

Kiinan vientiopas kansainvälistyville pk-yrityksille

Laura Jantunen



Tekijä(t) Laura Jantunen	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Kiinan vientiopas kansainvälistyville pk-yrityksille	Sivu- ja liitesivumäärä 42 + 38
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tarjota Kiinan vientiopas kansainvälistyville pk-yrityksille. Opinnäytetyö keskittyy vientitoimintaan, joten siitä on rajattu muu kansainvälinen toiminta pois. Työ toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä ilman toimeksiantajaa, kirjoittajan oman mielenkiinnon pohjalta.</p> <p>Opinnäytetyön päätavoitteena on tuoda ilmi vientiprosessia aloittelevalle yritykselle, mitä asioita yrityksen tulee ottaa huomioon suunnatessaan vientiä Kiinaan. Vientiprosessi sisältää monia vaiheita ja ilman tarvittavaa tietoa, yritys voi menettää asiakkaita, aikaa sekä rahaa. Opinnäytetyön toissijainen tavoite on, että tietoperusta täydentää ja tukee vientiopasta sekä sen tarkoitusta.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperusta rakentuu pk-yritysten kansainvälistymisprosessista, kuten kansainvälistymisen syistä, vientivalmiudesta, esteistä, markkina-alueen valinnasta, viennin operaatiomuodoista sekä kilpailukeinoista vierailta markkinoilla. Opinnäytetyön toinen tietoperusta rakentuu vientikaupan muodollisuuksista, kuten tarvittavista asiakirjoista, kuljetuksista, toimituslausekkeista ja maksutavoista.</p> <p>Suomessa suurin osa yrityksistä on pieniä tai keskisuuria yrityksiä, jotka haaveilevat kasvusta. Suomen rajoittuneiden markkinoiden takia kasvua haetaan usein ulkomailta. Pk-yritysten osuus viennistä on vielä suhteellisen pieni, joten yrityksiä tulisi kannustaa ja tukea enemmän kansainvälistymiseen.</p> <p>Empiirisessä osassa paneudutaan oppaan teon kuvaukseen. Se sisältää oppaan suunnitelman, aikataulutuksen, rakenteen ja pohdintaa lopullisesta tuotoksesta. Opinnäytetyön viimeinen kappale sisältää johtopäätöksiä, kehittämisehdotuksia sekä kirjoittajan oman oppimisen arvioinnin.</p> <p>Opinnäytetyön toiminnallinen osa eli vientiopas sisältää Kiinan liiketoimintaympäristön analysointia, kiinalaisten kaupankäynnin kulttuuria, haasteita, standardeja ja sertifikaatteja, kansainvälistymistä edistäviä sopimuksia ja tahoja sekä erilaisia käytännön tekijöitä.</p> <p>Opinnäytetyöprosessi aloitettiin helmikuussa 2018 ja prosessi saatiin päätökseen huhtikuun 2018 lopussa. Työn alussa asettamat tavoitteet saavutettiin.</p>	
Asiasanat Kiina, kansainvälistyminen, vienti, pk-yritys	

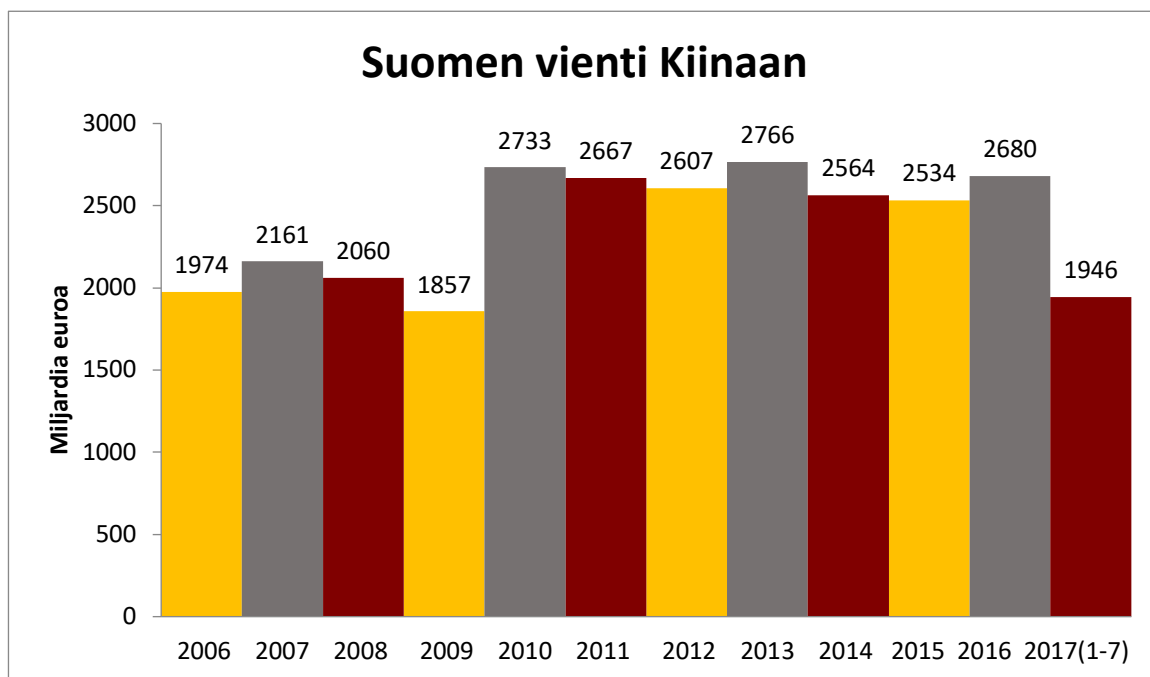
Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Taustaa opinnäytetyölle	2
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaus	2
1.3	Opinnäytetyön rakenne ja käsitteet.....	3
2	Pk-yritysten kansainvälistyminen.....	4
2.1	Kansainvälistymisen syyt.....	5
2.2	Vientivalmiustesti	6
2.3	Kansainvälisen kaupan esteet	7
2.4	Kohdemarkkina-alueen valinta.....	8
2.5	Viennin operaatiomuodot.....	10
2.6	Jakeluportaan valinta	11
2.7	Kilpailukeinot kansainvälisillä markkinoilla	12
2.7.1	Tuotestrategia.....	13
2.7.2	Hintastrategia.....	14
2.7.3	Viestintästrategia	15
3	Vientikaupan muodollisuudet	17
3.1	Tullitoiminta.....	17
3.2	Vientikaupan asiakirjat.....	17
3.3	Kuljetukseen liittyvät asiakirjat	19
3.4	Kuljetukset ja huolinta	20
3.5	Rahdin vakuuttaminen	22
3.6	Toimituslausekkeet	23
3.7	Maksutavat	25
3.7.1	Maksumääräys ja shekki.....	25
3.7.2	Perittävä	25
3.7.3	Remburssi.....	27
4	Oppaan teon kuvaus.....	29
4.1	Oppaan suunnitelma.....	29
4.2	Oppaan laatimisen aikataulu.....	31
4.3	Oppaan rakenne	33
4.4	Oppaan tarkastelu.....	34
5	Pohdinta.....	36
5.1	Johtopäätökset	36
5.2	Kehittämisehdotukset.....	37
5.3	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi.....	38
	Lähteet	40
	Liite 1. Kiinan vientiopas.....	43

1 Johdanto

Kansainvälistä kauppaa on käyty jo tuhansia vuosia ja globalisoitumisen myötä sen toteuttaminen on vain kasvanut entisestään. Kaupankäynti on nykyään huomattavasti nopeampaa, mutta itse prosessi osaa olla monimutkainen ilman asiaan perehtymistä. Monet yritykset haaveilevat kasvusta ja suuremmista tuotoista, mutta eivät tiedä kuinka lähteä liikkeelle.

Yrityksen kansainvälistymiselle on aina jokin syy. Se voi olla paine ulkopuolelta, halu laajentaa suuremmille markkinoille tai heikentynyt kysyntä kotimarkkinoilla. Kansainvälistyminen ei tapahdu hetkessä. Yrityksen tulee perehtyä omaan potentiaaliinsa sekä käytettäviin resursseihin. Mihin päin maailmaa yritys suuntaa ensimmäiseksi? Onko markkinat suunnitellussa kohdemaassa sen paremmat kuin kotimaassa vai eikö tuotetta osata arvostaa kyseisessä kohdemaassa? Suunnittelemalla ja perehtymällä kansainvälistymisprosessi sujuu paljon sulavammin.



Kuvio 1. Suomen vienti Kiinaan (Tulli 2017a, mukailen)

Kiina on monelle suomalaiselle yritykselle tuttu kauppakumppani, siitä kielii jo Suomen ja Kiinan välinen vientitilasto. Kuviossa 1 näkyy Suomen viennin arvo Kiinaan, joka on viime vuosina pysynyt yli 2500 miljardissa eurossa. Vuonna 2015 yli kolmannes viennistä muodostui metsäteollisuuden tuotteista ja lähes neljännes puolestaan teollisuuden koneista. Sähkölaitteet sekä –koneet muodostivat viennistä 13,5 prosenttia, joten on selvää, että suurin kysyntä Kiinassa on juuri näistä tuotteista. Kysyntää on kuitenkin myös turkisnahoil-

le, elintarvikkeille, kemiallisille aineille ja tuotteille, metalleille ja metallituotteille, kuljetusvälineille sekä monille muille tuotteille. (Tulli 2017a.)

1.1 Taustaa opinnäytetyölle

Opinnäytetyön idea syntyi kirjoittajan omasta mielenkiinnosta kansainvälistä kauppaa kohtaan. Mediassa tuli aika ajoin vastaan artikkeleita ja julkaisuja Kiinaan liittyvistä immateriaalioikeuksien rikkomuksista, taloudellisesta kasvusta ja haastavasta lainsäädännöstä, joten Kiina tuntui erinomaiselta vaihtoehdolta haastavana ympäristönä, joka kuitenkin voi tarjota yritykselle kasvumahdollisuuden. Kirjoittajasta tuntui, että vientiä suunnitteleville pk-yrityksille tulisi olla jonkinlainen opas, jossa on kaikki tarvittava tieto niin liiketoimintaympäristöstä, kiinalaisesta kulttuurista, Kiinan haasteista kuin tarvittavista asiakirjoista ja laatustandardeista. Kirjoittaja koitti etsiä verkosta mahdollisia Kiinaan suunnattuja vientioppaita, mutta haku ei tuottanut tuloksia, joten selvästi se olisi jotakin uutta ja hyödyttävää. Kirjoittaja pohti eri opinnäytetyömenetelmien välillä, mutta päätyi lopulta toiminnalliseen opinnäytetyöhön, sillä tarkoituksena oli luoda jokin konkreettinen tuotos eli tässä tapauksessa vientiopus eikä muissa menetelmätavoissa tämä olisi ollut mahdollista. Kirjoittaja koki, että kompaktista oppaasta olisi varmasti suuri hyöty pk-yrityksille, joilla ei välttämättä ole kaikkia tarvittavia resursseja perehtyä yhtä syvästi aiheeseen. Vientioppaassa pyritään tuomaan esille aiheita, jotka eivät välttämättä tulisi heti mieleen. Opinnäytetyö on kirjoitettu ilman toimeksiantajaa.

1.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaus

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aiheena on tarjota kansainvälistyville pk-yrityksille kompakti vientiopus Kiinaan. Oppaan tavoitteena on selventää Kiinan markkinoille hakeutuville yrityksille, mitä heidän tulee ottaa huomioon suunnatessaan vientiprosessia Kiinaan ja minkälainen liiketoimintaympäristö heillä on vastassa. Mitä mahdollisia haasteita yritykset saattavat kohdata Kiinassa? Miten kiinalaisten kanssa käydään kauppaa? Poikkeako Kiinan laatuvaatimukset suomalaisista tai eurooppalaisista laatuvaatimuksista? Kuka pystyy auttamaan yritystä vientiprosessin kanssa? Mitkä asiakirjat ovat pakollisia ja onko muuta huomioitavaa? Opas pyrkii vastaamaan kaikkiin edellä mainittuihin kysymyksiin ja tarjoamaan kompaktin, mutta kattavan sisällön yrityksille, joilla ei vielä ole kokemusta vientikaupasta Kiinaan, vaikka kokemusta viennistä saattaisi löytyä jo toisilla ulkomaisilla markkinoilla. Vientiopus on löydettävissä liitteen 1 alta. Teoreettisen osuuden tarkoitus on ymmärtää paremmin kansainvälistymisprosessia sekä vientikaupan muodollisuuksia. Opinnäytetyön sekundaarinen tavoite on, että tietoperusta tukee ja täydentää opasta ja sen tarkoitusta.

Opinnäytetyö on rajattu Suomesta EU-alueen ulkopuolelle suuntautuvaan vientiin, joten tietoperustassa ei käsitellä tuontitoimintaa. Operaatiomuotoja tarkastellessa keskitytään vain viennin operaatiomuotoihin, joten siinä ei tarkastella sopimuksellisia operaatiomuotoja tai investointeja.

Vientioppaassa on rajattu liian syvällinen historian tarkastelu pois. Kompaktiuden takia aiheet on pyritty pitämään lyhyinä ja ytimekkäinä, jotta siitä saisi mahdollisimman paljon relevanttia tietoa. Talouden luvuissa on pyritty tarkastelemaan lähemmin vain viimevuosien lukuja. Oppaassa ei käsitellä Kiinan erityishallintoalueita Hongkongia tai Macaota.

1.3 Opinnäytetyön rakenne ja käsitteet

Opinnäytetyö koostuu johdannosta, tietoperustasta, empiirisestä osasta sekä pohdinta osuudesta. Tietoperusta rakentuu kahdesta ensimmäisestä luvusta, josta ensimmäisessä tarkastellaan pk-yritysten kansainvälistymistä ja toisessa osiossa keskitytään itse vientiprosessin eri muodollisuuksiin. Johdannossa on määriteltynä opinnäytetyön tausta, tavoitteet, rakenne, rajaus sekä keskeiset käsitteet. Empiirisessä osiossa syvennyttään oppaan kirjoittamisprosessiin. Kappaleessa on avattu oppaan suunnitelma, aikataulu, rakenne sekä pohdintaa valmiista tuotoksesta. Vientiopas löytyy tämän asiakirjan lopusta liitteen 1 alta. Viimeisessä osiossa tarkastellaan johtopäätöksiä, kehittämissuunnitelmia sekä arvioidaan kirjoittajan omaa oppimista prosessin aikana.

