

VAASAN YLIOPISTO
KAUPPATIETEELLINEN TIEDEKUNTA
TALOUSOIKEUS

Suvi Rautava

SITOOKO KLIKKAUS KULUTTAJAA?

-Tarkastelussa sähköiset vakiosopimukset

Talousoikeuden

Pro gradu -tutkielma

VAASA 2017

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ.....	5
LYHENNELUETTELO.....	7
1. JOHDANTO.....	9
1.1 Tutkimuskohteen kuvaus	9
1.2 Tutkimustehtävä ja rajaus	14
1.3 Tutkielman metodi	17
1.4 Lähdeaineisto	18
1.5 Tutkielman rakenne	20
1.6 Keskeiset oikeusperiaatteet	21
1.7 Sähköinen kaupankäynti	23
2. SÄHKÖISET SOPIMUKSET.....	24
2.1 Yleistä sopimusoikeudesta.....	24
2.2 Sopimuksen syntymisen reunaehdot.....	25
2.2.1 Oikeustoimikelpoisuus.....	25
2.2.2 Hyvä tavan vastaisuus ja oikeuden väärinkäytön kielto.....	26
2.2.3 Pakottava lainsäädäntö	26
2.3 Tarjous-vastaus –malli	27
2.4 Tahdonilmaisuu ja vilpittön mieli	28
2.5 Sopimusoikeuden periaatteet	30
2.5.1 Sopimussitovuus	31
2.5.2 Lojaliteettiperiaate.....	32
2.5.3 Tiedonantovelvollisuus	33
2.6 Sähköinen sopiminen Euroopan unionin alueella.....	35
3. KULUTTAJASOPIMUSTEN ERITYISPIIRTEET	37
3.1 Yleistä kuluttajansuojasta	37
3.2 Verkkokaupassa annettavat tiedot.....	40
3.3 Sopimuksen ymmärrettävyys.....	44
3.4 Kuluttajansuojalain keskeisiä periaatteita.....	45

4.	VAKIOSOPIMUKSET	47
4.1	Vakiosopimusten merkitys.....	47
4.2	Käsitteiden määritelmät	49
4.3	Vakiosopimusten edut.....	50
4.4	Vakioehtojen haitat	51
5.	VAKIOSOPIMUSTEN SITOMATTOMUUS	53
5.1	Ehtojen liittäminen sopimukseen	53
5.2	Kohtuuttomuus.....	56
5.3	Hyvän tavan vastainen tai laitton sopimus.....	59
5.4	Pätemättömyys vakiosopimuksissa.....	59
5.5	Tulkinta laatijan vahingoksi.....	61
5.6	Yllättävä ja ankara ehto.....	62
5.7	Erehdys	65
5.8	Vakioehtojen tulkinta Euroopan unioni alueella.....	67
6.	LOPPUTULOKSENA VAKIOSOPIMUSTEN SITOMATTOMUUDEN PERIAATTEITA.....	69
6.1	Yleiset johtopäätökset.....	69
6.2	Vakiosopimusten sitomattomuuden yleiset periaatteet.....	71
	LÄHTEET	75
	OIKEUSTAPAUSLUETTELO.....	79

VAASAN YLIOPISTO**Kauppatieteellinen tiedekunta**

Tekijä:	Suvi Rautava	
Tutkielman nimi:	Sitooko klikkaus kuluttajaa? – Tarkastelussa sähköiset vakiosopimukset	
Ohjaaja:	Brita Herler	
Tutkinto:	Kauppatieteiden maisteri	
Yksikkö:	Talousoikeus	
Aloitusvuosi:	2016	
Valmistumisvuosi:	2017	Sivumäärä: 79

TIIVISTELMÄ

Yhteiskunnassa sopimusten tekeminen on välttämätöntä ja ihmiset solmivat niitä jatkuvasti. Sähköisessä ympäristössä sopiminen on lisääntynyt huomasti. Tutkielman tavoitteena on selvittää, voiko klikkaamalla hyväksytyt vakioehdot sitoa kuluttajaa. Tarkoituksena on myös tutkia: millaisia piirteitä kuluttajansuojalaki tuo sopimuksen sitovuuteen sekä mitkä seikat aiheuttavat sopimuksen sitomattomuutta.

Tarkastelu tapahtuu sopimussitovuuden näkökulmasta, jossa sopimusoikeudelliset periaatteet nousevat tutkielman keskiöön. Tutkielmassa perehdytään kuluttaja-näkökulmaan, ja pohditaan sitä, millaisia elementtejä se tuo tutkimusongelman ratkaisuun. Haastetta tutkimusongelman ratkaisuun tuo säännökset, jotka on luotu vuosia sitten erilaisessa yhteiskunnassa. Nyt säännöksiä sovelletaan nopeasti muuttuvaan digitaaliseen maailmaan.

Tutkielman metodi on oikeusdogmaattinen eli lainopillinen tutkimus. Tutkimusongelmaan pyritään saamaan vastaus tulkitsemalla ja systematisoimalla jo olemassa olevaa oikeutta. Tutkielman lähteet rakentuvat Suomen laista, korkeimman oikeuden ratkaisuista, oikeuskirjallisuudesta ja oikeudellisista artikkeleista. Oleellisimmiksi lähteiksi muodostuivat oikeudelliset periaatteet, jotka määrittävät hyvin pitkälti sopimusoikeutta.

Tutkielman lopputulemana voidaan todeta, että klikkaamalla hyväksytyt vakioehdot voivat sitoa kuluttajaa, jos tietyt reunaehdot toteutuvat. Vakiosopimusten sitomattomuutta aiheuttavat yleiset periaatteet jakautuvat ennen sopimusta vallitseviin periaatteisiin ja sopimuksen sisällöllisiin periaatteisiin. Lisäksi vakiosopimusten liittäminen osaksi sopimusta on tärkeässä roolissa sopimuksen sitovuuden kannalta.

AVAINSANAT: sähköinen kaupankäynti, kuluttajansuoja, sopimusoikeus, vakiosopimukset, sopimussitovuus

LYHENNELUETTELO

ECE	Euroopan talouskomissio
EU	Euroopan unioni
EUT	Euroopan unionin tuomioistuin
KA	Kuluttaja-asiamies
Kauppala	Kauppalaki 27.3.1987/355
KRIL	Kuluttajariitalautakunta
KKO	Suomen korkein oikeus
KKV	Kilpailu- ja kuluttajavirasto
Kuluttajansuojala	Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38
MAO	Markkinaoikeus
MK	Maakaari 12.4.1995/540
OikTL	Laki varallisuusosoikeudellisista oikeustoimista 13.6.1929/228
1993/13/ETY	Euroopan unionin direktiivi Kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista
1997/7/EY	Etämyyntidirektiivissä
2000/31/EY	Sähköisen kaupankäynnin direktiivissä
2005/29/EY	EU-direktiivi sopimattomista kaupallisista menettelyistä

1. JOHDANTO

1.1 Tutkimuskohteen kuvaus

Maailma on muuttunut. Kuluttajat ovat siirtyneet digiaikaan, jossa sähköisiä sopimuksia solmitaan jatkuvasti. Netti ja laite, jolla sinne pääsee, löytyy lähes jokaiselta kuluttajalta. Digiaika on avannut sähköisen liiketoimintaympäristö käden ulottuville ja multikansalliset sovellusyhtiöt hallitsevat maailmaa. Digiaika ja globalisoituminen on tuonut paljon hyvää, mutta sillä on myös kääntöpuolensa.

Kun kuluttaja hyväksyy yhden vakiosopimus-malliset käyttöehdot, saattaa hän samalla solmia sopimuksen yhtiöiden kanssa, joista ei edes tiedä. Esimerkiksi Whatsapp-viestisovelluksen käyttöehtojen hyväksyminen sallii käyttäjätietojen, kuten esimerkiksi puhelinnumeron lähettämisen Facebookille, koska Facebook on ostanut Whatsappin vuonna 2014. Tämä voi käytännössä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että Facebook voi käyttäjätietojen avulla lähettää kohdennettuja mainoksia kuluttajalle esimerkiksi tekstiviestein ilman, että kuluttaja on hyväksynyt sopimuksen tekstiviestimarkkinoinnista suoraan Facebookin kanssa. (Whatsapp-sovelluksen juridiset tiedot 2017.)

Tämä esimerkki havainnollistaa digiajan sopimisen kääntöpuolen. Vakiosopimusten lukeminen voi olla kuluttajalle lähes mahdotonta, suuren tietomäärän, sekä vaikea selkoisen tekstin vuoksi. Sopimuksia voi tästä huolimatta solmia yhdellä hiiren klikkauksella. Tutkielman on tarkoitus tuoda esille näitä sähköisen sopimusmaailman elementtejä. Tarkoituksena on tutkia voiko tällaiset vakiosopimukset sitoa kuluttajaa. Mitkä elementit tukevat sitovaa sopimusta, ja voisiko löytyä keinoja, jotka voisivat aiheuttaa sopimuksen sitomattomuuden?

Tutkielman aihetta on tärkeä tutkia, sillä sen avulla on tarkoitus selvittää, kuinka sopimusoikeudelliset periaatteet sopimuksen sitovuudesta keskustelevat kuluttajan oikeuksien kanssa. ”Lisämausteen” tutkimukseeni tuo sähköinen ympäristö, jonka kenttään

koko tutkielmani rakentuu. Sähköinen ympäristö on salakavalasti alkanut venyttää sopimusoikeudellisia rajoja ja erityisesti kuluttajan oikeuksia. Tästä herääkin kysymys, voidaanko kuluttajan oikeuksia enää suojata tai valvoa, kun sopimuksia tehdään kotisohvan ääreltä, ilman sopijaosapuolten fyysistä läsnäoloa sopimuspöydän äärellä. Miten sopijakumppanin oikeustoimikelpoisuutta voidaan valvoa ja kuka asiasta kantaa vastuun? Jos vakiosopimuksen voi hyväksyä pelkällä hiiren klikkauksella, miten varmistetaan, että kuluttaja varmasti tietää mihin sopimuksen hyväksymisellä sitoutuu. Vakiosopimusten kiemurat saattavat olla hyvin vaikeaselkoisia kuluttajille ja tämän vuoksi kuluttajaa tulee heikompana osapuolena suojata.

Aihe on erittäin tärkeä, sillä ihmiset tekevät joka päivä sopimuksia surffatessaan internetissä. Sopimuksia tehdään monella alalla ja jatkuvasti ilman, että edes saatetaan tiedostaa koko asiaa. Esimerkiksi usein pelkkä sovellusten käyttäminen vaatii käyttöehtojen hyväksymistä, joka vaatii vakiosopimuksen hyväksymistä. On tärkeää tuoda esille sopimussitovuuden elementtejä, jotka saattavat jäädä kuluttajilta huomiotta. Kuluttajat tarvitsevat lähtökohtaisesti heikompina osapuolina suojaa.

Suomessa kuluttajia suojaa kuluttajansuojalaki. Sopimusoikeuden lainsäädäntöä käsitellään oikeustoimilaisissa. Haasteina näissä laeissa on kuitenkin se, että ne on luotu hyvin kauan sitten, ilman että nykypäivän tekniikkaa oli olemassa. Nykyiset lainsäädännöt soveltuvat kyllä tähänkin päivään, sillä säädökset ovat voimassa käytettävissä olevasta tekniikasta huolimatta. Tämä tarkoittaa kuitenkin aina lainsäädännön soveltamista ja tulkintaa. Säästösten soveltaminen ja tulkinta saattavat luoda kuitenkin epävarmuutta vallitsevaan lainsäädäntö käytäntöön.

Sähköinen kaupankäynnin alusta internet, on luonut monia mahdollisuuksia kaupan mahdollisuuksia. Sähköisessä kaupankäynnissä käytetään lainsäädäntöä sekä oikeudellisia periaatteita samoin kuin fyysisten tuotteiden kaupassa. Verkkokauppojen kannalta on erityisen tärkeää, että lainsäädäntö myös kehittyy sen mukana. Sähköistä kauppaa koskeva lainsäädäntö tulisi ideaali tapauksessa olla selkeää, yhtenäistä ja ristiriidatonta. Haasteita

tähän tuo se, että verkossa tapahtuva kaupankäynti ylittää helposti valtioiden rajoja. Tällöin kysymykseen tulee lainvalintasäännöt. Palvelimen sijainti määrittää lakien sääntöjen ja käytäntöjen noudattamisesta. (Luhtasela 2007: 6.)

Sopimusoikeuden peruslähtökohta Suomessa on sopimusvapauden periaate. Se merkitsee sitä, että sopijapuolet saavat itse päättää kaikesta sopimukseen liittyvästä, ellei laissa ole muuta säädetty. (Norros 2012: 24.) Tämä lähtökohta puoltaa sitä, että erilaiset tahdonilmaisut ovat sallittuja, koska sopimusvapaus takaa tahdonilmaisun muotovapauden. Tämän periaatteen avulla voidaan katsoa, että internetissä tehtävät klikkaus-sopimukset olisivat sitovia. Norros (2012: 24.) muistuttaa teoksessaan kuitenkin, että sopimusvapautta on myös rajoitettu paljon. Rajoitukset painottuvat erityisesti elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välisiin sopimuksiin. Sopimusvapaus on kenttä, johon tutkielmani rakentuu. Sopimusvapaus ei kaikesta huolimatta kuitenkaan rajaton. Lähtökohtana on tutkia näitä sopimusvapauden rajoittavia periaatteita, joita kuluttajanoikeus ja sopimussitovuuden elementit tarjoavat.

Suomessa pidetään kuluttajan oikeuksia erittäin tärkeinä. Kuluttajansuojasäännöksiä sovelletaan ja kuluttaja-asiamies toimii aktiivisesti, jopa niillä aloilla, joilla on erityislainsäädäntöä. (Peltonen & Määttä 2015: 44–50.) Kuluttaja-asiamiehen pätehtävänä on valvoa kuluttajansuojalain noudattamista. Valvonta kohdentuu erityisesti markkinoinnin ja sopimusehtojen sekä perinnän lainmukaisuuteen. Valvonnan tavoite on valvoa esimerkiksi lainvastaista markkinointia tai kohtuuttomia sopimusehtoja. Kuluttaja-asiamies keskittyy laajoihin asioihin. Yksittäisiä riita-asioita käsittelee kuluttajaoikeusneuvojat sekä kuluttajariitakunta, jotka auttavat kuluttajaa soveltamaan lainkohtia. (Kuluttaja-asiamies 2014.)

Käsite kuluttaja määritellään KuluttajansuojaL:n 1 luvun 4 §:n mukaan seuraavasti:

”Kuluttajana pidetään tässä laissa luonnollista henkilöä, joka hankkii kulutushyödykkeen pääasiassa muuhun tarkoitukseen kuin harjoittamaansa elinkeinotoimintaa varten.”

Lainkohdalla tarkoitetaan siis luonnollista henkilöä, eikä esimerkiksi asiakkaita yleisesti. EU-kuluttajasäännöksissä kuluttaja-käsitettä perustuu yleensä siihen, että kyse on luonnollisesta henkilöstä ja että toiminta ei liity kuluttajan omaan yritys- tai elinkeinotoimintaan tai jälkimmäinen tarkoitus ei ole ainakaan vallitseva. Tulee ottaa kuitenkin huomioon se, että kuluttaja-käsitellä ei ole määritelty yhdenmukaisesti kaikissa säädöksissä. (Peltonen & Määttä 2015: 52–53.)

Elinkeinonharjoittajalla tarkoitetaan luonnollista henkilöä, tai yksityistä tai julkista oikeushenkilöä, joka tuloa tai muuta taloudellista hyödykettä vastaan ammattimaisesti pitää kaupan, myy tai muutoin tarjoaa kulutushyödykkeitä vastiketta vastaan hankittavaksi. (Ämmälä 2006: 17.)

Kuluttajansuojalain 1 luvun 1 §:n mukaan kuluttajansuojalaki koskee seuraavia asioita:

”.. kulutushyödykkeidentarjontaa, myyntiä ja muuta markkinointia elinkeinonharjoittajilta kuluttajille. Lakia sovelletaan myös, kun elinkeinonharjoittaja välittää hyödykkeitä kuluttajille.”

Soveltamisalaa tarkasteltaessa avainkäsitteitä ovat kulutushyödykkeet, asianomaisten hyödykkeiden tarjonta, myynti ja muu markkinointi. Lisäksi soveltamisalaan kuuluvat välitys, elinkeinonharjoittaja sekä kuluttajat. Kuluttajaa suojataan suhteessa kaupalliseen vastapuoleen, myyjään tai palvelun suorittajaan. (Peltonen & Määttä 2015: 45.)

Käsite vastikkeellisuus mainitaan elinkeinonharjoittajan käsitettä määriteltäessä. On luonnollista, että säänneltäessä kulutushyödykkeiden kauppaa käsitteeseen sisältyy jonkinlainen vastike esimerkiksi vaihtona. Digitalisoitumisen myötä vastikkeiden määritelmät ovat lisääntyneet. Vastike saattaa tarkoittaa tosiasiasa esimerkiksi kuluttajan henkilötietoja. (Peltonen & Määttä 2015: 45–46.) Kuluttajansuojalain uudistuksen yhteydessä vuonna 1994, tavoitteena oli, että kuluttajansuojalakea sovellettaessa ei tarvitse miettiä perinteistä palvelu tai tuotejakoa vaan kaikki yrityksen ja kuluttajan välissä vaihdettavat hyödykkeet kuuluvat kuluttajansuojalain sovellettaviksi. (Ämmälä 2006: 9.)

Kuluttajansuojalakeja voidaan soveltaa sähköiseen kaupankäyntiin. Kuluttajansuojaan sovelletaan myös muita lakeja, kuten esimerkiksi oikeustoimilakeja. Oikeustoimilakeista nousee esille erityisesti sopimuksen syntymisen ja pätemättömyyden elementit. (Ämmälä 2006: 9.)

Lainvalinnalla on myös kuluttajansuojan kannalta keskeinen merkitys. Esimerkiksi sähköinen kauppa on kansainvälistä, ja palveluntarjoajan liikepaikka tai hallinto saattaa olla eri maassa kuin teknisen osan hoitava tietokone. (Ämmälä 2006: 9). Vaikka sopiminen on yksi keskeisin oikeustoimi, siitä säädellään ympäri maailmaa hyvin eri tavoin. Esimerkiksi asetelma sopimuksen sitovuudesta voi vaihdella hyvin paljon. Kansainvälisissä sopimuksissa myös sopimuksen tarkka muotoilu nousee tärkeään asemaan, sillä sopimusta tulkittaessa on käytössä useampia kansallisia oikeusjärjestyksiä, eikä vain yhtä. Tämä luonnollisesti aiheuttaa sopimustulkintaan epävarmuustekijöitä. (Hemmo 2008: 16 & 58.)

Jo itse lainvalinta voi olla haasteellista. Jos sopimuksen solmimisvaiheessa otetaan lain valitsemisongelma huomioon, ja säädetään siitä lauseke, jolla päätetään lainvalinnasta, on toinen sopijaosapuoli joka tapauksessa heikommassa asemassa. Ongelmaa on yritetty poistaa harmonisoimalla eri maiden välistä kansainvälistä kauppaa ja kuljetuksia säätelevää lainsäädäntöä erilaisin konventioin. (Hemmo 2008: 58.) EU:n tasolla sopimusoi-keutta on säädelty ja harmonisoitu direktiivillä kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista 93/13/ETY. Direktiiviä sovelletaan erityisesti vakiosopimukseen, sillä siinä otetaan huomioon sopimusehdot, joista ei ole erikseen neuvoteltu osapuolten kesken (Hemmo 2008: 18.) Vakiosopimukseen viitataan direktiivin kolmannessa artiklassa seuraavasti.

Ensimmäisessä kohdassa viitataan vakiosopimusehtojen kohtuuttomuuteen. Sopimus on kuluttajan kannalta kohtuuton, jos se on hyvän tavan vastainen, ja tämän vuoksi aiheuttaa suuren epätasapainon sopijaosapuolten suoritusten välille.

Toisessa kohdassa määritellään sopimusehto, jota ei ole erikseen neuvoteltu. Ehtoa ei pidetä erikseen neuvoteltuna, jos se on jo ennakolta tehty. Oleellista on se seikka, että kuluttaja ei ole päässyt näin ollen vaikuttamaan sopimuksen sisältöön.

Lisäksi mainitaan, että artiklaa voi soveltaa myös sopimuksen tiettyihin kohtiin, jos sitä ei voi soveltaa koko sopimukseen. Tämä tarkoittaa sitä, että artiklaa voidaan soveltaa, vaikka joiltakin osin sopimuksen eri osista olisi neuvoteltu erikseen, mutta osa sopimuksesta on kuitenkin vakiosopimus-muotoinen. Todistustaakka on elinkeinonharjoittajalla, jos hän väittää, että sopimusehdoista on neuvoteltu yksilöllisesti sopijakumppanin kanssa yhteistyössä. (Neuvoston direktiivi 93/13/ETY. Kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista.)

1.2 Tutkimustehtävä ja rajaus

Tutkimustehtävänä on selvittää, voiko sähköisessä ympäristössä klikkaamalla hyväksytyt vakioehdot sitoa kuluttajaa. Tutkimustehtävän ratkaisemiseksi tutkimus rakentuu myös alaongelmista. Tutkimuksen alaongelmia on kaksi kappaletta, jotka näyttäytyvät seuraavasti:

1. Millaisia piirteitä kuluttajansuojalaki tuo sopimuksen sitovuuteen?
2. Mitä seikat aiheuttavat sopimuksen sitomattomuutta

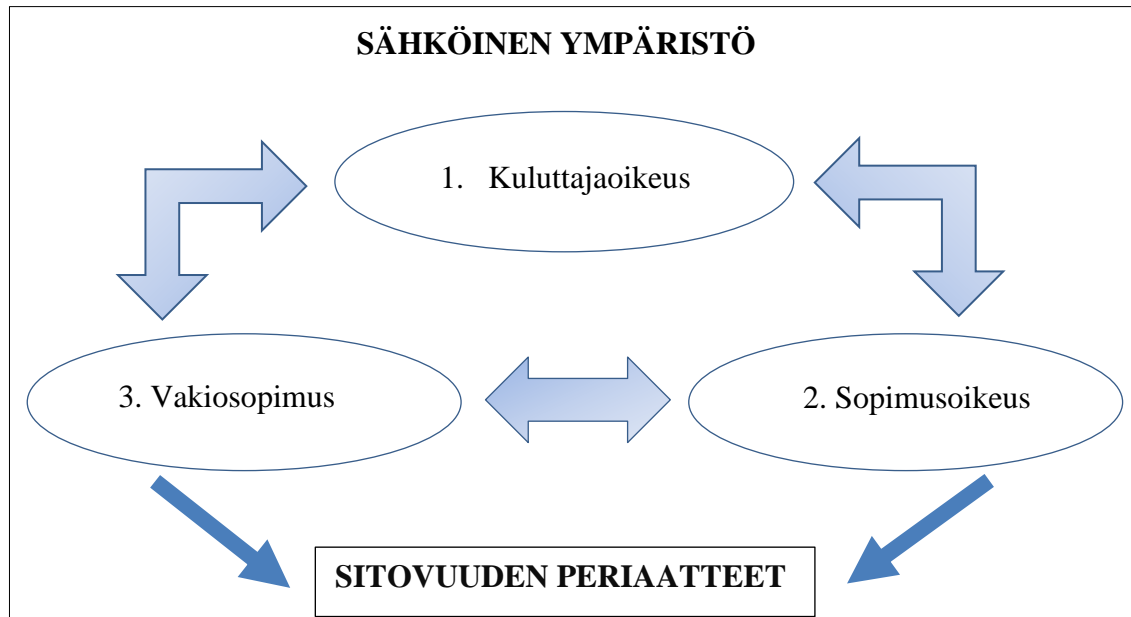
Tutkielmani aiheena on sähköiset vakiosopimukset ja niiden sitovuus. Tutkimusongelmana on selvittää voiko yksi klikkaus internetissä muodostaa sitovan sopimussuhteen vakioehtoihin. Tarkoituksena on tehdä selvitys siitä, mitkä eri oikeudelliset yleiset periaatteet vaikuttavat vakiosopimusten sitovuuteen.

