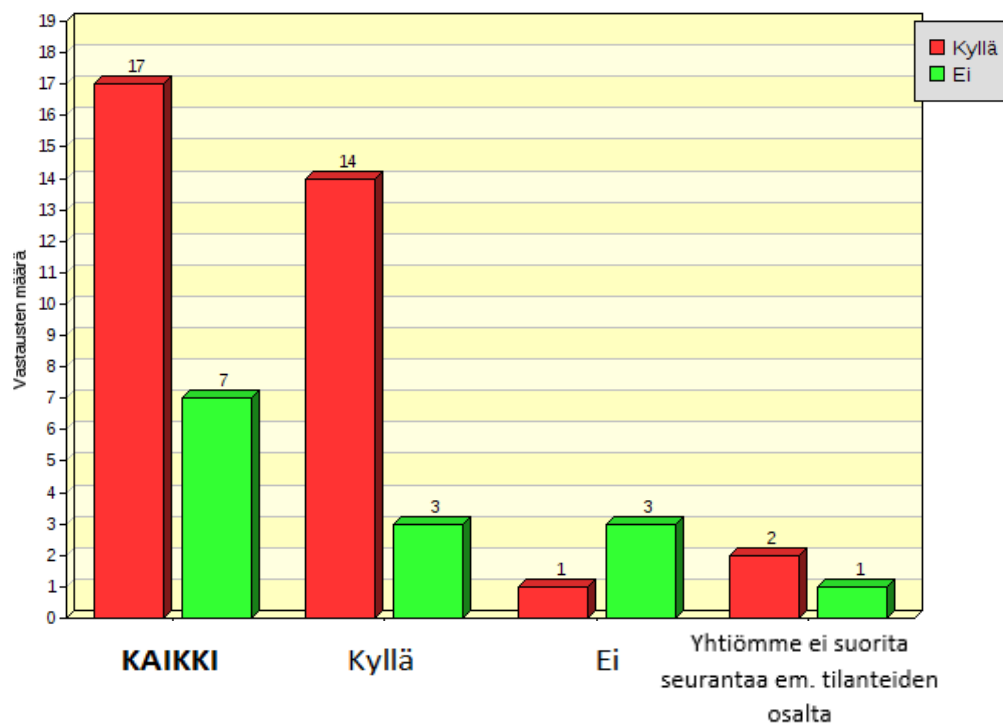


**Kuvio 13.** Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys seitsemän).

Kysymykseen numero seitsemän saatujen vastausten jakaumasta voidaan tehdä tulkinta, että vahva enemmistö, 17 vastaajaa, koki myyjänvaihtoprosessiin liittyvän myöskin muita ongelmia kuin pelkästään viivästyneen sanomaliikenteen luoman problematiikan. Seitsemän vastaajaa koki, että prosessiin ei liity muita ongelmia. Seitsemännen kysymyksen vastausten ristiintaulukoinnin avulla voidaan nyt selvittää, ovatko viivästyneiden sanomien aiheuttamia kuluttaja-asiakkaiden menetyksiä kohdanneet vastaajat myöskin sitä mieltä, että myyjänvaihtoprosessiin liittyy jotain muita ongelmia.

## 7. Koetteko, että myyjänvaihtoprosessiin liittyy jotain muita ongelmia?

Vastausten absoluuttinen jakauma



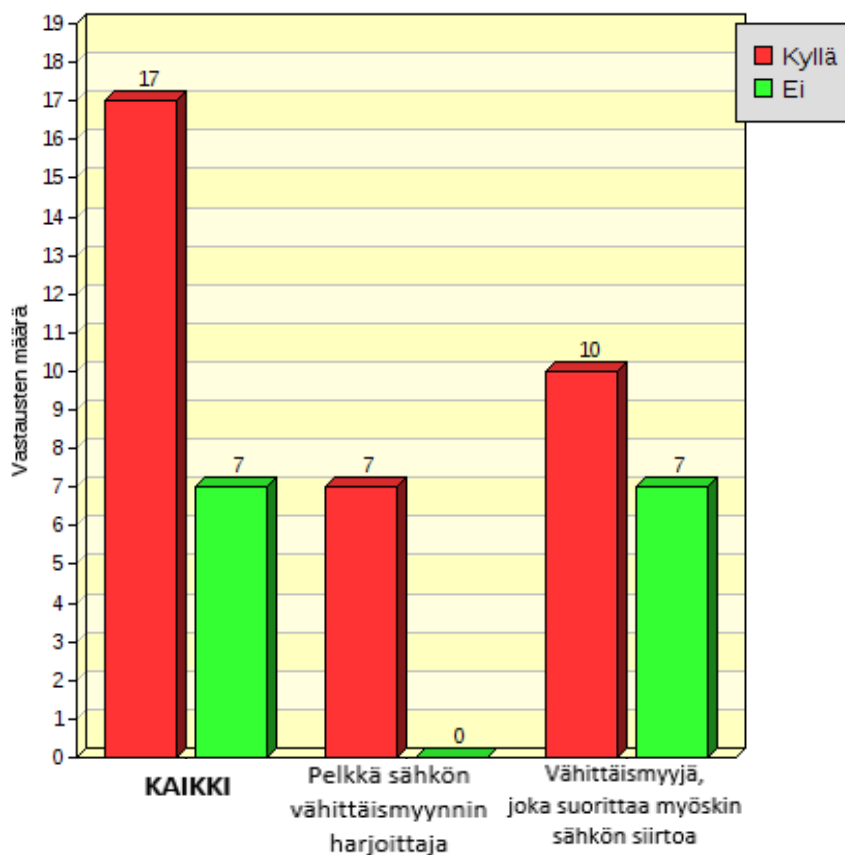
**Kuvio 14.** Ristiintaulukointi – kysymykset seitsemän ja kuusi.

Johtopäätöksiä voidaan tehdä nyt tehdä ristiintaulukoinnin perusteella luotua diagrammia tarkastelemalla. Voidaan todeta, että ne vastaajat, jotka ovat noteeranneet vuosina 2015-2016 viivästetyn sanomaliikenteen johdosta kuluttaja-asiakkaiden menetyksiä, olivat myöskin kyselyssä enemmistönä sitä mieltä, että myyjänvaihtoprosessiin liittyy myöskin jotain muita ongelmia. Vastausten lukumäärillä on ainoastaan kolmen vastauksen eroavaisuus. 14 vastaajaa, jotka vastasivat kysymykseen numero kuusi ”kyllä”, vastasivat myöskin kysymykseen numero seitsemän ”kyllä”.

Kysymyksen numero seitsemän vastausten ristiintaulukointi voidaan suorittaa myöskin lomakkeen ensimmäisen kysymyksen vastausten perusteella. Täten saadaan selville, miten vastaukset jakaantuvat pelkkien sähköön vähittäismyyjien ja sähköön siirtoa suorittavien sähköön myyjien välillä. Ristiintaulukoinnin avulla luotu diagrammi esitetään kuviossa 15.

