

Tyhjyyttä täyttämässä

Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

Hämynen Petra

Opinnäytetyö

Sosiaalialan koulutusohjelma
Sosionomi AMK

2026

Sosiaalialan koulutusohjelma
Sosionomi (AMK)

Tekijä	Petra Hämynen	Vuosi	2026
Ohjaaja(t)	Johanna Majala ja Sanna Juuso		
Toimeksiantaja	Ohjaamo Lempäälä		
Työn nimi	Tyhjyyttä täyttämässä Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi		
Sivumäärä	57 + 16		

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa haitallista ostokäyttäytymistä käsittelevä opas, jossa tarkastellaan shoppailuriippuvuutta ja impulsiivista ostokäyttäytymistä, niiden taustalla vaikuttavia tunteita sekä tarjotaan käytännön työkaluja tunteiden tunnistamiseen ja ostokäyttäytymisen hallintaan ja ehkäisyyn. Tavoitteena oli laatia selkeä ja käytännönläheinen opas nuorille aikuisille, joilla esiintyy impulsiivista ostokäyttäytymistä tai shoppailuriippuvuuteen viittaavia piirteitä, sekä tarjota sosiaalialan ammattilaisille asiakastyötä tukeva työväline.

Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena kehittämistyönä. Työn tietoperusta pohjautui shoppailuriippuvuutta, impulsiivista ostokäyttäytymistä, tunteita ja tunnesäätelyä käsittelevään ammatilliseen ja tutkittuun tietoon. Tietoperustassa tarkasteltiin haitallisen ostokäyttäytymisen ilmenemismuotoja, siihen vaikuttavia tunneperäisiä tekijöitä, digitaalisen kulutusympäristön vaikutuksia sekä ilmiön psyykkisiä, taloudellisia ja sosiaalisia seurauksia.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi opas, joka tarjoaa tietoa haitallisesta ostokäyttäytymisestä sekä konkreettisia harjoituksia tunteiden tunnistamisen, käsittelyn ja ostokäyttäytymisen hallinnan tueksi. Oppaan tavoitteena on lisätä käyttäjän ymmärrystä omasta toiminnastaan, vahvistaa itsetuntemusta ja tunnesäätelytaitoja sekä tukea muutosta kohti kestävämpää kulutuskäyttäytymistä. Opasta voidaan hyödyntää nuorten aikuisten itsenäisen työskentelyn välineenä sekä sosiaalialan ammattilaisten tukimateriaalina asiakasohjauksessa. Toimeksiantajaorganisaatio Lempäälän Ohjaamo voi hyödyntää opasta osana nuorten aikuisten hyvinvoinnin, elämänhallinnan ja taloudellisen toimintakyvyn tukemista.

Avainsanat	ostokäyttäytyminen, tunteet, itsesäätely (psykologia), shoppailu, ostaminen, nuoret, nuoret aikuiset, riippuvuus
Muita tietoja	Tähän työhön liittyy opas, joka on toimitettu toimeksiantajalle

Bachelor's degree in social services
Bachelor of Social Services

Author	Petra Hämynen	Year	2026
Supervisor(s)	Johanna Majala ja Sanna Juuso		
Commissioned by	Ohjaamo Lempäälä		
Title	Filling the Emptiness A Guide to Understanding Shopping Addiction and Problem Buying Behavior and Supporting Change		
Number of pages	57 + 16		

The purpose of this practice-based thesis was to develop a guide addressing problematic buying behavior, focusing on compulsive buying and impulsive buying, the emotions underlying these behaviors, and practical tools for emotional awareness, regulation, and the prevention of problematic buying patterns. The aim was to produce clear and practical guide for young adults who experience impulsive buying behavior or exhibit characteristics associated with compulsive buying, as well as to provide social services professionals with a supportive tool for client work.

The thesis was conducted as a practice-based development project. The theoretical framework was based on professional and research literature concerning compulsive buying, impulsive buying behavior, emotions, and emotional regulation. The framework examined the manifestations of problematic buying behavior, emotional factors influencing it, the impact of the digital consumption environment, and the psychological, financial, and social consequences of the phenomenon.

As a result of the thesis, a guide was produced that provides information on problematic buying behavior and includes concrete exercises to support emotional awareness, emotional processing, and the management of buying behavior. The aim of the guide is to increase users' understanding of their own behavior, strengthen self-awareness and emotional regulation skills, and support change toward more sustainable consumption habits. The guide can be used as a self-help tool for young adults, as well as support material for social services professionals in client guidance. The commissioning organization, Lempäälä Ohjaamo, can utilize the guide as part of its support for young adults' well-being, life management, and financial coping skills.

Keywords	buying behavior, emotions, self-regulation (psychology), shopping, purchasing, young people, young adults, addiction
Special remarks	This thesis includes a guide that has been delivered to the commissioning organization.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 HAITALLINEN OSTOKÄYTTÄYTYMINEN	7
2.1 Impulsiivinen ostokäyttäytyminen	7
2.2 Pakonomainen ostaminen ja shoppailuriippuvuus	8
2.3 Shoppailuriippuvuuden arviointi	10
2.4 Nuoret kuluttajat digitaalisessa ympäristössä	12
2.5 Haitallisen ostokäyttäytymisen seuraukset	14
2.6 Haitallisen ostokäyttäytymisen ehkäisy ja hoito	15
3 TUNTEET JA TUNNESÄÄTELY HAITALLISEN OSTOKÄYTTÄYTYMISEN TAUSTALLA	19
3.1 Tunteet ja niiden merkitys toiminnan ohjaajina	19
3.2 Tunnesäätelyn keinot	22
3.3 Tunteiden vaikutus haitalliseen ostokäyttäytymiseen	25
4 MENETELMÄLLINEN TOTEUTUS	28
4.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite	28
4.2 Toiminnallinen opinnäytetyö menetelmänä	30
4.3 Yhteistyökumppani: Ohjaamo Lempäälä	32
4.4 Aiheen ideointi ja suunnittelu	33
4.5 Opinnäytetyön toteutus ja viimeistely	35
5 TULOKSET	39
5.1 Oppaan tarkoitus ja tavoitteet	39
5.2 Oppaan sisältö ja rakenne	40
5.3 Oppaasta saatu palaute ja arviointi	43
6 POHDINTA	45
6.1 Tavoitteiden toteutuminen ja oppaan merkitys	45
6.2 Eettiset lähtökohdat ja luotettavuuden tarkastelu	46
6.3 Jatkokehittämisasiheet	48
6.4 Oman oppimisen arviointi	49
LÄHTEET	53
LIITTEET	58

1 JOHDANTO

Nyky-yhteiskunnassa ostaminen on helppoa erilaisten verkko-ostamismahdollisuuksien, joustavien maksutapojen, pikavippien ja muiden kulutusluottojen vuoksi. Sosiaalinen media altistaa jatkuvasti uusille tuotteille ja luo mielikuvia asioista, joita tulisi tarvita. Salon, Tahvosen ja Lassanderin mukaan (2025, 61–62,) talous- ja velkaneuvonnan asiakkaista 20–29-vuotiaiden nuorten aikuisten osuus on kasvanut merkittävästi vuosien 2020 ja 2023 välillä, lähes kaksinkertaistuen 4,46 prosentista 8,53 prosenttiin. Vaikeasti velkaantuneiden osuus kaikista velkaantuneista on kasvanut vuosien 2019 ja 2022 välillä, erityisesti 18–24-vuotiaiden keskuudessa. Vuonna 2019 perinnän kohteena olleista nuorista aikuisista 9 prosenttia oli vaikeasti velkaantuneita, kun taas vuonna 2022 osuus oli jo 22 prosenttia. (Intrum 2023.) Kulutusluotot muodostavat yli puolet kaikista veloista, mikä kertoo siitä, että kulutusluotoilla, pikavipeillä ja osamaksuilla on keskeinen rooli kotitalouksien velkaantumisessa (Salo, Tahvonen & Lassander 2025, 66–67). Nuorten aikuisten taloudelliset haasteet kuormittavat hyvinvointia, lisäävät stressiä ja voivat heijastua mielenterveyteen, opiskelu- ja työkykyyn sekä horjuttavat uskoa tulevaisuuteen (Mieli ry 2024).

Opinnäytetyöni aiheen valinta perustuu edellä kerrottuihin ajankohtaisiin havaintoihini kuluttamisen ja talousongelmien lisääntymisestä. Vuosina 2020–2023 talous- ja velkaneuvonnan asiakkaiden merkittävin velkaantumisen syy oli pienituloisuus, mutta samaan aikaan taloudenhallintaan ja kulutustottumuksiin liittyvät syyt ovat nousseet toiseksi merkittävämmäksi velkaantumisen syyksi. Näiden syiden osuus velkaantumisen taustalla kasvoi 12,3 prosentista 15,8 prosenttiin vuosien 2020 ja 2023 välillä. (Salo, Tahvonen & Lassander 2025, 63–64). Impulsiivinen ostaminen on yksi keskeinen tekijä nuorten ylivelkaantumisen taustalla (Tuominen ym. 2025, 101–102). Salon, Tahvosen ja Lassanderin (2025, 65) mukaan käyttäytymiseen liittyvien syiden lisääntyminen viittaavat siihen, että talousosaamisen parantamisella ja kulutuskäyttäytymiseen vaikuttamisella voidaan estää ylivelkaantumista. Cachón-Rodríguez, Blanco-González, Prado-Román ja Fernández-Portillo (2025, 352) toteavat tutkimuksessaan, että koulujen talousosaamisen koulutusohjelmissa voitaisiin opettaa nuoria tunnistamaan ja hallitsemaan tunnetilojaan sekä suunnittelemaan taloudellista käyttäytymistä ostotilanteissa.

Kulutuskäyttäytyminen on usein tunneperäistä, ja ostamisella voidaan pyrkiä säätelemään eri tunteita (Müller ym. 2021, 213). Tunnesäätelyn vaikeudet ovat keskeinen piirre pakonomaisessa ostokäyttäytymisessä ja se voi selittää haitallisen käyttäytymisen jatkuvuutta kielteisistä seurauksista huolimatta (Williams & Grisham 2011, 455). Nummenmaan (2019, 52–53) mukaan tietoisesti tuleminen omista tunteista auttaa säätelemään tunnereaktioita, kun voimme järjen avulla keksiä muita keinoja vastata tunteeseen. Tunteiden tunnistaminen ostokäyttäytymisen taustalla voi auttaa hallitsemaan haitallista käyttäytymistä ja mahdollistaa muutoksen.

Näistä lähtökohdista nousee tarve kehittää sosiaalialalle opas, joka käsittelee haitallisen ostokäyttäytymisen taustalla olevia tunteita ja tarjoaa keinoja niiden tunnistamiseen ja hallintaan. Sosiaalialan ammattilaiset kohtaavat työssään asiakkaita, joilla on taloushuolia, velkaantumista, haitallista kuluttamista ja tunne-elämän kuormitusta. Tunteiden vaikutuksen ymmärtäminen voi auttaa asiakasta hallitsemaan haitallista ostokäyttäytymistä ja näin ollen parantaa psyykkistä ja taloudellista hyvinvointia.

Tämä opinnäytetyö toteutetaan toiminnallisena kehittämistyönä. Opinnäytetyösäni tarkastelen, mitä haitallisella ostokäyttäytymisellä tarkoitetaan, millaiset tunteet ostokäyttäytymisen taustalla vaikuttavat ja miten tunteita voi oppia tunnistamaan. Lisäksi tuon esiin käytännön työkaluja tunnesäätelyyn ja haitallisen ostokäyttäytymisen hallintaan. Tarkastelen myös, minkälaisia seurauksia haitallisella ostokäyttäytymisellä voi olla yksilön taloudelle, hyvinvoinnille ja sosiaalisille suhteille. Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa käytännönläheinen opas sosiaalialalle, joka yhdistää tutkimustietoa selkeään, asiakastyötä tukevaan materiaaliin. Opinnäytetyön yhteistyökumppanina toimii Lempäälän Ohjaamo, jonka käyttöön opas tulee. Oppaan avulla voidaan pyrkiä edistämään haitallisesta ostokäyttäytymisestä kärsivien nuorten aikuisten psyykkistä hyvinvointia, vahvistamaan taloudellista toimintakykyä ja ehkäisemään ongelmallista kuluttamista ja sen seurauksia.

2 HAITALLINEN OSTOKÄYTTÄYTYMINEN

2.1 Impulsiivinen ostokäyttäytyminen

Tässä opinnäytetyössä pakonomaista ostamista ja shoppailuriippuvuutta tarkastellaan toisiaan vastaavina käsitteinä. Vaikka termejä käytetään kirjallisuudessa osin rinnakkain ja osin eri painotuksin, viitataan niillä tässä työssä samaan ilmiöön, jossa ostokäyttäytyminen muuttuu hallitsemattomaksi ja sillä on yksilölle haitallisia seurauksia. Näin ollen käsitteitä käytetään tässä yhteydessä synonyymeina selkeyden ja johdonmukaisuuden vuoksi.

Pakonomaista ja impulsiivista ostamista käsitellään usein rinnakkain, mutta ne ovat kaksi erilaista haitallisen ostokäyttäytymisen ilmenemisen muotoa (Darrat, Darrat & Amyx 2016, 104). Impulsiivisena ostokäyttäytymisenä pidetään äkillisen halun vallassa tehtyä ostosta, johon ei liity ennakoajastusta, suunnittelua eikä pidemmän aikavälin vaikutusten harkintaa (Nyrhinen ym. 2024, 1). Pakonomainen ostaminen kuvastaa jatkuvaa ostamisen tarvetta, kun taas impulsiivinen ostaminen kuvastaa hetkellistä halua ostaa (Darrat ym. 2016, 104).

Impulssiostaminen on huomattavasti yleisempää kuin pakonomainen ostaminen (Darrat ym. 2016, 104). Jokainen kuluttaja käyttäytyy näin ajoittain, eikä se ole automaattisesti haitallista (Uzarska, Czerwinski & Atroszko 2021, 3795). Impulssiostaminen on tavallisesti satunnaista, kun taas pakonomaiseen ostamiseen liittyy toistuva kontrollin menetys ja ostotilanteiden hallinnan vaikeus. Kontrollin menetys voi herättää kielteisiä tunteita ja levottomuutta. On esitetty, että pakonomainen ostaminen voi kehittyä impulssiostamisen toistuessa ja erityisesti silloin, kun ostamista käytetään tunteiden säätelyn keinona. (Darrat ym. 2016, 104–105, 107.)

Impulssiostamista voivat laukaista monet sisäiset ja ulkoiset tekijät. Sisäisiä laukaiveja tekijöitä ovat esimerkiksi persoonallisuuden piirteet, kuten elämyshakuisuus ja taipumus impulsiivisuuteen, sekä hedonistiset ja utilitaristiset ostomotiivit. Myös kuluttajan resurssit, kuten käytettävissä oleva ylimääräinen raha tai vapaa-aika, voivat lisätä impulssiostamisen todennäköisyyttä. Ulkoisia tekijöitä ovat markkinointiviestintä, tuotteiden hinnoittelu, mainonnan intensiteetti ja tuotteen

helppo saatavuus, jotka voivat kaikki toimia ärsykkeinä impulsiivisille ostopäätöksille. (Iyer, Blut, Xiao & Grewal 2019, 396–401.) Verkko- ja mobiiliostamisen vaihattomuus sekä ostotapahtumien automaattisuus ovat madaltaneet impulssios-tojen kynnyistä merkittävästi. Lisäksi kohdennettu verkkomarkkinointi ja brändien näkyvyys sosiaalisessa mediassa lisäävät kuluttajien altistumista ärsykeille, jotka voivat johtaa nopeisiin ja harkitsemattomiin ostopäätöksiin. (Nyrhinen ym. 2024, 6.)

Kun impulssi on herännyt, sitä on usein vaikea hallita (Darrat ym. 2016, 105). Kuluttajien heikentynyt kyky hallita impulssejaan tekee heistä alttiimpia esimerkiksi kohdennetun markkinoinnin vaikutuksille verkkoympäristössä. Nyrhinen ym. (2024, 6) tutkimuksessa todetaan, että heikko itsehillintä lisää impulsiivisen käyttäytymisen todennäköisyyttä. Henkilöillä, joilla on heikko itsehillintä, on vaikeuksia säädellä käyttäytymistään.

Impulssiostamista voidaan käyttää keinona lievittää negatiivisia tunteita ja saavuttaa emotionaalista tasapainoa, mutta pitkällä aikavälillä tämä voi olla haitallista (Cachón-Rodríguez ym. 2025, 351–353). Kuluttajat saattavat myös rationalisoida heräteostoksensa esimerkiksi lahjana itselleen tai palkintona kovasta työstä (Darrat ym. 2016, 107). Impulssiostamista ohjaa tyypillisesti halu saavuttaa välitön positiivinen tunne, mutta sen seuraukset ovat usein negatiivisia, kuten ahdistuneisuus, syyllisyys ja tyytymättömyys. (Darrat ym. 2016, 107; Cachón-Rodríguez ym. 2025, 351–352.)

2.2 Pakonomainen ostaminen ja shoppailuriippuvuus

Shoppailuriippuvuus tarkoittaa pakonomaista ja hallitsematonta tarvetta ostaa tavaroita tai elämyksiä, usein ilman todellista tarvetta ja huolimatta kielteisistä seurauksista (Lejoyeux & Weinstein 2013, 1412-1413; Müller ym. 2021, 213-215). Shoppailuriippuvuus on tunnistettu psykiatrisissa lähteissä jo yli 100 vuotta sitten. Müller ym. (2021, 209) mukaan Emil Kraepelin toi jo vuonna 1899 esiin käsitteen ”patologinen taipumus ostamiseen”, jonka hän sijoitti kleptomaniin ja keräilyhalun rinnalle. Myöhemmin Kraepelin nimesi ilmiön oniomaniaksi, joka tulee kreikan kielen sanoista onios ”myytävänä” ja mania ”hulluus”. Kraepelin piti

oniomaniiaa impulssikontrollin häiriönä, jolle on ominaista hallitsematon ostaminen ja rahankäyttö, maksujen jatkuva lykkääminen, velkojen kasaantuminen sekä kyvyttömyys irrottautua kognitiivisesti ostamisesta tai ymmärtää liiallisen ostamisen kielteisiä seurauksia.

1980–1990-luvuilla vakiintuivat uudet termit, kuten pakonomainen ostaminen (compulsive buying), patologinen ostaminen (pathological buying) ja shop-pailuriippuvuus (shopping addiction) (Thomas ym. 2024, 1). Kansainvälisessä ICD-11- tautiluokituksessa käytetään termiä ”compulsive buying-shopping disorder”, joka voidaan suomentaa ”pakonomainen ostaminen ja ostamisen häiriö”. Pakonomaista ostamista ei ole kuitenkaan määritelty omaksi diagnoosiksi, vaan se sisältyy kansainvälisessä tautiluokituksessa ICD-11-järjestelmässä luokkaan ”muu määritelty impulssikontrollin häiriö” (6C7Y) alle (World Health Organization 2025). Suomessa tällä hetkellä käytössä olevassa ICD-10-tautiluokituksessa pakonomaista ostamista ei mainita. ICD-11-tautiluokitus otetaan Suomessa käyttöön 1.6.2028 alkaen (Terveystieteiden tutkimuskeskus 2026). Pakonomaista ostokäyttäytymistä arvioidaan olevan noin 5% väestöstä (Lejoyeux & Weinstein 2013, 1414; Thomas ym. 2024, 1).

Pakonomaiselle ostamiselle on ominaista voimakkaat ajatukset ja pakonomainen tarve ostaa, heikentynyt kontrolli ostokäyttäytymisen suhteen, kulutustavaroiden käyttämättömyys tai väärinkäyttö, ostaminen keinona säädellä tunteita, ostamisen jatkaminen negatiivisista seurauksista huolimatta sekä negatiivisten tunteiden ja ajatteluun liittyvien vaikeuksien kokeminen, kun ostamista vähennetään tai lopetetaan (Thomas ym. 2024, 1). Pakonomaisena ostamisena ja ostamisen häiriönä pidetään myös toimintaa, jossa etsitään ostettavaa ilman, että ostamista välttämättä tapahtuu. Tällaista on esimerkiksi näyteikkunoiden katselu, verkkokauppojen selaaminen tai tilanteet, joissa taloudelliset haasteet estävät ostamisen. Verkkokaupan kasvun myötä esimerkiksi tuotteisiin liittyvän tiedon toistuva ja aikaa vievä etsiminen tai samanaikainen selailu useilla verkkokauppasivustoilla on muodostunut merkittäväksi ongelmaksi monille tästä häiriöstä kärsiville henkilöille. (Müller, Mitchell & Zwaan 2015, 132; Müller, Brand, Mitchell & Zwaan 2020, 212; Müller ym. 2021, 209.) Pakonomaisessa ostokäyttäytymisessä ostosten tekeminen ei liity todellisiin tarpeisiin, vaan siitä tulee keino tuottaa mielihyvää, lievittää epämukavia tunteita tai tuoda vaihtelua arkeen. Ihmiset

voivat hakea ostosten kautta esimerkiksi elämyksiä, piristystä tai hyväksyntää. Taustalla voi olla myös halu parantaa omaa statustaan muiden silmissä. (Lejoyeux & Weinstein 2013, 1412-1417.)

Jo useiden vuosien ajan on käyty keskustelua siitä tulisiko pakonomainen ja liiallinen ostaminen ymmärtää impulssikontrollihäiriönä, pakko-oireisena häiriönä vai riippuvuushäiriönä (Hollander & Allen 2006; Müller ym. 2019; Müller ym. 2026; Andreassen ym. 2015). Andreassen (2014, 5–6) tarkastelee shoppailuriippuvuutta käyttäytymisriippuvuuden näkökulmasta. Hän kuvaa ilmiötä tilana, jossa henkilö on voimakkaasti kiinnostunut ja huolestunut shoppailusta, toimii hallitsemattoman ostamistarpeen ohjaamana ja käyttää siihen niin paljon aikaa ja resursseja, että se alkaa haitata muita keskeisiä elämänalueita. Useat tutkijat jakavat tämän näkemyksen, sillä tutkimusnäyttö osoittaa, että ongelmallisesti shoppailevat henkilöt raportoivat riippuvuudelle tyypillisiä oireita, kuten himoa, vieroitusoireita, kontrollin menetystä ja toleranssia (Lejoyeux & Weinstein 2013, 1414–1417; Andreassen ym. 2015).