Vakiosopimukset ovat kytköksissä kuluttajansuojaoikeuksiin, sillä kuluttajat ovat elinkeinonharjoittajia heikommassa asemassa. Vakiosopimukset heikentävät asemaa entisestään, sillä kuluttaja ei usein pääse vaikuttamaan sopimuksen sisältöön. Kuluttaja joutuu vain hyväksymään tai jättämään hyväksymättä ehdot, jotka elinkeinonharjoittaja on luonut. Tämän vuoksi tutkielmani on sidoksissa sekä sopimusoikeuteen, vakiosopimukseen sekä kuluttajansuojaoikeuteen.

Ensimmäiseen alaongelmaan vastaaminen tarvitsee perehtymisen kuluttajan oikeuksiin ja sen erityispiirteisiin. Tarkoitus on selvittää yleisellä tasolla, miten kuluttajaa suojataan. Tarkoitus on löytää joitain elementtejä, jotka tukisivat sitä, että klikkaamalla hyväksytyt vakiosopimukset eivät aina ole sitovia. Ensimmäiseen alaongelmaan vastaaminen vaatii siis perehtymisen kuluttajan oikeuksiin. Tarkoitus on selvittää, miten kuluttajanoikeudet keskustelevat yhdessä sopimusoikeudellisten periaatteiden kanssa. Lisäksi on tarkoitus selvittää sitovan sopimuksen elementtejä lähdekirjallisuuden avulla.

Aihe on erittäin laaja, joten se on tarkoitus rajata tiukasti. Tutkielmassa keskitytään sopimuksiin, jotka solmitaan internet-verkossa kuluttajan ja yrityksen välillä. Pääosin tarkastellaan uusia sopimussuhteita, jotka ovat luonteeltaan kertaluontoisia.

Tutkielma keskittyy kolmeen eri osa-alueeseen, jotka ovat: vakiosopimus, sähköinen ympäristö ja kuluttaja. Aihe on rajattu siis yleisesti sopimusoikeudesta, koskemaan vain vakiosopimuksia. Tämän lisäksi aihe on rajattu toimintakenttään, jolla sopimukset tehdään. Tässä tutkimuksessa siis sähköiseen ympäristöön tarkemmin sanottuna internet-ympäristöön. Kolmas rajaus on kuluttajasopimukset, jotka tuovat omat erityispiirteensä tutkimusongelman selvittämiseksi.



Kuvio 1. Tutkielman rakenne

Tutkimusongelmaa tarkastellaan pääosin Suomen näkökulmasta. Verkkokaupankäynnin ominaisuuksiin kuuluu kuitenkin se, että se on usein maan rajoja ylittävää toimintaa. Tämän vuoksi tutkimuksessa otetaan kantaa lyhyesti myös EU-alueen sääntelyyn. EU-alue on valittu luonnollisesti sen maantieteellisen sijainnin vuoksi ja koska Suomi kuuluu EU-alueen sääntelyn alaisuuteen.

Tarkoituksena on ensin selvittää millaisia ovat vakiosopimukset. Tärkeää on myös tutkia sähköisen sopimisen erityispiirteitä, jotta kokonaiskuva sähköisistä vakiosopimuksista muodostuu. Tämän jälkeen on tarkoitus pohtia sitä, millaisia oikeudellisia periaatteita tulisi tarkastellessa ottaa huomioon. Tutkimuksen lopputuloksena syntyy analyysi siitä, voivatko vakioehdot sitoa kuluttajaa aina. Mitä oikeudellisia ongelmia ja riskejä vakioehtojen käyttämisestä voi muodostua?

1.3 Tutkielman metodi

Tutkimus on lainopillinen eli oikeusdogmaattinen tutkimus, joka tutkii voimassa olevaa oikeutta sekä sitä, mikä merkitys laista ja oikeuslähteistä löytyvistä aineistoista on merkitystä tulkinnan kannalta. (Hirvonen 2011: 21-22 & 23.) Lainoppi hyödyntää tutkimustyössään lisäksi yhteiskuntatieteellistä tutkimusta (Aarnio 1989: 50). Merkittäviä oikeuslähteitä lainopillisessa tutkimuksessa ovat KKO:n ratkaisut, EU:n ratkaisut sekä lainvalmisteluaineisto. Oikeus on pätevä ja velvoittava oikeus. Lainopin tutkiminen tuottaa normatiivista tietoa eli tieteellistä tietoa oikeusnormeista. (Hirvonen 2011: 21–22 & 23.)

Lainopilla on kaksi tehtävää, tulkinta ja systematisointi. Lainopin tehtävä on siis selvittää voimassaolevan oikeusnormien sisältöä. (Hirvonen 2011: 22.) Oikeusnormien tehtävänä on ohjata viranomaisten ja kansalaisten käyttäytymistä. Normit antavat mallin, jonka avulla voidaan juridisesti tulkita yksittäistapauksessa, mikä on oikein ja väärin. Normit ovat pakottavia ja niiden noudattamatta jättämisestä seuraa yhteiskunnassa rangaistus. (Aarnio 1989: 64.)

Lainoppi sisältää tehtävät normikannanotoista sekä tulkintakannanotoista. Normikannanotot ovat väitteitä siitä, mitkä normit kuuluvat oikeuteen. Tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että todetaan, jonkun asian olevan totta ja se perustellaan sillä, että se on voimassa olevaa oikeutta. Tulkinnassa mennään astetta pidemmälle kuin kannanotossa. Siinä väitetään jostain olemassa olevan normin merkityssisällöstä. (Hirvonen 2011: 22.) Säädösten tulkinta on harkintaa ja asioiden punnintaa. Tulkinta tai normien soveltaminen käytäntöön ei ole mekaaninen, yksikäsitteisiä sääntöjä noudattava prosessi. (Aarnio 2006: 237.) Erottelu tulkinnan ja systematisoinnin välillä ei ole aina selvä, vaan esimerkiksi normikannanotto saattaa edellyttää myös oikeusnormin syvällisempää tulkintaa. (Hirvonen 2011: 22.)

1.4 Lähdeaineisto

Oikeuslähteillä tarkoitetaan niitä lähteitä, joiden avulla oikeussäännökset ovat löydettävissä. Suomessa oikeuslähteet jakautuvat kansallisiin sekä kansainvälisiin lähteisiin. (Oikeuslähteet 2006.) Tolonen (2003: 29–65) jakaa teoksessaan oikeuslähteet kolmeen eri kategoriaan jotka ovat formaalinen-, sisällöllinen- ja realistinen oikeuslähdekäsitys. Formaalin oikeuslähdekäsité korostaa lain ja maantavan merkitystä oikeuslähteenä. Sisällöllinen oikeuslähdekäsité rakentuu enemmän lain tulkintaan ja syvempään ymmärrykseen. Esimerkiksi sisällöllisiä oikeuslähteitä voi olla oikeudelliset periaatteet. Realistinen oikeuslähdekäsitys ottaa tulkinnassa huomioon yhteiskunnalliset seikat. Tolonen korostaa, että kaikki kolme oikeuslähdekäsitettä ovat kerrostuneita ja onnistuneessa tulkinnassa hyödynnetään kaikkia edellä mainittuja oikeuslähteitä.

Aulis Aarnio (2006: 292–293) jakaa oikeuslähteet kolmeen eri kategoriaan, jotka ovat: vahvasti velvoittavat oikeuslähteet, heikosti velvoittavat oikeuslähteet ja sallitut oikeuslähteet. Vahvasti velvoittaviin oikeuslähteisiin kuuluu kansallisen oikeuden normit, joita on esimerkiksi Eurooppa oikeuden sitovat osat, Euroopan ihmisoikeussopimuksen normit, EU-tuomioistuimen tietyt predjukaatit sekä Euroopan ihmisoikeustuomioistuimen tietyt predjukaatit. Kansallisen oikeuden normistoihin kuuluvat: Suomen perustuslaki, lait ja lakien nojalla annetut alemman asteiset normit, kansallisen oikeuden osaksi saatetut kansainväliset sopimukset sekä systeemiperusteet. Vahvasti velvoittaviin oikeuslähteisiin kuuluu lisäksi maantapa, jota sovelletaan usein silloin, kuin mitään yllä luetelluista normeista ei voida soveltaa.

Heikosti velvoittaviin oikeuslähteisiin kuuluu seuraavat: ennakkoratkaisut ja lainsäätäjän tarkoitus. Sallittuihin oikeuslähteisiin kuuluvat käytännön argumentit kuten esimerkiksi taloudelliset, historialliset ja yhteiskunnalliset perusteet, eettiset ja moraaliset näkökohdat, yleiset oikeusperiaatteet, oikeustiede ja vertailevat argumentit. Kiellettyjä oikeuslähteitä ovat lain ja hyvän tavan vastaisia ja avoimen puoluepoliittisia argumentteja. (Aarnio 2006: 292–293.)

Päälähteenä tutkimuksessani toimii Suomen laki, joka edustaa formaalista oikeuslähdettä ja se kuuluu myös vahvasti velvoittaviin oikeuslähteisiin. Lain lisäksi päälähteenä toimii korkeimman oikeuden ratkaisut, jotka edustavat heikosti velvoittaviin oikeuslähteisiin. Heikosti velvoittavilla oikeuslähteillä on kuitenkin tärkeä rooli, koska niiden avulla pystyy tarkastelemaan sitä, kuinka oikeutta sovelletaan käytännön tilanteisiin. Ratkaisuja tutkimalla saadaan varmuutta oikeuslähteiden tulkinnassa. Sallittuina oikeuslähteenä tutkielmassani edustaa oikeuskirjallisuus, oikeudelliset periaatteet, eettiset ja moraaliset näkökohdat ja oikeustiede. Näiden oikeuslähteiden avulla päästään tutustumaan oikeuden alaan ja sen sovelluksiin. Sallittujen oikeuslähteiden käyttö parantaa analysoinnin luotettavuutta.

Oikeusperiaatteet ovat tärkeässä roolissa tutkimuksen kannalta, koska niiden avulla pääsee syventymään oikeusnormien tarkempaan sisältöön ja tarkoitukseen. Oikeusperiaatteiden merkitys korostuu erityisesti kuluttajasuojan sekä sopimusoikeuden osalta. Kuluttajasuojassa korostuvat moraaliset seikat, kuten esimerkiksi miten kuluttajaa voidaan kohdella moraalisesti oikein. Lisäksi tulee pohtia sitä, miten kuluttajaa voidaan suojella ja kuinka paljon kuluttaja tarvitsee oikeudellista suojaa. Sopimusoikeuden normit ovat taas hyvin yleispiirteisiä, joten niitä joudutaan tulkitsemaan. Tulkinnan tukena toimivat sopimusoikeuden yleiset periaatteet. Tutkimusongelman kannalta keskeisiin oikeusperiaatteisiin syvennytään tarkemmin seuraavassa luvussa.

Tutkimusaiheeni on tutkinut aiemmin Harri Luhtasela (2007) väitöskirjassaan ”Sähköisen kuluttajakaupan sääntely Euroopan unionissa ja Yhdysvalloissa”. Tutkimus toimii yhtenä päälähteenä tutkielmani kannalta. Väitöskirjassa on käsitelty laajasti sopimusoikeudellisia näkökulmia sähköisessä kaupankäynnissä, niin Suomessa, EU:n sekä Yhdysvalloissa. Teoksessa syvennytään myös sähköisten vakiosopimusten erityispiirteisiin. Väitöskirjan avulla olen saanut liitettyä tutkielmaani myös Euroopan Unionin näkökulman sopimusoikeudellisiin kysymyksiin.

Harri Luhtaselan toisessa tutkimuksessa (2011) ”Sopimattomat kaupalliset menettelyt sähköisessä kuluttajakaupassa” käsitellään sähköistä kaupan käyntiä sekä sopimista verkkokaupan välityksellä. Väitöskirjassa keskitytään tutkimaan EU:n direktiiviä sopimattomista kaupallisista menettelyistä ja kuinka sitä sovelletaan kansallisella tasolla.

Lisäksi Marko Monosen (2001) väitöskirja ”Sopimusoikeuden materiaalisuudesta” käsittelee sopimusten materiaalisuuden lisäksi laajasti sopimussitovuuden elementtejä.

1.5 Tutkielman rakenne

Tutkielma muodostuu johdannon lisäksi viidestä pääluvusta, joissa perehdytään tutkielman kannalta keskeisiin kohtiin ja tarkastellaan sitä, kuinka ne vaikuttavat tutkimusongelman ratkaisuun.

Johdannossa käsitellään tutkimustehtävä ja sen rajaus, tutkielman metodi sekä lähdeaineisto. Lisäksi johdannossa esitellään keskeisten oikeusperiaatteiden merkitys sekä johdatetaan lukija sähköisen kaupankäynnin yleisiin lainalaisuuksiin. Johdannossa käsitellään myös kuluttajansuojalain yleisiä piirteitä.

Toinen pääluku käsittelee sähköisen sopimusoikeuden yleisiä lainalaisuuksia. Tähän kuuluu sopimusoikeuden erityispiirteisiin tutustuminen. Lisäksi luvussa käsitellään tarjousvastaus- mallia sekä tahdonilmaisua. Luvussa käsitellään tutkielman kannalta tärkeimpiä sopimusoikeuden periaatteita, jotka saavat erittäin merkittävän roolin, ratkaistaessa sopimusoikeudellisia ongelmia. Tärkeitä periaatteita tutkielmani kannalta ovat sopimussitovuus, lojaliteettiperiaate sekä tiedonantovelvollisuus. Toisessa luvussa käsitellään myös sopimista Euroopan unionin alueella.

Kolmas pääluku rakentuu käsittelemään kuluttajasopimusten erityispiirteitä. Näkökulmana on erityisesti sähköinen ympäristö. Kappaleessa kerrotaan yleisesti kuluttajansuojasta. Lisäksi siinä kerrotaan verkkokaupassa annettavista tiedoista, sopimuksen ymmärrettävyydestä sekä kuluttajansuojalain keskeisistä periaatteista.

Neljännessä luvussa huomio keskittyy vakiosopimuksiin. Vakiosopimusten tunteminen on erittäin tärkeää ratkaistaessa tutkimuksen ydin kysymystä, joka on, voiko klikkauksella hyväksytyt vakioehdot sitoa kuluttajaa. Alussa keskitytään vakiosopimusten merkitykseen ja määritellään tärkeimmät vakiosopimusten käsitteet. Lopuksi luvussa kerrotaan minkälaisia etuja ja haittoja vakioehtosopimusten laatimisesta ja niiden hyödyntämisestä voi olla kuluttajalle ja elinkeinonharjoittajalle.

Viidennessä luvussa käsitellään tutkielman kannalta oleellisimpia vakiosopimusten sitomattomuuden elementtejä. Luku alkaa yhdestä vakiosopimusten ydinongelmasta, joka on ehtojen liittäminen sopimukseen. Tämän jälkeen käsitellään muita aiheita, jotka ovat: kohtuus, hyvän tavan vastainen tai laitton sopimus, pätemättömyys, tulkinta laatijan vahingoksi, yllättävä ja ankara ehto ja erehdys. Lisäksi käsitellään vakioehtojen tulkintaa Euroopan unionin alueella. Vakioehtojen sitomattomuutta tulee soveltaa sähköiseen ympäristöön.

Johtopäätöksissä tarkastellaan, kuinka hyvin tutkimusongelmaan on saatu vastaus. Vastauksia haetaan seuraaviin kysymyksiin: Voiko sähköisessä ympäristössä klikkaamalla hyväksytyt vakioehdot sitoa kuluttajaa? Millaisia piirteitä kuluttajansuojalaki tuo sopimuksen sitovuuteen? Mitä ovat sopimussitovuuden yleiset periaatteet?

1.6 Keskeiset oikeusperiaatteet

Oikeusjärjestys koostuu säännöistä ja oikeudellisista periaatteista, joiden raja saattaa usein olla häilyvä. Tämän takia hyväksyttävyyys saa voimassaolon kriteerinä suuren merkityksen. Oikeus ei voi olla autonominen normijärjestelmä, eikä se voi irtautua moraalisista ja yhteiskunnallisista arvoista. Oikeus ja moraalit näkyvät oikeusjärjestelmässä kerrostuneisuutena. On hyvä tiedostaa, että normin on saatava moraalinen hyväksyttävyyden oikeusyhteisössä, jotta se hyväksytään oikeusnormiksi. (Aarnio 1989: 99–100.) Hyväksytyt oikeusperiaatteen moraalista periaatteesta tekee sen institutionaalinen tuki. Se tarkoittaa sitä, että oikeusperiaatteella tulee olla oikeudellinen auktoriteetti, joka tarkoit-

taa sitä, että sillä on kiinnekohta oikeudelliseen systeemiin, esimerkiksi lakiin. Jos kiinnekohta ei löydy, kyse on pelkästään moraalisesta periaatteesta, jota ei voi suoraan käyttää oikeuslähteenä. (Tolonen 2003: 42–43.)

Oikeusperiaatteet ovat osa normistoa, jonka oikeuskulttuuri on omaksunut. Periaatteet elävät oikeusjärjestystä kannattelevassa arvoperustassa. Oikeusperiaatteiden voimassaolo ei perustu suoraan lakiin, vaan ne ovat osanormistoa, jonka oikeuskulttuuri, kansalaiset ja ammattikunnat ovat sisäistäneet sekä hyväksyneet. (Aarnio 1989: 99.) Oikeusperiaatteet ohjaavat ratkaisua väljästi ja yleisesti. Ne antavat suuntaviivoja ratkaisun lopputulokselle. Toisin kuin säännöt, jotka ovat usein yksiselitteisiä sekä ehdottomia. (Tolonen 2003: 43.) Oikeusperiaatteet seuraavat sekä-että-logiikkaa. Kahden oikeusperiaatteen ristiriita ratkaistaan punnitsemalla molempia periaatteita. Kumpaakin periaatetta pyritään soveltamaan, mutta eri painotuksella. Jos periaatteet toimivat ratkaisevassa osassa, niiden suhde ratkaistaan konkreettisten tosiasioiden valossa. (Tuori 2007: 152.)

Periaatteilla on suuri merkitys erityisesti sopimusoikeudessa, koska se on periaateohjautunut oikeuden osa-alue. Ei tule kuitenkaan unohtaa, että sopimusoikeus perustuu myös sääntömuotoisia normeja, kuten esimerkiksi määrämuotoa koskevat säännökset sekä kulluttajasuojaan liittyvät normit kuten esimerkiksi oikeus peruuttaa sopimus. Sääntömuotoisesta normista esimerkkinä voi olla maakaaren kiinteistökauppaa koskeva sopimus säännös (MK 2:1), jonka mukaan ”kiinteistön kauppa on tehtävä kirjallisesti. Myyjän, ostajan tai heidän asiamiehensä on allekirjoitettava kauppakirja. Kaupanvahvistajan on vahvistettava kauppa kaikkien kauppakirjan allekirjoittajien läsnä ollessa”. Jos nämä määräykset eivät toteudu, sopimus ei ole voimassa, eikä näin ollen pätevä. (Tolonen 2003: 44.)

Tutkimusongelman selvittämisessä on hyödynnetty sopimusoikeuden yleisiä oikeudellisia periaatteita ja ne nousevatkin ratkaisevaan rooliin tutkimuksen kannalta. Tutkimusongelman kannalta tärkeimmät periaatteet esitellään tarkemmin toisessa luvussa. Tärkeimmät periaatteet, joita tutkielmassani tarkastellaan ovat sopimussitovuus, lojaliteettiperiaate ja tiedonantovelvollisuus.

1.7 Sähköinen kaupankäynti

Euroopan komissio määrittelee sähköisen kaupankäynnin niin, että se tarkoittaa kaupankäyntiä, jota tehdään sähköisesti. Se perustuu sähköisiin prosesseihin sekä tiedonsiirtoon, joka voi sisältää tekstiä, ääntä ja videokuvaa. (A European Initiative in Electronic Commerce.) Sähköisen kaupankäynnin voi jakaa kahteen epäsuoraan sekä suoraan kaupankäyntiin. Epäsuora sähköinen kaupankäynti tarkoittaa konkreettisten tavaroiden tai tuotteiden tilaamista sähköisesti. Suora sähköinen kaupankäynti tarkoittaa immateriaalisten tuotteiden toimittamista suoraan tilaajalle verkon välityksellä. Immateriaalinen tuote voi olla esimerkiksi tietokoneohjelmisto. (Laine 2001: 1.)

Sähköisen kaupankäynnin ongelmat johtuvat usein kahdesta syystä. Sähköinen kaupankäynti on uusi liiketoimintaympäristö eikä sähköinen kaupankäynti ei tunne rajoja, vaan se ulottuu maailmanlaajuiseen alueeseen. Tämä johtaa siihen, että esimerkiksi sovellettava lainsäädäntöä on haastava löytää. Maailmanlaajuisuus vaikeuttaa myös toiminnan valvomista. Uusi toimintaympäristö vaikuttaa siihen, että kaikki verkossa tapahtuvat menettelytavat eivät ole vakiintuneet. Tämä näkyy esimerkiksi sopimusten solmimistavassa. Sopimusoikeudellisiin asioihin sovelletaan sopimusoikeutta koskevaa lainsäädäntöä, mutta sitä tulee tulkita sähköisen kaupankäynnin mukaan. (Laine 2001: 2.)

Elektronisten sopimusten ja niin sanotusti perinteisten sopimusten välillä on eroavaisuuksia. Silti sopimusoikeudelliset ongelmat eivät nouse etualalle elektronisesti tehdyissä sopimuksissa. Näyttää siltä, että sopimusoikeuden yleiset opit pitävät hyvin asemansa tietoteknisten ympäristön ja välineiden käytöstä huolimatta. (Hemmo 2007: 24–25.)

2. SÄHKÖISET SOPIMUKSET

2.1 Yleistä sopimusoikeudesta

Sopimukset ovat läsnä lähes jokaisessa inhimillisessä kanssakäymisessä. Sopimus on kahden oikeustoimihenkilön sopima oikeustoimi, joka luo molemmille osapuolille velvollisuuksia. Kaiken sopimisen perusta on sopimusvapauden periaate, joka tarkoittaa sitä, että sopijaosapuolilla on vapaus valita sopimusikumppani ja sopimuksen sisältö. Lisäksi sopijakumppaneilla on vapaus valita riidan ratkaiseva tuomioistuim sekä tarvittaessa vapaus yhteisymmärryksessä purkaa sopimus. (Luhtasela 2007: 111.)