## 7. Koetteko, että myyjänvaihtoprosessiin liittyy jotain muita ongelmia?

Vastausten absoluuttinen jakauma



**Kuvio 15.** Ristiintaulukointi – kysymykset seitsemän ja yksi.

Kuviossa 15 esiintyvää diagrammia tulkitsemalla voidaan tehdä seuraavat havainnot vastausten jakaumasta:

- Kaikki pelkkiä sähkön vähittäismyymiä edustavat vastaajat kokivat, että myyjänvaihtoprosessiin liittyy viivästyneen sanomaliikenteen lisäksi myöskin muita ongelmia.
- Kaikki seitsemän vastaajaa, joiden mielestä myyjänvaihtoprosessiin ei liity muita ongelmia, edustavat vähittäismyymiä jotka suorittavat myöskin sähkön siirtoa.
- Kymmenen sähkön siirtoa suorittavien vähittäismyymien edustajista kokee, että myyjänvaihtoprosessiin liittyy viivästyneen sanomaliikenteen lisäksi myös muita ongelmia.



### 10.5 Laadullinen analyysi teemoittelun keinoin

Syvällisemmän ja tarkemman laadullisen tutkimustiedon keräämiseksi kysymyksessä seitsemän oli oma tarkentava kysymyksensä – kysymys numero 7.1. Kyseisessä kysymyksessä vastaajaa pyydettiin kertomaan vapaasti niistä ongelmatilanteista, joita myyjänvaihtoprosessiin heidän mielestään liittyy. Kysymykseen seitsemän saatiin 17 vastausta, joten vastaajien kirjoittamaa vapaata palautetta kertyi siis tuon vastaajajoukon tuottamana vapaamuotoisena tekstinä. Vapaista kysymyksistä kertyneen aineiston analyysissä olen hyödyntänyt kvalitatiivista teemoittelun metodiikkaa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että laadullisesta aineistomassasta pyritään etsimään yhdistäviä tai erottavia teemoja. Kysymykseen numero 7.1 saatujen vastausten teemoittelussa pyrin löytämään erilaisia yhdistäviä tekijöitä vastauksista. Teemoittelun kautta saavutetut tulokset on koottu taulukkoon 2.

**Taulukko 2.** Teemoittelutaulukko.

<p><b>1. Teema:</b> vähittäismyyjä pyrki toistuvilla myynnin aloitusnomilla saamaan kuluttaja-asiakkaan myyntiinsä (ns. ”asiakkaan kalastelu/pilkintä”)</p>	<p><b>2. Teema:</b> asiakkaan kuluttaja-suojalain takaaman peruutusoi-keuden laiminlyöminen erilaisissa tilanteissa</p>
<p>- <b>Teema 1</b> toistui vastaajien vapaissa ongelmakuvauksissa yhteensä kolme kertaa</p>	<p>- <b>Teema 2</b> toistui vastaajien vapaissa ongelmakuvauksissa yhteensä kolme kertaa</p>
<p><b>3. Teema:</b> vähittäismyyjien suorittama harhaanjohtava puhe-lymyynti</p>	<p><b>4. Teema:</b> vähittäismyyjä ei il-maise asiakkaalle selkeästi so-pimuksen kesto- tai sopimuk-sen muotoa</p>
<p>- <b>Teema 3</b> toistui vastaajien vapaissa ongelmakuvauksissa yhteensä kolme kertaa</p>	<p>- <b>Teema 4</b> toistui vastaajien vapaissa ongelmakuvauksissa yhteensä kaksi kertaa</p>

Kysymykseen numero 7.1 vastaanotettuja vapaita vastauksia teemoittelemalla kyetiin löytämään vastausmassasta neljä erilaista teemaa, jotka toistuvat useissa eri

edustajien vastauksissa. Teemoittelua hyödyntämällä vastausmassasta voidaan löytää ne olennaiset tekijät, jotka vähittäismyyjien edustajien mukaan ovat problemattisia myyjänvaihtoprosessin osalta. Neljä olennaista teemaa kyetään nyt analysoimaan erikseen.

### **10.6 Teemojen erillinen analyysi**

Teema numero yksi toistui edustajien vapaissa vastauksissa kolmesti. Sanallisessa ilmaisumuodossa oli hieman varianssia – ongelmaa kutsuttiin sekä kalasteluksi että pilkinnäksi. Käytännössä vastaajat kuitenkin tarkoittavat samaa asiaa. Kalasteluksi voidaan kutsua erilaista harmaalla alueella tapahtuvaa epärehellistä myyntimetodiikkaa, jolla pyritään saamaan kuluttaja sähkön vähittäismyyjän asiakkaaksi. Yleisradio uutisoi 6.11.2015 verkossa julkaistussa artikkelissaan Kainuun alueella tapahtuneista huijausosoitoista. Artikkelin mukaan kainuulaiset olivat saaneet puhelua, joissa heille välitettiin disinformaatiota paikallisen sähköyhtiön toiminnan päättymisestä. Puheluissa kainuulaisille oli tarjottu erään Suomessa toimivan sähkön vähittäismyyjän sähkösopimusta, jonka olisi tarkoitus korvata paikallisen sähköyhtiön sähkösopimus. Sähköyhtiöt kävivät 10.11.2015 Yleisradion julkaiseman jatkoartikkelin mukaan yhtiöt ovat käyneet selvityskeskustelua myyntitilanteista, mutta yhtiöiden kannat olivat erimielisiä. Artikkelin tapauksiin varsinaisesti kantaa ottamatta voidaan todeta, että mikäli sähkön vähittäismyyjä menettelee Yleisradion artikkelissa mainitulla myyntitavalla, kyseessä on epärehellinen myyntimethodi.

Kuluttajan myyntiin saamisen tavoittelemista myynnin aloitusilmoituksia (Z03[1]) toistuvasti lähettämällä voidaan myöskin kutsua kalasteluksi. Voidaan todeta, että kuluttaja-asiakkaat eivät varmastikaan ole tietoisia niistä viestinnällisistä prosesseista, joita sähkön vähittäismarkkinoilla käytetään. Tämä antaa siis toimintamahdollisuuden vähittäismyyjälle suorittaa kuluttaja-asiakkaan kalastelua asiakkaan ollessa täysin tietämätön tästä. Yksi edustajista ilmoitti vapaassa vastauksessaan, että yhtiöt saattavat yrittää myyjänvaihtoa peräti kuukausittain vuoden ajan, asiakkaan ollessa tästä täysin tietämätön.