2.3 Shoppailuriippuvuuden arviointi

Shoppailuriippuvuuden arviointia on lähestytty sekä mittaripohjaisesti että diagnostisten kriteerien kehittämisen kautta. Tutkijat alkoivat kehittämään seulontavälineitä shoppailuriippuvuuden tunnistamiseksi 1980-luvulla (Andreassen 2014, 12). Arviointimenetelmät ovat keskeinen osa ilmiön tunnistamista ja ymmärtämistä, sillä niiden avulla voidaan tarkastella ostokäyttäytymisen ongelmallisuutta sekä sen vaikutuksia yksilön hyvinvointiin. Mittarit ja kriteerit tukevat sekä tutkimusta että käytännön asiakastyötä haitallisen ostokäyttäytymisen tunnistamisessa.

Bergen Shopping Addiction Scale (BSAS) on vuonna 2015 kehitetty lyhyt seulontamittari shoppailuriippuvuuden arviointiin. BSAS on ensimmäinen mittari, joka jäsentää shoppailuriippuvuuden selkeästi käyttäytymisriippuvuuden näkökulmasta. Se perustuu riippuvuusteoreettiseen viitekehykseen ja mittaa seitsemää riippuvuuden keskeistä osa-aluetta: keskeisyys, mielialan säätely, konflikti, sietokyky, vieroitusoireet, retkahdus ja haitalliset seuraukset. Väittämät kuvaavat

shoppailun eri osa-alueita ja niihin vastataan viisiportaisella asteikolla. Korkeamat pisteet viittaavat voimakkaampaan shoppailuriippuvuuteen. Mittari on suunniteltu soveltuvaksi sekä verkossa, että kivijalkaliikkeissä tapahtuvan ostamisen arviointiin. (Andreassen ym. 2015.) Seitsemän kriteeriä ja esimerkkiväittämää ovat:

1. Keskeisyys (Salience) – Shoppailu hallitsee ajatuksia ja arkea. Esim. “Ajattelen ostoksia / tavaroiden ostamista koko ajan.”
2. Mielialan säätely (Mood modification) – Shoppailu parantaa oloa tai lievittää negatiivisia tunteita. Esim. “Ostan asioita muuttaakseni mielialaani.”
3. Konfliktit (Conflict) – Shoppailu aiheuttaa ongelmia itselle tai muille. Esim. “Ostan niin paljon, että se vaikuttaa kielteisesti päivittäisiin velvollisuuksiini (esim. kouluun ja työhön).”
4. Sietokyky (Tolerance) – Tarve ostaa enemmän tai useammin saadaksesen saman hyvänolon tunteen kuin ennen. Esim. “Koen, että minun täytyy ostaa yhä enemmän saadakseni saman tyydytyksen tunteen kuin ennen.”
5. Vieroitusoireet (Withdrawal) – Negatiiviset tunteet tai ahdistus, kun ei pysty shoppailla. Esim. “Minusta tuntuu pahalta, jos jostain syystä en voi tehdä ostoksia.”
6. Retkahdus (Relapse) – Shoppailun hallinnan menettäminen ja paluu vanhoihin tapoihin. Esim. “Olen päättänyt ostaa vähemmän, mutta en ole pystynyt siihen.”
7. Haitalliset seuraukset (Problems) – Shoppailu johtaa käytännön ongelmiin, esim. taloudellisiin tai sosiaalisiin. Esim. “Ostan niin paljon, että se on heikentänyt hyvinvointiani.” (Andreassen ym. 2015, 4–7.)

Müller ym. (2021, 217) ovat ehdottaneet Delphi-menetelmään perustuen diagnostisia kriteereitä pakonomaiselle ostamiselle ja ostamisen häiriölle. Delphi-menetelmä on asiantuntijapaneeliin perustuva tutkimusmenetelmä, jossa näkemyksiä kerätään ja täsmennetään useiden kierrosten avulla konsensuksen saavuttamiseksi. Asiantuntijat olivat yksimielisiä siitä, että seuraavat tekijät pitäisi sisällyttää diagnostiikan kriteereihin: (a) tungettelevat ja/tai vastustamattomat halut, impulssit, pakonomaiset tarpeet tai ostamiseen liittyvät voimakkaat mielihalut; (b) heikentynyt kyky hallita ostamista tai shoppailua; (c) liiallinen ostaminen ilman että hankittuja tuotteita käytetään niiden varsinaisiin tarkoituksiin; (d) ostamisen käyttäminen sisäisten tunnetilojen säätelyn keinona; (e) ostamisesta aiheutuvat

kielteiset seuraukset ja tärkeiden elämänalueiden heikentyminen; (f) emotionaaliset ja kognitiiviset oireet silloin, kun liiallinen ostaminen keskeytetään; (g) haitallisen ostokäyttäytymisen jatkuminen tai voimistuminen kielteisistä seurauksista huolimatta. (Müller ym. 2021, 216–219.)

Andreassen ym. (2015) ja Müller ym. (2021) esittämät pakonomaisen ostamisen diagnostiset kriteerit tarkastelevat samaa ilmiötä hieman eri näkökulmista. BSAS on käyttäytymisriippuvuuden teoreettiseen malliin perustuva seulontamittari, joka arvioi riippuvuuden keskeisiä osa-alueita, kuten keskeisyyttä, tunnesäätelyä, hallinnan menetystä ja haitallisia seurauksia. Müller ym. (2021) puolestaan ehdottavat kliinisempiä kriteerejä, joissa korostuvat voimakkaat ostohalut, heikentynyt kontrolli, ostosten hyödyttömyys suhteessa käyttötarkoitukseen sekä toiminnan merkittävä haitta elämässä. Molemmat lähestymistavat sisältävät samoja riippuvuuden elementtejä, kuten tunnesäätelyn ja käyttäytymisen jatkumisen haitoista huolimatta, mutta BSAS toimii ensisijaisesti seulontavälineenä, kun taas Müller ym. (2021) pyrkivät luomaan perustan mahdolliselle viralliselle diagnoosille.

2.4 Nuoret kuluttajat digitaalisessa ympäristössä

Sosiaalinen media on kiinteä osa nuorten arkea. Suomalaisista 16–24-vuotiaista nuorista jopa 94 % käyttää sosiaalista mediaa päivittäin tai lähes päivittäin (Tilastokeskus 2025). Yhdysvalloissa tehdyn selvityksen mukaan sosiaalinen media vaikuttaa merkittävästi nuorten kuluttajakäyttäytymiseen ja voi lisätä kokemusta paineesta ostaa tuotteita. Sosiaalisen median vaikutus ostamiseen on voimakkaampaa nuoremmassa kuin vanhemmissa ikäryhmissä. (Statista 2024a; Statista 2024b.) Vuonna 2025 suomalaisista 16–24-vuotiaista 70 % ja 25–34-vuotiaista 78 % on ostanut jotakin internetistä viimeisen 3 kuukauden aikana (Tilastokeskus 2025).

Somevaikuttajien seuraamisella on vahva yhteys materialistisiin asenteisiin. Vaikuttajien ja julkisuudenhenkilöiden jakamat kuvat luksuselämästään vaikuttavat nuorten maailmankuvan muodostumiseen ja käsitykseen rahasta ja luksuksesta hyvän elämän osana. Myös nuorien nuorten itse jakama sisältö sosiaalisessa

mediassa luo vertaispainetta. (Wilska, Rantala & Tuominen 2020, 13.) Sosiaalinen media lisää vertaisten vaikutusta ja korostaa sosiaalisten normien merkitystä nuorten käyttäytymisessä (Savolainen ym. 2021, 5–6).

Nuorten virikearvot eli halu tavoitella jännitystä, seikkailuja ja riskejä ovat yhteydessä heidän koettuun elämäntyytyväisyyteensä ja talousongelmiin. Virikearvot lisäävät suoraan elämäntyytyväisyyttä, mutta epäsuorasti heikentävät sitä impulsiivisen ostamisen ja talousongelmien kautta. Virikearvot lisäävät impulsiivista kulutusta, joka puolestaan altistaa taloudellisille vaikeuksille ja heikentää hyvinvointia. Yksilöt eroavat siinä, kuinka paljon virikkeitä he kokevat tarvitsevansa, mikä heijastuu suoraan heidän kulutuskäyttäytymiseensä. (Tuominen, Nyrhinen, Rantala & Wilska 2025, 101–102.) Digitaaliset ympäristöt tarjoavat nuorille helpon tavan etsiä virikkeitä nopeiden ostosten kautta, mikä voi lisätä hetkellisesti hyvinvointia, mutta samalla kasvattaa riskejä velkaantumiseen.

Intrumin (2025, 20) selvityksen mukaan Suomessa vuonna 2024 60 % Z-sukupolven, eli noin vuosina 1997–2012 syntyneistä vastaajista, kertoi tehneestä heresteostoksia nähtyään tuotteen/palvelun mainoksia sosiaalisessa mediassa. Vuoteen 2025 tämä luku oli jo puolittunut, mikä voi kertoa siitä, että nuoremmista kuluttajista on tullut tietoisempia sosiaalisen median vaikutuksista. Noin neljännes Z-sukupolven vastaajista kertoi velkaantuneensa tavoitellessaan sosiaalisessa mediassa ihannoimaansa elämäntapaa, ja jopa 60 prosenttia kertoo velkaantumisen vaikuttaneen haitallisesti mielenterveyteensä. (Intrum 2025, 20–21.)

Nyky-yhteiskunnassa ostaminen on entistä helpompaa verkko-ostamisen, monipuolisten maksutapojen ja kulutusluottojen vuoksi. Viime vuosina nuorten aikuisten maksuvaikeudet ja velkakierteet ovat lisääntyneet merkittävästi (Salonen & Lassander 2025, 54, 66), mikä on hyvin huolestuttavaa. Tuomisen ym. (2025, 101–102) tutkimus osoittaa impulsiivisen ostamisen olevan yksi keskeinen selittävä tekijä nuorten ylivelkaantumisessa. Taloudelliset haasteet heijastuvat laajasti nuorten hyvinvointiin, lisäävät stressiä ja voivat vaikuttaa mielenterveyteen, opiskelu- ja työkykyyn sekä tulevaisuudenuskoon (Mieli ry 2024).

Ostoriippuvuus alkaa tyypillisesti myöhäisessä nuoruudessa tai varhaisessa aikuisuudessa ja vähenee iän myötä (Andreassen ym. 2015, 8; Black, Shaw & Allen 2016, 101). Nuoret aikuiset ovat alttiita omaksumaan haitallisia kulutustottumuksia, kuten impulsiivista ja liiallista kuluttamista, mikä voi pitkällä aikavälillä kuormittaa sekä taloutta että hyvinvointia (Tuominen ym. 2025, 101). Nuoremmat kuluttajat tekevät impulssiostoksia vanhempia todennäköisemmin, sillä vanhemmat ikäryhmät kykenevät yleensä parempaan itsehillintään (Iyer ym. 2019, 386). Näin ollen nuoret ovat selvästi riskialttein ryhmä ajautumaan taloudellisiin vaikeuksiin.

Cachón-Rodríguez ym. (2025, 353) ovat esittäneet, että koska nuoret kuluttajat ovat erityisen alttiita pakonomaiselle ja impulsiiviselle ostamiselle, voitaisiin kouluissa ja korkeakouluissa edistää talouskasvatusohjelmia, jotka tukevat tunnetaitojen ja taloudenhallinnan kehittämistä. Nyrhinen ym. (2024, 7) esittävät, että nuorille tulisi opettaa itsehillintätaitoja ja digitaalista lukutaitoa, sillä matala itsehillintä lisää impulssiostamista erityisesti verkkoympäristöissä käytettyjen markkinoinnin vaikuttamiskeinojen seurauksena. Näin ollen nuorten kulutuskäyttäytymisen tukeminen edellyttää sekä taloudellisten että psykologisten taitojen samanaikaista vahvistamista.

2.5 Haitallisen ostokäyttäytymisen seuraukset

Haitallinen ostokäyttäytyminen voi aiheuttaa vakavia psyykkisiä, taloudellisia ja ihmissuhteisiin liittyviä ongelmia (Darrat ym. 2016, 108; Müller ym. 2021, 215). Ostaminen voi muodostua keinoksi paeta erilaisia tunteita, stressiä tai yksinäisyyttä (Black ym. 2016, 99; Darrat ym. 2016, 107; Cassidy & Adair 2021, 34). Ostaminen voi tuottaa hetkellistä mielihyvää ja jännitystä, mutta pitkäaikaiset seuraukset ovat usein negatiivisia, kuten syyllisyys, ahdistuneisuus ja masennus (Williams & Grisham 2011, 455; Darrat ym. 2016, 107–108; Cachón-Rodríguez ym. 2025, 350–353). Tämä käynnistää negatiivisen noidankehän, kun esimerkiksi ahdistusta yritetään paeta ostelemalla ja hakea sen kautta mielihyvää, mutta lyhytaikaisen vaikutuksen takia, ahdistus palaa nopeasti takaisin (Williams & Grisham 2011, 455; Cachón-Rodríguez ym. 2025, 350–353). Haitallisesta osto-

käyttäytymisestä voi seurata kliinisesti merkittävä psyykkinen kuormitus sekä negatiiviset tunteet, kuten häpeä, syyllisyys, nolostuminen ja katumus (Müller ym. 2021, 215–217).

Pakonomaisesta ostamisesta alkaa muodostua ongelma, kun ostaminen muuttuu hallitsemattomaksi ja sillä on negatiivisia seurauksia, kuten tavaroita hankitaan yli omien varojen tai ilman todellista tarvetta, ja ostamisen aiheuttama mielihyvä hiipuu nopeasti. Tällöin ostamisesta itsestään tulee tärkeämpää kuin hankituista tavaroista, ja ostelemisen tuottama jännitys alkaa ohjata arkea. (Lejoyeux & Weinstein 2013, 1412-1415; Müller, Mitchell & de Zwaan 2015, 132.) Pakonomainen ostokäyttäytyminen vaikuttaa tärkeisiin elämänalueisiin, kuten arjen toimintoihin, harrastuksiin ja päivittäisiin velvollisuuksiin. Lisäksi on havaittu, että pakonomainen ostaminen voi heikentää työelämän toimintakykyä ja vaarantaa uramahdollisuuksia. (Müller ym. 2021, 215.)

Haitallinen ostokäyttäytyminen voi johtaa taloudellisiin ongelmiin, kuten velkaantumiseen ja jopa konkurssiin (Lejoyeux & Weinstein 2013, 1415-1417; Müller ym. 2021, 215). Liiallinen luoton käyttö, merkittävät velat sekä joissakin tapauksissa taloudellinen epärehellisyys, kuten varkaus, kavallus tai petos, voivat aiheuttaa vakavia taloudellisia ja oikeudellisia seurauksia sekä yksilölle että hänen läheisilleen. Taloudellisten haittojen todellinen laajuus tulee usein esiin vasta myöhäisessä vaiheessa, kun velkaantuminen ja maksuhäiriöt ovat edenneet pitkälle ja tilanteen korjaaminen edellyttää merkittäviä muutoksia elämäntavoissa. (Andreassen 2014, 6, 20.) Käyttäytymiseen voi liittyä ostamisen salaamista, kuten valehtelua ostamisesta tai ostettujen tavaroiden piilottamista (Müller ym. 2021, 215). Haitallinen ostokäyttäytyminen voi johtaa perheristiriitoihin ja jopa parisuhteen tai perheen hajoamiseen (Lejoyeux & Weinstein 2013, 1414; Müller 2021, 215).

2.6 Haitallisen ostokäyttäytymisen ehkäisy ja hoito

Ensimmäinen askel toipumisessa on riippuvuuden tiedostaminen ja sen olemassaolon hyväksyminen. Sitä kautta ihminen alkaa ymmärtämään ja kuuntelemaan addiktivista toimintalogiikkaa. (Nakken 1988,1996, 54.) Pakonomainen ostami-

nen sisältää kaikki addiktiivisen käyttäytymisen elementit ja se voi kehittyä ongelmaksi, joka vaatii interventiota (Cassidy & Adair 2021, 29). Shoppailuriippuvuuden hoidosta löytyy toistaiseksi vielä suhteellisen vähän tutkimuksia, mutta on todettu, että yksilö- ja ryhmäpsykoterapia, kognitiivinen käyttäytymisterapia sekä 12- askeleen ohjelmat voivat olla hyödyllisiä ostoriippuvuuden hoidossa (Black 2001, 26; Lejoyeux & Weinstein 2013, 1420–1423). Kognitiivinen käyttäytymisterapia on yleinen ja tehokas hoitomuoto shoppailuriippuvuuden hoidossa, koska se auttaa muuttamaan ajattelua, katkaisemaan haitallista ostokäyttäytymistä ja kehittämään terveempiä tapoja toimia (Müller, Mitchell & Zwaan 2015, 134; Lejoyeux & Weinstein 2013, 1420–1422).

Kuluttajien itsehillintä ja mieliala vaikuttavat keskeisesti impulsiiviseen ostamiseen liittyviin tunne- ja ajatteluprosesseihin. Näiden tekijöiden ja niiden välisten yhteyksien ymmärtäminen auttaa hahmottamaan, mitkä asiat altistavat impulsiiviselle ostamiselle ja toisaalta, mitkä tukevat impulssien hallintaa ja vastustamista. (Iyer ym. 2019, 399–401.) Toimintapäiväkirjoja käytetään usein riippuvuus-käyttäytymistä laukaisevien tekijöiden tunnistamiseen sekä haitalliseen toimintaan käytetyn ajan seuraamiseen. Tämä lähestymistapa lisää tietoisuutta omasta riippuvuudesta ja luo pohjaa itsesäätelytaitojen kehittymiselle. Päätöksentekoa tarkastellaan hyötyjen ja haittojen arvioinnin kautta, mikä auttaa tunnistamaan tilanteita, joissa retkahduksen riski on suuri. Lisäksi yksilöä ohjataan löytämään uusia, toimivampia toimintatapoja, jotka tuottavat mielihyvää ja auttavat lievittämään jännitystä. (Król & Goldman 2024, 179.) Pakonomaiseen ostamiseen taipuvaisten kuluttajien tulisi välttää houkuttelevia ostotilanteita, kuten verkkokauppojen selaamista ilman todellista tarvetta, erityisesti silloin kun he kokevat stressiä ja alakuloa (Darrat ym. 2016, 108).

Pakonomaisesta ostamisesta kärsivät henkilöt raportoivat heikompaan tunteiden tunnistamista ja ymmärtämistä. Mindfulness-strategiat voivat lisätä tietoisuutta omista tunteista ja auttaa tunnistamaan sellaisia tunnetiloja ja tilanteita, jotka altistavat ostokäyttäytymiselle. Kun yksilö oppii tunnistamaan nämä paremmin, hänen on helpompi käyttää toimivampia ja hyvinvointia tukevia keinoja tunteiden käsittelyyn. Mindfulness-harjoittelu voi parantaa tarkkaavaisuutta ja auttaa yksi-

löö “maadoittumaan” nykyhetkeen, jolloin hoidossa opittuja kognitiivisia strategioita on helpompi ottaa käyttöön arjen tilanteissa. (Williams & Grisham 2011, 455–456.)

Keskeinen osa shoppailuriippuvuuden hoidossa on sen taustalla olevien mekanismien syvälinen ymmärtäminen. On myös tärkeää tunnistaa mahdolliset samanaikaiset häiriöt, sillä ne vaikeuttavat usein hoitoa. (Król & Goldman 2024, 179) Taustalla voi olla mielenterveyden haasteita, ahdistuneisuushäiriötä, persoonallisuushäiriötä, päihdeongelmaa, syömishäiriötä tai ADHD-oireita (Black 2001, 21–23; Black ym. 2012, 584–586; Lejoyeux & Weinstein 2013, 1420–1421). Lääkehoidosta voi myös olla apua shoppailuriippuvuuden hoidossa, varsinkin jos mukana on masennusta. Masennuksen onnistunut hoito on vähentänyt pakonomaisen ostamisen esiintymistä (Lejoyeux & Weinstein 2013, 1422–1423).

Jos shoppailuriippuvuuteen liittyy talous- ja velkaongelmia voi niihin hakea apua esimerkiksi Takuusäätiöltä tai oikeuspalveluviraston talous- ja velkaneuvonnasta. Molemmat tarjoavat maksutonta matalan kynnyksen palvelua, jossa pääsee keskustelemaan raha-asioista. Takuusäätiö auttaa erityisesti velkaongelmissa tarjoamalla neuvontaa, takausta järjestelylainoihin sekä apua talouden hallinnan suunnitteluun. Talous- ja velkaneuvonta puolestaan tarjoavat ohjausta arjen raha-asioihin, kuten budjetointiin, velkatilanteen selvittämiseen ja taloudellisten vaihtoehtojen kartoittamiseen. Molempien palveluiden tavoitteena on vahvistaa asiakkaan taloudellista toimintakykyä ja ehkäistä velkaantumisen syvenemistä. Palveluiden nettisivuilta löytyy myös aiheeseen liittyviä verkkokursseja ja työkaluja, jotka tarjoavat tietoa ja antavat työkaluja talouden hallintaan. (Takuusäätiö 2026; Oikeuspalveluvirasto 2026.)

Shoppailuriippuvuuteen liittyy usein häpeää, minkä vuoksi ongelmaa saatetaan salata (Müller, Mitchell & Zwaan 2015, 132). Sosiaalialan ammattilaisella on keskeinen rooli haitallisesta ostokäyttäytymisestä kärsivän ihmisen kohtaamisessa. Ammattilaisen tehtävänä on luoda turvallinen, luottamuksellinen ja tuomitsematon vuorovaikutussuhde (Helminen 2022, 34–35). Kohtaamisen avulla voidaan tunnistaa käyttäytymisen taustalla olevia tekijöitä, kuten tunnesäätelyn vaikeuksia tai kuormittavia elämäntilanteita, sekä tukea asiakkaan voimavarojen vahvis-

tumista. Sosiaalialan ammattihenkilön eettisten ohjeiden (2022, 7) mukaisesti arvostava ja kunnioittava kohtaaminen on sosiaalialan eettisten periaatteiden ytimessä. Lisäksi ammattilainen ohjaa asiakasta tarkoituksenmukaisen tuen piiriin ja edistää muutosta yhdessä asiakkaan kanssa. Ohjaamo on tässä tärkeässä roolissa alle 30-vuotiaiden nuorten kohtaamisessa, nuorten elämänhallinnan edistämässä ja oikeaan palveluun ohjaamisessa (KEHA-keskus 2025).