Keskeiset käsitteet opinnäytetyössä:

Vienti käsitteenä tarkoittaa prosessia, jossa EU-alueella olevat tavarat viedään EU:n vapaakauppa-alueen ulkopuolelle pysyvästi. Väliaikaista vientiä voi olla messuihin tai näyttelyihin osallistuminen kohdemaassa, jonka jälkeen mukana olleet tavarat tuodaan saman kuntoisina takaisin EU-alueelle. (Tulli 2018a.)

Kansainvälistyminen on yrityksen toiminnan siirtämistä tai kasvattamista kotimaan rajojen ulkopuolelle. Kansainvälistyminen on moniosainen prosessi ja se voi olla esimerkiksi vientiä, tuontia, investointeja tai myyntikonttorin perustamista ulkomaille. Kansainvälistyminen voidaan myös sisällyttää osana yrityksen kasvustrategiaa. (Vahvaselkä 2009, 17.)

Pk-yritys eli pienet ja keskisuuret yritykset. Yritykset, jotka kuuluvat tähän kategoriaan työllistävät korkeintaan 250 henkilöä eikä heidän vuosittainen liikevaihto saa ylittää 50 miljoonaa euroa tai tase 43 miljoonaa euroa. (Tilastokeskus.)

2 Pk-yritysten kansainvälistyminen

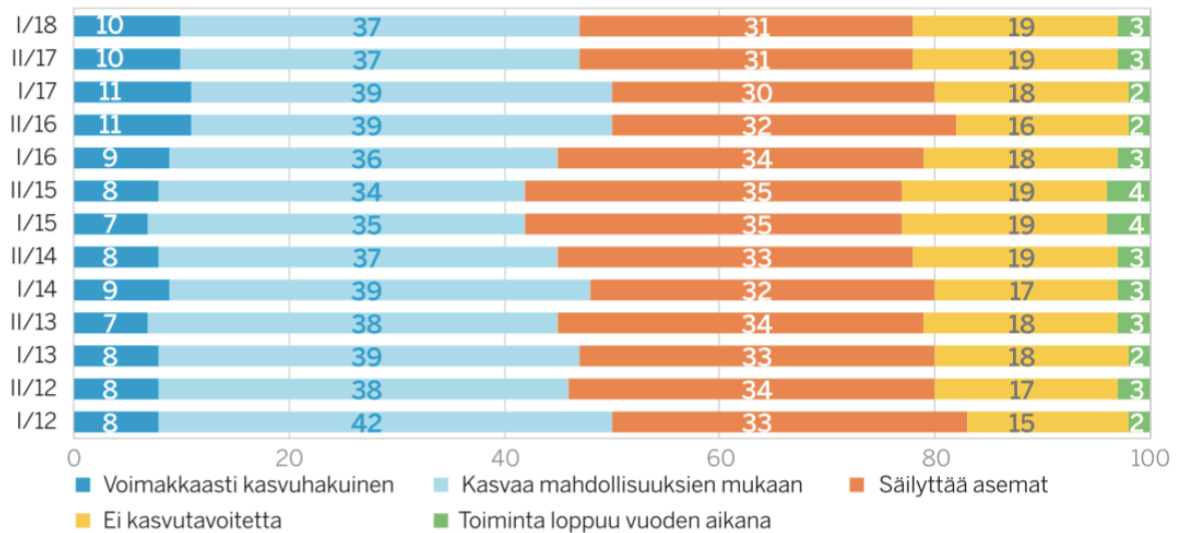
Pk-yritykset eli pienet ja keskisuuret yritykset ovat alle 250 hengen yrityksiä, joilla on henkilömäärän lisäksi erilaiset tuottokatot, jotta ne voidaan luokitella kyseiseen kategoriaan. Yritykset voidaan jaotella työntekijämäärien, liikevaihdon ja taseen perusteella mikroyrityksiin, pienyrityksiin sekä keskisuuriin yrityksiin. Mikroyritys työllistää alle 10 henkilöä eikä vuosittainen liikevaihto tai taseen loppusumma ylitä 2 miljoonaa euroa. Pienyrityksille vastaavat rajat ovat alle 50 työntekijää ja vuosittaisen liikevaihdon tai taseen loppusumman on pysyttävä alle 10 miljoonassa eurossa. Keskisuurilla yrityksillä työntekijämäärä ei saa ylittää jo mainittua 250 henkeä. Tuottokatot keskisuurilla yrityksillä on vuosittaisen liikevaihdon 50 miljoonaa euroa tai vaihtoehtoisesti taseen loppusumma 43 miljoonaa euroa. (European Commission 2009, 2-3.)

Vuoden 2016 yritystilastoista käy ilmi, että Suomessa 99,8 prosenttia kaikista yrityksistä on pk-yrityksiä. Määrällisesti tämä tarkoittaa 282 972 mikro-, pien- tai keskisuurta yritystä. Luvuissa ei ole huomioitu maa-, metsä tai kalataloutta. Pk-yrityksen vaatimusten ulkopuolelle jääviä suuryrityksiä on Suomessa siis vain murto-osa eli 0,2 prosenttia. Pk-yritykset ovat erittäin tärkeitä Suomen taloudelle luoden uusia työpaikkoja tuhansille ihmisille vuosittain. Suomen bruttokansantuotteesta noin 40 prosenttia muodostuu juuri pk-yritysten ansiosta. Mikroyritykset kattavat 93,3 prosenttia ja pienyritykset 5,5 prosenttia kaikista yrityksistä, josta voidaan päätellä juuri pienempien yritysten tärkeys. Keskisuuria yrityksiä on prosentin verran kaikista yrityksistä. (Yrittäjät 2018.) Tullin (2017b.) mukaan pk-yritykset kattoivat 16 prosenttia Suomen viennistä vuonna 2016 ja sen kokonaisarvo saavutti 8,2 miljardia euroa. Pk-yrityksillä ei ole aina tarvittavaa tietotaitoa lähteä mukaan kansainväliseen kauppaan, vaikka potentiaalia löytyisi, joten on todella tärkeää tarjota heille tarvittava tietopaketti ja apu. Saksassa pk-yritykset kattavat jo yli 60 prosenttia koko maan viennistä ja Ruotsikin kipuaa jo yli 20 prosenttiin. (Keskuskauppakamari 2018a.)

Pienten ja keskisuurten yritysten kansainvälistymisastetta sekä kasvuhakuisuutta voidaan tarkastella keväällä 2018 julkaistun pk-yritysbarometrin avulla, Kevään 2008 pk-yritysbarometrin tulokset pohjautuvat kyselyyn osallistuneiden 4800 pk-yritysten vastauksiin, joten luvut eivät kerro koko totuutta, mutta antavat hyvän pohjan. Pk-yritysbarometri julkaistaan kaksi kertaa vuodessa Suomen yrittäjien, Finnveran ja työ- ja elinkeinoministeriön toimesta ja se sisältää tietoa yritysten taloudellisesta toimintaympäristöstä. (Kuismainen, Malinen & Seppänen 2018, 3.)

Kansantalouden kehityksen ylläpitämiseksi on erittäin vitaalia, että niin pienet kuin suuret yritykset kehittyvät ja kasvavat tuoden mukanaan uusia työpaikkoja sekä verorahoja valti-

olle. Kuviossa 2 tarkastellaan pk-yritysten kasvuhakuisuutta. Prosentuaaliset määrät ovat pysyneet viime vuosien aikana suurin piirtein samoissa lukemissa. Kevään 2018 pk-yritysbaretriin osallistuvista 4800 yrityksestä noin 3 prosenttia uskoo lopettavansa toiminnan vuoden 2018 aikana. Voimakasta kasvua tavoittelee 10 prosenttia ja 37 prosenttia tyytyy maltillisempaan kasvuun tilaisuuden mukaan. Noin viidesosalla yrityksistä ei ole kasvutavoitetta ja 31 prosenttia yrityksistä toivoo säilyttävän sen hetkisen aseman siihen vaadittavalla pienellä kasvulla. (Kuismanen ym 2018, 22.)



Kuvio 2. Kasvuhakuisuuden kehitys, % pk-yrityksistä (Kuismanen ym 2018, 22)

Vientitoiminta voi tuoda yritykselle paljon tarvitsemaa kasvua ja kehitystä sekä suuremman kokonaisliikevaihdon, joka kotimarkkinoilla olisi jäänyt saavuttamatta. Neljäsosalla pk-yrityksistä puolet tai enemmän kokonaisliikevaihdosta muodostetaan viennin avulla. 27 prosentilla yrityksistä vienti kattaa 10-49 prosenttia kokonaisliikevaihdosta. 48 prosentilla yrityksistä vienti muodostaa kokonaisliikevaihdosta 9 prosenttia tai alle, mutta voi olla ratkaiseva tekijä yrityksen selviytymiseen tai kasvamiseen. (Kuismanen ym 2018, 27.)

2.1 Kansainvälistymisen syyt

Viime vuosina kansainvälinen kauppa on kasvanut nopeaan tahtiin. Monet yritykset haaveilevat kasvusta. Jos yrityksellä on jo hyvä kosketus kotimaan kauppaan ja omaa hyvät tuotteet, olisi seuraava looginen ratkaisu miettiä siirtymistä ulkomaan markkinoille. Ulkomaankaupassa riskit ovat usein suuremmat, mutta tuotot usein korvaavat nämä riskit. Siirtyminen kotimaan markkinoilta ulkomaan markkinoille voi olla haastavaa. Hyvä menestys kotimaan kaupassa toki osoittaa, että yrityksellä on hyvä idea tuotteen takana ja tuotteeseen uskotaan vahvasti. (Westwood 2012, 3.) Miksi yritys ei siis kokeilisi saavuttaa uusia, laajempia markkinoita ja saada muutkin uskomaan heidän omaan visioonsa?

Kansainvälisen liiketoiminnan aloittamiseen on monia hyviä syitä. Yritys ei ole enää riippuvainen kotimaan kysynnän heilahteluista. Kotimaan markkinat kattaa vain pienen osuuden potentiaalisista markkinoista, joten uusien markkinoiden valloittaminen voi kasvattaa yrityksen tuotot lukemiin, joista on voitu vain aikaisemmin haaveilla. Uuteen kulttuuriin ja toimintaympäristöön tutustuminen usein luo pohjaa uusille kehitysideoille. Käytössä voi olla uutta teknologiaa ja kilpakumppaneihin tutustuminen saattaa toimia puskurina kehittää omia tuotteita. Uudet ja kehitetyt tuotteet antavat vahvemman pohjan kotimaan markkinoilla ja auttaa yritystä pysymään kilpailukykyisenä. Lisäksi työntekijöiden opittu tieto yhden kansainvälisen markkinan valloittamisesta ei katoa mihinkään, joten uusien markkinoiden valloittaminen jatkossa on askeleen helpompaa. (Astrup ym 2003, 12.)

Tarve lähteä kansainvälisille markkinoille voi joskus tulla ulkopuolelta, jos ulkomainen asiakas osoittaa kiinnostusta tuotteesta tai yritys on saanut tarjouspyynnön ulkomailta. Näitä ulkopuolelta tulleita tekijöitä kutsutaan imutekijöiksi. Yritys saattaa kokea muutosvastarintaa johtotasolta tai muilta työntekijöiltä, vaikka mahdollisuudet toiminnan laajenemiseen olisi. Pitkän tutkimisen jälkeen voidaan todeta, että tuote ei tule menestymään kansainvälisillä markkinoilla, sillä tuote ei ole kilpailukykyinen tai kohdemaan vastaavat tuotteet ovat hinnaltaan kilpailukykyisempiä. Puuttuva ammattitaito haastavien tuotteiden myynnissä voi myös rokottaa menekkiä. (Melin 2011, 16-17.)

Vientiä ei tulisi aloittaa kevyin perustein vaan siihen tulee valmistautua huolella. Prosessi ei ole kovin helppo, joten asiaa on tutkittava tarkkaan ja pohtia hyötykö juuri meidän yritys uusista markkinoista. Tulisi tarkistaa, onko yrityksellä tarpeeksi vahva perusta kotimaan markkinoilla, jotta on järkevää lähteä laajentamaan toimintaa. Vai onko kenties omassa toiminnassa vielä kehitettävää pienemmillä markkinoilla? Viennin tulisi olla osa yrityksen koko strategiaa eikä vain lisätty osa, joka ehkä voisi toimia. Ennen viennin aloitusta on luotava kattava vientistrategia ja laadittava vientisuunnitelma, joka pitää sisällään kaikki kustannukset ja riskit. (Westwood 2012, 7.)

2.2 Vientivalmiustesti

Kun yritys on todennut halunsa kansainvälistyä, tulee sen varmistaa, että se on valmis kansainvälisille markkinoille luomalla vientivalmiustestin. Testissä tarkastellaan tuotteen soveltumista kansainvälisille markkinoille, toimitusvarmuutta ja -valmiutta, riittävää rahoitusta, henkilöstön valmiutta sekä toimintasuunnitelmaa. Vientitoiminnan aloittamisen pulonkaulaksi koetaan usein toimitusvarmuus, sillä harvemmin yrityksillä on varastoissa suuria määriä valmiina odottamassa tilausta. Ulkomaalaiset ostajat saattavat tilata suuria eriä

kerralla lyhyellä toimitusajalla, johon yrityksen on mahdotonta vastata ilman tarvittavaa kapasiteettia. Ylimääräisen kapasiteetin varastoiminen sisältää aina riskin, että tuote ei mene kaupaksi, jolloin varaston arvo romahtaa. Pienemmillä yrityksillä harvemmin on myöskään tilaa säilyttää suuria eriä kerralla. Kotimaan myyntiin tarkoitettua kapasiteettia lainaaminen saattaa tuhota yrityksen kotimaamarkkinaosuuden, joka on liian iso riski otettavaksi. (Kananen 2010, 24-25.)

