

Marjo Paulaharju

**Asiantuntija-apua nuorten aikuisten
taloudellisiin haasteisiin**

TiedätSä-
Koulutuspaketti

Opinnäytetyö

Kevät 2012

Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalalan yksikkö

Liiketalouden koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalan yksikkö

Koulutusohjelma: Liiketalouden koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Liiketalous

Tekijä: Marjo Paulaharju

Työn nimi: Asiantuntija-apua nuorten aikuisten taloudellisiin haasteisiin

Ohjaaja: Kristiina Mutka-Vierula

Vuosi: 2012 Sivumäärä: 55 Liitteiden lukumäärä: 7

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa nuorten aikuisten taloudellisiin haasteisiin liittyvä koulutuspaketti. Koulutuspaketin avulla on tarkoitus suorittaa ennaltaehkäisevää ja valistavaa työtä aikuistumisen kynnyksellä olevia nuorten keskuudessa. Koulutuspakettia voidaan jatkossa käyttää myös nuorten aikuisten, lähinnä opiskelijoiden, keskuudessa.

Opinnäytetyö on jaettu kahteen osaan, teoriaan ja empiriaan. Työ sisältää markkinoinnin teoriaa nuorten kuluttajakäyttäytymisestä ja markkinointiviestinnästä. Teoria on kerätty kirjallisuudesta, lain asetuksista, tutkimuksista, lehtiartikkeleista ja internetistä. Teoriaosuudessa pohditaan nuorten aikuisten kuluttajakäyttäytymistä ja heidän elämänsä taloudellisia haasteita. Nuorten aikuisten kuluttajakäyttäytymisen määrittää heidän taloudellisen elämänsä hallintaa ja ratkaisuja. Useista lähteistä tehtyjen johtopäätösten jälkeen voidaan sanoa, että pikavippien käyttö aiheuttaa tai on osana monissa ongelmatilanteissa. Yksi tämän ajan kasvavista ilmiöistä onkin suomalaisten nuorten aikuisten ylivelkaantuminen.

Opinnäytetyön empiiriseen osuuteen sisältyy TiedätSä -koulutuspaketti. Läpikäydessäni työhön liittyvää teoriaa, olen oppinut paljon kohderyhmästäni ja sen moninaisuudesta. Tätä uutta kokemusta pystyn hyödyntämään viimeistellessäni koulutuspaketin valmiiksi käyttöä varten. Kohderyhmä huomioiden sosiaalisen median hyödyntämisen pohtiminen on ollut aiheellista. Koska kyseessä on hyvin arka aihe, en lähde hakemaan sosiaalisen median kautta tunnettavuutta, vaikka nuoret aikuiset ovatkin sosiaalisen median suurkuluttajia laajassa mittakaavassa. Työni edetessä olen ilokseni huomionnut, että tämän vuoden aikana opinnäytetyössäni käsitellyjä aiheita on nostettu keskusteluihin ja toiminnan kohteeksi. Tänä vuonna mm. yhteisvastuu torjuu ylivelkaantumista.

Tämä opinnäytetyö on osa TiedätSä -koulutuspakettia.

Avainsanat: kuluttajakäyttäytyminen, nuoret aikuiset, asunnon vuokraus, velan perintä, pikavipit, markkinointiviestintä

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Business school

Degree programme: Business and administration

Specialisation: Business Economics

Author: Marjo Paulaharju

Title of thesis: Expert help for young adults with the economic challenges

Supervisor: Kristiina Mutka-Vierula

Year: 2012

Number of pages: 55

Number of appendices: 7

The purpose of this thesis was to produce a training package related to young adults' economic challenges. With the training package, the aim is to do preventive and educative work among young people at the threshold of adulthood. The training package can also be used in the future for young adults, e.g. students.

The thesis is divided into two parts, a theoretic and an empiric one. The work contains the theory of marketing, focusing on consumer behavior and marketing communication among young. The theory was collected from the literature, the legislation, surveys, newspaper articles, and the Internet. In the theory section, young adults' consumer behavior and the economic challenges of their life are dealt with. Young adults' consumer behavior determines the control of their economic life and solutions. Based on several sources, it can be concluded that the use of "payday loans" causes many problems. One of the growing trends of our time is indeed over-indebtedness among Finnish young adults.

The empiric section of the thesis deals with the TiedätSä -training package. When studying the theory, I have learned a great deal about my target group and its variety. I am able to utilize this new experience when finishing the education package for its implementation. Taking the target group into account, it has been justified to think about the benefits of the social media. Because this is a very delicate subject, I will not seek visibility through the social media even though, overall, young adults are large-scale consumers of the social media. While my work has proceeded, I have been delighted to notice that the subjects dealt with in my thesis have been raised during the current year to discussions and as targets of operation. This year, the Yhteisvastuu fundraising campaign is aimed at preventing over-indebtedness.

This thesis is part of the TiedätSä -training package.

Keywords: consumer behavior, young adults, rental of apartments, collection of debts, "payday loan", marketing communication

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
1 JOHDANTO	7
1.1 Opinnäytetyön tekijän tausta.....	9
1.2 Sininuorisoliitto ry	10
1.3 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet	11
2 NUORET AIKUISET JA HAASTEELLINEN ELÄMÄNVAIHE	12
2.1 Nuoret aikuiset kuluttajina	13
2.1.1 Ostokäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä	14
2.1.2 Nuorten aikuisten kulutusuria	18
2.2 Elämisen haasteet.....	22
2.3 Nettisukupolvi ja sosiaalinen media	25
2.4 Tämän päivän tilanne.....	26
2.4.1 Tiedustelu ammattilaisille	27
2.4.2 Tiedustelu velkaantuneille nuorille aikuisille.....	28
2.5 Nuorten aikuisten taloudelliset haasteet.....	30
2.5.1 Vuokra-asunnon vuokraaminen	31
2.5.2 Velan perintä.....	33
2.5.3 Pikavipit ja kulutusluotot.....	34
2.5.4 Luottotietojen merkitys	38
3 NUORET AIKUISET JA VIESTINTÄ	40
3.1 Minkälainen viestintä tehoaa nuoriin aikuisiin?	41
3.2 Nuoret aikuiset ja pikavippimainonta.....	45
4 JOHTOPÄÄTÖKSET – MITEN RATKAISTAAN.....	47
4.1 Koulutuspaketti.....	47
4.2 Sosiaalisen median hyödyntäminen.....	48
5 YHTEENVETO JA POHDINTA	49

LÄHTEET	51
LIITTEET	55

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Ostajien ostopäätöksiin vaikuttavat tekijät.....	15
Kuvio 2. Aida-malli.....	21
Kuvio 3. Markkinointiviestinnän vaikutustasot.....	42
Kuvio 4. Pikavippimainontaa katukuvassa.....	46
Kuvio 5. Markkinointiviestinnät tavat ja mediaympäristö.....	42
Kuvio 6. Yhteisvastuukeräyksen kuva.....	50
Taulukko 1. Esimerkkejä pikavippien ja kulutusluottojen vuosikoroista	34
Taulukko 2. Pienlainayritysten tunnuslukuja vuosina 2010 - 2011.....	35

1 JOHDANTO

Yksi tämän ajan kasvavista ilmiöistä on suomalaisten nuorten aikuisten ylivelkaantuminen. Opinnäytetyössä mietitään nuorten aikuisten kuluttajakäyttäytymistä, heihin vaikuttavaa viestintää ja heidän taloudellisia ongelmatilanteitaan. Opinnäytetyö tarjoaa yhden ratkaisun näihin ongelmiin. Suurin osa nuorista aikuisista asuu ainakin ensiksi vuokra-asunnossa, lisäksi velan perintään liittyvät kysymykset koskevat monia, vaikka suurin osa nuorista aikuisista kykeneekin hoitamaan elämänsä taloudelliset haasteet hyvin. Osa nuorista aikuisista kuitenkin ylivelkaantuu elämänvalintoja tehdessään.

Opinnäytetyössä käydään läpi asunnonvuokraukseen ja velan perintään liittyviä seikkoja, sekä lisäksi pikavippejä ja kulutusluottoja. Nuoret aikuiset rahoittavat pikavipeillä mm. juhlimistaan, heräte- ja viihdeostoskäyttäytymistään, mutta jotkut joutuvat turvautumaan pikavippiin jopa rahoittaessaan ruokaostoksiaan. Ensimmäisestä otetusta pikavipistä voi joutua ikävään lainanotto- ja maksukierteeseen. Saadakseen maksettua edellisen pikavipin, joutuu mahdollisesti ottamaan uuden pikavipin. Pikavipin saaminen on tehty liian helpoksi, eivätkä pikavippiyhtiöiden määrittämät ikärajat vipin myöntämiseksi ole riittävät. Myös postimyynnin mahdollisuus osamaksukauppaan ja laskulla maksamiseen aiheuttaa ongelmia, näitä kauppvoja ei tutkita riittävän tarkasti, että maksukyvyttömät karsiutuisivat tehokkaasti pois.

Haluan omalta osaltani nostaa keskusteluihin nuorten velkaantumiseen liittyviä seikkoja ja elämisen haasteita. Oman kokemukseni, keskustelujen ja lehti- ja netti-kirjoittelun perusteella tarvetta selvästikin on. Mielestäni tänä aikana pitäisi suorittaa valistusta ja ennaltaehkäisevää työtä enemmän, että saisimme aikuistuvat nuoret helpommin pääsemään yli haasteellisesta elämänvaiheesta.

Ongelmat tuottavat lisäongelmia, jotkut nuoret aikuiset päätyvät asunnottomiksi ainakin hetkellisesti. Asunnottomuus, köyhyys, työttömyys ja ylivelkaantuminen ovat erittäin vakavia, nuoria aikuisia koskettavia ongelmia. Nämä ongelmat saattavat johtaa pahimmillaan läpi elämän kestävään syrjäytymisen kierteeseen. Nuorten aikuisten lyhytaikainen asunnottomuus on lisääntynyt varsinkin suuremmilla

paikkakunnilla, joilla on paljon opiskelupaikkoja. Nuorten aikuisten kohdalla kyseessä on useimmiten ns. piiloasunnottomuus, jota mm. Ylioppilaslehti ja Nuori-soasantoliitto ry ovat pyrkineet tekemään näkyvämmäksi ja nostamaan keskusteluihin.

Iltaasanomat on kirjoittanut artikkelissaan Karu totuus nuorista: Tästä tilastot vaikeavat, näistä samoista ilmiöistä (Holopainen 29.11.2011 [viitattu 13.4.2012]). Vaikka nuorten asunnottomuus painottuukin pääkaupunkiseudulle ja opiskelupaikkakuntiin, nuorten asunnottomuus on paljon pahempi ilmiö, kuin tilastot näyttävät. Nuorten aikuisten asunnottomuus on erilaista, kuin metsien miehillä, jotka tulevat ensimmäisenä mieleen, kun asunnottomuudesta puhutaan. Asunnottomuuden syitä on useita, uudelle paikkakunnalle muutetaan uuden työpaikan tai opiskelujen vuoksi, eron jälkeen ollaan vailla vakituista asuntoa, tai joku joutuu luopumaan kodistaan kalliin vuokran takia. Joillakin on päihde- tai mielenterveysongelmia, jolloin tilanteet kärjistyvät, jotkut joutuvat näihin ongelmiin asunnottomuuden takia. Nuoret aikuiset eivät halua leimautua asunnottomien kastiin, vaan he itse ajattelevat olevansa hetkellisesti vailla kämppää. Piiloasunnon majoilee mm. ystävän tai sukulaisten nurkissa, asuntojonot opiskelija-asuntoihin osoittavat ns. kaappiasunnottomuutta.

Mielestäni on tarpeellista nostaa esiin nuorten aikuisten elämäntilanteita myös näiden taloudellisten haasteiden näkökulmasta. Avoimuutta on lisättävä ja ajattelu-tapaan on pyrittävä tekemään muutosta positiiviseen suuntaan yleisellä tasolla. Nuorten aikuisten on koettava, että he hallitsevat omat taloudelliset haasteensa hyvin ja että he saavat niihin riittävästi tukea. Heille täytyy olla tarjolla kanavia, joista he saavat apua ongelmiinsa helposti ja puolueettomasti ja syyllistämättä ongelmien piirissä painiskelevia nuoria aikuisia. Nuorten aikuisten kohdalta on kohduttontaa ajatella, että he kykenevät jo hallitsemaan taloudelliset haasteensa (eihän siihen pysty aina vanhempikaan väestö), lisäksi on tarpeetonta syyttää vastuu perheen ja koulun jälkeen sosiaaliselle instituutiolle, kun kyseessä on kuitenkin aihe, josta monet tahot pystyvät yhteisvastuullisesti tekemään näkyvämmän ja vaikuttamaan ajattelu- ja toimintatapoihin.

Opinnäytetyö on antanut minulle hyvän mahdollisuuden päivittää aiheeseen liittyen omaa kokemustani, mielipiteitäni, sekä näkemystäni. Tätä tarkoitusta varten olen

tiedustellut velkaantuneiden nuorten aikuisten kanssa työskenteleviltä ammattilaisilta heidän näkemyksiään ja kokemuksiaan tämän päivän tilanteesta. Vastaavasti olen myös tiedustellut velkaantuneilta nuorilta itseltään heidän kokemuksiaan elämäntilanteestaan.

Opinnäytetyön tarkoitus ei ole silotella ja puolustella tarpeettomasti taloutensa hallinnan menettäneitä tai ”reunalla keikkujia”. Opinnäytetyön välityksellä haluan osoittaa, että näitä seikkoja on hyvä tuoda näkyvämmäksi, nostaa keskusteluihin ja miettiä ratkaisuja, sillä tavalla voidaan todellisesti vaikuttaa. Ongelmatilanteet, joista nuoretkaan eivät halua mielellään kovin julkisesti keskustella, tuntuvat olevan liki tabu niiden nuorten aikuisten keskuudessa, joita ne koskettavat. Ulospäin täytyy näyttää parempaa kuin todellisuudessa onkaan, täytyy pystyä hankkimaan samat laitteet ja varusteet, kuin kaveritkin hankkivat, riippumatta siitä, kuinka tiukkaan taloudelliseen ahdinkoon itsensä sillä asettaa.

Hankkiessani materiaalia opinnäytetyöhöni, olen havainnoinut, että useimmat teokset on tehty sosiaalisesta näkökulmasta. Tämä aihe koskettaa yhteiskuntaamme erittäin liiketaloudellisesti, sen takia tämän opinnäytetyön tarkoitus on tuoda esiin myös liiketaloudellisia näkökulmia. Opinnäytetyötäni työstäessäni olen ilokseni huomannut, että eri tahot ovat tämän alkaneen vuoden aikana ottaneet näitä tössäni läpikäytyjä asioita enemmän keskusteluihin, lehti-juttuihin ja toimintaan. Tämän vuoden Yhteysvastuukeräys kampanjoi suomalaisten ylivelkaantumisen torjumiseksi.

1.1 Opinnäytetyön tekijän tausta

Olen vuokraperinnän ja asunnonvuokrauksen ammattilainen (PTT; LKV; LVV), minulla on alalta yli 10 vuoden kokemus. Olen toiminut suuren yksityisen vuokranantajan palveluksessa liki kymmenen vuotta. Jo silloin mietin, että varsinkin nuorilla aikuisilla pitäisi olla helppo ja puolueeton kanava selvittää taloudellisiin tilanteisiinsa ilmentyviä ongelmia. Haluan käyttää ammattitaitoani ihmisten auttamiseen, valistamiseen ja ennaltaehkäisevään työhön. Mielestäni tänä aikana pitäisi nostaa keskusteluihin enemmän näitä aiheita, joita opinnäytetyöni käsittelee. Ongelmat pitäisi saada näkyvämmiksi ja yleiseen keskusteluun nostetuiksi, näin

saisimme aikuistuvat nuoret helpommin pääsemään yli haasteellisesta elämänvaiheesta.

Opinnäytetyöni rinnalla olen Yrittäjyys ja yrityksen perustaminen – kurssilla miettinyt tälle konseptille yrityksen perustamista ja liiketoimintasuunnitelma onkin jo tehty. Tarkoitukseni on käyttää opinnäytetyön tuotosta myöhemmässä vaiheessa työllistäen itseäni sivutoimisesti.

1.2 Sininuorisoliitto ry

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Sininuorisoliitto ry. Se on valtakunnallinen, uskonnollisesti ja poliittisesti sitoutumaton nuorisokasvatusjärjestö. Se on Raittiuden Ystävät ry:n alajärjestö, perustettu 1981 ja se toimii valtakunnallisesti lasten ja nuorten hyväksi, kannustaen heitä terveeseen kasvuun ja päihteettömään elämäntapaan. Sininuorisoliitto ry:llä on kolme alueellista piiriä, Kauhajoki, Pori, Jyväskylä, joille se maksaa vuosittaista avustusta. Sinulin jäsenmäärä on noin 4 000 henkilöä. Olen ollut Sininuorisoliitto ry toiminnassa mukana vuosia, tällä hetkellä olen sen hallituksen varajäsen.

Sininuorisoliitto ry tukee lasten uintiopetusta lahjoittamalla jokaiselle osallistujalle Uima-aapisen. Sinulilla on kummiluokkia Virolahdella, Porissa ja Jalasjärvellä, toimintaa ja yhteistyötä ollaan kehittämässä. Sininuorisoliitto ry järjestää vuosittain erilaisia pienempiä tapahtumia paikkakunnittain, karaokekilpailuja, yhteisiä matkoja ja pyöräilytapahtumia kesäisin.

Sininuorisoliitto ry etsii uusia tapoja tavoittaa nuoria. Se on jo vuosien ajan järjestänyt mm. vuosittain Nuorisopäivät eri paikkakunnilla. Nuorten elämän digitalisoinnin myötä Nuorisopäivät koetaan jo vanhentuneena tapana kokoontua yhteen. Sininuorisoliitto ry joutuu miettimään uusia keinoja, miten se pääsee osallistumaan nuorten elämään ja heidän kehitykseensä positiivisella tavalla. Opinnäytetyöni tarjoaa Sininuorisoliitto ry:lle uuden keinon tavoittaa erityisesti aikuistuvia nuoria yläasteelta alkaen.

Sininuorisoliitto ry:n toimintaa tukevat Opetusministeriö ja Raittiuden Ystävät ry.

1.3 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet

Opinnäytetyön tarkoitus on tuottaa nuorten aikuisten taloudellisiin haasteisiin liittyvä koulutuspaketti, liittyen asunnonvuokraukseen, velanperintään pikavippeihin. Koulutuspaketin avulla on tarkoitus suorittaa ennaltaehkäisevää ja valistavaa työtä aikuistumisen kynnyksellä olevia nuorten (15 - 17 -vuotiaiden) keskuudessa. Tähän rajapintaan voidaan vielä todellisesti vaikuttaa, heidän asenteisiinsa ja ajatuksiinsa omasta tulevaisuudestaan ja miten he aikovat toimia tultuaan täysi-ikäiseksi. Koulutuspakettia voidaan jatkossa käyttää myös nuorten aikuisten, lähinnä opiskelijoiden keskuudessa eri opiskeluyhteisöissä.

Opinnäytetyön ensimmäinen tavoite on teorian avulla ymmärtää paremmin nuoria aikuisia kulutusurillaan. Työ sisältää markkinoinnin teoriaa nuorten kuluttajakäyttäytymisestä ja markkinointiviestinnästä. Teoria on kerätty kirjallisuudesta, lainasetuksista, tutkimuksista, lehtiartikkeleista ja internetistä. Työn taustalla vaikuttaa kiinnostukseni siihen, miten nuoret aikuiset hallitsevat elämänsä opinnäytetyössä käsiteltyjen aiheiden näkökulmasta.

Toisena tavoitteena on työn empiirisessä osiossa laatia koulutuspaketti, joka sisältää tiedotteen, esitteen, käsikirjan, tietoiskun ja nettisivut. Teoriaosuus tukee vahvasti empiriaa ja sen tuotoksena olevaa koulutuspakettia. Läpikäydessäni työhön liittyvää teoriaa, olen oppinut paljon kohderyhmästäni ja sen moniulotteisuudesta. Tätä uutta kokemusta pystyn hyödyntämään viimeistellessäni koulutuspaketin valmiiksi toteutusta varten.

2 NUORET AIKUISET JA HAASTEELLINEN ELÄMÄNVAIHE

Tässä opinnäytetyössä pohditaan nuorten aikuisten taloudellisia elämäntilanteita tilastokeskuksen tilastojen, artikkeleiden ja kirjallisuuden avulla. Nuoret aikuiset ovat 18 - 29 -vuotiaita. Nuorista aikuisista käytetään myös nimityksiä nettisukupolvi, Y-sukupolvi ja diginatiivit tarkoittaen eri yhteyksissä hieman eri ikäjakaumassa olevaa nuorten aikuisten ryhmää. Erilaiset ja eri vuosilta olevat teokset, artikkelit, tutkimukset ym. käyttävät nuorista aikuisista näitä eri termejä.

Nettisukupolvi (tammikuu 1977-joulukuu 1997) on ensimmäinen sukupolvi maailmanlaajuisesti, joka omaa enemmän älykkyyttä, se on nopeampi ja se sietää paremmin erilaisuutta kuin edelliset sukupolvet (Tapscott 2010, 18, 19). He reagoivat yhteiskunnan ongelmiin kansalaisaktiivisilla kouluissaan, työssään tai yhteisössään ja heillä on vahva oikeudentunto. He arvostavat vapautta, varsinkin valinnan vapautta. He haluavat muuttaa esineet ja asiat itselleen sopiviksi, tehdä niistä omiaan. He toimivat yhdessä ja pitävät keskustelusta, eivät luennoinnista. He vaativat rehellisyyttä. He haluavat pitää hauskaa, myös töissä ja koulussa. He ovat nopeita. Heidän elämäänsä kuuluu innovointi. Sukupolvi on kasvanut digitaalisten laitteiden ympäröimänä, mikä on vaikuttanut merkittävästi koko sukupolven ajattelutapaan (Tapscott 2010, 24). Digitaalisen teknologian ulottuminen kaikkialle on haaste nuorisolle, se on tasapainottelua digitaalisen ja todellisen maailman välillä, heillä on käsiteltävänään valtava informaatiotulva. Tästä on etuna mm. se, että he suhtautuvat suvaitsevaisemmin erilaisuuteen ja ovat edeltäjiään nopeampia ja älykkäämpiä.

Y-sukupolvi (millenium-sukupolvi), on synonyymi nettisukupolvelle, eri lähteissä saattaa olla syntymävuosissa muutaman vuoden heittoja.

Diginatiivit (milleniaalit) ovat syntyneet teknologisoituneeseen maailmaan 1980-luvun jälkeen. Matkapuhelimet ja kotitietokoneet ovat olleet heille aina olemassa ja diginatiivit käyttävät eri medioita luontevasti (Mediakasvatusseura, artikkelit [viitattu 28.3.2012]). Diginatiiveille on tyypillistä runsas vuorovaikutus internetissä, vaikka internetin taitavakaan käyttö ei tarkoita, että nettisukupolvi olisi kokonaisuudessaan teknisesti taitava.

Halutessamme ymmärtää Y-sukupolven käyttäytymistä ja elämän valintoja, katse on ensin suunnattava nuorten kasvattajiin, vanhempiin, koululaitoksiin ja esimiehiin (Vesterinen & Suutarinen 2011, 69). Me olemme niitä, jotka ovat asettaneet vaatimuksia elämän hyvinvoinnille, laadulle ja työelämälle. Voidaankin kysyä millaista arvopohjaa ja asennetta olemme luoneet nuorille? Millaisia tulevaisuudenkuvia olemme piirtäneet heidän verkkokalvoillensa? Osin kiusallisiltakin kuulostavia kysymyksiä joudumme itsellemme asettamaan, juuri me olemme vaatineet yhä parempaa ja laadukkaampaa tulosta hyvinvoinnin nimissä. Juuri meille on ollut tärkeätä, että kriittistä ajattelua ja ilmaisu- ja vuorovaikutustaitoja lapsille ja nuorille kehitetään.

Räjähdysmäisesti kasvava informaatio ja siihen liittyvät teknologiat ovat merkittävä osa Y-sukupolven kasvualustaa (Vesterinen & Suutarinen 2011, 70). Hurjimmassa ennusteissa kehittyneissä maissa jokaisen taskussa kulkee informaatio vuonna 2020. Mobiililaitteiden kautta käytettäisiin myös nettiä eniten. Jokaisen suomalaisen on suoritettava valintoja informaation suhteen jatkuvasti muuttuvassa media-maisemassa. Oikean ja todellisen tiedon erottaminen on päivä päivältä haasteellisempää. Suomalaisessa koulujärjestelmässä joudutaan vastaamaan myös näihin, tietoyhteiskunnan asettamiin haasteisiin.

