

---

**Lehdon Liikenne Oy:n palveluliiketoiminta:**  
Palveluiden kuvaus ja kehittäminen



Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Teollisuuden Palveluliiketoiminta

Visamäki 11.5.2012

Ville Henttonen



VISAMÄKI

Teollisuuden palveluliiketoiminta

**Tekijä**

Ville Henttonen

**Vuosi** 2012**Työn nimi**

Lehdon Liikenne Oy:n palveluliiketoiminta: palveluiden kuvaus ja kehitys

## TIIVISTELMÄ

Lehdon Liikenne on janakkalalainen linja-autoliikenteeseen erikoistunut perheyritys ja yrityksen päätoimisto ja toimitilat sijaitsevat Janakkalan Turengissa. Yritys toimii linjaliikenteessä Janakkalan sisällä ja Janakkala-Hämeenlinna välillä. Tilausajoliikennettä ja matkanjärjestämistä yritys tarjoaa kaikkialle kotimaahan, Skandinaviaan, Baltiaan, Venäjälle ja Eurooppaan. Kalustoa yrityksessä on noin viidentoista auton verran 15-paikkaisesta 77-paikkaiseen autoon.

Kuten monella pk-yrityksellä oli Lehdon Liikenne Oy:lläkin palveluita, mutta näitä palveluita ei oltu kuvattu ja määritelty kirjallisesti. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kuvata olemassa olevat palvelut ja kaavioida näiden palvelujen prosessit. Opinnäytetyössä pohdittiin myös kaikkien näiden palveluiden tulevaisuuden kehityssuuntia. Opinnäytetyössä ei ollut tarkoituksena tuottaa valmiita palveluita, vaan määritellä Lehdon Liikenne Oy:n nykyinen tilanne, selventää kuvaa nykyisistä palveluista ja pohtia mahdollisia kehityssuuntia näille palveluille. Uusien palveluiden konkreettinen tuottaminen tai nykyisten palveluiden suuremmat muutokset rajattiin opinnäytetyön ulkopuolelle.

Opinnäytetyö suoritettiin toimintatutkimuksena, joka on osallistavaa ja yleensä katsottu laadulliseksi, kvalitatiiviseksi, lähestymistavaksi. Varsinaiseen tiedon keruuseen opinnäytetyössä käytettiin ryhmäkeskusteluja, haastatteluja ja pääasiassa havainnointia. Aineistoa työtä varten kerättiin vastaavia palveluita tuottavilta tahoilta, yritykseltä itseltään sekä palvelualojen asiantuntijoilta.

Opinnäytetyössä saatiin kuvattua Lehdon Liikenne Oyn nykyiset palvelut ja kaavioitua nämä. Palveluiden kehityssuuntia pohdittiin ja yritys sai tuntumaa, jolla jatkaa kehitystä. Opinnäytetyön oheistuloksina uudistettiin yrityksen sivustoja ja esitteitä sekä lisättiin uusia toimintatapoja. Jatkotoimenpiteiksi yritykselle ehdotettiin palvelukuvauksien ylläpitoa sekä kumppanuuksien kehittämistä alihankkijoiden ja palveluntarjoajien kanssa.

**Avainsanat** Liikennepalvelut, palveluliikenne, palvelukuvaus, palvelukehitys**Sivut**

39 s. + liitteet 16 s.

VISAMÄKI  
Industrial Services

---

<b>Author</b>	Ville Henttonen	<b>Year</b> 2012
<b>Subject of Master's thesis</b>	Lehdon Liikenne Ltd service business: service description and development	

---

## ABSTRACT

Lehdon Liikenne Ltd is family business specialized in bus transport and travelling services. Headquarters and offices are located in Turenki Janakkala. The company operates scheduled services within Janakkala and between Janakkala and Hämeenlinna. Charter and tour company offers all over Finland, Scandinavia, the Baltic countries, Russia and Europe. Size of company's fleet is approximately fifteen cars.

As many SMEs had Lehdon Liikenne Ltd services, but these services had not been described and defined literally. Purpose of this thesis was to describe the existing services and draw service processes diagrams. The thesis also discussed all of these services future prospects and trends. The thesis was not to produce new services, but to define current situation of Lehdon Liikenne Ltd and clarify the picture of current services and consider possible trends in these services. Production of concrete new services or higher limit changes to existing services were excluded from the thesis.

The thesis was conducted as qualitative research with functional approach. The data for the thesis were collected from group discussions, interviews and observation. Also similar services-producers, the company itself as well as service experts were used.

The thesis defined company's current services and service process diagrams were produced. Future prospects for these services were discussed and new lines of development were found. Along aside with this thesis was company's website and brochures renewed and some new ways of working introduced.

For further action should company keep maintaining these service descriptions and develop them further. Also develop more value partnership and develop business with sub-contractors and other service providers.

**Keywords** Transport services, service description, service development

**Pages** 39 p. + appendices 16 p.



---

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Työn taustaa .....	1
1.2	Työn tavoite ja rajaus .....	2
1.3	Tutkimusmenetelmät.....	2
1.4	Keskeiset käsitteet .....	4
1.5	Raportin rakenne .....	5
2	LEHDON LIIKENNE OY JA LIIKENNÖINTIALAN ERIKOISPIIRTEET.....	6
2.1	Lehdon Liikenne Oy.....	6
2.2	Liikennöintialan erityispiirteitä.....	7
3	TEOREETTINEN TIETOPERUSTA: PALVELUIDEN KUVAAMINEN JA KEHITTÄMINEN.....	7
3.1	Asiakkaan määrittely.....	8
3.1.1	Asiakassegmentointi.....	8
3.1.2	Asiakasprofilointi .....	10
3.2	Palveluiden tuotteistaminen .....	10
3.2.1	Palvelun sisältö.....	11
3.2.2	Palvelun sidosryhmät.....	11
3.2.3	Palveluprosessi .....	12
3.3	Palvelun hinnoittelu.....	13
3.3.1	Hintapolitiikat.....	14
3.3.2	Hinnoittelumenetelmät .....	15
4	LEHDON LIIKENNE OYN ASIAKASSEGMENTIT .....	17
4.1	Asiakassegmentit.....	17
4.1.1	Yksittäinen Ihminen .....	17
4.1.2	Kunnat ja kaupungit .....	18
4.1.3	Yhdistykset, seurat ja yhteisöt.....	18
4.1.4	Yritykset ja julkishallinnon organisaatiot.....	19
4.2	Yhteenveto asiakassegmenteistä.....	19
5	LEHDON LIIKENNE OYN PALVELUT .....	20
5.1	Linjaliikenne.....	20
5.1.1	Linjaliikenteen palvelutapahtuma .....	21
5.1.2	Linjaliikenteen vastuut .....	22
5.1.3	Linjaliikenteen hinnoittelu.....	22
5.1.4	Linjaliikenteen kehitys .....	23
5.2	Ostettu linjaliikenne .....	23
5.2.1	Ostetun linjaliikenteen palvelutapahtuma .....	23
5.2.2	Ostetun linjaliikenteen vastuut .....	24
5.2.3	Ostetun linjaliikenteen hinnoittelu .....	25

---

5.2.4	Ostetun linjaliikenteen kehitys .....	25
5.3	Tilausajoliikenne .....	25
5.3.1	Tilausajoliikenteen palvelutapahtuma .....	26
5.3.2	Tilausajoliikenteen vastuut .....	27
5.3.3	Tilausajoliikenteen hinnoittelu .....	27
5.3.4	Tilausajoliikenteen kehitys .....	27
5.4	Matkanjärjestäjäpalvelu .....	27
5.4.1	Matkanjärjestäjäpalvelun palvelutapahtuma .....	28
5.4.2	Matkanjärjestäjäpalvelun vastuut .....	29
5.4.3	Matkanjärjestäjäpalvelun hinnoittelu .....	29
5.4.4	Matkanjärjestäjäpalvelun kehitys .....	30
5.5	Bussimatkan tarjoilut -palvelu .....	30
5.5.1	Bussimatkan tarjoilut -palvelun palvelutapahtuma .....	31
5.5.2	Bussimatkan tarjoilut -palvelun vastuut .....	31
5.5.3	Bussimatkan tarjoilut -palvelun hinnoittelu .....	32
5.5.4	Bussimatkan tarjoilut -palvelun kehitys .....	32
5.6	Matkahuolto asiamiespalvelu.....	32
5.6.1	Matkahuollon asiamiespalvelun palvelutapahtuma.....	32
5.6.2	Matkahuollon asiamiespalvelun vastuut.....	33
5.6.3	Matkahuollon asiamiespalvelun hinnoittelu.....	33
5.6.4	Matkahuollon asiamiespalvelun kehitys.....	33
5.7	Janakkalan pakettipojat -palvelu .....	34
5.7.1	Janakkalan PakettiPojat -palvelun palvelutapahtuma .....	34
5.7.2	Janakkalan PakettiPojat -palvelun vastuut .....	35
5.7.3	Janakkalan PakettiPojat -palvelun hinnoittelu.....	35
5.7.4	Janakkalan PakettiPojat -palvelun kehitys .....	36
6	POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	36

Liite 1	Lehdon Liikenne Oy laatulupaus
Liite 2	Lehdon Liikenne Oyn erityisehdot
Liite 3	Yleiset valmismatkaehdot



## 1 JOHDANTO

Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyön taustaa, tavoitetta ja rajausta. Luvussa esitellään työn tilaaja lyhyesti ja työhön käytetyt menetelmät.

### 1.1 Työn taustaa

Lehdon Liikenne Oy on 1940-luvulta toiminut perheyriutus, joka sijaitsee Kanta-Hämeessä Janakkalan kunnassa. Liikennöintiä Lehdon Liikenne Oy harjoittaa linjaliikenteessä Janakkala-Hämeenlinna –alueella ja matkaliikennöintiä Suomessa, Skandinaviassa, Baltiassa, Keski-Euroopassa ja Venäjällä. Matkatoimistopalveluihin lukeutuvat ryhmämatkat sekä viisumipalvelut. Liikennöintiin Lehdon Liikenteellä on kalustoa noin viidentoista auton verran.

Liikennöintialan ollessa jatkuvassa murroksessa muuttuvien taloustilanteiden ja liikennöintisäännösten muutosten alla on tämän opinnäytetyön tavoitteena ollut tehdä Lehdon Liikenne Oy:lle kuvaukset nykyisistä palveluista selkeyttämään yrityksen palvelukarttaa ja mahdollistamaan palveluiden paremman kehittämisen.

Palveluiden kehittämisen merkitys on ollut jo pitkän aikaa merkittävässä kasvussa. Olosuhteet ja ympäröivä maailma muuttuvat jatkuvasti ja yritysten kehityksen tulee pysyä muutoksissa mukana. Täydellisempään menestykseen ei kuitenkaan riitä, että tullaan muutosten perässä vaan yrityksen tulee olla viemässä kehitystä eteenpäin ja kulkea muutaman askeleen kilpailua edellä.

Yritykset tarvitsevat jatkuvaa kehittämistyötä esimerkiksi

- kannattavuutensa parantamiseen
- uusien tavaroiden ja palveluiden kehittämiseen, testaamiseen ja kaupallistamiseen
- toimivan organisaatorakenteen luomiseen ja henkilöstön motivoimiseen
- asiakkaiden mieltymysten muutosten ymmärtämiseen
- tulevaisuuden kysynnän ja muiden toimintaan vaikuttavien tekijöiden ennakointiin
- toimintansa tehostamiseen ja prosessiensa kehittämiseen
- uusille kohdemarkkinoille laajenemiseen ja kansainvälistymiseen
- organisaatiossa ilmenneiden ongelmien ratkaisemiseen. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 12-13.)

Yrityksissä ja muissa organisaatioissa tehtävän kehittämistyön merkitys on nopeasti kasvanut. Ympäröivä maailma muuttuu yhä nopeammin, ja myös yritysten täytyy yrittää pysyä kehityksessä mukana. Toisaalta menestykseen ei enää riitä, että organisaatio sopeutuu tapahtuviin muutoksiin. Parhaimmin ovat menestyneet ne, jotka ovat pystyneet itse viemään kehitystä eteenpäin eli toimimaan kehityksen moottoreina. Todelliset menestyjät syntyvät usein niis-

tä, jotka kykenevät arvioimaan toteutunutta mutta myös tulevaisuuden kehitysnäkymiä, varautumaan niihin ja toteuttamaan pitkäaikaisia tavoitteitansa erilaisissa tulevaisuuden tilanteissa. Esimerkiksi uudennlaisilla liiketoiminta- ja ansaintamalleilla on pystytty rikkomaan toimialojen rajoja ja luotu uudenlaisia asiakastarpeita ja ansaintamahdollisuuksia. (Ojasalo ym. 2009, 12-13)

## 1.2 Työn tavoite ja rajaus

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on ollut kuvata Lehdon Liikenne Oy:n nykyiset palvelut, avata palveluprosessit ja tutkia näiden palveluiden tulevaisuuden näkymiä ja kehityssuuntia.

Yrityksen toiminnan, tilanteen ja yrityskoon perusteella tutkimuskysymyksiksi opinnäytetyöhön asetettiin seuraavat kysymykset:

- miten asiakkaat segmentoidaan ja profiloidaan?
- miten palvelut kuvataan ja tuotteistetaan?
- miten palvelut hinnoitellaan?

Näiden tutkimuskysymysten perusteella on pyritty havaitsemaan Lehdon Liikenne Oyn asiakassegmentit, rakentamaan palvelukuvaukset ja pohtimaan palveluiden hinnoitteluperustetta. Tällä opinnäytetyöllä on pyritty luomaan edellytyksiä Lehdon Liikenne Oyn palveluiden nopeammalle kehittämiselle kuvaamalla olemassa olevat palvelut, sillä kehitystä ja prosessien tehostamista on vaikea tehdä, jos ei ole selkeää tietoa nykyisten palveluiden tilasta.

Opinnäytetyössä ei ollut tarkoituksena kehittää suoraan konkreettisia uusia palveluita vaan selkeyttää Lehdon Liikenne Oy:n nykytilannetta ja palveluiden tilaa ja pohtia mahdollisia kehityssuuntia näille palveluille. Uusien palveluiden konkreettinen tuottaminen ja nykyisten palveluiden suuremmat muutokset rajattiin opinnäytetyön ulkopuolelle.

## 1.3 Tutkimusmenetelmät

Tämä opinnäytetyö toteutettiin toimintatutkimuksena, joka on osallistavaa, tilanteisiin sidottua ja yhteistyötä vaativaa työtä, tutustuakseni syvemmin liikennöntialaan ja toimintatutkimuksen soveltuessa kehittämistyön lähestymistavaksi. Toiminnallinen opinnäytetyö tavoittelee ammatillisessa kentässä käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjestämistä tai järjesteistä (Vilkkä & Airaksinen 2003, 9).

Toimintatutkimus on osallistuvaa tutkimusta, jolla pyritään yhdessä ratkaisemaan käytännön ongelmia ja saamaan aikaan muutosta. Se sopii siten usein hyvin kehittämistyön lähestymistavaksi. Tutkimuksella etsitään ratkaisuja käytännön ongelmiin, jotka voivat olla esimerkiksi teknisiä, sosiaalisia, eettisiä tai ammatillisia. Toimintatutkimuksen tavoitteena on ratkaista organisaatiossa ilmenevä käytännön ongelma ja samanaikaisesti luoda uutta tietoa ja

ymmärrystä ilmiöstä. Toimintatutkimuksesta voidaan käyttää työelämässä myös nimeä kehittävä työntutkimus. Se on siis ongelmakeskeistä ja vahvasti käytäntöön suuntautuvaa. Toimintatutkimus on lähestymistapa, jossa ollaan kiinnostuneita siitä, miten asioiden pitäisi olla, eikä vain siitä, miten ne ovat. Asioita ei vain kuvata, vaan tavoitteena on nykyisen todellisuuden muuttaminen. Tutkimuksen ja kehittämisen kohteina toimintatutkimuksessa ovat muun muassa yhteisön toimintatavat ja itse toimintatilanne. Toimintatutkimukseen liittyy voimakkaasti käytännönläheisyyden vaatimus. Sen tulisi tavoittaa tavalliset ihmiset ja heidän jokapäiväinen toimintansa. Toimintatutkimuksen tyypillisiä piirteitä ovat ongelmakeskeisyys, tutkittavien ja tutkijan aktiivinen rooli toimijoina muutoksessa sekä tutkittavien ja tutkijan välinen yhteistyö. Yksinkertaisesti toimintatutkimus on tilanteeseen sidottua, yhteistyötä vaativaa, osallistavaa ja itseään tarkkailevaa. (Ojasalo ym. 2009, 58)

Toiminnallisen tutkimuksen ollessa osallistavaa on käytettävien menetelmien oltava osallistavia ja yhteistoimintaisia.

Toimintatutkimus katsotaan yleensä laadulliseksi, kvalitatiiviseksi lähestymistavaksi, mutta siinä voidaan hyödyntää myös määrällisiä menetelmiä. Menetelmiä pohdittaessa on huomioitava, että kyse on osallistavasta tutkimuksesta ja kehittämisestä, joten myös menetelmien on oltava osallistavia. Osallistavat menetelmät mahdollistavat pääsynkohdeorganisaation toimijoiden ja työntekijöiden hiljaiseen tietoon, ammattitaitoon ja kokemukseen, jolloin myös kehittämistyön näkökulma laajenee pelkästään viralliseen aineistoon perustuvasta. Tutkimusaineistoa on mahdollista kerätä esimerkiksi kyselyllä, ryhmäkeskusteluilla, haastattelulla ja havainnoimalla. Havainnointia pidetään ehkä yhtenä tehokkaimmista aineistonkeruutavoista toimintatutkimuksessa. Lisäksi tutkimusaineistona voidaan käyttää asiakirjoja ja muuta kirjallista aineistoa. (Ojasalo ym. 2009, 61-62)

Laadullista tutkimusta voi luonnehtia jatkuvaksi päätöksentekotilanteeksi tai ongelmanratkaisusarjaksi (Syrjälä & Numminen 1988). Tutkimusongelma ei ole välttämättä täsmällisesti ilmaistavissa tutkimuksen alussa, vaan tutkimusongelma täsmentyy koko tutkimuksen ajan. Voidaan puhua erilaisista johtojatoksista, johtolangoista tai työhypoteesista, joiden varassa tutkimukseen liittyviä ratkaisuja tehdään. Nämä johtojatukset muuttuvat ja mahdollisesti vaihtuvat kokonaan tutkimusprosessiin liittyvien käytännön kenttäkokemusten myötä. (Aaltola & Valli II 2001, 69-70)

Tähän toiminnalliseen opinnäytetyöhön valittiin käytettäväksi varsinaisen tiedon keruuseen ja työn suorittamiseen ryhmäkeskusteluja, haastatteluja ja havainnointia, johon sisältyi joissain määrin tutustumista työtehtäviin ja -vaiheisiin yrityksessä. Näillä tavoin pyrittiin pääsemään tarkemmin sisään ennalta tuntemattomampaan liiketoimintaan ja toimintamalleihin sekä hallitsemaan tutkimusongelman muuttuvaa tilaa.

Teemahaastattelu on osoittautunut menetelmäksi, joka sallii tutkimuksen kohteeksi valittujen henkilöiden mahdollisimman luontevan ja vapaan reagoinnin.



Keskustelunomainen tietojenkeruumenetelmä saa tutkittavat suopeiksi tutkimukselle, ja vapaamuotoiset, syvälliset keskustelut paljastavat asioita, joita tuskin voitaisiin saada selville muilla keinoin. (Hirsijärvi & Hurme 1995, 8)

Havainnointi on kaikille tieteenhaaroille yhteinen ja välttämätön perusmenetelmä (Hirsijärvi & Hurme 1995, 17). Havaintojen teko on olennainen osa arkielämäämme, tärkeä osa siitä, miten hahmotamme ympäristöämme, reagoimme siihen, miten pyrimme ymmärtämään näkemäämme ja kokemaamme. Se on myöskin kerrostuvaa, kumulatiivista siinä mielessä, että aiemmin tehdyt havainnot tukevat uusia havaintoja, poikkeavat havainnoinnit kiinnittävät huomiota ja askarruttavat ja kaipaavat vastausta. Tieteessä havaintojen teko ei olennaisesti ole erityyppistä. Tieteessä kuitenkin ajattelu ohjaa arkielämää enemmän, mitä ja miten havaintoja tehdään. Keskusteltaessa havainnoinnista menetelmänä kytkeytyy yhteiskuntatieteissä osallistuminen siihen usein olennaisena osana. Havainnointi ja osallistuva havainnointi kytkee muita tutkimusmenetelmiä paremmin saadun tiedon sen kontekstiin. asiat nähdään niiden oikeissa yhteyksissä. (Aaltola & Valli I 2001, 69-70, 127)

Näillä menetelmillä pyrittiin saamaan selkeämpi kuva yrityksen toiminnasta ja tekijälle aiemmin tuntemattomammasta liiketoiminnasta, josta löytyy paljon kysymyksiä, joita ei osaisi esittää esimerkiksi kirjallisessa kyselyssä.

