



Majoitusliikkeen varausehdoista ymmärrettävämät oikeusmuotoilulla

Petteri Sistonen

2021 Laurea





Laurea-ammattikorkeakoulu

Majoitusliikkeen varausehdoista ymmärrettävämmät oikeusmuo- toilulla

Petteri Sistonen
OMOE
Opinnäytetyö
Helmikuu 2021

Petteri Sistonen

Majoitusliikkeen varausehdoista ymmärrettävämmät oikeusmuotoilulla

Vuosi 2021

Sivumäärä 99

Opinnäytetyössä selvitettiin millä keinoilla kuluttajalle suunnatut yleiset varausehdot voisivat olla paremmin majoitusliiketoiminnan tukena. Työ tehtiin yhteistyössä Kämp Collection Hotelin kanssa ja varausehtoina käytetään heidän kuluttajillensa suunnattuja varausehtoja. Tavoitteena oli löytää lainopin ja palvelu- ja oikeusmuotoilun menetelmillä keinoja, jotka toisivat varausehdot lähemmäksi asiakasta ja samalla palvelisivat majoitusliiketoimintaa paremmin. Työssä selvitettiin ehtojen nykytilaa sekä tarkasteltiin niiden juridiikkaa sopimusoikeudellisessa viitekehyksessä.

Työssä pureuduttiin sopimusoikeuteen sekä palvelu- ja oikeusmuotoiluun. Lisäksi tutustuttiin varausehtojen toimintaympäristöön eli majoitus- ja ravitsemusalaan. Sopimusoikeus oli varausehtojen näkökulmasta avainasemassa. Oikeudenala määrittelee pitkälti sopimuksen juridisien sisällön. Samalla kuluttajansuoja ja siihen liittyvä sääntely oli otettava huomioon sen ollessa pakottavaa lainsäädäntöä. Työssä käsitellään nimenomaisesti internetkanavassa tehtäviä varauksia ja siihen liittyvää prosessia, joten etämyyntiin liittyvä lainsäädäntö on myös hyvin olennainen.

Työ toteutettiin pääosin palvelumuotoilun prosessein ja menetelmin. Oikeusmuotoilullisia asioita olivat ennakointi, visuaalisuus ja kieli sekä ihmisen käytökseen liittyvät tekijät. Näiden teemojen näkökulmasta varausehtoihin tehtiin muotoilua palvelumuotoilun menetelmin. Tärkeimpiä menetelmiä olivat service blueprint, palvelupolku sekä asiakasprofiilit, jotka auttoivat ymmärtämään prosessin ehtojen ympärillä.

Palvelumuotoilun menetelmien avulla saatiin priorisoitua kuusi kehitettävää aluetta tai teemaa eli ikonien, värien ja aikajanojen käyttö, palastelu, majoitukseen liittyvät vinkit sekä usein kysytyt kysymykset. Näistä kaikista tehtiin konkreettiset muotoiluehdotukset, joita yhteistyökumppani voi halutessaan hyödyntää.

Asiasanat: sopimusoikeus, kuluttaja, oikeusmuotoilu, visualisointi, sopimusehdot

Petteri Sistonen

Making terms of reservation more understandable by legal design

Year 2021

Pages 99

This thesis discovers how terms of reservation could better support accommodation business. The thesis was carried out in cooperation with Kämp Collection Hotels. The terms of reservation in question were their consumer terms. The goal was to discover different solutions that can be accomplished by law and service and legal design and that could bring the terms closer to the customer and serve the business better. This thesis, thus, studied the current terms and reviewed them in accordance with contract law.

This thesis focuses in contract law, service design and legal design. In addition, it clarifies the hotel and restaurant industry. Contract design was the key factor from the point of view of terms of reservation. This area of legal design defines the legal content of terms of reservation. At the same time, the Consumer Protection Act and the related regulation has to be taken into account as it includes is mandatory legislation. The thesis examines mainly internet marketing channels and their processes. There, clarifying the relevant regulation concerning distance selling was essential.

The process and methods of this thesis were mainly from service design contexts. Legal design matters were prevention, visualization, language and human behavior related factors. The design methods were used for the terms from previous themes point of view. The most important tools were service blueprint, customer journey and personas (customer profiles) which clarified the process around the terms.

Six development areas were defined by the service design methods: use of icons, colors and timelines, accommodation tips, integrating to the process and in addition frequently asked questions. These six areas were developed to concrete design suggestions which could be used by the Kämp Collection Hotels.

Keywords: Contract law, consumer, legal design, visualization, terms and conditions

Lakiluettelo

Kauppalaki (355/1987)

Kuluttajasuojalaki (38/1978)

Laki asuinhuoneistoin vuokrauksesta (481/1995)

Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta (308/2006)

Laki matkapalveluyhdistelmistä (901/2017)

Laki varallisuus oikeudellisista oikeustoimista (228/1929)

Vahingonkorvauslaki (412/1974)

Sisällys

1	Johdanto.....	8
2	Opinnäytetyön tavoite ja rajaus.....	9
3	Majoitus- ja ravitsemisliiketoiminnan nykytila ja tulevaisuus	11
4	Sopimusoikeus varausehtojen pohjana	13
4.1	Kuluttajasuojalainsäädäntö palvelusopimusten taustalla	17
4.2	Etämyyntisopimus osana majoitusliiketoimintaa	19
4.3	Sopimuksen syntyminen ja sen velvoittavuus	21
4.3.1	Sopimusehdot sopimuksen osana	22
4.3.2	Vahingonkorvaukset ja ostajan velvollisuudet.....	24
5	Palvelumuotoilu	26
5.1	Palvelumuotoilu oikeusmuotoiluprosessin pohjana.....	26
5.2	Menetelmät ja työkalut.....	29
5.2.1	Haastattelu ja benchmark nykytilan selvittämisen apuna	29
5.2.2	Palvelupolku ja service blueprint helpottamaan tapahtumaketjua	30
5.2.3	Millaiset henkilöt käyttävät palveluja?	31
5.3	Oikeusmuotoilu.....	32
5.3.1	Ennakoiva sopiminen ja ennakoinnin merkitys	33
5.3.2	Visuaalisuus ja kieli auttaa ymmärtämään	36
5.3.3	Miten käytös vaikuttaa ihmisten kykyyn valita?	38
6	Case: Kämp Collection Hotels.....	40
6.1	Majoitusprosessi.....	43
6.1.1	Teemahaastattelu.....	46
6.1.2	Sopimusehtojen benchmark	49
6.1.3	Kämp Collection Hotelsin yleiset varausehdot ja juridista pohdintaa	54
6.2	Oivallusten kautta tarkennettuihin ongelmiin.....	62
6.2.1	Hotelliasiakkaan polku	62
6.2.2	Ketkä käyttävät hotellipalveluja?	67
6.3	Ideoiden kautta muotoiluehdotuksiin.....	69
7	Johtopäätökset	85
	Lähteet.....	88
	Kuviot	93
	Kuvat	93
	Liitteet	95

1 Johdanto

Palvelumuotoilua ja edelleen oikeusmuotoilua käytetään tämän päivän liike-elämässä enemmässä määrin. Oikeusmuotoilua pidetään mullistavana tekijänä, joka on jo saanut paljon hyvää aikaiseksi ja sen odotetaan ottavan suuria harppauksia eteenpäin. Maailmalla sen ympärille on muodostunut erilaisia yhteisöjä ja parhaita käytäntöjä, joiden mukana ihmiset ovat saaneet ymmärrettävämpiä ja selkeämpiä oikeudellista palveluja. Esimerkiksi julkisista oikeudellisista palveluista halutaan vuorovaikutteisempia ja teknologiaa halutaan käyttää enemmän oikeudellisten kokonaisuuksien tukena.¹

Oikeusmuotoilu liitetään usein sopimukseen ja sopimusoikeudellisiin teksteihin, joita voidaan muotoilla riippuen kulloinkin olemassa olevista tavoitteista. Oikeusmuotoilu on kuitenkin käsitteenä laajempi ja pitäisi ymmärtää osana prosessia. Vaikka lopputulema muotoilussa saat- taakin olla dokumentti, jota on esimerkiksi muokattu erilaisilla visuaalisilla menetelmillä, on prosessi sen ympärillä ymmärrettävä. Oikeusmuotoilua ei voida tehdä laput silmillä, yhdestä näkökulmasta. Prosessiin on hyvä osallistaa eri alojen osaajia sekä käyttäjiä eli oikeudellinen muotoilu ei ole juristien työtä, vaan poikkitieteellistä ja laajasti eri näkökulmia ja asiakkaan tai käyttäjän huomioon ottavaa muotoilua.²

Asiakaslähtöisyyteen uskotaan nykyorganisaatioissa ja edelleen siihen, että organisaatiot olisivat juuri asiakaslähtöisiä. Todellisuudessa tämä voi olla kuitenkin vain kuvitelma siitä, koska kehittäjän, joka yrittää samaistua asiakkaaseen, usko kuitenkin enemmän omaan ammattitaitoonsa, kuin asiakkaan tuomaan ideaan. Uskotaan, että ammattilaisen on osattava oma ansa asiakasta paremmin. Palvelumuotoilussa taas pitäisi pyrkiä empatiaan ja kykyyn asettua asiakkaan saappaisiin, jotta voidaan todella olla asiakaslähtöisiä tai käyttäjakeskeisiä. Palvelumuotoilua pidetään nykyliike-elämässä suosiossa juuri siksi. Sen prosessit ja menetelmät pureutuvat aidosti asiakkaan tunteisiin ja kokemuksiin sekä strukturoi työn tekemistä, jotta iteraatiivisuus ei turhauttaisi, vaan mahdollistaisi.³

Yleiset varausehdot löytynevät kaikkien majoitusliikkeiden hallusta ja usein ne löytyvät myös heidän internetsivuiltaan tai niitä toimitetaan varauksen yhteydessä asiakkaille. Joitakin ehtokohtia on tuotu ainakin internetvarausten yhteydessä asiakkaiden näkyville, esimerkiksi maksutietojen antamisen yhteydessä. Oikeusmuotoilun teemat eivät kuitenkaan usein näy varauksia tehdessä. Varausehtojen saavutettavuus on heikko, ehdot ovat kirjoitettu hankalaan

¹ Alaja 2019.

² Hietanen 2018.

³ Silvio 2017.

muotoon eikä niitä olla huomioitu prosessin aikana. Näistä lähtökohdista on syntynyt tällekin opinnäytetyölle tarve.

Yhteistyössä Kämp Collection Hotelsin kanssa toteutetussa työssä päätettiin tutkia, voisivatko yleiset varausehdot tukea majoitusliiketoimintaa entistä paremmin ja millä keinoin. Palvelu- ja oikeusmuotoilun menetelmillä toteutetun työn tavoitteena oli tehdä yhteistyökumppanille muotoiluehdotuksia, joita he voisivat hyödyntää varausehtojen kehittämisessä tai majoitusliiketoiminnassaan. Muotoiluehdotukset ovat kohdistettu suoraan varausehtoihin, mutta niiden hyödyntäminen myös muissa oikeudellisissa dokumenteissa voisi olla mahdollista.

2 Opinnäytetyön tavoite ja rajaus

Tässä työssä on tavoitteena selvittää, että millä keinoilla yleiset varausehdot voisivat olla paremmin majoitusliiketoiminnan tukena. Työ tehdään yhteistyössä Kämp Collection Hotelsin kanssa ja varausehtoina käytetään heidän kuluttajillensa suunnattuja varausehtoja. Kysymystä lähestytään pääasiassa palvelu- ja oikeusmuotoilun sekä lainopin keinoin. Työn aikana pyritään selvittämään, että miten ehdot tukevat liiketoimintaa nyt ja voisiko ne tukea toimintaa paremmin. Asiaa tutkitaan sopimusoikeuden viitekehysessä sekä palvelu- ja oikeusmuotoilun prosessein ja työkaluin.

Oikeusmuotoilulla tarkoitetaan käyttäjälähtöistä muotoilua oikeudellisessa kontekstissa, jossa oikeudenkäytöstä pyritään tekemään ymmärrettävämpää, helpommin käytettävää ja paremmin käyttäjän tarpeet huomioon ottavampaa. Oikeusmuotoilussa lainkäyttöön tuodaan muotoilullinen lähestymistapa. Perinteisesti lähestymistapa on ollut muun muassa juuri lainopillinen eli oikeusmuotoilu on perinteisen lainkäytön vastakohta. Muotoilullinen ajattelutapa ottaa huomioon visuaalisuuden, se muodostaa prototyyppjä, se kyseenalaistaa, asettaa käyttäjän keskiöön, asettaa monitieteisiä työryhmiä, se näkee ideoita laajasti sekä lisäksi se on iteraatiivista.⁴

Palvelumuotoilussa ei ole yhtä tiettyä määrittelyä, mutta palveluluiden muotoilussa pätevät kuitenkin tietyt lainalaisuudet tai periaatteet. Muotoilu on käyttäjäkeskeistä. Sitä on katsottava asiakkaan silmin. Muotoilua tehdään yhdessä eli kaikki sidosryhmät tulisi osallistaa muotoiluprosessissa. Palveluprosessit ovat vaiheittaisia ja niitä tulisi visualisoida sarjana toisiinsa liittyviä toimintoja. Aineettomat palvelut pitäisi pystyä todentamaan siten, että niistä saadaan näkyviä. Lisäksi, muotoilu on kokonaisvaltaista. Sitä tehdessä pitäisi ottaa huomioon palvelun koko toimintaympäristö eli kaikki asiat, jotka vaikuttavat palveluun.⁵

⁴ Hagan 2020, legal design & design mindsets.

⁵ Schneider & Stickdorn 2010, 34.

Lainopilla tutkitaan oikeudellisia tekstejä. Lainopissa on kyse erilaisten oikeudellisten tekstien tulkinnasta sekä merkitysoipista eli semantiikasta, joka tutkii tekstien ja sanojen merkitystä. Tieteenalan metodeille on olennaisia normeja tulkinta-, punninta-, ratkaisu- sekä oikeuslähdenormit. Lainopissa siis tutkitaan voimassaolevaa oikeutta ja selvitetään voimassa olevien oikeusnormien sisältöä. Oikeusnormilla voidaan tarkoittaa esimerkiksi lakikielen ilmaisuja, ilmaisun sisältöä tai sisällön yhdistelmää. Lainoppi esittää kahdenlaisia kannanottoja oikeusnormeista, normikannanottoja ja tulkintakannanottoja. Normikannanotossa on kyse olemassa olevien oikeusnormien mukaisista väitteistä. Tällainen voi olla esimerkiksi: ”Voimassa olevan oikeuden mukaan kiihotus kansanryhmää vastaan on kriminalisoitu.”. Tulkintakannanotossa nimensä mukaisesti tutkitaan oikeusnormeja pidemmälle kuin normikannanotossa.⁶

Tässä työssä tutkitaan voimassaolevaa sopimusoikeuteen liittyvää lainsäädäntöä ja oikeusnormistoa. Tavoitteena on ymmärtää miten sopimusoikeudelliset tekstit määrittelevät varausehtoja ja miten voimassaolevaa oikeutta on tulkittu, jotta voitaisi löytää myös varausehtojen ulkopuolelta asioita, jotka voisivat selkeyttää omalta osaltaan varausehtoja ja samalla tukea liiketoimintaa paremmin. Vaikka ei olekaan tarkoituksena kirjoittaa uusia varausehtoja tai tehdä uusia ehtokohtia, on silti hyvin olennaista, että nämä ovat juridisesti oikein, jotta ne pystyisivät ennakoimaan oikeudellisia konflikteja tai viimekädessä ratkaista näitä tehokkaasti. Tämä tarkoituksen täyttämiseksi on olennaista, että varausehtoja tutkitaan nimenomaan lainopin valossa.

Tämän työn kannalta on olennaista, ettei se keskity ainoastaan oikeudelliseen tarkasteluun, vaan varausehtoja tarkastellaan monipuolisesti käyttäjäkeskeisenä prosessina, jonka yksi näkökulma on oikeudellinen tarkastelu. Tavoitteena on saada ehdot lähemmäksi prosessia, eikä pitää niitä ainoastaan reagoivana dokumenttina, joka on tehty konfliktien ratkaisua varten. Työllä pyritään tuomaan ehdot lähemmäksi asiakasta ja samalla tekemään niistä paremmin liiketoimintaa tukeva työkalun. Tätä tavoitetta varten työ tehdään palvelumuotoilun prosessilla ja sen työkaluilla.

Työ rajautuu kuluttajalle suunnattuihin yleisiin varausehtoihin, kuten aiemmin on mainittu. Niiden soveltamista ja käyttöä käsitellään pääasiassa internetvarauskanavassa tehtyjen varausten prosessissa. Niin ikään tämä varauskanava rajautuu Kämp Collection Hotelsin ja sen hoteleiden omiin internetvarauskanaviin. Siltä osin, kun kokonaisuuden hahmottamisen kannalta on tarpeellista, aihetta käsitellään myös kolmannen osapuolen varauskanavan sekä perinteisten kanavien kuten puhelinkanavan osalta. Lainsäädäntöä ja oikeudellista aineistoa käsitellään siinä missä niillä on suoranaista vaikutusta varausehtoihin tai toimenpiteisiin, joihin voitaisi varausehtojen puitteissa ryhtyä.

⁶ Hirvonen 2011, 21-38.

3 Majoitus- ja ravitsemisliiketoiminnan nykytila ja tulevaisuus

Majoitus- ja ravitsemustoimintaan toimialana kuuluu lyhytaikaisen majoituksen tarjoaminen matkailijoille ja muille vierailijoille sekä välittömästi nautittavaksi tarkoitettujen valmiiden aterioiden ja juomien tarjonta sekä ateriapalvelut. Tarjottavien oheispalveluiden määrässä ja laadussa voi olla paljonkin variaatioita. Samaan toimialaan ei kuulu kiinteistöalan toimintaan luokiteltava pitkäaikainen asuntojen vuokraus. Majoitus- ja ravitsemustoimintaan eivät kuulu myöskään sellaiset ruoan tai juoman valmistukseen liittyvät toiminnat, joissa tuotteita ei ole tarkoitettu välittömästi tarjottaviksi.⁷

Majoitustoiminta on mainittu laissa elinkeinon harjoittamisen oikeudesta (122/1919) niin sanotusti ohjesääntöisenä elinkeinona eli sellaisena toimintana, joka on säädelty omalla lainsäädännöllä. Ensisijaisesti toimintaa säätelee laki majoitus- ja ravitsemustoiminnasta (308/2006). Laissa mainitaan, että majoitustoiminnalla tarkoitetaan ”ammattimaisesti tapahtuvaa kalustettujen huoneiden tai muiden majoitustilojen tarjoamista tilapäistä majoitusta tarvitseville asiakkaille”. Lisäksi majoitustoimintaa tulee harjoittaa ammattimaisesti, joka on olennaista lain soveltamisen kanssa. Kuten aiemmin mainittua, ammattimaisena majoitustoimintana ei pidetä luonteeltaan satunnaista majoittamista.⁸

Tiettyjen yleisten liiketoiminnan velvoitteiden sekä tiettyjen alaa koskevien terveys- ja ympäristöä koskevien määräysten lisäksi olennainen säättely alalle tulee laista matkapalveluyhdistelmistä (901/2017). Laki perustuu niin sanottuun matkapalveludirektiiviin, joka määrittelee erilaisia matkapalveluyhdistelmiä koskevien sopimusten ja markkinoinnin säättelyn. Laki on tehty parantamaan matkapalveluita ostavan henkilön asemaa. Matkapalveluyhdistelmissä on kyse erilaisten elinkeinoharjoittajan tarjoamia palveluita, joita voi hankkia yhteishintaan esimerkiksi majoituksen kanssa.⁹

Majoitus- ja ravitsemusala on perinteisesti melko suhdanneherkkä ala. Alan kasvu ja menestys nojaa melko lailla muiden alojen kasvuun ja menestykseen. Yritykset ovat suuri käyttäjäkunta hotelleissa ja ravintoloissa, joten tässä mielessä juuri yritysten panos alan vauhdittajana on äärimmäisen tärkeä. Talouden kehitys yleisesti näkyy alan kasvuodotuksissa. Monessa muussakin tutkimuksessa on povattu viime vuotta maltillisempaa talouskasvua, noin puolentoista prosentin luokkaa. Euroalueen ollessa Suomen tärkein vientimarkkina, on se myös luonnollisesti yksi tärkeimmistä segmenteistä myös majoitus- ja ravitsemusalalla.¹⁰

⁷ Tilastokeskus 2008.

⁸ Päläs 2020, 13.

⁹ Päläs 2020, 75.

¹⁰ Peltoniemi 2019.

Vuosi 2018 oli majoitusliiketoiminnassa ennätysellinen, kun majoitusliikkeissä yövyttiin yli 22 miljoonaa kertaa. Yksin kiinalaisten osuus kasvoi yli kuusi prosenttia. Kokonaisuudessaan Aasia onkin varmasti tulevaisuudessa yksi merkittävimmistä segmenteistä, mitä tulee majoitusliiketoimintaan.¹¹

Elinkeinoelämän keskusliiton suhdannebarometrin mukaan suhdanteet pysyivät kesän 2019 aikana kohtuullisena. Samalla myynnin ja tuotannon odotettiin kasvavan teollisuudessa ja palveluissa, mutta rakentamisen puolella kasvuodotukset olivat maltillisemmat. Kuten aiemmin mainittua, maailmantalouden epävarmuudet heijastuivat kysyntään. Matkailu- ja ravitsemuspalveluiden suhdannetilanne oli säilynyt miltei ennallaan. Kesällä myynti oli hieman laskenut, mutta syksyn odotettiin korjaavan tätä. Suidannänäkymät nähtiin kuitenkin toimialalla varovaisena, kysynnän ollessa keskeisin myynnin este.¹²

Samalla kun Elinkeinoelämän keskusliitto povasi maltillista kasvua, kansainvälinen matkailu teki ennätyslukuja. Koko maailman potista Suomen matkailun osuus on 0,23 prosenttia ja kasvupotentiaalia uskottiin vielä olevan. Ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymisten kehitys oli pohjoismaissa positiivista, kun esimerkiksi Ruotsissa heidän osuutensa oli 6,8 prosenttia suuremmat vuonna 2018 kuin 2017. Suomessa ei Ruotsin lukemiin päästy, mutta matkailun vienti oli silti nosteessa. Matkailuvienti kasvoikin enemmän kuin monet muut vienninalat, osuuden ollessa Suomen vientituloista 5,3 prosenttia.¹³

Vaikka ulkomaalaisten matkailijoiden osuus majoituksista oli suuri, oli kotimaisten matkailijoiden osuus merkittävästi isompi ja samalla todella tärkeä segmenttinä majoitusliikkeille¹⁴. Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry teki kannanoton valtionvarainministeriölle koskien fossiilisten polttoaineiden veronkorotuksia¹⁵. MaRa oli huolissaan suomalaisten matkailijoiden liikkuvuudesta, mikäli polttoainehinnoista tulisi liian kalliita¹⁶.

Kaiken kaikkiaan toimialan kehitysnäkymät olivat positiiviset. Kasvua odotettiin, mikäli oli uskominen alan suuriin toimijoihin, jotka investoivat jatkuvasti Suomessa jättihankkeillaan. Esimerkiksi Scandic rakensi Helsinkiin yhtä isoa hotellia ja päätti toisesta suuresta hankkeesta Helsingin keskustaan¹⁷. Samalla Nordic Choice Hotels päätti rakentaa yhdessä LAK Real Estaten kanssa Suomen suurimman hotellikokonaisuuden Helsinki-Vantaan lentokentälle¹⁸. Alalla siis haluttiin investoida paljon, joten alan omia kasvuennusteita pidettiin yleisesti hyvinä.

¹¹ Peltoniemi 2019.

¹² Elinkeinoelämänkeskusliitto 2019.

¹³ Nurmi, Peltoniemi & Wakonen 2019.

¹⁴ Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2019b; Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2019c

¹⁵ Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2019a

¹⁶ Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry 2019a

¹⁷ Kauppalehti 2017; Yle 2019

¹⁸ Yle 2019

Vielä alku vuodesta 2020 ala eli normaalisti, mutta jo maaliskuussa ala ajautui kuitenkin kriisiin. Koronavirus¹⁹ muutti muiden mukana hotelli- ja ravintola-alan näkymät täydellisesti. Suomen hallitus sulki Suomen rajat ja kielsi yli 500 henkilön yleisötapahtumat. Nopeasti kuitenkin päätettiin rajoittaa kokoontumisia entisestään. Jopa Uusimaa eristettiin muusta maasta. Monet hotellit joutuivat sulkemaan ovensa, koska asiakkaita ei enää ollut. Niin ikään tapahtumapalvelujen ja ravintoloiden liiketoiminnasta tuli haasteellista, koska Suomen hallitus suositti välttämään kaikkia mahdollisia kohtaamisia ja liikkumista.²⁰

Esimerkiksi Scandic Hotels kertoo, että heidän liikevaihdostaan hävisi huhtikuussa noin 95 prosenttia normaaliin verrattuna. Samana aikana he piti 65 hotellista auki ainoastaan kymmentä. Hotellien toiminnoista ainoastaan majoitus- ja ravintolapalvelut toimivat, kokoustoiminta lakkasi, joskin ravintoloista sai ainoastaan take away -annoksia. Koronan vuoksi on jouduttu tekemään myös henkilöstöön liittyviä päätöksiä. Scandicilla huhtikuun 2020 aikana oli ainoastaan neljännes normaalista työntekijämäärästä töissä. Omien työntekijöiden lisäksi, kriisi ulottui myös ulkoistettuihin toimintoihin, kuten siivous ja kausityövoimaan.²¹

Vastaavaa taloudellista pudotusta ei olla Suomessa nähty sitten sotavuosien. Monien muiden alojen toipuessa loppuvuotta 2020 kohden, hotelli- ja ravitsemusalan toiminnassa ei näy valoa tunnelin päässä, ulkomaisen matkailun puuttuessa maasta lähes kokonaan. Lisäksi kotimaanmatkailu ei ole saavuttanut aiempien vuosien tasoa. Koronapandemia on varmastikin vaikuttanut suomalaisten käyttäytymiseen ja matkailupalveluita käytetään verrattain varovaisesti. Kysynnän uskotaan nousevan vasta, kun korona väistyy.²²

4 Sopimusoikeus varausehtojen pohjana

Erilaisiin sopimuksiin voi arki- ja elinkeinoelämässä törmätä päivittäin. Se on hyvin yleinen työkalu. Juridisessa mielessä monikin arkipäivän asia perustuu sopimuksiin. Näitä voi olla esimerkiksi julkisella liikennevälineellä matkustaminen, kulutustavaran ostaminen tai kaupallisten palveluiden ostaminen, joissa kaikissa elinkeinon harjoittaja myy tietynlaisen suoritteen asiakkaalle. Tällaista oikeussuhdetta arvioidaan sopimuksena. Näihin kyseisiin sopimuksiin perustuu myös tämä opinnäytetyö.²³

¹⁹ Koronavirus on pandemia eli koko maailmaan levinnyt tauti, joka lähti leviämään Kiinasta joulukuussa 2019. Ks. Lisää Terveystieteiden tutkimuskeskus (https://thl.fi/fi/web/infektiotaudit-ja-rokotukset/ajankohtaista/ajankohtaista-koronaviruksesta-covid-19/materiaalipankki-koronaviruksesta/koronavirus-selkokielella).

²⁰ Lappi 2020.

²¹ Rasimus 2020.

²² Honkakumpu 2020.

²³ Hemmo 2007, 3.

Toisaalta, työ- ja elinkeinoelämä perustuu niin ikään sopimuksille. Jo työskentely jonkin yrityksen palveluksessa on sopimusperusteista. Koko elinkeinoelämän toiminta rakentuu monien erilaisten, toisiinsa yhdistyvien sopimusten varaan. Samoin kuin sopimuksilla määritellään tavarantoimituksia, luotonantoa, tietojärjestelmien toimintaa ja vaatimuksia tai esimerkiksi yritysten johdon asemaa.²⁴ Sopimukset ovat myös varallisuudensiirron tärkein oikeusperuste ja näin ollen myös kaikenlaisen liiketoiminnan olennainen osa.²⁵

Sopimusoikeus ja edelleen sopimukset määräytyvät pääasiallisesti lainsäädännön sekä sopimusosapuolten sopimien sopimusehtojen mukaisesti. Erinäisiä sopimustyyppisiä säädellään lainsäädännöllä muun muassa asuntokaupassa, sähköntoimituksessa, valmismatkoissa sekä kuluttajapalveluksissa, joka on keskiössä tässä opinnäytetyössä. Palvelualoilla osapuolten oikeuksia ja velvollisuuksia säätelee suurilta osin kuluttajansuojalaki (1978/38) sekä osapuolten sopimat sopimusehdot. Tässä työssä näitä ehtoja vastaa yleiset varausehdot. Sopimusehdot itsessään määrittelevät sopimuksenkohtaisia vastuusuhteita.²⁶

Kuluttajansuojalain (1978/38) ensimmäisen pykälän mukaan laki koskee kulutushyödykkeiden tarjontaa, myyntiä ja muuta markkinointia elinkeinonharjoittajilta kuluttajille. Lakia sovelletaan myös, kun elinkeinonharjoittaja välittää hyödykkeitä kuluttajille. Lisäksi kolmannessa pykälässä kerrotaan, että kulutushyödykkeellä tarkoitetaan tässä laissa tavaroita, palveluksia sekä muita hyödykkeitä ja etuuksia, joita tarjotaan luonnollisille henkilöille. Ravitsemus- ja majoitus toiminnassa kuluttajansuojalaki (1978/38) on siis hyvin keskeinen, toimialan myydessä kuluttajahyödykkeenä, suurilta osin palveluja.

Sana ”sopimus” viittaa vapaaehtoiseen toimenpiteeseen²⁷. Liberaalille yhteiskuntakäsitykselle on ominaista sopimusvapauden korostaminen, sen vahvistaessa uskoa yksilön kykyyn hoitaa asioitaan²⁸. Sopimusvapaudella annetaan yksilölle mahdollisuus valita, että tekeekö sopimuksen vai ei ja, jos niin kenen kanssa. Sopimusvapauden kuuluu luonnollisesti vapaus sopimuksen sisällöstä ja muodosta. Toisaalta, sopimusvapautta voi rajoittaa sopimuspakko, joka perustuu julkisoikeudelliseen asemaan tai julkisoikeudellisten säännösten avulla saavutettuun asemaan. Yksityisellä sektorilla taas sopimuspakkoa ei ole, koska Suomeen kilpailulainsäädäntö sekä EY:n kilpailuoikeus estää tämän.²⁹

Tarkastellessa kuluttajansuhteita koskevaa lainsäädäntöä, voidaan todeta, ettei sopimusvapaus päde kuitenkaan kaikissa sopimussuhteissa. Edellä mainittu lainsäädäntö on usein niin

²⁴ Hemmo 2007, 3.

²⁵ Hemmo 2006, 23

²⁶ Hemmo 2007, 3-4

²⁷ Jaakkolan & Sorsan 2005, 46

²⁸ Hemmo, 2006, 61-62

²⁹ Jaakkola & Sorsa 2005, 46-47.

sanottua pakottavaa oikeutta eli sopimusehtoja ei voi tehdä tällaisesta lainsäädännöstä poiketen. Jos, tästä poikettaisi, sopimusehto olisi tehoton. Usein tällainen pakottava lainsäädäntö on tehty kuluttajaa suojaavaksi eli epäedullisemmat ehdot kuluttajan näkökulmasta ovat kiellettyjä. Tätä vastoin, esimerkiksi elinkeinonharjoittajan vastuuta koskevaa lainsäädäntöä vastaan saadaan poiketa.³⁰

Sopimukset vaativat enenemissä määrin joustavuutta, koska sopimuksissa voi olla asioita, joita tarvitsee jälkeen päin täydentää tai joiden sopimusehtoja on muutettava tai korjattava. Puhutaan dynaamisista sopimuksista eli sopimuksista, jotka jo solmimisvaiheessa tehdään sellaisiksi, että ne täydentyvät sopimuksen suoritusvaiheen aikana. Dynaamisuudesta voidaan erottaa kolme erilaista ulottuvuutta. Näitä ovat ehdon muuttuminen, sopimussuhteessa olevan aukon täydentäminen sekä sopimusjärjestelyn sitovuuden muuttuminen.³¹

Sopimuksen dynaamisuuden kannalta sopimusvapaus on olennainen asia. Sopimusehtojen ohella, sopimuksen muoto ja tyyppiä koskevat asiat liittyvät sopimusvapauden periaatteisiin.³² Kuten aiemmin mainittu, sopimusvapauden kuitenkin liittyy monia poikkeuksia, kuten erilaiset oikeusnormit.³³ Tämä seikka vaikuttaa sopimuksen dynaamisuuteen, koska sopimusvapauden laillisen oletaman mukaan on mahdollista laatia sopimus dynaamiseksi.³⁴

Suomessa sopimuksen muoto määriteltä vapaaksi. Sopimus voi olla joko suullinen tai kirjallinen, ellei toisin olla määriteltä. Usein kuitenkin on todettu, että esimerkiksi näyttökysymysten vuoksi kirjallinen muoto on suositeltava. Niin ikään sopimuksen syntymisen kannalta kirjallinen muoto aiheuttaa vähemmän ongelmatilanteita. Toisaalta jo lainsäädäntökin voi määrittellä tiettyihin sopimustyyppihin muotomäärityksiä. Esimerkiksi osamaksua tai kuluttajaluottosopimusta ei voi tehdä kuin kirjallisessa muodossa³⁵.³⁶

Lainsäädännön ohjaamat muotomääräykset suuntautuvat tyypillisesti kuluttajaa suojaavaksi. Usein määritelmänä voi olla esimerkiksi, että tietyt sopimukset tai ehdot on oltava kirjallisessa muodossa. Elinkeinonharjoittajan kannalta tämä on olennaista. Mikäli lainsäädäntö olisi määrittellyt jonkin kirjallisen veloitteen sopimiselle, eikä näin olisi toimittu, elinkeinonharjoittaja menettäisi oikeuden vedota sopimukseen tai ehtoon. Usein tällaiset muotovaatimukset palvelevatkin enemmän kuluttajien tiedon tason nostamista kuin elinkeinonharjoittajaa.³⁷

³⁰ Hemmo 2007, 5.

³¹ Annola 2003, 31-33.

³² Annola 2003, 76.

³³ Hemmo 2007, 5

³⁴ Annola 2003, 76.

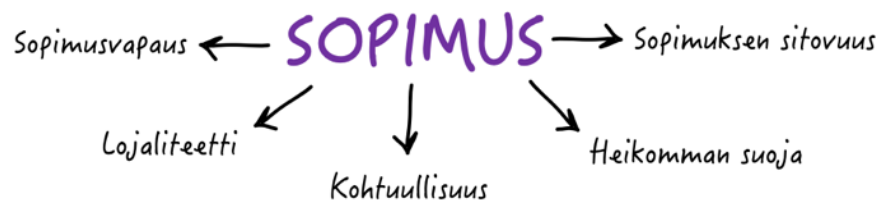
³⁵ Jaakkola & Sorsa 2005, 59

³⁶ Hemmo 2006, 109.

³⁷ Hemmo 2006, 110.

Lainsäädäntö myös määrittelee sopimuksille tiettyjä vähimmäissisältöjä tai muita muotoseikkoja. Esimerkiksi sopimuksen ei tarvitse olla kirjallisessa muodossa, mutta tietyistä asioista on silti lain mukaan sovittava. Toisaalta liikehuoneiston vuokrasopimuksen katsotaan aina olevan toistaiseksi voimassa oleva, mikäli vuokrasopimusta ei olla tehty kirjallisesti. Toisin sanoen tiettyjen oikeusvaikutusten edellytyksenä on sopimuksen kirjallinen muoto.³⁸

Sopimusoikeuden periaatteiden mukaisesti (kuvio 1) sopimuksessa tulee siis ottaa huomioon sopimusvapaus, sopimuksen sitovuus, heikomman suoja ja kohtuullisuus sekä lojaliteetti. Kohtuullisuusperiaate sekä heikomman suoja konkretisoituvat usein säännösten perusteella, kuten aiemmin mainittuna kuluttajansuoja.³⁹ Lojaliteetti periaatteella taas tarkoitetaan osapuolten välistä huomioimista eli esimerkiksi hyvän tavan mukaisesta sopimusoikeuden käytäntöjen mukaista toimintaa tai toisen osapuolen riittävän tietotason huomioimisesta⁴⁰.



Kuvio 1 Sopimusoikeuden periaatteet⁴¹

Aiemmin avatun sopimusvapauden ohella keskeistä on sopimuksen sitovuus. Lähtökohtaisesti solmittu sopimus on pidettävä. Poikkeuksina voi olla itse sopimuksen itsessään vaikuttavapätemättömyys eli mitättömyys, väitteen- tai moitteenvarainen pätemättömyys tai sopimuksen sovittelu tai ennalta arvaamaton ja ylivoimainen este eli niin sanottu *force majeure*. Viimeimpänä mainittu tilanne pätee ainoastaan, mikäli molemmat sopimusta koskevat esteet toteutuvat eli ennalta arvaamattomuus sekä ylivoimaisuus. Tällaisena tilanteena esimerkkinä voi olla esimerkiksi tulipalot tai luonnonmullistukset.⁴²

Sopimus voi olla mitätön, mikäli sopimus on lainvastainen tai sitä rasittaa muotovirhe. Lisäksi sopimus on mitätön, mikäli sopijaosapuoli on oikeustoimikelvoton. Moitteenvarainen pätemättömyys on määritelty perhe- ja perintöoikeudessa, kun taas väitteenvarainen pätemättömyys liittyy oikeustoimilakiin eli lakiin varallisuus oikeudellisista oikeustoimista (228/1929) säännösten mukaiseen pätemättömyyteen. Näitä tapauksia voi olla esimerkiksi väkivalloin

³⁸ Jaakkola & Sorsa 2005, 59.

³⁹ Jaakkola & Sorsa 2005, 45-46.

