

Laki matkapalveluyhdistelmästä ja sen vaikutukset matkailualan palveluntuottajien liiketoimintaan

Anu Kiiskinen

Tekijä(t) Kiiskinen Anu	
Koulutusohjelma Palveluliiketoiminnan johtaminen	
Opinnäytetyön otsikko Laki matkapalveluyhdistelmästä ja sen vaikutukset matkailualan palveluntuottajien liiketoimintaan	Sivu- ja liitesivumäärä 57 + 5
Opinnäytetyön otsikko englanniksi Law of the combination of travel services and its impact on the business of tourism service providers	
Matkailuala muuttaa muotoaan ja valmismatkojen rinnalle ovat nousseet matkailijoiden itse räätälöimät ja verkkokaupasta ostetut matkat. Entinen valmismatkalaki ei koskenut erikseen tehtyjä matkapalveluyhdistelmiä ja sen vuoksi koettiin Euroopan Unionin jäsenmaiden osalta tärkeäksi tehdä lakiuudistus. Tavoitteena oli yhdenmukaistaa jäsenvaltioiden matkapalvelun tarjoajien oikeudet ja velvollisuudet ja tarjota kuluttajille parempi turva niiden matkapakettien osalta, joista on peritty ennakkomaksu. Laki matkapalveluyhdistelmästä astui voimaan 1.7.2018. Lakiuudistuksen takana on EU direktiivi, joka koskee matkapaketteja ja yhdistettyjä matkanjärjestelyjä. Lakiuudistus toteutettiin kaikkiin jäsenmaihiin samanaikaisesti. Lakiuudistuksen ulkopuolelle jäivät päivämatkat ja yksittäiset ennakoon maksetut matkapalvelut, vaikka päiväretken rahallinen arvo olisi merkittävä. Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää: miten laki matkapalveluyhdistelmästä on vaikuttanut matkailualan palveluntuottajien liiketoimintaan, sekä miten lakiuudistuksen myötä korvaus lomautuksen menetyksestä on vaikuttanut alan toimijoiden palvelujen toteutukseen ja kuluttajien käyttäytymiseen. Tutkimuksen lähestymistapa on kvalitatiivinen ja tutkimuksen aineistonkeruu tapahtui teemahaastattelujen ja asiantuntijahaastattelujen kautta. Haastatteluja toteutettiin kokonaisuudessaan yhdeksän. Tulosten perusteella voidaan sanoa, että lakiuudistus on pienempien elinkeinonharjoittajien näkökulmasta koettu haasteelliseksi ja toimintaa rajoittavaksi sekä taloudellisesti, että myös palvelujen toteutusten näkökulmasta. Lakipykälät ovat olleet vaikeasti tulkittavia ja valvonta ei ole ollut riittävää. Lakia tulkitaan hyvin eri tavalla ja sen vuoksi yrittäjät kokevat sen epäarvoistavan heidän toimintaansa. Lakiuudistuksen myötä kuluttaja voi hakea korvausta lomautuksen menetyksestä, jos virhe on ollut merkittävä ja kuluttaja on heti virheen havaittuaan ilmoittanut siitä palvelun tarjoajalle, joka ei siinäkään tapauksessa ole korjannut virhettä. Lakipykälät mahdollistavat erilaisia tulkintoja lain toteutuksesta käytännössä ja sen vuoksi lakiuudistus on koettu hyvin vaikeaksi ymmärtää. Oikeuskäytänteet tulevat muutaman vuoden viiveellä, joten toistaiseksi on liian aikaista sanoa, miten tätä lakia käytännössä tullaan toteuttamaan ja miten se tulee vaikuttamaan alan kehitykseen.	
Asiasanat Matkapalveluyhdistelmä, matkanjärjestäjä, matkapaketti, vakuudet, verkkokauppa	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Työn tausta	1
1.2	Työn tavoite	2
2	Tutkimusmenetelmä	4
2.1	Kvantitatiivinen tutkimus	4
2.2	Kvalitatiivinen tutkimus	5
2.3	Tiedonkeruumenetelmänä haastattelu	7
2.3.1	Teemahaastattelun suunnittelu	9
2.3.2	Haastattelujen toteutus	11
2.3.3	Tulosten analysointi	13
3	Matkailuelinkeino Suomessa	15
3.1	Suomi matkailukohteena	15
3.2	Matkailualan tavoitteet	16
3.3	Matkailualan palveluntarjoajat	17
3.3.1	Matkanjärjestäjä	18
3.3.2	Matkailun verkkokauppa	19
3.3.3	Myyntialustat ja ristiinmyynti	20
3.4	Liikennepalvelulaki	22
4	Matkapakettidirektiivi	23
4.1	Lainsäädäntö	23
4.1.1	Matkapaketti	23
4.1.2	Yhdistetty matkajärjestely	24
4.1.3	Tiedonantovelvollisuus	26
4.1.4	Vakuudet	27
4.1.5	Matkanjärjestäjän suoja	28
5	Kuluttaja ja matkapakettidirektiivi	30
5.1	Kuluttajan oikeudet ja velvollisuudet	30
6	Tutkimuksen tulokset	33
6.1	Lakiuudistuksen negatiiviset vaikutukset	34
6.1.1	Matkapakettien muodostuminen	35
6.1.2	Click-through-paketit ja yhdistetyt matkanjärjestelyt	37
6.1.3	Valvonta	38
6.1.4	Alan kehitys	38
6.2	Lakiuudistuksen positiiviset vaikutukset	40
6.2.1	Toimintatavat	40
6.3	Alustat	41
6.4	Kuluttajan näkökulmasta	42
6.5	Yhteenveto	43

7	Pohdinta.....	45
7.1	Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset	49
7.2	Tutkimuksen luotettavuus ja eettiset näkökulmat	50
7.3	Oman oppimisen arviointi.....	50
	Lähteet	52
	Liitteet.....	58
	Liite 1. Taulukko matkapakettien ja yhdistettyjen matkajärjestelyjen osalta	58
	Liite 2. Haastattelun kysymykset asiantuntijoille	59
	Liite 3. Haastattelun kysymykset matkailupalvelujen tuottajille	61

1 Johdanto

Matkailija saapuu vihdoinkin, myöhästyneestä lennosta huolimatta, lomakohteeseen ja huomaa kauhukseen, että internetissä olevat hotellin kuvat ovat kaukana todellisuudesta, aurinko ei lupauksista huolimatta paista ja retken opas ei ole kielitaitoinen. Matkailijaa harmittaa, sillä matka on itse räätälöity ja ostettu verkkokaupan kautta. Kuka korvaa vai korvaako kukaan?

Matkailuala on muuttunut merkittävästi viimeisten vuosien aikana ja perinteiset kivijalka-matkatoimistot ja matkatoimistojen kuvastot ovat jääneet verkossa tapahtuvan kaupan-käynnin jalkoihin. Valmismatkojen rinnalle ovat nousseet matkailijan itse räätälöimät matkat ja niiden osto verkkokaupan avulla tapahtuu helposti. Entinen valmismatkalaki ei koskenut erikseen tehtyjä matkapalveluyhdistelmiä ja sen vuoksi koko Euroopan tasolla koettiin tärkeäksi tehdä lakimuutos. Heinäkuussa 2018 astui voimaan uusi matkapakettilaki, jonka tavoitteena oli yhdenmukaistaa matkailualan toiminta ja tarjota matkailijalle parempi turva matkalle. Lakimuutoksella haluttiin varmistaa, että kaikki matkapalveluyhdistelmät, mukaan lukien verkosta ostetut, kuuluvat lain piiriin ja takaavat oikeusturvan sekä matkustajille, että matkantarjoajille. (Euroopan Unioni 2015.) Uusi laki matkapalveluyhdistelmistä koettiin ennen lain voimaantuloa uhkana alan toimijoille ja lakimuutoksen pelättiin edesauttavan suuria alan yrityksiä ja ajavan pienten yrittäjien toiminnan alas. Suurempia otsoikoita lakimuutos ei ole nostanut julkisuuteen, mutta mikä on alalla yrittäjien keskuudessa todellinen tilanne?

1.1 Työn tausta

Työskentelen ammatikseni matkailualan opettajana Stadin ammatti- ja aikuisopistossa, Helsingissä. Työssäni koulutan matkailupalvelun tuottajia kotimaan matkailun kentälle ja erityisesti pääkaupunkiseudulle. Opinnäytetyöni aiheita pohtiessani, olin yhteydessä Helsingin kaupungin matkailun kehittämisestä vastaavaan erikoissuunnittelija Jukka Punamäkeen, jonka kanssa keskusteltuani laki matkapalveluyhdistelmistä ja sen vaikutukset matkailualan palveluntuottajien liiketoimintaan koettiin tarpeelliseksi tutkia tarkemmin.

Helsingin kaupungin elinkeino-osasto vastaa matkailun kehittämisestä kesällä 2018 laaditun matkailustrategian eli Tiekartan suunnitelman mukaisesti. Elinkeino-osasto tekee laajasti yhteistyötä matkailualan elinkeinoharjoittajien kanssa. Matkailun markkinoinnista vastaa Helsinki Marketin Oy. (Helsingin kaupunki 2018.) Työni toimeksiantajana on elinkeino-osasto ja yhteyshenkilönä on Jukka Punamäki.

Lakiuudistusta kokonaisuutena on tutkittu hyvin vähän ja sen vaikutuksia yritysten liike-toimintaan ei ole aikaisemmin tutkittu. Jaana Ahola (2018) tutki opinnäytetyössään uuden matkapakettilainsäädännön tuloa ja sitä, miten alan toimijat arvioivat lain vaikuttavan heidän toimintaansa. Aholan opinnäytetyön tuloksista voi huomata, että lakimuutokseen suhtauduttiin lakivalmistelun aikana hyvin skeptisesti ja osin myös pelokkaasti. Lakimuutoksen vaikutuksia erityisesti pienempien toimijoiden osalta pelättiin. Suuremmat matkanjärjestäjät, jotka toimivat jo ennen lakimuutosta valmismatkalain piirissä, eivät kokeneet uudistuksen vaikuttavan kovinkaan suuresti heidän toimintaansa. Tiedonantovelvollisuuden arvioitiin lisäävän sekä byrokratiaa, että myös lakipykälien kiertoa ja sen myötä harmaan talouden kasvua. Alan toimijoiden välisen yhteistyön pelättiin vähentyvän, jotta välttyttäisiin vakuusmaksuilta. Kaiken tämän lisäksi isona kysymysmerkkinä oli: miten kuluttajat tulevat tulkitsemaan oikeuttaan mielipahan menetyksestä, milloin mielipahan aiheuttaa matkanjärjestäjät ja milloin asiakas itse, kuka on velvollinen maksamaan korvaukset ja milloin matkanjärjestäjällä ei ole velvollisuutta maksaa korvauksia. (Ahola 2018.)

1.2 Työn tavoite

Uusi laki matkapalveluyhdistelmistä toimeenpantiin 1.heinäkuuta 2018 ja se korvasi voimassaolevan valmismatkalain. Samanaikaisesti astui voimaan laki matkapalveluyhdistelmien järjestäjistä, joka korvasi entisen valmismatkaliikkeistä annetun lain. Lakimuutosten takana on EU-direktiivi, joka hyväksyttiin vuonna 2015. (Finlex 2017; Finlex 2017a.) Lakimuutoksen tavoitteena on yhdenmukaistaa EU:n kaikkien jäsenvaltioiden samantapaisten palveluntarjoajien vastuu ja kohtelu, sekä tarjota kuluttajille parempi turva. Matkanjärjestäjän vastuu laajeni ja matkailualan yrittäjien tiedonantovelvollisuus kasvoi. Uusi laki matkapalveluyhdistelmistä edellyttää matkailualan yrittäjiltä muutoksia sekä matkapakettisopimuksien, että vakuuksien osalta. (KKV 2018.)

Samalla kun matkanjärjestäjien vastuu kasvoi, matkailijan oikeudet vahvistuivat. Täysin uutena käsitteenä direktiivistä tuli Suomelle mielipahakorvaus lomanautinnon menetyksestä. Suomi ei tätä neuvotteluissa puoltanut, mutta koska joissain suurissa EU:n jäsenvaltioissa tämä oli ollut jo käytännössä, se haluttiin säilyttää lakimuutoksessa. (Vihonen 2019.) Ennen lain voimaan tuloa, alan toimijoiden keskuudessa oli huoli siitä, lisääntykö byrokratia, miten käy alan pienille yrityksille ja muuttuuko kuluttajien käyttäytyminen tämän lakimuutoksen myötä.

Opinnäytetyöni tavoitteena on tutkia, miten uusi laki matkapalveluyhdistelmistä on vaikuttanut Suomessa matkailupalveluja tarjoavien yritysten liiketoimintaan, miten se vaikuttaa palvelujen myyntiin verkossa ja miten yritysten välinen yhteistyö on lakimuutoksen myötä

muuttunut. Tutkimuksessani olen rajannut pois matkatoimistot ja kuljetusta tarjoavat yritykset. Lisäksi pyrin selvittämään, miten lakimuutos on muuttanut kuluttajien käyttäytymistä. Tutkimukseni lähestymistapa on laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus, koska tavoitteena on ymmärtää, miten lakimuutos on vaikuttanut matkailupalvelujen tarjoajien arkeen, palveluntarjoajien yhteistyöhön sekä kuluttajien käyttäytymiseen. Tutkimusmenetelmänä käytän asiantuntijahaastatteluja sekä teemahaastatteluja. Tietoperustassa hyödynnän kirjallisten lähteiden lisäksi asiantuntijahaastatteluja, koska aihe on niin uusi ja siitä on toistaiseksi hyvin vähän kirjallista materiaalia. Asiantuntijat edustavat matkailuklusterin eri toimialoja ja heillä on aiheesta ajankohtaista tietoa, sekä näkemystä siitä, miten lakia tulkitaan käytännössä.

2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen tavoitteena on aina hankkia uutta tietoa. Empiiriseen tutkimukseen sisältyy useita eri vaiheita, joiden lähtökohtana on tutkimusongelma. Empiirisessä tutkimuksessa korostuu erilaiset havainnot tutkimuskohteesta ja näiden tulosten analysointi. Tutkimusongelma määrittelee sen, millaista aineistoa halutaan kerätä ja millaisia menetelmiä tulisi käyttää. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 14-15.) Tutkimuksissa tavoitteena on saada uutta tietoa tutkimuskohteesta tai tutkimuksen avulla pyritään löytämään ratkaisuja ongelmiin. Tutkimukset voidaan jakaa kahteen eri muotoon, joita ovat soveltava tutkimus ja perustutkimus. Perustutkimuksen tavoitteena on tuottaa uutta luotettavaa tietoa, kun taas soveltavalla tutkimuksella haetaan eri vaihtoehtoja ja ratkaisuja ongelmien ratkaisuun. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 19, 134.)

Tutkimuksen lähestymistapoja voidaan luokitella monella eri tavalla, joista tunnetuimpia ovat kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus ja kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus (Kananen 2017, 37). Nämä kaksi lähestymistapaa mielletään usein vastakohtina, vaikka todellisuudessa ne voivat tutkimuksissa täydentää toisiaan. Lähestymistapoihin yhdistetään usein tietyt aineistonkeruun menetelmät, jotka edesauttavat sitä, että lähestymistavat mielletään usein vastakkaisiksi ennemmin kuin toisiaan täydentäviksi lähestymistavoiksi. (Hirsjärvi ym. 1997, 136.) Laadullisessa tutkimuksessa tutkimusongelma ja alaongelmat muutetaan usein tutkimuskysymysten muotoon, jolloin kysymyksiin on luontevampaa haakea vastauksia, kuin ratkaista ongelmia (Kananen 2017, 51).

2.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa korostuu syyn ja seurauksen laite. Tutkimukselle laaditaan viitekehys ja tavoitteena on saada sellaista tietoa, joka voidaan yleistää. Tutkimustulokset perustuvat matemaattisiin tilastoihin ja tulokset esitetään erilaisin taulukoin. Tutkimuksessa hyödynnetään aikaisempien tutkimuksien teorioita ja johtopäätöksiä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään mahdollisuuksien mukaan esittämään hypoteesit. Hypoteesilla tarkoitetaan ennalta arvattuja eroja, syitä tai seurauksia, joita tutkimuksella pyritään todentamaan. (Hirsjärvi ym. 1997, 139-140, 158-159.)

Kvantitatiivinen tutkimus etenee yleisestä yksityiskohtaiseen tietoon, jossa tutkimuksen keskiössä on useita muuttuvia tekijöitä. Tutkijan suhde tutkimukseen on etäinen ja puolueeton. Tutkimuksen tulokset ovat tutkijasta riippumattomia, kun vain tutkija löytää oikean tutkimusmenetelmän tiedon löytämiseksi. Tutkimuksen tulokset pyritään ennustamaan,

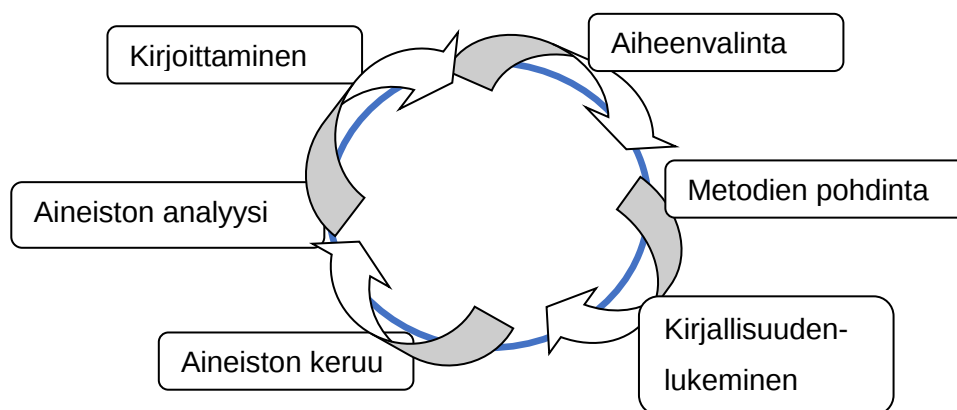
selittämään ja lopulliset tulokset todennetaan erilaisin luvuin ja taulukoin. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 23-25.) Kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruussa on tärkeää, että aineisto soveltuu määrälliseen ja numeeriseen mittaamiseen. Päätökset perustuvat tilastolliseen analysointiin. (Hirsjärvi ym. 197, 140.) Kvantitatiivisen tutkimuksen luotettava tulos edellyttää kyselyltä suurta vastaajamäärää. Tutkimuksessani olisin voinut hyödyntää kyselyä, jos työni tavoitteena olisi ollut esimerkiksi selvittää määrällisesti se, kuinka monen yrittäjän liiketoimintaan uusi laki matkapalveluyhdistelmistä on vaikuttanut ja kuinka paljon asiakkaiden käyttäytyminen on lakimuutoksen johdosta muuttunut.

2.2 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen tavoitteena on tutkia kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja etsiä säännönmukaisuutta sekä monimuotoisuutta, eikä niinkään todentaa jotain tiettyä väittämää oikeaksi. Tutkimuksen avulla pyritään ymmärtämään tutkimuksen kohdetta paremmin. (Kananen 2017, 33-35.) Laadullisessa tutkimuksessa käsitteet voivat muuttua tutkimuksen edetessä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkimuksen kohdejoukko mietitään tarkasti ja tutkimusmetodina suositetaan menetelmiä, jossa kohdeyhtymän omat näkökulmat ja ääni nousevat esille. Tällaisia menetelmiä ovat mm. teema-haastattelu, ryhmähaastattelu ja osallistava havainnointi (Hirsjärvi ym. 1997, 160-161, 164; Hirsjärvi & Hurme 2001, 25-26.)

Tutkimuksen lähestymistapa eli tutkimusote on niin kutsuttu kattokäsite ja sen alle tulevat erilaiset tutkimusmenetelmät. Tutkimusmenetelmät muodostuvat aineistonkeruumenetelmistä sekä jokaiselle aineistonkeruumenetelmälle tyypillisistä aineistonanalyysimenetelmistä. Lisäksi tutkimusmenetelmiin kuuluvat luotettavuusmenetelmät, joiden avulla pyritään varmistamaan tulosten luotettavuus. Tutkijan ensimmäinen strateginen valinta tutkimuksen osalta on valita tutkimusote, eli mitä lähestymistapaa käyttää tutkimuksessaan. Tutkimusotteen perusteella määräytyy tutkimusmenetelmä, eli millä tavalla aineistoa kerätään ja kerättyä tietoa analysoidaan. (Kananen 2017, 37-38.)

Laadulliselle tutkimukselle on tyypillistä tutkimusspiraalimalli (Kuvio 1), joka kuvaa prosessin etenemistä vaiheittain. Tutkimus on prosessina joustava ja sen edetessä tutkimuksen näkökulma voi muuttua. (Hirsjärvi ym. 1997, 14)



Kuvio 1. Tutkimusspiraali 2019

Laadullinen tutkimus etenee yleensä vaiheittain, vaihtelevassa järjestyksessä, eikä suoraan viivaisesti vaiheesta toiseen. Tutkimusprosessi voidaan aloittaa mistä vaiheesta tahansa ja se on päättymätön prosessina. (Hirsjärvi ym. 1997, 14.) Laadullisessa tutkimuksessa analyysi on mukana koko tutkimusprosessin ajan ja ohjaa sekä prosessin kulkua, että tiedonkeruuta. Kun tuloksia analysoidaan koko prosessin ajan, tiedetään, milloin ollaan kerätty tarpeeksi aineistoa vastaamaan tutkimusongelmiin ja tutkija ymmärtää ilmiön kokonaisuutena. (Kananen 2017, 35.)

Laadullisessa tutkimuksessa aineistonkeruumenetelmät voidaan jaotella sen mukaan, onko aineisto sekundääristä vai primääristä. Sekundääristä aineistoa edustavat olemassa olevat julkaisut, kuten erilaiset dokumentit, kirjat ja aikaisemmin tehdyt tutkimukset ja tilastot. Sekundääristä aineistoa voidaan tutkimuksessa hyödyntää silloin, kun aineistolla on merkitystä tutkimuksen kannalta ja ne auttavat tutkimusongelman ratkaisussa. Primääristä aineistoa on se aineisto, jotka kerätään tutkimusta varten erilaisia aineistonkeruumenetelmiä käyttäen. Primääristä aineistoa voidaan kerätä havainnoimalla, haastattelujen ja kyselyjen avulla. Havainnointi on yksi vanhimmista aineistonkeruumenetelmistä ja sitä käytetään yleensä, kun tutkimuksen kohteena ovat ihmiset tai ryhmät. Haastattelut ovat laadullisessa tutkimuksessa yleisin tapa kerätä aineistoa. (Kananen 2017, 82-83.) Kysely ja haastattelu ovat rakenteeltaan hyvin samanlaiset, mutta kyselyssä on käytössä lomake, johon henkilö vastaa joko yhteisessä tilassa tai kotonaan, kun taas haastattelussa kysymykset esittää haastattelija ja henkilö vastaa niihin suullisesti (Tuomi & Sarajärvi 2018, 85). Kerätty aineisto käsitellään erilaisia analyysimenetelmiä hyödyntäen. (Kananen 2017, 82-83.)

Työni tutkimusote on kvalitatiivinen, sillä tutkimuksen keskiössä on selvittää, miten uusi laki matkapalveluyhdistelmistä on vaikuttanut alan yrittäjien toimintaan ja miten lakiuudistus on muuttanut kuluttajien käyttäytymistä. Aineistonkeruumenetelmänä käytän haastattelua, koska se on menetelmänä joustava ja kysymysten järjestystä voin haastattelutilanteessa tarvittaessa muuttaa. Seuraavassa alaluvussa esittelen laadullisessa tutkimuksessa yleisimpänä tiedonkeruumenetelmänä käytetyn haastattelun yleisesti, sekä tutkimuksessa käytettävän teemahaastattelun ja asiantuntijahaastattelun.