Teema numero kaksi käsittelee kuluttaja-asiakkaan peruutusoikeutta. Peruutusoikeuden takaa etämyyntitilanteissa kuluttajansuojalaki. Kyseinen teema toistui edustajien vapaissa vastauksissa yhteensä kolme kertaa. Voidaan todeta, että sähkönmyyntisopimukseen liittyvä peruutusoikeus on kuluttajan etuaseaman toteutumisen osalta olennainen asia. Kuluttajansuojalain kuudennen luvun 12 § määrittää ennakotietojen antamista etämyyntitilanteissa. Ennakotietojen antamisesta kerrotaan seuraavalla tavalla:

*”Etämyynnissä 9 §:ssä tarkoitettut tiedot sekä peruuttamislomake ja -ohje on annettava tai asetettava ne kuluttajan saataville etäviestimelle soveltuvalla tavalla selkeästi ja ymmärrettävästi. Jos tiedot taikka lomake tai ohje annetaan pysyvällä tavalla, niiden on oltava helposti luettavassa muodossa.”*

Lainkohdasta voidaan siis tehdä tulkinta, että kuluttajan näkökulmasta peruutuksen tekeminen täytyy olla vaivatonta ja että kuluttajan täytyy olla myöskin tietoinen peruutusmahdollisuudesta. Sähkömarkkinalain 14 luvun 106 § mainitaan, että sähkömarkkinalain luvussa 13 tarkoitettuja ehtoja sähkönsopimusten osalta valvoo kuluttaja-asiamies. Sähkömarkkinalain luku 13 käsittelee sähkönsopimukseen liittyviä säännöksiä. Mikäli kuluttaja siis esimerkiksi kokee, että hänen peruutusoikeuttaan on laiminlyöty, kuluttajan tulee olla siis edellä mainittuun viranomaiseen yhteydessä. Kilpailu- ja kuluttajaviraston verkkosivuilla kuluttaja-asiamiehen linjauksessa ”Verkkomyynti ja muu etämyynti” mainitaan seuraavat asiat:

*”Kuluttaja-asiamies pyrkii valvonnassaan elinkeinonharjoittajaa ohjeistamalla ensisijaisesti neuvotteluratkaisuun, jos elinkeinonharjoittaja ei noudata lain säännöksiä. Tarvittaessa kuluttaja-asiamies ryhtyy asian edellyttämiin toimenpiteisiin tai vie asian markkinaoikeuden käsiteltäväksi.”*

Elinkeinonharjoittajaan (tämän tutkimuksen kontekstissa sähkönm vähittäismyyjää) voidaan linjauksen mukaan kohdistaa erilaisia toimenpiteitä:

- Lainsäännöksiä noudattamatta jättänyttä elinkeinoharjoittajaa voidaan kieltää jatkamasta kyseistä menettelyä tai siihen rinnastettavissa olevaa toimintaa.
- Kielto voidaan kohdistaa myöskin henkilöön, joka on elinkeinonharjoittajan palveluksessa.
- Kiellon tehostamiseen voidaan käyttää myöskin uhkasakkomenettelyä.

Voidaan siis selkeästi todeta, että kuluttaja-asiamiehellä on useita erilaisia työkaluja etämyyntikontekstissa kuluttaja-asiakkaan peruutusoikeuteen liittyvien laiminlyöntien selvittämiseen ja lainsäädöksiä rikkovan elinkeinonharjoittajan rankaisemiseen tarpeen vaatiessa. Haastatteleman ET:n sähkökaupan johtajan Pekka Salomaan mukaan etämyynti on hallitseva tapa sähkösopimusten syntymiseen – tästä syystä on tärkeää, että kuluttaja-asiakkaan etuasema toteutuu peruutusoikeuteen liittyvien lainsäännösten osalta. (Verkkokauppa ja muu etämyynti, 2015).

Kolmas teema liittyi sähköön vähittäismyyjien harjoittamaan harhaanjohtavaan puhelinmyyntiin. Teema toistui vastauksissa itsenäisesti kolme kertaa. Tässä vaiheessa on relevanttia todeta, että vapaissa vastauksissa esiintyvät muut ongelmatilanteet voivat esiintyä tietysti myöskin silloin, kun asiakkaaseen ollaan yhteydessä puhelimitse. Vastauksissaan vähittäismyyjien edustajat toivat ilmi mm. kyseenalaiset myyntiargumentit, sääntöjen noudattamatta jättämisen ja epäselvyydet sopimuksen kestosta ilman yksilöintiä. Vastajaat eivät aina yksilöineet, että em. ongelmalliset asiat tapahtuisivat nimenomaan puhelinmyyntitilanteissa. Tästä voidaankin kuitenkin tehdä tulkinta, että harhaanjohtava puhelinmyynti ja epäselkeästi ilmaistut asiat ovat problemaattinen asia myyjänvaihtotilanteiden osalta ja täten tähän teemaan on perusteltua kohdentaa tarkastelua. Yleisradion artikkeleissa uutisoidut tapaukset, jotka mainitsen ensimmäisen teeman käsittelyssä, liittyvät myös epärehelliseen puhelinmyyntiin.

Paikallisvoima-järjestön verkkosivuilla uutisoitiin 4.10.2016 hallituksen toimenpiteistä harhaanjohtavaan puhelinmyyntiin puuttumisen osalta. Paikallisvoiman jäsenet ovat 46 suomalaista energiayhtiötä. Asiakkaita järjestöllä on verkkosivujensa mukaan 750 000. Järjestö ajaa jäsenyhtiöidensä etuja ja toimii yhteistyössä mm.

Energiateollisuus ry:n kanssa. Paikallisvoiman artikkelissa kerrotaan epäeettisen sähkön puhelinmyynnin olleen ongelmallista jo pidemmän aikaa. Artikkelissa esitellään kuluttaja-asiamies Päivi Hentusen kannanottoa epäeettiseen puhelinmyyntiin. Puhelinmyynnissä noudatettavat pelisäännöt eivät Hentusen mukaan ole toimivia. Hentusen mukaan harhaanjohtavan puhelinmyynnin kohteena ovat etenkin vanhukset. (Harhaanjohtavan sähkönmyynnin kohteena etenkin eläkeläiset 2016).

Paikallisvoima ilmoittaa artikkelissaan, että järjestön jäsenyhtiöt ovat vastaanottaneet vuoden 2016 aikana yli 500 ilmoitusta, jotka liittyvät harhaanjohtavaan puhelinmyyntiin. Artikkelissa on myös tulkinta, että kaikki tapaukset eivät tule ilmi laisinkaan. Järjestö on myöskin itse teettänyt syyskuussa 2016 kyselyn, joka on linjassa kuluttaja-asiamiehen kannanoton kanssa. (Harhaanjohtavan puhelinmyynnin kohteena etenkin eläkeläiset 2016).

Hallituksen uudesta asetuksesta (217/2016) löytyy kattava tiedote KKV:n verkkosivuilta. Tiedote on julkaistu 3.10.2016. Kyseisessä tiedotteessa mainitaan, että lakimuutoksella pyritään puuttumaan niihin tilanteisiin, joissa kuluttaja-asiakas ja myyjä ovat erimieltä sopimuksen syntymisestä. Mikäli kuluttaja kiistää uuden sopimuksen syntymisen, hänen on tehtävä kirjallinen ilmoitus kiistämisestä. Ilmoitus on tehtävä kirjallisessa muodossa ja se tulee lähettää sekä kuluttaja-asiakkaan paikalliselle verkkoyhtiölle, että myös uudelle myyntiyhtiölle reklamaation muodossa. Verkonhaltijan ei tule tässä tapauksessa ryhtyä selvitystoimiin uuden sähkösopimuksen syntymiseen liittyen. Reklamaation lähettämisen jälkeen uudella myyjällä on todistustaakka sopimuksen syntymisen osalta. Puhelinmyynnin osalta validi todistus voi olla esimerkiksi myyntipuhelun nauhoite, josta käy ilmi sopimuksen pätevä syntymisen ja kuluttaja-asiakkaan hyväksyntä sopimukselle. Mikäli kuluttaja ja myyjä ovat nauhoitteen tarkastelun jälkeen yhä erimielisiä sopimuksen synnystä, asia voidaan viedä kuluttajariitalautakunnan käsiteltäväksi. Huomionarvoista on myös se, että kuluttaja voi kiistää sopimuksen syntymisen myös etämyynnissä sovellettavan 14 vuorokauden mittaisen peruutusosoikeuden ulkopuolella.