⁴⁰ Hemmo 2007, 8

⁴¹ Jaakkola & Sorsa 2005, 46

⁴² Jaakkola & Sorsa 2005, 48-49.

pakottamisen tai petollisen menettelyn kautta tehdyt sopimukset, jotka sopimuksen teon jälkeen todetaan pätemättömiksi sopimuksen syntyhetkellä vallinneiden olosuhteiden vuoksi.⁴³

Kuluttajariitalautakunta ratkaisi erään asian majoitusliikkeen antaman hintatiedon sitovuudesta kuluttajan hyväksi. Kuluttaja oli tehnyt tarjouspyynnön tietylle ajanjaksolle, jonka aikana majoitusliikkeellä oli voimassa oleva tarjoushinta. Hinta ei kuitenkaan ollut kokoajalle, mutta majoitusliike oli erehdyksenä tarjonnut koko majoituksen ajalle tarjoushintaa, vaikka tarkoitus oli antaa omahinta tarjousajan ulkopuoliselle majoitukselle.⁴⁴

Hyvä sopimus on siis kirjallinen, koska siihen ei liity näyttöongelmia kuten suulliseen sopimukseen, jotka usein jäävät puutteellisiksi ja tulkinnanvaraisiksi. Hyvä sopimus on täydellisen eli siihen on hyvä sisällyttää sopimuksen osalta kaikki olennainen. Sopimukseen liittyvät asiat on kirjattava riittävän selkeästi molempien osapuolten kannalta, jotta siihen ei jää tulkinnanvara. Elinkeinonharjoittajan kannalta hyvä sopimus turvaa talouden. Kuluttajansuojalain (38/1978) varmistaa kuluttajan oikeudet, sopimus varmistaa elinkeinonharjoittajan oikeudet. Sillä minimoidaan taloudellisia riskejä ja sopimukseen liittyviä ristiriitatilanteita samalla, kun se mahdollistaa poikkeaminen tullessa kompensaaion.⁴⁵

Lisäksi hyvin laadittu sopimus antaa niin palveluntarjoajasta, toimeksiantajasta kuin muustakin sopimuskumppanista asiallisen ja harkitsevan kuvan. Toisaalta kirjallinen sopimus antaa kuvan yhteistoimintaan tähtäämisestä eli halusta sopia asioista, etteivät nämä eskaloituisi. Sopimuksen on oltava oikeudellisesti pätevä.⁴⁶ Tämä on tärkeä seikka myös solmiessa dynaamista sopimusta, koska dynaamisen sopimuksen pätevyyttä arvioidaan usein juuri silloin, kun se osoittautuu puutteelliseksi.⁴⁷ Oikeudellisesti pätevässä sopimuksessa on oltava siis pakottavan lainsäädännön kannalta olennaiset vaatimukset, kuten sopimus- ja kuluttajaoikeudelliset vaatimukset kunnossa. Lisäksi sopimuksen on oltava realistinen eli sen on oltava toteuttamiskelpoinen kaiken kannalta.⁴⁸

4.1 Kuluttajasuojalainsäädäntö palvelusopimusten taustalla

Opinnäytetyön keskittyessä nimen omaisesti kuluttajalle suunnattuihin sopimusehtoihin, on hyvä tarkastella sopimusoikeutta yksityishenkilön näkökulmasta. Yksinkertaistettuna kuluttajasopimuksesta puhutaan, kun yksityishenkilö hankkii yritykseltä jonkin kulutushyödykkeen.⁴⁹ Kuten aiemmin mainittua, kuluttajasopimusten sääntely on pitkälti pakottavaa lainsäädäntöä

⁴³ Jaakkola & Sorsa 2005, 50-52.

⁴⁴ Kuluttajariitalautakunta 3261/35/07. Ks. Päläs 2020, 22.

⁴⁵ Jaakkola & Sorsa 2005, 114.

⁴⁶ Annola 2003, 77.

⁴⁷ Annola 2003, 77

⁴⁸ Jaakkola & Sorsa 2005, 114.

⁴⁹ Jaakkola & Sorsa 2005, 72.

eli sopimukset, jotka poikkeavat kuluttajasuojalaista (1978/38) kuluttajan vahingoksi ovat pätemättömiä.⁵⁰

Merkille pantavaa on myös, että kun sopimusta tehdään yksityishenkilön kanssa, lähtökohtana on, että henkilön henkilöllisyydestä on varmistuttava. Jotta sopimus olisi juridisesti pätevä ja täytäntöönpanokelpoinen, on henkilön oltava ikänsä puolesta oikeustoimikelpoinen.⁵¹ Lähtökohtaisesti täysi-ikäisyys antaa sopijaosapuolelle sitovan oikeustoimikelpoisuuden eli vajaanlaisia ovat alle 18-vuotiaat sekä sellaiset täysi-ikäiset, jotka on tuomioistuimen päätöksellä julistettu vajaavaltaisiksi.⁵² Vajaavaltaisuus voidaan tarvittaessa tarkistaa holhousasioiden rekisteristä. Käytännössä lähteitä on muutamia, esimerkiksi luottorekisteriin on voitu tehdä asiasta merkintä.⁵³

Vajaavaltaisena tehtyä oikeustoimea ei siis pidetä sitovana. Toisaalta vajaavaltaisen puolesta voidaan tehdä sopimuksia hänen edunvalvojansa toimesta. Alaikäisellä sopijaosapuolella edunvalvojana toimii hänen laillinen huoltajansa, kun taas tuomioistuimen vajaavaltaiseksi toteamalle henkilölle on määrättävä edunvalvoja, mikäli juridisesti päteviä sopimuksia voidaan tehdä. Riippuen toki vajaavaltaisen kanssa tehdystä sopimuksesta, riski näissä olisi kuitenkin aina suoria taloudellisia vaikutuksia, koska vajaavaltaisen kanssa tehty sopimus on mitättömänä hyödytön liiketaloudellisesti.⁵⁴ Sopijaosapuoli, kuten elinkeinonharjoittaja on sopimusoikeudellisesti vastuussa toisen osapuolen oikeustoimikelpoisuudesta ja kantaa myöskin näin ollen tästä riskin.⁵⁵

Vajaavaltaisuuteen liittyy kuitenkin poikkeuksia, kuten esimerkiksi se, että hän voi tehdä pätevästi olosuhteisiin nähden tavanomaisia ja merkitykseltään vähäisiä oikeustoimia. Tulkinta näistä toimista on melko väljä ja tunnusmerkistön soveltamiskäytäntö perustuu suurilta osin kuluttajavaliokunnan ratkaisuihin. Soveltamisessa otetaan huomioon sopimuspuolen ikä ja kehitystaso sekä toisaalta huomion arvoista on esimerkiksi ostetun palvelun laadulla ja hinnalla ja toisaalta kauppahinnan suoritustavalla tai muilla ehdoilla.⁵⁶

Henkilöllisyyden toteamisella on myös iso merkitys majoitusliiketoiminnassa, liikkeenharjoittajan ollessa vastuussa majoitusliikkeeseensä tulevan matkustajan matkustajailmoituksen kirjaamisesta sekä varmistaa matkustajan henkilöllisyys.⁵⁷ Toisaalta laki majoitus- ja ravitsemistoiminnan (308/2006) kuudennen pykälän kuudennessa momentissa säädetään, ettei tämä

⁵⁰ Kyläkallio 2018, Kuluttajapalvelusopimukset

⁵¹ Jaakkola & Sorsa, 2005, 72.

⁵² Hemmo 2006, 190-191

⁵³ Jaakkola & Sorsa, 2005, 72.

⁵⁴ Jaakkola & Sorsa, 2005, 72-73.

⁵⁵ Hemmo 2006, 194

⁵⁶ Hemmo 2006, 192-193

⁵⁷ Päläs 2020, 15

henkilöllisyyden varmistaminen koske matkustajaa, jonka asuinpaikkana on Suomi, eikä matkustajan mukana olevaa puolisoa tai alaikäistä lasta. Sopimusoikeudellisesti henkilöllisyyden varmistamisella taasen on suuri merkitys, kuten aiemmin on mainittu.

Lainsäädäntö ei ota suoraan kantaa myytäviin palveluihin eli palveluiden kauppaa ei ole säännelty lailla. Irtaimen kauppaa säätelevä kauppalaki (355/1987) huomio palvelun tavarakaupan yhteydessä, jossa palvelu on osa tavaran kauppaa, muttei kuitenkaan pääosana velvoitteistaan. Toisaalta taas palveluille on olemassa erilaisia alakohtaisia vakioehtoja. Muutoin palvelusopimukseen sovelletaan yleisiä sopimusoikeuden periaatteita.⁵⁸

Majoitus- ja ravitsemusliiketoimintaa kuitenkin säännellään myös kuluttajasuojalaissa (38/1987). Kuten aiemmin mainittua, laki turvaa heikommassa asemassa olevaa eli kuluttajaa. Kuluttajan niin sanottu heikompi asema määräytyy esimerkiksi taloudellisten voimavarojen ja puutteellisen tiedon suhteessa palvelua tarjoavaan yritykseen. Toisaalta elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välistä sopimista säädellään myös muissa kuluttajasuojaoikeudellisissa lainsäädännössä kuten esimerkiksi majoitusliiketoimintaa säätelevässä laissa matkapalveluyhdistelmistä (901/2017).⁵⁹

Kuluttajasuojalain (38/1978) toinen, kolmas ja neljäs luku ei siis suoraan säätele palveluita koskevia sopimusoikeudellisia asioita. Näiden osalta sovelletaan kuitenkin lain toisen, kolmannen ja neljännen luvun säännöksiä. Näissä säädetään markkinointiin ja asiakassuhteissa menettelyyn, sopimusehtojen säätelyyn sekä sopimusten sovitteluun ja tulkintaan liittyviä asioita. Lisäksi palvelusopimukseen sovelletaan yleistä sopimusoikeudellista sääntelyä ja kuluttajaoikeudellisia ja yleisiä sopimusoikeudellisia periaatteita, ellei jossakin toisessa laissa ole muuta säädetty. Majoitusliiketoiminnassa lähtökohtana on kuitenkin kuluttajan ja palveluntarjoajan välinen sopimus ja sen ehdot.⁶⁰

4.2 Etämyyntisopimus osana majoitusliiketoimintaa

Kuluttajasuojalain (38/1978) toisen, kolmannen ja neljännen luvun lisäksi majoitusliiketoiminnassa sovelletaan myös luvun kuusi säädöksiä eli etämyyntiin liittyviä säädöksiä.⁶¹ Etämyyntisopimuksella tarkoitetaan kuluttajahyödykesopimusta, joka tehdään etätarjontamenetelmällä etäviestimien, kuten sähköpostin, verkkokaupan, tai puhelimen välityksellä eli siten etteivät kaupan osapuolet ole läsnä samassa paikassa ja sopimuksen tekoon käytetään vähintään yhtä etäviestintä.⁶²

⁵⁸ Nystén-Haarala 2014, 252-256

⁵⁹ Päläs 2020, 21.

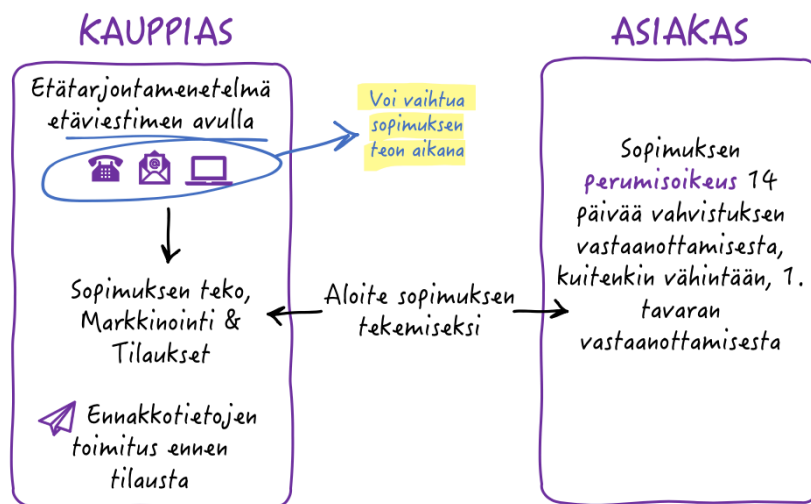
⁶⁰ Päläs 2020, 22.

⁶¹ Päläs 2020, 22

⁶² Kyläkallio 2018, Koti- ja etämyynti.

Etämyyntiä tekevän elinkeinonharjoittajan on tarjottava asiakkaalle riittävät tiedot myytävästä kulutushyödykkeestä ennen kaupan toteutumista. Näitä tietoja ovat kulutushyödykkeen tärkeimmät ominaisuudet, hintatiedot, sopimus- ja peruutusehdot sekä mahdollisen tarjouksen voimassaoloaika. Tämän lisäksi kuluttajalle on tarjottava tiedot siitä, miten kaupan voi peruuttaa. Kuluttajansuojalain (38/1987), kuudennen luvun 14 pykälän mukaan kuluttajalla on oikeus peruuttaa etäkauppa sopimus viimeistään 14 vuorokauden kuluttua sopimuksentekohetkestä. Kuluttajalle on myös tarjottava lomake tai ohje, jonka avulla peruuttaminen on mahdollista. Peruuttamisessa on huomioitava mahdollinen sähköinen alusta. Kuviossa 2 esitetään etämyynti periaatekuvana.⁶³

Kuluttajansuojalain (38/1987) kuudennen luvun 16 pykälään on kuitenkin säädetty peruuttamisoikeuden rajoitus, jonka mukaan edellä mainitun 14 pykälän säädöstä ei sovelleta, mikäli sopimus koskee esimerkiksi majoituksen tarjoamista muuhun kuin asumistarkoitukseen tai ravintolapalvelua. Laki majoitus- ja ravitsemusliiketoiminnasta (308/2006) ensimmäinen pykälä määrittelee ”majoitusliiketoiminnan olevan ammattimaisesti tapahtuvaa kalustettujen huoneiden tai muiden majoitustilojen tarjoamista tilapäistä majoitusta tarvitseville asiakkaille”. Toisaalta laissa asuinhuoneiston vuokrauksesta (481/1995) ensimmäisen luvun ensimmäisessä pykälässä määritellään, että ”rakennus tai sen osa (huoneisto) vuokrataan toiselle käytettäväksi asumiseen (asuinhuoneiston huoneenvuokrasopimus)”. Kuluttajansuojalain (35/1987) rajoitusta voidaan siis soveltaa majoitusliiketoimintaan, eikä kuluttajalla tällöin ole 14 pykälän tuomaa peruutusoikeutta etämyynnin osalta.⁶⁴



Kuvio 2 Etämyynti⁶⁵

⁶³ Kyläkallio 2018, Koti- ja etämyynti.

⁶⁴ Määttä & Peltonen 2015, Sopimuksen peruuttamisesta

⁶⁵ Kyläkallio 2018, Koti- ja etämyynti

Etämyyntiä tehdessä tärkeään rooliin nousee myös tilausvahvistus eli vahvistusilmoitus. Etenkin suullisesti tehtyjen sopimusta tehdessä tämän merkitys on suuri. Suullisesti tehtäviä sopimuksia tehdään tyypillisesti puhelimitse. Tilausvahvistus ei sellaisenaan muuta sopimusta tai sen ehtoja, sen ollessa sopimuksen jälkeinen toimenpide. Tilausvahvistuksella on enemmänkin riitatilanteita tukena näyttöarvo. Etenkin, jos sopimus on tehty suullisesti, esimerkiksi juuri puhelimitse, tilausvahvistuksen näyttöarvo kasvaa.⁶⁶

4.3 Sopimuksen syntyminen ja sen velvoittavuus

Suomessa yleiset sopimusoikeudelliset säännökset pohjautuvat lakiin varallisuus oikeudellisista oikeustoimista (228/1929). Laki itsessään on melko iäkäs, mutta sisältää sopimuksen syntymisen kannalta hyvin tärkeät kohdat eli tarjouksen peruuttamisen sääntelyn sekä niin sanotun tarjous-vastaus -mekanismin. Lain ikääntymisen vuoksi se ei myöskään vastaa kaikkiin nykypäivän sopimusoikeudellisiin kysymyksiin, mutta sitä ei kuitenkaan voida täysin sivuuttaa sen sisältäessä sopimuksen tekemisistä koskevan oikeusnormiston.⁶⁷

Tarjouksen perustamiskynnys on melko yksiselitteinen. Tarjoaja ei voi perua tarjoustaan, mikäli tarjouksen saaja sen on vastaanottanut. Vastaavasti, kun tarjouksen saaja on hyväksynyt tarjouksen, sitä ei voi enää peruuttaa. Peruuttamiskieltoon liittyy kaksi poikkeusta. Tarjoaja voi halutessaan sisällyttää tarjoukseen peruuttamista koskevia ehtoja. Tällöin ehdot määräävät peruuttamiseen liittyvän menettelyn. Lisäksi oikeustoimilaki sisältää niin sanotun re integra -säännön.⁶⁸ Tämän mukaan peruuttamisoikeus laajentuu joissakin harvalukuisissa tapauksissa, joissa tietyt erityiset asianhaarat vallitsevat.⁶⁹ Tällä säännöksellä on ollut kuitenkin käytännössä hyvin vähäinen merkitys.⁷⁰

Teoreettisesti tarkasteltuna sopimuksen tekeminen alkaa tyypillisesti tarjouspyynnöstä, kuten kuviossa 3 on kuvattu. Tilaajan pyynnöstä toimittaja tai palveluntarjoaja tekee tarjouksen. Tämän jälkeen tilaaja tekee tarjouksen pohjalta tilauksen, jonka toimittaja taas vahvistaa tilausvahvistuksella.⁷¹ Tyypillisesti tarjoukseen kirjataan voimassaoloaika eli määräaika.⁷² Tällöin tarjous sitoo tarjoajaa tietyn ajan, eikä tällä ole mahdollisuutta perua tarjousta tänä aikana kuten edellä mainittiin. Tilaajan ja toimittajan välille syntyy sopimus, tilaus vastaa tarjousta. mikäli näin ei ole, sopimus syntyy, mikäli tilausvahvistus vastaa tilausta.⁷³

⁶⁶ Hemmo 2006, 140.

⁶⁷ Hemmo 2007, 13.

⁶⁸ Hemmo 2007, 13-14.

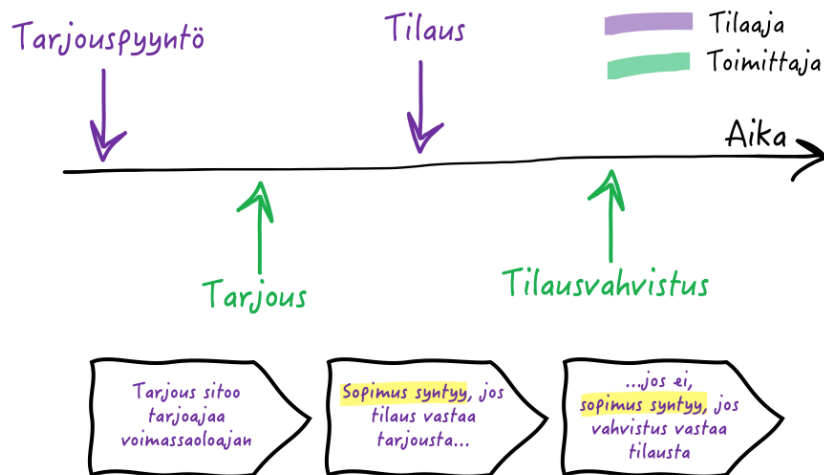
⁶⁹ Hemmo 2006, 90.

⁷⁰ Hemmo 2007, 13-14.

⁷¹ Haapio 2002, 12-14.

⁷² Jaakkola & Sorsa 2005, 40

⁷³ Haapio 2002, 12-14.



Kuvio 3 Sopimus sopimusoikeudessa: sopimus = tarjous + hyväksyvä vastaus⁷⁴

Sopimukset liitetään sanan varsinaisessa muodossa usein sopimusasiakirjaan allekirjoituksiin. Näin ei kuitenkaan sopimusoikeudellisesti ole, vaan sopimus syntyy juuri tarjouksen ja hyväksyvän vastauksen perusteella. Juridisesti sopimus ei vaadi tiettyä sopimusasiakirjaa, saati allekirjoituksia. Sopimuksia tehdään erilaisten alustojen kuten sähköpostin tai tietoverkon avulla, joten on selvää, ettei läheskään kaikkia sopimuksia tehdä sopimusasiakirjalla, vaan tarjous-vastaus -mekanismi ja edelleen sitova sopimus voi löytyä esimerkiksi sähköpostiketjun sisältä.⁷⁵

4.3.1 Sopimusehdot sopimuksen osana

Kuten jo aiemminkin mainittu, majoitusliiketoimintaa säädellään muun muassa kuluttajansuojalailla (38/1978) sekä muilla pakottavilla lainsäädännöllä kuten lailla matkapalveluyhdistelmistä (901/2017). Lainsäädännöllä pyritään turvaamaan heikomman asemaa, joka ilmenee esimerkiksi osapuolen taloudellisten voimavarojen tai puutteellisen asiantuntemuksen kautta. Pakottavan lainsäädännön pyrkimyksenä on estää kohtuuttomien sopimusehtojen tai muun kohtuuttoman menettelyn käyttämistä. Laki muun muassa määrittelee erilaisia kuluttajaa koskevia oikeuksia ja velvollisuuksia sekä palveluntarjoajaa koskevia markkinoinnillisia asioita tiedon oikeellisuuteen tai harhaanjohtavien tietojen käytettävyyteen liittyen.⁷⁶

Jos laissa ei ole säännöksiä tietyille sopimustyyppille tai jos sopimuksessa sovelletaan useaa eri lainsäädännöksiä, sopimukselle on hyvä tehdä erilliset sopimusehdot. Sopimusehtojen tarkoitus on välttää väärinkäsitykset ja epäselvyydet sopimuksen teon jälkeen eli sopimusehdot

⁷⁴ Haapio 2002, 14

⁷⁵ Haapio 2002, 12-14.

⁷⁶ Päläs 2019, 21.

ennakoivat tulevaa. Ennen sopimuksen tekoa on siis varmistuttava siitä, miten sopimustyyppi on laissa säädelty ja mistä on säädellyn lisäksi mahdollista sopia erikseen sopimusehdoilla.⁷⁷

Sopimukseen liitettävät ehdot voivat olla joko määrääviä, lykkäviä tai purkavia. Lykkävällä ehdolla tarkoitetaan ehtoa, jolla tietty oikeusvaikutus tapahtuu vasta kun kyseinen ehto täyttyy. Esimerkiksi omistusoikeuden siirtyminen osapuolelle vasta kun kauppahinta on suoritettu. Purkava ehto määrittelee jonkin oikeusvaikutuksen lakkaamista ehdon täytyessä. Kaupankäynnissä tämä voisi tulla kyseeseen tilanteessa, jossa ostajaosapuoli ei ole suorittanut kauppasummaa tiettyyn aikaan mennessä, jolloin sopimus purkautuu. Toisaalta purkava ehto voi, sopimuksen purkautumisen ohella synnyttää myös vahingonkorvausveloitteen. Jonkinlainen aikamääreeseen sidottu ehto voi taas olla määräys. Tällainen tulee kyseeseen silloin kun esimerkiksi kauppa toteutuu tiettyinä aikoina.⁷⁸

Liiketoiminnassa tehdään paljon sopimuksia, joiden lainsäädäntö on tahdonvaltaista joko osittain tai kokonaan. Kuluttajasuojalainsäädännön säännellessä kuluttajakauppaa, tahdonvaltaisuus näkyy yritysten välisessä sopimisessa, jossa heikomman aseman turvaamista ei tunnusteta samalla tavalla kuin kuluttajakaupassa. Pakottavan lainsäädännön vastaiset sopimusehdot ovat mitättömiä, mikäli ne heikentävät heikomman osapuolen asemaa. Lisäksi sellaiset sopimusehdot, jotka tulkitaan hyvän tavan vastaisiksi tai muilla tavoin lain vastaisiksi ovat mitättömiä.⁷⁹

Yleisiin sopimusehtoihin on aina syytä viitata pääsopimuksessa, tällöin ne tulevat osaksi sopimusta. Ne on hyvä olla myös pääsopimuksessa liitteenä. Lisäksi sopimusehdot on hyvä olla nähtävillä ennen sopimuksentekohetkeä, jolloin molemmilla osapuolilla on ollut mahdollisuus tutustua niihin. Eräässä korkeimman oikeuden päätöksessä oikeus katsoi, ettei omistuksen pidätysehto voinut tulla sopimuksen ehdoksi, koska tähän liittyvä lauseke oli ollut esillä vasta tilausvahvistuksessa ja siihen liittyvissä erityisehdoissa. Oikeus katsoi, ettei ostaja ollut voinut tutustua ehtoihin ennen kaupantekoa, koska nämä eivät olleet tuolloin nähtävillä, vaan vasta tilausvahvistuksen yhteydessä.⁸⁰

Sopimusoikeudessa käytetään sopimusehtojen lisäksi vakiosopimuksia. Vakiosopimuksessa eli standardisopimuksessa on kyse vakioiduista sopimuksista, joita käytetään yksilöityjen sopimusehtojen sijasta. Vakiosopimuksia voidaan käyttää tyypillisesti kokonaisilla elinkeinoaloilla, kuten vakuutus- tai kuljetusliiketoiminnassa. Vakiosopimusten käytön on katsottu mahdollisesti heikentävän heikomman osaa sopimusoikeudellisesti, sillä nämä vahventavat liiaksi sopimuksen laatijan asemaa. Vakioehtojen tavoitteena on kuitenkin vähentää aikaa ja vaivaa

⁷⁷ Jaakkola & Sorsa 2005, 60.

⁷⁸ Kyläkallio 2018, oikeustoimen ehdot

⁷⁹ Jaakkola & Sorsa 2005, 60.

⁸⁰ Jaakkola & Sorsa 2005, 61.

sopimuksen syntymiseen liittyen. Sopimusten valmistelu nykyaikaisten massasopimusten tai kuluttajille suunnattujen sopimusten osalta kävisi liian työlääksi ilman vakiosopimuksia. Tästä johtuen vakiosopimusten käyttö perustuukin enemmän rationaaliselle ajattelulle prosessien sujuvoittamiseksi ja prosessikustannusten minimoimiseksi kuin osapuolten oikeuksien heikentämiseksi.⁸¹

4.3.2 Vahingonkorvaukset ja ostajan velvollisuudet

Vahingonkorvaus on tyypillisin sopimusoikeuteen liittyvä seuraamus. Vahingonkorvauksella voidaan täyttää esimerkiksi virheen aiheuttamat henkilö- tai esinevahingot sekä sopimusrikkomuksen aiheuttamat tulon menetykset. Vahingonkorvausvelvollisuus voi syntyä sopimusta purkaessa tai sopimusrikkomuksesta, jonka seuraamuksena sopimuskumppanille aiheutuu vahinkoa.⁸²

Vahingonkorvaukset määrittyvät joko sopimusoikeudellisesti tai eri sopimuksia määrittelevän lainsäädännön perusteella. Näiden ulkopuolelta vahingonkorvaukset määräytyvät vahingonkorvauslain (412/1974) perusteella. Vahingonkorvauslailla (412/1974) voi olla toisaalta täydentävä merkitys myös silloin kuin kyse on sopimusoikeudellisesta vahingonkorvauksesta. Tällaisissa tapauksissa on usein käytetty hyödyksi vahingonkorvauslain (412/1974) perusteita. Vahingonkorvauslaissa (412/1974) on säädelty viisi eriliasta vastuutilanne ryhmää: yleinen tuottamusvastuu, alaikäisen tai mieleltään häiriintyneen vastuu, työnantajan niin sanottu isännänvastuu, työntekijän vastuu sekä julkisyhteisön korvausvastuu.⁸³

Yleisellä tuottamusvastuulla tarkoitetaan niitä tapauksia, jotka eivät kuulu mihinkään yksilöidympään ryhmään vahingonkorvauslain (412/1974) soveltamisalassa. Tuottamuksella tarkoitetaan niin tahallista kuin huolimattonta menettelyäkin. Tuottamusta arvioitaessa perusteena voidaan käyttää lainsäädännön ohella esimerkiksi erilaisia turvallisuusohjeita tai yrityksen sisäisiä määräyksiä. Korvausvelvoite tuottamuksen osalta voi syntyä, mikäli jokin yrityksen antama velvoittava määräys on jäänyt noudattamatta tai sen laiminlyönnistä on aiheutunut vahinkoriski. Tuottamukseen liittyy lisäksi usein sovittelun mahdollisuus, jonka toteutumisen pääsääntönä on usein, että mitä lievempi tuottamukseen johtava teko on ollut, sitä paremmat edellytykset sovittelulle on. Tahallisen teon osalta sovittelun mahdollisuutta ei ilman erityistä syytä ole, vaan korvaus määrätään täytenä.⁸⁴

Alaikäisen vahingonkorvausvastuu on usein lievempi kuin normaali tuottamuksellinen vahingonkorvausvastuu. Lievempää on myös teon tuottamuksellisuuden arviointi. Alaikäiseltä ei

⁸¹ Hemmo 2006, 93-94.

⁸² Hemmo 2006, 451.

⁸³ Hemmo 2007, 68-69.

⁸⁴ Hemmo 2007, 69.

voida edellyttää samanlaista huolellisuutta kuin täysi-ikäiseltä. Myös korvausten määrää arvioidaan alaikäisten osalta eri tavoin kuin täysi-ikäiseltä eli korvauksen määrää voidaan kohtuullistaa. Kun normaalin tuottamuksen osaltakin arvioidaan korvausvelvollisen taloudellista asemaa, niin alaikäisten osalta korvausten kohtuullistaminen on sovitteluissa lähes pääsääntö.⁸⁵

Vahingonkorvauslaki (412/1974) erottelee kolme erilaista vahinkolajia: esine-, henkilö- ja varallisuusvahingot. Henkilövahinkoja ovat tyypillisesti ruumiinvammat tai sairaudet. Lain mukaan korvattavia asioita ovat esimerkiksi sairaanhoitoon ja siihen liittyvät kustannukset, tulojen menetykset, korvaukset kivusta- ja särystä tai pysyvän haitan tai vian johdosta. Varallisuusvahingot liittyvät taloudellisiin vahinkoihin, jotka eivät ole liitoksissa esine-, tai henkilövahinkoihin. Tällainen vahinko voisi olla esimerkiksi jonkin toisen yrityksen toisesta yrityksestä levittämä virheellinen tieto, jonka perusteella yritys on ryhtynyt kustannuksia tuottaneisiin toimenpiteisiin.⁸⁶

Esinevahingoksi luetaan tyypillisesti jonkin kohteen hajoaminen tai tuhoutuminen. Mikäli kohde on korjattavissa, vahingonkorvaukseksi tulee korjauskustannusten hyvittäminen tai mikäli kohde tuhoutuu, korvataan korjauskustannusten sijaan kohteen arvo. Korvattavia asioita ovat kohteen korjaus kustannukset kolmannella sekä mahdolliset korjauksesta aiheutuneet muut kulut. Näitä voivat olla esimerkiksi tulon menetyskulut tai kohteen vuokraamisesta aiheutuneet menot, silloin kun kohde välttämättä tarvittaisi liiketoiminnallisista syistä käyttöön. Kun vahingoittunutta kohdetta ei voida korjata, on korvausten määrittäminen hankalampaa, kun kyse olisi korjaamisesta. Tällöin arvioitavaksi tulee kohteen arvo ja tällöin on tyypillistä, että keskustelua syntyy arvonalennuksesta, sillä vahingonkärsijä ei voi lähteä siitä olettamasta liikkeelle, että kohde olisi ollut uuden veroinen.⁸⁷

Sopimukseen perustuvat oikeusseuraamukset ovat tyypillisesti sopimussakko ja vahingonkorvaus, irtaantumiskorvaus ja menettämisseuraamus. Sopimussakko on ennalta määritetty korvaus, mikäli jokin sopimuksella vahvistettu asia ei toteutuisikaan eikä tästä välttämättä koituisi yritykselle vahinkoa. Tällöin yrityksen olisi kuitenkin sopimuksen nojalla mahdollisuus saada korvaus. Toisaalta sopimussakko toimii uhkana sekä sitä voidaan käyttää esimerkiksi erilaisten sopimusrikkomusten, kuten viivästyksien tai virheiden seuraamuksena. Sopimussakkoa voidaan käyttää myös vahingonkorvausten lisänä tai sen sijasta. Kuten mainittu, sopimussakko ei tarvitse toteutuakseen vahinkoa.⁸⁸

⁸⁵ Hemmo 2007, 70.

⁸⁶ Hemmo 2007, 73-77.

⁸⁷ Hemmo 2007, 76.

⁸⁸ Jaakkola & Sorsa 2005, 161-164.

Puhuttaessa vahingonkorvauksista, voidaan puhua termein välitön ja välillinen vahinko tai suora ja epäsuora vahinko. Erottelu perustuu sille, että sopimusrikkomuksesta aiheutuu vahingonkärsijälle ensin tietty välitön vahinko, jonka jälkeen vahingonkärsijälle voi aiheutua myös välillistä vahinkoa. Esimerkiksi, jos henkilölle on aiheutunut esinevahingon kautta työkyvyttömyyttä ja tämän seurauksena taas on ollut kykenemätön suoriutumaan elatusvelvoitteestaan. Tässä esimerkissä esinevahinko ja siitä aiheutunut työkyvyttömyys olisi välitön (suora) vahinko ja elatusvelvoite asia välillinen (epäsuora). Vakiosopimuksissa on hyvin tyypillistä, että ehtojen määrittäjä pyrkii rajaamaan itseltään välilliset vastuut pois.⁸⁹

5 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu ja sen prosessit luovat perustaa oikeusmuotoilulle. Palvelumuotoilussa on kyse yhteisesti jaetusta ajattelu- ja toimintatavasta. Kuten jo puhuttaessa oikeusmuotoilusta, palvelumuotoilu saattaa yhteen eri osaamisaloja, ikään kuin yhteisenä kielenä näiden välillä, kun kehitetään palveluja. Palvelumuotoilu luo kehykset, jonka sisältä löytyvät prosessi ja työkalut ja edelleen syventää palvelun kehittäjän omaa osaamista ja muokkaa omaan toimintaympäristöön sopivampia välineitä ja menetelmiä.⁹⁰

Palvelua itsessään on hyvin vaikea kuvata yksiselitteisesti, asian ollessa hyvin kompleksi. Palvelu voi olla vuorovaikutusta, tekoja, tapahtumia tai suoritusta. Palvelu voi olla kokemus tai se voi olla abstrakti tuote, jonka arvo syntyy ihmisten välisessä kanssakäymisessä. Olennaista kuitenkin on, että palvelu on prosessi, joka pyrkii ratkaisemaan asiakkaan jonkin ongelman ja, että asiakas kokee palvelun, muttei omista sitä. Lisäksi palvelulle on merkittävää ihmisten välinen vuorovaikutus.⁹¹

5.1 Palvelumuotoilu oikeusmuotoiluprosessin pohjana

Palvelumuotoilun prosessimalleja on useita. Tutkiminen (exploration), luominen (creation), pohdiskelu (reflection) ja implementointi (implementation) on peruslähestymistapa parhaimmillaan hyvin monimutkaista muotoiluprosessia kohtaan. Tästä perusprosessista on jalostunut monia eri lailla kuvattuja ja jaettuja prosesseja. Harkitessa prosessia on muistettava, että on tärkeää pitää muutama perustavaa laatua oleva asia mielessä. On pystyttävä pallotelemaan yksityiskohtien ja kokonaisuuden välillä. Kun keskitytään yksittäiseen osa-alueeseen, on tällöin pohdittava mikä tämän suhde koko palvelukokonaisuuteen on. Muutoin joudutaan selvittämään jatkuvasti ongelmia tai olettamia.⁹²

⁸⁹ Hemmo 2006, 478-479.

⁹⁰ Tuulaniemi 2013, 58.

⁹¹ Tuulaniemi 2013, 59.

⁹² Schneider & Stickdorn 2010, 127.

Palvelumuotoiluprosessissa noudatetaan luovan ongelmanratkaisukyvyyn periaatteita. Prosessin voi jakaa viiteen osa-alueeseen; määrittely, tutkimus, suunnittelu, palvelutuotanto ja arviointi, jotka kaikki ovat jaoteltu vielä pienempiin osa-alueisiin. Prosessin aikana pyritään saamaan hyvä asiakasymmärrys eli tunnistamaan asiakkaiden ja palveluntarjoajan tarpeet ja toiveet sekä kasvattamaan ymmärrystä näistä. Lisäksi prosessin tukena toimii strateginen suunnittelu.⁹³

Suunnitteluvaiheessa ideoidaan ja prototypoidaan. Asiakasymmärryksen kautta saadun tiedon mukaan ideoidaan ja kuvataan ratkaisuja sekä tunnistetaan mahdollisuuksia. Edelleen suunnitteluvaiheessa pyritään tekemään kehittämistä myös sidosryhmien kanssa sekä testataan ideoita eri kohderyhmillä jo varhaisessa vaiheessa. Prototyppoinnissa on käytännössä kyse jalostetun ratkaisun tai palvelukonseptin testaamisesta sekä kriittisten pisteiden tunnistamisesta. Toisaalta tässä vaiheessa voidaan määrittellä myös erilaiset palvelukanavat.⁹⁴

Suunnitteluvaiheen jälkeen siirrytään palvelutuotantoon, jossa testatut prototyypit voidaan viedä niin sanotusti pilotoitaviksi. Pilotointi on prosessissa tärkeä vaihe, jolloin prototyyppejä testataan asiakkailla ja annetaan heidän arvioitavaksi.⁹⁵ Erilaisia mittausmenetelmiä voivat olla mysteerishoppaus, haastattelut tai havainnointi.⁹⁶ Pilotointia voitaisi kutsua myös jonkinlaiseksi ensilanseeraukseksi, jonka tavoitteena on viimeistellä ja hioa viimeiset kulmat pois. Pilotointia seuraa lanseeraus. Tässä vaiheessa palvelukuvaus on valmis lanseerattavaksi eli implementoitavaksi markkinoille.⁹⁷

Projekti sanana ei kuvaa palvelua tai palvelumuotoilua. Ne ovat prosesseja, jotka vaativat jatkuvaa kehittämistä eli voidaan sanoa, ettei palveluita saada koskaan valmiiksi. Neljän fundamentaalisen vaiheen jälkeen siis palataan alkupisteeseen ja tarkastella markkinaa. Millaisia signaaleita se tuottaa ja mitkä ovat ihmisten kulutustottumukset. Lisäksi on tarkasteltava, miten suunnitteluprojekti onnistui ja mitkä sen tulokset ovat olleet. Palvelumuotoilun pääoman ollessa hyvinkin immateriaalista, sen aktuaalista tuottoa on hyvin vaikea mitata. Toisaalta, hyvää suunnitelmaan on kuulunut myös mittareiden integrointi, jolloin palvelun mittaaminen olisi tosiasiasa mahdollista ja tehokasta.⁹⁸

British Design Council on muodostanut oman nelivaiheisen prosessinsa eli niin kutsutun Double Diamond prosessin tai 4 D prosessin. Nimi perustuu neljään englanninkieliseen vaiheeseen: *discover*, *define*, *develop* ja *deliver*. Karkeasti suomennettuna voitaisi puhua vaiheista

⁹³ Tuulaniemi 2013, 126-130

⁹⁴ Tuulaniemi 2013, 130-131.

