



Liikenne- ja
viestintäministeriö

Matkaviestinverkon puhelinliittymien puhelinmarkkinoinnin kiellon vaikutukset

Selvitys

Liikenne- ja viestintäministeriön

visio

Hyvinvointia ja kilpailukykyä hyvillä yhteyksillä

toiminta-ajatus

Liikenne- ja viestintäministeriö edistää väestön hyvinvointia ja elinkeinoelämän kilpailukykyä. Huolehdimme toimivista, turvallisista ja edullisista yhteyksistä.

arvot

Rohkeus

Oikeudenmukaisuus

Yhteistyö



Julkaisun päivämäärä
12.1.2015

Julkaisun nimi

**Matkaviestinverkon puhelinliittymien puhelinmarkkinoinnin kiellon vaikutukset.
Selvitys**

Tekijät

VALOR Partners Oy: KTM Pekka Passi, KTM Karoliina Heikkilä, DI Antti Halonen

Toimeksiantaja ja asettamispäivämäärä

Liikenne- ja viestintäministeriö 23.10.2014

Julkaisusarjan nimi ja numero

**Liikenne- ja viestintäministeriön
julkaisuja 1/2015**

ISSN (verkkojulkaisu) 1795-4045
ISBN (verkkojulkaisu) 978-952-243-440-1
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-440-1>
HARE-numero

Asiasanat

Matkapuhelimet, puhelinmarkkinointi, kuluttajansuoja

Yhteyshenkilö

Tomi Lindholm

Tiivistelmä

Viestintämarkkinalain 65a § tuli voimaan 1.8.2012. Säännös on määräaikainen, ja se on voimassa 1.7.2015 saakka. Pykälässä säädetään matkaviestinverkon puhelinliittymien puhelinmarkkinointia koskevasta kiellosta. Lain kohdan mukaan matkaviestinverkon puhelinliittymää ei saa markkinoida kuluttajalle puhelimitse muuten kuin kuluttajan nimenomaisesta pyynnöstä. Teleyritykset voivat kuitenkin markkinoida omille matkapuhelinasiakkailleen liittymiä.

Selvityksessä arvioidaan annetaanko em. määräaikaisen matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinoinnin kiellon raueta, esitetäänkö sitä säädettäväksi uudestaan muuttumattomana vai tulisiko säännöstä laajentaa muihin viestintäpalveluihin. Arvioinnissa tarkastellaan kolmen skenaarion vaikutuksia keskeisiin sidosryhmiin ja yhteiskuntaan laajemmin. Arvioinnin pohjaksi työssä analysoidaan myös nykyisen kieltopykälän vaikutuksia syksystä 2012 alkaen sekä muiden pohjoismaiden käytäntöjä puhelinmyynnin sääntelyssä – erityisesti matkapuhelinliittymien osalta.

Selvityksen pääasialliset tutkimusmenetelmät ovat datan vähydestä johtuen laadullisia. Säännöksen vaihtoehtoisten jatkoskenaarioiden vaikutuksia arvioidaan markkinaosapuolten haastatteluilla saatujen tietojen ja näkemysten pohjalta. Näkemyksiä täydennetään julkisella datalla – mm. Viestintäviraston julkistamilla markkinatilastoilla sekä Numpacin numeronsiirtotilastoilla. Nykysäännöksen vaikutuksista kuluttajavalitusten määrään ei ole luotettavaa dataa, koska kuluttajaviranomaisten KuTi-järjestelmään ei yleensä kirjata myyntitapaa, johon valitus kohdistuu.

Selvityksen perusteella kaikki markkinaosapuolet ovat sitä mieltä, että nykyisen puhelinmarkkinointikieltosäännöksen vaikutukset ovat olleet positiivisia. Lisäksi matkapuhelinoperaattoreiden katsotaan noudattaneen kieltä hyvin. Markkinan nähdään olevan tasapainossa, ja sekä kuluttajaviranomaiset että matkapuhelinoperaattorit arvioivat kuluttaja-/asiakasvalitusten vähentyneen säännöksen voimaantulon jälkeen merkittävästi. Sekä operaattorit että viranomaiset näkevät kilpailun matkapuhelinliittymissä säilyneen kireänä, mistä todistaa myös se, että numeronsiirrot eivät ole vähentyneet, matkaviestinverkon puhelinpalveluiden hinnat ovat jatkaneet laskuaan ja matkapuhelinverkkoon tehdyt investoinnit ovat jatkaneet kasvuaan. Operaattoreiden itse ja alihankkijoillaan työllistämisen henkilöstön määrä on säännöksen käyttöönoton myötä vähentynyt yhteensä muutamalla sadalla hengellä.



Publiceringsdatum
12.1.2015

Publikation

Studien om effekterna av mobilabonnemangs telefonsäljningsförbud

Författare

VALOR Partners Oy: EM Pekka Passi, EM Karoliina Heikkilä, DI Antti Halonen

Tillsatt av och datum

Kommunikationsministeriet 23.10.2014

Publikationsseriens namn och nummer

**Kommunikationsministeriets
publikationer 1/2015**

ISSN (webbpublikation) 1795-4045
ISBN (webbpublikation) 978-952-243-440-1
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-440-1>
HARE-nummer

Ämnesord

Mobiltelefoner, telefonsäljning, konsumentskydd

Kontaktperson

Tomi Lindholm

Rapportens språk

Finska

Sammandrag

Paragraf 65a av kommunikationsmarknadslagen trädde i kraft den 1.8.2012. Denna bestämmelse är tillfällig, och det är giltigt till 1.7.2015. Bestämmelsen tillhandahåller telefonsäljningsförbud av mobilabonnemang. Paragrafen säger att mobilabonnemang inte får marknadsföras till konsumenten via telefon utan konsumentens uttryckliga begäran. Operatörerna kan dock sälja mobilabonnemang till deras egna kunder via telefon.

Denna studie bedömer om det tillfälliga telefonsäljningsförbud bör hävas, förnyas eller utvidgas till andra kommunikationstjänster. Bedömningen grundar sig på effekterna av de tre scenarierna om viktiga intressenter och samhället i stort. Studien också utvärderar effekterna av den nuvarande bestämmelsen, liksom rutiner och regler i telemarketing i övriga nordiska länder - i synnerhet när det gäller mobiltelefonabonnemang.

Analysen baseras huvudsakligen på kvalitativa metoder på grund av bristen på relevanta data. Effekterna av de tre scenarierna bedöms utifrån uppgifter som samlats in från marknadsaktörer genom intervjuer. Deras åsikter kompletteras med offentligt tillgängliga uppgifter - till exempel marknadsstatistik som tillhandahålls av Kommunikationsverket och Numpacs nummerportabilitetstatistik. Det finns inga tillförlitliga uppgifter om effekterna av den nuvarande bestämmelsen i antalet klagomål från konsumenter eftersom, som regel, konsumentmyndigheternas informationssystem inte innehåller marknadsföringsmetod på vilken klagomålet är riktat.

Baserat på bedömningen, alla marknadsaktörer se nuvarande bestämmelses effekter som positivt. Dessutom mobiloperatörer anses ha uppfyllt väl med förbudet. Marknaden anses vara i jämvikt, och båda konsumentmyndigheter och mobiloperatörer uppskattar att antalet konsument/kundklagomål har minskat sedan bestämmelsen trädde i kraft. Både operatörer och myndigheter ser också att konkurrensen på mobilabonnemang har fortsatt stram, vilket framgår av det faktum att antalet porterade mobiltelefonnummer inte har minskat, priserna på mobiltelefonfjäntjänster har fortsatt att sjunka, och investeringar i mobiltelefonnätet har fortsatt att växa. Antalet anställda vid operatörerna och deras underleverantörer har minskat med totalt 200-300 personer sedan införandet av den aktuella bestämmelsen.



Date
12.1.2015

Title of publication

Assessment of the effects of the ban on phone marketing of mobile phone subscriptions

Author(s)

VALOR Partners Oy: Pekka Passi (M.Sc.), Karoliina Heikkilä (M.Sc.), Antti Halonen (M.Sc.)

Commissioned by, date

The Ministry of Transport and Communications, October 23, 2014

Publication series and number

**Publications of the Ministry of
Transport and Communications
1/2015**

ISSN (online) 1795-4045
ISBN (online) 978-952-243-440-1
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-440-1>
Reference number

Keywords

Mobile phones, phone marketing, consumer protection

Contact person

Mr. Tomi Lindholm

Language of the report

Finnish

Abstract

Section 65a of Communications Market Act came into force on August 1, 2012. The provision is temporary, and it is valid until July 1, 2015. The provision bans phone marketing of mobile phone subscriptions without the consumer's express request. The operators may, however, market mobile phone subscriptions to their existing clients by phone.

This study assesses whether the temporary phone marketing ban should be lifted, renewed or extended to other communications services. The assessment is based on the impacts of the three scenarios on key stakeholders and society at large. The study also assesses the impacts of the current provision, as well as the practices and rules in telemarketing in other Nordic countries - in particular with regard to mobile phone subscriptions.

The analysis is mainly based on qualitative methods due to the lack of relevant data. The impacts of the three scenarios are assessed based on information gathered from market participants through interviews. Their views are complemented with publicly available data - eg. market statistics provided by the Finnish Communications Regulatory Authority and Numpac's number portability statistics. There is no reliable data concerning the effects of the current provision on the number of consumer complaints because, as a rule, the consumer authorities' information system does not contain the marketing method upon which the complaint is directed.

Based on the assessment, all market participants see current provision's effects as positive. Moreover, mobile operators are deemed to have complied well with the ban. The market is seen to be in equilibrium, and both consumer authorities and mobile phone operators estimate that the number of consumer/customer complaints have decreased since the provision came into force. Both operators and authorities also see that the competition in mobile subscriptions has remained tight, as evidenced by the fact that the number of transfers has not decreased, mobile telephony prices have continued to decline, and investments in the mobile phone network have continued to grow. The number of workers employed by operators themselves and through their subcontractors has decreased by a total of 200-300 people since the introduction of the current provision.

Esipuhe

Liikenne- ja viestintäministeriössä valmisteltiin tietoyhteiskuntakaari, johon koottiin keskeiset sähköistä viestintää ja tietoyhteiskunnan palvelujen tarjontaa koskevat säännökset. Tietoyhteiskuntakaari tuli voimaan 1.1.2015. Tietoyhteiskuntakaareen sisältyy myös vanhan viestintämarkkinalain 65a §, jossa säädetään matkaviestinverkon puhelinliittymien puhelinmarkkinointia koskevasta kiellosta.

Kiellon mukaan matkaviestinverkon puhelinliittymää ei saa markkinoida kuluttajalle puhelimitse muuten kuin kuluttajan nimenomaisesta pyynnöstä. Teleyritykset voivat kuitenkin markkinoida omille matkapuhelinasiakkailleen liittymiä. Koska säännös on määräaikainen, päätti liikenne- ja viestintäministeriö selvittää annetaanko kiellon raueta, esitetäänkö sitä säädettäväksi uudestaan muuttumattomana vai tulisiko säännöstä laajentaa muihin viestintäpalveluihin. Arvioinnissa tarkastellaan näiden kolmen skenaarion vaikutuksia keskeisiin sidosryhmiin ja yhteiskuntaan laajemmin.

Selvitys on erityisen mielenkiintoinen ja ajankohtainen sillä puhelin-, laajakaista- ja maksutelevisiopalvelut kehittyvät hurjaa vauhtia, mikä vaikuttaa niin kuluttajiin, palveluntarjoajiin kuin sääntelijöihin. Liikenne- ja viestintäministeriö pyrkii tällä selvityksellä osaltaan selvittämään puhelinmarkkinoinnin sääntelyn tarkoituksenmukaisuutta. Selvityksen toteuttivat VALOR Partners Oy:n Pekka Passi, Karoliina Heikkilä ja Antti Halonen.

Helsingissä, 12. päivänä tammikuuta 2015.

Tomi Lindholm

Sisällysluettelo

1.	Johdanto.....	3
1.1	Selvityksen tausta ja tavoite	3
1.2	Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen toteutus	4
2.	Puhelinmyynti muissa Pohjoismaissa	6
2.1	Ruotsi	6
2.2	Norja	7
2.3	Tanska	7
3.	Markkinaosapuolten näkemykset.....	8
3.1	Näkemykset nykyisestä säännöksestä ja sen vaikutuksista	8
3.2	Näkemykset vaikutuksista, mikäli nykyisen kiellon annettaisiin raueta.....	9
3.3	Näkemykset vaikutuksista, mikäli säännös säädettäisiin uudelleen muuttumattomana... ..	10
3.4	Näkemykset vaikutuksista, mikäli säännös laajennettaisiin muihin viestintäpalveluihin ..	11
4.	Matkapuhelinliittymien markkinakehitys	13
5.	Yhteenveto ja johtopäätökset	16
LIITE: Tiivistelmät eri markkinaosapuolten näkemyksistä		20
	Kilpailu- ja kuluttajavirasto (kuluttajaviranomaiset)	20
	Kilpailu- ja kuluttajavirasto (kilpailuviranomaiset)	22
	Viestintävirasto	24
	Toimialayhteisö ASML – Suomen asiakkuusmarkkinointiliitto ry.....	25
	Eniro Sentraali	27
	Elisa	28
	DNA	30
	TeliaSonera	32
	Anvia	34
	Finnnet-liitto ry.....	35
	Tietoliikenteen ja tietotekniikan keskusliitto FiCom ry	36

1. Johdanto

1.1 Selvityksen tausta ja tavoite

Puhelinmyynti on helppo, tehokas ja edullinen tapa markkinoida ja myydä tuotteita ja palveluita. Se on erityisen hyvä myyntikanava uusille markkinoille tai uusiin tuoteryhmiin laajentuville yrityksille. Puhelinmyynnin voidaan katsoa lisäävän kuluttajien saatavilla olevien tuotteiden määrää (erityisesti haja-asutusseuduilla) ja sitä kautta lisäävän kilpailua, millä pääsääntöisesti on myös loppuasiakashintoja alentava vaikutus. Kuluttajiin suuntautuvaan puhelinmyyntiin liittyy kuitenkin myös haittoja. Ensinnäkin osa kuluttajista voi kokea puhelinmyynnin ylipäänsä häiritsevänä. Toiseksi jotkut kuluttajat saattavat tehdä nopeaa ostopäätöstä vaativan puhelinmyynnin seurauksena ostopäätöksiä, joita myöhemmin katuvat. Ääritapauksissa voi myös käydä niin, että kuluttaja kokee itsensä harhaanjohtetuksi tai huijatuksi hankintapäätöstä tehdessään tai että myyjän lailliseksi katsoma sopimus on syntynyt vastoin kuluttajan tahtoa.

Matkaviestinverkon puhelinliittymien puhelinmarkkinoinnissa ajaututtiin 2010-luvun alkuvuosina kovan kilpailun ja ulkoistettujen puhelinmyyntiorganisaatioiden seurauksena ylilyönteihin. Epäterveiksi ja harhaanjohtaviksi arvioitujen myyntikäytäntöjen seurauksena joillekin kuluttajille aiheutui päällekkäisiä liittymiä, katkoksia liittymien toiminnassa sekä yleistä epäselvyyttä, mikä johti korkeisiin kuluttajavalitusmääriin. Suurin osa ongelmista aiheutui ns. "winback"-soitoista, joilla operaattori yritti saada kilpailevalle operaattorille vaihtavan asiakkaansa takaisin. Koska numeronsiirtoprosessi ei ole reaaliaikainen, päällekkäisten numeronsiirtopyyntöjen ja sekaannusten vuoksi asiakas saattoi jäädä useiksi päiviksi ilman toimivaa matkapuhelinliittymää. Tämä oli erityisen vaarallista yksin asuville vanhuksille, joiden turvaranneke vaati toimivaa liittymää. Toistuvien ylilyöntien seurauksena viestintämarkkinalakiin lisättiin matkaviestinverkon puhelinliittymien puhelinmarkkinointia koskevaa kieltoa käsittelevä pykälä (65 a §) 1.8.2012. Kiellon tarkoitus oli poistaa kuluttajamarkkinoilla havaittuja ongelmia liittyen matkaviestinverkon puhelinliittymien puhelinmarkkinointiin. Säännöksen käyttöönottoa kannattivat kuluttajaviranomaisten lisäksi myös kaikki kolme suurta matkapuhelinoperaattoria. Toimenpiteen poikkeuksellisuudesta johtuen se pantiin kuitenkin toimeen määräaikaisena.

