

**Marianne Kaltiokumpu**

**JÄLLEENMYYNTISOPIMUS KANSAINVÄLISESSÄ KAUPASSA EUROOPAN UNIONIN SISÄLLÄ**

**Opinnäytetyö**

**KESKI-POHJANMAAN AMMATTIKORKEAKOULU**

**Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma**

**Marraskuu 2010**

## TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

<b>Yksikkö</b> Pietarsaaren yksikkö	<b>Aika</b> marraskuu 2010	<b>Tekijä/tekijät</b> Marianne Kaltiokumpu
<b>Koulutusohjelma</b> Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma		
<b>Työn nimi</b> JÄLLEENMYYNTISOPIMUS KANSAINVÄLISESSÄ KAUPASSA EUROOPAN UNIONIN SISÄLLÄ		
<b>Työn ohjaaja</b> Pia-Lena Leskinen	<b>Sivumäärä</b> 73 + 1	
<b>Työelämäohjaaja</b> Jari Sundqvist		
<p>Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana oli jälleenmyyntiyritys LHA-Import Espoosta. Yritys maahantuo sisustus- ja lahjatavaraa sekä kattaustarvikkeita Ranskasta, Ruotsista, Italiasta ja Portugalista. LHA-Import jälleenmyy tuotteet edelleen Suomessa. Jälleenmyyntitoiminta yrityksessä aloitettiin vuonna 2003.</p> <p>Opinnäytetyön aiheena oli jälleenmyyntisopimus kansainvälisessä kaupassa Euroopan Unionin sisällä. Tavoitteena oli lisätä tietoisuutta jälleenmyyntisopimuksen sopimuskohtien yksityiskohtaisen määrittelyn tärkeydestä. Lisäksi tavoitteena oli tuoda keskitetysti esille seikat, joilla on olennaista merkitystä jälleenmyyntisopimuksia tehtäessä. Päämääränä oli luoda sellainen työ, jota pienet ja keskisuuret yritykset voivat ongelmitta käyttää tietolähteenä sopimusten tekemisessä aloittaessaan tai harjoittaessaan jälleenmyyntiä. Edelleen tavoitteena oli teoriapohjaa ja tutkimusosuutta hyödyntäen luoda toimeksiantoyritykselle sopimusmalli jälleenmyyntiin. Yrityksellä ei ollut olemassa valmista sopimusmallia kauppasopimusten tekemiseen vaan kaikki sovittiin suullisesti tai sähköpostitse. Sopimuksia ei erikseen allekirjoitettu.</p> <p>Opinnäytetyön empiirinen osuus tehtiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää käyttäen. Puolistrukturoitua teemahaastattelua apuna käyttäen haastateltiin kuutta suomalaista jälleenmyyntiyrityksen edustajaa. Haastattelun avulla tutkittiin, mistä seikoista kyseiset yritykset sopivat päämiestensä kanssa harjoittaessaan jälleenmyyntiä, sekä miten sopimukset allekirjoitettiin ja dokumentoitiin. Lisäksi selvitettiin, mitkä haastateltavien mielestä olivat tärkeitä sopimuskohtia tällaisessa kaupankäynnissä ja miksi juuri ne seikat olivat olennaisia. Haastattelut toteutettiin keväällä 2010.</p> <p>Tulokset toivat esille seikat, joita jälleenmyyntisopimusta tehtäessä oli otettava huomioon. Jälleenmyyntiyritysten välillä sopimusten sisällöissä oli suuria eroja ja sisältö vaihteli pelkästään saman yrityksen eri päämiesten välillä. Sopimusten raamit ilmenivät kaikilla kuitenkin poikkeuksetta. Jälleenmyyntisopimuksen lakiasioista yritysten oli hankala päästä päämiehen kanssa yhteisymmärrykseen. Lisäksi joidenkin sopimuskohtien esille ottaminen sopimuksessa riippui siitä, minkälaista tavaraa yritys jälleenmyi.</p>		
<b>Asiasanat</b> jälleenmyynti, kansainvälinen kauppa, kauppalaki, kauppasopimukset, maahantuojat, sopimusoikeus, tuonti, ulkomaankauppa		

ABSTRACT

<b>CENTRAL OSTROBOTHNIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</b> Pietarsaari unit	<b>Date</b> November 2010	<b>Author</b> Marianne Kaltiokumpu
<b>Degree programme</b> Degree programme in Business Administration		
<b>Name of thesis</b> INTERNATIONAL DISTRIBUTORSHIP CONTRACT WITHIN THE EUROPEAN UNION		
<b>Instructor</b> Pia-Lena Leskinen	<b>Pages</b> 73 + 1	
<b>Supervisor</b> Jari Sundqvist		
<p>This thesis was commissioned by a distribution company called LHA-Import from Espoo, Finland. The company imports for example giftware goods from France, Sweden, Italy and Portugal and distributes them to retailers in Finland. The company started the distributing activity in 2003.</p> <p>The subject of this thesis was distributorship contract in international business within the European Union. The objective was to increase awareness in importance of defining stipulations and to bring out the relevant factors in distributorship contracts. The goal was to create the kind of thesis, which small and medium sized companies could easily use as a source of information when starting and practicing distributing. Another objective was to create a template of a distributorship contract for the company who commissioned this thesis. The company did not have a template for making international trading contracts and made all their contracts by e-mail or by oral agreement. The contracts were never signed.</p> <p>A qualitative survey method was used in making this thesis. Six representatives of different distribution companies were interviewed using a semi-structured interview. The interviewees' opinions on what they thought were the relevant matters in distributorship contracts in these companies were examined with the help of the interviews. The interviews were conducted in spring 2010</p> <p>The matters that had to be considered when making distributorship contracts were discovered in the results. There were big differences in distributorship contracts between the companies that participated in the survey and even between contracts with different suppliers within the same company. It turned out that the legal issues in the contracts were the hardest ones for all the companies taking part in the survey. Sometimes the goods that the company imported influenced the main points of the contract.</p>		
<b>Key words</b> business agreement, commercial law, contract law, distribution, foreign trade, import, importer, international trade		

**TIIVISTELMÄ  
ABSTRACT  
SISÄLLYS**

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>1</b>
<b>2 KAUPPATAVAT JA LAINSÄÄDÄNTÖ JÄLLEENMYYNTISOPIMUKSISSA</b>	<b>4</b>
2.1 Kauppatavat	4
2.2 Kansainvälinen kauppalaki	5
2.3 Kansallinen kauppalaki	7
2.4 Oikeuslähteiden soveltaminen	8
<b>3 SOPIMUKSEN TEKEMINEN</b>	<b>11</b>
3.1 Sopimuksen syntyminen	11
3.2 Sopimuksen pätemättömyys	14
3.3 Sopimuksen sovittelu	18
3.4 Sopimuksen syntyminen Ruotsin sekä Ranskan lain mukaan	19
<b>4 JÄLLEENMYYNTISOPIMUKSEN SISÄLTÖ</b>	<b>22</b>
4.1 Keskeiset käsitteet ja sopimustyyppit	22
4.2 Keskeisten sopimuskohtien määrittely	25
4.3 Oikeudet ja velvollisuudet	26
4.4 Toimitusehdot, voimassaoloaika sekä sopimuksen päättymisen	29
4.5 Sovellettava laki sekä riitojen ratkaisu	31
<b>5 LHA-IMPORT</b>	<b>34</b>
<b>6 LAADULLINEN TUTKIMUS</b>	<b>37</b>
6.1 Erityispiirteet ja puolistrukturoitu haastattelu	37
6.2 Tutkimuksen arviointi ja tulosten analysointi	40
6.3 Haastateltavien esittely	41
<b>7 TUTKIMUSTULOKSET</b>	<b>43</b>
7.1 Sopimusten dokumentointitapa ja jälleenmyyntisopimukset yrityksissä	43
7.2 Sopimuksen pääasiallinen sisältö	49
7.3 Tavarantoimitus sekä salassapitovelvollisuus sopimuksessa	55
7.4 Sopimuksen voimassaoloaika sekä sovellettava laki ja sopimusrikkomus	57
7.5 Jälleenmyyntisopimusmalli	63
<b>8 POHDINTA</b>	<b>68</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>72</b>
<b>LIITTEET</b>	
<b>KUVIOT</b>	
KUVIO 1. Kansainvälisen kauppalaian sopimusvaltiot	6
KUVIO 2. Oikeuslähteiden soveltamisjärjestys kauppasopimuksissa	9
KUVIO 3. Sopimuksen syntyminen	12
KUVIO 4. Maahantuonti	23
KUVIO 5. Maahantuontisopimukset	24

KUVIO 6. Jälleenmyynti	24
KUVIO 7. LHA-Import Forma-messuilla 2009	36
KUVIO 8. Pääasialliset sopimistavat yrityksissä	44
KUVIO 9. Suullisen sopimuksen hyvät ja huonot puolet	45
KUVIO 10. Kirjallisen sopimuksen hyvät ja huonot puolet	46
KUVIO 11. Sopimuksen sisältö, yritys 1	50
KUVIO 12. Sopimuksen sisältö, yritys 2	51
KUVIO 13. Sopimuksen sisältö, yritys 3	52
KUVIO 14. Sopimuksen sisältö, yritys 4	53
KUVIO 15. Sopimuksen sisältö, yritys 5	54
KUVIO 16. Sopimuksen sisältö, yritys 6	54
KUVIO 17. Irtisanomisajat yrityksissä	59

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheena on jälleenmyyntisopimus kansainvälisessä kaupassa Euroopan unionin sisällä. Valitsin aiheekseni maahantuonnissa käytettävän jälleenmyyntisopimuksen, koska olen kiinnostunut sekä sopimusoikeudesta että maahantuonnista. Lisäksi useat pienet yritykset voivat kohdata vaikeuksia miettiessään miten laatia sisällöltään kattava jälleenmyyntisopimus. Tutkimusongelmana on mikä on jälleenmyyntisopimuksen sisältö kansainvälisessä kaupassa Euroopan unionin sisällä. Tarkentavana kysymyksenä on mitä asioita jälleenmyyntisopimuksessa tulisi olla kirjattuna, jotta se palvelisi hyvin suomalaista jälleenmyyjää ja sopimuksen toista osapuolta, päämiestä. Opinnäytetyöni voi toimia apuna monille pienille ja keskisuurille yrityksille heidän pohtiessaan jälleenmyyntisopimuksessa oleellisia sopimuskohtia.

Opinnäytetyössäni teen jälleenmyyntisopimusmallin toimeksiantajalleni LHA-Importille. LHA-Import on jälleenmyyntiyritys, joka maahantuo sisustus- ja lahjatavaraa sekä kattaus- tarvikkeita. Yrityksellä on yhteensä kuusi päämiestä Euroopassa. Päämiehet tulevat Ranskasta, Ruotsista, Italiasta ja Portugalista. Yrityksellä ei ole olemassa valmista sopimusmallia kauppasopimusten tekemiseen, vaan kaikki sovitaan suullisesti tai sähköpostitse. Sopimuksia ei erikseen allekirjoiteta. Kirjallisen sopimuksen puuttuessa useita tärkeitä seikkoja jää myös kokonaan sopimatta. Yrityksen toiminta on laajentunut huomattavasti lyhyessä ajassa ja tällaiselle sopimusmallille on suuri tarve. Sopimusmallista olisi jatkossa hyötyä myös muille pienemmille yrityksille, joilla ei ole käytössään tällaisia malleja. Joiltain yrityksiltä voi mahdollisesti puuttua myös tietotaito sellaisten mallien tekemiseen.

Käyn opinnäytetyössäni läpi maahantuontisopimustyypit ja niihin liittyvät keskeiset käsitteet. Lisäksi selvitän kansainvälisiin kauppasopimuksiin sovellettavaa lainsäädäntöä sekä kauppasopimuksiin niin monesti vaikuttavia kauppatapoja. Tuon edelleen esiin seikat, jotka vaikuttavat sopimuksen syntymiseen sekä käsittelen sitä, milloin sopimus on mahdollisesti pätemätön. Lisäksi kirjoitan sopimuksen sovittelusta ja erikseen sopimuksen syntymisestä Ruotsin sekä Ranskan lain mukaan. Nämä maat on valittu tähän siksi, että opinnäytetyön toimeksiantoyrityksellä on kauppaa näiden maiden kanssa. Lisäksi sopimuksen syntymisen näiden maiden lainsäädännön mukaan poikkeaa siitä, mikä yleisesti on käytäntönä muissa Euroopan unionin maissa.

Jälleenmyyntisopimuksen keskeisen sisällön luonnehdin omana kappaleenaan. Siinä kerron seikkaperäisesti, mistä asioista jälleenmyyntisopimuksessa on lähdeaineiston perusteella olennaista sopia ja miksi. Lisäksi osoitan, miksi on tärkeää tehdä yksityiskohtaisesti määritelty kauppasopimus. Näkökulmana opinnäytetyössäni on nimenomaan suomalaisen jälleenmyyntiyrityksen kannalta tärkeät seikat jälleenmyyntisopimusten tekemisessä. Lopuksi esitän opinnäytetyöni tutkimustulokset sekä omaa pohdintaa.

Opinnäytetyössäni en käsittele Euroopan unionin ulkopuolelle tapahtuvaa kaupankäyntiä enkä minkäänlaista rahaliikennettä tai rahoitukseen muuten kuuluvia asioita. Myös kuljetustavat ja logistiikka ovat poissuljettuja aihealueita, lukuun ottamatta toimitusehtolausekkeitä, jotka olennaisesti liittyvät jälleenmyyntisopimuksen yksityiskohtaiseen kirjoittamiseen. Keskityn työssäni sopimuksen kirjoittamiseen liittyviin asioihin sekä lainsäädäntöön niiden ympärillä. Olen myös rajannut aiheen ulkopuolelle muut maahantuontisopimukset kuin jälleenmyyntisopimukset. Käsitelen muita maahantuontisopimuksia vain niiltä osin kuin se on tarpeellista tehdessä eroa niiden ja jälleenmyyntisopimusten välillä. Tämä valinta johtuu niin ikään toimeksiantoyritykseni toimialasta.

Opinnäytetyöni tavoitteena on lisätä tietoisuutta sopimuskohtien yksityiskohtaisen määrittelyn tärkeydestä. Lisäksi tavoitteena on tuoda keskitetysti esille seikat, joilla on olennaista merkitystä tällaisten sopimusten kirjoittamisessa. Päämääränä on luoda sellainen työ, jota pienet ja keskisuuret jälleenmyyntiyritykset voivat ongelmitta käyttää tietolähteenä sopimusten tekemisessä, aloittaessaan tai harjoittaessaan jälleenmyyntiä.

Opinnäytetyöni tutkimusmenetelmänä käytin kvalitatiivista haastattelututkimusta. Puoli-strukturoidun teemahaastattelun avulla haastattelin kuutta eri jälleenmyyntiyrityksen edustajaa. Tarkoituksena oli selvittää, mistä seikoista kyseiset yritykset sopivat päämiestensä kanssa harjoittaessaan jälleenmyyntiä, sekä miten sopimukset allekirjoitetaan tai dokumentoidaan. Lisäksi tiedustelin, mitkä heidän mielestään ovat tärkeitä sopimuskohtia tällaisessa kaupankäynnissä ja miksi juuri ne seikat ovat olennaisia. Valitsin kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän ja teemahaastattelututkimuksen luonnollisena vaihtoehtona tukemaan teoriapohjaa ja auttamaan sopimusmallin laatimisessa toimeksiantoyritykselleni. Teemahaastatteluissa vastaajille annettiin mahdollisuus vastata laajemmin kuin mitä esitetty kysymys alun alkaen vaati. Teemahaastattelun avulla oli mahdollista myös hyödyntää haastateltavien henkilökohtaisia kokemuksia sekä mielipiteitä jälleenmyyntisopimuksen sisällöstä.

Tulosten lopussa, viimeisenä ennen pohdintaa, on esiteltyä toimeksiantoyritykselle laatimani jälleenmyyntisopimusmalli. Kyseinen malli on tehty hyödyntäen tämän opinnäytetyön teoriapohjaa sekä kvalitatiivisen teemahaastattelun tutkimustuloksia. Lisäksi sopimus on laadittu soveltuvaksi toimeksiantoyrityksen jälleenmyyntiin heidän ja heidän päämiehensä välisiin sopimuksiin. Sopimuksessa on siis esiteltyä asiat, jotka toimeksiantoyrityksen kannalta ovat olennaisia, tehtäessä jälleenmyyntisopimuksia Euroopan unioniin kuuluvien maiden kanssa.

Olen suunnitellut ja toteuttanut opinnäytetyöhöni kuvioita selventämään monimutkaista oikeustekstiä. Kuvioita löytyy sekä teoriaosuudesta että kappaleesta, jossa ilmennän tuloksia. Teoriaosuuden kuvioista muutama on lähdemateriaalin perusteella hahmoteltuja. Suurimman osan kuvioista olen kuitenkin itse suunnitellut ja toteuttanut kirjoittamani tekstin perusteella, käyttämättä kenenkään toisen laatimia kuvioita lähdemateriaalina. Niin ikään olen itse henkilökohtaisesti ottanut kappaleesta viisi löytyvän kuvan toimeksiantoyrityksen messuosastosta. Kuvioiden, joihin on käytetty lähdemateriaalia, lähdeviittaus löytyy kuvion alta. Mikäli lähdeviittausta ei ole, kuvio on omaa käsialaani.



## 2 KAUPPATAVAT JA LAINSÄÄDÄNTÖ JÄLLEENMYYNTISOPIMUKSISSA

Kansainvälisiä jälleenmyyntisopimuksia tehtäessä yhtenä ongelmakohtana on se, mitä lakia sopimukseen sovelletaan. Jälleenmyyntisopimuksen osapuolet voivat sopia sovellettavasta laista etukäteen muiden sopimuskohtien kirjaamisen yhteydessä. Jos lakia ei ole sovittu, määrittyy se oikeuslähteiden perusteella. Oikeuslähteitä puolestaan sovelletaan tietyssä järjestyksessä. (Honkanen, Kivelä, Nordell & Pirinen 2009, 126–127; Paajanen & Saarinen 1997, 99–100.)

Suomessa on voimassa Haagin konventioon perustuva 1964 voimaan tullut laki kansainvälisluontoisiin irtainten esineiden kauppaan sovellettavasta laista. Kansainvälisesti voimassa on niin sanottu Wienin Konventio, Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISC). Wienin konvention tavoitteena on ollut eri maiden kaupankäyntiä koskevien lakien yhtenäistäminen. (Paajanen & Saarinen 1997, 99–100.)

Ennen lainsäädännön kehittymistä kauppatavat määrittivät kaupanteon sääntöjä. Vielä tänäkin päivänä kauppatavat esiintyvät suuressa roolissa jälleenmyyntisopimuksissa sekä kaikessa kansainvälisessä kaupassa. Jälleenmyyntisopimuksia sekä muuta kansainvälistä kauppaa koskeva lainsäädäntö ei ole pakottavaa, ja näin ollen kaikista sopimuskohdista voidaan sopia toisin. (Räty 2006.) Jälleenmyyntisopimuksia sääntelee siis osapuolten välinen sopimus, kauppatavat sekä kansainvälinen että kansallinen lainsäädäntö.

### 2.1 Kauppatavat

Kansainvälinen kauppa voidaan määritellä kaupaksi yli rajojen. Yleensä nämä rajat käsitellään valtioiden välisiksi rajoiksi, mutta todellisuudessa ne voivat olla muutakin. Ennen valtioiden muodostumista ja valtioiden rajojen määrittelyä rajat olivat fyysisiä, henkisiä, kielellisiä tai kulttuurillisia. Fyysisillä rajoilla tässä tarkoitetaan esimerkiksi metsää, vuoristoa tai etäisyyttä. Kaupankäynti mahdollistettiin osapuolten yhteisesti hyväksymällä tavalla ja näin toimitaan edelleenkin. (Räty 2006, 7.)

Kauppatapaa ei määritellä lailla. Yleisesti katsotaan, että liiketoiminnassa noudatettu, vakiintunut, kohtuullinen sekä tarkoituksen ja vallitsevan oikeusjärjestyksen mukainen hyvä tapa on sitova kauppatapa. Alalla ammattimaisesti toimivien osapuolten oletetaan tuntevan alalla vallitsevat tavat sekä noudattavan niitä. Kauppatapaa käytetään oikeuslähteenä jälleenmyyntisopimuksissa sekä muissa kansainvälisen kaupan sopimuksissa. Riitatilanteessa sopijaosapuoli voi näin ollen vedota jonkin sopimusehdon kohdalla kauppatapaan, joka on aikojen myötä kahden yrityksen välille muodostunut tai on alalla yleisesti vallitseva. (Honkanen ym. 2009, 126–127; Jaakkola & Sorsa 2005, 20.)

Mielestäni yrittäjän on hyvä olla perillä alalla vallitsevista kauppatavoista. Kuten myöhemmin tekstissä ilmenee, vallitsevat kauppatavat tulevat sovellettavaksi ennen kauppala-keja, mikäli sopimusta ei ole kirjoitettu seikkaperäisesti. Uskoisin, etteivät kauppatavat kuitenkaan aina ole niin helposti selvitettävissä. Pitkään kauppaa tehneen yrittäjän odotetaan varmasti tuntevan kauppatavat ja osapuolten välille on mahdollisesti muodostunut omia vakiintuneita käytänteitä. Toimintansa äskettäin aloittaneen yrittäjä oletan puolestaan olevan päinvastaisessa asemassa.

## **2.2 Kansainvälinen kauppalaki**

Kansainväliselle kauppalaille on olemassa kolme nimeä. Kansainvälisen kauppalain lisäksi sitä kutsutaan Wienin konventioksi sekä YK:n kauppalaiksi. Kansainvälinen kauppalaki tuli voimaan Suomessa vuonna 1988. Laki jakautuu neljään osaan: soveltamisala ja yleiset määräykset, sopimuksen teko, tavarankauppa ja loppumääräykset. Kauppalain ensimmäisestä osasta, soveltamisala ja yleiset määräykset, ilmenee, että sovellettava laki määräytyy kansainvälisen kauppalain mukaan silloin, kun kysymys on tavarakaupasta ja kun kaupan sopijapuolten liikepaikat sijaitsevat eri valtioissa. Lisäksi edellytyksenä on, että liikepaikkojen valtioiden on oltava kansainvälisen kauppalain sopimusvaltioita. (Hulkko, Hyvärinen, Ohvo & Varjola-Vahvelainen 1998, 89–90.)

Kansainvälisen kauppalain kaikista kohdista voidaan sopia toisin ja sitä sovelletaankin vain silloin, kun sovellettavasta laista ei ole erikseen sovittu tai jos kansainvälisen kauppalain soveltamisesta kyseiseen sopimukseen on nimenomaisesti sovittu. Pohjoismaiden väliseen jälleenmyyntiin tai muuhun kaupankäyntiin ei käytetä kansainvälistä kauppalakia. Kaikki

Pohjoismaat ovat tehneet varauman, jonka mukaan molempien sopijapuolten liikepaikkojen sijaitessa Pohjoismaissa, sopimukseen sovelletaan kansallista kauppalakia. Pohjoismaiden kansalliset kauppalait perustuvat kuitenkin kansainväliseen kauppalakiin ja ovat pitkälti täsmälleen samansisältöisiä. (Paajanen & Saarinen 1997, 101.)

Kun kansainvälistä kauppalakia halutaan soveltaa kokonaisuudessaan, tulee siitä ottaa selkeä maininta sopimukseen. Kansainvälisen kauppalain ovat ratifioineet 63 maata ja se käsittää noin kolme neljäsosaa koko maailman kaupasta. Sopimuksen ulkopuolella Euroopan unionin maista ovat Iso-Britannia, Irlanti, Portugali, Malta ja Kypros. (Kärkäs 2004; Pace Law School Insitution of International Commercial Law 2006.) Kuviossa 1 kartan tummennetut osat ilmentävät kansainvälisen kauppalain sopimusvaltioita.



KUVIO 1. Kansainvälisen kauppalain sopimusvaltiot (Pace Law School Insitution of International Commercial Law 2006.)

Kansainväliseen kauppalakiin on tehty rajoituksia, jolloin laki ei tule sovellettavaksi. Kansainvälistä kauppalakia ei sovelleta tavarankuupaan, joka on henkilökohtaiseen tai perheen taikka kotitalouden käyttöön tarkoitettu. Tästä voidaan poiketa silloin, kun myyjä ei tiennyt eikä hänen olisikaan pitänyt tietää tavarankuupaan tällaiseen käyttöön. Kansainvälistä kauppalakia ei myöskään sovelleta huutokuupaan, pakkohuutokuupaan tai muutoin lain nojalla tapahtuvaan kuupaan. Poissuljettuina ovat myös osakkeiden, arvopapereiden, juoksevien sitoumusten ja rahan kuupa sekä laivojen, alusten, ilmatyynyalusten ja ilmaalusten kuupa. Soveltamisalan ulkopuolelle jää niin ikään sähkönk kuupa. Kansainvälisen

kauppalain ulkopuolelle jääviin sopimuksiin sovelletaan näin ollen kunkin valtion sisäistä lainsäädäntöä. (Hulkko ym. 1998, 91; Koskelo, Sevón & Wilhelmsson 2006, 22.)

### **2.3 Kansallinen kauppalaki**

Kansallinen kauppalaki Suomessa perustuu laajaan vuonna 1961 aloitettuun yhteispohjoismaiseen valmistelutyöhön. 1980-luvun loppupuolella ja 1990-luvun alussa Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa säädettiin uusi, suurilta osin yhtenäinen kauppalaki. Tanskassa uutta kauppalakia ei ole säädetty. Tanskan kauppalaki koskee pääasiallisesti vain sopijapuolten päävelvollisuuksia sekä päävelvollisuuksien rikkomisen seuraamuksia, ei niinkään tyhjentävästi irtaimen kauppaa koskevia sopimuksia. Sopimusvapaus on ollut pohjalla kansallista kauppalakia tehtäessä ja osapuolet voivat vapaasti sopia, elleivät halua kauppalakia sovellettavan heidän välilleen. Myös aiemmin mainittu kauppatapa sekä osapuolten välille kirjattu sopimus syrjäyttää kauppalain. (Koskelo ym. 2006, 19–20; Ojajärvi & Vainio 2002, 122.)