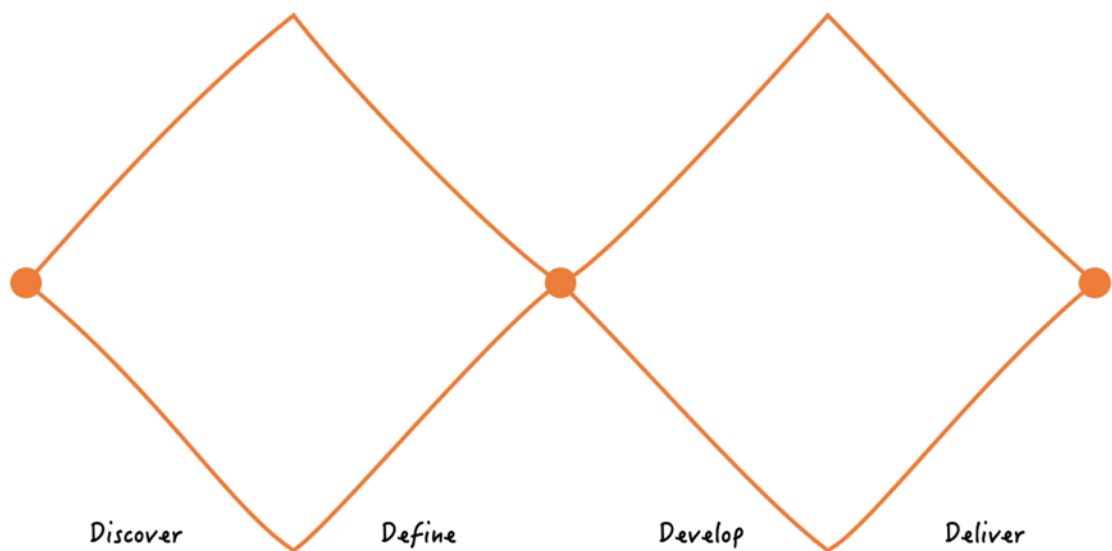
⁹⁵ Tuulaniemi 2013, 130.

⁹⁶ Tuulaniemi 2013, 230

⁹⁷ Tuulaniemi 2013, 130.

⁹⁸ Tuulaniemi 2013, 243.

tutustu, määritä, kehitä ja tuota. Neljän vaiheen prosessi jakautuu nimensä mukaisesti kahteen eri timanttiin kuten kuviossa 4 on esitetty. Ensimmäinen timantti pitää sisällään discover-vaiheen, jonka tarkoituksena on etsiä projektin aihepiiristä mahdollisimman paljon tietoa eli millaisia mahdollisuuksia on, millainen on markkina tai millaisia trendejä aihepiirin ympärillä on. Kuvion mukaisesti tässä vaiheessa tietoa voidaan kerätä laajasti, koska timantin toinen vaihe eli define-vaihe toimii ikään kuin filtterinä tälle ja kasaa tiedon tarkemmaksi kokonaisuudeksi. Vaiheessa kehitetään ja johdetaan projektia.⁹⁹



Kuvio 4 Double Diamond -prosessi¹⁰⁰

Kuvion toinen timantti sisältää vaiheet kolme ja neljä eli kehittämisen ja tuottamisen. Develop-vaiheessa projektilla pitäisi olla vahva mandaatti ja tässä vaiheessa muotoiluajattelulla saatuja ratkaisuja kehitetään iteratiivisesti erilaisilla palvelumuotoilun työkaluilla, kuten aivorihillä, skenaarioilla, esityksillä tai prototyypeillä. Viimeinen vaihe eli deliver-vaihe kokoaa taas edellisen vaiheen ja tässä viimeisin ja viimeistellyin konsepti lanseerataan, testataan ja tuotetaan.¹⁰¹

Kuviossa 5 on avattu double diamond -prosessi perusteellisemmin. Discover-vaiheessa tutkimus on asiakaslähtöistä ja empaattista. Kuten aiemmin jo mainittua, tiedon määrä voi olla nouseva eli sitä voi olla paljon, koska seuraava vaihe kokoaa tämän kasaan.¹⁰² Define-vaiheessa tieto nimensä mukaan määritellään eli aiemman vaiheen tutkimuksesta pyritään

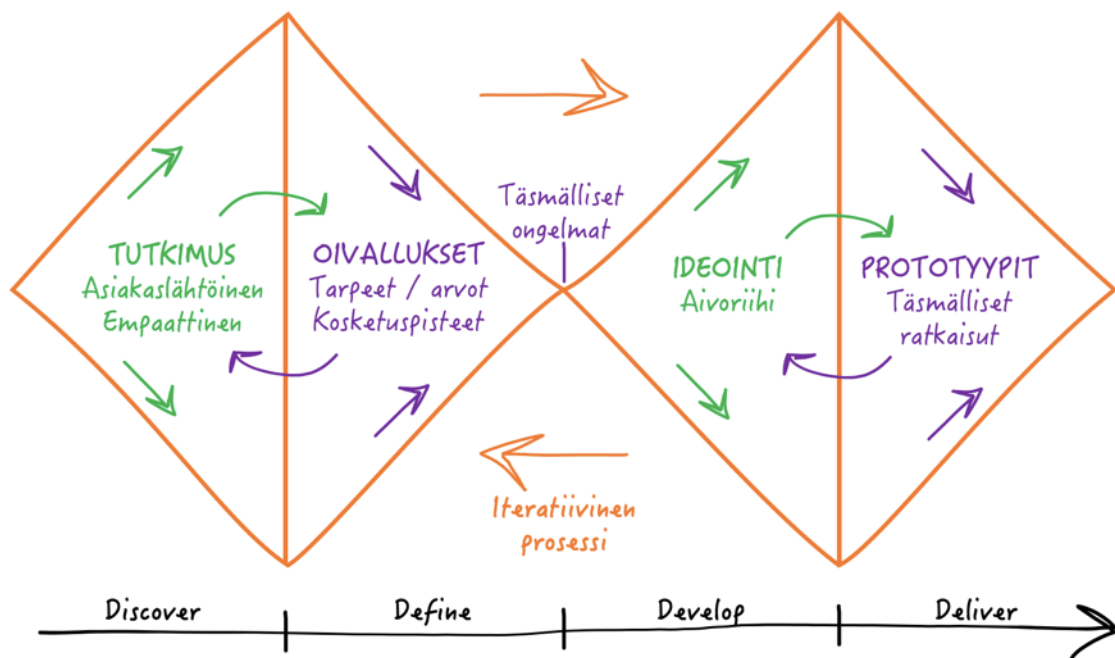
⁹⁹ Tschimmel 2012, 9.

¹⁰⁰ Design Council 2015.

¹⁰¹ Tschimmel 2012, 10.

¹⁰² Chu 2015.

oivaltamaan erilaiset projektin kannalta olennaiset tarpeet ja arvot, sekä kosketuspisteet.¹⁰³ Koko double diamond -prosessin ollessa iteratiivinen, on myös molemmat timantit tätä eli mikäli oivalluksiin ei ole riittävästi tietoa tarjolla, voidaan vielä palata aiempaan vaiheeseen. Ensimmäinen timantti siis tavoittelee täsmällisiä ja tarkennettuja ongelmia, joita voidaan develop-vaiheessa lähteä jatkojalostamaan ja ideoimaan täsmällisempiä ratkaisuja. Myös tässä vaiheessa voidaan ideoida ja tuottaa tietoa runsaasti, koska seuraavan vaiheen eli deliver-vaiheen on tarkoitus koostaa develop-vaiheen tuotoksesta täsmällisemmät ratkaisut, prototyypit. Nämä lanseerataan aikanaan ja näistä otetaan käyttäjä palaute ja edelleen iteroidaan tarvittaessa edellisiin vaiheisiin, unohtamatta jakaa tietoa ja palautetta koko projektiorganisaatiolle tai tilaajaorganisaatiolle.¹⁰⁴



Kuvio 5 Tarkennettu Double Diamond -prosessi¹⁰⁵

5.2 Menetelmät ja työkalut

5.2.1 Haastattelu ja benchmark nykytilan selvittämisen apuna

Haastattelut ovat yksi asiakasymmärryksen tiedonkeruumenetelmistä. Haastatteluiden avulla voidaan kerätä tietoa asiakkaan kokemuksista, ajatuksista ja elämästä. Tutkimusvaiheessa

¹⁰³ Kosketuspisteet tai kontaktipisteet (eng. touchpoint) ovat pisteitä, joiden kautta asiakas on kontaktissa palveluun. Pisteitä voivat olla esimerkiksi esineet, ihmiset tai toimintatavat. Ks. Tuulaniemi 2011, 79-81.

¹⁰⁴ Chu 2015.

¹⁰⁵ Chu 2015.

olisi hyvä saada ymmärrystä myös asiakkaan elämästä ja arjesta. Haastattelu sopii hyvin myös tähän vaiheeseen. Kuten aiemmin mainittiin, haastatteluja voidaan käyttää niin asiakkaalle eli loppukäyttäjälle kuin palveluhenkilöstölle. Tässä työssä haastatteluja tehtiin vastaanoton palveluhenkilöstölle.¹⁰⁶

Benchmarkkauksessa on kyse toisilta oppimisesta ja edelleen toisilta opitun hyödyntämisestä oman liiketoiminnan kehittämisessä. Siinä verrataan omaa toimintaa muiden samankaltaiseen toimintaan. Benchmarkkaamisessa hahmotetaan markkinaa ja sen sisällä toimivia toimijoita. Se on tutkimista, havainnointia, vertailua, arviointia sekä uteliaisuutta muiden organisaatioiden toimintaa kohtaan. Benchmarkkaamisessa on useita eri hyötyjä. Sen avulla voidaan välttää muiden tekemät virheet ja samalla hyödyntää muiden organisaatioiden hyväksi havaittuja käytäntöjä ja toimintatapoja. Menetelmä ei sovellu pelkästään oman toimialan vertailuun, vaan niin ikään kokonaan toisen toimialan käytäntöjen hyödyntämiseen omalla toimialalla.¹⁰⁷

Monilla toimialoilla organisaatiot tekevät paljonkin yhteistyötä, mutta kovinkaan moni ei ole kuitenkaan innokas kertomaan yrityksensä strategisista valinnoistaan tai muista liiketoiminnan yksityiskohdistaan suoraan kilpailijalleen. Benchmarkkausta voidaan kuitenkin tehdä monen eri lähteen kautta, kuten julkisten rekisterien tai etujärjestöjen kautta. Toisaalta jo yritysten internetsivut ovat erinomainen lähde vertailtaessa ja etsittäessä tietoa. Lisäksi konkreettinen palveluiden käyttäminen tai mystery shopping eli palvelujen ostaminen ja kuluttaminen testimielessä ovat hyviä tapoja benchmarkingille. Benchmarkingin osalta on kuitenkin hyvä noudata hyviä tapoja, jottei oma organisaatio joudu asian suhteen huonoon valoon.¹⁰⁸

5.2.2 Palvelupolku ja service blueprint helpottamaan tapahtumaketjua

Palvelupolku voidaan jakaa eri vaiheisiin eri näkökulmista. Palvelupolulla kuvataan, miten asiakas kulkee palvelukokonaisuuden sisällä ja miten hän kokee tämän. Palvelupolun kehys voidaan jakaa tuokioihin eli esimerkiksi palveluun tutustumiseen, palvelusaavuttamiseen eli matkustamiseen tai kulkemiseen, itse palvelutapahtumaan sekä lopuksi jälkipalveluun. Aikakäsite tässä kulkee lineaarisella aika-akselilla. Tuokiot sisältävät erilaisia kontaktipisteitä eli tapahtumia, joiden kautta asiakas on kontaktissa palveluun kaikilla aisteillaan.¹⁰⁹

Palvelupolku on eloisa, mutta samalla tarkka visuaalinen esitys palvelukokonaisuudesta. Palvelupolun kontaktipisteet voivat olla hyvin erilaisia kohtaamisia henkilökohtaisista tapaamisista virtuaalisiin tapahtumiin. Palvelupolkua määriteltessä tulisikin ottaa huomioon käyttäjien oivallukset kontaktipisteiden osalta. Kontaktipisteet ovat suuressa roolissa ja ilman näitä

¹⁰⁶ Tuulaniemi 2013, 130, 146-147.

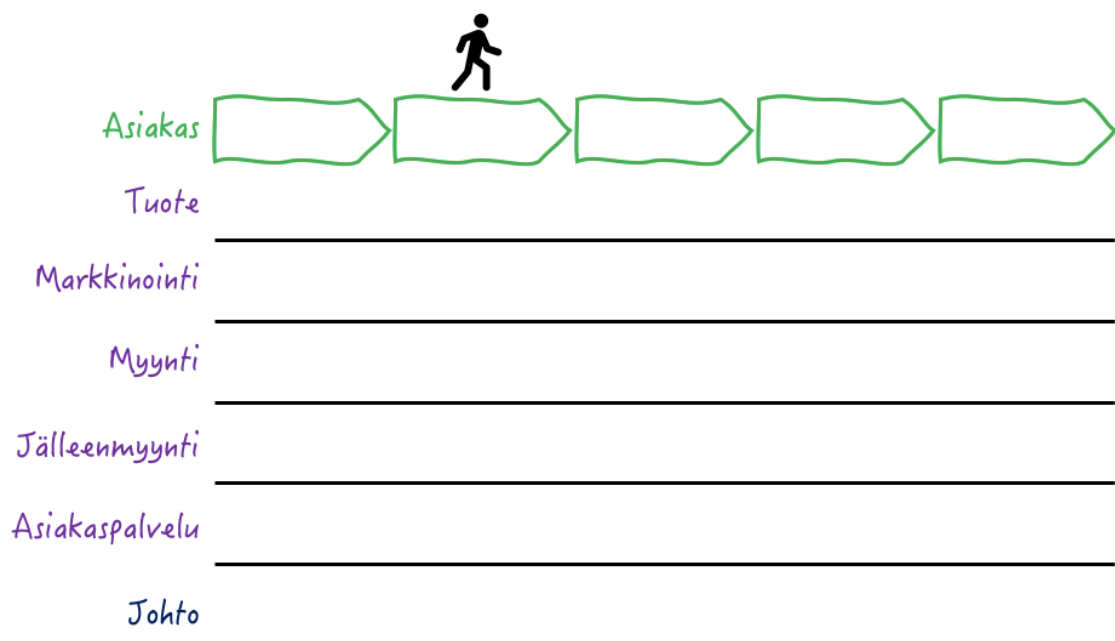
¹⁰⁷ Tuulaniemi 2013, 138-139.

¹⁰⁸ Tuulaniemi 2013, 139-140.

¹⁰⁹ Tuulaniemi 2013, 78-79.

palvelupolkua on mahdoton tehdä. Kontaktipisteet liitetään kokonaisuuteen, jossa tyypillisesti käytetään erilaisia tasoja tai kanavia, joiden kanssa kontaktipisteet ovat liitoksissa.¹¹⁰

Service blueprintissä on kyse palvelusta lintuperspektiivistä katsottuna. Kuviossa 6 perinteinen siilomainen liiketoiminnan kuvaus on käännetty 90 astetta siten, että kuvauksen ylälaitaan, keskiöön on nostettu asiakas. Asiakkaan alle taas on sijoitettu kaikki asiakkaan palveluprosessiin vaikuttavat tekijät, kuten tuote, myynti ja asiakaspalvelu. Kuvioon kuvataan koko asiakkaan polku askel askeleelta, vaihe vaiheelta. Olennaista kaikki sidosryhmät ja niiden tehtävät ovat kuvattuna ja asiakkaan kosketuspisteet sijoitetaan oikeassa vaiheessa oikeaan paikkaan.¹¹¹



Kuvio 6 Service blueprint¹¹²

5.2.3 Millaiset henkilöt käyttävät palveluja?

Yritysten täytyy pystyä suunnittelemaan toimintansa tuhansille asiakkaille. Suunnittelua helpottaakseen, voidaan tehdä erilaisia asiakasprofiileja. Näitä voidaan tehdä niin yritys- kuin kuluttajakaupassakin. Asiakasprofiilit eroavat esimerkiksi tutkimuksista siten, että niiden tarkoitus ei ole kuvata kokonaisuuksia tai olla kokonaisvaltaisia, vaan ne ovat tarkkoja kuvauksia tietystä asiakastyypistä. Ne profiloivat ja pyrkivät kertomaan totuuden asiakkaasta. Asiakasprofiilit muodostetaan muun muassa erilaisten asiakkaille suunnattujen haastattelujen tai

¹¹⁰ Schneider & Stickdorn 2010, 158-161.

¹¹¹ Løvlie, Polaine & Reason 2013, 90-93.

¹¹² Løvlie, Polaine & Reason 2013, 91.

keskustelujen perusteella. Niihin voidaan liittää suoria lainauksia asiakkaalta, valokuvia tai määritelmiä palvelusta tai tuotteesta, jonka asiakas on tehnyt, niin huonoja kuin hyviäkin.¹¹³

Asiakasprofiileista käytetään myös termiä persoonat, jotka ovat - tarkennuksen vuoksi - fiktii-visiä. Yksi persoona on usein muodostettu yhdestä joukosta, joilla on samankaltaiset intressit. Persoonasta muodostuu hahmo, johon niin palvelumuotoilija kuin asiakaskin voivat samaistua. Samaistuneisuus onkin yksi tärkeimmistä tavoitteista asiakasprofiilin tai persoonan luomisessa. Mitä paremmin tähän pystytään samaistumaan tai mitä paremmin se tempaa mukaan ja sitouttaa, sitä enemmän tästä on hyötyä palvelumuotoiluprosessin aikana. Tämän saavuttamiseen voidaan käyttää erilaisia tekniikoita, kuten aiemmin mainitut valokuvat tai muu visualisointi. Toisaalta myös hyvin kirjoitettu, mukaansa tempaava määritelmä tai profiili voi edesauttaa samaistumisessa.¹¹⁴

Asiakkaan ymmärtäminen on lähtökohta sille, että yritys voisi tarjota erinomaisia palvelukokemuksia asiakaskunnalleen. Palvelumuotoilussa asiakkaan ymmärtäminen ja asiakkaan arkeen pureutuminen on kriittistä, samoin kuin sen on yhtä kriittistä palveluaan kehittäväälle yrityksellekin. Profiilit auttavat ymmärtämään ihmisen käyttäytymistä ja mistä käyttäytyminen palveluita tai tuotteita käytettäessä johtuu. Esimerkiksi Itella eli nykyinen Posti¹¹⁵ muodosti asiakasymmärrystä asiakasprofiilien kautta. He tutkivat millaiset henkilöt lähettävät joulunai-kaan joulukortteja. Tutkimuksen pohjalta heille muodostui neljä erilaista persoonaa, joita on käytetty uusien muistamisen liiketoiminta-alueen eli esimerkiksi juuri joulukorttien lähettämiseen liittyvien palveluiden kehittämiseen.¹¹⁶

5.3 Oikeusmuotoilu

Oikeusmuotoilun tavoitteena on tehdä lainsäädännöstä sekä lainkäytöstä ja -soveltamisesta ihmisläheisempää tai -keskeisempää, helpommin lähestyttävää ja käyttökelpoisempaa. Kuten palvelumuotoilussakin, oikeusmuotoilussa keskiössä on ihminen. Oikeusmuotoilussa tuodaan muotoiluajattelun, käyttäjätutkimuksen ja ihmiskeskeisen kulttuurin menetelmät oikeudelliseen kontekstiin. Tarkoitus on myös kyseenalaistaa nykyisiä oikeudellisia järjestelmiä ja palveluja eli ovatko nämä käyttökelpoisia, hyödyllisiä tai sitouttavia. Oikeusmuotoilun tavoitteena on hyödyttää niin ammattilaista kuin maallikkoakin.¹¹⁷

Oikeusmuotoilun perusajatus on, että lakimiesten ja muotoilijoiden pitäisi pystyä tekemään yhteistyötä, jotta pystyttäisi luomaan aidosti hyviä ja käyttäjätystävällisiä, sitouttavia ja

¹¹³ Løvlie, Polaine & Reason 2013, 162-163.

¹¹⁴ Schneider & Stickdorn 2010, 176-179.

¹¹⁵ Ks. tarkemmin Postin historia

¹¹⁶ Tuulaniemi 2013, 154-160.

¹¹⁷ Hagan 2020, What is legal design

laadukkaita oikeudellisia palveluja. Oikeusmuotoilu koostuu kolmesta kulmakivistä: muotoilusta, teknologiasta ja lainsäädännöstä. Nämä kolme asiaa antavat pohjan aiemmin mainitulle perusajatukselle. Kun puhutaan oikeudellisessa kontekstissa, lainsäädäntö ja oikeus on luonnollisena osana kokonaisuutta. Lainsäädäntö ja oikeus edistää yhteiskunnan oikeudenmukaisuutta ja luo raamit ihmisille, mahdollistaen eri asioiden tekemisen. Muotoilua tarvitaan, jotta asioista saadaan käytettäviä. Käyttäjien tulee myös haluta käyttää palveluja eli näiden tulee olla myös olemukseltaan tai ulkoasultaan haluttavia sekä helppoja käyttää. Lisäksi tarvitaan teknologiaa, jotta ihmisten toiminta voisi olla riittävän tehokasta nykymittapuulla. Toisaalta teknologia luo palveluille potentiaalia.¹¹⁸



Kuvio 7 Oikeusmuotoilun kolme kulmakiveä¹¹⁹

5.3.1 Ennakoiva sopiminen ja ennakoinnin merkitys

Usein sopimusoikeudessa ja edelleen sopimusten tulkinnassa on hyvin tärkeää tietynlainen sopimuksen lukutaito. Sopimukseen voi olla usein tehty niin sanotusti näkyvä ja näkymätön osa. Näkyvässä osassa voidaan tulkita hyvin, että mistä on nimenomaisesti sovittu eli voidaan puhua luetun ymmärtämisestä. Näkymättömässä osassa taas on asiat mistä ei ole nimenomaisesti sovittu ja tämä on juuri se osa mikä pitäisi osata tulkita eli niin sanotun ”lukemattoman”

¹¹⁸ Hagan 2020, What is Legal Design.

¹¹⁹ Hagan 2020, What is Legal Design

asian ymmärtäminen. Näkymätön osa tulee usein esiin vasta riitatilanteiden tai vastuuselvittelyiden tullessa ajankohtaisiksi.¹²⁰

Jotta voitaisi välttää riitatilanteet tai epäselvyydet, on hyvä ottaa huomioon muutama fundamentaalinen seikka sopimuksenlukuun liittyen. Ensiksikin on voitava tunnistaa, milloin kyseessä on sopimus ja keiden välille sopimus on laadittu. Toiseksi, on tärkeää tunnistaa sopimuksen näkyvä ja näkymätön osa. Tällöin sopimuksista saadaan suunniteltua helppolukuisia ja ymmärrettäviä sekä niiden pohjalta voidaan toteuttaa sopimus sen tarkoittamalla tavalla. Muutoin voi jäädä vallitsemaan niin sanottu ajatustottumus, jossa sopimuksen sisältö samaisetaan vain sopimuksen näkyvään osaan.¹²¹

Mitä tulee ennakointiin, esimerkiksi lääketieteessä painotetaan ennakointiin eli sairauksia pyritään estämään ennen kuin ne ehtivät ilmaantua ihmiseen. Juridiikka ei tee tässä poikkeusta, siinä voidaan myös pyrkiä ennakoimaan tilanteita. Ennakoivaa oikeutta voidaan kutsua monella eri termillä kuten oikeudellinen riskienhallinta, vahingontorjunta tai compliance-toiminnaksi. Ennakoivan oikeuden tavoitteena on löytää tapoja hyödyntää oikeudellisia mahdollisuuksia mahdollisimman hyvin sekä ennen kaikkea havaita oikeudellisia ongelmia ajoissa ja edelleen ennalta ehkäistä negatiivisia yllätyksiä.¹²²

Ennakointi itsessään on luonnollinen osa liiketoimintaa, kuten on myös riskin ottaminen. Liian suuren riskin ottaminen on kuitenkin kannattamatonta, joten yritysten on tunnistettava ja arvioitava riskit sekä otettava huomioon ne liiketoiminnassaan. Sopimusoikeudellisesti, kun sopimus on tehty, se luo perustan niin kustannus- kuin toteutusvastuun jakamiselle. Näitä vastuita sopimuspuolet eivät voi niin sanotusti normaaleissa olosuhteissa yksipuolisesti muuttaa. Esimerkiksi ISO 31000 -riskienhallintastandardin mukaan riski on epävarmuuden vaikutus tavoitteisiin. Vaikutus voi olla niin myönteinen kuin kielteinenkin, riippuen odotetusta poikkeamasta. Sopimusriskeille ei taasen ole vakiintunutta määritelmää. Sopimusriskeissä puhutaan tapahtumista, joilla on vaikutusta sopimuksessa sovittujen tavoitteiden toteutumiselle sekä näistä aiheutuneille seurauksille. Sopimusoikeudellisia riskejä ovat esimerkiksi korvattavuusriskit, tukintariskit, olosuhteiden muutosriskit sekä sopimuskumppanin luotettavuuteen tai maksukykyyn liittyvät riskit.¹²³

Eräs ongelma sopimusriskienhallinnassa on, ettei yritykset aina ymmärrä tehneensä sopimusta. Aiemmin mainittu sopimuksen syntymekaniikka ja siihen liittyvät epäselvyydet ovat tähän yksi syy. Usein yritykset kokevat käyvän ainoastaan kauppaa, eivätkä tee sopimusoikeudellisesti katsottuja sopimuksia, koska sopimuspaperissa ei lue sanaa ”sopimus”, vaan

¹²⁰ Haapio 2014, 31-32.

¹²¹ Haapio 2014, 32.

¹²² Haapio 2013, 114.

¹²³ Haapio 2014, 75-79.

sopimus syntyy tarjous-vastaus-mekanismiin mukaisesti. Tällöin ei myöskään ymmärretä - tai koeta tarpeelliseksi - sopimusriskien hallintaa tai sen merkitystä. Riskienhallinta olisi kuitenkin syytä olla osa päivittäistä liiketoimintaa, eikä erillinen toiminto, jolloin se tekee siitä osan jokapäiväistä toimintaa organisaation jokaisella jäsenellä. Se on myös olennainen osa hyvää johtamista. Kuten palvelu- tai oikeusmuotoilukin, riskienhallinta on toistuva prosessi.¹²⁴

Lakimiesten rooli ennakoinnissa ja riskienhallinnassa voi olla moninainen. Usein rooliksi kuitenkin muodostuu tietynlainen jälkipyykin selvittelijä, koska lakimestä ei olla otettu sopimusprosessiin mukaan vasta kun on liian myöhä eli prosessissa on ajautettu konfliktiin. Ennakoidussa oikeudessa onkin tunnettu lakimiehelle kolme erilaista määritelmää tai roolia: designer eli muotoilija, fighter eli taistelija sekä problem solver eli ongelmanratkaisija. Kaksi jälkimmäistä voidaan tulkita olevan kovinkin reaktiivisia rooleja, kun taas muotoilija voidaan nähdä mahdollistajana eli sellaisena roolina jona lakimestä kovin harvoin nähdään. Lakimiehellä voisi olla sopimusriskienhallinnassa suuri rooli, mutta kuten mainittua, riskienhallinta on koko organisaation asia, ei yksittäisen tahon. Monialaisella asiantuntijatyöllä päästään usein parhaaseen lopputulokseen.¹²⁵

Ennakoivan oikeus voidaan yhdistää myös kustannusvaikutuksiin. Konfliktien ja epäselvyyksien selvittäminen on usein arvokasta. Kustannusvaikutukset eivät välttämättä rajoitu ainoastaan sopimusosapuoliin, vaan kokonaisvaikutukset voivat ulottua kansalaisiin, sääntelyelimiin, valtion tai muihin yhteisöihin. Toisaalta yritykset voisivat riitojen sijasta käyttää aikaa johonkin tuottavampaan tarkoitukseen. Etenkin oikeudellista osaamista tulisi käyttää enemmän sopimustavoitteiden saavuttamiseksi, liiketoiminnan edistämiseksi sekä helpottaakseen vuorovaikutusta.¹²⁶

Ennakoivan oikeuteen kuuluu proaktiivisuus eli tulevaisuuteen suuntautuva lähestymistapa. Tämä pitää sisällään kolme elementtiä: ennakoinnin, hallinnan sekä oma-aloitteisuuden. Lisäksi proaktiivisuus voidaan jakaa kahteen näkökulmaan eli edistävään sekä ennaltaehkäisevään ulottuvuuteen. Edistävässä ulottuvuudessa edistetään sitä mikä on sopimuksen kannalta toivottavaa, kun taas ennaltaehkäisevässä ulottuvuudessa ennalta ehkäistään ei-toivottua tapahtumasta eli riskien ja ongelmien realisoitumista. Sopimusten kannalta ennakoivalla oikeus pitäisi pyrkiä integroimaan osaksi liiketoimintaa eli liittämään ennakointi osaksi sopimuksia, projekteja sekä laadun- tai riskienhallintaa. Ennakointi näkyy etenkin sopimusprosessin alkupäässä ja suunnittelussa, jonka aikana prosessille rakennetaan toimiva tiekartta, jota kaikki osapuolet voivat noudattaa. Tämän kautta pyritään poistamaan riski mielipide-eroista,

¹²⁴ Nygren 2002, 215-217.

¹²⁵ Nygren 2002, 223-224.

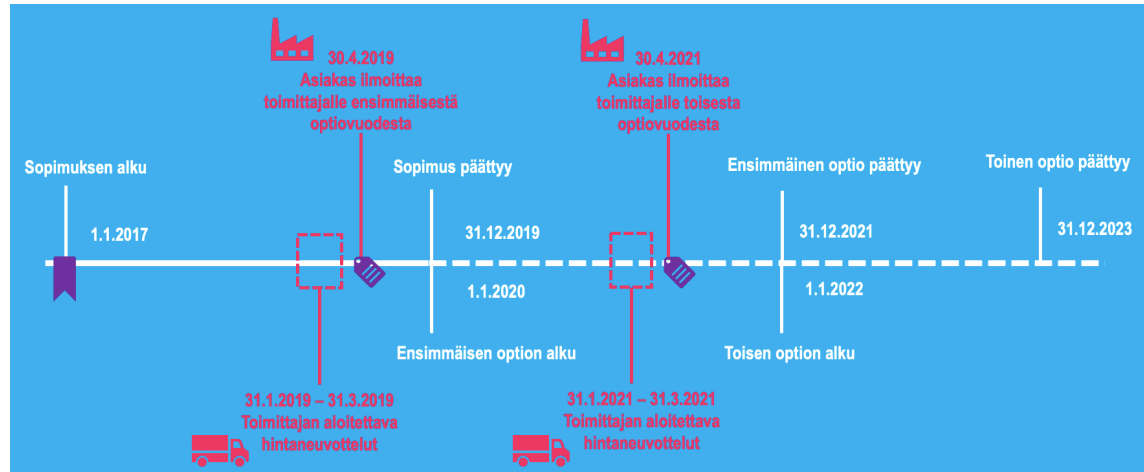
¹²⁶ Haapio 2013, 135.

riidoista ja edelleen oikeudellisista toimista. Lisäksi hyvä suunnitelma, tiekartta on hyvä tapa dokumentoida prosessi sekä lisätä ymmärrystä sopijapuolien kesken.¹²⁷

5.3.2 Visuaalisuus ja kieli auttaa ymmärtämään

Visualisointi tai informaatiomuotoilu on tiedon esittämistä mahdollisimman helpossa muodossa. Muotoilussa yhdistetään taidetta ja tiedettä siten, että tietoa voidaan käyttää mahdollisimman tehokkaasti. Ainoastaan kuva ei mahdollista kaikkea, myös erilaisen tiedon selventäminen muuntamalla sen kirjoitettuun muotoon tai taulukoimalla sen on informaatiomuotoilua. Muotoilussa otetaan huomioon kohdeyleisö sekä sen ominaisuudet ja kyvyt, ja edelleen esitetään tieto sen perusteella oikeassa formaatissa.¹²⁸

Sopimusten visualisointiin voi käyttää kuutta erilaista mallia tai -kuviota: aikajanoja, vuokaavioita, taulukoita, uimaratoja, kuvakkeita tai ikoneita sekä toimituskaavioita. Aikajanoja voi käyttää kuvaamaan jotakin tiettyä ajanjaksoa tai aikaikkunaa, kuten esimerkiksi kuviossa 8 on tehty kuvaamaan sopimuksen erilaisia ehtoja. Vuokaavioilla esitetään prosessit askel askeleelta tai jaetaan prosessi erilaisiin osa-alueisiin. Taulukoimalla tietoa, se voidaan esittää hyvin järjestelmällisesti riveille tai sarakkeisiin, jolloin tiedon löytäminen ja jäsentäminen helpottuu.¹²⁹



Kuvio 8 Esimerkki sopimuksen aikajanasta

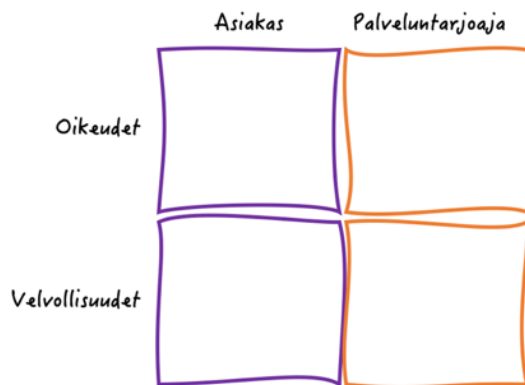
Uimaradoilla (kuvio 9) voidaan kuvata selkeästi esimerkiksi sopimusosapuolten oikeuksia ja velvollisuuksia sekä rooleja. Kuvakkeet tai ikonit ovat pieniä kuvioita, joita käytetään tekstin yhteydessä korostamaan sen tarkoitusta. Tällainen voi olla esimerkiksi turvallisuusohjeen

¹²⁷ Haapio 2013, 135-136.

¹²⁸ Hildén & Koponen 2019, 23.

¹²⁹ Passera 2017, 124.

tulipaloinformaation viereen piirretty liekin kuva. Toimituskaaviossa taas kuvataan toimitukseen liittyvän paikkaan, aikaan tai liikkumiseen liittyvät asiat, jotka vaikuttavat vastuun siirtymiseen toimittajalta asiakkaalle.¹³⁰



Kuvio 9 Esimerkki uimaradoista¹³¹

Väreillä on kaksi erilaista merkitystä tekstissä. Niillä on joko informatiivinen rooli tai täysin esteettinen tai kulttuurisesti merkittävä rooli. Väreillä voidaan selkeyttää jonkin tiedon tarkoitusta tai ne voivat jo itsessään viestiä jostakin. Eri värejä tai niiden yhdistelmiä tulisivikin välttää, mikäli niillä ei ole mitään tarkoitusta. Esimerkiksi, jos toinen osa tekstiä on sinisellä ja toinen punaisella ilman minkäänlaista tarkoitusta, lukija todennäköisesti yrittää löytää värien väliltä jonkinlaisen tarkoituksen. Toisaalta värit voivat viestiä esimerkiksi brändistä, ilman muuta informatiivista tarkoitusta.¹³²

Kuten sopimusten visualisoinnissa käytettävät kuvakkeet tai ikonit, piktogrammit ovat hyvä visuaalinen tapa viestiä asioista. Piktogrammeja käytetään tietokuvina tai kuvayksiköinä kuvaamaan jotakin tiettyä sanomaa ilman tekstiä. Niitä löytyy esimerkiksi kartoista tai ohjekirjoista. Piktogrammien idea on, että kuvioista ymmärtää heti, mitä sillä tarkoitetaan. Esimerkiksi kuvassa 1 olevasta piktogrammista käy ilmi, että tupakointi on kielletty. Toisaalta tämä asettaa piktogrammille myös haasteen, esimerkiksi pelastusmerkinnöissä, joissa kuvion ymmärtäminen on todella välttämätöntä.¹³³

¹³⁰ Passera 2017, 124-126.

¹³¹ Passera 2017, 126.

¹³² Hildén & Koponen 2019, 64.

¹³³ Hildén & Koponen 2019, 126-127.



Kuva 1 Tupakointi kielletty -piktogrammi¹³⁴

5.3.3 Miten käytös vaikuttaa ihmisten kykyyn valita?

Ymmärtämällä asiakasta ja hänen käytöstään antaa yritykselle mahdollisuuden samaistua häneen ja hänen käytökseensä. Tämän kautta on mahdollisuus tehdä hyviä tuloksia. Toisaalta, mikäli halutaan tavoittaa asiakkaita, on myös pystyttävä tavoittamaan heidän käytöstään. Palvelusta riippuen asiakkaaseen pyritään vaikuttamaan, jotta he hyödyttäisivät liiketoimintaa mahdollisimman paljon, esimerkiksi saada asiakas yksinkertaisesti ostamaan jotakin tai saada hänet pysymään kanta-asiakkaana tai lojaalina.¹³⁵

Ihmisen käyttäytyminen on asia, jota halutaan ymmärtää aina enemmän ja paremmin. Ymmärrys tästä kehittyikin jatkuvasti ja esimerkiksi käyttäytymistaloustieteissä on pystytty viime vuosina kyseenalaistamaan vanhoja näkemyksiä siitä, miten ihminen käyttäytyy sekä kuinka rationaalisia ihmiset tosiasiaa onkaan. Palvelumuotoilussa lähestytään asiaa siitä lähtökohdasta, että yritykset (palvelut) ja ihmiset (asiakkaat) ovat hyvin erilaisia tavoitteiltaan ja siitä mikä heitä motivoi. Tämän vuoksi nämä myös käyttäytyvät täysin eritavoin ja sen vuoksi yrityksen ja asiakkaan välillä voi olla jännitteitä. Palvelumuotoilu pyrkii vähentämään tätä jännitettä ja tuomaan oivalluksia asiakkaan käyttäytymisestä yrityksen käyttäytymiseen nähden sen sitouttaessa asiakkaita itseensä.¹³⁶

Monessa yrityksessä toivotaankin, että asiakkaan tulisi muuttaa käytöstään, jotta liiketoiminta voisi paremmin. Yksi tapa saada asiakkaat ymmärtämään liiketoimintaa tai kokeilemaan jotakin uutta on rakentaa sellainen käyttäytymisympäristö, joka on heille tuttu. Esimerkiksi eräs amerikkalainen pankki halusi kehittää palvelujaan, jotta he pystyisivät pitämään nykyiset asiakkaansa paremmin ja toisaalta hankkimaan samalla uusia. Monista palvelukonsepteista valikoitui rahan säästäminen. Projektissa tutkittiin miten vanhemmat opettavat lapsiaan säästämään rahaa, jotta pankki voisi luoda vastaavanlaisen vaikutelman omaan palvelukonseptiinsa eli asiakkaat voisivat samaistua tähän ja tuntea olonsa turvatuksi. Tutkimuksessa huomattiin,

¹³⁴ Hildén & Koponen 2019, 126.