Sopimukseen liittyviä liiketoimia säännellään sopimusoikeuden kautta. Sähköisessä kaupassa sovelletaan samoja tavanomaisia sopimusoikeuden sääntöjä ja periaatteita kuin perinteisessä sopimisessa. (Luhtasela 2007: 111.) Markkinatalouden toimijat voivat siis pääsääntöisesti järjestää sopimusehtonsa, tietyn rajoituksen haluamalla tavalla. Sopimusvapauden kääntöpuolena voidaan pitää sopimusten sitovuutta. Tämä tarkoittaa sitä, että kun sopimus on molemmin puolin hyväksytty, sovituista asioista tulee pitää tämän jälkeen kiinni. (Niemi 2016: 36–37.)

Sopimuksen perustamista velvoitteista ei ole säädelty Suomessa yleisesti, vaan normit ovat sopimustyyppikohtaisia. Lähin sovellettava laki on kauppalaki, joka voidaan saada analogista merkitystä lailla sääntelemättömien sopimustyyppien yhteydessä. Oikeustoilaisissa säädellään sopimuksen syntymistä sekä pätemättömyyttä. Eri sopimustyyppijä koskevia erityislakeja sovelletaan. Muissa tapauksissa yli sopimustyyppirajojen sovelletaan normilähteenä toimivat sopimusoikeuden yleisiä oppeja. (Halila & Hemmo 2008: 3–4.)

Sopimusvapauden periaatteesta huolimatta, ei voida sopia aivan mitä tahansa. Esimerkiksi kuluttajaa tulee suojata useissa eri kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välisissä sopimuksissa. (Niemi 2016:37.) Sopimuksen säätely on lisääntynyt. On useita pakottavia ja

kohtuullistavia sääntöjä, jotka on usein säädetty, jotta heikompa osapuolta voitaisiin suojata. Sopimusoikeudessa voidaan havaita myös elementtejä, jotka ymmärretään enemmän dynaamisina suhteina, joka tarkoittaa sitä, että ne muovautuvat tilanteiden ja osapuolten tarpeiden mukana. Sopimusta ei voida lukea sanasta sanaan, vaan tilanne tarvitsee tulkintaa. (Wilhelmsson 2008: 8.)

2.2 Sopimuksen syntymisen reunaehdot

Sopimuksen syntymisen edellytyksenä on säädetty tiettyjä reunaehtoja, jotka luovat perustan sitovalle sopimiselle. Nämä reunaehdot on täyttyvä sopimuksen tekovaiheessa. Reunaehdot ovat: oikeustoimikelpoisuus, hyvän tavan vastaisuus ja oikeuden väärinkäytön kieltä sekä pakottava lainsäädäntö. (Niemi 2016: 37.)

2.2.1 Oikeustoimikelpoisuus

Oikeustoimikelpoisia ovat sellaiset henkilöt ja yhteenliittymät, jotka voivat kantaa tiettyjä oikeuksia ja velvollisuuksia. Oikeustoimikelpoisia voivat olla juridiset sekä luonnolliset henkilöt. Oikeustoimikelpoisuudesta säädetään perustuslaissa, jossa säädetään oikeudesta henkilökohtaiseen vapauteen. Holhoustoimilaki asettaa rajoituksia oikeustoimikelpoisuuteen, joten vajaavaltaisella ei ole oikeutta tehdä sopimuksia tai oikeustoimia. Vajaavaltainen on alle 18-vuotias henkilö tai sellainen 18-vuotta täyttänyt henkilö, joka on julistettu vajaavaltaiseksi. (Niemi 2016: 38.)

Tietyin edellytyksin vajaavaltainen alle 18-vuotias saa tehdä jonkinlaisia oikeustoimia. Oikeustoimet arvioidaan aina tapauskohtaisesti ja niihin saattavat vaikuttaa esimerkiksi alaikäisen ikä, sekä oikeustoimen luonne. Katsotaankin, että olosuhteisiin nähden tavanomainen sekä merkitykseltään vähäisiä saa myös vajaavaltainen tehdä. Jos alaikäisen toimi katsotaan sitomattomaksi, holhoustoimilain 28 momentin mukaan, kummankin sopijaosapuolen on palautettava vastaanotettu vastike. (Niemi 2016: 38.)

2.2.2 Hyvä tavan vastaisuus ja oikeuden väärinkäytön kieltö

Lainvastaiset sekä hyvän tavan vastaiset toimet ovat pätemättömiä. Esimerkiksi kiinteistökaupassa ehto, joka uhkaa ostajan henkilökohtaista vapautta, on pätemätön. Tämä voisi olla sellainen ehto, jonka mukaan edullinen kiinteistön hinta edellyttäisi osapuolten naimisiinmenoa. Hyvän tavan vastaisuus on aina tapauskohtaisesti harkittava. (Niemi 2016: 38.)

Oikeuden väärinkäytön kieltö koettelee sopimuksen pätemättömyyttä. Varallisuusosoikeuden instituutteja käytetään väärin, jos niiden käytöllä haitataan, tai edistettäessä samalla huomattavasti olennaisesti, perusoikeuksien ydinosien toteutumista ja toteutumismahdollisuuksien edistämistä. (Niemi 2016: 38.)

Hyvän tavan vastaisuutta on erittäin tärkeä arvioida, kun pohditaan, mitkä seikat vaikuttavat sitovaan sopimukseen. Hyvän tavan vastaista sekä laitonta sopimusta käsitellään korkeimman oikeuden esimerkein tarkemmin luvussa viisi: vakiosopimusten sitomattomuus.

2.2.3 Pakottava lainsäädäntö

Sopimusten hallinta edellyttää tietoa sopimukseen sovellettavasta normipohjasta, johon myös pakottava lainsäädäntö kuuluu. Usein saattaa olla niin, että sopimuskäytännössä tulee soveltaa useampia eri sisältöisiä normeja. Tällöin on hyvä tietää missä järjestyksessä normeja sovelletaan. Ensimmäisenä sovelletaan pakottavaa lainsäädäntöä, jonka jälkeen sopimusehtoja, osapuolten vakiintunutta käytäntöä, alalla vallitsevaa kauppatapaa ja viimeisenä tahdonvaltaista lainsäädäntöä. (Hoppu & Hoppu 2011: 128.)

Luonnollisesti pakottava lainsäädäntö vaikuttaa sopimuksen sitovuuteen. Pakottavaa lainsäädäntöä löytyy kuluttajien kanssa tehtävissä kauppa- ja palvelusopimuksista, työsopimuksista ja vuokrasopimuksista. Pakottavuus ilmenee niin, että lainsäädäntöä heikommista ehdoista ei voi sopia. (Niemi 2016: 40–41.) Jos sopimusehdoissa on sovittu

jostain asiasta pakottavan lainsäädännön vastaisesti, jätetään se ehto huomiotta. Yleensä lainsäädännön pakottavuus liittyy vain tietyltä osin, jolloin pakottavan säätelyn ulkopuoliset sopimusehdot jäävät voimaan. (Hoppu & Hoppu 2011: 128.) Tavoitteena pakottavalla lainsäädännöllä onkin usein heikomman osapuolen suojaaminen (Niemi 2016: 40–41).

2.3 Tarjous-vastaus –malli

Oikeustoimilain 1 § säädetään sopimuksen tekemisestä seuraavasti.

”Tarjous sopimuksen tekemisestä ja sellaiseen tarjoukseen annettu vastaus sitovat tarjouksen tekijää ja vastauksen antajaa sen mukaan, kuin jäljempänä tässä luvussa säädetään.”

Sopimus syntyy siis OikTL mukaan, kun tarjouksen ja vastauksen sisällöt ovat samanlaiset. Muita kriteereitä ei sopimuksen solmimisessa ole. OikTL:ssa ei ole säädetty erikseen menettelystä ennen tarjouksen antamista, eikä sopimuksen vahvistamisesta. Sopimusoi-keutta tulkitaan muilta osin yleisten sopimusperiaatteiden mukaan. Sopimus voi kuitenkin syntyä myös OikTL:sta poikkeavalla tavalla. Esimerkiksi sopimuksen osapuolet voivat hyväksyä valmiiksi laaditun sopimuksen. Tämänkaltaisen sopimuksen voi solmia, sillä osapuolilla on asiasta yhteisymmärrys. Tämä tarkoittaa sitä, että sopimuksen tekemistä koskevat säännökset ovat dispositiivisia, joka tarkoittaa sitä, että niistä voidaan oikeustoimin poiketa. (Saarnilehto 2009: 39–40.)

Eri sopimustyypeillä voi olla niille erityisesti säädettyä sääntelyä, mutta yhä useammat erilaiset sopimustyyppit ovat tulleet lakiin perustuvan sääntelyn piiriin, ja monet tärkeät sopimustyyppit ovat jatkuvasti vailla niille tyypillistä erityistä sääntelyä. Kaikkien erilaisten sopimustyyppien saaminen erityislakien piiriin lähes mahdotonta. (Halila & Hemmo 2008: 4.)

Tyypillistä on, että tarjous-vastaus-malli voi olla haastava tunnistaa (Herler 2015: 83). Verkkokaupassa, kuten myös muussakin sopimuskäytännössä on tärkeää määritellä, onko ostokehotus tarjous vai pelkkä kehotus tarjouksen tekemiseen. Hyväksyvä vastaus tarjoukseen sitoo tarjouksenantajaa, koska sopimussuhde on syntynyt. Tarjouskehotukseen annettua vastausta pidetään puolestaan tarjouksena, joka ei verkkokaupassa, eikä muusakaan kaupankäynnissä sido vastaanottajaa. (Luhtasela 2007: 114.)

Suomen lain varallisuus oikeudellisista oikeustoimista (228/1929) valmistelutöissä tärkeimpänä tarjouksen tunnuksen merkinä on pidetty sitä, että antajan halu sitoutua tarjoukseen näkyy tarjouksessa. Ilmaisun tulee olla riittävän yksityiskohtainen, jotta tarjouksen saaja voi sen avulla päättää sitoutuuko siihen vai ei. Yksi tarjouksen tunnusmerkkejä on ollut myös se, että se kohdistuu rajattuun henkilöpiiriin. Erittämättömälle joukolle annettuja tahdonilmaisuja on yleisesti pidetty sitomattomina. Esimerkiksi lehdessä julkaistu mainos katsotaan vain poikkeustapauksissa tarjoukseksi. Näin ollen myös verkkosivuilla olevat mainokset tai ilmoitukset katsotaan kuluttajille kohdistetuiksi kehotuksiksi tehdä tarjous. (Luhtasela 2007: 114–115 & 117.)

Sähköpostimarkkinoinnissa viestiä voidaan pitää kehotuksena tarjouksen tekemiseen, jos siitä on selvästi luettavissa, että se on kohdennettu suurelle väkijoukolle niin sanottuna massapostina. Tilanne muuttuu, jos viestistä voidaan havaita, että se on tarkoitettu henkilökohtaiseksi viestiksi. Mikäli se on riittävän yksityiskohtainen, sitä voidaan pitää tarjouksena. (Luhtasela 2007: 114–115 & 117.)

2.4 Tahdonilmaisu ja vilpittömän mieli

Sopimus ei synny pakottamalla (Wilhelmsson 2008: 3). Sopimuksen solmiminen perustuu yhdenmukaisen tahdonilmaisun vaihtamiseen, molempien sopijaosapuolten osalta. Tahdonilmaisulta saatetaan joissakin tapauksissa edellyttää tietynlaista muotoa. (Luhtasela 2007: 112.) Tahdonilmaisu voi olla hiljainen, konkludenttinen tai nimenomainen. Nimenomaisessa tahdonilmaisussa sen vastaanottaja saa tiedon tahdonilmaisusta. Tah-

donilmaisuus on hiljainen, jos tosiasiallisesti menetellään tietyllä tavalla, joka solmii sopimuksen. Näissä tapauksissa tahdonilmaisuus päätellään kyseessä olevan henkilön käyttäytymisestä. Hiljainen tahdonilmaisuus voi olla esimerkiksi sellainen, että myyjälle tulee tilaus ostajalta. Myyjä toimittaa tavaran ostajalle. Tilaus on tarjous ja tavaroiden toimitus vastaus siihen. (Saarnilehto 2009: 16–17.)

Haastetta tulkintaan luo se, että tahto voidaan ilmaista eri tavoilla. Tahto voidaan osoittaa esimerkiksi kirjallisesti, vaikenemalla tai päännyökkäyksellä. Vaikenemisessä on hyvä ottaa huomioon se, että ei tiedetä onko tahdonilmaisuus myöntymistä vai kieltäytymistä. (Saarnilehto 2009: 17.) Annola (2012: 3–4.) jakaa tahdonilmaisun artikkelissaan subjektiiviseen sekä objektiiviseen tulkintamenetelmään. Erottelun merkitys on tulkinnan luomisessa tärkeä Suomessa sekä laajasti myös muualla maailmassa. Objektiivisella tulkinnalla tarkoitetaan sitä, että tahdonilmaisuus tulkitaan itse sopimuksesta. Subjektiivisella tulkinnalla tarkoitetaan puolestaan sitä, että sopimuksen katsotaan olevan vain yksi tulkinnan lähteistä. Tulkinnalla pyritään selvittämään, mitä sopijaosapuolet ovat tosiasiallisesti tarkoittaneet sopimuksen sisällöstä.

Osapuolten tahto on keskeisessä osassa sopimuksen tulkinnassa. Tahdonilmaisuus on vahvasti kytköksissä yhteen tärkeimmistä sopimusoikeudellisista periaatteista, sopimusvapauten. Sopijaosapuolilla on mahdollisuus määrittää sopimuksen sisältö, on sopimuksen tulkinnassa pyrittävä tämän tahdon toteutumiseen. (Annola 2012: 3.)

Sähköisessä kuluttajakaupassa tahdonilmaisuus voidaan toteuttaa ainakin kolmella eri tavalla. Ensimmäisessä tavassa sopimuksen osapuolet osallistuvat aktiivisesti sopimuksen solmintaan vaihtamalla tarjouksia ja vastatarjouksia esimerkiksi sähköpostin välityksellä. Toisessa tavassa toinen osapuoli tarjoaa tuotteita tai palveluita esittämällä tarjouksia tai esimerkiksi kehotuksia tarjouksen tekemiseen verkkosivuilla, joihin toinen puoli reagoi passiivisesti. Kolmas vaihtoehto on muunnos aiemmasta tavasta. Siinä tarjouksen tekemisen ja kehotuksen tarjouksen tekemiseen suorittaa automaattisesti toimiva tietokone kauppiaan asettamien asetusten mukaisesti toiselle osapuolella. Sopimuksen solmimiseen sähköisessä kaupassa voidaan soveltaa useita erilaisia tekniikoita. (Luhtasela 2007: 112.)

Joskus saattaa olla tilanne, jossa myyjä myy tuotetta, joka ei kuulu hänelle. Myyjällä ei ole tällöin oikeutta myydä tuotetta. (Kaisto & Lohi 2013: 293.) Oikeustoimen sitovuus riippuu siitä seikasta, onko tahdonilmaisun saaja ollut vilpittömässä mielessä. Oikeusvaikutuksen tahdonilmaisun jälkeinen oikeusvaikutus on siis riippuvainen siitä seikasta, onko saaja ollut vilpillisessä vai vilpittömässä mielessä. Esimerkiksi jos myyjä myy ostajalle tuotteen, joka kuuluu jollekin toiselle henkilölle eli on niin sanotusti varastettu. Jos hän kuitenkin myy tuotteen ostajalle kauppa on pätemätön, mutta pätemättömyys ei ole voimassa, jos ostaja onkin ollut vilpittömässä mielessä ostotilanteessa. Ostajan tulee kuitenkin palauttaa ostettu tuote oikealle omistajalle. Jos ostaja on ollut vilpillisessä mielessä, hän joutuu luovuttamaan esineen korvauksetta. (Hemmo & Hemmo 2011: 48–49.)

Vilpitön mieli tarkoittaa sitä, että ostaja ei ole siis tiennyt tai hänen ei olisi pitänyt tietää, että tuote ei ollut myyjän oma, vaan varastettu joltakin toiselta henkilöltä. (Hemmo & Hemmo 2011: 48.) Vilpittömästä mielestä saatetaan käyttää myös nimitystä perusteltu vilpitön mieli. Se tarkoittaa sitä, että vilpitöntä mieltä nauttivan on täytettävä selonottovelvollisuutensa, jotta vilpittömään mieleen voi vedota. (Saarnilehto 2009: 21–22.)

2.5 Sopimusoikeuden periaatteet

Sopimusoikeudenala rakentuu lainsäädännön ja yleisesti tunnettujen periaatteiden varaan. Seuraavissa alaluvuissa on tarkoitus esitellä tutkimusongelman kannalta keskeisimmät oikeusperiaatteet, jotka ovat sopimussitovuus, tiedonantovelvollisuus ja lojaliteetti-periaate. Sopimusoikeudellisten periaatteiden tunteminen luo pohjan oikeudelliselle tulokinnalle.

2.5.1 Sopimussitovuus

Pääsäännön mukaan sopimus on pidettävä (Saarnilehto 2009: 161). Laissa varallisuusoi-
keudellisista oikeustoimista ja sen luvussa 1 kerrotaan sopimuksen tekemisestä seuraa-
vasti. Tarjous sopimuksen tekemisestä ja siihen annettu vastaus sitoo kumpaakin sopija-
osapuolta niin tarjouksen tekijää, kuin siihen vastaajaakin.

Sopimuksen sitovuuden periaatetta voidaan pitää sopimusoikeuden ja koko oikeusjärjes-
tyksenkin kulmakivenä. Sopimussitovuus tarkoittaa sitä, että sopimuksen toinen osapuoli
voi vaatia suoritusta tai sitä vastaavaa vahingon korvaamista tuomioistuimessa sopimus-
rikon yhteydessä. Viranomaisen, jonka puoleen on käännyttävä sopimusrikkomuksen yh-
teydessä, vaihtelee tilanteen mukaan. Sopimuksista syntyneet riidat ratkaisee yleensä tuo-
mioistuin. (Saarnilehto 2009:162.) Sopimussitovuuden tärkein tehtävä on vakiinnuttaa,
koordinoida ja luoda vaihdantaan varmuutta (Saarnilehto 2000: 70–72).

Sopimus sitoo niin kauan kuin se on voimassa ja sopimussidonnaisuus päättyy, kun sopi-
mus on tullut täytetyksi. Se voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että sovittu määräaika on ku-
lunut umpeen, jonka jälkeen sopimuksen merkitys lakkaa. Sopimus voi olla myös määrä-
aikainen ja täten sen sitovuus loppuu sovittuun päivämäärään mennessä (Saarnilehto
2005: 98.) Velvollisuuteen pitää sopimus sisältyy myös se, että suorituksen on oltava so-
pimuksen mukainen. Sopimuksen sitovuus ei kaikilta osin pääty yhdellä hetkellä. Esimer-
kiksi irtaimen kaupassa suoritukset voidaan tehdä puolin ja toisin nopeasti ja samalla ker-
taa, mutta silti myyjän vastuu tavarán virheestä jää voimaan sovituksi tai säädetyksi
ajaksi. (Saarnilehto 2009: 163.)

Sopimussitovuus voi lakata myös ennen sopimuksen voimassaolon normaalia päätty-
mistä. Silloin puhutaan sopimuksen purkautumisesta. Purkautuminen voidaan jakaa kah-
teen pääryhmään, jotka ovat osapuolista riippumaton purkautuminen ja sopijapuolen tah-
donilmaisusta johtuva purkautuminen. Osapuolista riippumatonta purkautumista sano-
taan raukeamiseksi. Se ei edellytä kummankaan osapuolen syyllisyyttä. Esimerkiksi
vuokrahuoneiston tuhoutuminen, jonka johdosta vuokrasopimus raukeaa. Jos sopimussi-

donnaisuus päättyy puolestaan sopijapuolen tahdonilmaisun nojalla, kyseessä on joko sopimuksesta vetäytyminen tai sopimuksen purkaminen. Vetäytyminen tarkoittaa sopimuksesta irtaantumista oman harkinnan tai omalla vastuualueella olevan perusteen vuoksi. Tämä tulee kysymykseen silloin, kun velvoitteen päättämisen syy on vastapuolella, esimerkiksi hänen sopimusrikkomuksessaan (Saarnilehto 2005: 98.)

Sopimuksen sitovuus ei ole kuitenkaan aina ehdotonta. Tätä rajoittaa esimerkiksi ylivoimainen este eli niin sanottu ForceMajeure- tilanne. Tämä tarkoittaa sitä, että sopimuksen suoritusta koskevat olosuhteet voivat muuttua niin radikaalisti, että suorituksen tekeminen on mahdotonta. Ylivoimaisia esteitä voivat olla: sota, luonnonkatastrofi, maksuliikenteen keskeytyminen, lain säännös tai valtiovallan muu toimi, joka estää suorituksen (Saarnilehto 2000: 70–72.)

Tämän lisäksi sopimuksen ehtoa voidaan OikTL36 §:n mukaan sovitella, jos ehto on kohtuuton tai sen soveltaminen johtaisi kohtuuttomuuteen. Täsmällisiä edellytyksiä sovittelulle ei ole voitu määritellä, vaan sääntö on joustava. Sopimus voidaan myös tietyissä tapauksissa peruuttaa. Esimerkkinä peruuttamismahdollisuudesta voidaan ottaa esille kuluttajan suojaksi säädetty kuluttajansuojalain kotimyyntiä ja etämyyntiä koskevat säännökset. (Saarnilehto 2009:164.)

2.5.2 Lojaliteettiperiaate

Lojaliteettiperiaatteen mukaan sopijapuolen on otettava sopivassa määrin huomioon myös vastapuolen intressit (Tolonen 2003:44). Vastapuolen intressit tulee ottaa huomioon, vaikka sopijapuoli ei itse saa siitä hyötyä (Norros 2012: 132). Periaatteen käyttöönotto vaatii aina harkintaa. Sen soveltamiseen vaikuttaa esimerkiksi se, kuinka pitkä sopimussuhde on ollut. Sopimussuhteen pitkäaikaisuus ja toiminnan yhtenäisyys lisäävät lojaliteettiperiaatteen noudattamisen tärkeyttä. (Tolonen 2003: 44.)

Lojaliteettiperiaatteesta saattaa seurata esimerkiksi tiedonanto- sekä uskollisuusvelvoitteita. Tämä tarkoittaa sitä, että sopimuskumppanilla on velvoite olla julkaisematta sopimuksen aikana saatua luottamuksellista tietoa. (Tolonen 2003: 44.) Lojaliteettivelvollisuus saattaa näkyä myös esimerkiksi niin, että sopijaosapuolen on huomautettava toiselle sopijapuolelle, jos hän havaitsee hänen erehtyneen jossakin tärkeässä seikassa koskien sopimusta.