Säännös on voimassa 1.7.2015 saakka. Lain kohdan mukaan matkaviestinverkon puhelinliittymää ei saa markkinoida kuluttajalle puhelimitse muuten kuin kuluttajan nimenomaisesta pyynnöstä. Teleyritykset voivat kuitenkin markkinoida omille matkapuhelinasiakkailleen liittymiä. Säännöksessä matkaviestinverkon puhelinliittymällä tarkoitetaan puhelinliittymiä, joissa puhepalvelujen käyttö edellyttää SIM-korttia tai kyseessä on kiinteän verkon numerointia hyödyntävä niin sanottu kiinteä matkapuhelinliittymä. Jos kuluttaja on aiemmin ollut teleyrityksen asiakas, mutta on vaihtanut matkapuhelinliittymänsä tarjoajaa, teleyritys ei saa ottaa kuluttajaan enää yhteyttä puhelimitse markkinointitarkoituksessa. Numeronsiirtopyynnön tekemisen jälkeen asiakasta ei, säännöksessä tarkoitetulla tavalla, voida enää pitää operaattorin asiakkaana.

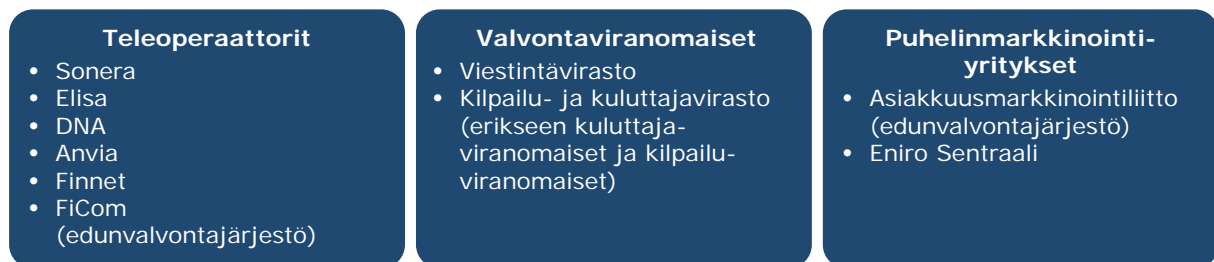
Matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinointikielto on harvinainen säännös, sillä se kohdistuu yhteen toimialaan ja yhteen tuotteeseen sekä on lisäksi määräaikainen. Työn tavoitteena oli arvioida annetaanko edellä mainitun määräaikaisen matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinoinnin kiellon raueta, esitetäänkö sitä säädettäväksi uudestaan muuttumattomana vai tulisiko säännöstä laajentaa muihin viestintäpalveluihin, kuten esimerkiksi tablet-laitteissa tarvittaviin mobiilidataliittymiin, kiinteisiin laajakaistaliittymiin tai maksullisiin tv-viihdepalvelupaketteihin. Arvioinnissa tarkasteltiin kaikkien kolmen skenaarion vaikutuksia keskeisiin sidosryhmiin ja yhteyskuntaan laajemmin. Arvioinnin pohjaksi työssä analysoitiin yleisellä tasolla myös

nykyisen kieltopykälän vaikutuksia syksystä 2012 alkaen sekä tarkasteltiin muiden pohjoismaiden käytäntöjä puhelinmyynnin sääntelyssä – erityisesti matkapuhelinliittymien osalta.

1.2 Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen toteutus

Selvityksen pääasialliset tutkimusmenetelmät olivat datan puutteesta johtuen laadullisia. Säännöksen vaihtoehtoisten jatkoskenaarioiden vaikutuksia arvioitiin pääasiassa sidosryhmien haastatteluilla saatujen tietojen ja näkemysten pohjalta. Haastatteluilla saatuja näkemyksiä täydennettiin mahdollisuuksien mukaan julkisesti saatavilla olevalla datalla. Esimerkiksi säännöksen vaikutuksia kilpailuun matkapuhelinmarkkinoilla arvioitiin haastattelujen lisäksi Viestintäviraston julkistamien markkinatilastojen sekä Numpacin numeronsiirtotilastojen avulla. Nykysäännöksen vaikutuksista kuluttajavalitusten määrän kehittymiseen ei valitettavasti ole saatavilla luotettavaa dataa, sillä kuluttajaviranomaisen kuluttajatietojärjestelmään ei pääsääntöisesti kirjata myyntitapaa, johon valitus kohdistuu (jos valitus kohdistuu myyntikäytäntöihin).

Kuvassa 1 on esitetty selvitystä varten haastatellut markkinaosapuolet. Teleoperaattoreista haastateltiin paitsi kolmea suurta matkapuhelinoperaattoria, myös matkapuhelinliittymien suhteen potentiaalisia haastajaoperaattoreita sekä kiinteiden matkapuhelinliittymien ja -palveluiden suhteen kilpailevia Anviaa ja koko Finnet-ryhmää. Lisäksi haastateltiin koko toimialaa edustavaa edunvalvontajärjestöä FiCom ry:tä. Viranomaisista haastateltiin Kilpailu- ja kuluttajavirastosta erikseen sekä kilpailuviranomaisia sekä kuluttajaviranomaisia, joilla on tarkastellun säännöksen suhteen hieman erilaiset intressit. Lisäksi haastateltiin Viestintävirastoa, joka on teleoperaattoreiden välistä kilpailua valvova viranomainen. Edellä mainittujen tahojen lisäksi puhelinmarkkinointiyritysten näkökulmaa kartoitettiin haastattelemalla toimialan edunvalvontajärjestöä Asiakkuusmarkkinointiliittoa (ASML) ja yksittäisistä puhelinmarkkinointiyrityksistä Eniro Sentraalia. Haastattelut toteutettiin pääosin avoimella rakenteella, jotta haastatellut asiantuntijat pystyivät analysoimaan ja tuomaan vapaasti esiin näkemyksiään lainsäädännön nykyisistä ja eri skenaarioiden potentiaalisista vaikutuksista.

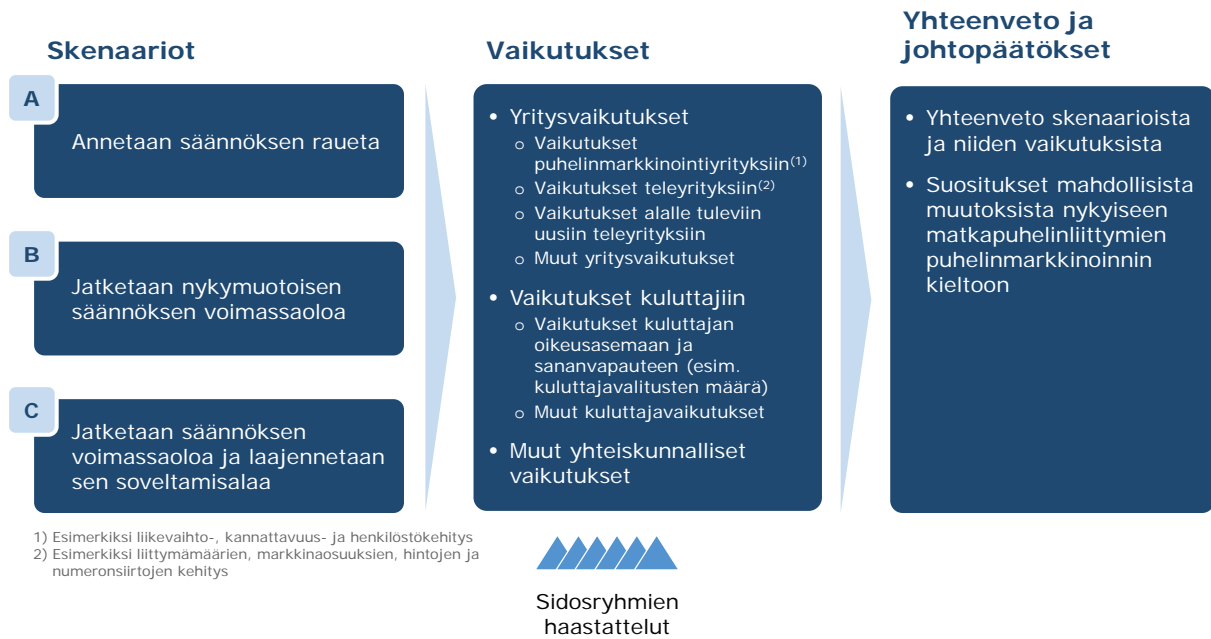


Kuva 1. Selvitystä varten haastatellut markkinaosapuolet

Kuvassa 2 on kuvattu selvityksen toteutusmalli. Läpi selvityksen matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinointikiellon kolmea vaihtoehtoista jatkoskenaariota ja niiden potentiaalisia vaikutuksia tarkasteltiin toisistaan erillään. Haastattelujen ja saatavilla olevien markkina- ja muiden tietojen pohjalta muodostettiin kuva eri skenaarioiden vaikutuksista eri markkina-asemassa oleviin yrityksiin, kuluttajiin sekä yhteiskuntaan laajemmin. Erityisesti tarkasteltiin vaikutuksia matkapuhelinliittymämäärien kehitykseen, markkinaosuuksiin matkapuhelinliittymissä, liittymien hintoihin sekä puhelinmyynnin- ja markkinoinnin parissa työskentelevien henkilöiden työllisyyskehitykseen ja työllisyyskehityksen alueellisiin vaikutuksiin.

Lisäksi konsultti hyödynsi työssä omia aiempia havaintojaan ja kokemustaan. Työn alussa laadittiin myös kartoitus Ruotsin, Norjan ja Tanskan lainsäädännöstä ja

käytännöistä puhelinmarkkinointiin liittyen – erityisesti matkapuhelinliittymien ja vastaavien televiestintäpalveluiden osalta.



Kuva 2. Selvityksen toteutusmalli

2. Puhelinmyynti muissa Pohjoismaissa

Puhelinmyyntilainsäädäntö on varsin kirjavaa Pohjoismaissa, mikä johtunee erilaisesta historiasta puhelinmarkkinoinnissa. Ruotsissa ja Norjassa puhelinmyynti kuluttajille on Suomen mallin mukaan lähtökohtaisesti sallittua, mutta Tanskassa se on kiellettyä muutamaa poikkeustuotetta lukuun ottamatta. Yleisellä tasolla voidaan myös todeta, että puhelinmarkkinoitikieltorekisterin käyttö on suhteellisesti paljon yleisempää Ruotsissa ja Norjassa kuin Suomessa. Suomessa puhelinmarkkinoitikieltorekisterissä (ns. Puhelin-Robinson) oli rekisteriä ylläpitävän Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry.:n (ASML) mukaan maaliskuussa 2014 noin 270 000 kuluttajaliittymää. Ruotsissa ja Norjassa vastaavissa rekistereissä kuluttajien liittymiä on yli kaksi miljoonaa.

Kaikissa Pohjoismaissa (myös EU:hun kuulumattomassa Norjassa) on paikalliseen lainsäädäntöön implementoitu säännökset EU:n direktiivistä sopimattomista kaupallisista menettelyistä. Direktiivissä säädetään mm. harhaanjohtavasta ja aggressiivisesta markkinoinnista ja kaupallisista menettelyistä. Direktiivi pyrkii selkeyttämään kuluttajien oikeuksia ja yksinkertaistamaan rajat ylittävää kauppaa.

Direktiivin mukaan kuluttajalla on mm. oikeus palauttaa puhelinmyynnillä ostettu tuote tai palvelu 14 vrk:n kuluessa kaupan syntymisestä ilmoittamalla asiasta myyjälle (paitsi, jos tuote on esimerkiksi räätälöity kuluttajalle ja palautusoikeudesta luopumisesta on sovittu kirjallisesti tai jos tuotteet ovat ns. käyttötavaroita, kuten wc-paperia, pesuaineita – tai lehtiä). Palautusoikeus alkaa tuotteen vastaanottamisesta tai palvelun tapauksessa sopimuksen syntymishetkestä.

Lisäksi direktiivissä esitetään vaatimuksia seikoista, joista myyjän täytyy antaa oikeat tiedot myynnissään ja markkinoinnissaan ennen kuin sopimus voi astua voimaan. Tällaisia tietoja ovat mm. myyjän nimi, tuotteen tai palvelun pääasialliset ominaisuudet, tuotteen tai palvelun hinta ja siihen sisältyvät verot ja maksut, lähetyskustannukset ja palautusoikeus.

2.1 Ruotsi

Ruotsissa puhelinmyynti kuluttajille on sallittua, jos kuluttaja ei ole selvästi kieltäytynyt puhelinmyynnistä. Tämä tarkoittaa sitä, että vaikka kuluttaja olisi antanut numeronsa puhelinmarkkinoinnin kieltorekisteriin, myyjä saa soittaa kuluttajalle, jos tämä on itse jättänyt yhteystietonsa myyjälle mahdollista kontaktointia varten.

Vielä vuonna 2013 puhelinmarkkinointi matkapuhelinnumeroihin oli Ruotsissa kiellettyä, mutta tilanne muuttui 1.2.2014 alkaen. Tällöin tulivat voimaan puhelinmyynnin uudet teknologianeutraalit eettiset ohjeet, jotka mahdollistivat myös matkapuhelimiin kohdistuvan puhelinmyynnin. Tätä ennen kesällä 2013 puhelinmarkkinoinnin kieltorekisteriä (NIX-Telefon) laajennettiin siten, että sinne oli mahdollista ilmoittaa myös matkapuhelinnumeroita. Julkistetun tiedon mukaan puhelinmarkkinoinnin kieltorekisterissä oli maaliskuussa 2013 n. 1,6 miljoonaa yksityishenkilön kiinteää puhelinnumeroa. Matkapuhelinnumeroita oli kieltorekisterissä lokakuussa 2014 Sveriges Radion mukaan lähes 0,9 miljoonaa. Puhelinmarkkinoinnin kieltorekisteriä ylläpitää ruotsalainen yhdistys Föreningen NIX-Telefon.

Muista etämarkkinointitavoista kuluttajiin suuntautuvaan, sähköpostilla, faksilla tai soittoautomaatilla tapahtuvaan markkinointiin tarvitaan aina kuluttajan etukäteissuostumus. Sähköpostimarkkinointi ilman etukäteislupaa on kuitenkin mahdollista, jos myyjä on saanut kuluttajan sähköpostiosoitteen tuotteen tai palvelun

myynnin yhteydessä ja markkinointi koskee samankaltaisia tuotteita. Kuluttajalla täytyy kuitenkin tässäkin tapauksessa olla helppo mahdollisuus kieltäytyä markkinoinnista (esim. sähköpostiosoite kieltäytymisiä varten sähköpostimainoksen osana).

2.2 Norja

Norjassa kuluttajiin suuntautuvaa puhelin- tai sähköpostimarkkinointia ei ole rajoitettu. Kuluttajat voivat kuitenkin kieltäytyä osoitteellisista mainoksista sekä puhelinmarkkinoinnista ilmoittautumalla julkiseen telemarkkinointikieltorekisteriin (rekisterissä oli noin 2,1 miljoonaa kuluttajaliittymää marraskuussa 2014). Norjassa on kuitenkin erikseen säädetty, että kiinteiden, matkapuhelin- ja laajakaistaliittymien vaihtaminen vaatii aina kuluttajan kirjallisen hyväksynnän. Vaatimuksen toteutumista valvoo paikallinen viestintäregulaattori NPT. Säännös otettiin käyttöön, kun Norjassa oli ilmennyt liittymien puhelinmyynissä samankaltaisia ylilyöntejä ja epäkohtia kuin Suomessa ennen puhelinmarkkinointikiellon käyttöönottoa.

Norjassa tekstiviestillä, faksilla tai soittoautomaateilla tapahtuvaan markkinointiin tarvitaan aina kuluttajan etukäteissuostumus.

2.3 Tanska

Tanskassa kuluttajiin kohdistuva puhelin- ja kotimyynti on kokonaan kiellettyä ilman kuluttajan etukäteissuostumusta. Vastuu kirjallisen tai suullisen luvan olemassaolon todistamiseksi on telemarkkinoijalla – jos lupaa ei ole, tehdyt sopimukset eivät päde. Puhelinmyynti on kuitenkin sallittua, jos se koskee

- Kirjoja tai lehtiä
- Vakuutuksia tai
- Pelastuspalveluiden myyntiä.