2.1 Nuoret aikuiset kuluttajina

Nuorten aikuisten kuluttajakäyttäytyminen määrittää hyvin paljon koko heidän taloudellisen elämänsä hallintaa ja ratkaisuja. Nuoret aikuiset ovat hyvin tuote- ja merkkietoisia ja se vaikuttaa heidän ostopäätöksiinsä. Viestintä vaikuttaa suoraan nuorten aikuisten kuluttajakäyttäytymiseen ja elämisen tyyliin. Pohdittaessa nuoriin aikuisiin kohdistuvaa viestintää on mietittävä myös yritysimgon ja tuotebrändien merkitystä, ne molemmat liittyvät vahvasti mielikuviin, joita syntyy nuorille aikuisille kuluttajille.

2.1.1 Ostokäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä

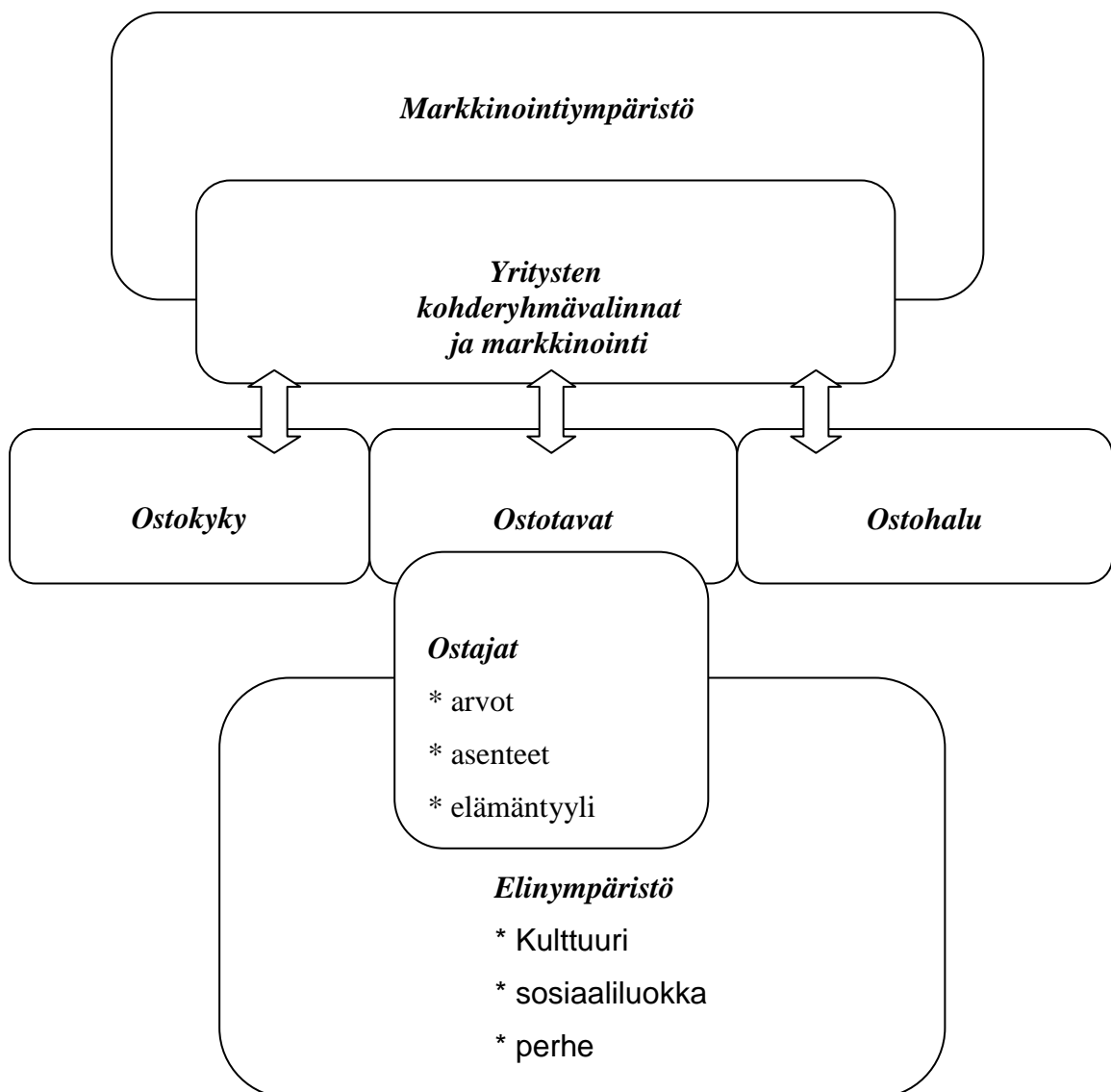
Markkinointikirjallisuudessa kuluttajakäyttäytyminen on keskeinen käsite (European Platform for Research in Marketing – “Young” Program ’06 [viitattu 25.4.2012]). Kuluttajakäyttäytymistä lähestytään monista eri tutkimuslähtökohdista, joita ovat taloudellinen, sosiologinen, psykologinen ja antropologinen näkökulma. Kuluttajan käyttäytymistä tutkitaan näiden kaikkien näkökulmien kannalta yhteisessä tutkimuskehityksessä, jonka mukaan kuluttajan ostopäätökset voidaan ryhmitellä seuraavasti: kognitiivinen lähestymistapa, ulkoisen ehdollistumisen lähestymistapa ja kokemukseen ja sosiaalisiin suhteisiin ja vuorovaikutukseen perustuva lähestymistapa.

Ostokäyttäytyminen vaikuttaa yksityisten kuluttajien ja yritysten toimintaan markkinoilla, se määrittää mitä, mistä ja miten ostetaan. (Bergström & Leppänen 2009, 100 - 101). Segmentointi syntyy ostokäyttäytymisen ymmärtämisestä. Ostajien henkilökohtaiset ominaisuudet ja ulkopuoliset ärsykkeet ohjaavat ostokäyttäytymistä. Ostokäyttäytyminen ilmentyy erilaisina tottumuksina, tapoina ja valintoina, miten markkinoilla toimitaan ja miten kuluttamiseen ja ostamiseen suhtaudutaan. Motiivit ja tarpeet laukaisevat ostokäyttäytymisen. Ostokäyttäytymiseen vaikuttaa vahvasti ostokkyky, joka tarkoittaa kuluttajan taloudellista mahdollisuutta ostaa (tulot, tulonsiirrot ja säästämishalu), tuotteiden hintakehitys, käytetyt maksuehdot ja mahdollisuus lainansaantiin. Ostokykyyhin vaikuttaa myös aika, jonka kuluttaja voi käyttää etsiäkseen halvempia vaihtoehtoja.

Monet ulkopuoliset ärsykkeet ohjaavat ostokäyttäytymistä, näitä ovat mm. kuluttajien henkilökohtaiset ominaisuudet, yhteiskunnan kulttuuri ja taloudellinen tilanne, sekä yrityksen toimet markkinoilla. Kuluttajan ostokäyttäytymiseen merkittävämmiin vaikuttavista tekijöistä ovat mm. (Bergström & Leppänen 2009, 102 - 117):

Demografisia tekijöitä ovat mm. ikä, sukupuoli, asuinpaikka, tulot, ammatti, koulutus, kieli, rotu ja uskonto. Nämä ovat hyvin perinteisiä tekijöitä, ne ovat helposti selvitettävissä, analysoitavissa ja mitattavissa. Ne selittävät helposti myös osan kuluttajien erilaisista motiiveista ja tarpeista. Psykologisia tekijöitä ovat mm. tarpeet, arvot, asenteet, motiivit, oppiminen ja innovatiivisuus. Psykologisista tekijöistä puhuttaessa mainitaan usein Maslowin tarveportaikko (fysiologiset-, turvallisuus-

den-, sosiaaliset-, arvostuksen ja itsensä toteuttamisen tarpeet), jonka mukaan alemman portaikon tarpeet täytyy olla täytettynä, ennen kuin voi siirtyä seuraavaan portaaseen. Sosiaaliset tekijät ovat mm. perhe, ystävät, työporukka, sosiaaliset yhteisöt, idolit, alakulttuurit, sosiaaliluokka ja kulttuuri. Sosiaalisia tekijöitä ei pidä missään tapauksessa väheksyä, nuori kuluttaja oppii jo lapsuuskodistaan monenlaisia tapoja toimia ja tehdä valintoja. Ihminen on sosiaalinen eläin, joten se hakee tukea päätöksilleen sosiaalisesta ympäristöstään koko elämänsä ajan.



Kuvio 1. Ostajien ostopäätöksiin vaikuttavat tekijät (Lähde: Bergström & Leppänen 2009, 100).

Ropen ja Pyykön (2003, 27 - 28) Markkinointipsykologia, Väylä asiakasmieleiseen markkinointiin, mukaan kuluttajan käyttäytymiseen vaikuttaa henkilökohtaiset ominaispiirteet, eli tyyppitekijät, tarkoittaa sitä, että yksilöt arvostavat ja pitävät erilaisista asioista ja eri tavalla. Yksilöt myös toimivat erilaisilla toimintamalleilla. *Henkilötaustat* vaikuttavat siihen, miten asioihin ja ihmisiin suhtaudutaan, miten mieltymykset, uskomukset, arvostukset ja asenteet ovat muodostuneet. *Viiteryhmätaustat* ja viiteryhmät ohjaavat yksilön toimintaa ja vaikuttavat yksilön käyttäytymiseen. *Henkilökohtainen tilanne* vaikuttaa eteenpäin vievään voimaan ja ratkaisuvaihtoehtoihin. *Ympäristö- ja markkinavaikutukset* ovat vahvoja vaikuttimia yksilön ratkaisuisissa. Näitä ovat mm. markkinoilla olevien yritysten tarjonta, yleiset asiat (trendit ym), arvoperustat ja teknologian kehitysvaihe.

Jokainen kuluttaja omaa näitä tekijöitä, jokaisella on niitä omassa suhteessaan, jolloin lopputuloksena yksikään kuluttava yksilö ei ole toisensa kaltainen, vaan jokainen on omansa, ainutlaatuinen yksilö. Seuraavassa kappaleessa on lueteltu Kansallisen nuorisotutkimuksessa kerrotut, nuorista johdetut omat elämäntyyli-segmentit, jotka kuvaavat nuoria aikuisia kulutussegmenttejä onnistuneesti.

Seitsemän elämäntyyli-segmenttiä Kansallisen Nuorisotutkimuksen mukaan (KNT 2010 [viitattu 15.4.2012]) ovat:

Trenditietoiset: ovat arvoiltaan materialistisia ja nautinnonhaluisia. He ovat kiinnostuneita pukeutumiseen, ulkonäköön ja trendeihin liittyvistä asioista. Kuluttajaprofiili: materialistinen ja merkkietoinen.

Itsevarmat: heillä on laajat sosiaaliset verkostot ja he ovat hyvin ulospäin suuntautuneita. Heidän arvomaailmansa on kova ja heillä on voimakas kilpailuvietti. He ovat kiinnostuneita viihde-elektroniikasta, musiikista ja urheilusta. Kuluttajaprofiili: materialistinen ja merkkietoinen.

Perinteiset: arvoissa turvallisuus korostuu. Arki on merkityksellinen asia. Heidän onnellisuutensa kumpuaa omasta perheestä ja lähipiiristä. Kuluttajaprofiili: perinteinen ja riskejä karttava.

Älyköt: ovat universaalisia arvomaailmaltaan. Tärkeimpiä kiinnostuksen aiheita ovat itsensä kehittäminen, tieto ja älyllisyys. Kuluttajaprofiili: kriittinen ja rationaalinen.

Maailmanparantajat: ovat nuoren sukupolven omatunto. Heille tärkeätä on tehdä maailmasta parempi paikka, he ovat siihen hyvin sitoutuneita. Kuluttajaprofiili: tiedostava ja kriittinen.

Kapinalliset: suhtautuvat hyvin varauksella perinteisiin instituutioihin ja ovat perinteidenvastaisia arvoiltaan. He eivät välitä muiden mielipiteistä, vaan elävät omalla tyyllillään. Kuluttajaprofiili: impulsiivinen ja välinpitämätön.

Syrjäänvetäytyvät: eivät välitä sosiaalisesta statuksestaan, vaan ovat hyvin syrjään vetäytyviä. Tärkein arvo on turvallisuus. Kiinnostuksen kohteita ovat lukeminen, tietokoneet ja internet. Kuluttajaprofiili: ei-tiedostava ja rationaalinen.

Ikä on tärkeä kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttava tekijä, iän lisääntyessä kuluttajat elävät erilaisia elinvaiheita ja sosiaalisia muutosprosesseja. Nuorten aikuistenkin osalta näitä on useita, mm. opiskelemaan ja työelämään siirtyminen, perheen perustaminen ja lasten syntyminen.

Dagmarin Suomalainen Arki- tutkimus luotaa muuttunutta mediakäyttöä (Dagmar, 9.12.2010). Tutkimus on aloitettu syksyllä 2010, sen tavoitteena on tutkia, miten kiivas digitalisoituminen 2010-luvulla on vaikuttanut tavallisten ihmisten arjen viettoon ja median käyttöön. Tutkimuksessa selvitettiin suomalaisten arjen ja vapaaajan viettoa sekä mediakäyttötottumuksia. Nuoret aikuiset, alle 30-kymppiset ovat tutkimuksen mukaan ”hengailijoita”, ”menijöitä” (etenkin miehet) ja ”harrastajia” (etenkin naiset). Suurin osa (46 prosenttia) käyttää mediaa nettipainotteisesti, digitaalisten sisältöjen käyttö hakukoneen ja yleisten nettisaittien kautta on yleisempää kuin tv:n katselu. ”Digidialogi” kuluttajien ja median välillä jatkuu edelleen kiivaana, suomalaisten käyttöön puskee kiivaana lukulaitteet ja kännyköiden kosketusnäyttösukupolvi. Mediallisten sovellusten määrä ja käyttäjien määrä kasvaa samassa tahdissa. Kohti käyttöliittymäriippumatonta mediaa edetään väijäämättömästi.

Näiden segmenttien avulla pystymme paremmin ymmärtämään kuluttavia nuoria aikuisiamme. Näihin segmentteihin pystytään vaikuttamaan erilaisilla markkinointikeinoilla, jokaiseen segmenttiin tehoaa kuitenkin erilaiset keinot. Kaikki lähtee arvoista, asenteista ja elämäntyyleistä. Ne määrittelevät vahvasti nuorten aikuisten kuluttamista ja median käyttöä. Ymmärrys suhtautumisesta yrityksiin ja brändeihin muodostuu tätä kautta selkeästi.

2.1.2 Nuorten aikuisten kulutusuria

Nuoret ovat haasteellinen kohderyhmä kaikille, jotka heidän toimintaansa pyrkivät ymmärtämään ja selittämään, saatikka siihen vaikuttamaan (Autio, ym. 2002, 176 - 178). Ennen 1980-lukua nuorten kulutuksella ja elämäntyyleillä ei ajateltu olevan merkitystä taloudellisesti. 1990-luvulla ja vuosituhannen vaihteessa nuorten näytävästä ja vastuuttomasta kuluttamisesta on ryhdytty keskustelemaan medioissa. Vaikeudet juontuvat nuorten erilaisista elämäntilanteista ja itsenäistymisen vaiheista. Nuoret aikuiset, jotka ovat eri elämänvaiheissa (koulutus, työelämä, perheen perustaminen ym.), ovat erilaisissa kulutusurissa ja taloudelliset tilanteet vaihtelevat suurestikin.

Minna Autio tarkastelee Tutkimuksessaan (2006) *Kuluttajuuden rakentuminen nuorten kertomuksissa, 2000-luvun alun 15 - 19-vuotiaiden lukiolaisten kuluttamisesta ja rahankäytöstä*. Nämä nuoret ovat tämän päivän nuoria aikuisia, jotka kuuluvat opinnäytetyössäni pohdittuun ikäryhmään. Aution tutkimus avaa moniulotteisen kuvan nuorista kulutusyhteiskunnan toimijoina (Autio 2006, 11). Kuluttaminen ja rahankäyttö ovat useimmiten toistuvaa kamppailua itsekontrollin ja nautinnoille antautumisen välillä. Kuluttajuus on moniäänistä, se rakentuu samanaikaisesti, jopa ristiriitaisesti, säästäväisyyden, tuhlauksen, nautinnon ja myös vihreän kulutuksen tapoihin. Tutkimuksessa nuoret kuvaavat itseään omin sanoin: huoleton penninvenyttäjä, harkitseva nautiskelija ja pihi törsääjä. Nykypäivän nuorissa aikuisissa näiden kaikkien nimikkeiden alle sopivia kuluttajia löytyy varmasti. Nämä nimikkeet viittaavat osin jopa hedonistiseen kuluttamiseen, jossa erityisesti korostuu mielihyvän aikaansaaminen kulutuskäyttäytymisellään ja nautintoon heittäytyminen. Nautintoa hakevat nuoret eivät suunnittele tulevaisuutta, he eivät säästä,

eivätkä varaudu pahan päivän varalle (Autio 2006, 85). Nuoret eivät kadu hedonistisia kulutus päätöksiään, elämää eletään nyt ja nautitaan siitä.

Sukupuolten väliset roolit lähentyvät toisiaan, myös pojat ja nuoret miehet ovat nykypäivänä kiinnostuneita omasta ulkonäöstään ja myös vaatteiden merkitys on noussut esiin (Autio 2006, 84). Vastaavasti tytöt ovat alkaneet käyttää enemmän alkoholia ja tupakkaa. Perinteiset roolit näkyvät edelleen miesten ja naisten puheissa ja kuluttajakäyttäytymisessä, vaikka nykykulttuurissa kulutus ei olekaan yhtä sukupuolittunutta (Autio 2006, 76). Tytöt kuluttavat vaatteisiin ja kosmetiikkaan ja pojat kuluttavat urheilu- ja harrastevälineisiin, sekä tekniikkaan. Tästä syystä usein poikien kuluttamista pidetään enemmän hyväksyttävänä, kun taas tyttöjen kuluttaminen tulkitaan turhuudeksi.

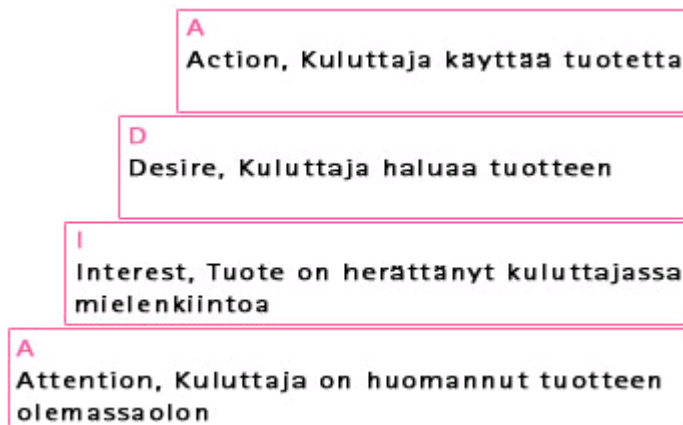
Tutkimukseen osallistuneista nuorista löytyy myös toinen puoli, järkevä kuluttaminen ja säästäväisyys. Tutkimuksessa nuoret kuvaavat itseään omin sanoin harkitseva, säästeliäs, kitupiikki, myös ahdistavan saita tai nuuka. Säästäväisille mielihyvää tuottaa rahan kerääntyminen pankkitilille (Autio 2006, 91). Nuoret voivat myös olla tavoitteellisia säästäjiä, rahaa laitetaan sivuun jotakin tulevaisuudessa tapahtuvaa hankintaa tai tapahtumaa varten. Suurkuluttajuuden ja säästäväisyyden välimaastoon jää harkitseva kuluttajuus. Tutkimuksessa nuoret kuvaavat harkitsevaisuuttaan ilmauksilla tarkka, harkitseva, valveutunut, kohtuullinen tai taitava kuluttaja (Autio 2006, 92). Harkitsevuus tarkoittaa kulutuksen tarkkailua, menojen seuraamista ja ymmärryksen, että yli varojensa ei voi elää. Harkitsevuuden puheissa ei korostu kulutuksen nautinto. Harkitsevalla kuluttajalla säilyy kontrolli ja pidättyväisyys.

Vihreä kuluttaminen on monimuotoista, kontrollin vaikuttimina ovat yhteisölliset arvot, luonto ja ympäristö (Autio 2006, 95). Huoli ympäristöstä on vahva vaikuttaja. Kun on sisäistänyt vihreän elämäntavan, vihreitä valintoja ei pidetä vaikeina tai aikaa vievinä. Vihreän kuluttajuuden perinteisiä käytäntöjä ovat kierrätys ja kompostointi. Kirpputoreilta hankitaan vaatteita, käyttötavaraa ja huonekaluja. Turhan kuluttamisen välttäminen on keskeistä.

Nettisukupolvi ei radikaalisti poikkea aikaisemmista sukupolvista. Perinteiset arvot, inhimillisyys, yhteisöllisyys, vastuullisuus, ymmärtäminen ja tarve kontakteihin,

ovat edelleen olemassa (Leivo, Mutanen, Nieminen-Sundell, 2009, 11 [viitattu 15.4.2012]). Tästä kivijalasta jokainen valitsee oman nurkkansa ja vaikuttaa ja suorittaa omasta kulmastaan. Nettisukupolveen kuluttajina ei enää päde vanhat segmentointiperiaatteet, koska annettuja tyylejä sekoitetaan. Heidän kuluttamisen aktiivisessa osallistumisessa ja tekemisessä keskiössä on eettisyys. Nettisukupolvi on kiinnostunut yrityksistä niiden arvojen ja brändien kautta.

Tuotteiden kysyntään vaikuttaa erityisesti kuluttajien tottumukset (Kuluttajavirasto, Tietoa mainonnasta [viitattu 25.3.2012]). AIDA on yksi malleista, joilla kuvataan tuotteiden käyttötottumuksia. Tässä mallissa A (attention) tasolla kuluttaja on huomionnut tuotteen olemassaolon. Seuraava vaihe on I (interest), kuluttaja hankkii tietoa, kiinnostus on herännyt. Kolmas vaihe on D (desire), kuluttaja haluaa hankkia tuotteen. Neljäs vaihe on A (Action), osoittaa toimintaa, kuluttaja on tuotteen käyttäjä.



Kuvio 2. Aida-malli. (Lähde: Kuluttajavirasto, Tietoa mainonnasta [viitattu 25.3.2012]).

Hedonistinen kulutus liitetään usein nuorten aikuisten kuluttamiseen. Jokapäiväisen tarvekulutuksen lisäksi he toteuttavat paljon hedonistista kuluttamista, jonka motiiveja ovatkin erityisesti mielihyvä, hauskuus, ajanviete ja huvi. He kuluttavat mukavaan ajanvietetoimintaan, juhlimiseen ja mielihyvää tuottaviin hyödykkeisiin ja palveluihin. Hedonistisesta kuluttamisesta syntynyt hyvinolontunne peittää alleen syyllisyyden tai katumisen tunteita, jos niitä "tuhlailevuudessa" pääsee muodostumaan.

Mainonta ja markkinointi kohdistuvat yhä enemmän nuoriin kuluttajiin (Autio ym. 2002, 12). He seuraavat teknologian kehitystä ja omaksuvat muita nopeammin sen tuomat uudet laitteet osaksi kulutustaan ja elämäntyyliään. Kuluttaminen kuuluu vahvasti nykyiseen nuorisokulttuuriin. Nuorten suhteellinen osuus maksuhäiriöisissä on kasvanut. Maksuvaikeuksissa olevat eivät läheskään aina ole syrjäytyneitä, työttömiä tai pienituloisia, vaan maksuvaikeudet voivat johtua monista samanaikaisista syistä. Nuorena velkaantuminen voi vaikuttaa koko loppuelämään ja siitä selviytymiseen voi mennä kymmenenkin vuotta. Nuorten maksuhäiriöissä nousevat esiin kulutusluotoista syntyneet maksuhäiriöt, sillä niitä on helpompi saada.