Esimerkiksi KKO:n ratkaisussa 1993:130 korkein oikeus vetosi lojaliteettiperiaatteeseen. Tapauksessa rakennuttaja oli tehnyt alkuperäisiin rakennussuunnitelmiin muutoksia, jotka urakoitsijan tietäen johtaisivat siihen, että hanke ei täyttänyt sille suunniteltuja tavoitteita. Urakoitsija ei kuitenkaan ilmoittanut rakennuttajalle sitä, että suunnitellut tavoitteet ei nykyisellä suunnitelmalla toteudu halutulla tavalla. Lopputuloksena oli se, että urakoitsija oli vastuussa rakennuttajalle koituneista vahingoista. Korkein oikeus totesi, että lojaliteettiperiaatetta tulee noudattaa jo sopimuksen tekovaiheessa.

2.5.3 Tiedonantovelvollisuus

Tiedonantovelvollisuuden periaate tähtää siihen, että sopimuskumppanit pääsisivät haluttuun lopputulokseen, eikä lopputulos jäisi vajavaiseksi esimerkiksi toisen sopijakumppanin asiantuntemattomuuden vuoksi. Usein juuri kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välillä vallitsee eritasoinen tietotaso, johtuen siitä, että elinkeinonharjoittaja on usein asiantuntija alallaan. Tämän vuoksi niin sanotulle asiantuntijatasolle on säädetty tiettyjä velvoitteita ja yksi näistä velvoitteista on tiedonantovelvollisuus. (Hemmo 2005: 203.)

Kuluttajansuojalain 8 luvun 13 §:n 3 momentti koskee toimeksiantajan yleistä tiedonantovelvollisuutta. Toimeksiantaja ei saa laiminlyödä tiedonantovelvollisuuttaan. Palveluksessa on virhe, jos esimerkiksi elinkeinonharjoittaja on laiminlyönyt antaa kuluttajalle tiedon sellaisesta seikasta, josta hänen olisi pitänyt olla tietoinen ja josta kuluttaja perustellusti saattoi olettaa saavansa tiedon. Tieto voi tarkoittaa esimerkiksi sellaista, että elinkeinonharjoittajan on kerrottava jonkun tuotteen materiaalin valinnan vaikuttavan oleellisesti tuotteen lopputulokseen. (Peltonen & Määttä 2015: 295.)

Tiedonantovelvollisuuden toteutuminen aiheuttaa usein ristiriitoja, koska sen tulkinta on usein haastavaa (Hemmo 2005: 203). Sen vuoksi arvioitaessa tiedonantovelvollisuutta on otettava huomioon tapauskohtaiset olosuhteet. On otettava huomioon myös se, että kuluttajalla on usein vajavaisemmat tiedot, verrattuna palvelun tai tuotteen tarjoavaan elinkeinonharjoittajaan. (Peltonen & Määttä 2015: 296.) Tietoja annettaessa on otettava huomioon myös se, kuinka monimutkainen sopimus on. Lisäksi tulee ottaa huomioon kuluttajan tietämyksen taso, sillä edellytyksenä on, että tiedot ovat annettava ymmärrettävästi. Tämä voi käytännössä aiheuttaa sen, että verkkokaupassa solmittu elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välistä sopimusta ei voi hyväksyä tarjoukseen perustuvalla suorituksella. Elinkeinoharjoittajan tulee täyttää tiedonantovelvollisuutensa esimerkiksi niin, että se sijoittaa yleiset tiedot sopimuksesta verkkosivuille selkeästi ja helposti kuluttajan saataville. Lisäksi hän toimittaa asiakaskohtaiset tiedot esimerkiksi sähköpostin välityksellä, tilausvahvistuksen yhteydessä. (Luhtasela 2007: 135.) Elinkeinoharjoittajalle ei tule vastuuta tiedonantovelvollisuuden rikkomisesta, jos hän ei ilmoita tiedosta, jota elinkeinoharjoittajalla itsellään ei pitänyt olla tiedossa (Peltonen & Määttä 2015: 296).

Elinkeinoharjoittajalle voi syntyä virhevastuu tiedonantovelvollisuuden rikkomisesta ennen sopimuksenteon jälkeen annettujen tietojen perusteella lisäksi myös sellaisten sopimuksenteon jälkeisillä tiedoilla, jotka olisivat saattaneet vaikuttaa kuluttajan ostopäätökseen. Elinkeinoharjoittajan suorituksen sisältöä saatetaan eri suhteissa täsmentää vasta sen jälkeen, kun sopimus on tehty. Tämän vuoksi elinkeinoharjoittelijalle on tarpeen asettaa virhevastuu myös sopimuksen täyttämisvaiheessa tilaajalle annetuista tiedoista, joilla on ollut vaikutusta kuluttajan päätöksentekoon. (Peltonen & Määttä 2015: 296.)

Yleisesti voisi ajatella, että velvollisuus antaa tietoa sopijakumppanille tulee antaa ainakin seuraavista asioista. Elinkeinoharjoittajan tulee varmistaa, että suoritus sopii sopijakumppanin käyttöön, sopijakumppanin antamien tietojen perusteella. Elinkeinoharjoittajan tulee kertoa tuotteen tai palvelun käytöstä sekä mahdollisista riskeistä. Tämän lisäksi hänen tulee varmistua siitä, että sopijakumppani on varmasti ymmärtänyt sopimuksen olennaiset asiat. (Hemmo 2005: 203.)

Korkeimman oikeuden ratkaisussa 2001:128, henkilö A oli sopinut puolisonsa kanssa luovuttavansa osuutensa heidän omistamastaan kommandiittiyhtiöstä puolisolleen. A antoi toimeksiannon luovutuksesta tutulle tilitoimistolle, jonka kanssa oli jo ollut pitkässä sopimussuhteessa. Tilitoimisto ei varoittanut henkilö A:ta, eikä hänen puolisoaan huomattavista veroseuraamuksista. Tiedonantovelvollisuuteen vedoten, korkein oikeus oli sitä mieltä, että tilitoimistolla olisi ollut velvollisuus varoittaa A:ta tulevista veroseuraamuksista, vaikka toimeksianto ei suoraan käsitellyt luovutuksesta aiheutuvien veroseuraamusten selvittämistä. Korkein oikeus totesi, että tilitoimistolla on asiantuntija-asemansa puolesta laaja tiedonantovelvollisuus asiakkaita kohtaan. Toimeksiannosta seurannut veroseuraamus oli tapauksessa tyypillinen seuraamus, josta asiantuntijan olisi tullut ilmoittaa asiakkaalle.

2.6 Sähköinen sopiminen Euroopan unionin alueella

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2000/31/EY, kolmannen jakson yhdeksänsässä artiklassa säädetään sopimusten käsittelystä seuraavasti. Euroopan unionin jäsenvaltioiden tulee pitää huolta siitä, että niiden oikeusjärjestelmässä annetaan mahdollisuus sopimuksien tekemiseen myös sähköisessä muodossa. Jäsenvaltioiden tulee pitää erityisesti huolta siitä, että sähköiselle sopimiselle ei ilmene esteitä, yhtään enempää kuin perinteiselle sopimuksen tekotavalle. Sähköiset sopimukset eivät saa jäädä paitsioon oikeusvaikutusten osalta. Sopimus ei saa olla myöskään pätemätön sen perusteella, että se on sähköisessä muodossa.

Lähtökohtaisesti sopimukset tulee siis voida solmia sähköisesti Euroopan unionin alueella, elleivät sopimuksen osapuolet ole sopineet muusta tai kansallisessa lainsäädännössä sähköisen kaupankäynnin direktiivissä sallituissa poikkeustapauksissa sitä erikseen ole kielletty. Tarjousta ja sen sitovuutta koskeva sääntely määräytyy Euroopan Unionissa pääosin jäsenvaltiokohtaisesti. Tarjouksen määritelmä ja sitä koskevat periaatteet ovat pääosin jäsenalueella samankaltaista. Esimerkiksi elinkeinonharjoittajan verkkosivuilla esitetyt ostokehotukset tulkitaan EU-alueella kehotuksiksi tarjouksen tekemisestä. Niitä

ei tulkita tarjouksiksi, sillä niistä puuttuvat yksityiskohtaiset tiedot ja usein niistä puuttuvat myös elinkeinonharjoittajan tahto solmia sitova sopimus. (Luhtasela 2007: 112 &123.)

Luhtasela käsittelee (2011) väitöskirjassaan ”sopimattomat kaupalliset menettelyt”, kuinka EU:n direktiiviä 2005/29/EY sovelletaan kaupallisiin menettelyihin EU:n alueella. Direktiivi rakentuu kolmesta osasta, jotka ovat yleislauseke, suppea yleislauseke sekä niin sanottu musta lista. Yleislauseke kattaa lähes kaikki mahdolliset sopimattomaksi katsottavat toimet. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä ovat toimet, joissa ei noudateta huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimuksia ja sellaiset, jotka todennäköisesti vääristävät olennaisesti keskivertokuluttajan taloudellista käyttäytymistä. Direktiiviä sovelletaan erittäin laajasti. Tämä tarkoittaa sitä, että direktiiviä sovelletaan ennen sopimuksen tekoa, sen aikana sekä sopimuksen teon jälkeen.

Sopimusoikeuden sääntely on Euroopan unionin tasolla kansallista. Sopimusoikeuden sääntelyssä on valittu kapea alakohtainen linjaus, joka tarkoittaa sitä, että eri alojen sopimusoikeutta on säädelty erikseen, kuten esimerkiksi sähköisiä kuluttajasopimuksia. Puolestaan sähköisen kaupankäynnin tiedonantovaatimuksia säännellään etämyyntidirektiivissä (1997/7/EY) sekä sähköisen kaupankäynnin direktiivissä (2000/31/EY). Edellä mainitut ovat vähimmäisdirektiivejä.¹ (Luhtasela 2007:127.)

Sähköisen kaupankäynnin direktiivissä säädetään laajasti verkkokaupassa annettavista tiedoista. Elinkeinonharjoittajan on kerrottava verkkosivuillaan selkeästi ja näkyvästi esimerkiksi maantieteellinen osoite, yhteystiedot, rekisteritunniste ja valvontaviranomaisen tiedot. Direktiiviä sovelletaan laajasti erilaisiin tietoverkossa tapahtuviin toimiin. Myös etämyyntidirektiivissä viitataan sopimusta koskeviin tietoihin, jotka elinkeinonharjoittajan on kerrottava kuluttajalle. Tietoja tulee antaa hyvin runsaasti kuluttajalle. Näitä tietoja ovat esimerkiksi elinkeinonharjoittajan henkilöllisyys, tavaran tai palvelun ominaisuudet ja tuotetiedot, hinta veroineen ja toimituskustannukset. (Luhtasela 2007: 130.)

¹ EU:n jäsenvaltiot voivat tarvittaessa myös sopia vähimmäisdirektiiviä tiukemmista ehdoista. Vähimmäisdirektiivi on säännöksessä noudatettava minimitaso. (Lainlaatijan EU-opas 2012: 17.)

3. KULUTTAJASOPIMUSTEN ERITYISPIIRTEET

3.1 Yleistä kuluttajansuojasta

Kuluttajien oikeuksia suojaa kuluttajansuojalaki. Kuluttajansuojalaki on niin sanottua erityissäännös, joka kattaa tavaran virheen, koti- ja postimyynnin, taloelementtikaupan sekä rakennusurakoinnin asioita. Kuluttajakauppa määräytyy kuluttajansuojalain yleisen soveltamisalan perusteella. (Niemi 2016: 59.)

Kuluttajansuojalain ensimmäisen luvun 1 §:ssa säädetään, että kuluttajansuojalaki koskee kulutushyödykkeiden myyntiä, tarjontaa tai muuta markkinointia elinkeinonharjoittajilta kuluttajille. Kuluttajansuojalakia sovelletaan myös silloin, kun elinkeinonharjoittaja välittää kulutushyödykkeitä kuluttajille.

Lähtökohtaisesti voidaan todeta, että kuluttajalainsäädännössä oleellista on elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan suhde. Lain soveltaminen edellyttää sitä, että elementit kuluttaja, kulutushyödyke sekä elinkeinonharjoittaja löytyvät toiminnasta. Kuluttajansuojalaki koskee, kuten yllä on mainittu, kulutushyödykkeiden tarjontaa, myyntiä ja muuta markkinointia elinkeinonharjoittajilta kuluttajille. (Herler 2015: 3.)

Kansainvälisesti merkittävä keskustelu kuluttajansuojan periaatteista on alkanut jo 1960-luvulta. Kuluttajien katsottiin tarvitsevan erityistä suojaa yhteiskunnan puolelta, kun tuotevalikoima, massamarkkinointi ja vakiehtojen käyttäminen lisääntyivät kuluttajakaupassa. (Peltonen & Määttä 2015: 2.) 1970-luvulla yhä vahvistunut kuluttajansuoja ajattelu teki kuluttajasopimuksista muista erottuvan sopimusryhmän. Sopimusoikeudellisen lainsäädännön ekspansio 1980-2000-luvuilla on tapahtunut suureksi osaksi kuluttajansuojatavoitteiden edistämisen vuoksi. (Halila & Hemmo 2008: 5.)

Kuluttajansuojalaki on alun perin ollut osa suomalaista oikeutta. Kuluttajansuojalain uudistaminen tuli ajankohtaiseksi Suomen liittyessä Euroopan talousalueeseen ja osaksi

EU:ta. Kuluttajansuojaoikeudesta kolme neljäsosaa pohjautuu EU:n lainsäädäntöön. Tämän vuoksi kuluttajansuojalaki muotoutunut EU-oikeudeksi. Kuluttajansuojaa koskevat direktiivit ovat niin sanottuja minimidirektiivejä, joka tarkoittaa sitä, että ne on toteutettava lainsäädännössä vähintään säädetyllä tasolla. Tästä johtuen Suomessa on voitu säilyttää kuluttajia paremmin suojaava lainsäädäntö. (Ämmälä 2006: 1–2.)

Kuluttajiin kohdistuvissa sopimuksissa ja sen lainsäädännössä on tyypillistä pakottavuus. Se tarkoittaa sitä, että sopimuksen osapuolet eivät voi pätevästi sopia kuluttajan kannalta lain tasoa epäedullisimmista sopimusehdoista. Pakottava lainsäädäntö kaventaa vapautta sopia sopimuksen sisällöstä osapuolten välillä. (Halila & Hemmo 2008: 5.) Esimerkiksi sopimuksen sisällölle ja siihen liittyvälle informaatiolle on asetettu erityisiä vaatimuksia kuluttajakaupassa (Luhtasela 2007: 111).

Kuluttajansuojaoikeus koostuu kuluttajaa suojaavasta lainsäädännöstä. Kuluttajan katsotaan olevan niin sanottu heikompi osapuoli verrattuna elinkeinonharjoittajaan. (Peltonen & Määttä 2015: 1.) Heikomman suoja kuvastaa oikeusturvaa, jonka merkitys hyvinvointivaltioajattelun kannalta on tärkeää. Sitä pidetään myös tärkeänä demokraattisen yhteisön piirteenä, joissa pyritään antamaan taloudellista ja oikeudellista suojaa kaikille tasapuolisesti. (Mononen 2001: 118.) Tämän vuoksi myös kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välinen perusasetelma on epätasapainoinen. Elinkeinoharjoittajalla katsotaan olevan kuluttajaa paremmat lähtötiedot. (Peltonen & Määttä 2015: 1.) Heikomman osapuolen lisäksi kuluttajansuojalaille on myös vastavuoroinen asema. Vastavuoroisuus näkyy esimerkiksi siinä, että myös kuluttajalla on velvollisuus antaa tietoa, ja näin ollen pitää myös elinkeinonharjoittaja ajan tasalla. Tästä säädetään kuluttajansuojalain viidennen luvun 11 §:ssa. (Niemi 2016: 60.)

Heikomman suojaaminen perustuu myös siihen olettamukseen, että osapuolilla on erilaiset voima- tai resurssitasot. Nämä seikat vaikuttavat vahingollisesti sopimussuhteeseen. Toisen osapuolen heikompa asemaa tarkastellaan sopimustekoajankohdalla vallinneisiin olosuhteisiin. Heikomman suoja voidaan ulottaa myös pidemmälle. Sopimusten sovitte- lun ja sosiaalisen suorituseseen kautta voidaan todeta, että osapuolen henkilökohtaisessa

tilanteessa on tapahtunut sellainen muutos, että sopimus on muodostunut toisen osapuolen kannalta huomattavan epäedulliseksi tai kohtuuttomaksi. Eikä sopimusta voida pitää voimassa muuttumattomana. (Mononen 2001: 152.)

Vakiosopimukset laatii elinkeinonharjoittaja ja se voi valita millaisia tuotteita ja kenelle niitä tarjotaan. Vaikka kuluttajien toimintamahdollisuudet ovat lisääntyneet, ei kuluttajasuojan lähtökohta ole muuttunut. Kuluttajaa tulee suojata. Uudet toimintamahdollisuudet ovat teknologian kehitys ja esimerkiksi sosiaalisen median mahdollistama tuotteiden vertailua ja kommunikointi muiden kuluttajien kanssa, esimerkiksi jakamalla kokemuksia yrityksen palveluista tai tuotteista tai muusta yrityksen toimintaan liittyvistä seikoista. (Peltonen & Määttä 2015: 1.)

Annolan teoksessa (2006, 298.) nostetaan esiin kuluttajasuhteissa nostettu epäselvyyssääntö ja sen asema, joka on noussut erittäin vahvaksi. Sen asema näkyy niin, että kuluttajan ja yrityksen välistä sopimusta ei pidetä edes lähtökohtaisesti neutraalina. Sopimuksen tulkintatilanteet johtavat siihen, että osapuolten epätasapainoista asemaa on tulkinnan avulla tasapainotettava. Luonnollisesti tulkinta suoritetaan laatijan vahingoksi.

Selvää on, että pelkkä kuluttajasuojalain soveltaminen ei riitä. Kuluttajasuojalain säännösten soveltaminen edellyttää laaja-alaista myös tietämystä siviili- ja velvoiteoikeudesta. Sopimusehtojen kohtuullisuuden arviointi KuluttajasuojaL 3 luvussa tarkoitettulla tavalla ei ole mahdollista pelkästään kuluttajasuojalain säännösten valossa. EU-oikeus ja Euroopan unionin tuomioistuimen (EUT) ratkaisukäytäntö saa merkittävään rooliin, koska kuluttajasuojalakia on muunneltu EU-direktiivejä toimeenpantaessa. (Peltonen & Määttä 2015: 1.)

Sähköisten sopimusten luonteesta johtuen verkossa solmittujen sopimusten kuluttajan ja yrityksen välillä on asetettu erityisiä vaatimuksia. Se johtuu siitä, että kuluttaja ei pysty verkkokaupassa tutustumaan sopimukseen kohteeseen etukäteen. Mahdollisuudet erilaisen virheiden syntymiseen kasvaa tietokoneen tai muun mobiililaitteen välityksellä. Tä-

män lisäksi riski sopimusehtojen väärinymmärryksestä on suurempi sähköisessä kaupankäynnissä esimerkiksi sen vuoksi, että kulttuuriset ja fyysiset etäisyydet kasvavat. (Luhtasela 2007: 111.)

3.2 Verkkokaupassa annettavat tiedot

Sopimusten solmimista edellyttää sopijaosapuolten välinen kommunikaatio. Informaatio esimerkiksi verkkosivuilla saattaa kuitenkin olla puutteellista, harhaanjohtavaa tai virheellistä. Informaation epäasiallisuus saattaa olla joissakin tapauksissa elinkeinonharjoittajan puolelta tarkoituksenmukaista. (Niemi 2016: 43.)

Kilpailu ja kuluttajavirasto (KKV) on antanut ratkaisun verkossa annettavista tiedoista tapauksessa KKV/1197/14.08.01.05/2015 seuraavasti. Tapauksessa elinkeinonharjoittajan ylläpitämällä verkkosivustolla, jossa myytiin kuluttajahyödykkeitä ei ollut annettu tarpeeksi tietoa kuluttajille. Verkkosivuilta puuttuivat malliperuuttamislomake ja ilmoitus missä maassa elinkeinonharjoittaja toimii. Verkkosivuilla annettiin lisäksi harhaanjohtavasti ymmärtää, että kuluttajalla ei ole oikeutta tehdä peruutusilmoitusta vapaamuotoisesti. Tiedot puuttuivat myös kuluttajaneuvonnan yhteystiedoista eikä verkkovälitteisestä riidanratkaisuforumista. Menettely oli sähköisestä kaupankäynnistä annetun direktiivin, vaihtoehtoisesta riidanratkaisusta annetun direktiivin, kuluttajaoikeusdirektiivin, sekä Euroopan parlamentin ja neuvoston kuluttajariitojen verkkovälitteisestä riidanratkaisusta annetun asetuksen vastaista.

Sopimuksen syntymisen kannalta on siis tärkeää, että myyjä ja ostaja ovat yksimielisiä sopimuksen sisällöstä ja sen kohteesta. Verkkokaupassa annettavien ennakkotietojen merkitys korostuu sillä, koska kuluttaja ei pysty itse etukäteen tutustua tuotteeseen tai palveluun. (Luhtasela 2007: 124.) Verkkokaupassa informaation vaihdon osuuden merkitys korostuu ja sitä voidaan pitää kaupankannalta tärkeimpänä osana. Verkkokaupan tuotteiden ja palvelun havainnointi jää informaation varaan, sillä niitä ei voida fyysisesti havainnoida. Kaupankäynnistä puuttuu ajallinen ja tilallinen vaikutus. Fyysinen perehty-

minen vaatii kuluttajalta tuotteen ostamisen. (Luhtasela 2011: 17–18.) Oleellista informaation virheellisyydestä on se, että vaikuttaako se kuluttajan kaupalliseen ratkaisuun, jotka se ei muuten olisi tehnyt (Luhtasela 2011).

Elinkeinonharjoittaja voi välittää tietoa verkkosivuilla kuluttajalleen monin eri keinoin, esimerkiksi suoraan verkkosivuilla, tai hyperlinkkien avulla. Informaatiota voi jakaa myös esimerkiksi keskusteluryhmillä tai keskustelusivustoilla. Uudet tekniikat saattavat kuitenkin tehdä sivuista raskaat käyttää. Verkkosivuilla viestiminen on perinteisiä medioita huomattavasti halvempaa, joten elinkeinonharjoittajalla on mahdollisuus tuottaa aiempaa enemmän tietoa kuluttajien saataville. Suurien tietomäärien ylläpito verkkosivustolla vaatii kuitenkin valvomista. Esimerkiksi vanhojen tietojen poistaminen sivuilta on elinkeinonharjoittajan vastuulla. Nämä seikat voivat heikentää sivujen luotettavuutta. Riskejä kuluttajan kannalta saattaa aiheuttaa myös esimerkiksi se, että elinkeinonharjoittajien kirjoittamat tiedot ovat yksipuolisia, luovat positiivista mielikuvaa ja pyrkivät näin ollen vaikuttamaan kuluttajan ostopäätökseen. (Luhtasela 2011: 17–18.)

Verkkokauppaliiketoiminnan kasvu on korostanut entisestään tietojen antamisen merkitystä. Riittävä tieto vähentää mahdollisesti ilmeneviä tulkintaongelmia. Riittävä tietojen antaminen suojaa kuluttajaa huijauksilta. (Luhtasela 2007: 124.) Kuluttajasuojalain toisen luvun 8 a §:ssa säädetään ennen sopimusta annettavista tiedoista seuraavasti:

Ensimmäisenä mainitaan, että tämä laki tiedonantovelvollisuudesta on säädetty muiden lakien lisäksi, joissa säädetään tiedonantovelvollisuudesta. Elinkeinonharjoittajan on muussa kuin kulutushyödykkeiden koti- ja etämyynissä annettava kuluttajalle alla luetellut tiedot, jos ne eivät tule muuten esille asianyhteydessä. Tiedonannossa on kiinnitettävä huomiota erityisesti selkeyteen ja ymmärrettävyyteen.