Hallituksen asetuksen muutoksen suoria vaikutuksia ei voida vielä tulkita tai analysoida, koska muutos on tullut voimaan hiljattain, 3.10.2016. Voidaan kuitenkin

todeta, että harhaanjohtava puhelinmyynti on problemaattinen asia sähkön vähittäismarkkinoilla, koska sen kitkemiseksi suoritetaan hallitustason toimenpiteitä. Huomionarvoista on myöskin se, että asetuksen muutoksella pyritään puuttumaan pääasiallisesti niihin tilanteisiin, joissa kuluttaja kokee sopimuksen olleen synty-mättä laisinkaan. Kuluttaja-asiamies antaa tähän liittyen tiedotteessa suoran kannanoton – sektorikohtaiset sääntelytoimet eivät ole kokonaisvaltainen ratkaisu pu-helinmyyntiin liittyviin ongelmiin. Kannanotossa kuluttaja-asiamies toteaa, että pu-helinmyyntiin täytyisi kyetä löytämään kokonaisvaltainen lainsäädännöllinen rat-kaisu, joka käsittäisi kaikki hyödykkeet. (Kuluttajan oikeudet vahvistuvat sähkön puhelinmyynnissä, 2016.)

Neljäntenä teemana vastauksissa esiintyi epäselvyys sopimuksen kestosta tai sopi-muksen muodosta. Kyseinen teema toistui kahdessa edustajan vastauksessa. Tämä ongelma liittyy suoranaisesti kuluttajansuojalain kuudennen luvun 9 §: n. Kyseinen pykälä määrittelee ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä kuluttajalle an-nettavia tietoja. Pykälän ensimmäisen kohdan mukaan kuluttajalle ilmoitettava ”*kulutushyödykkeen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin on asianmukaista ot-taen huomioon kulutushyödyke--.*” Ilman erillistä asiantuntijan tai viranomaisen kannanottoa voidaan todeta, että tieto sopimuksen kestosta tai sopimuksen muo-dosta voidaan määritellä yhdeksi kulutushyödykkeen pääominaisuudeksi.

### **10.7 Ohjeistuksen muotoilun tulkinnanvaraisuuden kartoitus**

Kyselylomakkeen kahdeksannessa kysymyksessä kartoitettiin ET:n ohjeistuksen muotoilun mahdollista tulkinnanvaraisuutta. Tulkinnanvaraisuuden kartoittaminen kohdentui ET:n ohjeistukseen nimeltä menettelyohjeet myyjille ja verkonhaltijoille myyjänvaihtotilanteisiin. Vastausvaihtoehtoina edustajille oli perinteinen viisiastei-nen likert-asteikko. Asteikon ulkopuolisena vastausvaihtoehtona oli kuudes valinta ”en osaa sanoa”. Vastausvaihtoehtojen arvot voidaan asettaa numeeriseen järjes-tykseen kuten kysymyksen 6.1 vastausten analysoinnissa. Vastauksen numeerinen arvo kuvaa siteeratun otteen selkeyttä. Mitä suurempi arvo, sitä selkeämmäksi vas-taaja koki ohjeistuksesta siteeratun otteen:

- 1. erittäin tulkinnanvarainen

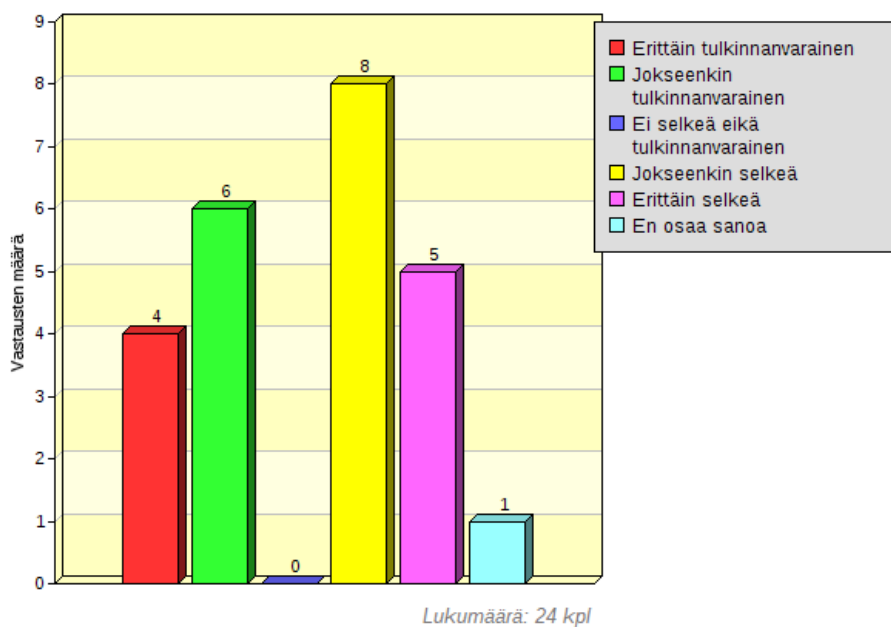
- 2. jokseenkin tulkinnanvarainen
- 3. ei selkeä eikä tulkinnanvarainen
- 4. jokseenkin selkeä
- 5. erittäin selkeä.

Edustajien täytyi tehdä tulkinta ohjeistuksesta siteeratusta otteesta:

*”Mikäli myyjä haluaisi odottaa asiakkaan peruuttamisoikeuden umpeutuvan ennen sanoman lähettämistä, tämä pitkittäisi asiakkaan vaihtoprosessin vähintään 5 viikkoon. Tämä ei ole lainsäädännön periaatteiden mukaista eikä toimialan kannalta toivottava toimintamalli. Jos myöhäisemmästä toimituksen alkamisesta nimenomaisesti sovitaan asiakkaan kanssa, ei toimialan ohjeistuksessa ole tähän estettä. Asiasta on kuitenkin selkeästi sovittava asiakkaan kanssa ja hänen on ymmärrettävä, milloin toimitus alkaa.”*

8. Miten selkeäksi koette alla olevan osuuden Energiateollisuus ry:n ohjeistuksesta ”Menettelyohjeet myyjille ja verkkohaltijoille myyjänvaihtotilanteisiin”?