Lampikoski K. & T. (2000, 144) visioivat kirjassaan *Kuluttajavisiot – näköaloja kuluttajakäyttäytymisen tulevaisuuteen*, potentiaalisia kuluttajasegmenttejä tulevaisuuden verkkokaupassa olevan teknologian käyttötaitajat, ”nörtit” ja alan koulutetut aikuiset, hyvätuloiset sofistikoituneet, itseensä luottavat ja innovatiiviset taiturit, perhekeskeiset, usein hinta- ja laatutietoiset kuluttajat ja erityisalojen harrastajat.

Markkinoiden synty ja kasvu perustuvat kuluttajan tarpeeseen tehdä taloudellisia ratkaisuja, pysyä tietotekniikan kehityksessä mukana, hoitaa asioita helposti kotoa käsin, seurata uutisia reaaliaikaisesti, rentoutua ja kuulua johonkin sosiaaliseen verkkoryhmään (Lampikoski K. & T. 2000, 142).

Mielestäni tämä visiointi vuodelta 2000 kuvaa yllättävänkin hyvin tilannettamme vuonna 2012. Myös opinnäytetyöni nuoret aikuiset, nettisukupolvi, osuu tähän visiointiin varsin osuvasti. Myös viittaukset netin käytöstä työaikana pitävät hyvin paikkansa nykypäivänä. Monet käyvät netissä hoitamassa asioitaan ruokatunnilla, kahvitunnin aikana ja huilihetkellä.

2.2 Elämisen haasteet

Aikuistuminen ei ole helppoa, pitäisi tietää niin paljon. Mitä haluaa tehdä ja miten, missä haluaa vaikuttaa, miten ja kenen kanssa. Nuori aikuinen joutuu ottamaan vastuuta kaikista mahdollisista vastaan tulevista asioista, pitää pystyä ymmärtämään ja näkemään myös tulevaisuuteen, miten tehdyt päätökset tuottavat tulostaan.

Aapolan ja Ketokiven toimittamassa antologiassa (2005), Polkuja ja poikkeamia – Aikuisuutta etsimässä, pohditaan nykypäivän aikuisuuden tunnusmerkkejä ja myös sitä, minkälaisia askeleita nuorten on otettava aikuistukseen ja täyttävätkö he näitä tunnusmerkkejä. Nuoret aikuiset opiskelevat yhä pidempään ja lykkäävät perheen perustamista myöhemmälle, näin nuoruuden katsotaan pidentyneen ja aikuisuuden perinteiset mittarit ovat muuttuneet epävarmimmiksi (Aapola & Ketokivi, 2005, 8, 35, 100). Monet nuoret muuttavat pois kotoa ja ottavat niin sosiaalista kuin taloudellistakin etäisyyttä vanhempiinsa, sekä ottavat vastuuta omasta elämästään. Nuorten valinnat ja toimijuus ovat yhteydessä heidän sosiaaliseen taustaansa ja materiaaliset elämänehdot erittäin konkreettisesti heidän valintoihinsa. Alle kolmikymppisistä lapsettomista kirjoitetaan paljon: he kehittävät itseään ja kokevat urakehityksen tärkeäksi. He juhliivat ja matkustelivat ja elivät monin tavoin keveää elämää. Pitkän tähtäyksen ratkaisujen tekeminen tuntuu heistä hankalalta.

Minna Autio ym. (2002) ovat julkaisussaan pohtineet laajasti nuorten kulutuksen kehitystä ja maksuhäiriöiden syitä. Nuorten maksuhäiriöt ovat monen syyn seuraus, nykynuoret ovat todellisesti kulutuskulttuureissa eläviä nuoria (Autio ym. 2002, 8-9). He erottuvat omista vanhemmistaan, suuresta ikäluokasta. Heillä on halu ja vapaus valita toisin. Nuoret osaavat käyttää erilaisia selviytymiskeinoja, vaikka trendikkyys on heille tärkeämpää kuin muille ikäluokille. Pienten ikäluokkien nuoret tulevat kenties olemaan omaisuuden pakon riivaamia keski-ikäisinä, kuten heidän vanhempansakin olivat aikanaan.

Olen koonnut alle joitakin poimintoja teoksesta Peritty laskukaava: 12 tositarinaa (Heikkilä, 2010). Kirja perustuu eri-ikäisille suomalaisille tehtyyn haastatteluun siitä, miten he hoitavat talouttaan. Valitut osiot ovat nuorten aikuisten tarinoista:

Olen saattanut ostaa tavaroita osamaksulla ajattelematta tarkemmin, miten pystyn selviytymään maksuista. Kyllä ne myymälöissäkin aika aktiivisesti kauppaavat nuorille osamaksuja. Kerran menin elektroniikkaliikkeeseen ja olin ajatellut ostaa viritinvahvistimen. Se maksoi kolmesataa euroa. Palkasta ei olisi jäänyt silloin rahaa mihinkään muuhun. Myyjä puhui ja mainosti, että vahvistin on edullinen ja sen voi maksaa osissa. Kyllä myyjä selitti, että se tulee maksamaan noin kahdeksankymmentä euroa enemmän kuin käteisellä. Ei se sillä hetkellä haitannut, koska halusin sen laitteen heti kotiin ja käyttöön. Olen minä ottanut pikavippejäkin. Kestää vain muutaman minuutin, kun rahat ovat tilillä. Sinulla on sata euroa heti käytössäsi. Ja kahden viikon päästä on maksettava satakaksikymmentä euroa takaisin. Jos siihen kierteeseen joutuu, niin sieltä voi olla vaikea päästä pois. (21 -vuotias varastotyöntekijä, mts. 32.)

Minulla oli nuorena paljon kavereita, jotka käyttivät rahaa huolettomasti. Työskennellessään kaupassa he ostivat kaupan tilille niin paljon, että palkkapäivänä he saattoivat jäädä kauppiaille velkaa. He joutuivat pulaan jo kesätyöpaikassaan, koska heillä ei ollut mitään käsitystä siitä, miten rahaa käytetään. Minulla oli myös ystäviä, jotka täysi-ikäiseksi tultuaan pelasivat rahansa uhkapeleissä. En olisi koskaan voinut kuvitellakaan tekeväni sellaista. (kolmekymppinen nainen, mts. 6.)

Nuorille voisi mielestäni opettaa koulussa talousasioita enemmän. Kouluun voisi tulla vaikka joku ulkopuolinen henkilö kertomaan nuorille raha-asioista ja talouden lainalaisuuksista. Eivät nuoret välttämättä luennoimalla asioita oppisi, mutta ainakin he tulisivat tietoisiksi asioista. Nykyinen opetus ei valmenna nuoria riittävästi elämää varten. Minäkin olen saanut itse opetella näitä asioita. (23-vuotias kuntoutustuella elävä nuori mies, mts. 18.)

Nämä tarinat kuvaavat hyvin useiden nuorten aikuisten ajattelutapaa ja huolettomuutta.

Jaana Lähteenmaan ja Teija Strandin Stakesille 2008 tekemässä tutkimuksessa Pelin jälkeen: velkaa vai voittoja, kuvataan erityisesti nettipelaamista ja siihen käytettyä pikavippaamista. Tutkimuksessa on käynyt ilmi, että kaikkia mahdollisia rahapelejä pelataan myös velaksi. Osa pelaajista on vakavissa ongelmissa raha-

asioidensa kanssa pelaamisen takia. Velan ottamiseen ajaudutaan, rahat loppuvat pelihäviön takia ja rahaa tarvitaan lisää, joko pelaamiseen tai normaalien elämänkustannuksien kattamiseen. Joillakin velan otto on jäänyt muutama kertaan, mutta usein jo ensimmäisen luoton tai vipin ottaminen johtaa jatkuvaan ja hallitsemattomaan velkakierteeseen.

Nettipelaamiseen jää helposti koukkuun ja se antaa lupauksen suuremmista tuloista. Monella hämärtyy käsitys kulutetusta rahamäärästä, kun pelaamaan ryhdytään. Monen koukuttuneen nettipelaajan perhe ja läheiset eivät edes tiedä pelaamisen määrästä ja siitä, kuinka paljon pelaajalta kuluu pelaamiseen rahaa. Joskus on jopa käynyt niin, että perheen äiti on täysin yllätynyt ja järkyttynyt, kun totuus tulee esiin ja koko perheen rahatilanne on todella pahassa kriisissä perheen isän jäätyä nettipelaamiseen koukkuun ja kulutettuaan perheensä rahat tuottamattomaan pelaamiseen.

Nykypäivän digitalisoituminen on tuonut rahapelit helposti saatavaksi jokaiselle jolla on internet-liittymä. Rahapeliä tarjonta on laajentunut huomattavasti jakelukanavien sähköistyttyä (Terveystieteiden tutkimuskeskus ja hyvinvoinnin tutkimuskeskus 30.6.2007 [viitattu 14.4.2012]). Netin sähköisessä maailmassa voi raha-arvan raaputtaa kotona tietokoneen hiirellä, bingoa ja pokeria voi pelata virtuaalisesti kotisohvalta. Nykyään netissä pelattavat muutkin pelit sisältävät rahankäyttöä ja ongelmat ovat samanlaiset kuin rahapeliä pelaamisessa. Pelaaminen on ongelmallista eritasoisesti, on vaikeaa vetää rajoja riskipelaamisen, ongelmapelaamisen ja peliriippuvuuden välille. Pelaajan ympärillä kärsii läheiset ja pelaaminen vaikuttaa myös yhteiskuntaan. Pelaamisen seuraukset, rahalliset ja ajalliset tappiot, on suhteutettava jokaisen yksilön tilanteeseen erikseen.

Yhteiskuntatakuun, eli nuorten syrjäytymisen ehkäisyn tavoitteena on, että jokaiselle alle kolmikymppiselle opintonsa päättäneelle varmistetaan eteenpäin pääsyn mahdollisuus joko koulutuspaikkaan, työpaikkaan, harjoittelupaikkaan, työpajaan tai kuntouttavaan työhön (Ilta-Sanomat 26.3.2012). Työministeri Lauri Ihalainen (sd) on huolissaan nuorten syrjäytymisestä. Mikään ei ole niin paha asia kuin nuorten syrjäytyminen koulutuksesta, työstä ja yhteiskunnasta. Suomessa on 110000 alle 30-vuotiasta, joilla ei ole peruskoulun lisäksi muuta koulutusta. Työmi-

nisteri ihmettelee, miten tällaista on päässyt tapahtumaan sivistys- ja kovan osaamisen yhteiskunnassa.

2.3 Nettisukupolvi ja sosiaalinen media

Sosiaalinen media on ihmisiä jakamassa ideoitaan, kommenttejaan ja näkemyksiään erilaisten internetin alustojen kautta (Olin, 2011, 11 - 12). Näitä alustoja ovat blogit ja mikroblogit, keskusteluketjut eli tsättäily, sosiaaliset verkostot, viestitaulut, videoiden ja valokuvien jakamisen alustat sekä virtuaalimaailmat. Sosiaalisia alustoja ovat mm. YouTube, Flickr, LinkedIn, MySpace, Wikipedia ja Facebook. Sosiaalinen media on suurin yhteiskunnallinen murros sitten 1800-luvun alun teollisen vallankumouksen.

Monet nettisukupolven edustajat ovat hiiri kädessä syntyneitä diginatiiveja. He elävät sosiaalisen median tätä päivää joka päivä, heille ”uudet” mediat ovat aina olleet niitä ensimmäisiä medioita. He ovat sitä ikäluokkaa, jolle sosiaalinen media on tapa elää, sen kautta, tai siellä, hoidetaan useimmat päivittäiset tarpeet ja tavoitteet. Nettisukupolvea ei yhdistä ainoastaan biologinen ikä, vaan on kysymys laajemmasta ilmiöstä (Leivo ym. 2009, 27). Kyse on internetin tuomista käytännöistä, joiden hallinta on osittain sukupolvisidonnaista.

Don Tapscott (2010, 88 - 111) on nimennyt kahdeksan normia, jotka ovat nykypäivänä syvällä nuorien kokemusmaailmassa ja etenkin heidän mediasuhteissaan. Ne ovat vapaus, räätälöinti, tutkiminen, eettisyys (rehellisyys), yhteistyö, viihde, nopeus ja innovatiivisuus. Vapaus kokeilla uusia ja erilaisia asioita, vapaus valita mitä ostaa, missä ja milloin työskentelee, milloin tehdä erilaisia asioita. Tyypillinen nettisukupolven shoppailija tietää jo kotoa lähtiessään, mitä tulee ostamaan. Hän on jo katsonut vaihtoehdot netistä valmiiksi ja on varma valinnastaan. Kun nettisukupolvi saa jotain käsiinsä, se räätälöi sen itselleen sopivaksi. He muokkaavat kaiken haluihinsa ja tarpeisiinsa sopiviksi. Esineisiin hankitaan lisälaitteita ja ne halutaan tehdä persoonallisiksi, oman näköisiksi. Nettisukupolven nuoret ovat tutkijoita, heillä on kyky kyseenalaistaa internetin tiedonlähteet ja he kykenevät erottamaan faktan ja fiktion. He hyödyntävät laajasti digitaalitekнологiaa, selvittäessään heitä kiinnostavia kysymyksiä. Nettisukupolvi arvostaa rehellisyyttä, vilpittö-

myyttä ja avoimuutta, heille on tärkeää, että ihmiset välittävät toisistaan ja pitävät kiinni sitoumuksistaan. He eivät halua ostaa epäeettisiä tuotteita tai työskennellä epärehellisessä organisaatiossa. Kiitos internetin välittämän runsaan tiedon, he ovat aikaisempia sukupolvia tietoisempia ympäröivästä maailmasta. Nettisukupolvi on suhteiden sukupolvi, se tekee luonnostaan yhteistyötä verkostossaan internetissä ja sen ulkopuolella, myös työyhteisössä. Nettisukupolvi haluaa, että työnteko on hauskaa, joten he mielellään yhdistävät työntekoon viihteellisyyden, joka on netissä tarjolla työaikanakin. Nettisukupolvi arvostaa nopeutta, he käyttävät sähköpostin sijaan pikaviestimiä. He odottavat saavansa myös yritykselle lähetettyyn viestiinsä vastauksen nopeasti ja he paheksuvat puhelimesta jonottamista. Monet haluaisivat työuransakin olevan samanlaisessa nousutahdissa ja he arvostavat jatkuvaa palautetta esimiehiltään, joka parantaa heidän ammatillista itsetuntoaan. Nettisukupolvi on kasvatettu keksimisen kulttuuriin, heille myös innovatiivisuus on itsestäänselvyys. He haluavat hienoimmat ja uusimmat saatavilla olevat tuotteet, niillä kohotetaan myös myönteistä minäkuvaa ja sosiaalista arvostusta.

Kun mietitään nuorten aikuisten käyttäytymistä yllämainitun tiedon valossa, voidaan kenties paremmin ymmärtää, miksi nuoret aikuiset haluavat mieluummin mm. käyttää pikavippejä, kuin ryhtyä luotonhakuprosessiin pankin kanssa.

2.4 Tämän päivän tilanne

Päivittäkseni käsitystäni tämän päivän nuorten aikuisten velkaantumistilanteesta, olen ollut yhteydessä ammattilaisiin, jotka työskentelevät velkaantuneiden nuorten aikuisten rajapinnassa. Lähetin tiedusteluni valituille henkilöille sähköpostitse. Lisäksi olen lähettänyt tiedustelun velkaantuneille nuorille aikuisille korkeakoulupastorin välityksellä sähköpostitse. Hankkimani materiaali, teoriaosuus ja nämä vastaukset tiedusteluuni ovat hyvin samansuuntaisia ja tukevat toisiaan.

2.4.1 Tiedustelu ammattilaisille

Marras – joulukuussa 2011 olen ollut yhteydessä eri alojen toimijoihin. Nämä toimijat ovat tekemisissä nuorten aikuisten kanssa. Tiedusteluni painottui nuorten aikuisten taloudellisiin haasteisiin, raha-asioiden hallintaan ja avun tavoittamiseen. Lähetin tiedustelun sähköpostitse (tiedustelulomakkeen liite 1.), noin parillekymmenelle, vastauksia sain kymmenen kappaletta. He saivat vastata tiedusteluuni sen mukaan, mikä heidän oma yleiskäsityksensä on senhetkisestä tilanteesta. Vastauksia olen saanut mm. ulosottoviranomaiselta, sosiaalityöntekijältä, diakoniatyöntekijöiltä, korkeakoulupastorilta, perintätoimintaa harjoittavilta, vuokra-asunnon välittäjiltä ja vuokrareskontran hoitajilta. Seuraavassa joitakin poimintoja:

Tiedustelustani vahvimmin nousi esiin vastaukset kysymykseeni mitkä ovat suurimmat kompastuskivet nuorten aikuisten velkaantumisessa. Vastauksista nousi raha-asioiden hallitsemattomuus, pikavippien helppo saatavuus ja se, että lainalla maksetaan lainaa. Ylioptimistisuus sokeuttaa velkaantuneita, eikä enää nähdä asioiden tilaa.

Kysymys mihin lainaa otetaan, mistä velkaantuminen muodostuu? oli sanavalinnoiltaan hieman huonosti koottu, joten osa vastaajista ei osannut tähän vastata. Osa vastaajista nosti esiin nuorten aikuisten elämäntilanteisiin liittyviä opintolainan tai pankkilainan hankkimisen. Osa vastaajista oli vastannut, kuten itse ajattelin kysymyksen tarkoittavan; helppoa lainaa ja vippejä otetaan oman keinotekoisien elintason ylläpitämiseen, asenne 'kaikki mulle heti' on hyvin vallallaan velkaantuneiden nuorten aikuisten piirissä. Lisää velkaa otetaan, kun erilaiset laskut eräännyvät. Pikavipillä kustannetaan matkailua, kalliimpia kulutustavaroita ja lapsiperheissä lasten tarpeita.

Kysymykseni, osaavatko nuoret aikuiset hakea apua taloudellisiin ongelmiinsa, osalta vastaajat pysyivät hyvin samoilla linjoilla. Moni vastaaja oli sitä mieltä, että velkaantuneiden asioiden hoitokyky on hyvin paljon tahdosta ja halusta kiinni. Monella velkaantuneella nuorella aikuisella on "hällä väliä" -asenne päällä, eikä omien asioiden hoitaminen kiinnosta. Ongelmaisilla kysymyksessä on enemmänkin se, että ei jaksa, eikä ole kykyä. Osa apua hakevista on jo kotonaan oppinut, miten turvaututaan sosiaalitoimen ja seurakunnan diakoniatyön apuun.

Kysymyksen, Ovatko nuoret halukkaita hoitamaan asiansa kuntoon, vai jääkö hällä väliä –asenne päälle, vastaukset selvästikin jakautuivat hieman sen mukaan, mihin ammattiryhmään vastaaja kuului. Vastaajien mielestä hällä väliä –asennetta on aivan riittämiin nuorten aikuisten velkaantuneiden piirissä. Moni havahtuu hoitamaan asioitaan vasta, kun seinä on totaalisesti vastassa, eikä esimerkiksi ole mahdollista saada uutta vuokra-asuntoa tai ensimmäistä asuntolainaa.

Kysymyksen Löytävätkö nuoret aikuiset tarvitsemaansa tietoa helposti, osalta moni vastaaja oli sitä mieltä, että netti tarjoaa paljon tietoa sitä hakevalle. Joku vastaajista kuitenkin nosti esiin tässä yhteydessä sen seikan, että kun ongelma on päällä, se lamauttaa, eikä tiedonhakeminen ole niin helppoa ja itsestään selvää, kuin normaalissa tilanteessa.

Yllä pohdittuun kysymykseen liittyen nostan vielä esiin tiedustelussani esiin tulleita seikkoja. Muutama vastaaja nosti esiin ennaltaehkäisevän toiminnan. Yksi vastaaja kaipaa uusia kanavia nuorten kouluikäisten valistamiseen, hänen mielestään opettaja koulussa ei ole oikea henkilö näistä asioista kertomaan, koska monilla oppilailla on opettajaan hieman negatiivinen suhde. Tämän takia tärkeä asia jää nuorilla koululaisilla monesti huomioimatta.

Jos näistä taloudellisista haasteista kerrotaisiin koululaisille ja nuorille aikuisille opiskelijoille muuta kanavaa pitkin, jos esiintyjä olisi joku muu, kuin oma opettaja, olisiko aihe silloin kiinnostavampi ja uskottavampi? Ymmärtäisivätkö nämä Suomen nuoret silloin asian tärkeyden paremmin? Ainakin heille voisi opettaa jo yläasteelta alkaen kanavia, joiden kautta pystyy asioitaan hoitamaan. Ehkäpä näin jo tehdäänkin.

2.4.2 Tiedustelu velkaantuneille nuorille aikuisille

Maaliskuussa 2012 lähestyin nuoria aikuisia, opiskelijoita, korkeakoulupastorin välityksellä sähköpostitse (liite 2). Lähtökohtaisesti tiedustelulla oli tarkoitus hahmottaa heidän tilannettaan heidän omasta näkökulmastaan. Vastaamishalukkuutta on tiedusteltu liki neljältäkymmeneltä korkeakoulupastorin asiakkaalta. Heistä ai-noastaan 2 suostui vastaamaan tiedusteluun, vaikka mahdollisuus olikin vastata

nimettömästi. Mielestäni se, että näin harva velkaantunut opiskelija suostui vastaamaan tiedusteluuni, osoittaa varmasti hieman välinpitämättömyyttä, tai kenties myös lomakkeen puutteellisuutta, mutta se osoittaa myös hyvin aiheen arkaluonteisuuden. Aihe on monelle täysin tabu, eikä siitä suostuta helposti avautumaan. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että avoimuutta on lisättävä, asennoitumista muutettava ja syyllistämistä vähennettävä.

Poimin tähän mielestäni oleellimmat seikat. Tiedusteluun vastasi kaksi Seamk.n opiskelijaa, 26 -vuotias naisopiskelija ja 22 -vuotias kansainvälisen vaihdon miesopiskelija. Molemmat vastanneista kokevat elämänsä taloudellisen hallinnan ainakin joskus haasteelliseksi. Suomalainen nainen ei ole koskaan kokenut hankaluuksia asunnon vuokrausasioissa. Kansainvälisen vaihdon miesopiskelija puolestaan on kokenut asunnon vuokrausasioita hankalaksi Suomessa. Naisopiskelija ei ole koskaan käyttänyt pikavippiä, eikä ole joutunut mitakaan kulutusluottoja ottamaan. Miesopiskelija puolestaan on joskus hankkinut pikavipin ja kokee muut kulutusluotot (luottokortti?) tärkeäksi keinoksi saada käyttörahaa nopeasti. Hän ei koe, että pikavippejä saisi liian helposti.

Molemmilla opiskelijoilla on ollut ongelmia velan maksunsa kanssa ja velan maksua on hoidettu perinnän ja ulosoton kautta ainakin joskus. Naisopiskelija kokee helpoksi yhteydenoton velkojiin päin. Miesopiskelija päinvastoin kokee sen hankalaksi. Naisopiskelija kokee olevansa joskus taloudellisissa vaikeuksissa velan takaisinmaksun takia. Miesopiskelija puolestaan melko usein. Naisopiskelija ei koe saavansa riittävästi tietoa ongelmatilanteisiinsa. Miesopiskelija puolestaan on tyytyväisempi tiedonsaantiin.

Kritisoin hieman valitsemiani vastausvaihtoehtoja, ne ovat olleet hieman hankalia vastaamisen kannalta. Koska vastaajien lukumäärä on hyvin vähäinen, näistä vastauksista ei voida vetää mitään johtopäätöksiä, ainoastaan todeta, että ongelmia syntyy. Viimeistä kysymystä tiedonsaantiin liittyen ja sen vastausta molempien osalta mietin, ymmärtäisin niin, että kansainvälisen vaihdon opiskelijat saavat automaattisesti paremmin tietoa tiedusteluun liittyvistä asioista, kun taas suomalaiset opiskelijat joutuvat itse hakemaan tietoa eri lähteistä.

2.5 Nuorten aikuisten taloudelliset haasteet

Nuorten aikuisten elämään liittyy läheisesti vuokra-asunnon vuokraaminen ja siihen liittyvät kysymykset, vuokravelan ja muun velan perintä ja häätöihin liittyvät asiat. Maksamattomat vuokrat muuttuvat hoitamattomaksi velaksi, joka koettelee nuoren aikuisen elämän hallintaa. Viime vuosina pikavipit ja kulutusluotot ovat olleet paljon julkisuudessa esillä, ne ovat nousseet esille velkaantumisen kasvavina aiheuttajina. Tämän päivän nuoren aikuisen kohtaama arki on kovasti kulutuksen ja tavaroiden taikamaailman läpäisemä. Aikaisemmin tehtiin työtä ja säästettiin, jos haluttiin jotakin hankkia, nykyään painetaan nappia ja lainarahaa on nopeasti käytettävissä. Kun pikalainaa otetaan, ei mietitä sen hintaa, eikä sitä, millä muista menoista selvittää. Lapsena muodostuneita rahankäyttötottumuksia on vaikea aikuisena muuttaa. Kulutustottumusten pohja luodaan jo kotona, päiväkodissa ja kouluissa.