3 TUNTEET JA TUNNESÄÄTELY HAITALLISEN OSTOKÄYTTÄYMISEN TAUSTALLA

3.1 Tunteet ja niiden merkitys toiminnan ohjaajina

Tunteet ovat jatkuvasti läsnä ihmisen elämässä, ja ne vaikuttavat siihen, miten ihminen toimii erilaisissa tilanteissa sekä miten hän havainnoi ja tulkitsee ympäristöään (Nummenmaa 2010, 11). Ihmisen tunteet, ajatukset ja toiminta ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa keskenään, ja ne vaikuttavat toinen toisiinsa. Ulkoiset tapahtumat ja niistä tehdyt tulkinnat saavat ihmisessä aikaan reaktion, joita kutsutaan tunteiksi. Tunteilla on keskeinen merkitys, sillä ne välittävät tietoa yksilön tarpeista ja arvoista (Myllyviita 2016, 19, 45, 91). Tunteet ovat motivaation lähde ja valmistavat ihmistä toimimaan (Sadeniemi ym. 2019,122).

Perustunteina pidetään mielihyvää, pelkoa, vihaa, inhoa, surua ja hämmästyttä. Kaikilla perustunteilla on selkeästi rajattu tarkoituksensa toiminnan ohjauksessa. Vaikka esimerkiksi inho ja suru tuntuvat pahalta niillä on tärkeä viesti, että kaikki ei ole nyt kunnossa ja asialle täytyy tehdä jotakin. Ongelma tulee silloin, jos emme kykene tunnistamaan tai poistamaan esimerkiksi surun aiheuttajaa. Silloin tunne-reaktio pitkittyy ja alkaa kuormittaa mieltä, että kehoa. Tämän vuoksi kyky tunnistaa omia tunteita ja niiden aiheuttajia sekä vaikuttaa niihin on tärkeää. (Nummenmaa 2010, 33–34.)

Tunteet syntyvät usein nopeasti ja automaattisesti. Tunteet antavat nopeasti tietoa hyvinvoinnin kannalta merkityksellisistä tapahtumista ja varmistavat, että ihminen reagoi näihin tapahtumiin automaattisesti. (Nummenmaa 2010, 30.) Automaattiset tunne-reaktiot ovat lajikehityksen myötä muovautuneita selviytymismekanismeja, jotka auttavat ihmistä reagoimaan nopeasti ympäristön uhkiin ja mahdollisuuksiin ilman tietoista harkintaa. Esimerkiksi pelko auttaa toimimaan uhkaavissa tilanteissa ja inho auttaa välttämään pilaantunutta ruokaa. (Nummenmaa 2010, 16–17.) Miellyttävät tunteet ohjaavat meitä kohti asioita, kun taas epämiellyttävät tunteet poispäin niistä (Myllyviita 2016, 107).

Tunteet eivät kuitenkaan ole pelkästään automaattisia reaktioita, vaan niitä voidaan myös tunnistaa, tulkita ja säädellä tietoisien toiminnan avulla. Tietoisiksi

tuleminen tunteesta, auttaa yksilöä etsimään erilaisia vaihtoehtoja reagoida tunteen herättäneeseen tapahtumaan. Keholliset tuntemukset ovat tärkeä osa tunteiden tunnistamista, sillä usein ihminen havaitsee tunteen ensin kehossaan ennen kuin osaa nimetä sen. Näin ollen kehon reaktioiden havainnointi tukee tunteiden ymmärtämistä ja säätelyä. (Nummenmaa 2010, 18–19; Myllyviita 2016, 45.)

Jokainen joutuu joskus kokemaan epämiellyttäviä tunteita ja osa tunteista on miellyttävämpiä kokea kuin toiset. Tunteiden miellyttävyys liittyy sen aiheuttamiin kehollisiin reaktioihin. Epämiellyttävinä tunteita pidetään vihaa, syyllisyyttä, häpeää, pelkoa, surua, hämmennystä ja ahdistusta, niiden aiheuttamien fyysisten reaktioiden vuoksi. Epämiellyttävät tunteet ovat kuitenkin tarkoituksen mukaisia, sillä ne ohjaavat meitä oikeaan suuntaan. (Myllyviita 2016, 13, 25.)

Tunteet näkyvät ja tuntuvat kehossa monin eri tavoin, sillä ne aktivoivat elimistön fysiologisia reaktioita. Tunteet voivat ilmetä esimerkiksi sydämen sykkeen muutoksina, hengityksen kiihtymisenä tai hidastumisena sekä lihasjännityksenä. Lisäksi tunteet voivat aiheuttaa hikoilua, vapinaa, kehon lämpötilan muutoksia sekä erilaisia tuntemuksia vatsan alueella, kuten jännitystä tai pahoinvointia. Esimerkiksi pelko valmistaa kehoa toimimaan nopeasti uhkaavassa tilanteessa, mikä voi näkyä sykkeen nousuna ja lihasten jännittymisenä. Suru puolestaan voi ilmetä kehossa raskauden tunteena ja energian laskuna, kun taas ilo voi tuntua keveytenä ja rentoutena. (Sadeniemi ym. 2019, 127–136.)

Ahdistus on yksi tunteista, joka ilmenee usein voimakkaasti sekä kehollisesti että toiminnallisesti. Ahdistuksen kokeminen vaihtelee yksilöllisesti, mutta siihen liittyy tyypillisesti fysiologisia muutoksia, kuten sydämen sykkeen tihentymistä, verenpaineen kohoamista, hengityksen kiihtymistä ja lisääntyneitä hikoilua. Lisäksi ahdistus voi tuntua kehossa esimerkiksi sydämentykytyksenä, vatsanväärteinä, jalkojen heikotuksena tai käsien vapinana. Ahdistukseen liittyy myös toiminnallisia ja psyykkisiä reaktioita, kuten halu paeta tilanteesta tai keskeyttää meneillään oleva toiminta sekä levoton liikehdintä tai puheen nopeutuminen (Harris 2007, 126.)

Tunteet viriävät nopeasti ja niiden kesto on tyypillisesti lyhyt, joten ne vaikuttavat vain hetkellisesti toimintaamme. Jokaisella tunteella on kuitenkin tehtävänsä ja

jokaisen tunteen viesti tulisi ottaa vastaan ja huomioida. Jos tunteen lähettämää viestiä ei huomioi, se muuttuu voimakkaammaksi ja vaikeammaksi hallita. Mieliala virittää tuntemaan herkemmin tietynlaisia tunteita, kuten esimerkiksi masennus virittää tuntemaan todennäköisemmin kielteisiä tunteita. Kun ihminen ahdistuu, pelkää, tuntee häpeää, syyllisyyttä tai halua vetäytyä, tulisi hänen pysähtyä toimintansa äärelle ja pohtia mistä tämä tunne kumpuaa ja mitä sille voisi tehdä. (Myllyviita 2016, 32-33, 106.)

Myllyviidan (2016, 13) mukaan mikä tahansa tunne voi muuttua negatiiviseksi, jos se jatkuu tarpeeksi pitkään. Tunteen jumittuminen johtuu usein noidankehästä, jossa tunteen kokemista pelätään ja samalla tilannetta tulkitaan niin, että tunne voimistuu. Tunteen tukahduttaminen ylläpitää ja lisää kehon fysiologisia reaktioita, kun taas tilanteen tulkitseminen neutraalilla ja positiivisella tavalla vähentää tunteen kehollisia reaktioita. Tunteiden välttäminen johtaa elämän kapenemiseen. (Myllyviita 2016, 13, 25-26, 101,105.)

Nykyaikana ihmiset tekevät paljon sen eteen, että he eivät tuntisi tylsyyden tunnetta. Tylsyyden tunteen tunnistaminen on kuitenkin hyödyllistä, sillä se kertoo, että ihminen saattaa tehdä huonoja valintoja ajankäytössään jollain elämänsä osa-alueella. Silloin kannattaa pohtia omia arvojaan ja, että elääkö arvojensa mukaista elämää. (Myllyviita 2016, 100.)

Sadeniemi ym. (2019, 127) mukaan tärkeitä tunnistettavia tunteita ovat pelko, pettymys, suru, häpeä, syyllisyys, loukkaantuminen, kateus, mustasukkaisuus ja avuttomuuden kokemus. Tarpeellista on myös tunnistaa myönteisiä tunteita, kuten iloa, tyytyväisyyttä, helpotusta, uteliaisuutta ja ylpeyttä. Tunteita voi oppia tunnistamaan esimerkiksi käymällä läpi tunnesanoja ja vertaamalla niiden herättämiä mielikuvia omiin tuntemuksiinsa. Myös tilanteiden läpikäyminen, missä tunne syntyi, auttaa tunnistamaan ja nimeämään tunteita. Tunteiden tunnistamista voi myös harjoitella tunnistamalla omat toimintayllykkeet ja päätellä sen kautta todennäköiset tunteet. (Sadeniemi ym. 2019, 127.) Tunteiden salaaminen muilta lisää koettua häpeää ja yksinäisyyttä (Myllyviita 2016, 16). Siksi omista tunteista on myös tärkeä puhua muille.

3.2 Tunnesäätelyn keinot

Tunteiden säätelyllä tarkoitetaan yksilön kykyä tunnistaa, kohdata ja käsitellä tunteitaan siten, että hän säilyttää toimintakykynsä ja kykenee toimimaan tilanteessa tarkoituksenmukaisesti (Nummenmaa 2010, 147–149). Voimakas tunne herättää voimakkaan toimintayllykkeen, mutta ihminen itse päättää toimiiko hän yllykkeen ohjaamana vai päättääkö hän toimia jollain muulla tavalla (Myllyviita 2016, 16). Jos ihmisellä on vaikeuksia tulla toimeen tunteidensa kanssa, hän käyttäytyy usein tavalla, josta seuraa ongelmia. Voimakkaiden tunteiden kanssa voi kuitenkin oppia tulemaan toimeen ja säätelämään niitä. (Sadeniemi ym. 2019, 123–124.) Tietoisuus omasta toiminnasta ja kyky säädellä omaa käyttäytymistään ovat oleellisia taitoja elämän hallinnan kannalta (Myllyviita 2016, 28).

Tunteiden säätely lähtee liikkeelle tunteen havainnoinnista, tunnistamisesta, nimeämisestä ja hyväksymisestä (Myllyviita 2016, 72; Sadeniemi ym. 2019, 124). Tunteiden säätely edellyttää kykyä hyväksyä ja arvostaa omia tunteita ja ajatuksia. Tavoitteena ei ole päästä eroon tunteista, vaan oppia elämään niiden kanssa. (Sadeniemi ym. 2019, 124.) Harrisin (2007, 177) mukaan aito tunteen hyväksyminen ei pohjaudu pelkästään ajatteluun vaan se tarkoittaa avointa asennoitumista, uteliasta mielenkiintoa ja kykyä ottaa tunne vastaan. Oma sisäinen puhe on tässä tärkeässä roolissa. Myllyviidan (2016, 239–245) mukaan myötätuntoinen suhtautuminen omiin vaikeisiin tunteisiin tukee niistä selviytymistä, kun taas itsekriittisyys voi ylläpitää ja voimistaa kielteistä kokemusta.

Yksi keskeinen näkökulma tunteiden käsittelyn ymmärtämisessä on Harrisin (2007, 133–139) kuvaama kamppailukytkimen käsite. Kamppailukytkimellä viitataan ihmisen taipumukseen pyrkiä kontrolloimaan, välttämään tai poistamaan epämiellyttäviä tunteita, kuten ahdistusta, pelkoa tai häpeää. Kun kamppailukytkin on ”päällä”, yksilö suhtautuu kielteisiin tunteisiin ongelmana, josta tulee päästä eroon, mikä usein johtaa tunteiden välttelyyn ja sisäiseen kamppailuun. Yksilö saattaa käyttää haitallisia keinoja pyrkiessään pois epämiellyttävästä tunteesta, kuten shoppailemalla yli varojen. Kuitenkin kamppailukytkimen ollessa päällä tunteet ja kehon reaktiot voimistuvat. Kun kamppailukytkin on ”pois päältä”, yksilö ei pyri aktiivisesti muuttamaan tai poistamaan tunteitaan, vaan hyväksyy

ne osaksi inhimillistä kokemusta. Tällainen suhtautumistapa mahdollistaa joustavamman tunnesäätelyn ja voi vähentää tunteiden kuormittavuutta. Kun hyväksyy esimerkiksi ahdistuksen, että se tulee ja menee, ei siitä pääse kehittymään haitallista noidankehää (Harris 2007, 174).

Tunnesäätelyyn on olemassa useita erilaisia keinoja. Nummenmaan (2010, 149–151; 2019, 277–280) mukaan tunnesäätelyä voidaan tarkastella kahden pääasiallisen lähestymistavan kautta: ennakoivien säätelykeinojen ja reaktiivisten säätelykeinojen avulla. Ennakoivilla keinoilla tarkoitetaan toimintaa, jolla pyritään vaikuttamaan tilanteisiin jo ennen tunteen syntymistä tai sen voimistumista, esimerkiksi muokkaamalla ympäristöä tai välttämällä tilanteita, jotka aiheuttavat voimakkaita kielteisiä tunteita. Reaktiiviset säätelykeinot puolestaan kohdistuvat jo syntyneen tunnereaktion käsittelyyn ja säätelyyn.

Kaikkiin tilanteisiin ei kuitenkaan ole mahdollista vaikuttaa ennalta. Esimerkiksi läheisen ihmisen sairastuminen on tilanne, jota ei voida estää tai muuttaa. Tällöin voidaan hetkellisesti tukea toimintakykyä suuntaamalla huomiota myönteisempiin asioihin, mutta tällaisia keinoja tulisi käyttää rajallisesti, sillä varsinainen tunteen aiheuttaja säilyy edelleen. Pitkällä aikavälillä on tarkoituksenmukaisempaa käyttää keinoja, jotka tukevat itse tilanteen ja siihen liittyvien tunteiden käsittelyä (Nummenmaa 2010, 151.)

Sadeniemi ym. (2019, 37–38) täydentävät tätä näkemystä kuvaamalla kolme keskeistä tapaa kohdata vastoinkäymisiä ja niihin liittyviä haastavia tunteita: tilanteen hyväksyminen, huomion suuntaaminen muualle sekä ongelman ratkaiseminen. Nämä tavat eivät ole toisensa poissulkevia, vaan ihminen tarvitsee kaikkia kolmea kohdatessaan vaikeita elämäntilanteita. Hyväksyminen tarkoittaa sitä, että ihminen kohtaa tilanteen sellaisena kuin se on, ilman tarvetta kieltää tai vastustaa sitä. Hyväksyntään kuuluu myös sureminen, irti päästäminen sekä tuen pyytäminen ja vastaanottaminen. Huomion suuntaaminen muualle puolestaan tarkoittaa tilapäistä etäisyyden ottamista vaikeasta tilanteesta, kuten lepäämistä, itsestä huolehtimista, voimien keräämistä ja arjen muiden osa-alueiden ylläpitämistä. Ongelmanratkaisu tarkoittaa aktiivista työskentelyä sen eteen, että asiat ja olosuhteet muuttuvat paremmiksi. Pitkällä aikavälillä erityisesti ongelmanratkaisulla on keskeinen merkitys hyvinvoinnin kannalta.

Ihmiset käyttävät monia erilaisia tunnesäätelykeinoja, ja niiden vaikutukset vaihtelevat yksilöllisesti. Näitä keinoja voivat olla esimerkiksi liikunta, sosiaalinen kanssakäyminen, käsillä tekeminen tai erilaiset rentoutumiskeinot. Yhteistä näille on pyrkimys lisätä hyvinvointia. Tunteiden säätely ei kuitenkaan tarkoita ainoastaan kielteisten tunteiden vähentämistä, vaan sen avulla voidaan myös vahvistaa myönteisiä tunnekokemuksia. (Nummenmaa 2010, 152.) Hyvinvointia voidaan tukea tietoisesti lisäämällä arkeen mielihyvää tuottavia asioita ja tasapainottamalla kuormittavia tilanteita (Sadeniemi ym. 2019, 175).

Läsnäolon ja pysähtymisen taito ovat tunteiden säätelyn perusta. Rauhallinen ja tyyni tunnetila on pohja kaikille muille tunteille ja siksi rauhoittumisen harjoittelu on itsesäätelyn ja tunteiden säätelyn ensisijainen tehtävä. Mindfulness eli tietoinen läsnäolo tarkoittaa huomion suuntaamista nykyhetkeen, kehon tuntemusten havainnointia ja mielen sisällön hyväksyvää tarkastelua. Sen avulla voidaan lisätä itsetuntemusta ja tunnistaa tunteita sekä ajatuksia, jotka ohjaavat käyttäytymistä. Tietoisuustaitojen on todettu tukevan erityisesti stressinhallintaa. (Myllyviita 2016, 30–31.) Koska tunteet ilmenevät myös kehollisina reaktioina, kehotietoisuuden harjoittaminen voi tukea niiden tunnistamista (Harris 2007, 176).

Tunteiden säätelyä voidaan tukea myös erilaisten konkreettisten taitojen avulla, kuten STOP- ja SOBER-menetelmillä. Sadeniemi ym. (2019, 229–231) kuvaavat näitä ylykkeen vastustamisen taitoina, joiden avulla yksilö voi pysäyttää automaattisen reagoinnin voimakkaan tunteen tai impulssin hetkellä. STOP-mallissa korostuvat pysähtyminen, tilanteesta etäännyttäminen, omien sisäisten reaktioiden havainnointi sekä tietoinen toiminnan valinta. SOBER-malli puolestaan laajentaa tätä näkökulmaa korostamalla myös hengityksen avulla rauhoittumista ja tilanteen tietoista tarkastelua ennen toimintaa. Näiden taitojen avulla yksilö voi vahvistaa kykyään toimia harkitusti tilanteissa, joissa tunteet ohjaavat voimakkaasti käyttäytymistä.

Tunteiden ja käyttäytymisen hallintaa tukee myös ympäristön merkitys. Nummenmaan (2019, 281–282) mukaan tunteiden säätely on helpompaa silloin, kun ympäristö ei jatkuvasti altista yksilöä voimakkaille ärsykkeille tai vaadi jatkuvaa impulssien hallintaa. Tämän vuoksi on tärkeää tunnistaa tilanteet, joissa itsesäätelyä tarvitaan erityisesti. Oman toiminnan tarkastelua voidaan tukea esimerkiksi

päiväkirjan avulla, joka auttaa jäsentämään tilanteita, tunnistamaan toistuvia käyttäytymismalleja ja suunnittelemaan itsehillintää tukevia toimintatapoja.

Tämä näkökulma on erityisen keskeinen haitallisen ostokäyttämisen yhteydessä. Esimerkiksi jatkuva altistuminen verkkokauppojen tarjouksille, sosiaalisen median mainoksille ja muille ostamiseen liittyville ärsykeille voi lisätä impulsiivista ostokäyttämistä ja heikentää tunnesäätelyä. Tällöin ympäristön muokkaaminen, kuten ostosovellusten käytön rajaaminen tai mainosärsykkeiden vähentäminen, voi tukea itsehillintää. Lisäksi päiväkirjan avulla voidaan tunnistaa ostohalua laukaisevia tilanteita ja pohtia vaihtoehtoisia toimintatapoja niihin vastaamiseksi.

3.3 Tunteiden vaikutus haitalliseen ostokäyttämiseen

Tunteet ovat keskeisessä roolissa ostokäyttämisen taustalla, erityisesti silloin, kun on kyse shoppailuriippuvuudesta tai impulsiivisesta ostokäyttämisestä. Pakonomaista ja impulsiivista ostamista käytetään usein tunteiden säätelyn keinona. Ostamista käytetään positiivisten tunteiden tuottamiseen sekä negatiivisten tunteiden lievittämiseen. (Müller ym. 2021, 213, 218; Cachón-Rodríguez ym. 2025, 350–352.) Ostaminen voi toimia selviytymiskeinona stressistä, tunnekuormasta tai epämiellyttävistä tilanteista, vaikka se usein johtaa eristäytymiseen ja heikentyvään itsehillintään (Darrat ym. 2016, 107). Ostokäyttämistä laukaisevia tunnetiloja voivat olla esimerkiksi viha, tylsyys, turhautuminen tai yksinäisyys (Król & Goldman 2024, 179).

Pakonomainen ja impulsiivinen ostaminen liittyvät usein pyrkimykseen hallita kielteisiä tunteita tai vahvistaa heikkoa minäkuvaa (Müller, Mitchell & Zwaan 2015, 132). Pakonomaisesta ostamisesta kärsivillä on todettu enemmän ahdistus- ja masennusoireita sekä selvästi heikompi itsetunto verrattuna muihin kuluttajiin (Müller ym. 2026, 5). Ahdistus on yksi keskeisimmistä tekijöistä, jonka on havaittu lisäävän sekä impulsiivista että pakonomaista ostamista. Ostaminen voi tällöin toimia hetkellisenä helpotuksena tai keinona saavuttaa hallinnan tunne. (Cachón-Rodríguez ym. 2025, 350-351.)

Vaikka impulssiostokset voivat hetkellisesti tuntua palkitsevilta, niitä seuraavat usein negatiiviset tunteet, kuten syyllisyys, ahdistus, häpeä, nolostuminen ja katumus (Darrat ym. 2016, 107; Müller ym. 2021, 215; Cachón-Rodríguez ym. 2025, 350–352). Nämä tunteet voivat puolestaan lisätä tarvetta uusille ostoksille, mikä ylläpitää kielteistä tunnekehää (Andreassen 2014, 20.) Impulssiostaminen voi toimia keinona tavoitella mielihyvää epävarmuuden keskellä ja vähentää hetkellisesti epävarmuuden tunnetta (Cachón-Rodríguez ym. 2025, 351). Ostamista käytetään toistuvasti epämiellyttävien tunteiden lievittämiseen, vaikka itse käyttäytyminen tuottaa pidemmällä aikavälillä uusia negatiivisia tuntemuksia (Cassidy & Adair 2021; Andreassen 2014, 20). Tutkimusten mukaan pakonomaiset ostajat kokevat ennen ostamista voimakkaampia negatiivisia tunteita kuin muut kuluttajat, mutta nämä tunteet lievittyvät ostamisen jälkeen. Tämä myös viittaa siihen, että ostaminen toimii keinona helpottaa epämiellyttävää tunnetilaa. (Darrat ym. 2016, 107; Cachón-Rodríguez ym. 2025, 351-352.)

Ostamisen lopettaminen tai vähentäminen voi itsessään laukaista negatiivisia tunnetiloja, kuten ahdistuneisuutta, levottomuutta, kiihtyneisyyttä, surullisuutta ja ärtyneisyyttä (Müller ym. 2021, 215). Tällaiset tunteet voivat lisätä riskiä palata pakonomaiseen ostamiseen. Tutkimusten mukaan paluuta laukaisevat usein paineen, jännityksen tai kiihtymyksen tunteet, negatiiviset mielialat kuten suru ja viha sekä toive kokea positiivisia tunteita, kuten onnellisuutta, mielihyvää tai voimantunnetta. (Black, Shaw & Allen 2016, 99.)