#### 1.4 Keskeiset käsitteet

Keskeisiä käsitteitä työssä ovat hinnoittelumalli, hinnoittelustrategia, hintajousto, palvelu, palveluyritys, palvelukuvaus, PK-yritys.

##### Hinnoittelumalli

Hinnoittelumallilla tarkoitetaan konkreettista mallia, josta tarjottavan tuotteen/palvelun hinta muodostuu. Hinnoittelumallin avulla hinta esitetään ja perustellaan asiakkaalle. Esimerkki käytännön hinnoittelumallista on käyttäjien lukumäärästä riippuva tuotteen/palvelun hinta. (Tieke 2005, 5)

##### Hinnoittelustrategia

Hinnoittelustrategialla tarkoitetaan strategiaa, joka kertoo, miten hinnoittelulla pyritään kasvuun ja tuottoihin. Esimerkiksi penetraatiohinnoittelu on hinnoittelustrategia, jonka tarkoituksena on helpottaa pääsyä markkinoille. Penetraatiohinnoittelulla pyritään kasvattamaan markkinaosuutta laskemalla hintaa. (Tieke 2005, 5)

##### Hintajousto

Kullakin tuotteella on erilainen hintajousto. Hintajousto kuvaa tuotteen kysynnän muutoksen suhdetta hinnan muutokseen. Esimerkiksi, jos hintaa prosentilla nostettaessa myynti laskee prosentin, hintajouston arvon sanotaan

olevan -1. Tässä tapauksessa siis kysyntä laskee samassa suhteessa kun hinta nousee. (Tieke 2005, 5)

### Palvelu

Palvelu on monimutkainen ilmiö. Palveluna voidaan käsittää henkilökohtaisesta palvelusta palveluun tuotteena tai tarjoomana. Myös koneesta ja miltei mistä tahansa tuotteesta voi tehdä palvelun, jos se pyritään mukauttamaan asiakkaan yksityiskohtaisiin vaatimuksiin. Myös monet hallinnolliset toiminnot, kuten laskutus ja valitusten käsittely, ovat asiakkaalle tarjottavia palveluja. (Grönroos 2009, 76)

### Palveluyritys

Palveluyritys tarjoaa päätoimenaan palvelua tai olennaisena osana fyysisistä tuotetta. Perinteisemmät tuottavan teollisuuden yritykset pyrkivät sitouttamaan asiakkaitaan tulevaisuuden palveluillaan. Palveluiden merkitys yrityksille kasvaa jatkuvasti ja työllistäminen palveluyrityksiin ja perinteisten yritysten tuleviin palveluihin on jatkuvassa kasvussa. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2009, 11)

### Palvelukuvaus

Palvelukuvaus on aukikirjoitettu ja määritelty palvelukonsepti, joka määrittää mitä hyötyjä ja arvoa palvelun on tarkoitus tuottaa asiakkaalle. Konsepti sisältää kuvauksen, mitä asiakkaan tarpeita on tarkoitus tyydyttää ja millaisella palvelutarjoomalla tämä tapahtuu. Palvelukuvauksessa määritellään myös palvelun prosessi ja palvelun blueprint, joka on prosessikaavio kuvaamaan palvelun etenemistä, siihen liittyviä toimenpiteitä ja osallistujia. (Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2008, 215-222)

### PK-yritys

Pieniä tai keskisuuria yrityksiä ovat ne, joiden palveluksessa on enintään 250 työntekijää. Määritelmän mukaan mittarina käytetään liikevaihdon määrää tai taseen loppusummaa yhdessä työntekijämäärän kanssa. Suomessa käytetään myös 50 työntekijän rajaa, sillä valtaosa yrityksistä on alle 50 työntekijän yrityksiä. Näiden yritysten osuus EKn jäsenistä on yli 80 %, joten niiden vaikutus näkyy järjestön toiminnassa monin tavoin. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2011)

## 1.5 Raportin rakenne

Opinnäytetyön raportti on jaettu viiteen lukuun. Ensimmäisessä luvussa on käsitelty opinnäytetyön taustaa ja tarkoitusta, tutkimusmenetelmiä ja tavoitteita. Luvussa on käsitelty myös keskeisimpiä peruskäsitteitä sekä raportin rakennetta.

Luku kaksi käsittelee yritystä ja yrityksen toimialan erikoispiirteitä.

Luku kolme käsittelee teoreettista tietoperustaa palveluiden kehittämisestä, sillä palveluiden kuvaaminen ja ymmärtäminen on kehittämisen lähtökohtia.

Luvussa neljä pohditaan Lehdon Liikenne Oyn asiakassegmenttejä.

Luvussa viisi kuvataan Lehdon Liikenne Oyn palvelut ja pohditaan näiden kehityssuuntia.

Luvussa kuusi esitellään johtopäätökset ja tulokset.

## 2 LEHDON LIIKENNE OY JA LIIKENNÖINTIALAN ERIKOISPIIRTEET

Tässä luvussa esitellään Lehdon Liikennettä ja liikennöintialan erikoispiirteitä, jotka vaikuttavat yrityksen mahdollisuuksiin tarjota palveluita ja harjoittaa toimintaansa.

### 2.1 Lehdon Liikenne Oy

Lehdon Liikenne on harjoittanut liikennöintiä jo 1940-luvulta lähtien. Alkuun toiminta oli tavaraliikennöintiä, mutta hyvin pian perustettiin yritys linjaliikennöintiä varten. Tämän yrityksen perusti Paavo Lehto ja ensimmäinen virallinen vuoro ajettiin vuonna 1947 Turenki-Hämeenlinna välillä. Samana vuonna voidaan sanoa myös tilausajojen alkaneen pienimuotoisten ajojen myötä.

Varsinaisesti tilausajot lisääntyivät 1950-luvulla, jonka myötä kalustoakin yritykselle uusittiin. Vuonna 1957 yritys rakennutti uudet hallit toimintaansa varten vanhan Helsingintien varteen ja näillä samoilla sijoilla yritys toimii vieläkin. Samana vuonna hallien yhteyteen rakennettiin Shell-huoltoasema, joka toimi vuoteen 1999 saakka. 1950-luvun lopulla ja 1960- ja 1970-luvuilla tilausliikenne kasvoi voimakkaasti ja kalustoa uusittiin tasaisin väliajoin. Vuonna 1979 yrityksen yhtiömuoto muutettiin kommandiitti-yhtiöksi ja yritys sai silloin nimen Lehdon Liikenne Ky.

1980-luvulla yrityksen johto vaihtui Paavo Lehdon menehdyttyä, jolloin yritystä jäivät pyörittämään Paavon puoliso ja lapset Pertti, Markku ja Ritva. Vuonna 1986 perustettiin matkatoimisto Euromatkat, joka hoitaa tälläkin hetkellä matkojen järjestämistä ja jälleenmyyntiä. Tällöin Lehdon Liikenteen oma matkatuotanto lisääntyi voimakkaasti. Matkatoimiston perustamisen jälkeen saman katon alla toimi kolme yritystä, joten myös työtehtävät jakaantuvat ajan myötä osakkaiden kesken. Pertti hoiti huoltamoita, Ritva matkatoimistoa ja Markku liikennepuolta.

1990-luvulla Lehdon Liikenne panosti kalustoonsa ja vuonna 1999 huoltamotoiminta lopetetaan.

2000-luvulla huoltamotoiminnan lopettamisen jälkeen matkatoimisto muuttaa toimimaan huoltoasemalta jääviin tiloihin ja palvelulinja ja koulukyytipalvelu pikkubussilla aloittavat toimintansa. Yrityksen autokalustoa laajennetaan eripaikkaisilla busseilla. Vuonna 2007 vetovastuut yrityksessä muuttuvat, kun Ritva ja Pertti jäävät pois ja Markku jatkaa yrityksen pyörittämistä lastensa kanssa. Tällöin Lehdon Liikenteen toimitusjohtajaksi tulee Esa Lehto. Vuonna 2009 toiminta lisääntyy Matkahuollon asiamiespisteellä Turengissa. Nykyään Lehdon Liikenteen bussien vuotuinen kilometrimäärä ylittää miljoonan kilometrin rajan, autoja on vaihtelevasti noin viisitoista ja henkilöstöä, pyörittävän perheen lisäksi, on noin viisitoista. (Lehdon Liikenne)

Lehdon Liikenne Oyn tulevaisuuden visiona on, Suomen liikennöntialan muutoksien edessä ja kustannusten noustessa muun muassa polttoaineiden hinnannousun myötä, monipuolistaa palvelutarjontaansa, jotta kaluston ja henkilöstön käyttöaste paranisi ja yrityksen tuotto ja kannattavuus ei riippuisi vain suhdanneherkistä liikennöinnistä ja matkailusta.

### 2.2 Liikennöntialan erityispiirteitä

Liikennöinti on luvanvaraista toimintaa, jota säätelee tieliikennelaki ja erilaiset EU-direktiivit. (Linja-autoliitto)

Liikennepalveluja toteutetaan tieliikennelain 48§ mukaiseen laatulupaukseen perustuen. Tämä laatulupaus löytyy liitteestä 1. (Lehdon Liikenne)

## 3 TEOREETTINEN TIETOPERUSTA: PALVELUIDEN KUVAAMINEN JA KEHITTÄMINEN

Tässä luvussa esitellään teoreettista tietoperustaa palveluiden kuvaamiseen ja kehittämiseen. Luvussa esitellään asiakkaan määrittelyä asiakassegmentoinnin ja -profiloinnin avulla, tuotteistamista palveluita kuvaamalla ja palvelulla ansaitsemista hinnoittelulla.

Palveluiden kehittämisen lähtökohtana on yrityksen liiketoimintastrategia: näkemys siitä, miten yrityksen osaaminen ja resurssit saadaan parhaiten kytettyä toimialan mahdollisuuksiin niin, että saavutetaan kasvua ja kannattavuutta. Keskeisiä yrityksen toimintaa määrittäviä kysymyksiä ovat: (1) millaisia asiakkaita ja asiakassuhteita tavoitellaan, (2) millaisia tuotteita ja palveluja tuotetaan ja miten ne tuotetaan ja (3) mikä on erikoistumisen ja tuotekehityksen aste. (Jaakkola, E., Orava M. & Varjonen, V. 2009, 3)

### 3.1 Asiakkaan määrittely

Kun palvelua suunnitellaan ja kehitetään on määriteltävä asiakas, jolle palvelua halutaan tarjota. Tähän on käytettäviä työkaluja on mm asiakassegmentointi ja -profilointi.

#### 3.1.1 Asiakassegmentointi

Asiakkailla on erilaisia tarpeita ja toiveita. Sen vuoksi organisaatio pystyy hyvin harvoin tyydyttämään jokaisen potentiaalisen asiakkaan tarpeita samalla tavalla, eikä sen tulisikaan yrittää ratkaista jokaisen ongelmia. Asiakkaat on jaettava homogeenisiin ja toisistaan riittävästi poikkeaviin segmentteihin. (Grönroos 2009)

Segmentoinnin tavoitteena on löytää ja valita yrityksen resursseihin ja osaamiseen parhaat liiketaloudellisen tuloksen mahdollistavat kohderyhmät eli segmentit, joille markkinointi kohdennetaan. (Rope, T. 2000, 153). Sillä yrityksen tavoitteena on valita asiakkaistaan arvokkaita asiakkaita, jalostaa asiakkuuksien arvoa ja ylläpitää niitä. Segmentoinnin avulla nähdään, mitkä asiakkaat antavat yritykselle suurimman hyödyn, joihin siis kannattaa panostaa resurssejaan. Asiakaslähtöisen toiminnan perusajatuksena on se, että sopeutetaan yrityksen ja asiakkaan prosessit niin, että kummallekin koituu hyötyä. Asiakaslähtöisyys pyrkii luomaan pitkäaikaisia asiakassuhteita, joissa korostuu vuorovaikutus. Yrityksen tärkein tulonlähde eli asiakas hyötyy segmentoinnista ja asiakkuuksien johtamisesta, sillä asiakas kykenee näin tuottamaan arvoa itselleen entistä enemmän. Hyötyjä asiakkaan näkökulmasta ovat esimerkiksi parempi asiakastuntemus, jolla saadaan paremmin asiakkaalle suunnattu tarjooma, voidaan suunnata markkinointia ja suunnitella strategisia liittoumia tai kumppanuuksia. (Storbacka, Sivula & Kaario 2000, 20-23)

Segmenttien tulisi koostua sellaisista asiakkaista, joille yrityksen tuotetarjonta on rakennettu. Yrityksen tulee siis tehdä valinta, kenet se tahtoo napata, eikä yrittää markkinoida kaikille, vaikka pelkäisikin valinnan rajaavan asiakaspotentiaalia. Kaikille markkinoinnissa piilee se vaara, että pienen yrityksen markkinointiresursseja kulutetaan hukkaan. Se, että valitaan tietyt segmentit, ei tarkoita, että ostava asiakas ei voisi tulla myöhemmin näiden ulkopuolelta. (Rope 2000, 155-156).

##### 3.1.1.1 Segmentin valintaan vaikuttavia tekijöitä

Rope esittelee suuressa markkinointikirjassaan kymmenen kriteeriä, joiden pohjalta segmenttien tarkastelua ja valintaa voidaan tehdä seuraavasti. Oletuksena on, että yritys on jo löytänyt mahdollisen joukon segmenttejä ja tältä pohjalta etsii tuloksellisimpia.

1. Läheisyys - maantieteellinen eli todellinen läheisyys ja henkinen eli aatteellinen läheisyys esim työväen- tai urheiluorganisaatiot

2. Volyymi - segmentin suuruus, riittääkö yrityksen kapasiteetti segmentin hoitoon
3. Tuottomahdollisuus - segmentistä saatava kate
4. Ostopäätöskriteerien yhteensopivuus yrityksen osaamisen kanssa - yrityksen ei kannata valita asiakasta, jolla on ylisuuret odotukset yrityksen toimintaa kohtaan
5. Segmentin kehitysvaihe - onko segmentti kasvuvaiheessa, vaikeasti hintakilpailtu vai jo orastavassa laskuvaiheessa
6. Kilpailutilanne segmentillä - kilpailijoiden määrä ja henkinen vahvuus segmentillä
7. Investointivaateet - vaatiiko segmentti suuria investointeja eli riittääkö yrityksen resurssit
8. Riskit - suurempi riski on yleensä suurempi tuottomahdollisuus ja riskiä lisätään kaventamalla segmenttiä
9. Segmenttisynergisyys - liiketoiminnan osatekijät tulisi olla positiivisesti toisiinsa kytkeytyviä ja segmenttien ajallisesti toisiaan tukevia
10. Johdon tahtotila - vaikka segmenttipäätös tuleekin tehdä selkeästi liiketaloudellisin perustein, on sen oltava johdolle ja yritykselle sopiva ja sitä on intohimolla johdettava  
(Rope 2000, 156-158)

### 3.1.1.2 Segmentoinnin toteutuksen edellytykset

Jotta segmentoinnin toteutus olisi tehokas ja tulokset hyvät, pitäisi seuraavien segmentoinnin edellytysten täytyä.

1. Olennaisuus - liittyy sekä segmentin kokoon että segmentoinnin kannattavuuteen. Segmentoinnin on oltava kyllin suuri, jotta siihen kannattaa harkita erillistä markkinointia. Jos kokonaismarkkinat ovat pienet, niitä tuskin kannattaa segmentoida. Suuremmat markkinat sen sijaan parantavat yleensä segmentoituna yrityksen toimintamahdollisuuksia.
2. Mitattavuus - liittyy potentiaalisten asiakkaiden ominaisuuksien määrittävyyteen ja luokiteltavuuteen. Yritysmarkkinoilla erilaiset yrityssegmentit - esimerkiksi toimialan, yrityksen koon, maantieteellisen sijainnin pohjalta - on jopa helppo määritellä ja luokitella. Voidaankin sanoa, että yritystasoinen segmentointi on melkoisen helppo toteuttaa. Sen sijaan segmentoinnin ulottaminen yritysten sisäisiin henkilötasoiisiin tekijöihin on muiden kuin ns. demografiatekijöiden - ikä, asema, tehtävä yrityksessä - osalta aivan yhtä hankalaa toteuttaa kuin kuluttajamarkkinoillakin.
3. Saavutettavuus - liittyy markkinoinnin kohdistettavuuteen ja segmenttien erottamiseen toisistaan. Saavutettavuudella tarkoitetaan sitä, missä määrin yritys voi kohdistaa tehokkaasti markkinointipanoksensa ja informoida erikseen jokaista segmenttiä siitä, mistä tämä on kiinnostunut. Saavutettavuuskriteerillä pyritään pitämään segmentit erillään toisistaan ja kohdistamaan jokaiselle segmentille erityisesti näitä varten räätälintyönä tehty markkinointipanostus.  
(Rope 1998, 58-59)

### 3.1.2 Asiakasprofilointi

Asiakasprofilointi on jatkuvaa tiedonkeruuta ja asiakassuhteen analysointia ostokäyttäytymisen ja kanssakäymisen tuottaman tiedon perusteella. Näistä tiedoista muodostuu asiakkaalle asiakasprofiili, joka kehittyy jatkuvasti ja kuvaa asiakkaan suhdetta yritykseen. Asiakasprofiilia hyödyntämällä varmistetaan, että

- yritys tuntee asiakkaan arvon yritykselle.
- yritys tietää asiakassuhteen tilanteen.
- yritys huomaa muutossignaalit eikä tule yllättäviä asiakassuhteen katkeamisia. (Bergström, S. & Leppänen, A. 2009, 467-471)

Asiakkaiden käyttäytymistä voidaan seurata esimerkiksi seuraavien tietojen avulla:

- viimeisin ostoajankohta, milloin asiakas asioi viimeksi
- ostotiheys, miten usein asiakas ostaa tai miten usein tiettyä tuotetta ostetaan
- ostomäärä, rahallinen ja määrällinen
- ostokohteet, mistä tuoteryhmistä ja mitä yksittäisiä tuotteita ostetaan. (Bergström ym. 2009, 469)

Näillä tiedoilla asiakkaalle voidaan muodostaa RFM-profiili (recency, frequency, monetary value), jonka avulla asiakkaat voidaan ryhmitellä erilaisiin asiakkuustyyppisiin. Perinteisempi tapa asiakkuuksien ryhmittelyyn on seuraavanlainen:

- potentiaalinen asiakas, joka kuuluu tavoiteltaviin asiakkaisiin, mutta ei ole vielä ostanut
- satunnaisasiakas, joka silloin tällöin ostaa yrityksen tuotteen
- kanta-asiakas, joka ostaa yrityksestä säännöllisesti ja toistuvasti
- entinen asiakas, joka on lopettanut yrityksestä ostamisen muutoksen tai huonon palvelun vuoksi. (Bergström ym. 2009, 467-469)

Näitä tietoja yhdistelemällä yritys voi varautua yllättäviin asiakassuhteiden katkeamisiin, joita pyritään välttämään, sillä kaikkein kallein asiakas on keran menetetty asiakas, jota yritetään saada takaisin. Näillä tiedoilla päästään myös vertailemaan satunnais- ja kanta-asiakkaan kannattavuutta, sillä satunnaisasiakas saattaa olla yhtä arvokas kuin kanta-asiakas, joille yleensä annetaan huomattavia alennuksia.