1) Ensimmäisenä mainitaan kulutushyödykkeen pääominaisuudet. Ne tulee kertoa siinä laajuudessa, kuin oletetaan olevan tarpeellista kuluttajalle. Tässä otetaan huomioon viestintävälineen, joka saattaa asettaa rajoituksia esimerkiksi käytettävissä olevalle tilalle. Tila voi tulla esteeksi esimerkiksi kulutushyödykkeen pakkauksessa. Jos tuotetta markkinoidaan verkkokaupassa, usein tiedon esteenä ei ole rajoittunut tila.

- 2) Elinkeinonharjoittajan tulee myös kertoa itsestään perustiedot kuluttajalle. Näistä mainitaan seuraavat: elinkeinonharjoittajan nimi, sijaintipaikan maantieteellinen osoite sekä puhelinnumero.
- 3) Elinkeinonharjoittajan tulee kertoa kulutushyödykkeensä hinta. Hinta tulee ilmoittaa veroineen. Jos täsmällistä hintaa on haastava ilmoittaa, tulee elinkeinonharjoittajan ilmoittaa kuluttajalle, mistä hyödykkeen hinta määräytyy.
- 4) Lisäksi elinkeinonharjoittajan tulee kertoa kuluttajalle mahdollisista toimituskuluista, jotka eivät sisälly hintaan. Jos toimituskuluista ei voida antaa tarkkaa hintaa, tulee elinkeinonharjoittajan antaa tieto siitä, että toimituskuluja voi aiheuta.
- 5) Lisäksi kuluttajalle tulee kertoa sopimusehdot, jotka koskevat maksua, toimitusta ja sopimuksen täyttämistä. Elinkeinonharjoittajan tulee kertoa kuluttajalle, kuinka asiakasvalitukset tehdään ja toimitetaan eteenpäin.
- 6) Elinkeinonharjoittajan tulee mainita tavaroita koskevasta lakisääteisestä virhevastuusta. Lisäksi hänen tulee mainita asiakastuesta ja palveluista, joita voi hyödyntää kaupanteon jälkeen. Tietoa tulee olla myös takuusta sekä sen ehdoista.
- 7) Tietoa tulee tarjota myös sopimuksen kestosta. Elinkeinonharjoittajan tulee ilmoittaa, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai jos sitä jatketaan automaattisesti. Kuluttajalle tulee ilmoittaa, kuinka automaattisesti jatkuvan sopimuksen voi tarvittaessa irtisanoa.
- 8) Lisäksi tietoa tulee antaa tapauskohtaisesti digitaalisen sisällön toimivuudesta. Tämä kattaa myös sen tiedon, miten digitaalinen sisältö yhteen toimii eri laitteistojen ja ohjelmistojen kanssa. Tiedot tulee antaa siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai oletetaan, että hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän.”

Jos elinkeinonharjoittajalla on verkkosivut, on lisäksi ilmoitettava tietoja tuomioistuimen ulkopuolisista riidanratkaisumenetelmistä. Tästä säädetään kuluttajasuojalain 8 b §:ssa seuraavasti:

Elinkeinonharjoittajan tulee mahdollisella verkkosivustollaan kertoa kuluttajalle helposti, ymmärrettävästi ja selkeästi vähintään yhdestä riidanratkaisuelimestä, joka on ilmoitettu kuluttajariitojen vaihtoehtoisesta riidanratkaisusta sekä asetuksen (EY) N:o 2006/2004 ja direktiivin 2009/22/EY muuttamisesta annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2013/11/EU 20 artiklan 2 kohdan mukaisesti Euroopan komissiolle ja joka on toimivaltainen käsittelemään elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välisiä riita-asioita. Verkkosivuilla on myös ilmoitettava tämän riidanratkaisuelimen verkkosivusto internetosoite. Tiedot tulee antaa myös elinkeinonharjoittajan laatimissa vakioehtoisissa sopimuksissa, jotka se on laatinut kuluttajalle.

Kuluttajan tehdessä elinkeinonharjoittajalle kulutushyödykettä koskevan ilmoituksen virheestä eivätkä sopijaosapuolet pääsee yhteisymmärrykseen asiasta, 1 momentissa mainitut tiedot on annettava kuluttajalle joko kirjallisesti tai vaihtoehtoisesti muulla pysyvällä keinolla.

Elinkeinonharjoittajat käyttävät virallisten tietojen seassa markkinointikeinona niin sanottua kaupallista kehumista. Tämän vuoksi, kaikkien osapuolten ja erityisesti kuluttajien on varauduttava niin sanottuun normaaliin kaupalliseen kehumiseen, joka on sallittua. Kaupallinen kehuminen voi olla esimerkiksi jotakin tämän kaltaista: ”Paras hinta-laatusuhde” tai ”erinomaisia löytöjä”. Ostajien tulee olla erittäin valveutuneita, jotta he voivat tunnistaa kaupallisen kehumisen markkinointikeinona oleellisten tietojen seasta. (Niemi 2016: 43.)

Kaupallinen kehuminen muuttuu vilpilliseksi siinä vaiheessa, kun annetaan yksilöidysti väärää tietoa kulutushyödykkeestä. Esimerkiksi valehdellaan käytetyn tuotteen ikä. Jos tämä tieto on ollut oleellinen eikä ostaja olisi kauppaa oikean tiedon valossa tehnyt, voidaan tilanteessa soveltaa oikeustoimilain 30 §:n petollista viettelyä. (Niemi 2016: 43.)

3.3 Sopimuksen ymmärrettävyys

Sopimusehtojen sanallinen ilmaisu ei ole aina riittävää. Esimerkiksi valvontatoiminnassa on arvioitu Kuluttajasuojalain 3 luvun 1 §:n nojalla kohtuuttomaksi menettely, jossa suomalainen kuluttaja on joutunut sopimusehtokotilanteessa allekirjoittamaan ja vahvistamaan perehtyneisyytensä ehtoihin, jotka ovat olleet erittäin laajat sekä vaikeasti ymmärrettävät. Tämän vuoksi on erittäin tärkeää kehittää erilaisia keinoja, jotka edistäisivät sopimusehtojen luettavuutta.

Ymmärrettävyyttä voi lisätä osuvalla ja selkeällä otsikoinnilla, joiden avulla tarvittavat tiedot löytyvät sopimuksesta mahdollisimman helposti. Myös muita visuaalisia keinoja, jotka lisäävät luettavuutta olisi hyvä käyttää. EU on herännyt tähän tarpeeseen ja on käynnistänyt selvityksen siitä, kuinka sopimusehtojen luettavuutta ja ymmärrettävyyttä voisi parantaa. Sopimuksen luotettavuutta on aiemmin lisätty esimerkiksi kuluttajaluottolomakkeella. (Peltonen & Määttä 2015: 198.)

KKV ratkaisi tapauksessa KUV/5373/41/2012 sopimusehtojen selkeydestä ja ymmärrettävyydestä seuraavasti. Elinkeinonharjoittaja oli lisännyt palvelua tarjoavaansa vakioehtoihin kohdan, jossa kerrottiin, että ”Elinkeinonharjoittaja ei ole vastuussa palvelun käytöstä aiheutuneista suorista tai välillisistä vahingoista, ellei laissa ole toisin säädetty”. Ongelma oli siinä, että ehdossa, joka voitiin katsoa vastuunrajoitusehdoksi, ei selkeästi ja ymmärrettävästi käynyt ilmi minkälainen vahinko voi tulla kuluttajan korvattavaksi missäkin tilanteessa. Ehdosta puuttui myös tiedot siitä, millaiset vahingot ehdolla oli tarkoitettu poissuljetuksi. Kuluttaja-asiamiehen katsoi, että kyseessä on kuluttajasuojalain vastainen kohtuuton sopimusehto.

Kuten yllämainitusta ratkaisusta voidaan päätellä, sopimusehtojen epäselvyys voi johtaa joissakin tapauksissa jopa siihen, että sovelletaan kohtuutonta sopimusehtoa. Kuluttajalla tulee olla mahdollisuus tutustua kaikkiin ehtoihin, ennen sopimuksen tekemistä. Jos sopimuksen ehdot ovat epäselvät tai niistä puuttuu tietoa, ei silloin kriteerit täyty.

3.4 Kuluttajasuojalain keskeisiä periaatteita

Kaksi tärkeää kuluttajasuojalain oikeudellista periaatetta ovat läpinäkyvyys sekä kohtuullinen riskinjako. Läpinäkyvyys tarkoittaa sitä, että kuluttajan tulee saada tietoa avoimesti sopimuksen sisällöstä, hinnasta ja muista sopimusehdoista. Ne tulee olla sellaisessa muodossa, että kuluttaja varmasti ymmärtää mitä ne tarkoittavat. (Peltonen & Määttä 2015: 1.)

Kohtuullinen riskinjako tarkoittaa sitä, että riskiä jaettaessa on otettava huomioon, kummalla osapuolella on paremmat mahdollisuudet varautua riskiin. Tämä voi näkyä esimerkiksi niin, että kuluttajan maksuhäiriömerkintä ei saa johtaa siihen, että kuluttaja jää välttämättömyyspalvelujen ulkopuolelle. Näin yritys ottaa heikompa osapuolta kohtaan suuremman riskin. (Peltonen & Määttä 2015: 1.)

Kuluttajan solmiessa sopimuksen, lähtökohtana on, että sopimus täytetään puolin ja toisin alkuperäisen tarkoituksen mukaisesti. Kuluttajalle ei välttämättä tule mieleen, että sopimus voi ajautua sopimusrikkomukseen tai sopimuskausi saattaa jatkua automaattisesti. (Peltonen & Määttä 2015: 198.)

Kuluttajien suojaksi on asetettu myös muita periaatteita. Elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan sopimussuhteessa ei saa olla kohtuutonta epätasapainoa. Tämä tarkoittaa sitä, että elinkeinonharjoittajan suoritus ei saa olla suhteellisesti pienempi kuin kuluttajan vastasuoritus. Elinkeinonharjoittaja ei yleisesti saa hyötyä kuluttajan kustannuksella kohtuuttoman paljon. Se ei saa myöskään puuttua kuluttajan perusturvallisuuteen, eikä saa pitää itsellään kohtuuttoman suurta päätösvaltaa tärkeissä kysymyksissä. Elinkeinonharjoittaja ei saa myöskään sopimusoikeudellisesti rajoittaa kuluttajan vapautta. (Herler 2015: 72.)

Kuluttajan henkilökohtaista toimita-alueen piiriä ei saa pidättää oikeutta kohtuuttomasti puuttua elinkeinonharjoittajan puolelta. Kuluttajan mahdollinen sopimusrikkomus ei saa olla kohtuuton tai ankara ja se tulee sovittaa rikkomuksen laatuun. Elinkeinonharjoittaja

ei saa vapauttaa itseään oman sopimusrikkomuksen johdon seuraamuksista. Elinkeinonharjoittaja ei saa myöskään sopimuksilla rajoittaa kohtuuttomasti kuluttajan mahdollisuutta saada oikeudellista suojaa. (Herler 2015: 72.)

4. VAKIOSOPIMUKSET

4.1 Vakiosopimusten merkitys

Liiketoiminnan saadessa monipuolisempia ja muotoja, ja sen monimutkaistuessa yrityksen sopimuksen hallintatyökalut korostuvat. Vakiosopimukset helpottavat sopimista, koska tällöin ei tarvitse sopia jokaisen kumppanin kanssa sopimusehdoista erikseen. Ne määritellään sopimuksiksi, joita solmitaan käyttämällä yleisiä sopimusehtoja. (Hurmerinta 2015: 1.) Vakiosopimukset ovat siis aineistoa, joka ei ole sopijaosapuolten tuottamaa, mutta se sisällytetään osaksi sopimusta (Annola 2016: 20). Eli ne ovat siis ehtoja, joita ei ole sovittu yksilöllisesti sopimusosapuolten välillä (Hurmerinta 2015: 1). Yksi-puolisuudesta huolimatta vakioehtojen laaja sitovuus on tietyin ehdoin hyväksytty sopimusoikeuden alalla (Mononen 2001: 299).

Vakiosopimuksen vastakohtana voidaan pitää yksilöllisesti tehty sopimus. On kuitenkin huomioitava, että ero vakiosopimuksen ja yksilöllisen sopimuksen välillä ei ole välttämättä aina yksiselitteinen. Sopimuksissa voi olla elementtejä molemmista sopimuksen piirteistä. Esimerkiksi sopimus saattaa olla yksilöllisesti luotu, mutta se saattaa sisältää vakioehtoista takuuehdoita. (Wilhelmsson 2008: 35.)

Jos suoritteita myydään suurelle joukolle, on vakioehtojen käyttäminen väistämätöntä. Yksilöllisten sopimusehtojen laatiminen olisi yksinkertaisesti liian kallista ja söisi elinkeinonharjoittajan kilpailuedun. (Hemmo 2005: 91.) Kaupankäynnin nopeutuneen tahdin vuoksi, monilla aloilla ei siis enää pääsääntöisesti neuvotella erikseen kaikista sopimuksen yksityiskohdista, vaan sopimuksen ehdot ovat osittain tai täysin standardisoitu. (Luh-tasela 2007: 142.)

Erityisesti verkkokaupassa on kyse massavaihdannasta, jolloin tuotteita on tarkoitus markkinoida ja myydä laajalle asiakaskunnalle ja tarjota asiakkaille yleisiä sopimusehtoja. Asiakkaalle jää näin käytännössä vaihtoehdoksi joko hyväksyä sopimuksen ehdot,

tai hylätä sopimus kokonaan. Tämän johtaa siihen, että sopimuksen sisältövapaus on rajoittunut. Asiakkaan ainoaksi vaikutus mahdollisuudeksi usein jää vain sopijakumppanin valinta. Suurin osa sähköisen kaupan sopimuksista solmitaan niin, että niihin liitetään vakioehtoinen sopimus. (Luhtasela 2007: 142.)

Erilaisissa kuluttajasopimuksissa käytetään usein vakioehtoja. Joillakin alakohtaisissa sopimuksissa on tarkempaa säätelyä, esimerkiksi yleisissä seuramatkoissa sekä kuluttajille suunnatuissa vakuutusehdoissa. Toisissa tapauksissa vakioehdot on rajattu koskemaan vain tiettyjä yksityiskohtaisia kysymyksiä. Tämänkaltaisen rajattu kysymys voi tarkoittaa esimerkiksi takuehtoja. Säätely voi koskea myös yritys- tai toimialakohtaisesti. Suomessa esimerkiksi kuluttaja-asiamies (KA) on neuvotellut kuluttajia suojaavia ehtoja. (Wilhelmsson 2008: 62.)

KA voi neuvotella alakohtaisten järjestöjen sekä yksittäisten yritysten kanssa niiden käyttämien vakioehtojen sisällöstä. KA on neuvotellut esimerkiksi asuntokauppasopimuksia koskevista vakioehdoista sekä autojen tilaus-, osto ja osamaksuehdoista. Tämä on hyödyllistä, sillä kuluttajasopimusten vakioehdot on lähes aina elinkeinonharjoittajan puolelta yksipuolisesti laaditut. Kuluttajilla ei ole puolellaan järjestöä, joka voisi tehokkaasti ajaa kuluttajien oikeuksia vakioehtojen laadinnassa. Haasteita KA:n toimintaan luo esimerkiksi se, että sillä ei ole mitään oikeudellista keinoa, jolla pakottaa elinkeinonharjoittajaa muuttamaan tai poistamaan ehtojaan. KA:n on toimittava myös hyvin laajalla toimikentällä, joten se ei voi toimia kaikkien alojen asiantuntijana, jolloin myös kohtuuttomia vakioehtoja saattaa läpäistä KA:n tarkastuksen. (Wilhelmsson 2008: 62–63.)

Vakiosopimukseen liittyy usein oikeudellisia ongelmia. Yksi vakiosopimusten oikeudellisesti mielenkiintoinen kysymys on, vakioehdot tulevat yksittäisen sopimuksen osaksi. Tähän ongelmaan liittyy vahvasti pyrkimys ohjata vakioehtojen sisältä, ettenkin kun kyseessä on elinkeinonharjoittajan sekä toisen kuluttajan välinen sopimussuhde. Tässä tapauksessa heikomman osapuolen suoja saa korostuneen merkityksen. Tällöin juuri heikomman osapuolen oikeudellinen suoja saa korostuneen merkityksen. (Hurmerinta 2015: 1.)

4.2 Käsitteiden määritelmät

Sopimukset jaetaan vakiosopimuksiin ja yksilöllisiin sopimuksiin. Se kumpi sopimus-tyyppi on kyseessä, vaikuttaa merkittävästi sopimuksen oikeudelliseen arviointiin. (Hemmo 2003: 144–145.) Vakiosopimuksilla tarkoitetaan sellaisia sopimuksia, joissa käytetään vakiosopimusehtoja. Vakiosopimusehdot on tarkoitettu käytettäväksi useissa yksittäisissä eri sopijapuolen välisissä sopimussuhteissa. (Hoppu & Hoppu 2011: 63.)

Vakiosopimuksista voidaan käyttää myös termiä ”yleiset sopimusehdot” (Hoppu & Hoppu 2011: 63.) Niillä tarkoitetaan eri elinkeinonalojen laatimia ehtoja, joilla tietyn alan yrittäjät solmivat sopimuksia. Yleiset sopimusehdot ovat siis yksi vakioehtojen ryhmä. Vakioehdot voidaan jakaa kahteen ryhmään, laatimistavan mukaan. Vakioehdot voivat olla yksipuolisesti laadittuja tai osapuolten tai heitä edustavien tahojen yhdessä laatimia. Jälkimmäisiä sopimuksia kutsutaan termillä *agreed documents*. Viimeisenä tyyppinä voidaan erottaa elinkeinonharjoittajan tai toimialajärjestön yksipuolisesti laatimat vakioehdot, jotka kuluttajaviranomainen tai kyseistä elinkeinoalaa valvoma viranomainen hyväksyy. (Hemmo & Hoppu 2016.)

Vakiosopimuksilla on erittäin suuri merkitys liike-elämän kannalta, koska hyvin monet toimialat käyttävät vakiosopimuksia (Hemmo 2003: 144-145). Sitovan sopimuksen elementit pysyvät siitä huolimatta samoina, kuin niin sanotuissa perinteisissä sopimuksissakin (Herler 2015: 83.) Osa toimialoista toimii lähes ainoastaan vakioehtojen varassa. Tällaisia aloja ovat esimerkiksi pankki-, vakuutus-, arvopaperi- sekä kuljetusala. Vakioehtojen käyttäminen on ehdotonta, koska nykyaikaisten massasopimusten hallinta olisi muuten mahdoton tehtävä. (Hemmo & Hoppu 2016.)

Samaan aikaan yksilöllisten sopimusten merkitys on keskittynyt enimmäkseen mittavampien sopimusjärjestelyiden yhteyteen. OikTL on kuitenkin suuntautunut laadintatavaltaan ja sisällöltään enemmän yksilöllisten sopimusten säätelyyn. Tämä johtaa vakiosopimukset erityiselle kuten liityntäkysymykset sekä ehtojen korostamisvaatimukset eivät tule laissa esille. (Hemmo 2003: 144–145.)

Vakioehtosopimuksen ominaispiirteisiin kuuluu se, että ehtojen laatijalla on suuri valta määrätä yksipuolisesti sopimuksen sisällöstä. Tämä ominaisuus saattaa aiheuttaa oikeudellisia ongelmia. Vakioehtojen yksipuolisuus on johtanut käyttöä sääntelevien periaatteiden syntymiseen. (Hemmo 2003: 145.)

4.3 Vakiosopimusten edut

Yksilöllisten sopimusten solmiminen on aikaa vievä ja työläs prosessi, joka ei välttämättä palvele sopimuksen kumpaakaan osapuolta. Suurelle joukolle palvelujaan tarjoavan yrityksen sopimushallinto kävisi aivan liian työlääksi, jos jokaisella asiakkaalla olisi erilainen sopimussisältö. (Hemmo 2003: 145.) Ennen vakiosopimusten käyttöön ottoa, ne voidaan tarkastuttaa juridisella asiantuntijalla, jolloin hyöty tarkastamisesta ikään kuin kopioiduu jokaiseen sopimuskappaleeseen (Hemmo & Hoppu 2016).

Yrityksen kannalta hyvin laaditut vakiosopimukset helpottavat ja tukevat toimialan henkilöstön työtä. Vakioehtoihin on myös helppo sisällyttää tarvittavat vastuunrajoitukset, jolloin ne tulevat helposti osaksi jokaista solmittua sopimusta. Tämä luo turvaa yrityksen toiminnalle. (Hemmo & Hoppu 2016.)

Vakiosopimuksista on hyötyä myös kuluttajille. Vakiosopimukset lisäävät myös kuluttajien yhdenvertaisuutta, koska kaikilla kuluttajilla on oletettavasti samat ehdot. Ne takaavat myös sen, että jokainen kuluttaja saa vähimmäissuojan siinä mielessä, että yksikään ei joudu tyytymään huonompiin ehtoihin kuin toinen. Oikeussuojan kannalta voi olla merkittävää myös se, että yritys on mahdollisesti panostanut vakioehtojen muodostamiseen ja ne on eri tahojen kanssa luodut ja tarkastetut. Tämä voi lisätä kuluttajan oikeussuojaa. (Hemmo 2003: 146.)

Tämän lisäksi vakiosopimusten hyödyntäminen voi siirtyä suoraan palvelun tai tuotteen hintaan, ja tämän vuoksi myydä tuotteen halvemmalla. Halvempi hinta selittyy sillä, että sopimuskustannukset pysyvät kurissa, koska kuluttajan kanssa ei tarvitse käydä henkilökohtaisia sopimusneuvotteluita. (Hemmo & Hoppu 2016.) Mikäli vakioehtoja ei olisi,

erimielisyystilanteissa olisi aina yksittäistapauksittain pohdittava noudatettavia oikeussääntöjä. Edellä mainitussa komission tiedonannossa todetaankin, että vakioehdot antavat mahdollisuuden vertailuun ja sopijakumppanin vaihtoon sekä oikeusvarmuuden lisäämiseen. Vakioehtoneuvottelujen tulisi kuitenkin aina noudattaa avoimuutta ja syrjimättömyyttä. (Peltonen & Määttä 2015: 186.)

Nämä yllämainitut asiat yhdessä lisäävät myös kustannustehokkuutta, joka voi näkyä esimerkiksi kuluttajille tarjottavien tuotteiden tai palveluiden hinnassa. Vakiosopimukset mahdollistavat myös se, että yritys voi tarjota palveluita ja tuotteitaan suurelle joukolle. Ei ole siis kiistäminen, etteikö vakiosopimuksella olisi tärkeä rooli liike-elämässä. (Hemmo 2003: 145.)