Yrityksen tulee tarkastella, onko tuote valmis kansainvälisille markkinoille. Tuotteen tulee läpäistä kohdemaan asettaman laatuvaatimukset. Eriäinen kulttuuri voi pakottaa laajaan tuoteuudistukseen tai kehitykseen, myös pakkauksen ja tuoteselosteen kielimuutos tulee huomioida. Tuotteen myyntivaltteina voivat olla myös sen eksoottisuus tai globaalius, jolloin muutoksia harvemmin tarvitaan. (Kananen 2010, 25-26.)

Ilman toimivaa suunnitelmaa vientitoiminta epäonnistuu herkemmin. Rahoituksen tulee olla kunnossa, sillä harvemmin vientitoiminta tuottaa heti tulosta. Yrityksen tulee olla vahvasti mukana toiminnassa, jos toivoo positiivista tulosta kansainvälistymisestä. Henkilöstön tulee olla hyvin perehdytetty yrityksen toimintaan, jos he aikovat osallistua vientiprosessiin. Vientipalvelu voidaan ulkoistaa, mikäli yritys ei halua käyttää omaa henkilöstöä tai resurssit eivät riitä. (Kananen 2010, 26-27.)

2.3 Kansainvälisen kaupan esteet

Kansainvälisessä kaupassa on aina olemassa omat vaikeuttavat tekijänsä, jotka olisi hyvä hahmottaa heti prosessin alussa luomalla kirjoituspöytätyökirja. Kirjoituspöytätyökirjaan hahmotellaan mahdolliset luonnolliset esteet sekä keinotekoiset esteet, jotka yhdessä muodostavat niin kutsutut rajaesteet. Luonnollisia esteitä ovat muun muassa kulttuuriin sidonnaiset tekijät tai kohdemaan fyysiseen sijaintiin liittyvät haasteet ja esteet. Keinotekoisiiin esteisiin voidaan lukea valtion ideoimia esteitä, kuten tavarasta kannettavat tullit tai korkeat laatuvaatimukset. (Kananen 2010, 19.)

Laajat vapaakauppa-alueet ovat poistaneet kannettavat tullit monilta alueilta, josta hyvänä esimerkkinä on EU:n välinen sisäinen kauppa. EU neuvottelee jatkuvasti uusista kauppasopimuksista eri valtioiden kanssa ja päämääränä on kansainvälisen kaupan kokonaisvaltainen vapauttaminen. (Ulkoministeriö 2018.) Valtiot, jotka eivät kuulu vapaakauppa-alueeseen eivätkä omaa kauppasopimusta voivat pyytää tuotteilta suuriakin tulleja, jotka vaikuttavat viennin kokonaisvaltaisiin kustannuksiin.

Erinäisillä standardeilla ja määräyksillä valtio pystyy valvomaan, että ulkomaalaiset tuotteet ovat turvallisia ja tarpeeksi korkealaatuisia. Vaadittavat standardit ja määräykset usein tuovat mukanaan erilaisia maksuja, jotka on hyvä huomioida vientibudjettia laates- sa. (Kananen 2010, 20.) Ongelmaksi saattaa muodostua valtiot, jotka vaativat omien vi- rastoiden hyväksymiä tuotteita, vaikka tuotteella olisi jo alkuperäisen valtion viraston hy- väksymä laatusertifikaatti.

Kulttuurin mukana tuomat luonnolliset esteet ovat hankalia hahmottaa etukäteen ilman syvempää perehtymistä kohdemaan kulttuuriin. Kulutustavarat omaavat suuremman riskin kohdata kulttuuriin sidonnaisia esteitä kuin teollisuustuotteet. Yrityksen menestyneimmät kulutustuotteet voivat loukata värivalinnoillaan tai muotoilullaan potentiaalisia asiakkaita, jonka myötä yrityksen brändi saattaa menettää uskottavuutta. Riskien pienentämiseksi yrityksen olisi hyvä selvittää etukäteen, onko tietyillä väreillä jokin syvempi merkitys koh- demaan kulttuurissa. (Kananen 2010, 22-23.) Kohdemaassa voi olla todella erilainen os- tokäyttäytyminen kuin kotimarkkinoilla.

Valtion luomien sekä kulttuurisidonnaisten esteiden lisäksi kuluttajat ja muut kilpailevat yritykset aiheuttavat uudelle kansainvälistyvälle yritykselle omat haasteensa. Kilpailevat yritykset voivat tehdä markkinoille pääsystä mahdottoman, sillä heillä on jo vahva asema kyseisillä markkinoilla. Uuden kilpailijan tuotetta ei vielä tunneta, joten sen pitää erottua joukosta jollain tavalla, jotta kuluttajat vaihtaisivat suosimansa vanhan tuotteen johonkin toiseen. (Äijö 2008, 60-61.) Kuluttajat muodostavat vakiotuotteisiinsa eräänlaisen luotto- suhteen, joka usein särkyä vasta siinä vaiheessa, kun tuote ei enää tyydytä kuluttajan tarpeita. Uusien tuotteiden kokeilu voi tuntua kuluttajan mielestä ajan sekä rahan haas- kaukselta, jonka myötä kuluttajien luottamusta on vaikea saavuttaa.

2.4 Kohdemarkkina-alueen valinta

Kohdemarkkina-alueen valintaa voidaan lähestyä opportunistisella, systemaattisella tai epäsystemaattisella lähestymistavalla. Aloittelevat vientiyrietykset suosivat opportunistista lähestymistapaa, sillä se usein pohjautuu ulkomailta saapuneeseen kyselyyn tai tarjous- pyyntöön eikä yrityksen tarvitse etsiä asiakkaita itse. Systemaattisessa lähestymistavassa hyödynnetään sekä makrotason kohdemarkkina-analyysiä että mikrotason myyntipotentiaalin analysointia. Epäsystemaattista lähestymistapaa käyttävät yritykset tavoittelevat lähentämään koti- ja kohdemarkkinoita. (Vahvaselkä 2009, 66.) Yrityksen ei aina tarvitse tavoitella isoja markkinoita vaan pienemmät, kohdennetut markkinat eli niche-markkinat voivat sopia pk-yritykselle täydellisesti. Isot yritykset tähtäävät isoihin tuottoihin, joten raja- tut tai pienemmät markkinalohkot harvoin kiinnostavat heitä. (Kananen 2010, 7.)

Kohdemarkkina-alueen valinnan tärkeimpinä kriteereinä voidaan pitää tarpeeksi korkeaa ostovoimaa sekä riittävää määrää potentiaalisia asiakkaita. Yrityksen voi olla vaikea lähteä myymään tuotetta tai palvelua liian kapeille markkinoille, jossa kysyntää ei ole vähäisten asiakkaiden takia. Kohdemarkkina-analyysissä tutkitaan ostovoiman lisäksi maan yleistä hintatasoa, kuten vastaavanlaisten tuotteiden hinta. (Kananen 2010, 30.) Kohdemaan halpa hintataso yleensä kertoo paikallisten matalista tuloista, jonka takia kuluttajilla ei ole varaa tai tarvetta ostaa ylimääräisiä ja kalliita tuotteita tai palveluita.

Kun potentiaaliset valtiot sekä alueet ovat valikoituneet, on hyvä tehdä makrotason PEST-analyysi, jossa tarkastellaan poliittista, taloudellista, sosiokulttuurista sekä teknologista toimintaympäristöä. PEST-analyysi on aina maakohtainen, joten potentiaalisten markkinoiden vaihtoehdoille tulisi jokaiselle luoda oma analyysinsä ja tarkastella mikä kohde sopii yritykselle parhaiten. (Vahvaselkä 2009, 67-68.)

Poliittista toimintaympäristöä tarkastellaan kuinka maan politiikka tai lainsäädäntö ja sen muutokset vaikuttavat talouteen, tiettyyn toimialaan sekä lopulta omaan yritykseen. Verotus, työntekijöitä koskevat lait, tuontirajoitukset ja kotimaisen tuotannon suosiminen saattavat vaikuttaa yritykseen suuresti, kuten myös valtion muodostamat suhteet ulkomaille sekä yleinen poliittinen ilmapiiri. (Investopedia 2018.) Epävakaa poliittinen tilanne huojuttaa koko valtion liiketoimintaympäristöä ja valtion tiukat lait ja määräykset voivat vaikuttaa paikallisten ostokäyttäytymiseen.

Taloudellista toimintaympäristöä voidaan tarkastella joko maailman talouden tai yksittäisen valtion talouden näkökulmasta. Maailman taloudessa tarkastellaan kaupankäyntiä eri valtioiden kesken, kokonaisvaltaista myyntivolyymia, rahapolitiikkaa ja maailmankauppaan liittyviä organisaatioita. Valtiokohtaisen taloudellisen toimintaympäristön tarkastelussa analysoidaan muun muassa bruttokansantuotetta ja sen kehitystä, valtion yleistä hintatasoa ja tulotasoa sekä inflaatiota. (Vahvaselkä 2009, 68-69.)

Sosiokulttuurisessa toimintaympäristössä voidaan tutkia kulttuuriin sidonnaisia asioita, kuten uskonnon roolia yhteiskunnassa tai väestön suosimia trendejä. Demografiset tekijät, kuten väestön ikä, sukupuolijakauma ja väestön rakenne vaikuttavat suuresti valtion ostovoimaan, joten ne on hyvä tiedostaa alkuun. (Investopedia 2018.)

Teknologisessa toimintaympäristössä tutkitaan teknologian roolia sekä kuinka kehittynyttä se on kohdemaassa. Analyysissä kannattaa erityisesti kiinnittää huomiota siihen, kuinka paljon teknologiaa hyödynnetään kohdemaassa sekä mitkä ovat tämän hetkiset trendit,

sillä jotkin valtioista ovat innovatiivisuuden kärkipäässä ja trendit vaihtuvat nopealla aikataululla. Valtion käyttämän varallisuuden määrä teknologian kehittämiseen kertoo paljon sen kiinnostuksesta kyseistä alaa kohtaan. (Investopedia 2018.)

2.5 Viennin operaatiomuodot

Viennin jakelutie on valittava tarkkaan, sillä se määrää miten kauppatavara kulkeutuu ostajalle. Jakelutien valinnassa on omat haasteensa, koska väärän jakelutien valinta voi koitua yritykselle kalliiksi, aikaa vieväksi tai haastavaksi. Jakelutien valinta määrää kuinka monta jakeluporrasta tarvitaan ja kuinka paljon kustannuksia siitä koituu myyvälle yritykselle. Mikäli vievä yritys on uusi kansainvälisillä markkinoilla ja kokemusta vientiin ei vielä kauheasti löydy, voi yritykselle olla parempi vaihtoehto valita jakelutie, josta yritykselle ei koidu lisätehtäviä. Jos yritys on jo toiminut pitempään kansainvälisillä markkinoilla ja tietotaitoa sekä kielitaitoa löytyy, voi yritykselle olla paras vaihtoehto hoitaa vientiä itse. Viennin jakelutiet voidaan jakaa karkeasti epäsuoraan, suoraan ja välittömään vientiin. (Selin 2004, 61-63.) Yrityksen työntekijät tulee olla ajan tasalla olevaa tietoa vientitoiminnasta sekä kielitaitoa mikäli yritys haluaa olla suoraan yhteydessä tuleviin asiakkaisiin. Mitä kauemmaksi asiakas sijoittuu kartalla, voi jakeluportaita tulla enemmän kuin yritys on alkuun ajatellut.

Epäsuora vienti on kokemattomalle yritykselle paras keino aloittaa vienti, sillä toiminta vastaa pitkälti kotimaan kauppaa. Yritys valitsee mieleisimmän välikäden, joka voi olla muun muassa kauppahuone, vientiagentti tai toinen vientiyritys. Epäsuora vienti on jakelu-teistä matalariskisin ja halvin vaihtoehto, sillä yritys luovuttaa kauppatavaransa välikädelle, joka huolehtii kaikista tarvittavista asiakirjoista sekä kauppatavaran luovuttamisesta eteenpäin. (Selin 2004, 63.)

Haittapuolena epäsuorassa viennissä voidaan havaita tiedon puute, sillä vievä yritys ei joudu missään vaiheessa opettelemaan vientimuodollisuuksia. Jos vievän yrityksen välikäsi päättää lopettaa yhteistyön, jää yritys tyhjän päälle, sillä heillä ei ole ollut minkäänlaista kosketusta tai kontaktia asiakkaisiin kohdemaassa. Tiedonkulu riippuukin pitkälti välikäden halusta kommunikoida ja raportoida yritykselle. Välikäsien käytetty määrä saattaa kostautua tuotteen hinnassa, sillä jokainen haluaa oman siivunsa tuotosta ja alhainen lähtöhinta saattaa nousta todella korkeaksi, kun kauppatavara saavuttaa lopullisen ostajan. (Selin 2004, 63-64.)

Suorassa viennissä yrityksellä pitää olla enemmän kielitaitoa sekä tietoa viennistä, sillä jakeluporras on kohdemaassa. Kyseinen välikäsi voi olla esimerkiksi maahantuojia tai tuk-

kuliike, ja he myyvät kauppatavaran joko suoraan lopulliselle ostajalle tai seuraavalle välikädelle. Valittu jakeluporras etsii yritykselle asiakkaita ja toimittaa tilaukset Suomeen. Tuotto on sidoksissa myynnin määrään, joten yrityksen valitseman edustajan tulee olla sitoutunut toimintaansa ja tietää yrityksen tuotteet. Suoran myynnin hyötyjä on jakelutien lyheneminen, jolloin yritys on kykenevämpi seuraamaan kehitystä ja kohdentamaan paremmin toimintaansa. Tuotot kasvavat paremmassa suhteessa ja markkinoiden seuraaminen helpottuu. Haittapuolina suorassa viennissä on kielitaito ja tietotaito, mitä tarvitaan viennissä, sillä yritys joutuu itse hoitamaan enemmän asiakirjoja ja olla yhteydessä ulkomaille. Lopullinen asiakas ei tässäkään jakelutiessä ole pakosti selvillä, joten tiedonkulun on oltava molemminpuolista, jotta toiminta saadaan sujuvaksi. Lisäksi suorasta viennistä koituu enemmän kustannuksia, koska yrityksen on osallistuttava markkinointiin ja yhteistyön käynnistämiseen. (Selin 2004, 64-65.)