Aution ja Pajun (2005, 86) mukaan 16 - 32 -vuotiaat kuluttajat muodostavat heterogeenisen ryhmän, jossa yksi ääripää elää köyhyysrajan alapuolella ja toinen pohtii rahojensa tuottoisaa sijoittamista. Nuoruus elämänvaiheena on kaiken kaikkiaan kulutuksen kannalta epävarmaa aikaa. Nuoren kuluttajan elämään kuuluu opiskelu-, työllisyys-, työttömyys- ja kotijaksoja, pienen ajan sisällä. Työttömyysaste on korkea, mutta työttömyysjaksot ovat yleensä lyhyitä. Nuorten ansiotulot ovat suuremmat kuin yleensä luullaan. Nuorten kuluttajien elämänvaiheisiin kuuluu muutoksia, jotka aiheuttavat epävarmuutta. Kotoa muuttaminen, opiskelusta työelämään siirtyminen ja perheen perustaminen ovat ikäkauteen kuuluvia muutoksia. Työttömyys on merkittävä nuorten epävarmuutta lisäävä asia, se vaikuttaa suoraan kulutukseen ja talouden suunnitteluun. Välttämättömyyskulutuksen ja vapaaajan kulutuksen rajat ovat nykyään hyvin epäselviä, nuoret ja nuoret perheet eivät ole siinä suhteessa erilaisia muihin kuluttajaryhmiin verrattuna.

Kuluttajavirasto on tiedustellut talous- ja velkaneuvojilta viimeksi vuonna 2010 seikoista, jotka vaikuttavat nuorten velkaantumiseen (Kysely talous- ja velkaneuvojille 28.6.2010). Kyselyn tuloksena voidaan todeta, että alle 30-vuotiaiden velkaantumisen taustalla on enenevässä määrin taloudenhallinnan osaamattomuus, holtiton elämäntyyli tai motivaation puute. Erilaiset addiktiot (peliriippuvuus, alkoholismi,

kulutushysteria) vaikuttavat suoraan siihen, mihin suuntaan elämä lähtee kulkemaan. Yllättävät elämäntilanteen muutokset (työttömyys, sairastuminen, avo- tai avioero) vaikuttavat myös usein velkaantumisen taustalla. Pikavippien helppo saatavuus, ponnekas markkinointi ja maksukyvyyn tarkastamatta jättäminen aiheuttavat velkaantumista lisää.

Takuu-Säätiö ylläpitää Velkalinjaa, joka on neuvontapuhelin velallisille. Koko alkuvuoden Velkalinjaan on tullut paljon yhteydenottoja (Takuu-Säätiö 13.4.2012[viitattu 22.4.2012]). Tammi-maaliskuussa puheluita on tullut liki 9 000 kappaletta, se on peräti yli puolet koko viime vuoden puheluista. Neuvontaa on saanut 1700 soittajaa. Kun omat keinot loppuvat, velallinen soittaa Velkalinjaan. Puhelut ovat olleet aikaisempia vuosia rankempia ja velkatilanteisiin on ollut vaikeampaa antaa nopeita ja selkeitä ratkaisuja ja soittajat ovatkin olleet aikaisempaa enemmän hädissään. Velkaantumisen syynä on aikaisemmin ollut enemmän kulutuksen hallitsemattomuus, nyt velkaantumisen syynä ovat työllistymisvaikeudet, sairastuminen tai ero.

2.5.1 Vuokra-asunnon vuokraaminen

Monet muuttavat lapsuudenkodistaan omaan kotiin täysi-ikäisyyden kynnyksellä. Se on tärkeä askel kohti itsenäistä elämää. Monet muuttavat työn tai opiskelujen vuoksi kotipaikkakunnalta toiselle paikkakunnalle. Lapsuudenkodista muutetaan pois nuorena, koska halutaan itsenäistyä ja tulla toimeen omillaan. Useimmiten muutetaan asumaan vuokra-asuntoon, jonka omistaa jokin vuokranantajataho. Vuokra-asunnon hankkiminen ja siihen liittyvät seikat ovat useille täysin uusia ja vieraita asioita.

Tiina Kuparin (toim. 2011) tutkimuksen, Oma kotia etsimässä, mukaan lapsuudenkodista muutetaan useimmiten 18 - 20 -vuotiaina (Kupari [viitattu 18.4.2012]). Vaikka kotoa muutetaan suhteellisen nuorina, yleisesti nuoret aikuiset ovat sitä mieltä, että pitkä vanhempien luona asuminen on etuoikeus. Halu itsenäistyä oli suurimmalla osalla syynä kotoa pois muuttamiseen. Monet muuttavat toiselle paikkakunnalle työn tai opiskelun vuoksi ja osa vastaajista on muuttanut yhteen seurustelukumppanin tai puolison kanssa. Useat muuttavat ensin vuokra-asuntoon,

jonka jälkeen muutetaan omistusasuntoon, joka on yleensä suurempi ja huomioidaan jo mahdollista perheenisäystä, jos asutaan vähintään avoliitossa. Useilla on ensin suunnitelmissa kerrostaloasumista keskustan läheisyydessä, jonka jälkeen hakeudutaan esikaupunkialueelle tai maaseudulle, tai vaihtoehtoisesti voidaan vaihtaa kaupungissa suurempaan asuntoon. Tämä on asumisuran normi, jota useimmat nuoret toteuttavat edelleenkin, vaikka vuosikymmenet ovat vaihtuneet. Vakiintumattomuus kuvaa nuorten elämää kolmikymppiseksi ja ylikin, lapsettomien pariskuntien ja yksin asumien määrä on selvästi lisääntynyt 1990-luvulta. Entistä nuoremmilla on mahdollisuus omistusasunnon hankkimiseen ja asumisen tavat ovat moninaistuneet. Koko väestöön verrattuna nuorten tilanne asuntomarkkinoilla on heikentynyt. Yksityisten vuokra-asuntojen vuokrat ovat nousseet, se näkyy erityisesti uusissa vuokrasuhteissa. Asumisen tasosta joudutaan usein tinkimään, koska nuorten tulot ovat pienemmät. Tutkimuksen mukaan tilanteesta kuitenkin selvittää hyvin, asumishuolet eivät nuoria vaivaa.

Muuttaessaan omaan vuokra-asuntoon, vuokralainen tekee vuokranantajan kanssa kirjallisen vuokrasopimuksen, jonka tekemisessä noudatellaan lakia asuinhuoneiston vuokrauksesta (L 31.3.1995/481, Ahvi). Sopimuksen tekemisessä voi hyödyntää valmista lomaketta, joka helpottaa sopimuksen tekemistä. Vuokrasopimuksessa useimmat seikat ovat lakiin perustuvia ja lakia on noudatettava. Monista seikoista on mahdollista sopia myös toisin ja asumisen aikana on huomioitavamm. talokohtaiset järjestyssäännöt.

Opiskelijat ja nuoret aikuiset asuvat usein jossakin elämänsä vaiheessa ns. kimpakämpässä, jonka vuokrasopimuksen vaihtoehtoista seuraavaksi kerrotaan. Jos vuokrasopimusta ovat tekemässä ystävät, jotka eivät ole samaa perhettä, sopimusvaihtoehtoja on kolme (Linnainmaa & Palo 2007, 198). Sopimus laitetaan yhden vuokralaisen nimiin ja vuokrasopimuksella annetaan lupa alivuokraukseen ja muut tulevat vuokralaiselle alivuokralaisiksi. Näin vain yksi vastaa vuokranantajaan nähden vuokran maksusta ja muista velvoitteista. Kun kaikki asumaan tulevat merkitään vuokralaisiksi samaan vuokrasopimukseen, jokainen vastaa koko vuokran maksamisesta vuokrasopimuksen keston ajan. Sopimus voidaan tehdä myös niin, että jokainen tekee erillisen vuokrasopimuksen vuokranantajan kanssa omasta osastaan ja vastaa vain omasta vuokranmaksun osastaan.

Vuokrasopimus päättyy useimmiten irtisanomiseen, sekä vuokralaisella ja vuokranantajalla on molemmilla laissa määrätyt irtisanomisajat, jotka ovat sitovia ja joita sopimuskumppanit eivät voi sopia pidentävänsä. Vuokrasopimus voi päättyä heti, jos sopimuksen purkautumiselle on erityisen painavat syyt. Vuokranantajalla on oikeus purkaa vuokrasopimus, mm. kun vuokralainen laiminlyö vuokran maksamisen tai vuokralainen viettää tai sallii vietettävän häiritsevää elämää huoneistossa. Vuokralainen puolestaan voi päättää vuokrasopimuksensa päättymään heti, jos asumisesta aiheutuu vaaraa asukkaiden terveydelle.

Vuokralla asumiseen liittyy tiettyjä vastuita, joita vuokralaisen ja hänen kanssaan asuvien on noudatettava. Tärkeimpiä niistä ovat vuokran maksaminen ajallaan ja huoneistosta huolehtiminen. Myös siitä on huolehdittava, että vuokralainen ei asumisellaan aiheuta toisille häiriötä ja haittaa, tai hänen perheensä, vieraansa tai lemmikkieläimensä ei sitä aiheuta.

2.5.2 Velan perintä

Normaaliin elämään liittyy useita muitakin menoja kuin vuokran maksaminen. Velka muodostuu ongelmaksi vasta silloin, kun se jää maksamatta. Tällöin tärkeää on olla velkojaan yhteydessä heti, kun maksuvaikeuksia ilmenee, eikä antaa tilanteen pitkittyä tarpeettomasti.

Velkaa maksetaan ensin vapaaehtoisen perinnän kautta, eli velkoja joko itse lähettää maksumuistutuksia ja sopii velkojen lyhentämisestä, tai antaa saatavansa perintätoimiston tehtäväksi. Ulosoton kautta voidaan periä joitakin saatavia, jotka ovat suoraan ulosottokelpoisia, esim. kunnan ja valtion saatavat, mutta useimmille saataville on haettava ensin käräjäoikeuden tuomio. Vapaaehtoinen perintä jää yleensä velkojan ja velallisen väliseksi, velkoja saa saatavansa ja velallinen välttää maksuhäiriömerkinnän. Vapaaehtoisen perinnän keinot käytetään ensin ja vasta, jos se ei tuota tulosta, siirrytään oikeudelliseen perintään (Lindström 2011, 264, 273).

Kun vuokranantaja purkaa vuokrasopimuksen, syynä ovat useimmiten maksamattomat vuokrat tai häiritsevä elämä huoneistossa. Vuokrasopimus puretaan käräjä-

oikeuden tuomiolla. Ulosotto käsittelee käräjäoikeuden antamaa vuokrasopimuksen purkamista koskevaa tuomiota, määrää vuokralaiselle poismuuttopäivän ja sen jälkeen häätöpäivän, jos se on tarpeellista.

Velan perintään ja häätöihin liittyviä säännöksiä on laissa saatavien perinnästä (L 22.4.1999/513), ulosottokaassa (L 15.6.2007/705) ja asuinhuoneiston vuokralaissa (L 31.3.1995/481, Ahvl). Kuluttaja-asiamies on antanut ohjeet hyvästä perintätavasta kuluttajaperinnässä. Erääntyneen saatavan perintää säännellään saatavien perinnästä annetulla lailla, eli perintälalla (Kuluttajaviraston nettisivut, Rahaasiat [viitattu 10.3.2012]). Perintälaki on yleislaki, joka koskee kaikkea saatavien vapaaehtoista perintää velalliselta. Kuluttaja-asiamies valvoo kuluttajasaatavien perintää. Kuluttajien ja yritysten välisten sopimusten vakioehtojen pitää olla kohtuulliset. Perintälain mukaan kuluttajasaatavan vapaaehtoiseen perintään ryhdytään yleensä ensimmäisen huomautuskirjeen jälkeen. Kuluttajasaatavan vapaaehtoinen perintä tarkoittaa perintää, ennen oikeudellista perintää ja ulosottoviranomaisen toimenpiteitä.

2.5.3 Pikavipit ja kulutusluotot

Nuoret aikuiset ottavat paljon pikavippejä ja kulutusluottoja erilaisiin elämänsä tarpeisiin. Pikavippien ja kulutusluottojen osuus nuorten aikuisten luottohäiriömerkinnöissä on kasvanut huomattavasti viimeisen viiden vuoden aikana. Ne ovat varmasti yksi suurimmista epävarmuuden aiheuttajista nuorten aikuisten elämässä, heidän osalta, jotka ovat joutuneet vaikeuksiin asti niitä otettuaan.

Pikavipit (pienlainat) ovat peräisin Yhdysvalloista, jossa niitä markkinoidaan nimellä ”payday loans” (Lainatieto, Pikavipit [viitattu 22.3.2012]). Palkansaaja voi hakea pientä lainaa tulevalle päivämäärälle kirjoitettua shekkiä vastaan. Ensimmäiset suomalaiset vippipalvelut aloittivat toimintansa vuonna 2005. Kesäkuussa 2011 Kuluttajaviraston kartoituksessa markkinoilta löytyi jo 81 pikavippiyritystä, syyskuussa 2007 niitä oli 50, eli kasvu on huima. Pikavippi eli pienlaina on lyhytaikainen, vakuudeton kulutusluotto, jonka suuruus on tyypillisesti 50–1000 €. Pikavipin hakeminen tapahtuu tekstiviestillä tai luotonantajan verkkosivuston välityksellä. Pikalainojen kokonaishinnat ja maksuaikavaihtoehdot vaihtelevat suuresti palve-

luntarjoajien välillä. Pikavippejä myönnetään lähes kenelle tahansa luottokelpoiselle täysi-ikäiselle.

Kulutusluotto on luotto, joka on otettu kuluttamiseen (Lainatieto, Kulutusluotot [viitattu 22.3.2012]). Kulutusluottotermin alle lasketaan kaikki vakuudettomat, vakuudelliset luotot ja osamaksuluotot, jotka on otettu kulutustarkoitukseen. Kulutusluotolla tarkoitetaan kerralla otettavaa rahalainaa, jolla on suhteellisen lyhyt takaisinmaksuaika ja joka on tarkoitettu kulutushyödykkeiden tai palveluiden hankintojen rahoittamiseen. Sitä voidaan hakea esimerkiksi auton, kodinkoneiden, lomamatkan, remontin tai vastaavan kertaluontoisen ostoksen maksuun.

Pikavippejä tarjoavat pienlainayritykset (Lainatieto, Pikavipit [viitattu 22.3.2012]). Kulutusluottoja tarjoavat pankit, sekä muut rahoitusyhtiöt ja liikeyritykset. Luottojen ehdoissa, maksujärjestelyissä, koroissa ja muissa kuluissa on huomattavia eroja. Internetin kautta voi hakea helposti monia pikavippejä ja kulutusluottoja ja luottopäätöksenkin saa yleensä nopeasti. Luotonantoyritykset joutuvat markkinoinnissaan ilmoittamaan todellisen vuosikoron. Näin kuluttajalla on aikaisempaa paremmat mahdollisuudet vertailla eri luottomuotoja ja niiden kustannuksia.

	Luoton määrä €	Laina-aika vrk	Vuosikorko %
Kulutusluotto	200	60	807,8
	300	90	582,6
Pikavippi	20	14	1434
	20	30	791
	50	14	834
	50	30	511

Taulukko 1. Esimerkkejä pikavippien ja kulutusluottojen vuosikoroista (Lähde: TiedätSä [viitattu 23.4.2012]).

Pienlainojen perintäkulut kasvavat nopeasti huomattavasti suuremmiksi kuin otettu pikavippi. Suomen Kuvalehden internet-sivustolla 16.3.2012 olleessa artikkelissa kerrotaan esimerkkitapauksena sadan euron määräisen pikavipin kulut, jos se jää maksamatta (verkkolehtiartikkeli [viitattu 22.4.2012]). Kun tähän sadan euron saatavaan lisätään kahden viikon korko (19 euroa), eräpäivän siirto (23 euroa), kaksi maksumuistutusta (10 euroa), perintätoimiston maksuvaatimus (21 euroa), käräjä-

oikeuden oikeudenkäyntikulut (214 euroa) ja ulosottomaksu (10 euroa), sadan euron saatavalle on kertynyt hintaa 397 euroa.

Tilastokeskuksen viimeisimmän tutkimus pienlainayritysten tunnusluvuista vuosilta 2010 – 2011 löytyy alempaa (Tilastokeskus [viitattu: 13.4.2012]). Verrattaessa vuoden 2010 viimeisintä neljännestä vuoden 2011 neljään eri neljännekseen voidaan todeta, että pikavippejä on myönnetty tasaiseen tahtiin koko ajan enemmän. Uusiin vippeihin kohdistuneet kulut ovat hieman rauhoittuneet 2011 kolmannesta neljänneksestä alkaen. Uusien vippien kulut ovat prosentuaalisesti laskeneet. Takaisinmaksuajassa ei ole suurta muutosta. Luottokanta on jatkanut nousemistaan tasaiseen tahtiin ja myös kappalemääräisesti luotot ovat lisääntyneet huomattavasti. Keskimääräinen lainamäärä on noussut jonkun verran. Tilastoituja yrityksiä on vuodesta 2010 vuoteen 2011 lisääntynyt huomattavasti, halukkuutta alalle on siis edelleenkin, vaikka pikavippiyritysten ympärillä negatiivinen keskustelu käy vilkkaana.

	2010/4	2011/1	2011/2	2011/3	2011/4
Uudet myönnetyt luotot, 1000 euroa	64 815	69 820	79 464	82 541	90 363
Uusiin luottoihin kohdistuneet kulut, 1000 euroa	16 962	17 702	20 189	20 435	20 753
Kulut / uudet luotot, %	26,2	25,4	25,4	24,8	23,0
Uusien luottojen keskimääräinen takaisinmaksuaika, päivää	31,6	33,5	33,6	32,0	32,6
Luottokanta, 1000 euroa	56 167	66 236	69 822	90 121	98 447
Uusien luottojen kappalemäärä	302 451	321 344	357 003	359 863	372 094
Keskimääräinen lainamäärä, euroa	214	217	223	229	243
Tilastoitujen yritysten lukumäärä	63	71	81	81	80

Taulukko 2. Pienlainayritysten tunnuslukuja vuosina 2010-2011. (Lähde: luottokanta, 4. neljännes 2011. Tilastokeskus [viitattu 13.4.2012]).

Pienlainojen (pikavippien) kieltämisestä on puhuttu viimeaikoina hyvin paljon. Jopa eduskuntatasolla keskustelua käydään hyvin vilkkaasti ja myös pikavippien totaalista kieltoa tai kiristämistä mietitään. Pikavippien perintä täyttääkin käräjäoikeuksia ympäri Suomen, ulosotto ja perintätoimistot ovat hyvin työllistettyjä. Kun pikavippivelkaa peritään, perintä- ja oikeudenkäyntikulut muodostavat huomattavan lisän todellisen saatavan päälle. Verkkolehti Uusi Suomi uutisoi 6.3.2012 net-

tisivuillaan artikkelissa *Eduskunta tyrmäsi pikavipit*, Kokoomuksen kansanedustajien lakialoitteista liittyen pikavippien kieltämiseen tai rajoittamiseen (UusiSuomi [viitattu 13.4.2012]). Aloitteet ovat saaneet laajaa kannatusta eduskunnan lähete-keskustelussa. Keskustelu osoittaa, että eduskunnassa koetaan tarpeelliseksi puuttua tähän asiaan. Myös Oikeusministeri Anna-Maja Henriksson (r.) kannattaa sääntelyn kiristämistä, lakiehdotus on odotettavissa viimeistään syksyllä.

Yhden pikavipin ottaminen ei vielä lannista ottajaansa, jos velan hoitaa ajallaan pois. Ongelmaksi tilanne muodostuu, kun ensimmäisen pikavipin jälkeen täytyy ottaa toinen pikavippi edellisestä selvitäkseen, tai jos maksamattoman pikavipin takia velkoja ryhtyy perintätoimiin. Useilla on päällekkäisesti hankittuja pika- ja kulutusluottoja, joten hetken kuluttua tästä velkaongelmasta ei näy ulospääsyä. Usein puhutaan satojen, tai jopa tuhansien eurojen velkataakasta, jotka ovat kääntyneet ainoastaan pika- ja kulutusluottoja ottamalla. Vaikka pikavippejä käytetäänkin paljon juhlimiseen ym, on se jollekin myös ainoa apu silloin, kun rahat ovat tilapäisesti loppuneet. Pikavippejä ei siis ole otettu pelkästään kevytmieliseen kulutukseen, pikavippikierteeseen ovat päätyneet niin nuoret, keski-ikäiset, kuin sitä vanhemmatkin. Sosiaaliturvan aukkoja paikataan vipeillä ja niillä maksetaan ruokaa ja muita elämisen perusmenoja. Pikavippi voi olla ottajalleen siunaus, jos ahdinkoon joutunut on pikavipin ottanut ja selvinnyt sen maksamisesta ajautumatta ahdinkoon. Pikavippien positiivisiakin puolia siis on, niistä vain vähemmän puhutaan, koska negatiiviset tapahtumat vievät niiltä sijaa.

Turvautumalla kulutusluottoon tai pikavippiin voi välttää häpeän, jonka tuntee, kun joutuu lainaamaan rahaa tutuilta tai sukulaisilta (Kaartinen & Lähteenmaa 2006, 9). Joskus on halvempaa maksaa vipin korkoja, kuin perintäkuluista muodostuvia kustannuksia, myös kulutuksen tasaus ajallisesti voitaisiin nähdä positiivisena puolena pohdittaessa pikavippejä ja kulutusluottoja. Yksilöiden ylivelkaantumisen vaara on yksi kulutusluottojen ja pikavippien huonoista puolista. Yhteiskunta joutuu maksajaksi usein mm. epäsuorasti, haluttomuus tai kyvyttömyys työelämään ja toteutumattomat verosaatavat lisääntyvät.

Ymmärrän pikavipin ottajia, oikein käytettynä pikavippi voi olla ratkaisu, kun ymmärretään sen todelliset kulut ja varmistutaan siitä, että velan pystyy maksamaan ajallaan takaisin. Toisaalta, pankithan tarjoavat halvempaa kulutusluottoa, miksi

sitä ei sitten käytetä pikavippien sijaan. Mahdollisesti luoton saannin helppous ja nopeus puoltavat pikavipin ottamiseen, ei tarvitse tehdä erityistä selvitystä siitä, mihin rahaa tarvitsee.

2.5.4 Luottotietojen merkitys

Luottotiedot vaikuttavat yllättävän moniin elämisen seikkoihin, kuten vuokra-asunnon saantiin, osamaksulla ostamiseen, puhelin- tai nettiliittymän saantiin, vapaaehtoisen vakuutuksien, mm. koti-, auto ja henkilövakuutuksen saantiin. Lainaa ja luottoa on vaikeampi saada, jos luottotiedot eivät ole kunnossa. Luottotiedot vaikuttavat jopa joihinkin työpaikkamahdollisuuksiin.

Luottotiedot voi menettää, jos lasku jää kokonaan maksamatta. Kun velkoja vie saatavansa eteenpäin käräjäoikeuteen haastehakemuksella, käräjäoikeuden tuomiosta tulee merkintä luottotietoihin. Jotkut saatavat ovat suoraan ulosottokelpoisia ja sen kautta luottotietomerkintä jossakin vaiheessa todentuu, jos saatava jää hoitamatta.

Ulosottoerinnässä pitkään olleita henkilöitä (kahden vuoden aikana vähintään 18 kuukautta) on ryhdytty huhtikuusta alkaen rekisteröimään Suomen Asiakastieto Oy:n rekisteriin (Asiakastieto Oy, [viitattu 13.4.2012]). Tähän saakka luottotietorekisteriin on merkitty ainoastaan henkilöt, joilta ei ole onnistuttu perimään saatavia ulosoton kautta. Aikaisemmin on säästynyt luottomerkinnältä, jos on hoitanut velkaansa ulosoton kautta sovitusti. Jopa 40 000 henkilölle on tulossa uusia merkintöjä, suurimmalla osalla uusien merkintöjen saajista on jo aikaisempia maksuhäiriömerkintöjä. Tämä muutos auttaa mm. luotonantajia saamaan käyttöönsä kattavampia tietoja lainanhakijoista ja näin päästään vastuullisempiin luottopäätöksiin. Mahdollisesti tällä muutoksella pystytään pitkällä aikajanelalla vaikuttamaan positiivisesti ihmisten tapaan hoitaa maksuvelvoitteitaan.

