

Verkkokaupan logistiikka Venäjällä

- suomalaisten verkkokaupan logistiikka Venäjälle



Kansainvälinen liiketalous ja logistiikka

<p>Tekijä tai tekijät Lidia Yalovaya</p>	
<p>Raportin nimi Verkkokaupan logistiikka Venäjällä - suomalaisten verkkokaupan logistiikka Venäjälle</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 51+12</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Mäkäräinen-Suni Irma</p>	
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia Suomesta Venäjälle suuntautuvan verkkokaupan logistiikka. Tutkimuksessa pyritään selvittämään, miten käytännössä verkkokaupan logistiikka Suomesta Venäjälle toimii. Tutkimuksessa tuodaan esille, kuinka tilauksen tekeminen ulkomaalaisessa verkkokaupassa tapahtuu ja miten tuote toimitetaan loppuasiakkaalle. Tutkimuksessa selvitetään myös rajan ylittävään logistiikkaan liittyviä mahdollisia haasteita ja niiden ratkaisukeinoja. Lisäksi tutkitaan, mitä asiakirjoja ja sertifikaatteja vaaditaan tullauksessa ja postilähetyksessä Venäjälle.</p> <p>Työn toimeksiantajana on Suomalais–Venäläinen kauppakamariyhdistys ry. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää Suomalais–Venäläiselle kauppakamariyhdistys ry:lle Suomesta Venäjälle suunnattavan verkkokaupan logistiikkaa käytännössä.</p> <p>Opinnäytetyö perustuu kvalitatiiviseen tutkimukseen. Tutkimuksen kohteeksi on valittu yksi suurimmista suomalaisista verkkokaupoista, jonka yhdestä vientikohteista on Venäjä ja seitsemän suomalaista logistiikka-ala yritystä, jotka vievät Venäjälle.</p> <p>Tutkimustulokset perustuvat kahdeksaan teemahaastatteluun. Haastattelujen tarkoituksena on selvittää haastateltavaksi valittujen henkilöiden kokemusten kautta vähän tiedettyistä asioista, avata paremmin vaikeasti ymmärrettäviä kohteita ja kuvata, miten valtiollista rajaa ylittävä verkkokauppa ja logistiikka toimii käytännössä. Haastattelujen kautta saadaan selville, miten asiakas Venäjällä pystyy tekemään ostoksen suomalaisessa verkkokaupassa, minkälaisiin vaiheisiin tilaus joutuu, mitä vaatii onnistunut toimitus, minkälaisiin vaikeuksiin yritys törmää ja mitä mahdollisia ratkaisukeinoja on olemassa.</p>	
<p>Asiasanat SVKK, Kansainvälinen kauppa, Venäjän Federaatio, EMS</p>	

International Business and Logistics

<p>Authors Lidia Yalovaya</p>	
<p>The title of thesis E-commerce logistics in Russia -Finnish e-commerce logistics to Russia</p>	<p>Number of pages and appendices 51+12</p>
<p>Supervisor(s) Mäkäräinen-Suni Irma</p>	
<p>The objective of this study is to describe the e-commerce logistics from Finland to Russia. The study examines how the logistics of e-commerce work in practice, how customers in Russia make and get online purchases. The study also investigates the potential challenges of cross-border logistics and their solutions. In addition, the study aims to identify what documents and certificates are required for customs clearance in Russia.</p> <p>The commissioner of this research is the Finnish–Russian Chamber of Commerce Association. The aim of this study is to determine the logistics of e-commerce between Finland and Russia.</p> <p>This study is a qualitative research. The case study was conducted by one of the biggest Finnish online store who has one of their export destinations as Russia and seven Finnish logistics companies who distribute to Russia.</p> <p>The research results are based on eight thematic interviews. The aim of interviews is to find out interviewee’s experiences and knowledge of selected themes. Through these interviews we will found out how customers from Russia could make a purchase in Finnish online stores, what kind of phases the orders will have, what a successful requires and what possible solutions exist.</p>	
<p>Key words FRCC, International trade, Russian Federation, EMS</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimusongelma	1
1.2	Tutkimuksen rakenne	2
1.2.1	Suomalais-Venäläinen kauppakamari ry.....	2
1.2.2	Suomalais-Venäläisen kauppakamarin edustustot	3
1.2.3	Suomalais-Venäläisen kauppakamarin edistämismatkat	3
1.2.4	Finnish Business in Russia.....	4
2	Kansainvälinen kauppa	5
2.1	Kansainvälinen logistiikka	6
2.2	Kansainvälinen verkkokauppa.....	8
2.3	Venäjän Federaatio.....	11
2.4	Venäjän talous.....	12
2.5	Venäjän ulkomaankauppa	14
2.6	Venäjän ja Suomen välinen kauppa	15
2.7	Venäjän ja Suomen logistinen järjestelmä.....	17
2.8	Internet Venäjällä	18
2.9	Verkkokauppa Venäjällä.....	19
2.10	Online-maksujärjestelmä Venäjällä	22
2.10.1	QIWI-maksutapa	24
2.10.2	Yandex.Money	25
2.11	Verkkokaupan haasteet.....	25
2.12	Sertifiointi Venäjällä	27
2.12.1	GOST-sertifikaatti	28
2.12.2	Vapautuskirje.....	28
2.12.3	Vastaavuusvakuutus	29
2.13	Kansainvälisen postilähetyksen asiakirjat.....	29
3	Empiirinen osuus	32
3.1	Tutkimusmenetelmät	32
3.2	Haastattelun suunnittelu ja toteutus	32
	Taulukko 1. Yritys ja asema organisaatiossa.....	33
3.3	Haastattelukysymykset.....	34
3.4	Empirian tulokset ja analysointi	34

4 Johtopäätökset ja pohdinta.....	43
4.1 Jatkotutkimusehdotukset.....	50
Kuviot	52
Lähteet	53
Liitteet	58
Liite 1. Haastattelukysymykset 1	58
Liite 2. Haastattelukysymykset 2	59
Liite 3. Haastattelun verkkokauppayrityksen toimitusketju	60
Liite 4. Vastaavuussertifikaatti.....	61
Liite 5. Vastavuusvakuutus	63
Liite 6. Tulli-ilmoitus CN 23.....	64
Liite 7. Tulli-ilmoitus CN 22.....	65
Liite 8. Osoitelomake EMS E 1	66

1 Johdanto

Tutkimus on ajankohtainen, sillä nykypäivänä verkkokauppa on maailmanlaajuisesti kasvava trendi. Venäjällä verkkokauppa laajenee yhä enemmän, sillä vuoden 2013 aikana verkkokauppa tuotti 470 miljardia ruplaa ja viime vuoden tietojen mukaan päivittäin noin 30 miljoona ihmistä tekee verkko-ostoksia Venäjällä.

Venäjä on Suomen yksi tärkeimmistä kauppakumppaneista ja yksi mielenkiintoisimmista tutkimuksen kohteista. Suomen ja Venäjän välillä oleva verkkokauppa ja sen logistiikka kasvavat ja kehittyvät. Tällä alueella toimivien yritysten täytyy kehittää toimintaansa samaan tahtiin, jotta vienti onnistuisi ja myyvä yritys pystyisi välttämään suuria vaikeuksia.

Tutkimustyöni toimeksiantajana on Suomalais–Venäläinen kauppakamariyhdistys ry. Suomalais–Venäläisen kauppakamarin päivittäinen toiminta rakentuu Suomen ja Venäjän välisiin molemminpuolisiin kauppasuhteisiin. SVKK:n laajojen päivittäisten toimintojen lisäksi se tekee jatkuvasti Suomen ja Venäjän kaupan markkinointitutkimuksia ja siten on myös ajankohtaista tutkia verkkokaupan logistiikkaa Suomesta Venäjälle.

1.1 Tutkimusongelma

Tutkimusongelmana on, miten käytännössä Suomessa toimiva verkkokauppa toimittaa tuotteensa Venäjällä oleville asiakkaille. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten Venäjällä oleva asiakas tekee ostoksensa suomalaisesta verkkokaupasta, miten suomalaisten verkkokaupan logistiikka toimii, miten varastointi järjestyy, minkälaisiin mahdollisiin haasteisiin ja ongelmiin yritys voi törmätä viedessään tavaraa Venäjän rajan yli.

1.2 Tutkimuksen rakenne

Tutkimuksen teoreettisessa osuudessa pohditaan yleisesti kansainvälisen kaupan ja logistiikan ominaispiirteitä ja avataan hieman kansainvälistä verkkokauppaa. Sen jälkeen kerrotaan Suomen ja Venäjän välisestä kauppaa- ja logistiikka tilanteesta. Lisäksi pohditaan kansainvälisen logistiikan ja verkkokaupan haasteita. Teorian loppuosassa kerrotaan yleisesti sertifiointista Venäjällä, Venäjän rajan ylittämiseen tarvittavista asiakirjoista kansainvälisen logistiikan ja verkkokaupan kannalta.

Tutkimuksen empiirinen osuus koostuu kvalitatiivisista teemahaastatteluista. Haastatteluihin on valittu yksi suomalainen verkkokauppa ja lisäksi seitsemän suomalaista yritystä, joilla on vientitoimintaa Venäjälle tai heillä on tytäryhtiö Venäjällä. Haastatteluihin osallistuvat yrityksiä edustavat henkilöt, joilla on kokemusta kansainvälisestä verkkokaupasta ja logistiikasta.

Viimeisessä osiossa on tutkimustuloksien analysointi. Tässä osuudessa saatuja tuloksia pyritään avaamaan ja selittämään teemoittain.

Tutkimuksen avulla SVKK ry sekä myös kansainvälisestä verkkokaupasta ja logistiikasta kiinnostuneet yritykset voivat saada käytännöllistä tietoa sekä tietoa yleisimmistä haasteista ja ongelmista, joihin yritys voi törmätä viedessään tavaraa Venäjälle. Tutkimuksen tulokset voivat olla myös hyödyllisiä kansainvälistä kauppaa jo harjoittaville yrityksille jotka haluavat lisää tietoa verkkokaupan logistiikasta Suomesta Venäjälle.

1.2.1 Suomalais-Venäläinen kauppakamari ry

Suomalais–Venäläinen kauppakamariyhdistys ry (SVKK ry) on perustettu vuonna 1946. Sitä lähtien SVKK ry palvelee suomalaisia ja venäläisiä yrityksiä, jotka tarvitsevat neuvoa kansainvälistymiseen. SVKK ry:n tavoitteena ei ole saada rahallista voittoa, vaan edistää yhteistyötä suomalaisten ja venäläisten yritysten välillä. Kauppakamarin suomalaisten ja venäläisten jäsenien määrää kasvaa. Jäsenet ovat hyvin eri aloilta. Jou-

kossa löytyy yrityksiä muun muassa: maatalous-, rakennus-, teollisuus-, logistiikka- ja IT aloilta.

1.2.2 Suomalais-Venäläisen kauppakamarin edustustot

Suomalais-Venäläisen kauppakamarin toimistot sijaitsevat sekä Suomessa että ympäri Venäjää. Päätoimisto sijaitsee Helsingissä. Helsingin toimistossa autetaan venäläisiä yrityksiä pääsemään Suomen markkinoille, neuvotaan venäläisiä ja suomalaisia yrityksiä juridisissa kysymyksissä, järjestetään seminaareja, tapahtumia, koulutuksia ja tehdään markkinointitutkimuksia.

Venäjän puolella toimivia SVKK:n edustustoja on Moskovassa, Pietarissa ja Jekaterinburgissa. SVKK:n pääedustusto sijaitsee Moskovassa. Moskovan toimisto palvelee Moskovan ja Moskovan seudun venäläisiä yrityksiä, jotka tavoittelevat pääsyä Suomen markkinoille ja ovat kiinnostuneita tekemään yhteistyötä suomalaisten yritysten kanssa.

SVKK:n edustustolla Pietarissa on oma etunsa. Maantieteellisesti se on lähellä Suomea kuten Lappeenrantaa, Helsinkiä ja Turkuu. Pietarissa toimii suuri määrä suomalaisten yritysten tytäryrityksiä, kuten esimerkiksi Finnair, Skaala, Nurminen Logistics ja DHL. Suurin osa Pietarissa toimivista suomalaisista yrityksistä käyttää jatkuvasti SVKK:n palveluja osallistumalla muun muassa seminaareihin ja tapahtumiin.

1.2.3 Suomalais-Venäläisen kauppakamarin edistämismatkat

SVKK järjestää jatkuvasti vienninedistämismatkoja ympäri Venäjää. SVKK:n edustustot Venäjällä hoitavat jokainen omaa aluettaan. Pietari tekee edistämismatkoja Pietaria ympäröivälle Leningradin alueelle, Moskova Moskovan alueelle ja Jekaterinburg Sverdlovskajan alueelle.

Vienninedistämismatkojen tavoitteena on tutustua uusiin alueisiin ja mahdollisuuksiin. Niihin osallistuu venäläisiä ja suomalaisia yrityksiä. Ohjelma on laaja ja kestää pari päivää. Edistämismatkojen vierailukohteita valitaan osallistujien kiinnostuksen mukaan. Monesti yrityksiä kiinnostaa teollisuus, joten matkojen yhtenä päätarkoituksena on tu-

tustua alueen teollisuuteen. Keväällä 2015 Pietarin toimistossa järjestettiin vienninedistämismatkat Pihkovan ja Sverdlovskaja alueille.

Vienninedistämismatkan järjestäminen on työläs prosessi. Se vaatii aikaa ja yhteydenottoa useisiin kontakteihin. SVKK:n projektista vastaavat henkilöt aloittavat edistämismatkan valmistelut pari kuukautta aikaisemmin.

1.2.4 Finnish Business in Russia

SVKK:n suurin ja tärkein tapahtuma on Finnish Business in Russia. Se on ainutlaatuinen tilaisuus suomalaisten ja venäläisten yritysten välisessä liike-elämässä. Finnish Business in Russia foorumin tarkoituksena on tutustuttaa Venäjän elinkeinoelämä uusiin suomalaisiin innovaatioihin ja teknologiaan, isoihin suomalaisiin teollisuusyrityksiin, saada kontakteja ja mahdollisesti löytää kauppakumppaneita. Foorumi pidetään loka-kuussa 2016 jo kuudetta kertaa. Tapahtuma järjestetään vuorotellen Moskovassa ja Pietarissa. Finnish Business in Russia -tapahtuma kerää ympärilleen yrityksiä eri aloilta, joten teemaistuntojen valikoima on laaja. Esimerkiksi Finnish Business in Russia 2015, joka pidettiin Pietarissa, teemaistuntoihin kuului: rakennus, informaation teknologia, investointi, teollisuus ja palvelut kuten logistiikka.

2 Kansainvälinen kauppa

Kansainväliseksi kaupaksi kutsutaan valtioiden välisten rajojen ylittäviä tavaroiden ja palvelujen virtoja (Lahikainen 2015, 1). Satojen vuosien ajan valtiot ovat käyneet kauppaa keskenään. Yhtenä syynä on maan sisällä olevien tavaroiden ja palvelujen tuottamisen riittämättömyys. Kansainvälinen kauppa on myös edullista, sillä tiettyjen tavaroiden ja palvelujen osto naapurilta on edullisempaa kuin niiden tuottaminen omassa maassa. Kotimaassa toimivaa yritystä hyödyttää maantieteellinen monipuolisuus, joka lisää myyntiä ja markkinaosuutta. (Grant (2012, 198.)

Globaalissa maailmassa viimeisen kahden vuosikymmenen aikana kansainvälinen kauppa on laajennut ja kehittynyt. Kansainvälisen kaupan kasvuun ovat vaikuttaneet monet tekijät kuten tekniikan kehitys, kauppasuhteiden laajentuminen, kaupan esteiden ja kuljetuskustannusten väheneminen. (Newby 2013, 65.)

Lahikainen (2015, 1) mainitsee, että kansainvälinen kauppa on moniulotteinen prosessi. Kansainvälistä kauppaa harjoittavat valtiot tekevät keskenään sopimuksia, joiden tavoitteena on tukea ja pitää kaupan käynti oikeudenmukaisena. Yhteisiä kaupan sääntöjä noudatetaan myös maan sisällä perustuvissa liittoutumisissa.

Kansainvälisessä kaupassa on joukko rajoituksia. Esimerkiksi kansainvälistä kauppaa käyvät valtiot asettavat maksuja ja rajoituksia tuonnille. Tällä tavalla ne suojaavat omaa tuotantoaan ulkomaalaisilta kilpailijoilta. Kansainvälisessä kaupassa tulli on yksi tärkeimmistä rajoitustekijöistä. Se asettaa maksut tuonnille ja varmistaa maahan tuotettujen tavaroiden turvallisuuden. (Lahikainen 2015, 1.)

Valtiot pystyvät kuitenkin helpottamaan kansainvälisen kaupan käyntiä supistamalla kauppaa rajoittavia tekijöitä esimerkiksi tekemällä kahdenkeskisiä sopimuksia tai muodostamalla valtioiden välisiä liittoutumia. Valtioiden välisissä sopimuksissa voi sopia

tiettyjen tavaroiden tuonnin tullivapaudesta. Tällöin kaupankäynti lisääntyy ja helpottuu. (Lahikainen 2015, 2.)

Suomi pienenä valtiona on riippuvainen ulkomaankaupasta, sillä se ei voi tuottaa tarpeeksi raaka-aineita muun muassa energiaa varten ja tavaroiden valmistamista varten, mikä pakottaa tuomaan raaka-aineita ulkomailta. Tässä Venäjä on Suomen yksi tärkeimmistä kumppaneista sekä kaupankäynnissä että myös kulttuurissa. Kansainvälinen kaupankäynti on tärkeää, sillä se on kotimaan hyvinvoinnin kasvutekijä. (Lahikainen 2015, 1.)

2.1 Kansainvälinen logistiikka

Vielä kymmenen vuotta sitten kansainvälisen logistiikan termin määrittäminen oli yksinkertaisempaa mitä nykyaikana. Kansainvälisellä logistiikalla tarkoitettiin kansallisvaltioiden rajoja ylittäviä kuljetuksia. Sen jälkeen, kun Eurooppa yhdentyi, kansainvälisen logistiikan määrittäminen muuttui. Nykypäivänä kansainvälinen logistiikka on lähinnä sitä, että kuljetetaan tavaroita ulkopuolisiin maihin. Kuitenkin Euroopan jäsenmaiden välillä toimivaa merikuljetusta pidetään kansainvälisenä logistiikkana ja siinä noudatetaan kansainvälisiä sopimuksia. (Karhunen & Hokkanen 2007, 23–24.)

Nykyään logistiikka on mukana melkein kaikissa näkökohdissa tavallisen ihmisen jokapäiväisessä elämässä. Ilman logistiikka meillä ei olisi niin suurta tuotteiden, tavaroiden ja palvelujen valikoimaa. Melkein kaikilla normaaliin elintasonottuneilla ihmisillä on taulutelevisio, tietokone tai kännykkä, jotka on valmistettu jossakin aasialaisessa maassa ja kansainvälisen logistiikan ansiosta tuotu kotimaahan. (Grant 2012, 1.)

Karhusen, Pourin & Santalan (2014, 23) mukaan kansainvälinen logistiikka on valtavan suuri prosessi. Se koostuu monista vaiheista. Kansainvälinen logistiikka on ihmisten, koneiden, ajan ja monien muiden tekijöiden yhteistyötä. Jokaisella tekijällä on oma tehtävänsä, mistä voi riippua koko ketjun toiminta. Se alkaa esimerkiksi tuotannon raaka-aineiden tai tuotteiden osien hankinnasta ja jatkuu aina myynnin jälkeisten palveluiden tuottamiseen. Sen prosessit koostuvat muun muassa kuljetuksesta, varastoinnista, huollinnasta, jakelusta ja paluulogistiikasta. Logistiikkaketjuun kuuluu muun muassa raaka-

aineiden tai tuotteiden osien hankinta, valmistuksen ohjaaminen, myyntipalvelu ja jakelu kuten varastointi ja kuljetus.

Ritvanen & Koivisto (2007, 135) toteavat, että globalisaation mukana on tullut uusia riskitekijöitä. Esimerkiksi suomalainen yritys ei saa ajoissa toimitusta Yhdysvalloista, on yrityksen muutettava toimintasuunnitelmaansa ja toimittava nopeasti, sillä se vaikuttaa suoraan toimitusketjuun ja loppujen lopuksi asiakkaaseen, joka ei voi odottaa.

Kansainvälistä ja kansallista logistiikka verrattaessa Karhunen & Hokkanen (2007, 24) löytävät yhteneväisyyksiä muun muassa kuljetus muodoissa. Kansainvälisissä ja kansallisissa kuljetuksissa voi käyttää sellaisia kuljetusmuotoja kuten maantie-, rautatie-, vesi-, ilma-, yhdistetyt- ja putkikuljetukset. Kansainvälisessä logistiikassa putkikuljetusten ohella kaikkia muita kuljetusmuotoja käytetään säännöllisesti. On olemassa kuljetusmuodolle EU standardit, joita on tarkasti noudatettava tulliselvitystä varten.