Kanavasta riippumatta kontaktoidessaan ensi kertaa kuluttajaa, joka ei ole ilmoittautunut telemarkkinointikieltorekisteriin, myyjän täytyy selkeästi kertoa kuluttajalle mahdollisuudesta kieltäytyä myyjän telemarkkinoinnin vastaanottamisesta.

Tanskassa sähköpostilla, faksilla tai soittoautomaateilla tapahtuvaan markkinointiin tarvitaan aina kuluttajan etukäteissuostumus, kuten Ruotsissakin. Sähköpostimarkkinointi ilman etukäteislupaa on kuitenkin mahdollista, jos myyjä on saanut kuluttajan sähköpostiosoitteen tuotteen tai palvelun myynnin yhteydessä ja markkinointi koskee samankaltaisia tuotteita. Kuluttajalla täytyy kuitenkin tässäkin tapauksessa olla helppo mahdollisuus kieltäytyä markkinoinnista (esim. sähköpostiosoite kieltäytymisiä varten sähköpostimainoksen osana).

3. Markkinaosapuolten näkemykset

Tässä luvussa esitetään tiivistelmä markkinaosapuolten haastatteluilla saaduista kommentteista. Yhteenvedot yksittäisten toimijoiden kommentteista on koottu raportin liitteeksi.

3.1 Näkemykset nykyisestä säännöksestä ja sen vaikutuksista

Haastattelujen perusteella kaikki markkinaosapuolet ovat sitä mieltä, että nykyisen määräaikaisen säännöksen vaikutukset ovat olleet positiivisia. Lisäksi matkapuhelinoperaattoreiden katsotaan noudattaneen kieltoa hyvin. Markkinan nähdään olevan tasapainossa, ja sekä kuluttajaviranomaiset että matkapuhelinoperaattorit arvioivat kuluttaja-/ asiakasvalitusten vähentyneen merkittävästi.

Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry (ASML) ja matkapuhelinoperaattorit tosin näkevät, että nykylainsäädäntö ei olisi toiminut näin hyvin ilman toimialan itsesääntelyä. Markkinatoimijat näkivät uhkana sen, että lainsäädäntö mahdollisti broker-tyyppiset toimijat, jotka olisivat keränneet kuluttajilta puhelinmyyntisuostumuksia ja myyneet listan eniten tarjoavalla matkapuhelinoperaattorille. Muun muassa tämä pakotti matkapuhelinoperaattorit ja ASML:n istumaan alas miettimään yhteisiä pelisääntöjä etämarkkinoinnin suhteen.

Finnet ja Anvia kokevat, että nykylainsäädäntö ei heidän näkökulmastaan toimi. Koska heillä ei ole "omia" matkapuhelinliittymäasiakkaita, kilpailijat voivat vapaasti soittaa heidän asiakkailleen ja myydä näille dataliittymiä, viihdepaketteja yms. Tosin nykysäännöksellä ei pyrittykään kieltämään näiden tuotteiden puhelinmarkkinointia, vaan ainoastaan matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinointia. Lisäksi Finnet ja Anvia näkevät, että puhelinmyyntiä vastaavaa myyntitoimintaa voidaan tehdä täysin luvallisesti Facebookissa, blogeissa, nettisivujen chat-asiakaspalvelussa, IP-puheluilla, vertaismarkkinoinnilla jne.

Sekä matkapuhelinoperaattorit että viranomaiset näkevät kilpailun säilyneen kireänä, mitä todistaa myös se, että numeronsiirrot eivät ole vähentyneet ja että matkaviestinverkon puhelinpalveluiden hinnat ovat jatkaneet laskuaan. Matkapuhelinoperaattorit näkevät kilpailun matkapuhelinliittymissä siirtyneen puhelinmyynnistä muihin myyntikanaviin, kuten esim. internetiin sekä face-to-face-myyntiin kauppakeskuksissa yms. Tosin kilpailuviranomaiset ja Viestintävirasto näkevät, että kilpailunäkökulmasta säännöksellä on poistettu yksi kilpailukeino, joka on erityisen tarpeellinen markkinoille pyrkivälle uudelle toimijalle. Tämä on taas tehnyt matkapuhelinmarkkinoille pääsyn entistä vaikeammaksi, millä on saattanut olla joitain negatiivisia vaikutuksia kuluttajille ja kansantaloudelle. Lisäksi säännös on rajoittanut puhelinmyyntiorganisaatioiden elinkeinonharjoittamisen vapautta. Nykysäännöksen kilpailuvaikutuksia arvioidaan tarkemmin seuraavassa luvussa.

Kuluttajaviranomaiset ja matkapuhelinoperaattorit arvioivat kaikki kuluttajavalitusten vähentyneen selvästi nykysäännöksen käyttöönoton jälkeen. Matkapuhelinoperaattorit eivät tosin julkista tietoja matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinointiin liittyvien yhteydenottojen lukumäärän kehityksestä. Kuluttajaviranomaisilla ei ole myöskään tällä hetkellä luotettavaa dataa puhelinmyyntiin kohdistuvien kuluttajareklamaatioiden määrästä tai sen kehityksestä eikä ongelman suuruudesta suhteessa kokonaisvolyymeihin. Tämä johtuu siitä, että myyntitapa ei tällä hetkellä ole pakollinen tieto kuluttajaviranomaisten kuluttajatietojärjestelmään rekisteröitävissä yhteydenotoissa. Tästä syystä kaikista virastoon tulevista kuluttajayhteydenotoista vain alle kymmenessä prosentissa on mainittu myyntitapa. Näistä noin 30%:ssa yhteydenotto

liittyi puhelinmyyntiin. Otos on kuitenkin liian pieni (erityisesti viestintämarkkinoiden osalta) ja potentiaalisesti vinoutunut, että sitä voisi hyödyntää tässä selvityksessä. Vuoden 2015 alussa tilanteen arvioidaan kuitenkin paranevan, kun kuluttajaviranomaiset ottavat käyttöön uuden tietojärjestelmän, jossa myyntitapa on pakollinen lähtötieto.

Nykysäännöksellä on ollut jonkin verran henkilöstövaikutuksia sekä matkapuhelinoperaattoreiden oman myynti- ja markkinointihenkilöstön että operaattoreiden työllistämien alihankkijoiden henkilöstön määrään. Matkapuhelinoperaattoreista Elisa ja DNA hoitavat kuluttajiin kohdistuvaa puhelinmyyntiä tällä hetkellä oman henkilöstön voimin, kun taas TeliaSonera käyttää pääasiassa alihankkijoita. Operaattorit arvioivat nykysäännöksen henkilöstövaikutuksen olleen negatiivinen – he ovat sopeuttaneet sekä oman henkilöstönsä määrää että TeliaSoneran tapauksessa vähentäneet alihankkijan henkilökunnan työllistämistä. Operaattorit ovat muokanneet organisaationsa sekä prosessinsa uuteen toimintamalliin sopivaksi ja siirtäneet jonkin verran henkilöstöä korvaaviin tehtäviin esimerkiksi online-myyntiin puolelle. Operaattoreiden itse ja alihankkijoillaan työllistämän henkilöstön määrä on säännöksen käyttöönoton myötä vähentynyt yhteensä muutamalla sadalla hengellä. ASML arvioi, että lakimuutoksen seurauksena matkapuhelinoperaattoreihin erikoistuneet puhelinmyyntiyhtiöt kävivät yt:itä ja jotkut lopettivat toimintansa. Esimerkiksi Eniro Sentraali irtisanoi yksistään kymmeniä henkilöitä puhelinmarkkinoinnista säännöksen voimaantulon seurauksena. ASML:n mukaan ei ole kovin helppoa siirtää myyntihenkilöstöä toimialalta toiselle, koska se vaatii kattavaa koulutusta ja asiakkaiden hankkimista, mikä vie aikaa.

Muista nykysäännösten vaikutuksista matkapuhelinoperaattorit nostavat esiin erityisesti selvästi parantuneen asiakastytyväisyyden. ASML näkee puhelinmarkkinoinnin menettäneen ”markkinaosuutta” muille kanaville (esim. online-myyntille). Kilpailuviranomaiset arvioivat, että nykysäännös on saattanut rajoittaa haja-asutusalueilla elävien kuluttajien valinnanvapautta, koska heillä on pitkät matkat kauppakeskuksiin, ja puhelinmyynti olisi voinut avata kuluttajille mahdollisuuden ostaa parempia tai edullisempia matkapuhelinliittymiä.

3.2 Näkemykset vaikutuksista, mikäli nykyisen kiellon annettaisiin raueta

Mikäli nykyisen matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinointikiellon annettaisiin raueta, potentiaalinen kilpailu lisääntyisi. Erityisesti Kilpailu- ja Viestintävirasto arvioivat säännöksen poistamisen avaavan potentiaalisille uusille matkapuhelinoperaattoreille helpomman pääsyn markkinoille. Lisäksi he näkevät nykyisten matkapuhelinoperaattoreiden keskinäisen kilpailun kiristyvän nykyisestä yhden merkittävän myyntikanavan palautuessa toimijoiden käyttöön. Säännöksen raukeamisella ei kuitenkaan nähdä olevan merkittävää vaikutusta matkapuhelinliittymien hintoihin, jotka ovat laskeneet nykyisessäkin kilpailutilanteessa.

Kaikki matkapuhelinoperaattorit pelkäävät kiellon raukeamisen johtavan säännöksen käyttöönottoa edeltäneiden puhelinmyynissä tapahtuneiden ylilyöntien paluuseen. Operaattorit pelkäävät tämän ”repivän vanhat haavat auki” ja johtavan kuluttaja-/asiakasvalitusten kasvuun ja matkapuhelinoperaattoreiden asiakastytyväisyyden laskuun. Viestintävirasto – ja osin myös teleoperaattorit – kuitenkin myös näkevät, että puhelinmyyntiin liittyvien ylilyöntien pahimmat potentiaaliset vaikutukset ovat markkinakehityksen myötä lieventyneet. Matkapuhelinliittymien merkitys on laskenut, niiden hinnat ovat laskeneet, ja niiden hinnoittelu on muuttunut kiinteämmäksi. Lisäksi määräaikaisten liittymäsopimusten ja kytkeykauppojen määrä on vähentynyt selvästi. Toisaalta matkapuhelinoperaattorit muistuttavat, että kuluttajien merkittävimmät ongelmat aiheutuivat numeronsiirtoprosessiin liittyvistä sotkuista ja että

numeron siirtoprosessissa ei ole tapahtunut mitään kehitystä parin-kolmen vuoden takaiseen tilanteeseen verrattuna.

Muutoksen työllistämisaikutus olisi todennäköisesti positiivinen, koska sekä asiakaspalvelutarpeen että viranomaisasioinnin kasvu vaatisivat operaattoreilta ja kuluttajaviranomaisilta lisäresursseja nykytilanteeseen verrattuna. Lisäksi operaattoreiden ja alihankkijoiden puhelinmyyntiin palkattaisiin henkilöstöä. Kokonaisuudessaan muutos työllistäisi arviolta kaksi-kolmesataa henkilöä pääasiassa pienemmissä kaupungeissa (ja pääasiassa nuoria työntekijöitä).

Matkapuhelinoperaattorit arvioivat säännöksen raukeamisen vaativan toimijoilta jälleen toimintamallien ja prosessien muuttamista kahden-kolmen vuoden takaiseen tilanteeseen, mistä aiheutuisi kohtalaisen merkittäviä kertaluonteisia kustannuksia. Lisäksi operaattorit arvioivat kiellon poistamisen saattavan vähentää panostuksia vaihtoehtoisten myyntikanavien kehittämiseen.

Kilpailuviranomaiset arvioivat, että kiellon raukeaminen saattaisi parantaa haja-asutusalueilla asuvien kuluttajien palvelua ja valinnanmahdollisuuksia, kun liittymiä voisi ostaa muualtakin kuin myyntipisteistä tai netistä. Lisäksi he arvioivat kuluttajille suunnattujen matkapuhelinliittymätarjousten saattavan parantua nykytasosta. Kuluttajaviranomaiset arvioivat, että ennen kuin kiellon raukeamista voidaan harkita, kuluttaja-asiamiehelle (tai Kilpailu- ja kuluttajavirastolle) pitäisi varmistaa riittävät työkalut puuttua mahdollisiin ylilyönteihin puhelinmyynnissä nopeasti ja tehokkaasti sitomatta viranomaisresursseja merkittävästi raskaisiin ja hitaisiin markkinaoikeus- ym. prosesseihin.

Vaihtoehtoa, että nykyisen puhelinmarkkinointikiellon annettaisiin raueta kesällä 2015, kannattaa markkinaosapuolista lähinnä kilpailuviranomaiset ja Finnet-yhtiöt (ml. Anvia). Kilpailuviranomaiset arvioivat, että nykyinen säännös voitaisiin korvata toimenpiteillä, jotka olisivat oikeasuhtaisempia eli negatiivisilta vaikutuksiltaan pienempiä. Tällaisia toimenpiteitä voisivat heidän mukaansa olla esimerkiksi numeronsiirtoprosessin nopeuttaminen tai kuluttajan erillisen hyväksynnän vaatimus matkapuhelinliittymää vaihdettaessa. Myös matkapuhelinoperaattorit kannattavat säännöksen poistamista, mutta vasta siirtymäajan jälkeen, kun matkapuhelinliittymien liiketoiminnallinen merkitys on laskenut, online-pohjaiset myyntimallit kehittyneet pidemmälle ja numeronsiirtoprosessi kehittynyt nykyisestä. Tärkein peruste vastustaa kiellon poistamista tässä vaiheessa on pelko, että ylilyönteihin johtava kilpailu puhelinmyynnissä alkaisi uudelleen, koska markkina ja numeronsiirtoprosessi eivät ole fundamentaalisesti erilaisia kuin 2-3 vuotta sitten.

3.3 Näkemykset vaikutuksista, mikäli säännös säädettäisiin uudelleen muuttumattomana

Markkinaosapuolet eivät näe säännöksen uudelleensäätämisenä muuttumattomana olevan merkittäviä vaikutuksia nykyiseen kilpailutilanteeseen tai matkapuhelinliittymien hintoihin. Mahdollisten uusien matkapuhelinoperaattoreiden pääsy markkinoille säilyisi normaalitilannetta vaikeampana liittymien puhelinmyynnin ollessa kiellettyä. Kilpailu keskittyisikin muihin myyntikanaviin kuin puhelimeen – esimerkiksi internetiin sekä myymälöihin – kuten tälläkin hetkellä. Kovin kilpailu käytäisiin muissa mobiiliin ja kiinteän verkon tuotteissa ja palveluissa, kun taas matkapuhelinliittymien määrän ja hinnan kehitys jatkuisi todennäköisesti nykyuralla.

Kuluttajaviranomaiset ja matkapuhelinoperaattorit arvioivat, että nykyisäännöksellä jatkamisella ei ole merkittäviä vaikutuksia myöskään kuluttaja-/asiakasvalitusten määrän

kehitykseen tai operaattoreiden asiakkaiden tyytyväisyyteen. Markkinaosapuolet eivät myöskään arvioi nykysäännöksellä jatkamisella olevan vaikutuksia työllisyyteen.

Matkapuhelinoperaattoreiden mukaan nykymallilla jatkamisella ei olisi merkittäviä vaikutuksia heidän toimintaansa, sillä ne ovat sopeutuneet nykytilanteeseen tekemällä jo aiemmin tarvittavat muutokset toimintamalleihinsa ja prosesseihinsa. Viranomaisetkaan eivät näe nykymallilla jatkamisella olevan merkittäviä vaikutuksia heidän toimintaansa.

