



TILILUOTON KEHITTÄMINEN

Case: K-Rauta Tourutorni

Minna Sihvonen

**Opinnäytetyö
Huhtikuu 2009
Liiketalous**



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**

Tekijä(t) SIHVONEN, Minna	Julkaisun laji Opinnäytetyö	
	Sivumäärä 79	Julkaisun kieli suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____ saakka	
Työn nimi TILILUOTON KEHITTÄMINEN Case: K-Rauta Tourutorni		
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) ESKOLA, Anne		
Toimeksiantaja(t) Tourutorni Oy		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön toimeksiantajana oli jyvaskyläläinen rautatavaratalo K-Rauta Tourutorni. Tutkimuksen tavoitteena oli kehittää toimeksiantajayrityksen välittämän kuluttajille tarjottavan rahoitustuotteen eli OP-Pohjolan tililuoton myyntiä. Kehittäminen toteutetaan parantamalla myyjien osaamista vähittäiskaupan välittämän hyödykesidonnaisen kulutusluoton myymiseen liittyvistä säädöksistä, ja oppimisen tueksi perehdyttämiseen laaditaan käyttäjän käsikirja. Lisäksi tutkimuksessa haettiin ratkaisua tililuoton tarjoamiseen oikealle kuluttajaryhmälle sekä kaupan oman laskutuksen minimoimiseen kuluttaja-asiakkailta.</p> <p>Tutkimus oli kehittämistutkimus. Tutkimus on sovellettu palvelemaan tietyn yrityksen tarpeita ja erityispiirteitä. Tutkimusmenetelmänä oli laadullinen tutkimus, jossa hyödynnettiin haastatteluja, havainnointia ja dokumentteja. Viitekehyksessä käsiteltiin kuluttajasuojalain asettamia säädöksiä kulutusluottojen myynnistä sekä luottosuhteiden riskienhallintaa.</p> <p>Tutkimustulosten mukaan kohdeyrityksen tililuoton myyntiä saadaan kehitettyä parantamalla myyjien tuotetietoutta tililuotosta ja perehdyttämällä heitä OP-Pohjolan verkkopalvelun käyttöön. Lisäksi tililuoton aktiivista tarjoamista asiakkaille tulisi lisätä korostamalla kuluttajalle edullista tapaa saada vakuudeton luotto. Henkilökunta tarvitsee lisää motivaatiota ja yhteishenkeä onnistuakseen tililuoton myynnissä, joka puolestaan edesauttaa kaupan kokonaisyntymisen parantamista talouden vaikeana aikana lisämyyntiä tavoiteltaessa. Tililuoton kohderyhmäksi valitaan remontoija-asiakkaat sekä suurempia kertaostoksia tekevät pieniasiakkaat. Laskutuskauppaa jatketaan rakentaja-asiakkailta, joiden projektin laajuuteen tililuotto ei sovellu.</p>		
Avainsanat (asiasanat) kulutusluotot, luottokauppa, vähittäiskauppa, kuluttajansuojalaki		
Muut tiedot		

Author(s) SIHVONEN, Minna	Type of Publication Bachelor´s Thesis	
	Pages 79	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title IMPROVING CONSUMER CREDIT FACILITIES Case: K-Rauta Tourutorni		
Degree Programme Business Administration		
Tutor(s) ESKOLA, Anne		
Assigned by Tourutorni Oy		
Abstract <p>This bachelor's thesis was assigned by K-Rauta Tourutorni in Jyväskylä. The aim of the thesis was to promote the sales of OP-Pohjola's credit facilities among the customers of the case company. This was achieved by improving the sales assistants' knowledge of the obligations related to commodity-linked credit instruments in the retail business by preparing a user's guidebook. In addition, the study was trying to find ways to define the right consumer group and to minimize the retailer's own invoice processing.</p> <p>This study is an action research. The research is modified to meet the case company's needs and specific objectives. The research approach was qualitative, using interviews, observation and documents. The frame of reference focuses on the rules and regulations of the Consumer Protection Act regarding consumer credit and credit risk management practices.</p> <p>According to the research results, the sales of consumer credit facilities in the case company can be improved by increasing the sales assistants' product knowledge and familiarity with OP-Pohjola's online services. In addition, the services should be offered more actively to customers as a possibility to get credit without collateral. To succeed in selling consumer credit, the staff needs team spirit and motivation, which can help to increase the company's total sales in these financially difficult times. The target group of consumer credit instruments consists of consumers interested in home renovations and customers planning to make a big purchase. Normal invoicing procedures will be continued with builders whose projects are so expensive that credit sales cannot be used.</p>		
Keywords consumable credits, credit trade, retail trade, consumerisms law		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO.....	4
1.1 Tutkimuksen lähtökohta ja vanha toimintatapa.....	5
1.2 Uuden toimintamallin tavoitteet.....	6
2 TOIMEKSIANTAJA.....	9
2.1 Rautakesko.....	9
2.2 K-Rauta.....	10
2.3 Tourutorni.....	11
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	12
3.1 Tutkimusongelma.....	12
3.2 Laadullinen tutkimus.....	12
3.3 Rajaukset.....	14
3.4 Tutkimuksen vaiheet.....	14
3.4 Aikaisemmat tutkimukset.....	15
3.5 Haastattelu.....	16
3.6 Havainnointi.....	18
4 KULUTUSLUOTTOJEN MARKKINOINTI.....	20
4.1 Kulutusluotto.....	20
4.2 Kulutusluoton markkinointi.....	21
4.3 Luoton käsitteet.....	23
4.3.1 Kertaluotto.....	23
4.3.2 Tililuotto.....	24
4.3.3 Muita luottoon liittyviä käsitteitä.....	25
4.3.4 Korko.....	26
4.3.5 Todellinen vuosikorko	26
4.4 Vastuullinen luoton tarjoaminen ja kuluttajan maksukyky...28	

4.5 Sopimaton ja harhaanjohtava markkinointi.....	30
4.6 Kulutusluottosopimus.....	30
4.7 Riskienhallinta luotonannossa.....	31
4.8 Luottoriskit uusasiakashankinnassa.....	31
4.9 Automaattinen päätöksenteko.....	32
5 TILILUOTON MYYNNIN ONGELMAKOHTIEN	
ANALYSOINTI.....	34
5.1 Kerätyn aineiston analysointi.....	34
5.2 Laskutuskaupan poistamisen mahdottomuus.....	35
5.3 Tililuoton tarjoaminen asiakkaille.....	37
5.4 Muita ongelmia tililuoton kanssa.....	40
6 TOIMINTASUUNNITELMA TILILUOTON MYYNNIN	
KEHITTÄMISEEN.....	42
6.1 Kaupan oma laskutus.....	42
6.2 Myyjien toiminnan aktivointi.....	43
6.3 Kohderyhmän tarkentaminen tililuotoille.....	45
6.4 Käyttäjän käsikirja.....	46
7 POHDINTA.....	47
LÄHTEET.....	49
Liite 1	51
Liite 2	52
Liite 3.....	53

KUVIOT

Kuvio 1. Esimerkki oikeasta ja väärästä kertaluottomainonnasta....21

**Kuvio 2. Esimerkkimainos tililuoton oikeasta ja väärästä
mainonnasta.....22**

Kuvio 3. Esimerkkimainos todellisen vuosikoron ilmoitustavoista...25

TAULUKOT

Taulukko 1. Asiakasryhmien maksuvaihtoehdot.....38

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on tililuoton myynnin kehittäminen. Opinnäytetyön päätavoitteena on rakentaa kulutusluoton myynnin ja markkinoinnin kehittämiseksi rauta- ja sisustustavaratalon myyjille yksinkertaistettu toimintamalli asiakaskohtaamiin eli niin sanottu käyttäjän käsikirja. Käsikirjassa kootaan teoriaosan käsitteistö ja kuluttajasuojalain säädökset tiivistettyyn helposti luettavaan muotoon. Toinen merkittävä tekijä on liikkeen oman laskutusjärjestelmän mahdollinen lakkauttaminen kuluttaja-asiakkailta ja siirtyminen kokonaan OP-Pohjola-pankin myöntämän rahoituksen tarjoamiseen pidempää maksuaikaa tavoiteltaessa. Muutosvastarintaa on odotettavissa laajasti kummankin käsiteltävän aihealueen suhteen etenkin asiakkaiden taholta, mutta myös henkilökunnan osalta. Onhan kyseessä suuri muutos koko liikkeen olemassaolon historiassa, jos laskutusjärjestelmä lakkautetaan.

Tutkimuksen teoreettisessa osassa selvitetään kulutusluoton yleisiä käsitteitä. Kulutusluottoihin luetaan kaikki kuluttajille tarjottavat kulutushyödykkeiden hankkimiseen tarkoitetut luotot, joten aihealue olisi ilman selvää rajausta hyvin laaja. Opinnäytetyössä on tarkoitus keskittyä tili- ja kertaluottojen ominaisuuksiin. Merkittävänä tekijänä kulutusluoton markkinoinnissa on lainsäädäntö, eli luoton myöntäjän tai välittäjän on tunnettava kuluttajasuojalain säädökset sallituista toimintatavoista sekä riittävän yksityiskohtaisesta informoinnista asiakkaille luoton ehtoihin liittyen.

Laskutuskaupan lainsäädäntö kuuluu lyhytaikaisten maksujärjestelyiden osa-alueeseen, joka eroaa selvästi kuluttajasuojalain alaisista kulutusluotoista. Erona laskutuskauppaan ovat luoton saamisen tiukemmat ehdot, koska vastuun kantajana on pankki. Vakuudettomista luotoista peritään tavallisesti myös korkeampaa korkoa kuin varsinaisesti pankista myönnettyistä vakuudellisista luotoista. Uudessa toimintamallissa kauppa ei kanna enää riskiä asiakkaiden maksukyvyistä, vaan pankki vastaa kaikesta.

1.1 Tutkimuksen lähtökohta ja vanha toimintatapa

Tämän tutkimuksen toteuttamiselle huomattiin tarve kesällä 2008. Työskentelin kyseisessä liikkeen toimistossa, ja työtehtäviini kuului ostoreskontran ja asiakastilien hoitaminen. Havaittu ongelma korostui osana omia työtehtäviäni, ja myös esimieheni oli huomannut tarpeen parantaa tämän ongelmakohdan toimintaa. Niin henkilökunnalle kuin asiakkaillekin hankalasti käsiteltävästä tililuotosta on välittynyt negatiivinen mielikuva, joten kaupan henkilökunta ei mielellään edes tarjoa luottoa maksuvaihtoehtona, vaan tyytyy turvalliseen vaihtoehtoon eli kaupan oman laskutustilin avaamiseen.

Toimeksiantajayritys tarvitsisi rohkeutta päästää irti vanhoista tavoista. Kun vanhoihin tapoihin turvaudutaan mutkitta, ei henkilökunnan koulutukseen panosteta tai mietitä uusia keinoja asiakaskohtaamisiin tililuoton helpomman myymiseen kannalta. Myyjät eivät pidä tililuoton myymistä tärkeänä asiana, koska eivät pidä itseään rahoitusneuvottelijoina tai pankkitoimihenkilöinä. Tutkimuksen merkitys selittyy sillä, että kauppa haluaa siirtää oman vastuunsa asiakkaiden mahdollisista luottotappioista laskutuskauppaan liittyen, minkä ratkaisuna on tililuoton tarjoaminen maksuvaihtoehtona.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on jyväskyläläinen rautatavaratalo Tourutorni, joka on kauppiasvetoinen yritys ja kuuluu Rautakeskon alaisuudessa toimivaan rautakauppa- ketjuun K-Rautaan. Toimeksiantajalta löytyy tarvetta tutkittavan aihealueen parantamiseksi, koska kaupan toimintojen on kehityttävä eteenpäin. Kulutusluoton tarjoaminen rautakauppaympäristössä on liikkeelle vielä melko uusi asia. Henkilökunta ei ole perehtynyt vielä kunnolla kulutusluoton tarjoamiseen, mikä hankaloittaa vähäistenkin asiakasmäärien luottosuhteen sujuvaa aloittamista. Tarve on jatkuvasti kasvava.

Tähän mennessä kaupassa on avattu päivittäin useita laskutustilejä yksityisille rakentaja- ja remontoija-asiakkaille. 10 päivän maksuehdolla toimiva laskutuskauppa kuluttaja-asiakkaille on merkittävä osa kaupan kokonaisymyynnistä, eikä näitä asiakkaita ole varaa menettää. Rautakaupan toiminnan luonteeseen kuuluu olennaisesti, että asiakkaalla on isompi rakennus- tai remontointiprojekti, johon rakennustarvikkeita haetaan tarvittavia määriä töiden edistyessä. Asiakkaalle on yksinkertaista ottaa tuotteet laskulle, eikä maksaa joka kerta ostoksia erikseen. Viikon aikana tehdyt ostokset kerätään kerran viikossa asiakkaalle postitettavaan koontilaskuun, josta asiakkaan on helppo tarkistaa kertyneet ostokset ja maksaa suurempi summa kerralla, pysyen samalla ajan

tasalla projektin etenemisestä. Tiliasiakkaille tärkeitä ovat myös kaupan myöntämät alennusprosentit ostoksista tuoteryhmittäin.

Asiakkaan sitouttaminen ostamaan samasta liikkeestä kaikki tarvitsemansa projektin tarvikkeet on yritykselle hyvin kannattavaa. Kokonaisasiakkuus tuo asiakkaalle myös parhaat edut hintoja ajatellen sekä parhaan kokonaisvaltaisen palvelun projektin alusta loppuun. Asiakas tunnetaan liikkeessä ja hänen tarpeensa tiedetään. Asiakas sitoutetaan Plussa-kanta-asiakasohjelman kautta ja hänen on mahdollisuus saada Oma Myyjä. Laskutustilien lakkauttamisen jälkeen kaupalle jää valtava aukko paikattavaksi, jotta asiakkaat saadaan sitoutettua yhtä hyvin kuin aikaisemmin, ehkäpä jopa entistä kestävämmiin.

Asiakkaille etua tarjotaan mahdollisuutena pienien kuukausierien maksamisella hankkia suurempia hyödykkeitä, koska ensimmäinen maksuerä tarvitsee suorittaa vasta kolmen kuukauden kuluttua ostoksen tekemisestä. Asiakas saa valita, maksaako kaiken kerralla vai jakaako luottosumman pitemmälle ajalle maksettavaksi.

1.2 Uuden toimintamallin tavoitteet

Toimeksiantajayritys hyötyy opinnäytetyöstä liiketoiminnan kehittyessä mahdollisesti eteenpäin, kaupan saadessa lisämyyntiä ja henkilökunnan ammattitaidon parantuessa. Rautakesko tavoittelee uudella toimintatavalla vanhan rakentajatilin ja uuden tililuoton yhdistämistä. OP-Pohjola-pankin tililuotto avataan rakentajille ja remontoijille aina kaupan oman rakentaja- tai remontoijatilin yhteyteen. K-Raudan tarjoama rahoitusmahdollisuus on pankkilainan jatke rakentajille, ja isompaa remonttia tekeville tarjotaan suoraan jatkuvaa tililuottoa. Rautakesko tavoittelee näin ollen kokonaisvaltaisempaa asiakkuutta, koska asiakas ohjataan samalla ostamaan liikkeestä tarvitsemansa sisustus- ja piharakentamistuotteet perusrakennusmateriaalien lisäksi. (Rautakesko 2008.)

Uudessa toimintamallissa pienille kodin remontoijille ei tarvitse avata rakentajatiliiä laisinkaan, vaan heidät ohjataan käyttämään ostoksiensa tekemiseen kertaluontoista tililuottoa. Luottopäätöksen saavuttua tilitykset onnistuvat Pohjolasta nopeasti. Tililuo-

tollinen asiakas voi liikkeessä asioidessaan kuitata ostoksensa kätevästi kassalla, jolloin kassatoimihenkilö tekee katevarauksen järjestelmään, ja tieto luoton käytöstä lähtee suoraan OP-Pohjolaan. Tulevaisuudessa ainoa vaihtoehto käteismaksutavalle on tililuoton hankkiminen. (Rautakesko 2008.)

Uudessa toimintamallissa rakentajat ja remontoijat jaetaan selkeästi kahteen ryhmään. Rakentajien asiakkuus tuo kaupalle selkeästi suurempaa kassavirtaa kuin pienremontoijat, joten heille on järkevää antaa suurempia etuuksia ja joustavuutta. Rakentaja-asiakkaiden ryhmä saa edelleenkin valita kassalla, haluaako tehdä ostoksensa rakentajatilille vai tililuotolle. Asiakkaiden kannattaa hyödyntää osissa maksamisen joustavuutta. Myyjän on helppo perustella asiakkaalle kertaluontoisen tililuoton ottamista kolmen kuukauden korottomalla maksuajalla. (Rautakesko 2008.)

Uuden asiakkaan tarvitsee tulevaisuudessa täyttää vain yksi selkeä hakemuslomake rakentajatilin ja tililuoton avaamiseksi. Tämän lomakkeen perusteella myyjä tekee tililuottihakemuksen OP-Pohjolan verkkopalveluun. Kaupan ei tarvitse enää suorittaa uusien asiakkaiden luottotietojen tarkistusta, koska luottoa haettaessa Pohjolan järjestelmät tarkistavat asiakkaan luottokelpoisuuden. Pohjolan järjestelmä tekee automaattisesti asiakkaan elämäntilanteesta pisteytyksen luottihakemukseen syötettyjen tietojen perusteella. Luottihakemuksessa kysyttävistä asioista valitaan pudotusvalikoista valmiit vaihtoehdot. Hakemuksessa olennaisimmat seikat ovat asiakkaan tulot, vakiituinen työpaikka, aikaisemmat luotot ja omistusasunto. Käyttäjien kokemusten perusteella järjestelmä on hyvin mustavalkoinen ja suoraviivainen. Järjestelmän laskurit eivät pysty mitenkään inhimillisesti määrittelemään asiakkaita, joten automaattinen päätöksenteko ei vielä täysin onnistu, vaan osa luottohakemuksista on käsiteltävä manuaalisesti. (Rautakesko 2008.)

Pohjolan tarjoaman tililuoton ehdot ovat pääsääntöisesti yksinkertaiset. Enintään luottoa voi saada 17 000 euroa, jos hakevan asiakkaan maksukyky tämän sallii. Asiakkaan ensimmäisestä ostoksesta tarjotaan kolmen kuukauden korotonta maksuaikaa, eli ensimmäinen lasku tulee kahden ja puolen kuukauden kuluttua. Luoton avaamiseen ei liity erillistä maksua, mutta jokaisesta laskutettavasta lyhennyserästä peritään kuuden euron käsittelymaksu. Luoton korko määräytyy OP-Pohjola-pankin muuttuvasta prime-korosta ja 3,9 prosenttiyksikön marginaalista. Todellisen vuosikoron määräytymistä laskettaessa on otettava huomioon luoton kaikki kulut. Luoton laina-ajaksi määritel-

lään summasta riippuen yhdestä seitsemään vuotta, mutta on kuitenkin otettava huomioon, että luoton minimilyhennys on 1,7 prosenttia. Halutessaan asiakas voi hakea luoton alkuun lyhennysvapaita kuukausia yhdestä kuuteen kuukauteen tai sopia maksuvapaata lyhennyserien väliin. Luoton maksaminen nopeammin kuin sovitussa maksusuunnitelmassa on myös mahdollista, jos asiakas haluaa maksaa laskutettua suuremman summan (ks. liite 2). (K-Rauta 2009.)

Entiseen laskutusjärjestelmään verrattuna tililuotto tarjoaa asiakkaalle paremmat edut, koska aikaisemmin laskutuskaupasta ei kertynyt plussa-pisteitä, vaan ainoastaan käteisostoksista. Nyt plussa-pisteet kertyvät asiakkaalle tililuottoa käytettäessä, joten asiakas voi hyödyntää tästä kertyviä rahan arvoisia etuja. Tililuottoa on mahdollisuus käyttää kaikissa K-Raudan myymälöissä, eikä pelkästään Tourutornissa. Lisäksi asiakas voi myöntää luottoon käyttöoikeuden muille perheenjäsenilleen tai remonttimiehelle. (K-Rauta 2009.)

2 TOIMEKSIANTAJA

Toimeksiantaja-osiossa esitellään opinnäytetyön kohteena oleva yritys. Osiossa havainnollistetaan portaittain ketjun muodostuminen toimintayksiköittäin Rautakeskosta K-Rauta Tourutorniin. Kesko-konsernin jakautuminen useisiin vähittäiskaupan muotoihin on hyvin monipuolista. Rautakeskon toiminta on vain yksi osa koko suurta konsernia.

2.1 Rautakesko

K-Rauta Tourutorni on kauppiasvetoinen rautakauppa ja kuuluu Rautakeskon alaisuuteen. Kesko-konserniin kuuluva suomalainen Rautakesko Oy harjoittaa rauta- ja sisustustarvikkeiden kauppaa Pohjoismaissa, Baltiassa ja Pietarin alueella Venäjällä. K-Rautaketjun lisäksi Rautakeskon vähittäiskaupparyhmään kuuluvat Rautia, Byggmaker ja Senukai. Kesko on lunastanut paikkansa johtavana kaupan alan palveluyrityksenä sekä arvostettuna pörssiyhtiönä. Koko konsernilla on toimialueellaan yhteensä 2000 ketjuliikettä. Rautakesko on markkinajohtaja alueellaan ja koko Euroopassa viidenneksi suurin toimija. Rautakeskon tarkoituksena on vastata vähittäiskauppaketjunjensa konseptien johtamisesta, kehittämisestä ja markkinoinnista sekä toimivasta kauppapaikkaverkostosta ja kauppiasresursseista yhdessä paikallisten kauppiaiden kanssa koko toimialueellaan. Rautakeskon vahvuutena on mahdollisuus tutkia laajasti asiakkaiden mieltymyksiä ja näin ohjata kehitystä. Suuri toimija pystyy hankkimaan edullisilla hinnoilla tavarantoimittajilta tuotteita ympäri maailmaa ja tehokas logistiikkaverkosto turvaa tavaranoiman nopean liikkumisen. (Kesko 2008.)

Rautakeskon vähittäiskauppaketjut palvelevat niin kuluttaja- kuin ammattiasiakkaitakin. Kuluttaja-asiakasryhmä koostuu kodin rakentajista, sisustajista sekä remontoijista, kun taas ammattiasiakkaat monenkokoisista rakennusliikkeistä, teollisuus- ja palveluyrityksistä sekä julkisyhteisöistä. Suuria rakennusliikkeitä ja teollisuutta palvelemaan on luotu oma konseptinsa, Rautakesko Yrityspalvelu. (Kesko 2008.)