### 3.2 Palveluiden tuotteistaminen

Palvelujen tuotteistamiselle ei ole yhtä yleisesti hyväksyttyä määritelmää. Joskus sillä tarkoitetaan palvelujen standardoimista tuotteen kaltaiseksi, täysin

vakioiduksi hyödykkeeksi. Toisaalta taas voidaan tarkoittaa uusien ja olemassa olevien palvelujen määrittelyä, systematisoimista ja ainakin osittaista vakiointia. Tuotteistamista voidaan hyödyntää palvelujen kehitystyössä, vaikkei tavoitteena olisikaan suunnitella täysin vakioitua palvelua. (Jaakkola ym. 2009, 1)

### 3.2.1 Palvelun sisältö

Palvelun tuotteistaminen alkaa palvelun keskeisten ominaisuuksien määrittelyllä: mikä on palvelun sisältö ja käyttötarkoitus ja miten palvelu toteutetaan. Kuvassa 1 esitetään palvelun määrittämiseen liittyviä kysymyksiä. Palvelulle oleelliset lisäpalvelut on tarpeellista tunnistaa, jotta saadaan selville kaikki palveluun tarpeelliset työvaiheet ja resurssit. (Jaakkola ym. 2009, 11-12)



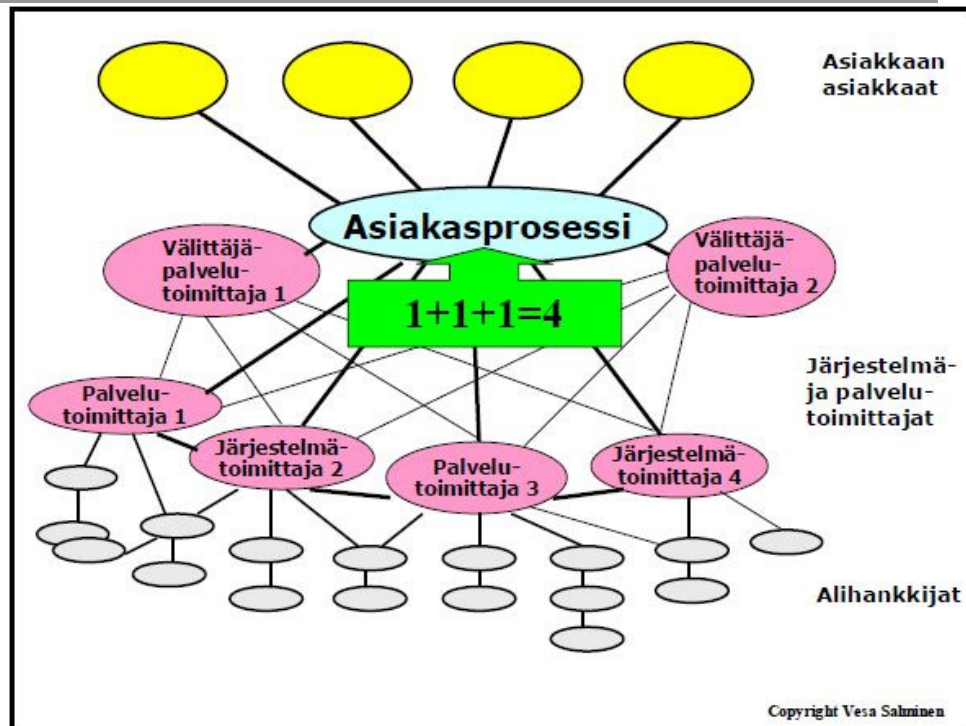
Kuva1 Palvelun sisällön määrittelyä (Jaakkola ym. 2009, 12)

Lisäpalvelut voivat olla myös keino erottua kilpailijoista, jos ydinpalvelut näyttävät asiakkaille samanlaisilta. Lisäpalvelut nostavat yleensä laatumielikuvaa asiakkaiden silmissä.

### 3.2.2 Palvelun sidosryhmät

Oleellista palvelun määrittelyssä on myös selvittää palveluun ja mahdollisiin lisäpalveluiden tuottoon liittyvät sidosryhmät, jotta nähdään palveluun vaikuttavat tekijät. Sidoryhmäkartan voi muodostaa kuvan 2 mukaiseksi, jossa määritellään palvelun asiakkaat, mahdolliset alihankkijat ja mahdolliset strategiset kumppanit.

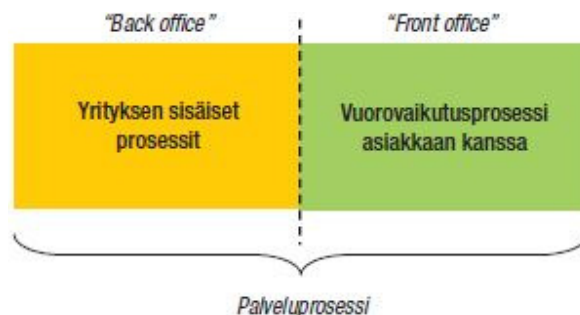




Kuva 2 Sidosryhmäkartan esimerkki (Salminen V., 2010)

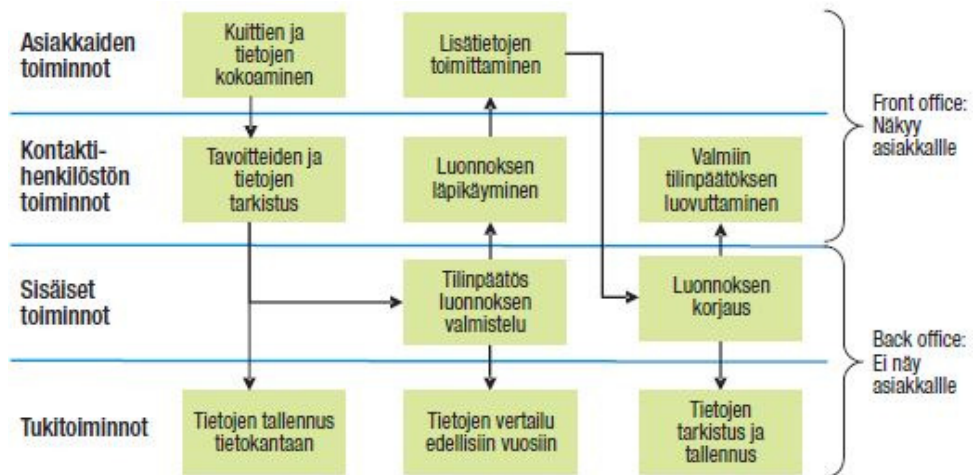
### 3.2.3 Palveluprosessi

Palvelun sisällön lisäksi on määriteltävä, miten palvelu tuotetaan ja toteutetaan. Toisin kuin tavaroiden tuotannossa, asiakas on yleensä mukana palvelun tuotantoprosessissa. Palveluprosessi tarkoittaaakin monesti sekä yrityksen sisällä että asiakasrajapinnassa tapahtuvia toimintoja. Kuvan 3 mukaan osa toimintoista on asiakkaalle näkyviä ja osa ei. (Jaakkola ym. 2009, 15)



Kuva 3 Palveluprosessi kuvana

Palveluprosessi voidaan kuvata yksinkertaisena toimintakaaviona, joka sisältää tarvittavat työvaiheet ja niihin osallistuvat henkilöt. Yksityiskohtaisemmin palveluprosessi voidaan kuvata mm. blueprinting-menetelmällä, kuten kuvassa 4. Siinä prosessin vaiheet kuvataan vuokaaviona, jossa erotetaan asiakkaalle näkyvät (front office) ja asiakkaalle näkymättömät (back office) toiminnot. (Jaakkola ym. 2009, 15-16)



Kuva 4 Esimerkki palvelun kuvaamisesta blueprinting-kaaviolla (Jaakkola ym. 2009, 16)

Palveluprosessin kuvauksessa tuodaan esille esimerkiksi seuraavia asioita:

- mitä vaiheita palvelussa on ja mistä palvelu koostuu?
- missä palvelu toteutetaan?
- ketkä osallistuvat eri vaiheisiin? (Bergström ym 2009, 187)

### 3.3 Palvelun hinnoittelu

Hinnoittelu on paitsi yksi merkittävimmistä yrityksen kannattavuuteen vaikuttavista tekijöistä, myös keskeinen viesti palvelun laadusta. Yksittäisten hinnoitteluratkaisujen vaikutusta yrityksen imagoon ja kannattavuuteen pitkällä tähtäimellä ei kannata aliarvioida. (Jaakkola ym. 2009, 29)

Millään muulla päätöksellä ei voida vaikuttaa yhtä nopeasti ja dramaattisesti yrityksen kannattavuuteen kuin muuttamalla yrityksen tarjoamien tuotteiden ja palveluiden hinnoittelua. Muutokset hinnoittelussa vaikuttavat tuotteen/palvelun kysyntään huomattavasti nopeammin kuin esimerkiksi markkinoitviestinnän käyttö. (Tieke 2005, 7)

Hinta vaikuttaa monin tavoin kaupalliseen menestykseen, sillä hinta on

- tuotteen arvon mittari ja muodostaja; hinta osoittaa asiakkaalle tuotteen arvon. Jos haluaa luoda laatumielikuvan, niin sen tulee myös näkyä hinnassa
- kilpailuun vaikuttava tekijä; korkea hinta voi rajoittaa myyntiä ja matala hinta voi estää kilpailijoiden tuloa markkinoille
- kannattavuuteen vaikuttava tekijä; hinta vaikuttaa myynnin määrään. Nostamalla hintaa parannetaan kannattavuutta, jos myynti ei samalla pienene.
- tuotteen asemointiin vaikuttava tekijä; hinnan tulee olla kohderyhmälle sopiva. Eri kohderyhmille saattaa sopia hyvin erilainen hintataso, vaikka kyse on samasta tuotteesta, joten hintapäätök-

set tulee tehdä kohderyhmän näkökulmasta. (Bergström 2009, 257)

Tehokkaan hinnoittelun päämääränä tulisi olla sellainen katteen ja markkinaosuuden välinen suhde, joka maksimoi kannattavuuden pitkällä aikajänteellä. (Tieke 2005, 8)

### 3.3.1 Hintapolitiikat

Hintapolitiikka tarkoittaa yrityksen valitsemaa hintatasoa suhteessa kilpaileviin tuotteisiin. Hintapolitiikan perusvaihtoehdot ovat:

- kermankuorinta- ja imagohinnoittelu (kallis)
- vakiohinnoittelu (keskihintainen)
- penetraatio- ja volyyminhinnoittelu (halpa) (Bergström ym, 2009, 263)

Kermankuorinta- ja imagohinnoittelua voidaan käyttää vain niin kauan kuin tuote on uusi ja markkinoilla ei ole varteenotettavaa kilpailevaa tuotetta. Toisaalta tästä hinnoittelusta voidaan käyttää myös termiä laatu- eli imagohinnoittelu, jolloin luodaan kuvaa erikoisen laadukkaasta palvelusta ja hinnoittelupolitiikkaa voidaan käyttää jatkuvasti. (Bergström ym, 2009, 264)

Keskihinnoittelu eli vakiohinnoittelu, että hinnoittelussa seurataan kilpailijoita tai alalle vakiintunutta yleistä hintatasoa. Tällöin hinta ei ole merkittävä kilpailutekijä. (Bergström ym, 2009, 265)

Penetraatiohinnoittelu tarkoittaa alhaisen hinnan politiikkaa ja markkinoille tunkeutuvaa hinnoittelua. Markkinoille tuodaan alhaisella hinnalla tuotteita, joilla on paljon kilpailijoita ja jotka eivät poikkea merkittävästi kilpailijoistaan. Alhaisen hinnan riskinä on pieni tuotto ja vaikeus myöhempään hinnan nostoon, kun asiakas on jo tottunut saamaan tuotteen tietyllä hintatasolla. hinnoittelua kutsutaan myös volyyminhinnoitteluksi, koska sillä tavoitellaan suuria myyntimääriä. (Bergström ym, 2009, 264)

Joillain aloilla hinnoittelun määrittelee kysynnän ja tarjonnan välinen suhde eli kilpailutilanne, jolloin voidaan puhua markkinahinnoittelusta, jolloin hintataso määräytyy markkinoilla, eikä yritys voi sitä päättää. Hintaan vaikuttaa asiakkaiden maksuhalukkuus ja kilpailevien yritysten reagointi yrityksen hinnoitteluun. Joillain toimialoilla julkinen valta säätelee hintoja, jolloin hinnat voivat olla kiinteät tai hinnoittelussa on otettava huomioon tiukat säännökset. (Bergström ym, 2009, 265/Leminen S./Tieke 2005, 23.)

Hinnoittelun ei tarvitse perustua vain yhteen hinnoittelutapaan, vaan eri tapoja voi yhdistellä. Palvelua tulee pohtia asiakkaan näkökulmasta, sillä asiakas ei välitä, paljonko palvelu tulee tuottajalle maksamaan. Sen sijaan asiakas vertaa hintaa palvelusta saamaansa hyötyyn ja markkinoilla oleviin kilpaileviin palveluihin. (Jaakkola ym. 2009, 30)

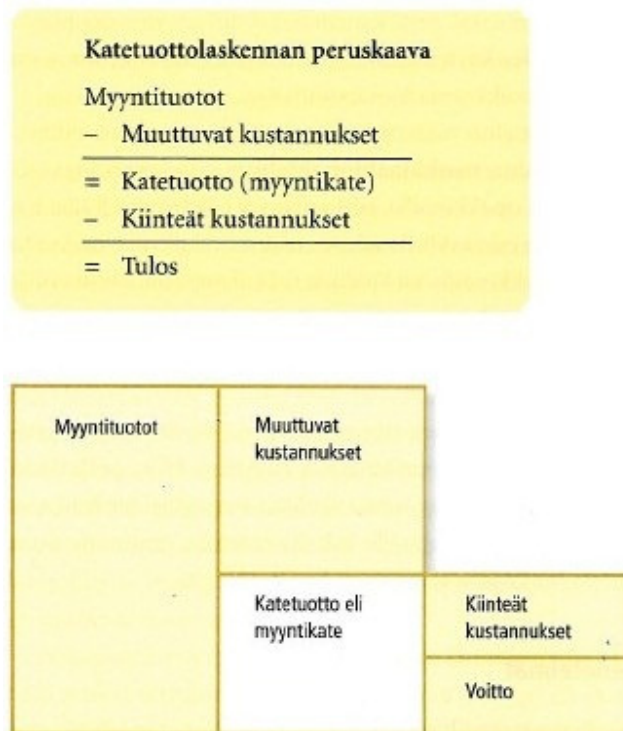
### 3.3.2 Hinnoittelumenetelmät

Tuotteen konkreettisen myyntihinnan määrittelyssä yritys voi käyttää kolmea tapaa. Yleisimmät ovat kustannuksiin perustuva hinnoittelu ja markkinatilannehinnoittelu. Kustannusperusteisen hinnoittelun yleisimmät tavat ovat omakustannus- ja katehinnoittelu. Markkinatilannehinnoittelu perustuu kysynnän ja tarjonnan arviointiin. Näiden yleisimpien lisäksi on yleistymässä arvope-  
rusteinen hinnoittelu, joka tarkoittaa hinnan määrittämistä asiakkaan kokemuksen ja arvostamien hyötyjen perusteella. (Bergström ym, 2009, 265)

#### 3.3.2.1 Kustannusperusteinen hinnoittelu

Kustannusperusteinen hinnoittelu perustuu tuotteen kehitys-, valmistus- ja myyntikustannuksiin. Kustannusperusteisen hinnoittelun heikkoutena on siinä, ettei asiakasta kiinnosta, kuinka paljon tuotteeseen on uhrattu resursseja vaan se, kuinka paljon tuote hyödyttää asiakasta. (Leminen S.)

Tunnetuin kustannusperusteinen hinnoittelun apuväline on katetuottolaskenta, jonka perusajatus esitellään kuvassa 5. Myyntituottojen pitää paitsi kattaa kaikki kustannukset myös jättää voittoa.



Kuva 5 Katetuottohinnoittelun perusajatus (Bergström ym, 2009, 266)

Tuotteesta saatavilla myyntituotoilla on siis katettava sen hankinta- ja valmistuskustannukset eli muuttuvat kustannukset. Jäljelle jäävällä katetuotolla on

pystyttävä kattamaan riittävä osa yrityksen kiinteistä kustannuksista, esimerkiksi palkat, vuokrat, mainonta. Voittoa jää, jos kaikkien tuotteiden yhteenlaskettu katetuotto eli myyntikate ylittää kustannukset. (Bergström ym, 2009, 266)

OKA eli omakustannusarvohinnoittelu perustuu siihen, että tuotteen on maksettava kaikki sen välittömästi aiheuttamat kustannukset, esimerkiksi raaka-aineet ja työpalkat, ja oma osuutensa välillisistä kustannuksista, esimerkiksi vuokrat ja johdon palkat. Näiden kustannusten päälle lisätään voittolisä eli yrityksen haluama voitto sekä verot, ja näin muodostuu tuotteen ulosmyyntihinta. (Bergström ym, 2009, 268)

### 3.3.2.2 Markkinatilannehinnoittelu

Markkinatilannehinnoittelu on melko neutraali hinnoittelumalli, sillä tuotetta tai palvelua ei aggressiivisesti yli- tai alihinnoitella. (Leminen S.)

Oikea hinta ei nykyisen ajattelun mukaan ole vain se hinta, joka peittää kustannukset ja antaa kustannusten päälle tietyn katteen. Oikea hinta on se hinta, jonka asiakas on valmis tuotteesta maksamaan ja jolla asiakas kokee saavansa riittävän vastineen maksamilleen rahoille. On kuitenkin selvä, että yrittäjän tulee kattaa kustannukset hinnoittelussaan. Hintaa tarkastellessa tulee erottaa toisistaan kaksi käsitettä:

-absoluuttinen hinta on hinta, jonka tuote on tullut markkinoijalle maksamaan. Tästä käytetään myös nimitystä tuotantohinta ja se kertoo todelliset kustannukset.

-suhteellinen hinta on hinta, joka suhteuttaa tuotteen toisiin samoilla markkinoilla oleviin kilpaileviin tuotteisiin. Tästä käytetään myös nimitystä markkinahinta. (Bergström ym, 2009, 269-270)

Markkinatilannehinnoittelussa ei tuotteella ole yhtä ainoata hintaa. Hinta on ajassa, markkinoilla ja asiakkaan silmissä. Markkinatilannehinnoittelussa tuotteesta saatavaan hintaan vaikuttavat eniten kohderyhmä, tuote, kysynnän ja tarjonnan suhde ja kilpailutilanne. Markkinatilannehinnoittelu ottaa siis huomioon sekä kilpailijoiden hinnoittelun että asiakkaiden ostovoiman ja hintakäsitykset. (Bergström ym, 2009, 270-271)

Markkinatilannehinnoittelu on ehkä yleisimmin käytettyjä liikennöintialan hinnoittelumalleja lukuun ottamatta julkisia linjaliikenteitä, joissa on asetuksilla määrätty hinnoittelut. Tämä hinnoittelumalli liikennöintialalla johtuu alan jatkuvasta muutoksesta ja tiukasta kilpailusta. Malli sopii myös käytettäväksi, jos yrityksellä ei ole selkeää hinnoittelustrategiaa eli hyvin pienillä liikennöitsijöillä.

### 3.3.2.3 Arvoperusteinen hinnoittelu

Nykyään monet tuotteet muistuttavat toisiaan ulkonäöltään, ominaisuuksiltaan ja hinnaltaan, jolloin oikea strategia on massasta poikkeaminen omaperäisyyttä lisäämällä. (Leppänen, E. 2007, 132) Arvoperusteisessa hinnoittelussa hinnoittelu perustuu ostajan tuotteen käytön kautta saavuttamaan arvoon tai hyötyyn. Asiakas voi saada tuotteesta käyttöarvoa, vaihtoarvoa tai symboliarvoa. Hyötyteorian mukaan ostaja pyrkii yleensä saamaan käytettävissä olevilla resursseillaan mahdollisimman suuren kokonaishyödyn. Hyöty tai arvo on se määrä, jonka ostaja kokee saavansa. (Bergström ym, 2009, 271)

Eri asiakkaat kuitenkin kokevat arvon erilalla ja hakevat erilaista hyötyä, joten asiakkaiden arvostukset tulee selvittää ja asiakkaat pyritään ryhmittelemään mieltymysten, tarpeiden ja vaatimusten perusteella. Arvohinnoittelu perustuu siihen, että eri segmenteille tuotetaan erilaista arvoa ja peritään segmenttikohteisesti eri hinta tuotetun arvon perusteella perustuotteen kuitenkin ollessa sama. Tuotteen oikea hinta ei siis löydy vain kustannusten pohjalta vaan tilanteen mukaan tutkimalla asiakkaiden ostokäyttäytymistä, arvostuksia, hintaherkkyyttä, kysyntää ja tarjontaa, kilpailutilannetta ja oman tuotteen suhdetta näihin. (Bergström ym, 2009, 271-273)

## 4 LEHDON LIIKENNE OYN ASIAKASSEGMENTIT

Tässä luvussa segmentoidaan Lehdon Liikenne Oyn asiakaskuntaa.