Stressi liittyy pakonomaiseen ostamiseen erityisesti epäsuorasti. Se voi toimia haavoittuvuustekijänä, joka lisää negatiivisia tunnetiloja ja heikentää itsesäätelyä, mikä puolestaan lisää tarvetta säädellä tunteita ostokäyttäytymisen avulla. (Thomas ym. 2024, 9–11.) Tutkimuksissa on todettu, että yksinäisyys ja hylätyksi tulemisen pelko lisäävät ostoriippuvuuden todennäköisyyttä ja resilienssi ja minäpystyvyys vähentävät sitä. Stressi lisää yksinäisyyden tunnetta ja hylätyksi tulemisen pelkoa sekä heikentää resilienssiä ja minäpystyvyyttä. (Cassidy & Adair 2021, 34.) Näin ollen stressi voi epäsuorasti lisätä pakonomaisen ostamisen riskiä vahvistamalla negatiivisia tunnetiloja sekä heikentämällä yksilön kykyä säädellä omaa käyttäytymistään.

Tunnesäätelyn häiriöt ovat pakonomaisen ostamisen keskeinen piirre ja voivat selittää käyttäytymisen jatkuvuutta huolimatta sen negatiivisista seurauksista. On mahdollista, että tunnesäätelyn vaikeudet lisäävät todennäköisyyttä pakonomaiseen ostamiseen, mutta myös se, että jatkuva haitallinen käyttäytyminen heikentää vähitellen yksilön tunnesäätelykykyä. (Williams & Grisham 2011, 455–456.) Näin ollen tunteiden tunnistaminen ja parempien tunnesäätelykeinojen harjoittelu ovat keskeisiä haitallisen ostokäyttäytymisen hallinnassa ja muutoksessa.

4 MENETELMÄLLINEN TOTEUTUS

4.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite

Toikko ja Rantanen (2009, 14, 57–58, 75) määrittelevät kehittämisen tavoitteelliseksi toiminnaksi, jolla pyritään saavuttamaan ennalta määritelty tavoite. Kehittämisprosessin onnistumista arvioidaan sen perusteella, kuinka hyvin asetettu tavoite saavutetaan. Kehittämisen tarkoituksena on tuottaa muutosta parempaan tai tehokkaampaan toimintatapaan, minkä vuoksi tavoitteellisuus on kehittämistoiminnan keskeinen elementti. Selkeästi määritelty tavoite ohjaa koko kehittämissprosessia ja muodostaa perustan työn organisoinnille. Kehittämistoiminnan tarkoitus rakentuu sen ongelman pohjalta, johon pyritään vaikuttamaan, minkä vuoksi opinnäytetyön tarkoituksen ja tavoitteen huolellinen määrittely on keskeistä.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa haitallista ostokäyttäytymistä käsittelevä opas, jossa tarkastellaan shoppailuriippuvuutta ja impulsiivista ostokäyttäytymistä, niiden taustalla vaikuttavia tunteita sekä tarjotaan käytännön työkaluja tunteiden tunnistamiseen ja haitallisen kuluttamisen hallintaan ja ehkäisyyn. Tavoitteena on tuottaa tutkimustietoon perustuva, selkeä ja käytännönläheinen opas asiakkaille, joilla esiintyy impulsiivista ostokäyttäytymistä tai shoppailuriippuvuuteen viittaavia piirteitä.

Oppaan tavoitteena on lisätä asiakkaan ymmärrystä omasta ostokäyttäytymisestään ja siihen liittyvistä tunneperäisistä tekijöistä sekä tarjota konkreettisia keinoja tunteiden tunnistamiseen, käsittelyyn ja säätelyyn arjessa. Oppaan avulla pyritään vahvistamaan asiakkaan itsetuntemusta, psyykkistä hyvinvointia ja taloudellista toimintakykyä sekä lisäämään kokemusta omista vaikutusmahdollisuuksista haitallisen ostokäyttäytymisen hallinnassa. Tavoitteena on, että opas toimii työkaluna, joka kannustaa asiakasta pysähtymään oman toimintansa äärelle ja tukee muutosta kohti kestävämpää kulutuskäyttäytymistä. Sosiaalialan ammattilainen voi hyödyntää opasta osana asiakastyötä esimerkiksi keskustelun avaajana, ohjauksen tukena tai asiakkaan itsenäisen työskentelyn välineenä.

Toikko ja Rantanen (2009, 57) toteavat, että kehittämistoiminnan perusteluissa olennaista on vastata kysymykseen, miksi jotakin tulee kehittää juuri nyt. Kehittämisen lähtökohtana voidaan pitää nykytilanteessa havaittua ongelmaa tai kehittämistarvetta. Tämän opinnäytetyön taustalla on ajankohtainen yhteiskunnallinen tarve, sillä nuorten velkaantuminen on Suomessa kasvussa. Talous- ja velkaneuvonnassa 20–29-vuotiaiden osuus on lähes kaksinkertaistunut vuosina 2020–2023, ja velkaantumisessa korostuvat erityisesti kulutusluotot (Salo, Tahvonen & Lassander 2025, 61–67). Lisäksi sosiaalinen media vaikuttaa merkittävästi ostokäyttäytymiseen: vuonna 2025 noin neljännes vuosina 1997–2012 syntyneistä ilmoitti velkaantuneensa sosiaalisessa mediassa ihannoidun elämäntavan vuoksi, ja vuonna 2024 60 prosenttia kertoi tehneensä heräteostoksia sosiaalisen median sisältöjen perusteella (Intrum 2025, 20–21). Nuorten ylivelkaantumisen yhtenä keskeisenä taustatekijänä pidetään impulsiivista ostamista (Tuominen ym. 2025, 102).

Tämä opinnäytetyö vastaa kyseiseen kehittämistarpeeseen tuottamalla käytännön työvälineen haitallisesta ostokäyttäytymisestä kärsivien henkilöiden tueksi sekä sosiaalialan ammattilaisten hyödynnettäväksi asiakastyössä. Vaikka kulutuksen seurantaan on saatavilla erilaisia budjetointityökaluja, haitallista ostokäyttäytymistä ja sen tunneperäisiä taustatekijöitä käsitteleviä käytännönläheisiä oppaita ei ole saatavilla. Tämän vuoksi opinnäytetyössä kehitetään opas, joka perustuu tutkittuun tietoon shoppailuriippuvuudesta, impulsiivisesta ostokäyttäytymisestä sekä niihin liittyvistä tunteista ja tunnesäätelyn merkityksestä. Oppaassa yhdistetään tunteiden tunnistaminen ja tunnesäätelykeinot haitallisen ostokäyttäytymisen tarkasteluun ja hallintaan.

Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa asiakastyössä hyödynnettävä työväline Lempäälän Ohjaamolle. Opasta voidaan hyödyntää myös esimerkiksi kouluissa, nuorisopalveluissa ja muissa palveluissa, joissa kohdataan nuoria, joilla esiintyy haitallista ostokäyttäytymistä. Oppaan teemat ovat kuitenkin sovellettavissa laajemminkin, minkä vuoksi sitä voivat hyödyntää kaikenikäiset henkilöt tunteiden tunnistamisen sekä haitallisen ostokäyttäytymisen hallinnan tukena.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä ei aseteta varsinaisia tutkimuskysymyksiä, mutta kehittämiskysymykset auttavat rajaamaan ja suuntaamaan työskentelyä

(Vilkkä & Airaksinen 2003, 30; Vilkkä 2021, 132). Tämän opinnäytetyön tarkoituksen ja tavoitteiden pohjalta työssä vastataan seuraaviin kysymyksiin: 1) Mitä haitallisella ostokäyttäytymisellä tarkoitetaan? 2) Millaisia tunteita haitallisen ostokäyttäytymisen taustalla esiintyy? 3) Millaisia taloudellisia, psyykkiseen hyvinvointiin ja ihmissuhteisiin liittyviä seurauksia haitallisella ostokäyttäytymisellä on? 4) Millaisia keinoja opas tarjoaa tunteiden tunnistamisen ja ostokäyttäytymisen hallinnan tueksi?

4.2 Toiminnallinen opinnäytetyö menetelmänä

Tämä opinnäytetyö on toteutettu toiminnallisena kehittämistyönä. Toiminnallinen opinnäytetyö on yksi tutkimuksellisen kehittämisen tapa. Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden (2015, 18–22) mukaan tutkimuksellisessa kehittämistyössä yhdistyvät käytännön kehittäminen sekä tutkimuksellisen tiedon hyödyntäminen. Kehittämistyön tavoitteena on ratkaista käytännön ongelmia, uudistaa toimintatapoja ja tuottaa työelämää palvelevia ratkaisuja. Keskeistä on, että kehittämistyö perustuu teorian tietoon, aiempaan tutkimukseen ja käytännöstä nousevaan tarpeeseen.

Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa työelämälähtöinen, käytännönläheinen ja konkreettinen tuotos, kuten opas, ohjeistus, koulutusmateriaali, tapahtuma tai toimintamalli. Tarkoituksena on hyödyntää tutkimus- ja teorian tietoa käytännössä sekä kehittää kohderyhmän tarpeisiin soveltuva konkreettinen tuotos. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 9–10, 38.) Vilkkä ja Airaksinen (2003, 10, 26–32) kuvaavat toiminnallista opinnäytetyötä prosessina, jossa keskeistä on käytännönläheisyys, työelämälähtöisyys sekä teorian ja käytännön vuoropuhelu. Tutkimuksellinen ote näkyy ennen kaikkea tuotoksen perusteluissa, taustateorian hyödyntämisessä sekä tekijän tekemien ratkaisujen reflektoinnissa. Konkreettisen tuotoksen taustalla tulee olla luotettavaa, ajankohtaista tietoa ja perusteltuja valintoja, jotka osoittavat opinnäytetyön tekijän ammatillisen osaamisen ja kyvyn soveltaa tietoa käytäntöön.

Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden (2015, 22) mukaan tutkimuksellisuus ilmenee kehittämistyössä järjestelmällisyytenä, tiedonhankintana, analyyttisyytenä, kriitti-

syytenä sekä uuden tiedon luomisena ja jakamisena. Kehittämistyössä tehdyt valinnat pyritään perustelemaan huolellisesti, ja työskentelyn eri vaiheita dokumentoidaan koko prosessin ajan. Kehittämistyössä hyödynnetään sekä tutkittua tietoa että käytännöstä nousevaa tietoa. Prosessin aikana arvioidaan kriittisesti käytettyjä lähteitä, omia valintoja sekä syntynyttä tuotosta. Lisäksi kehittämissuorituksen ja lopputuloksen huolellinen dokumentointi mahdollistaa tiedon jakamisen ja hyödyntämisen myös myöhemmin.

Toikon ja Rantasen (2009, 56) mukaan kehittämissuoritus rakentuu viidestä keskeisestä vaiheesta: kehittämistyön perustelemisesta, toiminnan organisoimisesta, varsinaisesta kehittämistoiminnasta, toiminnan arvioimisesta sekä syntyneen tuotoksen tai palvelun levittämisestä. Näitä vaiheita voidaan hyödyntää myös toiminnallisen opinnäytetyön prosessin jäsentämisessä. Toiminnallinen opinnäytetyö on kehittämistyötä, jossa määritellään aluksi työn tavoitteet, suunnitellaan toteutus, valitaan kehittämistyön menetelmät, aikataulutetaan työskentely vaiheittain sekä pohditaan valmiin opinnäytetyön tuotoksen arviointia ja palautteen keräämistä. Tämän jälkeen perehdytään tietoperustan lähteisiin ja jäsenellään tietoperustan keskeiset käsitteet. (Kostamo, Airaksinen & Vilkkä 2022, 14.)

Tämä opinnäytetyö on edennyt edellä esitettyjen kehittämissuoritusprosessien vaiheiden mukaisesti aiheen valinnasta tietoperustaan perehtymiseen, oppaan suunnitteluun ja rakentamiseen, raportin kirjoittamiseen ja ratkaisujen perusteluun, sekä palautteen pyytämiseen ja työn arviointiin. Opinnäytetyön etenemistä vaiheittain tarkastellaan tarkemmin luvuissa 4.4 Aiheen ideointi ja suunnittelu ja 4.5 Opinnäytetyön toteutus ja viimeistely. Oppaan rakennetta sekä siihen tehtyjä valintoja käsitellään osiossa 5 TULOKSET.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistyvät käytännön toteutus ja sen raportointi tutkimusviestinnän keinoin. Opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta: raportista ja varsinaisesta tuotoksesta. Opinnäytetyön raportissa kuvataan mitä, miksi ja miten on tehty, työskentelyvaiheita, valintoja ja omaa oppimista, kun taas oppaan tekstissä puhutellaan sen varsinaista kohderyhmää ja käyttäjiä. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 9, 65). Oppaan sisältö perustuu raportissa olevaan teoriaan, mutta se on muutettu selkeään ja helposti lähestyttävään muotoon.

Tämän opinnäytetyön kohdalla toiminnallinen lähestymistapa on perusteltu, sillä tavoitteena on kehittää nuorille aikuisille suunnattu opas, joka käsittelee shoppailuriippuvuutta ja impulsiivista ostokäyttäytymistä, sen taustalla olevia tunteita sekä tarjoaa käytännön työkaluja tunteiden tunnistamiseen ja haitallisen kuluttamisen hallintaan ja ehkäisyyn. Toiminnallinen opinnäytetyö mahdollistaa sen, että kulutuskäyttäytymiseen, tunteiden tunnistamiseen ja tunnesäätelyyn liittyvä teoria voidaan muuntaa asiakkaalle ymmärrettävään ja arjen tilanteisiin sovelletta-vaan muotoon. Toiminnallinen kehittämistyö soveltuu hyvin tilanteisiin, joissa tavoitteena on kehittää kohderyhmän tarpeisiin mukautettu ja käytännössä hyödyn-nettävä materiaali. Tässä työssä toiminnallinen lähestymistapa tukee asetettuja tavoitteita yhdistämällä tutkimustiedon, asiakaslähtöisyyden ja käytännön kehit-tämisen työelämää palvelevaksi kokonaisuudeksi.

4.3 Yhteistyökumppani: Ohjaamo Lempäälä

Lempäälän Ohjaamo on alle 30-vuotiaille nuorille suunnattu matalan kynnyksen monialainen palvelupiste, josta saa maksutonta tietoa, neuvontaa ja tukea erilaisiin elämäntilanteisiin. Ohjaamo tarjoaa apua muun muassa koulutukseen hakeutumiseen, työllistymiseen, raha-asioihin, asumiseen, ihmissuhteisiin sekä arjen hallintaan liittyvissä kysymyksissä. Lempäälän Ohjaamossa on tarjolla myös maksutonta ja anonyymiä walk in -terapiaa. Nuori voi tulla Ohjaamoon ilman ajanvarausta, eikä omia palvelutarpeita tarvitse tietää etukäteen, sillä työntekijät kartoittavat tilanteen yhdessä nuoren kanssa ja ohjaavat sopivien palveluiden pariin. (Ohjaamo 2026.)

Ohjaamossa työskentelee useita eri alojen ammattilaisia, mikä mahdollistaa kokonaisvaltaisen ja monialaisen tuen yhdellä asiointikerralla. Toimintaa ohjaavat valtakunnalliset Ohjaamo-periaatteet, joiden tavoitteena on edistää nuorten hyvinvointia, osallisuutta sekä sujuvia siirtymiä koulutukseen, työelämään tai muihin tavoitteellisiin toimintoihin. (KEHA-keskus 2025.) Lempäälän Ohjaamo on näin tärkeä osa paikallista nuorten palveluverkostoa ja matalan kynnyksen tukea.

Opinnäytetyö toteutettiin yhteistyössä Lempäälän Ohjaamon kanssa. Yhteistyö perustui työelämälähtöiseen kehittämiseen, jossa tavoitteena oli tuottaa Ohjaa-mon käyttöön soveltuva opas. Asiakas voi tulla hakemaan oppaan Lempäälän

Ohjaamosta ja halutessaan jäädä keskustelemaan tilanteestaan Ohjaamotyöntekijän kanssa. Opas on suunniteltu niin, että asiakas voi käyttää opasta itsenäisesti ja sosiaalialan ammattilainen voi hyödyntää opasta osana ohjaus- ja tukityötä esimerkiksi keskustelun avaajana ja tukena. Yhteistyö mahdollisti tuotoksen kehittämisen vastaamaan kohderyhmän ja työelämän tarpeita sekä vahvisti työn käytännölläisyyttä.

4.4 Aiheen ideointi ja suunnittelu

Toiminnallisen opinnäytetyön ensimmäinen vaihe on aiheanalyysi eli aiheen ideointi. Aihepiirin valinnassa on tärkeää, että aihe motivoi tekijää, syventää omaa asiantuntemusta, on ajankohtainen, tulevaisuuteen suuntautuva sekä kiinnostaa toimeksiantajaa. (Vilka & Airaksinen 2003, 23.) Opinnäytetyöni aiheen ideointi sai alkunsa loppuvuodesta 2025, kun katsoin Henry Weckströmin julkaiseman dokumentaarisen YouTube-videon. Weckström kuvaa videolla uskotelleensa itselleen, että onnellisuuden voisi saavuttaa rahalla ja kuluttamalla. Hän ajatteli, ettei yksinäisyys haittaa, jos voi ostaa itselleen elämyksiä, upeita matkoja, asuntoja, autoja ja muuta, mikä tuo hetkellistä mielihyvää ja egobuustia. Lopulta hän kuitenkin huomasi, ettei materiaallinen menestys täyttänyt tyhjyyden tunnetta mitä hän oli kokenut lapsuudesta asti. (Weckström 2025.) Weckströmin tarina havainnollistaa, kuinka kuluttamiseen liittyvä käyttäytyminen voi toimia keinona säädellä tunteita ja tavoitella onnellisuutta, mutta samalla se voi ylläpitää haitallisia toimintamalleja ja pitkittää hyvinvoinnin haasteita. Video herätti kiinnostukseni erityisesti tunteiden säätelyn ja haitallisen ostokäyttämisen väliseen yhteyteen. Lisäksi olin havainnut samankaltaista käyttäytymistä myös lähipiirissäni, mikä vahvisti kiinnostustani aihetta kohtaan.

Aloitin tiedonhankinnan kartoittamalla, millaista materiaalia shoppailuriippuvuudesta on jo olemassa. Etsin aiempia opinnäytetöitä ja oppaita verkosta sekä Theseus-tietokannasta, mutta havaitsin, ettei aihetta ollut käsitelty erityisesti tunteiden näkökulmasta eikä aiheesta ollut laadittu oppaita. Tämä vahvisti käsitystäni siitä, että tuotokselle olisi tarvetta sosiaalialalla. Tiedonhakua jatkoin etsimällä tutkimuksia tunteiden vaikutuksesta shoppailuriippuvuuteen ja impulsiiviseen ostokäyttämiseen. Vaikka suomenkielistä tutkimustietoa löytyi niukasti, englanninkielisiä tutkimuksia oli saatavilla runsaasti.

Aiheen ajankohtaisuutta tukee kulutuskeskeinen yhteiskunta, jossa sosiaalinen media lisää ulkoisia paineita ja ostohoukutusia. Haitallinen ostokäyttäytyminen voi johtaa merkittäviin taloudellisiin ongelmiin, ja erityisesti nuorten velkaantuminen on Suomessa kasvava ja huolestuttava ilmiö. Näiden havaintojen pohjalta muotoutui opinnäytetyön tarkoituksiksi tuottaa käytännönläheinen opas haitallisesta ostokäyttäytymisestä nuorille aikuisille. Toiminnallisessa opinnäytetyössä kohderyhmä ja käyttötarkoitus tulee määritellä selkeästi, sillä kohderyhmän määrittely ohjaa oppaan sisällön suunnittelua ja auttaa rajaamaan työtä (Vilkkä & Airaksinen 2003, 38–40).

Aihe-ehdotuksen hyväksymisen jälkeen aloitin opinnäytetyön suunnitteluvaiheen laatimalla toimintasuunnitelman. Toimintasuunnitelmassa vastataan kysymyksiin mitä tehdään, miten tehdään ja miksi tehdään (Vilkkä & Airaksinen 2003, 26). Lisäksi siinä kuvataan kehittämisen tavoite ja kohde mahdollisimman konkreettisesti (Toikko & Rantanen 2009, 58). Toimintasuunnitelmassa määritelin opinnäytetyöni tavoitteet, perustelin aiheen merkityksen, kuvasin tuotoksen tarkoituksen sekä jäsensin työn teoreettisen viitekehyksen. Laadin alustavan sisällysluettelon oppaalle sekä suoritin laajan tiedonhaun sähköisistä tietokannoista. Tiedonhaun tukena hyödynsin myös aiheeseen liittyviä podcasteja, dokumentteja ja kokemusasiantuntijoiden kertomuksia, jotka syvensivät ymmärrystäni ilmiöstä.

Suunnitteluvaiheen aikana tarkensin opinnäytetyöni näkökulmaa siten, että halusin sisällyttää työhön shoppailuriippuvuuden lisäksi impulsiivisen ostokäyttäytymisen näkökulman. Impulsiivista ostamista voi esiintyä ilman varsinaista riippuvuutta, mutta sillä voi silti olla merkittäviä emotionaalisia ja taloudellisia seurauksia (Darrat ym. 2016 104–105, 107). Tämän muutoksen myötä tarkensin myös opinnäytetyöni otsikkoa vastaamaan työn sisältöä paremmin.

Suunnitteluvaiheessa kuvasin valitsemani toiminnallisen kehittämismenetelmän ja perustelin sen soveltuvuuden opinnäytetyöni tavoitteisiin. Perehdyin opinnäytetyön eettisiin lähtökohtiin sekä siihen, miten luotettavuus huomioidaan kehittämistyössä. Lisäksi laadin aineistohallintasuunnitelman Arenen mallipohjan mukaisesti.

Kostamon, Airaksisen ja Vilkkän (2022, 107) mukaan toiminnallisen opinnäytetyön ytimessä on ammatillisen arjen kehittäminen yhdessä työelämäkumppanin

kanssa. Siksi on suositeltavaa, että työllä on toimeksiantajana. Toimeksiannettu opinnäytetyö lisää vastuunkantoa sekä kehittää projektinhallintataitoja, kuten suunnitelmallisuutta, tavoitteiden asettamista, aikataulutettua työskentelyä ja tiimityötaitoja. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 16–17.) Yhteistyökumppanin hankkiminen oli tämän vuoksi keskeinen osa opinnäytetyöni suunnitteluvaihetta.

Halusin suunnata oppaan nuorille aikuisille, sillä heidän velkaantumisensa on lisääntynyt Suomessa, ja he ovat alttiimpia sosiaalisen median haittavaikutuksille, mikä kasvattaa osaltaan velkaantumisriskiä (Salo, Tahvonen & Lassander 2025, 61–62; Intrum 2025, 21). Tämän perusteella otin yhteyttä useisiin nuorten kanssa työskenteleviin sosiaalialan toimijoihin. Yhteistyökumppaniksi valikoitui lopulta Lempäälän Ohjaamo.