Rauta- ja sisustuskaupan alaan liittyvät markkinat olivat Suomessa vuonna 2007 noin

4,0 miljardia euroa, josta K-ryhmän rautakaupoilla on halussaan noin 36 prosentin markkinaosuus. Rautakeskon Suomen ketjut koostuvat K-Rauta-ketjuun kuuluvista 41 kaupasta, Rautia-ketjun 104 kaupasta, joista 45 toimii samalla myös K-maatalouskauppoina. Myynnin rakenne Rautia-kaupoissa painottuu K-Rautoja enemmän perusrakentamisen tuotteisiin. Yhteenlaskettu vähittäismyynti K-rauta- ja Rautia-ketjujen, Rautakesko Yrityspalvelun sekä K-asiakassopimuskauppojen Suomessa oli vuonna 2007 1 575,3 miljoonaa euroa. Pääkilpailijat Suomessa ovat Starkki, Puukeskus, S-ryhmä ja Bauhaus. (Kesko 2008.)

2.2 K-Rauta

K-Raudan perusajatuksena on asiakaslupaus, jossa sanotaan: ”K-rauta lupaa asiakkailleen toiveiden mukaiset turvalliset rakentamisen ja asumisen ideat ja ratkaisut”. K-Rauta-ketjun pitää lunastaa tämä lupaus, koska se on merkittävä ohjenuora koko ketjun toiminnalle. Palveluiden ja tuotteiden osalta asiakaslupaus toteutetaan olemalla alan edelläkävijä, joka tarjoaa asiakkaille hyvää palvelua, uusia ideoita ja toteuttamisratkaisuja. Lisäksi monipuolinen laatuvalikoima, jota täydennetään vaihtuvilla sesonkituotteilla sekä asennus- ja suunnittelupalvelut täydentävät kokonaisuutta. Asiakaslupaus pyritään toteuttamaan henkilöstön osalta ylittämällä asiakkaiden odotukset, mikä saadaan aikaan henkilöstön asiantuntijuudella sekä olemalla kiinnostunut ratkaisemaan asiakkaan tarpeet turvallisemmalla, laadukkaammalla ja edullisemmalla asiakkaan yllättävällä kokonaisuudella. Tätä edesauttaa hyvän työyhteisön luominen, osastojen välinen yhteistyö ja yhteiskunnallisen vastuun kantaminen. Organisaation toiminta-ajatuksen voi kiteyttää lauseeseen, ”K-Rauta toteuttaa kanssasi”. (Tourutorni 2008.)

Kokonaisratkaisuja kodin sekä pihan rakentamiseen ja sisustamiseen tarjoava K-Rauta-ketju pitää kilpailuetunaan kilpailijoihin verrattuna suurempia myymälöitä ja noutopihojaan. K-Rauta-konsepti eroaa vahvuuksillaan perinteisistä eurooppalaisista DIY(tee-se-itse)-konsepteista, koska se on onnistunut yhdistämään kuluttaja- ja ammattiasiakkaiden palvelukonseptit, valikoimat ja toimintamallit. (Rautakesko 2009.)

2.3 Tourutorni

K-Rauta Tourutornin konseptinmukainen myymälä sijaitsee Jyväskylän Tourulassa. Tourutornin organisaatiossa myymälätoiminnot on jaettu neljään kaupalliseen osastoon, jotka ovat rakennustarvike, talotekniikka, sisustus ja kodinkone sekä työväline ja piha ja puutarha. Lisäksi tukitoimintoina ovat kassat, varastomyymälä sekä konttori. Tulostavasti päälliköt johtavat yksiköitä ja päälliköiden esimiehinä toimivat myymäläpäällikkö ja kauppias, jotka vastaavat kaupan operatiivisesta johtamisesta yhdessä. Pekka Elonheimo on toiminut Tourutornissa kauppiana vuodesta 1994 lähtien ja myymäläpäällikkönä syksystä 2008 lähtien on toiminut Tommi Jämsén. Tourutorni työllistää vakituisesti noin 40 henkilöä ja kesän sesonkiaikana liikkeessä työskentelee noin 60 henkilöä. (Tourutorni 2008.)

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimusosiossa käsitellään tutkimuksen tekemiseen liittyviä perusasioita. Tavoitteena on kertoa mikä tutkimuksen kohteena oleva ongelma on, minkä tyyppinen tutkimus on kyseessä sekä miten tutkimus toteutetaan. Osiossa kuvataan tutkimuksen etenemistä vaiheittain sekä siinä käytettyjä tutkimusmenetelmiä.

3.1 Tutkimusongelma

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelman pääkysymyksenä on, miten tililuoton myynnin kehittäminen onnistuu K-Rauta Tourutornissa. Tavoitteena on löytää ratkaisukeinoja tililuoton myynnin lisäämiseen, johon olennaisena osana vaikuttavat myyjien työskentely asiakaskohtaamisissa, oikeanlaisten asiakkaiden valitseminen kohderyhmäksi ja johdon panostus asian tärkeyteen. Tililuoton kehittämisestä voidaan siis kysyä, miksi pitää myydä, kenelle kannattaa myydä ja miten kannattaa myydä.

Tutkimuksen tavoitteena on löytää ongelmakohtiin sopivia ratkaisuja, mikä edesauttaa osaltaan koko kaupan myynnin kehitystä. Lähtökohtana voidaan miettiä, miksi kaupan kannalta tililuottoa on parempi tarjota kuluttaja-asiakkaille kuin vanhaa laskutustiliä. Tarkoituksena on saada vähennettyä kaupan omaa laskutusta kuluttaja-asiakkailta määrällisesti, jolloin tarvitaan vähemmän resursseja laskutukseen ja luottoriskit pienevät. Tavoitteena on myös selvittää, miten ammattitaitoisesti henkilökunta osaa myydä tililuottoa ja hallitsevatko he luoton myyntiin liittyvät tekniset asiat.

3.2 Laadullinen tutkimus

Opinnäytetyö on kvalitatiivinen tutkimus. Tutkimuksessa haetaan ratkaisua käytännön ongelmaan ja yritetään etsiä parempaa toimintatapaa, joten se on toiminnallinen opinnäytetyö eli kehittämistutkimus. Tutkimuksessa on tarkoituksena perehtyä toimeksiantajayrityksen toimintoihin perusteellisesti, jotta voitaisiin antaa ohjeita ja kehitysehdo-

tuksia yrityksen toimintatapojen parantamiseksi entisestään. Tutkijalla oli jonkin verran ennakkokäsitystä ja tietoja yrityksestä ennen tutkimuksen aloittamista, koska tutkija on työskennellyt jonkin aikaa toimeksiantajayrityksessä.

Empirian hankinta eli tutkimuksen aineiston kerääminen on toteutettu teemahaastatteluilla sekä havainnoimalla yrityksen toimintaa työskentelemällä yrityksessä kesällä 2008. Työn aineisto on kuitenkin suurimmaksi osaksi kerätty lähdekirjallisuuden perusteella ja haastattelemalla. Lisäksi tutkija on tutustunut Rautakeskon koulutusmateriaaleihin, minkä perusteella osa käyttäjän käsikirjaa on laadittu. Ensimmäinen haastattelu on toteutettu toimiston henkilökunnalle kesällä 2008 ja tammikuussa 2009 toteutettiin toinen teemahaastattelu toimiston henkilökunnalle sekä myyjille. Opinnäytetyön aihe on yksilöllinen, koska se toteutetaan toimeksiantona yritykselle. Tutkimus ei suoranaisesti ole siirrettävissä toiseen toimintaympäristöön tai yleistettävissä, koska henkilökunnan resurssit toimia sekä paikallinen asiakaskunta ovat olennaisia tutkimuksen laatuun vaikuttavia tekijöitä.

Tutkimus on luonteeltaan kehittämistutkimus, jonka tavoitteena on kehittää toimeksiantajayrityksen välittämää tililuoton myyntiä. Kehittämistutkimuksen tavoitteena on tarjota juuri tämän yrityksen tarpeita palveleva ratkaisu. Yrityksessä työskentelevät henkilöt ovat havainneet ongelmaan liittyvän muutostarpeen. Aiheen tutkijana on oleellista selvittää ongelman vakavuus organisaatiossa. Kun myös muut organisaatiossa työskentelevät henkilöt ovat huomanneet todellisen muutostarpeen, on heidän myös helpompaa sitouttaa itsensä lopulliseen ehdotettavaan ratkaisuun. (Tamminen 1993, 161.)

Tämän tutkimuksen keskeisenä osana korostuu osallistuvuus, joka on tärkeää suurelle osalle kvalitatiivisia tutkimuksia. Tutkittavien henkilöiden kanssa läheiseen kontaktiin päästään hyvin kenttätyön kautta eli tutkijalla on tarkoitus pyrkiä säilyttämään tutkittava ilmiö luonnollisena ilman, että tutkittava tilanne häiriintyy ulkopuolisesta seikasta johtuen. Tutkimuksessa on siis tarkoituksena tavoittaa tutkittavien henkilöiden näkökulma tutkittavaan ilmiöön. On myös otettava kantaa tutkijan suhtautumiseen kentän tapahtumiin, eli osallistuuko hän toimintaan vai pysyykö ulkopuolisena puolueettomana tarkkailijana. Tämä objektiivisuuden näkökulma on tutkimuksessa selvä, koska tutkija osallistuu toimintaan hyvin tiiviisti, joten omat asenteet ja arvostukset tutkimuskohteeseen eivät jää heijastumatta tutkimustyön lopputulokseen. (Eskola & Suoranta

1999, 16 - 17.)

Tutkimuksen edetessä korostui myös yksi laadullisen tutkimuksen lähtökohdista eli hypoteesittomuus. Tutkijan ennako-olettamukset saavutettavista tutkimustuloksista ja alkuperäisien suunnitelmien tutkimuskohteesta vaihtelevat suuresti verraten lopulliseen tutkimusaiheeseen. Lähtökohtien olettamukset ovat perustuneet aikaisimpiin kokemuksiin, mutta tämä ei estä tutkimusta varten toteutettavia toimenpiteitä muuttamasta uuteen suuntaan. Voidaankin sanoa, että tätä laadullista analyysia rakennettaessa tutkija on oppinut paljon lisää aiheesta, ja siksi aiheen muotoutuminen on jatkanut kehitystään. (Eskola & Suoranta 1999, 19 – 20.)

3.3 Rajaukset

Luottoa käsitellään enemmän taloushallinnon näkökulmasta kuin markkinoinnin kannalta. K-Rauta Tourutorni oli tutkitusti Suomen paras K-rauta asiakaspalvelunsa puolesta vuonna 2008, joten ei ole esiintynyt tarvetta etsiä parannuskeinoja varsinaiseen myyntityöhön tai palvelutasoon. Markkinointia on tarkoitus käsitellä hyvätapaisen luoton myynnin näkökulmasta ja myyjien luoton teknisen puolen asiantuntemuksen parantamiseksi. Tämän opinnäytetyön tutkimuksessa ei käsitellä toimintamallin muutoksesta aiheutuvia kustannuksia tai henkilöstöresurssien riittävyttä tarkemmin. Rautakaupalla on tietenkin laskutuskauppaa yrityksille, mutta tämä opinnäytetyö käsittelee vain kuluttaja-asiakkaita kulutusluoton ollessa kyseessä. Ajatukset uuteen toimintamalliin on tietysti mietitty toteuttamisen helppouden kannalta, eikä niiden pitäisi vaatia suuria taloudellisia panostuksia. Pikemminkin uusi toimintamalli työllistää henkilökuntaa panostamaan yhä enemmän hyvään asiakaspalveluun.

3.4 Tutkimuksen vaiheet

Työ alkaa tutkijan selvittäessä organisaatiossa piilevän ongelman ja yrityksen yleisen tilanteen. Tutkimuskohteeseen perehtyminen onnistuu helposti havainnoinnin kautta, koska tutkija voi tarkastella käytännön kautta yrityksen toimintaa. Organisaatiossa toi-

mimisen lisäksi tutkija on perehtynyt kulutusluottoja käsittelevään kirjallisuuteen. Laajan materiaalin kerääminen on olennainen tekijä juuri siksi, että tutkijalle muodostuu käsiteltävästä aihealueesta yleinen teoria, jonka pohjalta muodostetaan organisaatioon sopiva teoria. (Tamminen 1993, 156.)

Kehittämistutkimuksessa kuuluu tietenkin käyttää luovaa ajattelua, jonka olen toteuttanut miettimällä pankkialaan liittyvää työkokemustani. Olen miettinyt, millä tavalla pankissa toteutetaan asiakkaista huolehtiminen, joka näkyy asiakasta kuunnellen räätälöityjen palvelukokonaisuuksien tarjoamisena, jonka osaksi kuuluu myös luottojen myöntäminen. Voisiko myös rautakauppaan soveltaa ratkaisua, jossa asiakas ja myyjä miettivät kohtaamisessaan koko asiakkaan projektia kokonaisuutena. Mietittäisiin yhdessä asiakkaan tarvittavat rakennusmateriaalit, asennustyöt ja rahoitussuunnittelu. Rautakaupan myyjillä on mielestäni juuri se esteenä luoton myynnissä, ettei heiltä löydy motivaatiota rahoitussuunnittelun miettimiseen.

Prosessissa seuraavana on teoreettisen viitekehyksen kirjoittaminen, joka luo pohjan käyttäjän käsikirjan kokoamiseen, kun hajanainen teoriatieto kootaan yhtenäiseksi paketiksi. Tourutornin henkilökunnalle on siis tarkoitus koota yksinkertaistettu paketti tililuoton teknisistä käsitteistä, hyvien tapojen mukaisesta luoton myynnistä sekä OP-Pohjolan verkkopalvelun käytöstä. Kaikki olennainen tieto tililuotosta on näin helposti löydettävissä.

Uuteen tarjottuun ratkaisuun on helppo sitoutua, jos vain myyjällä on itsellään halua hyödyntää käsikirjaa. Tietenkin kaikki riippuu siitä, onko tutkija onnistunut tuomaan toimivan ratkaisun ongelmaan. Parannuksen tulisi toimia käytännössä, jos molemmat prosessiin liittyvät osapuolet kokevat ratkaisun tuovan kehitystä parempaan suuntaan (Tamminen 1993, 156).

3.4 Aikaisemmat tutkimukset

Vastaavia tutkimuksia liittyen kehittämistutkimukseen on tehty kulutusluottojen markkinointiin ja K-Rauta Tourutoriin. Samaan aiheeseen eli kulutusluoton myyntiin rautakaupassa liittyvää työtä ei kuitenkaan löytynyt. K-Rauta Tourutoriin on aikaisem-

min tehty kolme opinnäytetyötä Jyväskylän ammattikorkeakoulun liiketalouden koulutusohjelmassa, mutta nämä tutkimukset ovat liittyneet asiakastytyväisyyden mittaamiseen (Jalasaho & Salminen 2005), henkilöstön kehittämiseen (Kallioinen & Pakarainen 2005) sekä sisustussuunnitteluun (Eronen 2009). Liiketalouden sekä palveluiden johtamisen alalla kehittämistutkimus on yleinen opinnäytetyön muoto, joten yrityksen toiminnan kehittämiseen liittyviä tutkimuksia löytyy lukuisia. Muihin rautakauppoihin tehtyjä opinnäytetöitä koulussamme on tehty ainakin Starkin kesätuotteiden myynnistä (Vaskuri & Ukkonen 2002), mutta suurin osa rautakauppoihin tehdyistä opinnäytetöistä liittyi asiakastytyväisyyden mittaamiseen, joten nämä työt olivat kvantitatiivista tutkimusta. Erityisen kiinnostava aiemmista tutkimuksista oli Vaasan yliopistossa tehty pro gradu- työ yleisesti kulutusluottojen markkinoinnista (Husso 2008).

3.5 Haastattelu

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa haastattelua voidaan pitää yhtenä perusmenetelmänä. Tähän tutkimukseen se on katsottu olevan hyvin sopiva menetelmä, kun halutaan selvittää organisaation jäsenien puolelta havaittuja ongelmia ja kehittämistarpeita. Metsämuurosen toimittaman teoksen mukaan tutkimushaastattelut on kohdennettu tiedonhankintaan tutkimusaiheesta eli se on ollut päämäärähakuista. (Metsämuuronen 2001, 39.)

Tiedonhankintahaastattelut tähtäävät juuri informaation keräämiseen toteutetussa vuorovaikutustilanteessa. Haastattelut ovat siis ennalta suunniteltuja ja haastattelijan ohjaamia tapahtumia. Haastattelijan rooli on motivoida haastattelun kohteita kertomaan aiheesta mahdollisemman seikkapäreisesti ja syvällisesti. Haastattelun kohteena oleville henkilöille on kerrottu ennen aloittamista, mitä tarkoitusta varten haastattelu toteutetaan ja että haastattelussa annetut tiedot käsitellään luottamuksellisesti, eivätkä ne joutu ulkopuolisten tietoon. (Metsämuuronen 2001, 40.)

Toteutetut teemahaastattelut ovat juuri sopiva aineistonhankintamenetelmä tämän tutkimusaiheen kuvaamiseen, koska tutkittavilla henkilöillä on alhainen motivaatio käsiteltävään aiheeseen. Juuri aiheeseen välinpitämättömästi suhtautumisessa piilee koko

tutkimuksen lähtökohta. Teemahaastattelussa eli puolistrukturoidussa haastattelussa keskustelu voi edetä melko vapaasti. Pysytään käsiteltävän aihepiirin sisällä, mutta kysymysten muodot voivat vaihdella eri haastateltavilla, ja haastattelija voi esittää lisäkysymyksiä yksityiskohtien syventämiseksi ja täsmentämiseksi. Aihetta ei ole tutkittu aikaisemmin, joten sitä voidaan pitää heikosti tiedostettuna, ja näin ollen haastattelun tarkoituksena on kerätä perusteltuja mielipiteitä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 197 - 198.)

Sekä haastattelun että havainnoinnin käyttämisen etuna on, että haastattelun luotettavuus eli validiteetti on voitu tarkastaa havainnoinnilla. Tutkittu kohdejoukko on muodostunut tililuottoa kolmesta eri näkökulmasta ajattelevasta ryhmästä. Toimiston henkilökunta ei osallistu aktiiviseen myyntityöhön. Myyjiä on tarkasteltu kahdessa ryhmässä: ne, jotka ovat onnistuneet luoton myynnissä ja kokevat asian positiivisena, sekä ne, jotka ovat välinpitämättömiä tililuoton myynnin suhteen. He ovat joko epäonnistuneet luoton tarjoamisessa tai he eivät ole koskaan tarjonneet luottoa.

Voidaan sanoa, että haastattelussa on tutkittu emotionaalisia asioita, koska myyjät kokevat eri tavoin oman aktiivisuutensa tai odotuksensa luoton myymisen suhteen. Haastattelussa on keskitytty kuvaaviin esimerkkeihin eli siihen, millainen on tyypillinen asiakas, jolle luotto on myönnetty tai tyypillinen kohde, johon luotto on haettu. Haastattelut toteutetaan kasvokkain henkilöiden kanssa. Henkilöiden työpäivän aikana on sovittu rauhallinen hetki haastattelun toteuttamiseen. Tutkija katsoo, että haastateltavien pieni joukko on riittävän kattava kokonaismielipiteen aikaan saamiseksi, eli aihe on kylläntynyt. Haastattelut on toteutettu yksilöhaastatteluna sekä parihaastatteluna, kun etukäteen on tiedostettu, että henkilöiden mielipiteet tukevat toisiaan. (Metsämuuronen 2006, 111 – 115.)

Laadullisessa tutkimuksessa haastateltavien henkilöiden pieneen määrään keskittymiseen pätee harkinnanvarainen otanta eli vaikka haastateltavia tapauksia on vähän, tämä kerätty aineisto pyritään analysoimaan mahdollisemman perusteellisesti. Aineiston tieteelliset kriteerit huomioon ottaen, aineiston määrä on keskeinen tekijä kattavan käsitteellistämisen perusteella. Yleisesti laadullisessa tutkimuksessa tutkittavasta ilmiöstä kerätään tutkittavista henkilöistä näyte, eikä ote, niin kuin määrällisessä tutkimuksessa. (Eskola & Suoranta 1999, 18.)

3.6 Havainnointi

Tutkija on työskennellyt tutkittavassa organisaatiossa viisi kuukautta yhtäjaksoisesti täyspäiväisenä työntekijänä, joten voidaan katsoa, että havainnoinnin toteuttamiseen tarvittavan pitkä ajanjakso on täytynyt hyväksyttävästi. Havainnointimenetelmäni on osallistuva havainnointi, koska Hirsjärven ja muiden mukaan tämän havainnointityypin ehdot vastaavat parhaiten toimintatapaani. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa osallistuva havainnointi on huomattavasti enemmän käytetty menetelmä kuin systemaattinen havainnointi, joka on täysin ulkopuolisen henkilön toteuttamaa ja tarkasti suunniteltua toimintaa. Osallistuva havainnointi on luonnolliseen toimintaan mukautunutta ja hyvin vapaamuotoista. Havainnoijan roolissa tutkija on ollut tarkkailtavan ryhmän jäsen eli osallistunut organisaation toimintaan työntekijänä. (Hirsjärvi ym. 2004, 205 – 206.)

Tutkittavien toimintaan osallistuminen on ollut melko kokonaisvaltaista, koska tutkittavan asian käsittely on liittynyt osaksi tutkijan työtehtäviäni. Osallistuminen ei ole kuitenkaan ollut täydellistä, koska muut työntekijät ovat koko ajan tiedostaneet, että tutkija on väliaikainen työntekijä ja uusi henkilö organisaatiossa. Koulutus pohja liike-taloudesta antaa myös erilaisen lähtökohdan käsitellä tapahtuvia asioita. (Hirsjärvi ym. 2004, 205 – 206.)

Ryhmän jäseneksi sopeutuminen ja ryhmän ehdoilla toimiminen onnistui helposti, koska pystyin samaistumaan luoton hakutilanteissa tunnetiloihin, joihin oli törmännyt haastatteluissa, eli ärtyneisyyden ja epätietoisuuden tunteisiin, kun OP-Pohjolan verkkojärjestelmä osoittautui vaikeasti tulkittavaksi. Olen siis tavoittanut saman tunteen kehittämistarpeesta, mutta minulla ei tietenkään ole samaa kokemuspohjaa kuin työntekijöillä, jotka ovat työskennelleet yrityksessä vuosikausia. Kuvailen siis osallistumisen tasoani täydellisen osallistumisen ja osallistuvan havainnoijan välimuodoksi. Ryhmän jäsenet ovat tienneet minun olleen erityisen kiinnostunut tililuottoa käsittelevistä tilanteista, ja näissä tilanteissa olen esittänyt heille aiheeseen liittyviä lisäkysymyksiä.