### 4.1 Asiakassegmentit

Lehdon Liikenne Oyn tyyppisten kuljetus- ja matkailuyritysten asiakaskunnan segmentointi on haastavaa, koska asiakaskunta koostuu käytännössä lähes kaikista ajateltavissa olevista asiakkaista. Asiakaskuntaan kuuluvaksi voidaan lukea reittiliikenteen yksittäisestä ihmisestä lähtien erilaiset yhdistykset tai seurat, kunnat ja kaupungit ja yrityksiin ja julkishallinnon organisaatioihin saakka. Rajaavana tekijänä pidetään maantieteellistä läheisyyttä liikennöitsijän normaaliin toimialueeseen, jolla tässä käsitetään reittiliikenteen ja toimipaikan sijaintia.

#### 4.1.1 Yksittäinen Ihminen

##### 4.1.1.1 Yksittäinen ihminen linjaliikenteessä

Yksinkertaisimpana asiakassegmenttinä voidaan pitää yksittäistä ihmistä linjaliikenteessä. Palveluista tämä segmentti käyttää käytännössä vain linjaliikennettä. Segmentin käyttäytymiseen ei voi vaikuttaa kuin aikatauluilla ja linjojen määrällä, koska linjaliikenteen reitit ovat määrättyjä eivätkä täysin vapaasti kilpailtuja.

Tälle segmentille ei kovin isoja markkinointipanostuksia suunnata, vaan panostukseksi riittää tiedottaminen linjoista, reiteistä ja aikatauluista. Linjaliikenteen asiakas tulee käytännössä aina lähialueelta, joten panostukset etäämmälle ovat turhia.

#### 4.1.1.2 Yksittäinen ihminen matkapalveluissa

Asiakassegmenttinä yksittäinen ihminen matkapalveluissa vaatii jo enemmän markkinointipanostuksia verrattuna linjaliikennettä käyttävään. Tässä segmentissä voidaan käyttää webmainonnan lisäksi muun muassa lehtimainontaa ja yhtenä oleellisena panostuksena on käytössä osallistuminen eri matkailumessuille ja esitemainonta.

Kaiken kaikkiaan yksittäinen ihminen matkailupalveluissa vaatii jo huomattavia panostuksia markkinointiin ja näkyvyyteen. Asiakas matkapalveluihin saattaa tulla etäämmältäkin, mutta näitä asiakkaita varten panostus messu- ja webmarkkinointiin on riittävää. Kun taas muut markkinointitavat ovat toimivampia liikennöitsijän lähialueella.

#### 4.1.2 Kunnat ja kaupungit

Kunnat ja kaupungit tulevat omana segmenttinään, koska nämä jakavat liikennöitsijöille linjojen reitit ja huolehtivat joukkoliikennöinnin mahdollisuuksista. Joissain tapauksissa kunnat ja kaupungit voivat tilata ylimääräisiä linjoja esimerkiksi testatakseen joukkoliikenteen kannattavuutta kunnan tai kaupungin syrjäkulmille tai tuotettaessa palvelutyypistä linjaliikennettä.

Tällekin segmentille ei ole tarvetta kovin suurilla markkinointipanostuksilla suunnata, sillä segmenttiä ohjaa julkishallinnon hankintalait ja asetukset. Panostuksena on lähinnä keskustelut asianosaisia kohtaan ja yrityksen nimen pitäminen esillä mahdollisia tarjouspyyntöjä ajatellen. Tällaisia tilauksia tulee yleensä vain liikennöitsijän lähikunnista tai -kaupungeista, joten tämäkin pitää segmentin melko pienenä.

#### 4.1.3 Yhdistykset, seurat ja yhteisöt

Yhdistykset, seurat ja muut yhteisöt tuovat jo erilaista ajattelumallia segmentointiin verrattuna aiemmin esiteltyihin segmentteihin. Tässäkin segmentissä voidaan jakaa alasegmenttejä.

##### 4.1.3.1 Yhdistykset, seurat ja yhteisöt liikennöitsijän lähialueilta

Yhdistykset, seurat ja yhteisöt liikennöitsijän lähialueilta ovat merkittävä asiakassegmentti. Tämä segmentti toimii hyvin usein markkinointikanavana yritys- ja hallintosegmenttejä kohti samojen asiakkaiden löytyessä molemmista segmenteistä. Tälle segmentille markkinointiin, esimerkiksi suoramarkki-

noinnilla, ja palveluun on hyödyllistä panostaa, vaikka tuotto ei olisikaan niin suurta, sillä se saattaa lisätä tuottoja kannattavammissa segmenteissä esimerkiksi yrityspuolella.

#### 4.1.3.2 Yhdistykset, seurat ja yhteisöt laajemmalla alueelta

Vastaavasti laajemmalla alueelta tuleviin yhdistyksiin, seuroihin ja yhteisöihin ei kannata web- ja messumarkkinointia massiivisempia ponnistuksia tehdä, sillä silloin vaadittaisiin jo niin paljon suurempia panostuksia, että kannattavuus kärsisi.

#### 4.1.4 Yritykset ja julkishallinnon organisaatiot

Yritykset ja julkishallinnon organisaatiot voidaan periaatteessa jaotella samaan tyyliin kuin yhdistykset, seurat ja yhteisöt. Toisaalta on taas hyvä jaotella yritykset ja julkishallinnon organisaatiot vielä omiin segmentteihinsä, sillä näillä hankintoja ohjaa eri periaatteet julkishallintoa koskiessa eri hankintalait ja asetukset.

##### 4.1.4.1 Yritykset liikennöitsijän lähialueilta

Yritykset liikennöitsijän lähialueilta ovat merkittävä asiakassegmentti ja tämän segmentin tuotto-odotukset ovat usein suuremmat kuin muiden segmenttien. Panostukset tälle segmentille markkinointiin, esimerkiksi suoramarkkinoinnilla ja toiminta aiemmassa yhdistys-, seura- ja yhteisösegmentissä, voivat edistää liikennöitsijän kannattavuutta.

##### 4.1.4.2 Yritykset laajemmalla alueelta

Tätä segmenttiä voidaan käsitellä käytännössä samalla tavalla kuin yhdistys-, seura- ja yhteisösegmenttiä laajemmalla alueelta. Merkittäviä ponnistuksia markkinointiin ei kannata tehdä, koska ponnistusten tulisi olla massiivisia verrattuna liikennöitsijän resursseihin.

##### 4.1.4.3 Julkishallinnon organisaatiot liikennöitsijän lähialueilta ja laajemmalla alueelta

Julkishallintoa ohjaa hankintalait ja asetukset, joten segmentin tuotto-odotukset ovat yleensä etenkin yrityspuolta maltillisemmat. Tälle segmentille ei kovin suuria markkinointipanostuksia ole syytä tehdä. Tärkeimpinä ponnistuksina voidaan pitää liikennöitsijän nimen esillä pitämistä ja näin myös toimintaa muissa segmenteissä.

#### 4.2 Yhteenveto asiakassegmenteistä

Lehdon Liikenne Oyille tunnistettiin seuraavat asiakassegmentit ja näiden alasegmentit:



- yksittäinen ihminen
  - linjaliikenteessä
  - matkapalveluissa
- kunnat ja kaupungit
- yhdistykset, seurat ja yhteisöt
  - liikennöitsijän lähialueilta
  - laajemmalla alueella
- yritykset
  - liikennöitsijän lähialueilta
  - laajemmalla alueella
- julkishallinnon organisaatiot

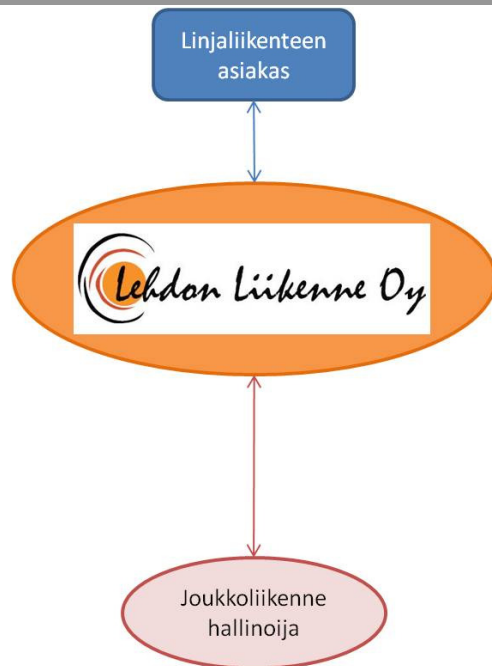
Tärkeimpinä näistä segmenteistä voidaan liikennöitsijän lähialueilla sijaitsevia yrityksiä, seuroja ja yhteisöjä, joille kovimmat markkinointiponnistelut tulisi suunnata. Näihin panostaminen vaikuttaa myös muihin segmentteihin positiivisesti.

## 5 LEHDON LIIKENNE OYN PALVELUT

Tässä luvussa kuvataan Lehdon Liikenne Oyn palvelut ja pohditaan näiden kehityssuuntia.

### 5.1 Linjaliikenne

Linjaliikenne on palvelu, jossa tuotetaan joukkoliikennettä vakiolinjalla ja vakiohintaan. Palvelu on sidosryhmiltään hyvin yksinkertainen, kuten sidosryhmäkartasta voidaan huomata. Asiakassegmenteistä linjaliikennettä tarjotaan yksittäisille ihmisille linjaliikenteessä.

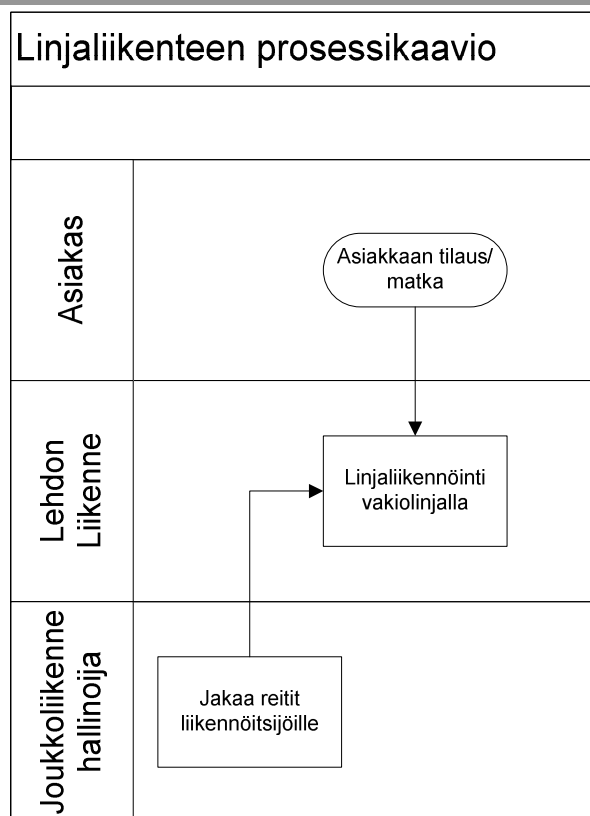


Kuva 6 Linjaliikenteen sidosryhmäkarta

### 5.1.1 Linjaliikenteen palvelutapahtuma

Linjaliikenteen palvelutapahtuma on kuvattuna seuraavassa kaaviossa 1. Tapahtuma on hyvin yksinkertainen asiakkaalle päin. Joukkoliikenteen hallinnoija on jo aiemmin jakanut linjojen liikennöintireitit ja liikennöitsijä toteuttaa tätä vakiolinjaa.

Tapahtumassa asiakas saapuu vaaditulle paikalle, tässä tapauksessa linjan pysäkille, ja liikennöitsijä saapuu vakioaikaan paikalle.



Kuvio 1 Linjaliikenteen prosessikaavio

Asiakkaalle palvelusta näkyy liikennöitsijän kuljettaja ja kalusto.

### 5.1.2 Linjaliikenteen vastuut

Joukkoliikenteen hallinnoija vastaa liikennöintireittien jaosta alueellaan.

Liikennöitsijä vastaa palvelun toteuttamisesta sovitulla kalustolla ja sovitulla aikatauluilla.

Asiakas sitoutuu toimimaan linjaliikenteen periaatteiden mukaan noudattamalla linjan pysäkkiverkoston ja pääte pysäkin periaatetta.

### 5.1.3 Linjaliikenteen hinnoittelu

Linjaliikenteessä on käytössä vakiohinnoittelu, joka on portaittainen kilometriperusteinen hinnoittelu. Hinnoittelu on myös ikäjakoine eli aikuiset/lapset.

#### 5.1.4 Linjaliikenteen kehitys

Linjaliikenne ei erityisesti tule muuttumaan lähitulevaisuudessa. Palvelun kehitys muotoutuu lähinnä asiakastarpeen mukaan eli onko linjoille tiettyinä aikoina tarpeeksi asiakkaita ja onko kunnilla tai kaupungeilla tarvetta tarjota liikennöintiä tietyille, syrjäisimmille, alueilleen.

#### 5.2 Ostettu linjaliikenne

Ostettu linjaliikenne on asiakkaalle päin käytännössä samanlainen kuin normaali linjaliikenne. Palvelussa tuotetaan joukkoliikennettä vakiolinjalla vakiohintaan. Erona normaaliin linjaliikenteeseen on, että tällaisen palvelun ostaa yleensä joko kaupunki tai kunta. Tietyissä tapauksissa on ostajana yritys, joka hankkii linjaliikennettä esimerkiksi messutapahtumiin tai työpaikkakuljetuksiin. Kuten sidosryhmäkartasta ilmenee.



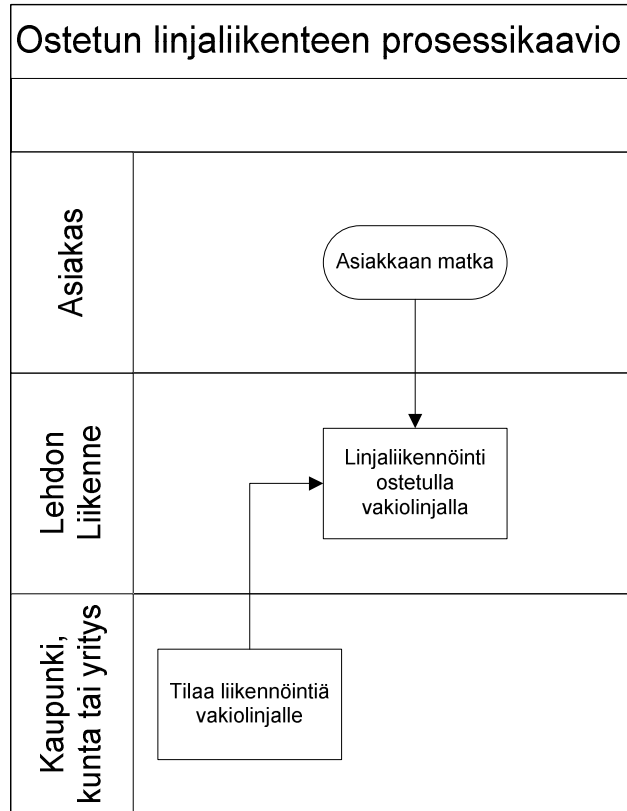
Kuva 7 Ostetun linjaliikenteen sidosryhmäkartta

Tällainen palvelu on lähellä tilausjoliikennepalvelua ja ei välttämättä noudattele normaalin linjaliikenteen pysähtymispaikkoja. Hyvinä esimerkkeinä tällaisesta palvelusta voi pitää koulukuljetuksia ja palvelulinjoja.

##### 5.2.1 Ostetun linjaliikenteen palvelutapahtuma

Palvelun tilaaja tilaa liikennöintiä tietylle linjalle alku- ja päätepisteineen ja sovittuine pysähtymispaikkoineen ja sovittuine hinnoitteluihineen. Varsinaiselle palvelun käyttäjälle eli asiakkaalle palvelu näkyy samanlaisena kuin normaali linjaliikenne.

Tapahtumassa asiakas saapuu vaaditulle paikalle eli linjan pysähtymispaikalle ja liikennöitsijä saapuu sovittuun aikaan paikalle.



Kuvio 2 Ostetun linjaliikenteen prosessikaavio

Tässäkin palvelun varsinaiselle käyttäjälle palvelusta näkyy liikennöitsijän kuljettaja ja kalusto.

### 5.2.2 Ostetun linjaliikenteen vastuut

Ostetun linjaliikenteen tilaaja vastaa reitin, aikataulun, pysähtymispaikkojen ja mahdollisen asiakkaalta otettavan maksun suuruuden määrittelystä. Tilaaja myös määrittelee ostetun linjan käyttäjät eli kenellä on oikeus matkustaa linjalla ja tilaaja sitoutuu opastamaan käyttäjät tilaamansa linjan määrittelyihin.

Liikennöitsijä vastaa palvelun toteuttamisesta sovitulla kalustolla ja sovitulla aikatauluilla.

Asiakas sitoutuu noudattamaan tilatun linjan määrittelyjä.

### 5.2.3 Ostetun linjaliikenteen hinnoittelu

Ostetun linjaliikenteen hinnoittelussa käytetään sekä markkinatilannehinnoittelua että vakiohinnoittelua.

Asiakkaalle hinnoittelu näkyy ennalta sovittuna vakiohinnoitteluna, joka esimerkiksi palvelulinjoilla on verrattavissa normaalin linjaliikenteen hinnoitteluun ikä- ja portaittaisen kilometrihinnan mukaan.

Tilaaaja voi myös määritellä asiakkaalta perittävän muodollisen maksun, joka jää liikennöitsijälle ja näin vaikuttaa tilaajalta perittävään hintaan. Linja voi myös olla maksuton asiakkaalle.

Tilaaajalta perittävä hinta taas on markkinatilannehinnoittelua, koska tämä palvelu on lähellä tilausajoliikennepalvelua ja tilattava palvelu yleensä kilpailutetaan liikennöitsijöiden kesken.

### 5.2.4 Ostetun linjaliikenteen kehitys

Ostetun linjaliikenteen esimerkkejä tällä hetkellä on muun muassa koulukuljetukset, työpaikkakuljetukset, messutapahtumien pysäköintiliikenne ja palvelulinjat.

Varsinaista linjaliikennepalvelua ei erikoisemmin voi kehittää, sillä se käsittää aina samat piirteet: alku- ja loppupisteet, välipysäkit ja määritellyt asiakkaat.

Ostetun linjaliikenteen kehittämisessä tuleekin keskittyä kehittämään uusia mahdollisia linjatyyppisiä ja tarjoamalla näitä tilaajille. Linjatyyppisiä voidaan muotoilla esimerkiksi kalustolla, jossa voi olla tarjolla palvelulinjoille tilavia ja helppokulkuisia busseja tai kokoustyyppiseen kuljetukseen soveltuvia busseja.

## 5.3 Tilausajoliikenne

Tilausajoliikenne on palvelua, jota tuotetaan yksityisille, yhteisöille, julkishallinnon organisaatioille ja yrityksille. Palvelussa tuotetaan henkilöiden ja näiden matkatavaroiden kuljetusta erikseen sovittujen pääte- ja pysähdyspisteiden ja aikataulujen mukaan. Tilausajoliikennettä voi jonkin verran verrata tilattuun linjaliikenteeseen, mutta tilausajoliikenne on luonteeltaan vapaampaa ja ei ole niin tiukkoihin aikatauluihin sidottua kuin linjaliikenne. Kuten sidosryhmäkartasta huomataan, ei tilausajoliikenteessä myöskään ole ostetun linjaliikenteen kaltaisia taustatilaajia.

## Lehdon Liikenne Oy:n palveluliiketoiminta: palveluiden kuvaus ja kehittäminen



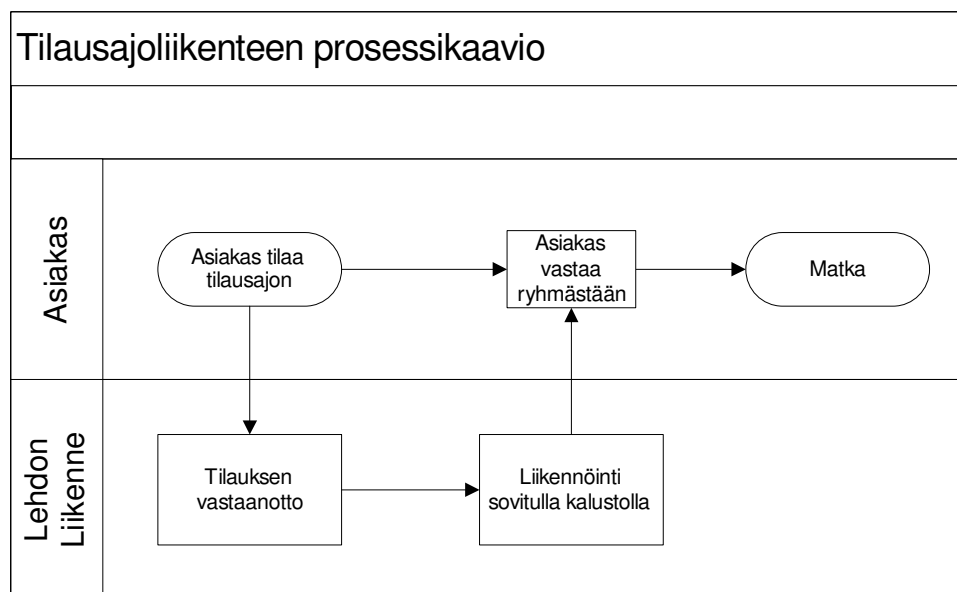
Kuva 8 Tilausajoliikenteen sidosryhmäkartta

Erona linjaliikennöinnin palveluihin on, että asiakas asioi Lehdon Liikenteen toimiston kanssa ja varsinaisilla kuljetettavilla ei synny suoraa maksutapahtumaa Lehdon Liikenteen kanssa.