Kauppalaissa ei ole erikseen määritelty kaupan käsitettä. Yleisesti kaupan tunnusmerkistön katsotaan täyttyneen kun myyjä luovuttaa ostajalle omistusoikeuden sopimuksen kohteena olevaan omaisuuteen rahavastiketta vastaan. Kaupan olennainen osa onkin juuri omistusoikeuden siirtyminen. Muukin vastike kuin raha on mahdollinen kaupan tunnusmerkistön täyttymiseen. Tällainen vastike voi olla esimerkiksi ostajan myyjälle suorittama velvoite. (Jaakkola & Sorsa 2005, 115–116; Ojajärvi & Vainio 2002, 122.)

Haagin konventioon perustuva laki kansainvälisluontoisiin irtainten esineiden kauppaan sovellettavasta laista koskee nimensä mukaisesti pelkästään irtaimia esineitä. Lain ulkopuolelle jäävät myös alukset, arvopaperit, patentit ja tavaramerkit. Laki perustuu siihen, että kaupan osapuolet voivat vapaasti valita minkä maan lakia sopimukseen sovelletaan. Sovellettava laki voi olla myyjän tai ostajan kotipaikan laki tai jonkin kolmannen maan laki. (Paajanen & Saarinen 1997, 99.)

Mikäli osapuolet eivät ole nimenomaisesti tai epäsuorasti valinneet sovellettavaa lakia, sovelletaan kauppaan sen valtion lakia, jossa myyjällä oli kotipaikka tilausta vastaanottaessaan. Jos tilauksen vastaanotti myyjän omistama liikelaitos, tullaan soveltamaan sen maan

lakia, jossa liikelaitos sijaitsee. Mikäli myyjä tai hänen edustajansa on ottanut vastaan tilauksen ostajan kotipaikalla tai paikalla, jossa ostajalla on liikelaitos, sovelletaan kauppaa sen valtion lakia, missä kotipaikka tai liikelaitos ostajalla sijaitsee. (Hulkko ym. 1998, 88.)

Vaikka kansainvälinen ja kansallinen kauppalaki ovat pitkälti samansisältöisiä, on niissä olemassa muutamia eroja. Esimerkkinä eroista voidaan mainita kaksi todennäköisesti merkittävintä sisällöllistä poikkeusta. Ensimmäinen näistä on reklamaatio tavaravirheestä, joka Suomen kansallisen kauppalaian mukaan on tehtävä kohtuullisessa ajassa. Vastaavasti kansainvälisessä kauppalaissa reklamaatioaika on rajattu kahteen vuoteen. Kahden vuoden ajanjakson laskeminen aloitetaan siitä, kun tavara saatiin hallintaan. Vahinkojen korvaamisesta koskeva sääntely on toinen merkittävistä poikkeuksista. Kansainvälisessä kaupassa vahinkojen korvaamisessa lähtökohtana on täyden korvauksen periaate. Kansallisessa kauppalaissa puolestaan välittömät ja välilliset vahingot on eroteltu siten, että vastuu välillisestä vahingosta perustuu tuottamukseen ja vain välitön vahinko on siten lähtökohtaisesti korvattava. (Kärkäs 2004.)

Kuten aiemmin kirjoittamastani tekstistä ilmenee, kansainvälinen kauppalaki tulee voimaan silloin, kun molempien osapuolten maat ovat sen hyväksyneet. Tämä on mielestäni yksinkertaista, jos kauppaa tehdään kansainvälisen kauppalaian piiriin kuuluvan sopijapuolen kanssa. Ongelmia suomalaiselle yrittäjälle saattaa kuitenkin tulla silloin, kun sopimuksen toinen osapuoli ei ole hyväksynyt kansainvälistä kauppasopimusta eikä ole osa Pohjoismaita. Tällöin tilanne saattaa johtaa siihen, että sovellettavaksi tulee jonkin kolmannen maan laki. Kolmannen maan lain tullessa odottamatta sovellettavaksi on mielestäni selvää, ettei lakia tunneta. Oletettavasti laki voi poiketa kansainvälisestä kauppalaista tai jälleenmyyjän omasta kansallisesta kauppalaista suurestikin ja näin ollen jälleenmyyjä saattaa joutua heikompaan asemaan kuin mitä hän olisi ollut, jos laista olisi heti sopimusta tehtäessä sovittu.

## **2.4 Oikeuslähteiden soveltaminen**

Oikeuslähteiden soveltamiseen on määritelty yleinen järjestys. Kauppalaat eivät ole pakottavaa oikeutta ja näin ollen ne sijoittuvat listan viimeisiksi. Kauppatapa syrjäyttää tahdonvaltaisen kauppalaian. Osapuolten välinen sopimus puolestaan syrjäyttää alalla vallitsevan

kauppatavan. Kansainvälisessä kaupassa siis ensisijaisena sovelletaan ja noudatetaan osapuolten välistä sopimusta, seuraavana alalla vallitsevaa kauppatapaa ja viimeisenä tahdonvaltaista kauppalakia. (Honkanen ym. 2009, 126–127.)

Tutkittuani lähdemateriaalia laadin lukemani sekä kirjoittamani tekstin perusteella alla olevan kuvion 2 selventämään vielä tilannetta. Kauppalaki tässä yhteydessä tarkoittaa niin kansainvälistä kuin kansallistakin kauppalakia. Niiden soveltaminen riippuu siitä, onko kyseessä esimerkiksi Pohjoismaiden välinen jälleenmyyntisopimus tai esimerkiksi kansainvälisen kauppalain alainen jälleenmyyntisopimus.



KUVIO 2. Oikeuslähteiden soveltamisjärjestys kauppasopimuksissa

Selventääkseni edelleen oikeuslähteiden käyttöä otetaan esimerkiksi laatimani kuvitteellinen jälleenmyyntisopimustilanne. Esimerkissä esitetyt mielipiteet ja johtopäätökset olen muodostanut tutkittuani lähdemateriaalia. Osapuolina tässä ovat luonnollisesti päämies ja jälleenmyyjä. Koska kauppalaki ja vallitsevat kauppatavat eivät ole pakottavaa oikeutta, ensimmäinen jota noudatetaan, on osapuolten välinen sopimus. Mitä on sovittu, pitää. Toisinaan kuitenkin vastaan tulee tilanteita, jolloin kaikkia yksityiskohtia ei ole huomioitu ja sopimuksessa ei jostain tietyistä kohdista ole mainintaa. Kun tällaisesta kohdasta tulee erimielisyyttä, selvitetään erimielisyys ensisijaisesti vallitsevien kauppatapojen mukaan. Jälleenmyyntialalla tai yritysten harjoittamalla alalla vallitseva yleinen kauppatapa määrää sen, kuinka tässä tilanteessa toimitaan. Mikäli riitaisasta sopimuskohdasta ei ole olemassa vallitsevaa kauppatapaa, sovelletaan siihen kansainvälistä tai kansallista kauppalakia.

Lähdemateriaalia tarkastellessani minulle selvisi, ettei oikeuslähteiden soveltaminen ole kuitenkaan aina näin suoraviivaista. Mielestäni yritysten toiminta on vaivattomampaa, mikäli sopimuskohdista sovitaan kirjallisena etukäteen. Suomen kauppalain mukaan riitalanteessa soveltuva laki määrittyy myyjän mukaan. Pääasiallisesti se on myyjän kotipaikan tai liikepaikan maan laki, mutta toisinaan myös ostajan liikepaikan tai kotipaikan maan laki. Kaikki riippuu tilauksen vastaanottohetkestä ja -paikasta. Suomen kauppalain soveltamisesta on kuitenkin sovittava erikseen, mikäli sitä halutaan käyttää sopimuksen yhteydessä, lukuun ottamatta tietenkin Pohjoismaita.

Seuraavassa osiossa esitellään seikkoja sopimuksen tekemisestä. Osio sisältää sopimuksen syntymisen sekä sopimuksen sovittelun. Sopimuksen pätemättömyyttä käsitellään osiossa siinä määrin kuin se jälleenmyyntisopimuksen tekemisen kannalta on oleellista. Esillä ovat myös sopimuksen syntyminen Ruotsin sekä Ranskan lakien mukaan. Sopimuksen syntyminen näiden maiden mukaan poikkeaa hieman kappaleen kolme alussa käsitellystä tavasta. Maat ovat mukana siksi, koska opinnäytetyön toimeksiantoyrityksellä on useampi päämies näissä maissa.

### 3 SOPIMUKSEN TEKEMINEN

Jälleenmyyntisopimusta tehtäessä on oleellista selvittää, milloin sopimus on syntynyt, milloin se on pätemätön sekä mitä seikkoja liittyy sopimuksen sovitteeseen. Edellä mainitut asiat ovat tässä työssä oikeustoimilain mukaisia seikkoja. Tämän opinnäytetyön kannalta oleellista on myös sopimuksen syntyminen Ruotsin sekä Ranskan lainsäädännön mukaan.

Sopimuksen syntymiseen tarvitaan kaksi oikeustointia, jotka ovat oikeustoimilain määritelmän mukaan tarjous ja siihen annettava vastaus. Tyypillisesti sopimus koskettaa kahta tai useampaa henkilöä, joiden välille syntyy sopimuksen seurauksena oikeussuhde. Oikeussuhteen sisältö selviää sopimuksesta sekä siihen liittyvästä materiaalista. (Saarnilehto 2009, 3-4.)

Sopimuksen tekemisen keskeiset kohdat ovat sen syntyminen ja lakkaaminen, sopimuksen pätemättömyys sekä sopimuksen mahdollinen sovitteeseen. Puhuttaessa sopimuksista, oikeustieteellisessä tekstissä törmää usein termiin ”kohtuullinen aika” ja se onkin syytä selvittää ennen syntyä sopimusten tekoon. Kohtuullisen ajan arviointiin vaikuttaa olennaisesti tarjouksen sisällön laajuus, toisin sanoen se, kuinka paljon aikaa voidaan olettaa kuluvan tarjoukseen tutustumiseen. Käytännössä kohtuullinen aika on noin kaksi viikkoa ja korkeintaan kaksi kuukautta. Tähän aikaan on huomioitu tarjouksen saajan mahdolliset sairaslomat, matkat tai muut sellaiset, jotka estäisivät tarjouksen saajaa ottamaan sen tarjouksesta välittömästi sen saapessa. ”Kohtuullinen aika” arvioidaan kuitenkin aina tapauskohtaisesti ja jokaisessa sopimuksessa sen pituus on yksilöllinen huomioiden kaikki siihen vaikuttavat tekijät. (Jaakkola & Sorsa 2005, 40.)

#### 3.1 Sopimuksen syntyminen

Sopimus on kaksipuolinen oikeustoimi, jonka tekemiseen toiselta osapuolelta vaaditaan jonkinlaista myötävaikutusta. Sopimus syntyy, kun toinen osapuoli lupaa tehdä tai toimittaa vastapuolelle jotakin tiettyä vastiketta vastaan ja vastapuoli antaa tähän selkeän myöntävän vastauksen. (Vuorijoki 2002, 7.)



Oikeustoimi määritellään oikeustoimilain esitöiden mukaan yksityisenä tahdonilmaisuna, jonka tarkoituksena on perustaa, muuttaa tai kumota oikeus. Vaatimuksena ei ole, että tarkoituksessa onnistutaan tai että se hyväksytään. Oikeustoimeen kuuluu olennaisena osana ensinnäkin yksityisen henkilön tahto toimia tietyllä tavalla, tässä tapauksessa siis tahto tehdä sopimus. Toinen, minkä se edellyttää, on tahdonilmaisus. Henkilön, joka on halukas tekemään esimerkiksi sopimuksen, on pelkän haluamisen lisäksi ilmaistava tahtonsa ja tahdon on kohdistuttava yhteen tai useampaan toiseen henkilöön. Tahdonilmaisun kohdetta ei kuitenkaan tarvitse nimetä tai tarkalleen osoittaa. Mikäli henkilö on pakotettu tahdonilmaisuuksiin, ei kyseessä ole oikeustoimi. Tämä johtuu siitä, että henkilön on itse vilpittömästi haluttava oikeustoimen tekoa. Lisäksi vaaditaan, että tahto on tarkoitettu tulemaan vastaanottajan tietoon, tavalla tai toisella. Mikäli yksi tai useampi näistä kolmesta oikeustoimeen kuuluvasta osasta ei toteudu, kyseessä ei ole oikeustoimi. (Saarnilehto 2009, 14.)

Sopimuksen syntymisen perustana ovat tarjous ja siihen annettu vastaus. Vastauksen on oltava hyväksyvä mikäli halutaan, että sopimus syntyy. Tarjous sitoo yleensä antajaansa heti sen tekemisestä lähtien, vaikka siihen ei olisi vastausta vielä annettukaan. Tarjous on voimassa tarjouksen tekijän määrittelemän ajan verran, tai jos voimassaoloaikaa ei ole määritetty, sen voimassaoloaika päättyy kohtuullisen ajan kuluessa. Kohtuullinen aika määritellään tapauskohtaisesti. (Vuorijoki 2002, 17–18.) Seuraavan kuvion 3 olen laatinut kuvaamaan yksinkertaisuudessaan sopimuksen syntymisen peruseriaatetta.



KUVIO 3. Sopimuksen syntyminen

Tarjous on sitova puolestaan silloin, kun sen sisältö on täsmällisesti määritetty. Käytännössä täsmällisyydellä tarkoitetaan, että tarjoukseen voidaan vastata yksinkertaisesti ”kyllä”. Jotta sopimus syntyisi, on vastauksen niin ikään oltava puhdas. Tällä tarkoitetaan, että tarjouksen sisältöä ei vastauksessa voida muuttaa, vaan tarjous on hyväksyttävä sellaisenaan. Jos tarjoukseen on tehty vastausta annettaessa tarjouksen muuttava lisäys, ehto tai rajoitus, katsotaan vastaus tällöin kielteiseksi ja näin ollen uudeksi tarjoukseksi. Myös sellaisessa tapauksessa, että vastaus on saapunut tarjouksen antajalle myöhässä, katsotaan vastaus

uudeksi tarjoukseksi. Tästä poikkeuksena on kuitenkin tilanne, jossa vastauksen antaja on olettanut vastauksen tulleen määräajassa ja vastauksen saajan on tämä tullut käsittää. Tällöin sopimus katsotaan syntyneeksi, ellei vastauksen saaja ole viipymättä ilmoittanut vastauksen antajalle, ettei hyväksy vastausta. Samoin tilanteessa, jolloin vastauksen antaja on pitänyt vastaustaan tarjousta vastaavana ja tarjouksen tekijän on tämä tullut käsittää, syntyy sitova sopimus. Tällaisessakin tapauksessa tarjouksen tekijän on viipymättä ilmoitettava vastauksen antajalle, jollei hyväksy vastausta. (Vuorijoki 2002, 17–19.)

Tarjouksen ja vastauksen antamista selventääkseni olen luonut tähän kuvitteellisen esimerkin kahden kauppaa tekevän yrityksen välille. Kuvitteellinen yritys A tekee tarjouksen yritys B:lle. B:n hyväksyessä sopimuksen sellaisenaan sopimus syntyy heti. Mikäli B kuitenkin lisää tai muuttaa vastauksessaan jonkun kohdan, vaikkapa lisää sopimuksen alle uuden tuoteryhmän, A:n antaman tarjouksen sitovuus raukeaa ja B:n antamasta vastauksesta tulee uusi tarjous A:lle. Mikäli A hyväksyy sen sellaisenaan, syntyy sopimus. Mikäli A puolestaan tekee tarjoukseen muutoksia, tulee A:n vastauksesta jälleen uusi tarjous.

Kuvitellaan lisäksi, että A:n tekemän tarjouksen määräaika loppuu 2.11.2010. Mikäli B antaa tarjoukseen sisällöltään A:n tarjousta vastaavan vastauksen 3.11.2010, katsotaan B:n antama vastaus uudeksi tarjoukseksi A:lle. Tämä johtuu siitä, että A:n antaman tarjouksen määräaika oli päättynyt ennen kuin B antoi siihen vastauksen ja näin ollen A:n tarjous oli rauennut 2.11.2010. Poikkeuksena tästä on kuitenkin tilanne, jolloin B on esimerkiksi postin välityksellä antanut tarjousta vastaavan vastauksensa. Postin jakelussa on kuitenkin ollut ongelmia esimerkiksi yllättävän lakon seurauksena ja näin ollen B:n antama vastaus on saapunut A:lle 2.11.2010 jälkeen. A:n on tullut ymmärtää, että lakon seurauksena posti ei ole noudattanut normaaleja jakeluaikoja, eikä B vastausta antaessaan voinut tietää, että postin jakelussa tulisi olemaan ongelmia. Tällaisessa tilanteessa sopimus tulee sitovaksi. Tilanteessa oleellista on, että A:n on tullut ymmärtää B:n oletettavan vastauksen saapuvan ajallaan. Mikäli A ei halua hyväksyä vastausta, tulee hänen ensitilassa ilmoittaa tästä B:lle.

Edelleen, jos B on esimerkiksi tahtomattaan tehnyt pienen muutoksen vastaukseensa, tarkoittaen kuitenkin samaa asiaa kuin mitä A alun perin tarjouksessaan tarkoitti, tulee sopimus sitovaksi. Kuvitellaan, että A on alun perin laittanut tarjoukseensa tietyn tuoteryhmän. B laittaa vastaukseensa epähuomiossa vaikka jonkun toisen tuoteryhmän, mutta vastauksesta pystyy päättelemään, että B tarkoittaa juuri A:n alun perin tarkoittamaa tuoteryhmää.

A:n tulee tällöin käsittää, että B tarkoittaa samaa tuoteryhmää ja sopimus tulee näin ollen sitovaksi. Mikäli A ei kuitenkaan hyväksy B:n antamaa vastausta, tulee hänen välittömästi ilmoittaa siitä B:lle.

Tarjous katsotaan rauenneeksi, jos se hylätään. Näin tapahtuu silloinkin kun aika, jonka se muuten olisi ollut voimassa, ei ole vielä kulunut umpeen. Sopimus ei tule sitovaksi, jos tarjous tai vastaus peruutetaan ja peruutus on tehty ennen kuin vastapuoli on ottanut selon tehdystä oikeustoimesta. Vastaavanlainen tilanne on silloin, kun peruutus saapuu osapuolelle samaan aikaan kuin selonotto tapahtuu. (Jaakkola & Sorsa 2005, 41–42.)

Luomassani esimerkissä A:n antama tarjous raukeaa määräajan päättyessä 2.11.2010. Tarjous raukeaa myös silloin, kun B ennen määräajan päättymistä antaa kieltävän vastauksensa A:lle. Esimerkiksi, jos B antaa hylkäävän vastauksensa 30.10.2010, raukeaa A:n tarjous välittömästi silloin, vaikka määräaika olisi vielä jäljellä. Kuvitellaan myös, että A laittaa tarjouksensa sähköpostitse. A haluaa kuitenkin peruuttaa tarjouksensa. A soittaa B:lle, että tarjous, joka on B:n sähköpostissa, on peruutettu. Tarjous raukeaa, mikäli puhelu saapuu B:lle ennen tai samaan aikaan, kun B oli lukemassa tarjouksen sisältävää sähköpostia. Tilanne on sama myös silloin, kun kyse on vastauksesta.

### **3.2 Sopimuksen pätemättömyys**

Sopimus voi olla pätemätön väitteen- tai moitteenvaraisesti. Lisäksi on olemassa itsestään vaikuttava pätemättömyys eli sopimuksen mitättömyys. Sopimus voi olla mitätön, mikäli toinen tai molemmat sopijaosapuolet ovat olleet oikeustoimikelvottomia. Mitätön sopimus tulee kyseeseen myös tilanteessa, jolloin sopimus on lainvastainen tai sitä rasittaa jokin muotovirhe. Muotovirhe ei voi rasittaa jälleenmyyntisopimusta, koska jälleenmyyntisopimuksen sisältö on vapaasti muotoiltavissa. Laissa ei ole pakottavia säännöksiä koskien jälleenmyyntisopimuksia, joten muotovirheen käsittely on kaikilta osin tässä yhteydessä suljettu pois. Poissuljettuna on myös moitteenvarainen pätemättömyys, joka taas liittyy perhe- ja perintöoikeudellisiin sopimuksiin. (Jaakkola & Sorsa 2005, 50.)

Sopimuksen solmimiseen sopijaosapuolen on oltava oikeustoimikelpoinen. Luonnollisen henkilön, toisin sanoen yksityisen ihmisen, oikeustoimikelpoisuuden katsotaan Suomessa

alkavan täysi-ikäisyydestä, eli henkilön täyttäessä 18 vuotta. Oikeustoimikelpoisuus päättyy luonnollisella henkilöllä pääsääntöisesti tämän kuolemaan. Vajaavaltainen ei ole oikeustoimikelpoinen. Vajaavaltaiseksi katsotaan holhoustoimesta annetun lain 2 §:n mukaan alaikäiset eli alle 18-vuotiaat henkilöt ja sellaiset täysi-ikäiset henkilöt, jotka on julistettu vajaavaltaiseksi. Oikeustoimikelpoinen voi olla myös julkisoikeudellinen tai yksityisoikeudellinen yhteisö. Tällaista yhteisöä kutsutaan oikeushenkilöksi, kun oikeusjärjestys on tunnustanut sille oikeustoimikelpoisuuden. Oikeushenkilön oikeustoimikelpoisuus alkaa yrityksen tai yhteisön perustamisesta ja loppuu sen lopettamiseen. Julkisoikeudellisia oikeushenkilöitä ovat muun muassa valtio ja kunta sekä Suomen Pankki ja yksityisoikeudellisia oikeushenkilöitä yhtiöt, yhdistykset ja säätiöt. (Saarnilehto 2009, 26–27.) Jälleenmyyntiyritys katsotaan yksityisoikeudelliseksi oikeushenkilöksi.

Oikeustoimikelpoisuuden puuttumisen takia mitätön sopimus voi tulla voimaan, mikäli oikeustoimikelvoton osapuoli hyväksyy sopimuksen oikeustoimikelpoisuuden saavutettuaan. Lainvastainen, esimerkiksi rikollista menettelyä koskeva sopimus, on puolestaan aina kokonaan mitätön sopimus. Mitättömyys eroaa pätemättömyydestä siinä, että mitätön sopimus on aina sellaisenaan mitätön, eikä sen perusteisiin tarvitse mitenkään erityisesti vedota. Pätemättömyyteen puolestaan on aina vedottava. Muussa tapauksessa sopimus on sitova. (Jaakkola & Sorsa 2005, 50.)

Oikeustoimilaista löytyy säännöksiä pätemättömyydestä ja väitteenvaraisella pätemättömyydellä viitataan juuri näihin säännöksiin. Tässä on otettu esille jälleenmyyntisopimuksen kannalta oleellimmat pätemättömyysperusteet. Jälleenmyyntisopimuksia tehtäessä on syytä kuitenkin perehtyä myös muihin pätemättömyysperusteisiin tai ainakin olla tietoinen, että pätemättömyysperusteita on useampia kuin mitä tässä työssä on esitetty.

Sopimuksia solmittaessa lähtökohtana on, että sopimus sitoo osapuolia sellaisena kuin se on tehty. Pääsääntöön on kuitenkin olemassa lievennys siltä varalta, että tahdonilmaisu on saanut toisen sisällön kuin oli tarkoitettu erhekirjoituksesta tai muusta erehdyksestä johtuen. Tässä tapauksessa tahdonilmaisu ei sellaisenaan sido sen antajaa, jos toinen osapuoli oli tietoinen tai hänen olisi pitänyt tietää sattuneesta erehdyksestä. Erhekirjoituksella tarkoitetaan esimerkiksi sellaista tilannetta, jossa luvun 2 000 sijasta on kirjoitettu luku 20 000. Erehdys puolestaan on nimenomaisesti sellainen tilanne, jossa tahdonilmaisu on eri kuin

todellinen tahto. Tahdonilmaisu on siis saanut tarkoituksestaan poikkeavan sisällön. Tällaista erehdystä kutsutaan ilmaisuerehdykseksi. (Saarnilehto 2009, 125–126.)

Ilmaisuerehdystä koskevaan säännökseen ei ole mahdollista vedota, mikäli sopijapuoli allekirjoittaa sopimuksen lukematta sitä tai tutustumatta siihen. Tässä tapauksessa sopimus sitoo sen tekijää sellaisenaan. Ilmaisuerehdyksen merkitys voidaan poistaa tarkistamalla asia vastapuolelta, jonka luullaan erehtyneen. Jos tahdonilmaisua ei tällöin oikaista, voi osapuoli luottaa siihen, ettei virhettä ole tapahtunut. (Saarnilehto 2009, 126.)

Oikeustoimilaissa on säädetty välitysvirheestä, joka tulee kyseeseen silloin kun sopimus, tarjous tai vastaus, joka toimitetaan sähköisesti tai lähetin välityksellä suullisesti, on sisällöltään muuttunut johtuen sähköttämisvirheestä taikka lähetin virheellisestä esittämisestä. Tällaisessa tilanteessa tahdonilmaisu tai sopimus ei sido sen lähettäjä, vaikka vastapuoli ei tiennyt, eikä hänen olisikaan pitänyt tietää tilanteesta. Tätä kutsutaan vastaanottajan vilpittömäksi mieleksi. Kun lähettäjä on saanut virheen selville, on hänen kuitenkin viipymättä ilmoitettava siitä vastaanottajalle jos hän ei halua, että sopimus sitoo häntä sellaisenaan. Muussa tapauksessa, vastaanottajan ollessa vilpittömässä mielessä, sopimus sitoo osapuolia sellaisenaan. Viesti saattaa kuitenkin sitoa osapuolia sellaisena kuin se oli tarkoitus lähettää. Välitysvirheestä säädettyssä oikeustoimilain pykälässä tarkoitettu tiedonsiirto voi tapahtua esimerkiksi tekstiviestillä tai sähköpostitse. (Vuorijoki 2002, 53–54.)