Käsiteltävä tutkimusaiheen muodostuminen ja ongelman havaitseminen on tapahtunut työsuhteen alkamisen jälkeen, joten voidaan sanoa, että havainnointi perustuu osin omiin kokemuksiin ja mielipiteisiin, jotka ovat saaneet tukea esimiehen yhtenevästä

mielipiteestä, että tilinluoton kanssa on ongelmia ja sitä voisi kehittää.

Havainnoinnin pääkohteena ovat olleet muut toimiston työntekijät ja myyjät, joita olen tarkkailut luoton järjestämiseen liittyvissä tilanteissa. Muut henkilöt ovat tienneet opinnäytetyöni aiheen, joten he ovat tiedostaneet minun tutkiskelevan ympärilläni tapahtuvaa toimintaa. Havainnointitilanteessa pieneksi ongelmaksi on saattanut muodostua oman tulkintani erottelemisen muiden ihmisten havainnoimisesta. (Hirsjärvi ym. 2004, 201, 206.)

4 KULUTUSLUOTTOJEN MARKKINOINTI

Kulutusluottojen markkinointi-osiossa käsitellään kulutusluottojen myyntiin liittyviä säännöksiä eli, sitä miten kulutusluottoja on soveliasta myydä ja mitä myyjän pitää asiakaskohtaamisessa kertoa. Osio käsittelee kulutusluoton markkinoinnissa myyjän tarvitsemien peruskäsitteiden tuntemista luotoista sekä luottoriskiin liittyviä tekijöitä uusasiakashankinnassa.

4.1 Kulutusluotto

Luottoa voidaan pitää hyvin moninaisena tuotteena, jonka käsittelyssä on huomioitava monta asiaa. Tavallisiin käteisostoksiin verrattuna luotolla on huomattavasti pidempi-aikaisia ja taloudellisesti merkittävämpiä seurauksia. Luoton ottamiseen liittyy aina riskejä ja luotto pitää joka tilanteessa aina maksaa takaisin luoton myöntäjälle korkoineen ja kuluineen, jotka lisätään varsinaiseen luoton pääomaan. Suurin luottoon liittyvä riski piilee siinä, että kuluttaja ostaessaan luotolla hyödykkeitä käyttää aina ennakkoon vasta myöhemmin saamiaan ansiotuloja, joten käteisostoksiin verrattuna luotolle ostaminen on huomattavasti riskialttiimpaa. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 2.)

Kulutusluotto käsitteen alle mahtuu lukematon joukko elinkeinonharjoittajien kuluttajille tarjoamia luottomuotoja (KSL 7:1). Tarkasti määriteltynä kulutusluottona voidaan pitää kaikkia mahdollisuuksia, joissa elinkeinonharjoittaja myöntää tai lupaa myöntää kuluttajalle lainana, maksunlykkäyksenä tai muuna vastaavana taloudellisena järjestelyinä luottoa. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 2.)

Kaikki elinkeinonharjoittajien tarjoamat luotot kuluttajille lasketaan kulutusluotoiksi. Eri vaihtoehdoissa määräävät tekijät ovat luottomuoto, luoton määrä, luottoaika ja luoton käyttötarkoitus. Suurin erottava tekijä on, onko luoton käyttötarkoitusta rajattu. (KSL 7:2.) Tässä opinnäytetyössä on tarkoitus käsitellä vain tavaran tai palvelun ostamisen yhteydessä myönnettävän hyödykesidonnaisen kulutusluoton markkinointia vähittäiskauppaketjussa.

4.2 Kulutusluoton markkinointi

Pääsääntöisesti kulutusluoton markkinoinnin tulee olla aina asiallista ja maltillista. Luoton markkinointi voi helposti synnyttää kuluttajalle mielikuvan helposta tavasta nopeasti tasapainottaa omaa taloutta, koska harhaoletuksia voi aiheuttaa esimerkiksi luoton täysi riskittömyys. Kuluttajia pitäisi näin ollen suojella hetken mielihoiteesta otetuilta luotoilta, jotka todellisuudessa eivät välttämättä ole tarpeellisia tai oma maksukyky on arvioitu väärin. Luottojen markkinoinnin lainalaisuudesta koituva vastuu kuuluu niin luoton myyjälle, joka näissä tapauksissa on yleensä välittäjänä toimiva vähittäiskauppa sekä varsinaiselle luoton myöntäjälle eli pankille tai rahoitusyhtiölle. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 3 – 4.)

Kuluttajansuojalaissa kulutusluottojen markkinoinnille on omat säädöksensä, jossa laki sääntelee kaikkia elinkeinonharjoittajien kuluttajille tarjoamia luottoja. Merkittävimmät säännösten pääkohdat käsittelevät sitä, mitä tietoja kulutusluotosta kuluttajalle on elinkeinonharjoittajan vähintään annettava. Periaatteena on, että kuluttajan on mahdollista arvioida asiallisin perustein, onko luoton ottaminen hänelle kannattavaa ja mikä eri luottovaihtoehdoista on edullisin. Kaikkeen luoton markkinointiin sovelletaan kulutusluottosäädösten lisäksi yleisiä markkinointisäännöksiä. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 3 – 4.)

Kulutusluottojen markkinoinnin on oltava asiallista, ja sen pitää sisältää selkeästi oikeat ja riittävät tiedot. Mainostettaessa luottoja tavaran tai palvelun yhteydessä luoton tarjoaminen tai tuotteiden ostaminen luotolla ei saa olla hallitseva tekijä markkinoinnissa, oli kyseessä sitten tili- tai kertaluotto. (KSL 7:5.) Mainostekstin pääsanomana ei saa olla luoton myöntäminen, eikä myöskään muutoin sanallisesti tai kuvallisesti luottoa saa tuoda esille mainoksen pääviestinä. Luoton katsotaan hallitsevan mainosta aina silloin, kun lukijan huomio kohdistuu ensimmäisenä luottoon tarjottavien tuotteiden sijasta. Kuluttajansuojalaki ei tältä osin varsinaisesti kiellä pelkän luoton mainostamista, vaan säännös koskee vähittäiskauppakettujen tuotteiden myynninedistämisen kieltämistä luoton hankkimismahdollisuuden myötä. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 4 – 5.)

Kulutusluottoa tarjoavassa markkinoinnissa on käytävä aina ilmi selvästi tietyt vakio-tiedot, jotka ovat todellinen vuosikorko, esimerkkilause ja luottohinta. Luottotyyppi, siis onko esimerkiksi kyseessä kertaluotto vai jatkuva tililuotto, on tuotava mainon-nassa selkeästi esiin. Mainostettavan luottomuodon on käytävä selvästi ilmi, jotta ei jouduta tilanteeseen, että kuluttaja sotkee jatkuvan tililuoton mainostamisen lyhytvai-kutteisempaan kertaluottoon. (KSL 7:6.) Tililuotossa kuluttaja siis sitoutuu jatkuvaan luottosuhteeseen. Todellinen vuosikorko on tärkein luoton hintaa määräävä valintakri-teri kuluttajalle. (KSL 7:7.) Luottoasiakkaaksi houkutteleva puutteellisilla tai epäselvillä tiedoilla on myös arveluttavaa. Yksittäistä luottoehtoa tai nimelliskorkoa ei saa ylikorostaa luoton mainonnassa. Esimerkiksi yleinen tapaus on korottoman mak-suajan tarjoaminen luottosuhteen alussa. Luoton tiedot, kuten ehdot ja kulut, on ilmoi-tettava mainonnassa kootusti samassa paikassa, josta ne on helppo lukea. (Kuluttajaoi-keuden linjauksia 2007, 5.)

Mainonta ei saa yllyttää siihen, että luotonottamispäätös perustuu pelkästään tarjot-tuun edulliseen kuukausierän maksamiseen tai muuhun luoton maksuehtoon. Todelli-sen vuosikoron on todella oltava nolla prosenttia, jos luottoa mainostetaan korottomana. Maksuaikakampanjoissa, jotka asiakkaille markkinoidaan korottomina ja kulutto-mina, on kerrottava kampanjan todellinen toimintaperiaate, eli mitkä ovat luoton ta-kaisinmaksuehdot ja milloin maksamattomalle luotolle alkaa kertyä kustannuksia kampanjan loputtua. Tällaisissa tililuottojen maksuaikakampanjoissa asiakkaalle on ensimmäisen ostoksen yhteydessä kerrottava, että kyse on todellakin jatkuvasta luo-tosta ja siihen liittyy omat kulunsa. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 5 - 6.)

Myyjän ja asiakkaan välillä käytävä keskustelu eri rahoitusmuodoista vähittäiskaupas-sa lasketaan myös osaksi luoton markkinointia. Myyntitilanteessa ennen kuin kuluttaja päättää lopullisesti luottosuhteen aloittamisesta, asiakkaan on pystyttävä tutustumaan luoton vähimmäisehtoihin myös kirjallisina. Luoton vähimmäisehtoihin kuuluvat:

- Tarjottava rahoitusmuoto on luotto.
- Millaista luottoa tarjotaan, esimerkiksi tili- vai kertaluottoa?
- Rahoitusyhtiön tai luottolaitoksen nimi, jonka kanssa kuluttaja tekee rahoitussopi-

muksen.

- Luottokustannukset, korot ja kulut
- Maksuehdot
- Todellinen vuosikorko (KSL 7:11.)

Luoton myöntäjän, siis pankin tai rahoitusyhtiön, on vakuutettava luottoa myyvän henkilöstön ammattitaitoisuudesta ja asianmukaisuudesta, kuten Kuluttajasuojalain säädöksiä noudattamisesta luottoa tarjottaessa, vaikka kyseessä olisikin luottoa välittävä vähittäiskauppa. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 7.)

Mainostettaessa jotakin yksilöityä tuotetta ja samalla kertaluoton ottamista on mainoksessa esitettävä selkeästi vähintään tuotteen käteismyyntihinta sekä luotosta tuotteen luottohinta kokonaisuudessaan ja todellinen vuosikorko. Mainostettaessa kertaluottoa on huomioitava, että luotto voidaan myöntää asiakkaalle erilaisin ehdoin, kuten vaihtelevilla luottoajoilla. Silloin mainonnassa pitää tuoda esille vähintään tuotteen käteismyyntihinta sekä luoton ehdoista todellinen vuosikorko, luottomäärä, luottoaika kuukausina ja luottohinta. Erilaisista maksuaikavaihtoehtoista mainonnassa on tuotava esille myös kaikkein pisimmän maksuajan luoton kokonaiskulut. Tililuoton mainonnassa on kerrottava todellinen vuosikorko sekä luoton määrä, eli luoton määräksi ilmoitetaan tyypillinen luoton määrä. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 7 – 8.)

4.3 Luoton käsitteet

4.3.1 Kertaluotto

Kertaluotto on yleensä yksilöidyn tavaran tai palvelun käsittävän tuotteen hankinnan yhteydessä otettava luotto, jota luoton myöntäjä antaa tietyn määrän kerrallaan. Kertaluoton etuna on, että kuluttaja pystyy laskemaan luotosta kertyvät kustannukset etukäteen, toisin kuin pitempi aikaisessa tililuotossa. (Kulutusluotto 2008.) Luotto maksetaan kerralla kokonaisuudessaan pois tietyn sovitun ajan kuluttua. Yksilöityä tavaraa tai palvelua markkinoitaessa on ilmoitettava käteishinta, kun samalla tarjotaan kerta-

luottoa on ilmoitettava luottohinta. (KSL 7:6.) (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 7.)

<p>OIKEIN</p> <p>HP Pavilion dv 5247 eu myyntihinta 1.117,60 € luottohinta 1.475,87 € todellinen vuosikorko 20,80 % Luottoaika 36 kk, korko 7,95 % kuukausierä 41 €(sis. käsittelymaksun 6 €), korko ja muut kustannukset yhteensä 358,27 €</p>	<p>VÄÄRIN</p> <p>HP:n edullinen tehokone alk. 27 €/kk Tarjotun tuotteen käteishinta, luottohinta ja todellinen vuosikorko puuttuvat. Alkaen hinnoittelulla kerrotaan edullisin kuukausierävaihtoehto, jolloin myös kallein vaihtoehto pitäisi kertoa. Tämä kävisi parhaiten käyttämällä hintahaarukkaa, jossa on edullisin ja kallein vaihtoehto mukana. Halvan kuukausierän käyttäminen ostohoukuttimena yllyttää sopimattomasti luotolla ostamiseen.</p>	<p>VÄÄRIN</p> <p>HP Pavilion dv 5247eu 36 kk 41 €/kk</p> <p>Rahoitustarjous: kk-erä 41 €/kk (sis.6€ käsittelymaksun), korko 7.95 € luottoaika 36 kk, todellinen vuosikorko 20,80 % luottohinta 1.475.87€, käteishinta 1.117,60€</p> <p>Kuukausierää korostetaan sopimattomasti lain vaatimien perustietojen kustannuksella. Käteishinta on kerrottava selkeästi ja tuotteen välittömässä yhteydessä. Mainos on tältä osin hintamerkintäasetuksen vastainen. Todellinen vuosikorko ja luottohinta on kerrottu huomioarvoltaan huomaamattomasti, joten mainos on tältä osin harhaanjohtava.</p>
--	--	---

KUVIO 1. Esimerkki oikeasta ja väärästä kertaluottomainonnasta (Kuluttajavirasto 2009.)

4.3.2 Tililuotto

Tililuotto on jatkuva luotto, jota käytetään joko luottokortilla tai jollakin muulla sovitulla tavalla. Luoton määrä eli velka vaihtelee sen mukaan lainan antajalle, kuinka paljon luottoa todellisuudessa käytetään. Tililuottojen mainonnassa todellisesta vuosikorosta on ilmoitettava esimerkkilauseke, josta tiedot on helppo hahmottaa.(KSL 7:7.) Esimerkissä ilmoitetaan laskelma kyseistä tililuottoa käyttävien kuluttajien keskimääräisen todellisen luottovelan perusteella, joka tarkoittaa luottojärjestelmän todellista ja tyypillistä luottomäärää. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 9.)

OIKEIN

Y-luottokortilla maksuaikaa.

Todellinen vuosikorko 17,6 % 1500 euron luotolle 6 kk korko 0 %, kulut 0 €, jonka jälkeen korko 13,75 % ja käsittely-maksu/kk 3,70 €

Mainosta normaalisti lukeva huomaa helposti, että ostosten rahoittamiseksi tarjotaan korttiluottoa ja mitä hintaluokkaa se olisi. Lisäksi mahdollisuus maksaa luotto koroitta ja kuluitta tietyn ajan saa oman huomionsa kuitenkin toimimatta houkuttimena tai sivuuttamatta keskeisiä perustietoja.

VÄÄRIN

OSTA NYT! ILMAN KÄSIRAHAA, MAKSAT VASTA helmikuussa 2007, KOROT JA KULUT 0€

Tämä pienellä prääntäty teksti mainostekstin alapuolella kuvaa tapaa, jolla monesti kerrotaan lain vaatimat tiedot luoton hinnasta eli todellinen vuosikorko tyypillisen esimerkin avulla. Teksti ei ole luettavaa ja jää tämän vuoksi sitä normaalisti lukevalta huomioimatta.

Mainoksesta ei ilmene, että rahoituksena tarjotaan kortti-luottoa. Esimerkkilauseke todellisesta vuosikorosta on kerrottu harhaanjohtavasti pienen pienellä tekstikoolla eikä vähintään samanarvoisesti maksuvaihtoehdon kanssa. Koska mainoksessa korostetaan maksuaikaehto, olisi myös kerrottava, mitä kustannuksia seuraa, jos luottoa ei maksetakaan mainostetun maksuajan kuluessa kokonaisuudessaan pois. Mainos synnyttää mielikuvan kertaluotosta ja on näin ollen harhaanjohtava.

KUVIO 2. Esimerkkimainos tililuoton oikeasta ja väärästä mainonnasta (Kuluttajavirasto 2009.)

Tililuoton tarjoamisessa yksilöidyn tuotteen rahoitusvaihtoehdoksi saattaa myös ilmetä ongelmia, jos kuluttaja saa harhaanjohtavan kuvan luottoehtojen ja -tyypin kokonaisvaikutelmasta. Jos tililuottoa markkinoidaan käyttämällä kuukausierää, on silloin todellisen vuosikoron kaava ilmoitettava kertaluoton laskentakaavalla. Tällöin kyseessä on todellisuudessa kertaluotto, joka on sisällytetty tililuottoon. Tämän tarkoituksena on kertoa kuluttajalle, kuinka paljon todellinen vuosikorko on silloin, kun maksetaan juuri tarjotulla kuukausierällä. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 9.)

4.3.3 Muita luottoon liittyviä käsitteitä

Käteishinnalla tarkoitetaan tuotteen ostohintaa, kun tuote ostetaan käteisellä liikkeestä. Luottohinta lasketaan käteishinnasta ja luottokustannuksien kokonaisuudessaan muodostamasta summasta. Luottokustannukset ovat luotosta maksettavat korot, kulut ja muut järjestelymaksut, jotka kertyvät luottopääoman riippuvaisesti varsinaisen pää-

oman lisäksi. (KSL 7:2.)

4.3.4 Korko

Korko on rahan hinta eli velallisen maksama korvaus käyttöönsä saadusta vieraasta pääomasta kuten luottokaupan velasta. Luottosopimuksessa mainitaan nimelliskorko, joka tietyin väliajoin maksetaan velalle. Maksettavaan koron määrään vaikuttavat pääoma, korkokanta ja korkoaika. Koron laskemiseen vaikuttaa myös korkopäivien laskutapa, joista Suomessa käytetään yleisesti saksalaista koron laskutapaa, jolloin vuodessa on 360 päivää ja kuukaudessa on 30 päivää. Korkoperuste vaihtelee erilaisissa luottomuodoissa. Kiinteäkorkoisissa luotoissa korko pysyy samana sovitun ajan, kun taas vaihtuvakorkoisissa luotoissa korko määritellään korkokausittain. Yleensä vaihtuvat korot ovat rahamarkkinakorkoja, kuten euribor. (Tuhkanen 2006, 9, 11, 37.)

Prime-korko on pankkikohtainen viitekorko, jonka määrittelemisestä kukin pankkiryhmä päättää itse. Tässä opinnäytetyössä käsitellään siis kulutusluottoa, jonka korkosidonnaisuus määräytyy OP-Pohjala-pankin OP-prime-koron mukaan, johon lisäksi vielä kiinteä korko (marginaali). Prime-korkojen kehitys seuraa markkinakorkojen linjaa pienellä viiveellä. Prime-koron etu markkinakorkoon nähden voidaan katsoa olevan sen hitaampi tahti liikkua. Markkinakorkojen laskiessa prime-korot siis pysyvät vielä korkeammalla kuin euribor-korot, kun taas korkotasoa on nousussa, prime-korko pysyy pitempään alhaisemmalla tasolla kuin nopeammin nousevat euribor-korot. (Tuhkanen 2006, 45 – 46.)

Lainan korkojen kustannuksia vertaillaessaan kannattaakin miettiä, onko kulutusluoton rahoitusmuodossa lainanantajan veloittama korko suhteessa lainanantajan ottamaan riskiin. Yleisesti ottaen takaamattomissa luotoissa kokonaiskorko nousee kalliimmaksi lainanottajalle kuin suoraan pankista myönnetyn luoton korko, jolla olla jotakin omaisuutta takauksenaan. Tämä peilaa juuri lainanantajan riskiä. (Anderson 2000, 145.)

4.3.5 Todellinen vuosikorko

Todellista vuosikorkoa pidetään tärkeänä vertailutietona luottovaihtoehtoja harkittaessa. Todellinen vuosikorko syntyy laskemalla luottokustannukset vuosikorkona luoton

määrälle ottaen huomioon lyhennykset, mistä saadaan tietty korkoprosentti. Suomessa kauppaja- ja teollisuusministeriö on määrittänyt omat laskentakaavansa niin tili- kuin kertaluotollekin. Markkinoinnissa kulutusluoton todellinen vuosikorko on ilmoitettava prosenttilukuna vähintään yhden desimaalin tarkkuudella aina, kun luottoaika ylittää kolmen kuukauden rajan tai luottosumma ylittää 168,19 euron rajan. Pääsääntönä on, että mitä suurempi todellinen vuosikorko on, sitä kalliimmaksi luotto-ostos kokonaisuudessaan tulee. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 5 – 6.)

Todellinen vuosikorko on markkinoinnissa ilmoitettava aina, kun kuvataan luottokorttiin liittyviä esimerkkikäyttötilanteita, jolloin markkinoidaan käytännössä hyödykkeen ostamiseen liittyvää kulutusluottoa. Jos markkinoinnissa kuvataan tietyn kulutusluoton luottoehtoja kertomalla esimerkiksi kuukausierän suuruudesta tai luottoajan pituudesta sekä silloin, kun mainitaan yksilöidysti jokin kulutusluotto, on todellinen vuosikorko mainittava. Euromääräisesti kerrottavat luottokustannukset eivät tarkoita samaa asiaa kuin todellisen vuosikoron ilmoittamisvelvollisuus juuri prosenttilukuna. Mainonnassa ei siis ole riittävää, jos kuluttaja ohjataan etsimään lisätietoja luottoehdoista esimerkiksi yrityksen internet-sivuilta tai menemällä liikkeeseen kysymään palvelevilta myyjiltä. Mainonnan yhteydessä todellisen vuosikoron on tultava esiin selkeästi, niin että kuluttajan huomio kiinnitetään tähän lukuun luontevasti, eikä todellista vuosikorkoa voi esimerkiksi sekoittaa nimelliskorkoon. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 5 – 6.)

Tavoitteena on siis saada yhtäläinen huomioarvo kaikille luotosta kerrottaville ehdoille. Kuluttajasuojalain markkinointisäädösten perusteella arvioidaan todellisen vuosikoron riittävä esittämistapa mainosvälineestä riippumatta, ja elleivät nämä ehdot täyty, markkinointi luetaan harhaanjohtavaksi. Ratkaiseva tekijä on myös kuluttajan sama kokonaisvaikutelma mainoksen tarjouksesta, joten sisällöstä on saatava totuudenmukainen mielikuva mediasta riippumatta. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 5 – 6.)