Suomessa kansallisessa kuljetuksessa maantiekuljetus on käytetyin kuljetusmuoto, kun taas Suomen kansainvälisissä kuljetuksissa merikuljetus on eniten käytetty kuljetusmuoto. Kansainvälisissä kuljetuksissa rautatiekuljetusmuoto on toiseksi suosituin, sillä Venäjältä tuodaan valtaosa raaka-aineista rautateitse. (Karhunen & Hokkanen 2007, 24.)

Käytännössä kansainvälinen logistiikka on tavaroiden virta maiden rajojen yli. Yritykset tekevät hankintoja ulkomailta ja vievät tavaransa ulkomaille. Tuotteiden, rahan ja ihmisten liikkuminen oman maan ulkopuolelle kasvaa koko ajan. Kun yritysten markkina-alue ylittää oman maan rajan, sen on entisestään tärkeämpää pitää huolta tuotteiden viennistä, myydä tehokkaasti ja pystyttävää ennustamaan muutoksia. (Ritvanen & Koivisto 2007, 134–136.)

Ritvanen & Koivisto (2007, 134–136) pohtivat, että menestystä tavoitteleva kansainvälistä logistiikkaa harjoittava yritys toimii 24/7- periaatteella. Se tarkoittaa sitä, että aikavyöhykkeistä riippumatta yritys elää aktiivista elämää 24 tuntia päivässä ja 7 päivää viikossa. Se seuraa omaa viennin ja tuonnin tilannetta online-tilassa, reagoi ajoissa ja nopeasti muutoksiin, palvelee asiakkaita eri puolilta maailmaa ja tekee paljon muuta oman kasvun ja kehityksen eteen.

Ritvasen & Koiviston (2007, 134–138) mukaan kansainvälistä logistiikkaa harjoittaville yrityksille huipulle pääseminen ei riipu esimerkiksi poliittisesta tilanteesta, alueellisesta kulttuurista tai elinkeinoista. Yrityksen on suunniteltava hyvin toimintaprosessinsa, toimitusketjunsä ja hallittava tietoverkostonsä. Lisäksi kansainvälistä kauppaa harjoittavien yritysten on pohdittava sellaisia tärkeitä kysymyksiä kuten varastointia, sillä esimerkiksi suuri varastointi on kustannuksellista, mutta toisaalta varastoinnin pitäminen pienenä ei ole aina kannattava ratkaisu. Nykyään kansainvälistä liiketoimintaa edesauttaa jatkuva kiristynvä kilpailu, kehittyvä infrastruktuuri ja tietotekniikan buumi.

Inkiläinen (2009, 36) toteaa, että kymmeniä vuosia sitten suljetussa Suomessa kansainvälistä logistiikkaa harjoittavien yritysten tavaroiden kuljettaminen kaukomailta kotimaahan ja jakelu asiakaspisteisiin tapahtui kovalla kiireellä. Vähitellen tavaraa alettiin säilyttää keskeisillä paikoilla, satamavarastoissa tai jakelukeskuksissa ja odotettiin maltillisesti asiakkaiden lisäohjeita.

2.2 Kansainvälinen verkkokauppa

Kennethin & Traversin (2015, 49) mukaan sähköinen kaupankäynti on Internetin, verkon ja sovelluksien käyttö liiketoiminnan harjoittamisessa. Verkkokauppa on kauppa, joka Internetin välityksellä mahdollistaa kaupallista asiointia kuten tavaroiden ja palvelujen myyntiä tai ostoa.

Chaffey (2009, 10) toteaa, että useimmiten ihmiset ajattelevat, että sähköinen kaupankäynti on ostoksien tekemistä Amazonin kaltaisissa suurissa sähköisissä kaupoissa. Kuitenkin sähköinen kauppa on paljon muutakin kuin organisaation ja asiakkaiden välillä oleva rahojen siirto. Sähköinen kauppa on sähköisessä muodossa olevien liiketapahtumien välittäminen organisaation ja kaikkien niiden tahojen välillä, joiden kanssa se tekee yhteistyötä.

Waters (2010, 119) kuvaa online-kauppaa fyysisten tuotteiden käsittelynä ja niitä paikkaan toiseen siirtämisenä. Tuotteiden käsittelyllä tarkoitetaan fyysisten tuotteiden valintaa ja pakkausta, ja siirtämisellä tarkoitetaan tuotteiden toimittamista, hakemista ja paluu-

logistiikka. Kuitenkin Internetistä ostettu tavara ei voi olla loppukuluttajalla käytössä ennen kuin se on toimitettu hänelle oikeana määränä ja hyvässä kunnossa, ja hänen määräämälleen paikalle ja määräämällään ajalla.

Verkkokauppojen asiakaskunta on ryhmä ihmisiä, jotka voi asioida verkkokaupoissa missä tahansa maailmassa kaikkina kellonaikoina. Toisaalta se aiheuttaa verkkokauppayritysten toimintaan työtä, stressiä ja haasteita. (Ritvanen & Koivisto 2007, 134–135.)

Tämänpäiväinen sähköinen kaupankäynti eroaa merkittävästi seitsemän vuotta sitten olleesta sähköisestä kaupankäynnistä. Suuren muutoksen ovat tuoneet älypuhelin ja tabletilaitteet. Ensimmäinen iPhone, joka julkaistiin vuonna 2007, valloitti markkinat ja vuonna 2010 julkaistu ensimmäinen iPad on nykyään useiden sukupolvien käytössä. (Kenneth & Travers 2015, 4.)

Ritvasen & Koiviston (2007, 134–135) mukaan kansainvälistä kauppaa tekeväälle yritykselle verkostoituminen on yksi tärkeimmistä kasvutekijöistä. Yritys hoitaa verkossa muun muassa asiakaspalvelua, myyntiä, tuotekehitystä ja jakelua. Nykyään yritykselle verkostoituminen on välttämätöntä, jotta se pystyisi entistä enemmän tekemään kannattavia investointeja, lisäämään markkinointiaan ja hankintojaan.


Sakki (2014, 120–121) toteaa, että verkossa yrityksen avoimuus ja sosiaalisuus on yksi tärkeimmistä tekijöistä, sillä asiakkaan huomioiminen antaa kuvan koko yrityksen toiminnasta.

Ritvasen & Koiviston (2007, 134) mukaan yhä enemmän kontakteja ylläpidetään nykyään sähköisessä muodossa. Kontaktien ylläpitämistä varten on olemassa peruspalveluja ja niiden määrä kasvaa. Esimerkiksi virtuaalista työtilaa varten nettisivulle (www.eroom.com) on luotu Documentum-yhtiö (kuvio 1). Se on alusta ihmisille, jotka käyttävät sitä oman kiinnostuksensa mukaan. Documentum-yhtiössä on mahdollista käsitellä suurikokoisia projekteja, suunnitelmia ja esityksiä.


EMC² Back to top ▲

CONTENT MANAGEMENT OVERVIEW INDUSTRIES SERVICES CUSTOMERS


A complete content strategy
transforms content and your organization.




Business and process transformation uses comprehensive content management.
[Explore »](#)




A next generation content platform and marketplace of apps and solutions.
[Explore »](#)



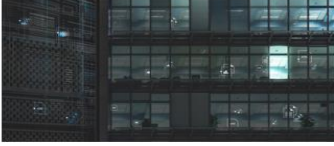
IT transformation takes advantage of application modernization and archiving.
[Explore »](#)



EMC NAMED A LEADER
Forrester Research on ECM - 2015
[Read the reports »](#)



MOMENTUM 2016 AT EMC WORLD
Register now for the May 2-5, 2016 content management event
[Learn more »](#)



EMC INFOARCHIVE
How much of your information do you use?
[Watch video »](#)

Kuvio 1. Maailman johtava pilvipalveluratkaisujen toimittaja yrityksille. EMC (2016)

Kennethin & Traversin (2015, 47-48) mukaan vuosien 2014-2015 aikana sähköinen kaupankäynti on tuonut isoja muutoksia maailmanlaajuisesti. Sähköisen kaupankäynnin pääsuuntautumisot koskien yritystoimintaa, teknologiaa ja yhteiskuntaa olivat muun muassa seuraavat:

- B2C ja B2B kaupankäynti kasvoi, kuitenkin eniten kasvu näkyi Kiinassa, Intiassa ja Brasiliassa.
- Langattoman sähköisen kaupankäynnin arvo kasvoi 10.5 miljoona eurosta 17.7 miljoonaan euroon.
- Yritykset käyttivät yhä enemmän businessanalyysisovelluksia tunnistukseen kuluttajien hankintatottumuksia ja aikomuksia jopa millisekuntien nopeudella.
- Mobiiliteknologian, älypuhelimien, tablet-tietokoneiden, sovelluksien ja pilvipalvelujen käyttö kasvoi maailmanlaajuisesti.
- Vuoden 2014 sovellusten myynti ja sovelluksien sisäiset ostokset olivat arvioilta 25 miljardia euroa.
- Sosiaalinen kaupankäynti kasvoi 60 prosenttia ja tuotti yli 2.7 miljardia dollaria 500 huippuvähittäismyyjälle Yhdysvalloissa.

- Sähköisen kaupankäynnin markkinointia valloittivat yhä enemmän pienyritykset ja yrittäjät, useimmiten jättiläissähkökauppojen kautta, joita on esimerkiksi Apple, Facebook, Amazon, Google ja Ebay.
- Verkossa vuorovaikutuksen kautta tuotetun datan koko määriteltiin biljoonissa ja se kasvaa edelleen.
- Sosiaalisen median, kuten twittien, bloogien ja wikien suosio kasvoi ja ne yhdistävät keskenään miljoonia kuluttajia.
- Sosiaalisissa verkoissa yleisötietoluokkien mukaan aikuisten osallistuminen lisääntyi ja Facebook tulee olemaan yhä enemmän suosittu.
- Internet turvallisuuden, tekijänoikeuden ja Internet-viestinnän valvomisen merkitys kasvoi.

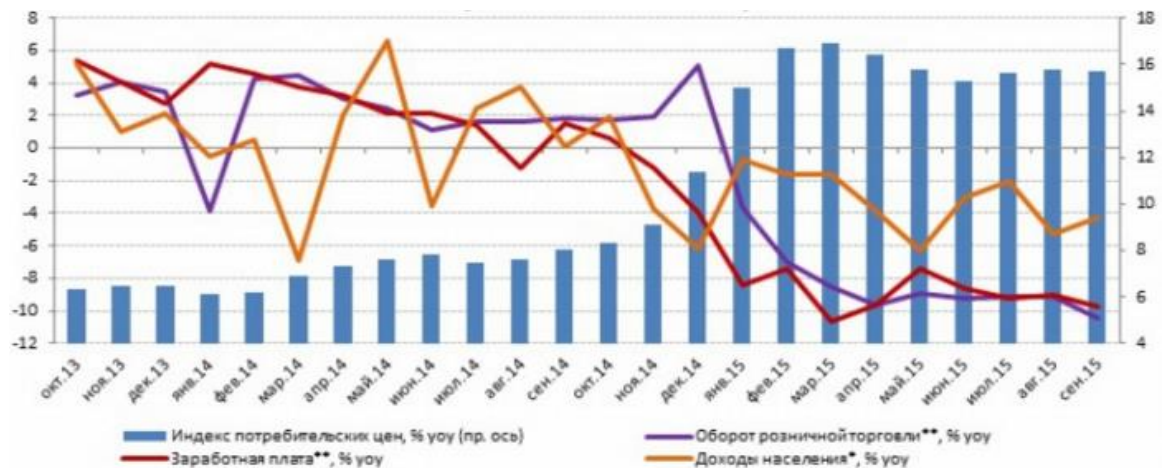
Kenneth & Travers (2015, 48) toteavat, että sähköinen kaupankäynti tulee vaikuttamaan kaikkeen kaupankäyntiin maailmanlaajuisesti. Vuoden 2018 mennessä sähköisen verkkokaupan kuluttajat tuovat rahaa verkkokaupoissa noin 700 miljardia dollaria ja yritykset noin 8 biljoonaa dollaria. Vuoden 2020 mennessä verkkokauppojen osuus tulee olemaan 20 % kaikista vähittäiskaupan myynnistä Yhdysvaltojen ja Euroopan alueilla. Kenneth & Travers (2015, 48) lisäävät, että vuonna 2050 suurin osa kaupoista tulee olemaan sähköisessä muodossa.

2.3 Venäjän Federaatio

Venäjä on laaja maa, joka ulottuu kahteen maanosaan ja käsittää suurimmaksi osaksi Pohjois-Euraasian. Venäjä on Suomen ja Kiinan yhteinen rajanaapuri. Venäjän pinta-ala on noin 17 miljoonaa neliökilometriä ja se on selvästi pinta-alaltaan maailman suurin valtio. Venäjä suurena maana on keskeinen kansainvälisen politiikan ja kaupan toimija. Venäjän pääkaupunki on Moskova, jossa on yli 10 miljoonan asukasta. Moskova on Venäjän businesskeskusta, mikä tarkoittaa, että suuri osa maan tuloista kertyy Moskovassa ja sen alueella. (GLOBALIS 2015.)

2.4 Venäjän talous

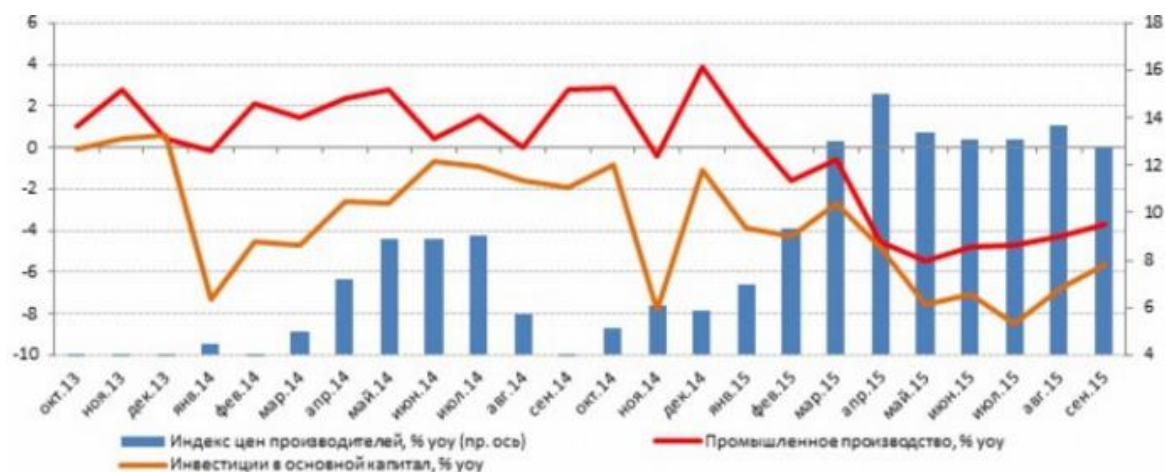
Euro & talous (1/2015) näkymien mukaan Venäjän talous on alkanut supistua viimeisten kolmen vuoden aikana. Talouden supistumisen erityistekijöitä ovat muun muassa pääoman, tuottavuuden ja työvoiman lasku, vientihintojen lasku, Ukrainan vaikea poliittinen ja taloudellinen tilanne, pakotteet Venäjää kohtaan ja Venäjän vastapakotteet.



Kuvio 2. Kuluttajasektori. Vestifinance (2015)

Ylhäällä olevan kuvion uudelleen piirtämisen ja suomeksi kirjoittamisen vaikeuden vuoksi käännökset päätettiin tehdä suomeksi kuvion alle. ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН (kuluttajahintaindeksi), Заработная плата (palkka), Оборот розничной торговли (vähittäiskaupan liikevaihto), Доходы населения (tulot) (kuvio 2).

Syvin lasku näkyy kulutuksen segmentissä. Nimellisarvojen kasvu syksyllä 2015 oli vaatimaton 4,5 prosenttiyksikköä edelliseen vuoteen verrattuna. Kuitenkin kuluttajahintaindeksi nousi 0,6 prosenttiyksikköä. Vuoden 2015 aikana reaalipalkka kuukaudessa laski noin 9,0 prosenttiyksikköä edelliseen vuoteen verrattuna. Vähittäiskauppojen liikevaihto vuoden 2015 yhdeksännen kuukauden aikana kiihtyi ja oli 8,5 prosenttia. Samaan aikaan työttömyysaste syyskuussa 2015 laski ja oli 5,2 prosenttia. Analysoitaessa työttömyysastetta on tärkeää ottaa huomioon "piilotyöttömyys", sillä viralliset luvut eivät näytä todellista tilannetta työmarkkinoilla (kuvio 2). (Golubovich 2015.)

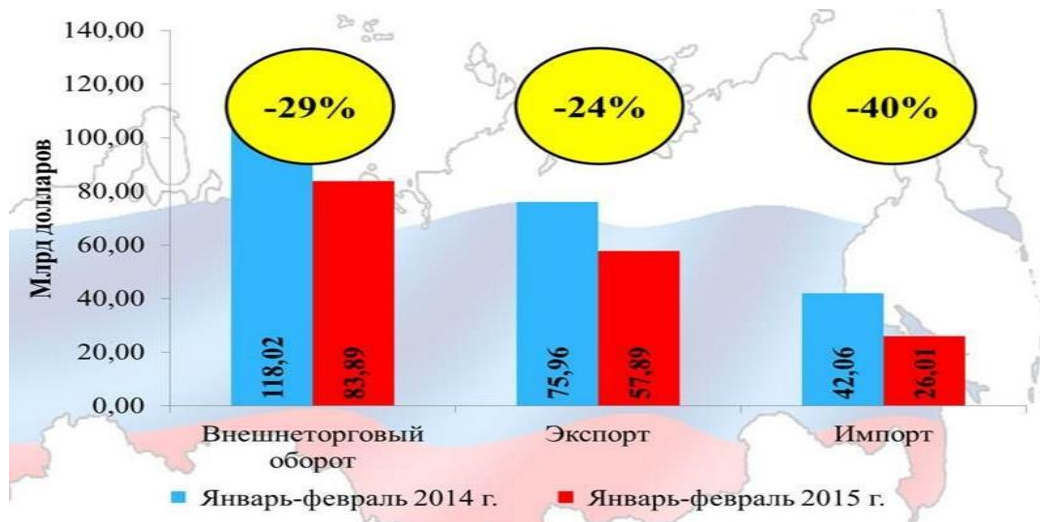


Kuvio 3. Teollisuussektori. Vestifinance (2015)

Ylhäällä olevan kuvion uudelleen piirtämisen ja suomeksi kirjoittamisen vaikeuden vuoksi käännökset päätettiin tehdä suomeksi kuvion alle. Индекс цен производителей (tuottajahintaindeksi), Инвестиции основной капитал (kiinteät pääomasijoitukset), Промышленное производство (teollisuustuotanto) (kuvio 3).

Vuoden 2015 aikana tilanne teollisuussektorissa kokonaisuudessaan on heikompi kuin kuluttajasegmentissä edelliseen vuoteen verrattuna. Tässä syynä on muun muassa ruplan devalvoituminen ja vastapakotteiden pidentäminen, mikä antoi mahdollisuuden parantaa tuotantoa elintarviketeollisuudessa. Kuitenkin syyskuun 2015 aikana teollisuustuotanto laski 3,7 prosenttiyksikköä ja käyttöomaisuuden investointi 5,6 prosenttiyksikköä (kuvio 3). (Golubovich 2015.)

2.5 Venäjän ulkomaankauppa



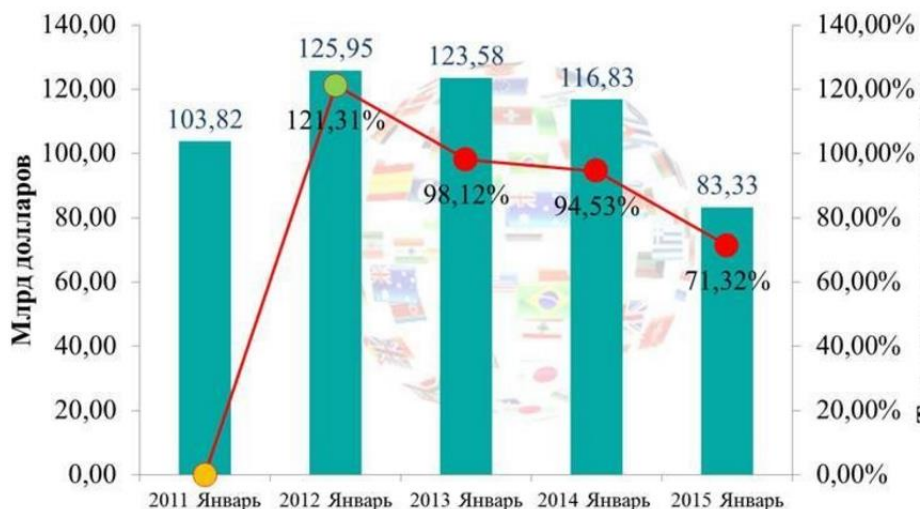
Kuvio 4. Venäjän ulkomaankaupan vaihto, vienti ja tuonti miljardia dollaria 2014–2015. PROVED (2015)

Ylhäällä olevan kuvion uudelleen piirtämisen ja suomeksi kirjoittamisen vaikeuden vuoksi käännökset päätettiin tehdä suomeksi kuvion alle. МЛРД.ДОЛЛАРОВ (miljardia dollaria), Внешнеторговый оборот (ulkomaankaupan liikevaihto), Экспорт (vientii), Импорт (tuonti), Январь-февраль (tammi-helmikuu) (kuvio 4).