4.4 Vakioehtojen haitat

Sopijapuolten ollessa eriarvoisia vakioehdot toimivat usein vahvemman osapuolen eduksi. Heikommassa asemassa oleva sopijapuoli voi joutua kärsimään siitä, että toinen osapuoli on saanut suunnitella sopimuksen itsenäisesti, palvelemaan omia etujaan ja intressejään. (Saarnilehto 2005: 19.)

Vakioehtojen ongelmia voi syntyä monessa tilanteessa. Ongelmia voi syntyä vakioehtojen liittämisesä sopimuksen osaksi, sopimuksen tulkinnasta, jossa sopimuksen käyttäminen useissa sopimuksissa vakioehtoisesti, sopimuksen sitovuudesta, esimerkiksi jos vakioehdot sisältävätkin ankaria tai yllättäviä ehtoja. Viimeisenä tulee arvioida myös sopimusehtojen kohtuuttomuutta. Vakiosopimukset eivät yksinään tarkoita sitä, että juuri mainittuja ongelmia aina ilmenee. Samoja ongelmia voi olla myös yksilöllisesti laadituissa sopimuksissa. (Saarnilehto 2005: 19.)

Kilpailu- ja kuluttajaoikeudenalat sivuavat toisiaan, kun kyse on valvojan neuvottelemista vakiosopimusehdoista. Kilpailuoikeus suhtautuu varauksella erilaisiin horisontaalisiin yhteistoimintamuotoihin, kuten vakioehtoihin, jos esimerkiksi niihin ryhtyvillä yrityksillä

on markkinavoimaa tai vakioehdot ovat esteenä kilpailulle tai esimerkiksi uusille liiketoimintamalleille. Vakioehtojen katsotaan rajoittavan kilpailua, jos ne yhdenmukaistavat yritysten kilpailukäyttäytymistä. Kilpailulaki lähtee puolestaan siitä, että yrityksen määräävät itsenäisesti kilpailukäyttäytymisestään. Tapauksia joudutaan kuitenkin arvioimaan tapauskohtaisesti. (Peltonen & Määttä 2015: 186.)

Tapauskohtainen arviointi on tarpeellista, koska vakioehdot voivat joissakin tapauksissa myös lisätä kilpailuoikeuden tavoittelemaa tehokkuutta. Vakiosopimuksilla voi olla joissain tilanteissa esimerkiksi markkinoille pääsyä edistäviä vaikutuksia. Komission horisontaalisia kilpailunrajoituksia koskevassa tiedonannossa on nostettu esiin tilanne, jossa vakiosopimukset ovat osaltaan välttämättömiä yhteisen tuotemerkin luomiseksi ja uuden kilpailijan alalle tulon varmistamiseksi. Vahingollisia vaikutuksia kilpailuun saattaa aiheuttaa se, että elinkeinonharjoittajat sopivat yhtenäisten sopimusehtojen käyttämisestä samalla alalla. (Peltonen & Määttä 2015: 186.)

5. VAKIOSOPIMUSTEN SITOMATTOMUUS

5.1 Ehtojen liittäminen sopimukseen

Vakioehtojen liittäminen osaksi sopimusta on avainongelma. Miten vakioehdot voi sitoa sopijapuolta, joka ei ole päässyt vaikuttamaan sopimuksen sisältöön. Toinen sopijaosa-puoli ei ole välttämättä edes lukenut sopimusehtoja. (Wilhelmsson 2008: 39.) Vakioeh-tojen liittymisongelmaan ei voi antaa pelkkiin muodollisiin tunnusmerkkeihin kuten va-kioehtojen esittämisestä käytettävään tapaan tai muotoon perustuvaa vastausta. (Niemi 2016:49.)

Pienellä tekstillä kirjoitetut vakiosopimukset tai internetissä klikatut hyväksytyt ehtojen sitovuus ei ratkea asettamalla esimerkiksi vaatimuksia tekstin koolle, tekstin sijainnille tai klikkauksen vaikeudelle asetettuja teknisille ominaisuuksille. Muodollisten näkökoh-tien sijasta on arvioitava sitä, onko vakioehdoista tullut sopimuksen osa, on syytä käyttää tilanteessa kokonaisharkintaa. Kokonaisharkinnassa otetaan huomioon sopimustyyppin ja taloudellisen toiminnan ominaispiirteet ja -tarpeet. (Niemi 2016: 49.) Kokonaisharkintaa käsitellään lisää luvussa, jossa kerrotaan yllättävästä tai ankarasta ehdosta.

Verkossa tehtävissä sopimuksissa on noudatettava samoja sääntöjä koskien vakioehtojen liittämisestä, kuin perinteisessä sopimuksen tekemisessäkin. Se tarkoittaa sitä, että sopi-mustekstissä on vähintään viitattava vakioehtoihin ja niiden on oltava verkossa sillä ta-valla tutustuttavissa, että niihin pääsee helposti perehtymään. Tässä tulee ottaa huomioon esimerkiksi tiedostomuodot sekä selainedellytykset. Yksittäisen ehdon sitovuus voi edel-lyttää tässä mainittua suurempaa tiedonantovelvollisuutta. Esimerkiksi jos ehdosta on jonkin säännön perusteella annettava vastapuolelle tieto, pelkkä mahdollisuus tutustua vakioehtoihin ei riitä siihen, että tiedonantovelvollisuus täyttyy. (Saarnilehto 2005: 22.)

Vakioehtojen liittäminen osaksi sopimusta voi tavalla tai toisella aiheuttaa ongelmia. Joka tapauksessa vakioehtojen liittäminen osaksi sopimusta on välttämätöntä. Selvin keino on, että ne liitetään nimenomaan sopimuksen osaksi. (Saarnilehto 2005: 19.) Vakioehtojen

liityntä yksittäiseen sopimukseen vaatii liityntäperusteen, joista selkein on vakioehtojen sisällyttäminen kokonaisuudessaan itse sopimukseen. (Luhtasela 2007: 144.)

Sähköisessä kaupankäynnissä vakioehtojen käyttäminen on usein järjestetty niin, että kaupankäynti tapahtuu verkkosivuston tai sähköisen lomakkeen kautta, jonka myyjä on luonut. Myyjä on näin valmiiksi luonut yksipuoliset vakioehdot. Kun asiakas hyväksyy sopimuksen, hän samalla hyväksyy myös vakioehdot. Joillakin verkkosivustoilla vakioehtojen liittämistä on vahvistettu niin, että ne tulee lukea tai selata kokonaisuudessaan, ennen kuin sopimuksen voi hyväksyä. (Luhtasela 2007: 144.)

Sähköisessä toimintaympäristössä solmituista sopimuksista käytetään nimeä Click-Wrap-sopimus, jotka voidaan suomentaa automaattisopimuksiksi. Termin alkuperä on Yhdysvalloista ja se tarkoittaa sitä, että mikäli asiakas ei ilmaise hyväksyntäänsä yrittäjän sopimusehtoja kohtaan klikkaamalla hiiren avulla kuvaruudulla olevaa hyväksymispainiketta, ei sopimusta synny. Tämän keinon avulla on mahdollista luoda ehdoille vahva liityntäperuste sopimukseen ja saada todisteet ehtojen hyväksymisestä. (Luhtasela 2007: 144.)

Vakioehdot voidaan tämän lisäksi säilyttää verkkokaupassa myös verkkokauppalavellmella sopijapuolten saatavilla olevassa muodossa, josta ehdot voidaan tarpeen vaatiessa liittää sopimustekstin osaksi. Tämä tarkoittaa sitä, että vakioehtoihin vain viitataan. Verkkokaupassa tämä mahdollistetaan esimerkiksi hyperlinkillä. Usein tämä viittaus luo vakioehtoihin riittävän liitännäperusteen. (Luhtasela 2007: 144.)

Tulee kuitenkin huomioida, että liityntäteho on kuitenkin heikompi kuin ensimmäisenä mainitussa keinossa. Liityntäteho heikkenee entisestään, jos viittaus ei ole riittävän yksilöity, sillä samalla alalla saattaa olla käytössä useita vakioehtoja. Kun sopimuksia tehdään verkossa suuria määriä, liityntäperusteen tehoon saattaa vaikuttaa myös viittauksen selkeys sekä se miten helposti ehdot löytyvät esimerkiksi verkkosivuilta. Jos vakioehdot sisältävät poikkeuksellisia ehtoja, pelkkä viittaus vakioehtoihin saattaa olla riittämätön. (Luhtasela 2007: 144.)

Osapuolten allekirjoittaessa itse sopimuksen vakioehtojen jälkeen, on vakioehdot liitetty sopimukseen asianmukaisesti. Tämä ei ole riippuvainen siitä seikasta, että ovatko osapuolet lukeneet ehdot lävitse. Jos ehdot jättää lukematta, se ei yleisesti ottaen vapauta sopijapuolta sopimuksen sitovuudelta. (Saarnilehto 2005: 19.)

Tilanne voi muuttua siinä tapauksessa, että vastapuoli on erehdyttänyt sopijapuoltaan sopimuksen sisällöstä ja saanut myös toisen tämän vuoksi hyväksymään sopimuksen. Yleinen periaate on se, että vain vilpittömässä mielessä olevaa suojataan. Jos henkilö on tuntenut, tai jos hänen olisi pitänyt tuntea vakioehtojen sisältö, ei voi vedota siihen, että vakioehdot, joissa sopimuksessa on viitattu, eivät ole olleet sopijapuolen tutustuttavissa. (Saarnilehto 2005: 19.)

KKO:n ratkaisussa 1993:45 käsiteltiin vakioehtojen liittämistä sopimukseen. Tapauksessa asiakkaalle saapuneessa tilausvahvistuksessa viitattiin sopimusehtoihin, jotka sisältävät omistuksenpidätyslausekkeen. Asiakkaalla ei ollut sopimuksenteho vaiheessa mahdollisuutta tutustua niihin etukäteen, eikä oltu selvitetty asiakkaan muutenkaan ollut mahdollista tutustua niihin, omistuksenpidätysehto ei voinut tulla sopimuksen osaksi.

Ongelman muodostavat vakioehdot, joihin sopimuksessa on viitattu, mutta joita ei ole liitetty osaksi sopimusta. Osapuolen ei ole niitä tuntenut, eikä hänen olisi pitänytkään tuntea ehtoja. Korkein oikeus on päätöksillään linjannut, että vakioehdot eivät tule osaksi sopimusta, jos vastapuolelle ei ole annettu mahdollisuutta tutustua ehtoihin ja niiden sisältöön. Korkeimman oikeuden ratkaisuissa ei ole yhtään tapausta, joissa pelkkä viittaus olisi riittänyt silloin, kun vastapuoli ei ole tuntenut, eikä hänen olisi pitänytkään tuntea ehtoja. (Saarnilehto 2005: 20.)

Kuten jo aiemmin on todettu, riittävää on, että sopijapuolella on mahdollisuus tutustua ehtoihin. Jos vastapuoli ei käytä oikeutta hyväkseen, se ei estä ehtojen liittämistä sopimukseen. (Saarnilehto 2005: 20.) Tästä esimerkkinä KKO:n ratkaisussa 1983 II 9, V5-ravivedon pelikupongeissa oli mainittu, että ”Ravivedossa noudatettiin ravivedon osallistumisehtoja ja sääntöjä”. Näitä sääntöjä oli painettuina ollut yleisesti saatavissa. Tarjouk-

sen vastaanottajalla katsotaan olevan mahdollisuus tutustua ehtoihin myös siinä tapauksessa, jos hänelle on annettu riittävästi aikaa ottaa selvää vakioehtojen sisällöstä ennen tarjoukseen vastaamista tai sopimuksesta päättämistä.

Vakioehdot voidaan liittää osaksi sopimusta myös konkludenttisesti eli ilman nimenomaista tahdonilmaisua. Esimerkiksi tilanteessa, jossa sopijakumppaneiden välillä on tehty sopimuksia ja heillä katsotaan olevan kiinteä liikesuhde. Tällaisessa tapauksessa aiemmin käytetyt ehdot tulevat osaksi myös uusia sopimuksia. Jos sopijaosapuoli haluaa, että ehdoista luovutaan, tai niihin halutaan muutoksia, tulee niistä ilmoittaa vastapuolelle hyvissä ajoin ennen uuden sopimuksen solmimista. (Saarnilehto 2005: 21.)

Ehtoihin tulee olla mahdollisuus tutustua ja ne on hyväksyttävä sopimusta päätettäessä. Jos ehdot annetaan kuluttajalle, vasta sopimuksen tekemisen jälkeen, se tulkitaan elinkeinonharjoittajan ehdotukseksi sopimuksen muuttamiseksi. Jos vastapuoli hyväksyy vakioehdot jälkikäteen, sopimuksen sisältö muuttuu samalla tavalla kuin aina sopimusta luodessa. (Saarnilehto 2005: 21.)

Joskus olosuhteet saattavat olla sellaiset, että vakioehdot tulevat sopimuksen osaksi, vaikka ulospäin näyttää niihin viitatusen vasta sopimuksen tekemisen jälkeen. Tällainen tilanne saattaa tulla kyseeseen, kun vakioehdot annetaan vastapuolelle tiedoksi esimerkiksi pakkauksessa, käyttöohjeessa, laskussa, kuitissa tai muussa samankaltaisessa yhteydessä. Vastapuolen tulee hyväksyä jälkikäteen annetut vakioehdot. Hyväksyminen edellyttää nimenomaista tahdonilmaisua, koska tarjoukseen vastaamatta jättämistä ei voida pitää muutosehdotuksen hyväksymisenä. Sopimusta muutetaan sopimuksin, tarjoukseen ei tarvitse vastata. (Saarnilehto 2005: 23.)

5.2 Kohtuuttomuus

Kuluttajat tarvitsevat suoja erityisesti kohtuuttomia sopimusehtoja vastaan. Pääsääntönä pidetään yleislauseketta, jonka avulla kielletään elinkeinonharjoittajaa käyttämästä kulut-

tajansuojalain kannalta kohtuuttomia sopimusehtoja. (Herler 2015: 68.) Markkinaoikeudella on valta kieltää sellainen vakiosopimusehto, jonka se katsoo olevan kuluttajaa kohtaan kohtuuton. markkinaoikeudellisen kiellon tehosteena on ehtoa käyttävälle elinkeinonharjoittajalle asetettu uhkasakko eikä kiellolla puututa jo tehtyihin sopimusoikeudellisiin suhteisiin. (Niemi 2016. 50.)

Kuluttajansuojalain 4 luvun ensimmäisessä luvussa otetaan kantaa sopimuksen kohtuuttomuuteen seuraavasti:

”Sopimuksen ehto on kuluttajan kannalta kohtuuton tai sen soveltaminen johtaisi kohtuuttomuuteen, ehtoa voidaan sovittelua tai jättää se huomioon ottamatta. Sopimuksen ehtona pidetään myös vastikkeen määrää koskevaa sitoumusta.”

Kun kohtuutta arvioidaan, siinä otetaan huomioon osapuolten välinen asema, sopimuksen koko sisältö. Lisäksi otetaan huomioon sopimusta tehdessä vallinneet olosuhteet ja niiden mahdollisen muuttuminen sekä muut seikat.

Sopimuksen sovittelun ja sopimusehtojen sääntelyn avulla pyritään siihen, että sopimukset olisivat kohtuullisia. Sopimusoikeudessa kohtuuteen liittyviä sosiaalisia arvoja ovat: turvallisuus, itsenäisyys, sopimustasapaino, vapaus, yksityisyys, oikeudenmukaiset seuraukset, vastuu ja oikeudellisten keinojen käyttömahdollisuudet. (Mononen 2001: 166.)

Kohtuuttomia ovat tapaukset, joissa kuluttaja on hyväksynyt ehdot, mutta hänellä ei ole ollut tosiasiallista mahdollisuutta tutustua niihin ennen sopimuksen tekemistä. Osapuolen tahdolla on suuri merkitys sopimusoikeudessa. Tämän vuoksi Suomessa on katsottu, että esimerkiksi viittaus sovellettaviin vakioehtoihin ei ole riittävä tahdonilmaisu, vaan vastaapuolella on oltava mahdollisuus tutustua niihin ennen sopimuksen tekemistä. Tähän asiaan on otettu kantaa korkeimman oikeuden ratkaisussa KKO: 1993:45. (Peltonen & Määttä 2015: 213.)

Markkinaoikeuden ratkaisussa MAO:186/10 vaadittiin teleoperaattoriyhtiötä luopumaan kohtuuttomasta sopimusehdosta 100 000 euron sakon uhalla. Tapauksessa kuluttajien

kanssa tehtävissä matkapuhelinliittymiä koskevilla sopimuksilla oli käytetty ehtoa, jonka mukaan sopimus jatkuu automaattisesti määräajan umpeutuessa, ilman kuluttajan nimenomaista tahdonilmaisua, ellei kuluttaja itse irtisano sitä ennen sopimuskauden päättymistä.

Kuluttaja-asiamies vetosi tapauksessa siihen, että määräaikaisen sopimuksen on loputtava määräajan päätyttyä ilman, että kuluttajan tarvitsee tehdä sen eteen jonkinlaisia toimenpiteitä eli tässä tapauksessa irtisanoa sopimus. Sopimusehto on kohtuuton, sillä se on epäselvä ja harhaanjohtavasti muotoiltu. Lisäksi se antaa määräaikaiselle sopimukselle epätyypillisen ja tavanomaisesta poikkeavan merkityksen. Teleoperaattorin katsottiin tämän lisäksi hyötyvän kohtuuttomasti kuluttajan kustannuksella.

Markkinaoikeuden päätöksessä, MT:1991:012, käsiteltiin myös kohtuutonta sopimusehtoa vakuutus sopimuksen näkökulmasta. Vakuutusyhtiö oli sisällyttänyt jatkuviin vakuutus sopimukseen ehdon, jonka mukaan vakuutusyhtiöllä oli oikeus muuttaa vakuutusehtoja tai -maksuperusteita vakuutuskauden aikana ja mahdollisia muutoksia oli noudatettava seuraavasta vakuutuskaudesta lukien. Ehto tarkoitti käytännössä sitä, että vakuutusyhtiöllä oli rajaton oikeus muuttaa yksipuolisesti jatkuvan kuluttajavakuutuksen ehtoa millä tavalla tahansa. Ehto katsottiin kuluttajan kannalta kohtuuttomaksi, sillä se suosi vakuutusyhtiötä.

Kilpailu ja kuluttajavirasto on ratkaissut tapauksen KKV/207/14.08.01.05/2016 sähkön siirtohinnan korottamisesta, jota pidettiin kuluttajan kannalta kohtuuttomana. Tapauksessa Caruna Oy ja Caruna Espoo Oy ilmoittivat korottavansa sähkön siirtohintaa keskimäärin noin 22–27 prosenttia. Kohtuuttomuus perustui siihen, että sähkö on kuluttajalle välttämättömyyshyödyke, jota ilman ei tule toimeen. Sähkön siirron monopoliaseman vuoksi kuluttaja ei voi myöskään vaihtaa yhtiötä, vaan hän on altis hintojen korotukselle. Kuluttaja-asiamies tuli siihen tulokseen, että vaikka hinnankorotus oli sinällään perusteltu tulevilla investoinneilla, se tuli kuluttajalle silti liian suurena kertakorotuksena.

5.3 Hyvän tavan vastainen tai laitton sopimus

Sopimus voi olla pätemätön syystä, että sopimus on lainvastainen tai se ei noudata niin sanottua hyvää tapaa. Esimerkiksi sopimus, joka velvoittaa tekemään jotain lainvastaista, on pätemätön. Pätemättömyys on seuraus myös sellaisista sopimuksista, jotka ovat suoritukseltaan hyväksytyjen moraalisten sääntöjen sekä niin sanotun hyvän tavan vastainen. Jos sopimus on lain tai hyvän tavan vastainen ei sopijaosapuolta pakottaa täyttämään sen ehtoja. (Saarnilehto 2008: 140–141.)

Pakottavat säännökset on tehty lainsäädäntöön juuri sen vuoksi, että niillä suojattaisiin heikompa osapuolta. Esimerkiksi kuluttajaa voidaan suojata heikompana osapuolena. Jos sopimuksessa on pätemättömiä kohtia, ne voidaan korvata pakottavalla lainsäädännöllä. Sopimus on kuitenkin muilta osin voimassa, eikä näin ollen johda koko sopimuksen pätemättömyyteen. (Saarnilehto 2008: 140–141.)

KKO ratkaisi tapauksen hyvän tavan vastaisuudesta, KKO:2013:5. Tapauksessa markkinointiyhtiö oli kiinnittänyt kuluttajien asuntojen ulko-oviin ja postilaatikkoihin ilman asianomaisten lupaa markkinointitarroja mainostarkoituksessa. Tarroja ei kiinnitetty niihin kohteisiin, jossa kuluttaja oli ilmoittanut kieltävänsä mainonnan. Markkinointia ei pidetty kuluttajansuojalain mukaan aggressiivista tai sopimattomana. Markkinointi täytti kuitenkin kuluttajansuojalain 2 luvun 2 § hyvän tavan vastaisuuden kriteerit, minkä vuoksi tämänkaltainen markkinointi kiellettiin. Mainostarujen näkyminen saattoi aiheuttaa esimerkiksi asuntomurron vaaran, sillä se ilmoitti ulkopuolisille, kenen asunto oli tyhjillään. Tämän kaltainen vaaraa aiheuttava markkinointi katsottiin olevan ristiriidassa yleisesti hyväksyttävien yhteiskunnallisten arvojen kanssa.

5.4 Pätemättömyys vakiosopimuksissa

Sitovan sopimuksen syntyminen edellyttää, että sen tilannekohtaiset edellytykset täyttyvät. Sopimuksen teko vaiheessa ei saa esiintyä tilannekohtaisia häiriöitä, joita säännellään

oikeustoimilain 3 luvun säännöksessä, jossa käsitellään sopimusten pätemättömyyttä. Lisäksi kuten jo aiemmin on mainittu, sopimuksen tulee olla laadittu oikeassa muodossa. (Niemi 2016: 42.)

Tilannekohtaiset syntyhäiriösäännökset soveltuvat pääsäännön mukaan vain sellaista osapuolta vastaan, joka itse on käyttänyt epäasianmukaista menettelyä tai joka tiesi taikka jonka olisi pitänyt tietää sellaisesta eli sopimusosapuoleen, joka oli vilpillisessä mielessä. Sellainen osapuoli, joka ei tiennyt tai hänen ei olisi pitänyt tietää on vilpittömässä mielessä. Vilpittömän mieli tulee aina perustella. (Niemi 2016: 42.)

Tuotteiden ja palveluiden markkinointi saattaa olla joissakin tapauksissa hyvin aggressiivista, kun kuluttajaa houkutellaan, suostutellaan, tai taivutellaan ostamaan. Näille markkinointi keinoille on säädetty rajoituksia. Jos joku painostetaan tekemään sopimus käyttämällä väkivaltaista pitelemistä, taikka pakottavaa hengen tai terveyden uhkaa, ei oikeustoimi sido kuluttajaa. (Niemi 2016: 42.)

Jos vakioehtoisin sisältyy jotakin erityisen yllättävää tai ankaraa, ei riitä, että kuluttajalla on mahdollisuus perehtyä ehtoihin. Näissä tapauksissa elinkeinonharjoittajan on erikseen huomautettava tämänkaltaisista ehdoista. Jos tämä huomautusvelvollisuus laiminlyödään, ehto ei tule osaksi sopimusta. (Peltonen & Määttä 2015: 213.)