Vaihtoehtoa, että nykysäännös säädettäisiin uudelleen muuttamattomana, kannattaa valtaosa markkinaosapuolista. Kaikki kolme matkapuhelinoperaattoria, Viestintävirasto ja ASML kannattivat jatkamista tässä vaiheessa nykyisellä lainsäädännöllä. Kukaan markkinaosapuoli ei ehdottomasti vastustanut jatkamista nykymallilla. Kaikki osapuolet kuluttajaviranomaisia lukuun ottamatta kuitenkin näkivät, että jos jatketaan nykyisellä mallilla, säännös pitäisi tehdä uudestaan määräaikaisena. Perusteluna tälle esitettiin se, että puhelinmarkkinointikielto on hieman liian järeä työkalu ongelmien laajuuteen nähden. Siihen on kuitenkin sopeuduttu, ja tällä hetkellä nykymallilla jatkaminen nähdään potentiaalisilta negatiivisilta vaikutuksiltaan pienemmäksi kuin säännöksen poistaminen.

3.4 Näkemykset vaikutuksista, mikäli säännös laajennettaisiin muihin viestintäpalveluihin



Kuva 3. Skenaarion "Laajennetaan säännös muihin viestintäpalveluihin" sisältö

Selvitystä laadittaessa skenaarion "Laajennetaan säännös muihin viestintäpalveluihin" sisältöä ei määritelty etukäteen, vaan mahdollista säännöksen laajennustarvetta kartoitettiin markkinaosapuolien näkemysten perusteella. Kuluttajaviranomaisten näkemyksen mukaan tarve puhelinmarkkinoinnin kieltämiselle olisi heidän vastaanottamiensa kuluttajayhteydenottojen perusteella suurin matkaviestinverkon dataliittymien osalta. Toiseksi eniten kuluttajaviranomaiset näkevät tarvetta puhelinmarkkinoinnin kieltämiselle kiinteän verkon laajakaistaliittymien sekä maksullisten TV-viihdepakettien osalta. Muiden markkinaosapuolien näkemysten mukaan ongelmia tai sääntelytarvetta muiden viestintäpalveluiden osalta ei ole. Erityisesti matkapuhelinoperaattoreiden mukaan aiemmat ongelmat liittyivät kaikki numeronsiirto prosessiin, joka koskee vain matkapuhelinliittymiä – ei muita viestintäpalveluita.

Tässä selvityksessä skenaarion "Laajennetaan säännös muihin viestintäpalveluihin" katsotaan tarkoittavan puhelinmarkkinointikiellon laajentamista matkaviestinverkon puhelinliittymien lisäksi matkaviestinverkon dataliittymiin, kiinteän verkon laajakaistaliittymiin sekä maksullisiin TV-viihdepaketteihin.

Kilpailu- ja viestintävirasto sekä matkapuhelinoperaattorit näkevät säännöksen laajentamisen rajoittavan kilpailua entisestään sekä nykyisten toimijoiden välillä että uusien potentiaalisten toimijoiden markkinoille tulon osalta. ASML:n mukaan esimerkiksi Netflixin ja Viasatin kaltaisten uusien toimijoiden pääsy Suomen markkinoille olisi vaikeutunut merkittävästi, jos niillä ei olisi ollut käytössään puhelinmyyntikanavaa.

Kuluttajavalitusten näkökulmasta tilanne paranisi nykyiseen verrattuna, sillä laajenuksen myötä viihde- ja laajakaistapalveluiden puhelinmyynnistä aiheutuneet

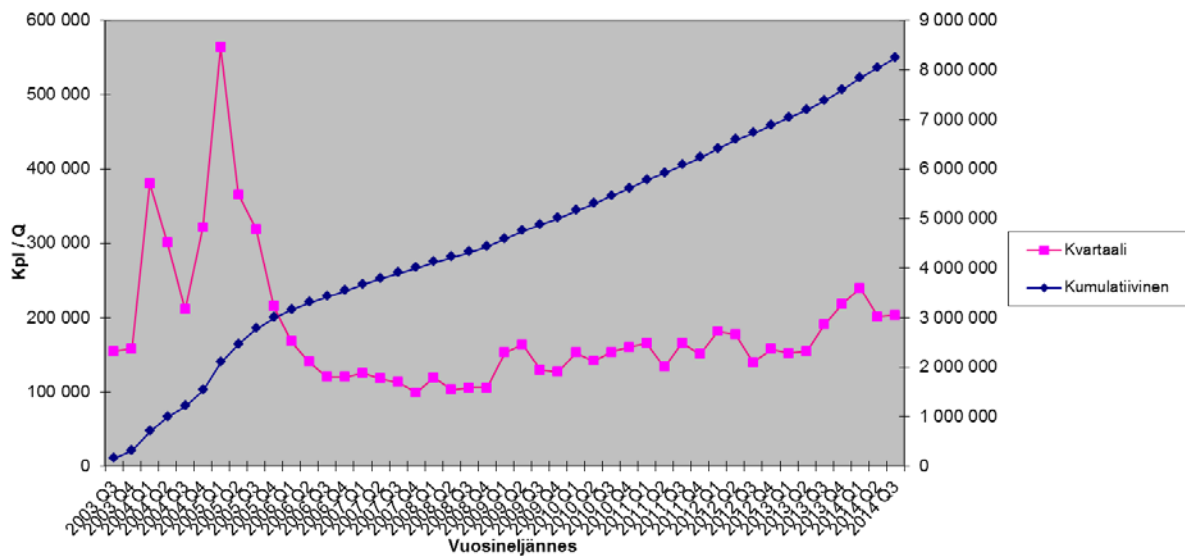
kuluttajavalitukset vähenisivät selvästi. Matkapuhelinoperaattoreiden asiakkaiden tyytymättömyys saattaisi tosin kasvaa tuotepaketoinnin ja kokonaisasiakkuuksien hoidon vaikeutuessa.

Työllistämisaikutusten osalta matkapuhelinoperaattorit ja ASML antavat varsin dramaattisen kuvan säännöksen laajentamisen negatiivisista vaikutuksista. Matkapuhelinoperaattoreiden mukaan säännöksen merkittävä laajentaminen johtaisi koko nykyisen puhelinmyyntiorganisaation alasajoon. Tämä aiheuttaisi yhteensä vähintään 1000 ihmisen irtisanomisen operaattoreilta ja heidän käyttämillään alihankkijoilta, vaikka osa työntekijöistä pystyttäisiinkin sijoittamaan toisiin tehtäviin. Irtisanomiset kohdistuisivat pääosin pienempiin kaupunkeihin ja nuoriin työntekijöihin.

Kuluttajin näkökulmasta palvelutaso saattaa heiketä puhelimitse tehtyjen palvelutarjousten vähentyessä tai ainakin siirtyessä muihin kanaviin. Haja-asutusalueilla asuvien kuluttajien palvelu ja valinnanmahdollisuudet heikkenevät nykytasosta, koska he eivät enää automaattisesti saisi kontakteja mobiilidataliittymiin, kiinteisiin laajakaistaliittymiin tai maksullisiin tv-viihdepalveluihin liittyen. Laajentaminen saattaisi lisäksi johtaa puhelinmyyntikieltojen laajenemiseen muillekin toimialoille, mikä voisi lisätä kritiikkiä regulaation lisääntymistä kohtaan.

Vain kuluttajaviranomaiset kannattavat puhelinmarkkinointikiellon laajentamista matkapuhelinliittymistä muihinkin viestintäpalveluihin. Kuluttajaviranomaisilla ei ole kuitenkaan esittää dataa, jonka perusteella muihin viestintäpalveluihin liittyvien ongelmien laajuutta tai suhteellista suuruutta voitaisiin arvioida. Muut markkinaosapuolet eivät näe tarvetta kiellon laajentamiselle, koska he eivät näe muihin viestintäpalveluihin liittyvän kohtuuttomia ongelmia kuluttajien näkökulmasta. Erityisesti matkapuhelinoperaattoreiden ja Viestintäviraston mukaan aiemmat puhelinmyynnin ylilyönneistä aiheutuneet ongelmat johtuivat numeronsiirtoprosessin jäykkyydestä, ja muihin viestintäpalveluihin ei numeronsiirtoprosessia liity.

4. Matkapuhelinliittymien markkinakehitys

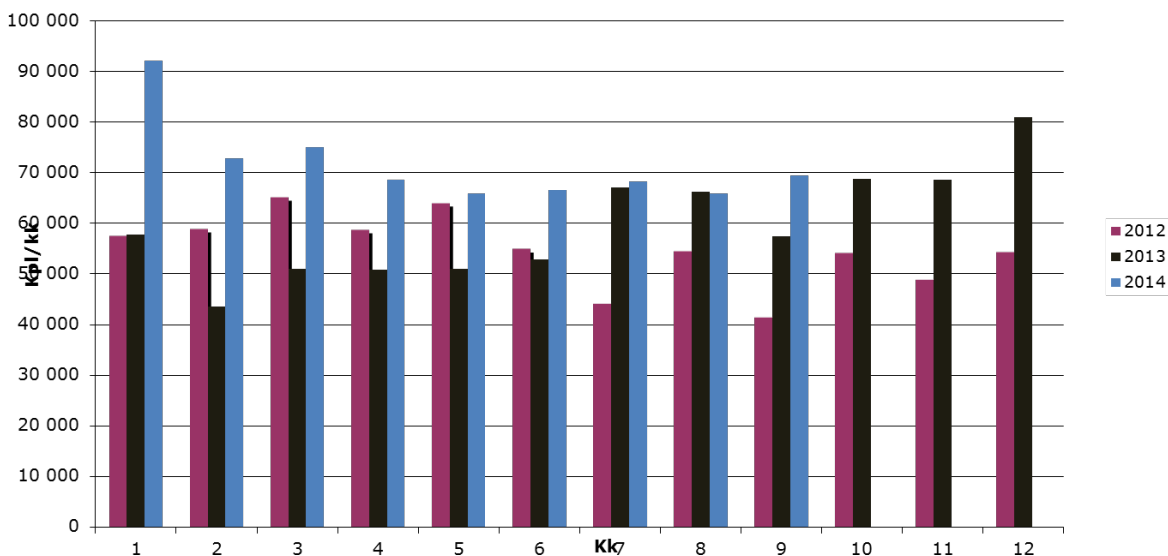


Kuva 4. Siirretyt mobiilinumeroit vuosineljänneksittäin (alk. 8/2003)

(kuva: Numpac)

Kuvassa 4 esitetään siirrettyjen mobiilinumeroit määrä vuosineljänneksittäin viimeisten kymmenen vuoden aikana. Siirrettyjen mobiilinumeroit määrä notkahti hetkellisesti lain voimaantulohetkellä, mutta palasi nopeasti kasvu-uralle.

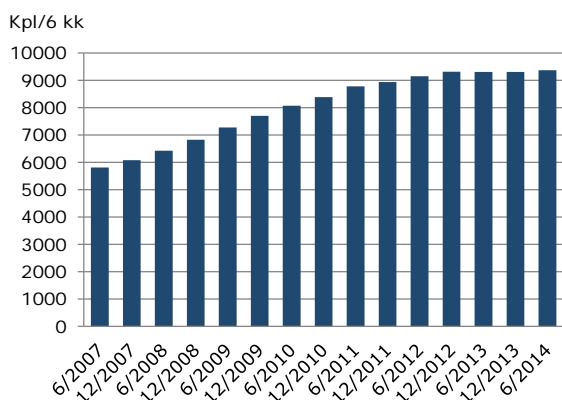
Kuvassa 5 puolestaan on kuvattu siirrettyjen mobiilinumeroit määrä kuukausittain vuosina 2012–2014. Myöskään kuukausitason datassa ei näy numeronsiirtoit vähenemistä, mikä voisi indikoida kilpailun laimenemistä. Näin ollen ainakaan siirrettyjen matkapuhelinliittymien numeroit määrän perusteella ei voi päätellä, että kilpailu matkapuhelinliittymissä olisi vähentynyt. Koska matkaviestinverkon liittymämäärä ei ole merkittävästi kasvanut aikavälillä 2012–2014, ei voida olettaa myöskään siirtoit suhteellisen siirtomäärän laskeneen merkittävästi.



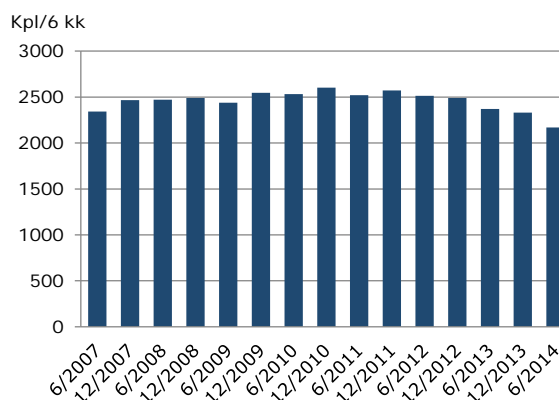
Kuva 5. Siirretyt mobiilinumeroit kuukausittain vuosina 2012–2014

(kuva: Numpac)

Matkaviestinverkon tiedonsiirto- ja puheliihtymien määrän kehitys 6/2007-6/2014



Matkaviestinverkosta soitettujen puhelujen määrän kehitys 6/2007-6/2014

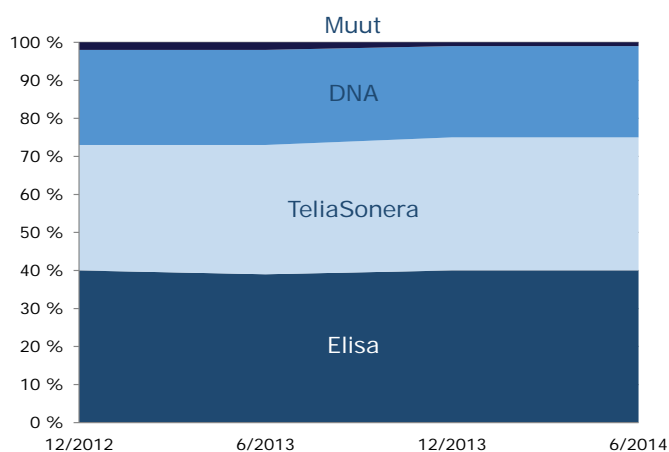


Kuva 6. Matkaviestinverkon tiedonsiirto- ja puheliihtymien sekä verkosta soitettujen puhelujen määrän kehitys 6/2007-6/2014

(lähde: Viestintävirasto)

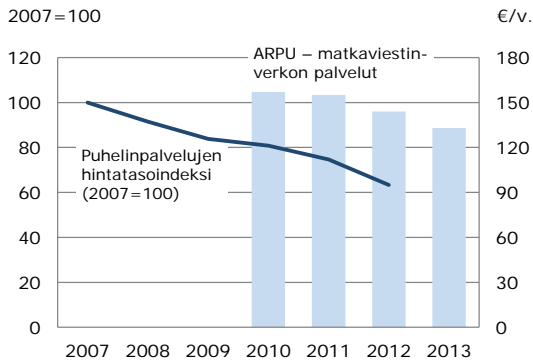
Kuvassa 6 nähdään sekä matkaviestinverkon tiedonsiirto- ja puheliihtymien yhteismäärän sekä matkaviestinverkosta soitettujen puhelujen määrän kehitys viimeisten seitsemän vuoden aikana. Kuten kuvasta nähdään, matkaviestinverkon liihtymien määrän kasvu pysähtyi suunnilleen lain voimaantulohetkellä, mutta oli hidastunut jo tätä ennen. Samoin matkapuhelujen määrä kääntyi laskuun lain voimaantulohetkellä. On kuitenkin vaikeaa nähdä, että lailla olisi ollut vaikutusta matkapuhelujen määrän merkittävään laskuun. Kuva kuitenkin vahvistaa joidenkin teleoperaattoreiden viestin, että matkapuhelinliihtymien suora merkitys osana liiketoimintaa on laskussa.

Kuvassa 7 esitetään matkaviestinverkon liihtymien markkinaosuuksien kehitys vuosina 2013 ja 2014. Liihtymämäärien markkinaosuuksien kehityksen perusteella TeliaSonera on viime aikoina ottanut hieman markkinaosuutta DNA:lta ja kolmen suuren ulkopuolisilta toimijoilta. Muutokset ovat hyvin pieniä, mutta ainakin markkinaosuuksissa tapahtuu hieman liikehdintää. Viestintävirastolla ei valitettavasti ole vertailukelpoista markkinaosuusdataa pidemmältä ajanjaksolta.