2.3 Tiedonkeruumenetelmänä haastattelu

Tiedonkeruumenetelmänä haastattelu on monimuotoinen tapa kerätä tutkimustietoa. Haastattelu on vuorovaikutusta, johon vaikuttaa ympäristö, haastattelijan taidot ja asenne sekä haastateltavan ammattitaito, että motiivi. Haastattelussa tutkija kerää tutkimusaineistoa sekä kysymysten avulla, että seuraamalla haastateltavan ilmeitä ja eleitä. Hyvä haastattelijakuuntelee tarkasti ja esittää jatkokysymyksiä. (Hyvärinen ym. 2017, 13, 20, 30.) Haastattelut voidaan toteuttaa kasvotusten, puhelimitse tai verkkohaastatteluna. Myös sähköpostin avulla voidaan toteuttaa haastattelu, kunhan varmistetaan, että teemahaastattelun logiikka, eli vuorovaikutteisuus toteutuu. Haastattelussa korostuu haastateltavan ja haastattelijan yhteistyö ja haastattelijavoim voi myös huomaamattaan vaikuttaa haastateltavan vastauksiin. Tutkija on eri menetelmien kautta osallisena vaikuttamassa tutkimuksen tuloksiin. (Kananen 2017, 82, 111, 120; Hirsjärvi & Hurme 2001, 23.)

Haastattelun eettisyys tulee varmistaa ennen haastattelun toteutusta. Eettisesti ja vastuullisesti toimiva haastattelijavarminnasta, että haastateltava on tietoinen siitä, mihin tarkoitukseen ja missä laajuudessa hänen vastauksiaan käytetään. Halutessaan haastateltava voi esiintyä anonyymisti ja tämä heidän tulee sopia etukäteen. (Hyvärinen ym. 2017, 32.)

Tutkimushaastattelut voidaan yleisesti jakaa kolmeen ryhmään, joita ovat strukturoitu, puoli-strukturoitu ja strukturoimaton haastattelu. Jako muodostuu sen mukaan, kuinka tarkasti haastattelun kysymykset on etukäteen laadittu ja kuinka tarkasti haastattelijanoudattaa suunnitelmaansa. Yksi haastattelumenetelmistä on strukturoitu haastattelu, joka tunnetaan myös nimellä lomakehaastattelu, koska haastattelu toteutetaan lomakkeen mukaisesti. Lomakkeen kysymykset ja esittämisyjärjestys on etukäteen mietitty ja samat kysymykset esitetään kaikille haastateltaville samassa järjestyksessä. Strukturoitu haastattelu voidaan toteuttaa myös puhelinhaastatteluna. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 44-45.) Strukturoitua haastattelua eli lomakehaastattelua kuuluu kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmiin, sillä lomake on sama kuin kysely ja kysymysten vastausvaihdot on ennak-

koon määritelty lomakkeeseen. Kvalitatiiviseen tutkimukseen aineistonkeruu tapahtuu kasvotusten, strukturoitua lomaketta hyödyntäen. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 87-88.)

Toinen haastattelumenetelmä on Strukturoimaton haastattelu, jossa haastattelussa käytetään avoimia kysymyksiä. Menetelmästä käytetään myös nimityksiä syvähaastattelu ja avoin haastattelu. Syvähaastattelussa keskustellaan aiheesta ilman ennakkoon laadittuja kysymyksiä. Haastattelun aikana haastattelijan tehtävänä on esittää lisäkysymyksiä, joiden avulla syvennetään asiantuntijan vastauksia. Haastateltavat on tarkoin valittu ja edustavat alan asiantuntijoita. Haastattelun rakennetta ei ole ennalta suunniteltu, vaan se etenee keskustellen ja haastateltavan ehdoilla. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 45-46.)

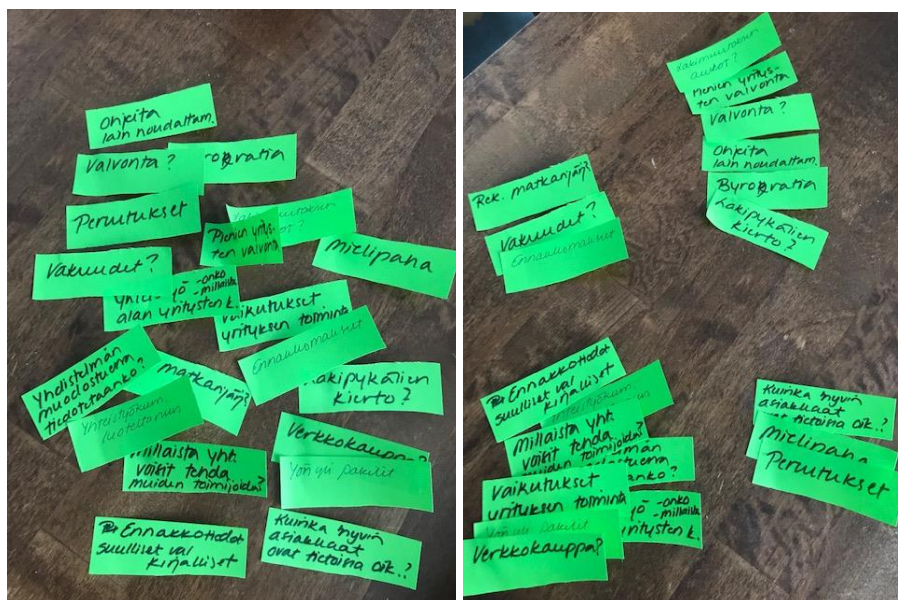
Kolmas haastattelumenetelmä on puolistrukturoitu haastattelu, joka tunnetaan myös nimellä puolistandardoitu haastattelu ja teemahaastattelu. Laadullisissa tutkimuksissa haastattelut noudattavat yleensä puolistrukturoitua rakennetta, eli haastattelijalla on valmiiksi mietittynä kysymysten aiheet ja järjestys, mutta kysymykset voivat haastattelun edetessä vaihtaa tai jättää kokonaan pois. (Hyvärinen ym. 2017, 21.) Haastattelutilanteessa aihetta käsitellään keskustelunomaisesti ja haastateltavan ehdoilla. Tutkijan tehtävänä on varmistaa, että keskustelu pysyy aiheessa. (Kananen 2018, 95.)

Tutkimuksessani käytän sekä teemahaastattelua että asiantuntijahaastattelua. Teemahaastattelulle on tyypillistä, että haastateltavia yhdistää joku asia ja tutkija on alustavasti jo selvittänyt aiheelle tärkeitä osia, rakenteita, prosesseja ja kokonaisuutta. Tämän sisällön perusteella on voitu päätyä jo jonkintasoiisiin oletuksiin tutkimusta ohjaavissa asioissa. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47.) Teemahaastattelut toteutetaan matkailualan toimijoille, koska heitä kaikkia yhdistää laki matkapalveluyhdistelmistä. Tietoperustasta on noussut esille tärkeitä kokonaisuuksia, joiden vaikutuksia yrittäjien toimintaan halutaan selvittää. Asiantuntijahaastattelu ei ole erillinen haastattelumenetelmä, vaan siinä korostuu haastateltavan asiantuntijuus kyseisen aiheen osalta. Asiantuntijaksi määritellään henkilö, jolla on kyseisestä asiasta laajempi osaaminen kuin monella muulla ja hänen työtehtäviinsä kuuluu asian osalta ohjaaminen, valvominen ja ongelmien ratkaisu. Asiantuntijan haastattelussa tulee tarkasti miettiä, miten asettaa tutkimuskysymykset, että saa parhaan mahdollisen tuloksen haastattelusta. (Hyvärinen ym. 2017, 216.) Asiantuntijahaastatteluissa menetelmänä käytetään teemahaastattelua, koska asiantuntijahaastattelussakin keskiössä on laki matkapalveluyhdistelmistä ja se, miten sitä sovelletaan alalla.

2.3.1 Teemahaastattelun suunnittelu

Teemahaastattelu on rakenteeltaan puolistrukturoitu, jossa haastattelun aihepiirinä ovat ennalta sovitut asia-aiheet, josta haastateltava ja haastattelija haluavat keskustella. Teemat voidaan muodostaa monella eri tavalla. Hyvin usein teemojen taustalla on haastattelijan intuitio ja teemat syntyvät tutkijan ennakkokäsitysten pohjalta ja tämä voi aiheuttaa sen, että tutkimus jää vajaaksi. Parempi tapa luoda teemat, on tutustua alan kirjallisuuteen ja aikaisempiin tutkimuksiin ja muodostaa teemat kirjallisuuteen pohjautuen. Toinen hyvä tapa teemojen suunnittelussa, on miettiä teemat teoriaan pohjautuen. Teemoja laadittaessa tärkeintä on pitää mielessä tutkimusongelmat eli kysymykset, mihin halutaan saada vastaus. Aloitteleva tutkija laatii usein avukseen tarkemmat kysymykset, joita voi hyödyntää, jos haastattelu ei muuten etene ja varmistaakseen, että kaikki teemat tulee käsiteltyä haastateltavan kanssa. Teemahaastattelun toteutuksen tulisi lähtökohtaisesti edetä teemojen mukaisesti keskustellen ja kysymykset toimivat vain apuna, jos keskustelu ei etene. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 48; Eskola & Vastamäki 2015, 35-37.)

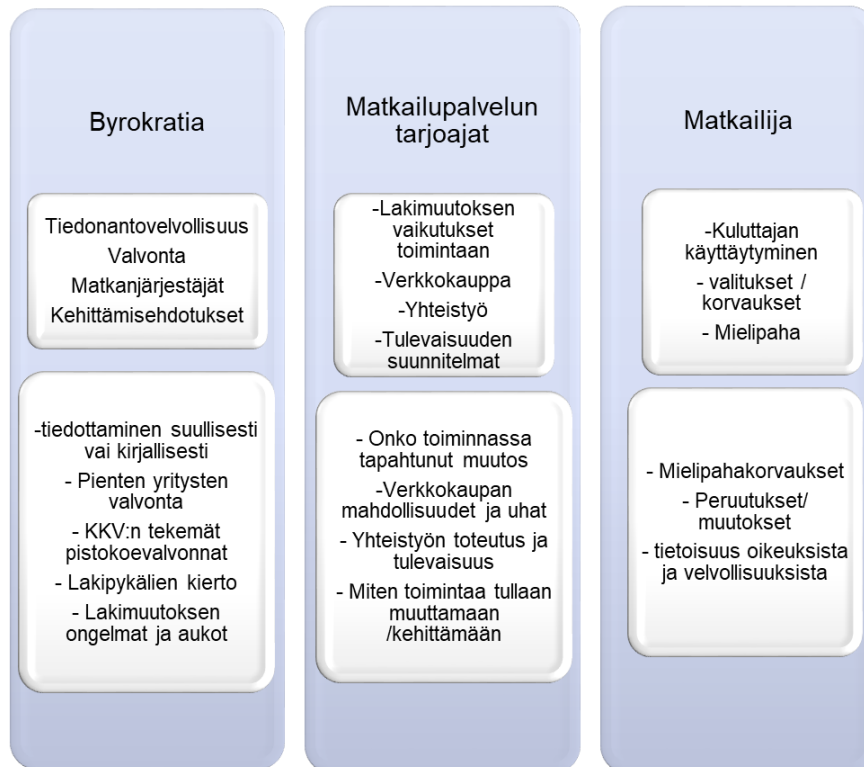
Haastattelukysymysten jäsentelyssä ja teemojen muodostamisessa hyödynsin Affinity Diagram-menetelmää, jota voidaan Moritzin (2005, 203) mukaan hyödyntää aiemmin kerätyn aineiston järjestelyssä. Menetelmän avulla asioita voidaan ryhmitellä asiakokonaisuuksiksi. (kuvio 2)



Kuvio 2. Haastattelukysymysten ideointi ja jäsentely

Opinnäyteprosessissa, tietoperustaa kirjoittaessani, keräsin postit-lapuille aiheita, jotka nousivat tutkimuskysymyksiä avulla tietoperustasta esille. Tämän jälkeen ryhmittelin laput aiheittain ja nimesin aihepiirit. Aihepiireistä muodostui teemat ja lappuihin kirjoitetuista

aiheista muodostui teemarungon apukysymykset. Eskolan ja Vastamäen mukaan (2015, 36-37) haastattelutilanteessa haastattelijan apuna toimii teemarunko, joka voi olla lista aiheista tai se voi olla miellekartan muodossa. Teemarungon avulla varmistetaan, että kaikista teemoista keskustellaan kaikkien haastateltavien kanssa, vaikka teemojen painotus vaihtelee haastateltavien välillä (Eskola & Vastamäki 2015, 37). Miellekartta on minulle visuaalinen apuväline, joten sen vuoksi hyödynsin teemahaastattelun rakenteessa miellekarttaa. Miellekartasta on helppo varmistaa haastattelun aikana, että haastattelu etenee teemojen mukaisesti. (Kuvio 3 ja 4)



Kuvio 3. Teemahaastattelu miellekartta asiantuntijoille 2019



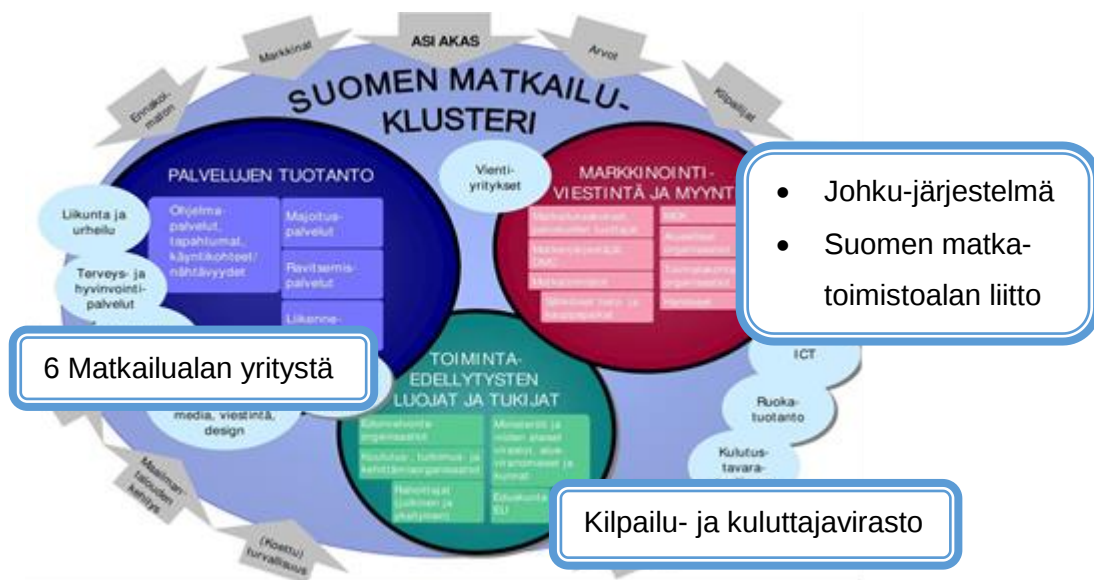
Kuvio 4. Teemahaastattelu miellekartta matkailupalvelun tuottajille 2019

Sekä matkailupalvelun tuottajien ja alan asiantuntijoiden teemahaastatteluissa ole kolme teemaa. Ylimmäiset otsikot ovat laajat teemat eli aihepiirit. Ylimmäiset laatikot kuvaavat teemaa tarkentavia aiheita, joiden avulla teeman kysymykset voidaan jaotella pienemmiksi aiheiksi. Alimmaisessa laatikossa on tarkentavia aiheita, joita voi hyödyntää, jos keskustelu ei etene suunnitelman mukaisesti. (Eskola & Vastamäki 2015, 38.) Haastattelun suunnitteluvaiheessa mietin valmiiksi suoria kysymyksiä ja samalla harjoittelin haastattelukysymysten muotoa. (Liite 2 ja liite 3) Teemahaastattelussa korostuvat aihepiirit, jotka ovat miellekartassa etukäteen määriteltynä. Miellekarttojen lisäksi voi teeman aiheet kirjoittaa auki kysymysten muodossa, vaikka niitä ei teemahaastattelussa käyttäisi, sillä teemahaastattelussa kysymysten muoto ja järjestys saavat poiketa suunnitelmasta. (Eskola & Vastamäki 2015, 29.) Tässä tutkimuksessa teemoiksi nousi Matkanjärjestäjän rooli, Matkailupalvelujen toiminnan toteutus ja asiakas, sekä asiantuntijahaastattelussa selvitettiin myös byrokraatiaan liittyviä asioita.

2.3.2 Haastattelujen toteutus

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei voida tarkkaan määritellä, kuinka paljon tutkimuksessa pitäisi olla haastateltavia, koska haastattelujen määrä muodostuu tutkimuksen tarpeista, eli niin kauan haastatellaan, että saadaan tarvittava tieto kerättyä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tavoitteena on ymmärtää tutkimuksen aihetta syvällisemmin ja sen vuoksi aineiston keruusta käytetään enemmän termiä harkinnanvarainen näyte kuin otos. Haastat-

teluun valittiin alan toimijoita, jotka edustavat eri tyyppisiä ja erikokoisia elinkeinonharjoittajia. (Kuvio 5) Tämän jälkeen haastateltavien valinta eteni niin sanotusti lumipallo-otantaa hyödyntäen, eli valitut avainhenkilöt ehdottavat muita henkilöitä, joilta voisi saada tutkimukseen arvokasta tietoa. Lumipallo-efekti voi prosessina jatkua niin kauan kuin uusia nimiä ja uutta tietoa nousee esille. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 58-60.)



Kuvio 5. Suomen matkailuklusteri (Valtioneuvosto 2016)

Teemahaastatteluissa ja asiantuntijahaastattelussa haastateltavat edustavat Suomen matkailuklusterin kaikki toimialoja. Teemahaastatteluihin osallistuvat yrittäjät edustavat palvelujen tuotantoa. Asiantuntijahaastatteluun olen valinnut kolme eri alan asiantuntijaa: Johku ja Suomen matkatoimistoalan liitto (SMAL) edustavat Markkinointiviestintää ja myyntiä ja Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) edustaa toimintaedellytysten luoja ja tukijaa.

Heli Mäki-Fränti on Suomen matkatoimistoalan liiton eli SMAL:n toimitusjohtaja ja Päivi Laatikainen-Mattsson, joka toimii SMAL:n apulaisjohtajana ja juristina. Heli Mäki-Fränti oli toimeksiantajana Jaana Aholan opinnäytetyössä, jossa käsiteltiin uutta matkapakettilainsäädäntöä ja matkailualan toimijoiden arvioita lakimuutoksen vaikutuksista. SMAL on ollut mukana lainsäädännön uudistuksessa jo direktiivin valmisteluvaiheessa ja he ovat neuvottelleet alalle uudet matkapakettiehdot Kilpailu- ja kuluttajaviraston kautta. SMAL:n edustajat ovat toteuttaneet vuodesta 2017 alkaen useita kymmeniä koulutuksia valtakunnallisesti ja kohdanneet koulutuksissa laajasti alan edustajia, näin ollen voin olettaa, että heillä on laaja-alainen näkemys lakimuutoksen vaikutuksista matkailualaan.

Tom Vihonen on Kilpailu- ja kuluttajaviraston edustaja, jonka vastuualueeseen kuuluu matkapakettien vakuusvalvonta. Lakiuudistus muutti kokonaisuutena vakuuskäytäntöä ja uusi laki matkapalveluyhdistelmistä velvoittaa vain matkanjärjestäjiä asettamaan toiminnalleen vakuudet ja rekisteröitymään vakuusrekisteriin. Lakiuudistus kokonaisuutena on ollut vaikea ymmärtää ja erityisesti valvontaa ollaan kyseenalaistettu. Kilpailu- ja kuluttajaviraston edustaja osaa vastata kysymyksiin, jotka koskevat lain tulkintaa ja yrittäjien velvollisuuksia. Heidän haastattelusta toivon myös saavani vastauksia siihen, miten laki on muuttanut kuluttajien käyttäytymistä.

Sami Hänninen on Johku-verkkokaupan toimitusjohtaja sekä matkailualan yrittäjä. Hänen nimensä nousi esille myös alan yrittäjien haastatteluissa, koska hän osaa parhaiten kertoa verkkokaupan ja myyntikanavien näkökulmasta sen, milloin alustoilla ja verkkokaupassa tapahtuva kaupankäynti on osana lakiuudistusta ja milloin kaupankäynti verkkokaupassa ja myyntialustoilla ei muodosta matkapalveluyhdistelmää. Lisäksi alalle tyypillinen ristiinmyynti on herättänyt yrittäjissä epävarmuutta ja hänellä on kokemusta palvelujen ristiinmyynnistä verkkokaupan avulla sekä palvelujen myynnistä integroidun kauppapaikan kautta. Johku on verkkokauppatoiminnassa alan edelläkävijä ja vastaa alan toimijoiden tarpeisiin, ovat he sitten rekisteröityjä matkanjärjestäjiä tai ei.

2.3.3 Tulosten analysointi

Laadulliselle tutkimukselle on hyvin yleistä, että aineistosta nousee haastattelujen kautta esiin näkökulmia, joita ei ennen haastattelua pystynyt ennakoimaan. Nämä uudet näkökulmat, jotka eivät millään tavoin liity työn tutkimusongelmaan, tulisi jo litterointivaiheessa rajata tekstistä ulos. (Tuomi & Sarajärvi 2017, 104.) Laadullisessa tutkimuksessa on tyypillistä, että aineiston keruu ja aineiston analysointi etenevät vuorotellen ja analysoinnin jälkeen koetaan tarpeelliseksi jatkaa haastattelua tarkentavilla kysymyksillä. Haastattelun jälkeen aineisto tulee yhteismitallistaa, eli litteroinnin avulla haastattelu muutetaan tekstimuotoon. Litteroinnissa äänite kirjoitetaan kirjalliseen muotoon, jolloin haastattelu voidaan analysoida erilaisia ohjelmia hyödyntäen. Litterointi voidaan tarkkuuden mukaan jakaa eri tasoihin. Sanatarkassa litteroinnissa haastateltavan puheesta kirjoitetaan auki myös kaikki äänneet ja täytesanat. Yleiskielisessä litteroinnissa murre- ja puhekielen ilmaisut muutetaan kirjakielelle. Propositiotasolla kirjoitetaan vain asian ydinsisältö ylös. (Kananen 2017, 131-135.) Litteroinnin tarkkuuteen vaikuttaa tutkimusongelma, eli mihin kysymyksiin haluamme saada vastauksia. Litterointi tulisi tehdä mahdollisimman pian haastattelun jälkeen.

Litteroinnin jälkeen teksti koodataan, eli tekstiä tiivistetään ja selkeytetään. Koodauksen toteutukseen vaikuttaa tutkimusongelma ja tutkimuksen näkökulma, eli mitä haluamme

tietää. Koodaus on tutkijan tapa jäsentää tekstiä käsiteltävään muotoon. Koodausvaiheessa aineistoa voidaan käsitellä eri näkökulmasta joko teorialähtöisesti tai aineistolähtöisesti, riippuen siitä hyödynnetäänkö teoriaosaa aineiston tulkinnessa vai nostetaanko tulkinta esiin suoraan aineistosta. Koodauksen jälkeen aineisto luokitellaan, eli teemahaastattelussa samaa aihepiiriä käsittelevät asiat yhdistetään teemoiksi. (Kananen 2017, 136-141; Tuomi & Sarajärvi 2017, 104-107.)

Laadullisessa tutkimuksessa aineiston analysoinnille voidaan määritellä useita eri tavoitteita. Yleisesti voidaan sanoa, että aineistosta haetaan joko tyypillistä kertomusta, toiminnan logiikkaa, samanlaisuutta tai erilaisuutta tai selitystä jollekin ilmiölle. Ratkaisun löytämiseen vaikuttaa tutkimuksen eri näkökulmat ja millaisiin tutkimuskysymyksiin haetaan vastauksia. (Kananen 2017, 148.) Luotettavan tuloksen saamiseksi tutkijan on perehdyttävä analyysivaiheessa aineistoon huolellisesti sekä ennakkoluulottomasti ja pidettävä mielessä koko ajan tutkimuskysymykset, joihin haetaan vastauksia. Tutkimuksen lopuksi tutkija poimii tiivistelmästä ne mielenkiintoiset asiat, jotka vastaavat tutkimuskysymyksiin ja sen perusteella hän esittää siitä oman tulkintansa. (Valli 2018, 219-221.)