Oikeustoimilain pätemättömyysperusteissa on säännöstelty myös kunnianvastaisesta ja arvottomasta menettelystä. Tämä säännös on tehty sitä varten, että lain tunnusmerkistössä on mahdotonta kuvata yksityiskohtaisesti kaikkia mahdollisia vaihtoehtoja ja olosuhteita. Jos sopimuksen teko-olosuhteista tietoisesti olisi kunnian vastaista ja arvotonta vedota kyseeseen sopimukseen, tekee se sopimuksesta pätemättömän. Tällainen tilanne on esimerkiksi toisen osapuolen olennainen erehdys sopimusta tehtäessä. Kunnianvastaisen ja arvottoman menettelyn soveltamisala on laajempi kuin muiden pätemättömyysperusteiden ja näin ollen sitä voidaan soveltaa tilanteissa, joissa jonkun muun pätemättömyysperusteen tunnusmerkit eivät kunnolla täyty. (Jaakkola & Sorsa 2005, 54–56.)

Pätemätön sopimus kumoutuu sen tekemisen alkuhetkestä lähtien, eikä se velvoita sopimusosoikeudelliseen korvausvelvollisuuteen tai minkäänlaiseen suoritukseen. Pätemättömäksi todettu sopimus johtaa pyrkimykseen palauttaa olot sellaiseksi kuin ne olivat ennen so-

pimuksen solmimista. Osapuolten on näin ollen palautettava mahdolliset suoritukset toisilleen ja jollei palauttaminen ole mahdollista, tulee kyseeseen suorituksen arvon korvaus. Vahingonkorvaus on myös mahdollinen pätemättömyyden seurauksena. Korvausvelvollisuus riippuu pätemättömyyden syystä. Tällaisessa tilanteessa vahinkoa kärsinyt tulee saattaa sellaiseen tilaan, jossa hän olisi, jos sopimusta ei olisi solmittu. Toisinaan pätemättömyys voi olla vain osittaista. Osittaisen pätemättömyyden vaikutusta koko sopimukseen arvioitaessa otetaan huomioon muun muassa sopijapuolten tarkoitus ja pätemättömän osan merkitys koko sopimukselle. (Vuorijoki 2002, 63–64.)

Pätemättömyysperusteista jälleenmyyntisopimuksia voi mielestäni ensisijaisesti koskea erhekirjoitus, ilmaisuerehdys tai välitysvirhe. Kirjallisessa sopimuksessa voidaan helposti erehdyksessä kirjoittaa tarkoitetun luvun tilalle toinen luku. Tällaisissa tilanteissa voi kyseeseen tulla suuretkin summat. Tästä syystä on hyvä tuntea lainsäädäntöä erhekirjoituksesta. Jälleenmyyntisopimuksia tehtäessä kyse on kansainvälisestä kaupasta. Tällöin myös ilmaisuerehdys on hyvin mahdollinen. Kun yhteinen kieli on useasti vieras molemmille tai toiselle osapuolelle, voi helposti erehtyä antamaan tahdonilmaisun, joka onkin eri kuin todellinen tahto.

Omien kokemuksieni perusteella vieraalla kielellä kommunikoiminen on aina eri kuin omalla äidinkielellään kommunikoiminen. On mielestäni mahdollista, että ilmaisuerehdyksiä syntyy myös omalla äidinkielellä, joten vieraalla kielellä toimiessa se on jopa todennäköistä. Myös kulttuuri saattaa vaikuttaa tähän. Toisessa kulttuurissa tietyllä asialla saateen tarkoittaa aivan muuta kuin jossain toisessa kulttuurissa. Välttämättä aina ei ole edes kyse siitä, ettei ymmärtäisi mitä toinen sanoo. Usein kaikki sanat tulee ymmärrettyä, mutta tarkoitus onkin aivan eri kuin mitä vastapuoli siitä ymmärsi. Ilmaisuerehdykseen vedottaessa on kuitenkin oltava tarkkana. Kuten referoimastani lähdemateriaalista ilmenee, ilmaisuerehdys ei tule kyseeseen mikäli sopimusta ei ole luettu ennen sen allekirjoittamista. Jälleenmyyntisopimuksia tehtäessä sopimus tulee siis aina lukea huolellisesti ennen sen allekirjoittamista.

Olen lisäksi huomannut, että jälleenmyyntisopimuksia tehdään nykypäivänä paljon sähköpostin välityksellä. Yhä useammin sopimusasiat löytyvät yritysten sähköposteista sen sijaan, että ne olisivat perinteisiä kirjallisia dokumentteja. Pätemättömyysperusteista kyseeseen voi tällöin tulla välitysvirhe. Tällaisessa tilanteessa sopimuksen, tarjouksen tai vasta-

uksen sisältö on muuttunut sähköttämivirheestä johtuen. Huomioida tulee kuitenkin, että sopimus saattaa virheestä huolimatta sitoa osapuolia sellaisena kuin sen oli tarkoitus olla. Sopimuksen pätemättömyys on äärimmäinen toimi ja usein kyseeseen tulee seuraavana esitelty sovittelu.

### 3.3 Sopimuksen sovittelu

Sopimuksen sovittelusta puhutaan silloin, kun on tarkoituksenmukaista saada aikaan sovitua kohtuullisempi lopputulos. Sopimuksen tekemiseen vaikuttaneet olosuhteet ovat voineet olla sellaiset, että sopimuksen ei voida katsoa sitovan sopijapuolta. Tällöin sopimus on usein pätemätön. Pätemättömyys ei kuitenkaan aina voi tulla kyseeseen ja tällöin avuksi otetaan sopimuksen sovittelu. Tilanne, jolloin sopimusta ei voida katsoa pätemättömäksi, voi olla esimerkiksi silloin, kun toinen osapuoli on jo tehnyt oman suorituksensa. (Saarnilehto 2009, 165.)

Sopimuksen sovittelussa on katsottu tarkoituksenmukaisena pitää sopimus voimassa vaikka sen kaikki sopimusehdot eivät ole hyväksyttävissä. Tällöin muutetaan sopimusehtoja, joita ei ole katsottu hyväksyttäviksi. Sopijapuolet voivat sopia muutoksista keskenään, tai päätöksen muutoksista voi tehdä joku ulkopuolinen taho, esimerkiksi viranomainen, sopijapuolten vaatimuksesta. (Saarnilehto 2009, 165.)

Sopimuksen sovittelusta säädetään Oikeustoimilain pykälässä 36. Oikeustoimilain yleissäännöksestä ilmenee, että sopimuksen sovitteluun on mahdollisuus, jos sopimuksen ehto on kohtuuton. Näin ollen yksittäistäkin ehtoa voidaan sovittaa tai se voidaan jättää kokonaan ottamatta huomioon. Jos sopimuksen voimaan jääminen muilta osin muuttumattomana olisi edelleen kohtuutonta, voidaan sopimusta sovittaa muutenkin tai se voidaan määrätä raukeamaan kaikilta osin. (Jaakkola & Sorsa 2005, 57.)

Sopimuksen sovittelutapoja voidaan tulkita yleissäännöksen perusteella melko laajasti. Tämä koskee myös säännöksessä erikseen mainittuja seikkoja, jotka otetaan huomioon sovittelua arvioitaessa. Säännöksen mukaan kohtuuttomuutta arvioitaessa on annettava erityistä painoarvoa oikeustoimen koko sisällölle, osapuolten asemalle oikeustointa tehtäessä ja sen jälkeen vallinneille olosuhteille sekä muille seikoille. Oikeuskäytännössä sovit-

telua vaaditaan sen laaja-alaisuudesta johtuen melko usein. Esimerkiksi liike-elämässä kannattaa ottaa huomioon jo ehtoja sovittaessa, että kohtuuttoman ehdon sovittelu saattaa tulla kyseeseen sen sijaan, että sopijapuoli selviäisi tilanteesta varmana voittajana. (Jaakkola & Sorsa 2005, 57.)

Sovittelu on mielestäni hyvä keino ylläpitämään sopua sekä vaalimaan kauppakumppanuutta päämiehen ja jälleenmyyjän välillä. Ymmärtääkseni riita sopimuksista syntyy usein vain joistain sopimuskohdista, eikä niinkään koko sopimuksesta. Hyvän kauppakumppanin menettäminen on varmasti aina harmillista ja sovittelulla pystytään mahdollisesti välttämään kaupankäynnin täydellinen loppuminen sopijapuolten välillä. Mikäli kauppakumppanuus kuitenkin loppuu riidan seurauksena, on varmasti mahdollista, että sovittelun jälkeen kauppakumppaneiden välit säilyvät edes jonkinlaisena sen sijaan, että riidan seurauksena välit entiseen kauppakumppaniin menevät kokonaan poikki.

### **3.4 Sopimuksen syntyminen Ruotsin sekä Ranskan lakien mukaan**

Sopimuksen syntymistavoista on olemassa muutamia erilaisia tulkintoja Euroopan unionin sisällä, vaikka useassa maassa säännökset siitä ovat samankaltaisia. Tässä esitellään sopimuksen syntyminen Ruotsin ja Ranskan lakien mukaan, koska opinnäytetyön toimeksiantajalla on kauppaa näiden maiden kanssa. Lisäksi säännöstely sopimuksen syntymisestä edellä mainituissa maissa on poikkeavaa verrattuna muihin Euroopan unionin maihin.

Ruotsissa sopimuksen syntymistä määrittää Lag om avtal och andra rättshandlingar på mögenhetsrättenområdet. Ruotsin lain mukaan tarjous ja siihen annettu vastaus sitoo antajaansa. Jos tarjoukseen on asetettu määräaika, oletetaan vastauksen saapuvan tämän ajan kuluessa. Jos kirjeessä on annettu tietty aika vastaamista varten, katsotaan se alkaneeksi siitä päivästä kun kirje on päivätty. Jos tarjoukseen ei ole asetettu vastausaikaa, tulee vastauksen saapua tarjoajalle sellaisen ajan kuluessa, jota hänen kohtuudella ajatellaan noudattavan. Ruotsin lain mukaan tarjoajalle liian myöhään saapunut vastaus katsotaan uudeksi tarjoukseksi. Jos vastaus myöhästyy vastaajasta riippumattomista syistä, ja tarjoajan täytyy tämä ymmärtää, eikä hän halua vastausta sellaisenaan hyväksyä, täytyy hänen välittömästi siitä vastaajalle ilmoittaa. Mikäli tarjoaja laiminlyö tämän ilmoitusvelvollisuuden, katsotaan sopimus voimaantulleeksi siitä hetkestä, kun vastaus hänelle saapui. Hylättäessä tarjous se



raukeaa vaikka vastausaikaa olisikin jäljellä. Sopimuksen syntymisen edellytyksenä on hyväksymisen ja tarjouksen keskinäinen vastaavuus. Jos vastaukseen on tehty lisäyksiä tai muutoksia, katsotaan se välittömästi uudeksi tarjoukseksi, eikä niinkään sitovaksi sopimukseksi. (Hulkko ym. 1998, 74–75.)

Ranskassa vallitsee tahtoautonomian periaate, jonka perusteella sopimuksen osapuolet voivat vapaasti tehdä sitovan sopimuksen. Tämä puolestaan perustuu siihen, että yksilöillä on oltava vapaus tehdä tai olla tekemättä sopimuksia ja vapaus solmia itse haluamiaan sopimuksia. Ranskan lain mukaan sopimus katsotaan muodostuvan tarjouksesta ja siihen annettavasta vastauksesta. Tarjous sitoo antajaansa määräajan verran. Mikäli määräaika ei ole määritelty, tarjous on sitova niin kauan kuin tarjousta on tapauskohtaisesti tarpeen harjoittaa ja antaa vastaus. Tarjouksen peruuttaminen ennen määräajan umpeutumista saattaa aiheuttaa sen tekijälle vahingonkorvausvelvollisuuden. Sopimus on syntynyt silloin kun yhteinen tahto tarjouksesta ja siihen annetusta hyväksyvästä vastauksesta on muodostunut. (Hulkko ym. 1998, 75.)

Selventääkseni sopimuksen syntymistä Suomen, Ruotsin ja Ranskan lakien mukaan, olen koonnut alle lähdemateriaalin perusteella ymmärtämäni keskeiset erot. Lisäksi olen huominnut muutamia yhteneväisyyksiä. Sopimuksen syntyminen Ruotsin lain mukaan poikkeaa pääasiallisesti oikeustoimilain määrittelemästä sopimuksen syntymisestä siten, että oikeustoimilain mukaan tarjous tulee olla täsmällisesti määritelty ja siihen annettava vastaus on yksinkertaisesti oltava kyllä. Ruotsin laissa tätä ei käsittäökseni ole tarkemmin määritelty. Lisäksi Ruotsin lain mukaan tarjoukseen sisällytetty määräaika on määritelty alkavaksi kirjeen päiväyksestä. Oikeustoimilain ja Ruotsin lain mukaan sopimus syntyy melko lailla samoin perustein. Yhteneväisyyksiä on muun muassa silloin, kun tarjoukseen on tehty muutoksia annettaessa vastausta, tai kun vastaus on saapunut tarjouksen antajalle myöhässä. Tällaisissa tapauksissa molempien lakien mukaan vastaus katsotaan uudeksi tarjoukseksi. Edelleen molempien lakien mukaan tarjous on rauennut, mikäli se hylätään ennen vastausajan päättymistä.

Ranskan lain mukaan sopimus syntyy pääsääntöisesti samoin perustein kuin oikeustoimilain laissa tai Ruotsin laissa. Ranskan lain mukaan sopimus syntyy, kun yhteinen tahto tarjouksesta ja siihen annettavasta hyväksyvästä vastauksesta on muodostunut. Suuri poikkeus oikeustoimilakiin sekä Ruotsin lakiin on kuitenkin määräaika. Mikäli sopimukselle on an-

nettu määräaika, tarjouksen peruuttaminen ennen määräajan umpeutumista voi muodostaa sen tekijälle vahingonkorvausvelvollisuuden. Oikeustoimilain mukaan tarjous voidaan peruuttaa, mikäli se tehdään ennen toisen osapuolen selonottoa tarjouksesta. Niin ikään se voidaan peruuttaa, jos peruutus saapuu vastapuolelle selonoton kanssa samanaikaisesti.

Seuraavassa osiossa kuvailen seikkaperäisesti jälleenmyyntisopimuksen sisällön sellaisena kuin se kirjallisuuden perusteella täydellisenä olisi. Lisäksi osiossa käsitellään vallitsevat sopimustyytit sekä keskeiset käsitteet. Havainnollistan osiossa jälleenmyyntisopimuksen sisältöä kirjoittamani tekstin perusteella luoduilla kuvioilla.

## 4 JÄLLEENMYYNTISOPIMUKSEN SISÄLTÖ

Lain mukaan jälleenmyyntisopimuksissa vallitsee sopimusvapaus, mikä tarkoittaa sitä, että osapuolet ovat vapaita keskenään sopimaan sopimuksen sisällöstä. Sopimusvapaudesta huolimatta jälleenmyyntisopimus ei kilpailulainsäädännön mukaisesti kuitenkaan saa rajoittaa kilpailua sopimusalueella. (Selin 2004, 82). Vaikka jälleenmyyntisopimuksen sisältöä ei määritä mikään laki, mielestäni on hyvä kuitenkin käsitellä tietyt asiakohdat sopimusta laadittaessa. Seuraavassa selvitetään kohta kohdalta hyvän jälleenmyyntisopimuksen sisältö sekä sen pohjaksi erilaiset maahantuontisopimukset ja asiaan kuuluvat keskeiset käsitteet. Maahantuontia sekä edelleen jälleenmyyntiä havainnollistetaan lisäksi kuvioilla.

### 4.1 Keskeiset käsitteet ja sopimustyypit

Maahantuontisopimuksia tehtäessä on tärkeää olla selvillä sopimusoikeuteen ja maahantuontiin liittyvistä keskeisistä käsitteistä sekä olemassa olevista sopimustyypeistä. Mielestäni käsitteistä tärkeimmät ovat maahantuonnin sekä sopimuksen käsitteet. Tärkeää on myös tuntea sopimuksen osapuolet sekä niiden määritelmät. Sopimustyypeistä olennaista on perehtyä erilaisiin tuontisopimuksiin.

Käsitteenä palveluiden ja tavaroiden tuonti koostuu kotimaisen talousyksikön ulkomaiselta talousyksiköltä tekemistä tavaroita ja palveluja koskevista ostoista ja vaihtokaupoista sekä lahjoista ja avustuksista (Tilastokeskus 1995.) Tilastokeskus siis määrittää tavaroiden ja palvelujen tuonnin edellä mainitulla tavalla ja tämä kuvaakin mielestäni tarkasti maahantuonnin perimmäisen luonteen. Maahantuonnissa on siis kyse siitä, että kotimainen talousyksikkö ostaa ulkomaiselta talousyksiköltä tavaraa omaan käyttöönsä tai myydäkseen sitä eteenpäin vähittäiskaupassa tai jälleenmyyjille. Seuraavalle sivulle kuvioon 4 olen yksinkertaistanut maahantuonnin periaatteen.



KUVIO 4. Maahantuonti

Jälleenmyyjä on jälleenmyyntisopimuksen toinen osapuoli, joka ostaa tuotteita päämieheltä ja myy ne sitten edelleen omille asiakkailleen omissa nimissään ja omaan lukuunsa. Jälleenmyyjä tekee tätä omalla riskillään. Päämies on henkilö, joka on jälleenmyyntisopimuksissa sopimussuhteessa ainoastaan jälleenmyyjään, ja joka toimii tälle tavaran myyjänä. Jälleenmyyjää kutsutaan myös maahantuojaksi, mikäli hän samalla toimii tavaroiden tuojana. (Paajanen & Saarinen 1997, 190–191.)

Maahantuoja on yksi jälleenmyyjätyyppi, itsenäinen elinkeinonharjoittaja tai yritys, joka edellä mainitulla tavalla ostaa tuotteet päämieheltä sekä myy ne edelleen. Maahantuontia harjoittava yritys voi olla esimerkiksi tukku-, vähittäis- tai tuontiliike, tavaratalo tai osto-ryhmä. Sopimusalueella yksinmyyntioikeuden omaavaa jälleenmyyjää kutsutaan yksinmyyjäksi. Jälleenmyyjä pitää tavallisesti varastoa. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 2004, 177.)

Maahantuontisopimuksista tyypillisin on ostosopimus. Ostosopimuksella suomalainen yritys ostaa tavaraa kertaluonteisena hankintana ulkomaiselta yritykseltä. Ostosopimus koskee joko tiettyä tavaraa tai tiettyä tavaraerää. Perinteisesti ostosopimuksissa käytetään myyjäyrityksen vakioehtoja, mutta mikäli kaupalla on taloudellista merkitystä suomalaiselle yritykselle, on kaupasta hyvä neuvotella tarkemmin etukäteen sekä laatia erillinen ostosopimus. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 1999, 15.)

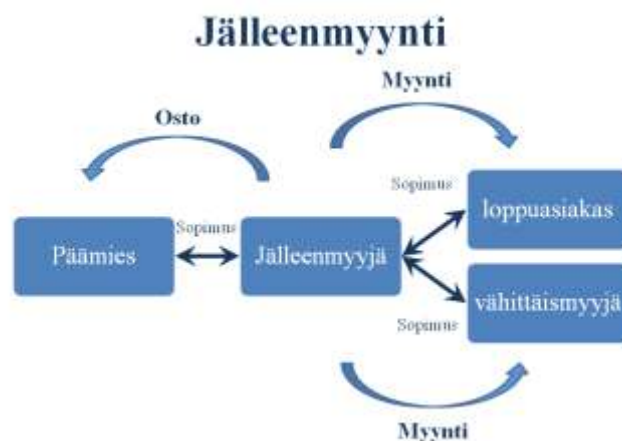
Projektisopimusta, jolla suomalainen yritys ostaa ulkomaiselta myyjältä esimerkiksi tuotantoteknisen kokonaistoimituksen, voidaan niin ikään pitää ostosopimuksena. Tällainen tuotantotekninen kokonaistoimitus voi sisältää esimerkiksi laitteet, asennuksen, koekäytön ja koulutuksen. Projektisopimusta tehtäessä tulee sopimuksen sisältää tarkemman määritte-

lyn oston kohteesta, asennuksesta ja koulutuksesta sekä koekäytöstä, vaikka muutoin projektisopimuksen perustana voidaan käyttää ostosopimuksessa käytettävää sopimusohjaa. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 1999, 15.) Laitimani kuvio 5 havainnollistaa maahantuontisopimuksia.



KUVIO 5. Maahantuontisopimukset

Toinen tyypillinen maahantuontisopimus on jälleenmyyntisopimus, jonka perusteella jälleenmyyjä toimii aina omissa nimissään ja omaan lukuunsa. Jälleenmyyntisopimuksesta ilmenee muun muassa hinta- ja toimitusehdot sekä varastointivaatimukset. Jälleenmyyntisopimus tehdään jälleenmyyjän ja päämiehen välille sovituista tuotteista. Nämä tuotteet jälleenmyyjä myy edelleen omalla riskillään. Lopullisen ostajan tai asiakkaan ja päämiehen välille ei solmita minkäänlaista sopimussuhdetta vaan sopimukset tehdään jälleenmyyjän ja päämiehen sekä jälleenmyyjän ja loppuasiakkaan kesken. Jälleenmyyjän palkkio muodostuu myyntivoitoista. Jälleenmyyntisopimusta nimitetään myös maahantuontisopimukseksi tai yksinmyyntisopimukseksi. (Hulkko ym. 1998, 181–182; Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 2004, 132.) Suunnittelemastani kuviosta 6 voidaan tarkastella jälleenmyynnin toimitapaa.



KUVIO 6. Jälleenmyynti

## 4.2 Keskeisten sopimuskohtien määrittely

Jälleenmyyntisopimusta laadittaessa on hyvä ensin kiinnittää huomiota sopimuksen otsikoon. Sopimus on syytä otsikoida selkeyttämään sopimuksen luonnetta. Otsikolla selvitetään minkä tyyppinen jälleenmyyntisopimus on kyseessä. Otsikko voi näin ollen olla esimerkiksi maahantuontisopimus, kun halutaan korostaa maahantuontia tai yksinmyyntisopimus, kun halutaan korostaa yksinmyyntiä. Kuitenkin, jos sopimuksen sisältö on muuta kuin mitä otsikosta annetaan ymmärtää, ratkaisee sisältö sen minkälaisesta sopimuksesta on kyse. Esimerkiksi, jos sopimuksen otsikko on jälleenmyyntisopimus, mutta sen sisältö vastaa ostosopimusta, tulkitaan se täten ostosopimukseksi. (Immonen 2001, 97–99; Immonen 2005, 118.)

Sopijapuolet tulee yksilöidä tarkasti sopimukseen. Sopijapuolista on syytä selvittää heidän viralliset toiminimensä, kotipaikkansa ja osoitteensa sekä juridinen muoto. Joissakin maissa, esimerkiksi Ranskassa, sopimuksissa mainitaan usein myös yrityksen osakepääoma tai muu vastaava pääoma. Juridinen muoto on selvitys yhtiön ja sen osakkaiden vastuualueista. Toisinaan on tarpeen myös mainita, kuka edusti yhtiötä sopimuksen teossa sekä osapuolten toimialat ja sopimuksen tavoite. Kun sopijapuolet määritellään tarkasti, varmistetaan tällä se, että tarpeen vaatiessa vaatimukset tai kanne osataan osoittaa oikealle henkilölle. Tällä myös määritellään mahdollisen pakkotäytäntöönpanon kohde. Tuore kaupparekisteriote antaa ohjeita oikeaoppiseen sopijapuolen määrittelyyn ja sieltä selviää myös kuka on oikeutettu allekirjoittamaan yhtiön puolesta sekä yhtiön toimiala ja juridinen muoto. (Immonen 2001, 99–100.)

Erityisen tärkeää jälleenmyyntisopimuksissa on mainita jälleenmyyjän asema. Siitä tulee ilmetä jälleenmyyjän status itsenäisenä yrittäjänä, joka toimii omissa nimissään. Näin luodaan osapuolten välille edustussuhde, jolloin jälleenmyyjällä ei ole oikeutta solmia päämiehestä sitovia sopimuksia kolmannen kanssa. Jälleenmyyjän aseman määrittelyllä myös varmistetaan, että päämiehen ja jälleenmyyjän välille syntyy toimitus- ja asiakkuussuhde. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 2002, 26; Selin 2004, 83.)

Sopimuksen piiriin kuuluvat tuotteet ja tuoteryhmät on olennaista yksilöidä tarkasti. Erityisen tarkkana on oltava silloin, kun vain osa päämiehen tuotevalikoimasta tulee sopimus tuotteiksi. On hyvä myös mainita sopimuksen piiriin kuuluvat mahdolliset uudet tuotteet

tai tuoteryhmät ja onko päämiehen mahdollista vapaasti lopettaa tiettyjä mallistoja tai tuotteita vai onko hän mahdollisesti velvollinen pitämään tuotteiston muuttumattomana jonkin tietyn ajan verran. Edustettavat tuotteet on hyvä määritellä erillisessä liitteessä ja sitä voi tarvittaessa muuttaa esimerkiksi vuoden välein. Mahdollisista uusista tuotteista ja tuoteryhmistä on tärkeää olla maininta sopimuksessa, jottei käy niin, että edustaja ei hallitsekaan näiden tuotteiden myyntiä ja markkinointia. Tällainen tilanne olisi haitallinen molemmille osapuolille. (Immonen 2001, 101; Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 2002, 26.)