Yhteistyökumppanin kanssa käydyssä tapaamisessa esittelin opinnäytetyöni idean, tavoitteet ja alustavan oppaan rakenteen. Keskustelimme oppaan sisällöstä, kohderyhmästä ja käytettävyydestä asiakastyössä. Yhteistyökumppani piti suunnitelmaa toimivana ja toi esiin, että oppaan tulisi olla riittävän tiivis, helposti lähestyttävä ja visuaalisesti kiinnostava. Tapaaminen vahvisti suunnitelman etenemistä ja auttoi tarkentamaan oppaan rakennetta, laajuutta sekä visuaalisia ratkaisuja. Samalla varmistui, että tuotoksen sisältö vastaa yhteistyökumppanin tarpeita ja käyttötarkoitusta.

4.5 Opinnäytetyön toteutus ja viimeistely

Suunnitteluvaiheen jälkeen siirryin toteutusvaiheeseen, jossa etenin laaditun aikataulun mukaisesti. Tässä vaiheessa syvensin ymmärrystäni aiheesta ja aloitin opinnäytetyön teoreettisen viitekehyksen kirjoittamisen. Toteutusvaiheen keskeisenä tavoitteena oli rakentaa opinnäytetyölle tutkimukseen perustuva tietoperusta sekä hyödyntää sitä oppaan sisällön laatimisessa.

Asiantuntijatyössä keskeistä on kyky löytää ajantasaista, tutkimukseen ja näyttöön perustuvaa tietoa sekä yhdistellä sitä kehittämistyön tueksi. Tiedonhaussa korostuvat myös hyvät tiedonhakutaidot. (Kostamo, Airaksinen & Vilkkä 2022, 84.) Hyödynsin tiedonhaussa Lapin ammattikorkeakoulun LUC-Finnaa, jonka kautta sain käyttöön monipuolisesti tieteellisiä tutkimuksia. Lisäksi käytin kan-

sainvälistä kirjallisuusviitetietokantaa PubMedia sekä tekoälypohjaista hakutyökalua Keeniousu. Teoreettiseen viitekehukseen lähteitä valittaessani kiinnitin erityisesti huomiota niiden luotettavuuteen.

Kostamon, Airaksisen ja Vilkan (2022, 88–90) mukaan tietoperustan laatiminen ei ole pelkkää raportointia tai lähteiden referointia, vaan siihen kuuluu synteessin muodostaminen aiemmin tutkitusta tiedosta. Synteessin muodostaminen edellyttää aineistoon perehtymistä, sen analysointia sekä keskeisten sisältöjen yhdistämistä uudeksi, kokonaisuutta rakentavaksi tiedoksi. Tietoperustan laatiminen vaatii myös lähteiden kriittistä tarkastelua, tiedon tuotantotapojen arviointia sekä eri lähteiden välisten yhteyksien ja erojen tunnistamista.

Rakensin tietoperustaa kokoamalla relevantit lähteet erilliseen tiedostoon ja tekemällä niistä muistiinpanoja, joiden avulla hahmotin aiheesta kokonaiskuvaa. Ennen kirjoittamisen aloittamista jäsensin tietoperustan sisältöä pääkäsitteiden ja pääteemojen avulla sekä laadin alustavat otsikot työn keskeisille teemoille Kostamon, Airaksisen ja Vilkan (2022, 90–91) esittämällä tavalla. Kirjoitusprosessin edetessä syvensin ymmärrystäni aiheesta ja muokkasin otsikointia sekä sisältörakennetta vastaamaan paremmin muodostuvaa kokonaisuutta.

Tämän jälkeen siirryin teoreettisen viitekehysten kirjoittamiseen. Etenin aineiston syventymisessä siten, että perehdyin ensin shoppailuriippuvuuteen ja impulsiiviseen ostokäyttäytymiseen sekä niiden seurauksiin. Tämän jälkeen tarkastelin ilmiöiden taustalla vaikuttavia tunteita sekä haitallisen ostokäyttäytymisen ehkäisyä ja hoitoa. Lisäksi syvensin tarkastelua nuorten kulutuskäyttäytymiseen digitaalisessa verkkoympäristössä. Lopuksi käsittelin tunteita ja niiden säätelyä, jotta sain teoreettisen perustan tunnetaitojen merkitykselle haitallisen ostokäyttäytymisen hallinnassa.

Opinnäytetyöprosessini ei edennyt täysin lineaarisesti, vaan palasin työn eri osiin toistuvasti täydentämään ja muokkaamaan niitä uuden tiedon sekä prosessin aikana heränneiden havaintojen pohjalta. Tämä vastaa toiminnallisen opinnäytetyön luonnetta, jossa kirjoittamisprosessi etenee vaiheittain ja limittäin eri työvaiheiden kanssa (Kostamo, Airaksinen & Vilka 2022, 170). Tietoperustan

rakentaminen vaati jatkuvaa jäsentelyä, kriittistä tarkastelua ja sisällöllistä muokkaamista, mikä syvensi omaa ymmärrystäni aiheesta sekä kehitti analyyttistä ajatteluani.

Kirjoittamisessa on tärkeää huomioida tekstin tavoite, kohderyhmä, laajempi konteksti sekä julkaisuyhteys. Opinnäytetyö suunnataan oman ammattialan edustajille, kuten opettajille ja työelämän asiantuntijoille, minkä vuoksi kirjoittamisessa noudatetaan akateemisia tekstikäytänteitä. Opinnäytetyön raportti ja nuorille suunnattu opas eroavat toisistaan tyyliään, sillä raportti kirjoitetaan neutraalilla asiatyylillä, kun taas opas voi olla lukijaa suoraan puhutteleva, jolloin sen sisältö on helpommin lähestyttävää ja kohderyhmää sitouttavaa (Kostamo, Airaksinen & Vilka 2022, 152–155). Tämä on huomioitu myös tässä opinnäytetyössä siten, että nuorille suunnattu opas on kirjoitettu selkeään ja lukijaa puhuttelevaan muotoon, kun taas opinnäytetyön raportti on laadittu akateemisen kirjoittamisen käytänteiden mukaisesti.

Teoreettisen viitekehyksen valmistuttua siirryin oppaan laatimiseen, jota käsittelem tarkemmin osiossa 5. TULOKSET. Koko opinnäytetyöprosessin ajan dokumentoin työskentelyäni ja kirjasin ylös omia havaintojani sekä pohdintojani prosessin etenemisestä. Opinnäytetyön ollessa viimeistelyä vaille valmis laadin pohdintaosion, jossa arvioin työn onnistumista, oppaan tavoitteiden toteutumista sekä omaa ammatillista kehittymistäni prosessin aikana.

Viimeistelyvaiheessa kävin huolellisesti läpi opinnäytetyön raportin sekä oppaan ja tein niihin tarvittavat korjaukset. Tarkistin työn kielellisen asun, rakenteen sekä lähdeviitteiden oikeellisuuden ja yhtenäisyyden. Lisäksi laadin opinnäytetyöhön suomen- ja englanninkieliset tiivistelmät.

Palaute kuuluu olennaisena osana prosessikirjoittamiseen, ja sen avulla kirjoittaja saa arvokasta tietoa siitä, miten lukija tulkitsee ja ymmärtää tekstiä. Palautteen avulla tekstiä voidaan kehittää ja selkeyttää edelleen. (Kostamo, Airaksinen & Vilka 2022, 164.) Hyödynsin opinnäytetyössä ulkopuolista palautetta opinnäytetyön laadun arvioimiseksi ja kehittämiseksi. Sain kirjasto- ja tietopalvelualan ammattilaiselta palautetta erityisesti tekstin selkeydestä ja rakenteesta, minkä perusteella tein muutoksia opinnäytetyön luettavuuden ja

johdonmukaisuuden parantamiseksi. Lisäksi sain opinnäytetyön ohjaajalta palautetta, jonka perusteella tein työhön tarvittavat viimeistelyt ja korjaukset. Ohjaajan palaute auttoi tarkentamaan sekä raportin rakennetta että sisällöllisiä kokonaisuuksia, mikä paransi työn johdonmukaisuutta ja selkeyttä. Oppaasta saatua palautetta käsittelem tarkemmin luvussa 5.3 Oppaasta saatu palaute ja arviointi.

Viimeistelyvaiheessa arvioin myös opinnäytetyön kokonaisuutta suhteessa asetettuihin tavoitteisiin ja tarkistin, että työ muodostaa yhtenäisen ja loogisen kokonaisuuden. Varmistin, että raportti ja opas tukevat toisiaan ja että teoreettinen viitekehys näkyy tarkoituksenmukaisesti oppaan sisällössä. Huolehdin lisäksi työn viimeistelystä myös teknisestä ja visuaalisesta näkökulmasta, kuten tekstin yhtenäisestä muotoilusta ja kokonaisuuden selkeydestä.

Viimeistelyvaiheessa otin huomioon myös Toikon ja Rantasen (2009, 56) kehittämisprosessin viidennen vaiheen, joka koskee syntyneen tuotoksen levittämistä. Lähetin valmiin oppaan toimeksiantajalle ja teetin siitä myös fyysisen version, jonka toimitin Lempäälän Ohjaamolle sen valmistuttua. Viimeistelyvaihe vahvisti käsitystäni siitä, että opinnäytetyön tavoitteet toteutuivat ja lopputulos vastaa toiminnalliselle kehittämistyölle asetettuja vaatimuksia.

5 TULOKSET

5.1 Oppaan tarkoitus ja tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tuloksena syntyi opas nuorille aikuisille, joilla esiintyy haitallista ostokäyttäytymistä (Liite 1). Oppaassa käsitellään erityisesti impulsiivista ostokäyttäytymistä ja shoppailuriippuvuutta sekä niihin liittyviä tunteita ja toimintamalleja. Oppaan tarkoituksena on lisätä ymmärrystä haitallisen ostokäyttäytymisen taustalla vaikuttavista tekijöistä sekä tarjota käytännönläheisiä keinoja oman ostokäyttäytymisen tarkasteluun ja hallintaan.

Oppaan tavoitteena on tarjota lukijalle sekä tietoa että konkreettisia keinoja haitallisen ostokäyttäytymisen tunnistamiseen ja hallintaan arjen tilanteissa. Oppaan tavoitteena on vahvistaa lukijan itsetuntemusta ja tukea tunteiden tunnistamista sekä säätelyä. Lisäksi tavoitteena on auttaa lukijaa tunnistamaan omaan ostokäyttäytymiseen liittyviä haitallisia piirteitä ja lisätä tietoisuutta ostamisen ja tunteiden välisestä yhteydestä. Oppaalla pyritään kannustamaan lukijaa tarkastelemaan omaa toimintaansa ilman syyllistämistä ja löytämään vaihtoehtoisia keinoja tunteiden käsittelyyn.

Opas on suunnattu ensisijaisesti nuorille aikuisille, joilla esiintyy haitallista ostokäyttäytymistä. Sen sisältö soveltuu kuitenkin myös laajemmin kaikille, jotka haluavat pohtia omaa kulutuskäyttäytymistään ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Opasta voidaan hyödyntää sosiaalialan asiakastyössä esimerkiksi keskustelun tukena tai asiakkaan itsenäisen työskentelyn välineenä. Oppaan digitaalinen muoto mahdollistaa sen laajemman levittämisen ja saavutettavuuden eri käyttäjäryhmille, kun taas fyysinen opas tukee sen käytännön hyödyntämistä asiakastyössä. Konkreettinen opas helpottaa työntekijöitä tutustumaan sisältöön ja mahdollistaa sen hyödyntämisen suoraan asiakastilanteissa Ohjaamossa. Opas toimii sekä sähköisessä että fyysisessä muodossa ja lisää näin sen käytettävyyttä.

5.2 Oppaan sisältö ja rakenne

Oppaan sisältö perustuu opinnäytetyön teoreettiseen viitekehykseen, mutta se on muokattu kohderyhmälle selkeään, helposti ymmärrettävään ja käytännölläheiseen muotoon. Oppaan kieli on pyritty pitämään saavutettavana, lukijaa puhuttelevana ja helposti lähestyttävänä, jotta lukija kokisi aiheen itselleen merkitykselliseksi. Opas on kirjoitettu asiantuntevaan mutta suostuttelevaan sävyyn, sillä suostuttelevan puheen tavoitteena on motivoida, voimaannuttaa ja kannustaa kohdetta toimintaan (Vilkkä 2021, 98–99).

Rakenteeltaan opas etenee johdonmukaisesti ilmiön ymmärtämisestä kohti oman toiminnan tarkastelua ja muutosta tukevia keinoja. Oppaan alussa lukijaa puhutellaan suoraan johdantotekstin avulla. Johdannon tarkoituksena on herättää kiinnostus aiheeseen ja kannustaa lukijaa pohtimaan omaa ostokäyttäytymistä.

Johdannon jälkeen oppaassa määritellään haitallinen ostokäyttäytyminen ja tarkastellaan tarkemmin impulsiivista ostokäyttäytymistä sekä shoppailuriippuvuutta ilmiöinä. Tämän jälkeen kuvataan haitallisen ostokäyttäytymisen seurauksia taloudellisesta, psyykkisestä ja sosiaalisesta näkökulmasta. Näin lukija saa kokonaiskuvan ilmiön vaikutuksista eri elämänalueilla.

Seuraavaksi oppaassa siirrytään tarkastelemaan ostokäyttäytymisen taustalla vaikuttavia tunteita ja kerrotaan siitä, kuinka ostamista voidaan käyttää tunteiden säätelyn välineenä. Oppaassa on itsearviointiosio, jonka tarkoituksena on auttaa lukijaa tunnistamaan mahdollisia haitallisen ostokäyttäytymisen piirteitä omassa toiminnassaan. Osion väittämät on laadittu Bergen Shopping Addiction Scale (BSAS) -mittarin sekä pakonomaisen ostamisen ehdotettujen diagnostisten kriteerien pohjalta (Andreassen ym. 2015 4–7; Müller ym. 2021, 216–219). Itsearviointi pohjautuu keskeisiin riippuvuuskäyttäytymisen ulottuvuuksiin, kuten ostamisen pakonomaisuuteen, tunteiden säätelyyn, kontrollin heikentymiseen sekä toiminnasta aiheutuviin haitallisiin seurauksiin.

Itsearviointiosion tavoitteena ei ole tarjota diagnostista arviota, vaan lisätä lukijan tietoisuutta omasta ostokäyttäytymisestään ja siihen liittyvistä mahdollisista riskitekijöistä. Väittämien avulla lukija voi pohtia, tunnistaako hän itsessään haitallisen

ostokäyttäytymisen piirteitä ja millä tavoin ne mahdollisesti ilmenevät arjessa. Itsearviointiosion jälkeen oppaassa lukijaa kannustetaan pysähtymään hetkeksi oman pohdinnan äärelle. Lukijaa ohjataan huomaamaan omaa toimintaansa ja suhtautumaan siihen uteliaasti ja hyväksyvästi ilman syylistämistä. Tavoitteena on vahvistaa itsetuntemusta ja lisätä ymmärrystä omista toimintamalleista.

Tunteiden tunnistamista ja säätelyä käsitellään oppaassa omana kokonaisuutenaan, jonka jälkeen tarjotaan konkreettisia harjoituksia näiden taitojen vahvistamiseksi. Käytännön harjoitukset ovat keskeisessä roolissa, sillä niiden tarkoituksena on tukea lukijaa haitallisen ostokäyttäytymisen tunnistamisessa ja siihen liittyvien tunteiden säätelyssä. Harjoitukset on laadittu teoreettisen viitekehyksen pohjalta, ja niiden sisältö perustuu erityisesti tunteiden tunnistamisen, itsehavainnoinnin sekä vaihtoehtoisten toimintatapojen vahvistamiseen. Harjoitusten tavoitteena on lisätä lukijan itsetuntemusta sekä tarjota konkreettisia keinoja ostohalu- jen tarkasteluun ja hallintaan arjen tilanteissa.

Oppaassa on viisi erilaista harjoitusta, jotka etenevät loogisesti kohti syvempää oman toiminnan tarkastelua. Ensimmäinen harjoitus keskittyy tunteiden tunnistamiseen ennen ostamista, ja sen avulla lukijaa ohjataan havainnoimaan ostohalun taustalla olevia tunteita ja kehollisia tuntemuksia. Toinen harjoitus ohjaa pysähtymään ostohalun äärelle ja tarkastelemaan tilanteessa vaikuttavia tunteita, kehon reaktioita sekä todellisia tarpeita ennen ostamista. Kolmas harjoitus käsittelee aiempien ostitilanteiden jälkikäteen tarkastelua, jonka avulla lukija voi tunnistaa ostamisen ja tunnetilojen välisiä yhteyksiä. Neljännessä harjoituksessa tarkastellaan tylsyyden merkitystä ostokäyttäytymisen taustalla ja pohditaan sen yhteyttä arjen merkityksellisyyteen ja toimintatapoihin. Viides harjoitus keskittyy vaihtoehtoisten toimintatapojen löytämiseen, ja sen avulla lukijaa kannustetaan pohtimaan, mikä tuottaa itselle hyvää oloa ja kehittämään keinoja, joilla ostohalua voi säädellä ilman ostamista.

Harjoitusten kokonaisuuden tavoitteena on tukea lukijaa siirtymään automaattisesta ostokäyttäytymisestä kohti tietoista ja harkittua toimintaa. Lisäksi niiden avulla pyritään vahvistamaan kykyä tunnistaa tunteita, pysähtyä niiden äärelle ja löytää rakentavia vaihtoehtoja ostamisen tilalle. Harjoitukset tarjoavat lukijalle konkreettisia keinoja arjen tilanteisiin, joissa ostohalu voi ohjata toimintaa.

Oppaan lopussa annetaan tietoa siitä, mistä apua on saatavilla. Tämän osion tavoitteena on madaltaa avun hakemisen kynnyksiä ja tarjota lukijalle konkreettisia väyliä tuen piiriin hakeutumiseen. Oppaassa kannustetaan lukijaa puhumaan tilanteestaan ja hakemaan apua, mikäli oma ostokäyttäytyminen aiheuttaa huolta. Esille on nostettu palveluita, jotka ovat lempääläisille nuorille saavutettavissa olevia. Palvelut ovat kuitenkin sellaisia, että lähes tulkoon jokaisessa kunnassa on saatavilla samat palvelut. Tämä lisää oppaan käytettävyyttä myös muissa kunnissa kuin Lempäälän Ohjaamossa. Oppaassa mainittavat keskusteluapua tarjoavat palvelut ovat opiskelijaterveydenhuolto, mielenterveyspalvelut, Ohjaamo, etsivä nuorisotyö sekä Sekasin-chat.

Lisäksi oppaassa tuodaan esiin taloudellisen tuen ja neuvonnan Takuusäätiön ja oikeusaputoimistojen tarjoama apu, sillä taloudelliset vaikeudet ovat yksi haitallisen ostokäyttäytymisen keskeisistä seurauksista. Oppaan lopussa on myös lisämateriaalia, kuten linkki mielen hyvinvoinnin omahoito-ohjelmaan, joka sisältää tietoa mielen hyvinvoinnista sekä harjoituksia rentoutumisen ja omien voimavarojen vahvistamisen tueksi. Lisäksi lukijalle tarjotaan kirjavinkkejä, joiden avulla hän voi syventää ymmärrystään tunteista ja niiden säätelystä.

Vaikka opinnäytetyössä käsittelemme haitallista ostokäyttäytymistä laajasti myös historiallisesta ja käsitteellisestä näkökulmasta, rajasin nämä sisällöt oppaasta pois. Oppaaseen sisällytettiin vain kohderyhmän kannalta olennaisin ja käytännölläheisin tieto, jotta sen sisältö säilyisi tiiviinä, helposti ymmärrettävänä ja tarkoituksenmukaisena nuorille aikuisille.

Käytin oppaan tekemiseen graafisen suunnittelun verkkotyökalua Canvaa. Yhteistyökumppanin toiveena oli, että opas olisi visuaalisesti värikäs, helposti lähestyttävä ja riittävän tiivis. Huomioin nämä toiveet oppaan suunnittelussa tekemällä siitä värivalintojen avulla houkuttelevan ja selkeän kokonaisuuden sekä rajamalla sisällön tiiviiseen muotoon. Rakenteessa hyödynsin väliotsikoita, lyhyitä tekstikappaleita ja tehtäviä, jotka rytmittävät sisältöä ja tukevat lukemista. Oppaan tiivis rakenne tukee sen käytettävyyttä asiakastyössä. Opas on lisensoitu CC BY-SA 4.0-lisensillä. Lisenssi mahdollistaa oppaan jatkokäytön esimerkiksi oppaan päivittämisen ja sen kääntämisen eri kielille (Creative Commons 2026).

5.3 Oppaasta saatu palaute ja arviointi

Pyysin oppaasta palautetta ystäviltäni, läheisiltäni sekä yhteistyökumppanilta Lempäälän Ohjaamosta. Palautetta keräsin sekä suullisesti että sähköpostitse, jotta sain mahdollisimman monipuolisen kuvan oppaan toimivuudesta eri näkökulmista. Palautteen kerääminen oli tärkeä osa oppaan arviointia ja sen kehittämistä. Erilaisten näkökulmien avulla pystyin tarkastelemaan opasta sekä käyttäjän että ammattilaisen näkökulmasta.

Ystäviltä ja läheisiltä saatu palaute keskittyi erityisesti oppaan selkeyteen ja ymmärrettävyyteen. Palautteen perusteella opas koettiin helppolukuiseksi ja loogisesti eteneväksi kokonaisuudeksi, jossa sisältö on esitetty helposti ymmärrettävässä muodossa. Tämä palaute oli minulle tärkeä, sillä se kuvastaa oppaan toimivuutta sellaisen lukijan näkökulmasta, jolla ei ole aiempaa tietoa aiheesta. Saadun palautteen perusteella opas vaikuttaa kohderyhmälle soveltuvalta.

Yhteistyökumppanilta Lempäälän Ohjaamosta saatu palaute painottui oppaan käytettävyyteen asiakastyössä sekä sen sopivuuteen kohderyhmälle. Palautteen mukaan opas on selkeä, tiivis ja helposti hyödynnettävä kokonaisuus. Yhteistyökumppani piti myös oppaan visuaalisesta ilmeestä ja värivalinnoista, jotka koettiin houkutteleviksi ja lukemista tukeviksi. Lisäksi opas vastasi hyvin ensitapaamisessa esiin nousseita toiveita, mikä näkyi erityisesti sen rakenteessa ja sisällön painotuksissa. Erityisesti oppaan käytännönläheisyys ja harjoitukset koettiin hyödyllisiksi asiakastyön tukena, esimerkiksi puheeksi ottamisen tilanteissa.