<p>OIKEIN ✓</p> <p>Käyttöluoton todellinen vuosikorko tyypilliselle 1500 euron luottomäärälle on 16,48 %</p> <p>Kuukausittainen tilinhoitomaksu on 3,70 €. Jos maksat luoton tammikuun loppuun mennessä, emme veloita luotolle korkoa emmekä tilinhoitomaksua.</p> <hr/> <p>Lain edellyttämät perustiedot ovat viestin keskeinen osa, ja kuluttaja ymmärtää, mistä luottomuodosta on kyse.</p>	<p>VÄÄRIN ✗</p> <p>OSTA NYT, MAKSA VASTA ENSI VUONNA tammikuussa</p> <p>Korot 0 % Kulut 0 %</p> <p><small>Mahdollisille joko-ostolle käyttöluoton todellinen vuosikorko 1500 euron luotolle 16,48 %:ia lasketussa kuukausittainen tilinhoitomaksu.</small></p> <p>(Mainos julkaistu syyskuussa 2006)</p> <hr/> <p>Maksuaikaehto ylikorostetaan. Korottomuuden ja kuluttomuuden sekä 3 kuukauden maksuajan esittämistä yllättää sopimattomasti luotolla ostamiseen. Luottosäännösten edellyttämä perusviesti eli luoton hinta, joka kerrotaan todellisen vuosikoron ja tyypillisen luottomäärän avulla, jää huomiotta. Todellista vuosikorkoa koskeva lauseke on aivan liian pienellä ja toisarvoisessa asemassa mainostettuun maksuehtoon verrattuna. Edellä esitetyllä tavalla luottotarjous on myös harhaanjohtava.</p>
<p>OIKEIN ✓</p> <p>LG37” taulutelevisio käteishinta 2210 € luottohinta 2391,90 € todellinen vuosikorko 16,00 % kk-erä 62 €/aika, korko 7,95 %</p>	<p>VÄÄRIN ✗</p> <p>LG 37” taulutelevisio 62 € kk</p> <p><small>korko 7,95, luottohinta 2391,90 € todellinen vuosikorko 16,00 %</small></p> <hr/> <p>Kuukausierää käytetään houkutuskeinona. Todellinen vuosikorko ja luottohinta on piilotettu tarjouksen tekstiosaan. Näiden tietojen esittämisen pitäisi kuitenkin olla tarjouksen keskeisiä hintatietoja. Mainos on harhaanjohtava. Lisäksi mainoksesta puuttuu hintamerkintäasetuksen edellyttämä myyntihinta.</p>

KUVIO 3. Esimerkkimainos todellisen vuosikoron oikeasta ja väärästä ilmoitustavasta (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007.)

4.4 Vastuullinen luoton tarjoaminen ja kuluttajan maksukyky

Yhtenä osana kulutusluoton markkinoinnin säännöksiä on se, että kuluttajalle on annettava mahdollisuus päättää itse luoton ottamisen tarpeellisuudesta. Kuluttajille luottojen ottaminen on viime vuosina arkipäiväistynyt, joten asiaa ei pidetä enää oudokuttavana, varsinkin kun kulutusluottomarkkinoilla tuotteiden valikoima on hyvin monipuolinen. Toisaalta luottomarkkinoiden valikoiman laajentuminen ja rahoitusvaihtoeht-

tojen erilaistuminen on lisännyt kuluttajille valinnan vapautta, mutta toisaalta myös luoton antajilla vastuullisen toiminnan merkitys korostuu. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 3.)

Luoton tarjoajan tulee huomioida kuluttajan taloudellinen tilanne eli maksukykyisyys luottosuhteen harkitsemisen yhteydessä lainsäädösten mukaisesti. Luotonantajan osapuoli esittää kysymyksiä kuluttajalle, jolla selvitetään maksukyky ja luoton tarve. Esimerkiksi kannattaa selvittää, onko asiakkaalla jo olemassa luotto, jolla voi rahoittaa uudet hankintansa, eikä tarvetta uuden luottosopimuksen tekemiseen ole. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 3.) Perussääntönä maksukyvyistä voidaan pitää, ettei kuluttaja voi selvittää luoton takaisinmaksusta, joka lyhennyksillään ja koroillaan ylittävät kolmasosan säännöllisistä bruttotuloista. On otettava vielä huomioon, että ansiotuloista pidätetään veroja ja muita sosiaalimaksuja noin 40 - 45 prosenttia. (Anderson 2000, 142.)

Ohjeena siis on, että kuluttajalla pitää olla mahdollisuus liikkeessä valita ostosta tehdessään, mitä liikkeessä hyväksyttävää maksutapaa haluaa käyttää. Jos kuluttaja valitsee uuden luottosopimuksen hankinnan, hänellä pitää olla aikaa rauhassa tutustua luoton ehtoihin ja hänelle pitää tarjota riittävästi tietoa. Kuluttajasuojalaki kieltää luottojen tyrkyttämisen asiakkaalle, ja myyntitilanteessa kuluttajan on voitava itsenäisesti päättää ostoksiensa rahoitustapa. Jatkuvan tililuoton pakkomyynti asiakkaalle ei myöskään ole hyväksyttävää, koska näin kuluttaja sortuu helpommin heräteostoksiin ja velka kertyy huomaamattomasti. On otettava huomioon kuluttajan taloudellisen kokonaistilanteen hallitseminen, koska mitä enemmän kuluttajalle kertyy erilaisia luottoja, sitä suurempi riski kertyy luottotappioihin jokaisen luoton kohdalla. Kokonaistilanteessa luotonantajien pitää huomioida kuluttajan mahdolliset tulevat velkaongelmat. Tässä auttaa juuri kuluttajan kokonaisuusmaksukykyyn tarkastelu ja vastuun kantaminen luottojen ehtoihin ja kuluihin tutustumisesta. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 3.)

4.5 Sopimaton ja harhaanjohtava markkinointi

Kuluttajansuojalaki määrittelee myös ne luottojen markkinointikeinot, jotka ovat kokonaan kiellettyjä (KSL 2:1). Sopimatonta luottojen markkinoinnissa on luoton lisäetujen hallitseva asema, joka yllyttää ostamaan luotolla. Sopimatonta on myös alennuksen antaminen luottosopimuksen tekemisen yllykkeenä, eli vain ne asiakkaat, jotka tahtovat tehdä uuden luottosopimuksen, saavat tuotteista tietyn alennuksen tai esimerkiksi heille tarjotaan ilmainen kotiinkuljetus luotolla rahoittamilleen tuotteille. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 3 – 4.)

Vastuullisessa luotonannossa arpajaisten käyttäminen on kiellettyä, eli luoton ottamista ei harkita oman maksukyvyyn tai tarpeellisuuden mukaan, vaan palkinnon tavoittelu kiehtoo. Arpajaiset eivät saa hallita markkinointia. (KSL 2:14.) Vähimmäisvaatimuksena osoitetaan, ettei arpajaisia saa järjestää pelkästään uutta luottosopimusta harkitseville tai jo olemassa oleville luottoasiakkaille. Luottopäätöksen tarveharkintaa voidaan hämärtää sopimattomalla tavalla myös käyttämällä toista kuluttajaa suostuttelijana uusien kulutusluottoasiakkaiden houkuttelemiseksi, jolloin kummankin osapuolen huomio kiinnittyy etuuden tai palkinnon saamiseen uudesta luottosuhteesta. (Kuluttajaoikeuden linjauksia 2007, 3 - 4.)

4.6 Kulutusluottosopimus

Kuluttajansuojalain mukaan luottosopimus on tehtävä kirjallisessa muodossa ja luottosopimuksen tehneelle asiakkaalle on annettava kirjallinen sopimus solmitusta luottosuhteesta (KSL 7:10). Kulutusluottosopimuksessa on mainittava luoton määrä tai mahdollinen myönnetty luottoraja sekä luoton myöntämiseen ja sen käyttöön liittyvät maksut, kuten korot ja käsittelymaksut. Sopimuksesta on käytävä ilmi, milloin luotto erääntyy tai jos luotto maksetaan erissä, mitkä ovat erien suuruudet, niiden eräpäivät sekä muut sopimukseen vaikuttavat takaisinmaksuehdot. Lisäksi on mainittava, mikä on ollut luottohinta, mahdollinen käteismaksuosuus ja käteishinta, kun sopimus koskee hyödykesidonnaista luottoa. Sopimuksessa pitää myös mainita lain antama mahdollisuus luoton ennaikaiseen takaisinmaksuun ja tietenkin todellinen vuosikorko.

(Ämmälä 1996, 174 – 176.)

4.7 Riskienhallinta luotonannossa

Menestyvän yrityksen kokonaisvaltaisen toiminnan ylläpitämisessä yksi tärkeä tekijä on luottoriskien valvonta asiakkuuksien hallinnassa. Riskienhallinta on osa tuloksen tekemistä, joten on tärkeää, että luottoriskienhallinta on toteutettu suunnitelmallisesti. Asiakkaan luottosuhteen eri vaiheissa toteutettavat toimenpiteet ovat järjestelmällisiä, luottokelpoisuuden arvioinnista asiakkaan maksurästitilanteisiin. Yritys tarvitsee siis luottopolitiikan, jossa määritellään roolit luottosuhteista vastaaville henkilöille sekä selkeät toimintamallit luottosuhteissa vastaan tuleviin tilanteisiin. Yhtenäisen luottopolitiikan tunteminen on erityisen arvokasta myynnistä ja asiakaspalvelusta vastaaville henkilöille, jotta asiakkaisiin sovellettavassa linjassa ei ole eriäväisyyksiä. Kontrolloidussa luottokaupassa myyntisaatavien turvaaminen on yrityksen johdolle tärkeää, joten velalliset asiakkaat täytyy tuntea. (Ijäs 2002, 23, 24.)

Asiakkaan tapauskohtaiseen luottosuhteen arviointiin kannattaa panostaa päätöksenteossa, ettei luottopäätöksistä tehdä liian kaavamaisia, ja liian suuri osa hyvistä myyntimahdollisuuksista valuu hukkaan. Sääntönä voidaan pitää seuraavaa: mitä suurempi kauppa on kyseessä, sitä tapauskohtaisempaa arvioinnin pitäisi olla. (Ijäs 2002, 23.)

4.8 Luottoriskit uusasiakashankinnassa

Yritys pyrkii hankkimaan uusia asiakkaita monin eri keinoin, kuten lehtimainonnalla ja henkilökohtaisella myyntityöllä. Kontaktinottamistapa asiakkaaseen ratkaisee, kuinka tarkasti voidaan etukäteen vaikuttaa ja valita, millaisiin asiakkaisiin ollaan yhteydessä. Esimerkiksi osoitteellisessa suoramarkkinoinnissa voidaan tehdä tarkkoja valintoja kohteena olevista asiakkaista, koska luottoriskiä koskevia tietoja voidaan käyttää kohderyhmää rajaavana tekijänä. Asiakkaiden luottokelpoisuudesta kertovien tietojen käyttäminen mahdollistaa uusia asiakasryhmiä kartoittaessa monenlaisia säästöjä yritykselle, kun myynnin ja luottovalvonnan resurssit voidaan kohdistaa asiakkai-

siin, joiden kanssa pystytään käymään normaaleilla ehdoilla luottokauppaa. Markkinoititoimenpiteiden rajaamisessa voitaisiin käyttää kuluttaja-asiakkailla julkisia maksuhäiriötietoja, kuten Suomen Asiakastieto Oy, mutta henkilön maksukyvyyn arvioiminen on vaikeampaa elämäntilanteesta johtuvien tekijöiden kannalta. (Ijäs 2002, 99 – 100.)

Uusasiakashankinnassa kannattaa kiinnittää huomiota asiakkaan luottokelpoisuuden ja maksukyvyyn arviointiin luottokauppaa maksutapana käyttävässä myyntineuvottelussa mahdollisemman varhaisessa vaiheessa, jotta myyjä ja kauppa eivät joudu noloon tilanteeseen. Kun luottokelpoisuutta käsitellään liian myöhään, huomataankin, että asiakkaaseen liittyvä riski on liian suuri ja luottokaupasta täytyy pidättäytyä. Tässä tilanteessa asiakkaan sekä myyjän aikaa on mennyt hukkaan, kun kaupan ehtoihin luoton saamisen kannalta vaikuttavat tekijät on jätetty selvittämättä riittävän ajoissa. Epäonnistuneessa luottokaupassa myyjä yleensä vetäytyy tilanteesta syrjään ja antaa luottovalvonnan hoitaa ikävän informoimisen tehtävän asiakkaalle. Tämän vuoksi myyjä pitäisi kannustaa hoitamaan asiakaskontaktin yhteydenpito loppuun saakka itse, jotta kaupan luottoehtojen huomioiminen vastaisuudessa parantuisi. Luottoriskien hallinnan kannalta asiakkaalle tehty tarjous on merkittävämpi toimenpide kuin myynnin ja markkinoinnin kohdistaminen tiettyyn kohderyhmään. Asiakkaan hyväksytyä tarjouksen määräajan sisällä se on myyjää sitova, joten luottopäätös olisikin viisasta tehdä ennen kuin tarjous toimitetaan asiakkaalle. (Ijäs 2002, 99 – 100.)

4.9 Automaattinen päätöksenteko

Paljon luottopäätöksiä tekevissä yrityksissä automaattinen päätöksentekojärjestelmä on osana luottohallintoa. On turhaa käyttää luottohallinnon ammattilaisten aikaa selviin tapauksiin, joten luottopäätökset voidaan tehdä ennalta määriteltyjen kriteerien perusteella. Vain ongelmalliset rajatapaukset käsitellään manuaalisesti, kun luoton saaminen on riskirajoilla. Luotonannosta päättäminen on helpointa juuri luottokelpoisuudeltaan erittäin hyvien tai todella huonojen asiakkaiden kohdalla. Automaattinen päätöksenteko onnistuu parhaiten uusia luottosuhteita perustettaessa. Olemassa olevien asiakassuhteiden hoitamista on parempi käsitellä tapauskohtaisesti manuaalisesti, koska luottopäätökseen vaikuttavat muutokset ilmenevät asiakkaan maksukyvykkyudessa

tai ostokäyttäytymisessä. (Ijäs 2002, 111.)

Automatisoitu luottohallinto muuttaa päätöksenteon roolia ihmisiltä ohjaavaksi toiminnaksi, kun ohjelma tekee luottopäätökset ja ihmisillä on kontrolli. Päätöksentekohjelmalla on kuitenkin rajalliset valtuudet toiminnallaan, koska määriteltyjen raja-arvojen ja hakukriteerien ulkopuolelle jäävät luoton hakijat käsitellään manuaalisesti luottovalvonnan puolesta. (Ijäs 2002, 112.)

Luottopäätöksenteko hankaloituu tilanteissa, jossa on mietittävä asiakkaan luottokelpoisuuden ja maksukyvyn riittävyyttä suhteessa kaupan suuruuteen, mutta kaupan kannalta riskin ottaminen myyntitavoitteiden saavuttamiseksi olisi houkuttelevaa. (Ijäs 2002, 111.) Käsiteltävässä tapauksessa luoton myöntäjänä ja luottopäätöksen tekijänä on OP-Pohjola-pankki, joten luoton välittäjänä toimivalla vähittäiskaupalla ei ole mahdollisuutta vaikuttaa luottopäätöksiin lainkaan omilla tavoitteillaan tai vaalia omien etujen täyttymistä. Automaattisen päätöksenteon avulla toteutetaan nopea luottopäätöksen hakeminen ja parannetaan asiakaspalvelun toimivuutta. Luotonantaja pääsee hyvin kontrolloituun luotonantoon automatisoimalla luottopäätösprosessin kokonaan, koska vähittäiskaupan välittämien yksittäisten luottojen euromääräiset arvot ovat pieniä. (Ijäs 2002, 111.)

5 TILILUOTON MYYNNIN ONGELMAKOHTIEN ANALYSOINTI

Tässä osiossa käsitellään kerätyn tutkimusaineiston analysointia. Ensin kerrotaan käytetyistä tutkimusmenetelmistä, joiden perusteella on saatu selville tarkemmin käsitelty ongelmakohdat.

5.1 Kerätyn aineiston analysointi

Haastattelut suoritettiin K-Rauta Tourutornin henkilöstöstä valikoiduille myyjille ja toimistohenkilökunnalle, jotka ovat luoton myynnin kanssa välittömästi tekemisissä (ks. liite 1). Haastattelut toteutettiin K-Rauta Tourutornissa työntekijöiden työaikana. Kysymykset käsitelivät haastateltavien tietoja, taitoja ja asenteita tililuottoon liittyen. Haastatteluiden tarkoituksena oli kerätä tietoa henkilökunnan olemassa olevista kokemuksista tililuoton myyntiin liittyen sekä siitä, millaisia ovat tyypilliset tähän mennessä luottoa ottaneen asiakkaat tai kenelle tililuottoa on tarjottu. Lisäksi tietoa kerättiin henkilökunnan osaamistasosta tililuoton myynnin teoriasta sekä kehittämistarpeista. Haastattelut kestivät 10 - 45 minuuttia haastateltavien vastauksista riippuen. Nauhurille kerätty haastattelumateriaali litteroitiin eli kirjoitettiin yleiskielen muotoon täsmällisesti. Litteroitu haastattelumateriaali analysoitiin käyttäen apuna tutkijan omaa havainnointia hänen toimiessaan työyhteisön jäsenenä. Tavoitteena oli saavuttaa tutkittavien henkilöiden näkökulma aiheeseen, jotta voitiin todeta, mikä on ongelman ydin.

Luottojen myynti on ollut vähäistä K-Rauta Tourutornissa viimeisen vuoden ajan joutuessa siitä, että luottojen myyminen on melko uusi asia rautakauppaympäristössä eikä tämän mahdollisuuden hyödyntämistä ole huomattu aikaisemmin. Myynnin kasvattamiseksi on siis keksittävä parannuskeinoja. K-Raudassa käy erilaisia asiakasryhmiä, ja tililuotto on suunnattu kuluttaja-asiakkaille. Vuodenajan vaihtelulla ei voida vielä katsoa olevan vaikutusta rautakaupan sesonkien mukaan kulutusluoton myyntiin, vaikka talvea voidaan pitää yleisesti ottaen hiljaisempaa aikana, koska ulkorakentaminen pysähtyy. Viime kesään verrattuna myytyjen tililuottojen määrässä ei ole nähtävissä suurta vaihtelevuutta.

5.2 Laskutuskaupan poistamisen mahdollisuus

Tutkimuksen yksi ydinkysymys oli, voisiko olla mahdollista, että Tourutornissa voitaisiin karsia kaupan oma laskutus pois kuluttaja-asiakkailta. Haastatteluissa todettiin selvästi, ettei pelkän OP-Pohjolan tililuoton tarjoaminen kuluttaja-asiakkaille ainoana pidemmän maksuajanvaihtoehtona voi olla toimiva ratkaisu Tourutornissa. Kaupan oma laskutuskauppa on välttämätöntä säilyttää tililuoton rinnalla. Asiassa pitää ottaa huomioon kuluttaja-asiakkaidenkin erilaiset ominaisuudet. Projektien suuruudet vaihtelevat pienremonteista omakotitalorakentamiseen, joten kaupaltakin vaaditaan erilaista palvelua ja joustavuutta eri vaihtoehdoissa.

”Juu, ihan hyvä systeemi tuo (tililuotto) on tietysti olla olemassa, mutta aika vaikea olisi päästä siihen, että koko laskutus loppuisi kuluttaja-asiakkailta. Nuo reskontrat on olemassa joka tapauksessa yritysasiakkaita varten niistä ei päästä kuitenkaan eroon missään vaiheessa, eihän tämä yrityksille muutenkaan käy mitenkään. Eikä minun uran aikana tähän hommaan varmasti tule muutosta. Tai sitten saisi tapahtua kyllä todella paljon.” (Haastattelut 2009.)

Isoksi ongelmaksi muodostuvat omakotitalorakentajat sekä suurempaa rakennusprojekteja tekevät, jotka ovat tärkeä asiakasryhmä kokonaisuutena ajatellen. Tällä asiakasryhmälle tililuoton yläraja 17 000 euroa ei tulisi mitenkään riittämään varsinkin, kun luottoa haettaessa ratkaisevana tekijänä on henkilön varallisuus ja maksukyky. Jos pankkilainaa otetaan maksukyvyyn ylärajoille alusta lähtien, ei muiden luottojen hoitamiseen ole enää mahdollisuutta. Tätä asiaa tutkittaessa on selvästi käynyt ilmi, ettei rakentaja-asiakkailta ole mahdollisuutta ottaa ainoastaan tililuottoa rakennusprojektin sa luotottamiseen. Syynä tähän on se, että esimerkiksi normaalin omakotitalonkin rakentaminen Suomen olosuhteissa vaatii vähintään 100 000 euron budjettia, ja tililuoton maksimirajat ovat kaukana tästä summasta. Omakotitalorakentajan täytyy hankkia suurempi määrä rakennustarvikkeita kerralla, jotta projekti saadaan etenemään nopealla aikataululla. Rakentajat siis hakevat pankista luotot ennen projektin aloittamista, ja tämän kokoluokan luottoihin tarvitaan ehdottomasti vakuuksiksi joko reaalivakuutta panttauksina tai henkilötakaajat. Tämä on painava syy kaupan oman laskutuksen säi-

lyttämiseksi rakentaja-asiakkailla, joiden kanssa laskutus on järkevä vaihtoehto suurien tavaraerien maksuvaihtoehdoksi.

”Se voi olla että ihmiset ei satsaa mihinkään kun hirveästi on lomautettuja, mutta toisaalta ihmiset saattavat olla kiinnostuneempiakin tällaisesta vaihtoehdosta. Kyllähän se kuitenkin on niin, että isompia rakennustarvikkeita varten laina haetaan pankista, sillä eihän tällä meidän rahoituksella omakotitaloa rakenneta.” (Haastattelut 2009.)

Rautakaupan tarjoama tililuotto ei siis ole vakuudettomana luottona pätevä kilpailija pankkiluotolle, johon hakijalla on vakuudet tai takaajat suuremman luottosumman hankkimiseksi. Lisäksi pankin luottoon sovitaan vuosikymmenien mittaiset maksusuunnitelmat lyhennyserineen. Tililuottoon verrattuna pankkilainassa korot ja kulut ovat alhaisemmat johtuen luoton vakuudellisuudesta, ja pitkällä laina-ajalla luotollinen joutuu varmasti neuvottelemaan luoton järjestelyistä ja koroista pankin kanssa monet kerrat.