¹³⁵ Flu, Løvlie & Reason 2016, 44.

¹³⁶ Flu, Løvlie & Reason 2016, 44-45.

että rahaa säästettiin laittamalla pieniä määriä käteistä sivuun tai maksamalla laskuja yli pyydetyn summan, jotta voitiin olla varmoja, ettei myöhästymismaksuja tule. Lopputuloksena pankki lanseerasi uuden palvelun nimeltä ”Keep the Change” eli ”Pidä vaihtorahat”, jossa debitkorttimaksut pyöristyivät automaattisesti lähimpään dollariin, samalla siirtäen erotuksen asiakkaan säästötilille. Kampanja houkutteli pankille kaksi ja puoli miljoonaa asiakasta.¹³⁷

Käyttäytymistaloustieteessä termi ”nudge” eli tuuppaus pyrkii ohjaamaan ihmistä päätöksissään parempaan suuntaan. Tuuppaaminen pohjautuu libertaristiseen paternalismiin, jonka ajatuksena on, että ihmisiä voidaan auttaa tekemään parempia päätöksiä, puuttumatta kuitenkaan heidän omaan valinnanvapauteensa. Tuuppaamiseen liittyy myös niin sanottu valinta-arkkitehtuuri. Tässä toimintaympäristöä, jossa ihminen tekee valintansa, muokataan tietynlaiseksi, jotta tämä voisi tehdä itsensä kannalta paremman vaihtoehdon. Huomioitavaa on, että tuuppaukset eivät pakota mihinkään, vaan päinvastoin, niillä täytyy olla vaihtoehto tai ne on pystyttävä kiertämään. Ikään kuin laitettaisi hedelmä silmänkorkeudelle.¹³⁸

Eräs esimerkki tuuppaamisesta ja valinta-arkkitehtuurista liittyy kouluruokailun terveellisyteen. Tässä esimerkissä haluttiin kokeilla miten ruoan esillepano ja järjestys ruokalinjastolla vaikuttaa siihen, miten koululaiset valitsevat ruokansa ilman, että ruokalistojen sisältöihin tehtäisi muutoksia. Kokeilussa haluttiin muun muassa testata voiko ruoan terveellisyyttä korostaa ruokavaliossa tai voisiko jonkin tuotteen tai ruokalajin menekkiä nostaa. Kokeilussa huomattiin nopeasti, että ainoastaan järjestelemällä ruokalajeja tai elintarvikkeita, voitiin joko nostaa tai laskea kulutusta. Samaa menetelmää on käytetty esimerkiksi ruokakaupoissa. Tästä on yksinkertaisuudessaan kyse valinta-arkkitehtuurista tai tuuppauksesta eli tuodaan tiettyjä, kulloinkin tärkeitä asioita asiakkaille helpommin tai selkeämmin esille päätöksen teon kannalta, kuitenkin poistamatta vaihtoehtoisia ratkaisuja. Esimerkiksi joidenkin liiketoiminnan kannalta tärkeiden tuotteiden asettelu ihmisen silmän korkeudelle voisi olla tällainen.¹³⁹

Vaikka tuuppaamisen ja valinta-arkkitehtuurin syvin ajatus onkin auttaa ihmisiä tekemään heidän kannaltaan hyviä valintoja, käytetään näitä menetelmiä myös kaupallisesti tai liiketoiminnan kannalta tärkeisiin asioihin. Tämä on tyypillistä etenkin digitaalisissa ympäristöissä. Tällöin puhutaan digitaalisesta tuuppaamisesta. Esimerkiksi jotkin halpalentoyhtiöt tuovat esiin asiakkailleen ei niin tärkeitä vaihtoehtoja, jotta saisivat myös näitä myytyä. Toisaalta eräs mobiilimaksamiseen erikoistunut ohjelmisto pyytää aina oletuksena asiakkaalta tippiä,

¹³⁷ Brown 2010, 124-126.

¹³⁸ Thaler & Sustein 2008, 4-6.

¹³⁹ Thaler & Sustein 2008, 1-3.

jolloin asiakkaan tulee tehdä toimenpiteitä ohittaakseen tämä, mikäli tippiä ei halua antaa. Tässäkin tapauksessa tippien kerääminen on kasvanut.¹⁴⁰

Tuuppaaminen ja valinta-arkkitehtuuri on miltei aina osana digitaalisia alustoja ja tulevaisuudessa sen painoarvo on vieläkin vahvempi. Tätä käytetään niin ympäristöystävällisten päämäärien saavuttamiseksi, varainkeruuseen kuin terveellisemmän elämän hallintaan. Millaiset hyvänsä liiketoiminnalliset tai muut tavoitteet ovatkaan, digitaalista tuuppamista ja eritoten valinta-arkkitehtuuria voidaan käyttää hyväksi. Usein internet sivuilla törmätään myös erilaisiin tapoihin tilata yritysten uutiskirjeitä, joiden tarjoamiseen käytetään usein juuri valinta-arkkitehtuuria. Majoitusliiketoiminnassa esimerkki voi olla rajatun saatavuuden näyttäminen varaussivustolla.¹⁴¹

6 Case: Kämp Collection Hotels

Muotoiluprojekti toteutettiin yhteistyössä Kämp Collection Hotelsin kanssa. Muotoilun kohteeksi valikoitui heidän kuluttajillensa suunnatut yleiset varausehdot (liite 1). Kämp Collection Hotels on hotelli- ja ravintola-alan yritys (kuva 2), jonka ydinliiketoiminta on majoitusliiketoiminta sekä ravintola- ja kokousliiketoiminta. Yhtiön visio ”We enrich the lives of our community” viestii siitä, että yritys haluaa toiminnallaan tarjota asiakkailleen palvelua, joka pyrkii lojaliteettiin ja antaa todellista lisäarvoa heille. Yhtiön liikevaihto on ollut vuonna 2018 noin 80 miljoonaa euroa ja samaan aikaan henkilöstöä on ollut noin 600. Yhtiöön kuuluu kymmenen kuusi itsenäistä hotelli brändiä: Hotel Haven, Hotel Fabian, Hotel Kämp, St. George, KlausK ja Lilla Roberts sekä neljä GLO-hotellia. Lisäksi itsenäisenä liiketoimintona Hotel Kämpiin kuuluu Kämp Spa. Omistussuhteiden vaihtuessa vuoden 2019 syksyn aikana, yritys liitettiin pohjoismaiseen hotellyhtiöön Nordic Choice Hospitality Groupiin.¹⁴²

¹⁴⁰ Weinmann, Schneider & Brocke 2016. Digital Nudging.

¹⁴¹ Weinmann, Schneider & Brocke 2016. Digital Nudging.

¹⁴² CapMan 2019.



Kuva 2 Kämp Collection Hotelsin avaintiedot

Kämp Collection Hotelseilla on alalle tyypilliset varausehdot, jotka löytyvät yhtiön ja yhtiölle kuuluvien hotellien internetsivuilta. Varausehdoissa otetaan kantaa itse varaukseen ja sen aikatauluun, hotellissa oleskeluun, maksamiseen sekä vastuusioihin. Nykyiset varausehdot ovat olleet käytössä koko yhtiön nykyyhistorian ajan. Varausehtojen määrittellessä pitkälti koko majoituksen kulun, varauksesta hotellista poistumiseen, olisi aiheellista tarkastella onko varauksissa otetta kaikki asiat huomioon ja ovatko ehdot sopimusoikeudellisesti järkevät ja kestävä. Tätä tarkastelua päädyttiin tekemään muotoiluprosessin avulla, jonka tavoitteena oli saada kerättyä riittävästi pohjatietoa tarkastelulle, jotta edelleen pystyittäisi kehittämään ehtoja sellaisiksi, joita voitaisi käyttää ennakoivassa mielessä majoitusliiketoiminnan tukena. Toimenpiteitä voisi olla ehtojen visualisointi ja selkeämpi esitysmuoto sekä juridisen viitekehyksen tarkastaminen ja vahvistaminen.

Muotoiluprosessi toteutettiin mukaillen double diamond prosessia. Kyseinen muotoiluprosessin aihio tarjosi majoitusehtojen muotoilulle hyvät kehykset. Projektin tueksi tehtiin Ganttin kaavio¹⁴³, jotta muotoiluprosessi saatiin jäsennettyä myös aikataulun muotoon ja toisaalta kaavio oli helppo seurata projektin etenemistä. Lisäksi Ganttin kaavio valikoitui oikeusmuotoilulle tavanomaisen visuaalisen esitystavan vuoksi. Ganttin kaavio on myös hyvin ketterä suunnittelutapa. Sitä on helppo muokata ja se antaa hyvän kokonaiskuvan läpi projektin. Projektista tehty kaavio kuviossa 10.

¹⁴³ Ganttin kaavio kehitti 1900-luvun alussa Henry Gantt. Kaavio kehitettiin tuotannon suunnittelua varten. Perusajatus kaaviossa on, että suunnitelman vaiheet ovat aikajärjestyksessä pystysuunnassa ylhäältä alas. Tämän jälkeen jokainen vaihe kuvataan aikajanalla omalla palkillaan siten, että jokainen vaihe linkittyy aikataulullisesti seuraavaan eli edellisen loppuessa toinen alkaa. Kaavioon kuvautuu lopulta koko suunnitelma aikatauluvaiheineen. Suunnitelmaa voidaan muokata helposti ja tähän voidaan myös merkitä esimerkiksi ongelmakohtia tai muita suunnitelman tai vastaavan olennaisia asioita. Wilson, J. 2003.

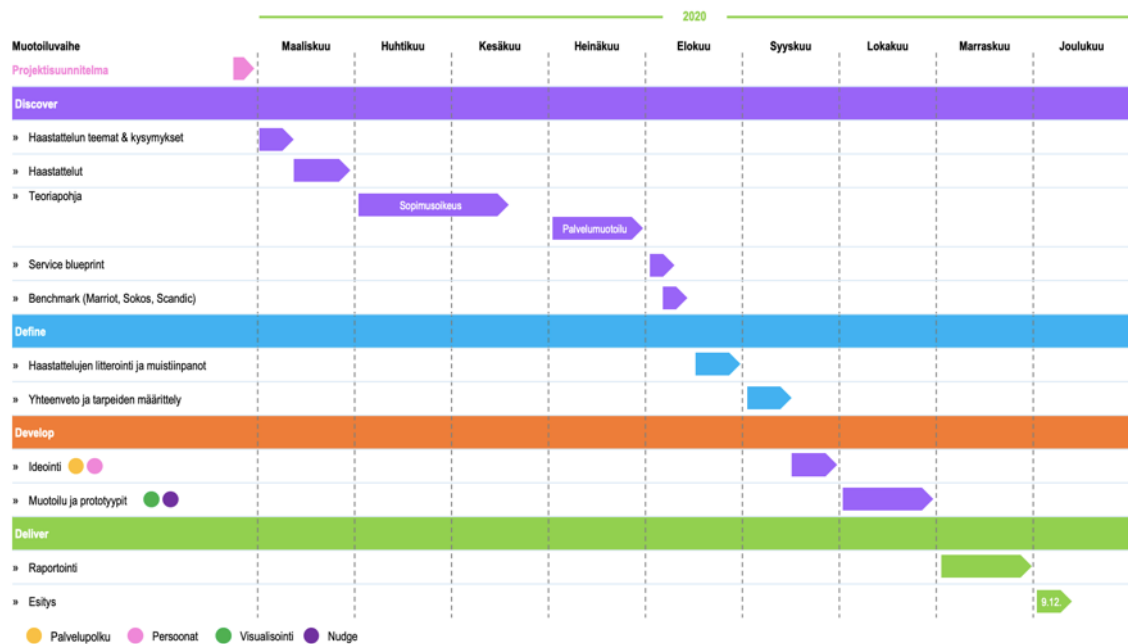
Double diamondin ensimmäisessä vaiheessa eli discover-vaiheessa haettiin muotoiluprojektille taustatietoa. Tässä vaiheessa haastateltiin projektin kohteen avainhenkilöitä teemahaastattelun avulla. Lisäksi tietoa kerättiin benchmarkkaamalla samankaltaisia varausehtoja sekä kuvattiin majoitusprosessi service blueprintiksi, jotta saatiin ymmärrys millaisia kerroksia prosessiin kuuluu ja, että mitä prosessin aikana tapahtuu. Varausehtojen ja niiden näkyväksi tekemisen osalta tämä olisi olennaista, jotta ymmärrettäisi eri kosketuspinnat, joissa asiakas voi varausehtoihin mahdollisesti törmätä. Niin ikään tässä vaiheessa käytiin läpi soveltuvaa juridiikkaa ja lainsäädäntöä sekä peilattiin kokonaisuutta nykyisiin varausehtoihin.

Seuraavassa eli define-vaiheessa kanavoitiin edellisessä vaiheessa saatu tieto ja selvitettiin todelliset tarpeet. Tärkeässä osassa olivat teemahaastattelussa saadut oivallukset. Toisaalta oli myös tärkeää saada käsitys siitä, miten majoituslalla ylipäätään kommunikoidaan varausehtoja asiakkaille. Tavoitteena tässä vaiheessa on, että kokonaisuudessaan discover-vaiheen oivalluksista saadaan kerättyä täsmälliset ongelmat. Näistä pyritään vielä löytämään tärkeimmät asiat, joita lähteä kehittämään tai ainakin muodostaa asioille tärkeysjärjestys. Lisäksi seuraavan vaiheen tueksi tehtiin palvelupolku sekä asiakasprofiilit tai tarkemmin, tietynlaiset asiakaspersonat, jotka oletettavasti käyttävät majoitusliikkeiden palveluja. Palvelupolun avulla pyrittiin havainnollistamaan sekä visualisoimaan ehtoihin liittyvän palvelun tavoitetta tai visiota. Asiakasprofiileilla taas tuotiin ideointiin näkökulmaa. Nämä helpottivat mieltämään millaisille palvelun käyttäjille ehtoja tullaan muotoilemaan.

Kun varausehtoihin liittyvät ongelmat saatiin koostettua, siirryttiin kehitys- eli develop-vaiheeseen. Tässä vaiheessa aloitettiin ideoimaan ongelmille ratkaisua oikeusmuotoilun menetelmillä, kuten visualisoinnilla tai käyttäytymistaloustieteellisellä ratkaisulla. Ideointityökaluina käytettiin brainstormingia¹⁴⁴ eli aivoriieheä ja mindmapia¹⁴⁵ eli käsitekarttaa. Molemmilla menetelmillä pyrittiin tuottamaan mahdollisimman paljon toteutusideoita, joilla parantaa varausehtojen saavutettavuutta, visuaalisuutta sekä ohjata hotelliasiakasta mahdollisimman hyvin varausehtojen puitteissa. Lopulta delivery vaiheessa eli prototyypivaiheessa projekti koottiin raportin muotoon johtopäätöksineen.

¹⁴⁴ Brainstorming eli vapaasti suomennettuna aivoriiehi, on yksi yleisimmistä ideointimenetelmistä tai -tekniikoista. Tavoitteena on saada koottua useasta yksittäisestä ideasta mahdollisimman käyttökelpoisia ratkaisuja, joilla on mahdollista edetä seuraaviin vaiheisiin. Aivoriieheen tuodaan mahdollisimman paljon ideoita jonkin asian ympäriltä ja näitä jalostetaan klusteroimalla, analysoimalla tai priorisoimalla. Aivoriieheessä on hyvä olla mukana avoimin mielin, koska kaikissa ideoissa voi piillä potentiaalia. Service Design Tools, 2020.

¹⁴⁵ Mindmap eli vapaasti suomennettuna käsitekartta on ideointimenetelmä, jossa kartoitetaan ajatuksia ja ideoita keräämällä näitä yhden aihealueen ympärille. Menetelmässä asetetaan keskelle tyhjää pintaa teema tai aihealue ja edelleen ideoimalla tämän ympärille teemasta mieleen tulevia sanoja, merkkejä tai piirustuksia. Edelleen näiden ympärille voidaan pohtia uusia asioita. Ideana on osoittaa sanojen yhteys aina lähtöpisteeseen eli valittuun teemaan tai aihealueeseen. Service Design Tools, 2020.



Kuvio 10 Muotoiluprosessin aikataulu

6.1 Majoitusprosessi

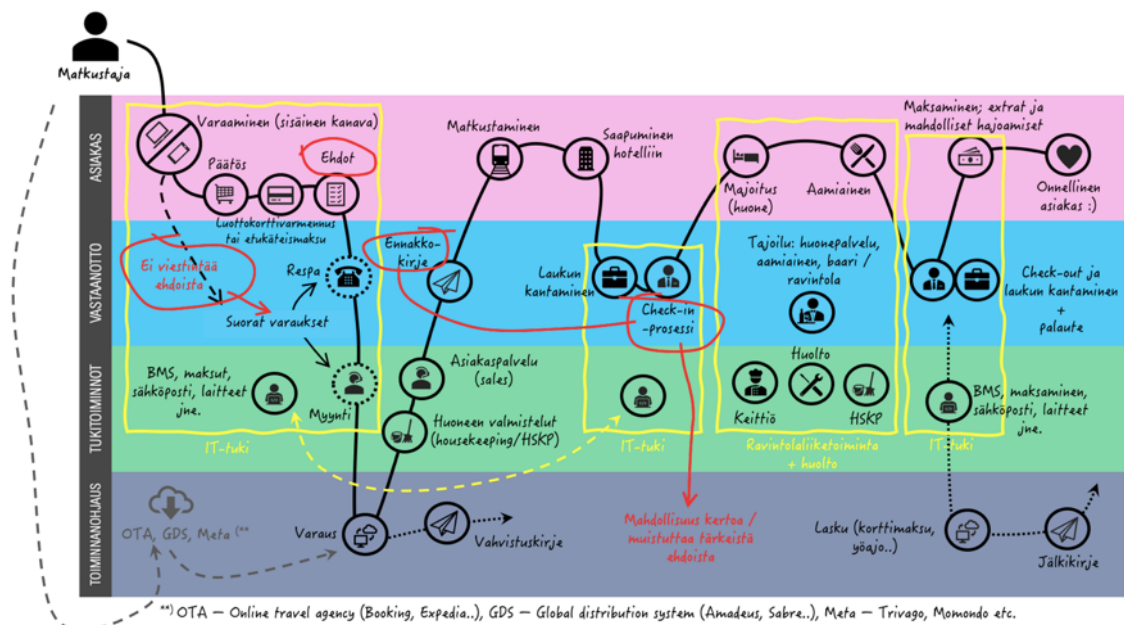
Majoitusvarauksen perusidea on yksinkertainen, jossa toteutuu tarjous-vastaus-mekanismi, joka on varmistettu kirjallisella varausvahvistuksella. Kuviossa 10 on kuvattu Kämp Collection Hotelsin hotellivarauksen ja -majoituksen eri vaiheet eri rajapinnoissa. Kuviosta nähdään millöin eri vaiheet tapahtuvat ja millainen rooli kullakin vaiheella on prosessin aikana. Toisaalta kuviosta nähdään helposti myös mitkä ovat prosessin näkyvät vaiheet, mitkä vaiheet tapahtuvat taustalla tai mitkä järjestelmätasolla. Lisäksi kuvauksesta voidaan etsiä kosketuspisteitä, jotka ovat olennaisia tämän muotoiluprojektin kannalta.

Kuvauksesta voidaan todeta, että varauksen ja majoituksen osalta asiakkaalle näkyvä osa on hyvin marginaalinen siihen suhteutettuna kuinka paljon taustalla tapahtuu ja kuinka moni taho prosessiin yksinkertaistettuna osallistuu. Prosessi alkaa asiakkaan tai matkustajan halusta varata majoitusliikkeestä huone. Hän voi tehdä sen kolmen eri kanavan kautta: majoitusliikkeen oman sähköisen varauskanavan kautta, puhelimitse tai niin sanotun OTA-kanavan kautta eli Online Travel Agency¹⁴⁶ kautta. Kaikissa tapauksissa varaukset siirtyvät hotellin

¹⁴⁶ Online Travel Agency on internetpalvelu, jonka kautta voidaan varata esimerkiksi hotelli-huoneita. Nämä ovat itsenäisiä palveluntarjoajia, joille matkailupalvelut, kuten hotellit, maksavat näkyvyydestään antamalla huoneita myyntiin näiden kautta. Majoitusliikkeet maksavat huoneiden välittämisestä komission palveluntarjoajalle. Tunnettuja palveluntarjoajia ovat Booking.com tai Expedia. revfine.com, 2020.

toiminnanohjausjärjestelmään. Majoitusliikkeen IT-tuki¹⁴⁷ on tärkeässä osassa niin huonetta varatessa, sisään kirjauksessa eli check-inissä sekä uloskirjauksessa eli check-outissa. IT-tuki tarjoaa näihin vaiheisiin järjestelmä ja laite tuen.

Toiminnanohjausjärjestelmä lähettää varaajalle varausvahvistuksen, kun varaus on tehty majoitusliikkeen oman varauskanavan kautta eli joko puhelimitse tai internetin kautta. Mikäli varaus on tehty OTA-kanavan kautta, varaaja saa varausvahvistuksen kyseiseltä palveluntarjoajalta. Tämän jälkeen hotellin operatiivinen organisaatio vastaa prosessin etenemisestä. Ennen majoittumista tämä tarkoittaa, että majoitustila eli hotellihuone valmistellaan siivouksen eli housekeepingin toimesta, sekä asiakkaan tarpeisiin vastaa vastaanotto tai myyntipalvelu (sales). Vielä ennen varsinaista majoitusta asiakkaalle lähetetään ennakkokirje, jossa kerrotaan majoitusliikkeen palveluista.



Kuvio 11 Varaus- ja majoitusprosessi service blueprintin muodossa

Asiakkaan saavuttua hotelliin hänet kirjataan sisään hotellin asiakkaaksi (check-in). Osassa hotelleista tähän kuuluu palveluna myös laukun kanto. Tätä prosessin osaa tukee jälleen IT-tuki. Tämän jälkeen alkaa itse hotellimajoitus, johon yksinkertaisuudessaan kuuluvat majoitus ja aamiaisen. Tähän voi kuulua huonepalvelua sekä baarissa tai ravintolassa käyntiä, jota tukevat keittiö, huolto sekä housekeeping.

¹⁴⁷ IT-tuki on majoitusprosessin osalta olennainen tukitoiminto. Sen tehtävänä on ylläpitää järjestelmiä ja laitekantaa sekä vastata operatiivisiin tukipyynnöihin. Näitä voivat olla esimerkiksi järjestelmävirheiden tai laitteiden toimimattomuuksien luomat tukipyynnöt. Tyypillisesti majoitusprosessiin liittyvät IT-tukipyynnöt tulevat hotellin vastaanoton henkilöstöltä.

Majoituksen jälkeen vuorossa on asiakkaan kannalta enää uloskirjaus eli check-out, johon liittyy majoituksen sekä majoitukseen liittyvien lisäkulojen eli extrojen maksaminen. Lisäkuluja voivat olla esimerkiksi huonepalvelun, minibaarin tai muiden palvelujen käyttö sekä esimerkiksi tupakoinnista aiheutuneiden siivouskulojen maksaminen. Tätä prosessin osaa tukee jälleen sen järjestelmäpainotteisuuden vuoksi IT-tuki. Check-outin jälkeen asiakkaalle lähtee toiminnanohjausjärjestelmän kautta jälkikirje. Check-outin jälkeen on vielä mahdollisuus lasuttaa asiakasta muun muassa ylimääräisten siivousten aiheuttamia kuluja.

Ehtojen osalta prosessi on melko selkeä, mutta muutamia ongelmakohtiakin löytyy. Hotellin omanvarauskanavan kautta tehtyjen varausten osalta ehtojen osoittaminen on melko ongelmaton, joskaan ei täysin. Kaikkien hotellien osalta yleisiä varausehtoja ei esimerkiksi tuotu riittävän selvästi esille, vaan nämä piti käydä tarkistamassa erikseen hotellin internetsivuilta. Internetvarausten osalta ehdot ovat kuitenkin mahdollisuus tuoda riittävän selvästi asiakkaalle esiin. Toisaalta OTA-kanavien osalta asia on mutkikkaampi. Esimerkiksi Booking.com-sivuston kautta itse hotellin ehtoja ei tuoda esiin ja palvelutarjoajan ehdot liittyvät suoranaisesti palvelun käyttöön, ei hotellin tai majoitusliikkeen käyttöön. Booking.com kuitenkin mainitsee ehdoissaan, että he toimivat ainoastaan majoituksen välittäjänä ja, että asiakas on sopimussuhteessa majoitusliikkeen kanssa¹⁴⁸.

Toinen ongelmallinen tilanne on puhelimitse tehty varaukset, jossa ehdot eivät ole tarkasteltavissa ennen varauksen tekemistä. Toisaalta puhelimitse tehdyt varaukset eivät lähtökohtaisesti ole ennakkoon maksettuja, kuten eräät internetvaraukset ovat, jolloin ehtojen savuttamattomuus voisi koitua ongelmalliseksi. Puhelimitse tehdyistä varauksista kuitenkin lähtee varaajalle varausvahvistus, samoin kuin internetvarauksissa. Tällöin on oletettavaa, että varaajalla on riittävä mahdollisuus tutustua varausehtoihin, joskin rajallinen, jos pääsyä internettiin tai sähköpostiin ei ole. Lisäksi varauksen voi tehdä suoraan niin sanottuna walk-in-asiakkaana eli suoraan majoitusliikkeen vastaanotosta. Kuten puhelimitse tehdyssä varauksessa, ongelmalliseksi syntyy, että ehdot löytyvät ainoastaan sähköisesti internetistä. Tällöin asiakkaan tulisi ymmärtää tarvittaessa pyytää varausehdot nähtäväksi paikan päällä, mutta tämä ei kaikeksi ole kovinkaan tavallista, eikä ehtoja myöskään tarjota aktiivisesti nähtäville, joskin asiakas hyväksyy nämä majoituskortin allekirjoituksella.

¹⁴⁸ Booking.com-sivuston varausehdot määrittelevät sopimussuhteesta seuraavasti: ”Matkavarauksen Matkapalvelun kautta solmit suoran (laillisesti sitovan) sopimussuhteen sen Matkantarjoajan kanssa, johon teet varauksen tai jolta ostat tuotteen tai palvelun. Toimimme varauksesta alkaen ainoastaan välittäjänä Matkantarjoajan ja asiakkaan välillä; toimitamme varauksen tiedot Matkantarjoajalle ja lähetämme sinulle Matkantarjoajan puolesta varausvahvistuksen sähköpostitse.” Matkantarjoajalla tarkoitetaan muun muassa hotelleja. Ks. lisää booking.com

Majoitusprosessista löytyy kuitenkin hyvin tilaa varausehtojen saatavuuden varmistamiselle. Hotelleilla on kuitenkin pieniä eroja, miten ehdot tuodaan esiin, kuten eräässä näitä ei tuoda varausta tehdessä lainkaan esiin, kun taas toisessa hyvinkin useasti ennen kuin varaus on tehty. Lisäksi mahdollisuus ehtojen alleviivaamiseen tai esiin tuontiin voisi olla ennakkokirjeen sisällä tai vielä check-in-vaiheessa, jolloin tärkeimpiä ehtoja voidaan tuoda asiakkaalle vielä kertaalleen esiin. Näin usein tehdäänkin, kun asiakkaalle kerrotaan esimerkiksi majoituksen hinta sekä check-outiin liittyvä aikataulu.

6.1.1 Teemahaastattelu

Projektin tueksi haluttiin luonnollisesti tietoa myös Kämp Collection Hotelsin henkilökunnalta. Heiltä voitaisi kysyä olennaisia asioita varausehtojen nykytilasta, niiden hyödyntämisestä liiketoiminnassa, niiden saavutettavuudesta sekä kehitysehdotuksista. Heiltä saataisi myös tietoa siitä, miten asiakkaat ovat suhteutuneet ehtoihin tai millaisia käytännön esimerkkejä ehtojen soveltamisesta asiakasympäristössä on ollut. Haastattelun tavoitteena oli saada hyvä tilannekuva siitä mitä ehdoilla voidaan saavuttaa ja mitkä ovat niiden kompastuskivet. Lisäksi haluttiin ymmärtää, että mitkä ehtokohdat ovat majoitustoiminnan kannalta kriittiset ja miksi. Haastatteluun valittiin Kämp Collection Hotelsin eri tehtävissä olevia toimijoita kuten vastaanottopäälliköitä ja hotellien johtajia. Lisäksi varmistettiin, että nämä ovat eri kukin eri hotelleista, jotta saataisiin mahdollisimman hyvä kuva kokonaisuudesta. Ehdottoman tärkeää oli, että juuri eri hotelleista oli haastateltavia, koska jo nopealla internetsivujen selauksella voidaan todeta, että hotellit ovat varsin erilaisia ja voisi olettaa, että myös asiakaskunta eroaisi jollakin tavalla toisistaan. Lopulta haastatteluita toteutettiin viisi.

Haastattelu kysymyksiä ideoitii brainstormingilla eli aivorihellä. Ajatuksena oli pohtia niin monta kysymystä varausehdoista kuin mahdollista. Tämän jälkeen kysymyksiä pinottiin samankaltaisuuden tai yhtäläisen teeman mukaan. Pinoamisen jälkeen voitiin identifoida neljä erilaista teemaa: yleiset asiat, operatiivinen toiminta, asiakasnäkökulma sekä taloudellinen näkökulma. Kysymykset, jotka olivat teemat määritelleet, jätettiin niin sanotuiksi apukysymyksiksi, koska itse haastattelu tilanne haluttiin pitää mahdollisimman keskustelevana ja avoimena. Kysymyksiä haluttiin käyttää ainoastaan johdattelemaan ja ohjaamaan keskustelua oikeaan suuntaan. Itsetarkoitus ei ollut saada kysymyksiin tarkkoja vastauksia, vaan kuulla henkilökunnan mielipide laajasti esiin.

Neljän teeman lisäksi henkilökunnalta pyydettiin mielipidettä siitä, voiko hotellin käyttäjistä tunnistaa tietynlaisia asiakaspersoonia. Muotoiluprosessin myöhemmässä vaiheessa on tarkoitus muodostaa erilaisia asiakasprofiileita, jotta saataisi kunnollinen käsitys siitä, millaiset ihmiset näitä hotellipalveluja käyttävät eli millaisille lukijoille varausehdot on kohdistettu. Tällä pyrittäisiin siihen, että mitä asioita pitäisi ottaa huomioon ehtojen sisällön, sen ymmärrettävyyden sekä niiden saavutettavuuden osalta. Kuten aiemmin sanottu, yhtiön hotellit

hyvinkin tarkkaan. Samassa yhteydessä myös käytiin keskusteluja lentoyhtiöiden varauskanavista ja siitä, miten hyvin he ovat tuoneet tärkeät ehdot asiakkaille näkyviin.

Yleisesti koettiin, että molempien osapuolten oikeudet ja velvoitteet ovat ehdoissa selkeästi tuotu esiin. Toisaalta, useassa yhteydessä tuli myös ilmi, että esimerkiksi vahingonkorvausvaateiden realisoituessa ei aina ymmärretä mistä on kyse tai, että millainen asiakkaan vastuu on. Kaikissa haastatteluissa tupakointi hotellihuoneessa tai sen kiellon rikkominen olisi yleinen korvausvelvoite, koska kiellon rikkominen voi tuoda hotellille runsaastikin kuluja. Niin sanottu vierailijakäytäntö todettiin myös välillä ongelmalliseksi, mutta toisaalta samalla ehtojen koettiin ottavan tähän kuitenkin hyvin kantaa ja lisäämällä samalla henkilökunnan ennakkoivia työkaluja hotelliturvallisuuden ylläpidossa. Ehdot ottavat kantaa siihen, ettei hotellihuoneisiin päästetä ylimääräisiä henkilöitä, joka auttaa hotelleja järjestyksenpidossa.

Suuria puutteita ei ehdoista löytynyt, mutta useammassa haastattelussa viitattiin force majeure -tilanteen uupumiseen sekä ehtoon, joka kertoisi asiakkaalle henkilöllisyyden tarkastamisesta. Luonnollisesti force majeure on tullut majoitusliikkeille ajankohtaiseksi korona-pandemian myötä, mutta voisi varmasti muutoinkin olla hyödyllinen olla avattuna esimerkiksi peruutusehtojen yhteydessä. Haastattelujen mukaan hotellit tarkistavat asiakkaidensa henkilöllisyyden sisään kirjaamisen yhteydessä muun muassa turvallisuussyistä ja välillä asiakkaat eivät asiaa ymmärrä. Tästä johtuen asiaa pohdittiin puutteena varausehdoissa. Eittämättä tällainen kirjaus voisi siellä olla, tosin alan regulaation mukaan tarkastaminen on hyvin perustelua jo ilman kirjaustakin¹⁴⁹.

Jossakin määrin haastatteluissa sivuttiin esimerkiksi sanktioiden ilmoittamisesta ehdoissa sekä esimerkeistä, miten ehtoja sovellettaisi. Sanktioista tai niiden määrän kertomisesta kuitenkin koettiin olevat enemmän haittaa kuin hyötyä, koska arveltiin, että näistä kertominen voisi olla jollekin kuin ilmoittaisi, että millä hinnalla huoneessa voisi esimerkiksi tupakoida. Muutoinkin euromääräisten hintojen ilmoittaminen ei kannattaisi, koska usein esimerkiksi huoneiden ylimääräiset siivouskulut ovat hyvin eri suuruisia. Esimerkit seurauksista tai ehtojen soveltamisesta kuitenkin otettiin positiivisesti vastaan ja näiden tekeminen koettiin hyvänä asiana.

¹⁴⁹ Laki majoitus- ja ravitsemustoiminnasta (2006/308) kuudennen pykälän ensimmäisen momentin ensimmäinen kohta velvoittaa matkustajien ilmoittamaan nimensä ja henkilötunnuksensa matkustusilmoituksen yhteydessä. Yleisen tietosuoja-asetuksen mukaan taas rekisterinpitäjän on huolehdittava henkilötietojen täsmällisyydestä. Hotellin rekisterinpitäjänä on siis pystyttävä todentamaan sisään kirjautuvien henkilöllisyys jo edellä mainituista syistä. Lisäksi, kuten luvussa 4.1 kerrotaan, henkilöllisyyden tarkistamisella on sopimusoikeudellinen merkitys, koska henkilön oikeustoimikelpoisuudesta täytyy olla varmuus.

6.1.2 Sopimusehtojen benchmark

Kuten monessa muussakin liiketoimintaan liittyvässä asiassa, myös tässä työssä oli tärkeää tietää miten muissa majoitusliikkeissä yleisiin varausehtoihin liittyvät asiat ovat järjestetty. Benchmarkissa kiinnitettiin huomiota varausehtojen saavutettavuuteen eli miten helposti varausehdot olivat löydettävissä tai kuinka aktiivisesti majoitusliike tuo ehdot asiakkaalle esiin. Toisaalta myös vertailtiin ehtojen sisältöjä eli miten erilaisia majoitukseen liittyviä asioita on otettu huomioon. Lisäksi huomion arvoista oli, että millaisessa muodossa ehdot esitettiin eli oliko ehtojen esille tuontiin, esitystapaan tai sisältöön itsessään käytetty oikeusmuotoilun periaatteita, kuten visualisointia tai käyttäytymistaloustieteellistä lähestymistapaa.

Vertailtaviksi kohteiksi valikoitui yksi suurempi kansainvälinen hotelliketju Marriot sekä kaksi enemmän kotimaisilla markkinoilla toimivaa hotelliketjua Scandic ja Sokos Hotels. Ennakkoon oli oletettavissa, että juuri Marriotilla oli hyvin tarkasti määritellyt varausehdot, mutta kävi ilmi, että itse varauksiin liittyviä tai hotellikohteisiin liittyviä ehtoja olikin itse asiassa hyvin vaikea löytää, riippumatta siitä missä valittu hotelli maantieteellisesti sijaitisi. Olisi voinut olla mahdollista, että eri maissa sijaitsevat hotellit soveltaisivat hieman erilaisia ehtoja, riippuen kunkin maan regulaatiosta tai oikeudellisista käytännöistä. Marriotin internetsivuilta löytyi kuitenkin hyvin nopeasti itse sivuston käyttöön liittyvät käyttöehdot, heidän kanta-asiakasohjelmansa ehdot sekä tietosuojan ja yksityisyyteen liittyvät ehdot. Mieleen tuli, että amerikkalaisketju olisi priorisoinut juuri nämä ehdot yli varausehtojen, koska ei ole pitkä aika, kun Marriotilta vuoti yli puolen miljardin asiakkaansa tiedot tietomurron yhteydessä¹⁵⁰.

Käyttöehtoja¹⁵¹ selatessa eteenpäin, löytyy ehdoista kuitenkin kohta ”Travel Destinations” eli matkustuskohteet sekä kohta ”Hotel/Resort (”Property” or ”Properties”) Reservations General Terms” eli majoitusliikkeen yleiset varausehdot. Näissä otetaan kantaa löyhästi itse majoittumiseen liittyviin asioihin, kuten lemmikkieläinpolitiikkaan. Itsessään voidaan kuitenkin todeta, että Suomessa totuttuja itsenäisiä varausehtoja ei sivustolta löytynyt. Myöskään varauksista tehdessä ei ehtoja tuotu erityisemmin esiin, ennen kuin edettiin varauksen vahvistamiseen. Kaikki ehtokohdat, joita olivat peruutusehdot ja maksuun liittyvät ehdot, pitivät erikseen avata nähtäville. Nämä sai nähtäville valitessa huonetta sekä syöttäessä tietoja varaukseen.