Pyysin palautetta oppaasta myös mielenterveysalan ammattilaiselta, joka arvioi oppaan kokonaisuutta omasta työskentelykontekstistaan käsin. Hänen mukaansa opas on selkeä ja hyvin rakennettu kokonaisuus, joka soveltuu käytettäväksi asiakastyön tukena. Hän kertoi myös aikovansa hyödyntää opasta työssään asiakkaiden kanssa, joilla esiintyy vastaavanlaista haasteellista ostokäyttäytymistä. Tämä lisäsi luottamusta oppaan käytettävyyteen myös laajemmassa ammatillisessa kontekstissa.

Yhteistyökumppanilta saadun palautteen perusteella tein oppaaseen vain vähäisiä muutoksia, jotka koskivat lähinnä kirjoitusasua ja yksittäisiä visuaalisia ratkai-

suja. Sisällöllisesti opas koettiin toimivaksi kokonaisuudeksi, eikä siihen ollut tarvetta tehdä merkittäviä muutoksia palautteen perusteella. Tämä viittaa siihen, että opas vastaa hyvin sille asetettuja tavoitteita ja kohderyhmän tarpeita. Pienet korjaukset kuitenkin paransivat oppaan viimeistelyä ilmettä.

Kokonaisuutena saatu palaute osoittaa, että opas on selkeä, käytännönläheinen ja helposti hyödynnettävä työväline sosiaalialan asiakastyössä. Erityisesti sen soveltuvuus Ohjaamon kaltaisiin matalan kynnyksen palveluihin sekä mielenterveyshäiriöiden kontekstiin vahvistaa oppaan merkitystä ja käytettävyyttä. Palaute tukee käsitystäni siitä, että opas vastaa hyvin sille asetettuja tavoitteita ja toimii tarkoituksenmukaisena työvälineenä.

6 POHDINTA

6.1 Tavoitteiden toteutuminen ja oppaan merkitys

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa sosiaalialalle käytännönläheinen opas haitallisesta ostokäyttäytymisestä erityisesti tunteiden näkökulmasta tarkasteltuna. Tavoitteena oli lisätä ymmärrystä ilmiöstä, tuoda esiin sen taustalla vaikuttavia tekijöitä sekä tarjota kohderyhmälle helposti lähestyttävää tietoa, joka tukee ilmiön tunnistamista ja siihen liittyvää ymmärrystä. Opinnäytetyön perusteella voidaan todeta, että asetetut tavoitteet toteutuivat, sillä tuotettu opas kokoaa yhteen tutkittua tietoa selkeään ja kohderyhmälle suunnattuun muotoon.

Vaikka shoppailuriippuvuutta saatetaan pitää yhteiskunnallisesti suhteellisen marginaalisena ilmiönä, sen todellinen yleisyys voi jäädä osittain piiloon ongelman tunnistamisen vaikeuden sekä siihen liittyvän häpeän vuoksi. Sundellin mukaan pakonomaiseen ostamiseen haetaan harvoin apua suoraan, vaan ongelma tulee usein esiin muiden psyykkisten oireiden tai riippuvuuksien yhteydessä (Virtanen 2024). Tämä viittaa siihen, että kyseessä voi olla alitunnistettu ilmiö, jonka laajuutta on vaikea arvioida luotettavasti. Ongelman tunnistamista vaikeuttaa myös se, että kuluttaminen on nyky-yhteiskunnassa laajasti hyväksyttyä ja siihen jopa kannustetaan markkinoinnin, alennuskampanjoiden ja sosiaalisen median kautta.

Shoppailuriippuvuuteen liittyvä syyllisyys ja häpeä voivat lisätä ongelman salaamista, mikä puolestaan voi viivästyttää avun hakemista ja pahentaa tilanteen seurauksia. Tämän vuoksi sosiaalialan ammattilaisten on tärkeää tunnistaa, että taloudellisten vaikeuksien tai muun psyykkisen oireilun taustalla voi olla myös haitallista ostokäyttäytymistä. Ilmiön esiin tuominen ja siitä avoimesti puhuminen voivat osaltaan vähentää stigmaa ja madaltaa avun hakemisen kynnyksiä. Siksi tällä oppaalla on tärkeä rooli Ohjaamon kaltaisessa matalan kynnyksen palveluympäristössä, jossa kohdataan nuoria ja nuoria aikuisia erilaisissa elämäntilanteissa. Opas tarjoaa työntekijöille konkreettisen työvälineen haitallisen ostokäyttäytymisen tunnistamisen ja puheeksi ottamisen tueksi sekä lisää ymmärrystä ilmiön

taustalla vaikuttavista tekijöistä. Lisäksi opas voi toimia asiakkaalle helposti lähestyttävänä tiedonlähteenä, joka auttaa sanoittamaan ja jäsentämään omaa käyttäytymistä sekä siihen liittyviä tunteita.

Haitallisen ostokäyttäytymisen taustalla on usein jokin tunne tai tunneperäinen tarve, johon ostamisella pyritään vastaamaan. Tämän vuoksi on tärkeää taloudellisen osaamisen lisäksi oppia tunnistamaan kuluttamisen taustalla vaikuttavia tunteita. Näistä lähtökohdista pidin tarpeellisena tuottaa sosiaalialalle oppaan, joka tarkastelee haitallista kuluttamista ja shoppailuriippuvuutta erityisesti tunteiden ja tunneperäisten tarpeiden näkökulmasta. Oppaan merkitys korostuu erityisesti sen käytännönläheisyydessä ja siinä, että se kokoaa ilmiön ymmärrettävään muotoon sosiaalialan asiakastyön tueksi.

6.2 Eettiset lähtökohdat ja luotettavuuden tarkastelu

Opinnäytetyössä noudatetaan hyvän tieteellisen käytännön periaatteita. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan mukaan tutkimus voi olla eettisesti hyväksyttävää ja luotettavaa vain, jos tutkimus on suoritettu hyvän tieteellisen käytännön mukaisesti. Hyvän tieteellisen käytännön keskeisiä periaatteita ovat luotettavuus, rehellisyys, arvostus ja vastuunkanto, jotka ohjaavat koko tutkimusprosessia suunnittelusta raportointiin. (Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa 2023, 11–12.)

Eettisyys ja luotettavuus näkyy työssä erityisesti luotettavan tiedon hankinnassa, lähteiden asianmukaisessa käytössä ja oppaan sisällön vastuullisessa rakentamisessa. Lähteisen valinnassa pitää kiinnittää huomiota niiden laatuun: suosia alkuperäisiä lähteitä, kiinnittää huomiota tiedonlähteen auktoriteettiin ja tunnettuuteen ja lähteen ikään (Vilkka & Airaksinen 2003, 72–73). Käytetyt lähteet on valittu kriittisesti, niiden valinnassa on kiinnitetty huomiota niiden ajantasaisuuteen, tieteellisyyteen ja luotettavuuteen. Työn tietoperustassa on hyödynnetty useita vertaisarvioituja tieteellisiä tutkimusjulkaisuja, mikä lisää käytetyn tiedon luotettavuutta, sillä julkaisut ovat käyneet läpi asiantuntijoiden arviointiprosessin ennen julkaisemista. Työssä ei kerätä aineistoa ihmisiltä eikä käsitellä henkilötietoja, joten tutkimukseen osallistuvien oikeuksiin liittyviä eettisiä kysymyksiä ei synny.

Eettisyys ja luotettavuus näkyy myös siten, että lähteisiin viitataan asianmukaisesti ja muiden tutkijoiden työ tunnustetaan. Kaikki opinnäytetyöt tarkistetaan ennen hyväksymistään plagioinnintunnistusohjelmalla. Plagioinnilla tarkoitetaan toisen tekemän työn tai tutkimusidean käyttämistä ilman lupaa tai viittausta (Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa 2023, 17).

Hyvän tieteellisen käytännön ja vastuullisen tutkimuksen periaatteet koskevat myös tekoälyn hyödyntämistä tutkimuksessa. Tekoälyn käytöstä tulee ilmoittaa avoimesti, ja käytettyihin sovelluksiin tulee viitata asianmukaisesti hyvää tieteellistä käytäntöä noudattaen. (Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset 2025,17.) Opinnäytetyössä on hyödynnetty tekoälyä tiedonhaun ja kielenhuollon tukena. Lähteiden etsimisessä on käytetty tekoälypohjaista hakupalvelu Keeniousta, ja ChatGPT:tä on hyödynnetty englanninkielisten tutkimusartikkeleiden kääntämisen tukena. Lopuksi olen tarkistanut englanninkielisen tiivistelmän Copilotin avulla. Tekoälyn käyttö on rajautunut työn tukitoimintoihin, eikä se ole korvannut kriittistä tiedon arviointia. Kaikki työssä esitetty tieto on tarkistettu alkuperäisistä lähteistä, ja niiden luotettavuutta on arvioitu itsenäisesti.

Toiminnallisessa opinnäytetyön raportissa on tärkeää perustella tekemänsä valinnat. Raportissa tulee perustella, miten on päätytty valitsemaansa aiheeseen sekä avata ratkaistavat kysymykset, näkökulmat, rajaukset, tietoperustan, lähteiden ja menetelmien valinnat. Perustelujen tarkoituksena on vakuuttaa lukija opinnäytetyön hyväksyttävyydestä ja tekijän luotettavuudesta. (Vilka & Airaksinen 2003, 80–81.) Prosessin kaikki vaiheet ovat kuvattu ja perusteltu opinnäytetyön raportissa selkeästi ja avoimesti, jotta lukija voi arvioida työn uskottavuutta ja luotettavuutta. Hyvän tieteellisen käytännön mukaisesti avoimuus ja huolellinen dokumentointi ovat keskeisiä tutkimuksen luotettavuuden edellytyksiä (Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa 2023, 11–13).

Kaikissa ammattikorkeakoulun opinnäytetöissä tulee noudattaa hyvän tieteellisen käytännön lisäksi kestävä kehityksen periaatteita. Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan ekologisesti, sosiaalisesti, kulttuurisesti ja taloudellisesti kestävä kehitystä. (Ammattikorkeakoulujen kestävä kehityksen ja vastuullisuuden oh-

jelma 2020, 3–4.) Tässä opinnäytetyössä korostuu erityisesti sosiaalinen ja taloudellinen kestävyys, sillä työn tavoitteena on lisätä nuorten aikuisten ymmärrystä haitallisesta ostokäyttäytymisestä ja tunteiden säätelystä sekä niiden yhteydestä taloudelliseen, psyykkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin. Lisäksi työ tukee kestävämpää ja vastuullisempaa kulutusta ohjaamalla yksilöä tarkastelemaan omaa ostokäyttäytymistään kriittisesti ja tekemään harkitumpia, hyvinvointia tukevia kulutusvalintoja.

Tässä opinnäytetyössä tuotettu opas on lisensoitu Creative Commons -lisenssillä, jotta materiaalin hyödyntäminen ja saavutettavuus olisi mahdollisimman laajaa. Lisenssi mahdollistaa oppaan jakamisen, hyödyntämisen ja jatkokehittämisen selkeästi määriteltyjen käyttöehtojen mukaisesti sekä varmistaa alkuperäisen tekijän asianmukaisen nimeämisen. Creative Commons -lisenssi edistää materiaalin vastuullista käyttöä ja mahdollistaa sen soveltamisen erilaisissa toimintaympäristöissä. (Creative Commons 2026.)

Opinnäytetyön eettisiä lähtökohtia ohjaavat myös sosiaalialan ammattieettiset periaatteet, joiden mukaan asiakkaiden ihmisarvon kunnioittaminen, osallisuuden tukeminen ja hyvinvoinnin edistäminen ovat keskeisiä tavoitteita (Sosiaalialan ammattihenkilöstön eettiset ohjeet 2022, 7). Nämä periaatteet ohjaavat myös shoppailuriippuvuudesta ja impulsiivisesta ostokäyttäytymisestä laadittavan oppaan sisällöllisiä ratkaisuja. Oppaan sisältö perustuu tutkimustietoon, ja sen tavoitteena on tarjota lukijalle realistinen ja monipuolinen ymmärrys haitallisesta ostokäyttäytymisestä, erityisesti sen taustalla olevista tunteista, sekä tarjota konkreettisia keinoja ostokäyttäytymisen hallintaan. Haitallisesta ostokäyttäytymisestä kärsivä voi kokea syyllisyyttä ja häpeää toiminnastaan, minkä vuoksi aiheen sensitiivisyys on huomioitu tarkastelemalla ilmiötä kunnioittavasti, leimaamatta tai syyllistämättä ketään. Teksti on muotoiltu tavalla, joka tukee lukijaa ja lisää ymmärrystä ilman, että se aiheuttaisi tarpeetonta huolta tai haittaa ilmiön omassa elämässään tunnistaville.

6.3 Jatkokehittämisasiheet

Vilka ja Airaksinen (2003, 158) toteavat, että oppaan kaltaisissa opinnäytetöissä on hyvä pohtia, oliko toisenlainen tapa, kuten verkkototeutus, ollut onnistuneempi

valinta kirjatyypin toteutuksen asemasta. Tämän perusteella pohdin, että tämän opinnäytetyön jatkokehittämiseksi voisi olla oppaan sisällön muokkaaminen verkkopohjaiseksi verkkovalmennukseksi. Verkkovalmennus mahdollistaisi käyttäjälähtöisemmän ja interaktiivisemmän toteutuksen, jossa itsearviointi, harjoitukset ja eteneminen voitaisiin rakentaa vaiheittaisiksi ja yksilöllistä oppimista tukeviksi kokonaisuuksiksi. Tällainen toteutus vahvistaisi käyttäjän sitoutumista ja mahdollistaisi oppaan sisällön syventämisen monipuolisilla digitaalisilla elementeillä, kuten ohjatuilla harjoituksilla.

Jatkokehittämisessä olisi perusteltua sisällyttää oppaan kokonaisuuteen taloudenhallinnan taitojen näkökulma. Haitallinen ostokäyttäytyminen kytkeytyy usein myös taloudellisiin haasteisiin, kuten velkaantumiseen, minkä vuoksi talousosaamisen vahvistaminen täydentäisi oppaan sisältöä merkittävästi. Taloudenhallinnan elementtien lisääminen mahdollistaisi entistä kokonaisvaltaisemman tukimallin, jossa tunnesäätelyn, käyttäytymisen tunnistamisen ja konkreettisten taloudellisten taitojen kehittäminen yhdistyisivät kokonaisvaltaisemmaksi kokonaisuudeksi. Lisäksi tällainen kehittämissuunta vahvistaisi oppaan hyödynnettävyyttä ennaltaehkäisevässä nuorten aikuisten palvelutyössä.

Lisäksi jatkokehittämisessä voitaisiin hyödyntää sosiaalisen median vaikutusmahdollisuuksia nuorten aikuisten tavoittamisessa. Sosiaalisella medialla ja erityisesti somevaikuttajilla on merkittävä rooli nuorten kulutuskäyttäytymisen muotoutumisessa, minkä vuoksi oppaaseen voisi sisällyttää vinkkilistan sellaisista sisällöntuottajista, jotka käsittelevät haitallista kuluttamista, shoppailuriippuvuutta, velkaantumista sekä säästämistä vastuullisesta ja tietoisuutta lisäävästä näkökulmasta. Tällainen sisältö voisi madaltaa nuorten kynnystä tarkastella omaa kulutuskäyttäytymistään sekä tarjota samaistuttavia ja helposti saavutettavia näkökulmia arjen taloudenhallintaan.

6.4 Oman oppimisen arviointi

Oman opinnäytetyön arviointi on osa oppimisprosessia. Opinnäytetyön tavoitteena on osoittaa kykyä yhdistää teoreettinen tieto ja käytännön ammatillinen osaaminen siten, että tuotetusta tiedosta on hyötyä alan työelämässä (Vilkkä &

Airaksinen 2003, 154, 159). Tämä näkökulma on ohjannut omaa työskentelyäni koko prosessin ajan, ja lopputuloksena on syntynyt työelämässä hyödynnettävä käytännönläheinen opas.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä arviointi kohdistuu ensimmäisenä työn ideaan, johon voidaan ajatella kuuluvan aihepiiri, idea tai ongelman kuvaus, asetetut tavoitteet, teoreettinen viitekehys ja tietoperusta sekä kohderyhmä. Tavoitteiden saavuttaminen on tärkein osa toiminnallisen opinnäytetyön arviointia (Vilkkä & Airaksinen 2003, 154–155). Pidän ideaa onnistuneena, sillä se on ajankohtainen nykyisessä kulutuskeskeisessä yhteiskunnassa. Haitallista ostokäyttäytymistä tarkastellaan usein taloudellisesta näkökulmasta, mutta tunteiden näkökulmaan ja käytännön harjoituksiin painottuvaa suomenkielistä opasta ei ole tietävästi saatavilla tiedonhankintani perusteella. Oppaan kohdentaminen nuorille aikuisille oli perusteltua, ja koen, että valittu kohderyhmä on huomioitu sisällössä hyvin.

Asetetut tavoitteet toteutuivat opinnäytetyössä suunnitellusti. Oppaan avulla onnistuin yhdistämään teoreettisen tiedon käytännönläheiseen muotoon sekä tuomaan esiin ostokäyttäytymisen taustalla vaikuttavia tunteita. Lisäksi oppaaseen sisällytetyt harjoitukset tukevat tavoitteita, sillä ne tarjoavat lukijalle konkreettisia keinoja oman toiminnan tarkasteluun ja tunteiden tunnistamiseen. Tietoperustan ja tuotoksen välinen yhteys on selkeä, mikä tukee työn käytettävyyttä.

Toinen keskeinen arvioinnin kohde on työn toteutustapa, jossa on syytä kiinnittää huomiota kaikkeen siihen materiaaliin, jota on käytetty sisällön tuottamisessa (Vilkkä & Airaksinen 2003, 157–159). Koen onnistuneeni kokoamaan kattavan tietoperustan, jonka pohjalta oppaan sisältö rakentui. Haitallisen ostokäyttäytymisen teoreettinen viitekehys koostuu useista vertaisarvioituista tutkimuksista, mikä lisää työn luotettavuutta. Tunteita käsittelevä osio puolestaan perustuu alan asiantuntijoiden kirjallisuuteen, joka pohjautuu psykologiseen ja psykoterapeuttiseen tietoon sekä soveltaa tutkimustietoa käytännönläheisiin harjoituksiin ja toimintamalleihin.

Kolmas tärkeä asia on arvio prosessin raportoinnista ja opinnäytetyön kieliasusta sekä siitä, onko työ johdonmukainen ja vakuuttava (Vilkkä & Airaksinen 2003, 159). Koen, että opinnäytetyön raportointi on edennyt loogisesti ja selkeästi, ja

työ muodostaa yhtenäisen kokonaisuuden alusta loppuun. Olen pyrkinyt kiinnittämään huomiota tekstin selkeyteen, asiatyylisyyteen ja siihen, että sisältö etenee johdonmukaisesti eri vaiheiden välillä.

Kieliasun osalta tarkastelin tekstiä huolellisesti koko kirjoitusprosessin ajan ja tein siihen useita korjauksia selkeyden sekä luettavuuden parantamiseksi. Pyrin välttämään toistoa ja varmistamaan, että käsitteet ovat ymmärrettäviä ja niitä käytetään johdonmukaisesti läpi työn. Kirjoittamisen haasteena koin erityisesti sen, että tunteita käsittelevä kirjallisuus on usein lukijaa puhuttelevaa, eikä tällaista ilmaisutapaa voinut sellaisenaan hyödyntää raporttiosuudessa. Minun tuli muokata sisältö asiatyyliin ja passiivimuotoon sopivaksi. Oppaan halusin puolestaan kirjoittaa lukijaa puhuttelevasti, joten kirjoitusprosessi vaati minulta kykyä vaihdella kirjoitustyyliä eri tekstilajien välillä. Kokonaisuutena arvioin, että työ on kielellisesti selkeä ja sisällöllisesti vakuuttava, vaikka yksittäisiä kehittämiskohteita voi aina jäädä.

Haastetta raportoinnissa on tuonut se, että suuri osa käyttämistäni lähteistä on ollut englanninkielisiä, minkä vuoksi niitä on täytynyt kääntää ja tulkita suomeksi. Joillekin käsitteille ei ole suoraa suomenkielistä vastinetta, mikä on edellyttänyt harkintaa termien valinnassa sekä niiden sovittamisessa suomenkieliseen asia-yhteyteen. Tämä on vaatinut lauserakenteiden muokkaamista, jotta sisältö säilyy ymmärrettävänä ja sujuvana.

Myös keskeisten käsitteiden käyttö on vaatinut pohdintaa. Kansainvälisessä ICD-11-luokituksessa käytetään termiä compulsive buying-shopping disorder, eli pakonomainen ostaminen ja ostamisen häiriö (World Health Organization 2025). Työprosessin aikana pohdin termin ”pakonomainen ostaminen” käyttöä, mutta päädyin säilyttämään käsitteen shoppailuriippuvuus, koska se on Suomessa yleisemmin käytetty, helpommin lähestyttävämpi arkikielinen termi sekä näin opas löytyy paremmin verkkohauissa. Lisäksi katsoin, että käsitteet kuvaavat sisällöllisesti samaa ilmiötä.

Tavoitteiden saavuttamisen arvioinnin kannalta olisi suositeltavaa kerätä palautetta kohderyhmältä, jotta arviointi ei jäisi pelkästään subjektiiviseksi (Vilkkä & Airaksinen 2003, 157). En kerännyt palautetta suoraan kohderyhmältä, koska heidän tavoittamisensa opinnäytetyölle asetetussa aikataulussa ja käytettävissä

olevilla resursseilla olisi ollut käytännössä haastavaa. Näin ollen arviointi perustuu omaan näkemykseeni sekä ystäviltä, läheisiltä ja toimeksiantajalta Lempäälän Ohjaamolta saatuun palautteeseen, joka edustaa nuorten kanssa työskentelevän ammattilaisen näkökulmaa. Saatu palaute tarjosi kuitenkin hyödyllisiä näkökulmia oppaan selkeydestä, sisällöstä ja käytännön hyödynnettävyydestä.

Kokemusten mukaan yksi opinnäytetyöprosessin suurimmista haasteista on aikataulussa pysyminen (Vilkkä & Airaksinen 2003, 160). Opinnäytetyöprosessin aikataulu oli tiukka ja edellytti pitkäjänteistä sekä suunnitelmallista työskentelyä koko prosessin ajan. Tästä huolimatta onnistuin etenemään suunnitellun aikataulun mukaisesti ja saattamaan työn valmiiksi aikataulussa.