### 5.3.1 Tilausajoliikenteen palvelutapahtuma

Palvelun tilaaja tilaa kuljetuspalvelua tietyllä aika- ja paikkavälillä haluamalleen ryhmäkoolle. Tilaaja voi myös valita erilaisista mukavuuksista kuljetusvälineistössä. Asiakkaana palvelussa ei käsitellä niinkään yksittäistä henkilöä vaan tilaaja-asiakkaan määrittelemää ryhmää.

Palvelutapahtumassa asiakas saavuttaa ryhmänsä sovittuihin paikkoihin sovittuihin aikoihin ja liikennöitsijä saapuu sovittuun aikaan, sovitulla kalustolla, paikalle.



Kuvio 3 Tilausajoliikenteen prosessikaavio

Tässä palvelussa asiakkaan edustaja toimii Lehdon Liikenteen toimiston kanssa yhteydessä ja toimii kuljettajan yhteyshenkilönä. Varsinaiselle kuljetettavalle ryhmälle palvelusta näkyy liikennöitsijän kuljettaja ja sovitut kalusto.

### 5.3.2 Tilausajoliikenteen vastuut

Tilausajoliikenteen tilaaja eli asiakas vastaa kuljetuksen alku-, loppu- ja väli-  
pisteiden määrittelystä, kaluston mukavuus- ja varustetason valinnasta tarjo-  
tusta kalustosta sekä haluamastaan aikataulusta jolle välille kalusto varataan  
tilaajan käyttöön. Tilaaja määrittelee myös ryhmänsä koon eli matkaan osal-  
listuvat henkilöt sekä mahdolliset erityistarpeet.

Tilaaja sitoutuu myös noudattamaan tilausajoliikennematkojen ehtoja ja si-  
touttamaan ryhmänsä näihin ehtoihin.

Liikennöitsijä vastaa palvelun toteuttamisesta sovitulla kalustolla ja sovitulla  
aikataululla.

### 5.3.3 Tilausajoliikenteen hinnoittelu

Tilausajoliikenteen hinnoittelu on kustannusperusteista ja markkinatilanne-  
hinnoittelua, koska tämänlaiset palvelut yleensä kilpailutetaan useamman lii-  
kennöitsijän kesken. Hinnoittelu pohjautuu kalusto- ja henkilöstökuluihin ki-  
lometri- ja tuntiperustein. Näistä muodostuvaan hintaan lisätään kate ja tätä  
katetta muotoillaan sopivaksi kilpailutilanteen perusteella.

Joissain tapauksissa voidaan päästä arvoperusteiseen hinnoitteluun asiakkaan  
etsiessä laatua ja erikoispalveluita.

### 5.3.4 Tilausajoliikenteen kehitys

Tilausajoliikennettä voidaan kehittää tuottamalla erilaisia lisämukavuuksia ja  
erilaisia palvelukokonaisuuksia kuljetettavalle ryhmälle. Näillä lisäpalveluilla  
saadaan tuotettua lisäarvoa asiakkaalle, jotta päästään enemmän arvoperustei-  
seen hinnoitteluun.

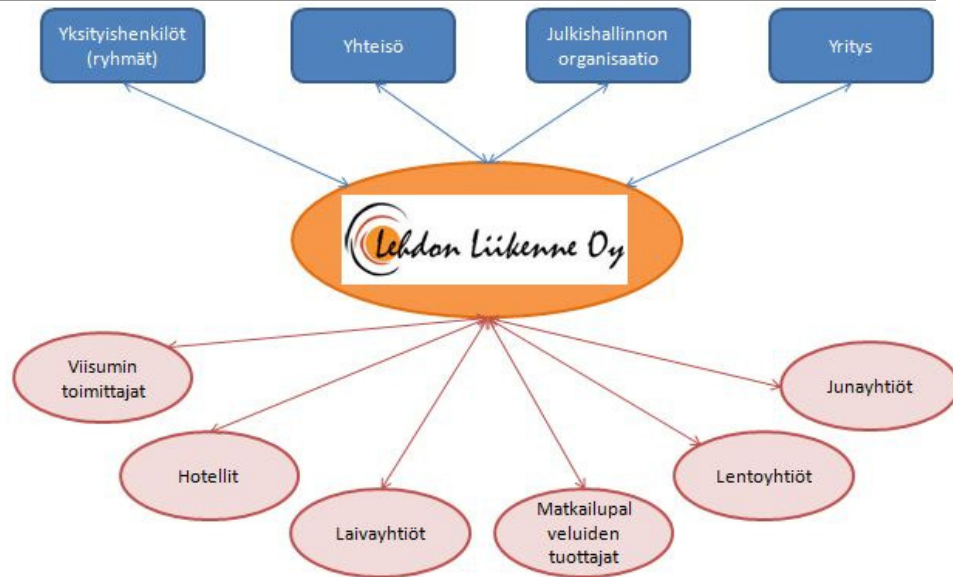
Lisäarvoa palveluun tuottavia asioita voi olla esimerkiksi tilausajoon saapu-  
van ryhmän keräily eri pisteistä pienemmällä kalustolla suuremman ryhmän  
lähtöpisteeseen suurempaan kalustoon tai kokouskuljetus, jossa kokouksen  
voi aloittaa tai pitää kokonaan matkan aikana.

## 5.4 Matkanjärjestäjäpalvelu

Matkanjärjestäjäpalvelussa Lehdon Liikenne Oy tarjoaa kaikille asiakasseg-  
menteilleen matkan suunnittelu- ja järjestämispalveluita yhdessä alihankki-  
joidensa kanssa sekä koti- että ulkomaille. Matkanjärjestäjäpalvelussa sidos-  
ryhmät ovat moninaiset ja alihankkijoita on useita, kuten käy ilmi sidosryh-  
mäkartasta.



## Lehdon Liikenne Oy:n palveluliiketoiminta: palveluiden kuvaus ja kehittäminen

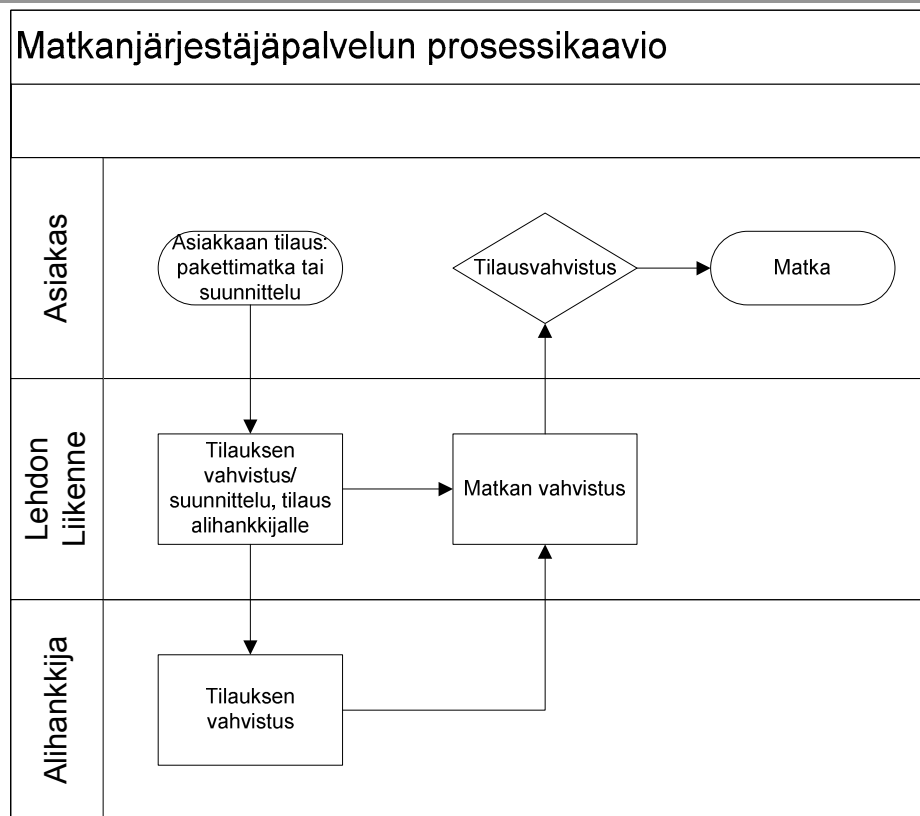


Kuva 9 Matkanjärjestäjäpalvelun sidosryhmäkartta

Matkanjärjestäjäpalvelussa asiakkaille tarjotaan valmiiksi suunniteltuja pakettimatkoja tai asiakas voi esittää oman toivomuksensa matkan kohteesta, jolloin Lehdon Liikenne on mukana jo suunnitteluvaiheessa ja esittää ja tarjoaa asiakkaalle eri vaihtoehtoja kokemuksiensa ja kontaktiensa perusteella.

### 5.4.1 Matkanjärjestäjäpalvelun palvelutapahtuma

Palvelun tilaaja ottaa yhteyttä Lehdon Liikenteen toimistoon jo valitsemansa matkan tiimoilta tai ehdotuksella tiettyyn paikkaan, koti- tai ulkomailla, suuntautuvasta matkasta. Jos tilattu matka on valmis pakettimatka, tilaus vahvistetaan ja matka toteutetaan esitellyn suunnitelman mukaan. Jos matka on suunnittelua vaativa, niin Lehdon Liikenteen edustaja tiedustelee toivomukset, esittelee eri vaihtoehtot ja hyväksymisen jälkeen matka toteutetaan suunnitelman mukaan.



Kuvio 4 Matkanjärjestäjäpalvelun prosessikaavio

Matkanjärjestäjäpalvelussa palvelun käyttäjälle Lehdon Liikenne Oy voi olla täysin näkymätön. Lähinnä näkyvyys voi olla papereissa matkanjärjestäjänä, etenkin jos matkalla ei käytetä bussikalustoa liikennöintiin. Matkan tilaaja asioi Lehdon Liikenteen toimiston kanssa.

#### 5.4.2 Matkanjärjestäjäpalvelun vastuut

Lehdon Liikenne sitoutuu järjestämään matkan suunnitellusti ja tilaajan kanssa sovituin menetelmin ja sovituilla kalustoilla. Niin sanottuna vastuullisena matkanjärjestäjänä voi toimia jokin Lehdon Liikenteen alihankkijoista, mutta Lehdon Liikenne vastaa suunnitelman noudattamisesta laatulupauksen (Liite 1), Lehdon Liikenne Oyn erityisehtojen (Liite 2) ja valmismatkaehtojen mukaan (Liite 3).

Asiakas sitoutuu noudattamaan edellä mainittuja ehtoja ja matkaan sidottua aikataulu- ja paikkasuunnitelmaa.

#### 5.4.3 Matkanjärjestäjäpalvelun hinnoittelu

Hinnoittelu matkanjärjestäjäpalvelussa on hyvin pitkälle kustannusperusteista hinnoittelua, jolloin alihankkijat ilmoittavat omia hintojaan, näihin lisätään omat kustannukset ja oma kate. Valmismatkapakettien hinnoittelua voidaan

## Lehdon Liikenne Oy:n palveluliiketoiminta: palveluiden kuvaus ja kehittäminen

myös pitää markkinatilannehinnoitteluna, sillä asiakkaat vertailevat paljon valmispakettien hinnoitteluja.

Kermankuorintahinnoitteluun voidaan päästä tehdessä yhteistyötä asiakkaan kanssa matkan suunnittelussa. Tällöin asiakas ei yleensä juokse hinnan perässä, vaan tulee asiakkaaksi jonkin hyvän kokemuksen tai palvelun vuoksi ja antaa näin mahdollisuuden joustavammalle hinnoittelulle.

### 5.4.4 Matkanjärjestäjäpalvelun kehitys

Matkanjärjestäjäala on melkoisen kilpailtua toimintaa Suomessa ja tämä on huomattu useiden matkatoimistojen yhdistymisinä ja kaatumisina. Myös oma-toimimatkailu on lisääntynyt.

Kilpailuetua muihin voidaan hankkia järjestämällä matkoja erikoisempiin paikkoihin kuin kilpailijat ja lisäämällä matkojen räätälöintiä. Valmiissa matkapaketeissa joudutaan melkein liikaa kilpailemaan hinnoittelulla, joten erikoisuudet ja matkan aikaiset palvelut pitää tuoda korostetummin esiin saadakseen kilpailuvalttia. Matkojen suunnittelussa ja räätälöinnissä asiakkaan kanssa ei hintakilpailu ole niin kriittistä, mutta näissä tapauksissa on agentti ja alihankkijaverkoston laajentaminen ja laadullinen seuraaminen tarpeellista, jotta saadaan asiakkaille tarjottua erikoisuuksia ja elämyksiä, joilla hinnoittelua voidaan hinata ylöspäin.

### 5.5 Bussimatkan tarjoilut -palvelu

Lehdon Liikenne tarjoaa bussimatkojen lisäpalveluna erilaisia välipalatarjoiluja alihankkijan toimittamana. Sidosryhminä tässä palvelussa on kaikki asiakkaat ja tarjoilut toimittavat alihankkijat. Linjaliikenteisiin ei tätä palvelua tarjota.

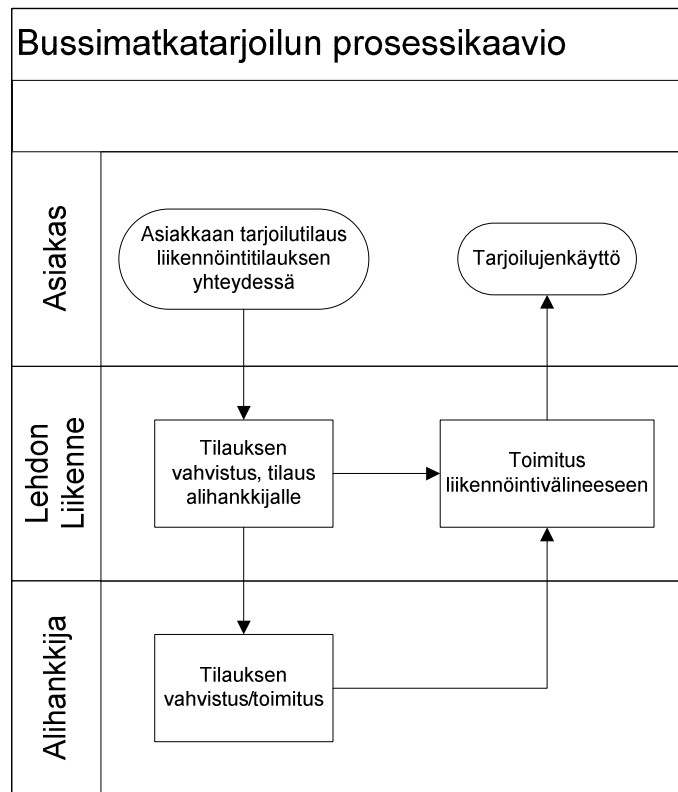


Kuva 10 Bussimatkan tarjoilut -palvelun sidosryhmäkarta

Palvelu on hyvin yksinkertainen lisäarvopalvelu liikennöintiin.

### 5.5.1 Bussimatkan tarjoilut -palvelun palvelutapahtuma

Kuten aiemmassakin kappaleessa todettiin, niin palvelu on yksikertainen lisäarvoa tuottava palvelu, kuten prosessikaaviosta voidaan todeta.



Kuvio 5 Bussimatkan tarjoilut -palvelun prosessikaavio

Kaikki palvelun tapahtumat tapahtuvat samoissa yhteyksissä normaalin tilaus- ja liikennöintitoiminnan yhteydessä ja näkyvyys asiakkaalle on vain lisämukavuus matkaan.

### 5.5.2 Bussimatkan tarjoilut -palvelun vastuut

Lehdon Liikenne sitoutuu toimittamaan tilatut tarjoilut tilatulle matkalle ja alihankkija vastaa tuotteiden toimittamisesta Lehdon Liikenteelle.

Asiakas vastaa toimistaan aiemmin esiteltyjen ehtojen mukaisesti.

### 5.5.3 Bussimatkan tarjoilut -palvelun hinnoittelu

Hinnoittelussa on perustana katehinnoittelu, jossa alihankkija tarjoaa tuotteita omalla hinnallaan ja Lehdon Liikenne lisää niihin katteensa perustuen muun muassa lisätyöhön, jota palvelu aiheuttaa yritykselle. Toisaalta palvelu on lisäarvoa liikennöintiin tuottava ja lisätyö ei välttämättä ole merkittävää, joten kate ei ole niin kriittinen tässä tapauksessa.

### 5.5.4 Bussimatkan tarjoilut -palvelun kehitys

Lisäarvopalveluna tällainen palvelu on yksinkertainen, joten kehityssuunnatkin ovat hyvin avoimet. Tarjottavia tuotteita ja palveluntasoja voi monipuolistaa, mutta se ei välttämättä ole enää lisäarvopalveluna ole kannattavaa, vaan sellaisesta tuotteesta kannattaa jo kehittää oma palvelunsa kokousmatkapalvelun tyyppisesti.

## 5.6 Matkahuolto asiamiespalvelu

Lehdon Liikenne tarjoaa tiloissaan myös Matkahuollon asiamiespalveluita. Tämä palvelu on tuotettu lisäämään olemassa olevan henkilöstön tuottavuutta yritykselle ja tuottamaan tuloja liikennöinnin yhteydessä.



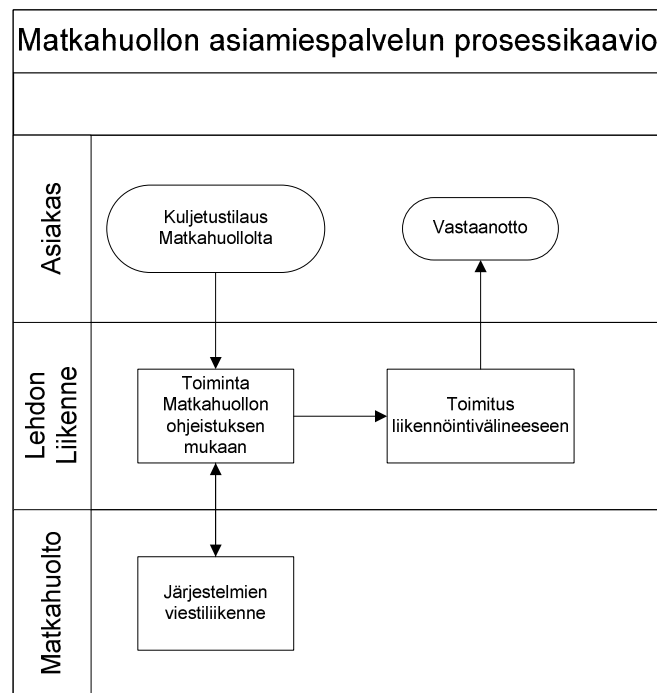
Kuva 11 Matkahuollon asiamiespalvelun sidosryhmäkarta

Lehdon Liikenne toimii palvelussa Matkahuollon alihankkijana toimittaan asiamiespisteen palvelulle.

### 5.6.1 Matkahuollon asiamiespalvelun palvelutapahtuma

Palvelussa Lehdon Liikenne toimittaa tiloissaan Matkahuollon palveluita: toimitusten vastaanottoa, lähetystä ja varastointia. Palvelussa toimitaan Mat-

kaahuollon järjestelmien mukaan, jossa ilmoitus toimituksesta menee asiakkaalle ja tämä noutaa toimituksen asiamiespisteestä.