Sopimuksesta on tarkkaan ilmettävä jälleenmyyjän sopimusalue. On tärkeää, että myyntialue on niin laaja, että jälleenmyyjällä on mahdollisuus toimia siellä tehokkaasti. Tässä kohdassa sovitaan niin sanotusta yksinmyyntioikeudesta. Päämies voi kuitenkin itse hoitaa osan myynnistä suoraan asiakkaille ja tästä syystä näistä ehdoista on hyvä sopia tarkoin. (Immonen 2001, 100; Selin 2004, 83.)

Euroopan unionin kilpailuoikeuden mukaan päämies ei voi määrittää tuotteille edelleenmyyntihintaa, jossa jälleenmyyjän on pysyttävä. Jälleenmyyjä on oikeutettu vapaasti päättämään myyntihinnoistaan. Tämä johtuu siitä, että jälleenmyyjä ostaa tuotteet omiin nimiinsä ja myy niitä edelleen omalla katteellaan. Päämies voi antaa jälleenmyyjälle hintasuosituksia, mutta ne eivät käytännössä saa olla sitovia. Jälleenmyyntihinnasta voidaan kuitenkin mainita sopimuksessa. (Selin 2004, 83.)

### **4.3 Oikeudet ja velvollisuudet**

Jälleenmyyntisopimuksissa mainitaan yleensä sopijapuolten velvollisuuksista ja oikeuksista. Yksi jälleenmyyjän velvollisuuksista on myynninedistäminen. Jälleenmyyjän on tällöin parhaan kykynsä mukaan edistettävä päämiehen tuotteiden myyntiä sekä valvottava päämiehen etuja sopimusalueella. Sopimuksissa sovitaan yleensä myös vähimmäisostovelvoitteesta. Vähimmäisostovelvoite sitoo jälleenmyyjän ostamaan tiettyä ajanjaksona määrätyn määrän sopimustuotteita. Vähimmäisostovelvoitteen voi hyvin porrastaa erisuuruiseksi sopimuskauden aikana esimerkiksi siten, että velvoite on pienempi sopimuskauden alkuvaiheessa. Mikäli jälleenmyyjä ei noudata vähimmäisvelvoitetta, katsotaan se yleensä sopimusrikkomukseksi. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 2002, 27.)

Päämiehen halutessa vaikuttaa jälleenmyyjän myyntiorganisaation laajuuteen tai rakenteeseen on sen ilmentävä sopimuksesta. Päämies voi haluta tätä varmistuakseen myyntiverkoston riittävydestä. Ilman tällaista mainintaa sopimuksessa jää myyntiverkosta päättäminen jälleenmyyjälle. Tässä kohtaa on oleellista myös maininta jälleenmyyjän oikeudesta käyttää aliedustajia. Mikäli jälleenmyyjä on oikeutettu päämiehen suostumuksella käyttämään aliedustajaa, tulee aliedustajan ja päämiehen suhde ilmetä tässä kohtaa. Yleensä aliedustajan sopimussuhde on vain jälleenmyyjään. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 2002, 27; Selin 2004, 84.)

Erityisen huolellinen on oltava silloin, kun sovitaan markkinointitoimenpiteistä. Markkinointitoimenpiteiden järjestelyistä ja kustannuksista kannattaa sopia tarkasti ja selkeästi, varsinkin kun on kyse messuosallistumisesta. Jälleenmyyjällä on tapana pääsääntöisesti itse huolehtia markkinointiin liittyvistä toimenpiteistä ja vastata niistä aiheutuneista kustannuksista. Kuitenkin uusien tuotteiden markkinoille tuomisessa jälleenmyyjä saattaa toivoa päämiehen tukea ja tällöin tämä on syytä mainita sopimuksessa. (Selin 2004, 84.)

Myynnin kehityksen sekä mahdollisten toimialalla tapahtuvien muutosten säännöllinen raportointi on sopimuksen molemmille osapuolille erityisen tärkeää. Lisäksi myös asiakaspalautteesta raportointi hyödyttää kumpaakin osapuolta. Raportointimenettely on syytä ottaa esille sopimuksessa. Sopimuksessa tulee myös olla maininta raportointivelvollisuudesta sekä mahdollisimman tarkka kuvaus siitä, miten laaja raportin tulee olla sekä siitä, kuinka usein raportoidaan. Päämies voi tällä myös valvoa jälleenmyyjän toimintaa sekä seurata sitä, että jälleenmyyjä on päässyt sovittuihin tavoitteisiin. Tällä kohdalla on korostunut merkitys kun puhutaan yksinmyyntioikeudesta, koska päämiehen markkinatieto nojaa usein pelkästään jälleenmyyjän antamiin tietoihin. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 1999, 28; Selin 2004, 84.)

Päämiehen sitä halutessa, on sopimukseen tarkoituksenmukaista ottaa maininta kilpailukieltolausekkeesta. Tällä lausekkeella päämies voi kieltää jälleenmyyjältä sopimustuotteiden kanssa kilpailevien tuotteiden myynnin ja valmistuksen sekä kilpailevien tuotteiden myynnin edistämisen. Kilpailukieltolausekkeessa on määriteltävä selkeästi kieltoa koskeva alue sekä se, mitä kiello koskee: valmistusta, myyntiä vai molempia. Välttääkseen epäselvyyksiä olisi tässä kohdassa hyvä tuoda esille ne tuotteet, jotka lasketaan kilpaileviksi tuotteiksi sekä ne, joita ei näihin lasketa. Kilpailukiello voi Euroopan unionin kilpailulainsä-



dännön perusteella olla olemassa vain sopimuksen voimassaoloaikana ja sen maksimipituus on viisi vuotta. Kilpailukiello ei voi ulottua aikaan sopimuksen päättymisen jälkeen. Kilpailukiellon esilletuominen sopimuksessa ajaa yleensä päämiehen etuja. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 1999, 28; Siira 1998, 72–73; TIEKE 2010.)

Jälleenmyyjällä on usein tapana varastoida sopimustuotteita. Varastoinnilla voidaan muun muassa nopeuttaa toimitusaikoja. Mikäli jälleenmyyjä pitää varastoa, on syytä yksiselitteisesti mainita sopimuksessa varastoinnin minimimäärä sekä se, mitä tuotteita varastointi koskee. Tässä sopimuskohdassa tulee myös mainita tavaroiden omistussuhde. Useasti, kun sopimuksessa tuodaan esille varastointi, ovat tuotteet edelleen päämiehen omistuksessa, vaikka jälleenmyyjä varastosta huolehtiikin. (Immonen 2005, 128; Selin 2004, 85.)

Huoltoa kaipaavan tuotteen osalta olisi tärkeää sopia huollon järjestämisestä kohdemaassa. Usein jälleenmyyjällä on kontakteja, joiden kautta huolto parhaiten järjestyy, mutta se voidaan yhtä hyvin sopia yhdessä päämiehen kanssa. Tässä kohdassa on myös tarkoin otettava huomioon huollosta aiheutuvat kustannukset sekä niiden suoritusperusteet. Myös takuut ja reklamointi sekä niihin liittyvät toimenpiteet tulee sopia huolellisesti. Tässä tulee ilmetä takuun voimassaoloaika sekä ne asiat, mitkä takuu kattaa. Myös reklamaatioiden hoitotavat ja kuka hoitaa kustannukset on otettava esille tässä kohdassa. (Selin 2004, 85.)

Jälleenmyyjän edellytetään usein käyttävän markkinoinnissa päämiehen tavaramerkkiä. Mikäli päämies ei ole rekisteröinyt tavaramerkkiään sopimusalueella, voi jälleenmyyjä sovittaessa toimittaa rekisteröinnin. Näin ollen sopimuksessa on syytä huomioida tarkasti kuka hoitaa rekisteröinnistä aiheutuvat kulut, kenen nimiin tavaramerkki tulee, sekä muista tavaramerkin käyttöön kytköksissä olevista asioista. Sopimusta tehtäessä voidaan jälleenmyyjää kieltää käyttämästä päämiehen tavaramerkkiä sopimuksen päättymisen jälkeen. Lisäksi on tavallista, että jälleenmyyjä on velvoitettu ilmoittamaan sopimusalueella tapahtuvista päämiehen tavaramerkin tai muiden teollisoikeuksien loukkauksista sekä auttamaan päämiestä juridisissa toimenpiteissä oikeudenloukkaajaa vastaan. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 1999, 28.)

Päämiehen yleisiin velvollisuuksiin kuuluu niin ikään myynninedistäminen, jonka perusteella päämies tukee ja edistää parhain keinoin jälleenmyyjän toimintaa. Päämiehen tulee toimittaa markkinointikokemuksensa sekä sopimustuotteisiin liittyvä tekninen tietämyk-

sensä jälleenmyyjän ulottuville. Lisäksi kaikki tähän liittyvä tarpeellinen materiaali tuodaan jälleenmyyjän käyttöön. Materiaalin palauttamisesta sopimuksen päättymisen yhteydessä on hyvä erikseen sopia jo sopimuksen kirjoittamisvaiheessa. Päämiestä velvoitetaan tiedottamaan jälleenmyyjälle sopimustuotteisiin tehtävistä muutoksista, parannuksista, hinnanmuutoksista sekä toimitushäiriöistä. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 1999, 29; Selin 2004, 85.)

Mikäli jälleenmyyjällä on yksinmyyntioikeus, päämies ei voi myydä tuotteitaan sopimusalueen muille jälleenmyyjille. Absoluuttisen markkinasuojan antaminen jälleenmyyjälle on kuitenkin mahdotonta, koska sopimusaluetta rinnakkaistuonnilta suojaavat sopimusehdot ovat Euroopan unionin kilpailusääntöjen mukaisesti pääsääntöisesti pätemättömiä. Huolimatta jälleenmyyjän yksinmyyntioikeudesta, päämies voi kuitenkin pidättää itselleen oikeuden myydä tuotteitaan suoraan sopimusalueen asiakkaille. (TIEKE 2010.)

#### **4.4 Toimitusehdot, voimassaoloaika sekä sopimuksen päättymisen**

Tuotteen saatavuuden takaamiseksi toimituksella on oleellinen merkitys jälleenmyyntisopimuksissa. Toimituksen yksityiskohtainen sääntely sopimuksessa on kuitenkin käytännössä hankalaa, koska mahdollisia ongelmia aikataulun mukaisissa toimituksissa on vaikea ennakoida. Sopimuksissa viitataan yleensä yleisiin sopimusehtoihin. Varsinaisessa sopimuksessa on kuitenkin hyvä määritellä osapuolten välillä tapahtuvien toimitusten yleiset periaatteet. Toimituksen osalta kannattaa ensinnäkin sopia pidetäänkö päämiehen hyväksyntää tilaukselle kaupan edellytyksenä. Lisäksi on hyvä harkita toimitusaikoja sekä miettiä, mitä seuraamuksia viivästymisestä aiheutuu. Sopimukseen on syytä ottaa maininta käytettävistä toimitusehdoista. Sopimuksessa voidaan viitata toimituslausekkeisiin esimerkiksi seuraavasti: Incoterms 2000 -lausekkeiden mukaan. Yleisiin periaatteisiin kuuluvat niin ikään kauppahinnan määräytymis- ja hinnanmuutosperusteet sekä maksusuorituksiin liittyvät asiat, kuten esimerkiksi valuutta ja maksutavat. Edelleen on huomioitava päämiehen jälleenmyyjälle myöntämä takuu sekä force majeure -perusteet eli sopimuksen vapauttamisperusteet. (Selin 2004, 86; TIEKE 2010.)

Jälleenmyyntisopimuksissa Euroopan Unionin sisällä käytetään usein kansainvälisen kauppakamarin ICC:n määrittelemiä Incoterms-toimitusehtolausekkeitä. Kansainvälinen

kauppakamari on julkaissut uudet Incoterms 2010 -ehdot ja on suositeltu, että ne otettaisiin käyttöön yritysten väliseen kaupankäyntiin 1.1.2011 alkaen. Incoterms-ehdot on uusittu säännöllisin väliajoin ja edelliset ehdot ovat vuodelta 2000. Ehtojen uusiminen perustuu kaupankäynnin ja tavarantoimituksen jatkuvaan muutokseen, ja uusien ehtojen tarkoituksena on parantaa kansainvälistä kaupankäyntiä entistä paremmin. (Keskuskauppakamari 2010.)

Päivitetyt Incoterms 2010 -ehdot on luotu tehostamaan kaupan logistiikkaa, vähentämään riskejä sekä tuomaan yritykselle kustannussäästöjä. Uusissa Incoterms 2010 -ehdoissa on kaksi uutta lauseketta, jotka korvaavat vanhat DAF, DES ja DDU -lausekkeet. Uudet lausekkeet ovat DAT: toimitettuna terminaalissa ja DAP: toimitettuna määräpaikalle. Lisäksi tuttua FOB-lauseketta on tarkennettu. (Keskuskauppakamari 2010.) Perehtyessäni lähde- materiaaliin panin merkille, että johtuen eri vuosina julkaistujen Incoterms-lausekkeiden erilaisesta sisällöstä, tulee jälleenmyyntisopimuksissa muistaa viitata Incoterms-lausekkeisiin myös vuosiluvun mukaan. Pelkkä maininta ”Incoterms” ei siis riitä.

Muun ohella tässä kohdassa on hyvä määritellä tavarantoimituksen laatuvaatimukset ja mahdolliset seuraamukset virheellisestä tavarasta sekä tuotevastuulaki ja sen aiheuttamat velvoitteet. Tuotevastuulaki säätelee tuotevahingon aiheuttamaa vahingonkorvausvastuuta, joka yleensä ulottuu tuotteiden valmistukseen, maahantuontiin, jakeluun tai myyntiin osallistuvien elinkeinonharjoittajien valmistamien, jakamien tai edustamien tuotteiden aiheuttamiin vahinkoihin. Edullisinta jälleenmyyjälle olisi, että päämies ottaa vastuun tuotteesta aiheutuvista vahingoista. (Avanor Oy 2004a, 2004b; Selin 2004, 86.)

Sopimuksen perusteella saatu luottamuksellinen tieto tai liikesalaisuus voidaan suojata jälleenmyyntisopimuksessa salassapitovelvollisuudella. Salassapitovelvoite voi sopimuksen mukaan koskea molempia osapuolia tai haluttaessa vain toista osapuolta. Salassapitovelvoite voidaan sopia jatkumaan sopimuksen voimassaoloajan jälkeenkin. Ellei sopimuksessa toisin sovita, sen voimassaolo alkaa sopimuksen allekirjoittamisesta ja molempien osapuolien on se allekirjoitettava. Toistaiseksi voimassaoleva sopimus päättyy sen irtisanomiseen. Molemmilla osapuolilla on oikeus irtisanoa sopimus. Irtisanomisaika tulee mainita sopimuksessa. Mikäli irtisanomisaikaa ei ole määritetty, katsotaan ajan olevan kohtuullinen. Määräaikainen sopimus päättyy ilman erillistä irtisanomista heti määräajan umpeuduttua. (TIEKE 2010.)

Sopimuksen irtisanomiseen ei vaadita osapuolilta minkäänlaisia perusteluja. Sopimuksen purkamiseen puolestaan on oltava purkuun oikeuttava purkamisperuste. Purkamisperusteita ovat esimerkiksi sopimusrikkomus tai muu syy, jonka johdosta sopimussuhteen jatkaminen kohtuudella on mahdotonta. Sopimuksessa voidaan tarkemmin määritellä, milloin rikkomus oikeuttaa välittömään purkuun sekä puolestaan milloin sopimusosapuolella on mahdollisuus vielä korjata rikkomuksensa. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 1999, 30.)

Sopimuksen päättyessä päämiehen jälleenmyyjälle toimittama materiaali tulee yleensä palauttaa omistajalleen. On tarkoituksenmukaista sopia etukäteen, miten mahdolliset keskenraäiset kaupat hoidetaan, ja mitä jälleenmyyjän mahdolliselle loppuvarastolle tehdään. Tavallisesti jälleenmyyjä ei ole oikeutettu irtisanomiskorvaukseen, mutta joissain Euroopan unionin maissa tämä on kuitenkin mahdollista. Erityisesti Saksassa tällainen käytäntö on yleistä tuomioistuimen myöntämänä. Puolestaan sopimusrikkomustilanteessa korvausvelvollisuus tulee yleisesti kyseeseen. Tällöin puhutaan vahingonkorvausvelvollisuudesta. Sopimusta rikkonut osapuoli korvaa aiheuttamansa vahingon toiselle osapuolelle. Asiasta on sovittava etukäteen sopimuksessa ja korvauksen määräytymisperusteet ja enimmäismäärä on syytä määritellä tarkasti. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 1999, 30; Selin 2004, 87.)

#### **4.5 Sovellettava laki sekä riitojen ratkaisu**

Jälleenmyyntisopimukseen sovellettava laki on vapaasti osapuolten keskenään sovittavissa. Suomalainen jälleenmyyjä voi pyrkiä saamaan Suomen lakia sovellettavaksi. Tämä on usein kuitenkin hankalaa. On syytä kuitenkin valita laiksi sen maan laki, johon sopimus riittävän läheisesti liittyy. Sopimuksen mahdolliset muutokset tai lisäykset on syytä tehdä kirjallisena. Sopimukseen voidaan myös sisällyttää lauseke, jolla kielletään sopimukseen perustuvien velvollisuuksien tai oikeuksien siirtäminen kolmannelle osapuolelle. Tarkoituksenmukaista on myös sopia sopimuksen kielestä. Mikäli sopimuksesta on olemassa useita erikielisiä versioita, määritellään tässä kohdassa minkä kielinen sopimus on alkupe- räinen ja virallinen. Yleisesti suositeltava kieli on englanti, mikäli sopijapuolilla ei ole yhteistä kieltä. (Selin 2004, 87; TIEKE 2010.)

Mielestäni sopijapuolten kannattaisi valita jokin kolmas kieli sopimuskieleksi, mikäli heillä ei ole yhteistä äidinkieltä. Sellaisissakin tilanteissa, että toinen osapuoli puhuu toisen osapuolen äidinkieltä, on mielestäni hyvä käyttää kolmatta kieltä. Tämä siksi, että vaikka toinen osapuoli osaisi toisen äidinkieltä, sen taso todennäköisesti on kuitenkin huomattavasti heikompi kuin sen osapuolen, jonka äidinkielestä on kyse. Tällöin välttyttäisiin, ainakin osittain, mahdollisilta väärinkäsityksiltä, eikä toiselle osapuolelle tulisi kielen takia yli-lyöntiasemaa.

Sopimussuhteissa syntyneiden riitojen ratkaisu tapahtuu kansallisessa tuomioistuimessa tai välitystuomioistuimessa eli niin sanotussa välimiesmenettelyssä. Osapuolet voivat myös valita sovittelumenettelyn riitojen ratkaisemiseksi. Sovittelumenettelyssä erimielisyys annetaan ratkaistavaksi ulkopuoliselle sovittelijalle. Menettely on vapaaehtoinen sekä yleensä nopea ja edullinen. Yleisempi tapa sovitella riitoja on välimiesmenettely. Välimies tai välimiehet valitaan sopimuksessa viitatus elimen, esimerkiksi kauppakamarin sääntöjen mukaan ja riita ratkaistaan sopimuksesta ilmenevän sovellettavan lain puitteissa. Välimiesmenettely käsitellään suojassa julkisuudelta. Se on suhteellisen nopea, mutta kuitenkin kustannuksiltaan kallis riitojen ratkaisutapa. Tuomioistuinmenettelyä käytetään vähemmän riitojen ratkaisemiseen ja se onkin hidas menettelytapa. Oikeudenkäynti nostetaan vastaajan kotimaassa tai siellä, missä vastaajalla on ulosmittauskelpoista omaisuutta. Tuomioistuinmenettelyltä voidaan välttyä sopimalla, että riidan ratkaisee välimies tai välimiehet. (Immonen 2005, 138–139; TIEKE 2010.)

Mielestäni sopijapuolten kannattaa tehdä sopimukset hyvin tarkoin ja tällä tavoin lieventää riskiä kalliista riitojen ratkaisumenettelyistä. Kun sopimus on huolellisesti tehty, pitäisi ymmärtääkseni syntyä ideaalinen tilanne, jossa mahdolliset erimielisyydet voidaan ratkaista tarkistamalla sopimuksesta mitä oikeastaan on alun perin sovittu. Riitojen ratkaisumenettelystä on mielestäni kuitenkin hyvä sopia kirjallisesti etukäteen siltä varalta, että erimielisyys kasvaa niin suureksi, ettei sitä voida selvittää sopimusdokumentin perusteella.

Sopimuksen lopussa on oltava sopimuksen virallinen päiväys sekä molempien osapuolien allekirjoitukset. Mikäli on syytä epäillä toisen osapuolen allekirjoitusoikeutta, asia kannattaa tarkistaa. Organisaatiomuutosten ja yrityskauppojen yhteydessä on tavallista, että allekirjoitusoikeudet yrityksen sisällä muuttuvat. Erityisen tarkkana kannattaa olla tilanteessa, jolloin samalla omistajalla on useita lähes samannimisiä yhtiöitä. (Immonen 2005, 135.)

Jälleenmyyntisopimuksen sisältö saattaa käsittääkseni vaihdella paljonkin eri yritysten kesken. Jopa saman yrityksen eri päämiesten välillä on varmasti eroja. Edellä on esitetty kaikki asiat, jotka jälleenmyyntisopimuksessa tulisi olla. Jokainen yritys voi kuitenkin valita itselleen keskeisimmät kohdat ja perustaa sopimuksensa niiden pohjalle. Listalta löytyy myös useita asioita, joiden mainitseminen sopimuksessa on jokaiselle yritykselle erittäin tärkeää. Seuraavassa luvussa esittelen toimeksiantoyritykseni LHA-Importin, yrityksen toimialan sekä sen historiaa.

## 5 LHA-IMPORT

Toimeksiantaja tälle opinnäytetyölle on jälleenmyyntiyritys LHA-Import Espoosta. Yritys on harjoittanut maahantuontia muutamia vuosia. Huolimatta yrityksen nuoresta iästä sen liikevaihto on ollut vahvasti kasvusuuntainen. Myös päämiesten lukumäärä on kasvanut vuosittain. Alla käsitellään yrityksen lyhyt historia, sen toimiala sekä lopuksi ne seikat, mitä toimeksiantoyritys on toivonut opinnäytetyöltä.

LHA-Import on Espoossa sijaitseva suomalainen maahantuontiyritys, jonka toimialana on jälleenmyynti. Yritys tuo Suomeen sisustus- ja lahjatavaraa sekä kattaustarvikkeita Ranskasta, Ruotsista, Italiasta ja Portugalista. LHA-Import perustettiin vuonna 1998 ja se on perheyritys. Toiminta aloitettiin vähittäiskaupalla. Ensimmäiset viisi vuotta yrityksellä oli liiketila Espoossa, josta tavaraa myytiin vähittäiskaupalla suoraan kuluttajille. Tavarat puolestaan ostettiin tukkuliikkeiltä tai maahantuojilta. (Sundqvist 2008, 2009.)

Vuonna 2003 yritys siirtyi pikkuhiljaa vähittäiskaupasta jälleenmyyntitoimintaan ja näin ollen Espoossa sijainnut kauppa lopetettiin. Tilalle hankittiin varastotilaa jälleenmyytävälle tavaroille. Vuonna 2004 aloitettiin maahantuonti. Yrityksen uuden aluevaltauksen ensimmäinen päämies oli Ranskasta. Tämän ranskalaisen yrityksen edustaja otti yhteyttä LHA-Importin edustajaan, jonka oli aiemmin tavannut messuilla 1990-luvun lopulla, ja tiedusteli yrityksen kiinnostusta aloittaa maahantuontitoimintaa. Muutama viikko yhteydenoton jälkeen LHA-Import edustajineen osallistui messuille Ranskassa ja pian tämän jälkeen yrityksen toimiala vaihdettiin vähittäiskaupasta maahantuontiin. (Sundqvist 2008.)

Ruotsi tuli mukaan toimintaan uudeksi päämieheksi pian Ranskan jälkeen, kun kynttilöitä, serviettejä ja kattaustarvikkeita maahantuonut yritys lopetti toimintansa ja välitti LHA-Importin yhteystiedot Ruotsiin. Vuoden 2009 alusta tavaraa on maahantuotu myös Italiasta ja Portugalista. Yrityksen liikevaihto on noin 150 000 euroa ja kasvua siihen on tapahtunut vuosittain noin 10–12 prosenttia viimeisen neljän vuoden aikana. Yritys maahantuo tavarat ja jälleenmyy ne edelleen vähittäiskauppiaille tai jälleenmyyjille Suomessa. Yrityksellä on Suomessa päämiestensä tavaroihin yksinmyyntioikeus. (Sundqvist 2009.)

LHA-Importin asiakasrekisterissä on nykyään hieman yli 300 yritystä. Yrityksen suomalaiset asiakkaat hankitaan messuilta. Asiakassuhteet hoidetaan pääasiallisesti messuilla, koska yrityksellä ei enää ole olemassa kauppatilaa tai muuta virallista toimistotilaa. Suhteita ylläpidetään myös sähköisesti ja puhelimitse.

LHA-Import pitää messuosastoa perinteisesti Forma-messuilla sekä Sisusta-messuilla. Forma-messut ovat ammattilaismessut, joihin alan ammattilaisten lisäksi voivat ottaa osaa myös lehdistö ja opiskelijat. Sisusta-messut ovat avoinna niin ammattilaisille kuin alasta kiinnostuneillekin. LHA-Importin asiakkaat tekevät tilauksensa pääasiallisesti messuilla. Yritykset, jotka tilaavat tavaraa LHA-Importilta, käyvät messuosastolla katsomassa ja tunnustelemassa tavaroita ja tekevät tilaukset messupäivän aikana. Messuilla luodaan vaivattomasti myös uusia asiakaskontakteja. (Sundqvist 2008.)