Tutkimuksessani nauhoitin kaikki haastattelut ja haastattelujen jälkeen litteroin osan haastatteluista yleiskielellisesti, eli jätin jo litterointivaiheessa täytesanoja ja äänteitä pois. Asiantuntijahaastattelut litteroin sanatarkasti, että pystyin merkittäviä tuloksia hyödyntämään tutkimustuloksissa lähteenä. Teemahaastatteluista litteroin sanatarkasti ne osat keskusteluista, jotka vastasivat tutkimuskysymyksiin. Litteroinnin jälkeen koodasin haastattelut, eli poimin tekstistä erilleen osat, jotka vastasivat tutkimuskysymyksiin. Tämän jälkeen luokittelin, eli yhdistin tekstejä tutkimuskysymykset huomioiden. Tuloksien analysoinnissa keräsin yhteen asioita, jotka voidaan yleistään alan toimintaan ja koetaan että tulokset vaikuttavat yleisesti suureen osaan elinkeinonharjoittajista. Tuloksissa pyrin myös löytämään eroavaisuuksia, miten lakiuudistus on vaikuttanut erikokoisiin alan toimijoihin. Asiantuntijahaastatteluista oli tavoitteena saada tarkentavaa tietoa tietoperustaan, koska lakiuudistus on vielä hyvin uusi ja asiantuntevaa ja ajankohtaista tietoa oli vaikea löytää kirjallisesa muodossa. Tuloksissa on tavoitteena saada näkyviin asiantuntijoiden näkemys lakiuudistuksen vaikutuksista sekä matkailupalvelujen tarjoajiin, että myös miten lakiuudistus on vaikuttanut matkailijoiden käyttäytymiseen. Haastatteluissa esille nousseiden matkapalveluyhdistelmien esimerkeistä tein taulukon kuvaamaan lain vaikutusta erilaisten matkapalvelujen yhdistelmiin.

3 Matkailuelinkeino Suomessa

Matkailuelinkeino on tänä päivänä globaalisti maailmankaupan kolmanneksi suurin toimija. Suomen taloudelle matkailuala on positiivisesti vaikuttavassa asemassa, sillä tulosta tehdään kotimaisin voimin ja arvolisänvero maksetaan Suomeen. (Mara 2019.) Vuonna 2017 tilastojen mukaan matkailun osuus Suomen BKT:sta oli noin 2,6 prosenttia ja palveluteollisuuden toimijana kokonaistulos oli yli 15 miljardia euroa, josta matkailun viennin osuus oli 4,6 miljardia euroa. (Business Finland 2019.) Matkailun kehitykseen vaikuttavat niin teollisuus, digitaalisuus, kuin maailman trendit, unohtamatta ihmisten elintason kasvua. Matkailu muuttaa muotoaan samassa vauhdissa, kun maailma muuttuu. Matkailuala on valitettavasti herkkä myös negatiivisille muutoksille ja negatiiviset tapahtumat, kuten terrorismi, sodat ja esimerkiksi Brexit vaikuttavat laajasti matkailun kehitykseen. Suomi matkakohteena on ollut jo useamman vuoden kasvussa. Suomi kiinnostaa maailmalla ja matkailualan vahva kasvu on huomioitu strategisissa suunnitelmissa.

3.1 Suomi matkailukohteena

Suomi, matkailun kohdemaana, on ollut jo useamman vuoden kasvussa. Viime vuonna matkailu kasvoi yli 4 prosenttia ja tammikuun 2019 tulokset osoittavat kasvun olevan yhä noususuhteista. Visit Finlandin matkustajatutkimuksen mukaan kasvua tapahtui sekä ulkomaalaisten- että kotimaisten matkailijoiden osalta. Vuonna 2018 Suomeen saapui ulkomaalaisia matkailijoita 8,5 miljoonaa ja yöpyvien matkailijoiden osuus kasvoi 12 prosenttia sekä lomamatkailijoiden määrä kasvoi 4 prosenttia. Ensikertalaisia matkailijoita Suomeen saapui 2,3 miljoonaa. Samalla kun lähialueilta, kuten Venäjä, Ruotsi ja Viro, saapuvien matkailijoiden määrä väheni vuoteen 2017 verrattaessa, niin erityisesti kiinalaisten matkailijoiden määrä kasvoi lähes 5 prosenttia. Suuriin vetovoimaisiin maihin, kuten Ranskaan ja Espanjaan verrattuna, Suomi on kuitenkin vielä alkutekijöissä matkailun kohdemaana, mutta Suomella on hyvät potentiaaliset mahdollisuudet kasvuun. Kiinnostettavuudesta kertoo myös luvut, sillä EU-maista Suomeen saapuvien matkailijoiden määrä kasvoi edellisvuoteen verrattuna 6 prosenttia. Suomi tarjoaa matkailijoille jotain, mitä muilla ei ole ja mitä matkailijat arvostavat, kuten Suomen puhdas luonto, turvallisuus, helposti saavutettavuus ja aitous. (Visit Finland 2019; Visit Finland 2019a.)

Suomen matkailussa vetovoimaisimpia alueita ovat Lappi, Helsinki ja Järvialue. Lisäksi Suomen saaristo- sekä rannikkoalueet ovat kasvaneet matkailukohteina. Visit Finlandin vuoden 2018 matkailijatutkimuksessa tiedusteltiin ensimmäisen kerran matkailijoiden näkemystä Suomen vetovoimatekijöistä. Kukin matkailija sai nimetä kaksi vetovoimatekijää.

Tulokset osoittavat, että 59 prosenttia vastaajista kokivat Suomen luonnon olevan paras vetovoimatekijä. Luonnossa heitä kiinnosti erityisesti metsät, järvet, kansallispuistot, re-vontulet ja yöttömät yöt. Toiselle sijalle nousi kulttuuri- ja viihde-kohteet, kuten festivaalit, urheilutapahtumat, konsertit ja museot. Lomamatkailijoista 14 prosenttia sanoi matkansa vetovoimatekijäksi sekä luonnon, että kulttuurin ja viihteen. Erityisesti Aasiasta tuleville sekä Manner-eurooppalaisille matkailijoille luonto koettiin tärkeimmäksi matkan syyksi. Japanilaiset ja Venäläiset kokevat ostokset tärkeimmäksi syyksi matkustaa Suomeen. (Visit Finland 2019a.)

Ulkomaalaisista matkailijoista noin 12 prosenttia ostivat matkansa matkatoimiston kautta pakettina, eli kuljetuksen lisäksi hintaan sisältyi vähintään majoitus tai muita matkapalveluja. Lomamatkailijoista pakettimatalla oli 25 prosenttia. Erityisesti Japanin ja Kiinan osalta pakettimatkojen määrä väheni selvästi, kun taas Ranskan ja Ruotsin osalta pakettimatkojen määrä kasvoi vuoteen 2017 verrattuna. Rahaa matkailija käyttää Suomessa keskimäärin 358€. Kiinalaiset matkailijat käyttävät enemmän rahaa kuin muut matkailijat, noin 910€, kun taas vastaava luku Venäläisten osalta on 200€. (Visit Finland 2019a.)

Yli puolet matkailijoista viipyi Suomessa vähintään yhden yön. Vuonna 2017 Suomessa vieraili yli 8 miljoonaa matkailijaa ja tilastokeskuksen mukaan yöpymisiä kertyi liki 22 miljoonaa. Näistä kotimaanmatkailijoita oli noin 15,2 miljoonaa ja kansainvälisiä yöpyjiä reilut 6,7 miljoonaa. Suurin osa matkailijoista yöpyy hotelleissa tai motelleissa. (TEM toimialapalvelut 2019.)

3.2 Matkailualan tavoitteet

Visit Finlandin johtaja Paavo Virkkunen mukaan "kaupallinen maakuvaviestintä luo huomioarvoa, huomioarvo luo mielenkiintoa, mielenkiinto luo kysyntää ja kysyntä luo bisnestä ja kysynnän trendinä on individuaali matkailu." Ihmiset haluavat itse päättää, minne matkustavat ja miten. Tämän vuoksi matkailualaa tulisi kehittää digitalisaation keinoin ja mahdollistaa, että matkailija voi omatoimisesti suunnitella ja ostaa matkansa kokonaisuutena, mukaan lukien matkat, majoitukset sekä ohjelman matkakohteessa. (Yle 2018.)

Työ- ja elinkeinoministeriö (2015) on laatinut Suomen matkailulle tiekartan eli strategian vuosille 2015-2025. Yksi strategisista painopisteistä on matkailukeskusten ja yritysten yhteistyön vahvistaminen, mukaan lukien tuotteiden helppo ostettavuus. Tuotteiden helpompaa ostettavuutta edistää digitalisaation kehitys, joka mahdollistaa uusia ja innovatiivisia menetelmiä matkailualan myyntiin ja markkinointiin. Alueellisille organisaatioille on annettu tehtäväksi edistää matkailualueen eri palveluntarjoajien yhteistyötä. Kun alueen

matkailupalvelut kootaan yhdeksi isommaksi tuotteeksi, saa se enemmän näkyvyyttä ja pystyy paremmin vastaamaan matkailijoiden kysyntään. Alalla menestyminen edellyttää yrityksiltä yhteistyötä, myös yli rajojen. Digitaalisuus taas mahdollistaa tuotteiden ja palvelun myynnin vuorokauden ympäri, silloin kun asiakas niitä tarvitsee. (TEM 2015. 7-8.)

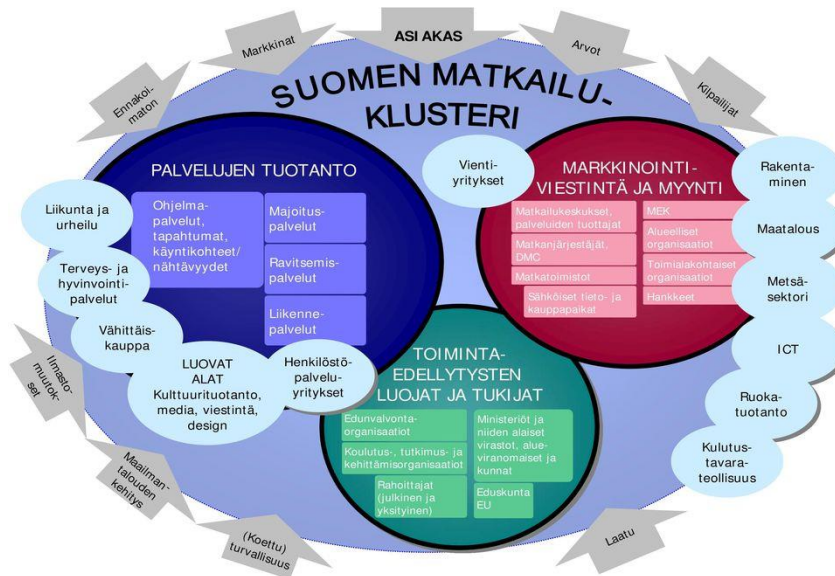
Matkailualan toiminta on muuttunut merkittävästi digitaalisuuden kehittyessä. Suuren osan matkapalveluista asiakas ostaa internetin kautta, eri alustoja hyödyntäen. Suuret matkanjärjestäjät myyvät sekä yksittäisiä matkapalveluja että valmiita matkapaketteja omilla verkkosivuillaan. Matkailijan on myös mahdollista koota oma matka matkanjärjestäjän sivuilla. Pienemmät elinkeinonharjoittajat myyvät ja markkinoivat omia tuotteitaan ja palvelujaan omien verkkosivujensa kautta. Suuret kaupungit ja matkailukeskukset, kuten esimerkiksi Helsinki ja Lahti ovat rakentaneet kaupungille omat matkailun verkkosivut, jonne he ovat koonneet alueen matkapalvelujen tarjoajat saman sivuston alle. (Helsinki Marketing 2019; Visit-Lahti 2019.)

Helsinki Marketing on Helsingin kaupungin omistama markkinointiyhtiö, joka ylläpitää Myhelsinki markkinointisivustoa. Myhelsinki-sivuston kautta asiakas voi tutustua alueen erilaisiin palveluntarjoajiin sekä saada yleistä tietoa Helsingistä matkakohteena. Myhelsinki-sivuston kautta ei voi suoraan ostaa palveluja, vaan kaupungin sivusto toimii lähinnä palveluja kokoavana sivustona, josta asiakkaat ohjataan yrityksen omille sivuille. MyHelsinki-sivulla matkailija voi myös oman kiinnostuksen kohteiden mukaan rakentaa oman listan suosikkikohteistaan ja listan voi jakaa myös muiden nähtäväksi. (Helsinki Marketing 2019.) Visit Lahti- sivuston ylläpitäjänä on Lahden seutu – Lahti Region Oy, joka on rekisteröitynyt matkanjärjestäjäksi. Yhtiön tavoitteena on kasvattaa maakunnan matkailun vetovoimaa ja tuoda alueelle lisää matkailijoita. Heidän tehtävänä on sekä myydä, että markkinoida alueellisia palveluja. Visit Lahti-sivustolle on kerätty alueen eri palveluntarjoajat ja ostoskorin avulla matkailija voi rakentaa oman matkapaketin ja tehdä kaikkien palvelujen varaukset samanaikaisesti. (Visit Lahti 2019.) Matkailun kehittämisessä avainasemassa on digitalisuus ja erityisesti erilaisten sähköisten alustojen laajempi hyödyntäminen sekä palvelujen markkinoinnissa, että myynnissä.

3.3 Matkailualan palveluntarjoajat

Matkailualalla toimijoiden joukko on varsin laaja ja alan monimuotoisuus voidaan kuvata klusterin avulla. (kuvio 6) Matkailun klusterin mukaisesti palveluntuotannon muodostavat majoituspalvelut, ravitsemispalvelut, kuljetuspalvelut, henkilöstövuokraus, sekä ohjelmapalvelut. Vuonna 2017 matkailuala työllisti Suomessa yli 140 000 työntekijää ja alalla toimi liki 29 000 yritystä. Suurimmat alan työllistäjät ovat ravitsemispalvelut ja ohjelmapalvelut.

Noin 15 prosenttia työntekijöistä työskentelee ohjelmapalveluissa. Ohjelmapalvelujen alle lasketaan myös matkatoimistot sekä matkanjärjestäjät. (Visit Finland 2019.)



Kuvio 6. Suomen matkailuklusteri (Valtioneuvosto 2016)

Suomen matkailuklusterin muodostavat toimijat, joiden liiketoimintaan vaikuttaa matkailun kysyntä. Palvelun tuottajien lisäksi matkailuklusteriin kuuluvat markkinointiviestinnästä ja myynnistä vastaavat toimijat, kuten esimerkiksi Visit Finland, alueelliset organisaatiot ja matkatoimistot, sekä koko matkailualan toiminnan edellytysten luojat ja taloudellisesti tukevat toimijat niin EU tasolla kuin kansallisella tasolla. (Valtioneuvosto 2016.)

3.3.1 Matkanjärjestäjä

Laki matkapalveluyhdistelmien tarjoajista 921/2017 määrittelee matkanjärjestäjäksi henkilön tai yrityksen, joka ammatikseen yhdistää erilaisia matkapalveluja, muodostaen näin matkapaketteja ja tarjoaa ja toteuttaa niitä matkailijalle. Matkanjärjestäjäksi määritellään myös elinkeinonharjoittaja, jotka omalla toiminnallaan edesauttaa matkailijaa yhdistämään matkapalveluja esimerkiksi verkkokaupan avulla. (Finlex 2017b.)

Matkanjärjestäjä on rekisteröitynyt elinkeinonharjoittaja, joka vastaa aina kokonaisuutena matkapaketin toteutuksesta. Matkanjärjestäjä ei voi siirtää vastuutaan muille toimijoille, kuten majoitusliikkeelle tai ohjelmapalveluyritykselle. Rekisteröinnin yhteydessä elinkeinonharjoittajalle määritellään vakuuden määrä, joka perustuu siihen, kuinka paljon matkanjärjestäjä perii ennakoon maksuja matkustajilta. (KKV 2018.) Jos matkanjärjestäjä velottaa kaikki asiakkaiden matkakulut jälkikäteen, matkanjärjestäjä ei myy lahjakortteja ja yritysten matkoihin ei sisälly lentolippuja, voi Kilpailu- ja kuluttajavirasto vapauttaa matkanjärjestäjän vakuuksista (KKV 2018a).

Lakiuudistuksen myötä matkanjärjestäjän tiedoksiantovelvoitteet tarkennettiin ja matkanjärjestäjän toimintaa valvoo sekä aluehallintovirastot että kilpailu- ja kuluttajavirasto. Tiedoksiantovelvoitteella varmistetaan, että matkailija on tietoinen mitä sopimus sisältää ja mitkä ovat matkailijan oikeudet ja velvollisuudet matkapaketin osalta. Matkailijalle tiedotetaan myös matkanjärjestäjän oikeudet ja velvollisuudet. Matkanjärjestäjä raportoi toiminnastaan Kilpailu- ja kuluttajavirastolle pääsääntöisesti kerran vuodessa. (KKV 2018.)

3.3.2 Matkailun verkkokauppa

Matkailualan ja digitalisaation kehityksen myötä fyysiset matkatoimistot ovat vähentyneet ja suuri osa matkoista ostetaan verkkokaupan kautta. Digitaalinen toimintaympäristö mahdollistaa matkojen markkinoinnin ja myynnin ajasta ja paikasta riippumatta sekä mahdollistaa palvelun tarjoajille tavan esitellä potentiaalisille asiakkaille tuotteita ja palveluja tarkemmin. Verkkokaupoista on tullut alan toimijoille elinehto ja ilman verkkokauppaa on vaikea myydä omia palvelujaan asiakkaille (SMAL 2019). Rantapallon (2013) artikkelin mukaan jo vuonna 2013 89 prosenttia suomalaisista varasi matkansa verkon kautta. Verkkokaupan suosio on vuosien kuluessa vain kasvanut, sillä vuonna 2018 suomalaiset käyttivät verkossa eniten rahaa juuri matkustamiseen, kokonaisuudessa 5,7 miljardia euroa (Laurio, 2018, 7). Verkkokauppa mahdollistaa kaupankäynnin juuri silloin, kun se parhaiten asiakkaalle sopii ja verkkokaupassa tarkasti kuvattu tuote tai palvelu helpottaa asiakaan ostopäätöstä.

Tiia Marjakangas- Honkanen (2016) on tutkinut opinnäytetyössään verkkokaupan merkitystä matkailualalla. Opinnäytetyössä todettiin, että erilaisilla jakelukanavilla tapahtuva laaja matkailualan näkyvyys edistävät matkailualan verkossa tapahtuvaa kaupankäyntiä. Vaikuttavia jakelukanavia ovat erilaiset matkailusivustot, matkailun vertailusivustot ja yhteiset markkinointialustat sekä sosiaalisessa mediassa julkaistut kuvat ja muu viestintä. Myynnin ja ostamisen mahdollistavat myyntikanavat. (Marjakangas-Honkanen 2016, 5.)

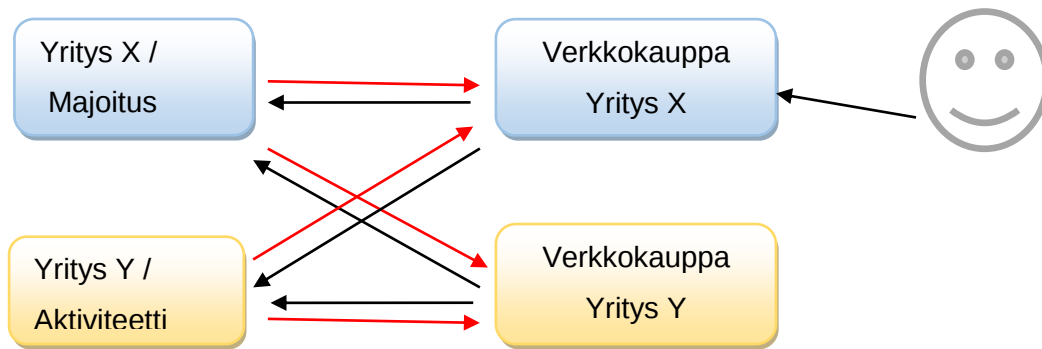
Valmismatkalaki takasi kuluttajalle ja matkanjärjestäjälle turvan, myös verkkokaupassa, kun matka oli ostettu toimijalta, joka oli virallisesti rekisteröitynyt matkanjärjestäjäksi. Omatoimimatkojen osalta verkossa tapahtuvaa kaupankäyntiä entinen valmismatkalaki ei koskenut ja koska erityisesti lentolippujen ja majoitusten osalta sopimusehdot muutosten ja peruutusten osalta olivat hyvin tiukat ja joustamattomat, ei kuluttajalla ollut samanlaista turvaa, jos matkan hankki itse. (Valmismatkalaki 1994.)

PayTrail (2015), joka tarjoaa verkkokaupoille maksuliikennepalvelun, kirjoitti jo vuonna 2015 blogissaan, että matkailualalla majoitusten varaaminen verkkokaupan kautta toimii hyvin ja jo silloin pohdittiin sitä, miten asiakkaat saataisiin ostamaan myös muita palveluja verkkokaupan kautta. Verkkokaupan perustajien huolenaiheena oli, että voisivatko ne myydä majoitus-, ruokailu- ja ohjelmapalvelut saman sivun kautta. (PayTrail 2015.) Johku on erityisesti matkailualan yrittäjille suunniteltu alusta, jonka avulla yrittäjät voivat myydä omia matkailupalvelujaan kätevästi matkailijalle. Johku alustana mahdollistaa suoramyynnin lisäksi myös ristiinmyynnin, eli mahdollisuuden toisen yrittäjän tuotteiden näkyvyyteen omilla sivuillaan. (Johku 2019.) Kaupunkien ylläpitämät Visit-sivustot voidaan luokitella verkkokaupaksi, edellyttäen että sivustolla on oma ostoskori ja sivustolta voi tehdä suoraan varauksia. Jos ostoskorin avulla matkailijan on mahdollista ostaa useampi matkapalvelu samanaikaisesti, muodostuu matkapaketti ja silloin Visit-sivuston ylläpitäjästä tulee matkanjärjestäjä ja heidän on velvollisuus asettaa vakuus. (Vihonen 2019.) Vastaavasti kaupunkien ja matkailualueiden ylläpitämät alustat voivat toimia ilman matkanjärjestäjän vastuita ja velvollisuuksia niin kutsuttuna markkinointiportalina, johon kerätään alueen yritysten tuotekuvaukset, mutta asiakas ei voi ostaa sivuilta mitään.

Verkkokauppa on ollut jo pitkään edullinen ja tehokas tapa myydä ja markkinoida palveluja. Verkkokaupan kautta matkailija voi ostaa matkan silloin, kun se hänelle parhaiten sopii, kellonajasta riippumatta. Verkossa toimiminen ei ole vain suurten alan yritysten mahdollisuus, vaan myös pienet yritykset saavat verkossa tuotteensa ja palvelunsa näkyviin. Verkossa matkailijoiden käyttäytymisestä kerätään koko ajan dataa ja sen perusteella myyntiä osataan paremmin kuluttajille kohdentaa (Marjakangas-Honkanen 2016, 8).