Kuvio 6 Matkahuollon asiamiespalvelun prosessikaavio

### 5.6.2 Matkahuollon asiamiespalvelun vastuut

Lehdon Liikenne vastaa toimituksien säilytyksistä ja eteenpäin toimituksista Matkahuollon ehtojen mukaan. Vastuut asiakkaalle päin ovat Matkahuollolla.

Asiakkaan vastuut ovat Matkahuollon ehtojen mukaiset.

### 5.6.3 Matkahuollon asiamiespalvelun hinnoittelu

Hinnoittelu palvelussa on Matkahuollon ja Lehdon Liikenteen välisen sopimuksen mukaista, joka on yleinen matkahuollon asiamiesten hinnoittelu.

Asiakkaan suuntaan ei erillistä hinnoittelua palvelussa ole, vaan se sisältyy Matkahuollon toimitusmaksuihin.

### 5.6.4 Matkahuollon asiamiespalvelun kehitys

Varsinaista asiamiespalvelua ei Lehdon Liikenteen sisäisesti voi kehittää, koska palvelu on Matkahuollon palvelua.

## Lehdon Liikenne Oy:n palveluliiketoiminta: palveluiden kuvaus ja kehittäminen

Lisätuottoa palvelusta voidaan saada, jos Matkahuollon toimitusten liikennettä lisätään kulkemaan Lehdon Liikenteen kautta. Tähän on kehitelty seuraavana esiteltävää palvelua.

### 5.7 Janakkalan pakettipojat -palvelu

Tämä palvelu on kehitetty edistämään Matkahuollon asiamiespalvelun tuottoa Lehdon Liikenteelle. Palvelussa Matkahuollon kautta kulkevia toimituksia noudetaan asiakkailta ja taas toisaalta kuljetetaan asiamiespisteestä asiakkaalle.

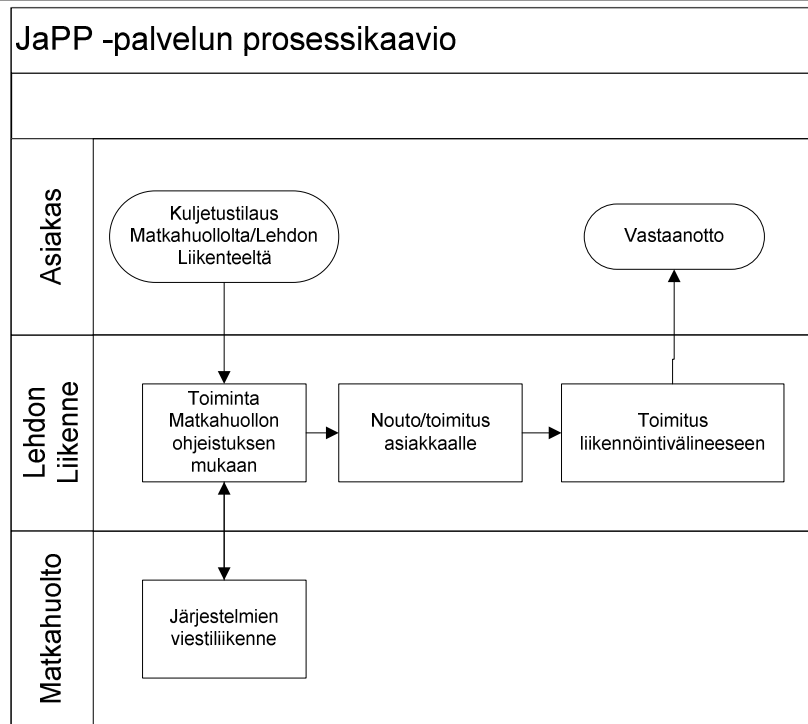


Kuva 12 Janakkalan PakettiPojat -palvelun sidosryhmäkartta

Palvelu toimii yhteistyössä Matkahuollon ja Lehdon Liikenteen kanssa, jolloin olemassa olevan henkilöstön tuottavuutta voidaan lisätä.

#### 5.7.1 Janakkalan PakettiPojat -palvelun palvelutapahtuma

Palvelu toimii kuten Matkahuollon asiamies palvelu, mutta Lehdon Liikenne myy lisäksi toimituksen noudon tai vastaavasti perille toimituksen yrityksille.



Kuvio 7 Janakkalan PakettiPojat -palvelun prosessikaavio

Palvelu näkyy asiakkaalle kuin Matkahuollon palvelut.

### 5.7.2 Janakkalan PakettiPojat -palvelun vastuut

Palvelun vastuut ovat Lehdon Liikenteelle vastaavat kuin Matkahuollon asiamiespalvelun vastuut. Lisävastuuta tuottaa vain toimituksien kuljetus asiamiespisteeseen tai asiamiespisteestä asiakkaalle.

Asiakkaan vastuut ovat vastaavat kuin Matkahuollon asiamiespalvelussa eli asiakkaan ja Matkahuollon väliset.

### 5.7.3 Janakkalan PakettiPojat -palvelun hinnoittelu

Hinnoittelu palvelussa on hyvin pitkälle kustannusperusteista hinnoittelua, jossa toimittamisen kustannuksiin lisätään oma kate.

Toisaalta voidaan puhua kermankuorintahinnoittelustakin, sillä katteen määrittely hinnoittelussa on melko vapaata. Tämä siksi, että palvelu on melko suurta lisäarvoa tuottava yrityksille, joiden ei tarvitse omaa henkilöstönsä käyttää toimituksien siirtämiseen asiamiespisteeseen ja yrityksen välillä.



#### 5.7.4 Janakkalan PakettiPojat -palvelun kehitys

Tälle palvelulle on vaikea löytää kehityssuuntia, sillä palvelu on tuotettu lisäarvoksi ja lisäämään Matkahuollon toimituksien kulkua asiamiespisteen kautta.

Voidaan pohtia palvelun tarjoamista myös yksityisille, mutta tämä vaatisi Matkahuollon saapumisilmoitukseen lisäämisen mahdollisesta maksullisesta JaPP-palvelusta, joten tämä on Matkahuollon yhteydessä kehitettävä asia.

## 6 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa pohditaan ja esitellään opinnäytetyöstä tulleita johtopäätöksiä ja tuloksia.

Palveluiden kehittäminen on melko vaikeaa, jos palveluita vain myydään ja ei oikeastaan tiedetä, että mitä tuotetaan ja kenelle sitä palvelua tuotetaan. Tällöin palvelulla ansainta voi jäädä heikoksi tai ei ainakaan helposti löydetä kohtia, joissa voidaan palvelun tuottavuutta lisätä.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on ollut kuvata Lehdon Liikenne Oyn palvelut ja pohtia näille kehityssuuntia. Tarkoituksenmukaisinta työtä oli suorittaa osallistuvana työnä ja tutustua näin yrityksen nykyiseen tilanteeseen. Alkuun havainnollistettiin yrityksen toimintaa ja palveluita osallistumalla matkoja suunnitteleviin kokouksiin ja seuraamalla toimintaa ryhmämatkoilla. Tästä jatkettiin keskusteluilla ja haastatteluilla, jotta saatiin konkreettista tietoa palveluista.

Opinnäytetyöprosessin aikana segmentoitiin yrityksen asiakaskunta, jota ei tätä ennen oltu tehty. Tämän huomattiin helpottavan eri palveluiden pohtimista ja näiden palveluiden myyntityön suuntaamista. Lopulta näillä avuin saatiin palvelut kuvattua ja huomattiin toiminnallisuuksia, joilla saadaan yrityksen henkilöstöä tuottavammaksi.

Opinnäytetyöprosessin aikana myös uudistuivat yrityksen websivut ja matkasesitelehtinen sekä yrityksen toimitilojen uudistus. Myös palvelutarjonnan laajennus on näiden myötä käynnistetty ja nykyisten palveluiden selkeytyessä on haettu yrityksen nykyistä toimintaa hyödyntäen lisää toiminnallisia, taloudellista hyötyä tuottavia, palveluita.

Jatkomahdollisuuksia palveluiden kehitykseen on tietojärjestelmien kuvauksiin ja tietojärjestelmätapahtumien liittäminen palvelukuvauksiin ja pohtia näiden järjestelmien kehitysmahdollisuuksia ja vastaavasti järjestelmien mahdollisuutta kehittää palvelun laatua ja tehokkuutta.

Tulevaisuus näyttää tullaanko näitä tietoja ylläpitämään ja miten työ vaikuttaa toimenkuviiin ja toimintaan, mutta tällä hetkellä yrityksen toiminnassa on positiivinen nousu. Yrityksen tulee kuitenkin pohtia kehitystä ja palveluiden ku-

## Lehdon Liikenne Oy:n palveluliiketoiminta: palveluiden kuvaus ja kehittäminen

vaamista ja mallintamista liiketoimintalähtöisesti. Liian yksityiskohtaiseen ja pitkälle menevään pohdintaan ei kannata ryhtyä, jos se ei ole liiketoiminnallisesti kannattavaa.

## LÄHTEET

### Kirjat

Aaltola, J. & Valli, R. 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Jyväskylä: PS-kustannus.

Aaltola, J. & Valli, R. 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Jyväskylä: PS-kustannus.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009 Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOY-pro

Jaakkola, E., Orava M. & Varjonen, V. 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua - Opas yrityksille. Helsinki: Libris Oy

Leppänen, E. 2007. Asiakaslähtöinen myynti. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy

Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2008. Kehitä teollisuuspalveluja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Rope, T. 1998. Business to business -markkinointi. WSOY

Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Otavan Kirjapaino Oy

Storbacka, K., Sivula, P. & Kaario, K. 2000. Arvoa strategisista asiakkuuksista. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

### Internet-lähteet

Elinkeinoelämän keskusliitto. Palveluyritys ja yliopisto yhteistyössä. 2009. Viitattu 22.3.2011.

[http://www.ek.fi/www/fi/tutkimukset\\_julkaisut/2009/Palveluyritys\\_ja\\_yliopisto\\_yhteistyossa.pdf](http://www.ek.fi/www/fi/tutkimukset_julkaisut/2009/Palveluyritys_ja_yliopisto_yhteistyossa.pdf)

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2011. Viitattu 22.3.2011.

[http://www.ek.fi/www/fi/yrittajyys\\_ja\\_pk/pk\\_yritykset/pk\\_yritykset\\_ekssa.php](http://www.ek.fi/www/fi/yrittajyys_ja_pk/pk_yritykset/pk_yritykset_ekssa.php)

Lehdon Liikenne Oy historiikki. Viitattu 22.3.2011. <http://www.lehdonliikenne.fi/yritys/historia>

Linja-autoliitto. Viitattu 22.3.2011. <http://www.linja-autoliitto.fi>

## Lehdon Liikenne Oy:n palveluliiketoiminta: palveluiden kuvaus ja kehittäminen

---

Tieke. Hinnoittelun ABC, Opas tietotuotteiden ja palveluiden hinnoitteluun. 2005. Viitattu 1.5.2011  
[http://www.tieke.fi/julkaisut/oppaat\\_yrityksille/hinnoittelun\\_abc-opas/tulosta\\_opas/](http://www.tieke.fi/julkaisut/oppaat_yrityksille/hinnoittelun_abc-opas/tulosta_opas/)

### Muut lähteet

### Luennot

Leminen Seppo, TEPA Palvelujen tuotteistaminen, luentomateriaali. 5.3.2010

Salminen V. 2010. TEPA\_Palvelujen tuotteistaminen\_230110.pdf, viitattu 23.1.2010

LEHDON LIIKENNE OY LAATULUPAUS

# Laatulupaus

**Tieliikennelain 48 § mukainen liikennepalveluja koskeva LAATULUPAUS.**

## 1. Tarjottavat liikennepalvelut

- a) linjaliikennettä aikataulun mukaisesti Janakkalan ja Hämeenlinnan alueella. Reittiverkostomme: [www.lehdonliikenne.fi/reittiliikenne](http://www.lehdonliikenne.fi/reittiliikenne)
- b) tilausajoja koko Suomen alueella. Tilausajoja Suomesta ulkomaille, esim. Venäjä, Baltia, pohjoismaat ja muu Eurooppa. Valmismatkapaketeistamme kertova matkavihko tilattavissa toimistoltamme tai netistä: [www.lehdonliikenne.fi/matkat](http://www.lehdonliikenne.fi/matkat)
- c) matkahuoltoasiamies palvelut Turengissa. Osoite: Hausjärventie 8.

## 2. Palveluista sekä niiden muutoksista ja peruutuksista tiedottaminen

- a) Reiteistä, aikatauluista ja mahdollisista muutoksista tiedotamme internetsivuillamme [www.lehdonliikenne.fi](http://www.lehdonliikenne.fi). Tiedot löytyy myös Oy Matkahuolto Ab:n ylläpitämässä valtakunnallisessa tietokannassa [matkahuolto.fi](http://matkahuolto.fi).
- b) Tiedottein vuoro-autoissamme, sekä Janakkalassa / Hämeenlinnassa ilmestyvissä lehdissä.
- c) Häätötilanteissa suoraan asiakkaalle.

Käytössä on myös 24h päivystyspuhelin.

## 3) käytössä olevat liput ja niiden hinnat

Hinnoittelussa noudatamme Oy Matkahuolto Ab:n sekä Hämeenlinnan ja Janakkalan seudun hinnoittelua.

## 4. Informaatio- ja lippujärjestelmiin kuuluminen

Käytössämme ovat Matkahuollon lipputuotteet ja kuulumme myös Matkahuollon informaatiojärjestelmään [www.matkahuolto.fi](http://www.matkahuolto.fi) Aikatauluja lisäksi vuorobusseistamme ja verkosta: [www.lehdonliikenne.fi/reittiliikenne](http://www.lehdonliikenne.fi/reittiliikenne) Lippuja voi ostaa Matkahuollosta ja kertalippuja vuorobusseistamme.

## 5. Käytössä olevat ajoneuvot ja niiden mahdollinen matalalattiaisuus ym.

Linjaliikenteessä käytettävistä busseista osa on matalalattiaisia ja niissä on pyörätuoliramppi keskioven kohdalla. Loput on varustettu tukitangoin ja kahvoin, jotka helpottavat kyytiin nousua / poistumista. Tilausajoliikenteessä on käytettävissä 15, 17, 29, 40, 50, 58 ja 77 – paikkaisia busseja. Kaikki on varusteltu vähintään ilmastoinnilla, turvavöin ja sääd. istuimilla. Lisäksi eri bussien varusteista löytyy mm. wc, radio, cd, dvd, TV-kanavat, jää



kaappi, kahvinkeitin, vedenkeitin, makkarapannu, pöydät & sohvaryhmät. Bussien tarkempi esittely: [www.lehdonliikenne.fi/tilausajo/kalusto](http://www.lehdonliikenne.fi/tilausajo/kalusto)

#### **6. Asiakastyytyväisyyden mittaaminen.**

Asiakastyytyväisyyttä seurataan jatkuvasti palautteilla. Palautteita saamme puhelimitse, netistä sekä omalla seurannalla kuljettajilta. Järjestämme myös palautekyselyitä. Kaikki palautteet käsitellään välittömästi ja asiakkaalle vastataan nopeasti.

#### **7. Valitusten käsittely, hinnan palautus, sopimuksen purku ja vahingonkorvaukset.**

Kaikki reklamaatiot, vahingonkorvausasiat ja sopimukset käsitellään järjestelmällisesti johdotoportaassa. Käsittelyn jälkeen asiakkaalle kerrotaan vastine henkilökohtaisesti. Hinnan palautuksista ja vahingonkorvauksista neuvotellaan aina tapauskohtaisesti.

#### **8. Vammaisten ja liikuntarajoitteisten matkustajien käytettävissä olevat palvelut, heidän avustamisensa , siitä tiedottaminen sekä muu eri väestö ryhmien tarpeiden huomioon ottaminen.**

Palvelulinja Tassu palvelee erityisryhmiä ja on kaikille avointa joukkoliikennettä. Linjaliikenteessä on käytettävissä matalalattiabusseja, joissa on pyörätuoliluiska ja pyörätuolipaikka. Tilausajoissa on käytettävissä matalalattiabusseja, joissa on pyörätuoliluiska ja pyörätuolipaikka. Sekä pikkubussi, jossa on pyörätuolihissi ja paikkoja.

#### **9. Henkilökuntamme**

Kuljettajamme ovat kokeneita asiakaspalvelijoita, joista useat ovat kielitaitoisia. Kielitaito nähtävissä netistä: [www.lehdonliikenne.fi/yritys/henkilosto](http://www.lehdonliikenne.fi/yritys/henkilosto) Koulutamme henkilökuntaamme säännöllisesti. Kaikki kuljettajamme ovat saaneet mm. taloudellisen ja ympäristöystävällisen ajotavan koulutuksen. Henkilöstön toimintatapa perustuu laatutavoitteisiimme. Toimistomme henkilökunnasta löytyy osaajia niin matkatoimistopalveluiden, kuin matkahuollonkin suhteen. Korjaamo - ja huoltohenkilökuntamme noudattavat työtavoissaan ympäristövastuullisuutta ja ovat alansa ammattilaisia.



## LEHDON LIIKENNE OYN ERITYISEHDOT

### 1. SOVELTAMISALA

Lehdon Liikenne Oy:n järjestämiin matkoihin ja omatoimisiin lomiin sovelletaan erityisehtoja sekä muilta osin Yleisiä valmismatkaehtoja.

### 2. ILMOITTAUTUMINEN JA MAKSUT

Matkanvaraus on sitova asiakkaan maksettua ennakkomaksun 50–350 €, joka tulee maksaa 7 päivän kuluessa. (Ennakkomaksu määräytyy matkan kokonaishinnan mukaan. Hinnan ollessa alle 170 € ennakkomaksu on 75 €, alle 300 € ennakkomaksu on 100 €, alle 1000 € ennakkomaksu on 150 €, alle 2000 € ennakkomaksu on 250 € ja yli 2000 € ennakkomaksu on 350 €). Risteilyjen, junamatkojen, safareiden, kiertomatkojen ja muiden erikoisjärjestelyjä sisältävien matkojen osalta noudatetaan kunkin palveluntuottajan omia peruutus- ja maksuehtoja. Loppuerä matkan hinnasta suoritetaan viimeistään 35 vrk ennen matkaa. Jos lähtöön on vähemmän kuin 35 vrk, suoritetaan koko matkan hinta välittömästi toimistomme tai pankkiin. Suorittamalla varausmaksun asiakas hyväksyy Yleisiin valmismatkaehtoihin sekä Lehdon Liikenne Oy:n erityisehtoihin sisältyvät määräykset sekä ne mahdolliset esitteen tietoihin tulleet muutokset, jotka Lehdon Liikenne Oy saattaa hänen tietoonsa matkan vahvistamisen yhteydessä.

### 3. HINNAT

Opastettujen matkojen hinnat perustuvat 15.10.2008 voimassa oleviin valuuttakursseihin ja hinnastoihin, reittilennoilla tehtävien omatoimisten matkojen hinnat perustuvat varauspäivänä/lipunkirjoituspäivänä voimassa oleviin lentohintoihin. Matkanjärjestäjällä on kuljetusmuodon erityisluonteen vuoksi (YVE 10) oikeus vastaavasti korottaa hintojaan sopimuksen syntymisen jälkeen, mikäli näissä viranomaisen vahvistamissa lentohinnoissa tapahtuu korotuksia. Valuuttakurssien lentohintojen, turvallisuus- ja polttoainemaksujen tai viranomaisten vahvistamien lentoverojen muutoksista johtuva mahdollinen erotus matkan hintaan hinnoitellaan 6 viikkoa ennen lähtöpäivää. Hintaan sisältyvät vain ne palvelut, jotka on mainittu esitteessä. Hinnat eivät ole voimassa messuaikoina. Matkavarauksen hintaan lisätään palvelumaksu, joka on pääsääntöisesti 12 €/tilaus(=lasku).

### 4. LAPSIALENNUKSET

Kysy toimistostamme.

### 5. MATKALIPUT JA VAHVISTUS

Matkalasku on vahvistus varaamistanne palveluista. Tarkistakaa, että nimet, lähtöpäivä sekä lento- ja hotellitiedot ovat oikein vahvistuksessa. Mahdollisten epäselvyyksien ilmetessä ottakaa välittömästi yhteys toimistoomme.