Maksuvaikeuksia voitaisiin estää tehokkaammin, toteaa Asiakastieto Oy:n Liiketoimintajohtaja Heikki Koivula viimeisimmässä tiedotteessa 13.4.2012 (Asiakastieto Oy [viitattu 13.4.2012]). Luotonantajilla ei ole tällä hetkellä mitään kohtuullisia mahdollisuuksia luotonhakijan esittämien tietojen tarkistamiseksi. *Positiivisen luot-*

totietojärjestelmän puolesta on puhuttu jo pitkään. Jos luotonantajilla olisi käytössä mainitun tyyppinen tiedonsaantimahdollisuus luotonhakijoistaan, kasvavien maksuhäiriömäärien ja ylivelkaantumisen estämisen tiellä oltaisiin paljon tehokkaammin. Lisäksi kaivattaisiin verottajan hallussa olevia lain mukaan julkisia tulotietoja luotonantajien käyttöön yhteisellä järjestelmällä. Koivula peräänkuuluttaa myös ennaltaehkäisevää talousneuvontaa ja täsmätoimia oikeassa kentässä, nuorten aikuisten rajapinnassa.

Asiakastieto Oy:n lehdistötiedotteen (25.5.2010) mukaan alle 30-vuotiaiden nuorten aikuisten maksuhäiriömerkinnät ovat lisääntyneet muita ikäryhmiä nopeammin (Asiakastieto Oy [viitattu 10.4.2012]). Uusia maksuhäiriömerkintöjä rekisteröitiin 65 000 kappaletta alle 30-vuotiaille tammi-maaliskuussa 2010. Määrä on lähes kaksinkertainen verrattuna vuoden 2008 tilanteeseen. Vuonna 2009 vastaava määrä oli 57 000 kappaletta. Näistä merkinnöistä lähes puolet on käräjäoikeuksien velkomustuomioita, joiden syynä ovat useimmiten maksamattomat pikaluotot ja puhelinlaskut, myös vuokratilaukset ovat nuorilla aikuisilla keskimääräistä yleisempiä. Nuorten maksuhäiriömerkinnöille leimallista on, että näiden velkomustuomioiden velkasummat ovat usein vain muutamien satasien suuruisia.

Asiakastieto Oy:n tuoreimmassa lehdistötiedotteessaan 13.4.2012 (Asiakastieto Oy [viitattu 13.4.2012]) viitataan maksuhäiriömerkintöjen lisääntymiseen huolestuttavalla vauhdilla. Se on rekisteröinyt alkuvuonna uusia maksuhäiriömerkintöjä 26 prosenttia enemmän kuin vuotta aikaisemmin. Tammi-maaliskuussa uusia maksuhäiriömerkintöjä sai 137 900 suomalaista. Kun rahat loppuvat, rekisteriin päätyvillä on tavallisesti useita yhtä aikaa erääntyviä velkoja. Tällä hetkellä 331 700 suomalaisella on maksuhäiriömerkintöjä, se on jo 4000 henkilöä enemmän, kuin vuoden alussa. Nuorten aikuisten maksuhäiriötilanne on pysynyt kasvussa samansuuntaisesti, verrattuna aikaisempiin vuosiin. Alle 30-vuotiailla on 9,9 prosentilla maksuhäiriömerkintä, kun se oli jo vuonna 1997 9,1 prosenttia, tuolloin luottoja oli nuorille vähemmän tarjolla. Alle 30 -vuotiaiden ja vanhemman väestön välillä on maksuhäiriöissä selvä ero. Nuorilla on keskimääräisesti enemmän merkintöjä, vakavimmat, suurimmat, merkinnät painottuvat kuitenkin vanhempaan ikäpolveen.

3 NUORET AIKUISET JA VIESTINTÄ

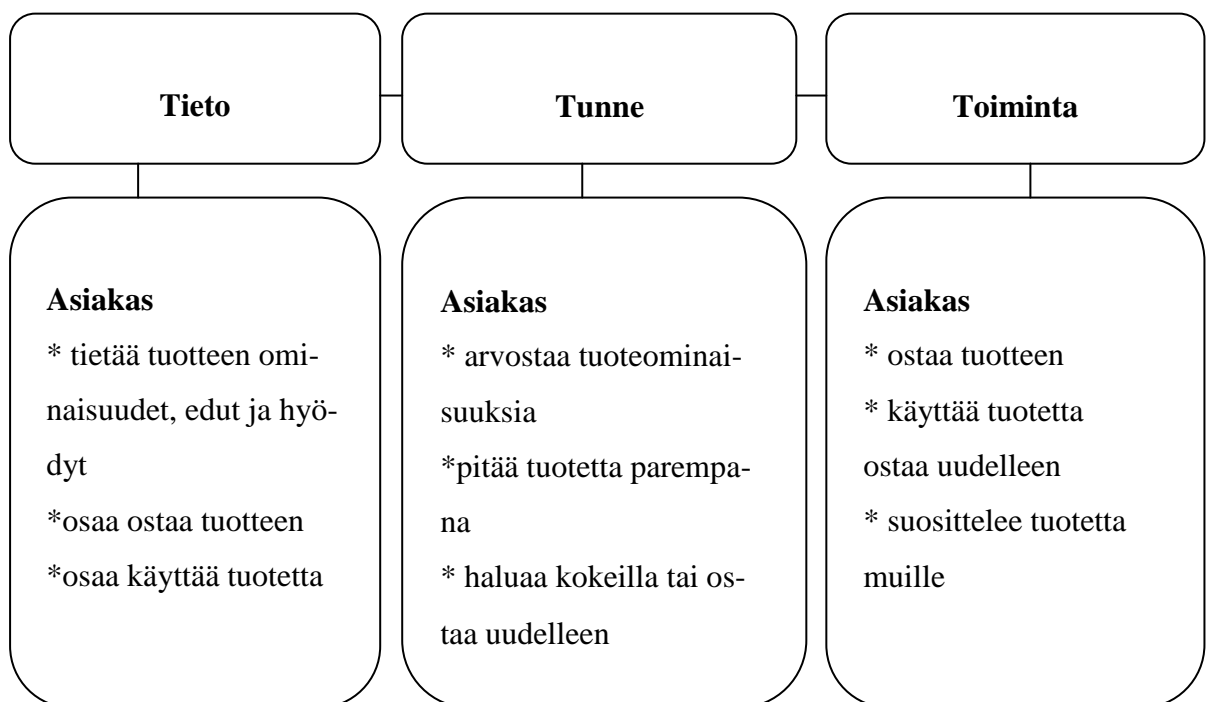
Tässä kappaleessa (3 – 3.3) mietitään nuorten aikuisten kuluttajakäyttäytymiseen liittyvää viestintää ja sen vaikutuksia nimenomaan kuluttajakäyttäytymisen ja tämän opinnäytetyön näkökulmasta. Ensimmäisenä pohditaan sitä, minkälainen viestintä tehoaa nuoriin aikuisiin. Toisena tarkastelun alle otetaan nuoriin aikuisiin kohdistuvasta markkinoinnista erityisesti pikavippiyhtiöiden mainonta.

Nettisukupolven tulo vavisuttaa monia markkinoinnin perusajatuksia. Markkinoinnin neljä P:tä, tuote, hinta, saatavuus ja markkinointiviestintä ovat olleet pitkään markkinoinnista puhuttaessa kulmakiviä. Nettisukupolvi muuttaa myös tätä kuviota kuluttajakäyttäytymisellään. He ovat tottuneet kaksisuuntaiseen viestintään pienestä pitäen, joten he hyväksyvät huonosti yksisuuntaista lähestymistapaa (Tapscott 2010, 204 - 206). He ovat kasvaneet markkinoinnin ja mainosten maailmassa ja erottavat myyntipuheet helposti, he kykenevät suodattamaan ja jättämään huomioimatta pyytämättä tullutta mainontaa edellisiä sukupolvia tehokkaammin. Kun nettisukupolvi shoppailee, sitä ohjaa uudet lainalaisuudet. He tutustuvat tuotteen (ominaisuudet ja hinta) jo kotonaan, netissä. He odottavat nopeaa palvelua ja hyvää valinnan varaa. Heidän mielestään tuotteen pitää olla hauska. He eivät ole kiinnostuneita standardituotteista, eivätkä he ole passiivikuluttajia. Jotkut heistä ovat myös halukkaita osallistumaan brändin luomiseen, he voivat joissakin tapauksissa olla jopa ”tuottaja-kuluttajia”. He luottavat mieluummin sosiaalisen median välityksellä ystäviltään (vaikutusverkostoiltaan) saamiinsa suosituksiin, kuin mainoksiin tai yritysjohtajiin. Sosiaalinen rakenne vaikutusverkostoilla on omansa lainen, ihmisen parhaat ystävät, sitten laajempi kaveripiiri ja lopuksi koko maailma. Jokaisella tasolla on erilaiset sitoutumisen säännöt, mikä tekee tilanteen markkinoijien kannalta erittäin haasteelliseksi. Markkinoinnin uudet säännöt ovat muodostumassa: kaikkialla, brändi, viestintä, löytäminen ja kokeminen. Nettisukupolvi haluaa ostaa tuotteensa mistä ja milloin he haluavat, kaikkialta.

3.1 Minkälainen viestintä tehoaa nuoriin aikuisiin?

Markkinointiviestintä ja muu viestintä osaltaan vaikuttavat siihen kuvaan, millaisilta meidän pitäisi näyttää, mitä tuotteita meidän kuuluisi käyttää ja miten meidän pitäisi elää (Vuokko 2003, 98). Markkinointiviestintä sisältää kaikki ne viestinnän elementit, joiden tarkoituksena on saada yrityksen ja sen eri sidosryhmien (asiakkaat, henkilöstö ja yhteistyökumppanit) välillä vuorovaikutusta, joka vaikuttaa hyödyllisesti yrityksen markkinoinnin tuloksellisuuteen (Vuokko 2003, 16, 26). Markkinointiviestinnän tarkoitus on viestinnällisillä keinoilla löytää ja vakuuttaa kohderyhmät tarjonnan houkuttelevuudesta ja siitä arvosta, jonka asiakas voi saada.

Markkinointiviestinnän välityksellä herätetään kuluttajan huomio, tiedotetaan yrityksestä ja sen tuotteista, herätetään ostohalua ja luodaan positiivista mielikuvaa. Markkinointiviestinnän tavoitteena on rakentaa tunnettuutta, luottamusta ja kiinnostusta, vaikuttaen tietoon, tunteisiin ja toimintaan. Tavoitteena on vahvistaa asiakkaan ostopäätöstä ja luoda pitkäaikainen asiakassuhde.



Kuvio 3. Markkinointiviestinnän vaikutustasot. (Lähde: Bergström & Leppänen 2009, 330).

Mainonnan tehtävä on kertoa asiakkaille, mitä tuotteita ja palveluja yritys tarjoaa, mistä ja miten niitä voi hankkia ja mitä ne maksavat. Yritysten markkinointiviestintä perustuu markkinointistrategiaan, jossa kerrotaan tarkasti, millä periaatteilla yritys varmistaa menestymisensä kilpailussa ja mihin se tulevaisuudessa panostaa (Kuluttajavirasto, Tietoa mainonnasta [viitattu 25.3.2012]). Yritys on tuotteistanut markkinoitavat tuotteensa ja palvelunsa, eli on tarkasti pohdittu, mitä tarjotaan ostettavaksi tai kulutettavaksi, tarkoitus on tyydyttää asiakkaiden tarpeita ja mielihaluja. Näiden perusteella tuotetaan markkinointisuunnitelma ja strategia, jonka perusteella markkinointiviestintä suunnitellaan.



Kuvio 5. Markkinointiviestinnän tavat ja mediaympäristö (Lähde: Kuluttajavirasto. Tietoa mainonnasta. [viitattu 25.3.2012]).

Nuoret aikuiset ovat alttiita käyttäytymään samalla tavalla kuin valtaosa heistä käyttäytyy, normista ei haluta poiketa. Ihmiset helpottavat päätöksentekoaan usein tekemällä samanlaisia valintoja, kuin ystävä on tehnyt. Nuoriin aikuisiin tehoaa nopeat lupaukset ja toiminnan helppous. Kaikki viestintä vaikuttaa nuoriin aikuisiin, se ei tarkoita ainoastaan medioiden kautta saavutettavaa viestintää, vaan myös ihmisten välistä viestintää ja vaikuttamista.

Viestinnän tavoitteita voidaan tarkastella montaa eri reittiä (Rope 2000, 279). Määrittäystä voidaan tehdä tarkastelemalla erilaisten portaittain etenevien, viestinnän syventävää vaikutusmekanismia esittävien mallien avulla. Viestinnän vaikutusmekanismeja esittäviä malleja ovat mm. AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) ja DAGMAR (Defining, Advertising, Goals for Measured Results). Määrittysten mukaan kullekin näiden portaikkojen askelmalle asetetaan erilaisia viestinnällisiä tavoitteita. Saadakseen ostajan ostamaan tuote, hänen on siirryttävä näiden portaikkojen mukaisesti ensimmäisistä askelmista, joilla tullaan tietoiseksi tuotteesta tai palvelusta, ylöspäin tavoitteena ostopäätös ja sen jälkeen sitoutunut suosittelija. AIDA – malli on esitetty osiossa 2.1 Nuorten aikuisten kuluttajakäyttäytyminen, esittäen kuluttajan etenemistä ostopäätökseen tuotteen huomioimisesta alkaen. Dagmar malli etenee hyvin samoilla linjoilla kuin Aida, hieman lisättynä joillakin tarkennuksilla. Digitaalisen markkinointiviestinnän vallatessa toimintatapoja, näitäkin vanhoja malleja on alettu pitää jo nykypäivään liian yksinkertaisina.

Sukupolvisidonnaiset uudet viestintätaidot ovat viimevuosina saaneet huomiota (Leivo ym. 2009, 2). Puhutaan nettisukupolvesta. Tietokoneiden ja internetin äärelä kasvaneiden nuorten on ajateltu toimivan toisin kuin aikaisemmat sukupolvet. Heidän odotetaan osaavan luonnostaan uuden viestintäteknologian käytön, mutta heidän nähdään helposti itsekkäinä tai liian vapaudenkaipuisina. Näkyvin nettisukupolven mukanaan tuoma uudistus on *viestinnän ja kommunikaation mullistus*. (Leivo ym. 2009, 28). Muutoksen tekijöitä ovat tottumuksen tuomat vaatimukset viestinnän reaaliaikaisuudelle ja nopeudelle, jatkuvalla läsnäololle ja hetkittäiskommunikaatiolle. Nopean viestinnän välineet ovat moninaiset; kännykät, joilla pääsee nettiin, messengerit ja pikaviestimet, verkkoyhteisöt, sekä verkostopalvelut. Hitaaksi koettu sähköposti yleistyy nuorten keskuudessa heidän siirtyessään työelämään, jolloin se koetaan formaalin viestinnän välineeksi.

Kaikki uudet kanavat, joissa ihmiset tavoittavat toisiaan, ovat myös markkinointiviestinnän kanavia, mainonta ulottuukin jo miltei mihin tahansa sosiaalisen median kenttään. Nuoriin aikuisiin kohdistuu monenlainen viestintä. Ajan digitalisoiduttua viestinnän muodot ovat laajentuneet, ihmisiä ei enää tavoiteta pelkästään perinteisen markkinointiviestinnän keinoin.

Digitaalinen markkinointiviestintä valtaa vahvasti alaa. Se tarkoittaa viestintää internetissä, sähköpostiviesteistä, e-mediasta (sähköiset tai elektroniset mediat) (Karjaluoto 2010, 13, 14). Mikään näistä termeistä ei kerro koko totuutta nykyajan digitaalisen markkinoinnin muodoista, medioista tai vuorovaikutteisuudesta. Digitaalisella markkinointiviestinnällä (DMC) tarkoitetaan yleisesti ottaen kaikkea digitaalisessa muodossa tai mediassa tehtyä markkinointiviestintää. Marko Merisavon väitöskirja *The interaction between digital marketing communication and customer loyalty* on ensimmäinen Suomalainen väitöskirja, joka käsittelee digitaalista markkinointiviestintää DMC-käsitteen valossa. Merisavo on kirjassaan määritellyt digitaalisen markkinointiviestinnän kommunikaatioksi, ja vuorovaikutukseksi yrityksen tai brändin ja sen asiakkaiden välillä, missä käytetään digitaalisia kanavia (internet, sähköposti, matkapuhelimet ja digitaalinen televisio) ja informaatioteknologiaa. Digitaalinen markkinointiviestintä eroaa internet -markkinoinnista lähinnä sen suhteen, että DMC kattaa internetin lisäksi myös muita kanavia, mm. tekstiviestit ja vuorovaikutteiset ulkomainokset. Perinteinen markkinointiviestintä ei ole enää identifioitavissa omaksi itsenäiseksi viestinnäksi, DMC on jo soluttautunut sen osaluoksiin. Markkinointiviestinnän lainalaisuudet ja määritelmät pätevät myös digitaaliseen markkinointiviestintään, se on vain uusi viestinnän muoto, jossa saadaan tehokkaammin tavoitettua kohderyhmät. Mainostajat ovat kiinnostuneita hyödyntämään digitaalista markkinointiviestintää, koska se tavoittaa nykypäivänä kohderyhmänsä parhaiten sitä hyödyntäen.

Verrattaessa perinteistä markkinointiviestintää ja digitaalista markkinointiviestintää nähdään helposti, mistä ollaan tulossa ja mihin menossa. Mielestäni näiden kahden vertaaminen auttaa myös hieman ymmärtämään nuorta digitaalista markkinointiviestintää (Digital Marketing Communications, DMC). Nuoret aikuiset ovat ryhmä, jolle digitalisoituminen on positiivinen haaste ja siihen vastataan innokkaasti.

Erinomainen kohdistettavuus on digitaalisen kommunikaation suurin etu perinteisiin medioihin verrattuna (Karjaluoto 2010, 127). Markkinointiviestinnästä on tulossa yhä henkilökohtaisempaa ja helpommin räätälöitävissä olevaa. Vuorovaikutteisuus on myös hyvin merkittävää perinteisiin massamedioihin verrattuna. Vastaanottajat pystyvät myös vastaamaan markkinoijalle, sekä keskustelemaan keske-

nään tehokkaammin kuin aikaisemmin. Internet ja mobiilimedia erityisesti muuttavat markkinointiviestinnän vuorovaikutteisuuden luonnetta. Ne ovat myös osoittautuneet hyviksi kanaviksi asiakassuhdemarkkinoinnin välineinä. Ihmisten mediakäyttämisen muuttuminen on havahduttanut myös markkinoijat uusien vuorovaikutteisten medioiden aikakauteen.

3.2 Nuoret aikuiset ja pikavippimainonta

Nuoriin aikuisiin kohdistettu markkinointi on usein houkuttelevaa, iloista, pintaliitoista, kiiltävää, viihdyttävää ja ne lupaavat jonkinlaista mielihyvää. Erityisesti pikavippien markkinointia paheksutaan sen liiallisen houkuttelevuuden ja suoraan nuorille suuntaamisen takia. Pikavippiyritykset painottavat rahan saannin helppoutta erityisen houkuttelevalla ja helpolla tavalla, ”vain tekstiviestin lähetys ja saat rahat heti tilillesi”. Pikavippiyritysten mainokset ovat myös visuaalisesti hyvin houkuttelevia, mainoksissa ollaan iloisissa tunnelmissa, tai lämpöisellä hiekkarannalla. Pikavippitarjouksia satelee jo sähköpostin ja tekstiviestienkin välityksellä. Sosiaalisessa mediassa pikavippimainontaan törmää myös päivittäin. Pikavippiyhtiöt ovat löytäneet kanavat, joissa nuoret aikuiset viettävät aikaansa ja hyvin tehokkailla keinoilla saavat heitä koukutettua asiakkaikseen. Mainonnassa käytetään usein sanoja helppo, nopea ja turvallinen. Näin saadaan aikaan sopiva mielikuva, saat mitä haluat, tinkimättä mistään. Todellisen vuosikoron kertominen jätetään hyvin pieneksi sivuseikaksi, tai sitä ei mainita lainkaan.

Pikavippiyhtiöt houkuttelevat kuluttajia erilaisilla vetävillä ”slouganeilla” ja luotettavuussanoilla. ”Ota Suomen suosituin vippi! Hae luotettava pikavippi! Ratkaise kinkkinen tilanne turvallisesti! Häädä rahahuolet, hanki turvallinen pikavippi kukkeroon! Nappaa satanen tai pari, kun rahapula rankaisee! Loppuiko lomarahat? Pii-puttiko pesukone? Tilttasiko telkkari?”. Pikavippiyhtiöt ovat ymmärtäneet kanta-asiakkuuden merkityksen, kuten muutkin yritykset. Ne tarjoavat jopa pikavippiä kanta-asiakkailleen eri ehdoilla. Jäänkin ihmettelemään, minkälaista lisäarvoa pikavippiyhtiön kanta-asiakas saa kanta-asiakkuudellaan?



Kuvio 4. Pikavippimainontaa katukuvassa. (Lähde: Verkkolehtiartikkeli. Suomen Kuvalehti [viitattu 13.4.2012]).

Pikavippiyhtiöt lähettävät säännöllisesti tarjouksia sähköpostiin ja tekstiviestejä satelee houkuttelevista uusista pikavipeistä. Kerran vipannut saa uudet vippitarjoukset suoraan kännykkään, uuden vipin ottaminen on tehty erittäin helpoksi: *"Hei! Sinulle on luottoa! Lähetä viesti RA 300 30 ja saat 300 euroa tilillesi heti!"*

Ok Moneyn nettisivuilla on mukava houkutus, Matkajokeri, voita matkalahjakortti, kokeile onneasi (Ok Money [viitattu 13.4.2012]). Onneaan voi koettaa jokainen, vaikka ei pikavippiä ottaisikaan. Loistava keino yritykselle kerätä ihmisten yhteystietoja, jotka ovat käyneet nettisivuillaan. Tämän jälkeen arvontaan osallistuneelle alkaa tekstiviesteillä sadella houkuttelevia pikavippitarjouksia, nerokasta!

Kuluttajavirasto peräänkuuluttaa hyvää luotonantotapaa ja vastuullista luotonantoa. Kuluttajan täytyy saada rauhassa miettiä luotonottoa ja tutustua sen keskeisiin ehtoihin (Kuluttajavirasto [viitattu 13.4.2012]). Nuorten elämän kokemukset ja taloushallinta ovat vielä vaillinaisia, joten vastuullisesti toimivan luotonantajan on tämä huomioitava. Nuoret aikuiset ovat alttiimpia mainonnalle ja sen tarjoamille houkutuksille, luotonantoyritysten on erityisesti otettava tämä huomioon tuotteitaan mainostaessaan.

4 JOHTOPÄÄTÖKSET – MITEN RATKAISTAAN

Opinnäytetyön tuotoksena olen suunnitellut koulutuspaketin, jolla osaltani tarjoan ratkaisuja niitä haluaville ja tarvitseville asunnon vuokrauksen, velan perinnän ja pikavippien osalta. Alla ensimmäisessä kappaleessa kerrotaan suunnittelemastani koulutuspaketista ja toisessa kappaleessa pohditaan sosiaalisen median hyödyntämisen mahdollisuuksia.

Opinnäytetyöni edetessä olen oppinut paljon kuluttavista nuorista aikuisista. Nettisivuni on tuotettu ennen varsinaisen opinnäytetyöni aloittamista. Oma kehittykseni aiheeseen liittyen on selvästi havaittavissa esimerkiksi siitä, että nettisivujeni ulkoasu oli aikaisemmin mielestäni onnistunut ja olin siihen hyvin tyytyväinen. Tällä hetkellä omien nettisivujeni väriskaala tuntuu liian ahtaalta ja synkältä. Jos olisin vasta aloittamassa nettisivujen ulkoasun miettimisen, sivut olisivat ehdottomasti aivan eriväriset, niissä pitäisi olla väriä ja iloa. Muutoin olen sivujeni ulkoasuun ja sisältöön edelleenkin oikein tyytyväinen. Sivujen tarkoitus on antaa tietoa riittävän selkeästi esitettynä.