3.3.3 Myyntialustat ja ristiinmyynti

Ristiinmyynti on yleisesti käytetty myyntitekniikka, jonka tavoitteena on maksimoida asiakkaiden kertaostoksen summaa, mahdollistamalla asiakasta ostamaan ydintuotteen tai –palvelun lisäksi muita oheistuotteita. Yhteistyötä tekevät yritykset voivat ristiinmyydä toistensa tuotteita. (Tieke 2019.) Johkun toimitusjohtaja Sami Hännisen (2019) mukaan heidän alustansa mahdollistaa sen, että kuka tahansa yrittäjä voi halutessaan avata oman verkkokauppansa ja markkinointisivustonsa muiden kauppiaiden käyttöön siten, että muutkin kauppiat voivat laittaa omat tuotteensa näkyviin, ilman että tästä syntyisi jälleenmyyntihierarkiaa. (Kuvio 7)

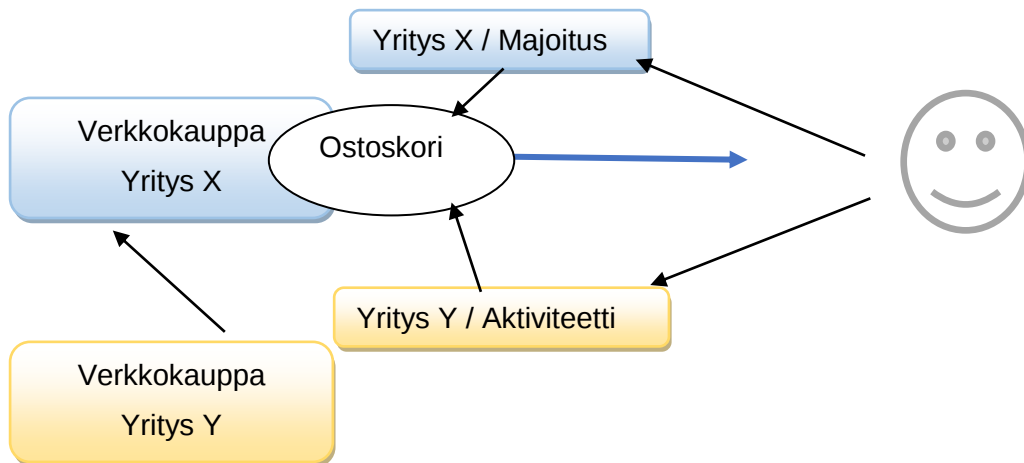


Kuvio 7. Dynaaminen ristiinmyynti

Dynaamisessa ristiinmyynnissä pääkauppias ei ota muiden yritysten tuotteita myyntiin omaan verkkokauppaansa, eikä lähde yhdistämään sitä omiin tuotteisiinsa, vaan käytännössä, kun asiakas tekee ostoksen verkkokaupan kautta, tilaus ja raha menevät suoraan sille alla olevalle kauppiaille (Hänninen 2019). Kuvio 7. kuvaa dynaamista ristiinmyyntiä, jossa punainen viiva kuvaa sitä, että yrityksen syöttämä tuotetieto ja hinta tarjotaan eri kanavilla. Mustanuoli kuvaa sitä, että asiakkaan tilaus menee suoraan yrittäjälle ja asiakas tekee sopimuksen suoraan palvelun toteuttavan yrityksen kanssa. Johkun ristiinmyynnissä asiakkaan varaus- tai maksutiedot eivät välity toiselle yritykselle, vaan asiakas solmii sopimuksen vain palvelun tarjoajan kanssa. (Hänninen 2019.)

Johku alustana tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden laajempaan näkyvyyteen integroitujen myyntikanavien kautta. Integroituja myyntipaikkoja edustavat muun muassa Retkipaikka, joka on Suomen laajin retkeilyblogi ja kokoaa yhteen sekä majoituksia, että retkiä ja GoFinland, jonka kautta voi vuokrata mökkejä. Integroiduilla myyntikanavilla näkyy tuotteiden tiedot, mutta varaustilanteessa asiakas siirtyy suoraan palvelun tarjoajan varausjärjestelmään ja tekee sopimuksen suoraan palvelun tarjoajan kanssa. (Hänninen 2019.)

Yritys voi tehdä tietoisesti päätöksen myydä pakettina useampia palveluja samalla kerralla. (Kuvio 8)



Kuvio 8. Myyntialusta, kun verkkokaupalla ostoskori käytössä

Kun yrityksellä on verkkokaupassa ostoskori, jonka kautta yritys antaa asiakkaalle mahdollisuuden ostaa sekä yrityksen X ja yrityksen Y palveluja samanaikaisesti, toimii Yritys X matkanjärjestäjänä ja asiakas tekee sopimuksen molemmista palveluista vain yritys X kanssa.

3.4 Liikennepalvelulaki

Matkailualan palveluntuottajien liiketoimintaan vaikuttaa myös voimaan tullut liikennepalvelulaki. Heinäkuun 1.päivänä 2018 astui voimaan uusi liikepalvelulaki, jonka mukaan henkilöiden kuljettamiseen tieliikenteessä tulonhankkimistarkoituksessa tarvitaan lupa. Alkuperäisen lakimuutos säikäytti matkailualan yrittäjät toden teolla ja se koettiin hyvin epäilelliseksi, sillä laki määritteli, että myös pienikin asiakkaan kuljetus, esimerkiksi lomakylästä kajakkilaiturille, vaatisi yrittäjältä sekä taksiluvan että kuljettajalta taksinkuljettajan ajoluvan. Lisäksi ajoneuvo tulisi olla rekisteröitynä taksitoimintaan. Liikennepalvelulakiin haettiin muutosta jo ennen lain voimaantuloa. (Yle 2018.) Tasavallan presidentti Sauli Niinistön toimesta liikennepalvelulakiin tehtiin 13.7. 2018 muutos, joka koski matkailualan yrittäjien asiakaskuljetuksia. Lakimuutoksen myötä matkailualan yrittäjät eivät jatkossaakaan tarvitse taksikuljettajan ajolupaa, kun kuljetus on vain pieni osa palvelupakettia, esimerkiksi asiakkaan siirtäminen yrityksen toimipisteestä lähemmäksi aktiviteettia. Yritysten tulee kuitenkin hankkia taksiliikennelupa, voidakseen tarjota kuljetuksia osana palvelupaketteja. Jos matkailuyritys tarjoaa lisämaksullisia kuljetuksia, esimerkiksi hotellilta lentokentälle ja toteuttaa kuljetukset itse, tulee kuljettajalla olla hankittuna taksinkuljettajan ajolupa. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2018.)

4 Matkapakettidirektiivi

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2015/2302 matkapaketeista ja yhdistetyistä matkajärjestelyistä (matkapakettidirektiivi) sekä asetus (EY) N:o 2006/2004 sekä Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2011/83/EU muuttamisesta ja neuvoston direktiivin 90/314/ETY kumoamisesta, annettiin marraskuussa 2015. Annettu matkapakettidirektiivi käynnisti Suomessa valmismatkoja koskevan lain muutostarpeen, jonka valmistelun aloitti oikeusministeriö. Matkapakettidirektiivin taustalla oli tarve yhdenmukaistaa samankaltaisten palveluyhdistelmien tarjoajien yhdenmukainen kohtelu, sisämarkkinoiden toimivuus sekä parantaa kuluttajan suojaa. Direktiivi oli saatettava osaksi jäsenvaltioiden kansallista lainsäädäntöä viimeistään 1.1.2018 ja uusia säännöksiä oli sovellettava 1.7.2018 alkaen. (Finlex 2017c.) Joulukuun 14.päivänä 2017, eduskunta teki päätöksen, jonka mukaan uusi laki matkailupalveluyhdistelmistä säädettiin (Matkatieto 2018).

4.1 Lainsäädäntö

Laki matkapalveluyhdistelmistä 901/2017 korvaa aikaisemman valmismatkalain ja sitä sovelletaan sekä matkapaketteihin, että yhdistettyihin matkajärjestelyihin (Matkatieto 2018). Soveltamisala ei koske matkoja, joiden kesto on alle 24 tuntia ja eivät sisällä yöpymistä (Finlex 2017c). Laki ei myöskään koske niitä yhdistelmiä, jossa toinen matkapalvelu on arvoltaan alle 25 prosenttia yhdistelmän kokonaisarvosta (KKV 2018c). Laki matkapalveluyhdistelmien tarjoajista 921/2017 korvaa aikaisemman lain valmismatkaliikkeistä ja sitä sovelletaan elinkeinoharjoittajiin, jotka tarjoavat matkapaketteja tai yhdistettyjä matkajärjestelyjä (Finlex 2017b). Ennen lakimuutosta Kilpailu- ja kuluttajaviraston rekisterissä oli 770 rekisteröitynyttä matkanjärjestäjää, mukaan lukien pelkkiä kuljetuksia tarjoavat yritykset, sekä yritykset, jotka eivät olleet velvollisia maksamaan vakuuksia. Lakimuutoksen myötä koko rekisteri uudistettiin ja vakuuksien tarve tarkistettiin. 1.4.2019 rekisterissä oli 543 yritystä, joista 62 on uusia yrityksiä ja parikymmentä yritystä odotti vielä rekisteröintiä, koska heidän vakuuksiaan ei oltu vielä maksettu. (Vihonen 2019.) Asiakokonaisuutta helpottamaan olen määritellyt tarkemmin seuraavat käsitteet (Liite 1):

4.1.1 Matkapaketti

Matkapaketti käsitteenä laajeni uuden lakimuutoksen myötä. Matkapaketti muodostuu, kun vähintään kaksi erilaista matkapalvelua yhdistetään yhdeksi paketiksi yhden matkanjärjestäjän toimesta ja matka on kestoaltaan 24 tuntia tai sisältää majoituksen ja matkapalvelut muodostavat merkittävän osan yhdistelmän arvosta. Kilpailu- ja kuluttajavirasto on määritellyt merkittäväksi osaksi 25 prosenttia. Lakisäädöksessä matkapalvelukäsitteellä

tarkoitetaan kuljetusta, majoitusta, moottoriajoneuvon vuokrausta sekä muita matkailupalveluja, joita ei voida luokitella edellä mainittuina palveluina. (Finlex 2017c; KKV 2018d.)

Matkapaketiksi luokitellaan myös ne yhdistelmät, jotka ostetaan yhdestä myyntipisteestä ja matkailija maksaa ne samanaikaisesti. Jos esimerkiksi matkailija hankkii verkkokaupan ostoskorin kautta majoituksen ja konserttiliput, nämä muodostavat matkapaketin. (Finlex 2017c.)

Matkapaketiksi luokitellaan myös yhdistetyt palvelut, joita markkinoidaan yhteishintaan tai matkapakettina ja asiakas maksaa palveluista vain yhden hinnan. Esimerkiksi hotellit markkinoivat erilaisia teatteripaketteja, joihin sisältyvät sekä teatteriliput, että majoitus. Myös lahjakortit, jotka mahdollistavat lisäpalvelun valinnan sen jälkeen, kun matkailija on jo aloittanut toisen palvelun, muodostavat matkapaketin. (Finlex 2017c.)

Matkapaketin muodostavat myös sellaiset palveluyhdistelmät, jotka hankitaan erikseen, mutta niiden myynnissä käytetään yhtenäistä verkkovarausmenetelmää tai alustaa, missä matkailijan nimi, maksutiedot ja sähköpostiosoite siirtyvät elinkeinonharjoittajalta toiselle elinkeinonharjoittajalle, kun toinen palvelu ostetaan 24 tunnin sisällä ensimmäisestä hankinnasta. (Finlex 2017c.) Näitä yhdistelmiä kutsutaan click through-paketeiksi, jolle ei ole suomenkielistä vastinetta. Jos esimerkiksi matkailija varaa ensin majoituksen ja kytketyn varausjärjestelmän kautta asiakas tekee toisen ostoksen, esimerkiksi autonvuokrauksen, jonka hän päätyy ostamaan vuorokauden sisällä ensimmäisestä ostoksesta, muodostavat nämä kaksi palvelua yhdessä matkapaketin. Tässä tapauksessa ensimmäisen palvelun tarjoajasta tulee matkanjärjestäjä (KKV 2018).

Matkapaketiksi ei kuitenkaan lasketa sellaisia kuljetus- majoitus- ja ajoneuvon vuokrauspalvelun yhdistelmiä, jossa lisäpalveluja hankitaan vasta sen aikana tai jälkeen, kun toinen palveluista on jo alkanut, kuten esimerkiksi matkailija päätyy hotellimajoituksen aikana vuokraamaan itselleen auton ja hotellin vastaanotto auttaa matkailijaa auton vuokrauksessa (Finlex 2017c).

4.1.2 Yhdistetty matkajärjestely

Yhdistetty matkajärjestely viittaa kahden tai useamman erilaisen matkailupalvelun yhdistelmään, jotka eivät muodosta matkapakettia ja asiakas tekee palvelun tarjoajien kanssa erilliset sopimukset, mutta niiden hankintaa on edesauttanut elinkeinonharjoittaja siten, että matkustaja tekee erilliset ostokset saman yhteydenoton aikana tai elinkeinonharjoitta-

ja edesauttaa vähintään yhden erilaisen matkailupalvelun hankintaa kohdennetusti 24 tunnin sisällä ensimmäisen palvelun varauksen vahvistamisesta, esimerkiksi tarjoamalla linkin jonkun toisen matkapalvelun tarjoajan sivuille. Yhdistetyssä matkajärjestelyssä matkailija solmii erilliset sopimukset palvelun tarjoajien kanssa ja maksu suoritetaan joko samanaikaisesti tai 24 tunnin sisällä ensimmäisen varauksen vahvistuksesta. Kun yhdistelmä syntyy, on matkailupalvelun toisella tarjoajalla velvollisuus ilmoittaa muille osallisille yhdistelmän muodostumisesta. Jos hän jättää ilmoittamatta ensimmäiselle matkailupalvelun tarjoajalle muodostuneesta yhdistelmästä, joutuu hän ongelmatilanteessa vastuuseen koko matkasta. (Finlex 2017c.) Jos esimerkiksi tapahtumiin lippuja myyvällä yrityksellä on verkkosivuillaan linkki majoitusyritykseen, jota hyödyntämällä matkailija varaa majoituksen 24 tunnin sisällä, tai asiakas saa majoitusyritykseen linkin varausvahvistuksen yhteydessä, syntyy yhdistetty matkajärjestely. Yleensä linkin tarjoava yritys hyötyy jollain tavoin tästä lisäpalvelun hankinnasta, joten myös ilmoitus yhdistelmän muodostumisesta on todennettavissa kirjanpidon avulla. (Vihonen 2019.)

Matkapalveluja, jotka voivat muodostaa yhdistelmän ovat majoitus- ja kuljetuspalvelun sekä ajoneuvonvuokrauspalvelun lisäksi erilaiset ohjelmapalvelut, kuten esimerkiksi konsertit, urheilutapahtumat, retket, opastetut vierailut, teemapuistot, kylpylähoidot sekä välineiden vuokraus ja hissiliiput (KKV 2018). Yhdistelmäksi ei katsota palveluja, kun majoitus- kuljetus- ja ajoneuvonvuokrauspalvelun kanssa yhdistetään jokin muu matkailupalvelu, ellei sen osuus ole arvoltaan vähintään 25 prosenttia koko yhdistelmän arvosta. Jos yhdistelmää on kuitenkin matkailijalle markkinoitu kokonaisuutena, niistä muodostuu yhdistelmä. (KKV 2018; Finlex 2017c.)

Laissa matkapalveluyhdistelmistä luvussa 5 pykälässä 36 määritellään, että yhdistetyn matkanjärjestelyn muodostamista edesauttaneen elinkeinonharjoittajan on tiedotettava matkustajaa, että laissa säädetyt oikeudet koskien matkapakettia, eivät koske yhdistelmiä, vaan jokainen matkailupalvelun tarjoaja vastaa erikseen oman palvelun tarjonnasta. Lisäksi Oikeusministeriön asetuksen 181/2018 mukaisesti yhdistetyn matkajärjestelyn muodostamista edesauttaneen elinkeinonharjoittajan on annettava matkustajalle tiedot matkustajan lakiin perustuvista oikeuksista oikeusministeriön laatimaa vakiomuotoista tietolomaketta käyttäen. (Finlex 2017c; Oikeusministeriö 2018.) Kilpailu- ja kuluttajaviraston mukaan yhdistetyn matkajärjestelyn kokoamisessa edesauttavaa elinkeinonharjoittajaa koskee tiedonantovelvollisuus sekä velvollisuus hankkia vakuus oman maksukyvyttömyy- tensä varalta, jos yhdistelmään sisältyy kuljetus tai asiakkaalta peritään ennakkomaksuja (KKV 2018). Laki 901/2017 määrittelee, että elinkeinonharjoittaja, joka edesauttaa yhdistetyn matkajärjestelyn syntymistä ja ei ole kuitenkaan hankkinut toiminnalleen vakuutta

maksukyvyttömyytensä varalta tai noudattanut tiedonantovelvollisuuttansa, voidaan soveltaa häneen silloin matkanjärjestäjää koskevia velvollisuuksia ja oikeuksia (Finlex 2017c).

4.1.3 Tiedonantovelvollisuus

Laki matkapalveluyhdistelmistä sisältää tarkat vakiomuotoiset ohjeet siitä, mitä matkanjärjestäjän ja matkanvälittäjän tulee tiedottaa asiakkaalle ennen matkapakettisopimuksen hankintaa. Vakiomuotoiset ohjeet on laadittu sekä matkapakettien osalta, että yhdistetyn matkajärjestelyn osalta. Nämä ennakotiedot tulisi antaa asiakkaalle kirjallisesti, paitsi jos sopimus asiakkaan kanssa tehdään vain puhelimitse. Luvussa 2 pykälässä 7 matkapaketin ennakotiedoiksi luokitellaan alla listatut asiat ja ne tulee selkeästi kertoa matkailijalle. (Finlex 2017; SMAL 2018; Oikeusministeriö 2018.)

- matkanjärjestäjä tai matkanvälittäjän nimi
- matkapalvelujen pääominaisuudet
- matkapaketin kokonaishinta, maksuehdot sekä tiedote mahdollisista lisäkustannuksista
- vaadittu vähimmäismäärä ja mitkä ovat seuraukset, jos vähimmäismäärä ei täyty määräaikaan mennessä
- tarvittavat matkustusasiakirjat, kuten passi- ja viisumimääräykset, sekä arvioitu viisumin hankinta-aika
- matkustajan peruutusoikeus ennen matkan alkua
- matkustaja vastaa vakuutusturvasta, suositus vakuutuksesta, joka kattaa henkilön ja omaisuuden sekä tarvittaessa matkan peruutuksen (Finlex 2017.)

Siinä tapauksessa, että matkapaketti on niin sanottu click through-paketti, on elinkeinonharjoittajalla velvollisuus antaa nämä samat tiedot asiakkaalle omasta matkapalvelustaan ja ensimmäisestä palveluntarjoajasta tulee matkanjärjestäjä. Näitä sopimusehtoja ei saa muuttaa, elleivät osapuolet yhdessä toisin sovi. (Finlex 2017c.) Matkapakettiehtojen osalta Suomen matkatoimistoalan liitto on neuvotellut yhteisen sopimuksen kuluttaja-asiamiehen kanssa. Sopimuksessa on huomioitu sekä matkapaketit että yhdistetyt matkajärjestelyt ja niitä sovelletaan matkapalveluyhdistelmissä, jotka ovat kestoltaan yli 24 tuntia ja sisältävät yöpymisen ja matka on hankittu yksityiselle henkilölle. Yleisen matkapakettiehtojen lisäksi matkanjärjestäjä saa tarvittaessa määritellä omalle toiminnalleen lisäehtoja ja erityisehtoja, matkan erikoisluonteen vuoksi, kunhan ne eivät ole ristiriidassa näiden yleisten ehtojen kanssa. (SMAL 2018, 2.)

Edellä mainittujen laissa määrättyjen ennakotietojen lisäksi, matkanjärjestäjän tulee matkailijalle tiedottaa siitä, onko matkanjärjestäjä asettanut toiminnalleen tarvittavat vakuudet ja kattaako vakuudet koko matkan. Lisäksi matkanjärjestäjän tulee ennen matkaa kertoa matkailijalle alueen turvallisuusriskeistä, mukaan lukien kohdemaan yleiset terveystiläykset, sekä antaa matkailijalle ohjeet, miten toimia ja keneen olla yhteydessä, jos matkan aikana joutuu onnettomuuteen tai sairastuu. (SMAL 2018, 3.) Kilpailu- ja kuluttajavi-

raston (KKV:n) sivulla oleva vakuusrekisteri, jossa näkyy rekisteröityneet matkanjärjestäjät, on julkinen, mutta sivulla ei toistaiseksi ole julkaistu vakuuksien määrää. Sen voi kuitenkin tarvittaessa saada sähköpostilla sitä tiedustelemalla (KKV 2018e).

Matkanjärjestäjä on myös velvollinen raportoimaan edellisen kauden tilinpäätöksen, sekä tulevan vuoden toiminnan ennakkoinnin kilpailu- ja kuluttajavirastoon kerran vuodessa. Suuret toimijat, joiden vakuuden summa on 50 000 tai enemmän raportoivat KKV:lle kaksi kertaa vuodessa. Raportoinnilla varmistetaan, että yrityksen vakuuden summa on kattava. KKV voi myös tarvittaessa pyytää yritystä tarkentamaan raporttiaan, jos epäilevät, että vakuuden summa ei ole riittävä. Vastuu vakuuden riittävydestä on kuitenkin yrittäjällä itsellään ja hänen tulee viipymättä ilmoittaa KKV:lle, jos kerättyjen ennakkomaksujen summa ylittää ennusteen. (Vihonen 2019.)

4.1.4 Vakuudet

Laki 922/2017 on säädetty yhdenmukaistamaan matkapakettiyhdistelmien tarjoajan valvonta- ja maksukyvyttömyyssuojamaksuja (Finlex 2017). Tämä lakisäädös on tehty kansallisella tasolla, sillä EU- jäsenmaiden osalta laki matkapalveluyhdistelmistä on kaikilla sama, mutta maksukyvyttömyssuojan toteutuksesta vastaa jokainen jäsenvaltio itse (KKV 2018f). Kun elinkeinonharjoittaja tarjoaa matkailijalle matkapalveluyhdistelmää, on se sitten matkapaketti tai yhdistetty matkajärjestely, jossa matkustajalta peritään ennakkomaksua tai jos matkaan sisältyy kuljetus, on heillä velvollisuus asettaa toiminnalleen vakuudet tai muutettava liiketoimintaansa sellaiseksi, että mitään ennakkomaksuja ei peritä, eikä matkaan sisälly elinkeinonharjoittajan puolesta kuljetusta. Vakuuden suuruus perustuu yrityksen matkapakettien liikevaihtoon, eli kaikki ennakkoon lunastetut maksut, mukaan lukien varausmaksu ja matkaa ennen tapahtuva loppulasku sekä mahdolliset lahjakortit. (KKV 2018a.) Vakuuden määrään voi vaikuttaa perimällä pienemmän varausmaksun ja lopullisen ennakkomaksun vasta hyvin lähellä palvelun toteutumista, koska vakuuden summa kumuloituu kaikkien ennakkovarausten myötä. (Vihonen 2019.)

Vakuuksien tarkoitus on lisätä matkailijan turvaa varmistamalla, että matkanjärjestäjä pysyy tarvittaessa tuomaan matkailijan takaisin kotiin ja maksamaan matkustajalle korvaukset, jos matkanjärjestäjä ajautuu konkurssiin tai muutoin maksukyvyttömäksi. Vakuusmaksut eivät koske kaikkia matkanjärjestäjiä, vaan ainoastaan niitä, jotka perivät matkailijalta ennakkomaksuja tai joiden yhdistelmään sisältyy kuljetus. (KKV 2018a.) Vakuusmäärän kokonaisuuteen voi vaikuttaa, todistamalla olevansa vakavarainen yritys, jolloin vakuuksien summaa voidaan alentaa, kuitenkin enintään 50 prosenttia (SMAL 2019). Vakuuden voi maksaa kahdella eri tavalla. Ensimmäinen on niin sanottu käteismaksu, jossa

vakuus maksetaan kertakorvauksena tilille. Toinen tapa on pankin myöntämä takuu, eli pankki takaa tietyn summan. (Vihonen 2019.)

Rekisteröityessään matkanjärjestäjäksi elinkeinonharjoittajalta peritään rekisteröintimaksuna 150 €. Lisäksi heiltä peritään vuosittain valvontamaksua, joka muodostuu maksettujen vakuuksien mukaan (Taulukko 1) ja vuoden 2019 alusta lähtien yrittäjiltä peritään prosenttiperusteista maksukyvyttömyyssuojamaksua, joka on 0,024 prosenttia edellisen tilikauden matkapalveluyhdistelmien myynnin liikevaihdosta. (KKV 2018b.)