### 6. NIMENMUUTOKSET JA PERUUTUKSET



Yleisistä valmismatkaehdoista poiketen (YVE 4, 5 ja 8) noudatetaan seuraavia ehtoja: Kaikki muutokset käsitellään peruutuksina ja niihin sovelletaan alla olevia peruutusehtoja. Jo aloitettuun matkaan ei voi tehdä muutoksia. Matkustajalla on oikeus peruuttaa matkansa seuraavin ehdoin:

- viimeistään 60 vrk ennen matkan alkua, peruutuskuluina peritään toimistokulut 75 €/henkilö.
- myöhemmin kuin 60 vrk, mutta viimeistään 14 vrk ennen matkan alkua, kuluina peritään ennakkomaksu.
- myöhemmin kuin 14 vrk, mutta viimeistään 7 vrk ennen matkan alkua, kuluina peritään 50 % matkan hinnasta.
- lipunkirjoituksen jälkeen perimme kuitenkin aina mahdollisissa nimenmuutos- ja peruutustapauksissa toimistokuluina 75 €/henkilö. Lisäksi perimme myöhäisestä muutoksesta/peruutuksesta aiheutuneet muut todelliset kulut, jotka palveluntuottaja, kuten lentoyhtiö tai hotelli, matkanjärjestäjältä perii.
- jos matka peruutetaan myöhemmin kuin 7 vrk ennen matkan alkua, peritään koko matkan hinta. Peruutuksen yhteydessä perimme aina lisäksi etukäteen tilatuista ja vahvistetuista lisäpalveluista aiheutuneet kustannukset (esim.konsertti- tai teatteriliput).
- risteilyjen, junamatkojen, safareiden, kiertomatkojen ja muiden erikoisjärjestelyjä sisältävien matkojen osalta noudatetaan kunkin palvelun tuottajan omia peruutusehtoja.

Peruutusehdot – äkkiliset sairaustapaukset tai muu tapahtuma. Jos matkustaja joutuu peruuttamaan matkansa ylivoimaisen esteen vuoksi (YVE 5) esim. vakavan sairauden tai lähiomaisen kuolemantapauksen johdosta ja matkalle lähdön este on selvitetty luotettavalla selvityksellä (lääkärintodistus), peritään korvaus etukäteen tilatuista ja vahvistetuista palveluista (esim. kuljetukset, majoitukset, lisäpalvelut). Korvaus määritellään todellisten kustannusten mukaan.

## **7. MATKATAVARAT**

Matkatavaroiden kuljetuksessa noudatamme kunkin kuljetusyhtiön voimassa olevia määräyksiä.

## **8. PALUULENNON AIKATAULU**

Asiakas on velvollinen tarkistamaan/vahvistamaan kohteessa paluulentonsa aikataulun hyvissä ajoin ennen paluumatkaa.

## **9. MUUTOKSET**

Lehdon Liikenne Oy ei vastaa matkanjärjestäjästä riippumattomista muutoksista eikä myöskään esitteessä mahdollisesti olevista painovirheistä. Matkanjärjestäjä varaa oikeuden muuttaa esitietoja ja sopimusehtoja ennen sopimuksen syntymistä.

## **10. MATKAVAKUUTUS**





Suosittamme matkavakuutuksen ottamista jo matkavarauksen yhteydessä peruutuskulujen ja mahdollisen matkalla sairastumisen varalta. Vakuutus on peruutusturvan saamiseksi maksettava viimeistään 3 vrk ennen matkan alkua.

## **11. VALITUKSET**

Valitukset ja huomautukset tulee tehdä välittömästi aiheen ilmaannuttua kohteessa matkanjärjestäjän edustajalle tai vastuulliselle matkanjärjestäjälle. Korvausvaatimukset on tehtävä aina kirjallisesti matkanjärjestäjälle viimeistään 2 kk matkan päättymisen jälkeen.

## **12. VAHINGONKORVAUSVASTUUN RAJOITTAMINEN**

Matkanjärjestäjän korvausvastuu kuljetukseen liittyvästä vahingosta määräytyy siten kuin kyseisestä kuljetuksesta säädetään merilaissa, kuljetuksesta ilma-aluksessa annetussa laissa, ilmakuljetussopumusalaissa tai ilmakuljetuslaissa sekä kansainvälisiä rautatiekuljetuksia koskevassa yleissopimuksessa. Jos matka on hankittu pääasiassa muuhun kun yksityiseen tarkoitukseen pidättää matkanjärjestäjä itselleen oikeuden rajoittaa vahingonkorvausvelvollisuuttaan esine- ja varallisuusvahingoissa mahdollisen liikevoiton, huomattavan suuren palkkion tai vastaavan menettämisen osalta Matkanjärjestäjän maksaman korvauksen yläraja näissä tapauksissa on 168. Matkanjärjestäjä ei myöskään vastaavien matkojen osalta vastaa vahingoista, jotka johtuvat lievistä huolimattomuudesta.

## **13. MATKANJÄRJESTÄJÄN OIKEUS PERUUTAA MATKA**

Matkojen ja matkasarjojen toteuttamiseen vaaditaan vähimmäismäärä matkustajia. Valmismatkaehtojen 12.1 perusteella matkanjärjestäjällä on oikeus peruuttaa matka, jos vähimmäismäärä ei ole täyttynyt.



## YLEISET VALMISMATKAEHDOT

Nämä 30.6.2009 hyväksytyt sopimusehdot ovat Suomen matkatoimistoalan liitto ry:n ja kuluttaja-asiamiehen neuvottelemat.

### 1. Soveltamisala

#### 1.1. Yleiset valmismatkaehdot

Näitä sopimusehtoja sovelletaan sellaisiin yli kaksi vuorokautta kestäviin valmismatkoihin, jotka on hankittu pääasiassa yksityiseen tarkoitukseen, joihin sisältyy ainakin kuljetus ja majoitus, joita myydään tai tarjotaan myytäväksi Suomessa ja joiden järjestäjällä on toimipaikka Suomessa. Majoituksena pidetään myös majoitusta perheessä.

#### 1.2. Lisäehdot

Matkanjärjestäjällä on oikeus täydentää ja täsmentää yleisiä valmismatkaehtoja lisäehdoilla, jotka eivät saa olla matkustajan vahingoksi ristiriidassa näiden yleisten ehtojen kanssa.

#### 1.3. Erityisehdot

Matkanjärjestäjällä on oikeus käyttää näistä sopimusehdoista poikkeavia erityisehtoja, jos erityisehtojen käyttö on perusteltavissa matkan erityisluonteen, kuljetusmuotoa koskevien poikkeuksellisten määräysten (kuten reittilentojen varaus- ja myyntiehdot), matkan erityisluonteesta johtuvien poikkeuksellisten majoitusehtojen tai matkakohteen erityisolojen vuoksi. Erityisehdot eivät saa olla matkustajan vahingoksi ristiriidassa valmismatkalain kanssa.

Matkanjärjestäjän, joka soveltaa peruutustapauksissa erityisehtoja ja veloittaa niiden perusteella matkustajalta todelliset peruutuskulut, on tarvittaessa esitettävä selvitys siitä, miten ne kohdentuvat matkan eri osiin.

### 2. Valmismatkasopimus ja vastuu sopimuksen toteuttamisesta

2.1. Matkanjärjestäjä vastaa matkustajalle siitä, että valmismatka on sopimuksen mukainen. Vastuu koskee myös matkanjärjestäjän sopimuksen täyttämiseksi käyttämien elinkeinonharjoittajien suorituksia (esimerkiksi kuljetusyhtiöt ja hotellit).

2.2. Matkanvälittäjä vastaa samalla tavoin kuin matkanjärjestäjä matkustajalle annettavista tiedoista ja sopimuksen täyttämisestä. Tällaista vastuuta välittäjälle ei kuitenkaan synny, jos matkustaja sopimusta tehtäessä tietää, kuka on matkanjärjestäjä ja että vain tämä on vastuussa sopimusvelvoitteiden täyttämisestä.

2.3. Matkustajalle on ennen sopimuksen päättämistä annettava tieto siitä, onko matkanjärjestäjä tai matkanvälittäjä asettanut valmismatkaliikkeitä annetussa laissa tarkoitetun vakuuden ja kattaako vakuus tarjotun matkan.



2.4. Matkustaja voi täyttää näiden sopimusehtojen mukaisen ilmoitusvelvollisuutensa ottamalla yhteyttä joko matkanjärjestäjään tai välittäjään. Valmismatkan virheestä ilmoittaminen on tehtävä kohdan 13.4. mukaisesti.

#### 2.5. Sopimuksen sisältö

Matkaan sisältyvät ne palvelut ja järjestelyt, joista on sovittu matkustajan ja matkanjärjestäjän kesken. Sopimuksen sisältöä arvioitaessa otetaan huomioon kaikki etukäteen kirjallisena tai sähköisenä ilmoitetut sopimusehdot ja muut matkanjärjestäjän esitteissä, ja muussa markkinoinnissa sekä matka-asiakirjoissa olevat tiedot.

#### 2.6. Matkustusasiakirjat ja matkavakuutus

Matkanjärjestäjän on ennen sopimuksen päättämistä annettava matkustajalle yleiset tiedot tarvittavista matkustusasiakirjoista ja niiden hankkimiseen yleensä tarvittavasta ajasta. Matkustajan on matkanjärjestäjän antamia ohjeita noudattaen itse huolehdittava matkalla tarvitsemista asiakirjoista (passi, viisumi, rokotustodistukset) sekä tarkistettava niiden ja lentolipun oikeellisuus ja vastaavuus toisiinsa. Matkustajan on tarkistettava myös kuljetusten lähtöajat. Jos matkanjärjestäjä on täyttänyt tiedonantovelvollisuutensa, se ei vastaa matkustajalle aiheutuvasta vahingosta, mikäli matka estyy tai keskeytyy puutteellisten tai virheellisten matka-asiakirjojen (esim. rikkinäisen passin) tai viisumin epäämisen tai puuttumisen vuoksi.

Matkanjärjestäjä ei ole vastuussa matkustajan matkalla tarvitsemista vapaaehtoisista vakuutuksista vaan matkustaja vastaa itse vakuutusturvastaan ja sen kattavuudesta esim. peruutusturvan osalta.

#### 2.7. Matkakohteen mahdolliset turvallisuusriskit

Matkanjärjestäjän on ennen matkaa huomautettava matkustajalle matkaan mahdollisesti liittyvistä erityisistä riskeistä sekä matkaa ja oleskelua koskevista terveystieteellisistä. Matkustajalle on lisäksi annettava ohjeita mahdollisesti sattuvan sairauden, onnettomuuden tai muun vastaavan tapahtuman varalta.

Matkustajan turvallisuudesta ulkomailla vastaavat matkustajan itsensä ohella ensisijaisesti kyseisen maan viranomaiset. Matkustajan on toimittava kohteen olosuhteet huomioon ottaen.

Kohteen turvallisuutta ja muita kohdetta koskevia olennaisia tietoja on saatavissa ulkoministeriöstä ja terveyden ja hyvinvoinnin laitoksesta; esim. kyseisten tahojen Internet-sivustoilta [www.formin.fi](http://www.formin.fi) ja [www.thl.fi](http://www.thl.fi). Matkustajan on syytä tutustua kohteen olosuhteisiin mm. edellä mainittujen tietojen avulla.

#### 2.8. Avustamisvelvollisuus



Jos matkustaja matkan aikana sairastuu, joutuu onnettomuuteen tai rikoksen uhriksi taikka kärsii muun vahingon, on matkanjärjestäjän avustettava häntä sairaanhoidon tai ennenaikaisen paluukuljetuksen järjestämisessä, rikoksen tai vahingon selvittelyssä ja muissa tarpeellisissa toimenpiteissä. Matkustaja vastaa itse näiden tai muiden tilanteen vaatimien (esim. uusi kuljetus, ylimääräiset hotelliyöpymiset sekä matkanjärjestäjälle mahdollisesti tulevat ylimääräiset kulut) erityisjärjestelyiden kuluista, joihin matkanjärjestäjä hänen tilanteensa vuoksi on ryhtynyt. Jos matkan aikana ilmenee kohdassa 11.1.b. tarkoitettu tilanne, matkanjärjestäjän on vastaavasti avustettava matkustajaa ja pyrittävä mahdollisuuksien mukaan rajoittamaan matkustajalle aiheutuvaa vahinkoa ja haittaa.

Jos matkanjärjestäjällä ei ole matkakohteessa henkilökuntaa, joka voi avustaa matkustajaa, matkanjärjestäjän on ennen matkaa ilmoitettava matkustajalle matkanjärjestäjän tai välittäjän paikallisen edustajan nimi ja yhteystiedot tai vastaavat tiedot paikallisista toimipaikoista, joihin matkustaja voi apua tarvitessaan ottaa yhteyttä. Jos tällaisia edustajia tai toimipaikkoja ei ole, matkustajalle on ilmoitettava, miten hän tarvittaessa saa yhteyden matkanjärjestäjään tai välittäjään.

## 2.9. Matkustajan velvollisuudet ja vastuu

2.9.1. Matkustajan on noudatettava matkan aikana viranomaisten, matkanjärjestäjän tai matkanjärjestäjän edustajan antamia matkan toteuttamiseen liittyviä ohjeita ja määräyksiä sekä hotellien ja kuljetusvälineiden järjestyssääntöjä.

2.9.2. Matkustaja ei saa häiritä käyttäytymisellään muita matkustajia. Jos matkustaja olennaisesti laiminlyö velvollisuutensa, voidaan hänen matkalle lähtönsä evätä tai hänet voidaan poistaa matkalta. Tällöin matkustajalla ei ole oikeutta maksun palautukseen ja hän vastaa itse kaikista kotimatkastaan aiheutuvista kuluista.

2.9.3. Matkustaja on vastuussa vahingoista, jotka hän tahallisella tai varomattomalla menettelyllään aiheuttaa matkanjärjestäjälle tai kolmansille osapuolille muun muassa rikkomalla yllämainittuja määräyksiä.

2.9.4. Matkustajan tulee ilmoittaa matkanjärjestäjälle sellaiset yhteystiedot, joista hänet tavoittaa ennen matkaa ja matkan aikana.

## 3. Sopimuksen syntyminen ja hinnan maksaminen

3.1. Matkustajaa sitova sopimus syntyy, kun matkanjärjestäjän määräämä varausmaksu on maksettu matkanjärjestäjän määräämänä ajankohtana.

3.2. Matkan hinta kokonaisuudessaan on maksettava matkanjärjestäjän ilmoittamana tai muuna sovittuna määräaikana. Maksettuaan matkan hinnan matkustajalla on oikeus hyvissä ajoin ennen matkan alkamista saada matkaan liittyvät asiakirjat.

## 4. Matkustajan oikeus peruuttaa matka ilman erityistä syytä



Matkustaja voi peruuttaa matkan ilman erityistä syytä seuraavasti:

4.1.a) Viimeistään 28 vuorokautta ennen matkan alkua maksamalla matkanjärjestäjälle etukäteen mainitut toimistokulut.

b) Myöhemmin kuin 28 vuorokautta mutta viimeistään 14 vuorokautta ennen matkan alkua maksamalla varausmaksun.

c) Myöhemmin kuin 14 vuorokautta mutta viimeistään 48 tuntia ennen matkan alkua maksamalla 50 % matkan hinnasta.

d) Jos matka peruutetaan myöhemmin kuin 48 tuntia ennen matkan alkua, matkanjärjestäjällä on oikeus periä koko matkan hinta.

4.2. Jos matka on hinnoiteltu sen mukaan, että kahden tai useamman matkustajan seurue majoitetaan samaan huoneeseen tai huoneistoon ja joku seurueen jäsenistä peruuttaa matkansa, on matkanjärjestäjällä oikeus periä peruutuksen vuoksi kohtuullinen lisämaksu. Matkansa peruuttanut ja matkalle osallistuvat seurueen jäsenet vastaavat yhteisvastuullisesti lisämaksun maksamisesta matkanjärjestäjälle.

4.3. Jos matkaa ei peruuteta eikä matkustaja saavu sovituille lähtöpaikalle sovittuun aikaan tai jos hän ei voi osallistua matkaan siksi, ettei hänellä hänen vastuullaan olevista syistä ole matkaan tarvittavia asiapapereita, kuten voimassaolevaa passia, viisumia, henkilöllisyystodistusta tai rokotustodistusta, hänellä ei ole oikeutta maksun palautukseen.

4.4. Peruutuskulut voivat poiketa kohdissa 4.1. ja 5.1. mainituista, jos matka on sellainen, johon sovelletaan erityisehtoja (kohta 1.3.). Peruutuskulujen määrä tai niiden määräytymisperuste on ilmoitettava erityisehdoissa.

## **5. Matkustajan oikeus peruuttaa matka ylivoimaisen esteen vuoksi**

5.1. Matkustajalla on oikeus peruuttaa matka ja saada takaisin matkasta maksettu hinta vähennettynä toimistokuluilla, jos olisi kohtuutonta vaatia häntä lähtemään matkalle sen vuoksi, että

a) hän itse tai hänelle läheinen henkilö yhtäkkiä sairastuu vakavasti, joutuu vakavaan onnettomuuteen tai kuolee. Läheisenä henkilönä pidetään aviopuolisoa, avopuolisoa, lasta, vanhempaa, appivanhempaa, sisarusta, lastenlasta, isovanhempaa tai matkakumppania, jonka kanssa matkustaja on yhdessä varannut matkan ja jonka majoitus on sovittu samaan huoneeseen tai huoneistoon, tai

b) hänelle tai matkakumppanille, jonka kanssa hän on yhdessä varannut matkan, sattuu muu odottamaton ja vakava tapahtuma, jonka vuoksi olisi kohtuutonta vaatia häntä lähtemään matkalle. Matkakumppanina pidetään kyseisen matkustajan lasta tai vanhempaa taikka muuta henkilöä, jonka majoitus on sovittu samaan huoneeseen tai huoneistoon kyseisen matkustajan kanssa. Muu odottamaton ja vakava tapahtuma on esimerkiksi merkittävä vahinko omaisuudelle, kuten asunnon palo.

5.2. Matkustajan on ilmoitettava peruutuksesta viivytyksettä matkanjärjestäjälle.

Matkalle lähdön este on osoitettava luotettavalla selvityksellä, kuten lääkärintodistuksella, poliisitutkintapöytäkirjalla tai vakuutusyhtiön lausunnolla. Selvitys on toimitettava markan

järjestäjälle niin pian kuin mahdollista ja viimeistään kahden viikon kuluttua peruuttamiseen oikeuttavan esteen ilmenemisestä, jollei määräajan noudattaminen ole matkustajalle kohtuuttoman vaikeaa.

5.3. Jos matka on hinnoiteltu sen mukaan, että kahden tai useamman matkustajan seurue majoitetaan samaan huoneeseen tai huoneistoon ja joku seurueen jäsenistä peruuttaa matkansa kohdassa 5.1. tarkoitetun ylivoimaisen esteen takia, ei matkanjärjestäjällä ole oikeutta 4.2. kohdan mukaiseen lisämaksuun. Matkanjärjestäjällä on kuitenkin oikeus tehdä muun seurueen majoitukseen peruutuksista johtuvat tarkoituksenmukaiset muutokset, jos matkan taso ei laske sovitusta.

5.4. Peruutuskulujen osalta sovelletaan myös kohtaa 4.4.

## **6. Matkustajan oikeus peruuttaa matka matkanjärjestäjän tekemien muutosten tai matkakohteen olojen vuoksi**

6.1. Matkustaja voi peruuttaa matkan, jos

- a) matkan alkamisen tai matkan päättymisen ajankohta siirtyy sovitusta yli 30 tunnilla,
- b) matkanjärjestäjä muutoin muuttaa olennaisesti matkajärjestelyjä. Olennaisena muutoksena pidetään esimerkiksi matkustusaikaa huomattavasti lisäävää kuljetusvälineen muutosta, matkakohteen muutosta tai majoituksen tasoa selvästi laskevaa muutosta,
- c) hänellä on perusteltua aihetta uskoa, ettei matkaa voida toteuttaa sovitulla tavalla tai hänen terveyttään tai henkeään vaarantamatta matkakohteessa tai sen läheisyydessä ilmenneiden sotatoimien, luonnonmullistuksen, lakon tai vastaavan tilanteen takia. Peruutuksen perusteita arvioitaessa otetaan huomioon Suomen viranomaisten kanta asiaan,
- d) hänellä on muutoin painava syy olettaa, että matkanjärjestäjän suorituksessa tulee olemaan olennainen virhe.

6.2. Matkustajan on viivytyksettä ilmoitettava matkan peruuttamisesta matkanjärjestäjälle.

6.3. Oikeudesta peruuttaa matka hinnankorotuksen vuoksi määrätään kohdassa 9.4.

6.4. Peruuttaessaan matkan edellä mainituissa tapauksissa matkustajalla on oikeus saada takaisin matkan hinta. Jos peruutus johtuu muusta kuin kohdassa 6.1.c. tarkoitetusta syystä, matkustajalla on oikeus saada korvaus myös niistä menoista, jotka ovat aiheutuneet matkasta ja peruutuksen vuoksi käyneet hyödyttömiksi.