PROVED:n (2015) mukaan tammikuu 2015 oli koettelevaa aikaa Venäjällä, sillä sanktioiden voimassaolo jatkui, ruplan kurssi oli minimissään ja öljyn hinta ei näyttänyt kasvua. Lisäksi ulkomaankaupan indikaattorit laskivat jyrkästi edelliseen vuoteen verrattuna. Venäjän ulkomaankaupan liikevaihdon volyyymi tammi-helmikuussa 2015 oli 83,93 miljardia dollaria, mikä on 29 prosenttiyksikköä vähemmän edelliseen vuoteen verrattuna. Maan viennin määrä laski 24 prosenttiyksikköä ja oli 57,89 miljardia dollaria vuoteen 2014 verrattuna. Tuonnin määrä laski merkittävästi 40 prosenttiyksikköä ja oli 26,01 miljardia dollaria edelliseen vuoteen verrattuna (kuvio 4).

Viennin määrän jyrkkään laskuun vaikuttavat muun muassa venäläisten tavaroiden hintojen ja viennin volyymin lasku, maan sisäiset taloudelliset ongelmat, kuten valmistusteollisuuden tuotannon määrän supistuminen 30 prosenttiyksikköä, joka johtui koti-

maantuotteiden kysynnän laskusta ja tappioiden seurauksesta. Lasku näkyy edelleenkin tuonnissa ja on kaikilla maantieteellisillä alueilla kuten IVY:ssä ja muissa ulkomaiden välisissä kaupoissa. PROVED (2015.)



Kuvio 5. Venäjän ulkomaankauppavaihto miljardia dollaria, 2011–2015. PROVED (2015)

Ylhäällä olevan kuvion uudelleen piirtämisen ja suomeksi kirjoittamisen vaikeuden vuoksi käännökset päätettiin tehdä suomeksi kuvion alle. МЛРД.ДОЛЛАРОВ (miljardia dollaria), Январь (tammikuu) (kuvio 5).

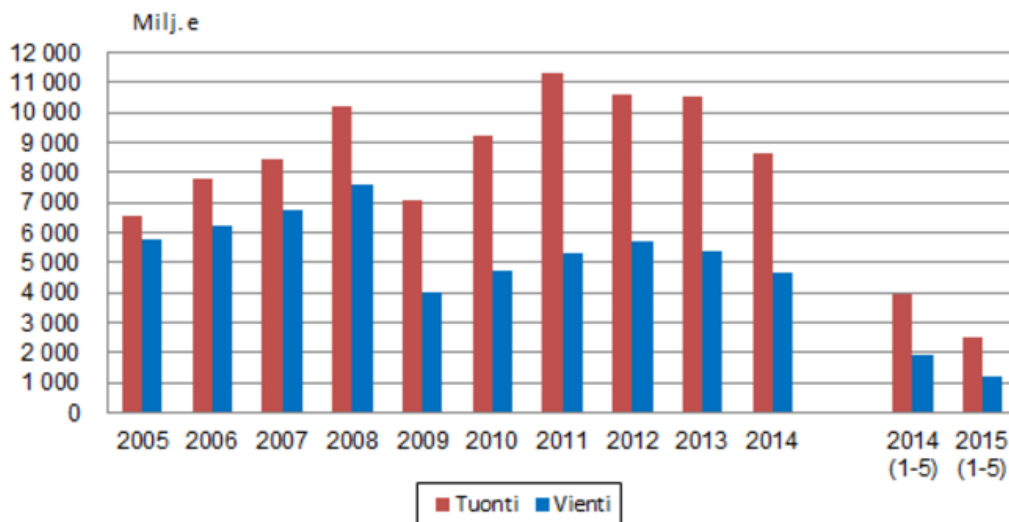
Ylhäällä olevan kuvion mukaan Venäjän ulkomaankaupan lasku alkaa syksystä 2014 samaan aikaan, kun monet ulkomaat asettivat rajoituksia Venäjää vastaan, jotka liittyivät sijoitusten ja tiettyjen tavaroiden viennin rajoittamiseen. Samaan aikaan ruplan kurssi alkoi jyrkästi laskea (kuvio 5).

2.6 Venäjän ja Suomen välinen kauppa

BOFIT:n (2016, 1) viikkokatsauksen mukaan viime vuosien aikana Suomen ja Venäjän välinen talous on supistunut voimakkaasti. Kaupan supistumiseen ovat vaikuttaneet muun muassa Venäjän politiikka, öljyn hinnan lasku ja ruplan heikentyminen. Kuitenkin EU:n Venäjää vastaan asettamien kauppapakotteiden vaikutus on ollut vähäinen. Ennen pakotteiden ja vastapakotteiden asettamista tavaraviennin arvo oli 3,2 mrd. eu-

roa ja tavaratuonnin 6 mrd. euroa. Pakotteiden ja vastapakotteiden seurauksena vienti ja tuonti supistuivat lähes kolmanneksella.

Tullin (2014a) mukaan Venäjä oli Suomen suurin kauppakumppani vuodesta 2007 lähtien. Tänä päivänä Venäjä on Suomen viidenneksi suurin vientimaa edellisiin vuosiin verrattuna. Tullin (2014a) mukaan kolmen kasvuvuoden jälkeen vienti Venäjälle ja tuonti Suomeen alkoi supistua. Vuoden 2015 toisella vuosipuoliskolla vienti Venäjälle laski 35 prosenttia ja viennin arvo oli hieman yli 1,2 miljardia euroa. Tullin (2014a) mukaan vuoden 2011 aikana tuonti oli korkeammillaan lähes 11,2 miljardia euroa. Sen jälkeen tuonnin arvo alkaa laskea merkittävästi ja vuonna 2015 tuonnin arvo oli noin 2,5 miljardia euroa (kuvio 6).



Kuvio 6. Suomen ja Venäjän välinen kauppa 2005-2014. Tulli (2014a)

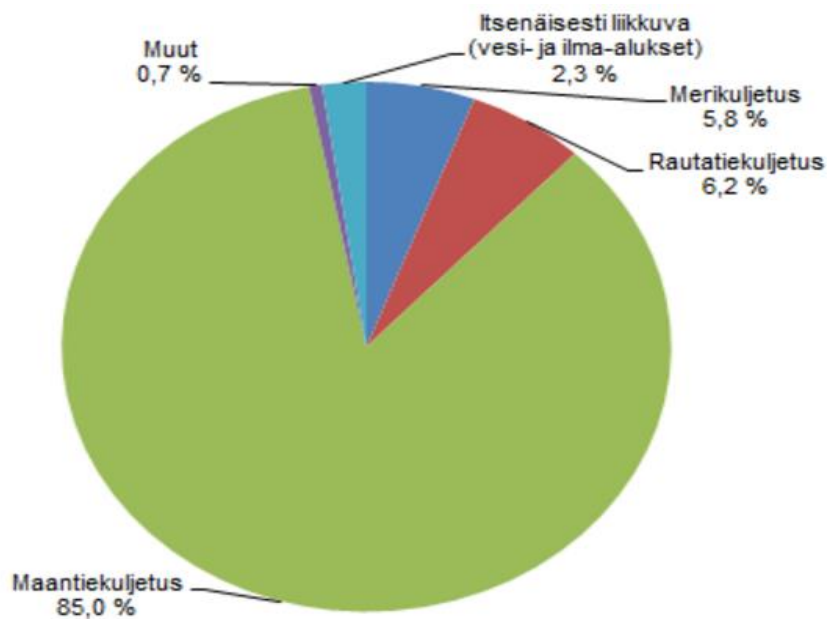
Viennin supistuminen koskee melkein kaikkia elintarvikkeita, öljytuotteita, metalli- ja metsäteollisuuden tuotteita, koneita ja laitteita, kulkuneuvoja ja kemianteollisuutta. Vuoden 2015 aikana elintarvikkeiden supistuminen oli 78 prosenttiyksikköä ja öljytuotteiden 42 prosenttiyksikköä edellisiin vuosiin verrattuna. Koneiden, laitteiden ja kulkuneuvojen viennin supistuminen oli 38 prosenttiyksikköä ja kemianteollisuuden 14 prosenttiyksikköä edellisiin vuosiin verrattuna. (Tulli 2015b.)

2.7 Venäjän ja Suomen logistinen järjestelmä

Venäjä on pinta-alaltaan maailmaan suurin ja mannermaisoin valtio. Venäjän asutus ja infrastruktuuri on suurimmaksi osaksi keskittynyt Euroopan puolelle. Venäjällä on elintärkeitä alueita myös Länsi-Siperia ja sen arktinen alue mm. mineraalien, öljyn ja kaasun takia. Euroopan puoleisella Venäjällä on kolme tärkeätä strategista käytävää, kuten Mustameri-Ukraina, Suomenlahti-Itämeri ja Murmansk-Jäämeri. (Ritvanen, Inkiläinen, Bell & Santala 2011, 177.)

Suomesta Venäjälle suuntautuvan liikenteen nykypäivän hiljentymiseen syynä on ruplakriisi ja venäläisten oman kuljetustoiminnan kehitys. Kuitenkin Venäjälle suuntautuva autojenkuljetus oli toiminut aktiivisesti 2008 saakka Suomen satamien kautta. Tällä hetkellä autojenkuljetusrallista on jäljellä enää kymmenesosa. (SKAL 2015b, 37.)

SKAL Kuljetusbarometrin (2014a, 9) mukaan Suomen kuljetusmuotojen liikevaihto laski osaksi Venäjän pakotteiden vuoksi. Suurin lasku näkyy Helsingin seudulla ja Länsi Suomessa puukuljetuksissa ja ulkomaanliikenteessä. Suomen ulkomaankuljetus laski noin puolella (44 %). Tässä syinä on muun muassa tiukka kuljetuskilpailu ja viennin supistuminen.



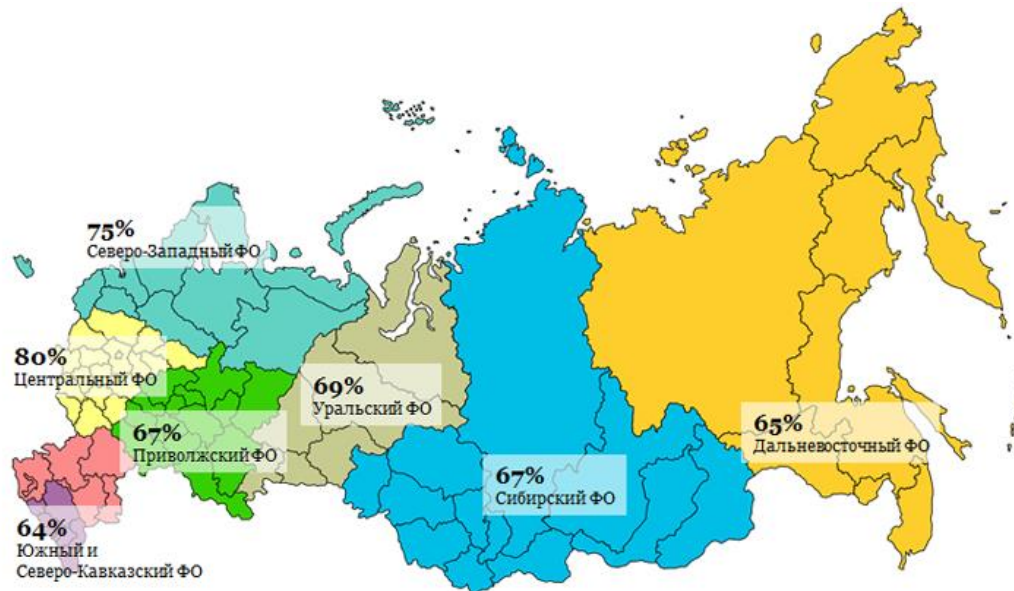
Kuvio 7. Suomesta Venäjälle viennin jakautuminen kuljetusmuodoittain. Tulli (2014)

Nykyään vienti Suomesta Venäjälle tapahtuu eri kuljetusmuotoja käyttäen kuten maantie-, rautatie-, merikuljetus, itsenäisesti liikkuvat alukset ja muut. Tullin (2014) mukaan viennissä Suomesta Venäjälle suosituin kuljetusmuoto on maantiekuljetus, joka on 85,5 prosenttia muista kuljetus muodoista. Toiseksi suurin kuljetusmuoto on rautatiekuljetus, joka on 6,2 prosenttia. Venäjälle merikuljetuksella viedään tavaroita alle kuudella prosentilla. Itsenäisesti liikkuvilla kuten vesi- ja ilma-aluksilla viedään 2,3 prosenttia (kuvio 7).

2.8 Internet Venäjällä

Venäjällä Internetin käyttäjien määrä kasvaa kovaa vauhtia. Kasvuprosentti on verrattuna muihin maihin yksi suurimmista. Eniten Internet-käyttäjiä on Venäjän suurimmissa kaupungeissa kuten Pietarissa ja Moskovassa. (Sähköinen Liiketoimi Suomi Oy 2014, 24, 33.)

Venäjällä suosituimmat hakukonepalvelut ovat Google.ru, Yandex ja Mail.ru. Länsimaihin verrattuna toimintaperiaate on suhteellisen samanlainen. Venäjällä Internet on pääosin venäjänkielellä ja kyrillisiin aakkosiin perustuva. Venäjällä on laajasti omia sähköisiä kanavia ja palveluja (Vkontakte, Odnoklassniki, Yandex, Google, Rambler, Mail yms.) Ulkomaisille kävijöille, jotka suunnittelevat esimerkiksi markkinointia Venäjällä, tämä on suhteellisen hankalaa, ja markkinointia varten kannattaa olla hyvä venäjän kielen taito tai venäläinen partneri. (Sähköinen Liiketoimi Suomi Oy 2014, 41.)



Kuvio 8. Venäjällä internetin käyttäjien määrää alueittain. Marksw Webb (2014)

Ylhäällä olevan kuvion uudelleen piirtämisen ja suomeksi kirjoittamisen vaikeuden vuoksi, käännökset päätettiin tehdä suomeksi kuvion alle. Центральный федеральный округ (Keskinen federaatiopiiri), Северо-Западный федеральный округ (Luoteinen federaatiopiiri), Приволжский федеральный округ (Volgan federaatiopiiri), Южный федеральный округ (Eteläinen federaatiopiiri), Северо-Кавказский федеральный округ (Pohjois-Kaukasian federaatiopiiri), Уральский федеральный округ (Uralin federaatiopiiri), Сибирский федеральный округ (Siperian federaatiopiiri), Дальневосточный федеральный округ (Kaukoidän federaatiopiiri) (kuvio 8).

Marksw Webbin (2014) tutkimuksen mukaan asiointi Venäjällä verkkokaupassa vaihtelee alueittain. Kun katsotaan Venäjän aluejakoa, niin eniten Internetin käyttäjiä on Keski-sellä federaatiopiirillä (80 %) ja Luoteisella federaatiopiirillä (75 %). Harvinaisemmin Internetiä käytetään Etelä- ja Pohjois-Kaukasian federaatiopiirillä (64 %) ja Kaukoitai-sellä federaatiopiirillä (65 %) (kuvio 8).

2.9 Verkkokauppa Venäjällä

Venäjällä 146 miljoonasta ihmisistä 60 miljoona käyttää nettiä päivittäin joista 59 % on yli 18-vuotiaita. Vuoden 2014 aikana ulkomaisista verkkokaupoista Venäjälle on tapah-

tunut 15 miljoonaa ostosta. Fyysisiä tuotteita on hankittu 5 mrd. dollarilla ja toimituksia on tehty 50 miljoonaa kertaa. (Nykänen 2015a, 3.)

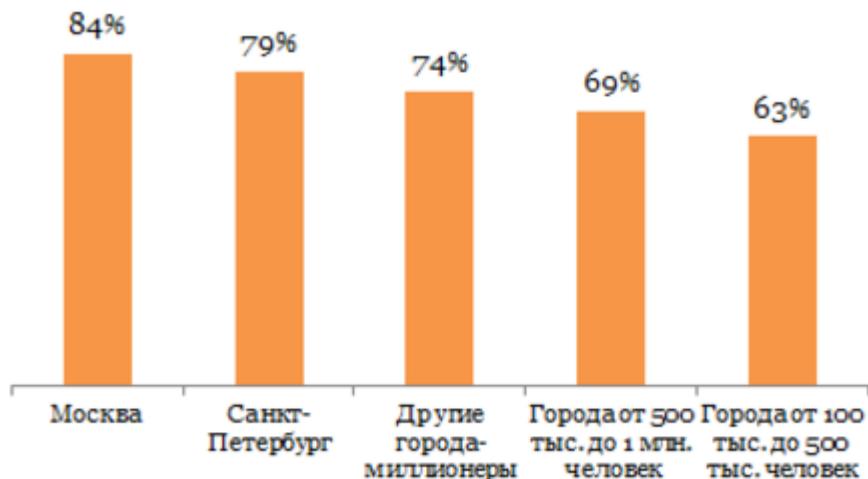
Venäjä on talouskriisistä huolimatta maailman kymmeneksi suurin verkkokaupan kuluttajamarkkinoissa ja maan verkkokaupan osuus on noin kolmannes. Venäjän verkkokaupan arvioidaan olevan noin 11 miljardia euroa. Ennusteiden mukaan Venäjän verkkokauppa kasvaa 40–50 miljardiin euroon vuoteen 2020 mennessä. (Keitanen 2015.)



Kuvio 9. Mitä tuotteita ostetaan Venäjällä. Markswebb (2014)

Markswebbin (2014) tutkimuksen mukaan 61 prosenttia aktiivisista verkkokaupan käyttäjistä, joka on 85 prosenttia kaikista online-kuluttajista, hankkivat eniten materiaalista tavaraa. Vuonna 2013 ostetuin tavararyhmä oli vaateet ja kengät (одежда, обувь) (32 %), viihde-elektroniikka mukaan lukien atk-laitteet ja kännykät (электроника, компьютеры, телефоны) (23 %), kosmetiikka ja hygieniatuotteet (косметика, средства гигиены) (21 %) ja kodinkoneet (бытовая техника) (17 %), liput lentokoneisiin, juniin ja muihin kulkuneuvoihin (билеты на самолет, поезда, иной транспорт) (16 %), teatteri-, konsertti ja muut tapahtumat (билеты в кинотеатр, на концерт, и другое мероприятие) (14 %), älypuhelimien sovellukset (приложение для мобильных телефонов смартфона и планшета) (13 %), kirjat (книги бумажные) (11 %), ruoka (продукты питания) (10 %), elektroniset kirjat (книги электронные)

(10 %), tietokoneohjelmistot (программное обеспечение для компьютера) (9 %), viihdesisältö ilman fyysistä mediaa (развлекательный контент без физического носителя (7 %), hotellimajoitus tai matkat (проживание в отеле или турпутевка) (6 %), viihdelevyt; elokuvat, musiikki, pelit (развлекательный контент на дисках; фильм, музыка, игры) (5 %) (kuvio 9).



Kuvio 10. Nettiostajien osuus eri kaupungeissa Venäjällä. Markswebb (2014)

Ylhäällä olevan kuvion uudelleen piirtämisen ja suomeksi kirjoittamisen vaikeuden vuoksi, käännökset päätettiin tehdä suomeksi kuvion alle. Москва (Moskova), Санкт-Петербург (Pietari), другие города-миллионеры (muut miljoonakaupungit), города от 500 тысяч до 1 миллиона человек (kaupungit 500000-1.000.000 asukasta), города от 100 тысяч до 500 тысяч человек (kaupungit 100000-500000 asukasta) (kuvio 10).

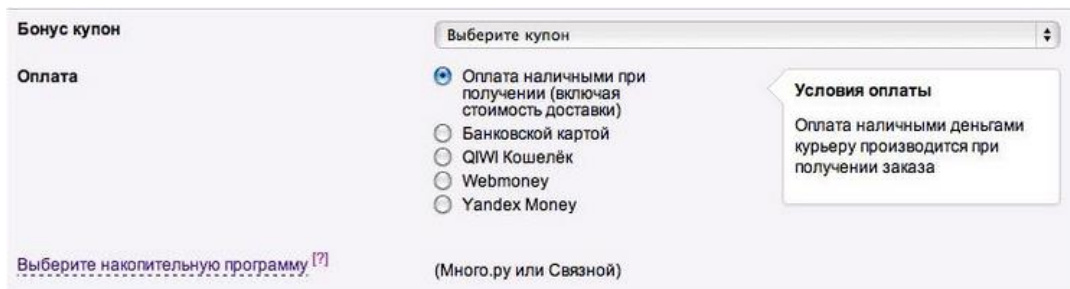
Markswebbin (2014) tutkimuksen mukaan suurin osa verkkokauppaluttajaryhmistä sijaitsee Moskovassa ja sen lähialueilla ja niiden osuus on 84 prosenttia. Venäjän toiseksi suurimmassa kaupungissa Pietarissa verkko-ostoksia tekee 79 prosenttia kuluttajaa. Venäjän muissa miljoonakaupungeissa verkossa asioi 74 prosenttia (kuvio 10).