Selatessa sivustolla eri hotellikohteita, pystyi avaamaan hotellikohtaisesti niin satutun ”Arrival Information” -kohdan eli käytännössä asioita, joita on hyvä tietää ennen saapumista hotellille (kuva 3). Tässä kohdassa saatiin tietoa olennaisista asioista, kuten sisään ja

¹⁵⁰ Vuonna 2018 Marriot-ketjuun tehdyn tietomurron seurauksena yhtiöltä vietiin noin puolen miljardin asiakkaan tietoja. Kahta vuotta aiemmin Marriot oli fuusioitunut Starwood-ketjun kanssa ja tietomurto liittyikin juuri Starwood-ketjuun. Ks. lisää Yle 2018.

¹⁵¹ Marriot 2019

uloskirjautumisesta, lemmikkieläimistä sekä tupakoinnista. Nämä tiedot oli kuitenkin kaivettava melko syvältä, ennen kuin näihin pääsi käsiksi. Onhan toki mahdollista, että Marriot informoi näistä asioista esimerkiksi sähköpostitse vahvistuskirjeellä tai muulla vastaavalla tavalla, mutta sopimusoikeudellisesti tämä on ongelmallista, jos ostajalle ei olla tuotu kaupan ehtoja riittävän selvästi nähtäville ennen kaupantekoa.

The screenshot shows a hotel booking interface. At the top, there are two input fields for 'Check-in' and 'Check-out' under the 'Dates' section. To the right, there is a 'Rooms & Guests' dropdown menu showing '1 Room: 1 Adult/Room'. A prominent orange button labeled 'VIEW RATES' is positioned to the right of the search fields. Below this is a modal window titled 'Arrival Information' with a 'Close' button in the top right corner. The modal is divided into six columns:

- Check-in and Check-out:** Check-in: 3:00 PM, Check-out: 12:00 PM, Express Checkin, Express Checkout
- Internet Access:** Guest rooms: Wireless, Enhanced High Speed: Video chat, download large files + stream video for 5.0 EUR/day, Lobby and public areas: Complimentary Wireless
- Parking:** Electric car charging stations: 5, Complimentary, On-site parking, fee: 25 EUR daily
- Property Details:** 11 floors, 228 rooms, 1 suite
- Pet Policy:** Pets Welcome, Maximum 1 pet per room, Non-refundable fee: 5 EUR, 1 pet up to 25kg with 25 EUR non Refundable fee per room per stay, Contact hotel for details
- Smoke-free Policy:** This hotel has a smoke-free policy

Kuva 4 Marriot-ketjun hotellin saapumistiedot internetsivuilla¹⁵²

On myös mahdollista, että ehtokohta olisi voinut tulla vielä myöhemmässä vaiheessa nähtäville, mutta tässä työssä ei ollut mahdollista tarkastella varausprosessia pidemmälle, koska ei ollut varmuutta rekisteröitykö varaus maksuineen kohdan ”Book Now” jälkeen. Tässä varaa- jaa voisi mahdollisesti auttaa esimerkiksi visuaalinen aikajana, josta voisi nähdä varauksen eri vaiheet. Esimerkiksi kuvassa 5 Sokos Hotelsin varausta tehdessä oli mahdollista nähdä. Näin asiakas saa kerralla hyvän kuvan siitä missä vaiheessa mitäkin tulee tapahtumaan, eikä jää epäselväksi, milloin kaupanteko todella tulee tapahtumaan.

¹⁵² Courtyard Tampere City. Arrival Information, 2020



Kuva 5 Sokos Hotelsin internetvarauksen aikajana¹⁵³

Marriotin käyttöehdot eivät muotoilullisesti anna montaakaan uutta ideaa. Ehdot ovat hyvin tyypilliset ehdot eli pelkässä kirjoitusmuodossa mustaa valkoisella. Jaottelua ja otsikointia on käytetty sekä asioita on priorisoitu tai tuotu esiin käyttämällä isoja kirjaimia. Lisäksi ehtojen sisällä on linkkejä, joiden avulla asioista voi saada lisätietoja. Kielellisesti ehdot ovat melko hankalat, etenkin henkilölle, jonka äidinkieli ei ole englanti.

Toisaalta, Marriot on vienyt tiettyjä ehtokohtia ikään kuin käytännöntasolle, esimerkiksi kun tietyt tiedot löytyvät hotelleiden yleisistä tiedoista, kuten jo aiemmin mainittiin. Tämä voi myös olla Marriotin kokoiselle ketjulle välttämätöntä, antaen paikallisella tasolla enemmän liikkumavaraa. Edelleenkin tämä on Suomessa juridisesti ongelmallista, koska jo kuluttajasuojalain mukaisesti asiakkaalle on annettava ennen kaupantekoa riittävät tiedot kuluttajahyödykkeestä, kuten tärkeimmistä ominaisuuksista, joita esimerkiksi savuttomuus tai majoituksen aikarajat eittämättä voisivat olla.

Scandic- ja Sokos Hotels -ketjuilla varausehdot olivat selkeästi löydettävissä molempien internetsivustojen alareunasta. Kuvassa 6 on nähtävissä, miten Scandic on kerännyt asiakaspalvelu-otsikon alle kaikki tärkeimmät ehdot ja säännöt. Marriotin tapaan myös Scandic ja Sokos Hotels olivat tuoneet tietyt ehtokohdat jo varausprosessin alkuun. Näitä olivat peruutukseen ja maksamiseen liittyvät asiat.

Scandic		
SCANDICISTA	ASIAKASPALVELU	PIKALINKIT
▶ Meistä - scandichotelsgroup.com	▶ Ota yhteyttä	▶ Hotellit ja kohteet
▶ Mediapankki	▶ Usein kysytyt kysymykset	▶ Koe Scandic
▶ Työ Scandicissa	▶ Evästeitä koskevat ehdot	▶ Scandic Friends
▶ Vastuullisuus ja kestävä kehitys	▶ Tietosuojaseloste	▶ Sports Card
▶ Yhteistyö	▶ Verkkosivun ehdot ja säännöt	▶ Arvioi meitä TripAdvisorissa
▶ Sponsorointi	▶ Hinnat ja varausehdot	▶ Parhaan hinnan takuu
		▶ Sitemap

Kuva 6 Scandic-ketjun internetsivujen etusivun tietoja¹⁵⁴

¹⁵³ Sokos Hotelsin varaussivusto, 2020

¹⁵⁴ Scandic- ketjun etusivu, 2020

Niin Scandicilla kuin Sokos Hotelsilla majoitusvarauksen tekeminen vaati yleisten varausehtojen hyväksymisen. Kummankin varausprosessiin siis kuuluu, että varausehdot tuodaan asiakkaalle selvästi tiedoksi ennen kuin varaus vahvistetaan. Prosessi siis sopii suomalaiseen oikeuskäytäntöön ja etämyyntiin liittyvään lainsäädäntöön. Scandicilla varausehtojen yhteydessä hyväksytään myös tietosuojaselosteen¹⁵⁵ mukainen henkilötietojen käsittely. Varausehtoihin pääsee linkin kautta ja itse varaukseen liittyvät tärkeimmät tiedot ovat vielä nähtävillä. Näitä tietoja ovat mahdollisuus muuttaa varauksen tietoja, milloin maksu suoritetaan ja mitä siihen sisältyy, mitä muuta varaus sisältää majoituksen lisäksi sekä peruutusehto.

Varausehtojen kanssa samassa yhteydessä asiakas pystyi muuttamaan saapumisaikaansa hotellille. Scandicin varausehdot antaa tälle mahdollisuuden, koska saapumisesta ei olla määritelty tarkemmin. Ehdossa kuitenkin otetaan kantaa siihen, mikä on myöhäisin aika, jolloin peruuttaminen ei ole mahdollista tai milloin majoitus veloitetaan asiakkaalle huolimatta siitä, onko hän saapunut hotelliin. Muuttamalla tuloaikaansa tietyn kellonajan jälkeen, asiakkaan annettava varausta varten luottokorttitiedot, jotta varaus voidaan vahvistaa ja mahdollisesti veloittaa ehtorikkomuksien osalta.

Sokos Hotelsin varausprosessi seurasi samaa kaavaa kuin Scandicin. Erona oli, että toisin kuin Scandicilla, Sokos Hotelsin varausprosessissa lähes kaikki tiedot varaukseen liittyen syötetään ennen varausvahvistukseen siirtymistä. Asiakkaan kannalta tämä on hyvä, koska asiakas voi tarkistaa kaikki varaukseen liittyvät ja syötetyt tiedot ennen varauksen vahvistamista. Sokos Hotelsilla oli niin ikään kohta myöhäiselle saapumiselle, mutta varaus on myös mahdollista maksaa varausta tehdessä. Tämä muuttaa oleellisesti peruutusehtoa, koska maksun jälkeen varausta ei voida enää peruuttaa. Sokos Hotelsin varausehdot tuotiin myös selkeästi varausvahvistuksen yhteydessä asiakkaalle saataville sekä näihin tutustuminen oli vahvistettava myyjälle ennen kuin itse varauksen vahvistaminen olisi mahdollista, kuten kuvasta 7 voidaan todeta.

¹⁵⁵ Tietosuojaseloste on organisaation laatima asiakirja, joka huomioi henkilötietolain 24. pykälän informointivelvoitteesta sekä saman lain 10. pykälän mukaiset rekisteriselosteen edellyttämät tiedot. Ks. lisää Tietosuojavaltuutetun toimisto

Olen lukenut varausehdot, tietoa maksun ennakkovarmennuksesta sekä hinnan ehdot, ja hyväksyn ne.

Tilaan Sokos Hotellien uutiskirjeen

Tiedot tallennetaan S-ryhmän asiakasomistaja- ja asiakasrekisteriin. Viestin tilaustietoja käytetään vain tilaamasi viestin kohdentamiseen ja personointiin. Viestitilaukset poistetaan kauden kuluttua viestin peruttamisesta.

HINTOJEN YHTEENVETO

SOLO SOKOS HOTEL TORNI TAMPERE, TAMPERE ke 11.11.2020 - to 12.11.2020

HUONE 1 - Solo Twin

124,00 €

YHTEENSÄ

124,00 €

TAKAISIN

VAHVISTA VARAUS

Kuva 7 Sokos Hotels -ketjun majoitusvarauksen vahvistusvaihe¹⁵⁶

Scandicin ja Sokos Hotelsin varausehdot olivat sisällöltään melko samankaltaiset, mutta Sokos Hotelsilla oli hieman tarkemmin kuvattu periaatteita itse majoittumiseen liittyen. Muun muassa käyttäytymissääntöihin sekä asiakkaan vastuuseen vahingosta oli otettu kantaa. Nämä olivat olennaisia asioita muun muassa vahingonkorvauksista keskustellessa. Molemmat olivatkin ottaneet kantaa myös majoitusliikkeiden vastuuseen asiakkaan omaisuudesta, jotta vastuukysymykset näistä eivät jäisi epäselviksi. Molemmilla hotelleilla oli melko perinteinen ulkomuoto ehdoilleen. Kuten Marriotilla, myös näillä ketjuilla oli käytetty otsikointia jaksottamaan ja selkeyttämään ehtoja, mutta toisaalta kumpikaan ei ollut nostanut tekstissä asioita esiin isoilla kirjaimilla tai lihavoinneilla.

Scandicin ehtojen mukaan majoitusvarauksen voi tehdä ainoastaan yli 18-vuotias henkilö. Ehtokohdassa on myös määritelty vastuu, mikäli varaus tehdään alaikäiselle henkilölle. Ehtojen joukkoon on tuotu muotoilun periaatteiden mukaisesti lupatodistus alaikäisen majoittumista varten eli mikäli ehtokohta halutaan soveltaa, löytyy siihen mahdollisuus jo ehtoja lukiessa. Toisaalta itse ehtokohta viittaa vain hyvin löyhästi todistukseen ja lukijalla jää hieman epäselväksi, että milloin tämä on täytettävä. Samassa ehtokohdassa on myös viitattu majoitusliikkeen turvallisuuskäytäntöön, jonka mukaan majoitustiloihin voidaan päästää vain hotelliin sisään kirjautuneet henkilöt. Vastaava ehtokohta löytyy Sokos Hotelleilla varausvahvistusvaiheessa.

¹⁵⁶ Sokos Hotels 2020, varaussivusto

6.1.3 Kämp Collection Hotelsin yleiset varausehdot ja juridista pohdintaa

Kämp Collection Hotelsin varausehdot (liite 1) itsessään ovat niin ikään melko tyypilliset ehdot ilman sen ihmeempiä oikeusmuotoilullisia oivalluksia. Ehtokohdissa on hyvin paljon samoja piirteitä etenkin Sokos Hotelsien ehtojen kanssa. Muotoilullisestikin ehdot ovat samantyylliset eli lähinnä jaksotettu otsikoimalla. Mitään ehtokohtaa ei ollut nostettu erityisemmin esiin. Varausehdot löytyvät helposti internetsivujen etusivun alalaidasta muiden tärkeiden ehtojen yhteydestä. Lisäksi ehdot tulee hyväksyä internetvarausten yhteydessä kuvan 8 mukaisesti. Tässä oli kuitenkin jonkin verran variaatioita, kun tarkasteli yhtiön hotelleiden omia varaussivuja. Esimerkiksi St. Georgen osalta ohjattiin lukemaan ainoastaan peruutusehtoa tai Hotel Havenin vahvistussivulta ei ohjata ehtoihin lainkaan.

Kuten jo aiemminkin mainittu, juridisessa mielessä etämyynnin kannalta on hyvin olennaista, että asiakas saa riittävät tiedot kaupan kohteesta. Luvussa 4.1.1 käsitellyn etämyynnin periaatteen mukaisesti kauppiaan on ilmoitettava riittävät ennakkotiedot ennen toimitusta. Myös kuluttajansuojalaki (38/1978) toisen luvun 7 pykälässä veloitetaan kauppiasta antamaan kaikki sellaiset tiedot, jotka ovat kuluttaja tarvitsee ostopäätöstä tehdessä. Saman pykälän toisessa momentissa kerrotaan, että riittävien tietojen arviointiin vaikuttaa niiden selkeys, ymmärrettävyys ja oikea-aikaisuus. Tässä mielessä ehtojen selväsanaisuus ja asiakasymmärrys lienee hyvin olennaisia asioita, joita oikeus- ja palvelumuotoilun periaatteet tukevat hyvin. Lisäksi kuluttajansuojalain kuudennen luvun yhdeksäs pykälässä määritellään erikseen veloitteet etämyynnissä annettavista ennakkotiedoista. Pykälä ensimmäinen momentti velvoittaa tuomaan asiakkaalle tiedoksi juuri yleisten varausehtojen sisällön ennakkoon.

Varmistus ja maksutapa

NIMI KORTISSA * KORTTINUMERO *

Kortinhaltijan nimi 1234 5678 9012 3456

KORTIN VOIMASSAOLLO * CVC *

MM YYYY 123

Olen lukenut ja hyväksyn [Varausehdot](#) *

Haluan tilata Kämp Collection Hotelsin uutiskirjeen

[Tutustu tietosuojaselosteeseen](#)

TAKAISIN **TEE VARAUS**

Kuva 8 Kämp Collection Hotelsin majoitusvarauksen vahvistusvaihe¹⁵⁷

¹⁵⁷ Kämp Collection Hotels 2020, varaussivusto

Tätä tehtävää tehdessä yleisten varausehtojen yhteyteen oli koronaviruksen muokkaaman toimintaympäristön johdosta lisätty erilliset peruutusehdot (kuva 9), joissa oli selvennyksiä tilanteisiin, joissa viruksesta johtuvat rajoitukset eivät mahdollistaisi majoittumista hotelleissa. Näihin ehtoihin ei kuitenkaan internetvarausta tehdessä viitata, vaan asiakas saa tarkasteltavakseen ainoastaan varausehdot, jotka ovat voimassa normaalioloissa eli asiakkaan tulisi osata etsiä tämä ehtokohta itse varausehtojen yhteydestä. Myöskään aiemmassa vaiheessa varausprosessia asia ei käy ilmi, vaikka asiakkaan kannalta tällä on olennainen merkitys. Edellisessä kappaleessa mainittu kuluttajansuojalain toisen luvun 7 pykälässä veloitetaan, että kaikki kuluttajan terveyden ja turvallisuuden kannalta tarpeelliset tiedot on aina annettava. Tästä syytä tämän kaltaisten ehtokohtien saavutettavuuteen tulisi kiinnittää huomiota. Tämän enempää tässä työssä ei näihin erillisiin peruutusehtoihin viitata, vaan huomio kiinnittyy varsinaisiin varausehtoihin.



Kuva 9 Kuvankaappaus Kämp Collection Hotelsin varausehtojen internetsivuista¹⁵⁸

Varausehdoissa kerrotaan ensimmäiseksi miten keneen ehtoja sovelletaan. Ehtokohdassa viitataan vahvasti kuluttajiin, toteamalla, että ehtoja sovelletaan yksittäisten henkilöiden tekemiin majoitusvarauksiin. Tulkintaa vahvistaa se, että ehtoja ei sovelleta yli kymmenen henkilön varauksiin. Toisaalta, erikseen on mainittu, että ehtoja sovelletaan sellaisiin internet varauksiin, jotka tehdään Kämp Collection Hotelsin internetsivustojen kautta. Tämä voisi olla toki yrityksenkin tekemä varaus, tosin varauksen tekee aina luonnollinen henkilö. Muutoin varauksista ei internetsivun kautta voi tehdä, sillä näissä varauksissa vaaditaan aina muun muassa etu- ja sukunimi. Kohta ehtojen soveltamisesta voisi kuitenkin olla selkeämpi ja siinä voisi myös olla viittaus kuluttajan oikeuksiin tai kuluttajansuojalakiin (38/1978), joka on kuitenkin otettava tarkoin huomioon kuluttajalle suunnattuja ohjeita kirjoittaessa.

¹⁵⁸ Kämp Collection Hotels 2020, varaussivusto

Sopimusvapaus ei päde kaikilta osin kuluttajaehdoissa kuluttajansuojalain ollessa pakottavaa lainsäädäntöä, kuten luvussa neljä on mainittu. Kämp Collection Hotelsin ja Sokos Hotelsin ehdoista poiketen Scandic on kirjannut sovellettavuuskohdan hyvin perinteiseen sopimusmuotoon: ” Sinä ja hotelli sovitte huoneenvuokrauksen ehdoista. Sen yrityksen nimi, joka ylläpitää hotellia (jäljempänä ”Scandic” tai ”hotelli”) ja jonka kanssa olet tehnyt sopimuksen, näytetään varausvahvistuksessa. Jos erityistä sopimusta ei ole laadittu, seuraavat ehdot ovat voimassa”¹⁵⁹.

Myös jäljempänä ehdoissa sekoittuu kuluttaja- yritys asiakas. Varaustakuuta käsiteltäessä viitataan laskutusluvullisiin yritysasiakkaisiin. Ehtokohdassa kerrotaan, että varausvahvistuksen takaukseksi käy laskutusluvullisen yritystakaus. Lisäksi kerrotaan, että laskutusasiakkaat voivat taata varauksensa yrityksen nimeen. Sinänsä asia varmasti on näin ja siinä suhteessa relevanttia tietoa, mutta, jos ehtoja sovelletaan ainoastaan kuluttaja-asiakkaisiin, ehtokohdalla ei ole merkitystä. Näin ollen sitä ei myöskään kannattaisi tässä ehtokohdassa olla, jottei asia sotkisi turhaan muutoin tärkeää ehtokohtaa. Samassa ehtokohdassa käytetään myös asiakkaasta termi ”tilaaja”, joka on hieman irrallaan muusta termien käytöstä. Selvyuden vuoksi asiakkaasta tai kuluttajasta käytettävä termi olisi hyvä olla yhteneväinen.

Yleisesti ehtojen kieli on välillä niin sanottua kapulakieltä sen useammassa merkityksestä. Osittain ehdot on kirjoitettu siten, että lauserakenteet ovat pitkiä ja epäselviä, joka tekee ehtokohdasta vaikea selkoisen. Toisaalta taas, jotkin lauseet tai ehtokohdat ovat kieleltään melko kömpelöjä, joka tekee ehtokohdasta hankalan ymmärtää. Lisäksi joukossa on puhutelmumuotoa ja välillä passiivimuotoa. Ehdot siis kaipaivat myös tältä osin tarkennusta, jotta myös juridinen viesti olisi helpommin ymmärrettävissä. Ehtojen tarkoituksena ei kuitenkaan ole varsinaisesti pitää asioita asiakkaalta salassa, vaan ohjata asiakkaan käyttäytymistä majoitusprosessin aikana. Varausehdot ottavat kantaa, niin varauksen tekovaiheeseen, majoituksen aikaiseen vaiheeseen kuin myös majoituksen päättymiseen eli koko majoituksen elinkaareen.

Ehtojen erilaiset sanalliset viittaukset voivat aiheuttaa välillä lukijassa hämmennystä ja olla mahdollisesti juridisestikin ongelmallisia, koska usein myös muotoseikoilla on sopimusoikeudessa merkitystä. Ensimmäisessä ehtokohdassa kerrotaan, että hotelli voi asettaa varauksen ehdoksi erilaisia sääntöjä, kuten varausmaksun suorittamisen. Selkeämpää olisi varmasti puhua yksinkertaisesti ehdosta eli ”voi asettaa erilaisia ehtoja”. Toisessa ehtokohdassa puhutaan ”hotellista”, mutta kuudennessa kohdassa puhutaan ”kaikista hotelleista”. Toisin sanoen ehdoissa tulisi kirkastaa, että ehdot koskevat oletettavasti useampaa hotellia, ei yhtä. Samassa, kuudennessa kohdassa puhutaan ”tavallisimmista maksukorteista”, kun taas toisessa

¹⁵⁹ Ks. Scandicin varausehdot 2020

kohdassa ”kansainvälisistä maksukorteista”. Näiden viittausten välinen ristiriita voi aiheuttaa lukijassa hämmennystä.

Ehdoissa voisi olla toisinaan selkeämmät perustelut tietyille viittauksille, jotta se aukeaisi lukijalle paremmin. Esimerkiksi viidennessä kohdassa käydään läpi ehtoa, jossa kerrotaan toiminnasta, mikäli asiakas lähtee hotellista ennen suunniteltua tai sovittua lähtöpäivää. Ensimmäisen lauseen perusteella ehto vaikuttaa siltä, että siinä tarkoitetaan useamman päivän varausta, mutta seuraavassa lauseessa puhutaan jos-muodossa useamman päivän varauksista. Tämän seurauksena jää hieman auki, että millaista tilannetta vasten ehtokohta on olemassa.

Ehdoissa on myös joitakin kohtia, joiden arvoa voisi pohtia uudelleen. Jo aiemmin mainitussa ehtokohdassa viisi, jossa käydään läpi lähtöä ennen sovittua ajankohtaa, on ehtolause, jonka mukaan asiakkaan tulee ilmoittaa hotellille tiettyyn aikaan mennessä, että on lähdössä aiemmin kuin sovittu. Tähän voi olla kuitenkin hankala sitouttaa asiakasta, joka joutuu maksamaan majoituksestaan joka tapauksessa täyden hinnan. Motiivi tähän siis lienee liiketoiminnallinen, joka ei palvelisi asiakkaan tarvetta, vaan pikemminkin sitoisi hänet tiettyyn aikatauluun ilman kompensatiota. Miksi siis asiakas tekisi kuten ehtokohta vaatii. Toisaalta ehdossa kerrotaan, että ennaikainen lähtö voi vaikuttaa kokonaishinnan muutokseen. Tämäkin ehtokohta on ongelmallinen, koska todellisuudessa asiakas ei aiheuta myyjälle vahinkoa, mikäli lähtisi aiemmin kuin on sovittu, mutta maksaisi silti sovitun hinnan. Tällöin sopimusoikeudelliset velvoitteet ovat täyttyneet. Kuluttajansuojalain viidennen luvun 28 pykälän mukaan myyjä on tällaisessa tapauksessa oikeutettu kohtuulliseen korvaukseen, ottaen huomioon tavaran hinta, sopimuksen purkamisen tai peruutuksen ajankohta, sopimuksen täyttämiseksi suoritettujen toimenpiteet sekä muut seikat. Tässä tapauksessa ehtokohta voisi olla hankala perustella ja kuluttajansuojalain vastainen eli pätemätön ehtokohta.

Kohdissa kaksi ja seitsemän on viitattu majoitusliikkeen turvallisuuteen kertomalla, että ainoastaan henkilökunta ja hotelliin sisään kirjautuneet henkilöt päästetään hotellihuoneisiin ja muihin varattuihin tiloihin. Lisäksi huone- ja tilakohtainen maksimi henkilömäärä ei saa ylittyä. Asia lienee tärkeä, koska on mainittu ehdoissa useampaan otteeseen, mutta juridisessa mielessä hieman turha. Asia on kuitenkin selvästi jo kirjattuna kohdassa kaksi, eikä sillä viitata kummassakaan kohdassa muihin asioihin. Asian ollessa tärkeä, sen voisi tuoda esiin jossakin muussa yhteydessä, kuten varausprosessin aikana tai vahvistuskirjeessä.

Kuten jo aiemmin mainittu, ehtokohta kolme eli ehdot varaustakuusta ja sen soveltamisesta on monestakin näkökulmasta epäselvä. Jo aiemmin esiin tulleiden, yrityslaskutukseen liittyvien ehtokohtien ja termistön lisäksi ehtokohdasta puuttuu logiikka tai se on hankala ymmärtää. Ensimmäisessä lauseessa kerrotaan, että kaikki varaukset tulee taata luottokortilla vahvistuksen yhteydessä. Tähän lauseeseen on tehty viittaus, joka on siirretty ehtokohdan alle. Viittauksessa kerrotaan, että yhtiöllä on oikeus varmentaa luottokortti tarvittaessa sovitulle

summalle. Epäselväksi jää, miksi viittaus ei ole itse ehtokohdan sisällä, vaan erillisenä viittauksena, koska tieto itsessään on hyvin olennainen ja olisi loogista, että se olisi juuri ensimmäisen lauseen jälkeen. Samaa asiaa pyöritellään vielä jäljempänä samassa ehtokohdassa ja vielä ehtokohdassa kuusi, hieman eri näkökulmasta. Juridisesti kaikki ovat suhteellisen relevantteja, mutta voisivat olla ehkä yksinkertaisemmin ja jäsennellymmin ilmaistuna. Selkeyden vuoksi, asiat varaustakuusta voisivat olla yhtenä selkeänä ehtokohtana ja luottokorttimaksuihin liittyvät asiat omanaan.

Toisessa ehtokohdassa käydään läpi hotelliin saapumista ja sieltä lähtemistä. Ehtokohta itsessään on melko selkeä ja järkevä, mutta asiakkaan näkökulmasta majoituksen aikataulu on melko tiukka tai ainakin tällaisen käsityksen voi saada puhtaasti ehtojen näkökulmasta. Ehdossa kerrotaan, että huoneet vapautuvat asiakkaiden käyttöön kello 15.00, mutta pidetään ainoastaan tunnin varattuna, jonka jälkeen vapautetaan myyntiin. Aikataulussa on varmasti otettuna huomioon liiketoiminnalliset periaatteet, mutta asiakkaan näkökulmasta aikaikkuna on melko lyhyt, ottaen huomioon, että kilpailijoilla sama aikaikkuna on kolme tuntia. Aikataulu on kuitenkin linjassa muutoin epäselvän ehtokohdan viisi kanssa.

Neljäs ehtokohta on hyvä ja selkeä kirjaus. Siinä on selkeä logiikka ja lukija saa siitä kiinni ja varmasti ymmärtää mistä on kyse. Tärkeää on myös, että ehtokohdassa on tuotu esiin, että yleisen peruutusehdon rinnalla on myös muita peruutusehtoja. Kuvassa 10 on kuvankaappaus Hotel Kämpin varaussivustolta. Varaussivuston¹⁶⁰ mukaan hotelleilla on tyypillisesti useita eri hintoja samalle hotellihuoneelle. Kuvan esimerkissä hinnaksi on valittu ennakkovaraajan hinta, joka on edullisempi kuin vastaavan huoneen joustava hinta. Erona on, että joustava hinta käyttää peruutusehtoinaan yleisten varausehtojen peruutusehtoa, kun taas ennakkovaraajan hinnalle on määritelty erilainen peruutus- ja muutosehto. Muusta etämyynnistä poiketen majoitusliikkeen ei tarvitse antaa kuluttajansuojalain mukaista 14 vuorokauden peruutus-oikeutta, vaan lain kuudennen luvun 16 pykälän poikkeuksen myötä majoitusliike voi määrittää etämyynnin osalta peruutusehdon itse.

¹⁶⁰ Ks. lisää Kämp Collection Hotelsin varaussivusto

Sinun varauksesi



DELUXE ROOM WITH KING BED 243 €

1 yö, 28/11/2020 - 29/11/2020, 2 aikuista

Hinta: Ennakkovaraajan hinta (243 €/yö)

Ennakkovaraajan hinta

Sitova 100% ennakkomaksu veloitetaan varauksen yhteydessä. Maksua ei palauteta mikäli varaus peruuntuu tai sen ajankohtaa muutetaan. Tulopäivää voi muuttaa kerran viimeistään 7 päivää ennen tulopäivää. Mikäli uuden ajankohdan hinta on korkeampi, tulee erotus maksaa paikan päällä.

[Katso kartalta](#)

Kuva 10 Kuvankaappaus Hotel Kämpin ennakkovaraajan peruutusehdoista¹⁶¹

Vastuusta asiakkaan omaisuudesta on kerrottu ehtokohdassa kahdeksan. Asioiden järjestys voisi olla loogisempi, mutta huomion kiinnittää kohdat, joissa kerrotaan hotellin velvoitteista ilmoittaa erikseen, ettei se vastaa matkatavaroiden säilyttämisestä tai asiakkaan ajoneuvosta. Tämä kohta varmasti lisää läpinäkyvyyttä, mutta toisaalta kohtaa voidaan käyttää myös helposti riitatilanteissa hotellia vastaan. Esimerkiksi, jos ajoneuvolle on sattunut jotakin sen säilytystilassa, eikä vastuuasiasta olla kerrottu riittävän selkeästi. Tällöin vahingon kärsinyt asiakas voisi huomauttaa, että vastuuasiasta ei olisi kerrottu ja vahingonkorvausvastuu voisi siirtyä hotellille. Selkeyden vuoksi, todettakoon, että asia itsessään on tärkeä hoitaa, mutta ehdoissa asian voi mahdollisesti muotoilla eri tavalla.

Lisäksi ehtokohdassa kerrotaan, että asiakas voi säilyttää arvotavaroitaan säilytyslokerossa. Hotellin kannalta järkevää olisi varmastikin suosia tätä vaihtoehtoa, jotta arvotavarat eivät hukkuisi, eikä epäselviä tilanteita arvotavaroiden osalta pääsisi syntymään. Tästä syystä ehtokohdassa voisi olla suosittelevampi sävy, jolloin asiakas voisi ymmärtää asian siten, että arvotavaroita olisi syytä pitää säilytyslokerossa. Lokerot lienevät lukittavia tai muutoin standardeoituja, niin tämänkin voisi ehtokohdassa mainita, koska se lisäisi suosituksen painoarvoa. Tarvittaessa hotelli voisi käyttää ehtokohtaa puolustautuakseen epäselvässä tilanteessa.

Ehtojen mukaan asiakas voi jättää hotellille säilytettäväksi arvotavaroita. Asiakasta pyydetään ilmoittamaan, mikäli säilytykseen tuleva tavara on poikkeuksellisen arvokas, koska tällöin hotelli voi myös kieltäytyä tämän säilyttämisestä. Ehtokohdan osalta tulee mieleen, että poikkeuksellisen arvokkaan esineen viitearvon voisi ehdoissa rajata, jolloin asian ymmärrys voisi olla helpompi. Näin toki saattaa hotellin käytännössä olla, mutta asian viestimistä ehtojen välitykselläkin voisi olla arvoa. Tällöin myös ehtokohtaa voisi muokata sellaiseen

¹⁶¹ Hotel Kämp 2020, varaussivusto

muotoon, jossa tuodaan ilmi minkä arvoista esinettä voidaan maksimissaan säilyttää. Tämä helpottaisi esimerkiksi vakuutusmäärien määrittelyä. Tai, jos asiakas olisi jättänyt viitearvoltaan kalliimman esineen säilytykseen hotellille, kertomatta todellista arvoa, ja tavara esimerkiksi tuhoutuisi tai varastettaisiin, voitaisi jälkiselvittelyssä vedota erehdyttämiseen. Huomioitavaa on lisäksi termillä arvokas. Olisi syytä tuoda ilmi, että tällä tarkoitetaan faktista rahallista arvoa, ei muuta.

Asiakkaan vastuu vahingosta on määritelty omassa ehtokohdassaan selkeästi. Toisaalta tässä voitaisi viitata yleisten vahingonkorvausta koskevien periaatteiden sijaan suoraan vahingonkorvauslakiin (412/1974), mutta toisaalta, kun vahingonkorvauksista säädetään muissakin laeissa, kuten kuluttajansuojalaissa, niin lienee viisaampaa viitata regulaatioon nimenomaan yleisellä tasolla. Joskin on muistettava, että, mikäli ei muutoin olla säädetty, sovelletaan vahingonkorvauksissa vahingonkorvauslakia (412/1974), kuten luvussa 4.2.2 on mainittu. Kokonaisuudessaan tässä ehtokohdassa on huomioitu yleinen tuottamusvastuu, johon myös ehtokohta seitsemän eli asiakkaan esiintyminen majoitusliikkeessä valmistaa. Ehtokohdassa määrittelee turvallisuuteen ja järjestykseen liittyvät seikat. Tuottamusta arvioitaessa, lainsäädännön ohella voidaan perusteena käyttää myös juuri turvallisuusohjeita tai muita yrityksen sisäisiä määräyksiä.

Vastuuseen ja vahingonkorvauksiin on otettu myös kantaa, kun kyseessä on alaikäisen eli alle 18-vuotiaan henkilön majoittuminen. Huonevarausta ei voi tehdä alaikäinen, eikä hän voi olla vastuussa aiheuttamistaan vahingoista. Tämä on tärkeää mahdollisen vahingon korvattavuuden kannalta, koska alaikäisen korvausvastuu on jo vahingonkorvauslainkin perusteella usein lievempi. Vahingonkorvausvastuuta voidaan kuitenkin määrittellä sopimuksella, kuten tässä tapauksessa on tehty. Vahingonkorvauslaki (412/1974) sovelletaan ainoastaan silloin, kun jokin muu laki ei vahinkoa ole säädellyt tai, jos vastuu ei ole sopimukseen perustuva, kuten lain ensimmäisessä pykälässä on säädetty. Sen sijaan, voisi olla suotavaa, että ehtokohdassa vaadittu lupalappu olisi jokin vakiopohja tai standardipohja, jotta siinä voitaisi ottaa sopimusoikeudelliset vastuu kysymykset huomioon. Nyt pyydetyllä vapaamuotoisella dokumentilla juridinen arvo voi olla matala. Kuten mainittu, näin esimerkiksi Scandicilla (kuva 11) oli, joskaan heidän lupatodistuksessaan ei vastuukysymykseen olla viitattu. Vakiopohja myös voisi säätää aikaa ja vaivaa niin henkilökunnalta kuin asiakkaaltakin sekä olisi lisäksi muotoilullisesti järkevä, koska ehtokohdasta tulisi napakampi. Myös juridinen arvo kasvaisi, koska hotelli voisi antaa dokumentin kautta lisää ohjeita tai sääntöjä sekä selkeyttää asiakokonaisuutta. Asiakas voisi tuntea asian myös tärkeämmäksi, kun näkee, että asiaan on panostettu myös sopimuksen toisen osapuolen toimesta.

VARAUS JA VAHVISTUS

Tämä voi tapahtua suullisesti, kirjallisesti tai varausjärjestelmän kautta. Varauksen yhteydessä sinun on annettava seuraavat tiedot: nimi, osoite, sähköpostiosoite, saapumis- ja lähtöpäivämäärä, sekä maksutapa. Huomioithan, että sähköpostiosoitteen antaminen on tärkeää sillä lähetämme ilmoittamaasi osoitteeseen sekä varausvahvistuksen että sähköpostin, jonka avulla voit halutessasi kirjautua ulos netissä. Eri hintoihin liittyy erilaisia ehtoja, katso [yksityiskohtaiset hintatiedot](#). Huonevarauksen voi tehdä vain yli 18-vuotias henkilö. Alaikäiselle huoneen varaava henkilö on vastuussa alaikäisestä henkilöstä riippumatta siitä, majoittuuko hänen kanssa samaan huoneeseen vai ei. Huom! Scandic Paasi -hotellissa Helsingissä, Scandic Anglais, Scandic Continental, Scandic Malmen, Scandic Grand Central, Downtown Camper by Scandic ja Haymarket by Scandic -hotelleissa Tukholmassa alaikäiset eivät voi majoittua ilman huoltajaa, eikä lupatodistus ole niissä voimassa Turvallisuussyistä vain henkilökunta ja hotelliin sisäänkirjautuneet henkilöt päästetään hotellihuoneisiin ja muihin varattuihin tiloihin.