Välittömässä viennissä yritys on itse yhteydessä lopulliseen asiakkaaseen, joten turhat välikädet jäävät kokonaan pois. Markkinointi ja asiakashankinta jää siis kokonaan yrityksen harteille, joten yrityksen on oltava todella paneutunut vientitoimintaan. Koko prosessi on todella läpinäkyvä, joten se on helposti hallittavissa ja kaikki asiakassuhteet ovat yrityksen tiedossa. Kustannuksia suorasta viennistä koituu enemmän markkinoinnin ja myynnin kannalta, mutta tuottoa tulee eniten, sillä turhat välikädet on karsittu kokonaan pois. Jos yrityksellä on vankka osaaminen viennin saralla, on välitön vienti luultavasti paras vaihtoehto tuloksen kannalta. (Äijö 2008, 191.)

2.6 Jakeluportaan valinta

Edustajan valinta voi olla haastavaa, sillä vaihtoehtoja on monia. Osaava edustaja ajattelee yrityksesi parasta, on asiantunteva sekä omaa selkeän strategian toiminnassaan. Vaihtoehtoja edustajalle on monia ja parhaimman edustajan valitsemiseen on perehdyttävä. (Selin 2004, 70.)

Tuontiagentti on kohdemaassa operoiva jakeluporras, joka soveltuu kokemattomalle vientiyritykselle hyvin. Tuontiagentille maksetaan provisiota myynnin mukaan eikä se aiheuta muita kustannuksia. Provision johdosta tuontiagentti on yleensä todella motivoitunut ja kokenut myynnin saralla. Taitavalla tuontiagentilla on hyvä tietämys paikallisista markkinoista ja jakelujärjestelmistä sekä otollinen asiakasverkosto. Tuontiagentin käytön haittapuolena nähdään usein kielimuuri ja sijainti. Provision maksusta voi aiheutua yllättäviä kustannuksia, mikäli se maksetaan vieraassa valuutassa. Kurssimuutosten takia maksettava proviisio voi nousta korkeammalle. (Kananen 2010, 50-55.)

Vientiagentti työskentelee edustettavan nimissä edustetun kotimaassa ja kuittaa itselleen provision myynnistä. Agentti hoitaa kauppaneuvottelut valmistajan puolesta, kuitenkin edustettavan laatimia ohjeita ja hinnastoa noudattaen. Agentin palkkaamisen hyvinä puolina voidaan luetella asiantuntijuus, omien resurssien helpottuminen myynnin puolelta sekä hallinnollisen puolen tehtävien keveneminen. Negatiivisena puolena voidaan havaita agentin oma työpanos. Usein agentit etsivät helppoa rahaa ja heillä saattaa olla monia muitakin päämiehiä. Agentilta saattaakin kadota fokus ja työpanos ei vastaa mitä palkatessa oli odotettu. (Immonen 2005, 41-42.)

Jälleenmyyjä on omissa nimissä toimiva tekijä. Jälleenmyyntisopimus pitää usein sisälleen luvan myydä valmistajan tuotteita sovitulla alueella sovitun ajan. Positiivisia puolia jälleenmyyjän käyttöön on jälleenmyyjän hyvä asiakasverkosto sekä kohdemaassa tapahtuvasta varastoinnista ja huoltotoiminnasta vastaaminen. Haittapuolina voidaan todeta lopullisen asiakaskontaktin puuttuminen, sillä jälleenmyyjät hoitavat kyseisen tapahtuman. Yhteydenpito ja tiedonkulku voi olla heikkoa, jos jälleenmyyjä ei ole tarpeeksi motivoitunut hoitamaan asiaa. (Selin 2004, 68-69.)

Jos haluaa mahdollisimman yksinkertaisen ja helpon edustajan, tulee valita meklari, tukkukauppias tai välittäjä. Tällaiselle edustajan valinnalle on yleensä syynä tavarankelpous. Valmistaja harvemmin saa minkäänlaista kontaktia lopulliseen asiakkaaseen ja kaupan ratkaisee yleensä hinta sekä saatavuus. Meklarilta usein myös puuttuvat varsinaiset jakelu- ja myyntiverkostot. (Immonen 2005, 44.)

Maahantuojat toimii omissa nimissään ja ostaa valmistajalta tuotteet, josta he välittävät ne eteenpäin. Maahantuojat on lisäksi vastuussa varastoinnista ja markkinoinnista. Monet maahantuojat kaipaavat jonkin kaltaisen yksinoikeuden tuotteille tai varmuuden, että heidän toiminta-alueellaan ei käydä vastaavanlaista kauppaa. (Selin 2004, 68.)

2.7 Kilpailukeinot kansainvälisillä markkinoilla

Kansainvälisillä markkinoilla kilpailu on yleensä laajempaa kuin kotimaisilla markkinoilla, joten yrityksen brändin, tuotteen tai palvelun on erotuttava jollain tavalla muiden kilpailijoiden vastaavista tarjolla olevista. Kilpailukykyä voi katsastella McCarthyn luoman 4P -mallin pohjalta, jossa tarkastellaan tuotetta (product), hintaa (price), viestintää (promotion) sekä saatavuutta (place). Tätä mallia kutsutaan englanninkielisellä nimellä marketing mix, josta voidaan johdattaa laajemmalle ulottuva malli, jossa tarkastellaan niin pakkausta (packaging), henkilöstöresursseja (people) kuin asemointia (positioning). (The Economic

Times.) Tässä alakappaleessa syvennyttään tarkemmin tuotteeseen, hintaan ja viestintään strategiakeinoina.

2.7.1 Tuotestrategia

Kuluttajat valikoivat tuotteen tyydyttämään muodostamansa tarpeet. Tuote usein mielletään jonakin fyysisenä tavarana, mutta harvemmin ymmärretään, että myös palvelut tai aineettomat osat ovat tuotteita. Lopullista tuotetta kutsutaan nimellä toiminnallinen tuote ja se rakentuu ydintuotteesta sekä tuotteelle tarjottavista lisäeduista. Palvelutuote rakentuu vastaavanlaisesti ydinpalvelusta, pakollisista lisäpalveluista sekä vapaavalintaisista tukipalveluista. Ydintuote on tuotteen fyysinen osa, jonka kuluttaja valikoi tyydyttämään tarpeensa ja lisäeduilla, kuten takuulla tai tuotteen asennuksella luodaan tuotteeseen syvyyttä sekä tavoitellaan parempaa kilpailuetua. Jotta tuote saadaan laitettua myyntiin sekä erottumaan muista vastaavanlaisista kilpailevista tuotteista, täytyy yrityksen laatia mielikuvatuote, joka kattaa esimerkiksi nimen tai muotoilun. (Vahvaselkä 2009, 183.) Kuluttajien saatavilla on nykyään runsas määrä vaihtoehtoja, joten tilanteessa, jossa kaikki vaihtoehdot olisivat ulkonäöltään ja muotoilultaan samanlaisia, kuluttaja päätyisi mitä suurimmalla todennäköisyydellä valitsemaan halvimman vaihtoehdon. Erottuakseen joukosta yritysten on luotava jotakin innostavaa, joka saa kuluttajan valitsemaan juuri heidän tuotensa.

Kotimarkkinoilla menestyvä tuote ei aina takaa menestystä ulkomailla, jos se on liian eksoottinen. Suomalaiset ovat ruisleivän ja salmiakin suurkuluttajia, kun taas muualla maailmassa nämä suomalaisten mieltämät herkut ovat liian erikoisen makuisia. Eksoottisuudesta saattaa olla myös hyötyä ja sillä voi tavoittaa monopoliaseman joillakin markkinoilla. Suomalaisten rakastamat muumit ovat saavuttaneet suosionsa myös ulkomailla ja esimerkiksi aasialaiset turistit hankkivat muumiaiheisiä tuotteita matkustaessaan Suomeen.

Tuotteen suunnittelussa tulee huomioida mahdolliset sääolosuhteen muutokset. Teknologia usein reagoi herkästi sääolosuhteiden muutoksiin. Älypuhelimet lakkaavat toimimasta liian kuumassa tai kylmässä ilmassa eikä puhelimen näyttö tunnista sormien liikettä niiden ollessa kosteat. Autot eivät käynnisty liian kylmän ilman takia vaan niitä pitää lämmittää. Suomessa on totuttu kylmyyteen, mutta esimerkiksi Aasiassa ilmankosteus saattaa olla todella korkea ja lämpötila kohota yli 40 asteeseen, joka saattaa aiheuttaa suomalaisille tuotteille haasteita. (Kananen 2010, 98.)

Massatuotannolla voidaan leikata tuotantokustannuksia ja usein suuret yritykset pysyvät kilpailukykyisinä kykenemällä pitämään tuotteen hintaa matalalla tämän ansiosta. Jos tuote voidaan viedä samanlaisena jokaiseen maahan, jonne vientitoiminta suuntautuu, ei

tuotannossa tarvitse valmistaa monia eri tuotteita eikä kehittämiseen tai suunnittelemiseen mene ylimääräisiä resursseja. Pienemmillä yrityksillä voi olla haastavaa päästä samaan hintaan kuin suurilla yrityksillä, joiden tuotteet ovat tulleet tunnetuksi jo muualla maailmassa, joten heidän tuotteen on erotuttava jollain muulla keinolla. (Kananen 2010, 99.) Kuluttajat ovat valmiita maksamaan hieman korkeampaa hintaa, jos tuotteessa on jotakin erikoista, kuten kuluttajan omiin tarpeisiin kustomoitu tuote. Esimerkiksi valokuvaliikkeet tarjoavat tuotteita, johon voi painattaa valitsemansa kuvan ja eräs farkkuliike valmistaa kuluttajan mittojen mukaiset farkut. Tuotetta ei tarvitse välttämättä luoda vastaamaan vain yhden kuluttajan tarpeisiin vaan laajalla väri- tai printtivalikoimalla voidaan tavoittaa monia kuluttajia. Puhelimen kuoria valmistavat yritykset ovat huomanneet ihmisten tarpeen luoda oman näköisen puhelin ja tarjoavat laajan kirjon erinäköisiä ja -mallisia suojakuoria. Suomalaiset valmistajat ovat hyödyntäneet materiaalina puuta ja luoneet sillä markkinoista eroavan tuotteen.

2.7.2 Hintastrategia

Tuotteen tai palvelun hinnalla kilpaileminen asettaa tietynlaiset rajat. Hintaa ei voida asettaa liian matalalle, sillä sen tulee kattaa kaikki tuotteesta ja viennistä koituvat kustannukset. Hintaa ei voida myöskään asettaa liian korkealle mahdollisten kilpailijoiden takia, sillä kuluttajat saattavat päätyä helpommin halvempaan vaihtoehtoon, mikäli kalliimmalla tuotteella ei ole enempää tarjottavaa. Tuotteen tai palvelun hinnan laskeminen ei aina tarkoita, että se menee helpommin kaupaksi. Kuluttajat eivät aina aseta ostopäätöstään hintojen varaan, joten hinnalle ei saa asettaa liikaa painoarvoa. Arvon lisääminen tuotteelle tai palvelulle vetoaa kuluttajiin yleensä enemmän kuin vain alhainen hinta. (Hood 2013, 159-160.)

Hinnoittelu riippuu pitkälti tuotteesta sekä sen elinkaaresta. Alhaisella hinnalla myyminen voi kuulua osana yrityksen strategiaa saadakseen laajan markkinaosuuden. Markkinatuotteiden hinta määräytyy pitkälti vallitsevien markkinoiden perusteella, joten kulut on laskettava tarkkaan, jotta nähdään, onko yritys kykenevä kilpailemaan tuotteellansa vai joudutaanko se myydä tappiolla. Uutuus- tai erikoistuotteita voidaan yleensä myydä korkeammalla hinnalla, sillä kilpailu on alussa vähäistä. Asiakaskunta saattaa olla niukempaa kuin alhaisemmalla hinnalla myytynä, mutta tuotteesta saadaan mahdollisimman suuri kate niiltä kuluttajilta, jotka haluavat uusimman tuotteen heti käyttöönsä. Jonkin ajan jälkeen hintaa voidaan laskea, jolloin saavutetaan uusi asiakaskunta. (Vahvaselkä 2009, 204-205.) Puhelinvalmistajat hyödyntävät tätä hinnoittelustrategiaa ja laskevat puhelimen hintoja tasaisesti, jotta hintatietoisetkin kuluttajat päätyvät jossain vaiheessa asiakkaiksi. Uu-

den puhelinmallin lanseerauksen jälkeen edellisen mallin hinta heilahtaa tuntuvasti alaspäin.

Vientihinnoittelua laskiessa tulee huomioida tuotteen tuottamisesta aiheutuneiden kustannusten lisäksi pakkauskustannukset, kuljetuskustannukset, vakuutukset, markkinointikulut, asiakirjoista koituvat kulut, maksuehdoista aiheutuvat kulut, tullit, verot sekä mahdollisten jakeluportaiden käytöstä aiheutuvat kulut. Vientitoiminnan kannattavuuden takia tuotteen lopullisen hinnan tulisi olla korkeampi kuin kokonaiskustannukset, jotta yritykselle syntyisi katetuottoa. Markkinahinnat ovat melko joustamattomia, joten liian kalliin tuotteen myyminen voi kaataa koko vientitoiminnan. Kustannuksia kannattaa pyrkiä alentamaan, mikäli se on mahdollista. Uusille markkinoille ei välttämättä kannata lähteä, jos kustannuslaskelmassa huomataan, että yleiseen markkinahintatasoon ei pystytä vastaamaan. (Kananen 2010, 104.)