Verkkokaupan kasvu Suomea lähellä olevissa suurkaupungeissa kuten strategisesti tärkeässä paikassa Pietarissa ja myös kauempana Venäjällä antaa hyvät mahdollisuudet suomalaisille yrityksille laajentaa ja kehittää toimintaansa Venäjän markkinoille. (Keitonen 2015).

2.10 Online-maksujärjestelmä Venäjällä

Venäjällä toimivan verkkokaupan maksujärjestelmä sisältää joukon erilaisia maksutavan vaihtoehtoja kuten käteismaksu, pankkikortti ja erilaisia online-maksutapoja. Venäläisissä verkkokaupoissa asiointinissa online-maksuna on käytettävissä muun muassa Yandex Money, WebMoney, Visa QIWI Wallet, Paypal, Dengi Mail, RBK money, MegaFon, Belain, MTS, VISA ja MasterCard. (Nykänen 2015c, 6.)

Mediatlo Toimelias (2012a) toteaa, että useamman suomalaisen verkkokaupan, joilla on myös venäläisiä asiakkaita, ongelmana on venäläisten maksutapojen puute. Useimmiten venäläisille asiakkaille tarjotaan maksutavaksi ainoastaan luottokortteja ja vain 40 % venäläisistä asiakkaista omistaa luottokortin. Suuri osa luottokorteista on venäläisiä, jotka eivät ole valideja ulkomaisessa verkkokaupassa. Ainoastaan 4 % luottokorteista on länsimaisia kuten Visa ja MasterCard.



The screenshot shows a payment interface in Russian. On the left, there is a 'Бонус купон' (Bonus coupon) section with a link to 'Выберите накопительную программу [?]'. Below it is the 'Оплата' (Payment) section. A dropdown menu 'Выберите купон' is open, showing several payment options: 'Оплата наличными при получении (включая стоимость доставки)' (selected), 'Банковской картой', 'QIWI Кошелёк', 'Webmoney', and 'Yandex Money'. To the right, a box titled 'Условия оплаты' (Payment conditions) states: 'Оплата наличными деньгами курьеру производится при получении заказа' (Cash payment to the courier is made upon receipt of the order). At the bottom, there is a note '(Много.ру или Связной)'.

Kuvio 11. Verkkokaupan maksutapavaihtoehtoja. Mediatlo Toimelias (2012a)

Ylhäällä olevan kuvion uudelleen piirtämisen ja suomeksi kirjoittamisen vaikeuden vuoksi käännökset päätettiin tehdä suomeksi kuvion alle. Бонус купон (bonus kuponki), выберите купон (valitse kuponki), оплата (maksu), Оплата наличными при получении (включая стоимость доставки) (postiennakko (sisältäen postikulut), банковская карта (pankkikortti), QIWI кошелёк (QIWI lompakko), выберите накопительную программу (valitse säästöohjelma), условия оплаты (оплата наличными деньгами курьеру производится при получении заказа) (Maksuehdot (maksu suoritetaan käteisellä kuriirille tavarán vastaanotettaessa)) (kuvio 11).

Mediatulo Toimelias (2012a) ehdottaa venäläisille kuluttajille joukon maksutapoja asioitaessa suomalaisessa verkkokaupassa. Esimerkiksi suomalaiselle verkkokaupalle, joka tavoittelee asiakasryhmäksi venäläisiä asiakkaita, maksuvaihtoehtojen joukossa on hyvä olla käteismaksu, pankkikortti, QIWI lompakko, Webmoney ja Yandex. Money. Venäläinen asiakas saa valita maksutavaksi hänelle mieluisimman (kuvio 11).



Kuvio 12. Verkkokauppojen maksutavat Venäjällä. Markswwebb (2014)

Ylhäällä olevan kuvion uudelleen piirtämisen ja suomeksi kirjoittamisen vaikeuden vuoksi käännökset päätettiin tehdä suomeksi kuvion alle. Наличными (käteismaksu), банковской картой онлайн (вводя номер карты) (online-luottokortilla (syöttämällä kortin numero), через электронный кошелек (без банковской карты) (elektronisen kukkaron kautta) (ilman luottokorttia), банковской картой через терминал (luottokortilla terminaalin kautta), через интернет-банк (Internet-pankki), онлайн с привязанной карты (не вводя номер карты) (online-maksu, ilman korttinumeron syöttämistä) (kuvio 12).

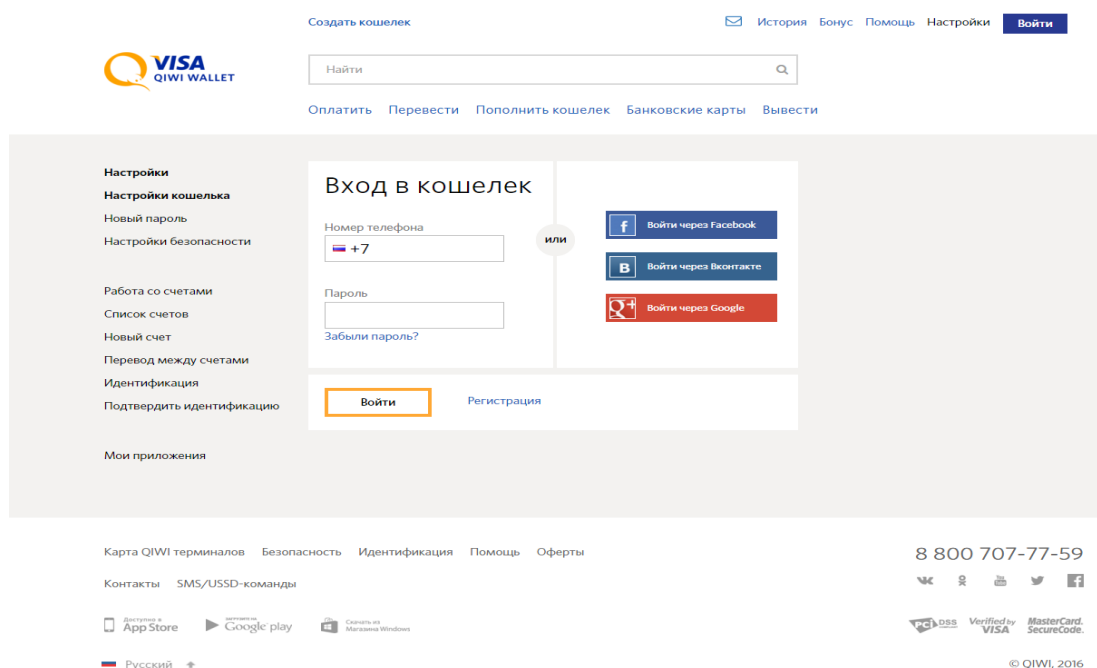
Markswwebbin (2014) tutkimuksen mukaan Venäjällä käteismaksu pysyy suosittuna online-ostoksen maksutapana, sillä 43 prosenttia kuluttajista käyttää sitä, mutta kuitenkin yli puolet kuluttajista käyttävät toisenlaisia maksutapoja. Verkossa asioitaessa pankkikorttia käyttää 34 prosenttia kuluttajista. Nettilompakkoa ja pankkikorttia terminaalin yhteydessä käyttää 18 prosenttia ja internetpankkia käyttää 13 prosenttia kuluttajista.

Vähiten käytetty maksutapa on pankkikorttiin sidottu maksu, sitä käyttää 10 prosenttia kaikista kuluttajista (kuvio 12).

2.10.1 QIWI-maksutapa

QIWI-maksupalvelu on maailmanlaajuisesti tunnettu, mutta pääosin Venäjällä käytetty maksutapa. QIWI-maksupalvelulla on maailman suurimmat terminaalit, verkkoversio ja mobiilisovellukset. QIWI on prepaid-kortti ja toimii virtuaalisen Visa-kortin tavoin ja sitä voi käyttää kuten tavallista, muovista Visa-korttia. (QIWI 2016.)

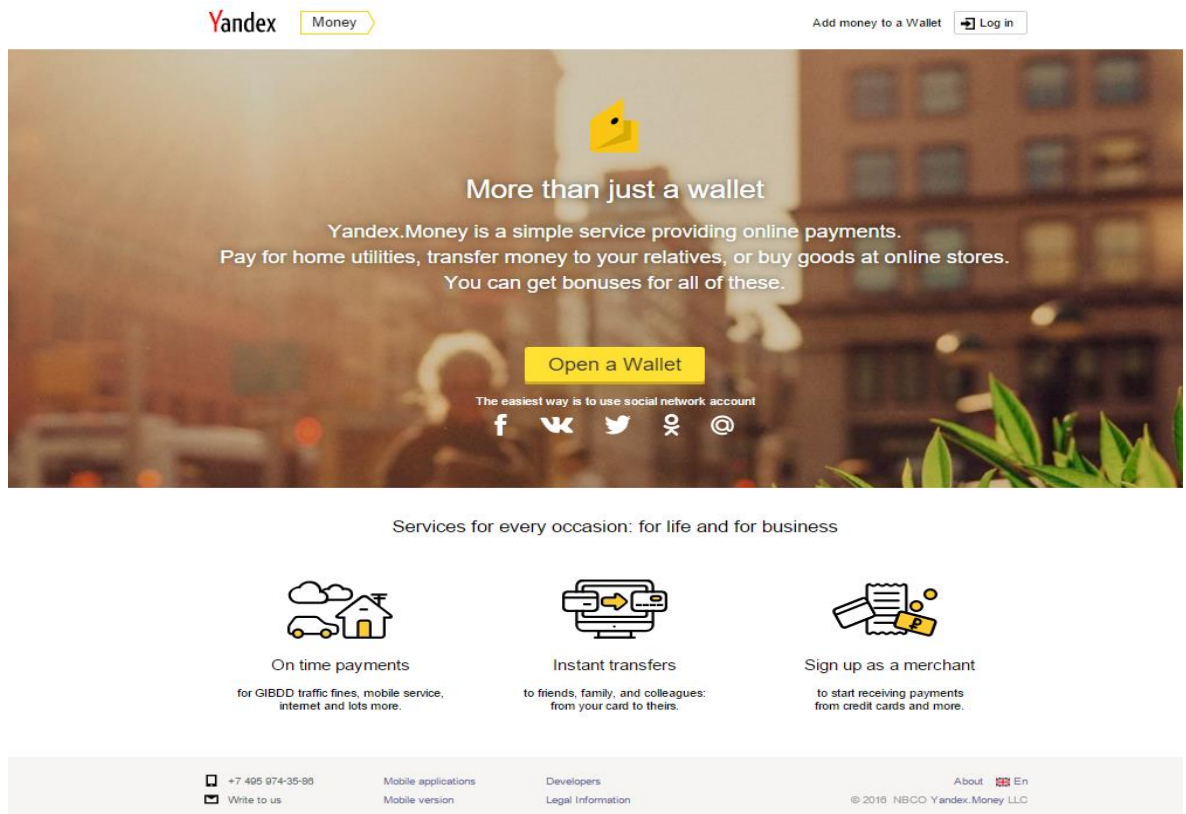
VISA QIWI WALLET on verkossa maksamista varten luotu systeemi (kuvio 13). Lisäksi VISA QIWI WALLET mahdollistaa rahasiirtoja ja yli 75 000 tuotteen ja palvelun maksamista. QIWI palvelumaksulla asiakas pystyy lataamaan rahaa tilillensä terminaalien, matkapuhelimen tai luottokortin kautta. QIWI on Visa- palvelumaksujärjestelmän kumppani, mikä kertoo siitä, että QIWI on luotettavaa maksutapa. (QIWI 2016.)



Kuvio 13. QIWI-maksujärjestelmä. QIWI (2016)

2.10.2 Yandex.Money

Yandex.Money on yksi suurimmista ja suosituimmista maksupalveluista Venäjällä (kuvio 14). Yandex.Money -palvelu mahdollistaa verkko-ostoksien tekemisen ympäri maailmaa. Tämän maksujärjestelmän asiakkaat ovat 23 miljoonaa aktiivista käyttäjää ja yli 18 miljoonaa rekisteröitynyttä e-wallettia. Yandex.Money asiakkaat maksavat vaivattomasti palveluista esimerkiksi kotona apuohjelmien ja matkapuhelimen kautta. (Yandex 2016.)



Kuvio 14. Yandex ja sen maksujärjestelmä. Yandex (2016)

2.11 Verkkokaupan haasteet

Mediatalo Toimeliaan (2012a) mukaan kansainvälisessä verkkokaupassa on monia haasteita. Esimerkiksi verkkokaupassa maksuissa haasteena voi olla muun muassa maksuvaihtoehtojen vähäisyys, maksuliikenneongelmat ja valuuttaraja. Lisäksi haasteita voi syntyä vienti- ja tuontitullauksessa, huolinnassa ja logistiikassa.

EU:n ja Venäjän välillä oleva valuuttaraja on ollut kauan yksi haasteellisimmista tekijöistä verkkokaupalle. Iso osa venäläisistä yrityksistä ja yksityisasiakkaista kokevat on-

gelmaksi pankkisiirtomaksut Venäjän ulkopuolelle. Tässä tapauksessa myös luottokortit eivät toimi. (Mediatalo Toimelias 2014b.)

Mediatalo Toimelias Oy (2014b) toteaa, että Venäjällä toimii monia länsimaisia pankkeja. Niiden toiminta on suhteellisen esteetöntä. Kuitenkin haasteen vähentämiseksi vaihtoehtona voisi olla suomalaisten yritysten oman tilin perustaminen Venäjälle venäläisiltä asiakkailta maksujen saamista varten. Venäjällä oleville tileille venäläiset asiakkaat saisivat maksaa ostoksensa maan sisäisinä maksuina.

Kuitenkin ulkomaisen yrityksen pankkitilin perustaminen Venäjällä on vaikeaa. Lain-säädännön monimutkaisuus ja papereiden määrä saattaa olla haasteellista. Tiliä perustettaessa ulkomaisen yrityksen on muun muassa rekisteröidyttävä, hankittavaa tarvittavat asiakirjat ja saatava lupa venäläisiltä viranomaisilta. (Mediatalo Toimelias Oy 2014b.)

Mediatalo Toimelias Oy:n (2014c) mukaan venäläisten ulkomaisessa verkkokaupassa asioivien asiakkaiden kannattaa käyttää luotettavaa PSP:ia (Payment Service Provider, PSP) ja Venäjän omaa maksuliikennettä. Payment Service Provider välittää verkko-ostosten maksuja maksutapajärjestelmien ja verkkokauppioiden välillä.

Venäjällä suurten ulkomaalaisten verkkokauppojen välinen kilpailu on tiukka, mutta kuitenkin monet ovat menestyneet. Menestystekijöihin voi liittää verkkokaupan verkkosivun toimiminen venäjän kielellä, tuotepalautuksen mahdollisuus, venäjänkielinen henkilöstö ja tuotteen arviointi. Ulkomaalaisissa verkkokaupoissa ostoksia tehdään englannin kielellä, mikä on haasteellista monille venäläisille asiakkaille, joten tuotteiden maksussa käteismaksu on sopivin vaihtoehto. Laajan kielivalikoiman lisäksi on tärkeää, että asiakas pystyy luottamaan, joten maksutapojen ja toimitusratkaisujen on oltava kunnossa. (Mediatalo Toimelias Oy 2015e.)

Waters (2010, 119) toteaa, että kuluttajan näkökulmasta onnistunutta suoritusta verkkokaupassa pidetään äärimmäisen tärkeänä ja ratkaisevana tekijänä, joka vaikuttaa suoraan verkkokaupan palvelun laatuun ja loppukäyttäjän tyytyväisyyteen. Palautuksen to-

teuttamista pidetään suurimpana haasteena Internetissä toimiville vähittäiskauppiaille ja se voi olla merkittävä este kuluttajan ostopäätökseen.

2.12 Sertifiointi Venäjällä

Venäjällä sertifiointi on lailla säädettyä. Venäjällä on useita kymmeniä lakeja. Joukossa löytyy kuluttajasuojalaki, laki teknisestä säätelystä ja laki tuotteiden ja palveluiden sertifiointista. Tämän lisäksi on useita muita säädöksiä kuten esimerkiksi viranomaisten kirjeet ja presidentin ukaasit. Venäjällä sertifiointi koskee venäläisiä ja ulkomaisia tuotteita. Suurin määrä tuotteista on pakollisen sertifiointin alaisia. (SGS 2015a.)

Suomesta Venäjälle vietäessä kauppataavaroita varten olevien asiakirjojen määrä kasvaa noin kymmeneen kappaleeseen. Venäjällä asiakirjoja tarvitaan muun muassa tuotteiden tulliselvityksessä, myytäessä ja käyttöönotettaessa (SGS 2015a). Suurin osa maahan tuontia varten vaadituista asiakirjoista esitetään tavarantuonnin selvityksen yhteydessä paikalliselle tulliviranomaiselle. (Selin 2004, 219). Tarvittavien asiakirjojen joukossa on muun muassa GOST-sertifikaatti, Vapautuskirje, Vastaavuussertifikaatti ja Vastaavuusvakuutus.

Lintulan (2008, 74) mukaan kauppatavaroiden viennissä Venäjälle erittäin tärkeä rooli on tavaroiden alkuperätodistuksella. Muussa tapauksessa alkuperätodistuksen puute johtaa poikkeuksetta kaksinkertaiseen tullimaksuun. On myös huolehdittava asiakirjojen täydellisyydestä. Puutteellisista tai virheellisistä asiakirjoista voi seurata tulliselvitysprosessien pitkittyminen ja kustannuksien lisääntyminen.

Venäjältä löytyy useita tarkastusviranomaisia, jotka vaativat asiakirjojen esittämistä. Vaadittuja asiakirjoja on erityyppisiltä yrityksiltä, kuten esimerkiksi kaupoilta, tehtailta, rakennustyömailta tai toimistoilta. Viranomaiset saattavat vaatia asiakirjoja myös vapaaehtoisesti sertifioidaviltakin tuotteilta. (SGS 2015a.)

Vietäessä Venäjälle tarvittavien asiakirjojen määrä on suuri, mutta kuitenkin Venäjä on asettanut tavoitteekseen siirtyä vähitellen samanlaiseen sähköiseen asiakirjajärjestelmään

kuin Suomessa Vuoden 2018 mennessä ulkomaankaupassa vaadittavien asiakirjojen määrää supistuu noin puoleen. (SVKK 2016.)

2.12.1 GOST-sertifikaatti

GOST R -sertifikaatti (GOST R Certificate of Conformity) Vastaavuussertifikaatti (liite 4) on pakollinen sertifikaatti. Vastaavuussertifikaatin voimassaoloaika on 1–3 vuotta. SGS:n (2014b) tietojen mukaan vastaavuussertifikaatti on hankittava siinä tapauksessa, jos tuotteen sertifioitu on pakollista. Pakollinen sertifiointi tarkoittaa sitä, että tuote löytyy Tullin ja Rostekhhregulirovanien laatimasta listasta. Lista sisältää pakollisesti sertifioidut tuotteet koodeittain. (SGS 2014b.)

Peltonen (2014, 6–7) toteaa, että siinä tapauksessa, jos tuote ei kuulu sertifioitaviin tuotteisiin eikä Venäjällä pakollisesti sertifioitaviin tuotteisiin, on hankittavaa vapaaehtoinen GOST sertifikaatti (liite 4).

SGS:n (2014b) mukaan sertifikaatin hakijana saa olla venäläinen tai ulkomaalainen valmistaja. Hakijana saa olla myös viejä tai maahantuoja tai muu osapuoli. Ulkomaisen valmistajan tuotesertifikaatin hankkiminen on tehtävä omiin nimiin, siten sertifikaatin käyttäjä pystyy pitämään sen omissa käsissään. Jos maahantuoja hankkii tuotesertifikaatin Venäjältä, sertifikaatti kirjoitetaan tämän organisaation nimelle. Toinen maahantuoja ei pysty käyttämään samaa sertifikaattia ja hänen on hankittava uusi. Siinä tapauksessa, jos tulee erimielisyyksiä, valmistaja on heikossa asemassa. Venäjällä tietoa sertifioinnista SGS:n lisäksi voi antaa muun muassa Rostekhhregulirovanie, Sertifiointilaitos, Suomalais-Venäläinen kauppakamari ry ja Finpro.

2.12.2 Vapautuskirje

Vapautuskirje (Exemption letter) on tulliselvitystä varten oleva asiakirja. Vapautuskirje haetaan tuotteelle siinä tapauksessa, jos tuote ei ole pakollisen sertifioinnin alainen tai yritys ei halua hankkia vapaaehtoista sertifikaattia. (SGS 2014b.)