Taulukko 1. Matkapakettilakia koskevat valvontamaksut (KKV 2018b)

Maksuluokka	Vakuuden määrä	Valvontamaksu
1	0 – 10 000 €	405,00 €/vuosi
2	10 001 – 50 000 €	945,00 €/vuosi
3	50 001 – 200 000 €	1 350,00 €/vuosi
4	200 001 – 1 000 000 €	2 025,00 €/vuosi
5	1 000 001 – 3 000 000 €	2 700,00 €/vuosi
6	3 000 001 – 10 000 000 €	3 375,00 €/vuosi
7	yli 10 000 000 €	4 050,00 €/vuosi

Vakuuden määrät ja valvontamaksut on jaettu seitsemään tasoon. Pienin perittävän vakuuden summa on 1000 € ja siitä perittävä valvontamaksu on 405 €. (KKV 2018b; Vihonen 2019.)

4.1.5 Matkanjärjestäjän suoja

Uusi lakimuutos on tuonut myös positiivisia oikeuksia matkanjärjestäjälle. Huolehtimalla, että matkanjärjestäjä täyttää tiedotusvelvollisuuden, siirtyy vastuu monessa asiassa matkan toteutumisesta matkustajalle. Matkanjärjestäjä voi tarvittaessa tehdä pieniä, merkityksellisiä muutoksia matkapaketin sisältöön, kunhan hän ilmoittaa matkailijalle muutoksista tarpeeksi ajoissa. Matkustajalla voi tapauskohtaisesti olla oikeus hinnanalennukseen tai vaihtoehtoiseen palveluun. (SMAL 2018, s 8.)

Matkanjärjestäjällä on oikeus perua matka, jos kohteessa tai sen lähiympäristössä olosuhteet muuttuvat merkittävästi ja matkaa on mahdotonta toteuttaa alkuperäisen suunnitelman mukaisesti. Tällaisia syitä voi olla esimerkiksi luonnonkatastrofit, sotatila ja terveysriskit. Jos olosuhteet muuttuvat merkittävästi matkan aikana, on matkanjärjestäjällä oikeus keskeyttää matka. Tällaisessa tapauksessa matkanjärjestäjä korvaa matkustajille menetetyt palvelun osuuden. Matkanjärjestäjän oikeus purkaa sopimus onnistuu vain siinä tapauksessa, että matkustaja ei ole maksanut matkaansa ajoissa. (SMAL 2018, s 8.)

5 Kuluttaja ja matkapakettidirektiivi

Kuluttajien käyttäytymiseen ja matkailupalvelujen ostopäätökseen vaikuttavat monet eri tekijät: kuten esimerkiksi perhe, ikä, sukupuoli, tulotaso ja sosiaalinen taso sekä kulttuuri ja matkailun trendit (Lee 2017, 11). Kaikkia matkailijoita yhdistää kuitenkin tarve ja motivaatio päästä matkalle, vaikka matkailija voi matkaltaan tarvita ihan eri asioita. Jokainen matkailija haluaa matkallaan kokea elämyksiä, joista jää arvokkaita muistoja. (Ballantyne, Kerr, Rate & Moutinho 2017, 27.)

Tunteilla on suuri vaikutus kuluttajan käyttäytymiseen sekä ennen matkaa, matkan aikana ja matkan jälkeen. Sanotaankin, että tunteet ovat keskiössä, kun matkailija tekee päätöksiä matkan suhteen. Matkan hankinta on harvoin spontaani päätös, sen sijaan sitä suunnitellaan pitkään ja usein matkaa varten säästetään erikseen rahaa. Kun kuluttaja tekee matkasta ostopäätöksen, hän tiedostaa, että hankinnasta ei jää mitään käsin kosketeltavaa tavaraa käteen, vaan hankinta on aineeton mielihyvä. Kun matkailija kokee matkallaan jotain negatiivista, joka ei vastaa hänen oletustaan matkasta, kokemus vaikuttaa yleensä enemmän matkailijan tunteisiin kuin fyysiseen hyvinvointiin. Negatiivisesta kokemuksesta myös puhutaan helpommin muiden ihmisten kanssa kuin positiivisista kokemuksista. (Ballantyne ym. 2017, 46-47.)

Oxbridge academy (2015) on listannut asioita, jotka eniten aiheuttavat mielipahaa asiakkaille ja sen vuoksi niitä eniten reklamoidaan. Mielipahaa aiheuttaa muun muassa se, että hotelli ei todellisuudessa näytä siltä, millaisen vaikutuksen netissä olevat kuvat siitä antavat. Toinen yleinen valituksen aihe on, että asiakkaalle tulee matkakohteessa lisäveloituksia, joista he eivät olleet tietoisia. Näissäkin esimerkeissä henkilökuntaa ohjeistetaan olemaan empaattinen ja kuuntelemaan matkailijaa. Hyvin usein virheen voi korjata jo matkan aikana ja siitä ei ole tarvetta reklamoida jälkikäteen. (Oxbridge academy 2015.)

5.1 Kuluttajan oikeudet ja velvollisuudet

Uusi matkapalveluyhdistelmälaki on lisännyt kuluttajien suojaa, mutta samalla myös matkustajan vastuu ja velvollisuus sekä matkan hankinnassa, että sen toteutumisessa ovat kasvaneet. Kun matkanjärjestäjä tai matkanvälittäjä on täyttänyt oman osansa sopimuksesta tiedottamalla asiakasta ehtojen mukaisesti, siirtyy monessa asiassa vastuu matkailijalle.

Matkanjärjestäjän annettua matkailijalle tarvittava tieto pakollisista matkustusasiakirjoista, on matkailijan velvollisuus varmistaa passin ja viisumin voimassaolo, sekä matkalippujen oikeellisuus. Matkailija saa ennen matkan alkua tiedon kohteen turvallisuudesta ja hänen velvollisuuksiinsa kuuluu tutustua tarkemmin kohdemaan turvallisuusohjeisiin, esimerkiksi ulkoministeriön sivuilla. Kohdemaassa matkailijan on toimittava ohjeiden mukaisesti ja hän on itse vastuussa omasta terveydestään ja turvallisuudestaan. Siinä tapauksessa, että matkailija joutuu onnettomuuteen tai sairastuu matkalla, on matkanjärjestäjällä velvollisuus auttaa järjestelyissä, mutta matkailija vastaa kuluista. Matkanjärjestäjä voi periä kohtuullisen lisäkorvauksen antamastaan avusta, mikäli matkustaja on itse aiheuttanut avuntarpeensa. (SMAL 2018, 3.)

Lakimuutoksen myötä matkustajalla on oikeus peruuttaa matka ilman pätevää syytä. Tässä tapauksessa matkanjärjestäjä saa periä kuluttajalta perustellun peruutusmaksun, joka kattaa matkanjärjestäjälle aiheutuneet todelliset kulut. Myös sairastapauksissa matkailija on velvollinen maksamaan matkanjärjestäjän määrittämän, todellisiin kuluihin perustuvan peruutusmaksun. Matkanjärjestäjän pitää pystyä todentamaan nämä perityt kulut matkailijalle, jos hän niitä tiedustelee. Matkustajan ei tarvitse maksaa peruutusmaksua siinä tapauksessa, jos syynä on esimerkiksi kohteen tai sen lähiympäristön olosuhteet ovat merkittävästi muuttuneet tai jos matkanjärjestäjä on antanut matkasta virheellistä tietoa. (KKV 2018; Finlex 2017c.)

Jos matkanjärjestäjä joutuu hankinnan jälkeen korottamaan matkan hintaa kohtuuttomasti, eli yli 8 prosenttia, on matkailijalla oikeus perua matka ilman peruutuskulua (KKV 2018). Sellaisessa tapauksessa, että varausvaiheessa tapahtuu jokin virhe, joka johtuu matkanjärjestäjän järjestelmän aiheuttamasta virheestä, on matkanjärjestäjällä sama velvollisuus kuin aikaisemminkin, korvata vahingosta aiheutuneet kulut välittömästi matkustajalle. Korvaus voi olla hinnanalennus, oikeus matkan peruutukseen tai jossain tapauksissa oikeus vahingonkorvaukseen. Jos taas varausvaiheessa tapahtunut virhe johtuu matkustajan tekemästä virheestä tai muista väistämättömistä ja poikkeuksellisista olosuhteista, ei matkanjärjestäjä ole velvollinen maksamaan korvauksia. (Finlex 2017c; KKV 2018.)

Jos matkanjärjestäjän toiminnassa tapahtuu virhe, kuten palvelu ei vastaa mitä on sovittu tai matkanjärjestäjän tiedottamisvelvollisuus ei täyty tai matkanjärjestäjä ei avusta matkailijaa sairaus- tai tapaturmatapauksessa, voi matkustaja tehdä virheestä ilmoituksen. Virheestä tulee ilmoittaa heti kun sen on havainnut, ensisijaisesti matkanjärjestäjälle, jotta heillä on mahdollisuus korjata virhe jo matkan aikana. Jos virhe johtuu matkanjärjestäjän törkeästä huolimattomuudesta tai epäasiallisesta toiminnasta ja kieltäytyy korjaamasta virhettään, voi matkustaja korjata virheen itse ja vaatia siitä kohtuullisen korvauksen mat-

kanjärjestäjältä. Matkanjärjestäjä voi kuitenkin kieltäytyä maksamasta korvauksia, jos kulut ovat kohtuuttomia. Tällaisessa tapauksessa matkustaja voi vaatia hinnanalennusta tai vahingonkorvausta. (SMAL 2018, 9.)

Matkustajan näkökulmasta suurin muutos oikeuksiin tulee mahdollisuudesta saada erillinen korvaus matka- tai lomanautinnon menettämisestä. Jos matkapalvelun suorituksessa on tapahtunut merkittävä virhe, jonka vuoksi matkapalvelu aiheuttaa matkustajalle mielihäpeää, on matkanjärjestäjällä velvollisuus maksaa korvaus. Matkailijan pitää kuitenkin pystyä virallisesti todentamaan, että lomanautinnon menetys johtuu palveluntarjoajan tekemästä virheestä. (KKV 2018; Mondo 2018.) Matkailijan tulee ilmoittaa havaitusta virheestä välittömästi palvelun tarjoajalle, jonka on annettava mahdollisuus korjata virhe. Ilmoitusvelvollisuus sekä virheen korjaaminen vaikuttavat mahdollisen korvauksen toteutumiseen sekä korvauksen summaan. Tällaisen lomanautinnon aiheuttaja voisi olla esimerkiksi toistuvat ruokamyrkytykset, joista matkanjärjestäjälle on ilmoitettu, mutta hän ei ole reagoinut ilmoituksiin millään tavalla ja jatkaa saman yrityksen käyttöä kaikesta huolimatta. Toistaiseksi on tullut vain joitain kyselyjä kuluttajaneuvontaan, mutta yhtään esimerkitapausta ei vielä ole käsitelty. (Vihonen 2019.)

6 Tutkimuksen tulokset

Tutkimuksen aineiston keruu tapahtui maalis-huhtikuun vaihteessa vuonna 2019. Tutkimuksessa toteutettiin kolme asiantuntijahaastattelua, sekä kuusi teemahaastattelua eritasoisille matkailualan toimijoille. Asiantuntijahaastatteluista kaksi toteutettiin kasvotusten ja ne olivat kestoltaan noin 60 minuuttia. Yksi asiantuntijahaastatteluista toteutettiin verkossa toimivan keskustelukanavan avulla ja se oli kestoltaan 90 minuuttia. Asiantuntija haastateltavina olivat Kilpailu- ja kuluttajavirastosta matkapakettien vakuusvalvonnan ryhmäpäällikkö Tom Vihonen, Suomen matkatoimistoalan liiton toimitusjohtaja Heli Mäki-Fränti ja apulaisjohtaja, juristi Päivi Laatikainen-Mattsson sekä Johku-järjestelmän toimitusjohtaja Sami Hänninen. Teemahaastattelut olivat kestoltaan vähintään 45 minuuttia ja enimmillään 90 minuuttia. Teemahaastatteluihin osallistui kaksi majoitusta tarjoavaa yritystä ja neljä ohjelmapalveluyritystä. Haastateltavista viisi toimii Uudenmaan alueella ja yksi Etelä-Suomessa, Uudenmaan aleen ulkopuolella. Teemahaastatteluista kolme toteutettiin kasvotusten, yksi puhelimitse ja kaksi sähköpostin avulla keskustellen. Teemahaastatteluihin sai osallistua anonymisti, joten tuloksissa viitataan yrityksiin vain numeroiden avulla yritys 1 – yritys 6. (Taulukko 2) Koska teemahaastattelujen määrä jäi alle 10, tein taulukon yrityksistä, jossa näkyi haastattelussa kerätyt perustiedot ja lakiuudistuksen vaikutus eri ko-koisiin yrityksiin.

Taulukko 2. Teemahaastatteluun osallistuneet matkailupalvelun tuottajat

Palvelun tarjoaja	Vaki-tuista henkilökuntaa	Rekisteröitynyt matkanjärjestäjä	Ei ole rekisteröitynyt matkanjärjestäjä	Harkitsee rekisteröitymistä	Suurin osa asiakkaista B2B	Verkkokauppa	Joutunut muuttamaan omaa toimintaa
Yritys 1	20 - 30	x				kyllä	ei
Yritys 2	Alle 5		x		x	kyllä	kyllä
Yritys 3	Alle 5		x	x		kyllä	kyllä
Yritys 4	Alle 5	x				ei	ei
Yritys 5	Yli 30		x		x	kyllä	kyllä
Yritys 6	20 - 30		x			kyllä	kyllä

Haastatteluun osallistuneista yrityksistä kaksi olivat rekisteröityneitä matkanjärjestäjiä ja he olivat rekisteröityneet matkanjärjestäjiksi jo ennen lakiuudistuksen voimaantuloa, koska tarjoavat asiakkaille myös palveluyhdistelmiä, jotka muodostavat matkapaketin. Neljä yritystä eivät ole rekisteröityneitä matkanjärjestäjiä ja he kaikki ovat joutuneet muuttamaan

toimintaansa siten, että eivät ole joutuneet tämän lain alaisuuteen. Yksi yritystä harkitsee rekisteröitymistä ja kaksi on muuttanut toimintaansa siten, että tarjoaa palvelujaan pääasiassa vain yritysasiakkaille ja tekevät sopimuksen yrityksen kanssa, jolloin jäävät tämän lakiuudistuksen ulkopuolelle.

Kaikissa asiantuntijahaastatteluissa ja teemahaastatteluissa löydettiin lakiuudistuksesta sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia. Lakiuudistuksen negatiivisina vaikutuksina korostui lain sekavuus ja tulkinnan vaikeus, valvonta sekä sen vaikutukset matkailun kehittymiseen. Positiivisena vaikutuksena korostui se, että uudistus pakottaa alan toimijoita tarkastelemaan kriittisesti omaa toimintaansa ja yhteistyötä muiden yrittäjien kanssa sekä lisääntynyt kuluttajan suoja pakottaa alan toimijat laadukkaaseen toimintaan. Erilaiset alustat ja niiden osuus matkapaketin ja yhdistyn matkanjärjestelyn muodostumisessa, on herättänyt alan toimijoiden keskuudessa paljon epävarmuutta ja antaa mahdollisuuden erilaisiin tulkintoihin. Lakiuudistuksen vaikutukset kuluttajien käyttäytymiseen on ollut vähäisemmät, kuin ennen uudistusta pelättiin.

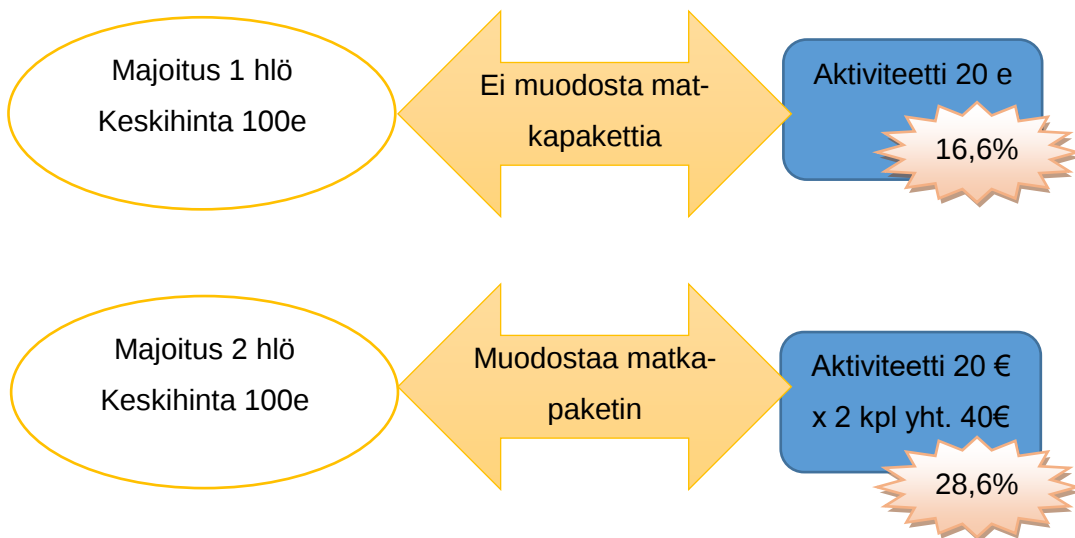
6.1 Lakiuudistuksen negatiiviset vaikutukset

Uusi laki matkapalveluyhdistelmistä astui voimaan 1.7.2018. Ennen lakiuudistusta SMAL järjestettiin lukuisia koulutustilaisuuksia, jossa lakimuutoksen vaikutuksia pyrittiin selkeyttämään alan toimijoille. Lakiuudistus koettiin alan toimijoiden osalta sekavana ja se aiheutti paljon negatiivista asennetta lakimuutosta kohtaan. Niille toimijoille, jotka olivat jo aikaisemminkin olleet valmismatkalain piirissä ja asettaneet toiminnalleen vakuudet, lakiuudistus ei juurikaan vaikuttanut heidän toimintaansa. Joidenkin pienempien yrittäjien osalta lakiuudistus koettiin ankaraksi ja epäoikeudenmukaiseksi. Negatiivista asennetta lisäsi se, että lakipykälät olivat vaikeasti tulkittavissa ja yrittäjät kaipaisivat selkeitä ohjeita ja esimerkkejä.

Sekä KKV:n että SMAL:n asiantuntijahaastatteluissa nousi esille, että eniten yhteydenottoja on tullut lähinnä lain sovellettavuuteen liittyvien kysymysten muodossa, kuten muodostaako omat palvelut matkapaketin tai yhdistetyn matkajärjestelyn ja millainen on verkossa olevien myyntipaikkojen alustojen ylläpidosta vastaavan yrityksen vastuu. Elinkeinonharjoittajat hakevat toimintamalleja ja vahvistusta siihen, milloin yrittäjän, kaupungin tai matkailukeskuksen tulisi rekisteröityä matkanjärjestäjäksi ja asettaa toiminnalleen vakuudet ja milloin taas toiminta ei täytä matkapaketin vaatimuksia ja ei tarvitse rekisteröityä matkanjärjestäjäksi. Alan toimijat kaipaavat selkeitä esimerkkejä ja ohjeita, miten laki sovelletaan käytännössä. KKV:n on tarkoitus vuoden 2019 aikana kerätä esimerkkejä heidän sivuille ja sitä kautta tarkentaa ohjeistuksia.

6.1.1 Matkapakettien muodostuminen

Matkapaketin muodostumisen ehtona on, että asiakas ostaa kokonaisuuden, jossa on mukana vähintään kaksi erilaista matkapalvelua samaa matkaa varten yhdellä kertaa ja matka pitää olla kestoaltaan vähintään 24 tuntia tai sisältää majoituksen. Matkapaketti muodostuu, jos kokonaisuudessa on majoitus ja kuljetus tai jompikumpi yhdistettynä kuljetusvälineen vuokraukseen tai joku edellä mainittu yhdistettynä johonkin olennaiseen matkailupalveluun. Palvelu voi olla olennainen, mikäli se kattaa vähintään 25% kokonaisuuden hinnasta tai se on luonteensa puolesta olennainen. (Kuvio 9)



Kuvio 9. Matkapaketin muodostuminen eriarvoistaa yksin matkustajan ja pariskunnan

Kun matkapaketin muodostumisen ehtona on, että matkapalvelun arvo pitää olla vähintään 25 prosenttia paketin arvosta, lain mukaan yhdelle hengelle myyty majoitus ja aktiviteetti eivät muodosta pakettia, vaikka olisi samanaikaisti hankittu, koska aktiviteetin arvo on 16,6 prosenttia yhdistelmän arvosta. Kun saman majoituksen ja aktiviteetit myydään kahdelle tai useammalle henkilölle kerralla, muodostuu näistä matkapaketti, koska aktiviteetin arvo on 28,6 prosenttia koko paketin arvosta. "Miten meillä voi olla laki joka eriarvoistaa yksin matkustajan ja pariskunnan" nosti Sami Hänninen asiantuntijahaastattelussaan esille.

Uusi laki matkapalveluyhdistelmistä antaa kuluttajalle turvan ennakkomaksujen osalta, kun kyseessä on matkapaketti. Vakuudet eivät kuitenkaan takaa sitä, että toteutuvan tuotteen laatu vastaa siitä perittyä ennakkomaksua. Yrittäjä, joka myy matkapaketteja ja perii asiakkaalta niistä ennakkomaksuja, tulee rekisteröityä matkanjärjestäjäksi ja asettaa toi-

minnalleen vakuudet sekä maksaa valvontamaksut. Teemahaastattelujen ja asiantuntija-haastattelujen yhteydessä yrittäjät ja asiantuntijat nostivat esille erilaisia matkapalveluja ja matkapalveluyhdistelmiä, jotka lain mukaan muodostavat matkapaketin, vaikka yhdistelmän kokonaisarvo ei ole merkittävä, sekä alle 24 tuntia kestävät aktiviteetit, jotka eivät muodosta matkapakettia ja eivät näin ollen anna kuluttajalle turvaa ennakkomaksujen osalta, vaikka aktiviteetin arvo olisi merkittäväkin. (Taulukko 3)

Taulukko 3. Teemahaastatteluissa esille nousseita esimerkkejä matkapalveluista

Matkapalvelu / matkapalveluyhdistelmät	Matkapaketti	Ei muodosta matkapakettia
Mökkimajoitus ja SUP-lauta, arvo 59€/hlö	X	
Moottorikelkkasafari, hinnat alkaen 209€ /2 hlö		X
Mökkimajoitus 6 hlö 75€ ja esim. 2 Sup-lautaa 5h 160€, yhteensä 235€	X	
Revontuliretki alkaen 85€ - 258€/hlö		X
Melontaretki 78€ / hlö		X
Metsäpakopeli max 10 hlö, 380€		X
Husky-vaellus, Nuuksio 3h, 100€/hlö		X

Laki matkapalveluyhdistelmistä ei koske erilaisia matkapalveluja, kun matkan kesto on alle 24 tuntia tai siihen ei sisälly majoitusta. Näin ollen matkailijalla ei ole lain tuomaa turvaa päivämatkaa koskevien ennakkomaksujen osalta, vaikka niiden arvo voi olla merkittävä ja jotka asiakas varaa ja maksaa etukäteen. Vakuus ei myöskään korvaa palvelua, joka on huonosti toteutettu tai sellaisia retkiä, jonka aiheena on elämys, joka ei välttämättä ole edes havaittavissa joka yö, kuten revontuliretket.

Uusi laki matkapalveluyhdistelmistä vaikeuttaa uusien tuotteiden testaamisen, sillä ennen kun yrittäjä voi edes ottaa edullista matkapalveluyhdistelmää myyntiin, tulee yrittäjän olla varma tuotteen kannattavuudesta, varsinkin jos tuote on paketti ja sisältää majoituksen. Yrittäjä, joka myy pakettia, vaikka se ei olisi arvoltaan suurikaan, mutta maksu peritään ennakkoon, tulee rekisteröityä matkanjärjestäjäksi ja sitoutua maksamaan vakuudet ja valvontamaksut. Hännisen mukaan erityisesti luontomatkailussa, joka on Suomen paras vetovoimatekijä matkailussa, korostuu ennakkomaksujen tärkeys. Palvelun toteutumiselle tarvitaan varmuus siitäkin huolimatta, että aurinko ei paista ja vettä sataa.