2.7.3 Viestintästrategia

Viestinnällä on suuri vaikutus asiakaskunnan kasvattamiseen ja kehittämiseen niin kotimaassa kuin ulkomailla toimiessa. Onnistuneen viestinnän avulla tuotteelle tai palvelulle saadaan lisää näkyvyyttä. Viestintästrategiaa laadittaessa on hyvä pohtia, kenelle viestintä suunnataan, mitä viestintä pitää sisällään, mitä viestintäkanavia hyödynnetään sekä kuinka usein viestintää toteutetaan. (Vahvaselkä 2009, 127.)

Sosiaalisen median roolin kasvun myötä on syntynyt paljon uusia markkinointikanavia, joita hyödyntämällä voidaan tavoitella helposti rajattua asiakassegmenttiä. Tuotteelle tai palvelulle voidaan saada näkyvyyttä esimerkiksi erilaisten blogien kautta tekemällä yhteistyötä blogien kirjoittajien kanssa, jotka puolestaan kertovat tuotteesta lukijoille. Yrityksen tulee mielellään panostaa omiin verkkosivuihin sekä luoda omat tilit suosituimpiin sosiaalisen median kanaviin, kuten Instagramiin ja Facebookiin. Verkkosivujen sekä sosiaalisen median tilien tulee olla ajan tasalla ja tarjota kuluttajalle kaikki tarpeellinen tieto.

Messut, näyttelyt ja tapahtumat ovat hyviä keinoja tavoittaa ja luoda uusia kontakteja, kartoittaa yleistä markkinatilannetta ja selvittää kilpailijoiden tarjontaa. Messuilla, näyttelyissä ja erilaisissa tapahtumissa usein tavoitetaan potentiaalisia asiakkaita ja sieltä voidaan saada kehitysideoita. Osallistumisen suunnittelussa tulee kuitenkin huomioida mahdolliset osallistumiskulut, yrityksen toimipisteen sijoittuminen oikealle osastolle sekä mahdollisten tuotenäytteiden suunnittelu ja jakelu. Osallistumisesta kannattaa viestiä etukäteen, jotta potentiaaliset kontaktit ja asiakkaat tietää mille messuille tai näyttelyille yritys on osallistumassa. Yrityksen tulee ymmärtää, että osallistumisen kustannukset voivat nousta todel-

la korkeiksi, sekä suunnittelu ja osallistuminen voivat viedä todella paljon aikaa. (Kananen 2010, 108-109.)

Viestinnän haasteena on kulttuurisidonnaiset asiat. Mainonta joudutaan yleensä toteuttamaan kohdemaassa heidän omalla kielellä, joten valmiina oleva materiaali harvoin kelpaa sellaisenaan kuin sitä on kotimaassa käytetty. Erilaisen kulttuurin myötä voidaan joutua käyttämään erilaisia mainonnan tekniikoita kuin kotimarkkinoilla, ja kuluttajiin vetoaminen voi olla haastavaa, jos ei tiedä kohdemaan trendejä. Jakeluporrasta käytettäessä voidaan usein vähentää yrityksen omaa osuutta mainonnan vastaanmisesta, sillä useat edustajat hoitavat mainonnan sekä markkinoinnin kohdemaassa. Yrityksen tulee kuitenkin tarjota edustajalle riittävästi materiaalia. Markkinoinnista ja mainonnasta syntyy aina kuluja, joten ne on hyvä huomioida laatiessa vientihinnoittelua. (Kananen 2010, 106.)

3 Vientikaupan muodollisuudet

Vientikauppaan liittyy monia tekijöitä, joita tulee huomioida. Mitkä asiakirjat ovat välttämättömiä vientikauppaan? Mikä kuljetusmuoto on paras vaihtoehto yrityksen tuotteille ja kuka korvaa kuljetuksen aikana tapahtuneen vahingon? Mikä toimituslauseke sopii yrityksen toimitukselle ja mitä se kattaa? Mikä maksutapa on luotettavin entä mikä on halvin? Yritys joutuu yleensä alkuun opetella todella paljon uutta, jotta vientikauppa onnistuu.

Vienti EU-alueen ulkopuolelle on verotonta ja siitä maksetaan kohdemaan verotuksen mukaisesti verot kohdemaahan. Verottomasta myynnistä tulee ilmoittaa kirjanpidossa, jotta verottaja tietää yrityksen maksaneen tuotteesta verot toiseen maahan eikä yritys joudu maksamaan niitä kahteen kertaan. Verovapaan myynnin edellytyksenä on, että tuotetta ei luovuteta ostajan käyttöön EU-alueen sisäpuolella. (Jalava & Taipalus 2017.)

3.1 Tullitoiminta

Jokaisen yrityksen, joka lähtee kansainvälisille markkinoille, tulee toimia yhteistyössä tullin kanssa. Vienti-ilmoitus tehdään sähköisesti Vienti-ilmoituspalvelussa tai vaihtoehtoisesti sanomailmoituksena. Satunnaisissa tapauksissa sen voi hoitaa suullisesti. Yleensä viejä itse hoitaa vienti-ilmoituksen, sillä hänellä on parempi tieto vietävästä tuotteesta, mutta mikäli vientiin on valittu edustamaan jokin huolintaliike, täyttävät he vienti-ilmoituksen. Vienti-ilmoituksen on oltava täytettynä viimeistään siinä vaiheessa, kun tuotteet ovat poistumassa Suomesta, mutta mahdollisten poikkeustilanteiden takia se on hyvä täyttää niin pian kun tarvittavat tiedot ovat kasassa. Tulli edellyttää, että vietävät tavarat pysyvät ilmoituksessa merkityssä paikassa, kunnes ne on luovutettu vientimenettelyyn ja tulli on myöntänyt luovutus päätöksen. (Tulli 2018b.)

CN-nimikkeistö koostuu 8-numeroisista CN-koodeista ja jokainen tavaraerä ilmoitetaan oikean koodin alle. Suomen tulli vaatii jokaiselta tuotavalta ja vietävältä tavaralta tai tavaraerältä tullinimikkeen. Mahdolliset muutokset ilmoitetaan vuosittain, joten ne on hyvä tarkistaa tullin sivuilta. (Tulli 2018c.)

3.2 Vientikaupan asiakirjat

Kansainvälisessä kaupassa on olemassa pitkä lista asiakirjoja, joitten tulee olla kunnossa, jotta toiminta on mahdollisimman sujuvaa ja läpinäkyvää. Puuttuvat asiakirjat saattavat jumittaa lähetyksen tulliin pitkäksi aikaa tai ne lähetetään jopa takaisin, jolloin yritykselle syntyy turhia kuljetuskustannuksia. Pahimmassa tapauksessa kauppakumppani menettää, koska tuotteiden toimittamisessa on ollut niin paljon ongelmia ja viivästyksiä.

Asiakirjojen epäselvyys saattaa johtaa useisiin kiistoihin, jos niissä ei ole selvästi merkitty milloin kauppakumppanin tulee maksaa ostamansa tuotteet tai kuinka suuresta summasta oli loppupeleissä kyse. Toimitusehdot tulee olla tarkkaan määriteltynä, jotta tiedetään, kuka on vastuussa tavarasta ja kuka korvaa tuhoutuneen tai hävinneen kauppatavaran.

Kauppalasku on yleisin dokumentti, jolla ilmoitetaan tavaroiden arvo ja se tulee näyttää tullille vientitullituksen yhteydessä. Vienti-ilmoitukseen merkitään mitä asiakirjaa käytetään arvon esittämiseen. Kauppalaskussa käy usein ilmi monet tiedot, joita käytetään muissa vientikaupan tarvittavissa asiakirjoissa, joten huolellisesti laadittu kauppalasku helpottaa muiden dokumenttien laadinnassa ja täyttämässä. (Tulli 2018d.) Kauppalaskun olisi tul-
lin mukaan hyvä sisältää:

- laskun tunniste ja antamispäivä
- myyjän täydellinen nimi, postiosoite, puhelinnumero, sähköpostiosoite ja arvonlisäverotunniste (tai yritystunnus). Jos myyjän EORI-tunniste on muu kuin hänen yritystunnuksensa, myös EORI-tunniste on ilmoitettava.
- ostajan (ja vastaanottajan, ellei ole sama) täydellinen nimi ja postiosoite
- tavarän lähtö- tai vientimaa
- määrämaa
- kuljetusta koskevat tiedot, esim. väline ja reitti
- toimituslauseke ja -kokoelman nimi (esim. CIF Habarovsk, Incoterms 2010)
- toimitusaika ja -tapa
- maksuehto ja -tapa
- tavarakollien merkit, numerot, paljous (ja mahdollinen tullinimikkeen vaatima kakkospaljous) ja laji
- tarkka tavarankuvaus tavanomaista kaupanimitystä käyttäen ja kirjoitettuna
- tullitariffinimike (HS-nimike)
- tavarän hintatiedot käytetyssä valuutassa, yksikkö- ja kokonaishinnat tavarälajeittain
- hinnanalennukset ja/tai mahdolliset lisäveloitukset sekä niiden perusteet
- viennin tarkoitus (esim. korjattavaksi, näytteille)
- tiedot mahdollisesta vientiluvasta
- tarvittaessa myyjän ja ostajan käyttämien huolitsijoiden nimet ja osoitteet
- viejän allekirjoitus, jos ostomaan viranomaiset sitä vaativat. (Tulli 2018d.)

Näennäislasku eli proforma on hyväksyttävissä, mikäli kyseessä on tuotteita, joilla ei ole kaupallista arvoa, kuten esimerkiksi ilmaiset näytteet. Proforma kelpaa asiakirjaksi, jos kyseessä on jälkitoimitus, jonka arvo on jo aikaisemmin ilmoitettu kauppalaskulla tai kyseessä on jonkin tuotteen huolto ja korjaus. (Tulli 2018d.)

Alkuperätodistusta ei välttämättä vaadita eikä se tuo mitään tullietuuksia, mutta joidenkin maiden laki saattaa sitä vaatia. Alkuperätodistuksen puuttuminen saattaa kuitenkin aiheuttaa yritykselle korkeammat tullit. Finpron julkaisema laivauskäsikirja antaa ajankohtaista ja maakohtaista tietoa kaikista vaadittavista asiakirjoista. Suomessa alkuperätodistukset myöntää kauppakamari. Hakemuksen voi täyttää kätevästi sähköisenä tai paperiselle lo-

makkeelle, joka käytetään vahvistettavana kauppakamarissa. (Keskuskauppamari 2018b.)

3.3 Kuljetukseen liittyvät asiakirjat

Konossementti on merirahdin pääasiakirja ja se velvoittaa varustamoita toimittamaan tavaraa määräsatamaan. Konossementti on todistus, joka oikeuttaa kauppatavaran omistukseen. Se nimetään aina tietylle henkilölle tai haltijalle. On tärkeää, että oikean henkilön nimi on papereissa, sillä myytäviä ei luovuteta kenellekään muulle kuin henkilölle jonka nimi löytyy rahtikirjasta. Samalla konossementti luovutetaan rahtarille. Konossementti poikkeaa muista asiakirjoista, sillä pankin tai huolintaliikkeen avustuksella sitä pystytään hyödyntämään kauppahinnan perimisessä. Konossementti on juridinen asiakirja. Konossementtien määrä vaihtelee pitkälti kohdemaan mukaan ja alkuperäisten asiakirjojen rinnalle tehdään jäljennöksiä. Jäljennöksillä ei kuitenkaan ole samanlaista arvoa kuin alkuperäisillä eikä se täten oikeuta kauppatavaran omistukseen. (Selin 2004, 189-190.)

Konossementti muovautuu monista eri toimenpiteistä. Kun kuljetusasiakas on varannut itselleen lastitilan, tehdään siitä varaustodistus. Tavarat toimitetaan satamaan, jossa rahtari tarkistaa tavarankunnon ja mittaa painon ja ne kirjataan perämiehen kuittiin. Perämiehen kuitti toimii samalla myös pohjana laadittavalle konossementille. (Melin 2011, 202.)

Konossementteja tutkaillessa tulee eteen monia eri versioita konossementeista, kuten laivauskonossementti, vastaanottokonossementti sekä kauttakulkukonossementti. Laivauskonossementti kertoo, milloin tavara on lastattu alukseen ja vastaanottokonossementti kertoo nimensä mukaisesti, milloin tavara on saatu kuljetettavaksi. Kauttakulkukonossementtia käytetään, mikäli tavara joudutaan vaihtaa aluksesta toiseen. Konossementti on joko puhdas tai likainen. Puhtaalla konossementillä tavara luovutetaan ostajalle tai hänen määräämälleen henkilölle ilman suurempia ongelmia. Likainen konossementti tarkoittaa, että rahtaja on joutunut tekemään merkintöjä tavarankunnon tai pakkauksesta. Likainen konossementti voi estää myyjää saamasta maksua tavaroista. Välillä ostaja kuitenkin hyväksyy likaisen konossementin ja tilanteesta laaditaan vastuuvapaus. Vastuuvapaus annetaan vastaanottajalle ja siitä käy ilmi, että laivaaja on valmis ottamaan vastuun vahingosta. (Selin 2004, 190.)

Lentorahtikirja eli air waybill on lentorahdin asiakirja, josta ilmenee reitti, hinta ja muut kuljetuksen kustannukset. Se on kansainvälisen ilmakuljetusliiton luoma asiakirja, jota tehdään yleensä kolme alkuperäistä kappaletta sekä 9 kopiota. Asiakas ei itse hoida lento-

rahtikirjan täyttämistä vaan se jätetään huolitsijan tai lentoyhtiön tehtäväksi. (Logistiikan maailma a.)