SGS:n (2014b) tietojen mukaan Vapautuskirje sisältää kyseisen tullinimikkeen ja tietoa siitä, että tuote ei ole pakollisen sertifiointin alainen. Vapautuskirje maksaa 250€/kpl ja sen saaminen kestää noin 10 arkipäivää.

Vapautuskirjeen hakemista varten tarvitaan suuri määrä asiakirjoja, joiden on oltava tietyllä tavalla täytetyt. Tuotteen koskevasta sopimuksesta tai laskusta täytyy tehdä kopia ja tuotteen nimi on oltava venäjäksi kirjoitettuna. Tuotteen tekninen kuvaus on oltava venäjän kielellä. Teknisessä kuvauksessa on oltava mukana valokuvat tai piirustukset. (SGS 2014b.)

2.12.3 Vastaavuusvakuutus

Vastaavuusvakuutus (Declaration of Conformity) on tuote- ja tuoteryhmäkohtainen, lähetyskohtainen tai sopimuskohtainen asiakirja (liite 5). Vastaavuusvakuutuksen käyttäjä saa olla venäläinen valmistaja ja myyjä sekä tytäryritys, joka on ulkomaisen valmistajan rekisteröimä. Vastaavuusvakuutusta ei saa käyttää ulkomaalainen valmistaja tai yritys. (SGS 2014b.)

Vastaavuusvakuutus tarvitaan tuotteen myymiseksi. Vastaavuusvakuutus on rekisteröitävä, sillä tuotetta ei voi myydä ilman rekisteröityä vastaavuusvakuutusta. Kuitenkaan Venäjällä tarkastusorganisaatiot eivät aina vaadi vastaavuusvakuutusta. (SGS 2014b.)

SGS:n (2014b) mukaan, kun tuotteella on useita venäläisiä ostajia ja käyttäjiä ja tuote on vastaavuusvakuutuksen alainen, on hyvä hankkia vapaaehtoinen sertifikaatti ennen kuin tuote toimitetaan Venäjälle. Sillä tapauksessa, jos venäläiseltä ostajalta tai maahantuojalta kysytään vastaavuusvakuutusta, sen voi hankkia vaivattomasti vapaaehtoisen sertifikaatin pohjalta.

2.13 Kansainvälisen postilähetysten asiakirjoja

Nykypäivänä eri maiden välillä olevien postien yhteistyö ja sopimukset ovat panostaneet markkinatilanteen muuttamiseen. Esimerkiksi Suomessa toimiva Suomen posti nimeltään Itella Oyj on logistiikka-alalla tehnyt yrityskauppoja ja yhteistyösopimuksia

kaikkialla maailmassa. (Hörkkö, Koskinen, Laitinen, Mattsson, Ollikainen, Reinikainen & Werdermann 2010, 10.)

Hörkön ym. (2010, 10) mukaan postin tullaus- ja huolintapalvelu hoitaa tavarat pyydettyä toimeksiannon mukaisesti. Samalla tavalla maasta lähtevän tavaratullaus hoidetaan postin kautta. Lisäksi voi käyttää muita huolintaliikkeitä.

Venäjän Tulli:n (2011) mukaan ulkomaille meneville postilähetyksille lähettäjän on tehtävä tullilmoitus. Tulli-ilmoituksen antamisesta on vastuussa kuljetusliike. Euraasian tulliliiton sääntöjen mukaan postilähetyksistä, joiden arvo ylittää 1000 euroa tai toimituksen koko on enemmän kuin 31 kiloa, joutuu maksamaan tulliveroa. Näiden arvojen ylittäminen johtaa tullimaksuun, joka on 30 prosenttia lähetettävän tavarat arvosta. Siinä tapauksessa, jos tavarat arvo ylittää 14 000 ruplaa, on täytettävä CN 23 ilmoitus (liite 6). Tällaisessa lähetyksessä lähettäjän sukunimi ja osoite on oltava ilmoitettu lähetettävän tavarat etupuolella. (Venäjän posti 2016.)

Venäjän postin (2016) mukaan tulliasiakirjat on täytettävä selkeästi. Virheellinen tai epäselvä ilmoitus voi johtaa sakkoon tai tavarat takavarikointiin. Tulliasiakirjojen on oltava tiukasti kiinni lähetettävän tuotteen ulkopuolella. Tulli-ilmoitus on tehtävä englanniksi, ranskaksi tai kohdemaassa hyväksytyllä kielellä.

Nykypäivänä on olemassa suuri määrä postin pikapalveluita, kuten esimerkiksi EMS (Express Mail Service), joka on maiden vyöhykkeiden välillä toimiva nopeutettu pakettipikapalvelu. Lisäksi on olemassa Global Courier, joka on yli 200 maissa toimiva paketti- ja asiakirjapalvelu. Global Courier toimittaa paketin enimmäispainon mukaisesti, joka on 30 kg per paketti tai kirje. Kuitenkin on olemassa maakohtaisia rajoituksia. (Hörkkö ym. 2010, 11.)

Venäjän Tullin (2016) mukaan Euroopan Unionin alueelta Venäjälle lähetettävien postilähetysten tulee sisältää seuraavat asiakirjat:

1. Tulli-ilmoitus CN 22 (liite 6)
2. Tulli-ilmoitus CN 23 (liite 7)

3. Osoitelomake CP 71 (liite 9)
4. Lomake CP 72 (liite 10)
5. Osoitekortti EMS E 1 (liite 8)

3 Empiirinen osuus

Tässä osuudessa tulee esille, mitä tutkimusmenetelmiä käytetään, perehdytään myös teemahaastattelun suunnitteluun, sen toteutukseen ja tutkimusaineiston keruumenetelmään. Lopussa analysoidaan haastattelun tuloksia, tehdään johtopäätöksiä ja esitellään jatkotutkimusehdotuksia.

3.1 Tutkimusmenetelmät

Tämän tutkimustyön tutkimusmenetelmänä käytettiin kvalitatiivista eli laadullista aineistonhankintatekniikkaa. Se on sopivin tutkimusmenetelmä, jotta saadaan syvälinen näkemys ja monipuolinen kuvaus kiinnostavasta alueesta, ja siten on mahdollisuus pohdita lisäksi parannusehdotuksia tutkittavalle ilmiölle. Tiedonkeruumenetelmänä valittiin teemahaastattelu, koska se on hyvä keino tutkia vaikeita asioita ja saada monipuolinen käsitys kiinnostavista teemoista ja se mahdollistaa etukäteen ohjata haastattelun sisältöä. Teemahaastattelun kautta saatiin aidosti tuotua esille haastateltavien kokemuksia tutkittavista teemoista.

Makkosen (2014, 70) mukaan teemahaastattelu on yksi haastattelun muodoista. Teemahaastattelulla tarkoitetaan etukäteen valittujen tiettyjen teemojen mukaisesti menevää keskustelua, joka tapahtuu tutkijan ja tutkittavan välillä. Tässä tutkijana on henkilö, joka valitsi ja valmisteli haastattelun teemat ja tutkittava on se, joka vastaa keskusteluaiheisiin kokemuksensa ja tietämyksensä kautta.

Teemahaastattelun tarkoituksena oli tutkia, miten suomalaisen verkkokaupan logistiikka toimii ja miten käytännössä Suomessa verkkokaupassa hankittuja tilauksia toimitetaan Venäjälle. Haastattelussa myös haluttiin selvittää, mitä mahdollisia haasteita voi sattua tilauksen logistiikan aikana ja kuinka yritys ratkaisee nämä haasteet.

3.2 Haastattelun suunnittelu ja toteutus

Haastattelujen kohderyhmäksi valittiin yksi suomalainen verkkokauppa ja seitsemän kansainvälistä logistiikkaa harjoittavaa yritystä. Yhteensä haastateltiin kahdeksaa henki-

lää. Haastateltavat valittiin yritysten yhteydenottojen perusteella ja haastateltavien kokemukset tutkittavien teemojen pohjalta. Haastateltavien asema organisaatiossa vaihtelee logistiikkajohtajasta hankintakeskuksen johtajaan.

Taulukko 1. Yritys ja asema organisaatiossa

Yritys	Asema yrityksessä
A	Head of online shop
B	Manager of Logistics Services
C	Head of Group Supply Chain Management
D	Project Logistics
E	Operative Purchaser
F	Logistics Manager
G	Head of Project Logistics
H	Manager of Logistics Services

Ensimmäinen haastattelu pidettiin 17. joulukuuta 2015. Haastattelu kesti noin neljäkymmentä minuuttia. Haastattelun alussa johdateltiin haastateltava tutkimukseen, avattiin yleisesti tutkimuksen kohdetta ja keskusteltiin haastattelun teemoista. Sen jälkeen menimme kysymykset läpi teemoittain. Haastattelu suoritettiin äänitallentimella ja samalla kirjoitettiin muistinpanoja.

Loput seitsemän haastattelua pidettiin 21. tammikuuta 2016. Haastattelut pidettiin sähköpostitse, sillä se oli ainoa mahdollinen ja molemmille sopivin tapa. Haastattelulomake

lähetettiin sähköpostitse. Vastaukset kysymyksiin saatiin sähköpostitse noin parissa viikossa, mikä on hyvin nopea aika.

3.3 Haastattelukysymykset

Ensimmäisessä haastattelussa kysymyslomakkeen runko jaettiin seitsemään eri pääkohaan. Haastattelurunko koostuu teemoista. Jokaisen teeman alta löytyy pari kysymystä. Ensimmäisen haastattelun tarkoituksena oli selvittää, miten verkkokaupan logistiikka Suomesta Venäjälle toimii käytännössä. Ensimmäiseksi kysyttiin, miten asiakas tekee tilauksen verkossa. Tämän jälkeinen kysymys liittyy tilauksen maksamiseen, mitä maksutapoja verkkokauppa tarjoaa ulkomaalaisille asiakkaille ja kuinka asiakas pystyy maksamaan oman tilauksensa. Seuraavaksi tiedusteltiin verkkokaupan toimitustapoja, miten tilaus lähetetään Venäjälle. Lisäksi kysyttiin, mitä onnistunut toimitus Venäjälle vaatii. Neljäntenä tiedusteltiin, miten verkkokauppa hoitaa tullausasioita. Viidentenä kysyttiin varastoinnista ja sen jälkeen mentiin palautuslogistiikkaan. Viimeisenä selvitettiin mahdollisia haasteita ja niiden ratkaisukeinoja (liite 1).

Toisessa haastattelussa laadittiin viisi haastattelukysymystä runkoon. Kysymykset muotoutuvat teemoittain kuten ensimmäisessäkin haastattelussa. Toisessa haastattelussa ensimmäiseksi kysyttiin viennin kuljetusmuodoista, mitä kuljetusmuotoa yritys käyttää viedessään Venäjälle ja mitä onnistunut vienti vaatii. Tämän jälkeen oli vuorossa tullaukseen liittyvä kysymys. Tässä tavoitteena oli saada selville, miten yritykset hoitavat tullausasioita. Seuraavaksi käsiteltiin palautuslogistiikkaa ja sen järjestämistä. Neljäntenä tiedusteltiin mahdollisista haasteista ja niiden ratkaisukeinoista. Viimeisessä kohdassa käsiteltiin varastointia (liite 2).

3.4 Empirian tulokset ja analysointi

Tutkimuksessa aineistoa kerättiin erilaisilla tiedonkeruumenetelmillä. Aineistoa kerättiin tuoreesta, kansainvälistä kauppaa ja logistiikkaa käsittelevästä kirjallisuudesta, erilaisista aiheeseen liittyvistä artikkeleista ja tutkimuksista, viranomaisten internetsivustoista ja analysoimalla teemahaastattelun kautta saatuja tuloksia. Lisäksi työssä käytettiin hyväksi

monipuolista informaatiota työn toimeksiantajalta kuten luentomateriaaleja ja kontakteja.

Tutkimusongelmaan liittyvää aineistoa kerättiin teemahaastatteluilla. Yhteensä valittiin seitsemän teemaa, joiden mukaan laadittiin pää- ja alakysymyksiä. Aineisto analysoitiin teemoittain. Saatuja tuloksia analysoitiin lukemalla niitä läpi pari kertaa. Jokainen haastattelukysymys tarkastettiin ja analysoitiin kerrallaan ja erikseen haastateltujen kokemuksien ja mielipiteiden pohjalta.

Tilaus verkkokaupassa

”Toiminta alkaa siitä, kun asiakas tekee tilauksen verkkokaupassa (liite 3). Tilauksen tekemisessä on olemassa kaksi menetelmää riippuen siitä, tekeekö asiakas ensimmäisen kerran oston verkkokaupassa X tai toisen: rekisteröityminen asiakkaaksi tai kirjautuminen sisälle jo olemassa olevalle tilille. Tilauksen tekemisen ja maksamisen jälkeen tulee vahvistus.”

Tilausten maksaminen

”Joukossa löytyy luottokortti, sähköinen lompakko, online-käyttöjärjestelmä, käteismaksun terminaalit, mobiilimaksaminen ja PayPal.”

”Maksu tapahtuu Adyen-maksujärjestelmän kautta. Sitä käytetään riippumatta siitä, minkä maksutavan asiakas valitsee. Adyenia käytetään kaikissa maksuvaiheissa kuten tilausten tekemisessä, vahvistamisessa ja asiakkaan tilaushistoriassa. Yritys X käyttää maailmalla tunnettua SSL (Security Sockets Layer) systeemiä. Tällä turvasysteemillä varmistetaan, että asiakkaan maksutiedot ovat turvassa.”

Toimitustavat ja kuljetusmuoto

”Tilaukset toimitetaan käyttäen maantieliikennettä ja lentorahtia. Tilaukset lähetetään lentorahtina Suomesta Itella Postin varastosta Moskovaan tai Pietariin. Toimitus Moskovaan kestää viisi päivää, toimitus Pietariin neljä päivää. Toimitukset muihin Venäjän

kaupunkeihin on suurin piirtein samassa kategoriassa. Tilaukset lähetetään isoina erinä, sillä pienissä erissä lähettäminen on kalliimpaa.”

”Kuljetusmuotona käytetään autoa, junaa, konttia, laivaa, lentoa.”

”Toimitamme kaluston asiakkaille toimipisteistämme löytyvillä pakettiautoilla sekä järjestämällä toimituksen kuljetuskumppaniemme kautta. Toimitusaika on tyypillisesti n. puoli päivää, mutta vaihtelua on paljon mm. kaluston saatavuuden ja asiakkaan sijainnin mukaan. Asiakas voi myös noutaa kaluston itse meidän toimipisteestämme.”

”Yritys X:llä käytössä kaikki kuljetusmuodot. Meri-, lento- ja maantiekuljetukset sekä pikarahtipalvelut lähinnä kolmen isoimman kesken TNT, UPS ja DHL.”

”Yritys X käyttää kaikkia kuljetusmuotoja tavaran koosta ja luonteesta, toimitusajasta ja toimitusehdoista riippuen. Kaikki toimitusehdot (poissulkien EXW ja DDP) ovat käytössä asiakassopimuksesta riippuen.”

”Toimituksia tehdään lastina, lento- ja merirahtina ja tralleilla.”

”Tavarakuljetusmuotojen vaihtoehdot ovat seuraavat: asiakas itse tilaa auton tai itse käy noutamassa kuljetusyrityksien kuten (Kiitolinja, Schenker, DPD, Postnord) kautta. ”

Toimitusten onnistuminen

”Toimituksen onnistuminen riippuu monista tekijöistä. Tärkeimmät ovat aikataulussa pysyminen, huolellisuus ja tarkkuus, Venäjän Tulli, postin ja kuriiritoimituksen luotettavuus.”

”Sopiva kalusto, turvallinen kuljetus, noudatetaan aikatauluja.”

”Pystyäksemme toimittamaan vuokralaitteet onnistuneesti asiakkaillemme, pitää ensinnäkin tilaustietojen olla tarkasti tiedossa – mitä laitteita asiakas tarkalleen ottaen tarvitsee, mihin laitteet tulee toimittaa ja milloin niiden on oltava asiakkaalla. Onnistuak-

semme tässä tulee meidän ymmärtää asiakkaan perimmäinen tarve, että toimitettavat laitteet vastaavat varmasti käyttötarvetta. Yritämme myös varata riittävästi aikaa ja riittävän toimitusikkunan laitteiden toimittamiselle, mutta asiakkailta on usein kiire, minkä vuoksi toimitusvalmiutemme on oltava varsin korkea kaiken aikaa. Tämän johdosta tarvitsemmekin hyvät kuljetuskumppanit ja selkeät yhteistyömallit heidän kanssaan.

”Tuotteen tietojen on oltava oikeat, kuljetukseen ja tulleihin liittyvä paperit oltava selkeät. Toimitusehtolausekkeesta riippuen rajapinnat selvät, kuka vastaa mihinkin asti.”

”Oikein laadittuja asiakirjoja, luotettava operaattori ja tulliasioitsija.”

”Toimitusten onnistuminen vaatii perusteellista suunnittelua ja asioiden monialaista huomioonottamista yhteistyössä Yritys X:n sisäisen projektiorganisaation kuin myös ulkoisten sidosryhmien kanssa. Kaikki tarvittava tieto tulee olla olemassa virheettömänä ja tarvittavat laivausasiakirjat tulee hoitaa kuntoon yhteistyössä asiakkaan kanssa ennen lähetystä.”

”Oikein ja riittävän ajoissa toteutetut asiakirjat, kuljetusliikkeen tehokas työ.”

Tullaus ja sertifiointi

”Tullausta varten valmistetut asiakirjat, joita Suomen ja Venäjän tulli vaatii. Paketti joka sisältää tarvittavat asiakirjat kuten kauppalasku, osoitekortti ja tulliasiakirjat. Asiakirjat tulostetaan tarvittavan kappalemäärän mukaisesti.” (Yritys X 2015, Head of online store.)

”Tullausta varten valmistetaan nopeasti EDI-ilmoittajaa käyttäen.”

”Tähän minulle ei ole nopeaa vastausta, sillä en juurikaan toimi ostetun kaluston käyttöönoton parissa. Asiakkaat meillä ovat tyypillisesti kansallisia asiakkaita eli tullausta ja sertifiointia ei asiakastoimituksissa tarvita.”

”Tämä riippuu maasta, minne ollaan menossa ja tietenkin henkilön henkilökohtaisesta ammattitaidosta, miten asioita hoidetaan. Voi olla selvää muutamassa päivässä tai kestää viikkoja.”

”Vientiprojekteissa pääsääntöisesti asiakas vastaa tullaamisesta. Joissain tapauksissa Yritys X:n oma konttori asiakkaan maassa hoitaa ensin maahan tuonnin ja siten tullauksen, jonka jälkeen tullattu tavara toimitetaan asiakkaalle. Maasta riippuen tullaaminen vie oman aikansa. Kotimaassa tuontitullaukset sujuvat ongelmitta ja nopeasti.”

”Sertifiointia varten projekteissa tulee varata oma aikansa. Riippuen, mistä sertifikaatista on kyse, tulee sertifiointiprosessi käynnistää heti kaupan solmimisen jälkeen tai kuitenkin viimeistään kaksi kuukautta ennen tavaran toimitusta.”

Paluulogistiikka

”Työn hyvästä laadusta huolimatta tuotteiden palautuksia sattuu. Paluulogistiikka on vaativa ja kallis prosessi. Tulliselvitysten kannalta se on haasteellista.”

”Asiakas järjestää paluukuljetuksen.”

”Sovitaan palautukselle hinta ja toimitusehto, kuka maksaa rahdin ja vakuutuksen, lähetysten koko ja sen kiireellisyys määrittävät kuljetusmuodon.”

”Yritys X:llä ei ole pääsääntöisesti tuotteiden palautuslogistiikkaa. Satunnaisesti yksittäinen laite voidaan joutua palauttamaan väliaikaisena tuontina korjaustyötä varten, mikä yleensä vaatii erikoistoimenpiteitä.”

”Yritys X:llä ei ollut jälleenvientiä.”

Haasteita

”Toimituksen aikana voi sattua erilaisia ongelmia jotka voivat liittyä itse tavaraan, toimitukseen, asiakirjoihin ja tulliin. Tavaraan liittyvistä haasteista tunnetuimpia ovat tilauksen myöhästymisen, häviämisen tai rikkoutumisen toimituksen aikana. Kuitenkin

haasteiden kipupaikka on tilausten häviäminen toimituksen aikana ja rikkoutuminen. Tässä tapauksessa EMS toimii sopimusosapuolena Suomen Postin kanssa ja pystyy hoitamaan toimitukseen liittyviä haasteita Venäjän puolella.”

”Viivästyminen, kuljetusvahinko.”