6.1.2 Click-through-paketit ja yhdistetyt matkanjärjestelyt

SMAL:n mukaan yhdistetty matkanjärjestely ja Click-through-paketit on kyseenalaistettu jo direktiivin valmistelun aikana. Isojen yritysten osalta valvontaa on helpompaa tehdä, koska heillä on tarkka kirjanpito kaikista myyntitapahtumista, sekä enemmän henkilökuntaa seuraamassa liiketoimintaa. Pienten yksittäisten yrittäjien osalta seuranta on mahdotonta tehdä, sillä heidän kohdalla yhdistelmä perustuu joko suulliseen toimintaan tai sähköisiin linkkeihin ja jos yrityksessä on vain yksi henkilö töissä, ei välttämättä ole resursseja seurata sitä, mitä kautta varaus on heille tullut. Yhdistetty matkanjärjestely syntyy, jos asiakas varaa ja maksaa erikseen kaksi erillistä matkapalvelua yhden yhteydenoton aikana. Tämän lisäksi yhdistelmä voi syntyä myös 24 tunnin aikaikkunan sisällä. Tällöin yhdistetyn matkanjärjestelyn osalta yhdistelmän syntyminen edellyttäisi toteutuakseen, että ensimmäinen yritys lähettää sekä linkin, jolla edesauttaa yhdistelmän muodostumista, eli tiedoksiannon asiakkaalle varausvahvistuksen yhteydessä toisesta palvelusta ja ehdoista, joiden mukaan sopimus toisesta palvelusta tulee tehdä 24 tunnin sisällä ensimmäisestä palvelusta, jotta näistä muodostuu yhdistetty matkanjärjestely. Samalla asiakkaalle pitää lähettää oikeusministeriön säädöksiin perustuva vakiotietolomake. Yhdistetyn matkanjärjestelyn toteutuminen käytännössä on jo koulutuksissa todettu hyvin epätodennäköisesti toteutuviksi ja mahdottomiksi valvoa. Palvelun tarjoajien näkökulmasta toimijoiden keskuudessa on ollut havaittavissa, että yhdistetyn matkanjärjestelyn syntyminen on voitu kiertää siten, että he välittävät toisen palvelun tarjoajan tiedot asiakkaalle vasta 24 tunnin jälkeen. Toinen tapa on varmistaa etukäteen, että muut palvelut eivät ole arvoltaan merkittäviä. On myös tiedostettu, että palvelun tarjoajat eivät erikseen lähetä asiakkaalle tiedotetta yhdistelmän mahdollisesta muodostumisesta. Yhdistetyn matkanjärjestelyn syntymisen edellytyksenä on, että matkailija on varauksen lisäksi tehnyt sopimuksen toisen palvelun tarjoajan kanssa 24 tunnin sisällä ensimmäisen sopimuksen voimaantulosta.

Click-through-pakettien osalta on jo käytännössä todettu, että pakettien muodostumista ei ole toteutunut, koska siinä on niin laajasti määritelty tiedot, mitä pitää palvelun tarjoajien välillä siirtyä. On hyvin epätodennäköistä, että GDPR-asetuksen eli yleisen tietosuojasetuksen aikana henkilön nimi, yhteystiedot ja maksutavat kaikki siirtyisivät yrittäjien välillä. Lisäksi EU:n komissio on tehnyt selvityksen click-through-paketeista sekä online määritelmästä, johon myös expert-ryhmät, mukaan lukien Suomen matkailualan liiton kattojärjestö on ottanut kantaa, että click through-paketteja ei millään markkinalla tiedetä toteutuvan, mutta sitä koskevaa raporttia ei ole vielä julkaistu. Vuonna 2021 EU:n komission on tarkoitus tehdä tarkempi selvitys siitä, miten direktiivi ja kansalliset lait ovat vaikuttaneet toimintaan.

6.1.3 Valvonta

Uusi laki matkapalveluyhdistelmistä on sekä valvojille että yrittäjille haaste, joka vasta hakee toimintamuotoaan. Yrittäjät ovat nähneet, miten lakia kierretään eri tavoin. Yhdistelmän matkanjärjestelyn syntymistä voi estää esimerkiksi sillä, että vaikka tuotteen tarjoaa välittömästi, niin kauppa toteutetaan vasta kun 24 tuntia on kulunut. Lisäksi alalla on yhä yrittäjiä, jotka kokevat, että lakiuudistus ei koske heitä. Röyhkeimmät yrittäjät myyvät edelleen samoja paketteja, kuin aikaisemminkin ja luottavat siihen, että oma toiminta on niin pientä, ettei sitä ehdi kukaan valvoa. "Yrittäjät vetoavat valvonnan osuessa omaan yritykseen, että eivät tienneet vakuuksien koskevan heitä", kiteyttää yksi yrittäjästä ajatuksensa, kun keskustelimme valvonnasta. Matkanjärjestäjien rekisteri avattiin julkiseksi vasta huhtikuun alussa, joten siihen saakka kukaan yrittäjä tai matkailija ei ole voinut edes tietää, ketkä ovat rekisteröityneitä matkanjärjestäjiä ja toistaiseksi rekisterissä ei näy vakuuksien summaa, koska summa ei kerro toiminnasta kaikkea. Valvonnan toteuttaminen käytännössä vaatisi enemmän resursseja, myöntää Vihonen KKV:n haastattelussa. SMAL on huomannut, että aika paljon yritykset itse ovat olleet yhteydessä valvontaa suorittaviin tahoihin ja kyseenalaistaneet kilpailijoiden toimintaa ja sitä kautta saaneet valvontaa kohdennettua yrityksiin, joiden toiminta vaatisi vakuuden. Valvonnan näkökulmasta verkko-kaupassa tapahtuva myynti ja sen vastuun kohdentaminen siellä toimijoille on haasteellista, mutta verkossa tapahtuvan kaupan valvontaa on käytännössä helpompaa tehdä, kuin niiden pienien yritysten osalta, joista ei jää mitään sähköistä merkintää kirjanpitoon. Lakiuudistuksen alkuvaiheessa valvontaa on kohdennettu pääasiassa sinne, missä liikkuu suuret rahat ja suuret riskit.

KKV yhdessä aluehallintoviraston kanssa ovat toteuttaneet vuoden 2018 lopulla ja vuoden 2019 alussa pistokoemaisesti valvontaa yrityksiin, joiden toiminta viittaa siihen, että heidän pitäisi rekisteröityä ja maksaa vakuudet. Tässä vaiheessa yhteydenotot ovat olleet lähinnä tiedotusluonteisia, sillä on tiedostettu, että lakimuutos on ollut joltain osin vaikea ymmärtää ja tiedottomuus voi olla syy vääränlaiseen toimintaan. Siinä tapauksessa, jos yritys ei ohjauksista huolimatta nouda lakia, voi KKV tarvittaessa kieltää alalla toimimisen. Yritys, jonka toiminta edellyttäisi heitä asettamaan toiminnalleen vakuuden ja he eivät kehotuksesta huolimatta maksa vakuutta tai muuta toimintaansa, voidaan uhkasakon avulla asettaa heidän toimintakielto voimaan. Jos yritys asetetaan toimintakieltoon, näkyy heidän rekisterissään siitä merkintä seuraavat viisi vuotta.

6.1.4 Alan kehitys

Matkailualan kasvu on ollut viime vuosin positiivista ja vahvistaakseen kasvua tulee Suomen matkailualan kehittyä asiakkaiden tarpeiden mukaisesti. Individuaali matkailu ja

oman matkan järjestäminen verkkokaupan kautta on tätä päivää. Palvelun toteuttajien pitää pysyä tarjoamaan sitä mitä asiakas tarvitsee ja on valmis ostamaan. Vaikka lainsäädäntö on kaikille toimijoille sama, ei se ole kuitenkaan käytännön tasolla ole samalla tavalla kaikilla toteutunut. Edelleen on mahdollista toimia hyvin eri tavoilla sekä kansallisella että kansainvälisellä tasolla. SMAL:n mukaan Suomen ollessa EU:n jäsenmaa, toimintaa tulisi ohjata vain EU:n lainsäädäntö. EU:n lainsäädännön lisäksi Suomessa on paljon kansallista lainsäädäntöä, joka koetaan tässä vaiheessa enemmän toiminnalle esteeksi kuin eduksi. Kansalliset lait vaikuttavat Suomen kilpailukykyyn, verrattaessa muihin EU jäsen maihin. Kansallisista laista hyvänä esimerkkinä on maksukyvyttömyyssuojan toteutus, josta direktiivissä sanotaan, että jokainen jäsenvaltio huolehtii itse maksukyvyttömyyssuojan toteutumisesta, minkä vuoksi sen toteutustapa vaihtelee melko paljon jäsenmaiden välillä.

Hännisen mukaan lakiuudistus rajoittaa myös alalla uusien palvelujen kehittämisen ja tuotteiden testaamisen käytännössä. Yrittäjän pitää tehdä tarkat laskelmat ennen käytännön kokeilua, koska matkanjärjestäjänä tulee välittömästi matkapaketin myynnistä viidenkuudensadan euron lisämaksut. Jos yrittäjä ei itse halua rekisteröityä matkanjärjestäjäksi, ainut vaihtoehto kokeilla tuotetta on antaa se jollekin matkanjärjestäjälle myyntiin, mutta silloin myyntiprosessi ei ole enää yrittäjän käsissä vaan tuotetta tai palvelua hallinnoi matkanjärjestäjä. Matkanjärjestäjän kautta toteutettavaan myyntiin vaikuttaa myös matkanjärjestäjän oma halu myydä tuotetta. Jos matkanjärjestäjä ei itse usko ja arvosta toisen tuotetta, ei hän sitä halua myydä edes kokeilumielessä. Vastaavasti, jos matkanjärjestäjä uskoo tuotteen kysyntään ja myyntii, lisää matkanjärjestäjä hintaan oman katteensa, jolloin tuotteen arvo nousee. Tässä tapauksessa todellinen palvelun hinta voi nousta liian korkeaksi ja pakottaa palvelun tuottajan pienentämään omaa katettaan, jotta hinta pysyy kohtuullisena. Isot myyntikanavat ja matkanjärjestäjät pienentävät todellista palvelun toteuttajan roolia.

Lakiuudistus vaikuttaa tulevaisuudessa hyvin paljon siihen, miten voidaan myydä. Yritykset, kaupungit ja matkailukeskukset ovat poistaneet majoituskohteet myynnistä ja myyvät tällä hetkellä vain aktiviteetteja. Lakiuudistus ei välttämättä kuitenkaan anna kuluttajalle parempaa turvaa matkalleen, sillä retkiä voidaan yhä myydä kalliilla hinnalla, kunhan ei myydä samalla majoitusta, kiteyttää yrittäjät. Vakuuksia ei tässä tapauksessa tarvita ja myyntiä ei pystytä valvomaan.

Samaan aikaan kun laki matkapalveluyhdistelmistä astui voimaan, astui voimaan uusi liikennepalvelulaki, joka koski myös matkailualan toimijoita. Yrittäjät, joiden palvelu sisältää kuljetusta yrityksen ajoneuvolla, vaikka vain yrityksen toimipisteestä järven rantaan,

tulee hakea toiminnalleen taksilupa ja koska kuljetusvälineet luokitellaan liikennepalvelu-lain mukaan takseiksi, myös autojen vakuutukset ovat sen mukaiset. Alkuperäisen lakiuudistuksen mukaan myös ajoneuvoa kuljettavat henkilöt olisi pitänyt suorittaa ajolupa. Tähän saatiin kuitenkin nopeasti muutos ja ajolupaa ei vähäisen kuljetuksen vuoksi tarvitse suorittaa. Se mitä sitten voidaan tulkita vähäiseksi kuljetukseksi, riippuu siitä, periikö palvelun tarjoaja kuljetuksesta erillisen hinnan. Jos matkailuyritys tarjoaa lisäveloituksesta kuljetuksia lentokentälle tai opastettuja retkiä yrityksen minibussilla, tulee kuljettajalla olla myös ajolupa. Tämä liikennelakiuudistus koettiin vaikeuttavan alan palvelujen toteutusta ja rajaavan palvelujen tarjontaa. Pääkaupunkiseudulla, missä nähtävyydet ovat julkisten liikennevälineiden reiteillä, ei kuljetuksille ole erikseen tarvetta, mutta maakunnissa, missä julkista liikennettä ei ole edes nimeksi asti, on lakiuudistus rajoittanut yrittäjien toimintaa. Paikallisten nähtävyyksien opastus esimerkiksi majoitusyrityksen omana retkenä yrityksen autolla, edellyttäisi yritystä hankkimaan yritykselle taksiluvan, kuljettajalle ajoluvan ja autoille taksien vakuutukset, kertoo yrittäjä haastattelussaan.

6.2 Lakiuudistuksen positiiviset vaikutukset

Positiivisena on koettu, että lakiuudistus ammattimaistaa alan toimintaa ja tavoitteena on saada kaikki toimijat toimimaan samojen sääntöjen mukaisesti. Digitalisaation vaikutus alan kehitykseen on ratkaisevassa asemassa. Lakiuudistus on edesauttanut yrityksiä pohtimaan vaihtoehtoisia toimintatapoja ja esimerkiksi Johku:n kehitystiimi hakee ratkaisuja siihen, miten he voisivat paremmin auttaa kauppiaita myymään tuotteitaan. Lakimuutos koetaan hyväksi kuluttajan näkökulmasta, vaikkakin se antaa kuluttajalle turvan vain pakettien osalta.

6.2.1 Toimintatavat

Kaikissa asiantuntijahaastatteluissa nousi esille, että lakimuutos on pakottanut yritykset tarkastelemaan omaa toimintaansa kriittisesti. Yrittäjien on pitänyt miettiä omat toimintatavat ja tuotteet uudelleen ja arvioida toimintansa kannattavuus. Jos viivan alle ei jää tuloja, silloin omaa toimintaa pitää muuttaa tai toiminta lopettaa, jos sitä ei voi kehittää. Kustannuksia voi pienentää tai poistaa kokonaan, kun perii ennakkomaksut mahdollisimman myöhäisessä vaiheessa tai jos mahdollista vasta toteutumisen jälkeen. Tosin matkailualla, jonka tuotteena on tarjota asiakkaalle elämyksiä, etukäteen perittävät maksut ovat välttämättömyys, että voidaan varmistaa palvelun toteutuminen. Yritysten yhteistyössä korostuu laatu ja matkanjärjestäjälle, jolla on vastuu myös jonkun toisen palvelusta, on tärkeää, että yhteistyökumppaneiden työmoraali ja palvelun laatu ovat samat kuin itsellä. Asiakas ei tiedä, eikä ymmärrä, että muiden palvelujen toteutus ei välttämättä ole aina matkanjärjestäjän omia palveluja, nostettiin esille teemahaastatteluissa.

6.3 Alustat

Erilaisten myyntialustojen ylläpitäjien roolia myynnin edistämisessä on kyseenalaistettu ja KKV on ollut yhteydessä kaupunkeihin ja organisaatioihin, joiden alustojen toiminta edellyttäisi rekisteröitymistä. Lähtökohtaisesti alustan ylläpitäjällä ei ole muuta vastuuta kuin tiedottaa kauppiaita, että jos heidän verkkokaupassa on mahdollisuus ostaa muiden palveluntarjoajien tuotteita ostoskorin kautta, he myyvät palveluja, joista muodostuu paketteja ja siinä tapauksessa heidän tulee rekisteröityä matkanjärjestäjiksi. Jos taas alusta toimii puhtaasti sillä perusteella, että siellä on eri yritykset näkyvissä ja yrityksen yhteystietojen kautta, asiakas siirtyy suoraan kauppiaan sivuille, niin silloin ne eivät ole lainsäädännön piirissä, koska alustalla ei ole varausmahdollisuutta tai ostoskoria.

Verkkokauppa on tänä päivänä tärkeä tekijä matkailupalvelujen myynnissä. Hännisen mukaan verkkokauppa itsessään ei edistä eikä estä matkapakettien syntymistä. Kauppias itse päättää mitä myy ja miten myy. Jos kauppias ristiinmyy yhteistyökumppanien tuotteita ja mahdollistaa niiden oston oman ostoskorinsa kautta, niin silloin hän tietoisesti myy paketteja ja hänen tulee rekisteröityä matkanjärjestäjäksi. Jos taas kauppias ei halua rekisteröityä matkanjärjestäjäksi, hän ottaa ostoskorin pois käytöstä ja myy omassa verkkokaupassaan vain omia tuotteita ja antaa vain näkyvyyden muiden kauppiaiden tuotteille. Verkkokauppa-alustan kautta ei pysty seuraamaan muiden yrittäjien kaupankäyntiä, ellei kaupankäynti tapahdu ostoskorin kautta tai näkyvyyteen ole sidottu erillistä komissiota näkyvyyden mahdollistajalle. Näin ollen kumpikaan kauppias ei ole matkanjärjestäjän roolissa ja tällaisessa tapauksessa on mahdotonta tulkita, onko palvelut yksin vai yhdessä ostettuja ja mikä palveluista ostettiin ensin. Se, missä vaiheessa ristiinmyynnistä muodostuisi yhdistetty matkanjärjestely tai muodostuuko ollenkaan, riippuu siitä, miten lakia tulkitaan. Tulkitseminen yhdistetyksi matkanjärjestelyksi on vaikeaa, koska kauppiaat x ja y eivät ole tietoisia toistensa tekemistä sopimuksista ja lain mukaan yhdistelmän syntyminen edellyttää, että ensimmäisen sopimuksen muodostumisen yhteydessä, esimerkiksi vahvistuskirjeessä, asiakkaalle suositellaan muita palveluja ja annetaan linkki toisten palvelujen ostoon. Yhdistetty matkanjärjestely edellyttää, että ensimmäinen palvelun myynyt kauppias edesauttaa toisen syntymistä. Kun kauppiaat eivät ole toisistaan tietoisia ja vain asiakas tietää kumman palvelun on ensin ostanut, on vaikea tietää yhdistelmän syntymistä. Se että asiakas palaa ensimmäisen ostoksen jälkeen takaisin verkkokaupan sivulle, ei ainakaan toistaiseksi ole tulkittu edesauttavan yhdistetyn matkanjärjestelyn syntymistä, ellei elinkeinonharjoittaja sitä tietoisesti tee suosittelemalla toisia sivuston palveluja asiakkaalle varausvahvistuksen yhteydessä.

Kilpailu- ja kuluttajaviraston mukaan elinkeinonharjoittaja, joka antaa varausvahvistuksen mukana linkin toisen matkailupalvelun varaamiseen, yleensä hyötyy jollain tavoin tästä yhdistelmän muodostamisesta ja sen vuoksi yhdistelmän muodostuminen voidaan myös todentaa yrityksen kirjanpidon kautta. Tämä on elinkeinonharjoittajalta tietoinen valinta, että yhdistetty matkanjärjestely voisi tässä tapauksessa syntyä. Nettikaupassa yhdistelmien seuranta on helpompaa, koska sinne jää aina varauksesta aikaleima. Pienempiä yrityksiä koskee samat velvoitteet yhdistettyjen matkanjärjestelyn osalta, mutta niitä on vaikeampi valvoa, koska myynti ei välttämättä tapahdu verkkokaupan kautta, vaan kaupankäynti ja sopimukset voidaan tehdä paikallisen yrittäjän kanssa myös suullisesti. Suullisesti tehtyjä yhdistelmiä on KKV:n vaikea tietää, ellei niistä heille erikseen joku kerro.

Sami Hännisen mukaan alalla vaikuttaa vahvasti trendi, jossa suuret myyntikanavat ottavat valtaa kauppialta ja dominoivat myös hintoja. Myyntikanavien 20-30 prosentin kate näkyy suoraan asiakkaan hinnan nousussa ja palvelun tarjoajalle katteen laskuna. Myyntikanavat hallitsevat markkinaa ja pienentävät kauppiaan roolia palvelun tarjonnassa. Hyvin harva asiakas pystyy edes tunnistamaan tuotteen alkuperäistä palvelun toteuttajaa. Suurien myyntikanavien rinnalle haetaan nyt muiden järjestelmien kautta automatisoituja alustoja, joiden myyntikatteen ei tarvitsisi olla niin iso. Johkun tavoitteena on tulevaisuudessa luoda mahdollisesti niin sanottu fasilitoiva matkanjärjestäjä yrittäjien avuksi, jonka palvelua voi hyödyntää, jos verkkokaupassa myydyistä tuotteista muodostuukin matkapaketti tai yhdistetty matkanjärjestely.

6.4 Kuluttajan näkökulmasta

Ennen lakiuudistuksen voimaan tuloa herkullisena ja mediaa kiinnostavana aiheena pidettiin lakiuudistuksen mukana tulevaa mahdollisuutta hakea korvausta lomanautinnon menettämisestä. Direktiivin valmisteluvaiheessa Suomi ei tätä puoltanut, mutta koska vastaava korvauskäytäntö oli ollut jo aikaisemmin käytössä joissain jäsenmaissa, haluttiin se säilyttää laissa. Alan yrittäjien näkökulmasta tähän mielipahakorvaukseen ollaan montaa mieltä. Yrittäjät tiedostavat, että on asiakkaita, jotka pyrkivät saamaan korvauksen tavalla tai toisella ja heitä on siinä tapauksessa vaikea miellyttää, koska he valittavat kuitenkin. Helpommalla pääsee, että sopii sen heti, ennen kuin mielensä pahoittanut asiakas kuuluttaa huonoa oloaan sosiaalisen median voimalla. Toisaalta lakimuutos koetaan myös positiivisesti, sillä nyt jokaisen alalla toimijan pitää panostaa laatuun ja varmistaa, että myy tuotetta, jonka voi oikeasti toteuttaa ja tuotekuvaukset vastaavat toteutuvaa palvelua.

KKV sekä SMAL molemmat korostivat haastattelussa, että virheen pitää olla todella merkittävä, että asiakas on oikeutettu mielipahakorvaukseen. Prosessiin myös kuuluu, että

asiakas on välittömästi virheen huomattuaan, ilmoittanut siitä matkapalvelun tarjoajalle ja antanut mahdollisuuden korjata virhe. Jos matkapalvelujen tarjoaja ei kuitenkaan millään tavalla reagoi ilmoitukseen, voi asiakas hakea korvausta lomautuksen menetyksestä. Korvaussumma ei ole mitenkään kiinteä kaiken kattava summa vaan se katsotaan tapauskohtaisesti ja siinä huomioidaan myös asiakkaan velvollisuus ilmoittaa virheestä heti sen huomattuaan, ei siis vasta kotiin lähtiessä. Toistaiseksi kuluttajaneuvontaan on tullut vain muutamia kyselyjä, mutta yhtään ennakkotapausta ei ole vielä tullut, joten mistään suuresta ilmiöstä ei voida puhua.

6.5 Yhteenveto

Lain tulkinnassa tärkeintä on ymmärtää se, kenen kanssa matkailija tekee sopimuksen, koska sopimuksen tekijällä on aina vastuu matkailijasta. Lakimuutoksen aiheuttamat oikeuskäytänteet tulevat näkymään viiveellä vasta parin vuoden kuluttua ja yksikään case, josta oltaisiin oltu yhteydessä kuluttajariitalautakuntaan ei ole vielä edennyt päätöksen tekemiseen asti, joten vasta sitten nähdään virallisesti, miten tätä lakia tulkitaan.

Hyvin pienille yrityksille lakimuutos on ollut taloudellisesti haastava ja yrittäjän on pitänyt tarkasti laskea, onko yrityksen toiminta kannattavaa ja voiko sitä sellaisenaan jatkaa, vai olisiko mahdollista muuttaa toimintaansa siten, että ei ole tarve maksaa vakuuksia. Ennakkomaksujen minimointi ja maksujen toteutuminen mahdollisimman lähellä palvelun toteutumista eivät ole yrittäjän näkökulmasta se paras vaihtoehto, koska ilman ennakkoveloituksia asiakas ei ole sitoutunut palvelun hankintaan. Jokaisen yrittäjän on tämä laskutoimitus ollut tehtävä itse sekä pohdittava millaisia riskejä voivat toiminnassaan ottaa, koska laki on mitä on ja sen mukaan pitää pystyä kaikkien yrittäjien toimimaan.