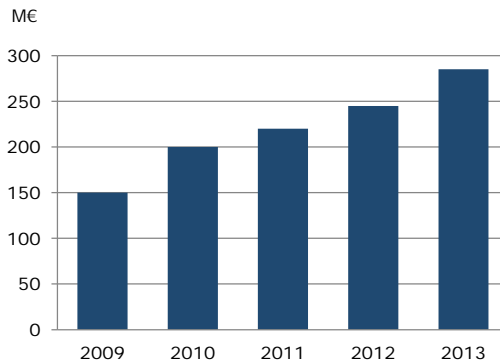


Kuva 7. Matkaviestinverkon liihtymien markkinaosuuksien kehitys 12/2012-6/2014 (lähde: Viestintävirasto)

Matkaviestinverkon puhelinpalveluiden hintatason ja ARPUn kehitys 2007-2013



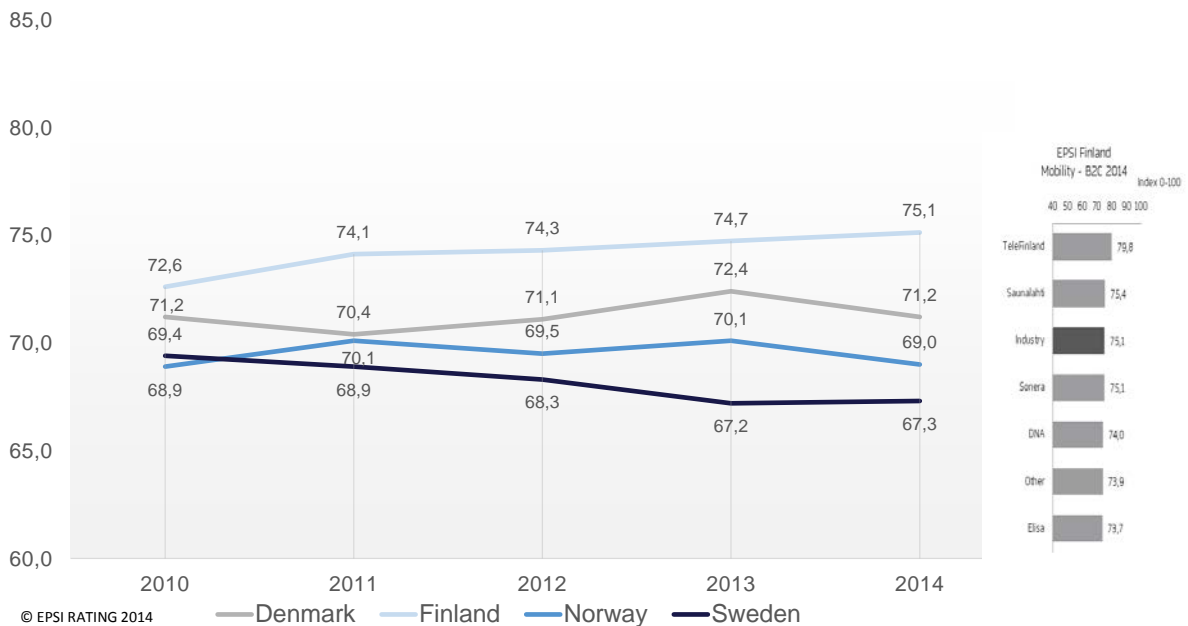
Matkaviestinverkon toimintaan suunnatut investoinnit 2009-2013 (M€)



Kuva 8. Matkaviestinverkon puhelinpalveluiden hintatason ja ARPUn kehitys 2007–2013 sekä matkaviestinverkkoon kohdistuneet investoinnit 2009–2013 (lähde: Viestintävirasto)

Kuvaan 8 on koottu sekä matkaviestinverkon puhelinpalveluiden hintatason (ja ARPUN) kehitys sekä matkaviestinverkkoon kohdistettujen investointien kehitys. Kuvan perusteella matkaviestinverkon puhelinpalveluiden hintataso on ollut tasaisessa laskussa – samoin kuin matkaviestinverkon palveluiden ARPU eli käyttäjäkohtainen keskilaskutus/v. (average revenue per user). Sen sijaan matkaviestinverkkoon kohdistuneet investoinnit ovat olleet varsin voimakkaassa kasvussa viimeisimpien viiden vuoden ajan – erityisesti 4G-investointien vuoksi. Kumpikaan graafi ei kuitenkaan anna aiheutta olettaa kilpailun vähentyneen matkapuhelinliittymissä.

Kuvassa 9 on vielä esitetty EPSI Rating -vertailu pohjoismaisten matkaviestinnän kuluttaja-asiakkaiden tyytyväisyydestä omaan matkapuhelinoperaattoriinsa. Suomalaisoperaattoreiden arvosana on ollut jatkuvassa kasvussa ja on selvästi korkeampi kuin esimerkiksi Ruotsissa. Käyrästä päätellen kuluttaja-asiakkaat vaikuttavat olevan varsin tyytyväisiä nykytilanteeseen.



Kuva 9. Matkaviestinnän kuluttaja-asiakkaiden asiakastyytyväisyyden kehitys (lähde: EPSI Finland, n=1500 Suomessa asuvaa 18–79-vuotiasta)

5. Yhteenveto ja johtopäätökset

Selvityksen perusteella kaikki markkinaosapuolet ovat sitä mieltä, että nykyisen määräaikaisen matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinointikielto säännöksen vaikutukset ovat olleet positiivisia. Lisäksi matkapuhelinoperaattoreiden katsotaan noudattaneen kieltoa hyvin. Markkinan nähdään olevan tasapainossa, ja sekä kuluttajaviranomaiset että matkapuhelinoperaattorit arvioivat kuluttaja-/ asiakasvalitusten vähentyneen säännöksen voimaantulon jälkeen merkittävästi.

Sekä matkapuhelinoperaattorit että viranomaiset näkevät kilpailun matkapuhelinliittymissä säilyneen kireänä, mistä todistaa myös se, että numeronsiirrot eivät ole vähentyneet, matkaviestinverkon puhelinpalveluiden hinnat ovat jatkaneet laskuaan ja matkapuhelinverkkoon tehdyt investoinnit ovat jatkaneet kasvuaan. Matkapuhelinoperaattorit näkevät kilpailun matkapuhelinliittymissä siirtyneen puhelinmyynnistä muihin myyntikanaviin, kuten esim. internetiin sekä face-to-face-myyntiin kauppakeskuksissa yms. Kilpailuviranomaiset ja Viestintävirasto näkevät, että kilpailunäkökulmasta säännöksellä on poistettu yksi kilpailukeino, joka on erityisen tarpeellinen markkinoille pyrkivälle uudelle toimijalle, ja toimenpiteellä on saattanut olla negatiivisia vaikutuksia kuluttajille ja kansantaloudelle. Negatiivisia kilpailuvaikutuksia pienentää tosin se, että Suomen satureoitunut ja pieni matkapuhelinpalveluiden markkina ei ole kovin houkutteleva uusille markkinatulokkaille muutenkaan.

Nyky säännöksellä on ollut jonkin verran henkilöstövaikutuksia sekä matkapuhelinoperaattoreiden oman myynti- ja markkinointihenkilöstön että operaattoreiden työllistämien alihankkijoiden henkilöstön määrään. Operaattorit ovat sopeuttaneet sekä oman henkilöstönsä määrää että TeliaSoneran tapauksessa vähentäneet alihankkijan henkilökunnan työllistämistä. Operaattorit ovat muokanneet organisaationsa sekä prosessinsa uuteen toimintamalliin sopivaksi ja siirtäneet jonkin verran henkilöstöä korvaaviin tehtäviin esimerkiksi online-myyntiin puolelle. Operaattoreiden itse ja alihankkijoillaan työllistämisen henkilöstön määrä on säännöksen käyttöönoton myötä vähentynyt yhteensä muutamalla sadalla hengellä.

Seuraavissa kuvissa on esitetty yhteenveto matkapuhelinliittymien määräaikaisen puhelinmarkkinointikiellon kolmen vaihtoehdoisen kehitysskenaarioiden vaikutuksista. Tarkastellut kolme skenaariota ovat:

1. Annetaan puhelinmarkkinointikiellon raueta
2. Säädetään säännös uudelleen muuttumattomana
3. Laajennetaan säännös myös muihin viestintäpalveluihin (kuten matkaviestinverkon dataliittymiin, kiinteän verkon laajakaistaliittymiin sekä maksullisiin TV-viihdepaketteihin)

Säännöksen raukeaminen saattaa matkapuhelinoperaattoreiden, kuluttajaviranomaisten ja Viestintäviraston näkemyksen mukaan johtaa uudelleen ylilyönteihin puhelinliittymien puhelinmyynnissä. Toisaalta matkapuhelinliittymämarkkina on muuttunut 2-3 vuoden takaisesta tilanteesta - määräaikaisten liittymäsopimusten määrä on laskenut, kytkeykauppa on vähentynyt merkittävästi sekä puhelinliittymien määrä ja hinta ovat laskeneet. Markkinakehitys onkin pienentänyt mahdollisista puhelinmyyntien ylilyönneistä aiheutuvien ongelmien potentiaalisia vaikutuksia. Merkittävimmät kuluttajille aiheutuneet ongelmat johtuivat kuitenkin numeronsiirtoprosessin hitaudesta ja jäykkyydestä, ja prosessi itse ei ole muuttunut mitenkään muutaman vuoden takaisesta.

Mahdollisten puhelinmyyntien ylilyöntien aiheuttamien ongelmien lisäksi säännöksen raukeaminen aiheuttaisi kertaluonteisia muutuskuluja matkapuhelinoperaattoreille. Muutoksen työllistämisen vaikutus olisi todennäköisesti positiivinen, koska sekä asiakaspalvelutarpeen että viranomaisasioinnin kasvu vaatisivat operaattoreilta ja

kuluttajaviranomaisilta lisäresursseja nykytilanteeseen verrattuna. Lisäksi operaattoreiden ja alihankkijoiden puhelinmyyntiin palkattaisiin henkilöstöä. Kokonaisuudessaan muutos työllistäisi arviolta kaksi-kolmesataa henkilöä pääasiassa pienemmissä kaupungeissa. Silti, markkinaosapuolten arvion perusteella vaikuttaa todennäköiseltä, että säännöksen poistamisesta koituvat haitat ylittäisivät sen poistamisella saavutettavat hyödyt.

Säännöksen poistamista kannattavat markkinaosapuolista lähinnä kilpailuviranomaiset ja Finnet-yhtiöt (ml. Anvia). Kilpailuviranomaiset arvioivat, että nykyinen säännös voitaisiin korvata toimenpiteillä, jotka olisivat oikeasuhtaisempia eli negatiivisilta vaikutuksiltaan pienempiä. Tällaisia toimenpiteitä voisivat heidän mukaansa olla esimerkiksi numeronsiirtoprosessin nopeuttaminen tai kuluttajan erillisen hyväksynnän vaatimus matkapuhelinliittymää vaihdettaessa. Myös matkapuhelinoperaattorit kannattavat säännöksen poistamista, mutta vasta siirtymäajan jälkeen, kun matkapuhelinliittymien liiketoiminnallinen merkitys on laskenut, online-pohjaiset myyntimallit kehittyneet pidemmälle ja numeronsiirtoprosessi kehittynyt nykyisestä. Tärkein peruste vastustaa kiellon poistamista tässä vaiheessa on pelko, että ylilyönteihin johtava kilpailu puhelinmyynnissä alkaisi uudelleen, koska markkina ja numeronsiirtoprosessi eivät ole fundamentaalisesti erilaisia kuin 2-3 vuotta sitten.

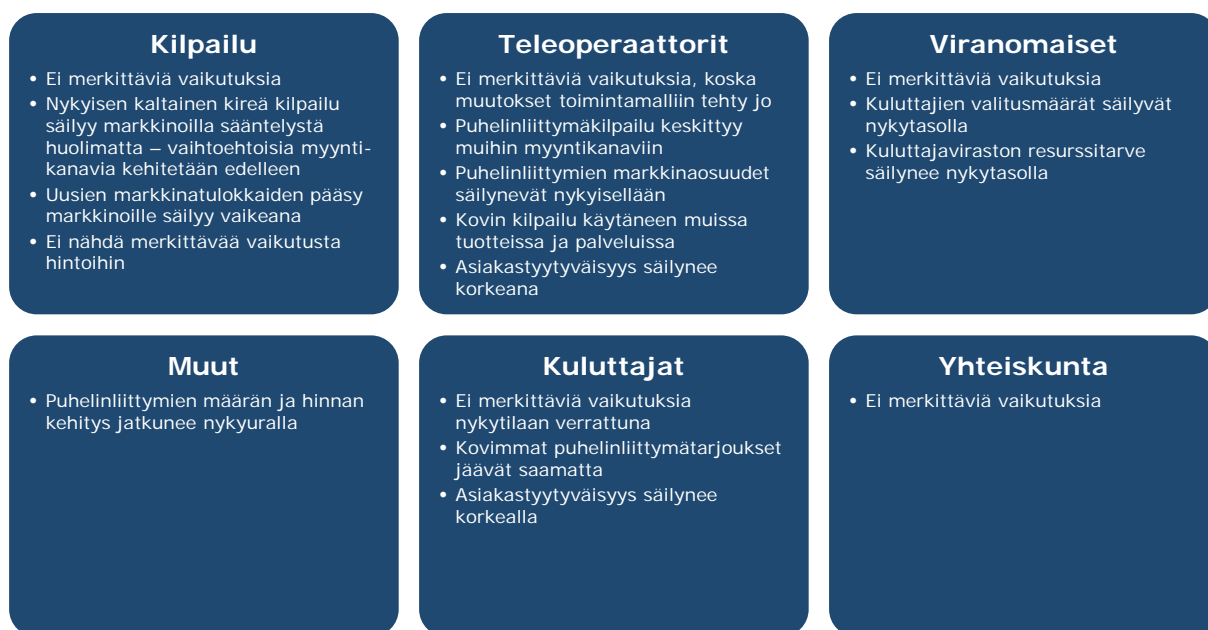


Kuva 10. Yhteenvedo annetaan puhelinmarkkinointikiellon raueta -skenaarion vaikutuksista

Markkinaosapuolet eivät näe säännöksen uudelleensäätämällä muuttumattomana olevan merkittäviä vaikutuksia nykyiseen kilpailutilanteeseen tai matkapuhelinliittymien hintoihin. Mahdollisten uusien matkapuhelinoperaattoreiden pääsy markkinoille säilyisi normaalitilannetta vaikeampana liittymien puhelinmyynnin ollessa kiellettyä. Kilpailu keskittyisikin muihin myyntikanaviin kuin puhelimeen – esimerkiksi internetiin sekä myymälöihin – kuten tälläkin hetkellä. Nykysäännöksellä jatkaminen varmistaisi sen, että kuluttaja-/asiakasvalitusten määrä puhelinmarkkinointiin liittyen säilyisi nykyisellä alhaisella tasolla säästäten matkapuhelinoperaattoreiden ja viranomaisten resursseja. Markkinaosapuolet eivät arvioi nykysäännöksellä jatkamisella olevan vaikutuksia omaan toimintaansa tai työllisyyteen.

Matkapuhelinoperaattorit, Viestintävirasto, ASML ja kilpailuviranomaiset (varauksella) kannattavat nykysäännöksen jatkamista, eikä kukaan vastusta sitä ehdottomasti. Kaikki

kannattajat näkevät kuitenkin määräaikaisen jatkon parempana kuin säännöksen muuttamisen pysyväksi, sillä he arvioivat markkinan ja teknologian kehittymisen tekevän säännöksestä ajan myötä tarpeettoman. Nykysäännöksen jatkamista uudella määräaikaisella kaudella puoltaa se, että jatkamisen negatiiviset (ja positiiviset) vaikutukset ovat nykytilanteeseen verrattuna minimaaliset. Kuluttajaviranomaiset alkavat myös saada vuoden 2015 alusta alkaen kuluttajayhteydenottojen määrästä ja laadusta vertailudataa, johon vaikutuksia voidaan verrata, jos ja kun säännöksestä myöhemmin luovutaan. Lisäksi syksyn 2014 aikana Oikeusministeriön alainen työryhmä on arvioimassa tarvetta ja mahdollisuuksia laajentaa kuluttaja-asianmiehen oikeuksia ja kykyä puuttua sopimattomiin kaupallisiin menettelyihin. Nykyistä nopeampien ja kattavampien, yksittäisen markkinatoimijan häiriökäyttäytymiseen puuttumiseen soveltuvien työkalujen ja oikeuksien olisi hyvä olla voimassa, kun säännöksestä luovutaan. Tämä mahdollistaisi nykyistä kohdistetumman ja nopeamman reagoimisen, jos aiemmat kuluttajille aiheutuneet ongelmat jatkuvat matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinoinnin vapautuessa.