”Minkähänlaisilla tuloilla edes voisi saada sen 17 000 kerralla sitä luottoa, sillähän tietenkin tekisi jo isomman remontin, mutta kyllä näissä ihan vaan muutamista tonneista puhutaan.” (Haastattelut 2009.)

Yleisesti ottaen, K-Rauta Tourutornissa myönnettyjen tililuktojen määrä on keskimäärin 1000–3000 euroa, vaikka tililukton yläraja onkin 17 000 euroa. Tämä myönnettävän luoton määrä lasketaan asiakkaan maksukyvyistä, joten normaalilla työssä käyvällä kuluttaja-asiakkaalla ei ole minkäänlaista mahdollisuutta saada vakuudetonta luottoa kerralla tuota ylärajan määrää.

Joissakin K-Raudoissa pelkkä tililukto rahoitusvaihtoehtona kuluttaja-asiakkaille toimii, koska näissä liikkeissä keskitytään pelkästään sisustustuotteiden myyntiin eikä raskaita rakennustarvikkeita tuotevalikoimassa ole. Tällöin lainamäärä ei nouse kerralla kovin suureksi sisustusremontissa toisin kuin suuremmissa rakennusprojektissa raskaita rakennustarvikkeita ostettaessa. Toisaalta Tourutornissa ei ole osattu hyödyntää tätä remointipakettien myymisen ajattelua, jolla voitaisiin karsia lyhyemmissä asia-

kassuhteissa olevia pienremontiojia kaupan omasta laskutuskaupasta. Tutkijan päätelmä tästä on, että Tourutornin kannattaa keskittyä tililuoton myynissä sisustusosaston lisäksi piharakentamiseen, kalusteisiin sekä lvi-osaston paketteihin. Näillä osastoilla on todennäköisempää saada luottoja kaupaksi, koska tuotteiden arvo jää sopivaksi haettavaan tililuoton määrään nähden. Rakentajia ei tietenkään kannata kokonaan unohtaa. Jos maksukykyä riittää myöhemmin, tililuottoa voi ehdottaa pankkilainan jatkeeksi esimerkiksi piharakentamisen tuotteiden hankkimiseen.

Kauppa ei kuitenkaan pääsisi kokonaan eroon kuluttaja-asiakkaiden muutoksen myötä omasta laskutusreskontrastaan, koska K-Rauta Tourutornin asiakaskuntaa kuuluu myös suuri määrä yritysasiakkaita. Yritysasiakkaiden laskutukseen tililuotto ei kuitenkaan vaikuta millään tavalla, joten muutos ei olisi ollut merkittävä koko kaupan taloushallinnon puolta ajatellen.

5.3 Tililuoton tarjoaminen asiakkaille

Tutkimuksessa kiinnostava tekijä oli, miten kaupan henkilökunta on tarjonnut tililuottoa asiakkaille tähän mennessä. Jos tililuottoa olisi tarjottu aktiivisesti ja asiantuntevasti asiakkaille myyntikohtaamisten yhteydessä, ei tililuoton myynnin kehittämisessä varmaankaan olisi parannustarvetta. Tarkoituksena olikin selvittää, miksi näin ei ole käynyt.

Haastatteluissa myönnettiin, ettei kaupan puolelta tililuottoa ole tarjottu mitenkään aktiivisesti asiakkaille asiakaskohtaamisten yhteydessä suurempien kauppojen aikaan saamiseksi. Kiinnostus tililuoton ottamiseen on tullut pääosin asiakkaan puolelta, joka on halunnut tiedustella mahdollisuutta kaupan rahoitusvaihtoehtoista esimerkiksi osamaksukauppaan liittyen. Asiakas on siis joutunut itse antamaan myyjälle vinkin rahoitustarpeestaan, vaikka unelmatilanteessa myyjän olisi pitänyt havaita asiakkaan tarpeet. Tavoitteena on, että asiakkaat voisivat luoton ottamisen myötä tehdä suurempia ostoksia kuin alun perin olivat suunnitelleet. Mainontaa on lisätty syksyn 2008 aikana, jotta asiakkaat huomioisivat tililuottomahdollisuuden paremmin tehdessään ostospäätöstä liikkeessä.

”Tosiaan sitä mietittiin, että miten sitä saisi enemmän kaupattua. Sitä pitäis vaan enemmän tuoda esille kaikissa mainoksissa markkinoinnissa ja myynissä asiakaskohtaamisissa. Se on meiltä vaan unohtunut tuo koko luottojuttu, ei sitä ole pidetty kovin tärkeenä. Mutta että ei sitä enää paljon helpommaksi saa. Joskus oli puhetta, että asiakas saisi täyttää itse netissä kaavakkeen, mutta se taitaa olla unohdettu, että en keksi nyt mitään millä tuota enää muuttaisi. Hyvä systeemi tuo on, mutta en tiedä miksi se ei ole lähtenyt sujumaan. Ihmiset ei ehkä halua sitä ja ne kokevat että se on joku kulutusluotto. Ehkä olis voinut panostaa enemmän.” (Haastattelut 2009.)

Henkilökunnan mielipide luoton myynnin kasvattamisesta oli selkeä. Tililuotolle pitäisi tuoda enemmän näkyvyyttä mainonnassa ja tarjota asiakaskohtaamisissa rohkeammin. Myyjät kyllä tiedostivat, että omassa toiminnassa olisi parantamisen varaa, ja he olisivat voineet tehdä omasta puolestaan enemmän. Tililuoton myyntiä ei silti pidetty tärkeänä asiana kaupan puolelta, vaan muut asiat kaupan perustoiminnoissa ovat ajaneet tämän asian edelle. Tutkija sai sen käsityksen, että kaupan johdon puolelta myyjiä ei ole sen kummemmin kannustettu tililuoton myymiseen. Myyjille ei ole annettu mitään lisäarvoa tililuoton myynnistä, vaikka kaupassa palkitaan osastoja yleisesti myyntitavoitteisiin pääsemisestä. Todetaan, että tililuottotuotteessa tai sen ominaisuuksissa ei ole erityisesti mitään moitittavia epäkohtia tai parannettavaa, vaan tililuoton tarjoaminen on kiinni myyjän omasta asenteesta ja motivaatiosta.

”Kyllä se lähtee asiakkaalta se vinkki. Täytyy sanoa, että harvemmin lähdän tarjoamaan ilman mitään virikettä, siis jos asiakas ei tuo omaa kiinnostustaan ensin esille.” (Haastattelut 2009.)

Haastatteluissa mietittiin myös asiakkaille välittyntä mielikuvaa tililuoton ottamisesta ja tililuottotuotteen ominaisuuksista. On selvitettävä, mikä on syynä siihen, että asiakkailta on negatiivinen käsitys tililuotosta. Kaupan henkilökunnan mielestä ihmiset eivät halua ottaa luottoa, koska kokevat luoton kulut korkeiksi ja lyhennyserät hankaliksi. Voisiko myyntityön kautta muuttaa tätä asiakkaiden mielikuvaa positiivisempaan suuntaan ja millä tavoin, koska tililuottohan on todellisuudessa edullinen ja helppo rahoitusvaihtoehto. Myyjät voisivat korostaa entistä enemmän asiakaskohtaamis-

sa tililuoton hyviä puolia, erityisesti luoton saamisen helppoutta, vakuudettomuutta ja K-ryhmän Plussa-pisteiden kertymistä tililuotolle ostettaessa. Hyvien puolien löytäminen tililuotosta todettiin henkilökunnan osaltakin loistavaksi myyntivaltiksi.

”En varsinaisesti koe, että sitä olisi vaikea tarjota, mutta en ole itse satsannut. En osaa sanoa miten sitä voisi parantaa. Varmaan se on myyjässä vika, en ole tarjonnut sitä. Pitäisi varmaan lukea mitä siihen kuuluu, ehdot ja kaikki vuosikorot sun muut. Pitäisi kertoa asiakkaalle korkokulut ja miten sen avaaminen tapahtuu. Ei oo tosiaan tarvinnut tehdä.” (Haastattelut 2009.)

Myyjät olivat yhtä mieltä siitä, että omassa toiminnassa asiakas kohtaamisissa on huomattavan paljon parantamisen varaa. Toisilla myyjillä tosin on vielä negatiivisempi suhtautumistapa asiaan, koska heidän mielipiteensä on, että luottojen myynti kuuluu pelkästään pankkialan toimintaan. Myyjien keskuudessa esiintyi vaihtelevia mielipiteitä luottoon liittyvien teknisten asioiden hallinnasta. Kaikki myyjät eivät olleet varmoja osaisivatko, he vastata asiakkaan esittämiin yksityiskohtaisempiin kysymyksiin tililuottoon liittyen asiantuntemuksella vai ohjaisivatko he asiakkaan suoraan toimistoon kysymään asiasta lisää. Kaikki myyjät osaisivat kertoa luotosta perusasioita ainakin tililuottomainoksesta tietoja luntaamalla, mutta parantamisen varaa osaamisessa luoton teknisiin asioihin liittyen olisi.

Tourutornissa on painotettu muita tärkeämpiä asioita myyntityöhön liittyen, ja tililuottoasia on unohtunut ja jäänyt taka-alalle. Kaupan henkilökunnan puolelta todetaan vain, että tililuoton myynti ei ole lähtenyt sujumaan toivotulla tavalla. Pitäisikö tämän sijasta enemmän miettiä, mitä asialle kannattaisi jatkossa tehdä, jotta tilanne muuttuisi parempaan suuntaan. Toisaalta kaupan henkilökunta voi olettaa, että Rautakeskon puolelta tuodaan uusia muutoksia koko K-Rauta-ketjua ajatellen, eikä itse tarvitse panostaa asian miettimiseen niin paljon. Tililuoton myyntiin liittyvät ongelmat on siis tiedostettu, mutta niiden korjaamiseksi ei olla valmiita käyttämään omia resursseja. Se, että asiaan olisi voitu panostaa enemmän, oli yleinen mielipide.

Myyjien pitäisi ottaa enemmän vastuulleen tililuoton hakemiseen liittyvää prosessia eikä ohjata asiakkaita vain suoraan toimistoon kysymään lisäneuvoja. Näin ollen asiakas kohtaaminen ja kauppa saadaan asiakas huomioon ottaen selkeämmin järjestettyä, kun yksi myyjä huolehtii asiakastapahtuman alusta loppuun ilman muita välikäsiä.

Myyjiltä siis tarvittaisiin lisää perehtymistä tililuoton teknisiin asioihin sekä luoton hakemiseen, ettei heti tarvitsisi pyytää apuvoimia muualta. Myyntityön sujuvuus parani, koska luoton hakeminen nopeutuisi, eikä luottihakemus veisi muita henkilöresursseja yhden myyjän lisäksi.

Henkilökunta peräänkuulutti OP-Pohjolan verkkopalvelun selkeää käyttöä tililuoton myöntämisessä. Jos asiakkaan luottihakemus hyväksytään heti selvissä tapauksissa eli kun asiakkaan tulot, entisten luottojen määrä ja uuden luoton määrän suhde on riittävän hyvä, verkkopalvelun käyttö on helppoa. Ongelmia sen sijaan ilmenee, jos kyseessä on rajatapaus ja luottoa ei automaattisesti hyväksytä, jolloin luottihakemus on hyväksyttävä OP-Pohjolan puolelta manuaalisesti. Tästä aiheutuu kaupan puolelle lisää selvittelytyötä, ja lisäksi asiakas joutuu tässä tapauksessa käymään liikkeessä monta kertaa, koska luottopapereihin tarvitaan allekirjoitukset. Alkuaikoihin verrattuna luoton hakeminen on helpottunut, kun useiden lomakkeiden täyttämisestä on sentään luovuttu.

5.4 Muita ongelmia tililuoton kanssa

Haastatteluissa todettiin ongelmana myös olevan jatkuvien tililuottojen ottajien puute, jotka maksaisivat ostoksensa pienemmissä lyhennyserissä pidemmällä aikavälillä. Tililuoton valinneet asiakkaat maksavat ostoksensa yleensä kerralla pois kokonaan kolmen kuukauden korottoman maksuajan jälkeen. Asiakkaille on välittynyt mielikuva, että luotolla on suuret kustannukset eikä luottoa näin ollen haluta jättää maksettavaksi useampaan lyhennyserään. Suuremman kertaostoksen ja kerralla poismaksamisen malli on tosin toiminut hyvin juuri kalusteosastolla ja takkakaupoissa, joissa myös suurin osa tehdyistä tililuottokaupoissa on tapahtunut.

Varsinaisia tavoitteita ei luoton myynnin määrän kehittämiseksi kaupalla ole. Toivotaan, että taantumalla olisi myönteinen vaikutus ihmisten luotonottohalukkuuteen. Jos ihmisillä on vähemmän tuloja käytettävänä remontin toteuttamiseen, niin tililuoton kautta pystyy toteuttamaan suuremmankin remontin, kun tiedetään, ettei kaikkea tarvitse maksaa kerralla. Taantuma siis laskee ihmisten rajakynnystä hankkia lisärahoitusta, mutta toisaalta varovaisuus saattaa lisääntyä oman toimeentulon turvaamiseksi.

Asiakasmäärät remontoijien puolella eivät kuitenkaan ole kääntyneet huomattavaan laskuun syksyllä 2008.

6 TOIMINTASUUNNITELMA TILILUOTON MYYNNIN KEHITTÄMISEEN

6.1 Kaupan oma laskutus

Kaupan oman laskutuskaupan poistaminen saadaan toteutettua osittain pienempiä ostoksia tekeviltä asiakasryhmiltä. Tourutornin itse vastaamasta laskutuskaupasta voisi vähitellen yrittää karsia pois pienremontoiija-asiakkaat (113) sekä remontoija-asiakkaat (112). Näille asiakasryhmille tarjottaisiin tulevaisuudessa vain tililuottoa pidemmän maksuajan saamiseksi. Lisäksi tilapäisasiakkaille avatut laskutustilit saadaan myös poistettua. Tililuoton tarjoaminen on yleistynyt viime vuosina monenlaisissa vähittäiskaupoissa, esimerkiksi huonekaluliikkeissä, joten en epäile kuluttajien vahvojen negatiivisten mielikuvien rajoittavan tililuoton hankkimista varsinkaan jos muita vaihtoehtoja maksuajan saamiseksi ei ole.

Laskutuskauppa säilytettäisiin vain rakentaja-asiakkaille (111). Tutkija ei kannata Rautakeskon esittämää mallia, jossa rakentaja-asiakkaille avataan automaattisesti rakentajatilin yhteyteen tililuotto. Rakentajien ei kannata ensinnäkään ottaa turhaa luottoa pankkilainan lisäksi, ja toiseksi on muistettava asiakkaan maksukyky, eli pystyisikö rakentaja-asiakas maksukyvyllään edes saamaan tililuottoa. Ehdottaisin, että rakentaja-asiakkaille tarjottaisiin tililuottoa myöhemmin rakennusprojektin loppupuolella kun pankkilainan maksaminen on alkanut, esimerkiksi piharakentamisen tuotteiden ostamiseen.

Tourutornin kannattaa säilyttää kuluttaja-asiakkaille alennusjärjestelmä rakentajatilin yhteydessä tai käteisalennuskorttina, koska tätä kilpailuetua ei kannata menettää muihin rautakauppaketjuihin nähden. Alennuksien saaminen rautakaupassa on asiakkaiden mieliin syvästi juurtunut tapa, eikä sitä ole pystytty täysin kumoamaan nettohinnoiteluun siirtymiselläkään. Toisaalta tililuoton yhteydessä Plussa-pisteiden saaminen ostoksista on valtava etu asiakkaalle, jota kannattaisi painottaa markkinoinnissa.

TAULUKKO 1. Asiakasryhmien maksuvaihtoehdot

Maksuvaihtoehdot asiakasryhmittäin K-Rauta Tourutornissa				
Asiakasryhmät	Rakentajat (111)	Remontoijat (112)	Pienremontoijat (113)	Satunnaiset asiakkaat
Rakentajatili	kyllä	ei	ei	ei
Tililuotto	myöhemmin	kyllä	kyllä	kyllä
Käteinen	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä

6.2 Myyjien toiminnan aktivointi

Yhteishengen luominen henkilöstön keskuudessa tililuoton myynnin lisäämiseksi tukee osaltaan kaupan myyntiä talouden heikkoina aikoina. Myyjien pitäisi rohkeasti uskaltaa tarjota asiakaskohtaamisissa tililuottomahdollisuutta lisämyynnin saamiseksi ostopäätöstä harkitsevalle asiakkaalle, joka epäroi remontin aloittamista ja epäilee tulevien kustannuksien horjuttavan liikaa omaa taloutta. Pelkkä tililuoton tarjoaminen ei vielä sitouta asiakasta mihinkään, päätti asiakas sitten valita minkä maksutavan tahansa, mutta asiakasta on informoitu olemassa olevasta mahdollisuudesta. Tässä on kuitenkin otettava huomioon, että asiakkaan omaa harkintakykyä ja päätöksentekoa myyjän pitää kunnioittaa, eikä tililuottoa saa alkaa liikaa tyrkyttää. Jos asiakas esimerkiksi mainitsee olemassa olevasta luotosta tai luottokortista, jolla aikoo ostokset hoitaa, myyjän kannattaa vetäytyä lisäluoton tarjoamisesta. Asiakas voidaan kuitenkin saada ajattelemaan mielikuvilla paremmasta kodista, miten hieman suunniteltua isomman remontin toteuttaminen kokonaisuudessaan olisi parempi ratkaisu ja toiveet täyttyisivät omassa asumisessa.

Myyjien kannattaa tutustua tililuoton myynnille kuluttajasuojalain asettamiin sääntöihin, kun asiakaskohtaamisissa aletaan aktiivisesti tarjota tililuottoa, koska on muistettava säännösten mukainen myyntitapa. Tililuoton ottaminen ei saa olla asiakkaalle hetkellinen ratkaisu talousongelmiin tai nopea päänäpistö, vaan luoton pidempiaikaiset seuraukset tulee ymmärtää. On otettava myös huomioon etu, että kaupalle ei tule ris-

kiä luottotappioista tililuottoasiakkaista, jos jostain syystä asiakkaan maksukyky horjuu myöhemmin, vaikka onkin muistettava myyntitilanteessa vastuullisen luotonannon periaatteet. Tililuoton tarjoaminen on siis kaupan etujen mukaisesta verrattuna laskutustiliin, koska kaupan omat vastuut ovat pienemmät.

Myyjät keräisivät lisää motivaatiota tililuoton myymiseen nostamalla yhteishenkeä eli kaikki panostaisivat asiaan, perehdyttäisiin yhdessä luoton ominaisuuksiin ja vertailtaisiin omia myyntikokemuksia. Motivaatiota pitää tietenkin lisätä myös esimiehen puolelta, jotta myyjät tietävät, miksi tililuoton myyminen on tärkeää eli miksi niin tulee toimia ja miksi tämä asia on tärkeä. Myyjien on tiedettävä perusajatus, miksi tililuoton myyminen koetaan tärkeäksi asiaksi Tourutornissa ja miksi se on kaikkien etujen mukaista toimintaa kaupan tuloksen kasvattamiseksi. Tutkijan työkokemuksen perusteella yrityksessä tiedän, että myynnin perusasioihin keskittymisessä ja järjestelyissä henkilökunnalla menee jo riittävästi työaika. Myyjät voivat kokea tilanteen negatiiviseksi ja ollaan sitä mieltä, ettei heille tarvitsisi kaataa enää lisähaasteita työpäivästä suoriutumiseen. Myyjien pitäisi tietää saavansa jotain lisäarvoa itselleen luoton myymisellä ja heillä pitäisi olla jotakin saavutettavia tavoitteita. Tähän paras ratkaisu olisi provisiopalkkaus, mutta tutkija ei usko sen tässä tapauksessa toteutuvan.

Tutkijan mielestä K-Rauta Tourutornin ei tarvitse radikaalisti lisätä tililuoton mainontaa. Asiakkaalle idean myyminen asiakaskohtaamisissa voi olla tärkeämpää kuin luoton näkyvä mainonta, eli asiakkaalle myydään mielikuvia luoton tarjoamista mahdollisuuksista toteuttaa omien toiveiden mukainen remontti kerralla. Tililuoton korostamisen pääasiana tuotteiden mainostamisen yhteydessä, esimerkiksi sanomalehdissä, ei katsota muutenkaan olevan soveliasta markkinointia. Tililuotto kannattaa kuitenkin mainita lehtimainoksissa edelleen, jotta asiakkaat tiedostavat kuitenkin mahdollisuuden. Myymälässä voitaisiin kuitenkin ottaa harkitusti käyttöön hintalappuesimerkit eli paljonko tuote maksaisi tililuotolla ostettaessa (ks. liite 3).

Asiakkaille pitäisi korostaa markkinoinnissa vakuudettoman luoton merkitystä. Esimerkiksi pankin kautta OP-Pohjolan asiakas voi saada vakuudetonta luottoa vain 8500 euroa kerralla maksukyvyistä riippuen. Kaikkiin jatkuviin luottoihin pankin kautta vaa-ditaankin jo vakuus, kun K-Raudan tililuoton kautta jatkuvaa luottoa voi saada vakuudetta. Näissäkin tapauksissa henkilön on pitänyt olla OP-Pohjolan asiakas jo ennalta, eikä näitä etuja anneta kokonaan uusille asiakkaille. Lisäksi OP-Pohjolan joustoluo-

tossa kuukausittainen minimilyhennysprosentti on vähintään 2,5 kun taas K-Raudan tililuotossa minimilyhennys on vain 1,7 prosenttia.(OP-Pohjola 2009.)

6.3 Kohderyhmän tarkentaminen tililuotoille

Sisustusosaston pitäisi panostaa huomattavasti enemmän tililuoton tarjoamiseen, koska tutkijan mielestä tällä osastolla on suurin mahdollisuus houkutella tililuoton ottajia. Tähän mennessä Tourutornissa on panostettu suuren kertaluoton ottajiin, mutta miksi asiakas ei voisi ostaa pieniä tuotteita suurempaa määrää, eikä vain yhtä isoa ostosta. Tarjottaisiin asiakkaille pakettiratkaisuita enemmän, mikä voisi olla hyvä alku jatkuvien tililuottojen tavoitteluun. Tutkija ehdottaa, että kehitettäisiin lisää “remonttipakettimallia” eli yhden remonttikokonaisuuden toteuttamista tililuotolla. Pakettiin kuuluisi esimerkiksi yhden huoneen seinä- ja lattiamateriaalit tai keittiö- tai wc-kalusteremontti. Asiasta voi helposti laatia hintaesimerkkimainontaa myymälään, jotta asiakkaat tiettyllä osastolla havahtuisivat ajattelemaan remonttimahdollisuuksia ja sitä, että kerralla voisi saa koko kohteen kuntoon.