Pakkausluettelo on hyödyllinen asiakirja tavarankuljetuksissa, sillä siitä käy ilmi mitä kolli sisältää. Pakkausluettelo kannattaa luoda kauppalaskun pohjalta, koska siinä tarvitaan hintatietoja lukuun ottamatta samanlaisia tietoja. Kyseinen asiakirja saattaa helpottaa tullaustointia sekä toimia apuna erilaisille välikäsitteille, kuten agentille. (Melin 2011, 92.)

3.4 Kuljetukset ja huolinta

Kauppaa käydessä on aina mietittävä sopivin kuljetuskeino. Kuljetuksen valintaan vaikuttaa moni asia, kuten minne kauppatavara on matkalla, kuinka paljon on valmis maksamaan kuljetuksesta, missä kuljetustavassa on pienimmät riskit tai mikä kuljetuskeino on maantieteellisesti ylipäättänsä mahdollinen. (Melin 2011, 194.) Tarkalla suunnittelulla voidaan kuljetuskustannuksissa tehdä suuriakin säästöjä, sillä painavia paketteja ei ole järkevää lähettää kalliina lentorahtina, jos niiden perille saamisella ei ole kiire eikä pienelle määrälle tavaraa ole järkevää varata koko kuorma-autoa tai isoa konttia.

Kuljetuksessa on otettava huomioon yllättäviä seikkoja, kuten miten kauppatavara kuljetetaan satamaan tai lentokentälle, josta se jatkaa matkaa kohdemaahan. Kauppatavara on pakattava kunnolla, jotta se kestää kuljetuksen ja näin ollen vältetään turhilta palautuksilta ja lisäkustannuksilta. On myös hyvä tarkistaa, onko vietävissä tuotteissa joitakin erityisiä määräyksiä, jotka estävät tietyn kuljetuskeinon käytön. Maakohtaisista rajoituksista on yleensä olemassa lista tullin sivuilla, joka on hyvä tarkistaa aina ajankohtaisimman tiedon kannalta.

Suomen vaikean sijainnin takia kuljetuskeinot ovat vähissä. Venäjälle ja Eurooppaan suuntautuvat maakuljetukset pysyvät vielä kohtuullisissa pituuksissa ajallisesti katsottuna, mutta sitä kauemmas suuntautuvat kuljetukset ovat vaikeita toteuttaa. Tullin (2016) mukaan vuonna 2015 noin 83 prosenttia kansainvälisen kaupan tavaramäärästä kuljetettiin meriteitse.

Merikuljetukset ovat yleensä halvin ja kätevin keino tavarankuljetukseen. Suomessa merikuljetukset ovat muihin maihin verrattuna korkeammat vaikeiden sääolosuhteiden takia, sillä Itämeren jäätyessä on väylä pidettävä auki jäänmurtaajilla, joka lisää pienen siivun kuljetusten hintaan. Merikuljetukset ovat ekologisin ratkaisu kuljetuksille, sillä tavaramäärää pystytään viemään kerralla suuriakin eriä. Erilaiset kanavat nopeuttavat kuljettamista, joten turhilta merimailoilta vältetään. (Logistiikan Maailma b.)

Merirahtiliikenteessä on käytössä kolme eri kuljetusjärjestelmää: hakurahtiliikenne, linjaliikenne sekä sopimusliikenne. Yli 75 prosenttia tavaramäärästä kulkee hakurahtiliikenteen kautta. Kuljetuskustannukset vaihtelevat markkinatilanteen mukaan. Hakurahtiliikenteessä ei ole säännönmukaista aikataulua ja se kulkee satunnaisten satamien välillä, kun taas linjaliikenteessä alukset kulkevat vahvistetun aikataulun mukaan. Sopimusliikenteessä osapuolet ovat yhdessä sopineet ehdoista ja yleensä sitä käytetään siirtäessä massatavaraa, kuten öljyä. (Melin 2011, 197.)

Laivatyyppejä on monia erilaisia, mutta suurin osa maailmankaupan tavarasta kuljetetaan konttialuskuljetuksilla. Viejällä on yleensä ollut tapana lastata kontti jo tehtaalla, mutta vaihtoehtona toki on laittaa huolitsija hoitamaan lastaamisen terminaalissa. Kontit ovat tarkkaan rakennettu ja mitoitettu, jotta niiden päällekkäin kasaaminen ja lastaaminen olisi mahdollisimman sujuvaa ja nopeaa. (Melin 2011, 199.)

Lentokuljetukset ovat yleensä kustannuksiltaan huomattavasti korkeammat kuin merikuljetukset, mutta soveltuvat hyvin, mikäli tuotteiden tulee olla nopeasti perillä. Uuden innovatiivisen keksinnön tai tuotteen on saavutettava markkinat mahdollisimman pikaisesti, joten monia viikkoja kestävä merimatka saattaa johtaa yrityksen markkinaraon menetykseen. Joskus kauppatavara voi olla herkästi rikkimenevää tai nopeasti pilaantuvaa, joten turvallinen ja nopea kuljetus on ainoa mahdollisuus. Mikäli tuotteen arvo on korkea ja tilavuus pieni on järkevä ratkaisu kuljettaa se perille lentokuljetusta hyödyntäen. Rahti kuljetetaan yleensä matkustajakoneissa tai rahtikoneissa. Lentokuljetus kuulostaa nopealta vaihtoehdolta, mutta kuljetusta sopiessa kannattaa tarkistaa milloin rahti on perillä. Suuri osa lento-rahtia kuljetetaan aluksi maantiekuljetuksilla isommille lentokentille, josta ne lähtevät ympäri maailmaa, joten päivässä rahti ei luultavasti ennätä perille. (Melin 2011, 218.)

Rautatiekuljetukset ovat jääneet maantiekuljetusten, merikuljetusten ja lentokuljetusten varjoon. Rautatiekuljetus on joissakin tapauksissa nopein vaihtoehto, sillä joillakin yrityksillä on mahdollisuus lastata vaunuihin jo varastolla ja kuljettaa ne suoraan asiakkaan varastolle. Niillä pystytään kuljettamaan suuria määriä kerralla ja se on ekologinen kuljetusmuoto. Rautatiekuljetuksissa on omat haasteensa, sillä lastaaminen voi olla vaikeaa. Useimmissa valtioissa saattaa olla eri raideleveys tai käyttää eri vaunuja, joten lastaamiseen, purkamiseen ja siirtämiseen kuluu huomattavasti aikaa. Rautatiekuljetukset ovat lisäksi kalliita. (Astrup ym 2003, 264.)

Kuriiripalvelut ja Posti on hyviä keinoja kevyiden ja pienten lähetysten perille saamisessa. Postin hinnastot löytyvät yrityksen omilta verkkosivuilta, mutta kuriiripalveluja käyttäessä

kannattaa vertailla tarkkaan hinnastoja, sillä ne vaihtelevat yritysten mukaan. Kuriiripalvelut yleensä hoitavat osan tarvittavista asiakirjoista, joten yrityksen työtaakka helpottuu huomattavasti. Kuriiripalveluita tarjoavat muun muassa TNT, UPS sekä DHL. (Selin 2004, 193-194.)

Huolitsija on alansa asiantuntija ja huolehtii vientiin ja tuontiin liittyviä muodollisuuksia. Huolitsija toimii asiakkaan etujen mukaisesti, mutta omissa nimissä. Vientihuolinnassa päämiehen puolesta tehdään kuljetuksien hintavertailut, kuljetusten varaukset sekä kuljetussopimusten laatimiset. Huolintasopimuksessa on voitu päättää, että huolitsija vastaa tavaran noudosta päämiehen ilmoittamista tiloista. Pakkaaminen, lastaaminen sekä kaikkien asiakirjojen laatiminen voidaan jättää huolintayrityksen hoidettavaksi, joten päämies pääsee usein todella helpolla. (Melin 2011, 232-233.) Huolinta on siis hyvä ja helppo ratkaisu yritykselle, joka ei halua liikaa paneutua kuljetusten ja muiden vientimuodollisuuksien hoitamiseen.

Päämiehen olisi hyvä laatia huolintaohje, jotta huolitsijaliike tietää toimia yritykselle suotuisalla tavalla. Huolitsija allekirjoittaa huolintaohjeen ja näin ollen lupautuu noudattamaan sitä. Vahinko- ja virhetapauksissa huolintaohjeen puuttuminen voi koitua päämiehelle kalliiksi. (Selin 2004, 194.)

3.5 Rahdin vakuuttaminen

Rahti kannattaa lähes poikkeuksetta vakuuttaa, sillä ikinä ei tiedä mitä matkalla käy. Vakuuttamisesta on voitu sopia kauppasopimuksessa tai se on pakollinen sopimuksessa käyttämän toimitustapalausekkeen vuoksi. Kauppasopimuksessa voidaan erikseen sopia, kuuluuko vakuuttaminen ostajalle vai myyjälle. Välillä molemmat osapuolet vakuuttavat kauppatavarat erilaisilla vakuutuksilla, mutta vaihtoehtoja on niin monia, joten apuna kannattaa käyttää vakuutusasiantuntijaa. Vakuutuksia on olemassa erilaisia, kuten avoin vakuutus tai jatkuva vakuutus. Jatkuvassa vakuutuksessa sovitaan tietystä määrästä kuljetuksia tietyn aikarajan sisällä. Vakuutettu voi vakuuttaa jokaisen rahdin erikseen ja se voidaan sopia kattamaan koko toimituksen varastolta varastolle. (Astrup ym 2003, 265.)

Toimitustapalausekkeissa on esitetty riskin siirtymistä myyjältä ostajalle ja usein kumpikin osapuoli haluaa vakuuttaa tuotteensa sen ajan, kun riski on heillä. Tilanne on haastava, sillä usein ostaja ja myyjä saattavat käyttää vakuutuksia, jotka menevät päällekkäin ja näin ollen jostain osasta maksetaan liikaa. Välillä vakuutuksien välille jää tyhjä aukko, joka ei ole vakuutettu. Vahinkotilanteen sattuessa on todella vaikeaa arvioida, kumman vas-

tuulla tuotteet olivat sillä hetkellä, jos vahinko löydetään vasta saapumishetkellä. (Astrup ym 2003, 265-266.)

Loogisin ja taloudellisin ratkaisu olisi, että toinen osapuoli voi ottaa vakuutuksen, joka kattaa koko kuljetukset varastolta varastolle. Kauppasopimukseen kirjattaisiin, että maksu jaetaan tasan. Joidenkin valtioiden laki kuitenkin vaatii, että vakuuttaja on kotimainen, joten yksi vakuuttaja ei ole aina mahdollinen. Jotkin osapuolet eivät halua ollenkaan vakuutusta tai heillä on jo valmiiksi jatkuva vakuutus. (Astrup ym 2003, 266.)

Vakuutuksien kanssa tulee olla tarkka ja miettiä, mitä vakuutuksen tulisi kattaa. Kaikenkattava vakuutus ei pakosti korvaa nimensä mukaisesti kaikkea, joten asiakirja on hyvä lukea huolella läpi. Kauppakumppanin kanssa on hyvä sopia tarkkaan yksityiskohdista, jotta kuljetuksessa ei jää vakuuttamattomia aukkoja. Kuljetuksissa tapahtuvia vahinkoja voidaan ennaltaehkäistä huolellisella pakkaamisella. Merenkäynti voi olla avomerellä hurjaa, joten tavarat eivät saisi liikkua pakkausten sisällä ja pakkausten tulisi olla huolella kiinnitettyjä. Pakkausten kiinnityksestä kuitenkin vastaa rahtaaajat.

3.6 Toimituslausekkeet

Toimituslausekkeitä käytetään määrittämään osapuolten velvollisuuksia ja vastuun siirtymistä myyjältä ostajalle. Toimituslausekkeet saattavat vaihdella valtiosta riippuen, jonka takia on luotu erilaisia tulkintasääntökokoelmia. Tulkintasääntökokoelmilla on pyritty helpottamaan kaupankäyntiä, jotta tiedetään mitä toimituslauseke pitää sisällään. Monella valtiolla jokin toimituslauseke on saattanut tarkoittaa ihan päinvastaista kuin joissakin valtioissa. Näitä tulkintasääntökokoelmia on esimerkiksi Combiterms-lausekkeet, Suomessa käytetyt Finnterms ja kansainvälisen kauppakamarin kokoama incoterms. (Melin 2011, 56.)

Toimituslauseke on vain osa kauppasopimuksesta, joten se ei kerro milloin omistusoikeus siirtyy myyjältä ostajalle, millaiset maksuehdot ovat käytössä, toimitusaikaan liittyvistä asioista tai sopimusrikkomuksista. (Melin 2011, 56.) Edellä mainituista kohdista on siis muistettava kirjata kauppasopimukseen erikseen, jotta kaupan kaikki osapuolet tietävät tarkkaan omat vastuunsa ja velvollisuutensa sekä sopimuksenrikkomustapauksissa on helpompi löytää syyllinen.

Yleisin ja suosituin tulkintasääntökokoelma on kansainvälisen kauppakamarin luoma incoterms. Siinä toimituslausekkeitä on yhteensä 11, joista seitsemän on käytettävissä kaikille kuljetusmuodoille ja loput neljä vain merikuljetuksiin. (International Chamber of Commerce

2010, 7.) Taulukossa 1 esiintyy kaikki 11 toimituslauseketta lyhenteineen, nimineen ja suomennoksineen. Taulukon neljä viimeistä FAS, FOB, CFR ja CIF ovat vain vesikuljetuksille tarkoitettuja toimituslausekkeitä. Toimituslausekkeet muodostuvat kirjainyhdistelmistä, jossa jokaisella kirjaimella on oma tehtävänsä.