”Jos keskitymme Yritys X:n ja asiakkaan välisiin tuonteihin ja vienteihin, on seuraavassa listausta tyypillisistä haasteista: asiakas ei ole paikalla, kun kalustoa toimitetaan tai noudetaan, jolloin voi olla vaikea varmistua siitä, että kalusto todella päätyy sinne, minne pitääkin, eikä sitä esimerkiksi varasteta välillä. Kalusto palautuu rikkinäisenä, mutta vaurion aiheuttajaa voi olla vaikeaa jäljittää (onko hajonnut käytön aikana tai esim. lastauksessa/kuljetuksessa). Kalustoa viedään tai haetaan kiireelliseltä työmaalta, jolloin aikaa saattaa kulua kaluston etsimiseen, työmaalla jonottamiseen ja asiakkaan yhteys henkilön löytämiseen. Asiakkaalla ei ole valmiuksia kaluston lastaamiseen esim. rampilla, mikä rajoittaa sopivan kuljetuskaluston valintaa.”

”Periaatteessa kaikkea, tavara häviää, vääristä merkinnöistä se jää tulliin seisomaan, ko. maan tulli jostain syystä pysäyttää lähetyksen.”

”Haasteita on todella paljon. Kaikkea ei voi luokitella. Tärkein haaste on myöhästyminen toimitusaikataulusta. Tämä voi johtua esimerkiksi operaattorista (kuljetusliikkeen myöhästyminen) tai lähettäjistä (tavaroiden rekisteröinnin myöhästyminen, tavara ei ole saatavilla ja niin edelleenkin).”

”Haasteet ovat yhtä moninaisia kuin ovat projektitkin. Haasteita aiheuttavat yleisimmin vaativat sopimusehdot, liian tiukka toimitusaikataulu tai muutokset tavaroiden mitoissa. Varsinaisen viennin osalta haasteita aiheuttavat kaksoiskäyttötuotteet ja niiden tunnistaminen sekä kansainväliset sanktiot. Tuonnin osalta asiakkaalle ongelmia voivat aiheuttaa puutteelliset tai virheelliset lähetysasiakirjat.”

”Virheet asiakirjoissa, tekniset ongelmat tulleissa, ylivoimainen este.”

Haasteiden ratkaisut

”Tilauksen häviämisen tapauksessa, EMS ottaa yhteyttä asiakkaaseen. Tilausten rikkomisen tapauksessa, asiakkaan on otettava yhteyttä EMS:n lisätietoa varten ja tehdä selvitys poliisille. Siinä tapauksessa, jos asiakas ei ole tilauksen saapumisen hetkellä lähiosoitteessa, Express Mail Serviisi tekee kaksi toimitusyritystä, minkä jälkeen jättää viestin asiakkaalle. Asiakas itse hakee tilauksen, joko lähellä olevasta kioskista tai postin keskusvarastosta.”

”Toimitusten historiassa on ollut tapauksia, jolloin asiakas tahallaan vääristelee toimitusten rikkoutumisen saadakseen laittomasti tilausten arvon palautuksen. Tällaisissa tapauksissa asiakasta pyydetään ottamaan yhteyttä EMS:ään ja tekemään ilmoitus poliisille. Vastausten perusteella voi todeta, että useimmiten aloitteentekijä häviää, kun on laitettava ilmoitus poliisille.”

”Venäjällä reagoidaan hitaammin tilauksiin liittyvistä ongelmista kuin Euroopassa.”

”Toimijoiden hallinta, ohjeistukset, kuljetusvakuutus.”

”Pyrimme ratkaisemaan edellä mainitut ongelmat huolellisella kommunikoinnilla asiakkaan kanssa: pyrimme varmistumaan, että asiakas on ottamassa kalustoa vastaan sekä osallistumassa lastaamiseen, jotta siirtyvästä kalustosta ja sen kunnosta ei pääse syntyämään epäselvyyksiä. Pyrimme myös sopimaan mahdollisimman tarkasti, mihin ja milloin kalusto toimitetaan, sekä selvittämään asiakkaalla vallitsevat olosuhteet.”

”Ei siinä oikeastaan muuta ole, kun asioita pitää ryhtyä selvittämään, missä vika ja sen myötä, kun asiat alkaa selvitä, tehdään tarvittavat korjaavat toimenpiteet.”

”Koko prosessin jatkuva seuranta ja ajoissa reagoiminen vastaan tuleviin ongelmiin.”

”Hyvä suunnittelu, oikeat sopimusehdot ja reagointi poikkeustilanteisiin auttaa välttämään ongelmia. Esiin tulleet ongelmat pyritään ratkaisemaan viiveettä yhteistyössä asiakkaan kanssa, mikäli tarpeen.”

”Tehdään korjaukset asiakirjoissa.”

Varastointi

”Yritys X ei käytä välivarastoja toimittaessaan tilauksia Venäjälle. Lähetykset toimitetaan suuriin kaupunkeihin kuten Moskovaan tai Pietariin, tilaus menee Express Mail Serviisiin kautta asiakkaan lähiosoitteeseen.”

”Suorat tehdastoimitukset, ei varastointia.”

”Kalustomme jakaantuu hieman yksinkertaistaen kahteen kategoriaan – toimipistekalustoon ja kalustokeskuskalustoon. Toimipistekalustoa varastoidaan kaikilla toimipisteillämme: tällaista kalustoa ovat mm. suurin osa pienistä vuokrauskalustoista (piikkauskoneet, lämmittimet jne.), joita asiakas tyypillisesti lastaa peräkonttiin tai peräkärnyyn suoraan toimipisteeltä. Myös perässä vedettävät nostimet ja pienet kaivinkoneet/kauhakuormaajat kuuluvat toimipistekalustoon. Kalustokeskuksiin taas varastoimme suurempaa kalustoa, kuten isoja nostimia, työmaatiloja, nostureita ja työmaahissejä. Myös telineet ja sääsuojaimet varastoidaan tyypillisesti niihin erikoistuneisiin kalustokeskuksiin. Yhteistä tällaiselle kalustolle on, että se tavallisesti toimitetaan suoraan asiakkaille, eli sen varastoinnilla yksittäisessä toimipisteessä ei ole juurikaan hyötyä. Keskittämällä varastointia kalustokeskuksiin pystymme paremmin varmistamaan, että kalusto on huollettu ja tarkastettu kunnolla ennen kuin se lähtee uudelleen asiakkaalle, ja pystymme myös organisoimaan kuljetuksen mahdollisimman tehokkaasti.”

”Me pääosin varastoimme itse, myös meillä on niin kuin kaupintavarastoja, jotka toimittaja omistaa ja laskutus toimii käytön mukaan.”

”Yritys X ei varsinaisesti varastoi tuotteita, koska noin 95 % toimittamistamme tuotteista ostetaan alihankintana. Varastointi tapahtuu siten joko toimittajien tiloissa tai ulkoistetuissa varastoissa/kuljetustermiinaaleissa ennen toimitusta. Toimituksen jälkeen asiakas vastaa varastoinnista itse.”

”Tekniikka varastoidaan avoimella alueella, varaosia varastoidaan osittain avatussa ja osittain suljetussa varastossa.”

4 Johtopäätökset ja pohdinta

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää suomalaisen verkkokaupan logistiikkaa ja kansainvälistä logistiikkaa harjoittavien yritysten vientitoimintaa Venäjälle. Tavoitteena oli tutkia, mitä erityispiirteitä on verkkokaupan logistiikassa Venäjälle ja kuvata viennin prosessia mahdollisimman tarkasti.

Työssä tutkittiin, miten käytännössä verkkokaupan logistiikka järjestyy. Tutkimuksessa tulee ilmi verkkokaupan ja kansainvälisen logistiikan mahdollisia haasteita ja ongelmia, joita kansainvälinen logistiikka-alan ammattilainen ja Venäjällä oleva asiakas kohtaavat. Tutkimuksessa voidaan havaita haasteiden ratkaisukeinoja. Tutkimuksessa selvitettiin myös onnistuneen toimituksen erityispiirteitä, mitä kaikkea on otettava huomioon, kun tavaraa viedään Venäjälle.

Tutkimus perustuu teemahaastatteluihin. Saadut vastaukset perustuvat yhden kansainvälistä verkkokauppaa harjoittavaan yritykseen ja seitsemään kansainvälistä logistiikkaa harjoittavaan yritykseen. Yhteensä teemahaastatteluihin osallistui kahdeksan henkilöä. Ensimmäisessä haastattelussa on pyritty selvittämään verkkokaupan logistiikkaa käytännössä ja toisessa haastattelussa avattiin enemmän teemoja, jotka koskevat onnistunutta toimitusta, logistiikan haasteita ja niiden ratkaisukeinoja.

Tilaus verkkokaupassa ja maksujärjestelmä

Ensimmäisessä haastattelussa kysyttiin, miten tilaus suomalaisessa verkkokaupassa tapahtuu. Vastausten perusteella voidaan todeta, että verkkokaupan maksujärjestelmä on innovatiivinen ja turvallinen. Järjestelmä mahdollistaa maksamisen melkein kaikilla maailmassa tunnetuilla maksutavoilla, mikä mahdollistaa venäläisille asiakkaille suuren valintamahdollisuuden. Verkkokauppa mahdollistaa asioinnin venäjän kielellä, mikä on suuri etu venäläisille asiakkaille. Yritys huolehtii hyvin maksujärjestelmän turvallisuudesta ja käyttää SSL (Security Sockets Layer) systeemiä. Tällä asiakkaan kaikki maksutiedot kuten asiakkaan tunnusnumero, luotto- ja pankkikortin maksutiedot eivät säily maksujärjestelmässä.

Kuljetusmuoto

Ensimmäisessä ja toisessa haastattelussa kysyttiin haastatteliijoilta, mitä kaikkia kuljetusmuotoja he käyttivät. Yritykset käyttävät melkein kaikkia kuljetusmuotoja kuten kumipyörä, juna-, kontti-, laivakuljetusta ja lentorahtia, mikä kertoo siitä, että tämän päivän Suomen ja Venäjän välinen logistiikan tilanne on suhteellisen hyvä. Vastauksissa löytyy yrityksiä, jotka käyttävät pääasiassa lentorahtia, koska se on sopivin ja nopea ja turvallinen kuljetusmuoto pienikokoisille, arvokkaille ja kiiretoimituksille. Vastauksien perusteella voidaan todeta, että kuljetusmuotojen valinta perustuu moniin kriteereihin, kuten esimerkiksi toimituksen muotoon, painoon, kokoon, toimituksen aikatauluun ja välimatkan pituuteen.

Onnistunut toimitus

Ensimmäisessä ja toisessa haastattelussa kysyttiin, mitkä tekijät vaikuttavat onnistuneeseen toimitukseen. Saatujen vastauksien perusteella todetaan, että viennin kuljetusriskijä ja vahinkoja voi välttää etukäteen ja suojautua käymällä läpi mahdollisia riskitekijöitä jo kaupantekovaiheessa. Hyvään suunnitteluun kuuluu tuotteiden ominaisuuksien, vientipakkausvaatimusten, kuljetustavan ja kuljetusreitit analysointi ja kuljetuksen suorittajan ammattipätevyys. Valitsemalla tuotteelle sopivat pakkaukset suojataan tehokkaammin rikkoontumisvahingoilta. Esimerkiksi kalusto valitaan ottamalla kaikki tärkeät seikat huomioon. Näin vältetään monia ongelmia, jotka voivat sattua tilausten lastauksessa, toimituksen aikana ja tilauksen purkamisessa. Lisäksi vastauksissa ilmenee, että yksi tärkeimmistä asioista on toimituksen varmuus ja toimitusehdoista sopiminen. Kun toimitus on varmaa ja yritykseen voi luottaa, toimitus onnistuu ja loppuasiakas on tyytyväinen. Sopimalla toimitusehdot molemmat kaupan osapuolet voivat tehdä omia toimenpiteitä suojautumiseksi riskeiltä.

Kaikissa haastatteluissa tulee esille, että käytännössä viennin onnistuminen riippuu huolellisuudesta, tarkkuudesta, nopeudesta, tavarankuljetusvakuudesta, muista tarvittavista riskivakuutuksista ja tullausta varten kaikkien tarvittavien asiakirjojen valmistamisesta.

Yli puolet vastaajista totesivat, että useimmiten asiakkaalla on kiire tilauksen saamiseksi, joten yrityksellä täytyy olla korkeat toimitusvalmiudet. Tässä aika on yksi tärkeimmistä tekijöistä. Onnistuneelle toimitukselle on varattava riittävästi aikaa ja on suunniteltava hyvin aikataulu, jossa on riittävä toimitusikkuna tilauksen toimittamiselle. Aikataulun noudattamisen lisäksi onnistuakseen tässä on oltava luottavat kuljetuskumppanit ja välittäjät ja lisäksi selkeä yhteistyömalli heidän kanssaan. Kun toimitusta on valmisteltu huolellisesti, tilaus saapuu ongelmitta ja ajoissa.

Tullaus ja sertifiointi

Haastatteluissa kysyttiin, miten nopeasti yritys hoitaa tullaus- ja sertifiointiasioita. Saatujen vastausten mukaan tullaus ja sertifiointin hoitamiseen tarvittava aika riippuu yrityksestä. Joissakin yrityksissä tullaus- ja sertifiointiasiat hoituvat suhteellisen lyhyessä ajassa kuten EDI muodossa, muutamasta päivästä viikkoon, kun taas toiselle se on kokonainen projekti.

Haastateltavien joukosta löytyy yrityksiä, jotka hoitavat vientiä ja tuontia maailman ympäri. Tällaisten yritysten vastausten perusteella tullauksen hoitaminen suorastaan riippuu siitä, mihin maahan tavara on menossa. Siitä riippuen tullaaminen vie oman aikansa. Sertifiointin valmistumisen nopeus riippuu, mistä sertifikaatista on kyse. Joidenkin vastausten perusteella sertifiointiprosessi tulee käynnistää heti kaupan solmimisen jälkeen ja viimeistään kaksi kuukautta ennen tavarantoimitusta. Haastattelevien joukosta löytyy yrityksiä, joiden vientiprojektissa pääsääntöisesti asiakas vastaa tullaamisesta, sillä tämä helpottaa vievän yrityksen työtä.

Vastauksissa myös ilmenee, että tullaus ja sertifiointin hoitamisessa aikataulussa pysyminen riippuu tullauksesta ja sertifiointista vastaavien henkilöiden ammattitaidosta ja pätevydestä.

Vastaavien joukosta löytyy myös yrityksiä, joiden konttorit sijaitsevat asiakkaan maassa Venäjällä. Asiakkaan maassa sijaitseva yrityksen konttori jossain tapauksissa hoitaa tullausasioita maahan tuonnin jälkeen. Ensiksi asiakkaan maahan hoidetaan tuonti ja sen jälkeen tullaus. Tämän jälkeen tullattu tavara toimitetaan asiakkaalle.

Varastointi

Varastointiin liittyvän kysymyksen tarkoituksena oli saada selville, kuinka haastatteluun osallistuneet yritykset järjestävät tuotteiden varastointia. Saatujen vastauksien perusteella voi todeta, että tuotteiden varastointi voi järjestyä eri tavalla. Monissa vastauksissa tulee esille, että eivät kaikki käytä varsinaista varastointia, vaan tilaukset toimitetaan suoraan asiakkaalle, sillä suora toimitus on nopeampaa ja se kestää isoihin kaupunkeihin 1-3 päivää. Vastaajista löytyy yrityksiä, jotka pääsääntöisesti hoitavat nimenomaan suuria tilauksia Venäjälle. Suurissa tilauksissa tullauksen jälkeen tavarat viedään suoraan asiakkaan omalle varastolle. Vastaajien joukosta löytyy ne yritykset, joiden yli puolet toimittamista tuotteista ostetaan alihankintana. Tässä tapauksessa varastointi ennen toimitusta voi järjestyä eri tavoilla. Esimerkiksi varastoidaan toimittajien tiloissa, ulkoistetuissa varastoissa tai kuljetustermiinaaleissa.

Joissakin yrityksissä varastointi jakaantuu tuotteiden koon perusteella kahteen kategoriaan: toimipisteeseen ja keskuspisteeseen. Tässä varastointi tapahtuu yrityksen kaikilla toimipisteillä. Toimipisteellä varastoidaan suurin osa pienistä vuokralle menevistä tavaroista. Keskustoimipisteellä varastoidaan suurempia tavaroita. Keskustoimipisteellä olevia tavaroita toimitetaan suoraan asiakkaille. Vastauksissa käy ilmi, että isompikoista tuotetta ei hyödytä varastoida yksittäisessä toimipisteessä. Tavaroiden keskittäminen kategorian mukaan auttaa varmistamaan tuotteiden huoltamisen ja niiden kunnon ennen lähtöä asiakkaalle. Keskittäminen nostaa myös kuljetuksen organisoinnin tehokkuutta.

Lisäksi joidenkin saatujen vastauksien perusteella todetaan, että yritys ei käytä välivarastoja toimittaessaan tilauksia Venäjälle, sillä välivaraston pitäminen toimitusprosessin aikana on lisäkustannuksellista.

Paluulogistiikka

Sekä ensimmäisessä että toisessa haastattelussa tiedusteltiin, miten tuotteiden paluulogistiikka järjestyy. Enemmistö haastateltavista vastaa, että paluulogistiikka on kustan-

nuksellinen ja aikaa vievä prosessi. Paluulogistiikkaa varten on valmistettava erillinen asiakirjojen paketti.

Vastauksien perusteella todetaan, että joissakin yrityksissä pienien tilauksien palautuksen sattuessa asiakas itse järjestää paluukuljetuksen. Vastauksissa tulee esille, että tilauksien palautusten prosenttiosuus onnistuneeseen toimitukseen verrattuna on huomattavasti harvinaisempaa, mutta kuitenkin niitäkin sattuu.

Suurelle osalle vastanneiden joukosta paluulogistiikka on vaiheittainen prosessi. Esimerkiksi viallisten tuotteiden palautuksen sattuessa, ensiksi sovitaan palautukselle hinta. Tämä jälkeen keskustellaan toimitusehdoista, rahdista ja vakuutuksen maksajasta. Samalla valmistellaan erillinen asiakirjojen paketti. Kuljetusmuodon valintaan vaikuttaa lähetyksen koko ja aikataulu ja se, miten nopeasti tuote täytyy palauttaa.

Vastauksien mukaan paluulogistiikan yhtenä ja usein sattuvana haasteena on rikkinäisten tilausten palautus. Vaurio voi sattua lastauksessa tai viennin aikana kuljetuksessa, tilauksen vastaanottamisen hetkellä tai loppuasiakkaalla. Vastauksissa ilmenee, että toimituksen palautuessa rikkinäisenä, on vaikea jäljittää todellista vaurion aiheuttajaa.

Kuitenkin haastatteluun osallistuvista yrityksistä ei kaikilla ole tuotteiden varsinaista paluulogistiikkaa. Isoja toimituksia tekeville yrityksille paluulogistiikan tarve on satunnainen esimerkiksi yksittäisten laitteiden väliaikainen palautus korjaustyötä varten. Tässä vaikeutena on se, että yksittäisen laitteen palautus vaatii erikoistoimenpiteitä.

Haasteita logistiikan aikana

Ensimmäisessä ja toisessa haastattelussa kysyttiin, mitä haasteita voi tulla logistiikkaketjussa Suomesta Venäjälle. Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että kansainväliset yritykset valittavat varsinkin Venäjän tullin vaatimuksia, tullauksen byrokratiaa, ongelmia liittyen tilausten toimitusvarmuuteen ja luotettavuuteen. Venäjällä nopeasti muuttuvat tullivaatimukset ja lisäsertifikaattien vaatiminen pakottaa onnistumista tavoittelevia yrityksiä seuramaan aktiivisesti muutoksia. Ongelmat tullauksen aikana voivat monta kertaa johtua vääristä merkinnöistä asiakirjoissa tai asiakirjojen puutteista. Monissa

vastauksissa tuli esille, että toimituksen onnistuminen riippuu koko toimitusketjun strukturoidusta toiminnasta. On tärkeä pitää langat käsissä koko ajan. Saatujen tuloksien perusteella todetaan, että useimmiten vastaan tulevia haastavia tilanteita on ratkaistava nopeasti. Nämä asiat ovat kuitenkin kansainvälisen verkkokaupan ja logistiikan ominaispiirteitä. Viennin aikana voi sattua moninaisia haasteita ja riskikenttä on laaja. Monissa vastauksissa ilmenee, että tavara on alttiina vahingoille koko kuljetuksen ajan. Kuljetuksen aikana erilaiset vahingot ja häiriöt voivat sattua esimerkiksi varastointivaiheessa, tietoliikenneverkossa, asiakirjojen oikeellisuudessa ja kohdemaan oloissa, mikä voi viivästyttää toimitusta.

Joissakin vastauksissa käy ilmi, että jollekin suurin haaste on viennin viivästyminen. Tavara ei saavu perille ajoissa, tavara on hajonnut tai osa on kadonnut kuljetusvaiheen aikana. Kun toimituksen ketju rakentuu aikatauluun, epäonnistuminen viennin tai tuonnin aikataulussa voi johtaa merkittäviin ongelmiin ja voi nostaa yllättävästi kuljetuksen hintaa.