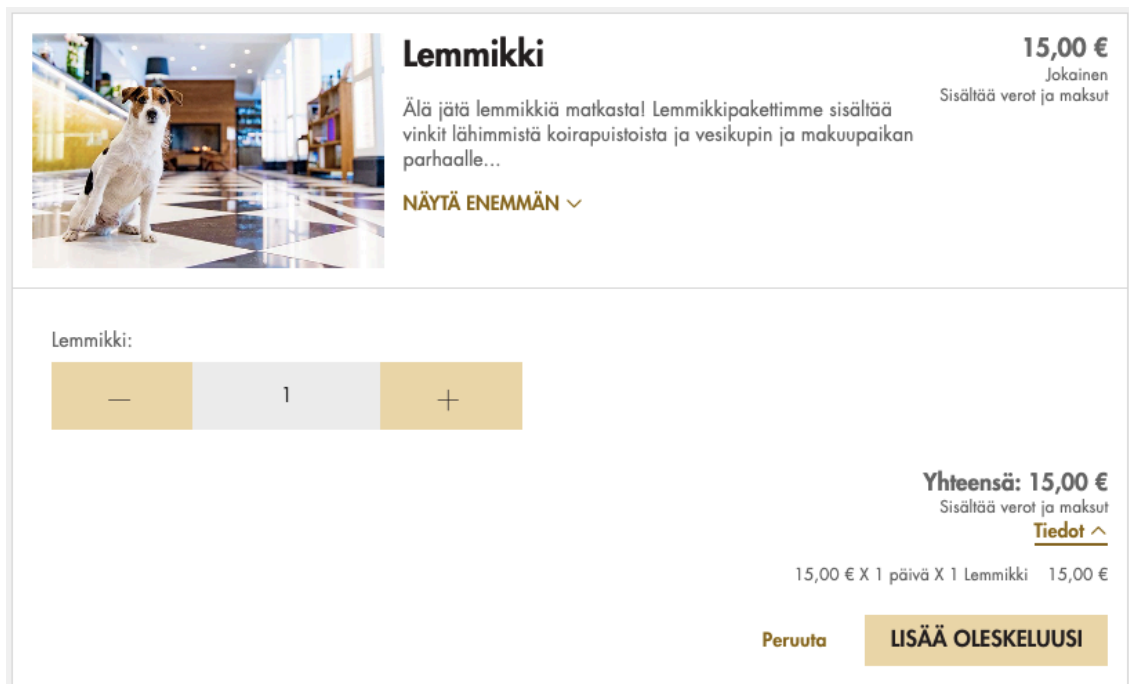
[▶ Todistus alaikäisen majoittumista varten.pdf](#)

Kuva 11 Kuvankaappaus Scandicin varausehdoista¹⁶²

Viimeisessä ehtokohdassa on otettu kantaa lemmikkieläimiin. Ehtokohdassa otetaan jälleen kantaa vastuuseen häiriöistä tai vahingoista sekä annetaan suosituksia, mikäli ollaan varauksessa hotellihuonetta lemmikkieläimen kanssa. Lisäksi ehdossa kerrotaan, että mikäli lemmikki halutaan tuoda hotellihuoneeseen, on tästä ilmoitettava etukäteen. Lemmikkieläimen tuomisesta veloitetään lisäksi lisämaksu ja tämä on huomioitu myös ehdossa. Huomio tässä ehtokohdassa kiinnittyy juuri maksuun, joka on eri suuruinen eri hotelleissa. Erikoisen tästä tekee se, että St. Georgen osalta majoitusyön sijaan puhutaan viipymästä, joka eittämättä on epäselvä ilmaus, joka ei lukijalle välttämättä aukea. Tämän kohdalla olisikin syytä pohtia kuvaavampaa termiä tai avata termiä tarkemmin. Toisaalta voisi harkita, että onko tosiaan tarpeellista, että ehtokohta eroaa muista yhtiön hotelleista vai voisiko se kenties olla yhteneväinen muiden hotellien kanssa. Taustalla lienee hotellin sisäinen käytäntö, joka on pitänyt istutta ehtoon.

Kuten jo useassa Kämp Collection Hotelsin hotellissa onkin tehty, voisi olla järkevää huomioida tämä jo varausvaiheessa. Kuvassa 12 esimerkki Lilla Roberts varaussivustolta, jossa lemmikkiasia on tuotu viisaasti esiin lisäpalveluiden valintaan. Tällöin ehtokohdan ilmoitusveloite tulee täytettyä sekä lisäveloitus viestittyä. Lemmikkiasia tosin voisi olla saavutettavuudeltaan paremmin sijoitettuna sivustolla, sen ollessa nyt pohjimmaisena muun muassa erilisten hemmottelupakettien jälkeen. Voi toki olla, että kaupalliset intressit on priorisoitava asian edelle. Saatavuuden lisäksi, ehtokohdan ydin voisi olla viestittynä myös varausta tehdessä, samoin kuin on toimittu esimerkiksi peruutusehtojen osalta. Harmillisesti juuri hotelleissa, jotka eroavat maksujen ja käytännön osalta muista, ei olla huomioitu asiaa millään tavoin huoneita varatessa.

¹⁶² Scandic Hotels 2020, varausehdot



Lemmikki **15,00 €**
Jokainen
Sisältää verot ja maksut

Älä jätä lemmikkiä matkasta! Lemmikkipakettimme sisältää vinkit lähimmistä koirapuistoista ja vesikupin ja makuupaikan parhaalle...

NÄYTÄ ENEMMÄN ▾

Lemmikki:

— 1 +

Yhteensä: 15,00 €
Sisältää verot ja maksut
[Tiedot](#) ^

15,00 € X 1 päivä X 1 Lemmikki 15,00 €

[Peruuta](#) **LISÄÄ OLESKELUUSI**

Kuva 12 Kuvakaappaus Lilla Robertsin varaussivuston lisäpalveluvalinnasta (lemmikki)¹⁶³

6.2 Oivallusten kautta tarkennettuihin ongelmiin

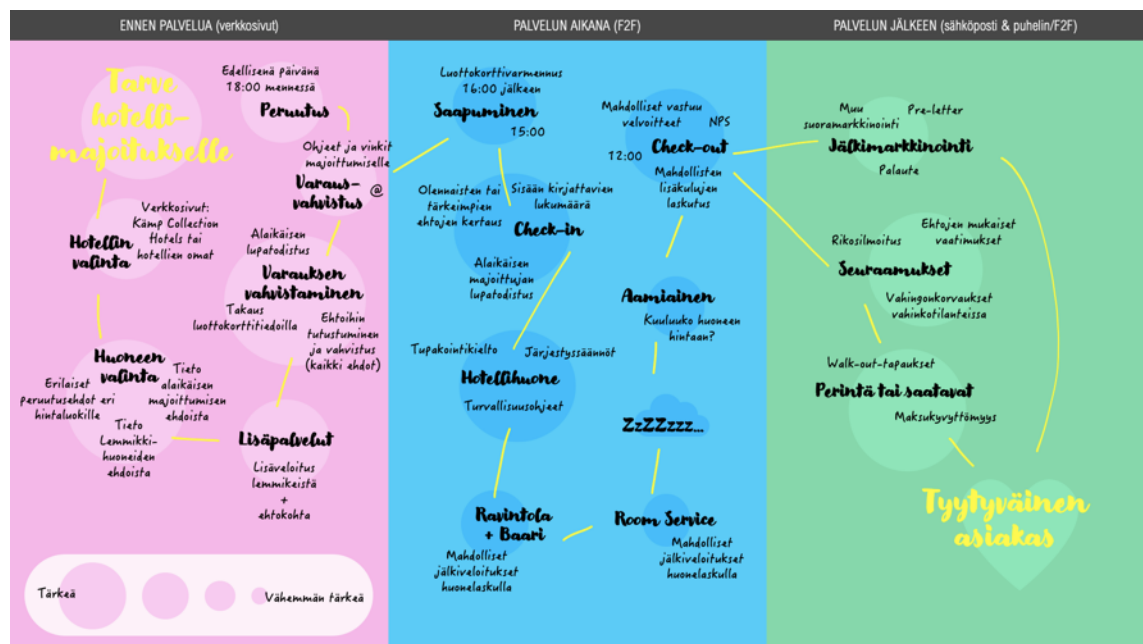
Kämp Collection Hotelsin yleiset varausehdot voisivat tukea liiketoimintaa paremminkin ja voisivat olla asiakaslähtöisemmät. Ehdosta myös löytyy muutamia juridisia haasteita. Keskeisimmät ongelmat lienevät kielelliset ongelmat tekstissä eli ehtojen ymmärrettävyys sekä ehtojen loogisuus ja lisäksi saavutettavuusongelmat internetvarauskanavassa, etenkin hotelli-kohtaisilla sivustoilla. Ehdot itsessään kaipaavat hiomista, mutta muotoilun keinoilla ehtoja voi viedä lähemmäksi varausprosessia. Tämä loisi toimivuutta ja tukea liiketoiminnalle sekä toisi lisäksi majoitusprosessia selkeämmäksi ja käytettävämmäksi asiakkaalle. Tilanteessa, jossa ehdot ovat riittävän kattavat ja molemmin puolin ymmärrettävät tuovat hyötyjä molemmille osapuolille.

6.2.1 Hotelliasiakkaan polku

Kuviossa 12 on esitetty asiakkaan polku eli palvelupolku varausehtojen näkökulmasta. Palvelupolku on muodostettu nykyisten varausehtojen ongelmakohtien perusteella ja se kuvaa haluttua tavoitetilaa, jossa ehdot on huomioitu koko palvelun ajalle. Eri ongelmakohtien perusteella ei voida nähdä, että varausehdot olisivat irrallinen dokumentti, jonka asiakas joko hyväksyy tai ei, vaan ehdoissa on selkeästi kohtia, jotka olisivat syytä tuoda esiin monessa palvelun eri vaiheessa. Lähtien siitä, kun asiakkaalle ilmenee tarve hotellimajoitukselle, siihen

¹⁶³ Hotel Lilla Roberts 2020, varaussivusto

pisteeseen, että majoituksen kaari on ohi ja tavoitetilana on, että jäljelle jää tyytyväinen asiakas. Ehtojen näkökulmasta tämä tarkoittaa sitä, että ehtojen tulee olla selkeät ja ymmärrettävät ja, että ne tulee kommunikoida asiakkaalle oikeaan aikaan. Tämä ei tarkoita sitä, etteikö tarvetta kokonaisvaltaisille, yhteen dokumenttiin kootuille varusehdoille olisi, mutta on järkevää, että kokonaisuutta voi jakaa palasiin tai osiin, joilla on oma paikkansa prosessissa ja ne viestitään asiakkaalle oikeaan aikaan ja oikealla tavalla. Huomion arvoista on, että eri asiakkaan polun osat tapahtuvat eri toimintaympäristöissä, kuten verkossa palveluntarjoajan verkkosivuilla, kasvitusten tai sähköpostitse sekä puhelimitse. Tämän vuoksi ehtojen viestiminen asettaa polun eri vaiheissa haasteita.



Kuvio 12 Hotelli-asiakkaan tuleva palvelupolku varausehtojen näkökulmasta

Asiakkaan polku on jaettu kolmeen eri vaiheeseen: ennen palvelua, palvelun aikana ja palvelun jälkeen. Ensimmäinen vaihe ennen varsinaista palvelua tapahtuu verkossa yhtiön varsinaisilla verkkosivuilla tai hotellien omilla verkkosivuilla. Huomionarvoista on kuitenkin, että kaikissa kanavissa on otettu ehdot samalla tavalla huomioon eli varausehtojen osalta polku olisi identtinen, jotta asiakkaan ja varausehtojen osalta asialla ei olisi merkitystä. Asiakkaan tarpeen ja hotellin valinnan jälkeen asiakas valitsee hotellihuoneen, jonka aikana hän saa ensimmäiset viittaukset varausehtoihin. Selvyden vuoksi varausvaihetta kuvaamaan olisi hyvä tuoda näkyväksi prosessin vaihe, kuten jo benchmarkin aikana oivallettiin. Näin tosin on jo osassa hotelleista otettu käyttöön hotellien omilla varaussivuilla. Kuvassa 13 Hotel Havenin esimerkki, joka näyttää konkreettisesti missä vaiheessa varasta asiakas on ja missä vaiheessa hän tulee tekemään ostopäätöksen.

 Vieraat 1 aikuinen, 0 lasta	 Saapuminen la 21. marrask. 2020	 Lähtö su 22. marrask. 2020	HAKU
Erikoiskoodit tai -hinnat ▾			

VALITSE HUONE



Kuva 13 Kuvakaappaus Hotel Havenin varaussivustolla olevasta varausvaihetta osoittavasta kuvasta¹⁶⁴

Hintaluokan tai hinnoittelun perusteella asiakkaalle kommunikoidaan peruutusehdot. Lisäksi asiakkaalle viestittäisi, että alaikäisen majoittujan tai lemmikin osalta majoitukseen liittyy erityisehtoja ja luonnollisesti ehtokohdat peruutusehtojen lisäksi olisi helposti saavutettavissa. Lemmikin osalta ehtokohta realisoituisi seuraavan askeleen kohdalla, jossa asiakas valitsee lisäpalvelut. Kuten jo nyt osassa hotelleista olisi, tässä vaiheessa asiakas voi lisästä majoittujiksi myös lemmikkieläimiä. Myös tässä vaiheessa asiakkaalle viestittäisi, että lisäpalvelun valinta sitoo tiettyihin velvoitteisiin lemmikkieläinten osalta eli lisämaksuun sekä vastuuseen häiriöistä ja vahingoista.

Seuraava askel asiakkaan polulla on juridisesti koko palvelupolun osalta tärkein, koska siinä tehdään lopullinen kahden välinen sopimus ja ostopäätös eli toteutuu niin sanottu tarjous-vastausmekanismi, jonka jälkeen varausehdoissa asetetut vastuut ja velvoitteet astuvat voimaan. Toisaalta, tämän askeleen jälkeen ei voida enää antaa enempää ennakkotietoja tarjotusta hyödykkeestä, joten on huolehdittava, että varausehdot kokonaisuudessaan on tuotu asiakkaalle nähtävillä ja ne on ollut saavutettavissa mahdollisimman hyvin. Tämä on toisaalta mahdollisesti ainut kohta, kun ehdot kannattaa kokonaisuudessaan tuoda asiakkaan saataville, ennen seuraavia vaiheita. Asiakkaan kannalta lienee helpointa, että ehdot tuodaan esille palapalalta, jolloin niiden sisäistäminen on helpointa ja vähemmän kuormittavaa. Lisäksi varauksen vahvistamisvaiheessa asiakkaalle tuodaan mahdollisuus liittää varaukseen alaikäisen majoittujan lupatodistus vastuurajauksineen. Tässä vaiheessa asiakas myös vahvistaa varauksen luottokortillaan, jolloin tähän liittyvät ehdot on hyvä tuoda nähtäville omana kohtanaan.

Varauksen vahvistamisen jälkeinen askel on myyjän oikeusturvan kannalta olennainen. Asiakkaalle lähetetään varausvahvistus. Kuten aiemmin on mainittu, varausvahvistus ei itsessään muuta jo tehtyä sopimusta, mutta sillä on riitatilanteessa suuri näyttöarvo. Vaikka palvelupolun ensimmäisen vaiheen toimintaympäristönä onkin verkko ja tapahtumaketju kuvaa

¹⁶⁴ Hotel Haven 2020, varaussivusto

internetvarausta, tehdään varauksia runsaasti myös puhelinkanavan kautta. Vaiheen polkua voi soveltaa myös tässä, mutta puhelimitse tehdyn varauksen osalta varausvahvistus on internetvarausta suuremmassa roolissa, sillä puhelimesta tehty sopimus on suullinen sopimus, jonka tukena olisi ehdottomasti oltava varausvahvistus. Varausvahvistuksen alusta myös eroaa muusta toimintaympäristöstä, koska se pääsääntöisesti lähetetään sähköpostitse.

Varausvahvistuksen osana voidaan myös viestiä erilaisista ehdoista. Vaikka asiakas onkin hyväksynyt ehdot varatessaan huoneen, voidaan häntä silti muistuttaa tietyistä tärkeistä asioista, jotka olennaisesti vaikuttavat asiakkaan majoittumiseen. Toki ehdot voivat olla tässäkin vaiheessa saavutettavissa kokonaisuudessaan, mutta esille voisi tuoda esimerkiksi, saapumisaikaan liittyvät asiat, jotka nykyehdoissa ovat asiakkaan näkökulmasta melko tiukat eli monelta majoitus voi aikaisintaan alkaa ja missä vaiheessa huone pitää viimeistään lunastaa tai millaisia toimenpiteitä asiakkaalta vaaditaan, mikäli hän ei oikeassa aikaikkunassa pysty hotellille saapumaan. Viimeistään tässä vaiheessa visualisointi olisi paikallaan eli jonkinlainen aikajana kellonaikoinen ja velvoitteinen auttaisi asiakasta ymmärtämään kokonaisuuden. Toisaalta tässä vaiheessa olisi varmasti hyvä mainita tietyistä järjestyksen pitoon liittyvistä asioista kuten sisään kirjattavien henkilöiden lukumäärästä, avainten luovuttamisesta tai tupakointikiellosta.

Tässä vaiheessa asiakkaan polku haarautuu. Normaalissa tapauksessa se jatkuu seuraavaan vaiheeseen eli itse palveluun eli majoittumiseen. Liiketoiminnallisesti huonompi vaihtoehto on kuitenkin varauksen peruutus, johon asiakkaalla on tietyin ehdoin oikeus. Tässä vaiheessa asiakkaan on tarkistettava, millainen hintaluokka tai hinnoittelu hänellä on ollut huonetta varatessaan. Koska kaikkiin hintoihin, kuten ennakkovaraajan hintaan ei kuulu maksutonta peruutusta. Lisäksi nykyistenkin ehtojen mukaan peruutus on tehtävä majoitusta edellisena päivänä kello 18:00 mennessä.

Seuraavassa vaiheessa eli itse palvelussa toimintaympäristö vaihtuu sähköisestä alustasta reaaliaikansakäymiseen eli niin sanotusti face to face (F2F) -kanssakäymiseen. Valtaosa mahdollisista ehtokohdista viestitään kasvojen kautta. Saapumisen jälkeen asiakkaan polun seuraava askel on sisään kirjautuminen eli check-in. Tässä tilanteessa hotellilla on mahdollisuus vielä tehoittaa tiettyjä ehtoja kuten majoituksen aikataulua tai savuttomuutta. Tässä vaiheessa on myös hyvä käydä läpi sisään kirjattavien määrän suhde varausehtoihin. Lisäksi alaikäisen henkilön majoittuessa tulisi tässä vaiheessa viimeistään tuoda hotellille vaadittu lupatodistus. Tosin asiakaskokemuksen näkökulmasta tämä olisi hyvä ollut hoitaa jo varausta vahvistettaessa, jolloin check-in-tilanteessa voitaisi ainoastaan vahvistaa tai todentaa tilanne.

Check-in vaiheen jälkeen asiakas siirtyy hotellihuoneeseen. Huoneessa voidaan jälleen muistuttaa asiakasta monesta olennaisesta ehtokohdasta. Mikäli huone on savuton, siitä on hyvä ilmoittaa esimerkiksi tupakointikieltoa merkitsevällä piktogrammilla (kuva 1, sivulla 35).

Toisaalta hotelli huoneessa voi olla myös järjestyssäännöt tai muita olennaisia turvallisuusohjeet esimerkiksi info-TV:ssä tai -kansiossa. Näissä voidaan tuoda esiin ehtokohdat, joissa viitataan asiakkaan käyttäytymiseen tai vastuuseen vahingosta sekä vastuuta asiakkaan omaisuudesta.

Seuraavissa askelissa tulee ainoastaan hyvin kevyitä tai suunnittelemattomia kosketuspintoja varausehtojen kanssa, koska majoituksen aikana voidaan määritellä etukäteen asiakkaan oleskelua melko vähän. Asiakas menee ja tulee, mutta palvelupolkuun voidaan kuitenkin ajatella, että asiakas saattaisi käyttää erilaisiarvintolapalveluita eli hotellin ruokaravintolaa, baaria tai huonepalvelua (room service). Näissä kaikissa on huomiona huonelaskutus eli maksu ravintolapalveluista siirtyy majoituksen loppulaskulle asiakkaan näin halutessa. Tämä asia olisi hyvä mainita ehdoissa, lähinnä selvyuden vuoksi, mutta toisaalta riitatilanteissa sillä voisi olla painoarvoa.

Ennen palvelun viimeistä vaihetta eli check-outia, asiakas usein käy hotellissa aamiaisella, jossa edellisen kohdan tapaan maksu voidaan siirtää huonelaskulle, tosin usein aamiaisen sisältä jo huoneen hintaan. Varausehtojen mukaisesti asiakkaan on kirjauduttava ulos hotellista kello 12:00 mennessä. Uloskirjauksen eli check-outin yhteydessä asiakkaalta laskutetaan huoneen hinta, mikäli sitä ei olla maksettu ennakoon, sekä majoituksen aikana käytetyt lisäpalvelut. Lisäksi tässä kohdin voidaan veloittaa asiakkaalta vastuuuehtoon liittyviä asioita, jos hän on kiellosta huolimatta esimerkiksi tupakoinut huoneessa tai huolimattomuuttaan rikkonut jotakin hotellihuoneesta. Ehtojen ulkopuolella, tässä kohtaa on hyvä pyytää asiakkaalta palautetta, mutta toki palautteessa voi ilmetä, jotakin olennaista mitä voidaan huomioida myös ehtopuolella.

Palveluvaiheen jälkeen siirrytään palvelun jälkeiseen vaiheeseen ja aikaan. Tässä kohtaa polku jälleen haarautuu. Toisessa haarassa asiakkaalle lähetetään niin sanottu pre-letter eli jälkimarkkinoinnillinen kirje tai muuta markkinointi materiaalia. Varsinaisesti tämä askel ei liity varausehtoihin, mutta juridisessa mielessä hyvä huomioida, koska tällaiseen markkinointiin tarvitaan aina asiakkaalta erikseen suostumus. Normaaleissa olosuhteissa polku päättyy tyytyväiseen asiakkaaseen, joka käyttää jatkossakin hotellin palveluita. Toisessa polun haarassa hotellimajoittumiseen liittyy jonkinlaisia ehtorikkomuksia, joita ei olla saatu sovittua paikan päällä. Lähtökohtaisestihan kaikki sopimusrikkomukset pyritään selvittämään osapuolten kesken neuvottelemalla.

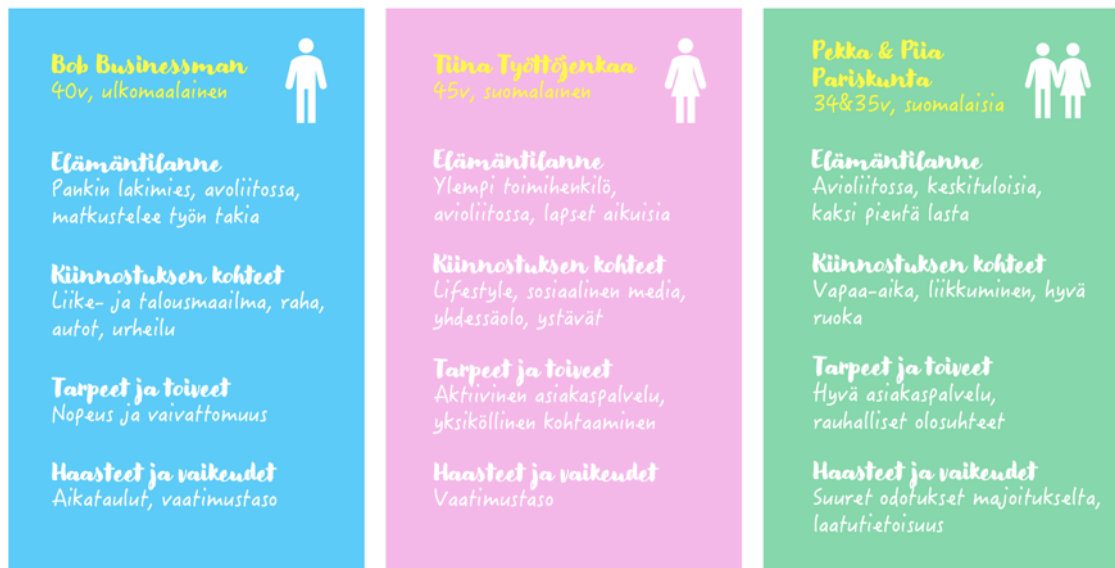
Ehtorikkomuksia, joita voidaan majoituksen jälkeen voisi olla esimerkiksi maksukyvyttömyys tai jonkinlainen vahingonkorvaus ja edelleen siihen liittyvä epäselvyys. Maksukyvyttömyys voi ilmetä vasta majoittumisen jälkeen tai se voi liittyä myös siihen, ettei asiakas edes jää hotelliin selvittämään maksuaan, vaan kyseessä on niin sanottu walk-out-tapaus. Näihin tapauksiin jo itsessään saattaisi liittyä rikos, jossa saatavia perittäisi rikosprosessin yhteydessä, mutta

voisi olla myös tapauksia, jossa saatavia perittäisi myös siviiliprosessissa. Niin ikään vahingonkorvaustapauksissa voisi olla rikostapaus taustalla, joissa laillisten saatavien osalta noudatettaisiin rikosprosessia. Näissäkin tapauksissa voitaisi kuitenkin tavoitella edelleen tyytyväistä asiakasta, riippuen asioiden taustoista.

6.2.2 Ketkä käyttävät hotellipalveluja?

Ideoinnin ja edelleen muotoilun kannalta on olennaista tietää millaiset ihmiset käyttävät hotelleja. Tätä varten muodostettiin kolme erilaista asiakasprofiilia, jotka tehtiin teemahaastattelujen pohjalta. Profiilien tarkoitus on tarkentaa tyypillisen asiakkaan taustoja ja millaisista lähtökohdista hän mahdollisesti majoituspalveluita käyttäisi ja edelleen ehtoja soveltaisi. Asiakasprofiilit ovat tietynlaisia tyyppiasiakkaita, jotka käyttävät tämän työn varausehtojen piirissä olevia hotelleja.

Ensimmäinen tyyppiasiakas on kansainvälinen liikemies Bob, joka on noin 40-vuotias. Bob on pankin lakimies, joka elää avoliitossa sekä matkustelee työnsä vuoksi paljon. Bobia kiinnostavat eritoten liike- ja talouselämään liittyvät teemat sekä sitä kautta myös rahan ja valuutan ympärillä olevat asiat. Lisäksi kiinnostuksen kohteita ovat autot sekä urheilu. Bobilla ei ole rahan puutetta ja hän käyttääkin tätä muun muassa juuri kiinnostuksen kohteisiinsa ja taloudellinen tilanne näkyy hänestä päälle päin kalliiden pukujen ja asusteiden osalta. Bob arvostaa äärimmäisen paljon majoituspaikaltaan nopeutta ja vaivattomuutta eli mitä nopeammin hän on selvinnyt pakollisista manöövereistä hotellissa ollessaan, sen parempi. Toisaalta tämän vuoksi Bobin osalta voidaan törmätä haasteiseen, hän on samalla hyvin vaativa ja aikatauluorientoitunut. Matkustellessaan ympärimaailmaa ja majoituessaan luksushotelleihin, hän tuntee kansainvälisen vaatimustason ja osaa hyödyntää osaamistaan ja edelleen vaatia palvelutasolta paljon. Hän ei arvosta viivytyksiä tai takkuilua prosesseissa.



Kuvio 13 Asiakasprofiilit

Toinen asiakastyyppejä on suomalainen 45-vuotias nainen Tiina Tyttöjenkaa. Tiina työskentelee ylempänä toimihenkilönä suurehossa vientiyrityksessä, on ollut pitkään naimisissa ja hänen lapsensa ovat jo ehtineet aikuisikänsä asti. Elämäntilanne kaikkineen on hyvin stabiili ja hän ehtii nykyisin harrastaa ja viettää omaa aikaa. Tiina rakastaa olla yhdessä ystäviensä kanssa ja viettää iltapäiviä ja iltoja hyvän ruoan, juoman ja ystävättäriensä kanssa. Hän haluaa ikuisia näitä hetkiä valokuviin ja jakaa näitä muille ystävilleen sosiaalisessa mediassa. Hän myös arvostaa huomiota, jota esimerkiksi Instagram-tykkäyksiensä mukana saa. Silloin tällöin hän myös rakastaa pitää lyhyitä staycationeista¹⁶⁵. Tiina arvostaa hotellipalveluita käyttäessään aitoa ja ihmisläheistä asiakaspalvelua. Hänestä henkilökunnan tulee kohdata kaikki asiakkaat yksilöinä. Kokemuksiensa kautta myös Tiinan vaatimustaso on kova. Hän on tottunut pitämään kiinni oikeuksistaan, siinä missä ne koskevat palveluntasoa, oli hän oikeassa tai väärässä. Hän myös karsastaa ajatusta, jossa hänen tulisi poistua tilanteesta häviäjänä.

Kolmas ja viimeinen asiakastyyppejä onkin pariskunta. Piia ja Pekka Pariskunta on 34- ja 35-vuotiaat, juuri naimisiin menneet suomalaiset. Heidän hektiseen elämäntilanteeseensa kuuluvat kaksi pientä, alle kouluikäistä lasta sekä keskituloiset työpaikat palvelupäällikkönä ja hr-asiantuntijana. Piia on juuri palannut töihin vanhempainvapaalta. He arvostavat erityisesti vapaa-aikaansa, jota nykyhetkessä on tarjolla melko vähän. Vapaa-ajallaan he liikkuvat mahdollisuuksiensa mukaan sekä pitää hyvää ruoasta. Heillekin termi staycation on tuttu ja heille hyvä tapa irtiottoon normaalista kuormittavasta arjesta. He arvostavat tällöin korkealle

¹⁶⁵ Staycationilla tarkoitetaan lyhyttä viikonloppulomaa, irtiottoa omassa kotikaupungissa tai tienoolla. Sana staycation tulee englanninkielisistä sanoista ”stay” ja ”vacation” eli ”jäädä” ja ”loma”. Ks. lisää yle.fi (<https://yle.fi/uutiset/3-10111513>)

ja esimerkit jaettiin omiksi teemoikseen, koska kaikki näistä olivat kuitenkin selkeitä omia kokonaisuuksiaan, joita kannattaisi jalostaa itsenäisinä asiakokonaisuuksinaan. Myös taustalla kulkevan juridiikan kannalta oli helpompaa, kun esimerkiksi kieltä tarkasteltiin omana asianaan. Mindmapissa lähdettiin siis jalostamaan *prosessiin, viestintään, tekstiin, kieleen, visualisointiin* sekä *esimerkkeihin* liittyviä ideoita. Monilla teemoilla tosin oli edelleen useita kosketuspintoja toistensa kanssa, joten tämä oli hyvä huomioida mindmapissa. Mindmapista nostettiin lisäksi kuusi erillistä ideaa, joita käsitellään laajemmin seuraavassa luvussa.

Ensimmäinen ilmeinen asia, jota varausehdoissa olisi hyvä kehittää on kieli. Kuten aiemmin todettua, kieli on kapulakieltä, joka on ajoittain melko hankalaa ja poukkoilevaa. Tekstissä käytetään asiayhteyden verrattuna hieman erikoisia termejä. Kieli olisi hyvä olla selkeämpää ja ymmärrettävää. Voitaisi jopa harkita, että käytettäisiin enemmän yleiskieltä tai puhekieltä, jotta asiat saataisiin ymmärrettävämpään muotoon. Tämän osalta tosin tulee kiinnittää huomiota juridiikkaan, mutta toisaalta tämän kaltaisessa sopimisessa ei ole muotovaatimuksia, joten olisi vaikeaa kuvitella, että yleiskielen käyttö vaarantaisi oikeudellista tulkintaa. Päinvastoin, liian pitkät ja epäselvät lauserakenteet ovat omiaan synnyttämään väärinkäsityksiä ja konflikteja.

Lauserakenteissa tulisi siis kiinnittää huomio enemmänkin lyhyiden ja suoraviivaisten lauseiden rakentamiseen pitkien ja monimutkaisten sijaan. Perusrakenne olisi siis siten, että ensin kerrotaan ehto, sitten perustelu tai muu lisätieto. Esimerkiksi: ”Huonetta pidetään varattuna kello 16.00 saakka, mikäli muusta ei olla varauksen yhteydessä sovittu.”. Tässäkin tapauksessa voisi viitata sellaiseen tilanteeseen, missä asiasta voitaisi sopia ehdosta poikkeavasti, esimerkiksi: ”Tällaisia tilanteita voi olla muun muassa enakkoon maksetut huoneet, jossa saapumisaikaa ei olla kello 15.00 jälkeen rajoitettu.”.

jo sisällysluettelo, jonka avulla lukija voi havaita nopealla silmäyksellä, että millaisia aiheita ehdoissa käsiteltäisi. Tällä voitaisi myös helpottaa navigointia niin tekstitiedostossa kuin verkkopalustalla. Kämp Collection Hotels käyttänyt muun muassa verkkosivuiltaan löytyvässä asiakkaan tietosuojaselosteessa (kuva 16) tekniikkaa, jossa lukijalle paljastuu ensimmäisenä ainoastaan selosteen otsikot, joita klikkaamalla esiin tulee otsikon alla oleva teksti¹⁶⁷. Samaa tekniikkaa voitaisi käyttää esimerkiksi, jos ehtojen tueksi toteutettaisi *usein kysytyt kysymykset*. Tähän aiheeseen keskitytään myöhemmässä vaiheessa.

Asiakkaan tietosuojaseloste

Yleistä	+
1. Henkilötietojen käyttö ja käsittely	+
2. Arkaluonteiset tiedot	+
3. Tietojen luovuttaminen ja siirtäminen	+

Kämp Collection Hotels on yhdessä tytäryhtiöidensä kanssa sitoutunut käsittelemään henkilötietoja luottamuksellisesti emmekä luovuta niitä kolmansille osapuolille muissa kuin seuraavissa tapauksissa:

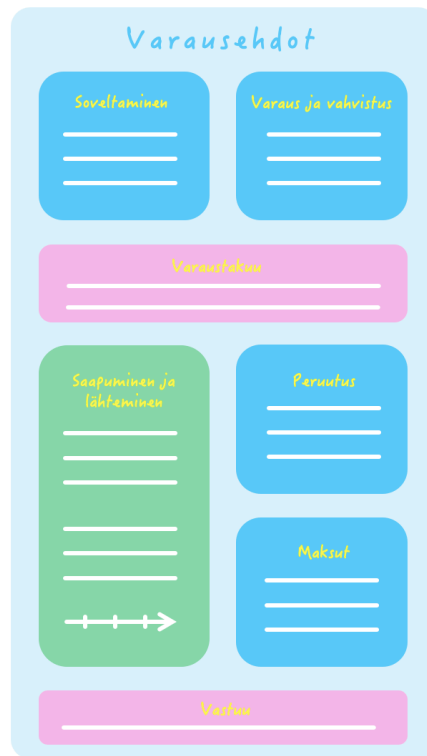
- **Konsernin sisällä:** Tietojasi voidaan luovuttaa Kämp Collection Hotels konsernin tytäryhtiöiden välillä asiakkuutesi hallinnoimiseksi ja asiakaskokemuksesi parantamiseksi. Voimme luovuttaa tietojasi myös, mikäli se on tarpeen oikeutetun etumme vuoksi esimerkiksi turvallisuuden varmistamiseksi tai väärinkäytösten tutkimiseksi ja torjunnaksi asiakkaan aiemman epätoivotun käyttäytymisen perusteella.
- **Viranomaiset:** Kämp Collection Hotels luovuttaa lakisäätöjen velvollisuutensa mukaisesti muiden kuin suomalaisten asiakkaidensa

Kuva 16 Esimerkki ehtojen esitystavasta verkkosivuilla¹⁶⁸

Ehtojen rakenteen osalta voisi pohtia, että ehdot esitettäisi perinteisen tekstin sijasta mosaiikkina. Kuvassa 17 on esimerkki esitystavasta, jossa eri ehtokohdat on kerätty mosaiikiksi eli yksi ehto per ruutu. Tämä helpottaa ehtojen jäsentelyä ja priorisointia. Samalla voidaan käyttää erilaisia värejä, joilla voidaan esittää esimerkiksi asian tärkeyttä. Kuten jo luvussa 5.3.2 on käsiteltykin, värien käytössä on kuitenkin hyvä olla ajatus mukana, jotta niillä ei anneta kuitenkaan väärää kuvaa esitettävästä asiasta. Kuvan esimerkissä on punaisella pyrytty viestimään juuri asian tärkeyttä tai prioriteettia. Prioriteettia voitaisi toisaalta osoittaa myös ruutujen järjestykseltä. Prioriteettia on hyvä pohtia esitystavasta huolimatta. Nykyisten ehtojen osalta priorisointia voitaisi tehdä enemmänkin. On myös selvää, että niin sanotut kaksoisviitaukset voitaisi korvata ehtokohdalla, joka ottaa riittävän voimakkaasti ja selvästi kantaa halettuun asiaan, ettei sitä tarvitsisi mainita useita kertoja.

¹⁶⁷ Ks. lisää Kämp Collection Hotelsin asiakkaan tietosuojaseloste (<https://www.kampcollectionhotels.com/tietosuojaseloste>)

¹⁶⁸ Kämp Collection Hotels 2019, Tietosuojaseloste



Kuva 17 Esimerkki mosaiikkiesitystavasta

Priorisointia voisi edesauttaa, jos ehtojen esitystavaksi valittaisi niin sanottu one pager eli vietäisi kaikki ehdot yhdelle sivulle. Tällöin voitaisi myös pohtia myös sitä, että mosaiikin ruudut noudattaisivat tietynlaista flowta eli prosessin omaista ketjua. Tällöin ehtoihin voitaisi saada myös itse majoitusprosessi kuvattu, joka helpottaisi tulkintaa, milloin mitäkkin ehtokohdtaa missäkin majoituksen vaiheessa sovelletaan. One pager voisi olla myös asiakkaalle helpompi hahmottaa, kun ehdot eivät olisi jakaantuneet monelle eri sivulle, joka tarkoittaisi myös sitä, että ehdot olisivat todella laajat ja tulisi vaatimaan perehtymisen osalta aikaa.

Kuten jo aiemmissa kappaleissa on tullut ilmi, visualisointi on osa-alue, jota on hyvin hankala rajata tiukasti omaksi alueekseen. Erilaiset visuaaliset elementit, kuten värit, kuviot tai kuvat liittyvät moneen muuhun asiaan, mutta ovat toisaalta sellaisia asioita, joita on hyvä pohtia sellaisenaan. Esimerkiksi juuri värien ja niiden käyttö erilaisissa tilanteissa voi muuttaa asian merkitystä monella tavalla. Värejä voi käyttää tekstissä, niillä voi korostaa asioita tai ne voivat olla puhtaasti esteettistä syistä valittuja. Olennaista on kuitenkin, että merkitys on etukäteen ajateltu ja, ettei se anna asiasta väärää kuvaa. Varausehtojen kannalta värejä voisi käyttää juuri korostamiseen ja tärkeiden yksityiskohtien esiin tuomiseen.