K-Raudoilla on myös käytössä Plussa-rakentaja-ohjelma sekä Oma-myyjä-palvelu, joista kannattaisi ottaa mallia myös remontoijien puolella. Ehdottaisin, että asiakkaan palvelukokonaisuuteen panostettaisiin entistä enemmän. Myyjä ja asiakas voisivat yhdessä suunnitella asiakkaan projektin etenemistä tarvittavien materiaalien ja rahoituksen osalta. Tällä tavoin asiakkaan projekti pysyisi suunniteltuna kokonaisuutena ja yllätyksiltä välttyttäisiin, kun kustannukset olisivat hallinnassa ja materiaalien tarve tiedossa tarkemmin. Asiakas sitoutettaisiin näin paremmin tietyn liikkeen asiakkuuteen ja pakettiin voisi lisäksi liittää vielä vaikka K-Rauta Tourutornissa tarjotun sisustus-suunnittelun. Onhan K-Rauta-ketjun tunnuslausekin ”Toteuttaa kanssasi”, joten tämä toimintatapa tukisi koko konseptin perusajatusta toiveiden mukaisten ratkaisujen tarjoamisesta asiakkaille.

6.4 Käyttäjän käsikirja

Tutkija kokoaa K-Rauta Tourutornin myyntihenkilökunnalle tietopaketin tililuoton myynnistä. Käyttäjän käsikirjasta voi jokainen poimia ohjeita tililuoton myynnin parantamiseen, luoton käsitteiden tuntemiseen ja sallittuihin markkinointikeinoihin (ks. liite 4). Perehdyttäminen tililuottoon on yksi kulmakivi paremman myynnin onnistumiseen, joten käsikirjasta jokainen myyjä voi omien tarpeidensa mukaan poimia lisätietoja. Käsikirjan osia myyjä voi käyttää muistilistana siitä, mitä asiakkaalle kuuluu kertoa missäkin tilanteessa ja miten luoton hakemisessa tulee edetä.

Käsikirja on koottu vastuullisen luotonannon periaatteita noudattaen. Ohjeissa käydään läpi asiakastapahtumassa tarvittavat tiedot alusta loppuun. Käsikirja koostuu neljästä osasta, perustiedot tililuotosta, verkkopalvelun käyttöohje, sopiva markkinointitapa ja luoton käsitteet. Käsikirja kootaan pääosin teoriaosassa käsitellyistä kuluttajasuojalain säädöksistä, Kuluttajaviraston julkaisuista sekä Rautakeskon ja Pohjola Pankin koulutusmateriaalista. Käsikirjan osioissa on otettu huomioon tutkimuksessa esille tulleet ongelmakohdat, joihin tarvitaan ratkaisuja. Asiakkaalle on myös esitettävä myyntiargumentteja vastaväitteiden torjumiseksi ja perusteltava, miksi tililuoton ottaminen on hyvä vaihtoehto.

7 POHDINTA

Kulutusluottotoiminta on Suomessa viime vuosien aikana huomattavasti vilkastunut Finanssialan keskusliiton kulutusluottoselvityksen mukaan (Finanssialan keskusliitto 2009). Kulutusluottojen moninaiseen kirjoon mahtuu mukaan tällä hetkellä Suomessa monenlaista luotonmyöntäjätahoa ja uusia luottomuotoja tulee markkinoille koko ajan lisää. Näin ollen kilpailu kulutusluottojen myöntäjien keskuudessa kiristyy. Luotonmyöntäjien kannalta on tärkeää, mihin kuluttajat ohjaavat ostovoimansa, koska kuluttajan maksukyky ei riitä kovin monen kulutusluoton ottamiseen yhtä aikaa. Taantumalla on ollut Suomessa kaksijakoinen vaikutus kulutusluottojen ottohalukkuuteen, koska toisaalta ihmisten varovaisuus on lisääntynyt oman kulutuksen ja talouden tasapainossa pitämisestä ja toisaalta kulutusluotto on helppo vaihtoehto ja joustava mahdollisuus tasapainottaa omaa taloutta pidemmälläkin aikavälillä. Kuluttajien ei näin ollen tarvitse käyttää kaikkia ansaitsemiaan tuloja arkipäivän menoihin, vaan kulutusluottoa lyhentämällä menoja voidaan ennakoida paremmin. Taantumana seurauksena yleinen korkotaso on laskenut huomattavasti, joten samalla kulutusluottojen korkotaso on laskenut.

Tutkijan johtopäätösten mukaan K-Rauta Tourutornissa saadaan pienillä lisäpanostuksilla myyntityön aktiivisuuteen kasvua tililuottojen myyntiin. Edellytyksenä tietenkin on, että asiakkaille saadaan positiivinen mielikuva tililuotosta. Taantumasta huolimatta hyvä asia on, etteivät ihmiset ole lakanneet kuluttamasta sisustus- ja remontointituotteisiin. On vain toivottava, ettei taantumasta tule pitkäaikainen vuosia kestävä lama, jolloin ihmisten luottamus omaan talouteen todennäköisesti hiipuu roimasti. Taloustilanteen kiristyessä kuluttajat varmasti vertailevat enemmän eri kulutusluottovaihtoehtojen ja luotonantajien välillä edullisuutta luottojen kustannuksissa. Tourutornin etuna on, että tämän vähittäiskaupan välittämä kulutusluotto on turvalliselta ja tunnetulta luotonantajalta. OP-Pohjola-pankki tunnettuna suomalaisena luottolaitoksena ja talletuspankkina on todennäköisesti kuluttajien mielestä houkuttelevampi kohde ottaa kulutusluotto kuin epämääräiset pikavippiyritykset, jotka ovat saaneet negatiivista julkisuutta.

Melkein vuoden kestäneen opinnäytetyöprosessin aikana tutkija on seurannut talouden

kehityksen alamäkeä ja kuluneen vuoden aikana Suomessa on ehtinyt tapahtua paljon. Rahoitusalan työtehtävissä toimivana tulee mieleen myös tutkimuksen eettinen puoli. Herää mieleen kysymys, onko oikein houkutellessa yhä vähemmän ansaitsevia ja oman taloutensa tasapainossa pitämisen kanssa kamppailevia kuluttajia ottamaan uusia luottoja kannettavakseen. Talouden pitää kuitenkin pyöriä taantumasta piittaamatta ja kaikki ovat vain liikeyrityksiä, joiden täytyy tuottaa voittoa oman menestymisensä ja maksukykyensä ylläpitämiseksi.

LÄHTEET

Anderson, N. 2000. Nicholas Andersonin rahakirja. Helsinki: Edita.

Eskola, J & Suoranta J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Kulutuluottoselvitys-tammikuu 2009. 2009. Finanssialan keskusliiton internet-sivusto. Viitattu 17.4.2009. <http://www.fkl.fi>, Julkaisut ja tilastot, Kulutusluottoselvitys-tammikuu 2009 (pdf).

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Jyväskylä: Gummerus.

Ijäs, S. 2002. Luottoriskien hallinta tuloksen tekijänä - ammattitaitoa, luovuutta ja myyntihenkeä. Jyväskylä: Gummerrus.

Keskon vuosikertomus 2008. 2009. Keskon internet-sivusto. Viitattu 20.3.2009. <http://www.kesko.fi>, sijoittajat, Vuosikertomus 2008, Keskon vuosi 2008.

K-Rauta Tourutornin tavat toimia. 2008. Opasvihko Tourutornin henkilöstölle yrityksen toimintatavoista.

K-Raudan tililuottomainos 2009. 2009. K-Raudan internet-sivusto. Viitattu 18.4.2009. <http://www.k-rauta.com>, rahoitus

Kuluttajansuojalaki. Luku 2. 29.8.2008/561. Laki hyvätapaisesta markkinoinnista. Säädös valtion säädöstietopankki Finlexin sivustolla. Viitattu 29.1.2009. <http://www.finlex.fi>, lainsäädäntö, ajantasainen lainsäädäntö.

Kuluttajansuojalaki. Luku 7. 23.5.1986/385 Laki kulutusluottojen markkinoinnista. Säädös valtion säädöstietopankki Finlexin sivustolla. Viitattu 30.1.2009. <http://www.finlex.fi>, lainsäädäntö, ajantasainen lainsäädäntö.

Tietoa yrityksille kulutusluottojen markkinoinnista. 2009. Kuluttajaviraston internetsivut. Viitattu 19.1.2009. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/Yritykselle/Markkinointi/luotot/>

Kuluttajaoikeuden linjauksia. Kulutusluotto tavaroiden ja palveluiden markkinoinnissa. 2007. Kuluttajavirasto. Verkkojulkaisu. Viitattu 15.1.2009. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/Yritykselle/Markkinointi/luotot/>, Kulutusluotto tavaroiden ja palveluiden markkinoinnissa (pdf).

Metsämuuronen, J. 2001. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Viro: Methelp.

Perustietoa OP-Pohjola-pankin tarjoamista vakuudettomista ja vakuudellisista luotoista. 2009. OP-Pohjola-internetsivut. Viitattu 18.3.2009. <http://www.op.fi>, luotot

Perustietoa K-Rauta-konseptista. 2009. Rautakeskon internetsivut. Viitattu 30.1.2009. www.rautakesko.com, Maat ja kejut, K-Rauta.

Rautakeskon uudistunut tililuotto. 2008. Koulutusmateriaali Rautakeskon vähittäis-kauppaketjujen henkilöstölle.

Tamminen, R. 1993. Tiedettä tekemään. Jyväskylä:Atena.

Tuhkanen, J. 2006. Korkokäsikirja sijoittajalle ja lainanottajalle. Helsinki:Edita.

Perustietoa kulutusluotosta. 2008Vakuutukset ja lainat.com internet-sivusto. Viitattu 28.1.2009. <http://www.vakuutuksetjalainat.com>, kulutusluotto

Ämmälä, T. 1996. Uudistunut kuluttajansuoja. Jyväskylä: Gummerrus.

LIITE 1

HAASTATTELUKYSYMYKSET/myyjät

1. Aikaisemmat kokemukset tililuoton myynnistä
 - a. Oletko tarjonnut tililuottoa asiakkaille? Millaisena olet kokenut tililuoton tarjoamisen asiakkaalle?
 - b. Helppoa tarjota lisämyynnin saamiseksi? Asiakas päätenyt suuremman kokonaisuuden hankkimiseen rahoituksesta kuultuaan?
 - c. Miten onnistuu luoton ehdoista kertominen? Muu luoton tekninen puoli? Koroista ja kuluista kertominen? Oletko tiedustellut asiakkaan maksukyvyistä?
 - d. Ovatko asiakkaat kiinnostuneet kertaluotosta vai jatkuvasta tililuotosta?
 - e. Millaiset asiakkaat ovat ottaneet luottoa, yksittäinen ostos vai isompi projekti?
 - f. Millaisia kokemuksia on luoton tarjoamisesta omakotitalorakentajille? Miten asiakkaat ovat suhtautuneet tililuoton tarjoamiseen, jos heillä on tiedetty olevan jo pankista sovittu luotto?
 - g. Oletko tarjonnut itse tililuottoa vai ovatko asiakkaat kyselleet mahdollisuutta? Asiakkaat jotka ovat itse kysyneet luottoa, onko heillä loppujen lopuksi riittänyt maksukyky luoton saamiseen?
 - h. Millaisiin ongelmiin olet törmännyt tililuoton kanssa?
2. Tililuoton tulevaisuus
 - a. Millaisia kehittämistarpeita olet huomannut tililuoton suhteen? Mikä helpottaisi tililuoton myymistä?
 - b. Mitkä osa-alueet kaipaisivat selkeyttä?
 - c. Millaisiin ongelmiin luulet törmättävän asiakkaiden suhteen, jos kuluttajien laskutuskauppa lopetettaisiin?

HAASTATTELUKYSYMYKSET/toimisto

1. Haettujen/myönnettyjen tililuottojen määrä vuonna 2008? Keskimäärin haetut luottojen määrät? Haetut luottojen määrät olleet asiakkaan maksukyvyyn ylärajalla? Tavoitteita luoton myyntimäärien kasvattamiselle? Onko määrien kasvua odotettavissa?
2. Suurimmat ongelmat tililuoton myynnissä?
3. Onko rakentajatiliä ja tililuottoa tarkoitus käyttää rinnakkain?
4. Tämän hetkisen tilanteen kuvaaminen tililuoton myynnin suhteen, kysyntä? Miten taloustilanne on vaikuttanut?
5. Mitkä ovat viime aikoina olleet mielipiteet kuluttajien laskutuskaupan poistamisesta? Mitä on tarkoituksena tehdä alennusjärjestelmälle jos laskutuskauppa poistetaan kuluttaja-asiakkailta?

LIITE 2



K-raudan Remonttiraha

Tee hankintasi vaivattomasti Remonttirahalla. Se on rakentajan ja remontoijan edullinen ja joustava vaihtoehto. Sinun ei tarvitse ottaa erillistä lainaa, vaan pienellä kuukausimaksulla toteutat suuretkin hankinnat.

- Edullinen korko – OP-prime + 3,90 %-yksikköä, yhteensä vain 6,40 % (tilanne 2/09) *)
- Ei avausmaksua.
- Saat 3 kuukautta korotonta maksuaikaa ensimmäisestä ostoksesta alkaen.
- Voit valita luoton alkuun 1-6 lyhennysvapaata kuukautta.
- Laskun käsittelymaksu on 6 euroa/kk.
- Voit saada luottoa jopa 17 000 euroa ja minimikuukausierä vain 1,7 % luoton määrästä, esim. 5.000 € luoton kk-erä on 85 €/kk!
- Voit maksaa valitsemasi minimierän tai sitä suuremman erän kuukaudessa. Voit myös maksaa koko luoton kerralla pois milloin vain.
- Plussat kuten käteisasiakkaalle ja lisäksi Rahoitus lasketaan Osuuspankin bonuksia kerryttävään asiointiin.
- Kun sinulla on K-raudan Remonttiraha, voit tehdä hankintoja kaikissa K-rauta -myymälöissä sekä halutessasi antaa käyttöoikeuden perheenjäsenelle tai vaikka remonttimiehelle.

K-raudan Remonttiraha on helppo käyttää:

- Kerro, että maksat Remonttirahalla ja näytä henkilöllisyystodistuksesi
- Ostokset menevät tilillesi ja saat ensimmäisen laskun n. 2,5 kk kuluttua. Laskun eräpäivä on 3 kuukauden kuluttua ensimmäisestä ostoksesta
- Ensimmäisen lasku on täysin koroton, maksat vain käsittelymaksun 6€
- Jatko-ostot laskutetaan kuukausittain ja lasku sisältää koron ja käsittelymaksun
- Osuuspankin asiakkaat voivat seurata tiliä verkkopankistaan
- Laskuun liittyvissä asioissa voit ottaa yhteyttä Pohjola Pankin:n asiakaspalveluun p. 010252 5811**)

Kysy lisää myyjältäsi!

*) KSL:n mukaisesti laskettava todellinen vuosikorko esimerkiksi 5 000 euron keskimääräiselle luotolle 24 kuukauden luottoajalla on

7,50 %, kun nimelliskorko on 6,40 % (tilanne 2/2009). Rahoituksen myöntää Pohjola Pankki Oyj.

**) Lankapuhelimesta soitettaessa 0,0821 euroa/puhelu + 0,059 euroa/minuutti (alv 22%). Matkapuhelimesta soitettaessa 0,0821 euroa/puhelu + 0,169 euroa/minuutti (alv 22%).

LIITE 3



Tuotteen nimi

Malli

ominaisuuksia
lisäominaisuuksia
ja vielä lisää ominaisuuksia

2 500,00 €

tai

52,50 € / kk

1. erä erääntyy korottomana 3 kk:n kuluttua rahoituksen alkamisesta.
Luoton todellinen vuosikorko 13,3 %.
Luottoaika 71 kk, viimeinen erä 14,59 €.
Kokonaisluottohinta on 3 584,58 €, johon sisältyy käteishinnan 2 500,00 € lisäksi
- rahoituskorko (8,900 %) 670,58 €,
- tilinhoitopalkkio 6,00 €/kk sis. kuukausierään, yhteensä 414,00 €.
Luoton myöntää Pohjola Pankki Oyj.

LIITE 4

KÄYTTÄJÄN KÄSIKIRJA

TILILUOTON MYYNTIIN K-RAUTA TOURUTORNISSA

- 1 PERUSTIEDOT TUOTTEESTA
- 2 MUISTILISTA VERKKOPALVELUUN
- 3 HYVÄ TAPA TILILUOTON MYYMISEEN
- 4 LUOTON KÄSITTEITÄ

1 K-RAUTA RAHOITUS

Asiakkaalle kerrottavat perustiedot tuotteesta, miksi kannattaa valita?

-Rahoitus on vakuudeton, jatkuva tililuotto, joka myönnetään yksityiselle kuluttajalle.

-Rahoitus on jatkuva tililuotto. Sovitun luottorajan puitteissa asiakkaalla on käytettävissä luotto ostoksien maksamiseen kerralla isompaa ostokseen tai useisiin pienempiin ostokertoihin.

-korko

Tililuoton kokonaiskorko määräytyy OP-prime-koron mukaan, johon lisätään luoton pysyvä marginaalikorko 3,90%. Muistathan tarkistaa voimassa olevan muuttuvan prime-koron, ettei asiakkaalle anneta väärää tietoa.

-käsittelymaksu 6€ erä

Asiakkaalta laskutetaan jokaisen luoton lyhennyserän yhteydessä 6 euron käsittelymaksu, joka on huomioitu luoton kokonaiskuluissa ja todellisessa vuosikorossa.

-Ei tarvita vakuuksia tai takaajia luotolle

K-Raudan etuna pankista haettaviin kulutusluottoihin on vakuudettomuus, joka kannattaa mainita asiakkaalle. Pankista ei saa jatkuvaa tililuottoa ilman vakuutta.

-tililuoton määrä on 500€-17 000€

Myönnetyn luoton määrä on sidonnainen asiakkaan tuloihin ja olemassa oleviin luottoihin eli asiakkaan maksukykyyn. Myyjän kannattaa tiedustella asiakkaan maksukykyä ennen luoton hakua, ettei tule yllätyksiä ja koko kauppa joudutaan perumaan.

-luottoaika 1-7 vuotta

Asiakkaan maksukykyyn ja myönnetyn luoton määrän perusteella luoton lyhennyserien suuruus voidaan valita. Mitä pienempi lyhennyserä sitä kauemmin luoton poismaksaminen

kestää, joten myös luoton kustannukset kasvavat pitkäaikaisella lyhennysohjelmalla. Kannattaa kuitenkin huomioida, että luoton minimilyhennyserä on määritelty 1,7%

-3kk korotonta maksuaikaa ensimmäisestä ostoksesta

Asiakkaalle tulee ensimmäisestä ostoksestaan lasku 2,5 kuukauden kuluttua, jolloin asiakas voi päättää maksaako luottosumman kokonaan vai lyhennetäänkö luotto pienemmissä erissä. Näin asiakkaan etuna on 90 päivän koroton maksuaika luottosuhteen alussa.

-maksuvapaat kuukaudet

Asiakas voi valita luoton alkuun halutessaan 1-6 maksuvapaata kuukautta, jolloin luottoa ei tarvitse lyhentää. Lisäksi asiakkaalla on jatkossa mahdollisuus valita vuosittain 2 lyhennysvapaata kuukautta oman tilanteen mukaan.

-laskutus kuukausittain

Ensimmäisen laskun eräpäivä on 3 kuukauden kuluttua ensimmäisestä ostoksesta. Tämän jälkeen luoton lyhennyserä, käsittelymaksu ja kertynyt korko laskutetaan asiakkaalta kerran kuussa. Laskun saapuessa asiakas voi myös valita maksettavaksi minimierää suurempaa lyhennystä. Koko luoton voi maksaa pois milloin vain asiakkaan halutessa, eikä sovitua lyhennyserää tarvitse noudattaa. Asiakas näkee laskusta laskutushetken tilanteen tilinssä saldosta.

-käyttöoikeus

Asiakas voi antaa luottoon käyttöoikeuden valitsemilleen henkilöille esimerkiksi määräajaksi remonttimiehille.

-korkovähennykset verotuksessa

Tililuotto kuuluu asunto- ja peruskorjausluottoihin, joista maksetut korot voidaan vähentää verotuksessa. OP-Pohjola välittää verottajalle tiedon maksetuista koroista verottajalle.

-kotitalousvähennys

Asennustyöstä, joka mahdollisesti sisältyy hankintaan voi tehdä kotitalousvähennyksen.

-Plussa-pisteet

Tililuotolle tehdyistä ostoksista kertyy Plussa-pisteitä normaalien Plussa-sääntöjen mukai-

sesti. K-Raudan rahoitusasiakas on käteisasiakas. Tämä etu laskutusasiakkaisiin verrattuna on huomattava.

-OP-Pohjolan asiakkaat

OP-Pohjolan asiakkaat voivat verkkopankistaan seurata luottotilinsä saldoa. K-Rauta rahoituksesta kertyy Bonusta Osuuspankin jäsenasiakkaille ja Helsingin OP-Pankin etuasiakkaille.

-luoton myöntäjä

OP-Pohjola pankki, tarkemmin OP-Kotipankki Oyj. K-Rauta on vain luoton välittäjä eli jatkossa luotoon liittyvissä asioissa esimerkiksi maksuohjelman muutokset tai viivästyvät maksut, asiakas on yhteydessä OP-Pohjola pankkiin eikä K-Rautaan. Luoton hakeminen ja luottolimitin korotus voidaan hoitaa K-Raudassa.

-käteinen vai tililuotto

Asiakas voi edelleen valita kassalla haluaako maksaa tililuotolla vai käteisellä. Kassalla tehdään katevaraus käytettävän luoton määrästä.