Taulukko 1. Incoterms 2010 lausekkeet (Melin 2011, 58)

EXW, Ex Works	Noudettuna lähettäjältä
FCA, Free Carrier	Vapaasti rahdinkuljettajalla
CPT, Carriage Paid To	Kuljetus maksettuna
CIP, Carriage and Insurance Paid To	Kuljetus ja vakuutus maksettuna
DAT, Delivered At Terminal	Toimitettuna terminaalissa
DAP, Delivered At Place	Toimitettuna määräpaikalla
DDP, Delivered Duty Paid	Toimitettuna tullattuna
FAS, Free Alongside Ship	Vapaasti aluksen sivulla
FOB, Free On Board	Vapaasti aluksessa
CFR, Cost and Freight	Kulut ja rahti maksettuna
CIF, Cost, Insurance and Freight	Kulut, vakuutus ja rahti maksettuina

Incoterms lausekkeet voidaan jakaa neljään ryhmään. E-ryhmän lausekkeissa myyjä on valmis toimituksen suhteen, kun hän on asettanut tavarat ostajan käytettäville myyjän omissa toimitiloissa, kuten varastossa tai tehtaalla. Myyjän vastuulle ei kuulu tavarantoimitus tai muut vientiin liittyvät muodollisuudet. F-ryhmän lausekkeissa myyjä katsoo tavarantoimituksen tapahtuneen, kun hän toimittaa ne satamaan tai asettaa ne nimeämänsä rahdinkuljettajan käyttöön. C-ryhmän lausekkeissa myyjä toimittaa tavarantoimituksen tai valitsemansa rahdinkuljettajan käyttöön. Lisäksi myyjä on vastuussa erilaisista tarvittavista maksuista ja rahdista, jotta kuljetus nimettyyn paikkaan on mahdollinen. CPT-lausekkeessa kuljetus, CIP-lausekkeessa kuljetus sekä vakuutus, CFR-lausekkeessa kulut ja rahti sekä CIF-lausekkeessa kulut, vakuutus ja rahti kuuluvat myyjän vastuulle ja hänen tulee maksaa niistä aiheutuvat maksut. C-lausekkeissa myyjä ei kuitenkaan ole vastuussa lastauksen jälkeen olevista riskeistä. D-lausekkeet ovat kaikista kattavimpia lausekkeitä ostajalle. Myyjä on vastuussa kaikista riskeistä, hoitaa kaikki tarvittavat maksut ja kulut sekä toimittaa tavarantoimituksen ostajan nimeämälle paikalle. D-ryhmään kuuluu kolme eri lausekettä, josta käy ilmi, minne myyjän tulee tavara toimittaa. DAT-lausekkeessa tavara toimitetaan ostajan nimeämään terminaaliin, DAP-lausekkeessa ostajan nimeämään paikkaan ja DDP-lausekkeessa myyjä on hoitanut tullitoimintaan liittyvät asiakirjat ja maksut sekä toimittaa sen ostajan nimeämään määräpaikkaan. (Grafers & Schlich 2006, 182.)

3.7 Maksutavat

Aloittavalla vientiyrityksellä tulee olla tarvittava määrä pääomaa, jotta vienti onnistuu, sillä maksettavia voi joutua odottamaan tovin. Viennin aloittaminen vaatii aina tietyn varallisuuden, koska kaupankäynti vieraalla maaperällä voi takkuilla alussa ja olla toivottua hiljaisempaa. Osa myytävistä saattaa olla tullissa kiinni odotettua kauemmin tai rahaliikenne saattaa takkuilla alussa.

3.7.1 Maksumääräys ja shekki

Tutun ja turvallisen kauppakumppanin kanssa maksumääräys sopii maksutavaksi. Se on verrattavissa kotimaiseen tilisiirtoon. Myyjä lähettää laskun ostajalle ja se maksetaan eräpäivään mennessä. Maksumääräys on myös kelvollinen vaihtoehto, kun kyseessä on ennakkomaksu tai palkkojen ja palveluiden maksu. (Helppi & Paloheimo 2005, 107.)

Myyjä ja ostaja voivat yhdessä neuvotella kuinka pankkien kustannukset hoidetaan. Maksumääräys on yleensä kuitenkin edullinen, sillä pankki ei ole vastuussa asiakirjoista. Pankin ainoa tehtävä on välittää maksu. Riskinä maksumääräyksessä on ostajan maksukyvyttömyys tai –haluttomuus. Maksumääräystä ei suositella käytettävän valtioissa, joissa on korkea maariski. (Helppi & Paloheimo 2005, 108.)

Shekkiä maksutapana käytetään enää harvakseltaan. Shekillä maksamiseen sisältyy paljon riskejä, sillä ne on helppo väärentää tai ne ovat katteettomia. Välillä shekki saattaa kadota postissa tai joutua väriin käsiin. (Helppi & Paloheimo 2005, 108.)

3.7.2 Perittävä

Kansainvälisessä kaupassa yhtenä maksutapana on perittävä eli cash against documents, CAD. Nimensä mukaisesti ostaja saa tavarat tai tavaraan oikeuttavat asiakirjat maksua vastaan. Näitä asiakirjoja ovat muun muassa aikaisemmin mainittu konossementti ja kauppalasku. Perittävässä on osapuolina myyjä, myyjän pankki, ostaja ja ostajan pankki. (Selin 2004, 145.)

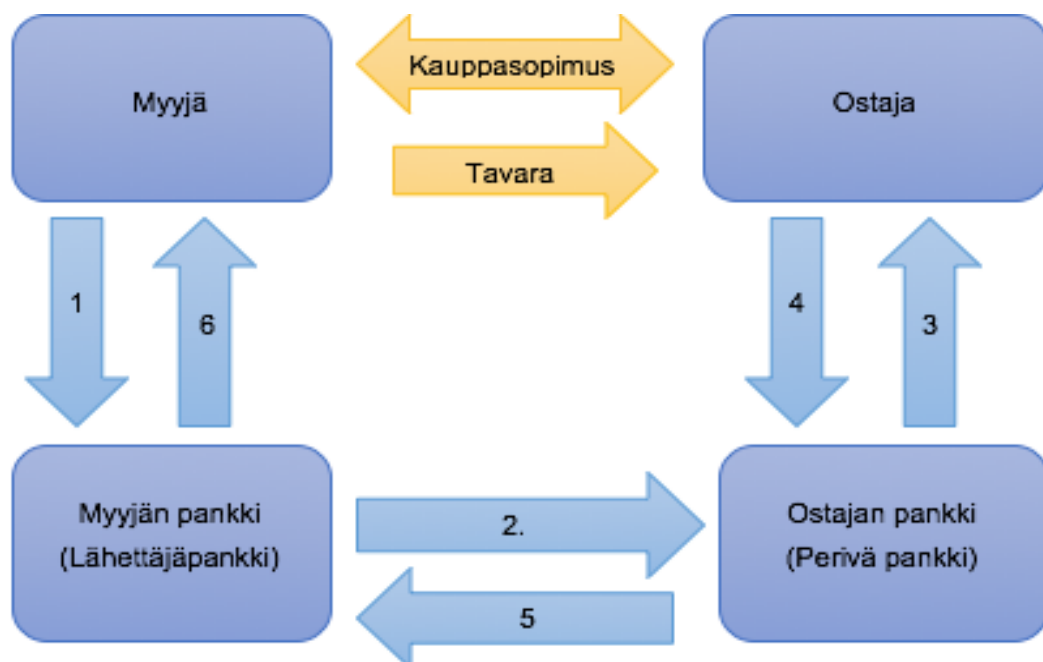
Pankki vaatii perittävästä aina kirjallisen toimeksiannon ja sitoutuu siinä hoitamaan perittävää myyjän etuun. Toimeksiantaja eli myyjä latelee pankille ohjeet ja mikäli ostaja haluaa vaihtaa perittävässä jotain, on se sovittava erikseen toimeksiantajan kanssa. Toimeksiantaja ilmoittaa pankille sovituista muutoksista ja pankki kirjaa ne ylös, joten ostaja ei pysty itse tehdä muutoksia asiakirjoihin. Pankin vastuu perittävässä ei ulotu asiakirjojen oikeudellisuuteen tai sisältöön vaan pankit noudattavat Kansainvälisen kauppakamarin

sääntöä, joka määrää heidät noudattamaan kohtuullista huolellisuutta. Kohtuullisella huolellisuudella tarkoitetaan, että pankki tarkistaa vastaanotettujen asiakirjojen täsmävyuden toimeksiannossa määrättyihin asiakirjoihin ja antaa ne eteenpäin myyjän pankille. (Helppi & Paloheimo 2005, 109.)

Perittävä on suhteellisen luotettava maksutapa, sillä myyjä tietää, ettei ostaja saa tavaroita haltuunsa ilman maksua. Samalla perittävä tekee luotettavan maksutavan myös ostajalle, sillä hän tietää, että tavarat on toimitettu tai matkalla, kun pankki ilmoittaa asiakirjojen saapuneen. Perittävä ei kuitenkaan estä ostajaa olla lunastamatta tai maksamatta tuotteita, jolloin myyjälle jää ainoaksi vaihtoehdoksi koittaa etsiä uusi ostaja tai kuljettaa tavarat takaisin Suomeen ja maksaa turhia kuljetuskustannuksia. (Helppi & Paloheimo 2005, 109.)

Kuviossa 3 havainnollistetaan perittävän kulkua. Perittävä alkaa, kun myyjä ja ostaja ovat kauppasopimuksessa sopineet maksutavaksi perittävän. Samalla myyjä hoitaa tavaroiden lähettämisen. Perittävä kulkee seuraavanlaisesti:

1. Ensimmäinen vaihe tapahtuu, kun myyjä ottaa yhteyttä omaan pankkiinsa ja antaa pankille toimeksiannon perittävästä ja luovuttaa tarvittavat asiakirjat.
2. Myyjän pankki toimittaa asiakirjat eteenpäin ostajan pankille.
3. Ostaja saa omalta pankiltaan ilmoituksen asiakirjojen saapumisesta.
4. Ostaja suorittaa maksun tai mikäli myyjän kanssa on sovittu pidemmästä maksuajasta, hyväksyy hän vekselin, jota vastaan hän saa tavarahan oikeuttavat asiakirjat.
5. Ostajan pankki suorittaa maksun myyjän pankille.
6. Myyjän pankki välittää maksun myyjälle. (Helppi & Paloheimo 2005, 110-111.)



Kuvio 3. Perittävän kulku (Logistiikan Maailma c, mukailten)

Perittävästä sovittaessa tulee erikseen kauppasopimukseen kirjata perittävän maksulauseke, sillä niitä on kaksi erilaista. Documents against payment eli D/P velvoittaa ostajaa maksamaan omalle pankillensa käteisellä, jotta saa asiakirjat haltuunsa. Documents against acceptance eli D/A tarkoittaa, että ostajalle on myönnetty maksuaikaa ja hyväksymällä vekselin, saa hän haltuunsa asiakirjat. (Selin 2004, 146.) Maksuajan myöntäminen sisältää aina riskin ostajan maksukyvyttömyydestä. Myyjä ja ostaja voivat kauppasopimusta laatiessa tarkastella riskejä ja pyytää ostajan pankkia vekselintakaajaksi, joka riskitilanteessa on sitoutunut maksamaan vekselin. (Helppi & Paloheimo 2005, 113.)

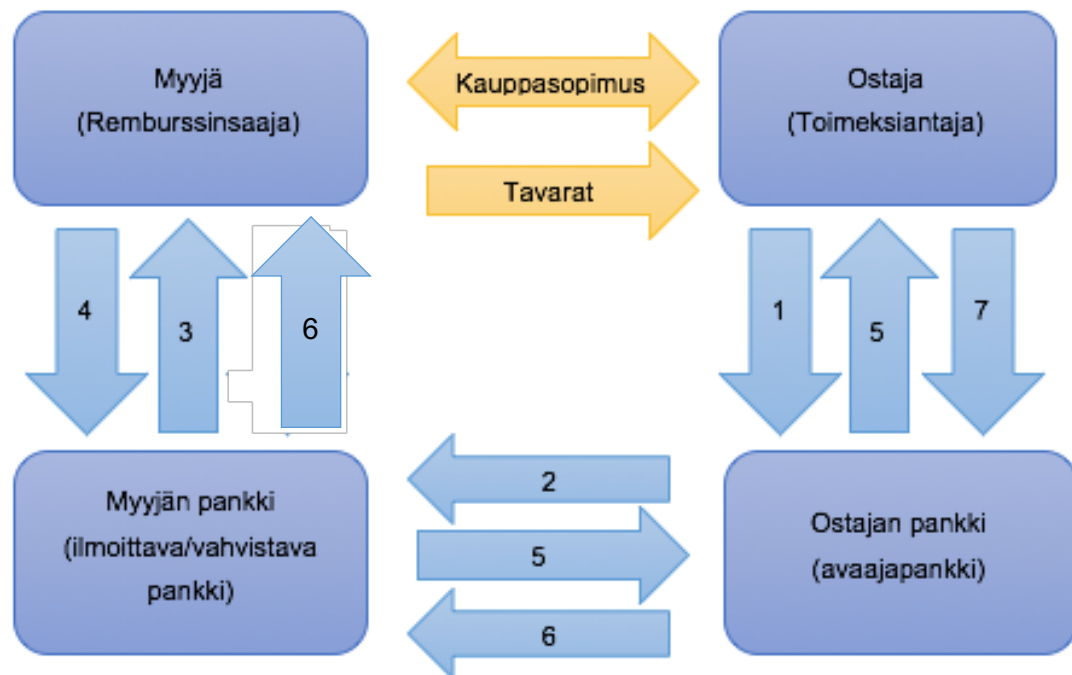
3.7.3 Remburssi

Remburssi on luotettavin maksutapa, jota käytetään paljon ulkomaankaupassa. Remburssissa ostajan pankki sitoutuu maksamaan myyjälle tarvittavia asiakirjoja vastaan. Remburssissa siis ostajan maksukyvyttömyydestä kärsii ostajan pankki. Myyjällä on kuitenkin riskinä ostajan pankin maksukyvyttömyys. (Helppi & Paloheimo 2005, 115.)