LHA-Import työllistää kaksi henkilöä. Yritys ei ole toistaiseksi katsonut tarpeelliseksi palkata ulkopuolista henkilökuntaa. Yrityksen kaikesta toiminnasta vastaavat sen perustajat lukuun ottamatta kirjanpitoa ja tilinpäätöstä, jotka kirjanpitäjä hoitaa. Yrityksessä on ollut yksi harjoittelija keväällä 2009. Yrityksellä on päämiehiä tällä hetkellä neljästä maasta yhteensä kuusi. (Sundqvist 2009.)

Yrityksen maahantuomat tuotteet voidaan karkeasti jakaa viiteen pääryhmään. Pääryhmiä ovat kynttilät, servietit, tekstiilit, mausteet sekä keittiötarvikkeet. Tuotteita on kuitenkin useita erilaisia, eikä niille kaikille välttämättä löydy omaa pääryhmää. Yritys tuo paljon esimerkiksi yksittäisiä lahjatavaroita. Tuotteet valitaan usein sesongin mukaan ja tuotevaihtuvuus on erittäin suurta. Samaa tuotetta pidetään harvoin valikoimissa kovin pitkään. Vanhan tuotteen korvaa uusi vastaavanlainen tai täysin uusi erilainen tuote. (Sundqvist 2009.) Seuraavalla sivulla ottamani kuva yrityksen messuosastosta Forma-messuilta 2009 (KUVIO 7).





KUVIO 7. LHA-Import Forma-messuilla 2009

Toimeksiantajana LHA-Import toivoi opinnäytetyöltä kattavaa kuvausta jälleenmyyntisopimuksen sisällöstä sekä jälleenmyyntisopimukseen liittyvistä asioista. Yrityksen sopimukset tehdään pääasiallisesti sähköpostitse. Yrityksellä ei ole ollut ongelmia sopimusten noudattamisessa päämiestensä kanssa, lukuun ottamatta muutamia tavarantoimitusten viivästyksiä. Riitaa tällaisista ei kuitenkaan koskaan ole tullut, vaan asiat on aina pystytty hoitamaan keskustelemalla päämiesten kanssa.

Kasvavana yrityksenä LHA-Import toivoi, että jälleenmyyntisopimuksen luomiseen tarvittavat asiat löytyisivät yksistä kansista. Lisäksi päätin tehdä yritykselle sopimusmallin tutkimuksen sekä teorian tuloksena. Yrityksen kasvaessa sopimuksia on hyvä tarkentaa ja uusien päämiesten kanssa tehdyt sopimukset on hyvä tehdä tarkasti alusta alkaen.

Seuraavassa osiossa kerrotaan laadullisesta tutkimuksesta sekä tarkemmin puolistrukturoidusta haastattelusta. Lisäksi siinä kuvataan tulosten analysointia sekä tutkimuksen arviointia. Osiossa esitellään myös tutkimukseen haastatellut henkilöt, heidän yritystensä toimiala sekä annetaan muuta tarpeellista tietoa yrityksistä.

## 6 LAADULLINEN TUTKIMUS

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa pääpaino on mielipiteiden sekä niiden syiden ja seurausten tutkimisessa. Laadullisessa tutkimuksessa keskitytään useimmiten haastatteluihin ja ryhmäkeskusteluihin pohjautuvan aineiston perusteella tehtäviin johtopäätöksiin. Laadullista tutkimusmenetelmää voidaan käyttää itsenäisesti tai yhdessä määrällisen eli kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän kanssa. (Taloustutkimus Oy 2007.) Seuraavassa alaluvussa käyn läpi laadullisen tutkimusmenetelmän erityispiirteitä sekä kuvailen teema-haastattelua tapana kerätä tutkimusaineistoa. Lisäksi esittelen haastateltavat.

### 6.1 Erityispiirteet ja puolistrukturoitu haastattelu

Laadullisella tutkimusmenetelmällä tehdyssä tutkimuksessa tarkastellaan ihmisten välistä sosiaalista merkitysten maailmaa, joita suhteet ja niiden muodostamat merkityskokonaisuudet ilmentävät. Ihmisistä lähtöisin olevat ja ihmiseen päättyvät tapahtumat puolestaan tuovat ilmi näitä merkityskokonaisuuksia. Tällaiset heistä lähtöisin olevat ja heihin päättyvät tapahtumat voivat olla toimintaa, ajatuksia, päämäärien asettamista ja esimerkiksi yhteiskunnan rakenteita. Laadullisella tutkimuksella tavoitellaan ihmisen omaa kuvausta koetusta todellisuudesta. Nämä kuvaukset oletettavasti sisältävät niitä asioita, jotka ovat ihmiselle itselleen elämässä merkityksellisiä ja tärkeitä. (Vilka 2005, 97.)

Tutkimukseen, joka on toteutettu kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä, aineistoa voidaan kerätä usealla tavalla. Tutkimusaineistoksi soveltuvat muun muassa esineet, ihmisen puhe sekä kuva- ja tekstiaineistot. Usein tutkimusaineisto kerätään kuitenkin haastatteluina. Haastattelumuotoja laadullisessa tutkimusmenetelmässä ovat lomakehaastattelu, teema-haastattelu ja avoin haastattelu. (Vilka 2005, 100-101.)

Teemahaastattelussa eli puolistrukturoidussa haastattelussa käytetään ennalta valittuja teemoja, mutta haastattelukysymysten muotoa tai esittämisjärjestystä ei kuitenkaan tarkasti määritellä. Jotta teemahaastattelu voidaan kohdistaa juuri tiettyihin teemoihin, edellyttää se tutkijalta perusteellista perehtymistä aihepiiriin. Teemahaastattelussa tutkimusaihe ja tutkimuskysymykset muutetaan tutkittavaan muotoon ja aiheeseen perehtyminen ohjailee

käsiteltävien teemojen valintaa. (Metsämuuronen 2008, 41; Puusniekka & Saaranen-Kauppinen 2006a.)

Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä ja teemahaastattelu olivat luonnollinen ratkaisu käytettäväksi menetelmäksi opinnäytetyössäni. Jälleenmyyjien määrä Suomessa on suhteellisen pieni ja näin ollen kvantitatiivinen tutkimus olisi ollut käytännössä hankala toteuttaa. Kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä pystyin myös hyödyntämään tutkittavien omia mielipiteitä sekä kokemuksia jälleenmyyntisopimusten tekemisestä. Tutkimusongelmana on: Mikä on jälleenmyyntisopimuksen sisältö kansainvälisessä kaupassa Euroopan unionin sisällä? Tarkentava kysymys on: Mitä asioita jälleenmyyntisopimuksessa tulisi olla kirjattuna, jotta se palvelisi hyvin suomalaista jälleenmyyjää kuten myös sopimuksen toista osapuolta, päämiestä?

Keräsin tietoa teemahaastattelun avulla, koska halusin pitää kysymykset väljinä ja antaa vastaajalle mahdollisuuden kertoa laajemmin aiheeseen liittyvistä asioista, kuitenkin samalla itse pitäen ohjat siitä, että haastattelu pysyy tutkimuksen kannalta oikeilla linjoilla. Koko opinnäytetyön pääasiallinen tarkoitus oli selvittää mitä asioita jälleenmyyntisopimuksessa tulee ottaa esille ja tämän selvityksen tuloksena tehdä jälleenmyyntisopimus pohja opinnäytetyöni toimeksiantoyritykselle. Koska jälleenmyyntisopimuksen sisältö vaihtelee suuresti jopa yritysten omien päämiesten välillä, haastattelemalla oli mahdollista tarkentaa yritysten tekemiä valintoja siitä, mitä asioita tulisi sopimuksessa olla ja miksi.

Haastateltavien valinnassa on otettava huomioon se seikka mitä ollaan tutkimassa. Haastateltavien valintaa peilataan tutkimusongelmaan, jolloin valinta perustuu haastateltavien teemaa tai tutkittavaa asiaa koskevaan asiantuntemukseen tai kokemukseen. Kriteerinä on tällöin haastateltavan omakohtainen kokemus tutkittavasta asiasta. (Vilkka 2005, 114.)

Aineiston kerättyään tutkijan tulee muuttaa se muotoon, jossa sitä voidaan tutkia. Haastatteluaineiston kohdalla kyseeseen tulee litterointi eli haastatteluaineiston muuttaminen tekstimuotoon. Analysoitava aineisto laadullisessa tutkimuksessa on aina kuva- tai tekstimuodossa. Nauhoitusten muuttaminen tekstimuotoon on työlästä. Se kuitenkin helpottaa tutkijaa aineiston analysoinnissa eli tutkimusaineiston järjestelmällisessä läpikäynnissä, aineiston ryhmittelyssä ja luokittelussa. Haastateltavien puhetta ei saa litteroinnissa muuttaa tai muokata, vaan ne tulee olla haastateltavan alkuperäisenä antamana lausuntona ja merkityk-

senä. Litteroinnin tarkkuus on suoraan verrannollinen tutkimuksen luotettavuuteen. (Vilkkä 2005, 115-116.)

Jaoin haastattelun kahdeksaan eri teemaan. Aluksi selvitin haastateltavien ja heidän yritystensä taustatietoja. Muissa teemoissa käsittelin sopimusten dokumentointia, jälleenmyyntisopimuksia yrityksessä, sopimuksen sisältöä, toimitusta ja salassapitoa, sopimuksen voimassaoloa sekä sovellettava lakia ja sopimusrikkomusta. Lisäksi käsittelin vielä muuta osion, jolla selvitin muun muassa oliko haastateltavien mielestä tärkeää dokumentoida sopimukset sekä mitä hyötyä haastateltavan mielestä on kirjallisesta sopimuksesta. Muuta osiossa tiedustelin myös, miten yritys hyötyisi valmiista sopimus pohjasta sekä oliko haastateltavalla asiaan vielä lisättävää tai kommentoitavaa.

Haastateltavat valitsin huolellisesti jälleenmyyntialalta ja näin ollen pyrin keräämään tietoa käyttäen heidän ammattiosaamistaan sekä henkilökohtaisia kokemuksiaan. Käytin haastatteluiden tallentamiseen apuna nauhuria. Suoritin haastattelut pääosin haastateltavien työpaikoilla lukuun ottamatta yhtä, jonka suoritin haastateltavan kotona. Haastattelut toteutin huhtikuussa 2010. Haastateltavien edustamat yritykset sijaitsevat neljällä paikkakunnalla. Neljän yrityksen toimipaikka on Porissa, yhden Raisiossa ja yhden Kokkolassa.

Haastattelujen kesto vaihteli noin viidestätoista minuutista noin neljäänkymmeneen minuuttiin. Toiset haastateltavista kertoivat asioista monipuolisesti, värittäen haastatteluja mielenkiintoisilla esimerkeillä. Toiset haastateltavista puolestaan antoivat vastauksen vain esitettyyn kysymykseen. Kaikkien haastateltavien kanssa oli kuitenkin miellyttävää keskustella ja haastattelujen edetessä omat haastattelijan taitoni selkeästi kehittyivät. Haastateltavien antamat vastaukset olivat osittain sellaisia, jollaisia odotinkin niiden olevan, mutta osittain jopa yllättäviä. Tehdessäni haastatteluja mielenkiintoni opinnäytetyöni aiheeseen kasvoi entisestään ja varmuus oikean aiheen valinnasta vain vahvistui. Haastattelut tukevat ehdottomasti tutkimaani teoriapohjaa sekä antavat käytännön näkökulman tutkimukseni aiheelle.

Haastattelu aikatauluni oli tiukka ja suoritin kaikki haastattelut viikon sisällä. Aloitin haastattelujen litteroimisen heti viimeisen haastattelun jälkeen ja käytin siihen aikaa niin ikään noin viikon. Kuuntelin haastattelunauhan ensin kertaalleen läpi kirjoittamatta vielä mitään haastattelusta. Toisella kuuntelukerralla tauotin nauhaa ja muutin haastattelun teks-

timuotoon. Litteroinnissa alleviivasin haastateltavan painottamia asioita ja lisäksiin sulkuihin muutamia omia kommentteja haastateltavan äänensävyistä analysointia varten. Litterointi oli työlästä ja aikaa vievää.

## 6.2 Tutkimuksen arviointi ja tulosten analysointi

Analyysillä empiirisen tutkimuksen yhteydessä tavoitellaan tilannetta, jolloin tutkijalla on kasassa jotain enemmän kuin vain aineistoa alkuperäismuodossaan. Analysoidessaan tutkija lukee aineiston huolellisesti, järjestee tekstimateriaalia, erittelee sisältöä ja/tai rakenteita sekä myös jäsentää ja pohtii niitä. Analyysillä voidaan tarkoittaa myös sisällöllisen aineksen luokittelamista eri teemojen tai aiheiden perusteella. Analyysillä tavoitellaan haastattelujen tai kertomusten sisällön ja rakenteen kiteyttämistä yhdeksi kokonaisuudeksi sekä tarkastellaan aineistoa tarkasti heijastaen sitä tutkimusongelmaan. Analyysin avulla tutkija keskustelee teorian, empirian ja oman ajattelunsa kanssa sekä tiivistää ja tulkitsee aineistoa. (Puusniekka & Saaranen-Kauppinen 2006b.)

Laadullista tutkimusta arvioidaan tulkinnan yleistämisen ja tutkimuksen luotettavuuden kautta. Laadullisella tutkimuksella toteutetussa tutkimuksessa yleisyys voidaan tuoda esiin usein eri tavoin. Yleisyys voi olla muodoltaan esimerkiksi väite, yleispätevä eettinen periaate sekä ohje. Se voi myös kuvata tutkimuksessa tematisoitua laatua tai laatujen rakentumista. Laadullisessa tutkimuksessa yleistäminen tehdään aina kuitenkin tulkinnasta eikä tutkimusaineistosta. Tulkinta puolestaan on tulos tutkijan, tutkimusaineiston ja teorian välisestä vuoropuhelusta. Laadullisen tutkimuksen tavoitteena tulisi kyseenalaistaa vanhoja ajatusmalleja sekä selittää ilmiö ymmärrettäväksi niin, että se antaa mahdollisuuden ajatella toisin. Tutkimuksen voidaan katsoa olevan pätevä ja yleistettävä, kun sen tulokset pohjautuvat tematisoituun kokonaisuuteen. Tällöin tutkimustulos vastaa tutkimukselle asetettuja päämääriä. (Vilkka 2005, 157–158.)

Kun tutkimuksen tutkimuskohde ja tutkittu materiaali sopivat yhteen eivätkä satunnaiset tai epäolennaiset tekijät ole vaikuttaneet teorianmuodostukseen, voidaan tutkimuksen sanoa olevan luotettava. Luotettavuus voidaan ilmaista toisin myös sillä, vastaavatko tutkijan käsitteellistäminen ja tutkijan tekemät tulkinnat tutkittavan käsityksiä. Laadullisella tutkimusmenetelmällä tehdyssä tutkimuksessa arvioinnin kohteena ovat tutkijan tutkimukses-

saan tekemät valinnat ja ratkaisut. Tämän seurauksena luotettavuus on verrannollista tutkijaan itseensä sekä hänen rehellisyyteensä. Luotettavuuden arviointia tehdään koko ajan läpi tutkimuksen. Luotettavuutta arvioidaan suhteessa teoriaan, analyysitapaan, tutkimusaineiston ryhmittelyyn, luokitteluun, tutkimiseen, tulkintaan ja johtopäätöksiin. Tutkijan on pysyttävä tutkimustekstissään kertomaan mihin ratkaisuihin hän on päätenyt sekä perustelemaan menettelynsä. Lisäksi tutkimuksen teoreettisen toistettavuuden periaatteen mukaan lukijan ja tutkijan on päädyttävä samaan tulokseen tutkimustekstissä. Tutkijan on niin ikään pysyttävä puolueettomana. (Vilkkä 2005, 158–160.)

### 6.3 Haastateltavien esittely

Haastattelin kuuden yrityksen edustajaa jälleenmyyntialalta. Haastateltavista viisi oli miehiä ja yksi nainen. Neljä haastateltavista toimii yrityksen toimitusjohtajina, yksi on osakkaana perheyrityksessä ja yksi vastaa myynti-, valmistus-, kehitys- ja ostotoiminnasta. Yrityksissä maahantuontia on harjoitettu puolesta vuodesta noin kolmeen kymmeneen vuoteen ja useammalla yrityksellä toiminta on laajentunut Euroopan unionin myötä.

Yhdellä yrityksistä on toimipaikkoja kahdella paikkakunnalla, yksi molemmissa. Yritys on osa isompaa konsernia, jonka emoyhtiö sijaitsee Ruotsissa. Yrityksen liikevaihto on noin neljä miljoonaa euroa ja yritys työllistää 14 henkilöä. Neljä yrityksistä työllistää viidestä seitsemään työntekijää ja liikevaihdot vaihtelevat kahdesta miljoonasta eurosta viiteen miljoonaan euroon. Yksi yrityksistä on pienyritys, joka on osa neljän, hieman isomman yrityksen ketjua.

Kaikki yritykset toimivat erilaisten tuotteiden maahantuontialalla. Useammalla yrityksellä siihen liittyy myös tukku- ja/tai vähittäismyyntiä. Yritysten maahantuomat tuotteet ovat muun muassa koneiden ja laitteiden varaosia, työkaluja, veneitä, keraamisia laattoja ja niihin liittyviä tarvikkeita, kampaamoaineita, -tarvikkeita ja -kalusteita sekä kappaleenkäsittelylaitteita. Viidessä yrityksessä maahantuontia on harjoitettu noin kaksikymmentä vuotta tai yli. Yksi yrityksistä on aloittanut maahantuonnin hiljattain ja toiminut alalla noin puoli vuotta lisäten maahantuonnin toimialaksi omien tuotteiden valmistuksen ja myynnin ohelle. Yritykset tuovat tavaraa pääosin Euroopasta ja Aasiasta ja tuontimaiden lukumäärä vaihtelee yrityksillä yhdestä kolmeentoista.

Olen koodannut sekä haastateltavat että yritykset opinnäytetyössäni. Tämä johtuu siitä, että osa haastateltavista ei halunnut antaa nimeään tai yrityksen nimeä julkaistavaksi. Haastateltavat olen koodannut opinnäytetyöhöni aakkosin A:sta F:ään, esimerkiksi haastateltava A, haastateltava B, ja niin edelleen. Yritykset olen koodannut numeroin yhdestä kuuteen, esimerkiksi Yritys 1, Yritys 2, ja niin edelleen. Yritykset ja haastateltavat olen loogisesti yhdistänyt siten, että haastateltava A ja Yritys 1 ovat pari, jolloin haastateltava A on yrityksen 1 edustaja. Vastaavasti haastateltava B ja Yritys 2 ovat pari, samoin haastateltava C ja Yritys 3, jatkaen samalla johdonmukaisuudella siten, että lopulta haastateltava F ja Yritys 6 ovat pari.

Haastateltavien mainitsemat mahdolliset muut yritykset korvaan lainauksissa Yritys X:llä, Yritys Y:llä ja niin edelleen, niillä kuitenkin tarkoittamatta erityisesti mitään tiettyä yritystä. Niillä ei myöskään ole sen tarkempaa yhteyttä haastateltavaan tai tämän edustamaan yritykseen taikka mihinkään muuhun yritykseen, vaan ne toimivat vain haastateltavien käyttämien esimerkkien esilletuomisen helpottamisena. Haastateltavien mahdollisesti esimerkeissään käyttämät tuotemerkit olen niin ikään koodannut Merkki X:nä, Merkki Y:nä ja niin edelleen.

## 7 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa tuon esille tutkimuksessani ilmenneet seikat ja tutkimustulokset. Esittelen haastateltavien antamat vastaukset sekä havainnollistan tuloksia lainauksilla haastatteluista. Käytän havainnollistamiseen myös laatimiani kuvioita selventämään haastateltavien antamien vastausten eroavaisuuksia sekä yhtäläisyyksiä. Käsittelen tuloksissa muun muassa sopimusten dokumentointitapaa sekä niiden hyviä ja huonoja puolia, sopimusten tarkkaa sisältöä, salassapitoa, sopimuksen voimassaoloaikaa sekä sovellettavaa lakia ja sopimusrikkomusta. Lisäksi selvitän haastateltavien mielipiteitä sopimuksen dokumentoinnista sekä sopimus pohjan hyödyllisyydestä. Kappaleen lopussa on toimeksiantoyritykselle laatimani sopimus pohja, jonka olen koonnut soveltaen siihen sekä teoriaa että tutkimustuloksia.

### 7.1 Sopimusten dokumentointitapa ja jälleenmyyntisopimukset yrityksissä

Haastatteluni ensimmäinen teema taustatietojen jälkeen oli sopimus ja sen dokumentointi. Kysyin haastateltavilta, millä tavoin he sopivat asioista päämiesten kanssa, mitä hyviä puolia tällaisessa sopimistavassa oli sekä mitä huonoja puolia kyseisestä tavasta löytyi. Lisäksi tiedustelin, minkälaisia ongelmia haastateltavat olivat kohdanneet valitsemassaan sopimistavassa.

Tapa sopia asioista ei ollut yksiselitteinen. Yksi haastateltavista kertoi yrityksen tekevän aina tiukan kirjallisen sopimuksen ja toinen pääasiallisesti aina kirjallisen sopimuksen, varsinkin isojen merkkien kanssa. Kaksi haastateltavista teki sopimuksia pääasiallisesti suullisesti, yksi sopi asioista sähköpostitse ja yksi sekä suullisesti että sähköpostitse. Kuvio 8 selventää pääasiallisia sopimistapoja yrityksissä. Kuviossa on eriteltyinä montako haastateltavaa teki pääasiallisesti sopimuksen suullisena, kirjallisena tai molempia tapoja käyttäen.

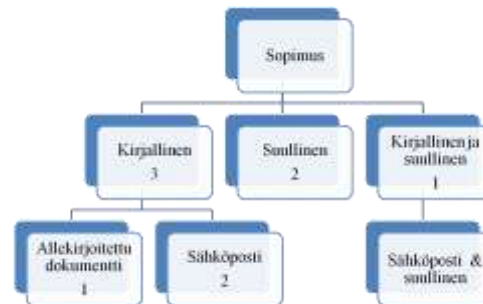
Siis sopimus syntyy pääsääntöisesti suullisena. Oikeestaan kirjallisiin sopimuksiin sellaisenaan ei enää käytetä, ainakaan meidän alalla. Mutta tuon tämän sopimuksen vahvistamisen jälkeen ni kummatkin osapuolet tuovat omilla ko-



tisivuillaan, omissa julkaisuissaan esille että on valtuutettu jälleenmyyjä. (Haastateltava A.)

Kirjallinen. Sähköpostilla pääsääntöisesti ja sitten monessa tapauksessa myös suullinen riittää. (Haastateltava E.)

Tai kaikki sopimukset tehdää faksilla, allekirjoitetaa molempien puolesta. Käytännös jokainen tilauskirja niin allekirjotetaan molempien puolesta. (Haastateltava F.)



KUVIO 8. Pääasialliset sopimistavat yrityksissä

Yhteydenpito päämiehiin sähköpostilla oli kaikille haastateltaville yhteistä. Molemmilla yrityksillä, jotka sopivat asioista pääasiallisesti suullisesti, oli kokemusta myös kirjallisesta sopimuksesta. Toinen näistä yrityksistä teki myös aina isojen ja tunnettujen merkkien kanssa kirjallisia sopimuksia. Toinen yrityksistä, joka teki pääasiallisesti kirjallisia sopimuksia, kertoi niiden kuitenkin olevan kohtuullisen löyhiä. Joitain sopimuksia yritys teki myös suullisesti. Suullisten sopimusten tukena oli jonkinlaisia allekirjoittamattomia kirjallisia dokumentteja, mutta usein nämä toimivat vain sopijan muistin tukena. Yrityksillä oli siis useimmiten valittuna yksi pääasiallinen tapa sopia asioista, ja tätä tapaa sitten täydennettiin toisella sopimistavalla. Sillä, oliko päämiehen merkki tunnettu, tuntui olevan myös vaikutusta sopimistapaan.

Sanotaan kyl se yleensä sovitaan suullisesti ja sit täs kohtaa niist jutellaan, kyl totta kai jokainen pyrkii ne sitten toimittamaan kirjallises muodossaan. Mutta sanotaanko edelleenkin niin ku, et muistetaan mitä on sovittu. (Haastateltava C.)

Ja sit taas toine ääripää on, on hianoil tuotemerkeil, joku Merkki X, jolla sit on oikee niinku allekirjotettavat vuosittaiset sopimukset, et niis on sit useempii pykälää ja ehtoja sun muuta et kui se homma toimii. (Haastateltava C.)

Haastateltavat perustelivat hyvin yrityksensä tapaa sopia asioista ja sekä suullisessa että kirjallisessa sopimistavassa oli puolensa. Suullinen sopimistapa koettiin vaivattomaksi ja

joustavaksi ja usein se perustui luottamukseen. Luotettavuus katsottiin tärkeäksi piirteeksi sopijakumppanille ja suullisen sopimuksen tekemistä perusteltiin sillä, että suomalainen haluaa olla luotettava kauppakumppani ja odottaa sitä myös toiselta osapuolelta. Kaikki haastateltavat, jotka tekivät suullisia sopimuksia, perustivat sopimuksensa luotettavuuteen ja henkilösuhteisiin. Suullinen sopimus koettiin myös yksinkertaisemmaksi tavaksi kuin kirjallinen sopimus.

No ainaki se on yksinkertainen tapa sopii asioita. Sanotaa sillai, et mul on ol-  
lu molempii sopimuksii, mul on sekä ollu, ollu toho paperille kirjoitettu ja  
emmää nää siin ainakaa, sanotaa et suomalaisena yrittäjänä, mikä tua luottaa  
käden puristukseen tai siihe miehen sanaan ni tua, mä en nää siin mitää on-  
gelmi. (Haastateltava A.)