Tulevaisuudessa haluan työskennellä nuorten ja nuorten aikuisten parissa. Tämän opinnäytetyön tekeminen on vahvistanut ammatillista valmiuttani kohdata haitallisesta ostokäyttäytymisestä kärsiviä henkilöitä sekä ymmärtää ilmiön taustalla vaikuttavia tekijöitä. Prosessin aikana olen syventänyt tietämystäni nuorista kuluttajina, erityisesti heidän toiminnastaan sosiaalisessa mediassa ja digitaalisissa ympäristöissä. Olen myös saanut laajemman käsityksen nuorten velkaantumisen lisääntymisestä ja siihen liittyvistä riskeistä.

Lisäksi olen oppinut paljon tunnetaidoista ja tunteiden säätelystä. Ymmärrykseni tunteiden merkityksestä käyttäytymisen taustalla on vahvistunut, ja pystyn nyt soveltamaan näitä taitoja laajemmin myös muihin ilmiöihin kuin haitallisen ostokäyttäytymisen tarkasteluun. Tämä on kehittänyt ammatillista ajatteluani ja valmiuksiani tukea nuoria erilaisissa elämäntilanteissa.

Kokonaisuutena opinnäytetyöprosessi on vahvistanut osaamistani erityisesti tiedonhankinnassa, teoreettisen tiedon soveltamisessa sekä käytännönläheisen materiaalin tuottamisessa. Lisäksi prosessi on kehittänyt omaa ajanhallintaa, kirjoittamisen taitoja sekä kykyä yhdistää tutkimustietoa ja käytännön työelämän tarpeita. Arvioin, että saavutin opinnäytetyön tavoitteet kokonaisuudessaan hyvin, ja lopputuloksena syntyi käytännönläheinen opas, joka on hyödynnettävissä työelämässä.

LÄHTEET

Andereassen, C. S. 2014. Shopping addiction – an overview. *Journal of the Norwegian Psychological Association*, Volume 51, Issue 3, March 2014, 194–209. Viitattu 23.3.2026 <https://www.proquest.com/scholarly-journals/shoppingavhengighet-en-oversikt/docview/3237782809/se-2?accountid=27297>.

Andreassen, CS., Griffiths, MD., Pallesen, S., Bilder, RM., Torsheim, T. & Aboujaoude, E. 2015. The Bergen Shopping Addiction Scale: reliability and validity of a brief screening test. *Front. Psychol.* 6:1374. Viitattu 10.3.2026 <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01374>.

Ammattikorkeakoulujen kestävä kehityksen ja vastuullisuuden ohjelma 2020. Kestävä, vastuullinen ja hiilineutraali ammattikorkeakoulu. Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry. Viitattu 24.4.2026 https://arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2020/Kest%C3%A4v%C3%A4%20vastuullinen%20ja%20hiilineutraali%20ammattikorkeakoulu.pdf?_t=1606145574.

Black, D.W. 2001. Compulsive Buying Disorder Definition, Assessment, Epidemiology and Clinical Management. *CNS Drugs*, Volume 15, Issue 1, 17–27.

Black, D. W., Shaw, M., McCormick, B., Bayless, J. D., & Allen, J. 2012. Neuropsychological performance, impulsivity, ADHD symptoms, and novelty seeking in compulsive buying disorder. *Psychiatry research*, Volume 200, Issue 2–3, 581–587. Viitattu 20.4.2026 <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2012.06.003>.

Black, D.W., Shaw, M. & Allen, J. 2016. Five-year follow-up of people diagnosed with compulsive shopping disorder. *Comprehensive Psychiatry*. Volume 68, July 2016, 97–102. Viitattu 20.3.2026 <https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2016.03.004>.

Cachón-Rodríguez, G., Blanco-González A., Prado-Román, C. & Fernández-Portillo, A. 2025, How compulsive and impulsive buying affect consumer emotional regulation. Is anxiety a differential element? *European Journal of Management and Business Economics*, Volume 34, Issue 3, 340–358. Viitattu 20.3.2026 <https://doi.org/10.1108/EJMBE-06-2023-0172>.

Cassidy, T. & Adair, Z. 2021. Psychological Aspects of Shopping Addiction: Initial Test of a Stress and Coping Model. *International Journal of Psychological and Brain Sciences*. Vol. 6, No. 2, 2021, pp. 29-35.

Creative Commons 2026. Nimeä–JaaSamoin 4.0 Kansainvälinen. Viitattu 15.5.2026 <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.fi>.

Darrat, AA., Darrat, MA. & Amyx, D. 2016. How impulse buying influences compulsive buying: The central role of consumer anxiety and escapism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 31, July 2016, 103–108. Viitattu 10.3.2026 <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.03.009>.

Harris, R. 2007. *Onnellisuusansa. Elinvoimaa hyväksymisen ja omistautumisen avulla.* Suom. Pietikäinen, A. 2016. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.

Helminen, J. 2022. Sosiaaliohjauksen tekijät ja tehtävät. *Diak Työelämä* 27. Diakonia-ammattikorkeakoulu. Helsinki. Viitattu 29.3.2026 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-493-400-8>.

Hollander, E. & Allen, A. 2006. Is compulsive buying a real disorder, and is it really compulsive? *American Psychiatric Association*, October 2006, 1670–1672. Viitattu 21.3.2026 <https://doi.org/10.1176/ajp.2006.163.10.1670>.

Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa 2023. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja 2/2023. Helsinki: Tutkimuseettinen neuvottelukunta. Viitattu 19.2.2026 https://tenk.fi/sites/default/files/2023-03/HTK-ohje_2023.pdf.

Intrum 2023. Nuorten aikuisten vaikea velkaantuminen kasvaa - tarvitaan uusia toimia, joilla ongelmia voidaan ehkäistä. Viitattu 8.4.2026 <https://www.intrum.fi/fi/yrityksille/raportit-ja-analyysit/analyysit/nuorten-aikuisten-vaikea-velkaantuminen-kasvaa/>.

Intrum 2025. *Consumer Payment Report Suomi.* Viitattu 30.1.2026 <https://www.intrum.fi/media/az4drh3x/ecpr-2025-country-report-finland.pdf>.

Iyer, G.R., Blut, M. Xiao, S.H. & Grewal, D. 2019. Impulse buying: a meta-analytic review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Volume 48, 2020, 384–404. Viitattu 20.3.2026 <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00670-w>.

KEHA-keskus 2025. *Ohjaamon perusteet.* Viitattu 19.2.2026 https://peda.net/hankkeet/eejn/ohjaamot/opl/ohjaamon-perusteet-12.2.2025:file/download/2e7678a99fe37f3c6480df1cc6c8fe45e26e1131/120225_Ohjaamon_perusteet_KEHA.pdf.

Kostamo, P., Airaksinen, T. & Vilkkä H. 2022. *Kirjoita itsesi asiantuntijaksi. Opas toiminnalliseen opinnäytetyöhön.* Helsinki: Art House Oy.

Król, A. K. & Goldman, J. 2024. Shopaholism – aetiology, characteristics, models and concepts of cognitive-behavioural therapy. *Psychiatr Psychol Klin*, Volume 24, Issue 2, 174–181. Viitattu 26.3.2026 <https://www.psychiatria.com.pl/assets/pdf/artykuly/174-181-pipk-2-2024-krol-ang.pdf>.

Lejoyeux, M & Weintin, A. 2013. Shopping addiction. *Principles of Addiction. Comprehensive Addictive Behaviors and Disorders*, Chapter 85, Pages 1412–1424.

Mieli ry 2024. Taloushuolet kuormittavat mielenterveyttä. Viitattu 3.2.2026
<https://mieli.fi/vaikea-elamantilanne/talousvaikeudet-ja-mielenterveys/taloushuolet-kuormittavat-mielenterveytta/>.

Müller, A., Brand, M., Claes, L., Demetrovics, Z., de Zwaan, M., Fernández-Aranda, F., Frost, R.O., Jimenez-Murcia, S., Lejoyeux, M., Steins-Loeber, S., Mitchell, J.E., Moulding, R., Nedeljkovic, M., Trotzke, P., Weinstein, A. & Kyrios, M. 2019. Buying-shopping disorder—is there enough evidence to support its inclusion in ICD-11? *CNS Spectrums*, Volume 24, August 2019, 374–379. Viitattu 21.3.2026 <https://doi.org/10.1017/S1092852918001323>.

Müller, A., Brand, M., Mitchell, J.E., & de Zwaan, M. 2020. Internet-shopping disorder. Teoksessa Faust, D., Faust, K., & Potenza, M. N. (Toim.), *The oxford handbook of digital technologies and mental health*. Oxford: Oxford University Press. 214-225. Viitattu 21.3.2026
https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=TPH6DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA212&ots=vYt88G8gkc&sig=BtzVSquLcigQaDkRCMGnFnG7_lc&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

Müller, A., Brand, M., Thomas, T.A., Kessler, A., Schmid, A.M., Jiménez-Murcia, S., Wegmann, E., Müller, S.M. & Steins-Loeber, S. 2026. Empirical support for recognizing pathological buying/shopping as a mental disorder. *Comprehensive Psychiatry*, Volume 146, March 2026, 152673. Viitattu 21.3.2026 <https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2026.152673>.

Müller, A., Laskowski, N.M., Trotzke, P., Ali, K., Fassnacht, D.B., de Zwaan, M., Brand, M., Häder, M. & Kyrios, M. 2021. Proposed diagnostic criteria for compulsive buying-shopping disorder: A Delphi expert consensus study. *Journal of Behavioral Addictions*, Volume 10, Issue 2, 208–222. Viitattu 21.3.2026. <https://doi.org/10.1556/2006.2021.00013>.

Müller, A., Mitchell, J.E. & de Zwaan, M. 2015. Compulsive Buying. *The American Journal on Addictions*, Volume 24, 132–137. Viitattu 20.3.2026
<https://doi.org/10.1111/ajad.12111>.

Myllyviita, K. 2016. *Tunne tunteesi*. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.

Nakken, C. 1988,1996. *Minä ja riippuvuus*. Suom. Antti-Poika, I. 2015. Kuopio: Oy Scanria Ab.

Nummenmaa, L. 2010. *Tunteiden psykologia*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Nummenmaa, L. 2019. *Tunne-KARTASTO. Kuinka tunteet tekevät meistä ihmisiä*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Nyrhinen, J., Sirola, A., Koskelainen, T., Munnukka J. & Wilska T-A. 2024. Online antecedents for young consumers' impulse buying behavior. *Computers in Human Behavior*, Volume 153, April 2024. Viitattu 4.2.2026
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108129>.

Ohjaamo 2026. Ohjaamo Lempäälä. Viitattu 19.2.2026.
<https://ohjaamot.fi/web/ohjaamo-lempaala>.

Oikeuspalveluvirasto, 2026. Talous- ja velkaneuvonta. Viitattu 26.3.2026
<https://www.oikeuspalveluvirasto.fi/talous-ja-velkaneuvonta/>.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3.–4. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Sadeniemi, M., Häkkinen, M., Koivisto, M., Ryhänen, T. & Tsokkinen, A-L. 2019. Viisas mieli. Opas tunnesäätelyvaikeuksista kärsiville. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.

Salo, J., Tahvonen, O. & Lassander, M. 2025. Kokonaistarkastelu velkaantumismielistä. Oikeusministeriön julkaisuja, Selvityksiä ja ohjeita 2025:25. Viitattu 3.2.2026
<https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/server/api/core/bitstreams/d9eaf89e-ea6e-4ddf-8aa5-ef673ba4a7a8/content>.

Savolainen, I., Oksanen, A., Kaakinen, M., Sirola, A., Zych, I. & Paek H-J. 2021. The role of online group norms and social identity in youth problem gambling. Computers in Human Behavior. Volume 122, September 2021, 106828. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106828>.

Sosiaalialan ammattihenkilöstön eettiset ohjeet 2022. Arki, arvot ja etiikka. 3. painos. PunaMusta oy. Helsinki: Talentia. Viitattu 19.2.2026
<https://talentia.lukusali.fi/#/reader/e9395507-323b-4d10-a25a-27bfb09cf76>.

Statista 2024a. Influence of social media on purchasing behavior in the U.S. in 2024, by age group. Viitattu 20.3.2026 <https://www-statista-com.ez.lapinamk.fi/statistics/1535716/social-media-influences-buyers-in-the-united-states/>.

Statista 2024b. Percentage of consumers seeing an advertisement on TV, social media, or websites that caused them to buy a product in the United States as of September 2024, by generation. Viitattu 20.3.2026 <https://www-statista-com.ez.lapinamk.fi/statistics/1478602/tv-social-media-ads-consumer-product-purchases-united-states/>.

Takuusäätiö 2026. Viitattu 27.3.2026 <https://www.takuusaatio.fi/>.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2026. ICD-11-luokituksen käyttöönotto. Viitattu 7.5.2026 <https://thl.fi/ohjeita-ammattilaisille/icd-11-luokituksen-kayttoonotto#milloin-icd-11-luokitus-tulee-kayttoon-suomessa>.

Thomas, T.A., Schmid, A. M., Kessler, A., Wolf, O.T., Brand, M., Steins-Loeber, S. & Müller, A. 2024. Stress and compulsive buying-shopping disorder: A scoping review. Comprehensive Psychiatry, Volume 132, July 2024, 152482. Viitattu 5.3.2026 <https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2024.152482>.

Tilastokeskus, 2025. Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö. Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö sukupuolen ja ikäluokan mukaan. Viitattu 20.3.2026
https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__sutivi/statfin_sutivi_pxt_13ud.px/table/tableViewLayout1/.

Toikko, T. & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Näkökulmia kehittämisprosessiin, osallistamiseen ja tiedontuotantoon. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy - Juvenes Print.

Tuominen, J., Nyrhinen, J., Rantala, E. & Wilska, T-A. 2025. Stimulation values and life satisfaction among young people: the role of impulsive buying and financial problems. *Young Consumers*, 26(7), 92–110. Viitattu 20.3.2026
<https://doi.org/10.1108/YC-07-2024-2142>.

Uzarska, A., Czerwinski SK. & Atroszko, PA. 2021. Measurement of shopping addiction and its relationship with personality traits and well-being among Polish undergraduate students. *Curr Psychol*, Volume 42, April 2021, 3794–3810.
<https://doi.org/10.1007/s12144-021-01712-9>.

Vilka, H. 2021. Näin onnistut opinnäytetyössä. Ratkaisut tutkimuksen umpikujiin. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Virtanen, J. 2024. Pakonomaisen shoppailun uskotaan yleistyneen – Asiantuntija: Syy löytyy usein lapsuudesta. Suomenmaa. Viitattu 26.4.2026
<https://www.suomenmaa.fi/uutiset/shoppailuriippuvuuteen-ei-osata-hakea-apua-pakonomainen-ostaminen-on-todennakoisesti-lisaantynyt-2000-luvulla-uskoo-aklinikan-laaketieteellinen-johtaja/>.

Weckström, H. 2025. Meidät pudotetaan LENTOKONEESTA ERÄMAAHAN! (ja yritetään selviytyä kotiin). Viitattu 30.1.2026
<https://www.youtube.com/watch?v=05rpXhh36Vc>.

Wilska, T-A., Rantala, E. & Tuominen, J. 2020. Sosiaalinen media ja sosiaalinen tausta teini-ikäisten nuorten kulutusasenteiden selittäjinä. *Nuorisotutkimus*, 38(4),4–18. Viitattu 20.3.2026
<https://journal.fi/nuorisotutkimus/issue/view/8350>.

Williams, A.D., Grisham, J.R. 2011. Impulsivity, Emotion Regulation, and Mindful Attentional Focus in Compulsive Buying. *Cognitive Therapy and Research*, Volume 36, 2012, 451–457. Viitattu 22.3.2026
<https://doi.org/10.1007/s10608-011-9384-9>.

World Health Organization 2025. ICD-11. International statistical classification of diseases and related health problems. Viitattu 3.3.2026.
<https://icd.who.int/browse/2026-01/foundation/en#1140779311>.

LIITTEET

- Liite 1. Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttämisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

Liite 1 1(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi



Liite 1 2(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

SISÄLLYS

1. Lukijalle	03
2. Mitä on haitallinen ostokäyttäytyminen? • Impulsiivinen ostokäyttäytyminen • Shoppailuriippuvuus	04
3. Haitallisen ostokäyttäytymisen seuraukset	05
4. Tunteet haitallisen ostokäyttäytymisen taustalla	06
5. Tunnistatko näitä piirteitä omassa ostokäyttäytymisessäsi?	07
6. Tunteiden tunnistaminen ja säätely	08
7. Harjoituksia tunteiden tunnistamiseen ja säätelyyn	10
8. Mistä saat apua?	14

Liite 1 3(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

1. LUKIJALLE

Tämä opas on suunnattu nuorille aikuisille, jotka haluavat lisätä ymmärrystä haitallisesta ostokäyttäytymisestä ja sen taustalla olevista tunteista.

Oppaassa käsitellään haitallista ostokäyttäytymistä, erityisesti impulsiivista ostamista ja shoppailuriippuvuutta, sekä niiden vaikutuksia arkeen ja hyvinvointiin. Erityisesti tarkastellaan ostokäyttäytymisen ja tunteiden välistä yhteyttä – sitä, miten erilaiset tunteet voivat vaikuttaa ostamiseen. Ostaminen voi toimia keinona säädellä tunteita, jolloin sillä pyritään helpottamaan esimerkiksi stressiä, tylsyyttä tai muita hetkellisiä tunnetiloja.

Oppaan tarkoituksena on lisätä ymmärrystä haitallisesta ostokäyttäytymisestä ja siitä, miksi ostaminen voi joissain tilanteissa muuttua hallitsemattomaksi tai haitalliseksi. Lisäksi opas tarjoaa mahdollisuuden pysähtyä oman toiminnan äärelle ja pohtia omia ostamiseen liittyviä ajatuksia, tunteita ja tapoja.

Oppaassa on harjoituksia ja pohdintakysymyksiä, joiden avulla voit tarkastella omaa ostokäyttäytymistäsi ja sen yhteyttä tunteisiin. Tehtävissä ei ole oikeita tai vääriä vastauksia – ne on tarkoitettu oman ajattelun tueksi.

Toivon, että opas lisää itseymmärrystäsi ja tarjoaa työkaluja kohti tietoisempaa ostokäyttäytymistä.



Tämä opas on tehty opinnäytetyönä Lapin ammattikorkeakoulussa Lempäälän Ohjaamolle.

Tekijä: Petra Hämynen

Julkaistu: 05/2026

Tämä teos on lisensoitu CC BY-SA 4.0 -lisenssillä. Lisenssin teksti on luettavissa osoitteessa <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Liite 1 4(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

2. MITÄ ON HAITALLINEN OSTOKÄYTTÄYTYMINEN?

Haitallinen ostokäyttäytyminen tarkoittaa ostamista, joka alkaa vaikuttaa kielteisesti arkeen, talouteen tai hyvinvointiin. Ostaminen voi olla toistuvaa, vaikeasti hallittavaa tai tapahtua tilanteissa, joissa siihen ei ole todellista tarvetta. Kyse ei ole yksittäisistä heräteostoksista, vaan toimintatavasta, joka voi ajan myötä muodostua haitalliseksi ja alkaa kuormittaa arkea monella tavalla.

Ostokäyttäytymiseen voivat vaikuttaa myös ulkoiset tekijät, kuten sosiaalinen media. Erityisesti nuorilla aikuisilla sosiaalinen media voi lisätä kulutuspainetta ja vertailua muihin ihmisiin. Sen kautta voi muodostua mielikuva siitä, millaista elämän "kuuluu" olla, mikä voi lisätä tarvetta ostaa asioita oman statuksen, identiteetin tai hyvinvoinnin kokemuksen vahvistamiseksi.

Haitallinen ostokäyttäytyminen voi ilmetä esimerkiksi impulsiivisena ostamisena tai pakonomaisena shoppailuna. Ostaminen voi kohdistua sekä tavarihin että elämyksiin, kuten palveluihin, tapahtumiin tai matkustamiseen.

Impulsiivinen ostokäyttäytyminen

Impulsiivinen ostaminen tarkoittaa hetken mielijohdeesta tapahtuvaa ostamista ilman ennakkosuunnittelua. Ostopäätös syntyy nopeasti, ja siihen liittyy usein voimakas halu saada tuote heti. Harkinta jää vähäiseksi, eikä ostamisen seurauksia ehditä aina pohtia.

Impulsiivinen ostaminen on yleistä, ja sitä tapahtuu kaikille. Se ei ole automaattisesti haitallista, mutta toistuessaan se voi alkaa vaikuttaa talouteen ja hyvinvointiin.

Impulsiivista ostamista voivat lisätä esimerkiksi alennukset, mainonta ja hetken mieliteko. Myös sosiaalinen media voi vahvistaa impulsiivista ostokäyttäytymistä, sillä se altistaa jatkuvasti uusille tuotteille, trendeille ja ostamiseen kannustavalle sisällölle.

Liite 1 5(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

Shoppailuriippuvuus

Shoppailuriippuvuus tarkoittaa toistuvaa ja vaikeasti hallittavaa ostamista, jossa ostaminen ei perustu todelliseen tarpeeseen. Ostamisesta voi muodostua keskeinen osa arkea, ja siihen saatetaan käyttää runsaasti aikaa ja rahaa.

Ostokäyttäytymistä on vaikea kontrolloida, ja se voi jatkua, vaikka henkilö yrittäisi vähentää sitä. Shoppailuriippuvuus voi ilmetä myös pakonomaisena ostettavan etsimisenä, tuotteiden selailuna tai ostosten suunnitteluna ilman varsinaisen ostotapahtuman toteutumista. Verkkokauppojen lisääntymisen myötä erityisesti jatkuva ja aikaa vievä verkkoselaaminen on noussut yhdeksi ilmiön keskeisistä piirteistä.

Taustalla voi olla pyrkimys säädellä omia tunteita, kuten stressiä tai ahdistusta. Shoppailuriippuvuuteen liittyy usein vaikeus hallita omaa toimintaa, ja siinä voi ilmetä samoja piirteitä kuin muissakin riippuvuuksissa, kuten pakonomaisuutta ja ostamisen jatkumista haitallisista seurauksista huolimatta.

3. HAITALLISEN OSTOKÄYTTÄYMISSÄ SEURAUKSET

Haitallinen ostokäyttäytyminen voi vaikuttaa moniin elämän osa-alueisiin, kuten psyykkiseen hyvinvointiin, talouteen ja ihmissuhteisiin.

Ostaminen voi tuoda hetkellistä mielihyvää tai helpotusta, mutta pidemmällä aikavälillä se voi aiheuttaa kuormitusta ja kielteisiä tunteita, kuten syyllisyyttä, häpeää tai ahdistusta.