Haasteeksi käsitetään myös toimituksen vastaanottamisen hetki. Tässä haasteena on se, että asiakkaan poissaolon sattuessa voi olla vaikea varmistua, että tilaus päätyy oikeaan osoitteeseen, eikä tule välivarastoja. Vastauksien mukaan siinä tapauksessa, kun asiakas ei ole paikalla tilauksen vastaanottamisen aikana, yritys jättää asiakkaalle ilmoituksen jatko-ohjeista. Monesti tässä tapauksessa asiakas hakee tilauksensa itse läheisestä postipalvelusta.

Haasteeksi luetaan myös tilauksen häviäminen ennen vientiä. Vastauksien mukaan kiireellisenä aikana, kun tilauksista on jono, häviämistä tapahtuu eniten. Tässä tapauksessa saattaa kulua normaalista enemmän aikaa tilauksen etsimiseen, työmaalla jonottamiseen tai yhteyshenkilön, joka toimii tietyn asiakkaan kanssa löytämiseen. Vastauksissa monet yritykset toteavat, että kiireellisenä aikana työn laatu näkyy parhaiten.

Vastauksissa tulee myös ilmi, että ongelmia tulee, kun sopivan kuljetuskaluston valintaa joutuu rajoittamaan. Esimerkkinä voi käyttää tilannetta, kun yrityksessä ei välttämättä löydy tiettyä kalustoa tilauksen vientiä varten ja asiakas ei ole valmis tilauksen lastaami-

seen. Tässä tapauksessa yritys joutuu ratkaisemaan sen toisella tavalla kuten ottamalla yhteyttä toiseen yritykseen.

Vastauksien mukaan myyjän ja ostajan välillä oleva vaativa sopimusehto tuo myös haasteita. Käytännössä liian vaativa sopimusehto ja toimitusaikataulu pakottavat suorittamaan tilauksen kovalla vauhdilla, mikä voi johtaa esimerkiksi pieniin virheisiin tai epätarkkuuteen. Ongelmaksi voi myös tulla odottamattomat muutokset tavaroiden mitoissa. Lisäksi viennin ja tuonnin aikana ongelmia voi syntyä myös ylivoimaisesta esteestä.

Haasteiden ratkaisukeinoja

Molemmissa haastatteluissa kysyttiin, millä tavalla yritys ratkaisee vastaan tulevia haasteita. Saatujen vastauksien perusteella todetaan, että yritykset pystyvät ratkaisemaan vastaan tulevia ongelmia eri tavoin. Tuloksien mukaan suurimmaksi osaksi yritykset kohtaavat samanlaisia ongelmia, mutta vastaan tulee myös erikoistilanteita.

Haastatteluiden perusteella joissakin yrityksissä vastaan tulevia ongelmia ratkaistaan asiakkaan ja kuljetusliikkeen välillä. Siinä tapauksessa, jos kyseessä on viallinen tuote, yritys pitää neuvottelut toimittajan kanssa. Neuvottelujen perusteella yritys lähettää uuden tuotteen viallisen vastineeksi.

Ongelmia pyritään ratkaisemaan analysoimalla tilannetta, jossa on vika ja toimia ohjeistuksien mukaan. Sen myötä, kun haasteet selviävät, tehdään tarvittavat toimenpiteet. Joissakin vastauksissa käy myös ilmi, että kuljetuksesta aiheuttavia ongelmia pyritään ratkaisemaan kuljetusvakuutuksien avulla.

Haasteita pyritään estämään jatkuvalla ja huolellisella kommunikoinnilla asiakkaan kanssa. Tällöin yritys varmistaa tilauksen vastaanottamisen ja sopii mahdollisimman tarkasti toimitusehdoista. Lisäksi on tärkeää saada selvää asiakkaalta vallitsevista olosuhteista. Jotkut vastanneista pitivät tärkeänä osallistumista lastaamiseen, siten siirtävästä tilauksesta ja sen kunnosta ei tule kysymyksiä. Vastauksien perusteella voi todeta, että jatkuva kommunikointi auttaa välttämään useita ongelmia. Lisäksi voi todeta, että haastatteluihin osallistuvat pitävät tärkeänä työn hyvää suunnittelua, oikeita sopimuseh-

toja, yhteistyötä asiakkaan kanssa, toimitusketjun jatkuvaa seuranta ja oikea-aikaista reagointia poikkeustilanteisiin.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että logistiikalla Venäjälle on omat erityispiirteensä. Kansainvälistä verkkokauppaa ja logistiikkaa harjoittavan yrityksen on erityisesti otettava huomioon Venäjän paikalliset vaatimukset ja luvat. Tiedot dokumenteissa täytyy olla huolellisesti täytetyt sääntöjen mukaan. Venäjällä asiat voivat muuttua nopeasti, joten vientiä Venäjälle harjoittavan yrityksen täytyy seurata Venäjän tullisäädännön muutoksia aktiivisesti.

Koen, että saamani tieto monipuolisesta kirjallisuudesta ja haastateltavilta henkilöiltä, on luotettavaa ja asianmukaista. Tutkimuksessani sain hyvin avattua verkkokaupan logistiikan erityispiirteitä kuten toimitusta Venäjän rajan yli, sen haasteita ja ratkaisuja. Tutkimukseni tavoitteena oli tuoda hyötyä toimeksiantajalleni. Tutkimustyöni voi olla hyödyllinen myös kansainvälisen verkkokauppa- ja logistiikka-alan yrityksille, jotka haluavat toimia Venäjän markkinoilla ja tarvitsevat lisätietoa. Tutkimukseni oli haastava, mutta koen sen olevan mielenkiintoinen ja opettavainen. Eniten vaikeuksia oli työn rajaamisessa, sillä verkkokaupan logistiikasta Venäjälle löytyy todella paljon tietoa. Haasteen vähentämiseksi pyrin pysymään valittujen teemojen sisällä.

4.1 Jatkotutkimusehdotukset

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että jatkotutkimukselle olisi tarvetta, sillä verkkokaupan logistiikka on laaja, moniulotteinen ja mielenkiintoinen teema-alue. Jatkotutkimuksessa voisi tutkia syvemmälle logistiikan ja varastoinnin järjestämistä ja hoitamista Venäjällä. Lisäksi tutkimusehdotuksena voisi olla verkkokaupan logistiikan uudet mahdollisuudet Venäjällä tai kustannustehokkaan logistiikan suunnittelu Venäjällä.

Jatkotutkimuksessa tutkimusmenetelmänä voisi käyttää myös teemahaastattelua. Teemoissa olisi hyvä mennä vielä syvemmälle ja avata monipuolisesti vaikeasti ymmärrettäviä kohteita.

Jatkossa olisi hyvä liittää kuvallisia esimerkkejä monipuolisesti, sillä ne selittävät parhaimmillaan monimutkaisia prosesseja, jotka liittyvät logistiikan ja varastoinnin hoitamiseen Venäjällä.

Tutkimus olisi hyödyllinen siinä vaiheessa, kun vasta-aloittava ulkomaalainen verkkokauppa pyrkii Venäjän markkinoille ja tarvitsee monipuolista ja hyödyllistä tietoa ulkomaalaisten verkkokaupan toiminnasta ja sen logistiikasta Venäjällä. Uskon, että jatkotutkimus lisää varmuutta kansainvälisestä verkkokaupan logistiikasta kiinnostuneille.

Kuviot

Kuvio 1. Kuvio 1. Maailman johtava pilvipalveluratkaisujen toimittaja yrityksille EMC (2016)

Kuvio 2. Kuluttaja sektori. Vestifinance (2015)

Kuvio 3. Teollisuus sektori. Vestifinance (2015)

Kuvio 4. Venäjän ulkomaankauppavaihto, vienti ja tuonti miljardia dollaria 2014–2015. PROVED (2015)

Kuvio 5. Venäjän ulkomaankauppavaihto miljardia dollaria, 2011–2015. PROVED (2015)

Kuvio 6. Suomen ja Venäjän välinen kauppa 2005–2015. Tulli (2015)

Kuvio 7. Suomesta Venäjälle viennin jakautuminen kuljetusmuodoittain. Tulli (2014)

Kuvio 8. Venäjällä Internetin käyttäjien määrää alueittain. Markswebb (2016)

Kuvio 9. Minkä tuotteet ostetaan Venäjällä. Markswebb (2014)

Kuvio 10. Netto-ostajien osuus eri kaupungeissa Venäjällä. Markswebb (2014)

Kuvio 11. Verkkokaupan maksutapojen vaihtoehdot. Mediatulo Toimelias Oy (2012)

Kuvio 12. Verkkokauppojen maksutavat Venäjällä. Markswebb (2014)

Kuvio 13. QIWI maksujärjestelmä. QIWI (2016)

Kuvio 14. Yandex ja sen maksujärjestelmä. Yandex (2016)

Lähteet

BOFIT 2016. Suomen Pankki. Viikkokatsaus Venäjä, 1. Luettavissa:

<http://www.suomenpankki.fi/bofit/seuranta/viikkokatsaus/Documents/v201609.pdf>
. Luettu: 17.3.2016.

Chaffey, D. 2009. E-business and e-commerce management. Strategy, implementation and practice, 10. Fourth edition.

Euro & talous 1/2015. Venäjän talous ja tuonti supistuvat tänä vuonna tuntuvasti. Luettavissa: <http://www.eurojatalous.fi/fi/2015/1/venajan-talous-ja-tuonti-supistuvat-tana-vuonna-tuntuvasti/>. Luettu: 3.3.2016.

GLOBALIS 2015. Venäjä. Luettavissa: <http://www.globalis.fi/Maat/Venaejae>. Luettu: 18.3.2015.

Golubovich, A. 2015. Ekonomika Rossii-2015. Luettavissa:

<http://www.vestifinance.ru/articles/63585>. Luettu: 17.3.2016.

Grant, D. 2012. Logistics Management, 1, 198. First published.

Hörkkö, H., Koskinen, H., Laitinen, P., Mattsson, M., Ollikainen, J., Reinikainen, A. & Werdermann, P. 2010. Huolinta-alan käsikirja, s. 10–11. Suomen Spedservice Oy.

Inkiläinen, A. 2009. Logistinen päätöksenteko, 36. Edita Prima Oy. Helsinki.

Karhunen, J. & Hokkanen, S. 2007. Kansainväliset tavarakuljetukset, s. 23–24. Sho Business Development Oy. Jyväskylä.

Karhunen, J., Pouri, R. & Santala, J. 2014. Kuljetukset ja varastointi, s. 23–29. Suomen Logistiikkayhdistys ry.

Keitanen, M. 2015. Ulkoasiainministeriö. Edustustojen raportti. Venäläinen verkkokauppa kasvaa nopeasti – uusia mahdollisuuksia suomalaisyrityksille. Luettavissa: <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=332877&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 28.11.2015.

Kenneth, C. & Traver, Carol G. 2015. E-commerce: Business. Technology. Society, 4, 49, s. 47–48. Global Edition. Eleventh Edition.

Lahikainen, K. 2015. Kauppaa yli rajojen, s. 1–2. Luettavissa: https://rajatontatiedekasvatusta.files.wordpress.com/2015/03/ladattava-teksti_kauppa-pdf.pdf. Luettu: 19.2.2016.

Lintula, P. 2008. Venäjä vetää, 74. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä, 71, 99. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Markswebb Rank & Report 2014. E-Commerce User Index 2014. Luettavissa: <http://markswebb.ru/e-commerce/e-commerce-user-index/>. Luettu: 10.3.2016.

Mediatolo Toimelias Oy 2012a. Venäjän sähköisen liiketoiminnan suurin puute. Luettavissa: <http://www.toimelias.fi/fi/blogi/173-venajan-sahkoisen-liiketoiminnan-suurin-puute>. Luettu: 2.12.2015.

Mediatolo Toimelias Oy 2014b. Onko yrityksesi maksuliikenne Venäjällä vaikeuksissa. Luettavissa: <http://www.toimelias.fi/fi/blogi/204-onko-yrityksesi-maksuliikenne-venajalta-vaikeuksissa>. Luettu: 2.12.2015.

Mediatolo Toimelias 2014c. Visa ja Mastercard sulkivat luottokortteja Venäjällä: Miten kuluttajat voivat maksaa verkko-ostoksensa. Luettavissa: <http://www.toimelias.fi/fi/blogi/195-visa-ja-mastercard-sulkivat-luottokortteja-venajalla>. Luettu: 2.12.2015.

Mediatalo Toimelias Oy 2015e. Verkkokaupalla voit saavuttaa kansainväliset markkinat. Luettavissa: <http://www.toimelias.fi/fi/blogi/265-verkkokaupalla-voit-saavuttaa-kansainvaliset-markkinat>. Luettu: 2.12.2015.

Newby, E. 2013. Euro & Talous 4/2013. Arvonlisäykseen perustuvat ulkomaankauppatilastot haastavat perinteisen kuvan kansainvälisestä kaupasta, 65. Luettavissa: <http://www.suomenpankki.fi/pdf/172643.pdf>. Luettu: 23.2.2016.

Nykänen, K. 2015a. Posti Itella Oy. Yrittäjän mahdollisuudet verkkokauppaan Venäjällä, 3. Luettavissa: <http://www.slideshare.net/FinproRy/posti-karinykanenverkkokauppajavenaja20150317>. Luettu: 28.12.2015.

Nykänen, K. 2015c. Posti Oy. Kansainvälinen verkkokauppa ja postipakettilähettykset, 6. Luettavissa: http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/asiakkaana_tullissa/asiakasneuvonta/yritysneuvonta/06052015_kv_verkkokauppa_posti.pdf. Luettu: 24.11.2015.

Peltonen, P. 2014. Markinvest Oy. Venäjän kauppa käytännössä, s. 6–7. PowerPointesitys. Luettu: 30.11.2015.

PROVED 2015. Ulkomaankauppatilasto tammi-helmikuu 2015. Yleiskuva tärkeistä suuntauksista. Luettavissa: <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/analytics/research/25235-statistika-vneshney-topgovli-v-yanvape-fevpale-2015-goda-obzop-osnovnyhtendentsiy.html>. Luettu: 3.4.2015.

QIWI 2016. Luettavissa: <https://qiwi.com/settings.action>. Luettu: 17.3.2016.

Ritvanen, V., Koivisto, E. 2007. Logistiikka PK-yrityksissä, 138, s. 134–136. WSOY Oppimateriaalit Oy 1.painos.

Sakki, J. 2014. Tilaus- ja toimitusketjun hallinta Digitalisoitumisen haasteet, s. 120-121. 8. uudistettu painos. Vantaa.

Selin, E. 2004. Vientitoiminnan käsikirja, 219. WS Bookwell Oy. Juva.

SGS 2014b. Sertifiointit ja lupapalvelut Venäjällä. PowerPoint-esitys. Luettu: 28.11.2015.

Suomen Kuljetus- ja Logistiikka SKAL ry 2014a. Isänmaa tarvitsee sinua, 9. Jäsenlehti. Luettavissa: http://www.skal.fi/files/14444/Kuljetusyrittaja_7_Sisaltoa.pdf. Luettu: 2.11.2015.

Suomen Kuljetus- ja Logistiikka SKAL ry 2015b. Palvelevaa SKAL jäsenten suulla, 37. Jäsenlehti. Luettavissa: http://www.skal.fi/files/14982/KU_4_Sisaltoa.pdf. Luettu: 2.11.2015.

Suomalais-Venäläinen kauppakamariyhdistys ry 2016. Tullaus ja sertifiointi Venäjällä. Luettavissa: http://www.svkk.fi/tietoa_venajasta/tullaus_ja_sertifiointi. Luettu: 20.1.2016.

Sähköinen Liiketoimi Suomi Oy 2014. Miten teen internetmarkkinointia Venäjällä, 24, 33, 41. Luettavissa: <http://www.liiketoiminta.info/wp-content/uploads/2014/01/Miten-teen-internet-markkinointia-Ven%C3%A4j%C3%A4ll%C3%A4-28012014-Mikkola.pdf>. Luettu: 25.11.2015.

Tulli 2014a. Tilastointi. Suomen ja Venäjän välinen kauppa. Luettavissa: http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/katsaukset/maat/venaja14_2/index.html. Luettu 2.11.2015.

Tulli 2015b. Tavaroiden ulkomaankaupan kuukausitilasto. Luettavissa: <http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/tilastot/kktilasto/012015/index.html>. Luettu: 29.6.2015.

Venäjän posti 2016. Kansainvälisten postilähetysten menettely. Luettavissa:
http://www.russianpost.ru/rp/service/ru/home/postuslug/internationalmail/supdoc_intmail. Luettu: 1.3.2016.

Venäjän Tulli 2011. Tulli-ilmoitus kansainvälisissä postilähetyksissä. Luettavissa:
http://fl.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=21:2011-04-25-11-33-35&catid=4:2008-10-20-15-37-50&Itemid=1796. Luettu: 1.3.2016.

Waters, D. 2010. Global Logistics, 119. British Library. 6th edition.

Yandex money 2016. Luettavissa: <https://money.yandex.ru/new>. Luettu: 17.3.2016.

Liitteet

Liite 1. Haastattelukysymykset 1

1. Tilaus
 - Miten asiakas tekee tilauksen verkkokaupassa X?

2. Maksaminen
 - Miten tilauksen maksaminen tapahtuu?
 - Mitä maksutapoja asiakas saa käyttää maksaessaan tilauksen?

3. Toimitustapa
 - Minkälaisia toimitustapoja yritys käyttää?
 - Mitä toimitusten onnistuminen vaatii?

4. Tullaus
 - Miten nopeasti tullaus hoituu?

5. Varastointi
 - Miten tuotteiden varastointi suurin piirtein järjestyy?

6. Palautuslogistiikka
 - Miten tuotteen palautus logistiikka järjestyy?
 - Miten nopeasti hoituu tullaus asioita?

7. Haasteita
 - Minkälaisia haasteita voi tulla toimituksen aikana?
 - Miten yritys pystyy ratkaisemaan nämä ongelmat?

Liite 2. Haastattelukysymykset 2

1. Toimitustapa

- Minkälaisia toimitustapoja yritys käyttää?
- Mitä toimitusten onnistuminen vaatii?

2. Tullaus

- Miten nopeasti tullaus hoituu?

3. Palautuslogistiikka

- Miten tuotteen palautus logistiikka järjestyy?

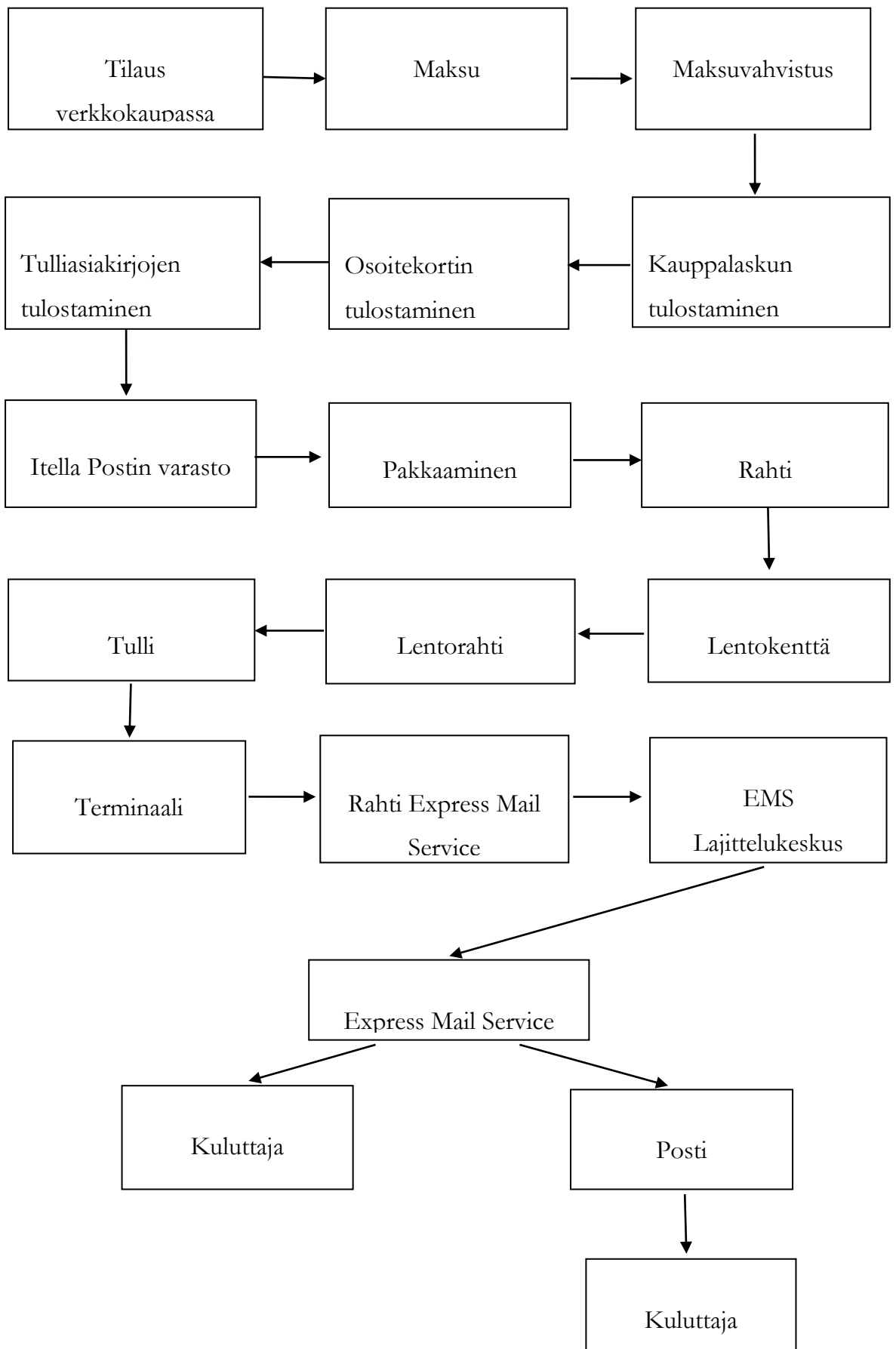
4. Haasteita

- Minkälaisia haasteita voi tulla toimituksen aikana?
- Miten yritys pystyy ratkaisemaan nämä ongelmat?