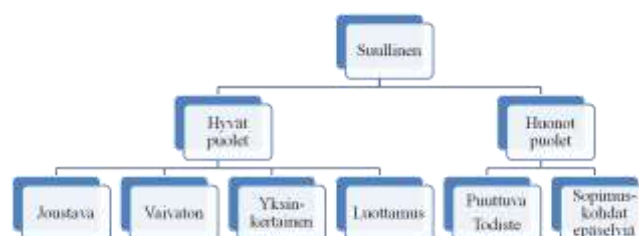
No normaali sopimistapa täs mikä nyt on just tää ihan, ihan suullinen, niin  
keskustelust tulee hirveen joustava ja vaivaton silleen et, et ei tarvitte tulkita  
just näitä pykäliä ja muuta. (Haastateltava C.)

Luottamus pohjalta perustuu aika moni meidän päämies. (Haastateltava E.)

Suullisesta sopimuksesta löytyy myös huonoja puolia. Negatiiviseksi asiaksi katsottiin se, että todistus sopimuksesta ja sovituista asioista puuttuu ja tällöin on aina vaara että toinen osapuoli ei pidäkään kiinni sovituista asioista. Lisäksi sopimuskohdat saattavat jäädä epäselviksi kun niitä ei kirjata tarkoin. Kuviossa 9 on jaoteltuna suullisen sopimuksen hyvät ja huonot puolet.

Tietysti huono puoli on se, että siitä ei oo mitään allekirjoitettua sopimusta olemassa. (Haastateltava A.)

Joskus törmätää siihe, et tota noin niin, niin, et mites täs nyt tarkallee olikaan sovittu. (Haastateltava C.)



KUVIO 9. Suullisen sopimuksen hyvät ja huonot puolet

Kirjallisen sopimuksen hyväksi puoliksi lueteltiin sen varmuus ja se, että siinä asiat on selkeästi dokumenttiin kirjattuina. Lisäksi tällä tavalla sovittaessa on pienempi vaara sopi-

muskohtien epäselvyyksiin. Ongelmia kohdattaessa sopimukseen on helppo palata ja tarkistaa sieltä, mistä asioista on aiemmin sovittu.

No sit et siin jää dokumentti sit kuitenkin. (Haastateltava D.)

No molemmat tietää koko ajan et mitä ollaan sovittu ja kaikki ovat kirjallisenä ni, jos tulee ongelmatilanteit ni voidaan sitte lähteä niistä. (Haastateltava F.)

Kirjallinen tapa katsottiin myös hyvin hitaaksi menetelmäksi ja joissakin tapauksissa yrittäjällä ei ollut sopimuksen sisältöön vaikuttamismahdollisuutta. Yhden yrityksen edustaja kertoi, että se osapuoli, jolla oli valmis sopimus pohja, oli vahvemmillä sopimusta tehtäessä. Hitaaksi sopimisen tekee se, että toinen osapuoli pyrkii usein lisäämään uusia sopimuskohtia ja toisella osapuolella menee aikaa niiden kohtien läpikäymiseen. Sopimusdokumentti voi venyä jopa yli kymmensivuiseksi. Kuviosta 10 voi tarkastella kirjallisen sopimuksen hyviä ja huonoja puolia.

Se on mones kohtaa hirvee hidasta. (Haastateltava F.)

Nii kun ne on joku juristi tehny, joku iso juristi tehny, niit puole vuot niit sopimuksii, ni sit ne o piste tällai eikä nihi ei pieni yrittäjä pysty vaikuttaa eikä välttämät ees niinku muuttaa. (Haastateltava B.)

Et jos toisel ei o papereita ni toine lyö kyl omat etee ja niillä mennää sen jälkee. Sit o vaikee enää keskustella. (Haastateltava F.)



KUVIO 10. Kirjallisen sopimuksen hyvät ja huonot puolet

Haastateltavistani kolme ei ollut kohdannut ongelmia sopimuksia tehdessään. Kaksi heistä teki sopimuksensa pääasiallisesti kirjallisena ja yksi suullisena. Suullisena sopimuksensa tekevä kertoi kuitenkin, että joskus harvoin on ollut tilanteita, jolloin sopimuksesta huolimatta vastapuoli oli alkanut myydä tuotteitaan muille yrityksille. Tämä oli kuitenkin pääasiallisesti johtunut siitä, että yritys ei ollut saanut tuotetta kaupaksi vastapuolen toivomalla tavalla.

Toki on joitakin päämiehiä vuosien saatossa mitkä ovat tämän suullisen sopimuksen.. sitä, tästä huolimatta niin ruvennu myymää niin ku muille. (Haastateltava A.)

Ja no ei meil ongelmii niist sopimuksist kyl kuitenkaa ol ollu. (Haastateltava B.)

No ei sopimuste suhtee, ei o tullu. (Haastateltava D.)

Kolmella haastateltavalla oli ollut jonkinlaisia ongelmia sopimusten suhteen. Yhdellä yrityksistä ongelmia oli ollut sovituista hinnoista ja alennuksista johtuen siitä, että asiat oli sovittuna suullisesti ja tieto ei ehkä ollut kulkenut vastapuolen yrityksen sisällä tarpeeksi tehokkaasti. Yksi yrityksistä koki ongelmalliseksi kirjallisen sopimuksen hitauden sekä toisen osapuolen sopimuskohtien jatkuvan tarkentamisen. Yhdellä yrityksistä ongelmia oli kirjallisen sopimuksen saamisessa yleensä yritysten kanssa. Tämä johtui siitä, että vastapuoli ei herkästi halunnut antaa yksinoikeutta maahantuojalle ja suullisella sopimuksella sen pystyi jokseenkin välttämään. Mikään yrityksistä ei kuitenkaan kokenut ongelmia ylitsenäsemättömiksi.

Se et joutuu joskus niinku kyselemää sillee perää uudestaan et pitäiskö tän nyt olla kirjoitettuna sil myyntisihteeril jossain ku taas tuli näihin tuotteisiin tommonen rosentti ja vaiks siäl oli täs tuottees tämmönen määrä ja tommonen rosentti. (Haastateltava C.)

Ja se että siin pyrkii toine osapuoli helposti lisäämää kohtia mitä... Meil menee aikaa sitte nitte läpi käymisee. (Haastateltava F.)

Elikä tavallaan sitä on vaikee saaha kirjallisessa muodossa. (Haastateltava E.)

Toisena teemana haastattelussani oli jälleenmyyntisopimukset yrityksissä. Tässä osiossa tiedustelin haastateltavilta miten jälleenmyyntisopimusten tekeminen oli kehittynyt heidän edustamassaan yrityksessä viimeisen vuoden aikana. Haastateltavat ilmensivät vastauksiin päämiesten lukumäärällä viimeisen vuoden aikana. Mikäli jälleenmyyntisopimuksia ei oltu tehty yhtään viimeisen vuoden aikana, pyysin heitä kertomaan, kuinka jälleenmyyntisopimukset olivat yleensä toimintavuosien aikana kehittyneet. Lisäksi kysyin, kuinka usein haastateltavien edustamissa yrityksissä tarkennettiin tai uusittiin kirjoitettuja jälleenmyyntisopimuksia.

Kaksi yrityksistä ei ollut tehnyt uusia jälleenmyyntisopimuksia viimeisen vuoden aikana yhtään. Molemmat haastateltavat kertoivat, että vuosien saatossa yrityksiä on tullut lisää ja niitä on myös jäänyt pois. Uusien sopimusten kirjoittaminen oli kehittynyt siis tarpeen mukaan. Yksi yrityksistä oli tehnyt viisi uutta sopimusta viimeisen vuoden aikana ja yksi muutamia. Yksi yrityksistä kertoi jälleenmyyntisopimusten tekemisen olevan kasvamaan päin, mutta yksinmyyntisopimuksen saamisen olevan aina vaan vaikeampaa ja vaikeampaa. Lama oli osaltaan syynä tähän, ja yritykset halusivat pitää ovet avoinna muillekin yrityksille sen sijaan, että myisivät yksinoikeudella yhdelle yritykselle. Haluttiin tehdä mahdollisimman paljon kauppaa. Juuri maahantuontitoimintansa aloittanut yritys oli viimeisen vuoden aikana tehnyt yhden uuden sopimuksen.

On tullu merkittäviä päämiehiä lisää määrällisesti viitisen kappaletta. (Haastateltava A.)

Sanotaa tää o pitkäl tähtäimel nää hommat ko näit tulee, puhutaa viis viiva kymmene vuot sit ni tapahtuu ain jotakin nihi. (Haastateltava B.)

Muutamia. Voi sanoo vuoden aikana tulleen. (Haastateltava C.)

Matkan varrella tulee sit ain tarpee mukaa lisää ja joku jää poisjeski sit ain et toki se niinku muokkautuu se, se yritykse tuotevalikoima ain... tarpee mukaa. (Haastateltava D.)

Kasvamaan päin selkeesti, mutta sopimuksen saaminen, niin sanottu yksinoikeussopimuksen saaminen on kokoajan vaikeempaa. (Haastateltava E.)

Ne haluaa ottaa kaiken kaupan minkä saa. (Haastateltava E.)

Yritykset uusivat tai tarkensivat sopimuksiaan pääsääntöisesti kerran vuodessa. Kaksi yrityksistä ei tarkentanut sopimuksiaan juuri koskaan ja yksi uusi sopimuksensa 3-5 vuoden välein. Vähittäisostomääristä ja niihin liittyvistä mahdollisista alennuksista yritys sopi usein kuitenkin vuosittain.

Me tavataan pääsääntöisesti kerran vuodessa. (Haastateltava A.)

Me uusitaa ilmeisesti kolmest viitee vuotee, mut ne o sielt päämiehelt kans johtuvii ne kaikki hommat. Ja osat on niinko vaa suullisii sopimuksii et tehdää tällai. (Haastateltava B.)

Ei oikeastaa oo tarvetta ollu koskaa tarkentaa. (Haastateltava D.)

Kerra vuodes o neuvottelu. (Haastateltava F.)

Yhteyttä sopimusten tarkentamisella ja sillä, oliko sopimus tehty suullisena tai kirjallisena, ei tuntunut olevan. Sopimuksia tarkennettiin tai uusittiin tarpeen vaatiessa ja tarve määräytyi yrityskohtaisesti eri syistä. Syitä ei ole tässä tutkimuksessa sen tarkemmin selvitetty.

## 7.2 Sopimuksen pääasiallinen sisältö

Huolimatta siitä, oliko yrityksen sopimus suullinen vai kirjallinen, jokainen yritys sopi päämiestensä kanssa sopimukselle raamit ja keskeiset asiat tulivat pääosin sovittua. Haastateltavat kertoivat sovittavien asioiden riippuvan paljon päämiehestä ja sopimustuotteesta. Kuten ei sopimus itsessään, ei sen sisältökään ollut yksiselitteinen. Sovittavat asiat vaihtelivat paljon pelkästään päämiestenkin välillä.

Mutta sanotaa et ne raamit ja nää tärkeet asiat ni kyllähän ne pyritää aina sopimaa. (Haastateltava A.)

Yritys 1 sopi päämiestensä kanssa ensinnäkin sopimustuotteet. Lisäksi tuotteisiin liittyen he sopivat pitämälleen varastolle kiintiön eli sen, paljonko varastossa kulloinkin pidetään tavaraa tai tuotteita. Markkinointi, mainonta ja messuille osallistuminen tuli myös sovittua. Tarkemmin selvitettiin markkinointibudjetti sekä se, miten päämies heitä tukee markkinoinnissa ja mainonnassa ja missä päämies on mukana näihin liittyen. Monesti päämies on siis mukana kustannuksissa. Toisinaan päämies myös kouluttaa yritys 1:n henkilökuntaa ja näin ollen siitä sovitaan erikseen sovittavien asioiden yhteydessä.

Siin sovitaan markkinointi, mainonta, mahdollisesti messuilla osallistuminen, kaikki nämä ja millä tavalla sit taas päämies tukee meitä, missä hän on mukana, ottaa osaa kustannuksiin, kouluttaa mee henkilökuntaa... (Haastateltava A.)

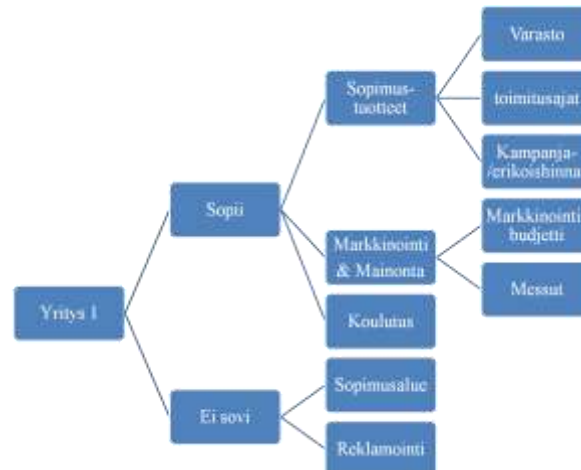
Yritys 1:n sopimuksissa otettiin esille myös tuotteiden toimitusajat, samoin kuin tuotteiden yleinen hintataso. Joillekin tuotteille tai tuoteryhmille on toisinaan olemassa erikoishintoja tai kampanjoita ja näin ollen niistä sovitaan sopimuksen tekemisen yhteydessä. Yritys teki sopimuksensa pääasiallisesti suullisesti.

Totta kai siinä sovitaan tu ensinnäki tämmönen yleinen hintataso tietenki. Sitte voi olla kampanja. Taas meidän asiakkaalle, jos meil on riittävän iso asia-

kas jollekin tietylle tuotteelle, nii sitä asiakast varten saadaan erikoishintoja. (Haastateltava A.)

Yritys 1 ei ottanut sopimuksissaan esille sopimusaluetta. Tämä perusteltiin sillä, että Euroopan unioni on vapaakauppa-alueutta. Niin ikään reklamointi jätettiin pääasiallisesti sopimuksen ulkopuolelle. Yritys toimi tehtaan ohjeistetun takuun mukaan. Jos asiakkaat tekivät tuotteista reklamointeja, välitettiin nämä suoraan valmistajalle. Yksinmyyntioikeudesta sopiminen koettiin hankalaksi, koska usein tavara kuitenkin päätyi Suomen markkinoille jonkun toisen tukkumyyjän kautta. Yksinmyyntioikeutta hyödynnettiin kuitenkin siten, että päämies antoi useasti yritykselle alemman hinnan kuin muille jälleenmyyjille. Yrityksellä oli näin ollen siis hintaetu verrattuna kilpailijoihin. Päämies saattoi myös antaa niin kutsutulle yksinmyyjälle toisenlaista etua, esimerkiksi teknistä tietämystä tai koulutusta. Alla kuvioista 11 voi tarkastella yhteenvedona asioita, joita yritys 1 ottaa esille tehdessään jälleenmyyntisopimuksia.

Et se mitä tehdas niinko pystyy tekemään niin se pystyy antamaan ne parhaat mahdolliset ehdot niinku sille valtuutetulle myyjälle tietenkä että häl on hintaetu siitä. Tai etu; tekninen tietämys, koulutus. (Haastateltava A.)



KUVIO 11. Sopimuksen sisältö, yritys 1

Yritys 2 teki sopimuksensa pääasiallisesti löyhänä kirjallisena sopimuksena. Sopimuksessa otettiin esille sopimustuotteet, myynninedistäminen ja markkinointitoimenpiteet. Markkinointitoimenpiteistä raportointi otettiin esille sopimuksessa, mikäli se sen kannalta oli oleellista. Yritys sopi vähittäisostomäärät, ja toisinaan vähittäisostomäärät olivat ne, jotka ratkaisivat tuotteeseen saatavan alennuksen. Lisäksi huolto, takuut ja reklamointi otettiin esille sopimuksessa.

Myynninedistämisestä sovitaan. Vähittäisostomäärät. Ja vähittäisostomäärät tah-  
too joillaki tuotteilla et ne ratkasee, määrästä ratkasee mitä saat alennusta.  
(Haastateltava B.)

Huolto, takuu hoidetaan yleensä niihin vehkeisiin ja reklamointi. (Haastateltava  
B.)

Yritys 2 jätti sopimuksen ulkopuolelle hintatiedot ja sopimusalueen. Hintatietojen ulkopuo-  
lulle jättämistä perusteltiin sillä, ettei niitä sopimuksessa saa olla määriteltynä. Aikaisem-  
min oli ollut tavallista, että sopimusalue määriteltiin sopimuksessa, mutta nykyään se jätet-  
tiin mainitsematta. Yritys 2:n jälleenmyyntisopimuksen yhteenvetoa voidaan tarkastella  
kuviosta 12.

Hintatietoi ei ole, koska ei niitä saa siellä olla. Tuotteet o mitä, mitä voidaan  
myydä. Mitään alueitakaan nykyään ei oo. (Haastateltava B.)



KUVIO 12. Sopimuksen sisältö, yritys 2

Yritys 3 teki sopimuksensa pääasiallisesti suullisesti. Haastateltava C kertoi lähes ainoan  
etukäteen sovittavan asian olevan hinta. Lisäksi sovittiin se, miten tilausmäärät vaikuttivat  
hintoihin.

Hinta, ja aika usein minkäkin tilausmäärä sallii minkäkimoisen hinnan.  
(Haastateltava C.)

Tuotteille oli usein olemassa erikoishintoja tai kampanjahintoja. Lisäksi yritys pystyi ker-  
ryttämään vuosibonuksia, jolloin tietyn vuosittaisen tilausmäärän ylittyessä yritys sai sovi-  
tun prosenttiosuuden hinnasta takaisin. Myynninedistäminen ja markkinointi sovittiin yri-  
tyksessä erikseen tarvittaessa, kuitenkin harvoin sitä otettiin esille. Toisinaan yritys sai



päämiehiltä tukea mainontaan. Päämiesten yritykselle toimittamista katalogeista löytyi päämiehen määrittelemät toimitusehdot ja yritys seurasi näitä ehtoja. Sopimusalueesta yritys ei päämiestensä kanssa sopinut. Kuvio 13 alla ilmentää yritys 3:n jälleenmyyntisopimusta.

Joskus on just tämmösii erikois-, erikoishintoja, kampanjahintoja tietyille tuotteille. Just tällast sanotaanko tehtaan normaalikäytännöst poikkeavat jutut et tämän ja tämän tuotteen hinta on tilausmäärästä riippumatta toi. (Haastateltava C.)

Joskus tulee jotain vuosibonuksia, et ku ostat näin ja näin paljon, saat yhde prosentti siit takasi het vuode alussa. (Haastateltava C.)



KUVIO 13. Sopimuksen sisältö, yritys 3

Yritys 4 teki sopimuksensa pääasiallisesti sähköpostilla. Haastateltava D:n mukaan keskeisimmät asiat, jotka sopimuksessa otettiin esille, olivat maksuehdot, toimitusehdot sekä vastuut kuljetuksen aikana. Toisinaan yritys sopi myös myynninedistämisestä ja markkinoinnista. Tämänhetkisistä päämiehistä ainakin yksi osallistui markkinointiin antamalla yritykselle valmista markkinointimateriaalia sekä markkinointitukea.

No maksuehto on tietysti niinku se tärkein. Et se on se tärkein ja myöski toimitus ja vastuut kuljetukse aikana. (Haastateltava D.)

Yritys jätti useimmiten sopimuksen ulkopuolelle maininnat huollosta, takuusta ja reklamoinnista, mutta yleinen käytäntö oli seurata takuuajoja, jotka esimerkiksi sähkötarvikkeissa oli valmiiksi määriteltyinä. Reklamoinnit tehtiin aina kirjallisena, huolimatta siitä, että niistä ei erikseen sopimuksessa mainintaa ollutkaan. Sopimusalue niin ikään lukeutui useimmiten sopimuksen ulkopuolelle. Haastateltava D perusteli tätä sillä, että päämiehet

harvoin antoivat näin pienelle yritykselle yksinmyyntioikeutta. Kuviosta 14 voidaan tarkastella jälleenmyyntisopimuksen pääasiallista sisältöä yrityksessä 4.

Jos puhutaan joistaki tarvikkeista, sähkötarvikkeista niissä on ain iha selkeesti ilmoitettu ne takuajat et on se puol vuot vuosi tai jopa kaks vuotta. (Haastateltava D.)

Harvo tota noi ni sitä tekee semmosii sopimuksii, et me oltas ainoo maahantuojja. (Haastateltava D.)

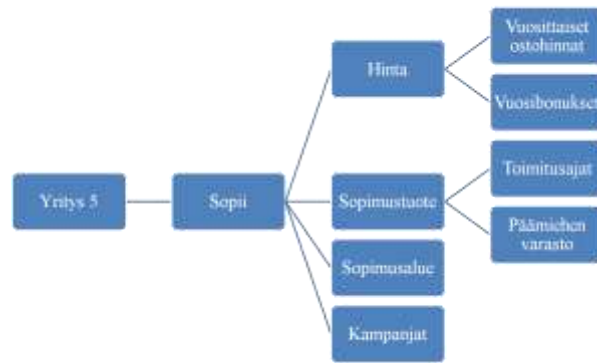


KUVIO 14. Sopimuksen sisältö, yritys 4

Haastateltava E kertoi yrityksen sopivan päämiestensä kanssa yleensä vuosittaiset hinnat, vuosibonukset, suurpiirteiset toimitusajat sekä sen, mitä tavaraa päämies piti varastossa heitä varten. Lisäksi mahdolliset kampanjat ja niihin liittyvät asiat otettiin esille sopimuksessa. Yritys 5 sopi asioista suullisesti tai kirjallisesti käyttäen apunaan pääsääntöisesti sähköpostia. Sopimusalueena toimi yleensä koko Suomi. Kuviossa 15 on yhteenveto yritys 5:n jälleenmyyntisopimuksen keskeisestä sisällöstä.

No pääasiassa hinnat sille vuodelle, vuosibonukset, jos on vuosibonuksia, sanotaan toimitusajat suunnilleen, mitä he pitävät meitä varten ehkä varastossa, että me saahan nopeesti lähtemään... Jos on kampanjoita niin kampanjoita. (Haastateltava E.)

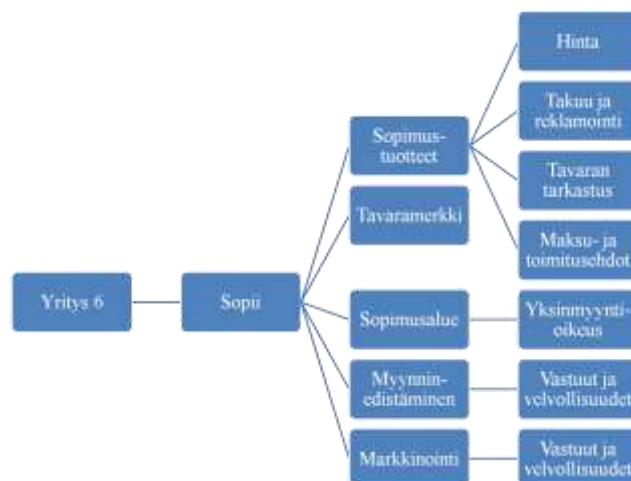
Suomi on yleensä se alue. (Haastateltava E.)



KUVIO 15. Sopimuksen sisältö, yritys 5

Yritys 6 teki sopimuksensa kaikista haastateltavista tarkimmin. Yritys otti sopimuksissaan esille ensinnäkin tuotteet, tuotteiden hinnat, myyntialueen sekä mahdollisen yksinmyyntioikeuden. Yritys sopi tarkoin myös maksu- ja toimitusehdot sekä tavaran tarkastuksen sekä tarkastukseen liittyvät asiat. Tarkastus-kohdassa sovittiin jopa se henkilö, joka otettiin tarkastajaksi sellaisessa tilanteessa, jolloin toimitettua tavaraa puuttui. Niin ikään takuut ja reklamointi tuotiin esille sopimuksessa. Markkinointitoimissa ja myynninedistämisessä tuotiin esiin molempien osapuolien vastuut ja velvollisuudet sekä se minkälaisia resursseja kumpikin osapuoli näihin toimiin käytti. Käyttikö yritys päämiehen tavaramerkkiä vai omaa tavaramerkkiä, ilmeni niin ikään sopimuksessa. Tämä sovittiin tuotekohtaisesti. Kuvio 16 ilmentää yritys 6:n jälleenmyyntisopimuksen sisältöä.

Tuotteet, tuotteiden hinnat, myyntialue, mahdollinen yksioikeus myyntialueelle... Oikeestaan siin sopimuksessa sovittaa kaikki liittyen maksu-... maksuehtoihin ja toimitusehtoihin ja tarkastuksiin ja mitä tarkastuksiin käydään läpi. (Haastateltava F.)



KUVIO 16. Sopimuksen sisältö, yritys 6

Kaikkien yritysten kohdalla haastatteluissa ei ilmennyt tarkasti seikkoja, joita yritys ei ota mukaan jälleenmyyntisopimukseensa. Edellä esitettyihin kuvioihin on laitettu sopimusten ulkopuolelle jäävät asiat vain niiden yritysten kohdalla, joiden edustajat selkeästi kertoivat sopimuksista poissuljetut asiat. Kuvioihin on kiteytetty jälleenmyyntisopimuksen pääasiallinen sisältö yrityksittäin.

### **7.3 Tavarantoimitus sekä salassapitovelvollisuus sopimuksessa**

Neljäntenä teemana opinnäytetyössäni oli tavarantoimitus sekä sopimuksen salassapito. Tiedustelin haastateltavilta, miten heidän edustamassaan yrityksessä sovittiin toimitukseen liittyvistä kysymyksistä. Lisäksi kysyin heidän mielipidettään salassapitovelvollisuuden esille ottamisesta sopimuksessa.