Lisäksi kuvat ja kuviot ovat hyvä tapa nostaa esiin tärkeitä asioita ja lisäksi niillä voidaan selkeyttää asioita. Koska majoitusliikkeiden asiakaskunta on melko kansainvälistä, eikä varausehtoja käytännön tai resurssienkaan kannalta ole mahdollista kääntää usealle eri kielelle,

on tekstin tueksi hyvä tuoda erilaisia ikoneita tai piktogrammeja selkeyttämään viestiä. Esimerkiksi savuttomuutta esittävä piktogrammi (kuva 1, s. 36) on hyvä esimerkki tällaisesta. Tämä oli itseasiassa erikseen mainittuna asiakkaan vastuuta käsittelevässä ehtokohdassa ja haastattelujenkin perusteella yksi yleisimmistä lisälaskutusta tuottavasta ehtorikkomuksesta, joten se kannattaisi varmastikin viestiä erikseen ehdoissa universaalien kuvien kera. Lisäksi erilaisia ikoneita voisi käyttää ehtojen sisällä laajasti. Esimerkiksi luetteloissa tai otsikoissa voisi olla niitä kuvaavia ikoneita, jotka helpottaisivat asian löytämistä tai muutoin hahmottamista.

Erilaiset aikajajat ovat myös oiva tapa visualisoida monimutkaisia kokonaisuuksia. Varausehdoissa on useita aikaan sidonnaisia ehtokohtia, jotka voivat olla hankalia hahmottaa. Esimerkiksi saapuminen, lähteminen tai aamiainen ovat asioita, jotka ovat majoituksen aikana sidottu tiettyyn aikatauluun. Toisaalta peruutusehdoissa tai muissa majoituksen aikana tapahtuvissa muutoksissa on aikaan sidonnaisia seikkoja. Lisäksi varausprosessi varaussivustolla käypäisi ainakin osassa hotelleista aikajanan, joka siinä kontekstissa helpottaisi hahmottamaan varauksen tilannetta ja sitä, milloin velvoittavat päätökset tehdään.

Ehtojen sisäistämisen kannalta voisi olla hyvä, että ehdot olisi kiinteästä varaus- ja majoitusprosessiin integroituina. Toki tämä ei poista tarvetta kokonaisvaltaisille varausehdoille, kuten aiemminkin on mainittu, mutta toisivat ehdot aivan uuteen valoon. Varaussivustolla kannattaisi myös priorisoida verkkoon, koska siellä ehtojen hyväksyminen voidaan liittää kaikista vahvimmin prosessiin. Kasvokkain tai puhelimitse tapahtuvat varaustilanteet ovat ehtojen osalta kaikkein hankalimmat, koska ymmärrettävästi näiden yksityiskohtainen esiin tuominen voi olla kasvokkain tai puhelimitse tapahtuvan vuorovaikutuksen kannalta haastavaa. Olennaista on, että näiden tilanteiden osalta lähetettäisiin asiakkaalle varausvahvistus, jonka liitteenä ehdot olisivat. Tällöin asiakas pystyisi kuitenkin vielä tutustumaan ehtoihin ja peruutusehdon voimassaoloaikana tehdä tarvittavia toimenpiteitä.

Integroiminen verkossa tapahtuvien varausten osalta tarkoittaisi sitä, että eri ehtokohdat palasteltaisiin tai jaksotettaisiin verkossa tapahtuvien varausten osalta. Tämä tarkoittaisi sitä, että esimerkiksi huonetta valittaessa voitaisiin ilmoittaa peruutus- ja hintatiedon lisäksi, että soveltuuko tämä lemmikkieläinten majoittamiseen ja, jos niin mitä se ehtojen kannalta tarkoittaisi. Sen lisäksi, että kaikkia ehtoja ei tarvitsisi sisältää kerralla, ne tulisi prosessin mukana esille oikeassa paikassa oikeaan aikaan. Eri palaset voisivat samalla noudattaa aiemmin mainittua mosaiikkimaisen esitystavan logiikkaa ja sisältöä.

Varaus- ja majoitusprosessin ja viestinnän osalta on paljon erilaisia kosketuspintoja, mutta tärkein lienee ennakointi. Molempien teemojen ympärille voi tapahtua paljon ennakointia varausehtoihin liittyen, ennakoinnin ollessa myös yksi oikeusmuotoilun ydinasioita. Viestinnällisellä puolella asioita voidaan tehdä ennakoinnin nimissä paljonkin ja toki jo aiemminkin läpikäytyt teemat ovat viestinnällisiä asioita, mutta ehkä tässä asiayhteydessä tarkoitetaan

enemmänkin viestinnän työkaluja tai tapoja. Kuten palvelupolusta aiemmin pystyttiin toteamaan, varausehdot jakautuvat polun mukana kolmeen eri vaiheeseen. Myös varausehdot voidaan nähdä jakautuvan näihin vaiheisiin ja ne pyrkivät varausvaiheessa tiettyyn ennakointiin ja osa ehdoista velvoittaakin jo ennen itse palvelun käyttöä. Tästä johtuen ennakointia voidaan tehdä myös itse varausvahvistuksen jälkeenkin, vaikka asiakas onkin jo ilmoittavansa noudattavansa annettuja ehtoja. Kysymys on kuitenkin siitä, että saadaan asiakas myös aidosti noudattamaan annettuja ehtoja, eikä tällöin ajauduta tilanteisiin, saati konflikteihin, jolloin ehtoja joudutaan soveltamaan.

Yksi hyvä keino viestiä majoituksen aikana sovellettavista ehdoista voisi olla varausvahvistuksen mukana lähetetyt majoittumiseen liittyvät vinkit. Tässä voisi nostaa esiin esimerkiksi vastuuseen, omaisuuteen tai lemmikkeihin liittyviä käytännön ohjeita, jotka kuitenkin ohjaisivat noudattamaan ehtokohtia. Varausvahvistus lienee tällaisille ohjeille loogisin paikka, mutta toisaalta, jos käytössä olisi jokin applikaatio tai sovellus, jonka kautta viestintää voisi tehdä, olisi varmasti nykyaikainen tapa. Toinen tekninen tapa viestiä voisi olla hotelleissa olevat info-TV:t, joiden kautta voisi tuoda esiin ainakin erilaisia järjestykseen ja turvallisuuteen liittyviä ohjeita, jotka edelleen veisivät asiakkaan käytöstä sellaiseen suuntaan, joka olisi linjassa ehtojen kanssa.

Teknisenä ratkaisuna voitaisi pitää myös alaikäisen majoittujan lupatodistusta, joka pitäisi ehdottomasti olla valmis tekstitiedosta, joka asiakkaan olisi helppo ja yksikertainen täyttää ja palauttaa. Tämän suuntainen ratkaisu oli Scandicilla käytössään kuvassa 11 (s. 56). Se, että tapa olisi asiakaslähtöistä, se myös parantaisi kokonaisuuden juridista arvoa, kuin myös selkeyttäisi prosessia huomattavasti. Nykyaikainen tapa voisi olla myös lomakkeen siirtäminen täysin sähköiseen muotoon. Tämä tosin olisi toki teknisesti haastavampi kokonaisuus. Samoin ratkaisussa tulisi ratkaista vastuunottajan allekirjoituksen saaminen.

Perinteisiäkin tapoja viestiä voidaan käyttää huolimatta digiloikan aiheuttamasta digitalisointivimmasta. Huoneessa voisi olla perinteisiä tai fyysisiä ohjeita kuten tupakoinnin kieltäviä ohjeita tai piktogrammeja, jotka tietävästi ovatkin yleisesti hotelleissa käytössä. Tämä yksikertainen ohje ohjaa asiakkaita välttämään vastuutaan aiheuttamastaan vahingosta. Toisaalta myös yksikertainen kortti tai merkintä huoneen lukollisessa säilytyslokerossa voisi ohjata jo aiemmin mainitun omaisuuden säilyttämisiin liittyvien vastuukysymysten välttämiseen. Oli ehtojen viestinnällinen ratkaisu millainen hyvänsä, on aivan olennaista, että ne ovat kokonaisuudessaan helposti saavutettavissa, niin ennen varausta, majoituksen aikana, kuin sen jälkeenkin.

Varausehtojen tueksi voitaisi toteuttaa erilaisia esimerkkejä, jotka helpottaisivat mahdollisesti ehtojen ymmärtämistä ja soveltamista. Esimerkkien avulla asiakas voisi myös löytää ratkaisuja kysymyksiinsä ja tämä keventäisi resursseja näiltä osin. Lisäksi samassa yhteydessä voisi

tuoda yleisellä tasolla tietoon seuraamuksia, joita on tullut ehtojen rikkomisesta. Tällainen voisi olla esimerkiksi tupakoidun huoneen siivouskulut. Toisaalta asia on ongelmallinen, koska riskinä voi olla, että seuraamus voitaisi nähdä myös niin sanotusti hintalappuna eli mikä olisi hinta siitä, että savuttomassa huoneessa voisi polttaa. Esimerkit voisivat olla esimerkiksi usein kysytyjen kysymysten eli niin sanotun FAQ:n (frequently asked questions) muodossa ja on riskeistä huolimatta jatkojalustuksen arvoinen idea. Tämän idean lisäksi seuraavassa luvussa käsitellään tarkemmin ikonien, värien ja aikajanojen käyttöä sekä palastelun merkitystä ja majoitukseen liittyviä vinkkejä.

Ideoinnin tuloksena siis nousi kuusi teemaa asioiksi, joita lähdettiin jalostamaan valmiimmiksi prototyypeiksi tai kehitysehdotuksiksi. Prototyyppi tarkoittaa alkuperäistä ensimmäistä versiota ja edelleen palvelumuotoilussa prototyyppi tarkoittaa nopeiden mallien rakentamista suunnittelun ja kehittämisen tueksi¹⁶⁹. Tässä työssä on tehty nimenomaisesti palvelumuotoilun tai oikeusmuotoilun kannalta olennaista prototypointia, jonka osalta on hyvä tunnistaa, että seuraavissa kappaleissa esitetyt prototyypit tai mallit toimivat enemmänkin kehitysehdotuksina tai mallikuvioina. Tehdyt mallit eivät edusta Kämp Collection Hotelsin visuaalista ilmettä, vaan ovat kirjoittajan näkemyksiä suunnasta, johon esitetyt asioita voisi viedä.

Kuusi teemaa eli ikonien, värien ja aikajanojen käyttö, palastelu, majoitukseen liittyvät vinkit sekä usein kysytyt kysymykset valikoituivat kehitettäväksi asioiksi, koska näiden kaikkien osalta oli selvää, että ne auttaisivat asiakkaita saavuttamaan ja ymmärtämään annetut ehdot selkeämmin ja tehokkaimmin. Niin ikään muut ideoinnissa esiin tulleet asiat ovat erittäin tärkeitä ja niitä käsitelläänkin yhtä lailla kuuden mainitun teeman sisällä. Kieleen liittyvät ongelmat ovat erittäin olennaisia asioita ymmärtämisen kannalta ja sitä on varmasti pohdittava erillisenä asiana, mutta tässä työssä aihetta käsitellään ideoinnin lisäksi seuraavien kappaleiden sivussa.

Ikonit (eng. icons) ovat näppäriä työkalua visualisoinnissa. Niitä voi käyttää esimerkiksi jonkin aiheen korostamiseen tai ymmärtämiseen. Majoitusliikkeiden varausehdot ovat kohdistettu usein melko lailla monikansalliselle kohderyhmälle. Ikonien käyttö on tästä johtuen hyvin perusteltua, koska ne ikään kuin alustavat asiakkaalle mistä missäkin ehtokohdassa voisi olla kyse. Esimerkiksi rahan kuva alustaa, että teksti mitä todennäköisimmin kertoo jotakin rahaan liittyvää. Toisaalta taas varausehdot, kuten Kämp Collection Hotelsinkin, ovat usein monivuisia tekstikokonaisuuksia, niin ikonit voivat auttaa tiettyjen haluttujen ehtokohtien löytämistäkin.

Kuvassa 18 on esitetty malli, jossa ikoneita käytetään varausehtojen tukena. Mallissa ehtokohdat ovat erotettu toisistaan laatikoilla, kuten aiemmin ideoinnissa ehdotettiin

¹⁶⁹ Tuulaniemi 2013, 194

(mosaiikkiesitystapa). Tämän jälkeen ehtokohtaa kuvaamaan on mietitty ikoni. Esimerkiksi varaustakuusta tai maksuista puhuttaessa ikoniksi on valittu raha. Tästä lukija ymmärtää heti, että kyseinen ehtokohta liittyy rahaan ja rahan käyttöön, jolloin mahdollisesti ymmärtää lukea tämän tarkemmin. Olettaen, että ehdot ovat suomeksi ja englanniksi, kuten tällä hetkellä Kämp Collection Hotelsilla on, voi näitä kieliä ymmärtämätönkin ymmärtää ja priorisoida ehtokohtien kääntämistä. Esimerkissä on lisäksi käytetty muista ehtokohdista poikkeavaa väriä, joka voidaan ymmärtää, jonkinlaisena priorisoivana merkintänä tai asiana, joka on olennainen tai tärkeä majoittumisen kannalta. Usein juuri raha tai taloudelliset intressit koetaan tärkeänä.



Kuva 18 Ikonien käyttö varausehdoissa

Varaustakuu on nykyisissä ehdoissa omana kohtanaan, mutta esimerkkimallissa siihen on lisätty myös maksut. Tämä toisi kaikki suoraan maksamiseen ja rahankäyttöön liittyvät asiat saman ehtokohdan alle, joka olisi omiaan selkeyttämään ehtoja. Toisaalta on muistettava kuitenkin, että ehtokohta tulee olla hyvin jäsennelty ja jaksotettu, jotta selkeys pysyy. Kuten aiemmin on jo mainittu, ehtokohta on nykyisellään melko epäselvä ja kaipaa remonttia. Muutoin mallissa on pyritty löytämään kaikille ehtokohdille mahdollisimman kuvaava ikoni. Saapumisessa ja lähtemisessä käsitellään kellonaikoja tai ne ovat määräävässä asemassa, joten on luonnollista, että niitä kuvataan kellotaululla. Kerrottaessa asiakkaan omaisuudesta ja sen vastuista, on timantti kuvaava ikoni, koska ehtokohta keskittyy juuri arvokkaaseen omaisuuteen.

Kuten kuvan 18 esimerkissäkin oli jo tehty, **Värien** käyttö auttaa selkeyttämään tekstin tavoitetta ja alleviivaamaan prioriteetteja. Kuvan 19 vasemmanpuoleisessa ehtokohdassa on

pyritytty käyttämään värejä nostamaan haluttuja yksityiskohtia esiin. Kuvan esimerkin teksti on suora ote nykyisistä Kämp Collection Hotelsin varausehdoista. Esimerkki voisi olla jatkumoa edelliselle mallille eli ikonilla korostettu ehtokohta, jonka sisällä on käytetty värejä. Tässä esimerkissä kaikki kellonajat on haluttu tuoda punaisella värillä esiin. Ehtokohdassa on olen-naista, että tietyn kellonajan jälkeen sovelletaan aina erilaista ehtoa. Esimerkiksi kello 15:00 kaupankohde on asiakkaan käytössä ja kello 12:00 se on luovutettava pois. Tässä kohdassa voitaisi myös käyttää aikajanaa kuvaamaan asiaa, mutta tästä aiheesta esimerkkejä jäljem-pänä.



Hotelliin saapuminen ja lähteminen

Huone on käytettävissäsi tulopäivänä klo 15.00 ja se on luovutettava lähtöpäivänä klo 12.00 mennessä. Hotellilla voi olla tästä poikkeavia tulo- ja lähtöaikoja. Turvallisuussyistä vain henkilökunta ja hotelliin sisään kirjautuneet henkilöt päästetään hotellihuoneisiin ja muihin varattuihin tiloihin, huone- ja tilakohtainen maksimi henkilömäärä ei saa ylittyä.

Jos muuta ei ole sovittu varauksen yhteydessä tai valitsemaasi hintaan tai varausajankohtaan ei liity muita ehtoja huonetta pidetään varattuna klo 16.00 saakka varaukseen merkittynä saapumispäivänä.

Jos saavut tätä myöhemmin, on sinun vahvistettava myöhäinen tuloaikasi luottokortilla tai muulla sovitulla tavalla. Muussa tapauksessa hotelli voi myydä huoneen edelleen.

Jos saavut hotelliin sen tuloaikoja noudattaen, mutta varattua huonetta ei ole vapaana, hotelliin on ilman lisäkustannuksia hankittava lähin mahdollinen vastaavan tasoinen huone.

2. Hotelliin saapuminen ja lähteminen

Huone on käytettävissäsi tulopäivänä klo 15.00 ja se on luovutettava lähtöpäivänä klo 12.00 mennessä. Hotellilla voi olla tästä poikkeavia tulo- ja lähtöaikoja. Turvallisuussyistä vain henkilökunta ja hotelliin sisään kirjautuneet henkilöt päästetään hotellihuoneisiin ja muihin varattuihin tiloihin, huone- ja tilakohtainen maksimi henkilömäärä ei saa ylittyä.

Jos muuta ei ole sovittu varauksen yhteydessä tai valitsemaasi hintaan tai varausajankohtaan ei liity muita ehtoja huonetta pidetään varattuna klo 16.00 saakka varaukseen merkittynä saapumispäivänä. Jos saavut tätä myöhemmin, on sinun vahvistettava myöhäinen tuloaikasi luottokortilla tai muulla sovitulla tavalla. Muussa tapauksessa hotelli voi myydä huoneen edelleen. Jos saavut hotelliin sen tuloaikoja noudattaen, mutta varattua huonetta ei ole vapaana, hotelliin on ilman lisäkustannuksia hankittava lähin mahdollinen vastaavan tasoinen huone.

Kuva 19 Esimerkki värien käytöstä varausehdoissa

Lisäksi kuvan 19 vasemmanpuoleisessa esimerkissä on haluttu tuoda esiin, jälleen kerran, suoraan taloudellisiin intresseihin liittyvä asia. Nämä ovat tärkeitä asioita niin liiketoiminnan kannalta, kuin asiakkaankin kukkaron kannalta. Tässä tapauksessa ehtokohta on vielä hyvin tiukka, koska tietyn ajan jälkeen asiakkaalta vaaditaan toimenpiteitä, joilla on taloudellisia vaikutuksia sekä vaikuttaa olennaisesti tulevan majoituksen kulkuun. Eli, jos tiettyjä toimenpiteitä ei olla tehty, niin tällöin asiakas voi menettää kulutushyödykkeen, josta on tehnyt sopimuksen. Ehto on vielä muihin kilpailijoihin nähden melko tiukka, aikaikkunan ollessa vain tunnin, muiden kolmeen tuntiin verraten. Tästä syystä asia on tuotu vielä esiin punaisella laatikolla, jonka tehtävänä on alleviivata molempien osapuolten kannalta tärkeää asiaa.

Kuvan 19 oikeanpuoleinen ehtokohta on mukaelma nykyisestä ehtokohdasta, johon on lisätty lihavoituja kellonaikoihin sekä alleviivaus samaan tekstiin kuin vasemmanpuoleisessa esimerkissä. Lisäksi siitä on poistettu vasemmanpuoleisen kohdan jaksotukset tai välit, joita nykyisessä ehtokohdassa ei ole. Huolimatta tekstin fontista tai koosta, vasemman esimerkin asiat ovat hyvin paljon selkeämmät ja jäsennellymmät. Punainen tausta alleviivaa ehtokohdan hyvin eikä teksti puuroudu kuten oikeanpuoleisen ehtokohdan osalta käy. Punainen väri myös näyttää jo nopealla vilauksella asian tärkeyden toisin kuin musta alleviivaus, jota ei edes nykyisissä ehdoissa ole. Lisäksi punainen väri kellonajoissa tuo ne esiin huomattavasti tehokkaammin kuin mustan lihavoidun tekstin.

Aikajanoilla voidaan visualisoida monia erilaisia aikaikkunoita tai prosesseja, kuten jo aiemmin on käynyt ilmi. Niitä voidaan käyttää kuvaamaan osto- tai varausprosessia tai ne voi olla kuvaamassa esimerkiksi majoituksen aikaikkunaa, kuten jäljempänä kerrotaan. Kuvassa 20 on esimerkki, siitä miten aikajanaa voidaan käyttää peruutusehdon tukena. Esimerkin tekstiosuutena on jälleen käytetty Kämp Collection Hotelsin nykyisten varausehtojen peruutusehtoa. Otsikon tukena on jälleen käytetty ikonia, jotta ehtokohta herättäisi halutun huomion, joka tässä tapauksessa on se, että ehtokohta kertoo jostakin kieltämiseen liittyvästä eli peruuttamisesta.



Kuva 20 Esimerkki aikajanasta visualisointikeinona

Itse aikajana kertoo yksittäisen varauksen aikajänteestä ennen majoituksen alkua eli siitä voi nähdä milloin peruuttaminen on vielä varaamisen jälkeen mahdollista. Aikajanassa on myös käytetty värejä kuvaamaan sitä, milloin peruuttaminen vielä onnistuu. Väreissä toistuu kansainvälisestikin tunnettu liikennevaloperiaate eli vihreällä alueella kaikki on mahdollista, keltaisella alueella on peruuttamiselle asetettu aikaraja ja lopulta punaisella alueella peruuttaminen ei enää ole mahdollista. Värien tueksi on lisätty vain olennaiset tekstit, mitkä tuottavat riittävän informaation asian ymmärtämistä varten. Lisäksi viimeistä peruutusaikaa varten on vielä lisätty kelloikonit ikään kuin hälyttämään aikamäärän loppumisesta.

Yksi hyvä tapa lisätä asiakkaiden tietoisuutta on **usein kysytyt kysymykset**, FAQ tai kysymykset ja vastaukset (eng. questions and answers Q&A) -osio. Tässä osiossa laitetaan esille valmiita vastauksia sellaisiin asiakkaiden kysymyksiin, jotka toistuvat usein tai muuten koetaan tarpeellisiksi tuoda esiin. Tämä on käytännönläheinen tapa tuoda erilaisia esimerkkejä esimerkiksi juuri majoitusliikkeen eri käytännöistä, mutta myös varausehdoista. Varausehtojen kannalta olisikin hyvä, että asiakkaat tietäisivät, miten eri ehtokohtia sovelletaan käytännössä.

Kuvassa 21 on esimerkki siitä, miten varausehdoista voitaisi koota usein kysytyt kysymykset - osuus. Myös tässä osuudessa voitaisi käyttää visuaalisia keinoja hyväksi muun muassa jäsentelyyn, värien sekä ikonien käytöllä. Esimerkkikuvassa kysymysten ja vastausten asettelu on tehty ikään kuin nykyaikaisen älypuhelinviesti- tai pikaviestisovellusten ulkoasuun muotoon. Se lienee monelle asiakkaalle tuttu ulkoasu ja siihen olisi sitä kautta helppo samaistua.

Värit voisivat tuoda vastauksiin tietyn äänen sävyn. Vihreällä värillä tuodaan esiin positiivista ja mahdollistavaa ilmaisuja, kuten esimerkkitapauksen kysymyksessä, jossa asiakkaan kysymykseen vastataan mahdollistavasti tai kannustavasti ja luodaan ilmapiiri, joka mahdollistaa. Toisaalta taas punainen väri antaa viitteitä jälleen sellaisesta, että luvassa on jokin seuraamus tai kielteinen asia, kuten esimerkissä, jossa asiakkaalle lankeaa ehtojen mukainen vahingonkorvausvastuu.



Kuva 21 Esimerkki usein kysytyistä kysymyksistä

Lisäksi kuvan esimerkissä on haluttu käyttää ikoneita. Ikonit ovat tässä asiayhteydessä tarpeellisia tai käyttökelpoisia siinä tapauksessa, että niitä on käytetty myös todellisissa ehtoissa hyväksi. Tällöin kysymyspari on helppo yhdistää todellisiin ehtokohtiin, jossa on käytetty vastaavia ikoneita. Esimerkiksi kellonkuva viittaisi ehtokohtaan *hotelliin saapuminen ja lähteminen* (kuva 19). Usein kysytyt kysymykset voisivat sijaita todellisen ehdodokumentin yhteydessä. Tällöin se olisi helppo löytää ja sitä olisi myös helppo soveltaa yhdessä todellisten ehtojen kanssa. Tämä tosin pitäisi muistaa huomioida varausehtojen sisällysluettelossa tai muussa sopivassa yhteydessä, jotta lukija ymmärtää etsi soveltamista helpottavaa osuutta. Toisaalta harkitseminen arvoista voisi olla myös kysymysparin viemisestä suoraan todellisen ehtokohdan yhteyteen, jolloin soveltamisesimerkki olisi heti ehtokohdan jälkeen.

Kysymysten asetteluun on hyvä paneutua kunnolla. Tässä vaiheessa on hyvä pohtia, että millainen tavoite näiden osalta on ja mihin suuntaan asiakasta halutaan kysymyksillä ohjata. Tämä osio soveltuu niin sanotulle nudgingille eli tuuppaamiselle erinomaisesti. Kysymys voidaan asettaa siten, että vastaus voidaan antaa siten, että se ohjaa tekemään halutulla tavalla, mutta ei kuitenkaan pakota asiakasta tekemään näin. Tällöin annetaan asiakkaalle

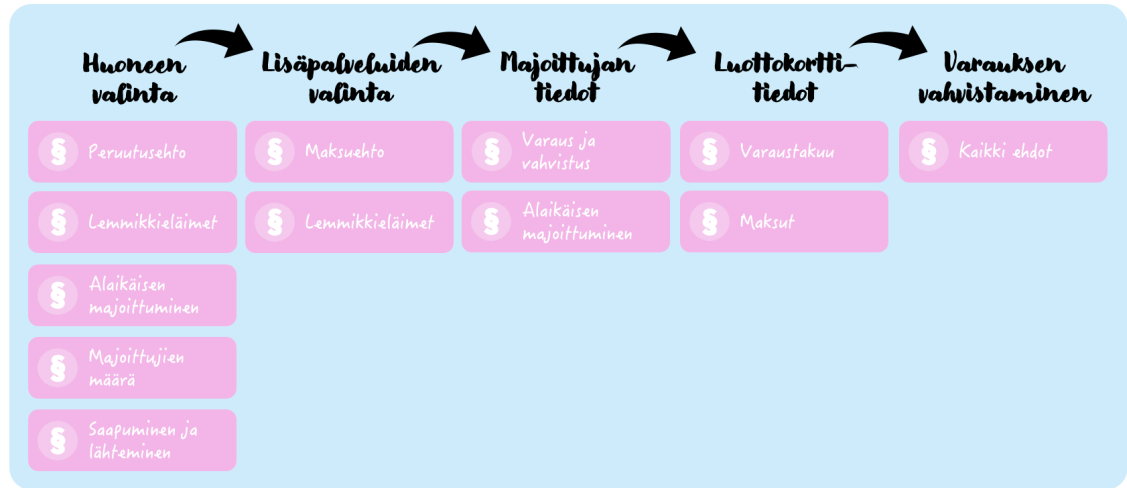
valinnan vapaus, mutta ohjataan kuitenkin haluttuun suuntaan. Esimerkiksi: ”Voinko tuoda arvoesineeni hotellin vastaanottoon säilytettäväksi?”. Tähän voisi vastaus olla: ”Kyllä voit, mutta tiesitkö, että huoneessasi on hyvä lukollinen säilytyslokero, jossa voit säilyttää arvoesineitäsi. Tällöin sinun ei tarvitse olla riippuvainen vastaanotosta ja arvotavarasi on silti hyvässä tallessa.”. Esimerkissä siis annetaan asiakkaalle valinnanvapaus ja vastataan hänen kysymyksiinsä, mutta samalla kerrotaan hänelle hotellin kannalta suotuisampi vaihtoehto ja ohjataan tekemään valintaansa siihen suuntaan. Hotellin kannalta suotuisa vaihtoehto on luonnollisesti sellainen, missä riskiä hotellin vastuusta saadaan vähennettyä tai jopa kokonaan poistettua.

Kysymysten asettelussa on myös hyvä huomioida se, ettei tee kokonaisuudesta liian monimutkaista. Kysymyksissä on hyvä pohtia, että mitkä asiat vaativat hotellin kannalta vielä selkeytystä eli mistä ehtokohdista ei olla välttämättä itsessään saatu riittävän yksiselitteisiä. Toisaalta taas voidaan katsoa peruutuspeiliin ja tutkia mistä ehtokohdista on asiakkaan kannalta tullut eniten kysymyksiä ja tällöin tuoda osioon nimensä mukaisesti juuri näitä. Tästä syystä myös otsikointia on syytä miettiä eli onko kyseessä juuri *usein kysytyt kysymykset* vai onko kyseessä *kysymykset ja vastaukset*. Ensimmäiseksi mainittu antaa mielikuvan tai jopa lupauksen siitä, että millaisia kysymyksiä ehdot yleisesti lukijakunnassaan herättää, kun taas kysymykset ja vastaukset antavat ehkä hieman lisää vapautta kysymysten asettelulle. Tärkeintä kuitenkin on, että osio luo varausehdoille selkeyttä, ei monimutkaista niitä.

Palastelu on hyvä tapa tuoda varausehdot näkyville sekä viestiä nämä asiakkaalle palalta. Palastelussa on ajatuksena se, että kaikki mahdolliset ehtokohta tuotaisi asiakkaalle nähtäville jo mahdollisimman aikaisessa vaiheessa varausprosessia, jotta ehtoja ei tarvitsisi tankata yhdellä kertaa varausta vahvistettaessa. Aiemmin läpikäydyssä palvelupolussa oli tuotu asiakkaan polkuun jo näkyväksi tiettyjä vaiheita, joissa voidaan eri ehtokohtia kommunikoida. Kuten jo mainittu, palastelu ei itsessään pienennä juridista merkitystä kokonaisvaltaisten ehtojen hyväksymiseen varausvaiheessa, koska tämä antaa riitatilanteisiin vahvaa näyttöä. Sillä voidaan kuitenkin täyttää myyjän kuluttajasuojalain veloitetta kertoa kulutus-hyödykkeestä riittävästi, jotta ostopäätös voidaan tehdä. Se myös helpottaa asiakasta ymmärtämään ja sisäistämään varausehdot, koska osa niistä olisi jo kerran luettua.

Palastelu kannattaa aloittaa mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, jotta tieto saadaan jaettua mahdollisimman laajalle prosessissa. Kuvassa 22 on kuvattu mitä ja millaisiin vaiheisiin varausehtoja voitaisi jakaa. Huonetta valitessa voidaan tehdä paljon, mutta on myös erittäin suositeltavaa tuoda joitakin ehtokohtia esille. Aiemmin jo käsiteltiin, että eri hintaluokat voivat pitää sisällään yleisistä varausehdoista poikkeavan peruutusehdon, joten tämä olisi hyvä huomioida myös huonetta ja edelleen hintaluokkaa valittaessa. Nykyisissä ehdoissa on mainittuna, että lemmikkieläimiä varten varattuja huoneita on tietty määrä ja näiden tuomisesta

hotelliin veloitetaan erikseen ja sisältää vahingonkorvausvastuun. Tämä olisi varmasti asiakkaan näkökulmasta olennainen tieto jo huonetta tai hotellia valittaessa.



Kuva 22 Ehtokohtia palasteltuna varausprosessiin

Saapuminen ja lähteminen on sidottu tiettyihin aikamääreisiin, jotka ovat hyvin olennaisia asioita majoittumisen kannalta. Tämä asia toki saattaa ollakin huomioituna tässä vaiheessa, mutta ehtokohta voisi olla nähtävillä kokonaisuudessaan kellonaikojen lisäksi. Hotellihuoneeseen pääsy on rajoitettu ehdoilla tiettyyn määrään, tämä voisi olla jollakin tavalla tuotuna esiin, viimeistään majoittujan tietoja täyttäessä, mutta ehkäpä jo huonetta valittaessa. Varaajallahan voi olla ajatuksena käyttää huonettaan osittain esimerkiksi kokouskäyttöön, jolloin tieto maksimi henkilömäärästä on hyvin olennainen. Viimeisenä kohtana on tärkeää tietää ehtokohta alaikäisestä majoittujasta. Varaajan on hyvä tietää asian osalta vastuunsa, koska vastuu ei ole samanlainen eri hotellyhtiöiden välillä. Tällöin asia voi tulla yllätyksenä, eikä ole tällöin kumpikaan osapuolia hyödyttävä asia, etenkin, kun asia vaatii asiakkaalta ehtojen mukaan toimenpiteitä (lupatodistus).

Lisäpalveluiden osalta on hyvä huomioida, että maksuehdot tulevat selvästi esiin. Eli onko palvelu maksullinen vai ei. Joiden hotellien osalta varausprosessiin on tuotu jo nyt lemmikkien tuonti lisäpalveluiden valintaan. Tässä voisi olla maksuehdon lisäksi olla tuotuna esiin myös varausehtojen mukaiset vastuukysymykset eli vastuu häiriötekijöistä sekä vahingoista huoneessa.

Seuraavassa vaiheessa varausta ilmoitetaan tulevan majoittujan tiedot sekä luottokorttitiedot. Näissä vaiheissa on luonnollisesti hyvä ilmaista, että miksi mikäkin tieto kerätään varausehtojen puitteissa. Tässä kohtaa mainittakoon työn ulkopuolelta, että myös yleisen tietoruoja-asetuksen osalta on varmastikin hyvä olla perusteet näkyvissä, kun kerättäviä tietoja ovat henkilötiedot. Varausehtoihin liittyen tässä vaiheessa on hyvä ilmaista, että ehtojen

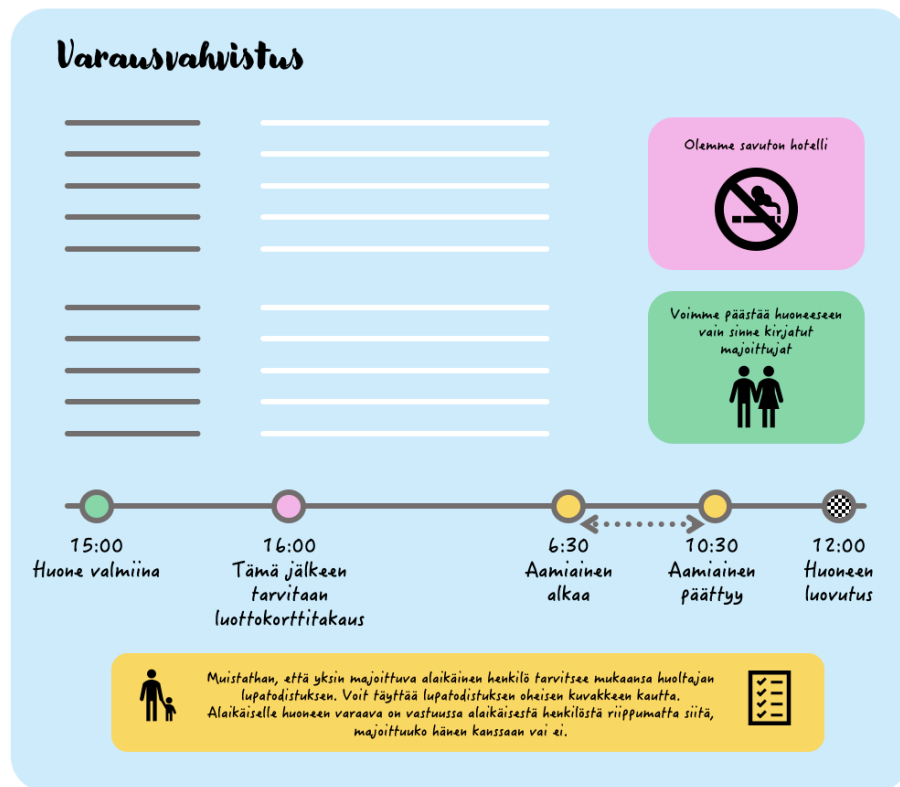
mukaiseen varausvahvistukseen tarvitaan majoittujalta tiettyjä tietoja. Lisäksi tässä yhteydessä on hyvä muistuttaa, että mikäli majoittuja on alaikäinen, asia vaatii tiettyjä, jo aiemmin käsiteltyjä toimenpiteitä. Toisaalta ajan mukaista olisi, että lupatodistuksen voisi täyttää verkossa esimerkiksi pankkitunnuksilla tunnistautumalla.

Koska Kämp Collection Hotels pyytää huoneen varaajalta maksukorttitietoja, olisi perusteiden ilmoittaminen muutoin kohteliasta, mutta tässä yhteydessä varausehtojen mukaisten perusteiden ilmoittaminen olisi järkevää. Asiakasta varmasti kiinnostaa, että mihin maksukorttitietoja käytetään ja miksi. Toisaalta samalla voitaisi ilmoittaa, että mitä muita maksuja majoittumiseen mahdollisesti voi liittyä ja miten luottokorttitietojen luovuttaminen varausvaiheessa voisi liittyä tähän. Lisäksi tämä loisi vähemmän epävarmuuden tunnetta, joka taas voisi keventää.

Ennen varausvahvistus asiakkaan tulee vielä hyväksyä varausehdot kokonaisuudessaan. Edellä esitetyn palastelun avulla asiakas olisi tässä vaiheessa käynyt läpi kertaalleen yli puolet nykyisten varausehtojen ehtokohdista. Näin ollen hänen lukutaakkansa olisi huomattavasti kevyempi. Jos asiakas taas päättäisi olla lukematta ehdot kokonaisuudessaan, tietäisi hän jo joka tapauksessa ison osan sisällöstä, koska nämä olisi käyty läpi jo varausprosessin aikana. Toisaalta loput ehtokohdat voidaan vielä tuoda esiin seuraavan kehityskohdan avulla.

Se mitä palastelussa jää varausehtojen osalta käymättä läpi, voitaisi tuoda esiin varausvahvistuksen ohessa annettavilla **majoitusvinkeillä**. Nämä vinkit ohjaisivat asiakkaita huomioimaan varausehdoissa olevat, majoituksen kannalta olennaiset asiat. Kuvassa 23 on esimerkki siitä, miten varausvahvistuksen yhteyteen voitaisi liittää erilaisia vinkkejä tai tietoa varausehtoihin liittyen. Kuvassa harmaat ja valkoiset viivat kuvaavat nykyisiä tietoja varausvahvistuksesta. Esimerkiksi GLO Hotel Sellon varausvahvistuksessa (liite 3) on perustiedot varauksesta sekä peruutus- ja maksuehto. Lisäksi vahvistuksessa kerrotaan, että miksi varauksen vahvistamisen yhteydessä on annettu luottokorttitiedot. Nykyisten tietojen lisäksi esimerkkipuoleen on tuotu olennaisia asioita, joiden tukemana voidaan saada asiakas ymmärtämään ja noudattamaan annettuja ehtoja paremmin.