Kuluttajariitalautakunta on ottanut tämän periaatteen lähtökohdaksi ratkaistaessa tapauksia. Esimerkiksi ratkaisu, jossa etämyynnissä oli markkinoitu kuluttajille näytepakkauksia 4,90 euron hintaan. Vakioehtojen mukaan tilaus oli kuitenkin määräaikainen ja kokonaiskustannukset nousivat todellisuudessa 249,20 euroon. Kuluttajariitalautakunta on todennut tapauksesta seuraavasti: *”Vakioehdon ei lähtökohtaisesti tulisi johtaa sopimuskonaisuuden kannalta odottamattomaan lopputulokseen tai olennaisesti muuttaa osapuolille sopimuksesta koituvaa hyötyä, mikäli ehto halutaan pitää korostamisvelvollisuuden ulkopuolella”*. Lautakunta on suositellut, ettei kuluttajalta peritä määräaikaisen tilaussuhteen laskuja.

Markkinaoikeus ratkaisussa MAO:257/09 todetaan, että sopimusehdot, joihin kuluttajalla ei ole tosiasiallista mahdollisuutta tutustua ennen sopimuksen tekemistä, ovat lähtökohdaisesti kuluttajan kannalta kohtuuttomia. Vastaajayhtiön menettely sopimusehtojen saatamisessa kuluttajien tietoon ei täytä kuluttajansuojalain 6 a luvun 11 §:n 1 momentin edellytyksiä, joka on pakottavaa lainsäädäntöä kuluttajaa kohtaan. Yhtiö ilmoitti vain suppeita tietoja tekstiviestin välityksellä kuluttajalle. Markkinaoikeus päätyi siihen, että menettelytapaa, jossa elinkeinonharjoittaja jätti toimittamatta matkapuhelimen välityksellä tekstiviestejä käyttämällä tapahtuvassa lainasopimusmenettelyssä kuluttajansuojalain 6 a luvun mukaisia ennakkotietoja ja sopimusehtoja hyvissä ajoin ennen sopimuksen tekemistä kuluttajalle henkilökohtaisesti, kirjallisesti tai sähköisesti. Kuluttajan tulee voida tallentaa ja toisintaa ne muuttumattomina. Näin ollen elinkeinonharjoittajan menettely kiellettiin Kuluttajansuojalain 3 luvun 1 §:n nojalla.

5.5 Tulkinta laatijan vahingoksi

Vakiosopimukset saattavat aiheuttaa ongelmia sopimustulkinta tilanteissa. Ongelmat voivat johtua esimerkiksi siitä, että tulkinnan apuna ei voida käyttää sopimusneuvotteluja, joita yleisesti voidaan käyttää sopimuksen ongelmatilanteissa. Epäkohtia saattaa aiheuttaa myös se seikka, että yleensä vakioehdot on laadittu toisen sopijaosapuolen toimesta, eikä molemmat sopijapuolet ole tulleet kuulluiksi. Saattaa käydä myös niin, että toinen osapuoli ei täysin ymmärrä vakioehtojen sisältöä. (Saarnilehto 2005: 24.) Kuluttajan ja yrityksen välisissä sopimuksissa voidaan katsoa, että heidän suhteensa on niin epätasapainoinen, että tulkintatilanteissa on tulkinnan avulla tasapainotettava. Tulkinta suoritetaan usein laatijan vahingoksi. (Annola 2016: 298.)

Ongelma ratkaistaan sillä, että epäselvät sopimusehdot tulkitaan laatijan vahingoksi. Jos vakioehto on muun kuin laatijan käytössä, vakioehtoja tulevat käyttäjän vahingoksi. Kuluttajansuojalain 4 luvun 3 §:ssä epäselvyysääntö on laadittu noudatettavaksi kuluttajan hyväksi niiden ehtojen osalta, jotka on laadittu etukäteen ilman, että kuluttaja on voinut tutustua sisältöön etukäteen. (Saarnilehto 2005: 24.)

KKO:n ratkaisu 1990:74 koski yleisistä sopimusehdoista seuramatkoilla. Kuluttaja oli ostanut elinkeinonharjoittajalta seuramatkan. Seuramatka sisälsi muun muassa edestakaiset lentokuljetukset. Kuluttaja oli kuitenkin liittynyt matkalle vasta ulkomaisessa kohteessa. Kansainvälisiä tilauslentoja koskevien määräysten vuoksi, elinkeinonharjoittaja ei sallinut kuluttajan osallistua paluulennolle, johtuen siitä, että hän ei ollut osallistunut menolentoon. Elinkeinonharjoittajan laatimissa yleisissä matkaehdoissa ei ollut kuitenkaan nimenomaista määräystä, jonka mukaan lentokuljetusta ei saa käyttää vain toiseen suuntaan. Elinkeinonharjoittaja ei ollut näyttänyt kuluttajalle tietoa myöskään muulla tavalla. Elinkeinonharjoittaja oli tämän vuoksi velvoitettu korvaamaan kuluttajalle koituneet vahingot.

Vakioehtojen tulkinnassa on käytössä epäselvyyssääntö, joka tarkoittaa sitä, että sopimusehtoja tulkitaan laatijansa vahingoksi. Näin on tulkittu KKO:n ratkaisussa 1978 II 126, jossa tulkinnanvaraisuus jäi ehdot laatineen sähköyhtiön vahingoksi. Tapauksessa kuluttaja oli solminut liittymissopimuksen sähkövirran toimittamisesta. Kuluttaja oli maksanut asianmukaiset liittymismaksut. Epäselvyys syntyi, kun sähköyhtiö oli uusinnut sähkönsiirtolaitteita muuntopiirissä. Sähkölaitoksen ja sähkönkuluttajan välinen liittymissopimus oli kirjoitettu aiemmin, yhtiön toimesta laaditulle kaavakkeelle. Kuluttajalla ei ollut mahdollisuutta vaikuttaa sen sisältöön, joten sopimuksen tulkinnanvaraisuus jäi sen tehneen sähköyhtiön vahingoksi.

5.6 Yllättävä ja ankara ehto

Jos vakioehdoilla lisätään huomattavasti toisen osapuolen velvoitteita verrattuna tahdonvaltaiseen oikeuteen, niiden sitovuudelle asettuu korostettuja vaatimuksia. Tätä sovelletaan myös vakioehtoihin, jotka poikkeavat siitä mikä on kyseisessä sopimustyyppissä tavanomaista tai normaalia. Esimerkiksi jos elinkeinonharjoittaja haluaa käyttää kuluttajan henkilötietoja myöhempää markkinointia varten, tulee hänen kysyä kuluttajan suostumista tähän. (Niemi 2016: 49.)

Vakioehtojen ankaruutta tai yllättävyyttä harkitaan samoin kuin kohtuuttomuutta. Vakioehtojen sovittelu tulee kuitenkin kysymykseen siinä vaiheessa, kun ehtoa pidetään sitovana eli jos sitä ei katsota yllättäväksi tai ankaraksi. (Niemi 2016. 50.)

Vakioehtojen sisältäessä poikkeuksellisia ehtoja, pelkkä viittaus vakioehtoihin saattaa olla riittämätön (Luhtasela 2007: 145). Vakioehtoihin perehtyminen on usealla hyvin vavaista. Tämä voi johtaa siihen, että ehtojen laatija käyttää hyväkseen toisen osapuolen suhtautumista ehtojen lukemista kohtaan. Tämän vuoksi on sääntö, jonka mukaan yllättävää ja ankaraa ehtoa ei tarvitse noudattaa sopimuksessa sellaisenaan. Yllättävä ja ankara ehto ei siis sido sellaisenaan, ellei ehdosta ole erikseen huomautettu vastapuolelle. Jos ehdosta puuttuu yllättävyys, jäljelle jää vain ankaruus. Näissä tapauksissa sovelletaan sovittelusääntöjä. (Saarnilehto 2005: 25–26.)

KKO:n ratkaisussa 2008:53 leasing sopimuksella laitteita liikkeeseensä hankkineella yhtiöllä olevan oikeus vedota rahoitusyhtiötä vastaan laitteiden virheisiin ja purkaa sopimus. Rahoitusyhtiön luoma vakiosopimus katsottiin olevan ehtojen osalta epäselvä. Sopimus sisälsi KKO:n mukaan ehdon, joka oli sisällöltään ankara ja se poikkesi olennaisesti tavanomaisesta irtaimenesineen kaupasta. Ehdossa tuli ilmi, että jos ostaja haluaa irtisanoa sopimuksen, tulee hänellä olla tuomioistuimen lainvoimainen päätös, välimiesoikeuden päätös tai toimittajan kirjallisen suostumuksen perusteella oikeus purkaa kauppasopimus toimittajan kanssa ja toimittaja oli varmistanut saamiensa ennakoiden takaisinmaksun tai muiden vuokranantajaan kohdistuvien velvoitteidensa täyttämisen. Ehto oli sisällytetty sopimuksen keskivaiheille siten, että se hukkuu muun sopimustekstin alle. Ehtoa ei ollut korostettu sen vaatimalla tavalla esimerkiksi käyttämällä suurempaa fonttia.

Yllättävät sopimuslausekkeet aiheuttavat sitomattomuutta. Yhdenvertaisten sopijakumppaneiden välillä periaatteella on vain vähän tai ei ollenkaan merkitystä. Sen sijaan markkavoimaltaan epätasapainotilanteissa, tai tilanteissa, joissa on ollut puutteellinen tilaisuus perehtyä tai neuvotella ehdoista, saattaa periaatteella tulla sovellettavaksi. (Kurkela 2003: 216.)

Kuluttajariitakunnan ratkaisussa 557/36/2014 ratkaistiin asia yllättävästä ja ankarasta sopimusehdosta. Tapauksessa kuluttaja oli tilannut elinkeinonharjoittajan verkkosivuilta näytepakkauksen vitamiinituotteesta hintaan 4,90 euroa. Tilauksen yhteydessä kuluttaja on hyväksynyt elinkeinonharjoittajan vakiosopimusehdot, sillä ilman sitä tilausta ei olisi hyväksytty. Elinkeinonharjoittajan vakiosopimusehdoissa luki, että tilaus tulee peruuttaa 14 vuorokauden kuluessa näytepakkauksen vastaanottamisesta, tai muuten tilaus jatkuu hintaan 249,20 euroa, kuuden kuukauden ajaksi. Kuluttaja ei ollut peruuttanut tilausta ja elinkeinonharjoittaja oli lähettänyt uudet tuotteet kuluttajalle. Kuluttaja palautti tuotteet ja halusi, että sopimus puretaan.

Kuluttajariitalautakunnan mukaan vakioehtojen tuleminen osaksi sopimusta edellyttää, että ehtoihin on viitattu sopimuksen tekohetkellä. Kuluttajalla tulee olla mahdollisuus tutustua vakiosopimukseen ennen sopimuksen solmimista. Kuluttajalla oli mahdollisuus tutustua elinkeinonharjoittajan ehtoihin, joten lautakunta katsoi, että lähtökohtaisesti vakioehdot tulevat osaksi sopimusta. Tähän ei vaikuta se, että kuluttaja jättäisi tarjotun tilaisuuden tutustua ehtoihin käyttämättä. Kuluttajariitakunta vetoaa kuitenkin siihen, että vakioehdot eivät saa olla kuluttajaa kohtaan yllättäviä tai ankaria. Ankaruutta arvioidaan niin, että se ei saa johtaa odottamattomaan lopputulokseen.

Tapauksessa vakioehtoihin oli viitattu linkin kautta ehtoihin, se ei ollut kuitenkaan riittävää kuluttajan kannalta, sillä sitoutuminen kuuden kuukauden määräaikaiseen sopimukseen tarvitsee erityistä korostamista elinkeinonharjoittajan puolelta. myös tilauksen kulut olivat kohtuuttomia verrattuna näytepakkauksen hintaan. Näiden seikkojen valossa lautakunta katsoi, että osapuolten välille ei syntynyt kuuden kuukauden määräaikaista sopimusta.

Vakiosopimusten yllättäviä ja ankaria ehtoja on korostettava viimeistään sopimuksen päättämisvaiheessa, ellei toinen sopijaosapuoli ole ollut niistä tietoinen jo aiemmin. Elinkeinonharjoittajan on otettava tämä korostamisvelvollisuus huomioon hyvissä ajoin, jo sopimustekniikan suunnittelussa. Vakioehtojen käyttäjän tulee tuntea vakiosopimusehto-

jen yllättävän ja ankarana pidettävät ehdot, huolehtia näiden ehtojen korostumisesta sopimusaineiston joukosta ja lisäksi varmistettava, että ehtoja koskeva erityinen tiedonantovelvollisuus täyttyy. (Hemmo 2008: 101.)

Yllättävien tai ankarien ehtojen korostamiseen ei ole muodostunut tiettyä vakiintunutta käytäntöä. Hyväksyttävänä tapana voidaan pitää sekä suullisena tai kirjallisena annettavaa tietoa. Suullinen tiedonanto voi olla tehokas, mutta haasteensa siihen tuo se, että siitä ei jää mitään kirjallista dokumenttia, johon voisi riitatilanteissa vedota. Esimerkiksi asiakaspalvelija saattaa olla kuluttajan kanssa haastavassa ”sana sanaa vastaan-tilanteessa”, jos kirjallista aineistoa ei löydy. Elinkeinonharjoittajan kannalta voi siis olla viisasta, että tiedot löytyvät myös kirjallisesti jostain ja ne annetaan jokaisen asiakkaan tietoon. (Hemmo 2008: 101.)

Sähköisessä kaupassa ankarien ja yllättävien ehtojen korostamiseen kannattaa elinkeinonharjoittajan käyttää ulkoasuun liittyviä tekniikoita. Näitä voi olla esimerkiksi ehtojen korostaminen tummentamalla niitä tai käyttämällä erilaisia värejä. Asiakasta on hyvä myös kehottaa sopimuksen päätäntävaiheessa lukemaan yllättävät tai ankarat ehdot erityisen tarkkaan. (Hemmo 2008: 102.)

5.7 Erehdys

OikTL:n 3 luku 32 §:ssa säädetään seuraavasti. Jos tahdonilmaisu on erehdyksen vuoksi, esimerkiksi kirjoitusvirheen takia, saanut toisen merkityksen kuin alun perin on tarkoitus, ei tahdonilmaisu sido sellaisenaan sen antajaa. Se edellyttää sitä, että erehdys on niin ilmeinen, että tahdonilmaisun vastaanottajakin tiesi, tai hänen olisi pitänyt tietää erehdyksestä. Jos tahdonilmaisu toimitetaan sähköisesti, on sähköittämisessä tapahtuneen virheen johdosta muuttanut muotoaan, se ei sido lähettäjää sellaisenaan. Se ei sido lähettäjä, vaikka vastaanottaja olisi ollut vilpittömässä mielessä.² Tahdonilmaisun lähettäjän on

² Vilpittömällä mielellä tarkoitetaan tilannetta, jossa tahdonilmaisun saaja on vilpittömässä mielessä, eikä hän tiennyt tai hänen ei olisi pitänyt tietää jostakin olosuhteesta tai seikasta. Vilpitön mieli vaikuttaa oikeusvaikutuksen syntymiseen. (Hoppu & Hoppu 2011: 48.)

kuitenkin viivytyksettä, saatuaan tiedon virheellisyydestä, ilmoitettava tiedon muuttumisesta välittömästi ja viipymättä vastaanottajalle. Jos hän laiminlyö ilmoittamisen, on tahdonilmaisu sitova sellaisenaan, eikä vilpittömään mieleen voi enää vedota.

Verkkokaupassa kaupankäynti on nopeaa, helppoa ja päätökset perustuvat usein informaation varaan, jonka kuluttaja lukee elinkeinonharjoittajan verkkosivuilta. Tyypillistä on, että sopimus kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välillä tehdään automaatiolla ja hyvin nopeasti, esimerkiksi pelkän klikkauksen avulla. Sopimuksen toinen osapuoli saattaa myös hyväksyä vakioehdot liian nopeasti perehtymättä niihin tarpeeksi. Näistä seikoista johtuen verkkokaupan luonne saattaa johtaa helposti kuluttajan erehdykseen. Sopimuksen teon nopeus ja automaatio saattavat puolestaan johtaa siihen, että virheen tehneen osapuolen on lähes mahdotonta korjata virheensä, ennen kuin toinen osapuoli on alkanut jo toimiin sopimuksen täyttämisen suhteen. Tämä johtuu siitä, että esimerkiksi verkkokaupoissa käytetään paljon tietokoneohjattuja tilausten käsittelyjä. (Luhtasela 2007: 229.)

Tyypillinen erehdys-tilanne saattaa olla sellainen, jossa kuluttaja tilaa verkkokaupasta vahingossa tuotteita lukumääräisesti vahingossa liian paljon. Virhe voi tulla esimerkiksi siitä, että lukumäärään tulee yksi numero liikaa. Verkkokaupassa ei ole fyysisesti tuotteet läsnä, joten todennäköisyys erehdykselle kasvaa, verrattuna perinteiseen kaupankäyntiin. Elinkeinonharjoittaja ei usein tunne verkkokaupan asiakastaan, joten myös häneltä saattaa helposti jäädä huomaamatta esimerkiksi tilausvaiheen erehdys. (Luhtasela 2007: 229–230.)

Teknisesti verkkokaupassa tehtyjä erehdyksiä voisi ehkäistä myös tietoteknisin ratkaisuin. Esimerkiksi sopimuksen hyväksymispainikkeen voisi muotoilla verkkosivuille niin, että sitä olisi kuluttajan todella vaikea painaa vahingossa. Lisäksi hyvä keino olisi erilaiset tekniset varmistuskeinot, joilla voisi näyttää kuluttajalle selkeästi mitä ehtoja tai tuotteita hän on tilaamassa tai hyväksymässä. Nämä ehdot tai tilaukset tulisi kuluttajan vielä erikseen hyväksyä. Verkkokaupassa tilattaessa, automaatio voisi tunnistaa tavallista poikkeavat tilaukset ja reagoida niihin esimerkiksi niin, että asiakas joutuu ylimääräisen kerran hyväksymään tilauksen. (Luhtasela 2007: 230.)

Erehdys saattaa tulla kuluttajalle myös siinä vaiheessa, kuin hän ajattelee tilaavansa jonkun tietyn tuotteen esimerkiksi sen nimen perusteella, mutta tuote onkin todellisuudessa jokin muu. Tämänkaltainen tapahtumasarja voi olla mahdollista, jos kuluttaja tilaa mielestään kirjan, joka käsittelee Varkauden kaupungin historiaa, mutta todellisuudessa kirja käsittelee varkauksien rikoshistoriaa. Myös automaattiset tietojärjestelmät voivat luoda viestillisiä virheitä, jotka johtavat kuluttajia erehdykseen. Yllämainittuja virheitä saattaa olla todella vaikea huomata hyvissä ajoin verkkokauppa-ympäristössä. (Luhtasela 2007: 230.)

5.8 Vakioehtojen tulkinta Euroopan unioni alueella

Sopimukseen liittyviä vakioehtoja käsitellään Euroopan unionissa kohtuuttomuusdirektiivissä (1993/13/ETY). Kansallisella tasolla sopimukseen sisältyviä ehtoja säännellään jäsenvaltiotasolla direktiivin toimeenpanevissa säännöksissä. (Luhtasela 2007: 160.)

Euroopan unionin tuomioistuin on ottanut kantaa aiemman etämyyntidirektiivin yhteydessä siihen, onko hyperlinkin kautta mahdollista toimittaa etämyyntisäännösten edellyttämät tiedot. Tällöin EUT on todennut, että tietojen toimitus hyperlinkin avulla ei täyttänyt silloin direktiivin vaatimusta. Tämä johtui siitä, että yritys ei tosiasiallisesti toimita tietoja kuluttajalle. Eikä näin ollen kuluttaja saa niitä konkreettisesti. Kuluttajan oli tiedot saadakseen avattava linkki. Ratkaisu oli sidottu sen aikaiseen teknologiaan. (Peltonen & Määttä 2015: 213–214.)

Sähköisen kaupankäynnin direktiivin mukaan sopimuskohtaiset ja yleiset ehdot on annettava sellaisessa muodossa, jossa vastaanottaja voi tallentaa ja tarvittaessa toisintaa ne. Tällä hetkellä tilanne katsotaan niin, että kuluttajalla on mahdollisuus saada tieto käsiinsä esimerkiksi verkkosivuilta, koska yleisimmissä verkkoselaimissa on mahdollisuus tulostaa verkkosivut itselleen. Tämä edellyttää kuitenkin sitä, että vakiehdot ovat kohtuullisen helposti löydettävissä verkkosivuilta. Erityisesti, mikä ehto on kuluttajalle epäsuotuisa, ehdon tulisi olla selkeästi löydettävissä ja siitä tulisi tiedottaa selkeästi etukäteen, ennen sopimuksen solmimista. (Luhtasela 2007:148–147.)

Ratkaisuissa on kuitenkin otettava huomioon, että sähköisessä toimikentässä sopimusehtoisin tutustumismahdollisuus saa eri muotoja, kuin perinteisessä ympäristössä. Lisäksi ratkaisussa on otettava huomioon teknologian kehitys. Selvää on kuitenkin se, että jos sopimusehdot ovat laitettu yrityksen verkkosivuille, esimerkiksi usein kysytyjen kysymysten-linkin taakse (FAQ) ei kuluttaja ole saanut tietoja tosiasiallisesti tutustuttavakseen. Ehdot tulee esittää omana kokonaisuutenaan erottuen selkeästi muusta aineistosta. Ehdot tulee olla niin hyvin tiedossa, että kuluttaja ei voi välttyä ehtojen näkemiseltä. (Peltonen & Määttä 2015: 213–214.)

Kansainvälisessä kaupassa käytetään usein yksityiskohtaisia vakiosopimusehtoja. Niiden tavoitteena on säännellä myyjän ja ostajan välinen suhde niin seikkaperäisesti, että mahdollisimman vähän jää merkitystä kysymykselle siitä, minkä valtion lakia sopimukseen on sovellettava. Yleisillä sopimusehdoilla on taipumus olla sisällöltään laatijatahoa suosivia. Erityisiä sopimusehtoja koskien kansainvälistä kauppaa on laadittu esimerkiksi YK:n Euroopan talouskomission ECE:n toimesta. (Wilhelmsson 2006: 17.)

6. LOPPUTULOKSENA VAKIOSOPIMUSTEN SITOMATTOMUUDEN PERIAATTEITA

6.1 Yleiset johtopäätökset

Vakiosopimuksilla on tärkeä rooli liiketalouden kannalta. Niiden avulla pystytään tekemään suuria määriä sopimuksia kustannustehokkaasti, koska varsinaisia sopimusneuvotteluita ei tarvitse käydä jokaisen kanssa yksilöllisesti. Organisaatiossa tämä helpottaa myös sopimusten hallintaa, koska tiedetään, että kaikilla on samat ehdot. Toisaalta vakiosopimukset lisäävät myös yhdenvertaisuutta kuluttajien välillä, sillä jokainen sopimuksen osapuoli on lähtökohtaisesti samanarvoisessa asemassa kuin toinen. Nämä ylläolevat seikat varmistavat sen, että sopimuksia voidaan tarjota laajasti kaikille samalla kaavalla. Tämä puolestaan mahdollistaa liiketoiminnan kasvun, joka on erittäin tärkeää toimivan yhteiskunnan näkökulmasta.