4.1 Koulutuspaketti

Tiedote (liite 3.), voidaan lähettää kouluille ja oppilaitoksille, muille vastaaville ensimmäisellä yhteydenottokerralla tiedottamistarkoituksessa.

Esite (liite 4.), 2 -puolinen haitariesite, jossa tietoa koulutuspaketista ja tietoiskun aiheista, voidaan jakaa esim. messuilla ja erilaisissa nuorten tapahtumissa.

Käsikirja (liite 5.), on TiedätSä -internet-sivuja mukaileva 10 -sivuinen vihkonen, josta löytyy tarvittavaa tietoa, koko A5.

Tietoisku opiskelijoille (liite 6.), internetsivuja mukaileva powerpoint tietoisku. Tietoiskun kesto on n. 30 minuuttia. Koska kohderyhmä on nuoret aikuiset, tarkoituksena on rakentaa esitys, jossa esimerkeillä, kysymyksillä ja keskustelulla on merkittävä painoarvo.

Internet-sivusto, (liite 7.) www.tiedatsa.net. Sivulla käsitellään vuokra-asunnon vuokraukseen, velan perintään ja häätoihin liittyviä asioita. Lisäksi kerrotaan pikavipeistä, kulutusluotoista ja luottotietojen merkityksestä. Nettisivuilta löytyy mm. budjettilaskin, joka auttaa hahmottamaan omaa taloudellista tilannetta. Kuluttajilla on myös mahdollisuus ottaa yhteyttä, saadakseen apua ongelmansa ratkaisemiseen. Nettisivujen sisällön työstämisen olen aloittanut jo keväällä 2011.

Mielestäni myös tämä opinnäytetyö itsessään on osa TiedätSä -koulutuspakettia. Sitä voitaisiin käyttää oppilaitoksissa, siitä voitaisiin teettää nuorten puolella opiskelijoilla tehtäviä, tai se voitaisiin muutoin nostaa oppitunnin puheisiin. Opinnäytetyö on jatkossa saatavissa Theseus -julkaisuarkistosta.

4.2 Sosiaalisen median hyödyntäminen

Sosiaalisen median hyödyntämistä harkitsin pitkään (puolesta vai vastaan), mitä hyötyjä siitä voisi olla ja taas vastaavasti mitä haittoja. Asialle ja koulutuspaketille saisin varmastikin hyvin näkyvyyttä. Oman facebook -yhteisön perustaminen tälle asialle tuntuu kuitenkin haasteelliselta. Kuka siihen haluaisi liittyä ja kuka kommentoida? Kun joku kommentoi, miten nopeasti kommentit kääntyvät keskustelun aloittanutta ja yhteisöä vastaan? Itse olen törmännyt asiaan liittyttäni joihinkin facebook -yhteisöihin. Yllättävän nopeasti joku kääntää keskustelun ajatuksen suunnan toista pilkkaavaksi ja ivaavaksi. Negatiivisten kommenttien vahtimiseen ja poistamiseen saattaisi mennä paljonkin aikaa. Tästä syystä olen päättänyt, että en lähde tälle asialle hakemaan sosiaalisen median kautta tunnettavuutta, vaikka nuoret aikuiset ovatkin sosiaalisen median suurkuluttajia laajassa mittakaavassa. Asia on huomattavissa myös TiedätSä -nettisivustollani, vaikka sivustolla on facebook -tykkää painike, se on ollut hyvin vähällä käytöllä. Varmastikin siitä syystä, että kun tykkäät tämän tyyppisestä sivustosta, samalla leimaat itsesi tämän tiedon tarvitsijaksi, ellet satu kuulumaan johonkin ammattikuntaan, joka sivuston tietoa voi hyödyntää. Aihe on kovin arka, liki tabu, eikä siitä puhuta kovinkaan avoimesti yleisellä tasolla niiden keskuudessa, joita ongelma koskettaa henkilökohtaisesti.

5 YHTEENVETO JA POHDINTA

Vanhat sukupolvet ovat poistumassa työelämästä ja uudet siirtyneet työelämään (Vesterinen & Suutarinen 2011, 115). Vahdinvaihdos on meneillään, olemme siirtymässä suurten ikäluokkien Suomesta pienten ikäluokkien Suomeen. Suuret ikäluokat ovat siirtymässä ohjaksista eläkkeelle ja viestikapula siirtyy nuoremmille.

Nuoret aikuiset haastavat koko yhteiskunnan miettimään uusia tapoja toimia tämän uudella tavalla ajattelevan ja toimivan Y-sukupolven kanssa.

Opinnäytetyöni edettyä olen huomioinut vahvaa asennoitumista nuorten aikuisten velkaantumiseen ja siihen liittyviin seikkoihin yleiselläkin tasolla, ei ainoastaan heidän keskuudessaan. Keskusteluissani eri ihmisten kanssa, jotka työskentelevät eri alojen sektoreilla, ilmeistä on, että monet ajattelevat tämän aiheen koskettavan ja kuuluvan vain sosiaaliselle puolelle ja koulujen ratkaistavaksi. Sosiaalitoimi ja usea muukin taho, tekevät suurta ja tarpeellista työtä auttaessaan velkaantuneita nuoria aikuisia. Itse näen nuorten aikuisten velkaantumisongelmat hyvin liiketaloudellisesta näkökulmasta. Nuorten aikuisten velkaantuminen olisi hyvä ymmärtää mahdollisimman moniulotteisesti, silloin siihen päästäisiin vaikuttamaan hyödyllisimmin. Yksi keino vaikuttaa ennaltaehkäisevästi nuorten velkaantumiseen, on lisätä sen näkyvyyttä keskusteluissa. Tärkeää olisi muodostaa sellainen ilmapiiri, että nuorten aikuisten velkaantumiseen liittyvistä asioista puhuttaisiin mahdollisimman avoimesti ja riittävän laajakatseisesti.

Selaillessani uusinta Meidän Perhe -lehteä (4/2012) tein varsin positiivisen havainnon. Lehdessä oli peräti kaksi artikkelia, jotka koskettavat opinnäytetyöni aiheita. Ensimmäisessä artikkelissa, Elämä pelissä, kerrotaan peliriippuvaisista nuorista kotiäideistä, todellisuutta avataan kuvitteellisen perheenäidin tarinan kautta osuvasti ja koskettavasti. Toisessa lehden artikkeleista, Ilman kotia, pienen lapsen nuori yksinhuoltajaäiti, ja yrittäjä, kertoo hyvin avoimesti ja kaunistelematta elämänsä pohjakosketuksesta ja siitä, miltä tuntuu olla koditon pienen lapsen kanssa. Artikkelit kertoo, miten helposti elämänhallinta voi kadota käsistä. Se on myös äärettömän hieno ja rohkaiseva tarina siitä, että kaikesta selviää, kun itsellä on riittä-

västi halua ja uskoa. ”Köyhyys on häpeä, vaikka järki lohduttaisi, ettei siitä tarvitse syyttää itseään. Epäonnistumisen tunne on valtava”.

Asiakastieto Oy tekee yhteistyötä mm. velkaneuvonnan kanssa ja on jo toiminnallaan puuttanut kasvavaan ongelmaan. Asiakastieto Oy järjestää perinteisen Tarkka Fyrkka -tilaisuuden 11.5.2012 Helsingissä, tilaisuudessa ovat mukana mm. Finanssialan Keskusliitto, Takuu-Säätiö, työ- ja elinkeinoministeriö sekä Keravan Laurea-ammattikorkeakoulu. Opiskelijat saavat tilaisuudessa tietoa luottotietojen merkityksestä ja raha-asioiden hallinnan tärkeydestä arkielämässään. Aikomukseni on osallistua tähän tapahtumaan oppiakseni valmiista toimivasta konseptista.



Kuvio 6. Kuva yhteisvastuun nettisivuilta (Lähde: Yhteisvastuu [viitattu 24.4.2012]).

Tänä vuonna Yhteisvastuu kampanjoi torjuakseen suomalaisten ylivelkaantumista. Takuu-Säätiön pienluottohanke on käynnistetty keräysvaroin ja yhteydenottojen määrä osoittaa sen, että sosiaaliselle luototukselle on tarvetta.

Opinnäytetyöni aikana olen löytänyt paljon lisätietoa työni aiheista. On todella miellyttävää huomata, että eri tahoilla tapahtuu jatkuvasti asioita, joita itsekin pidän tärkeinä ja mitkä ovat johtaneet minut tämän opinnäytetyön aiheiden äärelle. Monilla eri tahoilla on ryhdytty tekemään tärkeää työtä, että nämä aiheet muuttuisivat näkyvämmiksi ja puhutummiksi, sitä kautta saadaan parhaiten vaikutettua nuorten aikuisten kuluttajakäyttäytymiseen tulevaisuudessa.

LÄHTEET

- Aapola, S. & Ketokivi, K. toim. 2005. Polkuja ja poikkeamia – Aikuisuutta etsimässä. Tampere. Tampereen yliopistopaino Oy.
- Autio, M. Eresmaa, I. Heinonen, V. Koljonen, V. Paju, P. & Wilska T-A. 2002. Pakko riittää, Näkökulmia nuorten maksuhäiriöihin ja kulutukseen. Helsinki. Yliopistopaino Oy.
- Autio, M. 2006. Kuluttajuuden rakentuminen nuorten kertomuksissa. Helsinki. Hakapaino Oy.
- Autio, M. & Paju, P. 2005. Kuluttava nuoruus. Helsinki. Yliopistopaino Oy.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki. Edita Publishing Oy.
- Diginatiivit. [verkkosivu] Helsinki. Mediakasvatusseura ry. [viitattu 28.3.2012] saatavissa: <http://www.mediakasvatus.fi/tietopankki/wiki/diginatiivi>
- Eduskunta tyrmäsi pikavipit. [verkkolehtiartikkeli] Helsinki. Uusi Suomi. [viitattu 13.4.2012] saatavissa: <http://www.uusisuomi.fi/kotimaa/120682-eduskunta-tyrmasi-pikavipit>
- Esimerkkejä vuosikoroista. [verkkosivusto] TiedätSä. Kauhajoki. Marjo Paulaharju. [viitattu 23.4.2012] saatavissa: www.tiedatsa.net
- Heikkilä, T. 2010. Peritty laskukaava: 12 tositarinaa. Lahti. Kuluttajavirasto.
- Holopainen, S. Karu totuus Suomen nuorista: Tästä tilastot vaikenevat. 29.11.2011 [verkkolehtiartikkeli] Helsinki. Iltasanomat. [viitattu 13.4.2012] saatavissa: <http://www.iltasanomat.fi/asuminen/karu-totuus-suomen-nuorista-tasta-tilastot-vaikenevat/art-1288431654725.html>
- Ihalainen pitää nuorten syrjäytymisen ehkäisyä ykkösasiana. [verkkolehtiartikkeli] Helsinki. Iltasanomat. 26.3.2012. [viitattu 27.3.2012] saatavissa: <http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/ihalainen-pitaa-nuorten-syrjaitymisen-ehkaisy-ykkosasiana-/art-1288457807619.html>
- Ilomäki, A. & Images G. 2012. Elämä pelissä. Meidän perhe (4/2012) 54 – 58.
- Kaartinen, R. & Lähteenmaa, J. 2006. Miten ja mihin nuoret käyttävät pikavippejä ja muita kulutusluottoja? Helsinki. Edita Publishing Oy.

Karjaluoto, H. 2010. 1.painos. Digitaalinen markkinointiviestintä. Jyväskylä. WSOYpro Oy.

Kulutusluotot. [verkkosivu] Lainatieto. [viitattu 22.3.2012] saatavissa: <http://www.lainatieto.fi/kulutusluotot/>

Kupari, T. (toim.) 2011. Omaa kotia etsimässä: Nuorten asuminen 2010. [verkkojulkaisu] Helsinki. Suomen ympäristö 1/2011. Edita Prima Oy [viitattu 18.4.2012] saatavissa: <http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=123925>

Kysely talous- ja velkaneuvojille velkaantumisen taustatekijöistä. 28.6.2010. [verkkojulkaisu] Helsinki. Kuluttajavirasto. [viitattu 10.4.2012] saatavissa: http://www.kuluttajavirasto.fi/File/91f52592-dbbc-4a70-9a72-e90e2cbb0e3e/TVN_kysely.pdf

L 31.3.1995/481 Laki asuinhuoneiston vuokrauksesta.

L 22.4.1999/513. Laki saatavien perinnästä.

L 15.6.2007/705. Ulosottokaari.

Lakimuutos tuo maksuhäiriömerkintöjä 40 000 henkilölle. Lehdistötiedote 15.2.2012 [verkkosivusto] Helsinki. Asiakastieto Oy. [viitattu 13.4.2012] saatavissa: <http://www.asiakastieto.fi/asiakastieto/ajankohtaista/index.jsp?T=nu&A=508>

Lampikoski, K. & Lampikoski T. 2000. Kuluttajavisiot – näköaloja kuluttajakäyttäytymisen tulevaisuuteen. Porvoo. WSOY.

Leivo, T. Mutanen, M. & Nieminen-Sundell, R. Toim. 2009. Diginatiivit, työ ja kansalaisuus. [verkkojulkaisu] Helsinki. Kansallinen ennakointiverkosto. [viitattu 4.4.2012] saatavissa: <http://www.foresight.fi/wp-content/uploads/2009/12/Diginatiivit.pdf>

Lindström, J. 2011. 3. uudistettu painos. Luotonvalvonta ja saatavien perintä, Hämeenlinna. Kariston Kirjapaino Oy

Linnainmaa, L. & Palo, M. 2007. 2.uudistettu painos. Asunnonhankintaopas. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Luottojen markkinoinnissa iskulauseet sordiinolle. Ajankohtaista kuluttajaoikeudesta. 5/2009 Teemana luotto ja raha. [verkkosivusto] Helsinki. Kuluttajavirasto [viitattu 13.4.2012] saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/100509>

- Lähteenmaa, J. & Strand, T. 2008. Pelin jälkeen: velkaa vai voittoja? [verkkajulkaisu] Stakes. Helsinki. Valopaino Oy. [viitattu 28.2.2012] saatavissa: <http://www.stakes.fi/verkkajulkaisut/raportit/R25-2008-VERKKO.pdf>
- Maksuhäiriömerkinnät lisääntyvät huolestuttavalla vauhdilla. Lehdistötiedote 13.4.2012 [verkkosivu] Asiakastieto Oy. Helsinki. [viitattu 13.4.2012] saatavissa: <http://www.asiakastieto.fi/asiakastieto/ajankohtaista/index.jsp?T=nu&A=513>
- Maksuhäiriötilastot. [verkkosivu] Asiakastieto Oy. Helsinki [viitattu 9.4.2012] saatavissa: <http://www.asiakastieto.fi/asiakastieto/tilastot/>
- Matkajokeri. [verkkosivu] OkMoney. Turku. [viitattu 13.4.2012] saatavissa: <https://www.okmoney.fi/>
- Nuorten maksuhäiriöt lisääntyvät muita nopeammin. Lehdistötiedote 25.5.2010. [verkkosivu] Asiakastieto Oy. Helsinki. [viitattu 10.4.2012] saatavissa: <http://www.asiakastieto.fi/asiakastieto/ajankohtaista/arkisto/index.jsp?T=nu&A=378>
- Olin, K. 2011. Facebook-markkinointi: Käytännön opas. Hämeenlinna. Kariston Kirjapaino Oy.
- Pelien tarjonta ja haitat lisääntyneet. 30.6.2007. [verkkosivu] Terveystieteiden tutkimuskeskus ja hyvinvoinnin laitos. Helsinki. [viitattu 14.4.2012] saatavissa: <http://info.stakes.fi/pelihaitat/FI/rahapelaaminen/index.htm>
- Pihlajaniemi, A. & Lukumaa J. 2012. Ilman kotia. Meidän perhe (4/2012) 82 - 87.
- Pikavipit. [verkkosivu] Lainatieto. [viitattu 22.3.2012] saatavissa: <http://www.lainatieto.fi/pikavipit/>
- Raha-asiat. [Verkkosivusto] Helsinki. Kuluttajavirasto. [viitattu 21.3.2012] saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajaneuvonta/kuluttajan-oikeudet/maksuviivastykset-ja-perinta/perinta-ennen-oikeudellisia-toimia/>
- Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki. Otavan Kirjapaino Oy.
- Rope, T. & Pyykkö, M. 2003. Markkinointipsykologia. Väylä asiakasmieleiseen markkinointiin. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.
- Sadan euron laina, 297 euroa perintäkuluja, näin pikavippaaja joutuu maksuvaikeuksiin. 16.3.2012. [verkkolehtiartikkeli] Helsinki. Suomen Kuvalehti. [viitattu 13.4.2012] saatavissa: <http://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/sadan-euron-laina-297-euroa-perintakuluja-nain-pikavippaaja-joutuu-maksuvaikeuksiin>

- Suomalainen Arki -tutkimus. [verkkosivu] Helsinki. Dagmar. [viitattu 27.3.2012] saatavissa: <http://www.dagmar.fi/tieto/uutiset/arkisto/default.aspx?NewsItemID=746c980c-28a1-4014-ac9d-4dcd03f5bbf6>
- Suomen virallinen tilasto (SVT): Luottokanta [verkkajulkaisu]. ISSN=1798-3770. 4. vuosineljännes 2011, Liitetaulukko 4. Pienlainayritysten tunnuslukuja vuosina 2010-2011 . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 13.4.2012]. Saatavissa: http://www.stat.fi/til/lkan/2011/04/lkan_2011_04_2012-03-22_tau_004.fi.html
- Tapscott, D. 2010. Syntynyt digiaikaan. Sosiaalisen median kasvatit. Porvoo. WS Bookwell.
- Tietoa mainonnasta. [Verkkosivu] Kuluttajavirasto. Helsinki. [viitattu 25.3.2012] saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajakasvatus/mainonta-ja-kaupallinen-media/tietoa-mainonnasta/kuluttajien-tottumukset/>
- Täydellinen tietopaketti 15 - 30 -vuotiaiden nuorten ja nuorten aikuisten ymmärtämiseksi. Kansallinen nuorisotutkimus 2010. [verkkajulkaisu] 15/30 Research Oy. Helsinki. [viitattu 15.4.2012] saatavissa: <http://www.1530.fi/wp-content/uploads/2010/01/KNT-ESITE-2010-normaali.pdf>
- Velalliset soittavat hädissään Velkalinjaan, kun omat keinot loppuvat. 13.4.2012 [verkkosivusto] Helsinki. Takuu-Säätiö. [viitattu 22.4.2012] saatavissa: <http://www.takuu-saatio.fi/?x18262=203380>
- Vesterinen, P-L. & Suutarinen, M. toim. 2011. Y-sukupolvi työ(elämä)ssä. Vantaa. Hansaprint Oy.
- Vuokko, P. 2003. 1.painos. Markkinointiviestintä, merkitys, vaikutus ja keinot. Porvoo. Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Yhteisvastuukeräys herätti taloudellisessa ahdingossa olevat hakemaan apua. [verkkosivusto] Helsinki. Yhteisvastuu. [viitattu 24.4.2012] Saatavissa: <http://yhteisvastuu.fi/fi/>
- Young people purchase-cesion patterns: a european comparative analysis. [verkkajulkaisu] European Platform for Research in Marketing – “Young” Program '06 [viitattu25.4.2012] saatavissa:http://www.marketing-trends-congress.com/sites/default/files/papers/2007/2007_fr_Ganassali_Cerchiello_Hennings_Kuster_Moscarola_RodriguesSantos_Siebels_Vila_Zucchella.pdf

LIITTEET

Liite 1: Tiedustelu ammattilaisille nuorten aikuisten velkaantumisen syistä

Liite 2: Tiedustelu nuorille aikuisille velkaantuneille opiskelijoille

Liite 3: Tiedote

Liite 4: Esite, haitariesite, 2 -puolinen

Liite 5: Käsikirja, koko A5

Liite 6: Tietoisku

Liite 7: Nettisivusto

Liite 1: Tiedustelu ammattilaisille nuorten aikuisten velkaantumisen syistä

Nuorten aikuisten ylivelkaantuminen – Kysely

Vastaaja:

- Osaavatko nuoret aikuiset hoitaa raha-asioitaan?
- Mihin lainaa otetaan, mistä velkaantuminen muodostuu?
- Mitkä ovat suurimmat kompastuskivet nuorten aikuisten velkaantumisessa?
- Löytävätkö nuoret aikuiset tarvitsemaansa tietoa helposti?
- Osaavatko nuoret aikuiset hakea apua taloudellisiin ongelmiinsa?
- Ovatko nuoret aikuiset halukkaita hoitamaan asiansa kuntoon, vai jääkö hällä väliä –asenne päälle?
- Onko joku ryhmä erityisesti, jotka velkaantuvat?
- Muuta?

Kiitos vastauksistanne!

Marjo Paulaharju

Seamk – opiskelija

p. 0400-420 395

Liite 2: Tiedustelu nuorille aikuisille velkaantuneille opiskelijoille

KYSELY NUORILLE AIKUISILLE
ASiantuntija-apua nuorten aikuisten
Taloudellisiin haasteisiin

Opiskelupaikka:
Ikä:
Sukupuoli:

Ympyröi jokaisen kysymyksen oikealta puolelta numero, joka vastaa parhaiten mielipidettäsi asian tärkeydestä. Käytä taulukon ylärivillä olevaa asteikkoa.

Kysymys					
	Ei koskaan	Harvoin	Joskus	Melko usein	Erittäin usein
1. Koetko oman elämän talouden hallinnan haasteelliseksi?	1	2	3	4	5
2. Oletko kohdannut hankaluuksia asunnon vuokraus asioissa?	1	2	3	4	5
3. Onko pikavippi sinulle tärkeä keino saada rahaa nopeasti?	1	2	3	4	5
4. Onko jokin muu kulutusluotto tms. sinulle tärkeä keino saada rahaa nopeasti?	1	2	3	4	5
5. Onko mielestäsi "helpon lainan" saanti liian helppoa?	1	2	3	4	5
6. Onko velan maksusi joskus joutunut perintään?	1	2	3	4	5
7. Onko velan maksusi joskus joutunut ulosottoon?	1	2	3	4	5
8. Onko mielestäsi tärkeää maksaa haettu velka nopeasti pois?	1	2	3	4	5
9. Onko sinulla ollut vaikeuksia maksaa velka pois?	1	2	3	4	5
10. Onko velkojiin helppo olla yhteydessä?	1	2	3	4	5

11. Koetko olevasi taloudellisissa vaikeuksissa velan takaisinmaksun vuoksi?	1	2	3	4	5
12. Onko ongelmatilanteisiin riittävästi tietoa / palvelua tarjolla?	1	2	3	4	5

8. Minkälaista palvelua toivoisit yllämainittuihin ongelmiin?

9. Vapaa Sana

Kiitos vastauksistasi ja aurinkoista alkanutta kevättä toivottaa Marjo Paulaharju

Liite 3. Tiedote

Tiedote

Kauhajoki 23.4.2012

TiedätSä- koulutuspaketti

Olen vuokraperinnän ja asuntovuokrauksen ammattilainen (PTT, LVV, LKV). Minulla on alalta yli 10 vuoden kokemuksen. Olen valmistumassa Tradenomiksi Seinäjoen ammattikorkeakoulusta. Opinnäytetyönäni olen toteuttanut koulutuspaketin, jonka avulla tarkoitukseni on osaltani vaikuttaa aikuistuvien nuorten ja nuorten aikuisten tietoisuuden lisäämiseen asunnonvuokraukseen, velanperintään ja pika-vippeihin liittyvissä asioissa. Haluan käyttää ammattitaitoani ihmisten auttamiseen, valistamiseen ja ennaltaehkäisevään työhön.

Mielestäni tänä aikana pitäisi nostaa keskusteluihin enemmän näitä aiheita, joita opinnäytetyöni käsittelee. Ongelmat pitäisi saada näkyvämmiksi ja yleiseen keskusteluun nostetuiksi, näin saisimme aikuistuvat nuoret helpommin pääsemään yli haasteellisesta elämänvaiheesta.

Ensimmäinen kohderyhmäni ovat aikuistuvat nuoret, 8- ja 9- luokkalaiset, jotka ovat valinneet valinnaisen aineen, Kaupalliset aineet tms. Toinen kohderyhmäni ovat aikuistuvat nuoret, ylemmissä oppimistasoissa, esim. lukiot, ammattioppilaitokset ym.