Kuva 11. Yhteenvedo säädetään säännös uudelleen muuttumattomana -skenaarion vaikutuksista

Puhelinmarkkinointikieltoa koskevan säännöksen laajentaminen myös muihin viestintäpalveluihin rajoittaisi kilpailua sekä nykyisten toimijoiden välillä että uusien potentiaalisten toimijoiden markkinoille tulon osalta. Esimerkiksi Netflixin ja Viasatin kaltaisten uusien toimijoiden pääsy Suomen markkinoille olisi vaikeutunut merkittävästi, jos niillä ei olisi ollut käytössään puhelinmyyntikanavaa. Sen sijaan kuluttajavalitusten näkökulmasta tilanne paransi nykyiseen verrattuna, sillä laajennuksen myötä viihde- ja laajakaistapalveluiden puhelinmyynnistä aiheutuneet kuluttajavalitukset vähenisivät selvästi. Matkapuhelinoperaattoreiden asiakkaiden tyytymättömyys saattaisi tosin kasvaa tuotepaketoinnin ja kokonaisasiakkuuksien hoidon vaikeutuessa. Lisäksi kuluttajin palvelutaso saattaisi heiketä puhelimitse tehtyjen palvelutarjousten vähentyessä tai ainakin siirtyessä muihin kanaviin.

Matkapuhelinoperaattoreiden mukaan säännöksen merkittävä laajentaminen johtaisi koko nykyisen puhelinmyyntiorganisaation alasajoon. Tämä aiheuttaisi yhteensä vähintään 1000 ihmisen irtisanomisen operaattoreilta ja heidän käyttämillään

alihankkijoilta, vaikka osa työntekijöistä pystyttäisiinkin sijoittamaan toisiin tehtäviin. Irtisanomiset kohdistuisivat pääosin pienempiin kaupunkeihin ja nuoriin työntekijöihin.

Vain kuluttajaviranomaiset näkevät puhelinmarkkinointikiellon laajentamisen tarpeellisuutta, mutta sillä ei ole dataa, jonka perusteella muiden viestintäpalveluiden puhelinmyyntiin liittyvien ongelmien laajuutta tai suhteellista suuruutta voitaisiin arvioida.



Kuva 12. Yhteenveto laajennetaan säännös myös muihin viestintäpalveluihin -skenaarion vaikutuksista

LIITE: Tiivistelmät eri markkinaosapuolten näkemyksistä

Kilpailu- ja kuluttajavirasto (kuluttajaviranomaiset)

Kuluttajaviranomaisten tehtävä on edistää kuluttajamarkkinoiden toimivuutta tavoitteenaan, että yritykset toimivat vastuullisesti ja kuluttajat voivat luottaa häiriötilanteiden nopeaan selvittämiseen. Kuluttajaviranomaiset ovat olleet näkyvässä roolissa ottamassa vastaan ja käsittelemässä matkapuhelinliittymien puhelinmyynnistä aiheutuneita valituksia ja yksi säännöstä voimakkaimmin kannattavista tahoista omien resurssiensa uupuessa tilanteessa, jossa kilpailu yltyi kuluttajavalitusten perusteella.

Kuluttajaviranomaisten mukaan nykyinen lainsäädäntö rauhoitti tilannetta huomattavasti ja matkapuhelinliittymien puhelinmyyntiin liittyvien yhteydenottojen määrä on laskenut selvästi. Suurimmat ongelmat liittyivät puhelinmyynnin alihankintaorganisaatioihin ja näille rakennettujen bonuspalkkiojärjestelmien antamiin väärin kannustimiin. Kuluttajaviranomaisten näkökulmasta nykyistä kieltä on noudatettu hyvin (joitakin yksittäisiä reklamaatioita lukuun ottamatta). Virasto kuitenkin näkee tarvetta puhelinmyynnin rajoittamiselle myös mobiilidataliittymien sekä osittain laajakaistaliittymien ja maksullisten tv-viihdepalveluiden kohdalla. Toisaalta virastolla ei ole tällä hetkellä luotettavaa dataa puhelinmyyntiin kohdistuvien kuluttajareklamaatioiden määrästä tai sen kehityksestä eikä ongelman suuruudesta suhteessa kokonaisvolyymeihin.

Vuonna 2013 Kuluttajaviranomaiset saivat n. 70 000 yhteydenottoa kuluttajilta, ja näistä n. 9%:a kohdistui viestintäpalveluihin. Yhteydenotot eivät painotu vanhempiin ikäluokkiin, vaan jakautuvat varsin tasaisesti. Niistä kuluttajayhteydenotoista, joissa myyntitapa oli mainittu (n. 6000 aikavälillä 1.1.2013 – 30.9.2014), 30%:a kohdistui puhelinmyyntiin ja suunnilleen sama osuus myymälöissä tapahtuneeseen myyntiin. Vuoden 2015 alusta alkaen myyntitapa tulee pakolliseksi tiedoksi KuTi-järjestelmään rekisteröitävissä yhteydenotoissa. Matkapuhelinliittymien erityispiirre on matkapuhelinoperaattorin vaihtoon liittyvä numeronvaihtoprosessi, joka oli tärkein syy kiellon rajoittamiseen koskemaan ainoastaan matkapuhelinliittymiä eikä kaikkien viestintäpalveluiden puhelinmyyntiä.

Puhelinliittymien osalta markkina on kehittynyt kiellon poistamisen kannalta hieman parempaan suuntaan, koska määräaikaisten liittymäsopimusten määrä on vähentynyt selvästi, kytkeytyminen on vähentynyt ja vähenee ja liittymien hinnat ovat alentuneet. Toisaalta liittymät muuttavat jatkuvasti muotoaan kilpailijoiden toimien ja markkinakehityksen seurauksena.

Kuluttajaviranomaiset ehdottavat, että otettaisiin käyttöön direktiivin optiopykäälä, jonka mukaan kuluttajan täytyy vahvistaa puhelinliittymä- ja muut sopimukset aina erikseen esim. tekstiviestillä tai sähköpostilla – tällöin määräaikaista säännöksestä voitaisiin mahdollisesti luopua. Kuluttajaviranomaisten nykyiset puuttumiskeinot sopimattomiin menettelyihin puhelinmyynnissä ovat heikot: markkinaoikeus on hidas prosessi ja sakkomaksut ovat takautuvia, eli puuttuminen tilanteeseen nopeasti on hankalaa – oikeusministeriössä on kuitenkin työryhmä, joka selvittää kuluttaja-asiamiehen keinovalikoiman uudistamistarvetta ja esittää ehdotuksensa tämän vuoden loppuun mennessä.

Kuluttajaviranomaisilta saa eniten kannatusta säännöksen laajennus koskemaan muita viestintäpalveluita. Heidän mukaansa mobiilidataliittymien, tv-viihde-palveluiden ja laajakaistaliittymien osalta on kuluttajavalitusten perusteella tarve säännöksen soveltamisalan laajentamiselle. Kuluttajaviranomaiset eivät kuitenkaan vastusta säännöksen säilyttämistä nykymuotoisena eivätkä myöskään sen säätämistä

määräaikaisena. Matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinointikiellon raukeaminen ei saa kuitenkaan heiltä kannatusta. Kuluttajaviranomaisten näkemyksen mukaan kilpailusta aiheutuvien ylilyöntien ja puhelinmyynnin aiheuttamien ongelmien määrä voi kiellon poistamisen seurauksena hyvinkin yltyä aikaisemmalle tasolle, jolloin heidän resurssista eivät riitä edistämään kuluttajamarkkinoiden toimivuutta.



- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Eivät kannata • Näkevät, että säännöksen rautessa puhelinmyynnin ylilyönnit yleistyvät taas eivätkä kuluttajaviraston resurssit riitä käsittelemään valituksia | <ul style="list-style-type: none"> • Toiseksi paras vaihtoehto • Eivät vastusta, mutta tämä vaihtoehto ei heidän näkökulmastaan ratkaise muiden viestintäpalveluiden puhelinmyyntiin liittyviä ongelmia • Näkisivät, että määräaikainen säännös olisi parempi kuin pysyvä | <ul style="list-style-type: none"> • Ensisijainen vaihtoehto • Näkevät, että mobiilidata-liittymien, tv-viihdepalveluiden ja laajakaistaliittymien kohdalla on kuluttajavalitusten perusteella tarve säännöksen soveltamisalan laajentamiselle |
|---|--|--|

Kilpailu- ja kuluttajavirasto (kilpailuviranomaiset)

Kilpailuviranomaisten tehtävänä on turvata taloudellinen kilpailu Suomessa, ja tarvittaessa se voi puuttua kilpailunrajoituksiin tekemällä selvityksiä joko omasta aloitteesta tai toimenpidepyynnön perusteella. Mitä matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinointikieltoon tulee, kilpailuviranomaiset suhtautuvat ylipäänsä kriittisesti toimenpiteisiin, joilla säädellään tai rajoitetaan kilpailua. Elinkeinoharjoittamisen vapauden rajoittuminen ja rajoitettu kilpailu aiheuttavat potentiaalisesti negatiivisia vaikutuksia kuluttajille ja kansantaloudelle. Kilpailunäkökulmasta säännöksellä poistettiin yksi kilpailukeino, joka on erityisen tarpeellinen markkinoille pyrkivälle uudelle toimijalle. Säännöksen voimaantuminen on tehnyt matkapuhelinmarkkinoille pääsyn entistä vaikeammaksi.

Raskaan sääntelyn sijaan kilpailuviranomaiset kannattavat etukäteen tehtäviä vaikutusarviointeja mm. kilpailun toimivuuden näkökulmasta (ex ante ja ex post) sekä mahdollisimman kevyttä sääntelyä yleisestikin (sääntelyn hyötyjen täytyy ylittää haitat). Kilpailuviranomaisten näkemyksen mukaan nykyinen säännös olisi voitu korvata toimenpiteillä, jotka olisivat olleet oikeasuhtaisempia eli negatiivisilta vaikutuksiltaan pienempiä. Esimerkiksi numeronsiirtoprosessin nopeuttaminen tai kuluttajan erillisen hyväksynnän vaatimus liittymää vaihdettaessa voisivat olla tällaisia toimenpiteitä. Kilpailuviranomaisten mukaan nykyisä säännös voi myös rajoittaa haja-asutusalueilla elävien ihmisten valinnanvapautta, koska heillä on pitkät matkat kauppakeskuksiin, ja puhelinmyynti voisi avata mahdollisuuden ostaa parempia tai edullisempia liittymiä tai lisätä ainakin kuluttajien tietoutta tarjonnasta.

Kilpailuviranomaiset näkevät parhaana vaihtoehtona kiellon poistamisen, jolloin kilpailu vapautuisi. Kilpailuviranomaiset eivät väheksy puhelinmyynnin ongelmia, mutta katsovat, että ne pitäisi suhteuttaa kokonaisvolyymeihin. Heidän näkemyksensä mukaan kevyempi puuttuminen markkinoiden toimintaan pitäisi olla riittävää. Toiseksi parhaana vaihtoehtona he näkevät säännöksen uudelleensäätämisen muuttumattomana ja määräaikaisena. Määräaikaisuuden jälkeen olisi mahdollista arvioida markkinatilannetta ja kiellon poistamisen vaikutuksia uudelleen ja todennäköisesti luopua säännöksestä kokonaan. Kilpailuviranomaiset vastustavat säännöksen laajentamista muihin viestintäpalveluihin, sillä se voisi johtaa käytännön laajenemiseen muillekin toimialoille ja vääristäisi kilpailuasetelmaa entisestään. Puhelinmyynnin kategorinen kieltäminen on heidän näkökulmastaan liian raju toimenpide, ja aina pitäisi mieluummin selvittää kevyemmät puuttumisvaihtoehdot, jos puuttumiseen ylipäänsä on tarvetta. Puhelinmarkkinointikiellon laajentaminen lisäisi yhteiskunnallisia kustannuksia ja viranomaisresurssien tarvetta.



- Paras vaihtoehto
- Eivät väheksy puhelinmyynnin ongelmia, mutta katsovat, että ne pitäisi suhteuttaa kokonaisvolyymeihin ja että kevyempi puuttuminen markkinoiden toimintaan riittäisi

- Toiseksi paras vaihtoehto
- Jos säännöstä jatketaan, niin määräaikaisena kolmeksi vuodeksi ja arvioidaan mahdollisuus luopua säännöksestä tämän jälkeen

- Huonoin vaihtoehto
- Eivät näe järkevänä, jos ongelman suuruutta ei voida suhteuttaa kokonaisvolyymeihin
- Kevyemmät vaihtoehdot pitäisi selvittää ensin
- Voi johtaa käytännön laajenemiseen muillekin toimialoille
- Lisää viranomaisresurssien tarvetta ja yhteiskunnallisia kustannuksia

Viestintävirasto

Viestintävirasto sähköisen viestinnän valvojana ja ohjaajana ei ole varauksettomasti kannattanut nykysäännöstä. Viestintäviraston näkemyksen mukaan uusien toimijoiden markkinoille pääsy on suljettu säännöksen myötä, mutta toisaalta kuluttajien valitukset ovat vähentyneet eli vastaus ongelmaan on saatu säännöksen avulla.

Viestintävirasto kannattaa kevyempää sääntelyä ja tuo esiin esimerkin Norjassa toimivasta itsesääntelytyyppisestä mallista, jossa puhelimitse solmitun matkapuhelinliittymäsopimuksen syntymisen jälkeen asiakas vastaanottaa määrämuotoisen tekstiviestin, joka velvoittaa kuluttajan aktiivisesti vielä vahvistamaan matkapuhelinliittymän vaihdon. Viestintävirasto näkisi tarpeelliseksi tämän kaltaiset kevyemmät toimenpiteet ongelmien hallintaan. Ylipäänsä virasto kannattaa sääntelyn parempaa suhteuttamista ja kokonaisvaikutusarviointia eikä kaikkien säännösten laatimista koskemaan koko toimialaa.

Viestintävirasto näkee säännöksen toimineen hallinnollisesta näkökulmasta hyvin. Toisaalta numeronsiirrosta aiheutuneet ongelmat ovat kuormittaneet hallinnollisesti muita tahoja, kuten kuluttajaviranomaisia, enemmän kuin Viestintävirastoa.

Viestintävirasto näkee kilpailun myös matkapuhelinliittymissä säilyneen kovana. Markkinatilanne ei ole heidän mukaansa fundamentaalisesti erilainen kuin muutama vuosi sitten, ja he pelkäävät aggressiivisen puhelinmyynnin ja siitä aiheutuvien ongelmien alkavan heti uudestaan säännöksen poistussa.



- 1 **Annetaanko kiellon raueta**
 - Toiseksi paras vaihtoehto
 - Tällä ei nähdä olevan hallinnollisia vaikutuksia, mutta oletetaan että operaattoreiden keskinäinen kilpailu yltyy - riittää yhdeltä toimijalta toimenpidettä niin kaikki muut tulevat perässä

- 2 **Säädetäänkö uudelleen muuttumattomana**
 - Nähdään, että säännös on vaikuttanut toivotulla tavalla; ensisijainen vaihtoehto
 - Kannatetaan määräaikaaisuutta, markkinoiden muuttumisen lisäksi hyvä tarkastella mahdollisia muutoksia lainsäädännössä, esimerkiksi kuluttajasuoja- tai kilpailulainsäädännössä – jospa ei tarvita tuote- tai toimialakohtaista sääntelyä enää

- 3 **Laajennetaanko säännös muihin viestintäpalveluihin**
 - Nähdään viimeisenä vaihtoehtona
 - Ei nähdä perustetta miksi laajentaa – ongelma nähdään johtuneen numeronsiirroista ja mobiilidatan myyminen lähellä muiden hyödykkeiden myyntiä
 - Peruutusosoikeuden ja muiden palveluiden ansiosta ei nähdä ongelmaa muiden tuotteiden kohdalla

Toimialayhteisö ASML – Suomen asiakkuusmarkkinointiliitto ry

Suomen asiakkuusmarkkinointiliitto puoltaa kevyttä sääntelypolitiikkaa ja pistemäistä puuttumista yksittäisiin yrityksiin liittyviin pistemäisiin ongelmiin koko toimialaa koskevan sääntelyn sijaan. ASML:n mukaan nykylainsäädäntö ei olisi toiminut ilman toimialan itsesääntelyä. Säännöksen tullessa voimaan erityisenä uhkana nähtiin broker-tyyppiset toimijat, jotka olisivat keränneet kuluttajilta puhelinmyyntisuostumuksia, ja lista olisi myyty eniten tarjoavalle. Tällä hetkellä säännöksen ja itsesääntelyn vaatimat muutokset on jo viety myyntijärjestelmiin ja prosesseihin, ja toimintamalli on vakiintunut. Käytännössä uusi lakimuutos aiheuttaisi taas kertaluonteisia kustannuksia.