Vastausten absoluuttinen jakauma



**Kuvio 16.** Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys kahdeksan).

Kuviossa numero 16 esiintyvää diagrammia tulkitsemalla voidaan tehdä vastauksista seuraavat havainnot:

- Edustajien vastaukset jakaantuivat likert-asteikon keskimmäisen arvon (3) molemmille puolille.
- Keskimmäisin, ns. neutraali arvo (3), ei saanut yhtään valintaa vastaajilta
- Vastaukset painottuivat hieman enemmän selkeyttä edustaville arvoille (4, 5). Selkeyttä edustaville arvoille painottui yhteensä 13 vastausta.
- tulkinnanvaraisuutta edustaville arvoille (1, 2) painottui yhteensä 10 vastausta
- Ainoastaan yksi vastaaja valitsi likert-asteikon ulkopuolisen vaihtoehdon ”en osaa sanoa”.

Edustajien vastaukset kysymykseen kahdeksan omaavat suhteellisen voimakasta varianssia. Vastausten hajonnasta voidaan kuitenkin tehdä havainto, että edustajat eivät pitäneet ohjeistuksesta siteerattua kohtaa selkeänä, vaikka maltillisen enemmistön vastaukset painottuivatkin siteeratun otteen selkeyttä edustaville (13>10). Maltillista enemmistöä voidaan käyttää terminä tässä tapauksessa, koska selkeyttä edustavien vastausvaihtoehtojen valinnoita vastaajia oli ainoastaan kolme enemmän verrattuna tulkinnanvaraisuutta edustavien vaihtoehtojen valinnoihin vastajiin.

Kyselytutkimus suoritettiin lokakuussa eikä, kyseisenä ajankohtana ET ollut vielä yhdistänyt erillisiä menettelyohjeitaan suureksi kokonaisuudeksi, jota käytetään olennaisesti tutkimuksen teoriaosuuden lähdeaineistona. Kysymyksessä siteerattua kohtaa ei löydy täten laisinkaan kollektiivisesta menettelyohjeesta nimeltä sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje (2016). Tässä tapauksessa voidaan todeta, että lomakkeen kysymyksen 8 tulokset eivät ole suuressa roolissa tutkimuskokonaisuuden näkökulmasta tarkasteltuna.

### **10.8 Tiedustelu myynnin aloitusilmoituksen tiukennetulle aikamäärälle**

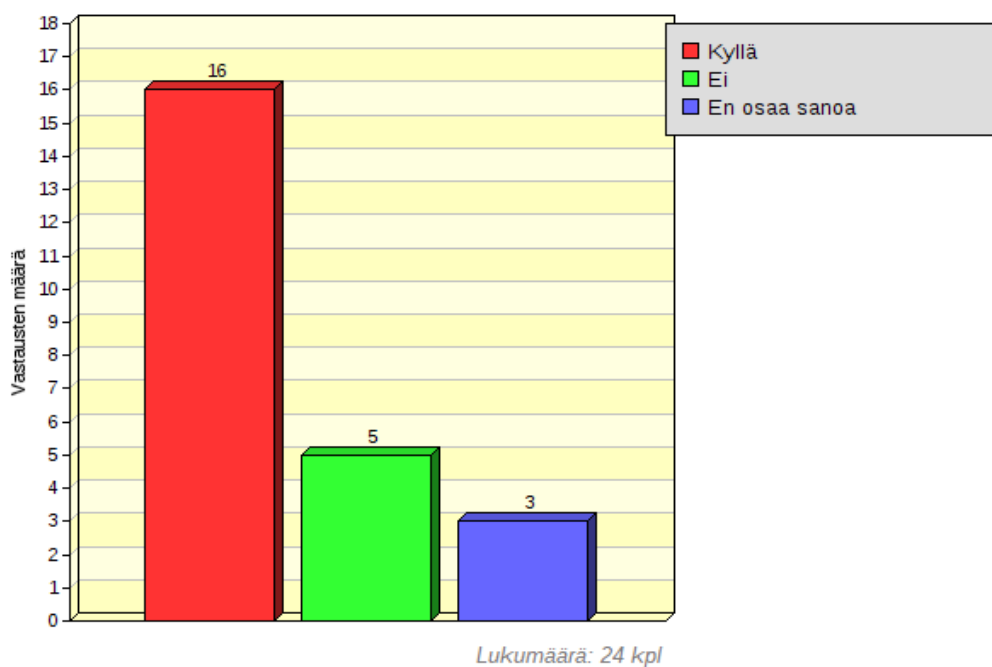
Tutkimuksen teoriaosuudessa mainitaan myynnin aloitusilmoituksen lähettämisen aikamäärään olevan kaikista väljin, mikäli sanoman lähetyksen aikamääreitä verrataan muihin myyjänvaihtoprosessiin liittyviin sanomiin. Myyjänvaihtoprosessin selkeyttämisessä ja kilpailun eheyttämisessä voitaisiin periaatteessa hyödyntää tiu-



kennettuja aikamääreitä myynnin aloitusilmoituksen osalta. Mikäli myynnin aloitusilmoituksella olisi tiukennettu aikamääre sen lähetyksen osalta, yhtiöt kykenisivät kontaktoimaan tehokkaammin niiden myynnistä poistuvia ns. ”Z05 asiakkaita” omilla tarjouksillaan. Sanoman mahdollinen viivästyttäminen suljettaisiin määreiden tiukentamisella kokonaan pois. Lomakkeen yhdeksännessä kysymyksessä edustajilta tiedusteltiin, pitäisikö myynnin aloitusilmoituksen lähettämiseksi (PRO-DAT-sanoma Z03[1]) olla tarkka aikamääre, esimerkiksi 2–3 arkipäivää. Edustajat kykenivät vastaamaan kysymykseen joko ”kyllä”, ”ei” tai ”en osaa sanoa”.

9. Pitäisikö mielestänne myynnin aloitusilmoituksen (Z03[1]) lähettämiseksi olla tarkka aikamääre, esimerkiksi 2-3 arkipäivää?

Vastausten absoluuttinen jakauma



**Kuvio 17.** Vastausten absoluuttinen jakauma (kysymys yhdeksän).

Vastausten jakaumaa kuvastavaa diagrammia tulkitsemalla voidaan tehdä vastauksista seuraavat havainnot:

- 16 edustajaa koki, että myynnin aloitusilmoituksella tulisi olla tarkka aikamääre, esimerkiksi 2-3 vuorokautta.

- Ainoastaan viisi edustajista koki, että myynnin aloitusilmoituksella ei tulisi olla tarkkaa 2-3 vuorokauden aikamäärettä.
- Ainoastaan kolme edustajaa valitsi vastausvaihtoehdon ”en osaa sanoa”.

Havaintojen perusteella voidaan tehdä selkeä johtopäätös – vahva enemmistö kyselyyn vastanneista edustajista haluaisi muuttaa myynnin aloitusilmoituksen lähettämisen aikamäärettä tiukemmaksi ja selkeämmäksi. Enemmistöllä edustajista on selkeästi halukkuutta noudattaa selkeitä ja kaikkien osapuolten osalta tasavertaisia ohjesääntöjä sähköisen vähittäismarkkinoilla tapahtuvissa myyjänvaihtoprosesseissa.