1.1 RAHOITUKSEN SAAMISEN EDELLYTYKSET

1. Täysi-ikäisyys
2. Vakituiset ja riittävät tulot suhteessa haettuun luottoon
3. Ei maksuhäiriömerkintöjä
4. Yksityishenkilö eli luonnollinen henkilö, joka asuu ja työskentelee pysyvästi Suomessa.
Henkilöllä on suomalainen henkilötunnus.
5. Omistusasunto

2 MUISTILISTA VERKKOPALVELUUN

1. Omat verkkopalvelutunnukset, oletko saanut henkilökohtaiset verkkopalvelutunnukset palvelun käyttämiseen. Jokaisella verkkopalvelun kautta rahoituspäätöksiä hakeva henkilö saa henkilökohtaiset käyttäjätunnukset, joilla kirjaudutaan käyttäjäksi verkkopalveluun.

2. Tarkista onko tietokoneen asutukset oikein, jos verkkopalveluun kirjautumisessa ilmenee ongelmia. Internet-asetusten täytyy sallia evästeet, että verkkopalvelu toimii.

3. Kirjautuminen verkkopalveluun tapahtuu osoitteessa www.pohjola.fi/rahoitusverkkopalvelut/. Anna oma käyttäjätunnus ja salasana. Valitse "Myyjäliikepalvelut".

4. Rahoitushakemuksen täyttäminen. Valitse aloitussivun vasemmasta laidasta "**K-Rauta rahoitus**"

4.1 Hakemuksen täyttäminen aloitetaan "**Myyjän tiedoilla**" (Täytä yhteyshenkilö ja puhelinnumero.). Jatka.

4.2 Seuraavaksi "**Myyntirahoitustiedot**" (Täytä pakollisina tietoina "Haetun luoton määrä" ja "Kuukausierien suuruus").

Lisäksi voit valita "Maksuvapaat kuukaudet" ja "Lyhennysvapaat kuukaudet"). Ohjelma ilmoittaa "Myyjäliikkeen rahoitusehdoissa" luoton alussa ensimmäisen ostoksen 3 kuukauden korottoman maksuajan ("Lyhennysvapaat kuukaudet 2kk luoton nostosta alkaen", "Korkovapaat kuukaudet 3kk luoton nostosta alkaen" ja "Kuluvapaat kuukaudet 2kk luoton nostosta alkaen"). Katso lisätietoja kohta 5.

"Korko" ilmoittaa automaattisesti tämän hetkisen rahoituskoron, joka on riippuvainen OP-Pohjolan prime-korosta ja luoton marginaalista. Jatka.

Etusivu	Myyntirahoitus-tiedot
<ul style="list-style-type: none"> › K-rauta rahoitus Myyjän tiedot Myyntirahoitus-tiedot Ostajan tiedot Yhteisvastuullisen tiedot Yhteenveto 	<p>Täydennä puuttuvat tiedot lomakkeeseen. Tähdellä merkityt kentät ovat pakollisia. Hyväksy tiedot painamalla JATKA-painiketta.</p> <p>Kyseessä on jatkuva tililuotto joka on voimassa toistaiseksi. Laskelma on ohjeellinen maksuohjelma laskettuna luoton enimmäismäärälle.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Paätökset Katevaraus › Hallintatyökalut Vaihda yritystä Profiilin muokkaus Käyttäjähallinta 	<p>Haettu luotto * <input type="text"/> €</p> <p>Kuukausierien suuruus * <input type="radio"/> 1,7% n.7v <input type="radio"/> 2,1% n.5v <input type="radio"/> 2,8% n.4v <input type="radio"/> 3,3% n.3v <input type="radio"/> 5,0% n.2v <input type="radio"/> 9,0% n.1v <input type="radio"/> 0,5% n.83v</p> <p>Käsittelymaksu / erä 6,00 €</p> <p>Maksuvapaat kuukaudet <input type="checkbox"/> Tamm <input type="checkbox"/> Helm <input type="checkbox"/> Maal <input type="checkbox"/> Huht <input type="checkbox"/> Touk <input type="checkbox"/> Kesä <input type="checkbox"/> Hein <input type="checkbox"/> Elo <input type="checkbox"/> Syys <input type="checkbox"/> Loka <input type="checkbox"/> Marr <input type="checkbox"/> Joul</p> <p>Lyhennysvapaat kuukaudet 1. eräpäivän jälkeen <input type="text" value="0"/></p> <p>Myyjäliikkeen rahoitusehdot</p> <p>Lyhennysvapaat kuukaudet 2 kk luoton nostosta alkaen</p> <p>Korkovapaat kuukaudet 3 kk luoton nostosta alkaen</p> <p>Kuluvapaat kuukaudet 2 kk luoton nostosta alkaen</p> <p>Korko 8,15 %</p> <p>Hakemuspäivä <input type="text" value="14.3.2008"/></p> <p>Lisätietoa <input type="text"/></p>
<ul style="list-style-type: none"> Poistu www.pohjola.fi/rahoitusyhtiopalvelut Palvelun tarjoaja ja valvova viranomainen 	<p>EDULLINEN TYHJENNÄ KENTÄT TEE LASKELMA JATKA</p>


4.3 Seuraavaksi "Ostajan tiedot". (Täytä asiakkaan henkilötunnus.) Ohjelma hakee automaattisesti Väestötietorekisteristä henkilön tiedot. Jatka.

4.4 "Ostajan tiedot" (Täytä puuttuvat tiedot lomakkeeseen, "Lähiosoite", "Postinumero", "Postitoimipaikka" ja "Puhelin kotiin", lisäksi pakollisia tietoja ovat "Kieli", "Kansalaisuus", "Asevelvollisuus", "Siviilisääty" ja "Työsuhde". Jos henkilö on vakituksessa työsuhhteessa täytetään "Vakituisen työsuhteen alku".)

Tarkista asiakkaalta, että järjestelmän antama osoite on sama kuin asiakkaan suullisesti kertoma osoite.

Kysy asiakkaalta onko lähiosoite sama kuin laskutusosoite (osoite johon laskut lähetetään kun toimitus ajankohtainen).

Jatka.

		Yritys K-RAUTA	Käyttäjä Lyyli Liiketoiminta	LOPETA
Rahoitusyhtiöpalvelut				
Etusivu	Ostajan tiedot			
<ul style="list-style-type: none"> ▶ K-rauta rahoitus Myyjän tiedot Myyntirahoitus-tiedot Ostajan tiedot Yhteisvastuullisen tiedot Yhteenveto 	Täytä tekstikenttään hakijan henkilötunnus ja paina JATKA-painiketta. Henkilön tiedot haetaan automaattisesti Väestörekisterikeskuksen tietokannasta. Tämä tieto on pakollinen.			
Päätökset	Anna henkilötunnus *		<input type="text"/>	
	EDELLINEN		JATKA	

Henkilötunnuksen perusteella järjestelmä hakee nimi- ja osoitetiedot Väestörekisterikeskuks Täytä sen jälkeen kaikki muut ostajan tiedot huolellisesti.

Etusivu	Ostajan tiedot	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ K-rauta rahoitus Myyjän tiedot Myyntirahoitus-tiedot Ostajan tiedot Yhteisvastuullisen tiedot Yhteenveto 	Voit täydentää puuttuvat tiedot lomakkeeseen. Tähdellä merkityt kentät ovat pakollisia. Hyväksy tiedot painamalla JATKA-painiketta.	
Päätökset	Henkilötunnus *	140256-8982
Katevaraus	Sukunimi *	Aurinkoinen
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Hallintatyökalut Vaihda yritystä Profiilin muokkaus Käyttäjähallinta 	Etunimi *	Palvi
Poistu	Lähiosoite *	<input type="text" value="Kuukuja 5"/>
www.pohjola.fi/rahoitusyhtiopalvelut	Postinumero *	<input type="text" value="11130"/>
Palvelun tarjoaja ja valvova viranomainen	Postitoimipaikka *	<input type="text" value="Riihimäki"/>
Ryhmienhallinta	Puhelin kotiin *	<input type="text"/>
	Puhelin töihin	<input type="text"/>
	Matkapuhelin	<input type="text"/>
	Sähköpostiosoite	<input type="text"/>
	Kieli *	<input checked="" type="radio"/> Suomi <input type="radio"/> Ruotsi
	Kansalaisuus *	<input checked="" type="radio"/> Suomi <input type="radio"/> Muu, mikä: <input type="text"/>
	Asevelvollisuus *	<input type="radio"/> Suoritettu <input type="radio"/> Ei suoritettu <input type="radio"/> Vapautettu
	Siviilisäätö *	<input type="radio"/> Naimaton <input type="radio"/> Naimisissa <input type="radio"/> Avoliitossa <input type="radio"/> Eronnut <input checked="" type="radio"/> Leski
	Työsuhde *	<input type="radio"/> Vakituinen <input type="radio"/> Määräaikainen <input type="radio"/> Työtön <input type="radio"/> Eläkeläinen <input type="radio"/> Osa-aikainen <input type="radio"/> Opiskelija <input type="radio"/> Yrittäjä <input type="radio"/> Maanviljelijä <input type="radio"/> Hoito-/vuorotteluvapaa tms.
	Vakituisen työn alkua	<input type="text"/>
	<small>Pakollinen jos työsuhde vakituinen</small>	

4.5 "Yhteisvastuullisen tiedot"

Rahoitushakemukseen lisätään toisen hakijan tiedot, jos rahoitusta hakee kaksi henkilöä yhdessä. Rahoituksen hakijaksi kannattaa ottaa toinen yhteisvastuullinen hakija aina kuin mahdollista, koska a) haettavan luoton määrä voi olla suurempi, b) yhden henkilön maksukyvyllle luotto aiheuttaa pienemmän rasiitteen. Yhteisvastuullisen hakijan tiedot täytetään samalla tavalla kuin ensimmäisen hakijan. Jatka.

The screenshot shows the 'Yhteisvastuullisen tiedot' (Joint Liability Information) section of the K-rauta application. The user is logged in as 'Yritys K-RAUTA' and 'Käyttäjä Lyyli Liiketoiminta'. The page title is 'Rahoitusyhtiöpalvelut'. The left sidebar contains a navigation menu with options like 'Etusivu', 'K-rauta rahoitus', 'Myyjän tiedot', 'Myyntirahoitustiedot', 'Ostajan tiedot', 'Yhteisvastuullisen tiedot', 'Yhteenveto', 'Päätökset', 'Katevaraus', 'Hallintatyökalut', 'Vaihda yritystä', 'Profiilin muokkaus', and 'Käyttäjähallinta'. The main content area is titled 'Yhteisvastuullisen tiedot' and contains the following text: 'Täytä tekstikenttään yhteisvastuullisen hakijan henkilötunnus ja paina JATKA-painiketta. Mikäli jätät täyttämättä henkilötunnuksen syötökenttään, yhteisvastuullisen tietoja ei oteta huomioon rahoitustiedustelussa. Henkilön tiedot haetaan automaattisesti Väestörekisterikeskuksen tietokannasta.' Below this text is a text input field containing 'Anna henkilötunnus' and a 'JATKA' button. At the bottom of the form, there are 'EDELINEN' and 'JATKA' buttons. The footer of the page reads '© 2008 Pohjola Pankki Oyj'.

RAHOITUSTIETOJEN YHTEENVETO JA RAHOITUSPÄÄTÖS

Syötettyäsi kaikki tiedot, pääset "JATKA"-painikkeella YHTEENVETO-sivulle. Tällä sivulla saat yhteenveton rahoituksesta.

Rahoitustietojen yhteenveto

Tarkista rahoituslaskelma ja lähetä hakemus painamalla JATKA-painiketta. Jos haluat tehdä muutoksia, paina EDELINEN-painiketta.

Kyseessä on jatkuva tililuotto joka on voimassa toistaiseksi. Laskelma on ohjeellinen maksuohjelma laskettuna luoton enimmäismäärälle.

Yhteenveto

Ostajan velka	3 000,00 €
Luottoaika	39 kk
Maksueräväli	1 kk
Luottokorko	8,150 %
Maksuerien lukumäärä	39 kpl
Maksuerän suuruus	99,00 €
Käsittelymaksu / erä	6,00 €
Käsittelymaksut yhteensä	222,00 €
Järjestelypalkkio	0,00 €
Korko takaisinmaksuajalta	370,75 €
Luottohinta	3 592,75 €
Todellinen vuosikorko	11,30 %
Lisätietoa	

EDELINEN

JATKA

4.6 “Rahoitustietojen yhteenveto”

Kun kaikki tiedot on syötetty tulee yhteenvetosivu haetun rahoituksen tiedoista, josta voi vielä tarkistaa syötetyt tiedot. Voit myös siirtyä taaksepäin vielä korjaamaan tietoja.

Jatka.

Ohjelma alkaa tekemään luottopäätöstä.

5. Päätökset

5.1 Myönteinen päätös

Myyntirahoitussopimus / Päätös

Kyseessä on jatkuva tililuotto, joka on voimassa toistaiseksi.

Päätös

MYÖNTEINEN | päätösnumero: 90 192 298 | Hakemuspäivä: 14.03.2008 10:45

Ostajan tiedot

Henkilötunnus 140256-8982	Työsuhde Vakituinen
Sukunimi Aurinkoinen	Vakituisen työn alku 1.1.2000
Etunimi Palvi	Määräaikaisen työn päättymispäivä
Lähiosoite Kuukuja 5	Bruttotulot 2 000,00 €
Postinumero 11130	Varallisuus 0,00 €
Postitoimipaikka Riihimäki	Velat 0,00 €
Puhelin kotiin 123456	Työnantaja Pohjola
Puhelin töihin	Ammatti Toimihenkilö
Matkapuhelin	Pankkikortti On
Kansalaisuus Suomi	Visa On
Asevelvollisuus Ei suoritettu	Muu kortti K-Plussa MasterCard
Siviilisäätty Leski	Jäsennumero
Asumismuoto Oma asunto	Henkilötiedot tarkistettu Ajokortti
Asumisaika Yli vuosi	
Toimitusosoitteen lähiosoite	Toimitustapa
Toimitusosoitteen postinumero	Toimitusaika
Toimitusosoitteen postitoimipaikka	

Heti kun rahoitushakemus on tehty ohjelma alkaa käsitellä luottihakemusta, jos asiakkaan luottopäätös on myönteinen tieto saadaan verkkopalvelun kautta muutamassa sekunnissa.

“Myyntirahoitussopimus / Päätös”

Päätöksessä näkyy päätösnumero ja hakemuspäivä, sekä kaikki syötetyt ostajan tiedot, myyjän tiedot ja myyntirahoitustiedot. Valitse “Tulosta”.

Myyjän tiedot

Liikkeen nimi	K-RAUTA
Piirimyyjänumero	
Yht. henkilön nimi	Liiketoiminta Lyyli
Y-tunnus	0678939-9
Puhelinnumero	

Myyntirahoitustiedot

Tarjousnumero	
Haettu luotto	3 000,00 €
Kuukausierien suuruus	3,30%
Käsittelymaksu / erä	6,00 €
Maksuvapaat kuukaudet	
Lyhennysvapaat kuukaudet	0
Korkovapaat kuukaudet	0
Kuluvapaat kuukaudet	0

Lisätietoa

<input type="button" value="KÄYTTÖOIKEUDET"/> <input type="button" value="TULOSTA"/>	
<input type="button" value="KOROTA LIMIITTIÄ"/>	
Sopimus allekirjoitettu	<input type="text"/> (pp.kk.vvvv) <input type="button" value="LÄHETÄ TIEDOT"/>

Tulosta sopimus kolmena kappaleena. (Pohjola Pankki Oyj, asiakas, myyjä).

-Pyydä vielä asiakasta lukemaan huolellisesti hakemuksen tiedot ja sopimusehdot sekä allekirjoittamaan sopimus. Asiakkaan allekirjoitus tarvitaan sopimukseen myös "Sopimusehdot"-sivulle.

-Tarkista asiakkaan henkilöllisyys ja merkitse sopimukseen mistä virallisesta henkilöllisyystodistuksesta tiedot on saatu.

-Samalla myyjä allekirjoittaa rahoitussopimuksen liikkeen osalta.

-Asiakkaalle annetaan yksi sopimuskappale.

-Pohjola Pankille toimitetaan yksi kappale, jossa on alkuperäiset allekirjoitukset ostajalta ja myyjältä.

Päätökset säilyvät verkkopalvelussa 3 kuukautta, jollin sopimukset on myös mahdollista tulostaa uudelleen.

Täytä "Sopimus allekirjoitettu"-kohtaan sopimuksen allekirjoituspäivä. Valitse "Lähetä Tiedot". Katevaraus luotolle ostoksia tehdessä alkaa toimia vasta kun allekirjoitustieto on päivitetty verkkopalveluun.

5.2 Siirretty päätös

Rahoitushakemus voi mennä siirretyksi päätökseksi, jos verkkopalvelun automaattisen päätöksenteon mielestä luottoa hakeva asiakas on rajatapaus eli voidaanko luotto myöntää ilman riskiä. Tällöin rahoitushakemus käsitellään Pohjola Pankissa manuaalisesti. Käsitteilyn jälkeen päätös päivitetään verkkopalveluun ja ilmoitetaan myyjälle. Myyjä voi itse käydä tarkistamassa verkkopalvelusta asiakkaan siirtyneeksi menneen rahoituspäätöksen tilaa etusivun vasemmassa reunassa olevan "Päätökset"-valikon kautta.

Jos päätös viipyy pitkään voi asiaa tiedustella luottopäätöspalvelusta puh. 010 252 5600. Soittamalla Pohjola Pankin luottopäätöspalveluun luottopäätöksen käsittelyä saa myös yleensä nopeutettua.

Päätöksen läpimenoa seurataan "Päätökset"-valikosta. "Hae päätökset" hakulomakkeeseen kirjoitetaan hakijan henkilötunnuksen loppuosa. Valitse Jatka.

Kun myönteinen päätös saadaan, ilmoita asiakkaalle ja kutsu takaisin liikkeeseen allekirjoituksia varten.

Seuraa Myönteisen päätöksen ohjeita.

5.3 Hylätty päätös

Rahoitushakemus voidaan hylätä myös heti.

-Rahoitusta hakeneelle asiakkaalle annetaan Pohjola Pankin luottopäätöspalvelun puhelinnumero 010 252 5600, johon asiakas soittaa itse. Pohjola Pankki ilmoittaa hylkäyksen syyn suoraan asiakkaalle, eikä myyjän tarvitse selvittää tilannetta asiakkaalle enempää. Hylätty päätös voi johtua asiakkaan huonosta maksukyvyystä eli tulojen riittämättömyydestä haetun luoton hoitamiseen, asiakkaalla voi olla liian paljon muita luottoja tai asiakkaan luottotiedoissa on maksuhäiriömerkintä.

6. Luoton takaisinmaksulaskelmat asiakkaalle

Laskelmat toimivat ohjeellisena maksuohjelmanasi asiakkaalle valitulle luoton määrälle. Asiakkaalle voi tehdä esimerkkilaskelmia luoton takaisinmaksusta muuttamalla kuukausierien suuruuden lyhennysprosenttia sekä lisäämällä maksu- ja tai lyhennysvapaita. Valitse "Myyntirahoitustiedot" ja "Tee laskelma".

TEE LASKELMA

Saat laskelman näytölle painamalla "TEE LASKELMA". Laskelmassa näkyy asiakkaan maksuohjelma.

Esimerkki maksuohjelmasta:

Kyseessä on jatkuva tililuotto joka on voimassa toistaiseksi. Laskelma on ohjeellinen maksuohjelma laskettuna luoton enimmäismäärälle.

Valuutta: €

	Eräpäivä	Pääoma	Lyhennys	Korko	Maksuerä	Käs.maksu	Yhteensä
	14.3.2008	3 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1	14.4.2008	3 000,00	*0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2	14.5.2008	3 000,00	*0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3	16.6.2008	2 907,00	93,00	0,00	93,00	6,00	99,00
4	14.7.2008	2 832,17	74,83	18,17	93,00	6,00	99,00
5	14.8.2008	2 758,78	73,40	19,60	93,00	6,00	99,00
6	15.9.2008	2 685,49	73,29	19,71	93,00	6,00	99,00
7	14.10.2008	2 609,88	75,61	17,39	93,00	6,00	99,00
8	14.11.2008	2 534,95	74,93	18,07	93,00	6,00	99,00
9	15.12.2008	2 459,49	75,45	17,55	93,00	6,00	99,00
10	14.1.2009	2 382,97	76,52	16,48	93,00	6,00	99,00
11	16.2.2009	2 307,53	75,44	17,56	93,00	6,00	99,00
12	16.3.2009	2 228,95	78,57	14,43	93,00	6,00	99,00
13	14.4.2009	2 150,39	78,57	14,43	93,00	6,00	99,00
14	14.5.2009	2 071,79	78,60	14,40	93,00	6,00	99,00
15	15.6.2009	1 993,59	78,20	14,80	93,00	6,00	99,00
16	14.7.2009	1 913,50	80,09	12,91	93,00	6,00	99,00
17	14.8.2009	1 833,75	79,75	13,25	93,00	6,00	99,00
18	14.9.2009	1 753,44	80,31	12,69	93,00	6,00	99,00
19	14.10.2009	1 672,19	81,25	11,75	93,00	6,00	99,00
20	16.11.2009	1 591,51	80,68	12,32	93,00	6,00	99,00
21	14.12.2009	1 508,46	83,05	9,95	93,00	6,00	99,00
22	14.1.2010	1 425,90	82,56	10,44	93,00	6,00	99,00
23	15.2.2010	1 343,09	82,81	10,19	93,00	6,00	99,00
24	15.3.2010	1 258,49	84,60	8,40	93,00	6,00	99,00
25	14.4.2010	1 173,92	84,57	8,43	93,00	6,00	99,00
26	14.5.2010	1 088,78	85,14	7,86	93,00	6,00	99,00
27	14.6.2010	1 003,32	85,46	7,54	93,00	6,00	99,00
28	14.7.2010	917,04	86,28	6,72	93,00	6,00	99,00
29	16.8.2010	830,79	86,24	6,76	93,00	6,00	99,00
30	14.9.2010	743,17	87,62	5,38	93,00	6,00	99,00
31	14.10.2010	655,15	88,02	4,98	93,00	6,00	99,00

-Kuukausierä sisältää koron, käsittelymaksun ja luoton pääoman lyhennyksen. Muista kuitenkin, että minimi kuukausierän on oltava vähintään 50€.