5. Varastointi

- Miten tuotteiden varastointi suurin piirtein järjestyy?

Liite 3. Haastattelun verkkokauppayrityksen toimitusketju



СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ ГОСТ Р
ГОССТАНДАРТ РОССИИ



СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ

№ РОСС RS.AB58.H00027

Срок действия с 07.09.2009

по 06.09.2010

1321170

ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ рег. № РОСС RU.0001.11AB58
АВТОНОМНО НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "ПО СЕРТИФИКАЦИИ ПРОДУКЦИИ.
ЭКСПЕРТИЗЫ И КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА "ЦЕНТРОТЕСТ"
Юридический адрес: 119435, г. Москва, ул. Погодинская, д. 20
Фактический адрес: 117036, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 3, тел. (495) 781-34-34, (495) 771-00-56, факс (499)
124-66-72, e-mail: centro-test@mail.ru

ПРОДУКЦИЯ Проволока из нелегированной (углеродистой) стали,
оцинкованная горячей обработкой диаметром от 6мм до 20 мм
Серийный выпуск

КОД ОК 005 (ОКП):
12 2129

СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ

ГОСТ 9.307-89 (ИСО 1461-89, СТ СЭВ 4663-84) Пп.2.1.1,2.1.2,2.3,ГОСТ 2590-2006
Пп.2.2 (в части диаметра и площади поперечного сечения) п.2.5

КОД ТН ВЭД:
7217 20 300 0

ИЗГОТОВИТЕЛЬ

«TRAFOLAJT d.o.o.»
Beograd, Branka Momirova 25a, Republic Serbia, Сербия

СЕРТИФИКАТ ВЫДАН

«TRAFOLAJT d.o.o.»
Beograd, Branka Momirova 25a, Republic Serbia, Сербия, тел. (381-11) 331-79-02, факс (381-11) 331-75-28

НА ОСНОВАНИИ

Протокол испытаний № 590/263/3-09 от 15.07.2009г. Испытательный центр "Металлест" ФГУП
"ЦНИИчермет им. И.П. Бардина", рег. № РОСС RU.0001.21ЧС06 до, адрес: 105005, Москва, ул. 2-я
Бауманская, 9/23

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Схема сертификации 3.



Руководитель органа

[Signature]

Пешехонова И.М.
инициалы, фамилия

Эксперт

[Signature]

Кравченко И.Ф.
инициалы, фамилия

Сертификат не применяется при обязательной сертификации

ДЕКЛАРАЦИЯ О СООТВЕТСТВИИ

Общество с ограниченной ответственностью «Мир Детства» (ООО «Мир Детства»)
наименование организации или фирмы, имя, отчество индивидуального предпринимателя, принимающего декларацию о соответствии

Зарегистрировано в Инспекции Федеральной налоговой службы № 31, ОГРН 1037739985095 от 31.03.2005г.
сведения о регистрации организации или индивидуального предпринимателя (наименование регистрирующего органа, дата регистрации, регистрационный номер)

121615, г. Москва, Рублевское шоссе 20, стр. 1, телефон (495) 787-58-87
адрес, телефон, факс

в лице Генерального директора ООО «Мир Детства» Цедрика Олега Николаевича
должность, фамилия, имя, отчество руководителя организации, от имени которой принимается декларация

заявляет, что

Изделия детского ассортимента из пластмасс: горшки туалетные, накладки туалетные для унитаза, г с маркировкой "A+B", "Happy Baby", "Love Baby", "Good Kid"
наименование, тип, марка продукции, на которую регистрируется декларация

Серийный выпуск Контракт № 10-11-07 от 10.11.2007г.
сведения о серийном выпуске или партии товара: партии, номера изделий, единицы измерения, количества, упаковки

Изготовитель "YIWU ZHIDUOXING PLASTIC CO., LTD."
наименование изготовителя

№7 Dancheng Yilu, Beiyuan Industrial Zone, Yiwu City, Zhejiang Province, China, Китай
страна и т.п.

Код ОК 005-93 (ОКП): 22 9310
Код ТН ВЭД России: 3924 90 900 0

соответствует требованиям
ГОСТ Р 50962-96 Пп. 3.6.1, 3.8 (табл. 1 пп. 1-3, 11), 3.9
обозначение нормативных документов, соответствие которым подтверждено данной декларацией, с указанием пунктов этих нормативных документов, содержащих требования для данной продукции

Декларация принята на основании
Протокол испытаний № 113-50-04/11 от 28.04.2011г., ИЛ "Старт", рег. № РОСС RU.0001.21AB03 от 17.03.2011, адрес: 144001, Московская обл., г. Электросталь, Строительный переулок, д. 9
Письмо № 001645/34П от 28.04.2011г. "О соответствии продукции Единым санитарно-эпидемиологическим и гигиеническим требованиям к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю)", выданное Управлением Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по городу Москве (129626, г. Москва, Графский пер., д. 4/9)
информация о документах, являющихся основанием для принятия декларации

Дата принятия декларации: 29.04.2011
Декларация о соответствии действительна до: 28.04.2012

М.П. _____ **Цедрик О. Н.**
подпись инициалы, фамилия

Сведения о регистрации декларации о соответствии

АНО " ПО СЕРТИФИКАЦИИ ПРОДУКЦИИ,ЭКСПЕРТИЗЫ И КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА " ЦЕНТРОТЕСТ "
наименование и адрес органа по сертификации, зарегистрировавшего декларацию


Юридический адрес: 119435, г. Москва, ул. Погодинская, д. 20 Фактический адрес: 117036, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 3, тел. (495) 781-34-34, (495) 771-00-56, факс (499) 124-66-72, e-mail: centro-test@mail.ru
Аттестат рег. № РОСС RU.0001.11AB58 выдан 24.03.2009г. Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии

Дата регистрации: 29.04.2011, **регистрационный номер декларации** РОСС CN.AB58.D00854
дата регистрации и регистрационный номер декларации

М.П. _____ **Пешехонова И.М.**
подпись инициалы, фамилия руководителя органа по сертификации



Liite 6. Tulli-ilmoitus CN 23

(Почтовая администрация) (Administration des postes)		USA		ТАМОЖЕННАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ DECLARATION EN DOUANE		CN 23	
Из De	Фамилия Nom			Таможенная ссылка отправителя (если имеется) Reference en douane de l'expéditeur (s'il existe)	№ отправления (штриховый код, если имеется) № de l'envoi (code à barres, s'il existe)		Может быть открыто в служебном порядке Peut être ouvert d'office
	Компания/фирма Société/Firme	SHIPPING DEPARTMENT ZAPP-EAST LLC					
	Улица Rue	30 PANAS RD					
	Почтовый индекс Code postal	02038	Город Ville	FOXBORO MA			
Страна Pays	USA						
В A	Фамилия Nom	NANOV SERGEY BORISOVICH					
	Компания/фирма Société/Firme						
	Улица Rue	Leningradskoe sh., 115-50		Рекомендация импортера (если имеется) (ИНН/ИНДС/индекс импортера) (факультативно) Reference de l'importateur (si elle existe) (code fiscal/no de TVA/code de l'importateur) (facultatif)			
	Почтовый индекс Code postal	125445	Город Ville	MOSCOW		№ телефона/факса/e-mail импортера (если известен) № de telephone/fax/e-mail de l'importateur (si connu)	
Страна Pays	RUSSIA						
Подробное описание вложения (1) Description détaillée du contenu (1)		Количество (2) Quantité (2)	Вес нетто (в кг) (3) Poids net (en kg) (3)	Стоимость (5) Valeur (5)	Только для коммерческих отправок Pour les envois commerciaux seulement		
MENS COAT		1 pcs	3.5	300 \$	Код ТНВЭД (7) № тарифа du SH (7)	Страна происхождения товаров (8) Pays d'origine des marchandises (8)	
MENS BOOTS		1 pcs	0.5	200 \$			
			Общий вес брутто (4) Poids brut total (4)	Общая стоимость (6) Valeur totale (6)	Почтовые сборы/Расходы (9) Frais de port/Frais (9) (заполняет оператор)		
			4.3	500 \$			
Категория отправления (10) Categorie de l'envoi (10)	Коммерческий образец Echantillon commercial		43682RU Explication:	Учреждение подачи/Дата подачи Bureau d'origine/Date de depot			
<input checked="" type="checkbox"/> Подарок Cadeau	Возврат товара Retour de marchandise			(оттиск КППШ ОПС)			
<input type="checkbox"/> Документ Document	Прочее Autre						
Примечания (11) (напр., товар, подлежащий карантинному/санитарному, фитосанитарному контролю или попадающий под другие ограничения) Observations (11) (p.ex. marchandise soumise à la quarantaine/a des contrôles sanitaires, phytosanitaires ou à d'autres restrictions)				Я подтверждаю, что указанные в настоящей таможенной декларации сведения являются достоверными, и что в этом отправлении не содержится никаких опасных или запрещенных законодательством или почтовой или таможенной регламентацией предметов Je certifie que les renseignements donnés dans la présente déclaration en douane sont exacts et que cet envoi ne contient aucun objet dangereux ou interdit par la législation ou la réglementation postale ou douanière.			
Лицензия (12) Licence (12) № лицензии (-ий) № de la/des licences	Сертификат (13) Certificat (13) № сертификата (-ов) № du/des certificats	Счет (14) Facture (14) № счета № de la facture	Дата и подпись отправителя (15) Date et signature de l'expéditeur (15)				
			05.05.2013 				

ТАМОЖЕННАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ		Может быть вскрыто в служебном порядке		CN 22	
Почтовая администрация Poste de la Russie				Внимание! См. инструкции на обратной стороне	
<input checked="" type="checkbox"/>	Подарок	<input type="checkbox"/>	Коммерческий образец		
<input type="checkbox"/>	Документы	<input type="checkbox"/>	Прочее Зачеркнуть клеточку(-и)		
Количество и подробное описание вложения (1)			Вес (в кг) (2)	Стоимость (3)	
MEN'S COAT			3.5	300 \$	
MEN'S CAP			0.5	200 \$	
Только для коммерческих отправлений Код ТНВЭД (4) и страна происхождения товаров (если известно) (5)			Общий вес (в кг) (6) 4.3 (заполняет оператор)	Общая 500 \$	
<p>Я, нижеподписавшийся (фамилия и адрес указаны на отправлении), подтверждаю, что приведенные в настоящей таможенной декларации сведения являются достоверными, и что в этом отправлении не содержится никаких опасных или запрещенных законодательством или почтовой или таможенной регламентацией предметов</p>					
Дата и подпись отправителя (8)			05.05.2013		

Liite 8. Osoitelomake EMS E 1

Ulkomaan pakettiosoittekortti
Utrikes paketadresskort

Pikapaketti ulkomaille
Expresspaket till utlandet

Lähetäjän nimi ja osoite / Avsändarens namn och adress

Lähetäjän Y-tunnus / Avsändarens FO-nummer

Lähetäjän viite / Avsändarens referens

Logistiikan sopimustunnus / Avtalsnummer för logistik tjänster

FINLAND ☎ **+358-**

Vastaanottajan nimi ja katuosoite / Mottagarens namn och gatuadress




E1



EE021700017FI

Lähetäjän sähköpostiosoite / Avsändarens e-postadress

Vastaanottajan sähköpostiosoite / Mottagarens e-postadress



2W2017

Asiakirjoja / Dokument

Näyte / Prov

Lahja / Gåva

Kauppatavaraa, arvo / Handelsvaror, värde

Valuutta / Valuta

Sisältöberittely, määrät, nettopaino / Specifikation över innehållet, mängd, nettovikt	Alkuperämaa / Ursprungsland	Tullin tavaranimike / Tullvarukod	Arvo / Värde	Valuutta / Valuta

Bruttopaino / Nettovikt , kg

Tilavuus / Volym , m³

Kuljetusmaksu / Transportavgift

Lähtöpaikan postinumero / Inlämningspostkontorets postnummer

Vastaanotettu Postissa / Mottagits av Posten

/ 20

Vakuutan, että oheisessa tulliselvityksessä annetut tiedot ovat oikeat eikä lähetys sisällä postinkuljetuksessa kiellettyjä tai siihen soveltumattomia aineita.

Jag försäkrar att de uppgifter jag angett i tulldeklarationen är riktiga och att försändelsen inte innehåller ämnen som är förbjudna i eller olämpliga för posttransport.

Lähetäjän allekirjoitus / Avsändarens underskrift

Vaihdoimiipaikka / Till utväxlingskontoret

Alin osa lähetäjälle / Understa delen till avsändaren

(Назначенный оператор)		Отправление/посылка может быть вскрыто в служебном порядке		CP00 707 599 2 NO	
Из	Фамилия		Таможенная ссылка отправителя (если имеется)	№ посылки/посылки (штриховый код, если имеется)	
	Компания/Фирма				
	Улица				
	Почтовый индекс	Город			
	Страна				
В	Фамилия		№ текущего почтового счета, центр чеков		
	Компания/Фирма		Реквизиты импортера (если имеется) (ИНН/№ НДС/индекс импортера) (факультативно)		
	Улица		№ телефона/факса/e-mail импортера (если известен)		
	Почтовый индекс	Город			
	Страна				
Учреждение обмена		Штемпель таможи		(Приклеить официальные ярлыки, если необходимо)	
Укажите тарифную группу (перевозка самостоятельным клиентом)		Таможенный сбор			
<input type="checkbox"/> Международное приоритетное <input type="checkbox"/> Международное эконом. класса					
			Учреждение подачи/Дата подачи	Количество посылок и сертификатов и счетов	
			Объявленная ценность в СПЗ		
			Общий вес брутто посылок/посылки		Тарифы
Расписка получателя		Я получил посылку, описание которой дается в этом сопроводительном адресе Дата и подпись получателя		Инструкции отправителя в случае невыдачи <input type="checkbox"/> Возвратить отправителю по истечении <input type="checkbox"/> Возвратить сразу же отправителю <input type="checkbox"/> Дослать получателю по вышеуказанному адресу <input type="checkbox"/> Обработать как обычное <input type="checkbox"/> Возвратить/доставить <input type="checkbox"/> наложенным путем/S.A.L. <input type="checkbox"/> авиа	
		Дата и подпись отправителя			
		Подтверждаю, что сведения, указанные в настоящей таможенной декларации, являются достоверными и что в этом отправлении не содержится никаких опасных или запрещенных законодательством или почтовой или таможенной регламентацией предметов			



СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЙ АДРЕС CP 71

CP00 707 599 2 NO



ПЕРЕД ЗАПОЛНЕНИЕМ ЭТОГО БЛАНКА ВНИМАТЕЛЬНО ПРОЧИТАЙТЕ УКАЗАНИЯ НА ОБРАТНОЙ СТОРОНЕ
 В отношении влких товаров могут действовать ограничения

(Назначенный оператор)		Отправление/посылка может быть вскрыто в служебном порядке			КВИТАНЦИЯ		
Из	Фамилия	Тамовенная ссылка отправителя (если имеется)		№ посылки/посылок			
	Компания/Фирма			(штриховой код, если имеется)			
	Улица			Объявленная ценность - прописью ¹ цифрами			
	Почтовый индекс	Город			Сумма наложенного платежа - прописью ¹ цифрами		
	Страна			№ текущего почтового счета, центр чеков			
В	Фамилия			Реквизиты импортера (если имеются) (ИНН/№ НДС/индекс импортера) (факультативно)			
	Компания/Фирма			№ телефона/факса/e-mail импортера (если известен)			
	Улица						
	Почтовый индекс	Город					
	Страна						
Подробное описание вложения (1)		Количество (2)	Вес нетто (кг) (3)	Стоимость (5)	Только для коммерческих отправителей		
					Код ТНВЭД (7)	Страна происхождения товаров (8)	
Укажите требуемую услугу (завернуть в соответствующую клеточку)		Общий вес брутто (4)		Общая стоимость (6)	Почтовые сборы/Расходы (9)		
<input type="checkbox"/> Международное приоритетное		<input type="checkbox"/> Международное эконокласс					
Категория отправления (10)		Коммерческий образец		Повышение:		Учреждение подачи/Дата подачи	
<input type="checkbox"/> Подарок		<input type="checkbox"/> Возврат товара				Количество посылок	
<input type="checkbox"/> Документ		<input type="checkbox"/> Прочее				Сертификатов и фактур	
Примечания (11): (напр., товар, подлежащий карантину/санитарному, фитосанитарному контролю или подпадающий под другие ограничения)						Объявленная ценность в СПЗ	
						Общий вес брутто посылки/посылок	
						Тарифы	
<input type="checkbox"/> Лицензия (12) № лицензий(-ий)		<input type="checkbox"/> Сертификат (13) № сертификата(-ов)		<input type="checkbox"/> Счет-фактура (14) № счета-фактуры		Инструкции отправителя в случае невыдачи	
						<input type="checkbox"/> Возвратить отправителю по истечении	
						<input type="checkbox"/> Возвратить сразу же отправителю	
						<input type="checkbox"/> Обработать как отказное	
						<input type="checkbox"/> Возвратить/дослать	
						<input type="checkbox"/> Возвратить/дослать по наземным путем/S.A.L.	
						<input type="checkbox"/> авиа	
Подтверждаю, что сведения, указанные в настоящей таможенной декларации, являются достоверными и что в этом отпуске не содержится никаких опасных или запрещенных веществ/предметов или почтовой или таможенной регламентацией предметов		Дата и подпись отправителя (15)		Адрес			

Указания

Для таможенного досмотра вашего отправления таможня страны назначения должна точно знать его вложение. Поэтому вы должны заполнить декларацию полно и четко. В противном случае это может привести к задержкам в пересылке отправления, а также к другим неудобствам для получателя. Любая ложная или неясная декларация может привести к штрафу или конфискации отправления.

Ваши товары могут подпадать под ограничения. Поэтому вам следует осведомиться об условиях ввоза и вывоза (запрещения, ограничения, такие как карантин, ограничения, касающиеся фармацевтических продуктов, и т.д.) и справиться о документах (товарный счет, сертификат о происхождении, санитарный сертификат, лицензия, разрешение на товар, подлежащий карантину (продукты животного, растительного происхождения, пищевые продукты и т.д.)), которые возможно могут потребоваться в стране назначения.

Под коммерческим отправлением подразумевается любой экспортируемый или импортируемый в рамках какой-либо сделки товар независимо от того, продается ли он за какую-нибудь сумму или обменивается без обеспечения денежной массы.

- (1) Должно быть представлено подробное описание каждого предмета, содержащегося в отпадении (например, «мужские рубашки из хлопка»). Не допускаются указания общего характера, такие как «запасные детали», «образцы», «пищевые продукты» и т.д.
- (2) Укажите количество каждого предмета и уточните используемую единицу измерения.
- (3) и (4) Укажите чистый вес каждого предмета (в кг) и общий вес отправления с упаковкой (в кг) при его взвешивании на почте в момент подачи.
- (5) и (6) Укажите стоимость каждого предмета и общую стоимость, уточнив валюту (например, шв.фр. для швейцарских франков).
- (7) и (8) Код ТНВЭД (индекс из шести цифр) определяется по гармонизированной системе описания и кодирования товаров, разработанной Международной таможенной организацией. Термин «страна происхождения» обозначает страну происхождения товаров (например, страна, где они были произведены, изготовлены или укомплектованы). Отправителям коммерческих отправлений рекомендуется указывать эти данные, так как это может оказать содействие при обработке этих отправлений таможен.
- (9) Укажите сумму тарифа, оплаченного за отправление на почте. Отдельно укажите любые другие сборы (например, страховой сбор).
- (10) Зачеркните клеточку или клеточки, указав категорию отправления.
- (11) Просим уточнить, если вложение (продукты животного, растительного происхождения, пищевые продукты и т.д.) подлежит карантину или подпадает под другие ограничения.
- (12), (13) и (14) Если ваше отправление сопровождается лицензией или сертификатом, зачеркните соответствующую клеточку и укажите его номер. Вы должны прикладывать счет ко всем коммерческим отправлениям.
- (15) Ваша подпись и дата являются подтверждением вашей ответственности за отправление.