### **10.9 Vapaa palaute ja edustajien kehitysideat**

Lomakkeen viimeinen osa-alue oli käytännössä vapaa vastauskenttä, johon edustajat saivat kirjoittaa vapaan palautteensa ja kehitysideansa liittyen myyjänvaihtoprosessiin. Kysymykseen vastaaminen oli vapaaehtoista. Yhteensä kahdeksan edustajaa antoi vapaata palautetta ja alakohtaisia kehitysideoita liittyen myyjänvaihtoprosessiin kymmenennen kysymyksen vastauskenttään.

Lomakkeen kymmenennessä kohdassa vastaajille annettiin seuraavanlainen informaatio: ”10. Tässä kohdassa voitte antaa vapaan palautteen ja omat kehitysideanne liittyen myyjänvaihtoprosessin selkeyttämiseen - Sana on vapaa”. Laadullisen aineiston käsittelyn tehokkuuden parantamiseksi ja analyysin selkeyttämiseksi olen luonut kaksi suurempaa teemaa liittyen edustajien vapaisiin palautteisiin ja kehitysideoihin. Kaksi luomaani teemakokonaisuutta kuvauksineen löytyvät taulukosta 3.

**Taulukko 3.** Vapaan palautteen ja myyjänvaihtoprosessiin liittyvien kehitysideoiden teemoittelu.

<p><b>Teema 1 – Epärehelliseen toimintaan reagoiminen jollain tavalla.</b> Reagoinnilla voidaan tarkoittaa mm. seuraavia asioita:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kyseenalaisen ja epärehellisen toiminnan kitkentä markkinasektorilta.</li><li>- Kyseenalaisen ja epärehellisen toiminnan sanktiointi.</li><li>- Viranomaisen valvonta markkinasektorilla.</li></ul> <p>Kuusi vastaajaa kahdeksasta viittasi vapaissa vastauksissaan johonkin yllä mainituista kolmesta teeman elementistä. Jokainen kolmesta teeman elementistä liittyy valvovan viranomaisen toimintakehykseen. Voidaan siis todeta, että edustajien mielestä kyseenalaiseen ja epärehelliseen toimintaan tulisi kohdistaa alalla valvontaa suorittavan viranomaisen, Energiaviraston, toimenpiteitä.</p>
<p><b>Teema 2 – Vähittäismyyjät tasa-arvoiseen asemaan markkinoilla.</b> Markkinaosapuolten tasa-arvo status voidaan määritellä tämän tutkimuksen kontekstissa mm. seuraavilla asioilla:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Yleiset ja yhteiset toimintaohjeet markkinasektorille.</li><li>- Markkinaosapuolten tulisi noudattaa yleisiä ja yhteisiä toimintaohjeistuksia.</li></ul> <p>Neljä vastaajaa kahdeksasta viittasi vapaissa vastauksissaan joihinkin yllä mainituista kolmesta teeman elementistä. Edustajien joukosta nousee mielipiteitä, jotka puhuvat yhtenäisten ja selkeiden toimintamallien ja toimintaohjeistusten puolesta.</p>

## 11 TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO JA KEHITYS- IDEAT

Kyselylomakkeeseen kertyneiden vastausten jälkeen voidaan todeta, että kvalitatiivinen kyselytutkimus tuotti uutta tietoa myyjänvaihtoprosessiin liittyvästä problematiikasta. Ensimmäisenä voidaan todeta, että lomakkeen hyvä vastausprosentti kertoo jo sinänsä alan toimijoiden halukkuudesta olla mukana sähköön vähittäismarkkinoiden prosessien kehittämisessä. Kertyneistä vastauksista kyettiin tehdä rationaalisia johtopäätöksiä kvalitatiivisia työkaluja hyödyntäen.

Viivästyneet sanomat ovat problemaattinen asia sähköön vähittäismarkkinoilla. Yhteensä 17 vähittäismyyjien edustajaa ilmoitti, että heidän edustamissaan yhtiöissä on havaittu vuosina 2015–2016 tilanteita, joissa viivästyneet sanomat ovat johtaneet kuluttaja-asiakkaiden menetyksiin. Mikäli lukemaa verrataan Suomessa toimiviin sähköön vähittäismyyjiin (74 kappaletta, verifioimaton lukumäärä), voidaan todeta, että yli viidennes (23 %) Suomessa toimivista sähköön vähittäismyyjistä menettää asiakkaitaan viivästyneiden myynnin aloitusilmoitusten johdosta. Suurin osa (yhdeksän vastaajaa) 17 edustajasta oli sitä mieltä, että kyseessä on lähinnä satunnainen ongelma. Voidaan kuitenkin todeta, että ongelman negatiivinen vaikutus sähköyhtiöiden liiketoiminnalliseen tulokseen on kuitenkin suora. Menetetyn kuluttaja-asiakaan myötä menetetään myöskin asiakkaan vähittäismyyjälle kerryttämä tuotto ja asiakkaan käyttöpaikan (tai paikkojen) edustama markkinaosuus. Yksi jatkotutkimuksen aiheista voisikin olla selvitys myyjänvaihtoprosessin ongelmien tuottamista taloudellisista menetyksistä sähköön vähittäismyyjille.

Vähittäismyyjien edustajat kokivat myös, että myyjänvaihtoprosessin ongelmat eivät liity ainoastaan viivästyneisiin myynnin aloitusilmoituksiin. Vastaajajoukosta 17 edustajaa koki, että myyjänvaihtoprosessin ongelmat eivät rajoitu pelkästään Z03[1] -sanomien viivästyttämiseen. Laadullisen teemoitteluanalyysin jälkeen muiksi ongelmiksi nousivat neljä erilaista problematiikan osa-alueita:

- Toistuva asiakkaiden ”kalastelu/pilkintä” myynnin aloitusilmoituksilla.
- Asiakkaan peruutusosoikeuden laiminlyönti erilaisissa tilanteissa.

- Harhaanjohtava puhelinmyynti (telemarkkinointi).
- epäselvyydet liittyen sopimuksen muotoon tai sen keston.

Edustajat ilmaisivat vastauksissaan selkeästi halukkuutta muokata myynnin aloitusilmoituksen (Z03[1]) lähettämisen aikamäärettä. 16 vastaajaa ilmoitti, että kyseisellä sanomalla tulisi olla tarkka aikamääre, esimerkiksi kaksi vuorokautta. Tällä hetkellä sanoman lähetys on sidottu ET:n ohjeistuksessa ainoastaan sähkön toimituksen alkamiseen. Asiakkaan nykyisen myyjän suorittaman ns. Z05-asiakkaiden kontaktointi selkeytyisi huomattavasti, mikäli sanoman lähettäminen sidottaisiin myöskin sopimuksen tekohetkeen. Problematiikan poistamiseksi ja myyjänvaihtoprosessissa sovellettavan viestinnän eheyttämiseksi ET voisi siis linjata ohjeistuksessaan, että myynnin aloitusilmoitus täytyy myös lähettää kahden vuorokauden kuluessa siitä hetkestä, kun uusi myyjä solmii kuluttaja-asiakkaan kanssa sähkösopimuksen. Mikäli tämänkaltainen linjaus tehtäisiin, viivästyneiden myynnin aloitusilmoitusten luomat ongelmat määräaikaisten sähkösopimusten osalta voisivat pienentyä marginaalisiksi ja kilpailuasetelmasta tulisi sähkömarkkinoilla tasavertaisempi. Kuluttajien etuasema toteutuisi myös paremmin, mikäli kuluttajien nykyiset myyjät kykenisivät tasavertaiseen keskinäiseen hintakilpailuun erilaisten sopimustuotteiden osalta. Voidaan myöskin spekuloiden ajatella, että lisääntyvä kilpailu voisi mahdollisesti myöskin innovoida vähittäismyyjät kehittämään ja lanseeraamaan täysin uusia sopimustuotteita vähittäismarkkinoille, joten sähkösopimusten tarjonta saattaisi monipuolistua.