Esimerkissä on muun muassa kerrottu, että hotelli on savuton, jotta asiakas ei epähuomiossa tupakoisi huoneessa, koska tämä katsotaan ehtorikkomukseksi nykyvarausehtojen mukaan ja tästä syntyisi vahingonkorvaus velvoite. Tässä yhteydessä on käytetty tupakointikielletty piktogrammia, joka on melko universaali tapa kertoa, että tupakointi on kielletty. Lisäksi tässä yhteydessä on kerrottu, ettei huoneeseen voi päästää kuin sinne kirjatut henkilöt. Tämä on nykyehdoissa ilmeisen tärkeä ehtokohta sen ollessa tuotuna esiin kahden eri ehtokohdan sisällä. Tuplat toki kannattaa ehdoista siivota pois, mutta toisaalta varausvahvistuksessa tämä voisi olla vinkin muodossa muistuttamassa tärkeästä ehtokohdasta.



Kuva 23 Esimerkki varausvahvistuksen mukana olevista majoitusvinkeistä

Aiemmin kerrottiin aikajanasta visualisointikeinona. Myös tässä yhteydessä on tuotu aikajana kuvaamaan yksittäisen majoituksen kaarta, jotta se olisi helpompi ymmärtää. Eli milloin huone on vapaana, milloin se on taattava luottokortilla ja milloin se päättyy. Lisäksi on tuotu esiin ylimääräisenä asiana aamiaisen aikaväli, sen ollessa olennainen osa majoitusta. Toisaalta on huomioitava, ettei aamiainen kuulu kaikkiin hintaluokkiin, joten se voi tällöin olla myös turha tieto. Kuvan 23 esimerkissä on vielä tuotu esiin alaikäiseen majoittajaan liittyvät velvoitteet, jotta lupatodistus olisi majoittujan mukana hänen saapuessa hotelliin ja velvoitteet tätä ehtoa kohden tulisi hoidettua.

Yhtä hyvin varausvahvistuksen yhteydessä voitaisi vinkata erilaisista turvallisuustekijöistä tai säännöistä, joilla olisi yhteys varausehtoihin. Tai siinä voisi olla kohta asiakkaan vahingonkorvausvelvoitteesta tai omaisuuteen liittyvistä vastuista. Lisäksi varausvahvistuksessa olisi hyvä olla linkki varausehtoihin, jotta asiakas voi tutustua vielä kertaalleen näihin ja, jotta myös puhelimitse tehtyjen varausehtojen osalta voitaisi tutustua ehtoihin tarkemmin. Vinkit voivat yhtä lailla olla osa muutakin ennakkoviestintää, mutta toisaalta varausvahvistus on osa kaupantekoa ja näin luonnollinen paikka ehtojen kertaamiselle. Muu ennakkoviestintä voidaan tulkita markkinointiviestinnäksi, eikä tällöin välttämättä noteerata samalla tavalla kuin varausvahvistusta.

7 Johtopäätökset

Yleisillä varausehdoilla on lopulta hyvin suuri merkitys sille, millaiseksi hotellimajoituksen kaari muodostuu. Varausehdot ohjaavat varausprosessia, ne määrittelevät majoituksen sisältöä ja niillä on merkitystä majoituksen päätyttyä. Ne ovat osa koko palvelukokonaisuutta. Tästä syystä on järkevää, että varausehtoja käytetään muun toiminnan rinnalla näkyvänä osana. Tietoisuus varausehdoista ja näiden näkyvyys on omiaan helpottamaan liiketoimintaa kuin myös asiakkaan arkea.

Muotoilulla voidaan tuoda juridista materiaalia näkyvämmäksi ja helpommin ymmärrettäväksi. Oikeusmuotoilun yksi ydinseikka on asiakaskeskeisyys, joka tämän muotoiluprojektin kokonaisuudessa oli hyvin olennainen asia. Olennaista oli, että miten nykyiset varausehdot saataisi sellaiseen muotoon, jotta asiakas pystyisi ymmärtämään ne helpommin ja tätä kautta ne voisivat tukea majoitusliiketoimintaa paremmin. Tässä palvelumuotoilun iteratiivinen prosessi oli omiaan. Jo tiedonhankinta perustui asiakaslähtöisen tiedon keräämiseen, jonka jälkeen tietoa hyödynnettiin rakennettaessa asiakkaan näkökulmasta majoituksen kaarta eli palvelupolkua. Niin ikään ideoinnin pohjana pidettiin sitä, miten asiakas voisi ehdot kokea ja edelleen ratkais- tai kehitysehdotuksissa kantava ajatus oli se, miten asiakas voisi ymmärtää varausehdot parhaalla mahdollisella tavalla.

Liiketoiminnan kannalta on hyvin olennaista, että asiakas ymmärtää kaupan ehdot oikein ja on valmis noudattamaan niitä. Voisi väittää, että perinteisessä juridiikassa ehdot pyritään rakentamaan siten, että ne ovat mahdollisimman edulliset toista sopijaosapuolta kohtaan. Lisäksi ehdoissa saattaa olla useita kohtia, joista tehdään mahdollisimman monimutkaisia, jotta niitä voidaan tarvittaessa käyttää puolustusmekanismina tai takaporttina. Liiketoiminnallisessa mielessä tämä ei ole kuitenkaan välttämättä parasratkaisu. Ainakaan taloudellisten resurssien kannalta. Jokainen konflikti, iso tai pieni, ovat omiaan kasvattamaan sopijapuolten kuluja.

Voivatko siis vaikeasti ymmärrettävät, hankalaa kapulakieltä täynnä olevat ja niin sanotulla pienellä prääntillä kirjoitetut ehdot tukea paremmin liiketoiminnallisia intressejä kuin helposti ymmärrettävät ja saavutettavissa olevat ehdot. Kuluttajasuojalaki (38/1978) ohjaa myyjää, useammassakin vaiheessa, kertomaan kuluttajalle kuluttajahyödykkeestä mahdollisimman paljon ennen kaupantekoa. Huolella piilotetut ja vaikeaselkoiset kaupan ehdot voivat olla riskitiriidassa jo tämän oikeusnormin kanssa. Liiketoiminnan perusajatus on tuottaa mahdollisimman paljon voittoa. Yksinkertaistettuna, kaikki tätä tavoitetta haittaavat tekijät pitäisi karsia pois. Tästä syystä myös konflikteja aiheuttavat kaupan ehdot tulisi pohtia uudelleen.

Tällä muotoiluprojektilla voidaan näyttää, että asiakaslähtöisesti tehdyt toimenpiteet ovat omiaan tukemaan myös liiketoimintaa. Muotoilun keinoilla voitiin tuoda ongelmat esiin ja synnyttää niille ratkaisut. Jokainen ratkaisuehdotus voi tuoda varausehtoja lähemmäksi asiakasta

ja tehdä ne hänelle ymmärrettäväksi. Samalla ne vähentävät konfliktin mahdollisuutta tai vastuuriskiä eli parantavat liiketoiminnallisia edellytyksiä. Tässä vaiheessa on ilmeistä, että hyvin pohditut ja saavutettavissa olevat varausehdot ovat omiaan tukemaan majoitusliiketoimintaa.

Pelkällä muotoilulla ei toki voida saavuttaa kaikkea. Myös juridiset kysymykset ovat olennaisia ja tässä tapauksessa ehdot kaipasivat muotoilun lisäksi juridista remonttia tukeakseen liiketoimintaa entistä paremmin. Varausehdot pohjautuvat sopimusoikeudelliseen normistoon. Tämä tarkoittaa sitä, että sopimusoikeudellisten kysymysten olisi hyvä olla ristiriidattomia. Kuluttajille suunnattuihin sopimusehtoihin liittyy voimakkaasti kuluttajasuojalaki (38/1978), jota on kunnioitettava, jotta ehdot voisivat olla muotoseikoiltaan päteviä. Toisaalta on ilmeisen tärkeää, että ehtoja kirjoitettaessa niiden sovellettavuuteen kiinnitetään ensisijainen huomio eli kenelle tai millaiselle kohderyhmälle ehdot kirjataan.

Käsiteltävissä varausehdoissa juridiset ongelmat olivat kuitenkin suhteellisen pienessä roolissa. Projektin rajauksen vuoksi, itsetarkoituksena ei ollut luoda uusia ehtokohtia eikä ratkaista epäsuoria juridisia ristiriitoja. Tarkoituksena oli enemmänkin hahmottaa isompi kuva ja pohtia ehtoja sovellettavuuden näkökulmasta. Toisaalta myös kysyttäessä, että voisivatko varausehdot tukea liiketoimintaa, oli pystyttävä tuomaan ratkaisuja myös juridisessa valossa, koska ehdot ja niiden soveltaminen ei tietystikään voisi olla juridisessa mielessä ristiriidassa. Tästä syystä joihinkin kohtiin oli hyvä tehdä pieniä korjausehdotuksia.

Tämä muotoiluprojekti toi ratkaisuehdotuksiksi visuaalisia ja juridisia keinoja hyödyntäviä esimerkkimalleja, joiden avulla voidaan luoda saavutettavuutta, ymmärrystä sekä tukea liiketoiminnalle. Visuaalisuus on hahmottamisen kannalta tärkeää, joten sen keinoja kuten värejä, kuvia ja kuvioita on hyvä käyttää monipuolisesti. Niitä ei tarvitse käyttää yksittäisinä asioina, vaan ne tukevat toinen toisiaan. Niiden merkitystä on kuitenkin pohdittava tarkkaan, jotta ne ei käänny tarkoitustaan vastaan tai synnytä uutta ongelmaa.

Visuaalisuuden lisäksi projektissa oli ymmärrettävä myös majoitusprosessin anatomia. Varausehtoja voidaan käyttää harkitusti majoitusprosessin eri vaiheissa, joten saavutettavuuden kannalta prosessi on olennaisessa osassa. Kääntäen, varausehdot ovat kirjoitettu noudattamaan majoitusprosessia, joten kokonaisuuden kannalta on olennaista, että osataan pureutua oikeaan paikkaan oikeaan aikaan. Palvelumuotoilun työkalut olivat tässä avainasemassa. Näiden avulla voitiin hahmottaa majoitusprosessia eri näkökulmista muotoiluprosessin eri vaiheissa.

Kaikkineen muotoiluprojektilla pystyttiin näyttämään, että oikeusmuotoilun avulla voidaan lisätä oikeudellista ymmärrystä huomioiden kaikkien käyttäjien tarpeet. Tässä projektissa tarve oli liiketoiminnallinen, mutta sitä jalostettiin pitäen asiakas keskiössä. Ehtodokumentin

ei aina tarvitse olla pala paperia, jota käytetään tarvittaessa ratkaisemaan konflikteja, vaan sitä voidaan käyttää ketteräsi esimerkiksi osana majoitusprosessia.

Lähteet

Kirjallisuus ja artikkelit

Annola, V. 2003. Sopimusten Dynaamisuus. Turun yliopiston oikeustieteellisen tiedekunnan julkaisuja. Turku: Ykkös-Offset.

Brown, T. 2019. Change by design. New York: HarperCollins Publishers.

Hagan, M. 2018. Law by design. Viitattu 19.8.2020. <http://www.lawbydesign.co/en/home/>

Haapio, H. 2013. Next Generation Contracts: A Paradigm Shift. Helsinki: Unigrafia.

Haapio, H. & Järvinen, M. 2014. Yritysten sopimus- ja vastuuketjut: sopimusten hallinta käytännössä. 2. painos. Tallinna: AS Pakett.

Hemmo, M. 2006. Sopimusoikeuden oppikirja. Helsinki: Talentum.

Hemmo, M. 2007. Velvoiteoikeuden perusteet. Helsinki: Yliopistopaino.

Hildén, J. & Koponen, J. 2019. Data visualization handbook. Keuruu: Otava.

Hirvonen, A. 2011. Mitkä metodit? Opas oikeustieteen metodologiaan. Yleisen oikeustieteen julkaisuja 17. Helsinki:

Jaakkola, T. & Sorsa, K. 2005. Liiketoiminnan sopimukset: sopimusriskien hallinta liike- ja kuluttajasopimuksissa. Helsinki: Edita.

Kyläkallio, K. 2018. Yritysjuridiikka. 2. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing.

Flu, M. B., Løvlie, L. & Reason, B. 2016. Service design for business: A practical guide to optimizing the customer experience. New Jersey: Hoboken

Määttä, K. & Peltonen, A. 2015. Kuluttajansuojaoikeus. Helsinki: Talentum Pro.

Løvlie, L., Polaine, A. & Reason, B. 2013. Service Design: From Insight to Implementation. New York: Rosenfeld Media.

Passera, S. 2017. Beyond the wall of contract text. Helsinki: Unigrafia.

Pohjonen, S., Haapio, H., Haavisto, V., Keskitalo, P., Lintumaa, S., Nygren, P., Nystén-Haarala, S., Rudanko, M. & Taskinen, T. 2002. Ennakoiva sopiminen: Liiketoimien suunnittelu, toteuttaminen ja riskien hallinta. Helsinki: WSOY Lakitieto.

Päläs, J. 2020. Vertaismajoitustoiminnan säädösympäristö: Selvitys vertaismajoitusta ja lyhyt-aikaista vuokrausta koskevasta keskeisestä sääntelystä. Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti. Rovaniemi: Grano.

Schneider, J. & Stickdorn, M. 2012. This Is Service Design Thinking: Basics-Tools-Cases. Lanham: BIS Publishers.

Thaler, R. & Sustein, C.R. 2008. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and happiness. New Haven: Yale University Press.

Tuulaniemi, J. 2013. Palvelumuotoilu. 2. Painos. Helsinki: Talentum.

Tschimmel, K. 2012. Design Thinking as an effective Toolkit for Innovation. Barcelona.

Weinmann, M., Schneider, C. & Brocke, J. 2016. Digital Nudging: Business & Information Systems Engineering, 58(6). 433-436.

Wilson, J. 2003. Gantt charts: A centenary appreciation. European Journal of Operational Research 149. 430-437.

Muut lähteet

12 Online Travel Agents (OTAs) to Increase Your Hotel Bookings. 2020. Revfine. Viitattu 14.9.2020. <https://www.revfine.com/online-travel-agents/#what-is-an-online-travel-agent>

Alaja, K. 2019. Oikeusjärjestelmä on muotoilun seuraava kohde. Lakimiesuutiset. Viitattu 11.12.2020. <https://lakimiesuutiset.fi/oikeusjarjestelma-on-oikeusmuotoilun-seuraava-kohde/>

CapMan Buyout lehdistötiedote. 2019. CapMan Buyoutin kohdeyhtiö Kämp Collection Hotels vaihtaa omistajaa. Viitattu 17.3.2020. <https://www.capman.com/fi/2019/08/capman-buyoutin-kohdeyhtio-kamp-collection-hotels-vaihtaa-omistajaa/>

Design Council. 2015. Design Methods for Developing Services. Design Council. Viitattu. 17.5.2020. https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design-Council_Design%20methods%20for%20developing%20services.pdf

Honkakumpu, I. 2020. Suurin pudotus sotien jälkeen. Vitriinilehti 7/2020. Helsinki: Restamark.

Hotel details. 2020. Courtyard Tampere City. Viitattu 9.11.2020. <https://www.marriott.com/hotels/fact-sheet/travel/tmpcy-courtyard-tampere-city/>

Brainstorming. 2020. Service Design Tools. Viitattu 9.11.2020. <https://servicedesign-tools.org/tools/brainstorming>

Helsinki-Vantaalle nousee uusi 700 huoneen lentokenttähotelli. 2019. Yle. Viitattu 17.3.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-10974012>

Hietanen, M. 2018. Legal Design - oikeudellinen muotoilu korjaa juristien puutteet. Viitattu 20.10.2020. <https://www.turre.com/legal-design-teesit/>

Huoneen varaaminen. 2020. Sokos Hotels. Viitattu 15.11.2020. <https://www.sokoshotels.fi/fi/varaus/uusi/huonevalinta>.

Koronavirus. 2020. Terveiden ja hyvinvoinninlaitos. Viitattu 11.12.2020. <https://thl.fi/fi/web/infektioaudit-ja-rokotukset/ajankohtaista/ajankohtaista-koronaviruksesta-covid-19/materiaalipankki-koronaviruksesta/koronavirus-selkokielella>

Kuluttajariitalautakunta 3261/35/07. Majoituspalvelu. Annettu hintatieto ja sen sitovuus. Viitattu 18.7.2020. <https://www.kuluttajariita.fi/fi/index/kuluttajariitalautakuntaratkaisut/kuluttajariitalautakuntaratkaisu/1378909483605.html>

Lappi, T. 2020. Koronakriisi muutti matkailu- ja ravintola-alan tulevaisuuden. Viitattu 10.12.2020. <https://www.vitriini.fi/paakirjoitus/koronakriisi-muutti-matkailu-ja-ravintola-alan-tulevaisuuden.html>

Lausunto valtiovarainministeriölle fossiilisten polttoaineiden veronkorotuksista. 2019a. Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. Viitattu 17.3.2020. <https://www.mara.fi/ajankoh-taista/lausunnot-ja-kannanotot/lausunto-valtiovarainministeriolle-fossiilisten-polttoaineiden-veronkorotuksista.html>

Matkailun merkitys kansantaloudelle. 2019b. Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. Viitattu 17.3.2020. <https://www.mara.fi/toimiala/alan-merkitys-kansantaloudelle.html>

Matkailutilastot ja tunnusluvut. 2019c. Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. Viitattu 17.3.2020. <https://www.mara.fi/toimiala/tilastot/matkailu.html>

Mindmap. 2020. Service Design Tools. Viitattu 9.11.2020. <https://servicedesign-tools.org/tools/mindmap>

- Nurmi, O., Peltoniemi, A. & Wakonen K. 2019. Kansainvälinen matkailu takoo ennätyslukuja. Vitriini. Viitattu 17.3.2020. <https://www.vitriini.fi/talous/kansainvalinen-matkailu-takoo-ennatyslukuja.html>
- Postin historia. 2020. Posti. Viitattu 18.7.2020. <https://www.posti.com/posti-yrityksena/historia/>
- Peltoniemi, A. 2019. Talouden kehitys näkyy alan kasvuodotuksissa. Vitriini. Viitattu 17.3.2020. <https://www.vitriini.fi/talous/talouden-kehitys-nakyy-alan-kasvuodotuksissa.html>
- Pulka, K. 2020. Tone of voice - yrityksen äänensävy määrittää, ketkä haluavat tehdä kansanne yhteistyötä. Viitattu 28.11.2020. <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/tone-of-voice-yrityksen-äänensävy>
- Rasmus, J. 2020. Kolme kokemusta kriisistä - Mitkä ovat mara-alan yritysten selviytymissuunnitelmat?. Viitattu 11.12.2020. <https://www.vitriini.fi/tarina/kolme-kokemusta-kriisista-mitka-ovat-mara-alan-yritysten-selviytymissuunnitelmat.html>
- Scandic avaa 483 huoneen hotellin Helsingin rautatieasemalle. 2019. Kauppalehti. Viitattu 17.3.2020. <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/scandic-avaa-483-huoneen-hotellin-helsingin-rautatieasemalle/2106d071-a6ec-37d3-bcd3-e5725936cf01>
- Scandic Hotels etusivu. 2020. Scandic. Viitattu 15.11.2020. <https://scandichotels.fi>
- Silvio, M. 2017. Unohda asiantuntija-minäsi, jos haluat ymmärtää asiakasta. Talouselämä. Viitattu 27.11.2020 <https://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/kasvutoimisto-kairos/unohda-asiantuntija-minasi-jos-haluat-ymmartaa-asiakasta/f87bd091-2c45-3d1d-bdb5-2187250bb4f8>
- Stacycation. 2018. Yle. Helsingiläiset löysivät oman kaupunkinsa hotellipalvelut - "Stacycation on eräänlainen illuusio ulkomaanmatkasta". Viitattu 27.11.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-10111513>
- Suhdannebarometri. 2019. Elinkeinoelämän keskusliitto. Viitattu 4.11.2019. <https://ek.fi/wp-content/uploads/SB-heinakuu-2019.pdf>
- Terms of use. 2019. Marriot. Viitattu 16.11.2020. <https://www.marriott.com/about/terms-of-use.mi>
- The Official Travel Guide of Finland. 2019. Visit Finland. Viitattu 17.3.2020. <https://www.visitfinland.com/>

Tietosuojaselosteesta. 2020. Tietosuojavaltuutetun toimisto. Viitattu 16.11.2020. <https://tietosuoja.fi/rekisteroidyn-informointi>

Tietosuojaseloste. 2019. Kämp Collection Hotels. Viitattu 28.11.2020. <https://www.kampcollectionhotels.com/tietosuojaseloste>

Toimialaluokitukset. 2008. Tilastokeskus. Viitattu 17.3.2020. <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/i.html>

Varauksen vahvistaminen. 2020. Sokos Hotels. Viitattu 16.11.2020. <https://www.sokoshotels.fi/fi/varaus/uusi/vahvistus>

Varausehdot 2020. Scandic Hotels. Viitattu 16.11.2020. <https://www.scandichotels.fi/asia-kaspalvelu/hinnat-ja-varausehdot/varausehdot>

Varausehdot 2020. Sokos Hotels. Viitattu 16.11.2020. <https://www.sokoshotels.fi/fi/varausehdot/varausehdot-sivu>

Uusi hotelli Helsingin keskustaan: Kemikaaliviraston tilat remontoidaan Scandicin kokoushotelliksi. 2019. Talouselämä. Viitattu 17.3.2020. <https://www.talouselama.fi/uutiset/uusi-hotelli-helsingin-keskustaan-kemikaaliviraston-tilat-remontoidaan-scandicin-kokoushotelliksi/2329b45e-7daf-4c69-8497-1f707a3879a2>

Julkaisemattomat

Haastattelu tallenteet. 2020. Haastattelut: Petteri Sistonen - Kämp Collection Hotelsin henkilökunta.

Kuviot

Kuvio 1 Sopimusoikeuden periaatteet.....	16
Kuvio 2 Etämyynti	20
Kuvio 3 Sopimus sopimusoikeudessa: sopimus = tarjous + hyväksyvä vastaus.....	22
Kuvio 4 Double Diamond -prosessi	28
Kuvio 5 Tarkennettu Double Diamond -prosessi	29
Kuvio 6 Service blueprint.....	31
Kuvio 7 Oikeusmuotoilun kolme kulmakiveä	33
Kuvio 8 Esimerkki sopimuksen aikajanasta	36
Kuvio 9 Esimerkki uimaradoista	37
Kuvio 10 Muotoiluprosessin aikataulu	43
Kuvio 11 Varaus- ja majoitusprosessi service blueprintin muodossa	44
Kuvio 12 Hotelliasiakkaan tuleva palvelupolku varausehtojen näkökulmasta.....	63
Kuvio 13 Asiakasprofiilit	68

Kuvat

Kuva 1 Tupakointi kielletty -piktogrammi	38
Kuva 2 Kämp Collection Hotelsin avaintiedot	41
Kuva 3 Haastattelukysymysten ideointi ja jäsentely.....	47
Kuva 4 Marriot-ketjun hotellin saapumistiedot internetsivuilla.....	50
Kuva 5 Sokos Hotelsin internetvarauksen aikajana.....	51
Kuva 6 Scandic-ketjun internetsivujen etusivun tietoja	51
Kuva 7 Sokos Hotels -ketjun majoitusvarauksen vahvistusvaihe	53
Kuva 8 Kämp Collection Hotelsin majoitusvarauksen vahvistusvaihe	54
Kuva 9 Kuvankaappaus Kämp Collection Hotelsin varausehtojen internetsivuista	55
Kuva 10 Kuvankaappaus Hotel Kämpin ennakkovaraajan peruutusehdoista.....	59
Kuva 11 Kuvankaappaus Scandicin varausehdoista	61
Kuva 12 Kuvakaappaus Lilla Roberts sin varaussivuston lisäpalveluvalinnasta (lemmikki).....	62
Kuva 13 Kuvakaappaus Hotel Havenin varaussivustolla olevasta varausvaihetta osoittavasta kuvioista	64
Kuva 14 Brainstormingin eli aivoriihen tuloksia jäsennehtynä	69
Kuva 15 Ideoinnin jalostamiseksi muodostettu mindmap	71
Kuva 16 Esimerkki ehtojen esitystavasta verkkosivuilla.....	72
Kuva 17 Esimerkki mosaiikkiesitystavasta	73
Kuva 18 Ikonien käyttö varausehdoissa	77
Kuva 19 Esimerkki värien käytöstä varausehdoissa.....	78
Kuva 20 Esimerkki aikajanasta visualisointikeinona.....	79
Kuva 21 Esimerkki usein kysytyistä kysymyksistä.....	80

Kuva 22 Ehtokohtia palasteltuna varausprosessiin	82
Kuva 23 Esimerkki varausvahvistuksen mukana olevista majoitusvinkeistä	84

Liitteet

Liite 1: Kämp Collection Hotelsin yleiset varausehdot	96
Liite 2: Haastattelukysymykset.....	98
Liite 3: GLO Hotel Sellon varausvahvistus	99

Liite 1: Kämp Collection Hotelsin yleiset varausehdot

Tulostettu 21.11.2020
<https://www.kampcollectionhotels.com/varausehdot>

YLEISET VARAUSEHDOT – KÄMP COLLECTION HOTELS

Yleiset varaus- ja peruutusehdot sekä järjestyssäännöt Kämp Collection Hotelsin hotelleissa
 Näitä ehtoja sovelletaan yksittäisten henkilöiden tekemiin majoitusvarauksiin, ellei erityistä sopimusta ole laadittu. Nämä ehdot eivät koske yksittäisten henkilöiden tekemiä varauksia, mikäli varaus tehdään ryhmälle, jonka koko on yli 10 henkilöä. Näitä ehtoja sovelletaan myös sellaisiin internetin kautta tehtäviin majoitusvarauksiin, jotka tehdään Kämp Collection Hotelsin internetsivustojen kautta.

1. VARAUS JA VAHVISTUS

Varauksen yhteydessä sinun on ilmoitettava nimesi, asuinosoitteesi, saapumis- ja lähtöajankohta sekä maksutapa. Varaus sitoo hotellia, kun se on vahvistettu suullisesti, kirjallisesti tai esimerkiksi sähköpostitse ja kun olet saanut siitä vahvistusnumeron. Hotelli voi asettaa varauksen ehdoksi erilaisia sääntöjä, varausmaksun suorittamisen tai varauksen vahvistamisen luottokortilla varauksen sitovuuden edellytykseksi.

2. HOTELLIIN SAAPUMINEN JA LÄHTEMINEN

Huone on käytettävissäsi tulopäivänä klo 15.00 ja se on luovutettava lähtöpäivänä klo 12.00 mennessä. Hotellilla voi olla tästä poikkeavia tulo- ja lähtöaikoja. Turvallisuussyistä vain henkilökunta ja hotelliin sisäänkirjautuneet henkilöt päästetään hotellihuoneisiin ja muihin varattuihin tiloihin, huone- ja tilakohtainen maksimi henkilömäärä ei saa ylittyä.

Jos muuta ei ole sovittu varauksen yhteydessä tai valitsemaasi hintaan tai varausajankohtaan ei liity muita ehtoja huonetta pidetään varattuna klo 16.00 saakka varaukseen merkittynä saapumispäivänä. Jos saavut tätä myöhemmin, on sinun vahvistettava myöhäinen tuloaikasi luottokortilla tai muulla sovitulla tavalla. Muussa tapauksessa hotelli voi myydä huoneen edelleen. Jos saavut hotelliin sen tuloaikoja noudattaen, mutta varattua huonetta ei ole vapaana, hotellin on ilman lisäkustannuksia hankittava lähin mahdollinen vastaavan tasoisen huone.

3. VARAUSTAKUU

Kaikki varaukset tulee taata luottokortilla vahvistuksen yhteydessä*. Varauksen takaukseksi tulee vahvistuksen yhteydessä ilmoittaa luottokorttitiedot sähköpostiin lähetettävän turvatun takauslinkin kautta, tai laskutusluvallisen yrityksen yritystakaus. Emme vastaanota luottokorttitietoja puhelimitse tai suoraan sähköpostitse. Laskutusasiakkaat voivat taata varauksen vaihtoehtoisesti yrityksen nimeen. Vaihtoehtona luottokortti- tai yritystakaukselle KCH:lla on oikeus tarvittaessa vaatia joko osittainen tai täydellinen ennakkomaksu varauksen takaamiseksi. Ennakkomaksusta ja sen maksuaikataulusta sovitaan aina tilaajan kanssa etukäteen kirjallisesti.

*KCH:lla on oikeus varmentaa luottokortti tarvittaessa sovitulle summalle.

4. PERUUTUS JA SAAPUMATTA JÄTTÄMINEN

Jos muuta ei ole sovittu varauksen yhteydessä tai valitsemaasi hintaan tai varausajankohtaan ei liity muita ehtoja, peruutus on tehtävä viimeistään saapumispäivää edellisenä päivänä klo 18.00 mennessä. Jos jätät saapumatta, hotellilla on oikeus veloittaa korvauksena sinulta yhden vuorokauden hinta veroineen sekä muut mahdolliset varaukseen liittyvät lisäpalvelut.

5. LÄHTÖ ENNEN SOVITTUA AJANKOHTAA

Jos lähdet hotellista pois ennen sovittua lähtöpäivää, on sinun ilmoitettava lähdistäsi hotellille viimeistään klo 16.00 edeltävänä päivänä. Jos kysymys on useamman yön majoituksesta, sinun on maksettava sovittu hinta käyttämättä jääneeltä ajalta. Lähtö ennen sovittua ajankohtaa voi myös aiheuttaa muutoksen majoituksen kokonaishintaan.

6. MAKSUT

Kaikki hotellit hyväksyvät tavallisimmat maksukortit. Hotelli ei kuitenkaan ole velvollinen hyväksymään ulkomaan valuuttaa, kuponkeja, shekkejä tai maksukortteja, jos hotelli itse ei ole tarjoutunut niin tekemään. Jos huonetta ei ole

maksettu ennakoon, on hotellihuone maksettava käteisellä tai luottokortilla paikanpäällä hotellissa. Hotellilla on oikeus tehdä kansainvälisten luottokorttien haltijoille varauksen yhteydessä veloitus ja ennakkovarmennus luottokortilta. Ennakkomaksuna luottokortilta voidaan veloittaa varauksen yhteydessä hotellin määrittämä varausmaksu, joka vähennetään lopullisesta laskusta.

Jos hotelli ei ole tehnyt ennakkovarmennusta luottokortiltasi, hotellilla on oikeus asiakkaan sisään kirjautumisen yhteydessä periä vakuus lisäpalveluiden (kuten minibar) käyttämisestä. Vakuuden suuruus on hotellista riippuen 50-200€

7. ASIAKKAAN ESIINTYMINEN MAJOITUSLIIKKEESSÄ

Hotellissa noudatamme hyviä tapoja ja järjestyssääntöjä. Jos rikot näitä sääntöjä, voidaan sinut välittömästi poistaa hotellista. Sinun on kuitenkin maksettava majoituksesi ja tilaamiesi lisäpalveluiden hinta etkä voi vaatia jo suoritettun maksun palauttamista.

Turvallisuussyistä vain hotelliin sisäänkirjautuneet henkilöt päästetään hotellihuoneisiin ja muihin varattuihin tiloihin. Huone- ja tilakohtainen maksimi henkilömäärä ei saa ylittyä.

8. VASTUU ASIAKKAAN OMAISUUDESTA

Voit säilyttää arvotavarotasi huoneen säilytyslokerossa tai hotelli voi ottaa pyynnöstäsi säilytettäväksi arvotavaroitasi. Hotellilla on oikeus periä maksu tavaroiden säilytyksestä. Jos säilytettäväksi jätettävä omaisuus on poikkeuksellisen arvokasta, on sinun ilmoitettava siitä hotellille ennen sen säilöön jättämistä. Hotelli voi kieltäytyä ottamasta säilöön tällaista omaisuutta. Vastaa itse omista matkatavaroistasi, ellei hotelli ole ottanut niitä säilytettäväksi. Jos hotelli ei vastaa säilytettäväksi otetuista matkatavaroista, hotellin tulee erikseen ilmoittaa siitä. Hotelli ei vastaa huoneen säilytyslokerossa olevasta omaisuudesta.

Hotelli ei vastaa autohallissa tai hotellin pysäköintialueella olevan kulkuvälineen tai sen sisällä olevan omaisuuden vahingoittumisesta tai katoamisesta. Hotellin on ilmoitettava riittävän selvästi autohallissa ja pysäköintialueellaan ettei kyseessä ole valvottu alue eikä hotelli vastaa siellä olevasta asiakkaan omaisuudesta.

9. ASIAKKAAN VASTUU VAHINGOSTA

Asiakkaana vastaat tahallasi tai huolimattomuudellasi aiheuttamistasi vahingoista (kuten tupakoinnista huoneessa), jonka sinä tai sinun vieraasi tai lemmikkieläimesi aiheuttavat huoneelle tai hotellin muille tiloille, siellä oleville huonekaluille tai varusteille sekä hotellin muille asiakkaille tai heidän omaisuudelleen. Vastuu vahingosta määräytyy yleisten vahingonkorvausta koskevien periaatteiden mukaan.

10. ALAIKÄISEN MAJOITTUMINEN

Huonevarauksen voi tehdä vain yli 18-vuotias henkilö. Alaikäiselle huoneen varaava on vastuussa alaikäisestä henkilöstä riippumatta siitä, majoittuuko hänen kanssaan vai ei. Yksin majoittuvalla alaikäisellä oltava huoltajan allekirjoittama, vapaamuotoinen lupalappu, jossa tulee ilmi alaikäisen nimi ja syntymäaika sekä majoittumisajankohta. Myös huoltajan nimi ja puhelinnumero vaaditaan.

11. LEMMIKKIELÄIMET

Lemmikkieläimet ovat tervetulleita hotelleihimme. Veloitamme lemmikeistä 15 € per yö (poikkeuksena Hotel Kämpissä 35 € per yö ja Hotel St. Georgessa 35 € per viipymä), veloitus sisältää enimmillään kolme lemmikkiä. Lemmikkien tuomisesta hotelliin on aina ilmoitettava etukäteen ja sisäänkirjoittautunut majoittuja vastaa henkilökohtaisesti lemmikkinsä hyvinvoinnista sekä sen mahdollisesti aiheuttamista vahingoista ja kuluista.

Lemmikit eivät saa aiheuttaa häiriötä muille hotellivieraille. Lemmikkihuoneita on kussakin hotellissamme rajallinen määrä, joten suosittelemme varaamaan huoneen hyvissä ajoin ennen matkaa.

Liite 2: Haastattelukysymykset

Teema	Apukysymys
Asiakaspersoonat	Onko tyypillistä hotelli asiakasta? Millainen on tyypillinen asiakas hotellissa?
Varausehdot yleisesti	Mainitse kolme asiaa, miksi varausehtoja tarvitaan?
	Onko varausehdot mielestäsi selkeät? Miksi?
	Mitkä asiat ovat haasteellista ymmärtää tai vaikeasti ymmärrettäviä? Miksi?
	Mitkä asiat ovat ymmärrettäviä? Miksi?
	Onko ehdoista annettu palautetta? Millaista?
Operatiivinen toiminta	Miten ehdot näkyvät arjessa?
	Miten ehdot tukevat operatiivista toimintaa?
	Kerro esimerkki, jolloin ehtoja on sovellettu?
	Millaisissa tilanteissa ehtoja on rikottu?
	Onko ehtojen tulkinnassa usein epäselvyyksiä? Millaisia?
	Millaisia tilanteita ehdot eivät ratkaise?
	Miten ehtojen ulkopuoliset riitatilanteet ratkaistaan?
	Onko jokin asia, joka tulisi olla ehdoilla määritelty?
	Miten ehdot edistävät henkilöturvallisuutta?
	Entä rikosturvallisuutta?
Asiakasnäkökulma	Miten ehdot viestitään asiakkaalle?
	Onko viestinnässä haasteita tai puutteita?
	Onko molempien osapuolten oikeudet ja velvoitteet hyvin määritelty? Miksi?
	Onko asiakkaan vastuu riittävän hyvin määritelty? Miksi?
	Millaisissa tilanteissa asiakkaat viittaavat ehtoihin?
Taloudellinen näkökulma	Tukevatko ehdot nykyistä liiketoimintaa taloudellisesta näkökulmasta? Miten?
	Kattavatko ehdot kaikki taloudelliset näkökulmat?
	Miten taloudellinen varmuus tulisi ehtojen puolesta varmistaa vai varmistuuko jo? Jos, niin miten?
	Arvioi, kuinka paljon ehtorikkomukset aiheuttavat taloudellista haittaa? Mihin arvio perustuu?
	Mitkä rikkomukset aiheuttavat yleisimmin taloudellista haittaa? Perustele?

Liite 3: GLO Hotel Sellon varausvahvistus

GLO
HOTELS

Päivä: 12.03.20

Hyvä [REDACTED]

Kiitos yhteydenotostanne. Meillä on ilo vahvistaa huonevarauksenne:

Tulopäivä: 16.03.20
Lähtöpäivä: 17.03.20

Vieraan nimi: [REDACTED]
Varausnumero: [REDACTED]
Huonetyyppi: 1 x Comfort Parivuoteella
Henkilömäärä: 1 aikuinen(sta)

Huonehinta: [REDACTED] EUR
Joustava hinta

Peruutusehto
Varausten peruutukset ja muutokset tulee tehdä päivää ennen saapumista klo 18.00 mennessä. Tämän jälkeen tehdyistä peruutuksista ja muutoksista hotelli veloittaa 1 yön majoituksen. Saapumatta jättämisestä veloitetaan 1 yön veloitus. Kaikki varaukset tulee varmentaa luottokortilla, joka on voimassa koko varauksen ajan. Emme vastaanota varmentamattomia varauksia.

Maksutapa: Varaus on taattu luottokortilla. Mikäli varaus perutaan peruutusehdon jälkeen tai jääte saapumatta, veloitetaan ensimmäisen huoneyön veloitus kokonaisuudessaan luottokortilta, ellei hinnan ehdoissa toisin mainita. Huonetta pidetään tällöin varattuna seur

Ystävällisin terveisin,

GLO Hotel Sello Espoo