Kohdissa 6.1.a, 6.1.b. ja 6.1.d. mainituissa tapauksissa matkustaja saa vaihtoehtoisesti vaatia matkanjärjestäjältä uuden vastaavan matkan alkuperäisestä matkasta maksamallaan hinnalla. Korvaavan matkan osalta sovelletaan lisäksi kohtaa 11.3.

## **7. Matkustajan oikeus keskeyttää matka ja purkaa sopimus**

7.1. Matkustajalla on oikeus keskeyttää matka, jos

- a) matkanjärjestäjä törkeästi laiminlyö velvollisuuksiaan tai matkan toteutus muutoin osoittautuu niin virheelliseksi, ettei matka vastaa sille alun perin asetettua tarkoitusta. Näillä perusteilla matkustajalla on myös oikeus purkaa sopimus matkan jälkeen, tai



b) matkan aikana ilmenee kohdassa 6.1.c. tarkoitettu tilanne.

7.2. Keskeyttäessään matkan tai purkaessaan sopimuksen matkustajalla on oikeus saada takaisin matkan hinta ja muut matkanjärjestäjälle maksetut maksut. Jos matkanjärjestäjän suorituksesta on ollut matkustajalle hyötyä, matkustajan on maksettava matkanjärjestäjälle korvaus, joka vastaa suorituksen arvoa matkustajalle.

7.3. Jos matkustaja keskeyttää matkan kohdassa 7.1.a. tarkoitettulla perusteella, matkanjärjestäjän on omalla kustannuksellaan tarvittaessa järjestettävä matkustajan paluukuljetus. Kuljetus on järjestettävä alun perin sovittua vastaavalla kuljetusvälineellä matkan lähtöpaikkaan tai muualle sovittulle paikkakunnalle.

7.4. Jos matkustajalla on kohdan 7.1.a. perusteella oikeus purkaa sopimus, hän saa vaihtoehtoisesti vaatia matkanjärjestäjältä uuden vastaavan matkan alkuperäisestä matkasta samallaan hinnalla. Korvaavan matkan osalta sovelletaan lisäksi kohtaa 11.3.

7.5. Jos matkustaja keskeyttää matkan kohdan 7.1.b. perusteella eikä matkanjärjestäjä avusta häntä kohdan 2.8. mukaisesti kotiinpaluun järjestämisessä, voi matkustaja itse ryhtyä tarvittaviin toimenpiteisiin. Matkustajan on kuitenkin pyrittävä rajoittamaan matkanjärjestäjän vastuulle mahdollisesti jäävien kustannusten määrää ja muuta vahinkoa.

## **8. Matkustajan oikeus muuttaa sopimusta ja luovuttaa se toiselle**

8.1. Matkustajalla on oikeus viimeistään 28 vuorokautta ennen matkan alkua muuttaa lähtöpäivää, matkakohdetta tai hotellia maksamalla uuden matkan hinnan lisäksi toimistokulut. Myöhempiä muutoksia voi matkanjärjestäjä pitää matkan peruutuksena ja uuden tilaamisena.

8.2. Matkustajalla on oikeus muuttaa varauksessa olevia matkustajatietoja tai luovuttaa sopimukseen perustuvat oikeutensa henkilölle, joka täyttää mahdollisesti asetetut matkalle osallistumista koskevat ehdot. Luovutuksesta tai tietojen muutoksesta on ilmoitettava matkanjärjestäjälle viimeistään 48 tuntia ennen matkan alkamista.

Matkanjärjestäjällä on oikeus periä kohtuullinen korvaus luovutuksesta tai tietojen muutoksesta aiheutuvista tarpeellisista toimenpiteistä. Jollei matkanjärjestäjä ole lisäehdoissaan muuta ilmoittanut, korvaus on toimistokulujen suuruinen. Luovuttaja ja luovutuksensaaja vastaavat yhteisvastuullisesti matkan hinnan ja korvauksen maksamisesta matkanjärjestäjälle.

## **9. Hinnanmuutokset**

9.1. Matkanjärjestäjällä on sopimuksen päättämisen jälkeen oikeus korottaa ja vastaavasti velvollisuus alentaa sovittua matkan hintaa seuraavilla perusteilla:

a) matkan hintaan vaikuttavien verojen ja muiden julkisten maksujen muutokset.

b) kuljetuskustannusten muutos, johon matkanjärjestäjä ei ole voinut vaikuttaa ja jota matkanjärjestäjä ei ole voinut ottaa lukuun sopimusta päätettäessä, tai



c) Matkan kustannuksiin vaikuttava valuuttakurssien muutos. Kuluttaja-asiamies ja Suomen matkatoimistoalan liitto ovat neuvotelleet täydentävistä ohjeista kurssimuutoksen laskemiseksi.

Ohjeen mukaan kurssimuutoksen suuruus määräytyy kuusi viikkoa ennen lähtöä vallinneen valuuttakurssin mukaan. Vertailukurssina käytetään sen päivän valuuttakurssia, jota matkanjärjestäjä ilmoittaa esitteessään käyttäneensä hinnoittelunsa perustana. Jos matkaa ei ole markkinoitu esitteessä, on vertailukurssi matkustajalle viimeistään sopimusta tehtäessä ilmoitettu kurssi.

9.2. Hinnan korotus ei saa olla kustannusten nousua suurempi. Hintaa on alennettava vähintään kustannusten laskua vastaavasti. Hinnan muutoksen on kuitenkin oltava vähintään 2 prosenttia saman matkan ja saman lähtöpäivän halvimpaan majoitusvaihtoehtoon perustavasta hinnasta.

Matkanjärjestäjän on ilmoitettava uusi hinta matkustajalle niin pian kuin mahdollista sekä kerrottava lisäksi, mikä on ollut hinnanmuutoksen peruste ja mitä matkapaketin osia muutos koskee.

9.3. Matkan hintaa ei saa korottaa sovittua matkan lähtöaikaa edeltävien 21 vuorokauden aikana. Matkanjärjestäjällä ei tänä aikana ole myöskään velvollisuutta alentaa hintaa.

9.4. Jos matkan hintaa korotetaan sopimuksen päättämisen jälkeen enemmän kuin 10 % kohdassa 9.2. mainitun mukaisesti laskettuna, matkustajalla on oikeus purkaa sopimus. Matkustajan on ilmoitettava sopimuksen purkamisesta matkanjärjestäjälle viikon kuluessa siitä, kun matkustaja sai tiedon hinnan korotuksesta.

## **10. Matkanjärjestäjän oikeus tehdä matkaohjelmaan vähäisiä muutoksia**

10.1. Jos matkanjärjestäjä ei voi siitä riippumattomista syistä noudattaa sovittua matkasuunnitelmaa, matkanjärjestäjällä on oikeus muuttaa hotellia, yöpymispaikkaa, kuljetusvälinettä ja aikataulua tai tehdä matkaohjelmaan muita muutoksia, jotka eivät olennaisesti muuta matkan luonnetta. Muutoksista on ilmoitettava matkustajalle niin pian kuin mahdollista.

10.2. Vähäisen osanottajamäärän vuoksi matkanjärjestäjällä on oikeus muuttaa kuljetusvälinettä, reittiä ja aikataulua, jos muutokset eivät olennaisesti muuta matkan luonnetta. Muutoksista on ilmoitettava matkustajalle viimeistään 14 vuorokautta ennen matkan alkua.

10.3. Matkustaja on edellä tarkoitetuista muutoksista huolimatta velvollinen maksamaan matkan hinnan ja muut sovitut maksut ottaen kuitenkin huomioon, mitä kohdassa 14.2. on määrätty matkustajan oikeudesta hinnanalennukseen.

## **11. Matkanjärjestäjän oikeus peruuttaa ja keskeyttää matka**

11.1. Matkanjärjestäjällä on oikeus peruuttaa matka, jos

a) matkalle ei ole ilmoittautunut riittävästi osanottajia ja matkanjärjestäjä on matkaa koskevassa esitteessä tai muussa materiaalissa (esim. matkaohjelmassa tai muissa matkadoku





menteissa) maininnut matkan toteuttamisen riippuvan osanottajamäärästä. Vaadittu osanottajamäärä voi koskea joko yksittäistä matkaa tai tiettyyn matkakohteeseen tehtävää matkasarjaa. Peruuttamisesta on ilmoitettava matkustajalle viimeistään 21 vuorokautta ennen matkan alkua.

b) matkanjärjestäjän mahdollisuudet toteuttaa matka sovitulla tavalla ovat sopimuksen päättämisen jälkeen olennaisesti vaikeutuneet matkakohteessa tai sen läheisyydessä ilmenneiden sotatoimien, luonnonmullistuksen, lakon tai vastaavan tilanteen takia taikka jos matkaa ei muusta odottamattomasta syystä voida toteuttaa vaarantamatta matkustajan henkeä tai terveyttä. Peruuttamisesta on ilmoitettava matkustajalle niin pian kuin mahdollista.

11.2. Jos kohdassa 11.1.b. mainittu tilanne syntyy matkan aikana, matkanjärjestäjällä on oikeus keskeyttää matka ja tehdä matkaohjelmaan muita välttämättömiä muutoksia. Matkanjärjestäjän on viivytyksettä matkan jälkeen palautettava matkustajalle saamatta jääneitä palveluksia vastaava osa matkan hinnasta.

11.3. Jos matkanjärjestäjä peruuttaa matkan kohdan 11.1. perusteella, matkustaja saa vaatia uuden vastaavan matkan alkuperäisestä matkasta maksamallaan hinnalla, jollei korvaavan matkan järjestämisestä aiheudu matkanjärjestäjälle kohtuuttomia kustannuksia tai kohtuutonta haittaa.

Jos korvaavan matkan hinta on alun perin sovittua hintaa alempi tai jos korvaavaan matkaan ei sisälly alun perin sovittuja palveluksia, matkustajalle on palautettava hinnan ero tai puuttuvia palveluksia vastaava hinnan osa.

11.4. Peruutettuaan matkan matkanjärjestäjän on viivytyksettä palautettava matkustajan maksusuoritukset, jollei matkustaja saa kohdassa 11.3. tarkoitettua korvaavaa matkaa. Jos matka peruutetaan kohdassa 11.1.a. mainitulla perusteella, matkanjärjestäjän on lisäksi korvattava matkustajalle matkalle lähtöön välittömästi liittyneet peruuttamisen vuoksi hyödyttömiksi käyneet kulut.

## **12. Matkanjärjestäjän oikeus purkaa sopimus**

Matkanjärjestäjällä on oikeus purkaa sopimus, jos matkustaja ei ole maksanut matkan hintaa viimeistään sovittuna maksupäivänä. Edellytyksenä matkanjärjestäjän oikeudelle purkaa sopimus on, että matkustaja on saanut kohtuullisen maksuajan. Asiakirjassa, jossa maksuaika mainitaan, on kerrottava matkanjärjestäjän oikeudesta purkaa sopimus maksun laiminlyönnin takia.

## **13. Virhe ja virheilmoitus**

13.1. Matkanjärjestäjän suorituksessa on virhe, jos

a) matka ei palveluksiltaan tai muilta järjestelyiltään vastaa sitä, mitä on sovittu tai voidaan katsoa sovittun,

b) matkanjärjestäjä on laiminlyönyt antaa matkustajalle valmismatkalain edellyttämiä tietoja matkaan sovellettavista ehdoista, matkan sisällöstä, tarvittavista matkakustannusasiakirjoista, matkaa koskevista terveystietämisistä, kuljetusyhteyksistä aikatauluineen sekä muita matkustajalle tarpeellisia tietoja, kuten ohjeita matkan aikana mahdollisesti sattuvan sai



rauden, onnettomuuden tai muun vastaavan tapahtuman varalta ja tämän voidaan olettaa vaikuttaneen matkustajan päätöksentekoon, tai  
c) matkanjärjestäjä on laiminlyönyt kohdan 2.8. mukaisen avustamisvelvollisuutensa.

13.2. Virheenä ei kuitenkaan pidetä sellaisia matkan kokonaisuuden kannalta vähäisiä muutoksia tai puutteita, joihin matkustaja on matkakohteen tai matkan luonteen perusteella voinut kohtuudella varautua.

13.3. Virheenä ei myöskään pidetä myöhästynyttä saapumista matkakohteeseen tai aikaisempaa kotiinlähtöä, jos muutos johtuu matkanjärjestäjästä riippumattomasta syystä ja matkakohteessa olo lyhentyy vähintään 3 mutta alle 5 vuorokautta kestäväällä matkalla enintään 6 tuntia, 5 – 8 vuorokautta kestäväällä matkalla enintään 8 tuntia ja yli 8 vuorokautta kestäväällä matkalla enintään 12 tuntia. Jos matkan kesto alittaa 3 vuorokautta, virheen arviointi tehdään tapauskohtaisesti.

Jos muutoksen syynä on ilmatilan ruuhkautuminen, lennonjohdon tai viranomaisen toimenpiteet, poikkeuksellinen sää, kuljetusyhtiöstä riippumattoman poikkeuksellinen syy (mm. turvallisuusriski, odottamaton lentoturvallisuuteen vaikuttava puute tai lennosta vastaavan lentoliikenteen harjoittajan toimintaan vaikuttava työtaistelutilanne), tai vastaava syy, sovelletaan edellä mainittuja aikamääriä kaksinkertaisina.

#### 13.4. Virheilmoitus

Matkustaja ei saa vedota virheeseen, ellei hän ilmoita virheestä matkanjärjestäjälle kohtuullisessa ajassa siitä, kun hän havaitsi virheen tai hänen olisi pitänyt se havaita. Virheestä, joka voidaan korjata matkakohteessa, on ilmoitettava oppaalle tai muulle matkakohteessa olevalle matkanjärjestäjän edustajalle niin pian kuin mahdollista.

Mikäli matkanjärjestäjällä ei ole kohteessa opasta tai muuta edustajaa, on matkustajalla oikeus ilmoittaa virheestä myös elinkeinonharjoittajalle, jota matkanjärjestäjä on käyttänyt apunaan (eli alihankkijalle, esim. hotellille) ja jonka suorituksessa virhe ilmenee.

Edellä mainittu ei kuitenkaan estä matkustajaa vetoamasta virheeseen, jos matkanjärjestäjä tai muu elinkeinonharjoittaja, jota matkanjärjestäjä on käyttänyt apunaan sopimuksen täyttämiseksi, on menetellyt törkeän huolimattomasti tai kunnianvastaisesti ja arvottomasti.

### 14. Virheen korjaaminen ja hinnanalennus

#### 14.1. Virheen korjaaminen

Matkanjärjestäjän on korjattava virhe viivytyksettä omalla kustannuksellaan. Matkanjärjestäjä saa kuitenkin kieltäytyä korjaamisesta, jos siitä aiheutuisi kohtuuttomia kustannuksia tai kohtuutonta haittaa. Matkustaja saa kieltäytyä korjaamisesta, jos siitä aiheutuisi hänelle olennaista haittaa.

#### 14.2. Hinnanalennus

Jos virhettä ei ole korjattu viivytyksettä matkanjärjestäjän kustannuksella tai jos virhe ei ole korjattavissa, matkustajalla on oikeus virheen merkitystä vastaavaan hinnanalennukseen.



Jos matkustaja ei käytä matkaan sisältyvää kuljetusta tai muita palveluja tai käyttää niitä vain osittain, ei hänellä tällä perusteella ole oikeutta hinnanalennukseen.

## 15. Vahingonkorvaus

15.1. Matkustajalla on oikeus korvaukseen henkilö-, esine- ja varallisuusvahingosta, jonka matkanjärjestäjän suorituksessa oleva virhe on hänelle aiheuttanut, jos virhe tai vahinko johtuu matkanjärjestäjän tai matkanjärjestäjän sopimuksen täyttämässä käyttämän muun elinkeinonharjoittajan (esimerkiksi kuljetusyhtiöt ja hotellit) huolimattomuudesta. Vapautukseen korvausvastuusta matkanjärjestäjän on osoitettava, ettei huolimattomuutta ollut matkanjärjestäjän puolella.

15.2. Korvattavia vahinkoja ovat esimerkiksi virheestä matkustajalle aiheutuneet ylimääräiset menot ja hyödyttömiksi käyneet menot sekä kotiinpaluun viivästymisen yhteydessä syntynyt ansionmenetys ja yöpymisen järjestämisestä aiheutuneet ylimääräiset kulut.

15.3. Matkustajalla on kohdan 15.1. mukaisin perustein oikeus korvaukseen myös matkatarvaiden katoamisesta ja katoamisen aiheuttamasta käytön estymisestä. Matkatavaroiden kuljetuksen viivästymisestä johtuvasta tavaroiden käytön estymisestä matkustajalla on oikeus korvaukseen, jos siitä viivästyksen kesto ja muut seikat huomioon ottaen on katsottava aiheutuneen haittaa matkustajalle.

15.4. Matkustajan on pyrittävä rajoittamaan vahingon määrää parhaansa mukaan. Matkanjärjestäjä ei vastaa vahingosta, joka on aiheutunut matkustajan omasta tuottamuksesta. Vahingonkorvausta voidaan sovitella, jos se on kohtuuton ottaen huomioon matkustajan mahdollinen myötävaikutus, matkanjärjestäjän mahdollisuudet ennakoita ja estää vahingon syntyminen sekä muut olosuhteet.

15.5. Ilma-, meri- tai rautatiekuljetuksen aikana tapahtuneen vahingon osalta vahingonkorvaus määräytyy niiden säännösten tai sopimusten perusteella, joita alihankkijana toimiva kuljetusyhtiö soveltaa omassa toiminnassaan. Matkanjärjestäjän korvausvastuuta määriteltäessä otetaan huomioon merikuljetuksen osalta [merilain \(674/1994\)](#) ja rautatiekuljetuksen osalta [rautatiekuljetuslain \(1119/2000\)](#) säännökset tai kyseisiä kuljetuksia koskevan kansainvälisen yleissopimuksen mukaiset korvausperusteet ([COTIF, SopS 5/1985](#)). Ilmakuljetusvahinkojen korvaukset määräytyvät pääsääntöisesti [Montrealin yleissopimuksen \(SopS 78/2004\)](#) sekä [EY:n neuvoston asetuksen \(N:o 2027/97\)](#) mukaan. Elleivät yleissopimuksen ja asetuksen säännökset sovellu kuljetukseen, korvaukset määritellään Varsovan yleissopimuksen nojalla, jonka eri versiot on saatettu Suomessa voimaan kuljetuksesta ilma-aluksessa annetulla lailla (289/1937), [ilmakuljetussopimuslailla \(45/1977\)](#) tai [ilmakuljetuslailla \(387/1986\)](#).

### 15.6. Ylivoimaiset tilanteet

Matkanjärjestäjä ei ole vastuussa vahingosta, joka aiheutuu ylivoimaisesta esteestä tai muusta ennalta-arvaamattomasta syystä, jota matkanjärjestäjä tai matkanjärjestäjän apunaan käyttämä elinkeinonharjoittaja ei olisi voinut estää mahdollisimman huolellisesti menetel



lenkään. Tällaisia syitä ovat esimerkiksi sotatoimet, luonnonmullistus, tarttuva tauti, lakko ja vastaavat tapahtumat.

Matkanjärjestäjän on ilmoitettava matkustajalle viipymättä tällaisesta ylivoimaisesta tapahtumasta ja pyrittävä toimimaan niin, että matkustajan kärsimä vahinko jää mahdollisimman pieneksi.

## **16. Korvausvaatimukset**

16.1. Virhettä koskevan huomautuksen tekemisestä matkanjärjestäjälle määrätään kohdassa 13.4.

16.2. Korvausvaatimukset on esitettävä matkanjärjestäjälle kirjallisesti viimeistään kahden kuukauden kuluttua matkan päättymisestä, jos valitusajan pidentämiseen ei ole erityistä syytä.

## **17. Riita-asiat**

17.1. Jos matkanjärjestäjä ja matkustaja eivät pääse yhteisymmärrykseen esimerkiksi sopimuksen tulkinnasta tai korvauksen määrästä, matkustaja voi saattaa riita-asian kuluttajariitalautakunnan käsiteltäväksi.

17.2. Matkustaja voi saattaa riita-asian myös matkustajan kotipaikan käräjäoikeuden käsiteltäväksi.