Suomessa toimii noin 150–200 ”puhdasta” telemarkkinointiyritystä, vaikka viime vuosina B2C-puhelinmyynnissä on siirrytty enemmän sisäiseen soittamiseen (esimerkkinä A-lehdet). Lakimuutoksen seurauksena matkapuhelinoperaattoreihin erikoistuneet toimijat kävivät yt-neuvotteluja ja jotkut pienemmät toimijat lopettivat toimintansa kokonaan. Myyntikoneen siirtäminen toimialalta toiselle ei ole helppo prosessi, koska se vaatii kattavaa koulutusta ja asiakkaiden hankkimista, mikä vie aikaa.

Yleisellä tasolla ASML painottaa puhelinmyynnin merkitystä Suomessa. Puhelinmyynnillä tehdään Suomessa yli 4 miljoonaa sopimusta vuodessa. Puhelinmyynti nähdään myös erittäin tehokkaana tapana uusille toimijoille tulla markkinoille (kuten nyt esim. Netflix ja Viasat ovat tehneet). Puhelinmyynnin kieltäminen näin ollen rajoittaa uusien tulokkaiden pääsemistä markkinoille. Puhelinmarkkinointi on menettänyt osuutta muille kanaville, kuten internet-myyntille.

ASML:n mukaan kuluttajilla itsellään on vaikutusmahdollisuus vastaanottaa tai olla vastaanottamatta puhelinmarkkinointia. Puhelin-Robinsonia, rekisteriä johon voi ilmoittaa ettei halua vastaanottaa puhelinmarkkinointia, hyödyntää jo 600 yritystä (ASML:llä on noin 100 jäsentä). Robinsonin kieltorekisteri on voimassa kolme vuotta, eikä 80%:a kuluttajista uusi kolmen vuoden kieltoperiodin jälkeen telemarkkinointikieltoaan seuraavan vuoden kuluessa.

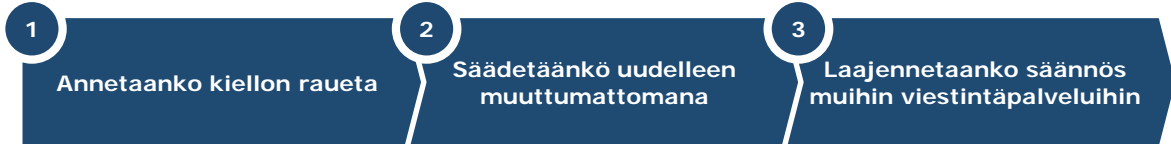
ASML tuo esiin myös kuluttajavalitusten harhaanjohtavan tilastoinnin. Heidän mukaansa kuluttajaviranomaiset tilastoivat yhteydenottoja eivätkä varsinaisia reklamaatioita. Reklamaatiot muodostavat todennäköisesti murto-osan kaikista yhteydenotoista. ASML:n ja operaattoreiden keskinäisessä säännöksen rikkomista koskevassa selvityksessä ei paljastunut aiheellisia operaattoreiden toisistaan tekemiä reklamaatioita, sillä pääsääntöisesti kuluttaja oli joko antanut luvan puhelinmarkkinointiin tai ottanut itse esiin puhelinliittymäasiat, kun valitustapauksia tutkittiin tarkemmin. Kilpailijakriittisyys oli iso tekijä reklamaatioiden määrässä (vrt. esim. finanssisektoriin).

Kokonaisuudessaan ASML on raskasta toimialakohtaista sääntelyä vastaan. He näkevät, että yleissääntelystä pitäisi siirtyä yksittäissäätelyyn, sillä paras tulos saataisiin kohdistamalla toimenpiteet yksittäisiin häirikötapauksiin nopeasti ja tehokkaasti. Se, joka häiriköi yhdessä kanavassa, häiriköi muissakin kanavissa – turha säännellä yhtä kanavaa, vaan toimijoita. Hyvät valvonta- ja vaikutuskeinot ja valistunut viranomaisen poistaisivat tarpeen laajalle sääntelylle. Tällä hetkellä Oikeusministeriö valmisteleekin kuluttaja-asiamiehen työkalupakin laajentamista. ASML kuitenkin kritisoi, että viranomaiset eivät tällä hetkellä täysin ymmärrä markkinadynamiikkaa ja päätöstensä vaikutuksia.

Tällä hetkellä markkinatilanne on ylilyöntien suhteen rauhallinen eikä ASML näe säännöksen poistamisen aiheuttavan vastaavia ylilyönnejä kuin aiemmin, sillä he arvioivat yhtiöiden oppineen aiemmasta ja nähneen ylilyönnteihin liittyvät kustannukset. Myös markkina on muuttunut siihen suuntaan, että tuotetarjonta ei ole enää

kytkeykauppa-, määräaikaishankintä- ja puhepakettipainotteista. ASML haluaa tukea tervettä kilpailua markkinoilla ja vähentää raskasta sääntelyä.

Markkinatilanne on erilainen myös puhelinmarkkinointialihankkijoiden osalta. Puhelinmyynnin alihankinnassa on nykyisin käytössä aiempaa tiukemmat raportointivelvoitteet, sanktiot jne. Mikäli säännös siis raukeaisi ja tilanne kärjistyisi uudelleen, ei alihankkijaa voi (ainakaan enää) syyttää ylilyönneistä.



- | | | |
|---|---|--|
| <p>1</p> <p>Annetaanko kiellon raueta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toiseksi paras vaihtoehto • Näkevät, että säännös voitaisiin purkaa, mikäli olisi tehokkaat keinot puuttua pistemäisiin ongelmiin • Markkinamaturiteetin vuoksi ei nähdä paluuta ylilyönneihin vaikka säännös raukeaisi | <p>2</p> <p>Säädetäänkö uudelleen muuttumattomana</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paras vaihtoehto • Kun toimintamalli on nyt implementoitu, turha poistaa heti, sillä säännös on selvästi toiminut • Eivät kuitenkaan kannata koko toimialaa koskevaa sääntelyä, jos ongelmat ovat pistemäisiä • "Säännellään toimijoita, ei myyntikanavia" | <p>3</p> <p>Laajennetaanko säännös muihin viestintäpalveluihin</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eivät kannata • Eivät näe mitään selkeää tarvetta sääntelyn laajentamiselle, markkinoilla ei tapahdu ylilyönnejä • Ei olisi yhteiskunnallisestikaan hyvä ratkaisu, koska aivan liian järeä ongelmaan nähden |
|---|---|--|

Eniro Sentraali

Nykysäännöksen voimaantulolla oli iso vaikutus Eniro Sentraalin liiketoimintaan. Yhtiö joutui aloittamaan yt-neuvottelut ja vähentämään useita kymmeniä ihmisiä, koska korvaavaa liiketoimintaa ei ollut löydettävissä. Henkilöstön vähennykset kohdistuivat Itä-Suomeen ja Kainuuseen. Yhtiö mm. lakkautti Joensuun toimipisteen. Lisäksi säännös vaikutti heidän asiakasyritystensä tapaan toimia. Ainakin yksi matkapuhelinoperaattori lopetti puhelinmarkkinoinnin alihankinnan.

Eniro Sentraali on sopeuttanut liiketoimintaansa säännöksen seurauksena siten, että he eivät enää tee perinteistä puhelinmarkkinointia. Tästä syystä nykyisen säännöksen poistamisella, laajentamisella tai jatkumisella ei ole enää merkittävää vaikutusta heidän liiketoimintaansa.

Markkinanäkökulmasta nykysäännöksen voimaantulo on aiheuttanut sen, että kymmenet puhelinmarkkinointiosaajat ovat kouluttautuneet uudelleen ja vaihtaneet alaa. Koska puhelinmarkkinoinnin henkilöstö on aiempaa kokemattomampaa, säännöksen poistaminen saattaa aiheuttaa nyt suhteessa jopa aiempaa enemmän ongelmia kuluttajille. Myynnin ylilyönnejä aiheuttavat pääsääntöisesti pienet yhtiöt, jotka eivät ole järjestäytyneitä ja joiden henkilökunta ei ole näin ollen työehtosopimusten piirissä.



- 1 Annetaanko kiellon raueta
 - Näkevät, ettei enää vaikuta yrityksen toimintaan, koska ovat muuttaneet toimintansa sopimaan nykytilanteeseen
 - Markkinoilla liian suuri riski palata aikaisempaan tapaan toimia - ongelmat eivät kuitenkaan vielä poistuneet tai toimijat ottaneet opiksi

- 2 Säädetäänkö uudelleen muuttumattomana
 - Ei vaikutuksia, sopeutustoimenpiteet tehty jo
 - Välittömät vaikutukset näkyivät säädöksen astuttua voimaan: henkilöstöön kohdistuneet vähennykset tehty
 - Nähdään tärkeänä tarkempi määrittely mitä kielto koskee – puhelinmarkkinointi vs. muu asiakaskontaktointi

- 3 Laajennetaanko säännös muihin viestintäpalveluihin
 - Sopeutusten jäljiltä ei enää merkittävää vaikutusta yrityksen toimintaan
 - Yritys ei enää mukana perinteisessä puhelinmyynnissä

Elisa

Elisa näkee nykyisen säännöksen positiivisena, sillä sen voimaantulon jälkeen markkina on ollut tasapainossa ja matkapuhelinoperaattorit sopeuttaneet toimintamallinsa tilanteeseen. Elisa tuo esiin toimialan itsesääntelyn merkityksellisyyden, sillä ilman itsesääntelyä säännös ei olisi toiminut yhtä hyvin. Vaikka ongelmia oli ennen säännöksen asettamista, niiden suhteuttaminen tolkkuttoman suuriin kontaktimääriin olisi asettanut ongelmien määrän oikeaan suhteelliseen perspektiiviin eli varsin pieneksi.

Työllistäjän näkökulmasta säännös on aiheuttanut työntekijöiden vähentämistä sopeutuksen kautta, mutta vähäisessä määrin aiheuttamatta radikaalia muutosta. Säännöksen myötä yritys on sopeuttanut toimintojaan ja siirtänyt myyntiä muihin kanaviin. Organisaatio on muokattu erinäköiseksi ja henkilöstöä on sopeutuksen lisäksi osittain siirretty korvaaviin tehtäviin. Myynti on siirtynyt puhelimista perinteisiin kivijalkamyymälöihin, myyntipisteisiin esim. kauppakeskuksissa ja nettiin (itsepalveluun).

Säännöksellä ei nähdä olleen merkittäviä vaikutuksia markkinaosuuteen, kilpailuun tai hintoihin, kilpailu on vain siirtynyt eri kanaviin. Asiakkaat vaihtavat operaattoreita edelleen ja kilpailu on säilynyt kovana, mutta asiakastyytyväisyys on parantunut huomattavasti ja valitusten määrä laskenut. Elisa on ollut kehitykseen tyytyväinen.

Säännöksen laajentamista koskemaan muita viestintäpalveluja Elisa ei kannata. Matkapuhelinliittymistä aiheutuneet ongelmat kulminoituivat numeronsiirtoprosessiin, mutta laajakaista- ja laitepuolella ei ole samaa ongelmaa. Puhelinliittymämyynti on edelleen tärkeää, vaikka penetraatio onkin suuri ja markkina on siirtymässä datapainotteiseen suuntaan. Määräaikaisten puhelinliittymien osuus on laskenut eikä kytkeykauppoja ole enää yhtä voimakkaasti. Elisa hoitaa täysin itse tuotteidensa puhelinmyynnin eikä käytä alihankkijoita.

Muutos on luonut jonkin verran työpaikkoja puhelinmyynnin ulkopuolella, erityisesti online-myyntipalveluiden puolella, joita on kehitetty säännöksen voimaanastumisen myötä. Jos lisämuutoksia suunnitellaan, niistä pitäisi tiedottaa heti, koska muutoksiin sopeutumiseen menee matkapuhelinoperaattoreilta helposti puoli vuotta.

1

Annetaanko kiellon raueta

- Toiseksi paras vaihtoehto
- Eivät näe tälle tarvetta – toimiala sopeuttanut toimintansa nykytilanteeseen
- Paluu vanhaan voisi repiä vanhat haavat auki ja aiheuttaa taas ongelmia
- Aiheuttaisi välittömiä ja välillisiä kuluja, kun toimintamallia pitäisi muuttaa aiempaan suuntaan

2

Säädetäänkö uudelleen muuttumattomana

- Paras vaihtoehto
- Kannattavat nykysäännöksen jatkamista määräaikaisena
- Seuraavalle kolmelle vuodelle säännös voisi varmistaa tiettyä jatkuvuutta
- Maailma muuttuu niin nopeasti, että näkisivät käytännön vakiinnuttamisen kovana päätöksenä

3

Laajennetaanko säännös muihin viestintäpalveluihin

- Eivät kannata
- Negatiiviset vaikutukset olisivat suuria
- Ongelman aiheuttajat ovat jo poistuneet
- Eivät näe ongelmia muissa palveluissa
- Asiakkaat voivat kuitenkin kieltää telemarkkinoinnin halutessaan
- Vaikuttaisi kovasti telemarkkinointiyhtiöihin lähinnä maakunnissa ja niiden (nuoriin) työntekijöihin – toistakymmentä toimistoa, satoja henkilöitä

DNA

DNA on sitä mieltä, että säännös on toiminut hyvin ja asiakasvalitukset vähentyneet merkittävästi, vaikka varsinaista tilastointia heillä ei ole. He eivät ole saaneet moneen kuukauteen reklamaatioita puhelinmyynnistä.

DNA:lla on hoidettu puhelinmyynti kokonaan itse omalla henkilöstöllä eli he eivät enää käytä alihankkijoita. He luopuivat alihankinnasta, koska osapuolten laatuvaatimukset eivät kohdanneet. DNA näkee, että matkapuhelinoperaattoreiden korkeilla laatuvaatimuksilla puhelinmyynti ei ole telemarkkinointiyrityksille kannattava bisnes. Matkapuhelinoperaattoreille asiakastyytyväisyys ja -lähtöisyys ovat kriittisiä kilpailutekijöitä, ja operaattoreiden palvelu on Suomessa yleisesti ottaen erittäin korkealla tasolla. Erityisesti mobiililaajakaistaan liittyen asiakaspalaute on ollut huippuhuivää. Dataliittymissä puhelinmyynti toimii hyvin, koska siihen ei liity numeronsiirtoprosessia.

Nykysäännöksen voimaantulon myötä DNA sulki pienempien kaupunkien myyntitoimistoja ja alkoi sopeuttaa henkilöstön määrää. Tämä koski noin 300 henkilöä, joista osalle on löytynyt korvaavia töitä asiakaspalvelusta. DNA:n mukaan he työllistäisivät arviolta 50–100 henkilöä lisää, mikäli säännös raukeaisi eli matkapuhelinliittymien puhelinmyynti vapautuisi. Jos säännös laajennettaisiin muihin matkaviestin- ja kiinteän verkon viestintäpalveluihin, DNA:n osalta henkilöstön vähennystarve olisi 200–500 henkilöä riippuen puhelinmyyntikiellon laajuudesta. Laaja kiello aiheuttaisi puhelinmyynnin organisaation alasajon kattaen kaikki kymmenen toimistoa maakunnissa. DNA:n puhelinmyynnin alasajo voisikin pahimmillaan uhata tuhannen ihmisen työpaikkaa. Kiellon laajentaminen voisi aiheuttaa myös sen, että nykyiset tuotepaketit täytyisi repiä auki, koska esimerkiksi laajakaistapaketteihin kuuluu yleensä myös tuplana mobiilidataaliittymä-sim. Järkevän paketoinnin estäminen ei ole kuluttajien edun mukaista.