Edustajat antoivat myöskin hyvissä määrin kehitysideoita ja vapaata palautetta kyselylomakkeen viimeisessä osiossa. Kehitysideoiksi edustajien vapaiden vastausten osalta nousi erityisesti ilmaisu siitä, että epärehelliseen toimintaan sähkön vähittäismarkkinasektorilla täytyisi reagoida jollain tavalla. Tästä voidaan tehdä kiertäen johtopäätös, että Energiaviraston voisi suorittaa enemmissä määrin valvontaa vähittäismarkkinoilla, jotta epärehellinen toiminta kyettäisiin poistamaan markkinasektorilta. Epärehellisen toiminnan voimakkaampi sanktiointi voisi olla yksi keino epärehellisen toiminnan kitkennän osalta. Lisäksi sähkön vähittäismarkkinoille voi-

taisiin rakentaa viranomaistoimenpitein kaikkien vähittäismyyjien yleisesti hyväksymät toimintamallit ja menettelyohjeet. Kyseisten mallien ja ohjeiden noudattamiseen sitoutuminen olisi vähittäismyyntin harjoittamisen yksi edellytys.

Suomessa toimivien sähkön vähittäismyyjien suuresta lukumäärästä johtuen tarkat alakohtaiset menettelyohjeet, prosessimallit ja vähittäismyyjien yleisesti hyväksymät markkinakohtaiset toimintaehdot loisivat pohjan eheälle, selkeälle ja tasavertaiselle toimintaympäristölle. Toimivien sähkömarkkinoiden eduista hyötyvät eittämättä sekä kuluttajat että alakohtaiset liiketaloudelliset myyjäosapuolet. Täydellisen toimintaympäristön saavuttaminen on toki realistisesti ajateltuna naiivia. Tämä ei kuitenkaan saa olla esteenä sille, etteikö toimivampaan kokonaistilanteeseen kannattaisi erilaisilla korjaustoimenpiteillä pyrkiä. Tämän tutkimuksen yhtenä tarkoituksena onkin toimia innovaationa ja alustavana pienimuotoisena ongelmien kartoituksena Suomen sähkömarkkinoilla toimiville asiantuntijoille, viranomaisille ja markkinapoliittisen etujärjestön työryhmille.

Tutkimuksen lopussa haluan vielä lausua henkilökohtaiset kiitökseni niille sähkön vähittäismyyjien edustajille, jotka käyttivät omaa aikaansa vastaamalla elektroniseen kyselylomakkeeseen. Ilman Teidän ainutlaatuista panostanne tämä tutkimus ei olisi saavuttanut sille asetettuja tavoitteita.

## LÄHTEET

Energiateollisuuden jäsenpalvelut. Energiateollisuus ry:n verkkosivut. 2016. Viitattu: 17.12.2016. [http://energia.fi/energiateollisuus\\_jarjestona/jasenyys/jasenpalvelut](http://energia.fi/energiateollisuus_jarjestona/jasenyys/jasenpalvelut)

Energiateollisuus järjestönä. Energiateollisuus ry:n verkkosivut. 2016. Viitattu: 17.12.2016. [http://energia.fi/energiateollisuus\\_jarjestona](http://energia.fi/energiateollisuus_jarjestona)

Energiavirasto sähkö- ja maakaasumarkkinoilla. Energiaviraston verkkosivut. 2016. Viitattu: 13.8.2016. <https://www.energiavirasto.fi/energiavirasto-sahko-ja-maakaasumarkkinoilla>

Energiavuosi 2015. 2016. Kalvosarja, Energiateollisuus ry:n kotisivujen materiaaalipankki. Viitattu 23.8.2016. [http://energia.fi/ajankohtaista\\_ja\\_materiaalipankki/materiaalipankki/energiavuosi\\_2015\\_-\\_sahko.html#material-view](http://energia.fi/ajankohtaista_ja_materiaalipankki/materiaalipankki/energiavuosi_2015_-_sahko.html#material-view)

Energy authority (Energiavirasto). 2016. National Report 2016 to the Agency for the Cooperation of Energy Regulators and to the European Commission. Energiaviraston raportti. Viitattu: 30.9.2016. Taulukon suomennos: Jori Helenius. <https://www.energiavirasto.fi/documents/10191/0/National+Report+2016+Finland+1518-601-2016.pdf/061a4522-d540-4870-a72c-80ce72a84b15>

Epäilyttävistä puheluista syytetty sähkönmyyjä puolustautuu – yhtiöt ovat eri mieltä asiasta. Yleisradion verkkouutinen. 10.11.2015 Viitattu: 11.12.2016. <http://yle.fi/uutiset/3-8444271>

Harhaanjohtavan sähkönmyynnin kohteena etenkin eläkeläiset. 2016. Paikallisvoiman tiedote verkossa. Viitattu: 11.12.2016. <http://www.paikallisvoima.fi/harhaanjohtavan-sahkonmyynnin-kohteena-etenkin-elakelaiset>

Hyvä tietää sähkömarkkinoista. 2016. Energiateollisuus ry:n ja Fingrid Oyj:n esite. Viitattu 4.6.2016. [http://energia.fi/files/280/hyva\\_tietaa\\_sahkomarkkinoista\\_2013.pdf](http://energia.fi/files/280/hyva_tietaa_sahkomarkkinoista_2013.pdf)

Kaakkola, J. 2016. KKV:n lakimies. Sähköpostihaastattelu. 16.9.2016.