Olen halukas laittamaan itseni likoon ja antamaan oman osuuteni aikuistuvien nuorten valistuksessa. Koulutuspakettiini sisältyy esite, käsikirja, tietoisku ja nettisivusto, joita voidaan käyttää tiedon välittämisessä.

Tutustu netissä: www.tiedatsa.net

Lisätietoja: Marjo Paulaharju p. 0400-420 395

Liite 4: Esite

Haitariesite, etusivu

TiedätSä

Tämän pienen tietopaketin aiheita:

1. Asunnon vuokraus
2. Velan perintä
3. Pikavipit
4. Luottotiedot

Oman elämän kynnyksellä

Oman elämän kynnyksellä vilisee kysymykset mielestä. Mistä aloittaa, miten toimia, mitä pitää tietää ja ocaata. Lista on loputon.

Tässä pienessä tietopaketissa on pureuduttu lyhyesti joihinkin taloudellisiin haasteisiin, joihin koulutuspaketti tarjoaa apua ja vastauksia.

Lisää tietoa löydät nettisivuilta!

www.tiedatsa.net
 Marjo Paulaharju
 Puhelin: 0400-420 895
 Faksi: -
www.tiedatsa.net

TiedätSä koulutuspaketti sisältää

- esite
- kirjuri
- tietokirja
- nettisivut

www.tiedatsa.net

Haitariesite, takasivu

Asunnon vuokraaminen

Vuokrasopimukseen ja vuokralla asumiseen noudatetaan asuinhuoneiston vuokralakia.

Vuokrasopimus

Vuokrasopimus on hyvä tehdä kirjallisesti. Sopimus on voimassa toistaiseksi tai määräajan. Vuokralainen ja vuokranantaja noudattavat irtisanomisaikoja päättäänsään vuokrasopimuksen. Määräaikainen vuokrasopimus päättyy määräajan jälkeen.

Irtisanominen

Toistaiseksi voimassa oleva vuokrasopimus täytyy irtisanoa kirjallisesti ja todisteellisesti. Vuokralaisen irtisanomisaika on 1 kk. Vuokranantajan irtisanomisaika on 3 kk tai 6 kk, riippuen sopimuksen pituudesta.

Vuokrasopimuksen purkaminen

Kun vuokranantaja purkaa vuokrasopimuksen, syy on yleensä maksamattomat vuokrat tai häiritsevä elämä. Käräjäoikeus antaa vuokrasopimuksen purkautuomion hakujan jälkeen.

Häätö

Kun vuokrasopimus on purettu, vuokralainen täytyy muuttaa asunnosta. Jos vuokralainen ei muuta, vuokranantaja hakee häätöä ulkoisesta käräjäoikeuden tuomion perusteella.

Velan perintä

Normaalin elämään liittyy useita muitakin menoja kuin vuokran maksaminen. Velka muodostuu ongelmaksi vasta silloin, kun se jää maksamatta. Tällöin tärkeää on olla velkojaan yhteydessä heti, oma-aloitteisuus koetaan aina positiiviseksi.

Luottotiedot

Sopimusten tekeminen ja luottojen hakeminen on helpompaa, vaivattomampaa ja halvempaa, kun luottotiedot ovat kunnossa. Luottotiedot menettävät asioiden hoitamattomuuden seurauksena.

Pikavipit

Nuoret aikuiset ottavat paljon pikavippejä ja kulutusluottoja erilaisiin elämänsä tarpeisiin. Pikavippi eli pienlaina on lyhytaikainen, vakuudeton kulutusluotto, jonka suuruus on tyypillisesti 50–1000 €. Pikavipin hakeminen tapahtuu tekstiviestillä tai luotonantajan verkkosivuston välityksellä.

Pikavippien ja kulutusluottojen Vuosikorkoja

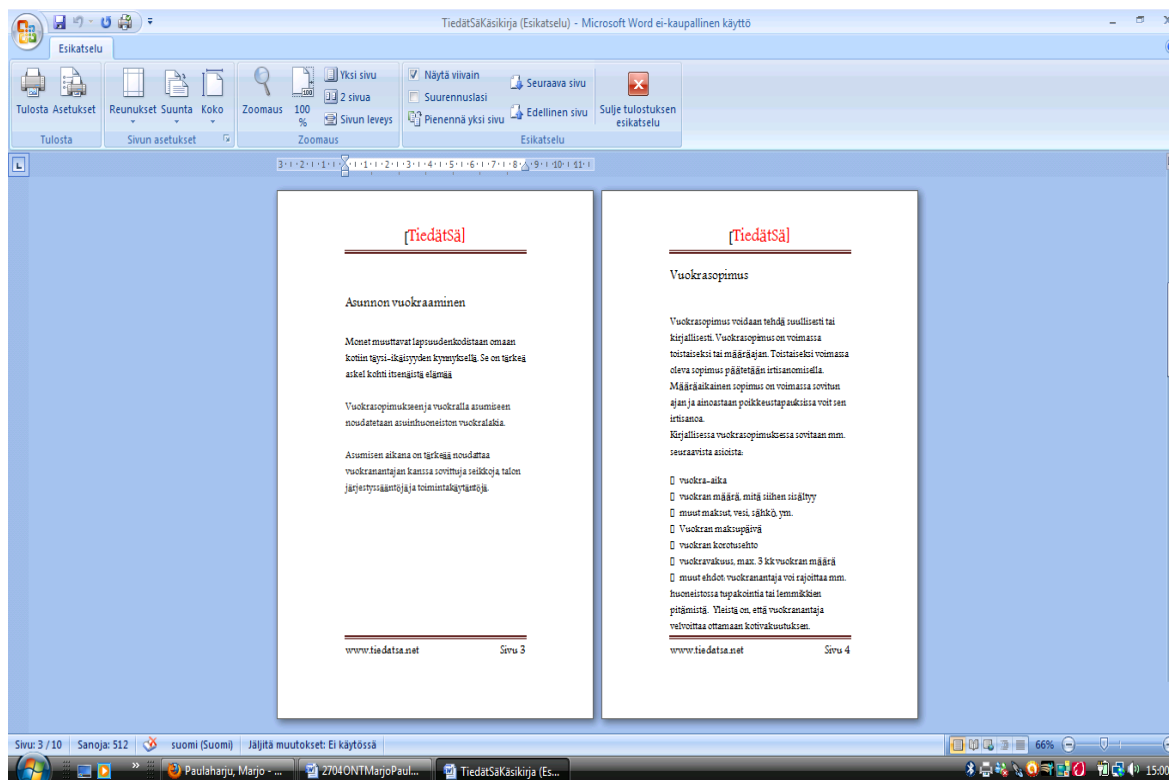
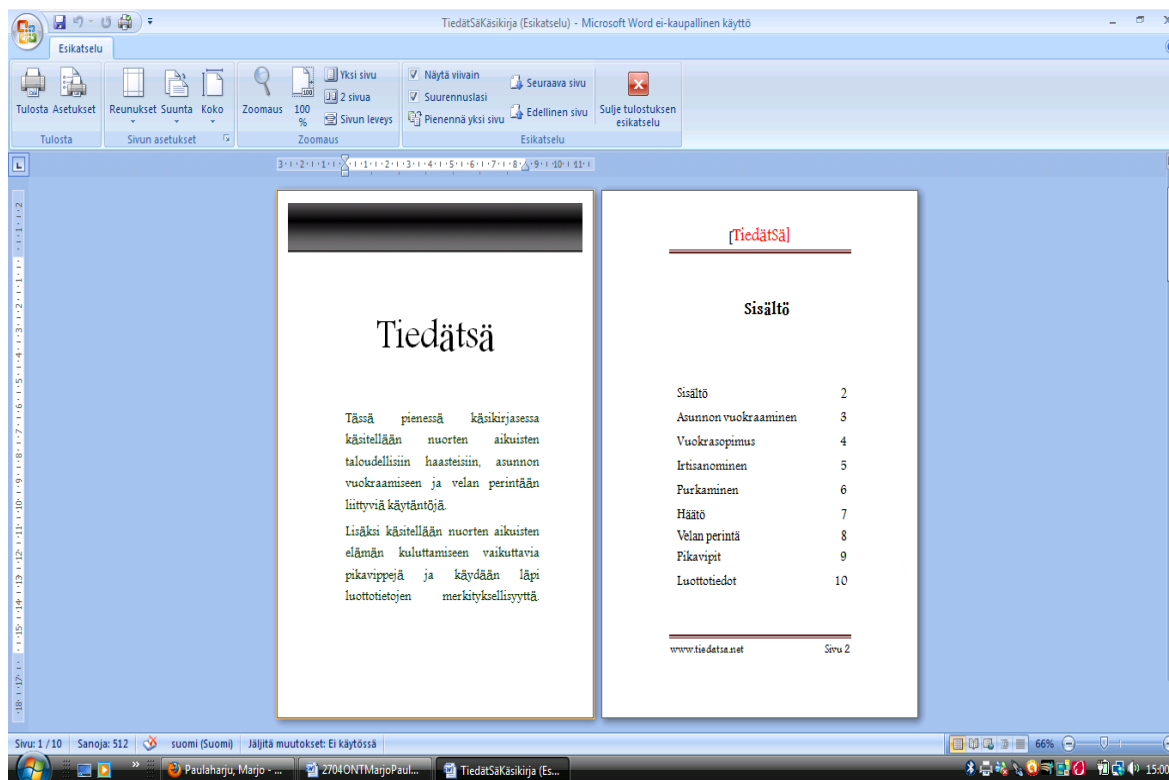
	Luoton määrä €	Laina-aika vrk	Vuosikorko %
Kulutusluotto	200	60	807,8
	300	90	582,6
Pikavippi	20	14	1434
	20	30	791
	50	14	834
	50	30	511

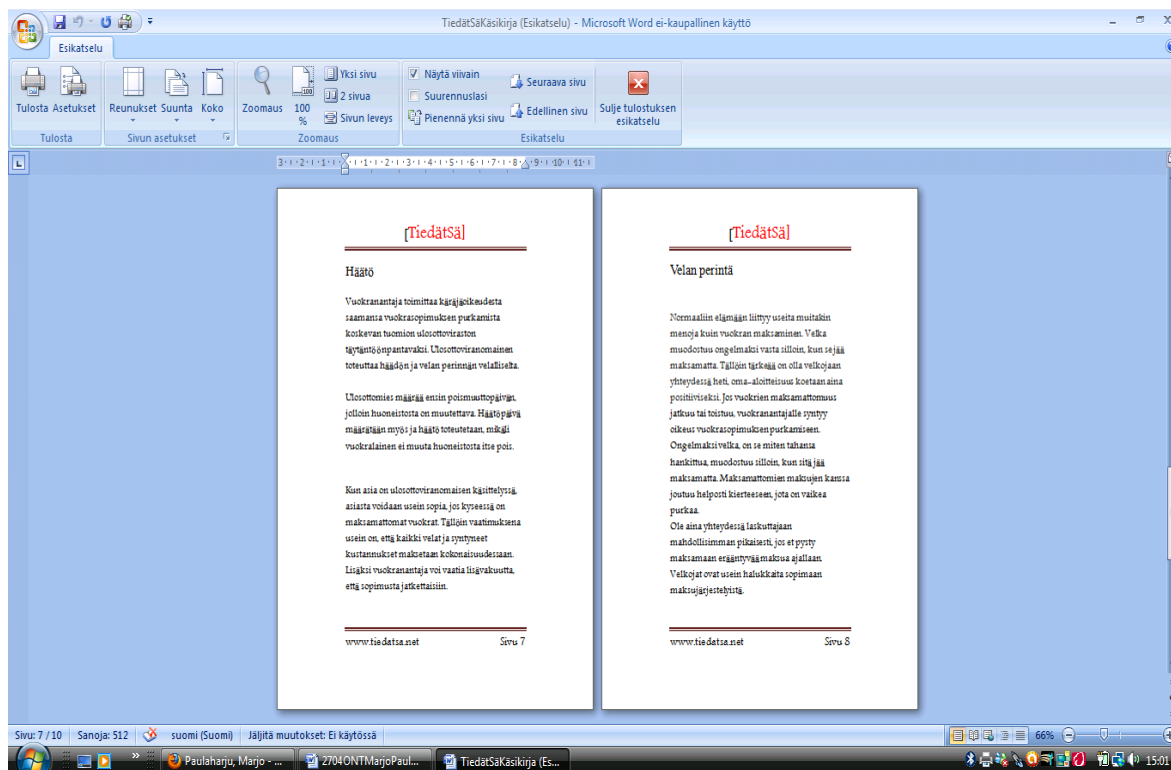
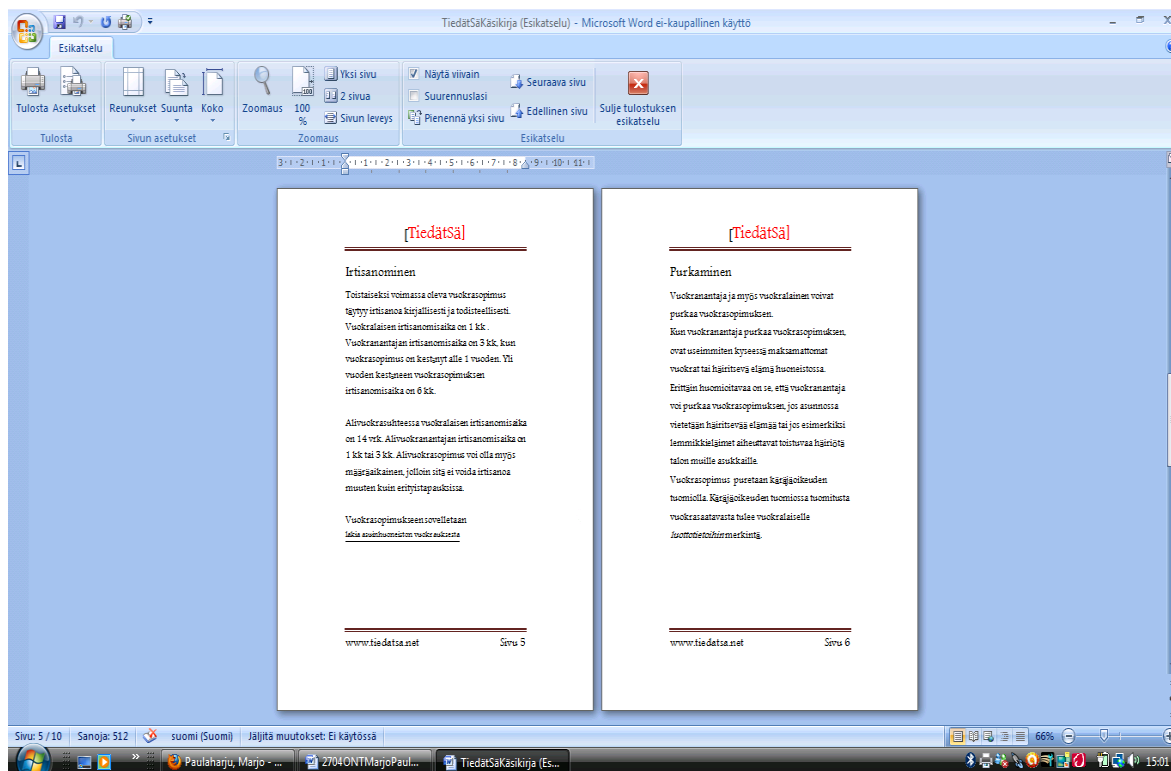
Esimerkit on poimittu eri palveluntarjoajien sivustoilta.

Varo pikavippikerrettä!

www.tiedatsa.net

Liite 5. Käsikirja, koko A5





The screenshot shows the Microsoft Word interface in Print Preview mode. The window title is "TiedätSäKäsikirja (Esikatselu) - Microsoft Word ei-kaupallinen käyttö". The ribbon is set to "Esikatselu" (Print Preview). The document is displayed as two pages side-by-side.

Page 9: The page is titled "[TiedätSä]" and contains the section "Pikavipit". The text describes that smaller documents are available for download and that the service is available in Finnish. It also mentions that the service is available for free of charge and that the documents are available in PDF format. The page number "Sivu 9" and the website "www.tiedatsa.net" are at the bottom.

Page 10: The page is titled "[TiedätSä]" and contains the section "Luottotiedot". The text describes that the service is available for free of charge and that the documents are available in PDF format. It also mentions that the service is available for free of charge and that the documents are available in PDF format. The page number "Sivu 10" and the website "www.tiedatsa.net" are at the bottom.

The status bar at the bottom shows "Sivu: 9 / 10", "Sanoja: 512", "suomi (Suomi)", and "Jääjät muutokset: Ei käytössä". The taskbar shows the system tray with the time "15:02" and the taskbar icons for "Paulaharu, Majo...", "2704ONTMajoPaul...", and "TiedätSäKäsikirja (Es...)".

Liite 6: Tietoisku



KOTOA POIS

- Kotoa pois muuttamiseen liittyy paljon asioita, joita pitäisi tietää.
- Ensimmäisen vuokra-asunnon vuokraaminen on yksi tärkeä etappi oman elämän aloittamisessa
- Noudatetaan asuinhuoneiston vuokralakia
- Liittyy myös mm. velan perintä ja luottotiedot.

VUOKRASOPIMUS

- Suullinen tai kirjallinen
- Voimassa toistaiseksi tai määräajan
- sovitaan mm. vuokra-aika, vuokran määrä (mitä siihen sisältyy) mmut maksut, vesi, sähköt, ym. Vuokran maksupäivä, vuokran korotusehto, vuokravakuus, max. 3 kk vuokran määrä
- mmut ehdot, vuokranantaja voi rajoittaa mm. huoneistossa tupakointia tai lemmikkien pitämistä. Hyvin yleistä on, että vuokranantaja velvoittaa ottamaan kotivakuutuksen.

IRTISANOMINEN

- Vuokrasopimus päätetään irtisanomisella
- Kirjallisesti ja todisteellisesti, molempien (vuokranantajan ja vuokralaisen) allekirjoitukset
- Vuokralaisen irtisanomisaika on 1 kk, eikä sitä voida pidentää. (Irtisanomisaika lasketaan sen kuun viimeisestä päivästä, jolloin irtisanominen on vuokranantajalle annettu. Esim. jos irtisanot asuntosi 15.4. vuokrasopimus päättyy 31.5.) huom. Alivuokraus!

www.liedelan.net

IRTISANOMINEN

- Vuokranantajan irtisanomisaika on 3 kk, kun vuokrasopimus on kestänyt alle 1 vuoden. Yli vuoden kestäneen vuokrasopimuksen irtisanomisaika on 6 kk.
- Alivuokrasuhteessa vuokralaisen irtisanomisaika on 14 vrk. Alivuokranantajan irtisanomisaika on 1 kk, kun vuokrasopimus on kestänyt alle 1 vuoden. Kun sopimus on kestänyt vähintään vuoden, irtisanomisaika on 3 kk.

www.liedelan.net

PURKAMINEN

- Vuokranantaja ja myös vuokralainen voivat purkaa vuokrasopimuksen.
- Kun vuokranantaja purkaa vuokrasopimuksen, ovat useimmiten kyseessä maksamattomat vuokrat tai häiritsevä elämä luoneistossa.
- ensin varoitus vuokralaiselle. Vuokrasopimuksen purku toimitetaan AHVL:n mukaisesti.
- Vuokranantaja voi purkaa vuokrasopimuksen, jos asunnossa vietään häiritsevää elämää tai jos esimerkiksi lemmikkieläimet aiheuttavat toistuvaa häiriötä talon muille asukkaille (tai jos asukkaan vieraat aiheuttavat).

www.liikelain.net

PURKAMINEN

- vuokranantaja voi toimittaa vuokralaiselle purkuilmoituksen itse, tai vuokranantaja voi hakea haasteella käräjäoikeudesta tuomion vuokrasopimuksen purkamiseksi ja kertyneen velan maksamiseksi
- käräjäoikeuden haastemies antaa vuokrasopimuksen purkuun liittyvän haasteen tiedoksi vastaajalle (velalliselle). Haasteen tiedoksiannosta alkaa määräaika, jonka asia on käräjäoikeuden käsittelyssä. Siinä aikana velallinen voi antaa oman vastineensa käräjäoikeuteen
- määräajan umpeuduttua käräjäoikeus antaa tuomion. Siinä määrätystä saatavasta tulee vuokralaiselle luottohäiriömerkintä luottotietorekisteriin, jota ylläpitää Suomen Asiakastieto Oy

www.liikelain.net

LUOTTOTIEDOT

o Luottotiedot vaikuttavat moniin asioihin, mm.

- o vuokra-asunnon saantiin
- o osamaksulla ostamiseen
- o puhelinliittymän saantiin
- o nettiliittymän saantiin
- o vapaaehtoisten vakuutuksien, mm. koti-, auto- ja henkilövakuutuksen saantiin
- o pakollinen liikennevakuutus myönnetään, mutta ensimmäinen vuosi on maksettava etukäteen
- o lainan ja luoton saamiseen
- o joihinkin työpaikkamahdollisuuksiin
- o sopimusten tekeminen ja luottojen hakeminen on helpompaa, vaivattomampaa ja halvempaa, kun luottotiedot ovat kunnossa

www.liedakasa.net

LUOTTOTIETOJEN MENETTÄMINEN

- o maksun myöhästymisen ei vielä aiheuta, vaan saatavan pitkittynyt velkominen.
- o maksamatta jäänyt osamaksukauppa tai luottokorttisaatava voidaan velkojan toimesta ilmoittaa suoraan luottotietorekisteriin, kun
 - maksu on viivästynyt yli 60 pv alkuperäisestä eräpäivästä
 - maksukehoitus on lähetetty vähintään 21 päivää ennen maksuhäiriön rekisteröintiä
 - maksukehoksessa on mainittu luottotietomerkinnän mahdollisuudesta, jos maksua ei suoriteta

www.liedakasa.net

LUOTTOTIETOJEN MENETTÄMINEN

- esim. käräjäoikeuden antamat riidattomat velkomistuumiot ja yksipuoliset tuomiot, ulosottoviranomaisen toteamat varattomuusesteet sekä tiedot konkurseista ja velkajärjestelyistä
- jos takaat kaverille lainan ja hän jättää sen maksamatta, joudut maksamaan takausvastuuvelan pankille. Jos jätät hoitamatta, siitä muodostuu sinulle ennen pitkää luottotietoihin merkintä

www.tiedotus.net

MAKSAMATTOMAT VUOKRAT

- jos vuokran maksu viivästyy, siitä kannattaa ilmoittaa vuokranantajalle välittömästi ja sopia uusi maksupäivä
- jos vuokrien maksamattomuus jatkuu tai toistuu, vuokranantajalle syntyy oikeus vuokrasopimuksen purkamiseen
- kun vuokranantaja hakee saatavalleen käräjäoikeuden tuomion, siinä määrätystä saatavasta tulee vuokralaiselle luottohäiriömerkintä luottotietorekisteriin, jota ylläpitää Suomen Asiakastieto Oy
- oma-aloitteisuus koetaan aina positiiviseksi

www.tiedotus.net

MUU VELKA

- ongelmaksi velka, on se miten tahansa hankittua, muodostuu silloin, kun sitä jää maksamatta
- maksamattomien maksujen kanssa joutuu helposti kierteeseen, jota on vaikea purkaa
- ole aina yhteydessä laskuttajaan mahdollisimman pikaisesti, jos et pysty maksamaan erääntyvää maksua ajallaan. Velkojat ovat usein halukkaita sopimaan maksujärjestelyistä

HÄÄTÖ

- vuokranantaja toimittaa käräjäoikeudesta saamansa vuokrasopimuksen purkamista koskevan tuomion ulosottoviraston täytäntöönpantavaksi
- ulosottoviranomainen toteuttaa häädön ja velan perinnän velalliselta
- ulosottomies määrää ensin poismuuttopäivän, jolloin huoneistosta on muutettava. Häätöpäivä määrätään myös ja häätö toteutetaan, mikäli vuokralainen ei muuta huoneistosta itse pois

HÄÄTÖ

- kun asia on ulosottoviranomaisen käsittelyssä, asiasta voidaan usein sopia, jos kyseessä on maksamattomat vuokrat
- vaatimuksena usein on, että kaikki velat ja syntyneet kustannukset maksetaan kokonaisuudessaan
- lisäksi vuokranantaja voi vaatia lisävakuutta, että sopimusta jatkettaisiin

www.lihdalen.net

KULUTUSLUOTOT

- kulutusluotto on luotto, joka on otettu kuluttamiseen
- kulutusluotolla tarkoitetaan kerralla otettavaa rahalainaa, jolla on suliteellisen lyhyt takaisinmaksuaika ja joka on tarkoitettu kulutuslyödykkeiden tai palveluiden hankintojen rahoittamiseen
- kulutusluotot ovat lyhytaikaisia, kestoaltaan yleensä alle viisi vuotta ja ne ovat suuruudeltaan useimmiten joitakin tuhansia euroja
- merkittävin tekijä koron suuruuden määrittymiselle on lainanottajan kyky antaa luotolle vakuus, minkä takia vakuudellinen luotto tulee pääsääntöisesti halvemmaksi kuin vakuudeton

www.lihdalen.net

PIKAVIPIT

- pikavippi eli pienlaina on lyhytaikainen, vakuudeton kulutusluotto, jonka suuruus on tyypillisesti 50 – 1000€
- hakeminen tapahtuu tekstiviestillä tai luotonantajan verkkosivuston välityksellä
- kokonaishinnat ja maksuaikavaihtoehdot vaihtelevat suuresti palveluntarjoajien välillä
- myönnetään lähes kenelle tahansa luottokelpoiselle täysi-ikäiselle
- osa pikavippitarjoajista on määrittänyt lainan myöntämiseen jonkin muun ikärajan, (19, 21 ja 24)

www.luohtanen.net

ASUNNONVUOKRAAJAN MUISTILISTA

- SISÄÄN MUUTTO
 - irtisano vanha asuntosi ajoissa
 - muuttoilmoitus www.posti.fi/muuttoilmoitus
 - sähkösopimus
 - kotivakuutus
 - autopaikka
 - kelan asumistuki
 - hanki palovaroitin
 - ilmoita huoneistossa jo olevista puutteista ja vaurioista mahdollisimman pikaisesti vuokranantajalle tai tämän edustajalle
- kirjallinen huoneistotarkastus tässä vaiheessa on hyvä tehdä, ellei vuokranantaja ole sitä jo tehnyt

www.luohtanen.net

ASUNNON VUOKRAAJAN MUISTILISTA

o ASUMISEN AIKANA

- noudata lakia, taloyhtiön järjestyssääntöjä ja toimintakäytäntöjä
- ilmoita huoneistossa sattuvista vahingoista ja laitteiden rikkoontumisista heti vuokranantajalle tai tämän edustajalle

POISMUUTTO

- toimita irtisanominen ajoissa vuokranantajalle
- siivoa asunto kauttaaltaan hyvin
- korjaa / korjauta huoneistoon aiheuttamasi vahingot
- sovi vuokranantajan tai hänen edustajansa kanssa huoneistotarkastuksesta
- palauta kaikki saamasi avaimet
- muista uuteen kotiin muuttoilmoitus / sähkösopimus / kotivakuutus jne...

www.tiedokeskus.net

ASUNNON VUOKRAAJAN MUISTILISTA

- o HUOM! Jos jätät huoneiston pois muuttaessasi siivoamatta, tai vuokranantaja joutuu suorittamaan korjaustöitä puolestasi, tai huoneiston avaimia jää palauttamatta (lukko sarjoitetaan uudelleen), vuokranantajalla on oikeus vähentää syntyneet kulut vakuudesta
- o jos vakuus ei riitä, tulet saamaan laskun aiheuttamastasi vahingosta
- o huoneiston normaalia kulumista et joudu korvaamaan

www.tiedokeskus.net

MITÄ JÄI MIELEEN?