Yritys 1 sopii toimitukseen liittyvissä asioissa tietyn viikonpäivän, milloin tavara lähtee tehtaalta. Lisäksi he sopivat kuljetusmuodon sekä sen, kuka maksaa rahdin, huolinnat ja vakuutukset. Niin ikään minimi-tilausmääristä sovitaan, koska tilauksen on ylitettävä tietty euromäärä, jotta se kannattaa lähettää tehtaalta. Mahdolliset jälkitoimitukset sovitaan myös etukäteen.

Sit me sovittaa kuka maksaa rahdin, eli onkse vapaasti meillä, onkse vapaasti tehtaalta. Ja kuka maksaa tietysti sitte huolinnat, kuka maksaa vakuutukset. (Haastateltava A.)

Haastateltava B kertoi, että toimitukseen liittyvät asiat sovitaan aina tilausta tehtäessä ja yleensä yritys tilaa puolen vuoden tai vuoden tavarat yhdellä kerralla. Samalla sovitaan tuotteiden toimituksista. Haastateltava C kertoi yrityksen käyttävän kansainvälisiä toimitusehtoja ja toimituksista yritysten kanssa sovittiin yksityiskohtaisesti. Yrityksen useimmilla päämiehillä toimitusehdot on painettuna yrityksen esitteeseen.

Yleensä tilataan koko puoleen vuode tai vuode tavara, perustavara kerralla ja niistä sovitaan etukäteen koska ne toimitetaan. (Haastateltava B.)

Niinku jokaisen tehtaan katalogissa yleensä on painettuna tehtaan toimitusehdot, et, et tämmöset. (Haastateltava C.)

Yritys 4 niin ikään sopii toimituksista tilauksen yhteydessä. Toimitustavoissa on maakoh-  
taisesti paljon eroja ja kaikki sovitaan erikseen jokaisen kauppakumppanin kanssa. Haasta-  
teltava E:n mukaan toimitukseen liittyvistä asioista ei yleensä erikseen sovita, vaan tavara  
lähtee päämieheltä viikoittain. Maksuvastuu rahdista määräytyy tuoteryhmän mukaan.

Sehä sovittaa tietysti kaupateo yhteydes tavallaa et sillo ko me tilaus ni sillo  
me sovittaa siit et kuinka, kuinka se toimitetaa. (Haastateltava D.)

No ei siinä oikeestaan sen kummempaa sopimuksissa oo. (Haastateltava E.)

Sopimus on pääsääntöisesti aina näin että me maksetaan rahti. Laatoissa.  
Työkaluissa taas on toistepäin että ne periaatteessa on euroihin sidottuja tila-  
ukset, niin silloin se on rahtivapaa. (Haastateltava E.)

Kaikki haastateltavat kertoivat yritystensä viittaavan hyvin vähän tai ei ollenkaan salassa-  
pitoon sopimuksissa. Haastateltava A kertoi muutamien tiettyjen asioiden olevan salassa-  
pidon alaisia. Tällaisiin asioihin lukeutui esimerkiksi uuden tuotteen kehittäminen tai paranta-  
minen. Haastateltava B piti salassapitovelvollisuuden esille ottamista täysin normaalina  
asiana kauppasopimuksissa, mutta ei antanut sille niinkään painoarvoa omalla toimialal-  
laan. Hänen mukaansa sovittavat asiat eivät yleensä ole erityisesti salassa pidettäviä, mutta  
tapana on kuitenkin olla puhumatta sopimusasioista julkisesti.

Et tietysti joku uus tuote, jos sitä kehitetään jollai lailla, tai ollaa, joskus ollaa  
oltu vaikuttamas johonki tuotteeseen ni o saatu joku asia mikä o parantanu sitä  
tuotetta, ni se on myöski tietysti semmosta. (Haastateltava A.)

Ihan normaali kauppasopimuksis. (Haastateltava B.)

Yrityksen 6 edustaja oli sitä mieltä, että salassapitovelvollisuudesta on ihan hyvä olla mai-  
ninta sopimuksessa. Ongelmaksi kuitenkin koettiin sen toteuttamisen seuraaminen. Käy-  
tännössä yritys pystyy seuraamaan vain omalta osaltaan salassapidon noudattamista ja yk-  
sinkertaisesti vain luottaa siihen, että vastapuoli osaltaan pitää kiinni sopimuksesta. Tämä  
johtuu luonnollisesti siitä, että sopimuksen osapuolten toimipaikat sijaitsevat eri maissa ja  
useasti myös hyvin kaukana toisistaan.

Tottakai se tarvii sopimukses ol mainittu mut se et, et ei me pystyt mitenkää  
valvomaa sitä et toteutuuko se vai ei. (Haastateltava F.)

Haastateltavat C, D ja E olivat sitä mieltä, että salassapitovelvollisuutta ei tarvita sopimuksissa. Kaikki nämä haastateltavat kokivat toimialansa sellaiseksi, ettei siellä tarvita erityistä salassapitovelvollisuutta. Käytännössä siis tällaisessa kaupanteossa ei koettu olevan mitään salaista. Haastateltava E perusteli sitä sillä, ettei oltu tekemisissä minkään teknisen tiedon kanssa. Haastateltava C puolestaan kertoi, että jos vastaan joskus tulisi jotain salaista, voitaisiin salassapidosta sopia. Toisaalta hän mainitsi, ettei yritykselle kuitenkaan vielä tähän mennessä ollut tullut vastaan sellaista tilannetta.

Ei ol niin kun ne meille millään muotoo tarpeellista. (Haastateltava C.)

Ei, meil ei o semmosii sopimuksii mis olis semmost tarvetta. (Haastateltava D.)

Mä en sitä nää kyllä tänä päivänä minkään arvoiseksi, koska ei olla teknisen tietämyksen kans tekemisissä. (Haastateltava D.)

Yhteenvetona voidaan todeta, että salassapidon esille ottaminen sopimuksissa tuntui olevan riippuvainen siitä, minkälaista tavaraa yritys tuo maahan. Mikäli tavara oli hyvin tekninen tai siihen tarvittiin jotain erityisosaamista, salassapitoa pidettiin tärkeänä. Huolimatta siitä, että salassapitoa ei välttämättä katsottu tarpeelliseksi mainita jälleenmyyntisopimuksessa, arvostivat haastateltavat sitä, että sopimusasioita ei kerrottaisi sopimukseen kuulumattomille.

#### **7.4 Sopimuksen voimassaoloaika sekä sovellettava laki ja sopimusrikkomus**

Haastatteluideni kaksi viimeistä edeltävää teemaa koskivat sopimuksen voimassaoloaika, sovellettavaa lakia sekä sopimusrikkomusta. Voimassaoloajan yhteydessä tiedustelin myös sopimuksen irtisanomisaikaa. Sopimusrikkomukseen liittyen tutkin sitä, mitä sanktioita sopimusrikkomustilanteessa yritys mahdollisesti käyttää sekä esittelen yritysten tuntemuksia liittyen sopimusrikkomustapauksiin. Viimeisen teeman yhteydessä tiedustelin oliko haastateltavien mielestä tärkeää dokumentoida sopimuksia ja miksi he olivat tätä mieltä.

Kaikki haastateltavat kertoivat yrityksissä olevan käytössä pääasiallisesti toistaiseksi voimassa olevat sopimukset. Muutamassa yrityksessä poikkeuksina toistaiseksi voimassa oleviin sopimuksiin oli muutamien isojen päämiesten kohdalla. Tällöin sopimus tehtiin aina

yhdeksi, kahdeksi tai kolmeksi vuodeksi kerrallaan. Jokaisen sopimuskauden lopussa tarkistettiin sopimuksen ehdot ja se, että jatketaanko sopimusta vai ei.

Yleensä ne on toistaseks. (Haastateltava A.)

Yleensä ne on toistaiseksi. Nää isommat firmat mis tehdää kirjalliseks ni, ne on vuodeks, kahdeks, kolmeks kerrallaan. (Haastateltava B.)

Toistaiseksi on ehkä yleisin, et... ...Mut jos joku erityinen sopimus on oikein olemas ni se on vuosi on se se aika. (Haastateltava C.)

Toistaseks voimasolevat. (Haastateltava D.)

Kyl se pääsääntösesi on toistaseksi ja jos ei mitään muutoksia tapahdu... (Haastateltava E.)

Meil o periaattees toistaseks voimassa olevat sopimukset aina. (Haastateltava F.)

Haastateltavista yrityksistä kahdella oli olemassa jonkinlainen irtisanomisaika. Muilla yrityksillä sitä ei oltu kirjattu millään tavalla sopimukseen, mutta vakiintunut käytäntö oli olemassa. Haastattelujen perusteella ongelmia irtisanomisen kanssa ei ollut ilmennyt. Yhdellä yrityksistä yleisin irtisanomisaika puolin ja toisin oli kolme kuukautta ja yhdellä sopimuksen pystyi purkamaan ja irtisanomaan kerran vuodessa sopimusneuvottelujen yhteydessä.

Ja siin on sitte, saattaa ol et molemminpuolinen irtisanominen kolme kuukautta tai jotain. (Haastateltava A.)

Kerran vuodes sen saa purkaa. Sillo ko neuvotellaa uusist ehdoist. (Haastateltava F.)

Yksi haastateltavista kertoi, että sopimus purkautuu sillä, että he eivät enää tilaa tavaraa. Päämiehen irtisanoessa sopimuksen irtisanomisaika tulisi olemaan kolmesta neljään kuukautta. Yritys ei kuitenkaan ollut päämiehensä kanssa kirjannut näitä asioita sopimukseen, mutta ongelmiakaan ei ollut ilmennyt. Haastateltava kertoi päämiehen pystyvän periaatteessa halutessaan yleisillä hinnankorotuksilla pudottamaan heidät pois, ja antamaan vanhan hinnan jollekin toiselle yritykselle. Tällä tavoin päämies pystyisi purkamaan sopimuksen kiertoteitse.

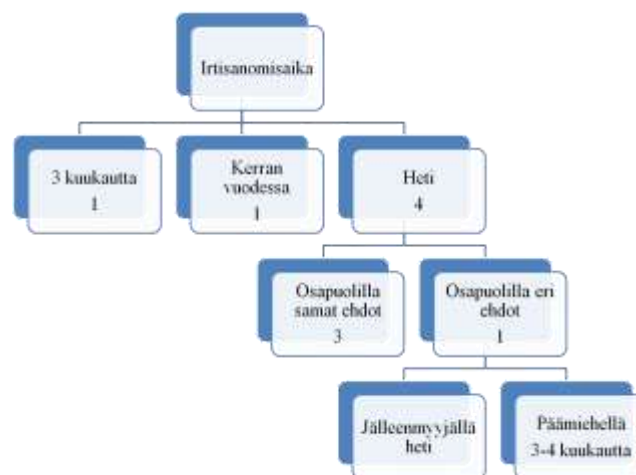
Mehän voijjaan nyt lopettaa ostaminen se purkautuu sillä. (Haastateltava E.)

Kolme haastateltavista kertoi niin ikään, että sopimus loppuu kun tavaraa ei enää tilata tai kun toinen osapuoli haluaa lopettaa kaupanteon. Heilläkään ei mainittavia ongelmia ollut ilmennyt. Sopimuksissa irtisanomisajasta ei ole mainintaa. Yksi haastateltavista kertoi, että sopimuksen loppumiseen on aina tietenkin olemassa joku syy, ja näistä asioista sitten keskustellaan yhdessä päämiehen kanssa. Mitään rangaistuksia ei kuitenkaan ole olemassa. Kuvio 17 havainnollistaa irtisanomisaikoja tutkimukseen osallistuneissa yrityksissä. Kuvion luvut ilmaisevat moniko yritys käyttää kutakin irtisanomistapaa.

No periaattees jos loppuu, sopimus loppuu tai jos joku törkee rikkomus niis asiois on nii ne tota noi päättyy periaattees sit heti. (Haastateltava B.)

Sanotaanko meil ei, ei puolin eikä toisin niinkun oo mitään yleensä tämmöstä niinkun mitään niin jatkuvaa vakiojuttua, misä joku irtisanominen tulis kyseeseen et, et jos tehdas päättää alkaa myymään yksinoikeudella jolleki toiselle niin tota noin niin he vaan ilmoittaa sen sitte ihan korrektisti. (Haastateltava C.)

Tietysti ku sitä ei oo okeastaa sovittukaa se sit raukee ko me ei tilat enää tavaraa. (Haastateltava D.)



KUVIO 17. Irtisanomisajat yrityksissä

Sopimusrikkomukset ja niiden seuraamukset tuntuivat yleisesti haastateltavista kovin kaukaisilta ajatuksilta. Yhdellä yrityksistä oli määriteltynä sopimussakko sopimusrikkomuksen sattuessa ja toisella yrityksellä isoimmista sopimuksissa kyseeseen tuli sama sanktio. Muissa yrityksissä asiaa ei joko ajateltu ollenkaan tai se oli jätetty huomioimatta. Tämä johtui siitä, että ongelmia ei ollut ilmennyt tähänkään mennessä. Mahdollinen menetys koettiin sen sattuessa välttämättömänä pahana.



Huonosti. Oikeestaan ei... Ei oikeestaan ol lainkaa huomioitu sitä niinko minkään näkösen tämmösenä (...) Rahaa... Rahaa, rahaa ei oo käytetty mittapuuna siinä että se maksais jotain x-euroo tai jotain, ei, ei, ei o kyl. (Haastateltava A.)

Tai projektitoimitusta niin niis voi olla sit joku sopimussakko... ...Mut en periaattees oo koskaan tarvinnu sitä. (Haastateltava C.)

Ei oo mitää semmosii, tullu tämmösii rikkomuksii puoli eikä toisi. (Haastateltava D.)

No sillo voi ol määritetty sopimussakko tai sitte tai yleensäki niin, ne o siin vaihees toisel niin ni oikeus purkaa sopimus sitte. (Haastateltava F.)

Yritykset kokivat myös voimattomuutta sopimusrikkomustapauksissa. Useampi haastateltava kertoi, että pienellä yrityksellä ei olisi minkäänlaisia mahdollisuuksia lähteä riitelemään asiasta kun vastassa olisi iso ulkomainen yritys. Toisaalta taas, Suomi on alueena pieni myyntikohde ja kaikenlainen kauppa, mitä tänne tehdään, on pelaamista pienillä rahoilla. Oltiin myös sitä mieltä, että kun puhutaan näin pienistä summista verrattuna useiden muiden maiden kaupantekoon, ei ole järkeä lähteä riitelemään. Summat ovat turhan pieniä siihen.

Mahdollistahan se on mutta kyllähän kukaan tervejärkinenhän näin pienillä summilla missä tässä pelataan ja minkälaisissa asioissa... (Haastateltava E.)

Täs on niin ku järjetönt ruveta niin ku satasten ja tuhansien takia tekemään asiaa ja laskuja sun muuta, et sen puoleen ei, ei niin kun mejän firmal ei oo täs kohtaa mitää sanottavaa. (Haastateltava C.)

Mitä me ollaa tehty ni siin tällanen paikallinen jälleenmyyjä se on aika voimaton siin joka tapaukses. (Haastateltava A.)

Sopimuksissa sovellettavasta laista oli haastateltavien keskuudessa erilaisia käsityksiä. Suurin osa yrityksistä ei ollut kiinnittänyt siihen minkäänlaista erityistä huomiota ja sopimuksissa sitä ei otettu esille. Toisissa yrityksissä ajateltiin sovellettavan lain olevan myyjän maan laki ja toisissa yrityksissä puolestaan ostajan maan laki. Mikään yrityksistä ei ollut joutunut tilanteeseen, joka olisi vaatinut tämän asian tarkempaa pohtimista.

Se on yleensä se myyjän maan laki. (Haastateltava A.)

Sen paikan lakii missä se toimija, jälleenmyyjätoimija on mun mielestä. (Haastateltava B.)

Mun mielest se just aina ne tavaranlähettäjän paikkakunnan... (Haastateltava C.)

Ei o määritelty. (Haastateltava D.)

Mää väittäisin että mä vaatisin sitä Suomessa käsiteltäväks. Mutta mä en nyt, nyt suoraan sanottuna tiedä. (Haastateltava E.)

Yksi yritys ei ollut päässyt sopimukseen päämiehensä kanssa sovellettavasta laista, koska molemmat halusivat sen olevan oman yrityksen sijaintimaan laki, eikä kumpikaan osapuoli halunnut tulla vastaan tässä kohdassa. Sovellettavan lain kohta sopimuksessa kierrettiin sillä, että sopimuksesta tehtiin mahdollisimman tarkka ja näin pyrittiin välttämään sellaisia tilanteita, jossa riita menisi johonkin oikeusistuimeen asti. Yksi haastateltavista kertoi tehtailla olevan vakiotoimintamalleja mahdollisista oikeustoimista ja yleensä ohjeistus löytyi kuvastoista.

Tai yritetty ain, ain lakimiehe kans pistää sinne mukaa et tuo et sovellettas käytännös meijä lakia. Mut se että siihe ei ol koskaa suostuttu toises päässä ja siin kohtaa yleensä ku se otetaa esille nii sitte he yrittää saad niinko et sovelletaa heijä lakii. (Haastateltava F.)

Ja sanotaanko se on tehtait vakiotoimintamalli et sii asia iha yks näissä mitä nyt yleensä tossa kuvastossa on nämä toimitusehdot, siellä todetaan et oikeuslaitos jossa riidat ratkaistaan on sen ja sen, muuten tämä ja tämä oikeus. (Haastateltava C.)

Ongelmatilanteissa sovellettavan lain kohdalla useampi haastateltavista kertoi pohtivansa toimintatapoja tapauskohtaisesti. Yksi haastateltavista kertoi antavansa ongelman lakimiehen hoidettavaksi. Toinen taas kertoi, että päämiehen intressinä on yleensä hoitaa esimerkiksi tuotteisiin liittyvät ongelmat, koska kyseessä on yrityksen nimi ja maine. Yleensä asiasta ei tarvitse riidellä.

Jos ne ongelmat on tuotepohjasii, ni yleensä tämä tehdas hoitaa sen velvoitteen, koska tuo se on kuitenkin heijän nimestä ja maineesta kysymys. (Haastateltava A.)

Sit se o lakimiehe käsis se homma et emmä oo sitä miettiny sen enemppää et se tarvii kattoo tapauskohtasesti. (Haastateltava D.)

Haastateltavista jokainen oli sitä mieltä, että on tärkeää dokumentoida sopimukset. Yksi haastateltavista oli sitä mieltä, että ainoa oikea tapa tehdä sopimus on kirjallinen sopimus

ja toinen puolestaan sanoi dokumentoinnin olevan hyvä ainoastaan muistin tueksi. Muita syitä dokumentoinnin tärkeyteen oli toimijoiden vaihtuvuus ja näin ollen sovittujen asioiden häviäminen. Jos sovituista asioista ei ollut dokumenttia, on vaikea todistaa uudelle toimijalle mitä on aiemmin sovittu. Sovittujen asioiden dokumentointi myös mahdollisti palaamaan niihin myöhemmin. Näin pystyttiin tarkistamaan yksittäisiä sovittuja asioita. Isojen rahojen ollessa kyseessä, suositettiin kirjallista sopimusta. Yhden haastateltavan mielestä ei dokumentointi ollut niin tärkeää, kunhan vain molemmat tekivät kaupasta voittoa. Riitti, että sovitut asiat löytyivät jonkinlaisessa muodossa sähköpostista tai tietokoneelta.

Sopimukses mukana olevat henkilöt ei välttämättä oo seuraavis neuvotteluis enää ni tua senki tähden...on ihan hyvä. (Haastateltava A.)

Kirjallinen sopimus on se ain parempi ku puhe koska sit kukaa ei tiä mitä joku o puhunu. (Haastateltava B.)

Sanotaa et on, mut et oman näkemyksen mukaan vain muistin tueks. (Haastateltava C.)

Mun mielest se o tärkeet ol, ol niinko ylhäällä et mitä o sovittu jos on sovittu jotakin. (Haastateltava D.)

Ja jos yhteistyötä tehhään niin mää nään, että se ongelma ei oo se, että minkälainen se sopimus on vaan että kumpiki tekkee voittoa. (Haastateltava E.)

Jos tulee ongelmatilanteit ni tiedetää mitä ollaa sovittu. Eli kaikki, kaikki sovitut asiat tarvii ol dokumentoitu. (Haastateltava F.)

Usea haastateltava kertoi dokumentoinnin olevan hankalaa, koska päämiehillä oli paljon eri käytänteitä. Eri maiden välillä oli erilaisia toimintatapoja ja jopa saman maan sisällä saattoi olla huomattavia eroja. Koettiin hankalaksi tehdä erikseen jokaiseen pieneenkin kauppaan yksityiskohtainen sopimus. Lisäksi sopimusten dokumentointi koettiin aikaa vieväksi.

Esimerkiks saksalaise päämiehe kans ni tua yleensä sillo kaikki pilkut ja pisteet o kohdallaa näis sopimuksis. (Haastateltava A.)

Niitä paperitöit o älyttömän paljo, sitä tulee jatkuvasti lisää. (Haastateltava B.)

Et kun tosiaa sanotaa ittelläki meil on, no ihan kaikki mitä tuodaa, välitetää, myydää ni varmaa puolensataa tavarantoimittajaa, joilla on jokaisel pikkusen eri toimintamalli. (Haastateltava C.)

Pohjoisitalialaise kans sun o paljo helpompi yleensä sopii. Se homma pitää ja se toimii. Mut et, et sit ko mennää eteläitaliaa ni sen tavallaa niinko... Ei siäl oo enää sit nii välii et meneek se nyt iha nii ko on sovittu. Se o jotai vähä sin-nepäi. (Haastateltava D.)

Huolimatta siitä, että sopimusten dokumentointitapa erosi yritysten välillä huomattavasti, jokainen yritys pyrki dokumentoimaan sopimusasiat ainakin jollain tapaa. Toisille se tarkoitti kirjallista sopimusta kun puolestaan toisille esimerkiksi sähköposti oli riittävä. Pääasiaksi katsottiin, että sopijapuolet olivat selvillä sovituista asioista.

## 7.5 Jälleenmyyntisopimusmalli

Myöhemmin tässä aluvussa on esiteltynä laatimani jälleenmyyntisopimusmalli toimeksiantoyritys LHA-Importille. Olen valinnut sopimuksessa esille otettavat asiat sekä teorias- sa että tutkimusosuudessa ilmenneiden seikkojen perusteella. Lisäksi olen ottanut huomi- oon toimeksiantoyrityksen mainitsevat seikat sovittavista asioista heidän ja heidän pää- miestensä välillä. Hakasulkeissa esitetyt asiat toimeksiantoyritys täyttää päämiehensä mu- kaan. Esimerkiksi kohdassa 7 B valittavana on valuutta. Toimeksiantoyritys tekee kauppaa ruotsalaisen päämiehen kanssa ja tällöin sopimuksessa käytettävä valuutta on Ruotsin kruunu. Muulloin valuutta on euro.

Erillisen tuoteluettelon olen korvannut tuoteryhmäluettelolla johtuen siitä, että toimeksian- toyritys tilaa päämieheltä useita eri tuotteita useista eri tuoteryhmistä. Lisäksi tuotteet vaih- televat suuresti sesonkien mukaan. Toimeksiantoyrityksen ja sen päämiehen kannalta on yksinkertaisempaa sekä riittävää ottaa sopimuksessa esille ainoastaan tuoteryhmät. Toi- meksiantoyritys on käyttänyt ja käyttää edelleen kaikkien päämiestensä kanssa toimituseh- tolausekkeista Incoterms 2000 -ehtoja. Ehdon tarkempi määrittely jää toimeksiantoyrityk- sen ja kyseisen päämiehen keskenään valittavaksi. Sopimuksen irtisanomisajan olen niin ikään jättänyt toimeksiantoyrityksen ja heidän päämiehensä väliseksi valinnaksi. Tutki- muksen perusteella yleinen irtisanomisaika tuntui olevan kolme kuukautta.

Sopimukseen sovellettavaksi laiksi olen laittanut vaihtoehdoiksi joko Suomen lain tai kan- sainvälisen kauppalain. Muiden kuin pohjoismaisten päämiesten kanssa voi olla hankalaa päästä sopimukseen Suomen lain soveltamisesta sopimukseen. Tällaisessa tilanteessa voi

olla yksinkertaisempi sopia sovellettavan lain olevan kansainvälinen kauppalaki. Kansainväliseen kauppalakiin kummallakin osapuolella on mahdollisuus tutustua ja asioista voidaan aina sopia toisin. Ongelmaksi voi kuitenkin muodostua Suomen tekemä varauma kansainvälisen kauppalain toiseen osaan. Mikäli sopimuksessa ei ole nimenomaista mainintaa, että kansainvälisen kauppalain toista osaa ei sovelleta, tulee se sopimuksessa sovellettavaksi. Tässä kohdassa siis suomalaisen jälleenmyyjän on oltava erittäin tarkkana. Pohjoismaisten sopijapuolten välillä sovelletaan pohjoismaisia kauppalakeja, mikäli sopimuksessa ei toisin ole sovittu. Pohjoismaiset kauppalait ovat lisäksi sisällöltään hyvin samankaltaisia.

# YKSINMYYNTISOPIMUS

## SOPIMUKSEN OSAPUOLET:

### JÄLLEENMYYJÄ

Yritys	LHA-Import TMI,	jäljempänä Jälleenmyyjä
Y-tunnus	xxxxxxx-x	
Osoite	XXXXXXXXXX xx X - 00000 Espoo – Finland	
Toimiala	Jälleenmyynti	
Edustaja	XXXXX XXXXXXXXXXXX, +358 (x)xx xxx xxxx, xxxxxx@lha-import.com	

### PÄÄMIES

Yritys	jäljempänä Päämies
Y-tunnus	
Osoite	
Toimiala	
Edustaja	

## SOPIMUSEHDOT

### 1 OSAPUOLTEN ASEMAT

**A** Jälleenmyyjä toimii tämän sopimuksen perusteella sopimuksessa mainittujen tuotteiden jälleenmyyjänä. Jälleenmyyjä on edustussuhteessa päämieheen, toimien kuitenkin itsenäisenä yrittäjänä omilla nimissään ja omaan lukuunsa vailla oikeutta solmia päämiestä sitovia sopimuksia kolmannen kanssa. Päämies on toimitussuhteessa jälleenmyyjään.