Kuluttajan oikeudet vahvistuvat sähkön puhelinmyynnissä. 2016. Tiedote. KKV:n verkkosivut. Viitattu: 11.12.2016. <http://www.kkv.fi/ajankohtaista/Tiedotteet/2016/3.10.2016-kuluttajan-oikeudet-vahvistuvat-sahkon-puhelinmyynnissa/>

Lait ja asetukset. Energiateollisuus ry:n verkkosivut. 2016. Viitattu: 17.12.2016. [http://energia.fi/perustietoa\\_energia-alasta/energiamarkkinat/sanomaliikenne/lait\\_ja\\_asetukset](http://energia.fi/perustietoa_energia-alasta/energiamarkkinat/sanomaliikenne/lait_ja_asetukset)

L 20.1.1978/38. Kuluttajansuojalaki. Säädös säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu: 23.9.2016. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1978/19780038?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=Kuluttajansuojalaki>

L 9.8.2013/588. Sähkömarkkinalaki. Säädös säädöstietopankki Finlexin sivuilla. Viitattu: 24.9.2016. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2013/20130588#Pidp4787376>

Ohjeet ja suositukset. Energiateollisuus ry:n verkkosivut. 2016. Viitattu: 17.12.2016. [http://energia.fi/perustietoa\\_energia-alasta/energiamarkkinat/sanomaliikenne/ohjeet\\_ja\\_suosituksset](http://energia.fi/perustietoa_energia-alasta/energiamarkkinat/sanomaliikenne/ohjeet_ja_suosituksset)

Salomaa, P. 2016. ET, sähkökaupan johtaja. Sähköpostihaastattelu. 20.9.2016

Sopimuksen kesto. 2014. KKV:n verkkosivut, tietoja ja ohjeita. Viitattu: 27.9.2016. <http://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Ostaminen-myyminen-ja-sopimukset/sopimukset/sopimuksen-kesto/>

Sopimusprosessit – Datahub. 2015. Fingrid Oyj:n verkkosivut, Datahub. Liitetiedosto 1. Viitattu: 17.12.2016. <http://www.fingrid.fi/fi/asiakkaat/datahub/prosessityo/Sopimusprosessit/Sivut/default.aspx>

Sähkönmyyjä kalastelee kilpailijan asiakkaita huijaussoitoilla – yhtiöt selvittävät epäilyjä. Yleisradion verkkouutinen. 6.11.2015. Viitattu: 11.12.2016. <http://yle.fi/uutiset/3-8437415>



Sähkön myyntiehdot – SME 2014. Energiateollisuus ry:n alakohtainen ohjeistus. Viitattu: 27.9.2016. [http://energia.fi/files/1053/Sahkonmyyntiehdot\\_SME\\_2014\\_20160118.pdf](http://energia.fi/files/1053/Sahkonmyyntiehdot_SME_2014_20160118.pdf)

Sähkön vähittäismarkkinoiden menettelytapa- ja sanomaliikenneohje. 15.12.2016. Energiateollisuus ry:n kotisivujen materiaalipankki. Viitattu: 3.1.2017. [http://energia.fi/files/1350/Vahittaismarkkinoiden\\_menettelytapa-\\_ja\\_sanomaliikenneohje.pdf](http://energia.fi/files/1350/Vahittaismarkkinoiden_menettelytapa-_ja_sanomaliikenneohje.pdf)

Sähkön vähittäismarkkinat Suomessa. Energiaviraston verkkosivut. 2016. Viitattu: 4.6.2016. <https://www.energiavirasto.fi/sahkon-vahittaismarkkinat-suomessa>

Sähkönverkon haltijat. Energiaviraston verkkosivut. 2016. Viitattu: 23.8.2016. <https://www.energiavirasto.fi/sahkoverkon-haltijat>

Verkkokauppa ja muu etämyynti. 2015. Kuluttaja-asiamiehen linjaus. KKV:n verkkosivut. Viitattu 11.12.2016. <http://www.kkv.fi/ratkaisut-ja-julkaisut/julkaisut/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/aihekohtaiset/verkkokauppa-ja-muu-etamyynni/#15>

Värilä, A. 2016. Energiaviraston johtava asiantuntija, vähittäismarkkinat. Sähköpostitiedustelu. 19.4.2016.

## LIITTEET

**Liite 1.** Sähköön vähittäismyyjille suunnattu elektroninen kyselylomake.

**Kysely sähköön vähittäismyyjille - Viivästynyt sanomaliikenne myyjänvaihtoprosessissa.**

### Taustatiedot

1. Onko yhtiönne...
2. Asemanne yhtiössä
- 2.1 Mikäli olette muu toimihenkilö, antakaa kuvaus asemastanne
3. Koska olette aloittaneet työskenntelyn kuluttajamyynnin esimiehenä tai muun toimihenkilön toimessa? (Syötä vuosiluku).
4. Kuinka paljon yhtiönne myynnissä on kuluttaja-asiakkaiden käyttöpaikkoja?

### Viivästyneiden sanomien problematiikka myyjänvaihdoksessa

5. Kuuluuko liiketoiminnalliseen strategiaanne myyjänvaihtoa suorittavien kuluttaja-asiakkaiden eli ns. "Z05-asiakkaiden" -kontaktointi?
6. Oletteko kohdanneet vuosina 2015-2016 tilanteita, joissa kilpaileva sähköyhtiö on viivästyttänyt sanomaliikennettään ja viivästyneet sanomat ovat johtaneet asiakkaan menetykseen?
- 6.1 Mikäli vastasitte kyllä edelliseen kysymykseen, antakaa arvio edellä mainitun tilanteen toistuvuudesta ja yleisyydestä vuosina 2015-2016.
- Tilanne toistuu todella harvoin  
 Tilanne toistuu harvoin  
 Tilanne toistuu satunnaisesti  
 Tilanne toistuu usein  
 Tilanne toistuu todella usein
7. Koetteko, että myyjänvaihtoprosessiin liittyy jokin muita ongelmia?

7.1 Mikäli vastasitte edelliseen kyllä, antakaa vapaa kuvaus ongelmatilanteista, joita edellä mainittuun prosessiin mielestänne liittyy

8. Miten selkeäksi koette alla olevan osuuden Energiateollisuus ry:n ohjeistuksesta "Menettelyohjeet myyjille ja verkkohaltijoille myyjänvaihtotilanteisiin"?

- Erittäin tulkinnanvarainen
- Jokseenkin tulkinnanvarainen
- Ei selkeä eikä tulkinnanvarainen
- Jokseenkin selkeä
- Erittäin selkeä
- En osaa sanoa

"Mikäli myyjä haluaisi odottaa asiakkaan peruuttamisoikeuden umpeutuvan ennen sanoman lähettämistä, tämä pitkittäisi asiakkaan vaihtoprosessin vähintään 5 viikkoon. Tämä ei ole lainsäädännön periaatteiden mukaista eikä toimialan kannalta toivottava toimintamalli. Jos myöhäisemmästä toimituksen alkamisesta nimenomaisesti sovitaan asiakkaan kanssa, ei toimialan ohjeistuksessa ole tähän estettä. Asiasta on kuitenkin selkeästi sovittava asiakkaan kanssa ja hänen on ymmärrettävä, milloin toimitus alkaa."

9. Pitäisikö mielestänne myynnin aloitusilmoituksen (Z03[1]) lähettämiseksi olla tarkka aikamääre, esimerkiksi 2-3 arkipäivää?

-Valitse tästä-

### Vapaa palaute

10. Tässä kohdassa voitte antaa vapaan palautteen ja omat kehitysideoinne liittyen myyjänvaihtoprosessin selkeyttämiseen - Sana on vapaa

Kiitos kyselyyn osallistumisesta. Lähetämme teille tutkimuksen tulokset opinnäytetyön valmistuttua. Mukavaa syksyn jatkoa!