Ajan myötä ostaminen voi alkaa vaikuttaa arjen hallintaan ja esimerkiksi vapaa-aikaan, opiskeluun tai työssä jaksamiseen. Ostamiseen voi liittyä myös jatkuvaa rahankäyttöä, joka ylittää omat taloudelliset mahdollisuudet.

Haitallinen ostokäyttäytyminen voi johtaa taloudellisiin vaikeuksiin, kuten velkaantumiseen. Joissain tilanteissa siihen voi liittyä ostamisen salaamista tai siitä valehtelua, mikä voi kuormittaa ihmissuhteita ja aiheuttaa ristiriitoja läheisten kanssa.

Liite 1 6(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

4. TUNTEET HAITALLISEN OSTOKÄYTTÄYTYMISEN TAUSTALLA

Tunteet ovat keskeisessä roolissa ostokäyttäytymisen taustalla. Haitallisessa ostokäyttäytymisessä, kuten impulsiivisessa ostamisessa ja shoppailuriippuvuudessa, ostamista käytetään usein keinona säädellä omia tunteita.

Ostaminen voi tuoda hetkellistä mielihyvää tai helpotusta, ja sen avulla voidaan pyrkiä lievittämään esimerkiksi stressiä, ahdistusta, yksinäisyyttä, tylsyyttä, turhautumista, vihaa tai surua. Ostaminen ei liity pelkästään tuotteiden hankintaan, vaan sen avulla voidaan yrittää parantaa mielialaa tai saada hetkellinen hallinnan tunne.

Vaikka ostaminen voi hetkellisesti helpottaa oloa, sen jälkeen voi ilmetä negatiivisia tunteita, kuten syyllisyyttä, häpeää, ahdistusta, nolostumista tai katumusta. Tämä voi johtaa kierteeseen, jossa ostamista käytetään yhä uudelleen tunteiden käsittelyyn.

Myös ostamisen vähentäminen tai lopettaminen voi herättää epämiellyttäviä tunteita, kuten levottomuutta, ärtyneisyyttä, surullisuutta tai ahdistusta. Tämä voi lisätä riskiä palata aiempiin ostotapoihin. Näin ostokäyttäytymisestä voi muodostua tapa käsitellä tunteita, vaikka se ei pitkällä aikavälillä ratkaise niiden taustalla olevia syitä.



Liite 1 7(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

5. TUNNISTATKO NÄITÄ PIIRTEITÄ OMASSA OSTOKÄYTTÄYTYMISESSÄSI?

Lue väittämät ja mieti, kuinka moni niistä tuntuu tutulta:

- Ajattelen ostamista tai ostoksia usein päivän aikana
- Ostaminen vie ajatuksiani niin paljon, että minun on vaikea keskittyä muihin asioihin
- Ostan asioita parantaakseni mielialaani tai helpottaakseni oloa
- Ostamiseni vaikuttaa arkeeni (esim. opiskeluun, työhön tai ihmissuhteisiin)
- Minun täytyy ostaa yhä enemmän saadakseni saman hyvän olon tunteen kuin ennen
- Minusta tuntuu pahalta, jos en pysty ostamaan jotain haluamaani
- Olen yrittänyt vähentää ostamista, mutta en ole onnistunut siinä
- Ostamiseni on aiheuttanut minulle ongelmia (esim. rahahuolia tai huonoa oloa)
- Koen voimakkaita haluja tai pakkoa ostaa
- Minun on vaikea hallita ostamistani
- Ostan asioita, joita en oikeasti tarvitse tai käytä
- Käytän paljon aikaa ostamiseen tai ostosten selailuun
- Selailen usein nettikauppoja tai käyn kaupoissa kiertelemässä ilman erityistä tarvetta
- Jatkan ostamista, vaikka tiedän siitä olevan haittaa
- Salailen tai piilottelen ostoksiani (esim. puolisolta tai läheisiltä)
- Tunnen usein häpeää tai syyllisyyttä ostamisen jälkeen

Pysähdy hetkeksi

Jos tunnistit itsesi useista kohdista, omaa ostokäyttäytymistä voi olla hyvä pysähtyä pohtimaan tarkemmin. Muista, että yksittäiset kohdat eivät vielä tarkoita ongelmaa. Tärkeintä on huomata oma toiminta ja suhtautua siihen uteliaasti, ei syyllistäen.

Liite 1 8(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

6. TUNTEIDEN TUNNISTAMINEN JA SÄÄTELY

Kun olet pohtinut omaa ostokäyttäytymistäsi, seuraavaksi voidaan tarkastella tunteita tarkemmin. Tunteiden tunnistaminen ja säätely ovat taitoja, joita voi harjoitella ja ne voivat auttaa myös ostokäyttäytymisen ymmärtämisessä ja muuttamisessa.

Tunteiden tunnistaminen – miksi se on tärkeää ja miten se tapahtuu?

Tunteiden tunnistaminen tarkoittaa sitä, että opit huomaamaan ja nimeämään, mitä tunnet eri tilanteissa. Usein tunteet vaikuttavat toimintaamme huomaamattamme, myös ostamiseen.

Saatat esimerkiksi huomata selaavasi verkkokauppaa tai ostavasi jotain hetken mielialojhteesta, vaikka et oikeasti tarvitsisi sitä. Taustalla voi olla tunne, jota et ole ehtinyt pysähtyä tunnistamaan.

Kun opit tunnistamaan tunteitasi, sinun on helpompi ymmärtää, miksi toimit tietyllä tavalla ja mitä tarpeita käyttäytymisesi taustalla voi olla. Ilman tätä pysähtymistä tunteet voivat ohjata toimintaa automaattisesti. Tunteiden tunnistaminen antaa sinulle mahdollisuuden pysähtyä ja tehdä tietoisempia valintoja.

Tunteita voi oppia tunnistamaan kiinnittämällä huomiota esimerkiksi kehon tuntemuksiin, ajatuksiin ja tilanteisiin.

Ahdistus on yksi yleisimmistä tunteista ostamisen taustalla ja se voi tuntua:

- sydämen sykkeen kiihtymisenä, hengityksen nopeutumisenä tai hikoiluna
- epämukavina tuntemuksina, kuten vatsanväänteinä, käsien vapinana tai heikotuksena
- voimakkaana haluna paeta tilannetta tai lopettaa se, mitä olet tekemässä
- levottomuutena, kuten jatkuvana liikehtimisena tai nopeana puheena

Voit pysähtyä hetkeksi ja kysyä itseltäsi:

Mitä tunnen juuri nyt?

Missä kohtaa kehoani tunne tuntuu?

Mikä tilanne tai ajatus liittyy tähän tunteeseen?

Pelkkä tunteen huomaaminen ja nimeäminen on jo tärkeä ensimmäinen askel!

Liite 1 9(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

Tunteiden säätely – mitä se on ja miten sitä voi harjoitella?

Tunteiden säätely tarkoittaa sitä, miten toimit tunteidesi kanssa. Tunteita ei ole tarkoitus poistaa tai tukahduttaa, sillä usein käy päinvastoin: mitä enemmän tunnetta yrittää työntää pois, sitä voimakkaammaksi se voi kasvaa. Tällöin tunne voi purkautua esimerkiksi impulsiivisena toimintana, kuten ostamisena.

Kun olet tunnistanut tunteen, seuraava askel on pysähtyä sen äärelle hetkeksi ilman, että toimit heti. Tämä voi tuntua vaikealta, koska keho ja mieli hakevat usein nopeaa helpotusta.

Tunteiden säätelyssä keskeistä on opetella sietämään tunnetta hetken aikaa ja valitsemaan, miten toimit sen sijaan, että reagoisit automaattisesti.

Voit kokeilla esimerkiksi seuraavia keinoja:

Pysähdy hetkeksi

Älä toimi heti. Anna itsellesi aikaa ennen päätöstä.

Nimeä tunne

Sano itsellesi: "Tämä on ahdistusta" tai "Olen nyt levoton".
Tunteen nimeäminen voi jo rauhoittaa oloa.

Hengitä rauhallisesti

Hidasta hengitystäsi ja keskity hetki siihen. Se auttaa kehoa rauhoittumaan.

Siirrä huomio hetkeksi muualle

Tee jotain muuta: käy kävelyllä, kuuntele musiikkia tai juttele jonkun kanssa.

Muistuta itseäsi

Tunteet menevät ohi, vaikka et toimisi niiden mukaan.

Ostamisen halu voi tuntua voimakkaalta, mutta sekin on usein hetkellinen tunne tai reaktio. Kun et toimi heti sen mukaan, huomaat usein, että tunne alkaa vähitellen lievittyä.

Aina ei tarvitse onnistua, vaan kyse on siitä että opit huomaamaan omia reaktioitasi ja kokeilemaan uusia tapoja toimia. Jokainen kerta, kun pysähdyt ennen toimintaa, vie sinua eteenpäin.

Liite 1 10(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

7. HARJOITUKSIA TUNTEIDEN TUNNISTAMISEEN JA SÄÄTELYYN

Seuraavaksi siirryt harjoittelemaan tunteiden tunnistamista ja säätelyä haitallisen ostokäyttäytymisen näkökulmasta. Harjoitusten tarkoituksena on auttaa sinua pysähtymään ostohalun äärelle ja huomaamaan, mitä sen taustalla tapahtuu.

Voit tehdä harjoituksia esimerkiksi kirjoittamalla ajatuksiasi ylös paperille tai puhelimen muistiinpanoihin. Harjoitukset kannattaa säilyttää, jotta voit palata niihin myöhemmin ja huomata omaa kehitystäsi.

Tavoitteena ei ole estää tunteita tai ostamisen tarvetta väkisin, vaan lisätä ymmärrystä omasta toiminnasta ja oppia tunnistamaan hetki, jossa voit tehdä tietoisemman valinnan.

Usein ostamisen tarve ei liity itse tavarahan, vaan siihen, että ostamisen kautta pyritään säätelämään omaa tunnetilaa tai hakemaan hetkellistä helpotusta oloon. Kun opit pysähtymään ennen toimintaa, pystyt tekemään tietoisempia valintoja ja vähitellen muuttamaan omaa toimintaasi.

Seuraavissa harjoituksissa tutustut omiin tunteisiisi, pysähdyt tarkastelemaan ostohalua eri tilanteissa ja harjoittele vaihtoehtoisia tapoja toimia. Voit tehdä harjoituksia omaan tahtiisi ja palata niihin silloin, kun se tuntuu sinulle sopivalta.

Tunnesanaharjoitus – mitä tunnen ennen ostamista?

Yksi tapa oppia tunnistamaan tunteita on käymällä läpi tunnesanoja ja vertaamalla niiden herättämiä mielikuvia omiin tuntemuksiin ja kokemuksiin. Tässä harjoituksessa pysähdyt pohtimaan, miten erilaiset tunteet voivat liittyä ostohaluun.

Valitse alla olevista tunteista yksi kerrallaan ja pohdi :

- Voisiko tämä tunne liittyä tilanteeseen, jossa tekee mieli ostaa jotain?
- Miltä tämä tunne tuntuisi kehossa juuri ennen ostamista?
- Mitä yleensä tekisin, jos tuntisin näin?

ahdistus	helpotus	suru
tylsyys	levottomuus	viha
stressi	katumus	innostus
yksinäisyys	turhautuminen	häpeä
ärsytys	syllisyys	kateus

Voit myös lisätä omia tunnesanoja.

Liite 1 11(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

Pysähdy ostohalun äärelle

Tämän harjoituksen avulla voit pysähtyä ennen ostamista ja tunnistaa, mitä tunnet sillä hetkellä. Usein ostamisen taustalla on tunne, jota ei ole ehtinyt huomata.

1. Pysähdy hetkeksi

Kun huomaat halun ostaa jotain, pysähdy ennen kuin toimit.

Kysy itseltäsi:

- Mitä minussa tapahtuu juuri nyt?
- Mikä sai minut haluamaan ostaa?

2. Nimeä tunne

Yritä tunnistaa ja nimetä tunne ostohalun taustalla. Muista, että tunteita voi olla useampi yhtä aikaa.

- Mitä tunnen tällä hetkellä?
- Onko kyse esimerkiksi ahdistuksesta, tylsyydestä, yksinäisyydestä, stressistä tai ilosta?

3. Huomaa keho

Tunne näkyy usein myös kehossa.

- Missä kohtaa kehoa tunne tuntuu?
- Tuntuuko levottomuutta, jännitystä tai painetta toimia nopeasti?

4. Mitä tarvitsen oikeasti?

Pysähdy pohtimaan, mitä todella tarvitset.

- Yritäkö helpottaa jotakin tunnetta ostamalla?
- Mitä muuta voisin tehdä tässä tilanteessa?

5. Viivytä toimintaa

Anna itsellesi aikaa ennen päätöstä.

- Voinko odottaa 10–15 minuuttia ennen ostamista?
- Muuttuuko tunne sillä aikaa?

6. Anna tunteen olla

Sinun ei tarvitse poistaa tunnetta heti.

Voit sanoa itsellesi:

“Tämä tunne saa olla tässä. Minun ei tarvitse toimia sen mukaan.”

Liite 1 12(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

Ostamisen jäljittäminen – mitä oikeasti tapahtui?

Pysähdy yhden aiemman ostotilanteen äärelle ja tarkastele sitä jälkeensä:

- Mitä tapahtui juuri ennen ostamista?
- Millainen olo minulla oli silloin?
- Mitä yritin saada ostamisella aikaan?
- Muuttuiko oloni ostamisen jälkeen? Miten?

Tavoitteena on huomata, että ostaminen liittyy usein tunteeseen ja hetkelliseen oloon, ei pelkkään tuotteeseen.

Tylsyys ja ostaminen – mitä se kertoo minulle?

Tylsyys on yksi yleisimmistä tunteista, joka voi olla haitallisen ostokäyttäytymisen taustalla. Nykyään tylsyyttä yritetään usein välttää esimerkiksi somen selaamisella tai muulla tekemisellä, kuten ostelemalla.

Tylsyys ei kuitenkaan ole turha tunne. Se voi kertoa siitä, että jokin arjessa ei tunnu merkitykselliseltä tai itselle sopivalta. Se voi olla merkki siitä, että omaa ajankäyttöä tai tekemistä olisi hyvä pysähtyä pohtimaan.

Pysähdy hetkeksi ja mieti:

- Milloin minulla on yleensä tylsää?
- Mitä teen silloin yleensä?
- Yritätkö usein "paeta" tylsyyttä esimerkiksi ostamalla tai selaamalla jotain?
- Onko elämässäni jotain, mikä ei tällä hetkellä tunnu mielekkäältä?

Seuraavaksi voit pohtia:

- Mitkä asiat ovat minulle oikeasti tärkeitä?
- Mistä tekemisestä tai asioista saan oikeasti hyvää oloa pitkällä aikavälillä?
- Elätkö tällä hetkellä sellaista arkea, joka tuntuu minusta hyvältä?

Tavoitteena ei ole poistaa tylsyyttä, vaan oppia huomaamaan, mitä se sinulle kertoo.

Liite 1 13(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

Vaihtoehtoinen toiminta – mitä voin tehdä toisin?

Kun huomaat ostohalun heränneen, kokeile ensin jotain muuta toimintaa ennen kuin teet päätöksen.

Voit esimerkiksi:

- käydä kävelyllä
- kuunnella musiikkia
- tehdä jotain käsillä
- jutella jollekin
- odottaa hetken ja hengittää rauhassa

Mitä sinä itse tykkäät tehdä?

Tee itsellesi lista asioista, jotka auttavat sinua tai tekevät hyvän olon. Voit kirjoittaa listan esimerkiksi puhelimen muistiinpanoihin ja ottaa sen esille, kun huomaat ostohalun heränneen.

Usein ostohalu helpottaa, kun et toimi heti sen mukaan.



Liite 1 14(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

8. MISTÄ SAAT APUA?

Jos huomaat, että ostokäyttäytyminen aiheuttaa huolta tai tuntuu vaikealta hallita, et ole yksin. Asiasta puhuminen voi helpottaa ja auttaa jäsentämään omia ajatuksia ja tunteita. Apua ja tukea on saatavilla.

Keskusteluapu

Voit ottaa asian puheeksi esimerkiksi seuraavissa palveluissa:

Opiskelijaterveydenhuolto ja työterveys

Tukea hyvinvointiin, jaksamiseen ja arjen haasteisiin opiskelijoille ja työssäkäyville.

Mielenterveyspalvelut

Hyvinvointialueiden palvelut, joista saa apua mielenterveyteen ja elämäntilanteisiin liittyvissä asioissa.

Ohjaamo

Maksutonta ja luottamuksellista ohjausta nuorille monenlaisiin elämäntilanteisiin.

Etsivä nuorisotyö

Tukea arjen hallintaan ja palveluihin kiinnittymiseen. Voit saada rinnallakulkijan, joka kulkee mukana omassa tilanteessasi ja auttaa eteenpäin.

Sekasin-chat

Matalan kynnyksen keskustelupalvelu nuorille, jossa voi jutella nimettömästi koulutettujen vapaaehtoisten ja työntekijöiden kanssa.

Taloudellinen neuvonta

Takuusäätiö

Neuvontaa raha-asioihin, velkoihin ja talouden hallintaan sekä työkaluja oman talouden suunnitteluun.

Oikeusaputoimistot

Apua velka- ja talousasioihin sekä tukea talouden suunnitteluun.

Lisämateriaalia

Jos haluat syventää ymmärrystä tunteista ja mielen hyvinvoinnista, voit tutustua seuraaviin materiaaleihin:

Mielenterveystalo.fi – Mielen hyvinvoinnin omahoito-ohjelma

Omahoito-ohjelma sisältää tietoa mielen hyvinvoinnista ja harjoituksia, jotka tukevat rentoutumista ja omien voimavarojen vahvistamista.

Kirjallisuus tunteista ja tunnesäätelystä:

- Sadeniemi ym.: Viisas mieli
- Myllyviita: Tunne tunteesi
- Harris: Onnellisuusansa

Kirjat käsittelevät tunteita, ajatuksia ja keinoja kohdata omaa mieltä hyväksyvällä tavalla.

Muista, että avun hakeminen ei ole epäonnistumista, vaan¹⁴ tärkeä askel kohti parempaa hyvinvointia ja arjen hallintaa.

Liite 1 15(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

LÄHTEET

- Andreassen, C. S. 2014. Shopping addiction – an overview. *Journal of the Norwegian Psychological Association*, Volume 51, Issue 3, 194–209.
- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Pallesen, S., Bilder, R. M., Torsheim, T. & Aboujaoude, E. 2015. The Bergen Shopping Addiction Scale: reliability and validity of a brief screening test. *Frontiers in Psychology*, 6:1374.
- Black, D. W., Shaw, M. & Allen, J. 2016. Five-year follow-up of people diagnosed with compulsive shopping disorder. *Comprehensive Psychiatry*, Volume 68, 97–102.
- Darrat, A. A., Darrat, M. A. & Amyx, D. 2016. How impulse buying influences compulsive buying: The central role of consumer anxiety and escapism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 31, 103–108.
- Hollander, E. & Allen, A. 2006. Is compulsive buying a real disorder, and is it really compulsive? *American Journal of Psychiatry*, 163(10), 1670–1672.
- Lejoyeux, M. & Weinstein, A. 2013. Shopping addiction. Teoksessa: *Principles of Addiction. Comprehensive Addictive Behaviors and Disorders*, Volume 1, 847–853.
- Müller, A., Mitchell, J. E. & de Zwaan, M. 2015. Compulsive buying. *The American Journal on Addictions*, Volume 24, 132–137.
- Müller, A., Brand, M., Claes, L., Demetrovics, Z., de Zwaan, M., Fernández-Aranda, F., Frost, R. O., Jimenez-Murcia, S., Lejoyeux, M., Steins-Loeber, S., Mitchell, J. E., Moulding, R., Nedeljkovic, M., Trotzke, P., Weinstein, A. & Kyrios, M. 2019. Buying-shopping disorder – is there enough evidence to support its inclusion in ICD-11? *CNS Spectrums*, Volume 24, 374–379.
- Müller, A., Laskowski, N. M., Trotzke, P., Ali, K., Fassnacht, D. B., de Zwaan, M., Brand, M., Häder, M. & Kyrios, M. 2021. Proposed diagnostic criteria for compulsive buying-shopping disorder: A Delphi expert consensus study. *Journal of Behavioral Addictions*, Volume 10, Issue 2, 208–222.
- Thomas, T. A., Schmid, A. M., Kessler, A., Wolf, O. T., Brand, M., Steins-Loeber, S. & Müller, A. 2024. Stress and compulsive buying-shopping disorder: A scoping review. *Comprehensive Psychiatry*, Volume 132, 152482.
- Williams, A. D. & Grisham, J. R. 2011. Impulsivity, emotion regulation, and mindful attentional focus in compulsive buying. *Cognitive Therapy and Research*, Volume 36, 451–457.
- Tunteisiin liittyvä kirjallisuus:
- Harris, R. 2007. Onnellisuusansa. Elinvoimaa hyväksymisen ja omistautumisen avulla. Suom. Pietikäinen, A. 2016. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.
- Myllyviita, K. 2016. Tunne tunteesi. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.
- Nummenmaa, L. 2010. Tunteiden psykologia. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Nummenmaa, L. 2019. Tunne-kartasto. Kuinka tunteet tekevät meistä ihmisiä. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Sadeniemi, M., Häkkinen, M., Koivisto, M., Ryhänen, T. & Tsokkinen, A.-L. 2019. Viisas mieli. Opas tunnesäätelyvaikeuksista kärsiville. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.

Liite 1 16(16). Opas shoppailuriippuvuuden ja haitallisen ostokäyttäytymisen ymmärtämiseen ja muutoksen tueksi

Oletko huomannut, että ostaminen helpottaa oloa hetkeksi, mutta ei ratkaise sitä, mitä oikeasti tunnet?

Moni ostaminen ei liity itse tuotteeseen, vaan sisäiseen oloon, jota on vaikea sanoittaa tai kohdata.

Tämä opas, *Tyhjyyttä täyttämässä*, on suunnattu nuorille, jotka haluavat ymmärtää omaa ostokäyttäytymistään ja siihen liittyviä tunteita.

Oppaan avulla opit tunnistamaan ostohalun taustalla olevia tunteita, pysähtymään ennen ostamista ja löytämään keinoja toimia toisin arjen tilanteissa.

Kyse ei ole ostamisen kieltämisestä, vaan oman toiminnan ymmärtämisestä ja tietoisempien valintojen tekemisestä.

Tyhjyyttä ei voi täyttää ostamalla – mutta sitä voi oppia ymmärtämään!