Kuukausierän suuruus voidaan laskea kaavalla:

$$\text{lyhennys\%} \times \text{haettu luotto} = \text{kuukausierä}$$

	K ä s i t t e l t ä v ä t l y h e n n y s v a p a a t		
	l y h e n n y s v a p a a t		i d o t t o a i k a a t
	0	1	
	5	2	
	3 : 3	3	
	2 : 4	4	
	3 : 1	5	
	1 : 7	7	

-Käsittelymaksu/erä 6€ eli laskun käsittelymaksu peritään asiakkaalta vain kun asiakkaalta on laskutettavaa, ei siis joka kuukaudelta.

-Maksuvapaat kuukaudet eli asiakas voi valita kaksi kuukautta/vuosi täysin maksuvapaata, jolloin maksuvapaan kuukauden korko ja käsittelymaksu laskutetaan seuraavan kuukauden maksuerässä. Maksuvapaat kuukaudet eivät voi olla kaksi peräkkäistä kuukautta vuodessa. Käsittelymaksu laskutetaan. Maksuvapaa kk/ lyhennysvapaa kk eivät voi olla samanaikaisesti, vaan maksuvapaa kk voi olla vasta lyhennysvapaan kk jälkeen. Maksuerä pysyy aina saman suuruisena.

-Lyhennysvapaat kuukaudet

Asiakas voi valita luoton alkuun 1-6kk lyhennysvapaan ajan sopimusehtojen mukaisesti. Tällöin kuukausittain laskutetaan vain korko ja käsittelymaksu. Lyhennysvapaat kuukaudet voidaan valita vain uutta luottoa hakiessa, ei luoton astuttua voimaan tai luottorajan korotuksen yhteydessä. Lyhennysvapaat kuukaudet pidentävät luottoaikaa.

7. Luoton käyttöoikeus

Tililuottoon asiakas voi myöntää määräaikaisen käyttöoikeuden perheenjäsenelle tai remonttimiehelle. Luoton avauksen yhteydessä käyttöoikeuden voi lisätä jo päätöksenteon aikana. Muulloin käyttöoikeuden pääsee lisäämään "Päätökset"-näytön kautta. "Hae päätöksiä"-kohtaan syötetään asiakkaan henkilötunnuksen loppuosa. Valitse "Hae", jonka jälkeen näytölle tulee kaikki samalla tunnusosalla voimassa olevat luotot. Valitse luotoista oikea asiakas. "Luoton käyttöoikeudet"-kohtaan syötetään käyttöoikeutetun henkilötunnus,

nimi ja määräaikaisen käyttöoikeuden alkamis- ja loppumispäivä. Valitse "Tallenna". Näytöllä näkyy nyt voimassa olevat käyttöoikeudet. Valitse "Tulosta oikeudet". Tulosta yksi kappale sopimuksia, johon otetaan tilinomistajan allekirjoitus. "Luoton käyttöoikeudet näytöllä voit lisätä, poistaa tai muokata käyttöoikeutettuja. Luotolla voi olla yhtä aikaa 20 käyttöoikeutettua päävelallisen lisäksi.

Rahoitusyhtiöpalvelut

Etusivu **Hae päätöksistä**

K-rauta rahoitus

Päätökset Oheisella hakulomakkeella voit suorittaa hakuja päätöksistä. Voit hakea päätöksiä henkilötunnuksen tunnusosan perusteella.

Katevaraus

Hallintatyökalut

Vaihda yritystä

Profiilin muokkaus

Käyttäjähallinta

Poistu

www.oko.fi/
rahoitusyhtiöpalvelut

Henkilötunnuksen tunnusosa
8982

TYHJENNÄ KENTTÄ HAE

Lisätietoa

KÄYTTÖOIKEUDET TULOSTA

KOROTA LIMIITTIÄ

Sopimus allekirjoitettu 14.3.2008 (pp.kk.vvvv) LÄHETÄ TIEDOT

Lisää henkilön henkilötunnus, nimi, alkamis- ja loppumispäivä nimi. Tallenna ja tulosta sekä tilinomistajan allekirjoitus.

K-RAUTA

Yritys K-RAUTA | Käyttäjä Lyyli Liiketoiminta LOPETA

Rahoitusyhtiöpalvelut

Etusivu

K-rauta rahoitus

Päätökset

Katevaraus

Hallintatyökalut

Vaihda yritystä

Profiilin muokkaus

Käyttäjähallinta

Poistu

www.pohjola.fi/
rahoitusyhtiöpalvelut

Palvelun tarjoaja
ja valvova
viranomainen

Ryhmienhallinta

Luoton käyttöoikeudet

Voit lisätä, muokata ja poistaa käyttöoikeuksia. Käyttöoikeuksia voi olla enintään 20 kappaletta päiväläisen lisäksi.

Henkilötunnus

Nimi

Alkamispvm

Loppumispvm

TALLENNA

Henkilötunnus	Nimi	Alkamispvm	Loppumispvm
140256-8982	Päivi Aurinkoinen		
140256-8993	Mies Aurinkoinen	14.03.2008	30.09.2008

MUOKKAA POISTA

TULOSTA OIKEUDET

8. Limiitin korotus

Asiakas voi korottaa voimassa olevan luoton määrää. Aloita korotushakemuksen tekeminen hakemalla aikaisempi luottopäätös "Päätökset"-kohdan kautta asiakkaan henkilötunnuksen loppuosalla "Hae päätöksiä"-kohdasta. Valitse "Hae" ja näytölle tulee kaikki samalla tunnukseella voimassa olevat luotot ja valitse niistä oikea asiakas.

The screenshot shows a web interface for 'Rahoitusyhtiöpalvelut'. On the left is a navigation menu with items: Etusivu, K-rauta rahoitus, **Päätökset**, Katevaraus, Hallintatyökalut, Vaihda yritystä, Profiilin muokkaus, Käyttäjähallinta, Poistu, and www.oko.fi/rahoitusyhtiöpalvelut. The main content area is titled 'Hae päätöksistä' and contains the text: 'Oheisella hakulomakkeella voit suorittaa hakuja päätöksistä. Voit hakea päätöksiä henkilötunnuksen tunnusosan perusteella.' Below this is a text input field labeled 'Henkilötunnuksen tunnusosa' containing the value '8982'. At the bottom of the form are two buttons: 'TYHJENNÄ KENTTÄ' and 'HAE'.

Päätössivun alaosasta valitse "Korota limiittiä", pääset avaamaan asiakkaan alkuperäisen luottopäätöksen. Valitse "Haettu luotto" ja muuta summaksi korotettu luotto yhteensä eli alkuperäinen limiitti ja korotus.

Rahoituspäätöksen tultua, tulosta uusi sopimuslomake allekirjoitettavaksi. Muista lisätä sopimuksen allekirjoituspäivämäärä ja lähettää tiedot, jonka jälkeen luotto on käytettävissä asiakkaalla.

Jos asiakkaalla on käyttöoikeuksia luotolla, niin vanhat käyttöoikeudet täytyy päivittää uudelleen luotolle.




Samalla voi muuttaa muitakin asiakkaan rahoitusta koskevia tietoja, jos tarpeellista esimerkiksi luottoa korottaessa maksuohjelma muuttuu.

9. Katevarauksen tekeminen manuaalisesti

Katevaraukset tehdään ensisijaisesti Profixin kautta, asiakkaan maksaessa ostokset kassalla. Jos katevarauksen tekeminen ei onnistu Profixissa voidaan se myös hoitaa verkkopalvelun kautta. Valitse etusivun vasemman reunan valikosta "Katevaraukset". Näytölle aukeaa "Hae katevarauksista", johon syötetään asiakkaan henkilötunnuksen loppuosa. Valitse "Hae".

"Tee katevaraus"-kohtaan tulee asiakkaan tiedot ja lomakkeella tehdään nosto-oikeuskysely valitulle luotolle. "Syötä summa"-kenttään täytetään haluttu katevarauksen summa ja valitse "Tee kysely".

Näytölle tulee ilmoitus, kun katevaraus on tehty onnistuneesti. Verkkopalvelun kautta tehdyt katevaraukset laskutetaan erikseen Pohjolasta. Laskutusosoite on Pohjola Pankki Oyj, Kuluttajarahoituspalvelut, PL 308, 00013 Pohjola

		Yritys K-RAUTA Käyttäjä Lyyli Liiketoiminta LOPETA ?
Rahoitusyhtiöpalvelut		
Etusivu ▶ K-rauta rahoitus Päätökset Katevaraus ▶ Hallintatyökalut Vaihda yritystä Profiilin muokkaus Käyttäjähallinta Poistu www.pohjola.fi/ rahoitusyhtiöpalvelut	<h2>Hae katevarauksista</h2> <p>Oheisella hakulomakkeella voit suorittaa hakuja katevarauksista. Voit hakea katevarauksia henkilötunnuksella tai sen tunnusosalla.</p> <p>Henkilötunnuksen tunnusosa tai henkilötunnus</p> <input type="text"/> <p style="text-align: center;"> <input type="button" value="TYHJENNÄ KENTTÄ"/> <input type="button" value="HAE"/> </p>	
		Yritys K-RAUTA Käyttäjä Lyyli Liiketoiminta LOPETA ?
Rahoitusyhtiöpalvelut		
Etusivu ▶ K-rauta rahoitus Päätökset Katevaraus ▶ Hallintatyökalut Vaihda yritystä Profiilin muokkaus Käyttäjähallinta Poistu www.pohjola.fi/	<h2>Tee katevaraus</h2> <p>Oheisella lomakkeella voit tehdä nosto-oikeuskyselyn valitulle luottotilille. Syötä summa ja paina "Tee kysely" -painiketta.</p> <p>Päävelallisen nimi: Päivi Aurinkoinen Ostajan henkilötunnus: 140256-8982 Luoton numero: 90192298</p> <p>Syötä summa <input type="text"/> € <input type="button" value="TEE KYSELY"/></p>	
		Yritys K-RAUTA Käyttäjä Lyyli Liiketoiminta LOPETA ?
Rahoitusyhtiöpalvelut		
Etusivu ▶ K-rauta rahoitus Päätökset Katevaraus ▶ Hallintatyökalut Vaihda yritystä Profiilin muokkaus Käyttäjähallinta Poistu www.pohjola.fi/ rahoitusyhtiöpalvelut Datalinkin tarkistus	<h2>Katevaraus tehty</h2> <p>Katevaraus on tehty onnistuneesti.</p> <p>Katevarausnumero on 2393744.</p> <p>← Takaisin</p>	
		© 2008 Pohjola Pankki Oyj

YHTEYSTIEDOT JA REKLAMAATIOT

TOIMITUSMYynti

Toimitusmyynnissä katevaraus tehdään tilausvaiheessa ja Pohjola Pankkia laskutetaan vasta sen kun tavara on toimitettu asiakkaalle.

REKLAMAATIOT

Pohjola Pankki ohjaa kaikki reklamaatioyhteydenotot asiakkaan myyjähenkilölle. Mikäli myyjä hyvittää asiakasta, sovitaan tästä aina erikseen myyjän ja Pohjola Pankin kanssa. Pohjola Pankki ei ota kantaa toimitusten paikkaansa pitävyyteen.

YHTEYSTIEDOT

Verkkopalvelu (24 h/vrk)

www.pohjola.fi/rahoitusverkkopalvelut/

Luottopäätökset arkisin klo 8.30 – 20.00 ja la klo 10.00 – 18.00

puh. 010 252 5600

faksi 010 252 5611

Asiakaspalvelu klo 8.30 – 16.30

rahatilaukset, laskutus, asiakaspalvelu, maksuohjelmat ym. asiakassopimuksiin liittyvät asiat

puh. 010 252 5811

faksi 010 252 2818

kuluttajarahoitus@pohjola.fi

Osoite:

Pohjola Pankki Oyj.

Kuluttajarahoituspalvelut

PL 308

00013 Pohjola

Asiakasvastaavat:

Pohjois-Suomi
Itä-Suomi ja Kymenlaakso
Varsinais-Suomi ja Satakunta
Pohjanmaa ja Keski-Suomi, Pirkanmaa
Päijät-Häme
Etelä-Suomi ja Keski-Uusimaa

Timo Vähänen
Sari Itkonen
Pia Nyberg-Keinänen
Timo Laitila
Mika Mäenpää
Johanna Kukkonen

puh 010 252 7159
puh 010 252 3843
puh 010 256 9512
puh 010 252 7160
puh 010 252 4470
puh 010 252 5587

3 HYVÄ TAPA TILILUOTON MYYMISEEN

Mitä asioita myyjän pitää käydä läpi myyntitilanteessa asiakkaan kanssa tililuoton valintaan ja ominaisuuksiin liittyvistä perusasioista.

1. Asiakkaan maksutavan valinta

Asiakkaalla on oltava itsenäinen mahdollisuus päättää, mitä liikkeessä hyväksyttävää maksutapaa hän haluaa käyttää. Jos asiakas haluaa maksaa ostokset käteisellä tai jo käytössä olevalla maksu- tai luottokortillaan, maksutavaksi ei tule tarjota uutta luottoa.

Tietenkin myyjä voi tiedustella asiakkaalta luotonottohalukkuutta, jos asiakas ei selvästi kerro maksavansa jo olemassa olevalla luotolla.

Muista asiakkaan tarveharkinta!

Luoton ottamiseen liittyy aina riskejä ja luotto pitää joka tilanteessa maksaa takaisin luoton myöntäjälle korkoineen ja kuluineen. Suurin luottoon liittyvä riski piilee siinä, että kuluttaja ostaessaan luotolla hyödykkeitä käyttää aina ennakkoon vasta myöhemmin saamiaan ansiotuloja, joten käteisostoksiin verrattuna luotolle ostaminen on huomattavasti riskialttiimpaa. Luoton markkinointi voi helposti synnyttää mielikuvia kuluttajille löytää helppo tapa nopeasti tasapainottaa omaa taloutta, koska harhaoletuksia voi aiheuttaa esimerkiksi luoton täysi riskittömyys. Luottojen markkinoinnin lainalaisuudesta koitua vastuu kuuluu luoton myyjälle!

2. Luottotyypin ominaisuuksien esittely

Jos asiakas on kiinnostunut rahoittamaan ostoksensa luotolla, varaa luoton ominaisuuksien esittelyyn liikkeessä rauhallinen paikka ja anna asiakkaalle riittävästi aikaa harkita eri vaihtoehtoja. Myyntitilanteessa ennen kuin kuluttaja päättää lopullisesti luottosuhteen aloittamisesta, asiakkaan on pystyttävä tutustumaan luoton vähimmäisehtoihin myös kirjallisina.

Markkinointi on oltava asiallista, sisältäen selkeästi oikeat ja riittävät tiedot. Luottoja mainostettaessa tavarankäytössä, luoton tarjoaminen tai tuotteiden ostaminen luotolla ei saa hallitseva tekijä markkinoinnissa. Mainonta ei saa yllyttää siihen, että luotonottamis päätös perustuu pelkästään tarjottuun edulliseen kuukausierän maksamiseen tai muuhun luoton maksuehtoon.

Luoton vähimmäisehtoihin kuuluvat:

- tarjottava rahoitusmuoto on luotto (asiakkaan pitää ymmärtää luoton pidempi aikaiset seuraukset)
- Millaista luottoa tarjotaan, esimerkiksi tili- vai kertaluottoa (luotto voi olla jatkuva tililuotto tai kertaluotto)
- Rahoitusyhtiön tai luottolaitoksen nimi, kenen kanssa kuluttaja tekee rahoitussopimuksen (luoton myöntäjä ei ole K-Rauta Tourutorni vaan OP-Pohjola-pankki, Tourutorni on vain luoton välittäjä)
- Luottokustannukset, korot ja kulut
- Maksuehdot (mahdollisuus maksaa korottoman 3kk:n maksuajan jälkeen kokonaan, lyhennysohjelman mukaan tai maksaa luotto pois nopeammin kuin lyhennysohjelmassa sovittu)
- Todellinen vuosikorko (korot+kulut yhteensä)

3. Luoton kustannukset

Asiakkaalle on selkeästi kerrottava kaikki luottoon liittyvät kulut (koron lisäksi myös käsittelymaksu 6€/lasku) sekä luoton todellinen vuosikorko (laskentakaavan voi tarkistaa). Korottomina ja kuluttomina markkinoitavissa maksuaikakampanjoissa asiakkaalle on kerrottava kampanjan toimintaperiaate, eli luoton takaisinmaksuehdot ja että maksamattomalle luotolle alkaa kertyä kustannuksia kampanjan jälkeen (todellisen vuosikoron on todella oltava 0%, jos luottoa mainostetaan korottomana).

4. Hakemuslomakkeisiin ja sopimusehtoihin perehtyminen

Asiakasta tulee aina kehottaa tutustumaan sopimusehtoihin ja hakemus-/sopimuslomakkeella kerrottuihin tietoihin ennen sopimuksen allekirjoittamista. Jos sopimusehdot on tuostettavissa heti allekirjoitustilanteessa, ne on annettava asiakkaalle mukaan jo liikkeessä. Jos sopimuksetilanteessa on havaittavissa asiakkaan puutteellinen tai alentunut kyky (esimerkiksi humalatilán tai korkean ián vuoksi) ymmärtää sopimuksesta aiheutuvia velvoitteita, asiakkaalle ei tule tarjota luottoa. Asiakas on aina tunnistettava riittävällä varmuudella (Luottosopimukseen on merkittävä, mistä dokumentista asiakas on tunnistettu).

5. Asiakkaan maksukyky

Asiakkaalta on tiedusteltava käytettävissä olevaa maksuvaraa (onko muita luottoja, vakituiset tulot ks.1.1 Rahoituksen saamisen edellytykset) sekä kerrottava, mikä on kokonaisluottohinta ja minkä suuruiseksi yksittäinen takaisinmaksuerä muodostuu ottaen huomioon luoton suuruus ja takaisinmaksuaika (voit tehdä esimerkkilaskelmia verkkopalvelussa). Jatkuvan tililuoton pakkomyynti asiakkaalle ei myöskään ole hyväksyttävää, koska näin kuluttaja sortuu helpommin heräteostoksiin ja velka kertyy huomaamattomasti.

Muista vastuullisen luoton tarjoamisen periaate!

Perussääntönä maksukykyä voidaan pitää, ettei kuluttaja voi selvitä luoton takaisinmaksusta, joka lyhennyksillään ja koroillaan ylittävät kolmas osan säännöllisistä bruttotuloista. On otettava vielä huomioon, että ansiotuloista pidätetään veroja ja muita sosiaalimaksuja noin 40-45 prosenttia.

6. Luotonantaja ja vastuut virhetilanteissa

Asiakkaalle on selkeästi kerrottava, kuka on todellinen luotonantaja ja mihin asiakkaan on otettava yhteyttä luottoa koskevissa asioissa. Asiakkaalle on selkeästi kerrottava, miten tulee menetellä, jos ostetussa tavarassa/palvelussa on virhe (Tuleeko ottaa luottoon liittyvissä asioissa yhteys OP-Pohjolaan vai Tourutorniin, tuotteeseen liittyvissä asioissa Tourutorniin).

3.1 MARKKINOINNISSA ANNETTAVAT TIEDOT

-Todellinen vuosikorko, esimerkkilauseke ja luottohinta selkeästi ja helposti havaittavasti esitettyinä.

-Luottotiedot kootusti samassa paikassa ja siten, että ne pystyy helposti lukemaan.

-Luottotyyppi (esim. kerta- vai tililuotto) selkeästi esillä.

-Luottoa voi mainostaa korottomana vain, jos todellinen vuosikorko on 0 %.

-Kun mainostetaan yksilöityä tuotetta ja samalla tarjotaan kertaluottoa, mainoksessa on kerrottava tuotteen käteishinta ja luotosta vähintään seuraavat tiedot:

- Todellinen vuosikorko XX,X %
- Luottohinta X.XXX €

-Jos mainostettua kertaluottoa myönnetään asiakkaille erilaisin ehdoin, esimerkiksi erilaisilla luottoajoilla, mainoksessa on kerrottava myyntihinnan lisäksi esimerkkinä tavallisimmin myönnetyn luoton ehdoista vähintään seuraavat tiedot:

- Todellinen vuosikorko XX,X %
- Luottomäärä XX.XXX €
- Luottoaika XX kk
- Luottohinta XX.XXX €

-Jos maksuaika vaihtelee, mainoksessa on kerrottava edellä mainitut tiedot myös pisimmän takaisinmaksuajan mukaan laskettuina.

-Tililuotosta on mainoksessa kerrottava seuraavat tiedot:

- Todellinen vuosikorko XX,X %
- Luottomäärä X.XXX € (Luottomääräksi ilmoitetaan mainostetulle tililuotolle tyypillinen määrä)

4 LUOTON KÄSITTEET

KULUTUSLUOTTO: Laina, maksunlykkäys tai muu vastaava taloudellinen järjestely, jonka elinkeinonharjoittaja sopimuksen mukaan myöntää kuluttajalle.

KERTALUOTTO: Luottoa otetaan kerralla luotonantajalta tietty määrä ja se maksetaan tietyn sovitetun ajan kuluttua kokonaisuudessaan pois, esim. auto- ja venekaupat.

TILILUOTTO: Luottokortilla tai muulla tavoin käytettävä jatkuva luotto, jossa velka vaihtelee sen mukaan, kuinka paljon luottoa käytetään. Esim. luottokorttiluotot ja maksuaikakorot.

KÄTEISHINTA: Tuotteen myyntihinta.

TODELLINEN VUOSIKORKO: Korkoprosentti, joka saadaan laskemalla luottokustannukset vuosikorkona luoton vuosikorko määrälle lyhennykset huomioon ottaen. Todellisen vuosikoron avulla kuluttaja voi verrata eri luottovaihtoehtojen kustannuksia, koska se kertoo käteishinnan ja luottohinnan kustannuseron.

KORKO: Velalle tietyn väliajoin sopimuksessa maksettavaksi sovittu nimelliskorko.

LUOTTOHINTA: Käteishinnan ja luottokustannusten yhteismäärä.

LUOTTOKUSTANNUKSET: Luotosta maksettavat korot, kulut ja muut maksut.

LÄHTEET

Finanssialan keskusliitto. Tarkistuslista tililuoton myyjille. 2007. Viitattu 29.8.2008. <http://www.fkl.fi>, Julkaisut ja tilastot, Oppaat, ohjeet ja malliehdot, Tarkistuslista tililuoton myyjille (pdf).

Finanssialan keskusliitto. Ohje todellisen vuosikoron laskemisesta. 2007. Viitattu 29.8.2008. <http://www.fkl.fi>, Julkaisut ja tilastot, Oppaat, ohjeet ja malliehdot, Todellisen vuosikoron laskeminen (pdf).