Vakioehtojen liittäminen osaksi kuluttajasopimusta on haastavaa, ja juridisesti täysin aukotonta sopimusta on mahdotonta tehdä. Sopimusoikeudellisista vaatimuksista haastavan tekee se, että sovellettava normisto perustuu paljon säädetyn lain ulkopuolisiin oikeusperiaatteisiin ja oikeuden käytäntöihin. Näiden pohjalta ei päästä yksityiskohtaisiin normimuotoihin. (Hemmo 2008:102.) Tämän tutkielman tarkoituksena oli tunnistaa näitä sopimusoikeuden vaatimuksia ja tutkia sitä, milloin vakiosopimukset voidaan hyväksyä osaksi sopimusta verkkoympäristössä, pelkän klikkauksen avustuksella. Ensimmäisenä tarkastellaan sähköisen ympäristön vaikutusta sopimiseen.

Sähköisiin sopimuksiin sovelletaan samaa lainsäädäntöä, kuin perinteisesti tehtyihin sopimuksiin. Sähköisesti tehty sopimus ei saisi olla este sopimuksen sitovuudelle EU-alueella. Sähköinen ympäristö tuo kuitenkin oman sävynsä sopimuksen sitovuuteen. Maailma on muuttunut nopeasti digitaalisuuden myötä ja erilaisia tekniikoita, joita voi hyödyntää sopimuksen teossa keksitään jatkuvasti. Lainsäädäntö, joka on luotu sopimusoikeuteen, on säädetty eri aikakaudella ja erilaiseen ympäristöön, kun mitä nyt eletään. Pääperiaatteet kuitenkin ovat samat, mutta ne vaativat tulkintaa sekä oikeuskäytännön

ratkaisuja, jotta uutta digitaalista ympäristöä voidaan hyödyntää sopimuksen teossa. Se luo myös osaltaan paineita tulkita lainsäädäntöä. Tulkinta sinällään ei ole ongelma, mutta tulkinta vaatii aina soveltamista. Nämä yhdessä saattavat luoda epävarmuustekijöitä asioiden ratkaisuun.

Tämän lisäksi haastetta sähköisessä sopimisessa luo se, että sopijakumppanit ovat harvoin kasvokkain tekemisissä, vaan sopiminen tapahtuu kokonaan sähköisessä ympäristössä. Näin ollen esimerkiksi kommunikointi tapahtuu usein vain tekniikan välityksellä ja epäselviä tilanteita voi näin ollen syntyä. Myös verkkosivuilla annettun informaation merkitys korostuu, sillä kuluttajan kaupallinen päätöksenteko saattaa perustua hyvin pitkälle, siihen, mitä kulutushyödykkeestä kerrotaan. Verkkosivuilla tulee olla kuluttajan kannalta tarvittavat tiedot, selkeässä ja ymmärrettävässä muodossa. Toisaalta sähköinen ympäristö antaa monia työkaluja informaation tallentamiseen ja sen tuottamiseen, joka saattaa ehkäistä tai olla apuna ristiriitatilanteiden ratkaisemisessa.

Sähköiseen liiketoimintaan liittyy myös rajan ylitykset. Globalisoitunut maailma ja internet mahdollistavat sen, että kuluttaja voi ostaa mistä ja milloin haluaa. Kuluttajalle saattaa tulla kuitenkin epävarmuutta sen suhteen, uskaltaako hän tilata muusta maasta tuotteita. Lainsäädännön harmonisointi erityisesti EU-alueella on erittäin tärkeää. Se kannustaa kuluttajia rajat ylittävään kaupankäyntiin, joka on EU-alueen etu. Harmonisoitu lainsäädäntö ei ehkä vielä toteudu täydellisesti, mutta se on kuitenkin edistysaskel kohti yhdenmukaista lainsäädäntöä. Yhdenmukainen lainsäädäntö parhaimmillaan tukee sekä kuluttajien oikeuksia sekä luo varmuutta elinkeinonharjoittajalle toimia sääntöjen puitteissa.

Tyypillistä sähköisessä sopimisessa on, että vakioehtoja käytetään usein sopimuksen osana. Vakioehtojen haasteena on niiden yksipuolinen sopiminen vahvemman osapuolen, elinkeinonharjoittajan puolelta. Vakiosopimusten käyttämisestä on paljon hyötyä, myös kuluttajien kannalta, mutta niiden kanssa tulee olla tarkkana, sillä kuluttajia saatetaan laittaa haastavaan ja niin sanottuun heikompaan asemaan verrattuna elinkeinonharjoittajaan. Tutkielmassa korostuukin kuluttajien oikeuden heikompana osapuolena ja erityisesti se, että kuluttajien oikeuksia tulee suojata myös tulevaisuudessa.

6.2 Vakiosopimusten sitomattomuuden yleiset periaatteet

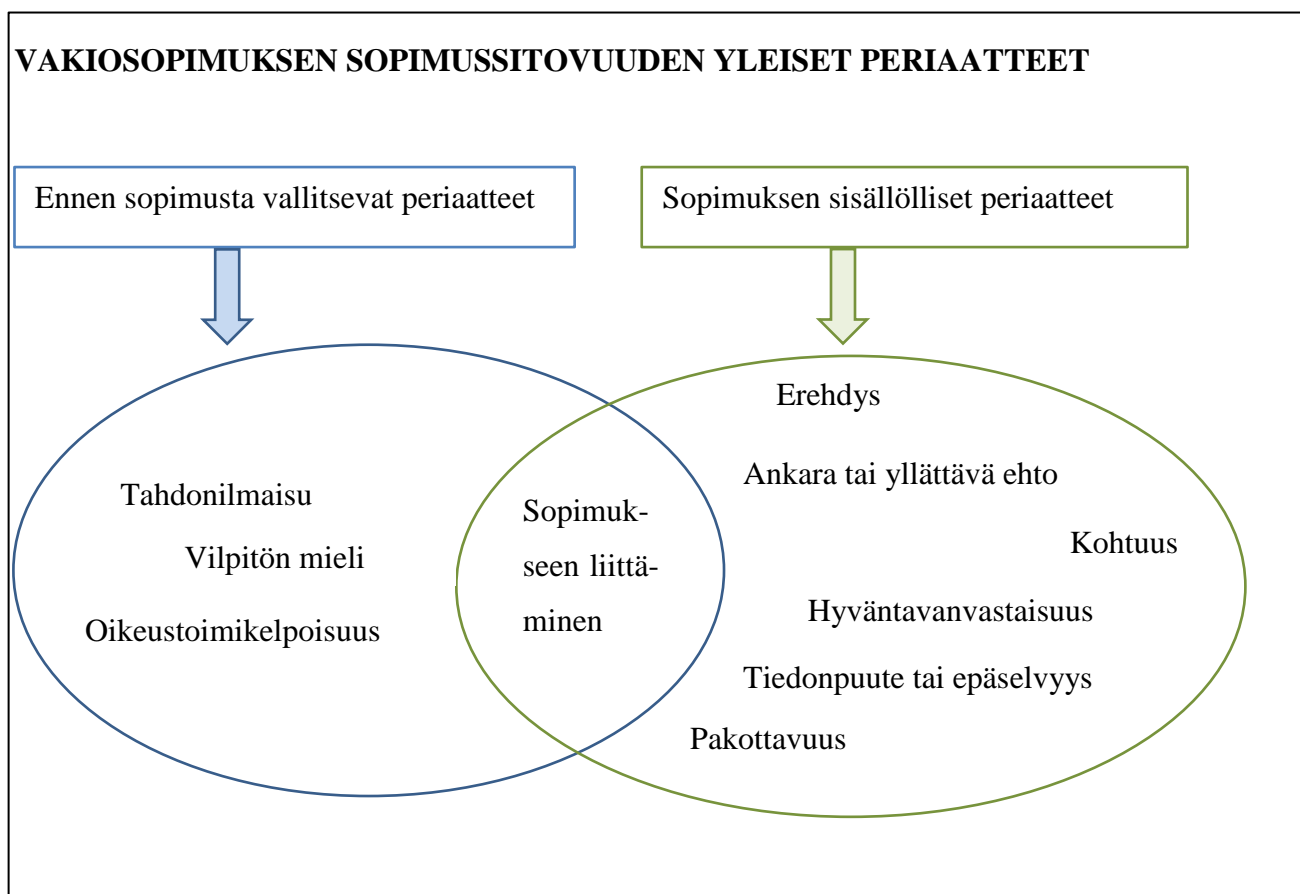
Tutkimustehtävä oli seuraava: voiko sähköisessä ympäristössä klikkaamalla hyväksytyt vakioehdot sitoa kuluttajaa? Tutkimus rakentui kahdesta alaongelmasta, jotka olivat seuraavat:

1. Millaisia piirteitä kuluttajansuojalaki tuo sopimuksen sitovuuteen
2. Mitkä seikat aiheuttavat sopimuksen sitomattomuutta

Klikkaamalla tehdyt sopimukset ovat yleisesti sopimusoikeudessa hyväksytyt tapa solmia sopimus. Haasteita sitovuuteen tuo kuitenkin useat seikat. Sopimuksen laadinnassa tullee olla tarkkana, sillä kuluttajansuojalaki suojaa erityisesti kuluttajaa hyvin laajasti. Kuluttajaa suojataan heikompana osapuolena ja sen erityispiirteenä voidaan pitää sen pakottavuus. Tämän vuoksi vakiosopimusehtojen laadinnassa täytyy olla todella huolellinen. Tärkeää on se, että vakioehdot ovat sisällöllisesti selkeät ja ymmärrettävät. Niistä täytyy löytyä kaikki oleellinen tieto.

Vakioehtojen sisällön oikeellisuus ja ymmärrettävyys eivät itsessään kuitenkaan riitä. Vakioehtojen tulee olla myös kuluttajien helposti saatavilla. Sähköisessä ympäristössä tämä voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että vakioehdot ovat helposti löydettävissä verkkosivuilta. Esimerkiksi vakiosopimusehdot olisi hyvä olla näkyvällä paikalla verkkosivuilla. Tämä mahdollistaa sen, että kuluttaja pääsee tutustumaan ehtoihin hyvissä ajoin, ja aina kun mahdollista.

Vakiosopimusehdot olisi myös hyvä liittää osaksi sopimusta selkeästi. Kuluttajalle olisi hyvä myös toimittaa ehdot vielä henkilökohtaisesti esimerkiksi tilausvahvistuksen tai muun samankaltaisen dokumentin yhteydessä. Lähettämisen lisäksi elinkeinonharjoittajan tulisi rakentaa verkkosivut sellaisiksi, että niistä kuluttaja löytäisi kaiken oleellisen tiedon.



Kuvio 2 Vakiosopimuksen sopimussitovuuden yleiset periaatteet

Yllä oleva kuvio (Kuvio 2.) havainnollistaa vakiosopimuksen sopimussitovuuden yleisiä periaatteita, jotka nousivat esiin tutkielmassa. Ennen sopimusta vallitsevia periaatteita ovat: tahdonilmaisu, vilpitön mieli ja oikeustoimikelpoisuus. Sopimuksen sisällöllisiä periaatteita ovat erehdys, ankara tai yllättävä ehto, kohtuus, hyvántavanvastaisuus, tiedonpuute tai epäselvyys sekä pakottavuus.

Suurilta osin sopimussitovuuden periaatteet näyttivät jakautuvan tilanteisiin sopimusta ennen ja toisaalta sopimuksen aika tapahtuviin asioihin. Tämän vuoksi ne on jaettu kahteen kategoriaan, jotka ovat: ennen sopimusta vallitsevat periaatteet ja sopimuksen sisällölliset periaatteet. Jako ei ole aivan suoraviivaista, ja eri periaatteet saattavat näkyä sopimuksen teon jokaisessa vaiheessa. Ne saattavat mennä myös limikkäin suhteessa toisiinsa. Lista yleisistä periaatteista ei ole myöskään tyhjentävä. Siinä on kuitenkin lueteltu

ne yleiset periaatteet, jotka nousevat erityisesti, kun tutkitaan sähköisten vakiosopimusten liittämistä sopimuksen osaksi.

Lisäksi näiden kahden periaateryhmien välillä on vakiosopimusehtojen liittäminen osaksi sopimusta. Vakioehtojen liittäminen osaksi sopimusta, on laitettu kuviossa keskelle, sillä se on hyvin olennainen osa sopimuksen sitovuutta. Vakioehdot tulee liittää sopimuksen osaksi oikealla tavalla. Kuluttajalla tulee olla mahdollisuus tutustua niihin ennen sopimuksen tekemistä, jotta ehtoihin pystyy tutustumaan kunnolla. Viittaus vakioehtoihin tulee olla myös selkeä ja näkyvä kuluttajalle, jotta hän on varmasti tietoinen mitä on hyväksymässä.

Tahdonilmaisun tulee olla riittävä ja selkeä. Tahto voidaan ilmaista usealla eri tavalla esimerkiksi, vaikka kirjallisesti. Klikkaamalla hyväksytty vakiosopimus on tahdonilmaisunsa puolelta yleisesti ottaen hyväksyttävä ja selkeä. Vilpitön mieli sopimuksen osapuolella voi aiheuttaa sopimuksen sitomattomuutta. Oikeustoimikelpoisuus varmistaa sen, että henkilö voi tehdä ylipäätään sopimuksia. Vajaavaltaisuutta voi aiheuttaa esimerkiksi henkilön alaikäisyys.

Tämän kuvion lisäksi sopimuksen sitovuuteen vaikuttavat myös sopimuksen sisällölliset periaatteet. Erehdys voi olla hyvin tyypillistä sähköisessä kaupankäynnissä, sillä sopimuksia voidaan tehdä hyvinkin nopeasti ja hetken mielijohteesta. Erehdys saattaa johtua myös inhimillisestä virheestä, joka tulee ilmi vasta, kun sopimus on jo lähtenyt eteenpäin käsittelyyn.

Tämän lisäksi myös ankara tai yllättävä ehto voi aiheuttaa sopimuksen sitomattomuutta, jos sitä ei ole kerrottu selkeästi tai erityisesti korostettu kuluttajalle. Ehtoa ei sovelleta, jos se poikkeaa huomattavasti tavanomaisesta ehdosta. Myös kohtuuton vakiosopimusehto saattaa johtaa ehdon sitomattomuuteen. Kohtuuttomuudessa arvioidaan itse ehdon kohtuuttomuutta, mutta myös sitä saattaako se aiheuttaa kohtuuttomuutta. Jos kohtuuton ehto ei sellaisenaan ole täysin kohtuuton ja näin ollen sitomaton, ehdosta voidaan sveltellä. Luonnollisesti myös pakottavaa lainsäädäntöä vastaista ehtoa ei vakiosopimuksissa voi olla. Tämänkaltainen ehto on sitomaton ja asiassa sovelletaan lainsäännöksiä.

Sitomattomuutta saattaa aiheuttaa myös hyvätavanvastainen sopimus tai sopimusehto. Hyvätavanvastaisuus saattaa olla hyvin tulkinnanvaraista. Myös epäselvät sopimukset tai kertomatta jättämiset eivät sido kuluttajaa.

Kaiken kaikkiaan voisi todeta, että vakiosopimuksilla on oma tärkeä merkityksensä liiketoiminnan kannalta. Huomion arvoista on kuitenkin se, että vallitsevassa vakiosopimusviidakossa, otetaan aina huomioon kuluttajien oikeudet heikompana sopijaosapuolena. Tästä johtuen elinkeinonharjoittajalla on suuri vastuu kuluttajasopimusten ja erityisesti vakioehtojen luomisessa. Tärkeintä on vakiosopimusten selkeys, ymmärrettävyys ja se, että elinkeinoharjoittaja varmistaa, että kuluttaja on varmasti ymmärtänyt sopimuksen sisällön.

LÄHTEET

A European Initiative in Electronic Commerce. COM(97) 157. Saatavana internetistä: <ftp://ftp.cordis.europa.eu/pub/esprit/docs/ecomcom.pdf>.

Aarnio, Aulis (1989). Laintulkinnan teoria. Juva: WSOY.

Aarnio, Aulis (2006). Tulkinnan taito. Ajatuksia oikeudesta, oikeustieteestä ja yhteiskunnasta. Helsinki: Talentum Media Oy. Saatavan internetistä: http://verkkokirjahylly.talentum.fi.proxy.uwasa.fi/teos/CACBCXETCF?_ga=1.100098141.2104074565.1462955128#/kohta:5.

Annola, Vesa (2012). Sopimustulkinnan subjektiivisuus ja objektiivisuus. Edilex-artikkeli. Saatavana internetistä: <https://www-edilex-fi.proxy.uwasa.fi/artikkelit/8500.pdf>. Luettu 24.10.2016.

Annola, Vesa (2016). Sopimustulkinta - teoria, vaiheet, menettely. Helsinki: Talentum Pro.

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2000/31/EY. Saatavana internetistä: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=CELEX:32000L0031>.

Halila, Heikki & Hemmo, Mika (2008). Sopimustyytit. Helsinki: Talentum.

Hemmo, Mika & Hoppu, Kari (2016). Sopimusoikeus. Helsinki: Talentum Media Oy.

Hemmo, Mika (2003). Sopimusoikeus I. Helsinki: Talentum.

Hemmo, Mika (2005). Sopimusoikeus III. Helsinki: Talentum.

Hemmo, Mika (2007). Velvoiteoikeuden perusteet. Helsinki: Helsingin yliopiston oikeustieteellisen tiedekunnan julkaisuja.

Herler, Brita, Kristina (2015). Kuluttajasuojalain kommentaari. 9. uudistettu painos. Vaasa.

Hirvonen, Ari (2011). Mitkä metodit? Opas oikeustieteen metodologiaan. Helsinki: Yleisen oikeustieteen julkaisuja 17. Saatavana internetistä: http://www.helsinki.fi/oikeustiede/tutkimus_ja_julkaisut/julkaisut/yleinen_oikeustiede/hirvonen_mitka_metodit.pdf. Luettu 10.10.2016.

Hoppu, Esko & Hoppu, Kari (2011). Kauppa- ja varallisuus oikeuden pääpiirteet. Helsinki: Talentum Media Oy.

Hurmerinta, Anna (2015). Vakioehtojen soveltaminen sopimussuhteeseen. Edilex-artikkeli. Oikeustieto. Saatavana internetistä: <https://www-edilex-fi.proxy.uwasa.fi/oikeustieto/15760.pdf>. Luettu 20.10.2016.

Kaisto, Janne & Lohi, Tapani (2013). Johdatus varallisuus oikeuteen. Helsinki: Talentum Media Oy.

Kuluttaja-asiamies (2014). Saatavana internetistä: <http://www.kkv.fi/Tietoa-KKVsta/kuluttaja-asiamies/>. Luettu 5.2.2017.

Kurkela, Matti S (2003). Globalisoitunut sopimuskäytäntö ja sopimusoikeudelliset periaatteet. Helsinki: Edita.

Laine, Juha (2001). Verkkokauppa oikeus. Porvoo: WSOY.

Lainlaatijan EU-opas (2012). Kansallisten säädösten valmistelua koskevat ohjeet. Oikeusministeriö. Saatavana internetistä: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/76354/omso_11_2012_lainlaatijan_eu-opas_66_s.pdf?sequence=1. Luettu 19.3.2017.

Luhtasela, Harri (2007). Sähköisen kuluttajakaupan sääntely Euroopan unionissa ja Yhdysvalloissa. Väitöskirja. Vaasan yliopiston julkaisuja. Saatavana internetistä: http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-189-5.pdf.

Luhtasela, Harri (2011). Sopimattomat kaupalliset menettelyt sähköisessä kuluttajakaupassa. Väitöskirja. Vaasan yliopiston julkaisuja. Saatavana internetistä: <http://www.uwasa.fi/julkaisusarjat/luettelo/?sarja=9>.

Mononen, Marko (2001). Sopimusoikeuden materiaalisuudesta. Väitöskirja. Helsinki: Linnari Oy. Luettu 23.11.2016. Saatavana internetistä: <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/18338/sopimuso.pdf?sequence=2>.

Neuvoston direktiivi 93/13/ETY. Kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista. Saatavana internetistä: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31993L0013:fi:HTML>.

Niemi, Marja-Leena, toimittaja (2016). Oikeus tänään: Osa 1. Rovaniemi: Lapin yliopisto 2016.

Norros, Olli (2012). Velvoiteoikeus. Helsinki: Talentum Media Oy.

Oikeuslähteet (2006). European Justice. Saatavana internetistä: https://e-justice.europa.eu/content_member_state_law-6-fi-maximizeMS-fi.do?member=1.

Peltonen, Anja & Määttä, Kalle (2015). Kuluttajansuojaoikeus. Helsinki: Talentum Media Oy.

Saarnilehto, Ari (2005). Vastuun rajoitukset riskien hallinnassa ja vakioehdot. Edilex-artikkeli. Saatavana internetistä: <https://www-edilex-fi.proxy.uwasa.fi/artikkelit/2666.pdf>. Luettu 7.11.2016.

Saarnilehto, Ari (2005). Pääasiat velvoitteesta. Helsinki: WSOY.

Saarnilehto, Ari (2009). Sopimusoikeuden perusteet. Helsinki: Talentum.

Saarnilehto, Ari (2000). Varallisuus oikeuden kantavat periaatteet. Helsinki: Werner Söderström lakitieto 2000.

Tolonen, Hannu (2003). Oikeuslähdeoppi. Helsinki: WSOY.

Tuori, Kaarlo (2007). Oikeuden ratio ja voluntas. Helsinki: WSOYpro.

Whatsapp-sovelluksen juridiset tiedot. Käyttöehdot ja tietosuojat. Saatavana internetistä:
<https://www.whatsapp.com/legal/>.

Wilhelmsson, Thomas (2008). Vakiosopimus ja kohtuuttomat sopimusehdot. Helsinki: Talentum Media Oy.

Wilhelmsson, Thomas, Sevón, Leif, Koskelo, Pauliine (2006). Kauppalaian pääkohdat. Talentum Media Oy.

Ämmälä, Tuula (2006). Suomen kuluttajaoikeus. Talentum Media Oy.

OIKEUSTAPAUSLUETTELOKorkein oikeus

1978	KKO 1978-II-126	50 s.
1.2.1983 taltio 2352/82	KKO 1983 II 9	43 s.
30.5.1990 taltio 1531	KKO 1990:74	50 s.
16.4.1993 taltio 1393	KKO 1993:45	43, 46 s.
14.10.1993 taltio 3482	KKO 1993:130	28 s.
18.12.2001 taltio 2649	KKO 2001:128	30 s.
23.5.2008 taltio 1024	KKO 2008:53	51 s.
30.1.2013 taltio 173	KKO 2013:5	47 s.

Markkinaoikeus

4.10.1991	MT 1991:012	46 s.
29.5.2009	MAO 257/09	49 s.
30.4.2010	MAO 186/10	46 s.

Kuluttajariitalautakunta

11.3.2015	KRIL 557/36/2014	52–53 s.
-----------	------------------	----------

Kilpailu ja kuluttajavirasto

KKV 26.3.2014	KUV/5373/41/2012	34 s.
KKV 18.4.2016	KKV/1197/14.08.01.05/2015	31 s.