Pienet yrittäjät, joiden tuotevalikoimaan kuuluu myös matkapaketteja ja haluavat niitä jatkossakin myydä ilman, että itse joutuvat lain alaisuuteen, joutuvat ottamaan matkanjärjestäjän myymään ne palvelut, jotka muodostavat paketin. Tämä johtaa siihen, että hinnat nousevat, koska matkanjärjestäjä lisää hintaan oman komissionsa ja palvelun tuottaja jää matkanjärjestäjän taka-alalle. Automatisoitu matkanjärjestäjä mahdollistaisi alalla pienemmille toimijoille pienemmän komission ja maltillisemmän hinnankorotuksen. Johkujärjestelmän tavoitteena on tuoda myyntiprosessiin niin sanotun fasilitoivan matkanjärjestäjä-konseptin, joka tarkoittaisi sitä, että yrittäjien ei tarvitsisi välttämättä itse rekisteröityä matkanjärjestäjiksi vaan palvelun tarjoajat voisivat hyödyntää fasilitoivaa matkanjärjestäjää silloin, kun paketti syntyy.

Kilpailu- ja kuluttajaviraston edustaja Tom Vihosen ja Suomen matkatoimistoalan liiton edustajien Heli Mäki-Fränki ja Päivi Laatikainen-Mattssonin asiantuntijahaastatteluissa nousi esille, että vaikka ennen lakimuutosta aiheesta keskusteltiin kiivaasti, on lakimuutoksen jälkeen toiminta ollut hyvin rauhallista. Lakimuutoksen myötä on perustettu neuvottelukunta, jossa on mukana edustajia Työ- ja elinkeinoministeriöstä, Oikeusministeriöstä, Kilpailu- ja kuluttajavirastosta sekä alan ammattijärjestöistä, kuten esimerkiksi MaRa, SMAL ja LAL ja heidän tapaamisessaan on todettu, että lakimuutos ei ole aiheuttanut tois-
taiseksi suurempia ongelmia ennakko-odotuksista huolimatta.

7 Pohdinta

Empiirisessä tutkimuksessa tavoitteena oli selvittää, miten lakiuudistus on vaikuttanut Suomessa toimivien pienempien matkailualan yritysten liiketoimintaan, miten lakimuutos vaikuttaa matkailupalvelujen myyntiin verkossa ja miten yritysten välinen yhteistyö on lakimuutoksen myötä muuttunut. Lisäksi tutkimuksessa selvitettiin sitä, miten lakiuudistuksessa uutena kohtana tullut korvaus lomautuksen menetyksestä on vaikuttanut kuluttajien käyttäytymiseen. Tutkimusmenetelmänä käytettiin asiantuntijahaastatteluja ja teema-haastatteluja.

Laki matkapalveluyhdistelmistä on suunniteltu isoille matkatoimistoille, jotka myyvät suurella volyymillä matkapaketteja ja yhdistettyjä matkanjärjestelyjä. Yksittäisiä matkapalveluja tarjoavat yritykset ovat kokeneet lakimuutoksen haasteellisena ja elinkeinonharjoitusta rajoittavana. Vuodesta 2017 lähtien oli järjestetty lukuisia koulutuksia aiheeseen liittyen. Siitä huolimatta lakipykälät koettiin vaikeina ymmärtää ja koska selkeät esimerkit ja ohjeet tulkinnasta puuttui, kokivat yrittäjät oman toimintansa osalta lakimuutoksen vaikutukset epäselvinä. Suomalaisilla yrittäjillä on lähtökohtaisesti hyvä työmoraali ja työ pyritään aina tekemään sääntöjä noudattaen. Tämä lakiuudistus, jota on ollut vaikea tulkita alan toimijoiden osalta, on aiheuttanut sen, että yrittäjät ovat muuttaneet toimintaansa sellaiseksi, että eivät vahingossakaan joudun lain alaisuuteen. Toiset tarjoavat palvelujaan vain yrityksille, toiset tarjoavat verkkokaupassaan vain omia alle 24 tuntia kestäviä matkailupalveluja. Näin ollen heitä ei voida luokitella matkanjärjestäjiksi ja katsoa kuuluvan lain soveltamisalaan.

Laki matkapalveluyhdistelmistä koskee matkapaketteja ja yhdistettyjä matkanjärjestelyjä. Näistä matkapaketit ovat olleet selkeimmin ymmärrettävissä. Matkapaketti muodostuu, kun asiakas ostaa kaksi erilaista matkapalvelua samalle matkalle, saman aikaisesti ja matka kestää yli 24 tuntia tai sisältää majoituksen. Yhdistetty matkanjärjestely ja click-through-paketit ovat pienten yrittäjien osalta vaikeasti todennettavissa. Matkapaketin sekä click-through-paketin osalta asiakkaalle palvelun toteutuksesta vastaa rekisteröitynyt matkanjärjestäjä. Yhdistetyn matkanjärjestelyn osalta, laki on hyvin vaikeasti tulkittavissa ja pienempien yrittäjien osalta myös vaikeasti toteutettavissa. Minulle jäi myös itselle hieman epäselväksi, miten yhdistettyä matkanjärjestelyn toteutumista pitäisi tulkita näin pienempien matkailupalvelun tarjoajien osalta. Yhdistetty matkanjärjestely ja sen kuuluminen lain alaisuuteen, on kuluttajan kannalta hyvä silloin, kun toinen palveluista on lento ja siihen kytketään erikseen majoitus tai autonvuokraus. Mutta pienen yrittäjän yhdistelmästä esimerkiksi majoitus ja naapuriyrittäjän luontoretki eivät sinänsä tarvitsisi kuluttajan suojaksi

tiedonantoa, sillä molemmat palvelun tarjoajat vastaavat omista tuotteistaan. Asiakas tuskin myöskään tarvitsee vakiotietolomaketta yön yli kestävästä kotimaan matkasta. Näen myös hyvin epätodennäköisenä, että joku yhden henkilön yritys, esimerkiksi maatilamatkailua tarjoava yritys Suomessa tai ulkomailla, näkee tarpeelliseksi käyttää työaikaan erilaisten tiedotteiden lähettämiseen. Maatilamatkailu on niin kausiluontoista ja usein myös pienimuotoista, että yrittäjälle lisääntynyt byrokratia on enemmän taakka, kuin mahdollisuus elinkeinonharjoittamiseen. Yrittäjän näkökulmasta on taloudellisempaa lopettaa yhteistyö naapurin kanssa ja keskittyä tarjoamaan vain majoitusta. Tämä taas johtaa siihen, että alueellinen yhteistyö hiipuu ja matkustaja ei saa niin hyvää palvelua, kun voisi olla mahdollista saada.

Lakiuudistuksessa säädettiin kuluttajien turvaksi maksukyvyttömyyssuoja. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että rekisteröityneen matkanjärjestäjän pitää asettaa toiminnalleen vakuudet. Vakuuden summa määräytyy edellisen vuoden tuloksen ja tulevan vuoden arvioin perusteella. Vakuuden summan pitää kattaa 100 prosenttia asiakkailta ennakoon perityt maksut niistä palveluista, jotka täyttävät matkapaketin, click-through paketin tai yhdistetyn matkanjärjestelyn asettamat ehdot. Vakuuskäytäntö on ymmärrettävää suurille matkanjärjestäjille, jotka myyvät lentolippuja ja joissa yleisesti peruutusehdot ovat tiukemmat. Vakuuskäytäntö on ohjelmapalvelun tuottajille kohtuuton. Suomessa on paljon pieniä ja laadukkaita alan toimijoita, joiden toiminta on hyvin kausiluontoista ja perustuu pitkälti siihen, että palvelun toteutukseen palkataan erikseen tekijät, sen mukaisesti mitä asiakas tarvitsee. Yksityisyrittäjällä on vähän omaa henkilökuntaa, mutta voi olla paljonkin alan ammattilaisia vakiohenkilökuntana, jotka kutsutaan töihin tarvittaessa. Yrittäjän on pakko periä asiakkailta ennakkomaksut, että voi varata ja vahvistaa työvuoron työntekijöille. Lain mukaan yritykset, jotka tarjoavat yönyli kestäviä matkapalveluyhdistelmiä ja perivät maksut etukäteen, pitää asettaa toiminnalleen vakuudet, maksaa rekisteröintimaksun, valvontamaksun sekä vuoden 2019 alusta lähtien myös prosentti-perustaisen toimintamaksun. Monelle yrittäjälle nämä maksut ovat kohtuuttomat. Vakuudet takaavat kuluttajalle turvan, jos yönyli kestävät palvelut peruuntuvat, mutta vakuudet eivät takaa palvelun laatua. Myöskään päiväretket, jotka voivat arvoltaan olla paljon enemmän kuin matkapaketti tai yhdistetty matkanjärjestely, eivät kuulu lain alaisuuteen ja näin ollen ei anna asiakkaalle turvaa ennakoon perityistä maksuista.

Suomen matkailualan kasvu oli viime vuonna 4 prosenttia. Suurin osa matkailijoista vieraili Lapissa, pääkaupunkiseudulla tai Järvi-Suomessa. Nämä alueet tunnetaan hyvin, mutta muu Suomi on yhä matkailijoille vieras. Näkyvyyden lisäämiseksi alueiden yrittäjien pitää tehdä aktiivisesti yhteistyötä ja varmistaa, että matkailija näkee ja kokee alueen erilaiset palvelut ja siten lisää alueen tuntemusta matkailijoiden kesken. Lakiuudistuksen pelättiin

vähentävän yhteistyötä muiden yrittäjien kanssa, mutta todellisuudessa yhteistyö ei ole vähentynyt vaan yrittäjät kokevat, että sitä tehdään vain järkevämmin. Yritys miettii tarkasti kenen kanssa voivat tehdä yhteistyötä ja kenen palveluja voivat suositella. Yrittäjät tekevät yhteistyötä sellaisten yrittäjien kanssa, joiden työn laatu vastaa omia laatuvaatimuksia. Jokainen yrittäjä tietää, että ilman lakiuudistustakin, palvelun pitää toimia. Asiakas ei tiedä kenen vastuulla on mikäkin palvelu ja hänelle ei ole merkitystä sillä, kuka palvelun todellisuudessa tarjoaa vaan asiakas kokee ne yhtenä kokonaisuutena. Jos esimerkiksi kaksi yrittäjää tekevät yhteistyötä siten, että toinen yritys järjestää yön yli kestävän luontopastuksen ja toinen yritys taukopaikalle ruokailun. Asiakkaalle tämä on kokonaisuus, eikä hän välttämättä tiedä, että tekijöinä on kaksi yritystä. Asiakkaalle on tärkeintä, että hän saa vastinetta rahoilleen ja retki on onnistunut. Lain mukaan tästä yhdistelmästä muodostuisi paketti, jos palvelut ostetaan samanaikaisesti esimerkiksi ostoskorin kautta. Yrittäjän näkökulmasta retki on veloittettava etukäteen, koska muuten riski retken peruuntumisesta viime hetkellä olisi liian suuri. Toisen yrittäjistä pitää voida varata retkelle eräopas ja toisen pitää voida varata retkelle ruoat ja ruoan valmistajat, joka johtaa siihen, että toinen yrittäjistä pitää olla rekisteröitynyt matkanjärjestäjä ja maksaa toiminnalleen vakuudet. Kun tätä ajattelee asiakkaan näkökulmasta, niin riski retken epäonnistumiselle on suurempi kuin riski retken peruuntumiselle sen vuoksi, että yrittäjä kesken kauden ajautuisi konkurssiin. Vaikka lakiuudistus tehtiin kuluttajan suojaksi, ei tässä tapauksessa vakuuksista ole kuluttajalle suojaa. Onnistuneen retken takaa yrittäjien tahto tehdä työnsä hyvin ja toisiinsa luottaen.

Verkkokauppa kuuluu hallitsevana osana matkailualan kehitykseen. Yritys ei enää pärjää alalla ilman verkkokauppaa. Ohjelmapalveluyritysten näkökulmasta verkkokauppa tarjoaa mahdollisuuden saada omat tuotteet näkyviin. Selkeät tuotekuvaukset herättävät asiakkaan kiinnostuksen, edistävät yrityksen palvelujen näkyvyyttä hakukoneissa ja mahdollistavat kaupan toteutumisen. Verkossa tapahtuva ristiinmyynti voisi kuluttajan silmin näyttäytyä yhdistettynä matkanjärjestelmänä, mutta kun lain asettamia vaatimuksia tarkastelee lähemmin, voidaan todeta, että ristiinmyynti ei täytä yhdistelmän syntymiselle vaadittavia osia, koska asiakas tekee aina sopimuksen suoraan sen yrityksen kanssa, joka vastaa palvelun toteutuksesta.

Yrityksen omat varauskanavat on mahdollista saada erilaisille myyntialustoille myyntiin. Tunnetut myyntikanavat kuten Booking.com ja TripAdvisor, joka on Bokunin myyntialusta, dominoivat markkinoita ja moni pienempi yrittäjä kokee, että omat tuotteet on pakko laittaa myyntiin myös isoihin kanaviin, turvatakseen oman elinkeinonsa. Valitettavasti matkailupalvelun toteuttajan oma rooli pienenee myyntikanavien kautta niin tunnettavuudessa kuin myös taloudellisesti, koska kauppiaan hinnan päälle tulee myyntikanavan kate ja jotta

hinnat eivät nousisi kilpailukyvyttömiksi, pitää palvelun tuottajan laskea omaa katettaan. Verkossa tapahtuva myynti on yrittäjälle edellytys, pystyäkseen toimimaan matkailualalla niin kansallisella kuin kansainvälisellä tasolla, mutta se missä ja miten yrittäjä verkossa haluaa olla näkyvissä, tulee yrittäjän miettiä tarkasti.

Ennen lakiuudistuksen voimaantuloa, mediassa keskustelua herätti laajasti korvaus lomautinnon menetyksestä, joka yleisesti käännettiin mielipahakorvaukseksi. Aiheena korvaus lomautinnon menetyksestä oli herkullinen ja on varmasti aktivoinut tietyn asiakasryhmän tekemään herkemmin valituksia palvelun laadusta. Virkamiestasolla tähän lakiuudistukseen ollaan suhtauduttu asianmukaisesti ja on tarkasti määritelty ehdot, jotka pitää täyttyä, ennen kuin matkailijoiden korvausvaatimus voidaan edes käsitellä. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että virheen havaittuaan matkailijan pitää välittömästi kertoa siitä palvelun tarjoajalle ja antaa mahdollisuus virheen korjaamiselle. Ilman tätä vaihetta, asiakas ei voi edes hakea korvausta lomautinnon menetyksestä. Suomessa tätä lakiuudistusta ei niiden yrittäjien tarvitse sen enempää pelätä, jolla toiminta on laadukasta ja yrittäjällä on tahtotila tehdä työnsä hyvin ja pitää asiakkaat tyytyväisinä. Ne yrittäjät, jotka eivät asiakkaistaan välitä ja palvelunlaadulla aiheuttavat asiakkaalle mielipahaa, on syytäkin pelätä lakiuudistusta, ellei halua muuttaa toimintatapaansa tai lopettaa toimintansa kokonaan. Valitettavasti meillä on asiakkaita, jotka pahoittavat mielensä helposti. Yleensä heidänkin kanssa asiat saadaan korjatuksi jo paikan päällä asiasta keskustelemalla ja tarvittaessa virheen hyvittämällä. Paljon suurempi riski yrittäjälle on mielensä pahoittanut asiakas sosiaalisessa mediassa, kuin yksittäiset korvausvaatimukset. Kunhan viranomaiset säilyttävät korvausvaatimukselle asetetut tiukat ehdot ja media jättää herkullisen aiheen taka-alalle, ei tästä lakipykälästä tule Suomessa toimiville yrittäjille taakka.

Opinnäytetyön aiheen valintavaiheessa minulla oli oletuksena, että on paljon yrityksiä, jotka haluaisivat osallistua haastatteluun ja kertoa oman näkemyksensä lakiuudistuksen vaikutuksista. Tutkimusvaiheessa olin yhteydessä 20 pääkaupunkiseudun matkailupalvelun tarjoajaan joko sähköpostitse tai puhelimitse ja näistä yhdeksän osallistuivat haastatteluihin. Asiantuntijahaastatteluun kaikki, joiden osallisuutta toivoin, osallistuivat haastatteluun, mutta yrittäjien osalta osallistuminen oli haasteellisempaa. Voisiko yksi syy, miksi yritykset eivät halunneet osallistua haastatteluun olla se, että ovat itse vielä epävarmoja lakiuudistuksen vaikutusten osalta ja eivät halua ääneen sanoa epävarmuuttaan, vaan odottavat vielä tarkempia ohjeita ja käytännön esimerkkejä, joita voivat peilata omaan toimintaansa, ennen kuin kertovat julkisesti oman kantansa.

Laki matkapalveluyhdistelmistä on vaikuttanut palveluntarjoajien liiketoimintaan sekä negatiivisesti, että myös positiivisesti. Erilaiset tulkinnat ovat luoneet epävarmuuden alan

toimijoiden keskuuteen ja omaa toimintatapaa on lähdetty muuttamaan ilman, että siihen olisi ollut varsinaista tarvetta. Pelko joutua lain ja vakuuden piiriin vaikuttavat palvelun tarjontaan. Alan elinkeinonharjoittajien pitää tarkkaan miettiä miten ja millaisia palveluja toteuttavat sekä kenen kanssa tekevät yhteistyötä. Sen sijaan että elinkeinonharjoittajat ovat rekisteröityneet matkanjärjestäjiksi, he ovat supistaneet palvelujensa tarjontaa ja tuottavat vain yhdenlaista matkapalvelua asiakkaille, eivätkä halua enää samanaikaisesti tarjota erilaisia matkapalveluyhdistelmiä matkailijalle. Matkailupalvelujen myynti tapahtuu suurelta osin verkkokaupan kautta ja elinkeinonharjoittajat myyvät omassa verkkokaupassaan vain omia palvelujaan ja epävarmimmat toimijat eivät halua tarjota omilla sivuillaan edes näkyvyyttä yhteistyökumppaneiden tuotteille. Lakiuudistus puhuttaa alalla kovasti ja elinkeinonharjoittajilla on omat tulkintansa siitä, miten lakia tulisi soveltaa käytännössä. Erilaiset tulkinnat ovat mahdollistaneet lain kierron, joka on aiheuttanut alan toimijoiden keskuudessa eriarvoisuutta ja negatiivista suhtautumista lakiuudistukseen. Lakiuudistuksen myötä alan kehittäminen koetaan haasteelliseksi. Lakiuudistuksen positiivinen vaikutus on, että jokaisen yrittäjän pitää nyt tehdä työtään järkevästi ja laadukkaasti, selviytyäkseen alalla. Sanotaankin, että samalla kun elinkeinonharjoittajien työ vaikeutui, se muuttui alaa myös ammattimaisemmaksi.

7.1 Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset

Opinnäytetyön aiheena uusi laki matkapalveluyhdistelmistä oli ajankohtainen, mutta sen vaikutuksia alan toimijoihin oli vielä kokonaisuutena liian aikaista tutkia. Lakiuudistus on ehtinyt vaikuttaa vasta talvisesonkiin ja Suomen toinen matkailualalle merkittävä kesäsezonki, jäi vielä viime vuonna suurelta osalta lakiuudistuksen ulkopuolelle, koska uudistus koski vain matkapalveluja, jotka ostettiin 1.7.2018 jälkeen. Oikeuskäytänteet tulevat parin vuoden viiveellä, joten niidenkin osalta tutkimus oli liian aikainen. Jaana Ahola tutki opinnäytetyössään yrittäjien valmiuksia uudelle laille koskien matkapalveluyhdistelmiä ja mikä yrittäjää mietitytti ennen lakiuudistusta. Tässä opinnäytetyössä selvitin, miten yritykset ovat käytännön toteutuksessa tulkinneet lakiuudistusta ja huomioinut sen omassa toiminnassaan ja millaisia ohjaustarpeita yrittäjillä yhä on. EU tasolla on suunnitelmissa toteuttaa vuonna 2021 laajempi tutkimus direktiivin vaikutuksista. Ennen EU:n tasolla toteutettavaa tutkimusta, olisi kansallisella tasolla hyvä toteuttaa laajempi tutkimus lakiuudistuksen vaikutuksista pienempien yritysten palvelun tarjontaan, jotta EU:n selvitykseen voidaan tuoda myös alan pienempien palveluntarjoajien ääni kuuluviin. Muutaman vuoden kuluttua on saattanut joku korvausvaatimus edetä oikeuteen asti ja sen myötä saadaa myös oikeudellinen näkökulma siihen, miten tätä lakia tulkitaan.

Jatkotoimenpiteenä tälle tutkimukselle kannustaisin KKV:tä avaamaan alustan, johon yrittäjät saavat anonyymisti esittää kysymyksiään ja kirjata esimerkkejä mieltä askarruttavista asioista. Näihin kysymyksiin ja esimerkkeihin vastaamalla yrittäjät saisivat vahvistuksen omalle toiminnalleen ja lakiuudistuksen vaikutukset näkyviksi. Monen haastateltavan osalta nousi esiin epävarmuus siitä, onko varmasti tulkinnut lakia oikein.

7.2 Tutkimuksen luotettavuus ja eettiset näkökulmat

Tutkimuksissa tavoitteena on jakaa luotettavaa tietoa lukijoille ja sen vuoksi tutkimuksen tulosten tulkintaa pitää pystyä jollain tavoin arvioimaan. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tulosten luotettavuutta tukee mittaustulosten toistettavuus, kun taas kvalitatiivisessa tutkimuksessa on vaikeampaa todentaa tutkimuksen toteutus. Laadullisessa strukturoidutkin kysymykset voidaan ymmärtää eri tavoin ja sen vuoksi tulosten luotettavuutta on vaikeampi arvioida. (Hirsjärvi ym. 2010, 231-232.)

Tulosten tulkinnalla tutkija kertoo lukijoille analyysissä nousseita pääkohtia ja tekemiään johtopäätöksiä. Tulkinnat pitää pystyä perustelemaan, sillä tulkintaan voi haastattelutilanteissa vaikuttaa tutkijan omat ennakkokäsitykset, sekä haastateltavan ilmeet, eleet ja puhetyyli. Suorat haastateltavien lainaukset vahvistavat tulosten luotettavuutta. Laadullisessa tutkimuksessa tulosten luotettavuutta lisää se, kun tutkija kuvailee tarkasti haastateltavat, haastattelun toteutus ja tekee analysointivaiheessa tulosten luokittelun. (Hirsjärvi ym. 2010, 229, 231-233.)

Haastattelutilanteissa nauhoitin jokaisen haastattelun ja jätin tietoisesti muistiinpanojen teon haastattelutilanteessa pois. Haastattelut litteroin kokonaisuutena, jonka jälkeen poistin niistä täytesanat ja keskustelut, jotka eivät koskeneet tutkimusta. Koska yritysasiakkaiden osalta kaikki eivät halunneet tuoda nimeään esiin ja heidän haastatteluissa esiin nousseet asiat olivat samalla linjalla asiantuntijahaastattelujen kanssa, jätin tietoisesti kaikki yritykset anonyymeiksi, koska haastateltavien määrä oli niin pieni. Haastateltavien yritysten edustajien "kipupisteet" oli jo hyvin asiantuntevien viranomaisten tiedossa ja virkamiestasolla on tiedostettu, että yrittäjät ovat joutuneet muuttamaan toimintatapojaan lakiuudistuksen myötä. Tuloksien tulkinnoissa olen pyrkinyt käyttämään asiantuntijahaastateltavien suoria lainauksia.