### 2 TUOTERYHMÄT JA MYYNTIALUEET

**A** Sopimuksen alaiset tuoteryhmät:

_____	_____
_____	_____
_____	_____

**B** Sopimusalueena toimii Suomi. Jälleenmyyjällä on yksinmyyntioikeus sopimuksessa mainittuun alueeseen. Päämies ohjaa mahdolliset sopimusalueelta tulevat suorat yhteydenotot jälleenmyyjälle.

### 3 PÄÄMIEHEN OIKEUDET JA VELVOITTEET

#### **A Myynninedistäminen**

Päämies tukee ja edistää käytettävissä olevin keinoin jälleenmyyjän toimintaa. Päämies antaa jälleenmyyjälle markkinointikokemuksensa sekä teknisen tietämyksensä sopimustuotteista. Päämies toimittaa pyydettyä markkinointimateriaalia jälleenmyyjälle.

#### **B Tiedotusvelvollisuus**

Päämies tiedottaa jälleenmyyjää sopimustuotteisiin tehtävistä muutoksista, parannuksista, hinnannuutoksista sekä toimitushäiriöistä.

**C Jälleenmyyjän yksinmyyntioikeus**

Päämies sitoutuu olemaan myymättä sopimustuotteita sopimusalueen muille jälleenmyyjille.

**4 JÄLLEENMYYJÄN OIKEUDET JA VELVOITTEET****A Myynninedistäminen**

Jälleenmyyjä edistää parhaan kykynsä mukaan sopimustuotteiden myyntiä sekä valvoo päämiehen etuja sopimusalueella.

**B Vähimmäisostovelvoite**

Jälleenmyyjällä ei ole vähimmäisostovelvoitetta.

**C Markkinointitoimenpiteet**

Jälleenmyyjä huolehtii markkinointiin liittyvistä toimenpiteistä sekä niistä aiheutuvista kustannuksista.

**D Varastointi**

Jälleenmyyjä pitää varastoa. Varastoidut tavarat ovat jälleenmyyjän omistuksessa. Jälleenmyyjä vastaa varastosta ja siellä olevista tavaroista.

**E Takuut ja reklamointi**

Mahdollinen takuu-aika on päämiehen määrittelemä.

Jälleenmyyjä reklamoi päämiehelle. Jälleenmyyjä myös toimittaa edelleen päämiehelle jälleenmyyjälle saapuneet reklamoinnit. Päämies hyvittää tai korvaa viallisen tuotteen jälleenmyyjälle. Jälleenmyyjä hyvittää tai korvaa edelleen viallisen tuotteen loppuasiakkaalle.

**F Päämiehen teollisoikeudet**

Jälleenmyyjä käyttää päämiehen tavaramerkkiä. Päämies vastaa tavaramerkin rekisteröinnistä sopimusalueella. Päämies vastaa tavaramerkin rekisteröinnistä aiheutuvista sekä tavaramerkkiin liittyvistä muista mahdollisista kustannuksista. Tavaramerkki on päämiehen nimissä.

**5 HINNOITTELU**

**A** Päämies toimittaa jälleenmyyjälle sopimustuotteiden hintatiedot. Jälleenmyyjä määrää itsenäisesti lopullisen myyntihinnan. Päämies pidättää oikeuden hinnanmuutoksiin.

**B** Päämies ilmoittaa mahdollisista kampanjoista ja alennushinnoista sekä niihin vaadittavista ostosummista jälleenmyyjälle.

**6 TILAUKSET JA TOIMITUS- & MAKSUEHDOT**

**A** Jälleenmyyjä toimittaa erillisen tilauksen päämiehelle.

**B** Toimitusehto: [xxx] Incoterms 2000 -lausekkeiden mukaan.

**C** Maksuehdot: 30 pv netto, viivästyskorko [x] %

**D** Omistusoikeus siirtyy kun jälleenmyyjä on suorittanut maksuvelvoitteen.

**7 KAUPPAHINTA**

- A** Päämies laskuttaa jälleenmyyjää sovittujen hintojen mukaisesti erikseen kunkin tilauksen jälkeen tai siitä sovittaessa. Maksutapa ja -aika sovitaan niin ikään erikseen tässä yhteydessä. Viivästyskorko on päämiehen etukäteen määrittelemä.
- B** Käytettävä valuutta [EUR / SEK]

**8 VAKUUTUKSET**

- A** Päämies huolehtii vakuutuksista. Pois luetaan kuitenkin jälleenmyyjän varaston vakuutus, jonka jälleenmyyjä itse huolehtii.

**9 SOPIMUKSEN RIKKOMINEN**

- A** Sopimuksen laiminlyöntitilanteessa sopimuksen toinen osapuoli korvaa toiselle tälle aiheuttamansa vahingon. Mikäli vahinkoa ei pystytä korvaamaan, tulee kyseeseen sopimussakko. Sopimussakon suuruus on [EUR / SEK xxx].

**9 SOPIMUKSEN VOIMASSAOLOAIKA JA IRTISANOMINEN**

- A** Sopimuksen voimassaolo alkaa kun sopimuksen molemmat osapuolet ovat sen allekirjoittaneet. Sopimus on voimassa toistaiseksi
- B** Sopimus päättyy sen irtisanomiseen. Molempien osapuolien irtisanomisaika on [x] kuukautta.

**10 SOVELLETTAVA LAKI JA RIITAJEN RATKAISU**

- A** Sopimukseen sovelletaan [Suomen laki / CISG]
- B** Riitajen ratkaisu hoidetaan ensisijaisesti neuvottelemalla. Mikäli näin ei päästä ratkaisuun, sovelletaan välimiesmenettelyä.

**ALLEKIRJOITUKSET**

Tätä sopimusta on kirjoitettu kaksi yhtäpitävää kappaletta, yksi kummallekin osapuolelle.

Paikka ja aika:

\_\_\_\_\_

Allekirjoitukset ja nimenselvennykset:

\_\_\_\_\_

Xxxxx Xxxxxxxxxx, LHA-Import

[Päämies, päämiehen yritys]



## 8 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli lisätä tietoisuutta jälleenmyyntisopimusten sopimuskohtien yksityiskohtaisen määrittelyn tärkeydestä. Lisäksi tavoitteena oli tuoda keskitetysti esille seikat, joilla on olennaista merkitystä jälleenmyyntisopimusten kirjoittamisessa. Päämääränä oli luoda sellainen työ, jota pienet ja keskisuuret jälleenmyyntiyritykset voivat ongelmitta käyttää tietolähteenä sopimusten tekemisessä, aloittaessaan tai harjoittaessaan jälleenmyyntiä.

Etsin opinnäytetyössäni vastausta kysymykseen, mikä on jälleenmyyntisopimuksen sisältö kansainvälisessä kaupassa Euroopan unionin sisällä. Tarkentavaksi kysymykseksi olin asettanut sen, mitä asioita jälleenmyyntisopimuksessa tulisi olla kirjattuna, jotta se palvelisi hyvin suomalaista jälleenmyyjää kuin myös sopimuksen toista osapuolta, päämiestä. Opinnäytetyö on kirjoitettu jälleenmyyjän näkökulmasta.

Jälleenmyyntisopimuksen tekemisessä tulee ottaa huomioon useita seikkoja, eikä niiden kaikkien huomioiminen ole aina niin yksinkertaista. Useasti sopimuksia tehtäessä osapuolilta jää tärkeitä asioita sopimatta. Tämä saattaa johtua siitä, että osapuolet eivät koe näiden asioiden huomioimista tarpeelliseksi sopimuksen kannalta ja jotkut asiat tuntuvat kaukaisilta omalle yritykselle. Lisäksi sopimusasioista voidaan olla tietämättömiä ja näin ollen ei osata edes vaatia tai odottaa sopimuksen sisällöltä kaikkia tarvittavia asioita.

Jälleenmyyntisopimuksen sisältö teorian mukaan alkaa otsikolla, sopijapuolten määrittelyllä sekä osapuolten asemalla. Lisäksi sopimuksessa tulee määritellä sopimuksen piiriin kuuluvat tuotteet tai tuoteryhmät. Tuotteet ja tuoteryhmät on hyvä tuoda esiin erillisenä liitteenä. Jälleenmyyjän sopimusalue tulee myös ilmetä sopimuksessa. Sopimusalueesta sovittaessa sovitaan niin ikään mahdollisesta yksinmyyntioikeudesta.

Jälleenmyyntisopimuksen sisältöön kuuluu myös jälleenmyyjän ja päämiehen oikeuksista ja velvollisuuksista sopiminen. Myynninedistäminen on yksi molempien osapuolten velvollisuuksista ja siihen liittyvistä asioista on syytä mainita sopimuksessa. Mikäli päämies haluaa asettaa jälleenmyyjälle vähimmäisostovelvoitteen, on se niin ikään ilmentävä sopimuksesta. Osapuolten velvollisuuksiin lasketaan myös markkinointitoimenpiteet sekä näi-

hin liittyvät kustannukset. Osapuolten vastuut markkinointitoimenpiteissä on hyvä yksilöidä sopimukseen. Mikäli osapuolilla on tietynlaisia odotuksia myynnin kehityksestä tai sen raportoinnista, on se syytä ottaa osaksi sopimusta. Varastointi, huolto ja takuut sekä reklamointi ovat myös tärkeitä sopimuselementtejä. Se, käyttääkö jälleenmyyjä omaa vai päämiehen tavaramerkkiä, tulee niin ikään ilmetä sopimuksesta.

Päämiehen ja jälleenmyyjän on hyvä keskustella myös mahdollisesta kilpailukieltolausekkeesta. Edelleen esille kannattaa ottaa myös toimitusajat sekä toimituksen yleiset säännöt, tavaran laatuvaatimukset ja mahdolliset seuraamukset virheellisestä tavarasta. Lisäksi tuotestavuulaki ja sen aiheuttamat velvoitteet sekä salassapitovelvollisuus kuuluvat jälleenmyyntisopimukseen. Sopimukseen on syytä kirjata sen voimassaoloaika, sopimukseen sovellettava laki sekä riitojen ratkaisu. Mikäli sopimuksia on usealla eri kielellä, on syytä mainita millä kielellä virallinen sopimus on tehty. Loppuun laitetaan virallinen päiväys sekä sopimusten osapuolten allekirjoitukset.

Täydellisenä jälleenmyyntisopimus sisältäisi kaikki nämä asiat. Usein on kuitenkin niin, että sopijapuolille ei ole tarpeen sopia kaikesta tästä. Mikäli tuotteessa tai sopimuksessa esimerkiksi ei ole mitään salattavaa, on turhaa sopia salassapitovelvollisuudesta. Sopija-osapuolten tulisi keskenään valita tarpeen mukaan tarvittavat sopimuskohdat. Toisinaan sopimukseen on hyvä ottaa myös itsestään selviä asioita. Esimerkiksi, vaikka päämies aina antaisi materiaalin markkinointitoimenpiteisiin, on siitä syytä kuitenkin mainita sopimuksessa. Näin tulee toimia siksi, ettei esimerkiksi toimijoiden vaihtuessa tule epäselvyyksiä siitä, kuinka ennen on toimittu.

Tutkimusosion perusteella huomasi, että jälleenmyyjät harvoin sopivat kaikista mainituista asioista ja toisinaan sopimukset ovat hyvin löyhiä. Sopimukset myös vaihtelivat paljon eri päämiesten välillä. Lisäksi joistain asioista oli haastateltavien mukaan vaikea päästä yhteisymmärrykseen päämiesten kanssa. Tällainen vaikea asia oli esimerkiksi sovellettavasta laista sopiminen. Tärkeimmät asiat sopimuksessa ovat mielestäni juurikin sovellettava laki sekä riitojenratkaisutapa. Toinen vaihtoehto on tietenkin tehdä niin hyvin ja tarkasti kirjoitettu sopimus, ettei riitatilanteessa asiaa tarvitse viedä eteenpäin. Tällöin sopimuksista voidaan tarkastaa sovitut asiat. Uskoisin kuitenkin, ettei se ole näin yksinkertaista, mikäli isoja riitoja tulee. Siksi kannattaakin yrittää päästä yhteisymmärrykseen ainakin riitojenratkaisutavasta ja mielellään myös sovellettavasta laista.

Tärkeää mielestäni on myös itse kirjallisen sopimuksen kirjoittaminen. Mikäli sopimus on kirjallisessa muodossa, on osapuolten helpompi välttää väärinkäsityksiä. Kirjallinen sopimus yhdistettynä sopimusneuvotteluihin takaa varmasti parhaan lopputuloksen. Kirjallinen tuotos on hyvä olla olemassa myös muistin tueksi.

Tarkan ja hyvän jälleenmyyntisopimuksen tekeminen vie myös aikaa. Erityisesti pienemmillä yrityksillä vastaan tulevat yrityksen resurssit. Ei ole aikaa perehtyä sopimusasioihin ja henkilöstöä on usein vähän. Jokaisella henkilöstön jäsenellä on varmasti työtehtäviä riittävästi entuudestaan, eikä sopimusasioita välttämättä lueta niin tärkeiksi, että siihen tarvittaisiin joku niitä hoitamaan. Tämä on mielestäni kuitenkin hieman jopa vaarallinen ajattelutapa. Juuri pienempien yritysten tulisi kiinnittää erityistä huomiota sopimusasioihin. Tämä mielestäni siksi, että sopimusten puutteellisuudesta johtuen yritys voi joutua suuriin vaikeuksiin, jos asiasta ei olekaan sovittu tarkemmin ja tuleekin yllättävä sopimusrikko. Menetykset voi rahallisesti olla iso, jopa niin iso, että se on yritykselle kohtalokasta.

Haastattelemiini yritykset toimivat pääasiallisesti eri alojen maahantuonnin parissa ja sopimuksissakin oli suuria eroja. Yhdistävä tekijä yrityksille oli kuitenkin se, että niistä mikään ei ollut kovin suuri. Lakiasiat jäivät helposti sopimatta ja kirjallisia sopimuksia ei välttämättä arvostettu kovin korkealle. Yritysten välittömälle kaupankäynnille tarpeelliset sopimuskohdat olivat sopimuksissa hyvin edustettuina, mutta usein sopimuskohdat, jotka turvasivat kaupankäynnin tai ennakkoon virheen tai mahdollisen hyväksikäytön seuraamukset, jäivät pienemmälle huomiolle.

Mielestäni on tärkeää keskittyä kaupankäyntiin ja hoitaa suhteet kauppakumppaneihin hyvin. Yhtä tärkeää on kuitenkin myös turvata liiketoiminnan tulevaisuus sopimalla etukäteen mahdollisista seuraamuksista sopimusrikkomus tilanteessa sekä sopia lakiasioista. Jos sopimus on hyvin tehty, pystytään välttymään mahdollisilta riitatilanteilta paljon pidempään kun molemmat osapuolet tietävät seuraamukset sopimusrikkomustilanteessa. Tarkasti tehty sopimus myös vähentää epäselvyyksiä sekä väärinymmärrystilanteita. Jotta sopimus palvelisi hyvin sekä jälleenmyyjää että päämiestä, tulisi heidän räätälöidä sopimus heille sopivaksi. Asiat, jotka eivät koske kyseistä sopimusta, kannattaa jättää sopimuksen ulkopuolelle. Kuitenkin kaikki sopimukseen liittyvät asiat kannattaa liittää sopimusdokumenttiin, myös itsestään selvät asiat. Hyvän sopimuksen tekeminen kertoo mielestäni ammattimaisuudesta ja siitä, että on tosissaan kaupanteon kanssa.

Aloittaessani tekemään tutkimusta, minulla oli tietynlainen kuva jälleenmyyntisopimuksen sisällöstä ja sen kulusta. Lisäksi olin varma, että lähes jokaisella yrityksellä olisi olemassa kirjallinen sopimus. Tutkimuksen tulokset kertoivat kuitenkin muuta kuin mitä olin kuvitellut. Ilmenikin, ettei yrityksillä oikeastaan ole niin tarkkaa ja määriteltyä jälleenmyyntisopimusta. Toisilla sopimus oli jopa pääasiallisesti suullinen. Haastattelujen jälkeen ymmärrän kuitenkin, miksi näin on. Yrityksillä on useita päämiehiä ja jokaisen kanssa sopimus on hieman erilainen. Yritykset kokevat vaikeaksi tehdä yhtä tietynlaista sopimusta, kun sovittavat asiat joka kerta poikkeavat toisistaan. Tästä seikasta huolimatta olen sitä mieltä, että sopimuksia olisi hyvä kuitenkin tarkentaa, tai että sovitut asiat olisivat edes yhdessä ja samassa paikassa, esimerkiksi kirjallisessa sopimuksessa.

Suosittelen toimeksiantoyritykselleni laatimaani sopimusmallia käytettäväksi jälleenmyynnissä. Tähän asti toimeksiantoyritys on tehnyt sopimuksensa pääasiallisesti suullisesti tai sähköpostilla. Tämän sopimusmallin avulla sovitut asiat voi helposti myös kirjata paperille. Sopimusmalliin voi myös vaivatta lisätä asioita tarvittaessa, esimerkiksi silloin kun tehdään jälleenmyyntisopimuksia uusien päämiesten kanssa. Jälleenmyyntisopimusmallia voi myös jalostaa kirjoittamalla siitä erikielisiä versioita.

## LÄHTEET

- Avanor Oy. 2004a. Tuotevastuu: Tuotevastuun sisältö. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.laki24.fi/sopi-tuotevastuu-vahingonkorvausvastuu.html>. Luettu 26.4.2010.
- Avanor Oy. 2004b. Tuotevastuu: Tuotevastuusta sopiminen. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.laki24.fi/sopi-tuotevastuu-tuotevastuuriskit.html>. Luettu 26.4.2010.
- Hulkko, P; Hyvärinen, H; Ohvo, S & Varjola-Vahvelainen, K. 1998. Kansainvälinen yritysoikeus. Porvoo: WSOY.
- Honkanen, J; Kivelä, H; Nordell, R; Pirinen, J. 2009. Perekö pykäliin. 12. uud. p. Helsinki: WSOYpro.
- Immonen, H. 2001. Vientiedustaja: Valinta, sopiminen ja yhteistyö. 7. uud. ja täyd. p. Tampere: Tammer-paino.
- Immonen, H. 2005. Vientiedustaja: Valinta, sopiminen ja yhteistyö. 8. uud. ja täyd. p. Helsinki: Multikustannus.
- Jaakkola, T & Sorsa, K. 2005. Liiketoiminnan sopimukset. Helsinki: Edita.
- Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus. 1999. Tuontioapas. Fintra-julkaisu. 6. uud. p. Helsinki: Yliopistopaino.
- Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus. 2002. Tuontioapas. Fintra-julkaisu. 7. uud. p. Helsinki: Multikustannus.
- Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus. 2004. Ulkomaankaupan erikoistermit: suomi, ruotsi, englantti, saksa, ranska, espanja, venäjä, viro. Fintra-julkaisu. 7. uud. p. Helsinki: Multikustannus.
- Keskuskauppakamari. 2010. Kansainväliseen tavarakauppaan uudet toimitusehdot – Uusi Incoterms 2010 yritysten käyttöön Suomessa. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.keskuskauppakamari.fi/Media/Tiedotteet/Kansainvaliseen-tavarakauppaan-uudet-toimitusehdot-Uusi-Incoterms-2010-yritysten-kayttoon-Suomessa>. Luettu 26.10.2010.
- Koskelo, P; Sevón, L & Wilhelmsson, T. 2006. Kauppalaian pääkohdat. 5. uud. p. Helsinki: Talentum.
- Kärkäs, M. 2004. Kansainvälinen kauppalaki. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.helsinki.chamber.fi/index.phtml?1262\\_m=1276&1262\\_o=10&s=156](http://www.helsinki.chamber.fi/index.phtml?1262_m=1276&1262_o=10&s=156). Luettu 18.4.2010.
- Metsämuuronen, J. 2008. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Metodologia-sarja 4. 3. uud. p. Helsinki: International Methelp.
- Ojajärvi, J & Vainio, S. 2002. Ammattikorkeakoulun juridiikka 1. Helsinki: Otava.

Paajanen, T & Saarinen, M. 1997. Uusi tuojan opas. Helsinki: Yrityksen tietokirjat.

Pace Law School Institute of International Commercial Law. 2006. CISG by State. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.cisg.law.pace.edu/cisg/cisgintro.html>. Luettu 18.4.2010.

Puusniekka, A & Saarinen-Kauppinen, A. 2006a. Teemahaastattelu. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3\\_2.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html). Luettu: 5.5.2010.

Puusniekka, A & Saarinen-Kauppinen, A. 2006b. Analyysin äärellä. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7\\_1.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_1.html). Luettu: 6.5.2010.

Räty, A. 2006. Incoterms, kauppatavat ja toimituslausekkeet. Helsinki: Suomen logistiikkayhdistys.

Saarnilehto, A. 2009. Sopimusoikeuden perusteet. 7. uud. p. Helsinki: Talentum.

Selin, E. 2004. Vientitoiminnan käsikirja. Helsinki: Tietosanoma.

Siira, J. 1998. Vientikaupan sopimusoikeuden käsikirja. Rovaniemi: Pandecta.

Sundqvist, J. 2008. Haastattelu 5.12.2008. LHA-Import. Espoo.

Sundqvist, J. 2009. Haastattelu 25.4.2009. LHA-Import. Espoo.

Taloustutkimus Oy. 2007. Kvalitatiivinen tutkimus. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet\\_ja\\_palvelut/tiedonkeruuratkaisut\\_ja\\_monitila/kvalitatiivinen\\_tutkimus/](http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/tiedonkeruuratkaisut_ja_monitila/kvalitatiivinen_tutkimus/). Luettu 5.5.2010.

Tilastokeskus. 1995. Tavaroiden ja palveluiden tuonti. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.stat.fi/meta/kas/tav\\_palv\\_tuonti.html](http://www.stat.fi/meta/kas/tav_palv_tuonti.html). Päivitetty 2006. Luettu 29.4.2009.

TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus Ry. 2010. Jälleenmyyntisopimukset. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.tieke.fi/liiketoimintapalvelut/ict\\_klusteri/ict-sopimukset/perustietoja\\_sopimuksista/3\\_jalleenmyyntisopimukset/](http://www.tieke.fi/liiketoimintapalvelut/ict_klusteri/ict-sopimukset/perustietoja_sopimuksista/3_jalleenmyyntisopimukset/). Luettu 25.4.2010.

Vilka, H. 2005. Tutki ja Kehitä. Helsinki: Tammi.

Vuorijoki, J. 2002. Lakiopas sopimuksen tekemiseen. Helsinki: WSOY.

**TAUSTATIEDOT**

- 1 Nimi
- 2 Asema yrityksessä / titteli
- 3 Yrityksen koko
- 4 Yrityksen toimiala
- 5 Kuinka kauan yritys on harjoittanut maahantuontia?
- 6 Saako yrityksen nimeä mainita opinnäytetyössä?
- 7 Saako Teidän nimeänne julkaista opinnäytetyössä?

**SOPIMUSTEN DOKUMENTOINTI**

- 8 Miten sovitte asioista päämiestenne kanssa? (kirjallisena / sähköisenä / suullisesti...)
- 9 Mitä hyviä puolia on tällaisessa sopimistavassa?
- 10 Mitä huonoja puolia on tällaisessa sopimistavassa?
- 11 Minkälaisia ongelmia olette kohdanneet tässä sopimistavassa?

**JÄLLEENMYYNTISOPIMUKSET YRITYKSESSÄ**

- 12 Kuinka jälleenmyyntisopimuksien tekeminen on kehittynyt yrityksessä viimeisen vuoden aikana? (esim. uusien päämiesten lukumäärä viimeisen vuoden aikana)
- 13 Kuinka usein uusitte / tarkennatte sopimuksia päämiestenne kanssa?

**SOPIMUKSEN SISÄLTÖ**

- 14 Mistä asioista sovitte päämiestenne kanssa?  
(sopimustuotteet; sopimusalue; hintatiedot; myynninedistäminen; vähittäisostomäärät; jälleenmyyjän velvollisuudet: myyntiverkosto, markkinointitoimet ja niistä raportointi, kilpailukiello, varastointi; huolto, takuut ja reklamointi; immateriaalioikeudet: tavaramerkki; päämiehen velvollisuudet: myynninedistäminen, tavaran muutokset tai parannukset, yksinmyyntioikeus)

**TOIMITUS JA SALASSAPITO**

- 15 Miten sovitte toimitukseen liittyvistä asioista?
- 16 Mitä mieltä olette salassapitovelvollisuuden esille ottamisesta sopimuksissa?

### **SOPIMUKSEN VOIMASSAOLOAIKA**

- 17 Minkälainen voimassaoloaika sopimuksissanne on? (määräaika/toistaiseksi)
- 18 Minkälainen irtisanomisaika sopimuksissanne yleensä on?
- 19 Milloin sopimuksen voi irtisanoa / purkaa / päättää?

### **SOVELLETTAVA LAKI JA SOPIMUSRIKKOMUS**

- 20 Miten sopimusrikkomus ja sen seuraukset on huomioitu sopimuksissa?
- 21 Minkä maan lakia yleensä sovellatte sopimuksissanne? > Miksi?  
> Jos lakia ei määritelty, mitä sitten tapahtuu kun tulee ongelmia?

### **MUUTA**

- 22 Onko mielestänne on tärkeää dokumentoida sovitut asiat maahantuonnissa? > Miksi
- 23 Mitä hyötyä mielestänne on kirjallisesta sopimuksesta?
- 24 Miten yrityksenne hyötyisi valmiista sopimus pohjasta?
- (25 Onko teillä muuta lisättävää / kommentoitavaa)