DNA:n laatiman asiakaskyselyn mukaan 3-4 kertaa suurempi määrä asiakkaista haluaisi enemmän myyntikontakteja verrattuna niihin, jotka haluaisivat vähemmän. Erityisesti Kainuussa ja haja-asutusalueilla arvostetaan etämyyntiä, koska heillä on pitkät matkat lähteä asioimaan kivijalkamyymälöihin suuriin kauppakeskuksiin.

Säännös on aiheuttanut sisäisten prosessien kehitystä erityisesti myyntiin liittyen. DNA:n mukaan markkinat ovat erittäin kilpaillut edelleen, mutta kanavat vain ovat vaihtuneet painottuen myymälöihin, myyntipisteisiin ja internetiin. DNA:lla koetaan, että muutos on tuonut ehkä hieman enemmän etua Elisalle ja TeliaSoneralle, sillä DNA on kuitenkin haastajan roolissa.

- Toiseksi paras vaihtoehto
- Voisi johtaa ylilyönteihin, koska numeronsiirto-prosessi on yhtä hankala kuin 2-3 v. sitten
- Kaikki teleoperaattorit virittäisivät koneensa uudelleen
- Henkilöstövaikutus olisi positiivinen
- Mahdollinen, jos numsi-prosessi olisi nopeampi (esim. sekunnissa läpi ilman sim-kortin vaihtoa)
- Paras vaihtoehto
- Kannattavat säännöksen jatkoa määräaikaisena, sillä markkinat ja lainsäädäntö muuttuu jatkuvasti
- Ei aiheuttaisi kustannuksia, koska prosessit on jo päivitetty nykytilanteeseen
- Ei riskiä aspa-ongelmista
- Eivät kannata
- Eivät näe mitään tarvetta - mobiililaajakaistan puhelinmyynti sujuu hienosti ja asiakkaat ovat erittäin tyytyväisiä
- Ongelmat kulmineituvat numsi-prosessiin, joka liittyy vain matkapuhelinliittymiin
- Voisi johtaa palvelu-pakettien hajottamiseen, mikä ei ole kuluttajien etu
- Johtaisi puhelinmyynti-organisaation alasajoon (vähennystarve heillä pahimmillaan 1000 henkeä)

TeliaSonera

TeliaSoneran näkemyksen mukaan puhelinmyyntiin liittyvät aiemmat ongelmat kulmineoituivat numeronsiirtoprosessiin. Ongelmat aiheuttivat erittäin suurta asiakastytymättömyyttä. Muissa tuotteissa ei ole numeronsiirron tarvetta, minkä vuoksi ongelmat kohdistuivat erityisesti matkapuhelinliittymien puhelinmyyntiin. Nykysäännöksen myötä asiakastytyväisyys on parantunut merkittävästi, vaikka kilpailu ja numeronsiirrot eivät ole vähentyneet. Reklamaatiot ovat vähentyneet huomattavasti, ja kasvaneen asiakastytyväisyyden vuoksi Teliasonera puoltaa säännöstä.

TeliaSonera on ulkoistanut pääosan puhelinmyynnistään. Ennen säännöstä he työllistivät n. 300 henkeä alihankkijoilla. Säännös on vähentänyt alihankitun henkilöstön tarvetta hieman, sillä nyt he työllistävät alihankkijoilla vajaan 200 henkeä. Sisäiset Teliasoneran myyjät siirrettiin puhelinmyynnistä online-myyntiin kehittämiseen, joten henkilöstön sopeuttaminen oli riittävä toimenpide. Jos säännös raukeaisi, Teliasoneran arvion mukaan he työllistäisivät arviolta noin 50–100 henkilöä enemmän.

Teliasonera on käyttänyt alihankintaa puhelinmyynnissään ja ulkoistettu myynti on toiminut hyvin. Säännöksen voimaantuminen aiheutti hieman alihankkijoiden koulutustarvetta. Alihankinnan valvominen on koettu haasteelliseksi sen ollessa toimeksiantajasta erillistä toimintaa, syynä erityisesti puhelinmyyjien bonuspalkkiojärjestelmät. He pitävät kuitenkin määräaikaista sopimuksia hyvänä tapana varmistaa molempien osapuolten intressien kohtaaminen.

Teliasoneran näkemyksen mukaan teoriassa puhelinmyynnin kieltäminen on voinut vähentää uusien toimijoiden mahdollisuuksia päästä markkinoille. He näkevät, ettei yhden myyntikanavan kieltäminen ole kuitenkaan poistanut kilpailua, vaan se on siirtynyt muihin kanaviin. Teliasonerakin on panostanut merkittävästi online-myyntiin, jossa kuluttajat voivat toimia itsepalveluna. Kytkykauppa on romahtanut aiempaan tilanteeseen verrattuna, mutta markkina ei ole ratkaisevasti erilainen kuin edellisten ongelmien aikaan. Markkinoilla hintakäyrät laskevat edelleen koko ajan, ja kova kilpailu jatkuu.

Teliasonera puoltaa datan keräämistä kuluttajaviranomaisten uudella it-järjestelmällä ongelman suuruuden arvioimiseksi ja päätöksenteon pohjaksi.



- 1
- Annetaanko kiellon raueta**
- Kilpailu on kovaa eli pelätään ylilyöntejä, erityisesti kun käytetään alihankkijoita - heidän intressinään muut asiat kuten omat palkkiot
 - Nähdään johtavan asiakastyymättömyyteen
 - Voittaisiin tehdä, jos numeronsiirtoprosessi helpottuisi/kehittyisi
 - Markkinatilanne ei ole ratkaisevasti erilainen 2-3 vuoden takaisesta

- 2
- Säädetäänkö uudelleen muuttumattomana**
- Paras vaihtoehto
 - Positiivista sääntelyä, joka on toiminut hyvin ja parantanut asiakastyytyväsyyttä; toivovat tämän jatkamista
 - Määräaikaisuus on turvallinen tapa (esim. 3 v. ja uudelleentarkastelu)

- 3
- Laajennetaanko säännös muihin viestintäpalveluihin**
- Eivät kannata
 - Johtaa sääntelyn lisääntymiseen alueilla, joissa sitä ei tarvita – muusta puhelinmyynnistä ei ole tullut heille vastaavaa määrää asiakasvalituksia
 - Ongelmat johtuneet numeronsiirtoprosessista, jota ei tehdä muiden tuotteiden osalta
 - Tekisi kokonaisasiakshallinnan mahdottomaksi

Anvia

Anvia puoltaa toimialakohtaisen sääntelyn poistamista ja vapaan markkinan toimimista. He kannattavat toimialan ja toimijoiden järkevää valvontaa koko toimialaa koskevan yksittäisen säännöksen sijaan. Tämänhetkisen säännöksen ei nähdä toimivan aukottomasti, sillä omille asiakkaille markkinointia säännös ei kiellä. Anvia näkee, että melkein kaikki ovat olleet jonkun operaattorin asiakkaita, joten lakia on pystytty kiertämään tähän vedoten. Markkina on kuitenkin kovasti kilpailtu ja omiin asiakkaisiin panostaminen nähdään tärkeänä. Anvian näkemyksen mukaan kuluttajansuojan pitäisi olla ensisijaista regulointia; mikäli se toimisi aukottomasti, ei olisi tarvetta toimialakohtaiselle sääntelylle. Heidän mukaansa parasta olisi antaa markkinan hoitaa kilpailu ja jättää raskaaksi koettu toimialakohtainen sääntely. Valvonnan tulisi kohdistua enemmän Robinson-rekisteriin asetettujen puhelinmarkkinointikieltojen pitävyyden varmistamiseen.

Anvia kannattaa säännöksen poistamista ja puhelinmyynnin vapauttamista, mutta ei vastusta jos säännös säädetään uudelleen muuttumattomana. Mikäli säännös poistettaisiin, Anvia näkisi mahdollisuuden toimia laajemmin, kun puhelinmarkkinointiin voitaisiin taas sisällyttää matkapuhelinliittymät.

Anvia vastustaa säännöksen laajentamista muihin palveluihin. Jos puhelinmyyntikielto laajenisi dataliittymiin, kiinteisiin laajakaistapalveluihin ja maksullisiin tv-palveluihin, tarkoittaisi se Anvian kannalta arviolta 4-5 hengen vähentämistarvetta ja alihankkijoilla saman verran.



- Ensisijainen vaihtoehto
- Nähdään, että paras olisi antaa markkinan hoitaa itse
- Puuttuminen ongelmaan toimivan kuluttajansuojan kautta on parempi vaihtoehto

- Toiseksi paras vaihtoehto
- Eivät vastusta, yhtyvät mikäli muut toimijat kannattavat, mutta näkevät markkinoiden pelisäännöille tarpeen, sillä nykyistä säädöstä on helppo kiertää omille asiakkaille markkinoimisen kautta

- Viimeinen vaihtoehto
- Vastustetaan, ei nähdä syytä miksi olisi hyvävaihtoehto
- Vaikuttaisi voimakkaasti myös resurssitarpeen vähentämiseen

Finnet-liitto ry

Keskusjärjestönä toimivan Finnetin näkemys on, ettei yhteen toimialaan pitäisi kohdistua erityissääntelyä. Lisäksi liitto puhuu paljon tulevan markkinakehityksen huomioivan eteenpäin katsovan sääntelyn puolesta. Yleisesti lainsäädännössä katsannon pitäisi olla 2020-luvulla, ja säännösten pitäisi olla joustavia tukien alan kehittymistä tulevaisuudessa.

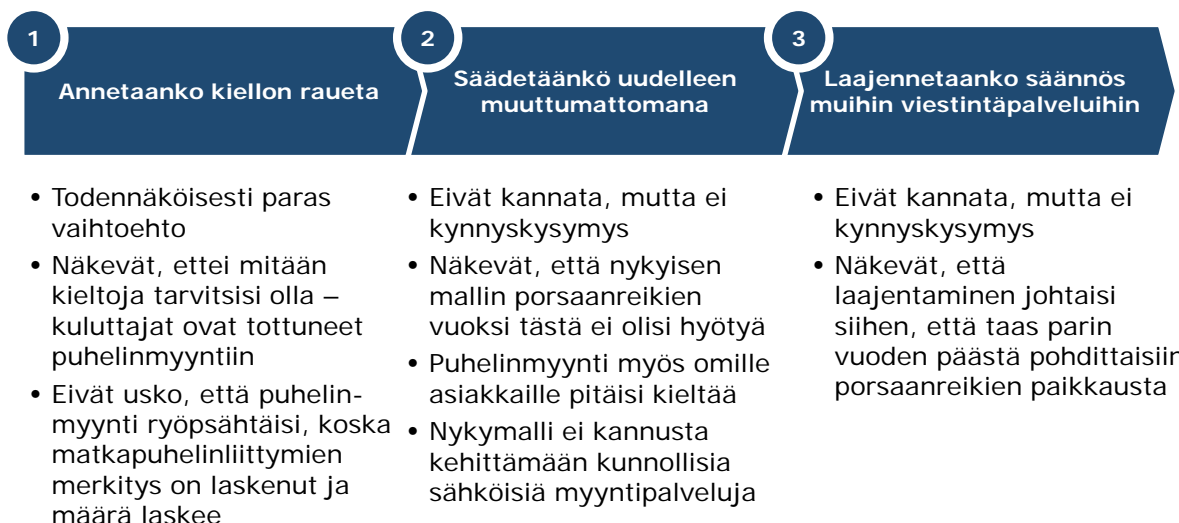
Myynnin ja markkinoinnin digitalisoituminen olisi hyvä ottaa huomioon lainsäädännössä, jotta lainsäädäntö saataisiin tukemaan terveitä toimintatapoja eikä sisältämään tapoja, joilla säännöksen voi kiertää. Nykylainsäädännössä, jossa puhelinmyynti on sallittu omille asiakkaille, on epäkohtia eikä se toimi. Heidän mukaansa operaattorit ovat myyneet omille asiakkailleen ensin dataliittymää tai viihdepaketteja ja sen jälkeen päälle vielä matkapuhelinliittymää, minkä pitäisi olla kiellettyä. Toisin sanoen tällä hetkellä matkapuhelinoperaattorit pääsevät myymään puhelinliittymiä "keittiön kautta".

Puhelinmarkkinoinnista aiheutuneiden kuluttajavalitusten estämiseksi Finnet ehdottaa, että puhelinmarkkinointi kuluttajille olisi lähtökohtaisesti kiellettyä, mutta kuluttaja voisi halutessaan sallia sen itse. Tällä hetkellä kuluttajilla on mahdollisuus kieltää omatoimisesti puhelinmarkkinointi, mutta Finnetin ehdotuksen mukaan kieltäminen olisi automaattinen. Tällä hetkellä Finnetin mukaan kuluttajat eivät todennäköisesti tiedä puhelinmarkkinoinnin kieltopalvelu Robinsonin olemassaolosta.

Finnetin näkemyksen mukaan myyntiä voidaan puhelimen sijaan tehdä kuitenkin lähes vastaavasti Facebookissa, blogeissa, nettisivujen chat-asiakaspalvelussa, IP-puheluilla, vertaismarkkinoinnilla jne. Kilpailuilla markkinoilla keksitään keinot. Nykymalli ei pakota operaattoreita kehittämään kunnollisia sähköisiä palveluita, jotka kehittäisivät koko alaa eteenpäin. Telealan tarjoamia sähköisiä palveluita ei voi esimerkiksi verrata hyvin kehittyneisiin pankkien tarjoamiin palveluihin. Pankit ovat löytäneet fiksuja tapoja tarjota palveluita internetin kautta.

Finnetin mukaan ylilyönnit puhelinmyynnissä johtuivat erityisesti ulkoistettujen puhelinmyyjien epäterveistä palkkiorakenteista, jotka ajoivat puhelinmyyjät tekemään aggressiivista myyntityötä johtaen toisinaan kuluttajia harhaan.

Finnet näkee kehittämisvaihtoehtoiksi, että joko kielletään kokonaan puhelinmyynti myös omille asiakkaille, jolloin syntyisi uusia digitaalisia markkinointitapoja, tai poistetaan kaikki puhelinmyyntirajoitukset, jolloin palattaisiin luonnolliseen kilpailuasetelmaan.



Tietoliikenteen ja tietotekniikan keskusliitto FiCom ry

Suomalaisen ICT-alan edunvalvoja ja yhteistyöjärjestö FiCom ei ota kantaa lainsäädännön muutostarpeisiin johtuen edustamiensa teleoperaattoreiden näkemysten painotuseroista. Lähtökohtaisesti toimiala on puoltanut nykysäännöstä ja sen kohdistumista vain matkapuhelinliittymiin nimenomaan siitä aiheutuneiden negatiivisten vaikutusten vuoksi. FiCom näkee suurimmaksi syyksi sääntelyn tarpeeseen huonot palkkiorakenteet ulkoistetuilla puhelinmyyjillä. Alihankkijoiden puhelinmyyjien bonusrakenteet oli rakennettu niin, että bonukset oli mahdollista saada vaikka kauppa purkautuisikin, mikä tarjosi väärää kannustimia.

FiCom ei halua viestiä, että vastaavaa sääntelyä pitäisi viedä myös muille toimialoille. Lisäksi FiCom huomauttaa, että tämänhetkisessä säännöksessä linjanveto puhelinmyynnin sallimisessa omille asiakkaille nähdään hieman epäselvänä.

Mikäli säännöstä jatkettaisiin, FiCom näkee määräaikaisen jatkon hyvänä, koska se pakottaa seuraamaan markkinan ja teknologian kehitystä sekä säännöksen vaikutuksia. FiComin näkemyksen mukaan markkina on muuttunut ja muuttuu. Markkina yksinkertaistuu ja kiinteä kuukausilaskutus yleistyy, mikä pienentää mahdollisten ongelmien vaikutuksia. Markkinoilla on kuitenkin edelleen erittäin kova kilpailuasetelma. Kaikki toimijat miettivät omia kilpailukeinojaan, ja hinnat laskevat jatkuvasti.