- asunnon vuokraamisesta....
- vuokralla asumisesta....
- velan perinnästä.....
- pikavipit.....

Liite 7. TiedätSä –nettisivusto

1. sivu, etusivu

http://www.tiedatsa.net/ Tiedätsä - asunon vuokra...

§ TIEDÄTSÄ §

OMA KOTI HOUKUTTAA?

Oletko muuttamassa ensimmäiseen omaan kotiin tai vaihtamassa vuokra-asuntaa? Onko mielessä asumiseen liittyviä kysymyksiä, joihin et ole löytänyt vastauksia?

Olen vuokralleen ja asuntovuokruksen ammattilainen (PTT, LVV, LKV). Omaan alalta yli 10 vuoden kokemukseen. Opiskelen Tradenamiksi Seinäjoen ammattikorkeakoulussa. Näiden sivujen informaatio on osa opinnytetyötäni. Haluan tarjota sinulle helpon kanavan apua ja neuvoihin silloin kun oma tietämys ei riitä. Vieressä olevista linkeistä löydät vastauksia asunon vuokraamiseen ja vuokralta asumiseen liittyviin kysymyksiin.

Jos haluat, voit lähettää minulle sähköpostia, tai laittaa viestiä Palaute-linkin kautta. Vastaan kysymyksiisi luottamuksellisesti ja mahdollisimman pikaisesti ilman maksua.

Terveisin Marjo Paulaharju
marjo.paulaharju@gmail.com

Tykkää 45
 01681
 Nollattu 1.9.2011

2. sivu, vuokrasopimus

www.tiedatsa.net

§ TIEDÄTSÄ §

VUOKRASOPIMUS

Vuokrasopimus voidaan tehdä suullisesti tai kirjallisesti. Suosittelemme tekemään vuokrasopimuksen aina kirjallisesti. Myös alivuokruksesta kannattaa tehdä kirjallinen sopimus.

Vuokrasopimus on voimassa toistaiseksi tai määräajan. Toistaiseksi voimassa oleva sopimus päätetään irtisanomisella. Määräaikainen sopimus on voimassa sovittuun ajan ja ainoastaan poikkeustapauksissa voit sen irtisanoa.

Asunonvuokrasopimuksen alku	Asunonvuokrasopimuksen loppu	Asunonvuokrasopimuksen kesto	Asunonvuokrasopimuksen alku
1.9.2011	31.12.2011	12 kuukautta	1.9.2011

LUOKAN MAARA 3600,000

Luokan maara 3600,000

Luokan maara 3600,000

Kirjallisessa vuokrasopimuksessa sovitaan mm. seuraavista asioista:

- vuokra-aika
- vuokran määrä, mitä siihen sisältyy
- muut maksut, vesi, sähkö, ym.
- Vuokran maksutapa
- vuokran korotusehto
- vuokravakuus, max. 3 kk vuokran määrä
- muut ehdot: vuokratonta voi rajoittaa mm. huoneistossa tupakoitua tai lemmikkien pitämistä. Hyvin yleistä on, että vuokratonta velvoitetaan ottamaan kattovuokruksen.

Vuokrasopimuksen ja vuokralle-annoksen esittely

3.sivu, irtisanominen

IRTISANOMINEN

Toistaiseksi voimassa oleva vuokrasopimus täytyy irtisanoa, kun haluat päättää sen. Irtisanominen tulee tehdä kirjallisesti ja todisteellisesti.

Vuokralaisen irtisanomisaika on 1 kk eikä sitä voida pidentää. Irtisanomisaika lasketaan sen kuun viimeisestä päivästä jolloin irtisanominen on vuokranantajalle annettu. Esim. jos irtisanot asuntesi 15.4. vuokrasopimus päättyy 31.5.

Vuokranantajan irtisanomisaika on 3 kk, kun vuokrasopimus on kestänyt alle 1 vuoden. Yli vuoden kestäneen vuokrasopimuksen irtisanomisaika on 6 kk.

Allivuokrasuhteessa vuokralaisen irtisanomisaika on 14 vrk. Allivuokranantajan irtisanomisaika on 1 kk, kun vuokrasopimus on kestänyt alle 1 vuoden. Kun sopimus on kestänyt vähintään vuoden, irtisanomisaika on 3 kk. Allivuokrasopimus voi olla myös määräaikainen, jolloin sitä ei voida irtisanoa muuten kuin erityistapauksissa.

Vuokrasopimukseen ja vuokralle asumiin sovelletaan [lakia asuinhuoneiston vuokrauksesta](#)

Etusivu
Vuokrasopimus
Irtisanominen
Purkaminen
Luottotiedot
Vuokranrastit
Muu velka
Häätö
Kulutustuotot
Kysymyksiä
Muistilista
Kuvagalleria
Budjettilaskin
Palautte

01676
Näköku 1.9.2011

4. sivu, purkaminen:

VUOKRASOPIMUKSEN PURKAMINEN

Vuokranantaja ja myös vuokralainen voivat purkaa vuokrasopimuksen.

Kun vuokranantaja purkaa vuokrasopimuksen, ovat useimmiten kyseessä maksamattomat vuokrat tai häiritsevät eläimet huoneistossa. Vuokranantajan täytyy antaa varoitus vuokralaiselle, ennen kuin purkaa sopimuksen. Vuokrasopimuksen purku toteutetaan AHVL:n mukaisesti.

Erittäin huomioitavaa on se, että vuokranantaja voi purkaa vuokrasopimuksen, jos asunnossa vietetään häiritseviä eläimiä tai jos esimerkiksi lemmikkieläimet aiheuttavat toistuvaa häiriötä talon muille asukkailla.

Vuokranantaja voi toimittaa vuokralaiselle purkumäärityksen itse lain vastinalla tavalla tai vuokranantaja voi hakea haasteella käräjäoikeudesta tuomion vuokrasopimuksen purkamiseksi ja kertyneen velan maksamiseksi.

Käräjäoikeuden haastaminen antaa vuokrasopimuksen purkaukseen liittyvän haasteen tiedoksi vastajalle (velalliseksi). Haasteen tiedoksiannosta alkaa määräaika, jonka asia on käräjäoikeuden käsittelyssä. Siinä aikana velallinen voi antaa oman vastineensa käräjäoikeuteen.

Määräajan umpeuduttua käräjäoikeus antaa tuomion. Siinä määrätystä saatavasta tulee vuokralaiselle luottotietorekisteriin luottotietorekisteriin, jota ylläpitää Suomen Asiakastieto Oy.

Vuokrasopimukseen ja vuokralle asumiin sovelletaan [lakia asuinhuoneiston vuokrauksesta](#)

Etusivu
Vuokrasopimus
Irtisanominen
Purkaminen
Luottotiedot
Vuokranrastit
Muu velka
Häätö
Kulutustuotot
Kysymyksiä
Muistilista
Kuvagalleria
Budjettilaskin
Palautte

01676
Näköku 1.9.2011

5. sivu, luottotiedot:

§ TIEDÄTSÄ §

LUOTTOTIEDOT

Miten luottotiedot voi menettää:

- Maksun myöhästyminen ei vielä aiheuta, vaan saatavan pitkäkertynyt velkominen.
- Maksamatta jäänyt osamaksukauppa tai luottokerttiasatava voidaan velkojan toimesta ilmoittaa suoraan luottotietorekisteriin, kun
 - Maksu on viivästynyt yli 60 pv alkuperäisestä eräpäivästä
 - Maksukehoitus on lähetetty vähintään 21 päivää ennen maksuhäiriön rekisteröintiä
 - Maksukehoituksessa on mainittu luottotietomerkinän mahdollisuudesta, jos maksua ei suoriteta.
- Esim. käräjäoikeuden antamat riidattomat velkomistuumiot ja yksipuoliset tuomiot, ulosottoviranomaisen toteamat varattomuusesteet sekä tiedot konkurssista ja velkajärjestelyistä.
- Jos takaat koverille lainan ja hän jättää sen maksamatta, joudut maksamaan takaaajana velan pankille. Jos jätät hoitamatta takausvastuun, siitä muodostuu sinulle ennen pitkää luottotietoihin merkintä.

Sopimusten tekeminen ja luottojen hakeminen on helpompaa, vaivattomampaa ja halvempaa, kun luottotiedot ovat kunnossa.

Luottotiedot vaikuttavat moniin asioihin, mm:

- Vuokra-asunnon saantiin
- Osamaksulla ostamiseen

Etusivu
Vuokrasopimus
Irtisanominen
Purkaminen
Luottotiedot
Vuokrarästit
Muu velka
Häätö
Kulutusluotot
Kysymyksiä
Muistilista
Kuvagalleria
Budjettilaskin
Palaute

Tykkää 45

0 1 6 7 8

Nähty 1.9.2011

6. sivu, vuokrarästit

§ TIEDÄTSÄ §

MAKSAMATON VUOKRA

Oma-aloitteisuus koetaan aina positiiviseksi. Jos vuokran maksu viivästyy, siitä kannattaa ilmoittaa vuokranantajalle välittömästi ja sopia uusi maksupäivä.

Jos vuokrien maksamattomuus jatkuu tai toistuu, vuokranantajalle syntyy oikeus vuokrasopimuksen purkamiseen.

Kun vuokranantaja hakee saatavalleen käräjäoikeuden tuomion, siinä määrätystä saatavasta tulee vuokralaiselle luottotietomerkinä luottotietorekisteriin, jota ylläpitää Suomen Asiakastieto Oy.

Vuokrasopimukseen ja vuokralalla asumiseen sovelletaan [lakin asuinhuoneiston vuokraukseen](#)

Etusivu
Vuokrasopimus
Irtisanominen
Purkaminen
Luottotiedot
Vuokrarästit
Muu velka
Häätö
Kulutusluotot
Kysymyksiä
Muistilista
Kuvagalleria
Budjettilaskin
Palaute

Tykkää 45

0 1 6 7 8

Nähty 1.9.2011

7. sivu, muu velka

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.tiedatsa.net/>. The page title is "Tiedätsä - asunnon vuokra...". The main content area is titled "MUU VELKA" and contains the following text:

Velkaa voi kertyä muillakin tavoilla kuin maksamattomilla vuokriilla. Helppoa rahaa, kuten kulutusluottoja, pikavippejä ja muita, on paljon tarjolla. TV:ssä ja netissä mainostetaan paljon pikavippejä, jotka ovat lyhytaikaisia lainoja öökkiniiseen rahantarpeeseen. Pikavippi on helppo ottaa, mutta se täytyy maksaa takaisin korkeineen muutaman viikon kuluessa.

Ongelmaksi velka, on se miten tahansa hankittua, muodostuu silloin, kun sitä jää maksamatta. Maksamattomien maksujen kanssa joutuu helposti kiertäeseen, jota on vaikea purkaa.

Ole aina yhteydessä laskuttajaan mahdollisimman pikaisesti, jos et pysty maksamaan erääntyvää maksua ajallaan. Velkojat ovat usein halukkaita sopimaan maksujärjestelyistä.

On the left side, there is a navigation menu with the following items: Etusivu, Vuokrasopimus, Irtisanominen, Purkaminen, Luottotiedot, Vuokrarästit, Muu velka, Häätö, Kulutusluotot, Kysymyksiä, Muistilista, Kuvagalleria, Budjettilaskin, and Palaute. Below the menu is a "Tykkäsi" button with the number 45 and a counter showing "01678". The date "Nähty 1.9.2011" is also visible.

8. sivu, häätö

The screenshot shows the same web browser window as above, but the main content area is titled "HÄÄTÖ" and contains the following text:

Vuokranantaja toimittaa kanta-aikeudesta saamaa vuokrasopimuksen purkamista koskevan tuomion ulosottoviranaston täytäntöpantavaksi. Ulosottoviranomainen toteuttaa häädön ja velan perimän velalliselta.

Ulosottomies määrää ensin poismuuttopäivän, jolloin huoneistosta on muutettava. Häätöpäivä määrätään myös ja häätö toteutetaan, mikäli vuokralainen ei muuta huoneistosta itse pois.

Kun asia on ulosottoviranomaisen käsittelyssä, asiasta voidaan usein sopia, jos kyseessä on maksamattomat vuokrat. Tällöin vaatimuksena usein on, että kaikki velat ja syntyneet kustannukset maksetaan kokonaisuudessaan. Lisäksi vuokranantaja voi vaatia lisävuokutta, että sopimusta jatkettaisiin.

Vuokrasopimukseen ja vuokrolla asumiseen sovelletaan [lainin asuinhuoneiston vuokrauksesta](#).

The article includes an image of a digital display showing "16" followed by several question marks. On the left side, the navigation menu is the same as in the previous screenshot, but the "Muu velka" item is highlighted. The "Tykkäsi" button now shows 45 and the counter shows "01678". The date "Nähty 1.9.2011" is also visible.

9. sivu, pikaviipit:

§ TIEDÄTSÄ §

KULUTUSLUOTOT JA PIKAVIIPIT

Mikä on kulutusluotto
Kulutusluotto on luotto, joka on otettu kuluttamiseen. Kulutusluottotermiä alle lasketaan kaikki vakuudettomat ja vakuudelliset luotot, jotka on otettu kulutustarkoitukseen. Kulutusluotolla tarkoitetaan kerralla otettavaa rahalainaa, jolla on osittellisen lyhyt takaisinmaksuaika ja joka on tarkoitettu kulutushyödykkeiden tai palveluiden hankintaan rahoittamiseen. Kulutusluotot ovat lyhytaikaisia, kestoaltaan yleensä alle viisi vuotta ja ne ovat suuruudeltaan useimmiten jorjakin tuhansia euroja. Vuosikoro vaihtelee tyypillisesti 9 - 30 % välillä, mutta huomattavasti suurempikin korko on mahdollista. Merkittävin tekijä koron suuruuden määrittämiselle on lainantottajan kyky antaa luotolle vakuus, minkä takia vakuudellinen luotto tulee pääsääntöisesti halvemmaksi kuin vakuudeton.

Mikä on pikaviippi
Pikaviippi eli pienlaina on lyhytaikainen, vakuudeton kulutusluotto, jonka suuruus on tyypillisesti 50 - 3000 €. Pikaviipin hakeminen tapahtuu tekitviestillä tai luotonantajan verkkosivuston välityksellä. Pikaviipin takaisinmaksuaika on 14 - 90 vrk. Pikaviipin todellinen vuosikorko vaihtelee n. 100 - 1500 %:iin. Kulutusluotoissa vuosikorko on huomattavasti pienempi. Pikalainojen kokonaishinnat ja maksuaikavaihtoehdot vaihtelevat suuresti palveluntarjoajien välillä. Pikaviippejä myönnetään lähes kenelle tahansa luottokelpoiselle täysi-ikäiselle. Osa pikaviippitarjoajista on määrittänyt lainan myöntämiseen jonkin muun ikärajan, ainakin 19, 21 ja 24 vuoden ikärajoja on käytetty.

Esimerkkejä, Vuosikorot (vaihtelevat tarjoajittain):

Etusivu
Vuokrasopimus
Irtisanominen
Purkaminen
Luottotiedot
Vuokratästit
Muu velka
Hääätö
Kulutusluotot
Kysymyksiä
Muistilista
Kuvagalleria
Budjettilaskin
Palaute

TYKKÄÄ 42
01678
Helekuu 1.9.2011

10. sivu, kysymyksiä ja vastauksia

§ TIEDÄTSÄ §

KYSYMYKSIÄ JA VASTAUKSIA

Minulla oli hääätö 17.10.2011 maksamattomien vuokrien takia. Kannoin itse kaikki tavarot kämpästä ulos. Asunto vuokrattiin uudelleen 15.11.2011. Vuokranantajani laskutti minulta siivouskustannuksia ja vielä vuokraakin 18.10.-14.11. ajalta, onko se mahdollista? Vuokravakuus on jo käytetty vuokriin, joita pääsi kertymään aika paljon.

Koska hääätö on jouduttu toimittamaan maksamattomien vuokrien takia, vuokranantajalle syntyy vahingonkorvausoikeus (Ahlv 6:48) saamatta jäsenistä vuokratuloista. Kun asunto on jäänyt siivoamatta, vuokranantajalla on oikeus laskuttaa sinulta siivouskulut.

Olen hävitännyt yhden kotivaimeistari, mitä teen?

Asiointien kanssa kannattaa olla tarkkana. Ilmoita asiointien häviöistä vuokranantajalle mahdollisimman pian ja pyri sopimaan asiasta. Pahimmassa tapauksessa lukka joudutaan sijoittamaan uudelleen, kun muutut asunnosta pois. Pääsääntöisesti lukka sijoituskulut tulevat vuokralaisen maksettavaksi.

Olen muuttamassa pois asunnostani. Kissan on vähän raapinnut tapetteja, ei kai se haittaa?

Kissan raapimat tapetit eivät ole normaalia kulumista, joten olet siitä korvausvastuussa vuokranantajaan nähden. Vuokranantaja voi vähentää kulut vakuudesta tai lähe Hääätöä lisälaskua vahinkojen korjaamisesta aiheutuvista menoista. Tärkeintä olisi antaa korvausvastuunsi teitit a tikittäne vuokrananta ian kanssa.

Etusivu
Vuokrasopimus
Irtisanominen
Purkaminen
Luottotiedot
Vuokratästit
Muu velka
Hääätö
Kulutusluotot
Kysymyksiä
Muistilista
Kuvagalleria
Budjettilaskin
Palaute

TYKKÄÄ 42
01678
Helekuu 1.9.2011

11. sivu, muistilista

§ TIEDÄTSÄ §

ASUNNONVUOKRAAJAN MUISTILISTA

SISÄÄNMUUTTO

- Irtsano vanha asunfosi ojaissa.
- Muuttoilmoitus www.posti.fi/muuttoilmoitus.
- Sähköopimus
- Kotivakuutus
- Autoaikka
- Kelan asumistuki.
- Hanki palovaraitin.
- Ilmoita huoneistossa jo olevista puutteista ja vaurioista mahdollisimman pikaisesti vuokranantajalle tai tämän edustajalle. Kirjallinen huoneistotarkastus tässä vaiheessa on hyvä tehdä, ellei vuokranantaja ole sitä jo tehnyt.

ASUMISEN AIKANA

- Noudata lakia, taloyhtiön järjestysääntöjä ja toimintakäytäntöjä.
- Ilmoita huoneistossa sattuvista vahingoista ja laitteiden rikkoutumisista heti vuokranantajalle tai tämän edustajalle.

POISMUUTTO

- Toimita irtisanominen ojaissa vuokranantajalle.

Etusivu
Vuokrasopimus
Irtisanominen
Purkaminen
Luottotiedot
Vuokranästit
Muu velka
Häätö
Kulutusluotot
Kysymyksiä
Muistilista
Kuvagalleria
Budjettilaskin
Palaute

Tykkää 45
01678
Näytetty 1.9.2011

12. sivu, kuvagalleria

§ TIEDÄTSÄ §

KUVAGALLERIA

- [Vuokrakämppeä \(testikuvia\)](#) (6 kuvaa)

© Oikeudet kuvien korvaajalle

Etusivu
Vuokrasopimus
Irtisanominen
Purkaminen
Luottotiedot
Vuokranästit
Muu velka
Häätö
Kulutusluotot
Kysymyksiä
Muistilista
Kuvagalleria
Budjettilaskin
Palaute

Tykkää 45
01678
Näytetty 1.9.2011

13. sivu, budjettilaskin

TIEDÄTSÄ

BUDJETTILASKIN
Laske, paljonko kuukaudessa jää käteeriä Laske: tasoeuroilla (ei centtejä).

Palkkatulo	<input type="text"/>	Ruoka	<input type="text"/>	Lainanhoitokulut	<input type="text"/>
Eiäketulo	<input type="text"/>	Lastenhoito	<input type="text"/>	Lyhennykset	<input type="text"/>
Lapsilisa	<input type="text"/>	Opiskelu	<input type="text"/>	Osamaksut	<input type="text"/>
Opintotuki	<input type="text"/>	Vaatteet	<input type="text"/>	Pikavipit	<input type="text"/>
Luotot	<input type="text"/>	Terveystenhoito	<input type="text"/>	Muu luottokulu	<input type="text"/>
Muut tuotot	<input type="text"/>	Puhelin ja TV	<input type="text"/>	Sijottaminen	<input type="text"/>
		Internet	<input type="text"/>	Verot	<input type="text"/>
Vuokra	<input type="text"/>	Lehdet	<input type="text"/>		
Vastike	<input type="text"/>	Vakuutukset	<input type="text"/>	Auton vakuutus	<input type="text"/>
Lämmitys	<input type="text"/>	Eiatusmaksut	<input type="text"/>	Polttoaine	<input type="text"/>
Sähkö	<input type="text"/>	Vapaa-aika	<input type="text"/>	Auton verot	<input type="text"/>
Vesi	<input type="text"/>	Kulttuuri	<input type="text"/>	Muu autokulu	<input type="text"/>
Muu as.meno	<input type="text"/>	Muu talousmeno	<input type="text"/>	Muu matkakulu	<input type="text"/>

01678
Näytetty 1.9.2011

14. sivu, palautelomake

TIEDÄTSÄ

PALAUTELOMAKE
Tällä lomakkeella voit lähettää kysymyksiä, palautetta tai muita terveisiä.

Nimi *

Sähköposti*

Puhelin

Asia *