7.3 Oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyön aiheena uusi laki matkapalveluyhdistelmistä oli mielenkiintoinen, mutta myös haastava. Aiheena laki matkapalveluyhdistelmistä oli hyvin ajankohtainen ja viime kesän medianäkyvyyden perusteella minulla oli oletuksena, että aihe olisi ollut enemmän-

kin esillä lain voimaan tulon jälkeen. Todellisuudessa aihe on ollut hyvin vähän esillä julkisuudessa ja sen vuoksi tutkimuksen eteneminen oli hyvin "lumipalloefektin" kaltaista, eli tietoa kertyi vaiheittain ja hyvin pitkälle alan yrittäjiltä saatujen vihjeiden perusteella. Tietoperustan kirjoittamisessa vuoden 2018 matkailutulokset, jotka julkaistiin vasta huhtikuun alussa, olivat tärkeässä roolissa. Kolmen eri lain tulkitseminen kokonaisuutena oli vaikeaa. Tiedon haku asiasanoilla nosti esiin hyvin erilaisia tulkintoja lakipykälistä ja niiden toteutuksista. Voin hyvin samaistua yrittäjien rooliin siinä, että lain vaikutuksia on ollut vaikeaa tulkita ja sen vaikutukset omaan toimintaan voi olla vaikea tietää varmuudella.

Aineistonkeruumenetelmänä teemahaastattelut ja asiantuntijahaastattelut koin mielekkäiksi menetelmiksi ja muutaman ensimmäisen haastattelun jälkeen, ne sujuivat keskustelun omaisesti ja oli helpompaa pysyä tutkimuksen kannalta oleellisissa aiheissa sekä esittää täydentäviä kysymyksiä. Opinnäytetyöprosessissa tietoperustan kirjoittamisen jaoin pienempiin aihekokonaisuuksiin, koska lakipykälien tulkinta oli vaikeaa ja aikaa vievää ja koska ne oli helpompi hahmottaa pienemmissä osissa. Matkailuelinkeinosta ja matkailijoiden käyttäytymisestä löytyi paljon kirjallista materiaalia. Lakipykälien osalta internetistä löytyi paljon erilaisia tulkintoja, mutta niiden luotettavuuden kyseenalaistin ja koin, että erilaiset tulkinnat myös vaikeuttivat lain ymmärtämistä kokonaisuutena. Asiantuntijahaastatteluissa sen sijaan lain tulkintaa tarkennettiin ja sen vuoksi koin tarpeelliseksi, että hyödynnän haastatteluja tietoperustassa käsitteiden avaamisessa.

Tämän tutkimuksen hyöty omaan työhöni on merkittävä, sillä nyt koen, että omaan jonkin tason asiantuntijuuden lain vaikutuksesta matkailualan toimijoihin ja lisäksi olen oppinut paljon sähköisestä liiketoiminnasta ja sen merkityksestä matkailualalla. Näitä tietoja tarvitsevat myös meidän opiskelijat, tulevaisuuden ammattilaiset.

Lähteet

Ahola, J. 2018. Uusi matkapakettilainsäädäntö, Matkailualan toimijoiden arviot vaikutuksista. Opinnäytetyö. XAMK, Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu.

Blaxter, L., Hughes, C. & Tight, M. 1996. How to research. Open University Press. Buckingham.

Ballantyne, Kerr, Rate & Moutinho 2017. Exploring tourist transformation. Teoksessa Dixit, S. The Routledge Handbook of Consumer Behavior in Hospitality and Tourism. Routledge, an imprint of the Taylor & Francis Group, an Informa Business.

Business Finland 2019. Luettavissa:

<https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2019/visit-finland/suomen-matkailuvienti-kasvoi-miljardilla-eurolla-vuodessa/> Luettu: 12.3.2019

Eskola, J. & Vastamäki, J. 2015. Teemahaastattelu: opit ja opetukset. Teoksessa Valli, R. & Aaltola, J. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1, Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. PS-kustannus. Jyväskylä.

Euroopan Unioni 2015. Euroopan unionin virallinen lehti. Luettavissa: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:32015L2302> Luettu: 29.3.2019

Finlex 2017. HE 105/2017vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi matkapalveluyhdistelmistä ja kuluttajansuojalain muuttamisesta. Luettavissa:

https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/HallituksenEsitys/Documents/HE_105+2017.pdf
Luettu: 14.3.2019

Finlex 2017a. HE 120/2017. Luettavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2017/20170120> Luettu: 22.3.2019

Finlex 2017b. 921/2017 Laki matkapalveluyhdistelmien tarjoajista. Luettavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2017/20170921> Luettu: 13.3.2019

Finlex 2017c. 901/2017 Laki matkapalveluyhdistelmistä. Luettavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2017/20170901/> Luettu: 2.7.2018

Finlex 2017d. 922/2017 Laki matkapalveluyhdistelmien tarjoajan valvonta- ja maksukyvyttömyyssuojamaksusta. Luettavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2017/20170922> Luettu: 13.3.2019

Haaga-Helia 2017. Ristiinmyynti-turisti. Luettavissa: <https://mslhaagahelia.wordpress.com/2017/12/03/ristiinmyyty-turisti/> Luettu: 15.4.2019

Helsingin kaupunki 2018. Matkailuelinkeino. Luettavissa: <https://www.hel.fi/yritystenhelsinki/fi/matkailuelinkeino/> Luettu: 22.3.2019

Helsinki Marketing 2019. Myhelsinki. Luettavissa: <https://www.myhelsinki.fi/fi/helsinki-marketing> Luettu: 22.4.2019

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu, Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino. Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Tammi. Helsinki.

Horner, S. & Swarbrooke, J. 2016. Consumer behavior in tourism. Routledge, an imprint of the Taylor & Francis Group, an Informa Business.

Hyvärinen, M. ym. 2017. Tutkimushaastattelun käsikirja. Vastapaino. Tampere.

Hänninen, S. Johku. Asiantuntijahaastattelu 10.4.2019.

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

KKV 2018. Uusi matkapakettilaki 2018. Luettavissa: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/ohjeet-matkapalveluyhdistelmien-tarjoajille/uusi-matkapakettilaki-2018/> Luettu: 11.3.2019

KKV 2018a. Matkanjärjestäjä, joka toimii ilman vakuutta. Luettavissa: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/ohjeet-matkapalveluyhdistelmien-tarjoajille/raportointi/matkanjarjestaja-joka-toimii-ilman-vakuutta/> Luettu: 13.3.2019

KKV 2018b. Vakuus. Luettavissa: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/ohjeet-matkapalveluyhdistelmien-tarjoajille/matkapalveluyhdistelmien-tarjoajan-vakuus/> Luettu: 13.3.2019

KKV 2018c. Valvontamaksut. Luettavissa: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/ohjeet-matkapalveluyhdistelmien-tarjoajille/valvontamaksut/> Luettu: 13.3.2019

KKV 2018d. Mikä on matkapaketti? Luettavissa: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/matkustaminen-ja-liikenne/matkapaketit/mika-on-matkapaketti/> Luettu 13.3.2019

KKV 2018e. Matkapalveluyhdistelmien tarjoajien vakuusrekisteri. Luettavissa: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/vakuusrekisteri/> Luettu: 22.4.2019

KKV 2018f. Kysymyksiä ja vastauksia matkanjärjestäjien vakuusmaksuista ja 1.7.2018 tapahtuvista lainmuutoksista. Luettavissa: <https://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/tietoa-ja-ohjeita/matkustaminen-ja-tietoa-matkanjarjestajille/matkustaminen-ja-liikenne/valmismatka/kysymyksia-ja-vastauksia-matkanjarjestajien-vakuusmaksuista.pdf> Luettu: 24.4.2019

Lahden seutu – Lahti Region Oy 2019. Visit Lahti. Luettavissa: <https://visitlahti.fi/yhteystiedot> Luettu: 22.4.2019

Laurio, 2018. Verkkokauppa Suomessa 2018. Luettavissa: https://www.paytrail.com/hubfs/Paytrail_Verkkokauppa_Suomessa_2018.pdf Luettu: 29.3.2019.

Lee, K. 2017. Conceptual foundation of consumer behavior. Teoksessa Dixit, S. The Routledge Handbook of Consumer Behavior in Hospitality and Tourism. Routledge, an imprint of the Taylor & Francis Group, an Informa Business.

Liikenne- ja viestintäministeriö 2018. Liikennepalvelulain muutos matkailualan asiakaskuljetusten osalta vahvistettiin. Luettavissa: https://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/liikennepalvelulain-muutos-matkailualan-asiakaskuljetusten-osalta-vahvistettiin Luettu: 31.3.2019

MaRa 2019. Luettavissa: <https://mara.fi/matkailuviennissa-on-kotimaisuus-kohdallaan>
Luettu: 12.3.2019

MaRa 2019a. Luettavissa: <https://mara.fi/mara> Luettu: 19.3.2019

Marjakangas-Honkanen 2016. Matkailun verkkokauppa. Luettavissa:
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2016120819526> Luettu: 21.3.2019

Matkatieto 2018. Luettavissa: <http://www.matkatieto.fi/loader.aspx?id=cc8e4663-a2d1-4a9d-a2a7-f70bbb5da959/> Luettu 1.7.2018

Matkailun vartti 2019. Matkailun vartti #001. Katsottavissa:
<https://www.youtube.com/watch?v=S8WQLoQotLM> Katsottu: 26.2.2019

Mondo 2018. Tiesitkö tämän? Uusi laki tuo lisäturvaa matkoillesi, mutta sinun on itse huolehdittava oikeuksistasi. Luettavissa: <https://www.apu.fi/artikkelit/tiesitko-taman-uusi-laki-tuo-lisaturvaa-matkoillesi-mutta-sinun-on-itse-huolehdittava-oikeuksistasi> Luettu: 11.3.2019

Moritz, S. 2005. Service Design – A practical access to an evolving field. International School of Design. Köln.

Oikeusministeriö 2018. Oikeusministeriön säädöskokoelma, asetus 181/2018. Luettavissa: [file:///C:/Users/kiisanu/Downloads/sk20180181%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/kiisanu/Downloads/sk20180181%20(3).pdf) Luettu: 22.4.2019

Oxbridge Academy 2015. Top 5 customer complaints in the tourism & hospitality industry – and how to handle them. Luettavissa: <https://www.oxbridgeacademy.edu.za/blog/top-5-customer-complaints-tourism-hospitality-industry-handle/> Luettu 18.3.2019

PayTrail 2015. Matkailutuotteet ovat ostetuimpia tuotteita verkkokaupasta. <https://www.paytrail.com/blog/matkailutuotteet-ovat-ostetuimpia-tuotteita-verkkokaupasta>
Luettu: 22.3.2019

Rantapallo 2013. Lähes yhdeksän kymmenestä suomalaisesta varaa matkansa verkossa. Luettavissa: <https://www.rantapallo.fi/matkailu/lahes-yhdeksan-kymmenesta-suomalaisesta-varaa-matkansa-verkossa/> Luettu: 29.3.2019

SMAL 2018. Yleiset matkapakettiehdot. Luettavissa:

<http://smal.fi/loader.aspx?id=2f5baaca-afb3-4ceb-9253-ffa54bb693f3> Luettu: 14.3.2019

SMAL 2019. Asiantuntijahaastattelu 10.4.2019. Toimitusjohtaja Heli Mäki-Fränti ja Apulaisjohtaja, juristi Päivi Laatikainen-Matsson.

TEM toimialapalvelut 2019. Toimialaraaportit, matkailu. Luettavissa:

http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraaportti.pdf Luettu: 12.3.2019

Tiekartta 2015. Yhdessä enemmän - kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Luettavissa:

https://tem.fi/documents/1410877/2735818/Tiivistelm%C3%A4+matkailun_tiekartasta_2015_2025_TEM.pdf/2eef2ace-db82-4f62-b342-b9a4f8148dc2/Tiivistelm%C3%A4+matkailun_tiekartasta_2015_2025_TEM.pdf.pdf

Luettu: 12.3.2019

Tieke 2019. Myynninedistäminen. Luettavissa:

<https://oma.tieke.fi/pages/viewpage.action?pageId=37519601> Luettu: 20.4.2019

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.

Valli, R. 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. PS-Kustannus. Jyväskylä.

Valtioneuvosto 2016. Matkailun ohjelmapalvelut. Luettavissa:

http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79842/Matkailun_ohjelmapalvelut_2016.pdf Luettu: 29.3.2019

Vihonen, T. 2019. Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Asiantuntijahaastattelu 5.4.2019.

Visit Finland 2019. Matkailu vientialana infograafi 2017. Luettavissa:

<https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/matkailu-vientialana-infograafi-2017.pdf> Luettu: 11.3.2019

Visit Finland 2019a. Visit Finland matkailijatutkimus, 2018. Luettavissa:

<https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/travel/studies/visit-finland-matkailijatutkimus-2018.pdf> Luettu: 13.4.2019

Yle 2018. Ylen aamu-tv. Katsottavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10093527> Katsottu:
22.3.2019

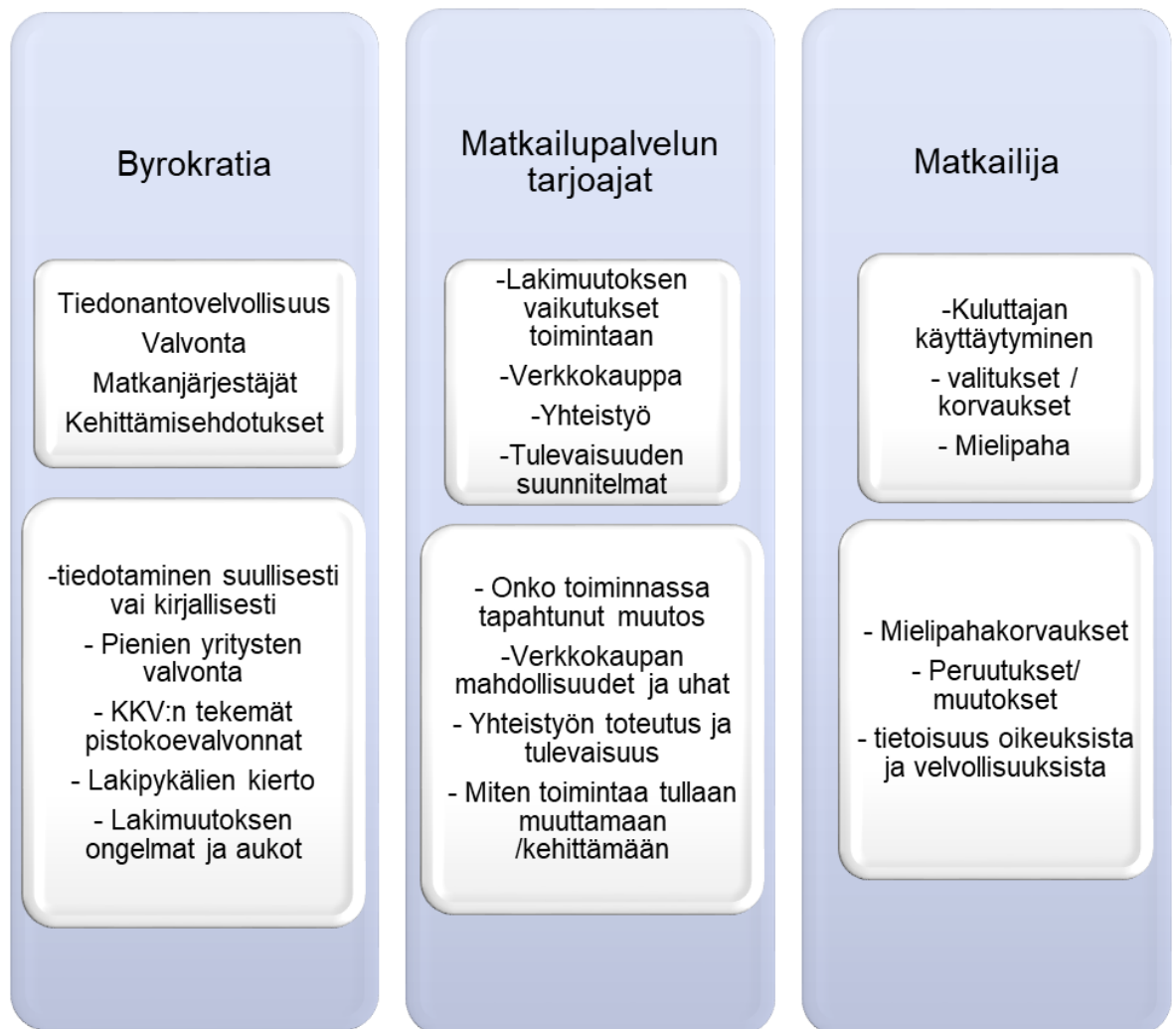
Yle 2018a. Matkailuala säikähti uuden liikennelain vaatimuksia – ministeri Berner ehdottaa
lievennyksiä. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10261205> Luettu: 31.3.2019

Liitteet

Liite 1. Taulukko matkapakettien ja yhdistettyjen matkajärjestelyjen osalta

Matkapaketti	Ei matkapaketti tai yhdistetty matkajärjestely	Yhdistetty matkajärjestely
vähintään kaksi erilaista matkapalvelua yhdistetään yhdeksi paketiksi yhden matkanjärjestäjän toimesta ja matka on kestoltaan yli 24 tuntia tai sisältää majoituksen ja toinen palvelu on arvoltaan merkittävä osa (25%) yhdistelmän arvosta.	Yksi tai useampi erilainen matkapalvelu yhdistettynä, mutta matka on kestoltaan alle 24 tuntia ja ei sisällä majoitusta ja ei ole merkittävä osa (25%) yhdistelmän arvosta.	Kaksi erityyppistä matkapalvelua, joista asiakas tekee erilliset sopimukset, mutta elinkeinoharjoittaja ohjaa palvelujen hankinnassa
Kaksi palvelua, vaikkakin erilliset sopimukset palveluntarjoajien kanssa, mutta ostetaan yhdestä myyntipisteestä	Matkapalvelut ostetaan liikematkustamista koskevan sopimuksen perusteella	Kahden erityyppisen palvelun erillinen valinta ja maksaminen, mutta saman yhteydenoton aikana
Palvelut markkinoidaan ja niistä veloitetaan yhteis- tai kokonaishinta	Lisämatkapalvelut valitaan vasta sen jälkeen kun toisen palvelun suorittaminen on jo alkanut	Täydentävän matkapalvelun ostaminen 24 tunnin sisällä ensimmäisen palvelun vahvistuksesta
Markkinoidaan matkapakettina		
Palveluyhdistelmä, jossa toisena on esim. lahjakortti, eli palvelu valitaan myöhemmin		
Ns. click-through-paketit, joilla on kytketty verkkovarausmenetelmä, jossa nimi, maksutiedot ym. siirtyy kauppiaalta A kauppiaille B		
Vastuu	Vastuu	Vastuu
Rekisteröitynyt matkanjärjestäjä ja velvollinen asettamaan vakuudet	Jokainen palveluntarjoaja vastaa oman palvelun laadusta sekä yrityksen toiminnasta	Jokainen palveluntarjoaja vastaa oman palvelun laadusta sekä yrityksen toiminnasta.

Liite 2. Haastattelun kysymykset asiantuntijoille



Byrokratia

1. Miten tiedonantovelvollisuus on toteutunut käytännössä?
2. Miten alalla toimivia pieniä yrityksiä valvotaan?
3. Byrokratian pelättiin lakimuutoksen myötä lisääntyvän, miten käytännössä ollaan edetty?
4. KKV lupasi vuoden 2018 lopussa ja vuoden 2019 alussa toteuttaa pistokoemaisesti tarkastuksia yrityksiin, jotka eivät ole maksaneet vakuutta, mutta joiden toiminnan perusteella ehkä pitäisi maksaa vakuudet? Toteutuiko valvonta ja millaisin tuloksien?
5. Miten yritykset pyrkivät kiertämään toiminnallaan lakipykälää vai pyritäänkö?
6. Alan toimijat pyysivät viime vuonna selkeitä toimintaohjeita ja esimerkkejä lain noudattamiselle, tehtiinkö tällaiset ohjeet?
7. Kuinka paljon rekisteröityneiden matkanjärjestäjien määrä on kasvanut laki uudistuksen jälkeen?

8. Uudistunut lakimuutos koettiin ennakkoon vaikeaksi, millaisia muutoksia vielä tarvitaan?

Matkailupalvelujen tarjoajat

1. Miten lakimuutos on vaikuttanut matkailupalvelujen tuottajien arkeen käytännössä?
2. Onko ennakkomaksujen osuus pienentynyt?
3. Onko uusi taksilaki vaikuttanut oman kuljetusten toteutukseen ja sitä kautta varauksien maksuun?
4. Miten lakimuutos on vaikuttanut alalla yhteistyöhön muiden toimijoiden kanssa?
5. Tulevaisuuden matkailun trendi on individuaali matkailu ja näkyvyyden lisäämiseksi matkailupalvelujen myynti ja markkinointia tulisi lisätä verkossa? Onko verkko-kauppa uhka vai mahdollisuus tämän lakimuutoksen myötä?
6. Kun asiakas ostaa palvelut verkosta ja muodostuu yhdistelmä matkapalveluista, miten käytännössä ilmoitus yhdistelmän muodostumisesta toteutuu?
7. Millaisia neuvoja antaisitte alan toimijoille tulevaisuutta ajatellen?

Kuluttaja

1. Miten kuluttajien käyttäytyminen on muuttunut lakimuutoksen myötä?
2. Onko korvausvaatimuksia mielipahan menetyksestä tehty? Millaisia?
3. Kuinka hyvin kuluttaja on perehtynyt omiin oikeuksiin ja velvollisuuksiin?
4. Miten lakimuutos koetaan käytännössä kuluttajan näkökulmasta?

Liite 3. Haastattelun kysymykset matkailupalvelujen tuottajille



Matkanjärjestäjä

1. Oletteko rekisteröitynyt matkanjärjestäjä ja maksanut vakuudet?

Ei -

- Oletteko joutunut muuttamaan omaa toimintaanne laki muutoksen vuoksi?
- Oletteko ajatelleet rekisteröityä matkanjärjestäjäksi?
- Miten toivoisitte, että lakimuutosta vielä kehitettäisiin?

Kyllä

- Miten lakimuutoksen myötä byrokratia on muuttunut?
- Miten KKV ja aluehallintovirasto valvoo alan toimijoita?
- Miten koette valvonnan?
- Lakimuutosten pelättiin lisäävän harmaan talouden kasvua, miten tämä on mahdollista?
- Miten toivoisitte, että lakimuutosta vielä kehitettäisiin?

Alan toiminta

1. Millaisia palveluja tarjoatte asiakkaalle?
2. Kuinka paljon teillä on henkilökuntaa?
3. Millaisia ennakkomaksuja peritte asiakkailta? Sisältyykö palveluihin kuljetuksia?
4. Tiedotevelvollisuus matkanjärjestäjälle on kasvanut, miten te annatte ennakotiedot asiakkaalle suullisesti vai kirjallisesti?
5. Miten alalla yhteistyö on nyt muuttunut?
6. Toteutuuko ilmoitusvelvollisuus siinä tapauksessa, että yhdistelmä syntyy?
7. Tulevaisuuden matkailun trendi on individuaali matkailu ja näkyvyyden lisäämiseksi matkailupalvelujen myynti ja markkinointia tulisi lisätä verkossa? Onko verkko-kauppa uhka vai mahdollisuus tämän lakimuutoksen myötä?
8. Onko teillä käytössä verkkokauppa ja toimiiko sen yhdessä muiden palveluntarjoajien kanssa?
9. Miten näette matkailun kehityksen tulevaisuudessa? Miten elinkeinonharjoittajien tulee kehittyä pärjätäkseen alalla.
10. Koetteko lakimuutoksen hyvänä vai huonona, miksi?

Asiakas

1. Kuinka hyvin asiakas on tietoinen lakimuutoksesta ja sen tuomista oikeuksista ja velvollisuuksista?
2. Miten tämä näkyy käytännössä?
3. Miten lakimuutoksen myötä peruutusten tai muutosten määrä on muuttunut?
4. Miten uusi korvaus mielipahan menetyksestä on näkynyt käytännössä?
5. Miten te miellätte tämän korvauksen mielipahan menetyksestä, millaisessa tapauksessa matkailija voisi hakea korvausta?