Remburssiehtoja on noudatettava tarkkaan, sillä niitä rikkomalla voi myyjältä jäädä maksu saamatta. Kaikki remburssissa mainitut asiakirjat tulee olla laadittuna ja niiden tulee sisältää oikeat ja tarvittavat tiedot. Voimassaoloaikaa sopiessa tulee huomioida, että se on tarpeeksi pitkä. Laivauspäivän tulee olla sovittuna päivänä, joten viejän tulee olla realistinen siitä, kuinka nopeasti he pystyvät toimittamaan tilauksen rahdattavaksi. (Selin 2004, 149.) Myyjän kannattaa siis alusta alkaen olla todella tarkka yksityiskohtien kanssa, sillä riski maksun menettämiseen saattaa olla yhden pienenkin yksityiskohdan takia, vaikka asia olisi ollut helppo korjata tai lisätä remburssin ehtoihin.

Kauppasopimuksessa on sovittu käytettävän remburssia maksutapana. Kauppasopimuksessa määritellään myös mitä remburssi pitää sisällään, mitä remburssin sanalauseetta käytetään, mitä asiakirjoja viejän tulee esittää sekä kuinka remburssin kulut hoidetaan. Kuviossa 4 ilmaistaan remburssin kulkua, joka tapahtuu seuraavanlaisesti:

1. Kun kauppasopimus on tehty ostaja laittaa omalle pankille remburssihakemuksen.
2. Ostajan pankki avaa remburssin myyjän pankkiin.
3. Kun myyjä on saanut ilmoituksen avatusta remburssista hoitaa hän tavaroiden toimituksen ostajalle.
4. Myyjä toimittaa vaadittavat asiakirjat oman pankkinsa tarkastettavaksi.
5. Myyjän pankki toimittaa hyväksymänsä asiakirjat ostajan pankkiin, joka puolestaan välittää ne eteenpäin ostajalle.
6. Käytetystä remburssin sanalauseesta riippuen myyjä saa maksun tässä vaiheessa tai ostajan kanssa sovitun maksuajan kuluessa.
7. Ostajan pankki veloittaa asiakirjoja vastaan ostajan tililtä maksettavan. (Logistiikan maailma c.)



Kuvio 4. Remburssin kulku (Logistiikan Maailma c, mukailen)

Remburssia on useita erilaisia, joten maksuehdoista tulee sopia tarkkaan mitä remburssityyppiä käytetään. Peruutettavissa oleva remburssi on viejälle epäedullinen vaihtoehto, sillä remburssin ehtojen muutosta ei tarvitse hyväksyä viejällä. Viejällä on riskinä, että maksu jää saamatta, sillä ostajan pankki ei ole sitoutunut remburssiin. Peruuttamaton remburssi taas velvoittaa ilmoittamaan kaikista muutoksista ja jokaisen osapuolen on ne hyväksyttävä erikseen. Remburssi on yleensä aina peruuttamaton, jos asiasta ei ole erikseen sovittu muuta. Jos myyjä haluaa lisävarmuutta myyntisaatavien takaamiseksi voi hän neuvotella oman pankkinsa kanssa vahvistetusta remburssista, jossa viejän pankki hoitaa maksun myyjälle, mikäli ostajan pankki ei siihen kykene. Vahvistamattomassa remburssissa viejän pankilla ei tällaista velvollisuutta ole. Maksuaikaan liitetty remburssi eli aika-remburssi ilmoittaa ostajalle myönnetyn maksuajan pituuden. (Selin 2004, 148.)

Kaakkois-Aasiassa ja Yhdysvalloissa käytetään paljon standby-remburssia, sillä laki voi estää pankkitakauksen. Standby-remburssissa ostajan pankki hoitaa maksun, mikäli ostaja ei ole ollut kykenevä hoitamaan maksua määräpäivään mennessä. Myyjän tulee kuitenkin esittää ostajan pankille tarvittava asiakirja, joka tässä tapauksessa voi olla esimerkiksi todistus ostajan maksukyvyttömyydestä. (Melin 2011, 132.) Uudistuvan remburssin avulla voidaan välttyä jatkuvilta uusien remburssien avaamiselta, joten sitä kannattaa hyödyntää vakinaistuneiden kauppakumppaneiden kanssa. Uudistuva remburssi tarkoittaa siis nimensä mukaisesti tietyin väliajoin uudistuvaa remburssia. Siirrettävissä oleva remburssi sopii, kun kaupankäynnissä käytetään esimerkiksi huolitsijaa, joka vastaa lopullisesta tavarantoimituksesta. (Selin 2004, 148.)

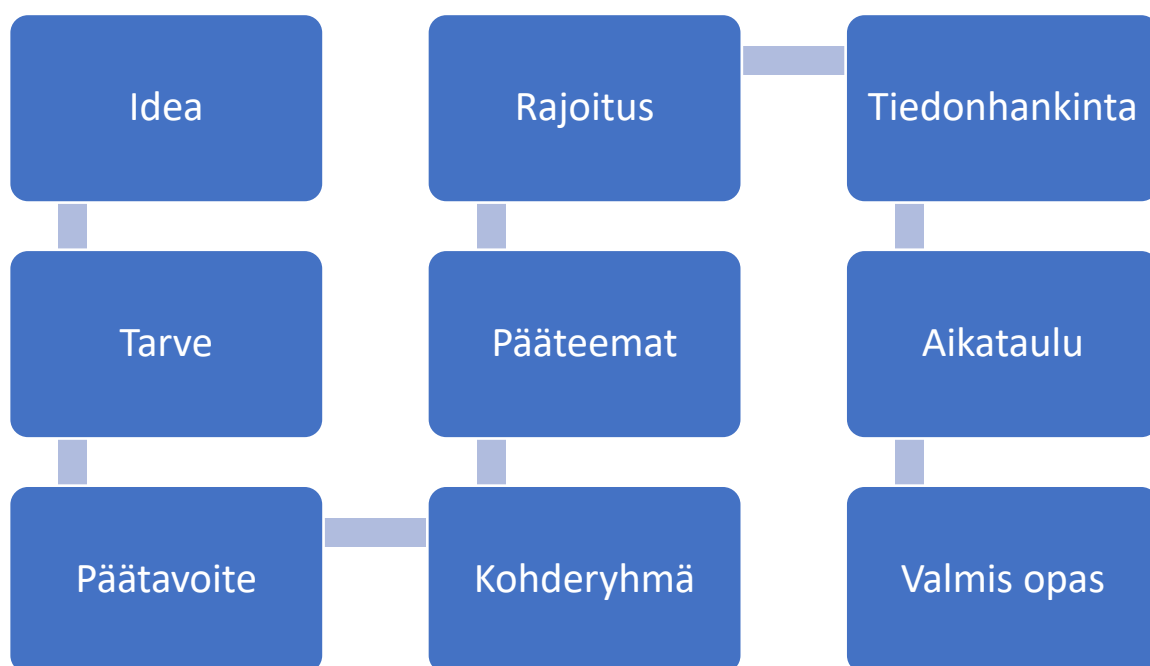
4 Oppaan teon kuvaus

Tässä kappaleessa keskitytään liitteenä 1 olevan Kiinan vientioppaan laatimiseen tarkemmin. Tarkoituksena oli tuottaa opas, jota lukemalla suomalaiset pk-yritykset saavat ajankohtaista ja tarpeellista tietoa Kiinan liiketoimintaympäristöstä, kiinalaisesta kulttuurista, erilaisista haasteista ja Kiinan vientimuodollisuuksista. Kappale on jaettu neljään osioon seuraavanlaisesti:

1. Oppaan suunnitelma
2. Opinnäytetyön ja oppaan aikataulu
3. Oppaan rakenne
4. Oppaan tarkastelu

4.1 Oppaan suunnitelma

Opasta suunnitellessa oli hyvä avata idea oppaan laatimisen takana. Minkälainen tarve oppaalle on? Mikä on oppaan päätavoite? Kenelle opas on laadittu ja ketä sen on tarkoitus hyödyttää? Mitkä ovat oppaan pääteemat ja miten opas on rajattu? Miten, mistä ja milloin tietoa on hankittu ja kuinka luotettavaksi se on havaittu? Millä aikataululla opasta on lähdetty laatimaan ja kuinka hyvin aikataulussa on pysytty? Minkälainen opas syntyi prosessin päätteeksi ja onko kirjoittaja siihen tyytyväinen? Kuviossa 5 kuvataan Kiinan vientioppaan suunnitelman rakennetta. Aikataulutukselle sekä valmiin oppaan tarkastelulle löytyvät omat alakappaleet ja muihin kysymyksiin löytyvät vastaukset kuvion alta.



Kuvio 5. Kiinan vientioppaan suunnitelma

Opinnäytetyön idea syntyi kirjoittajan omasta mielenkiinnosta vientikauppaa sekä Kiinaa kohtaan. Kirjoittaja toivoo työskentelevänsä tulevaisuudessa viennin parissa, joten syvempi perehtyminen aiheeseen tuntui hyvältä ratkaisulta. Etsiessä tietoa Kiinaan suuntautuvasta viennistä kirjoittaja huomasi, että vientiin liittyvää materiaalia löytyy runsaasti, mutta monen eri verkkosivun takaa ja kirjallisuudessakaan ei tuntunut olevan spesifiä tietoa juuri Kiinaan suuntautuvasta vientikaupasta. Vanhoista opinnäytetöistä löytyi vientiopas Venäjälle, mutta Kiinaan keskittyvää vientiopasta ei löytynyt, joten kirjoittaja oli innoissaan olevansa kykenevä auttamaan viennistä haaveilevia pk-yrityksiä.

Kun kirjoittaja tiesi oman aiheensa aloitti hän hahmottamisen paperille mitä itse oppaan (liite 1) olisi hyvä sisältää. Tarve oppaalle löytyi, sillä vastaavanlaista ei entuudestaan hakemalla löytynyt. Oppaan päätavoitteeksi muodostui tarjota kattava vientiopas, joka sisältää tietoa Kiinan liiketoimintaympäristöstä, Kiinan kulttuurista ja toimintatavoista, haasteista, laatustandardeista ja tarvittavista luvista, vientikauppaa hyödyttävistä sopimuksista ja auttavista tahoista sekä Kiinan spesifeistä vientimuodollisuuksista.

Vientioppaan kohderyhmäksi valikoitui pienet ja keskisuuret yritykset, sillä tuntui loogiselta suunnata vientiopas yrityksille, joilla on valtavasti kasvupotentiaalia. Kirjoittaja koki, että kaikilla pk-yrityksillä ei ole resursseja ottaa itse selvää tarvittavista aiheista tai he eivät tiedä mistä aloittaa. Kirjoittaja myös koki, että suuret yritykset omaavat jo paljon vientikokemusta tai ovat jo valmiiksi Kiinan markkinoilla, vaikka toki toivoo vientioppaan hyödyttävän heitä tarpeen vaatiessa.

Pääteemat valikoituivat helposti, vaikka osa niistä muodostui sen jälkeen, kun kirjoittaja luuli jo kattavansa kaikki oleelliset aihealueet. Hän halusi tuoda esille liiketoimintaympäristöä, koska sillä on suuri vaikutus onnistuneeseen markkinavalloittukseen. On vaikea lähteä maahan, jossa taloudellinen tilanne on heikko tai poliittinen tilanne on epävakaa alustalla. Kansainvälisen kaupankäynnin takia kirjoittaja koki tärkeäksi tuoda esille minkälaisia henkilöitä kiinalaiset ovat kyseisellä saralla ja kuinka ulkomaisen tulisi toimia, jotta mahdollisilta kulttuurin häpäisyltä vältytään. Kansainvälisen kaupan haasteet on hyvä hahmottaa ennen uusien markkinoiden valloittamista, jotta ikäviä yllätyksiä ei synny, kun on jo liian myöhäistä. Kiinalaiset ovat tunnettuja erilaisista laatuvaatimuksistaan, joten oli loogista omistaa kahdelle yleisimmälle oma kappaleensa. Vientikauppaa on pyritty yhtenäistämään erilaisilla sopimuksilla ja yksi pääteema muodostui sopimuksille ja vientikauppaa edistäville organisaatioille. Viimeiseen pääteemaan kirjoittaja keräsi erilaisia käytännön tekijöitä.

Kiinan vientioppaan rajoittaminen oli aluksi kirjoittajalle hieman hankalaa, sillä tuntui, että koko ajan löytyi uutta, tärkeää ja mainitsemisen arvoista tietoa. Kirjoittaja kuitenkin koki tarpeettomaksi tiedoksi liian syvällisen perehtymisen Kiinan historiaan, sillä oppaan tarkoituksena oli tutustuttaa nykyajan Kiinaan. Myös liiallinen kulttuuriin paneutuminen kaupan käynnin ulkopuolelta tai liian syvällinen perehtyminen pääaihealueisiin olisi luonut liian pitkän oppaan, joka sisältää liikaa irrelevanttia tietoa. Oppaan tarkoituksena oli kuitenkin olla kompakti ja ajan tasalla oleva tuotos, joten myös viime vuosikymmenien talouteen liittyvät luvut oli hyvä rajata pois.

Tarvittavia lähteitä löytyi todella paljon. Kirjalähteiden löytäminen oli hieman haastavampaa kuin nettilähteiden, sillä kirjoittaja halusi varmistaa, että oppaaseen tulee mahdollisimman ajankohtaista tietoa. Kirjalähteistä sai kuitenkin hyvän pohjan esimerkiksi tutustussa kiinalaiseen kulttuuriin. Nettilähteistä kirjoittaja yritti valita mahdollisimman luotettavia sivustoja, kuten BBC, Reuters ja erilaiset tilastoja tuottavat sivustot. Haasteeksi muodostui monet sivustot, jotka olivat vain kiinan kielellä. Kiinassa asiat tapahtuvat todella nopealla aikataululla, joten kirjoittajalla oli vaikeuksia päättää, onko pari vuotta aikaisemmin julkaistun artikkelin tieto vanhentunutta ja käytäntö jo vaihtunut. Kirjoittaja kuitenkin käytti paljon aikaa eri lähteiden vertaamiseen ja hakemiseen sekä suomen- että englannin kielellä, jotta saisi mahdollisimman ajankohtaisen oppaan aikaiseksi.

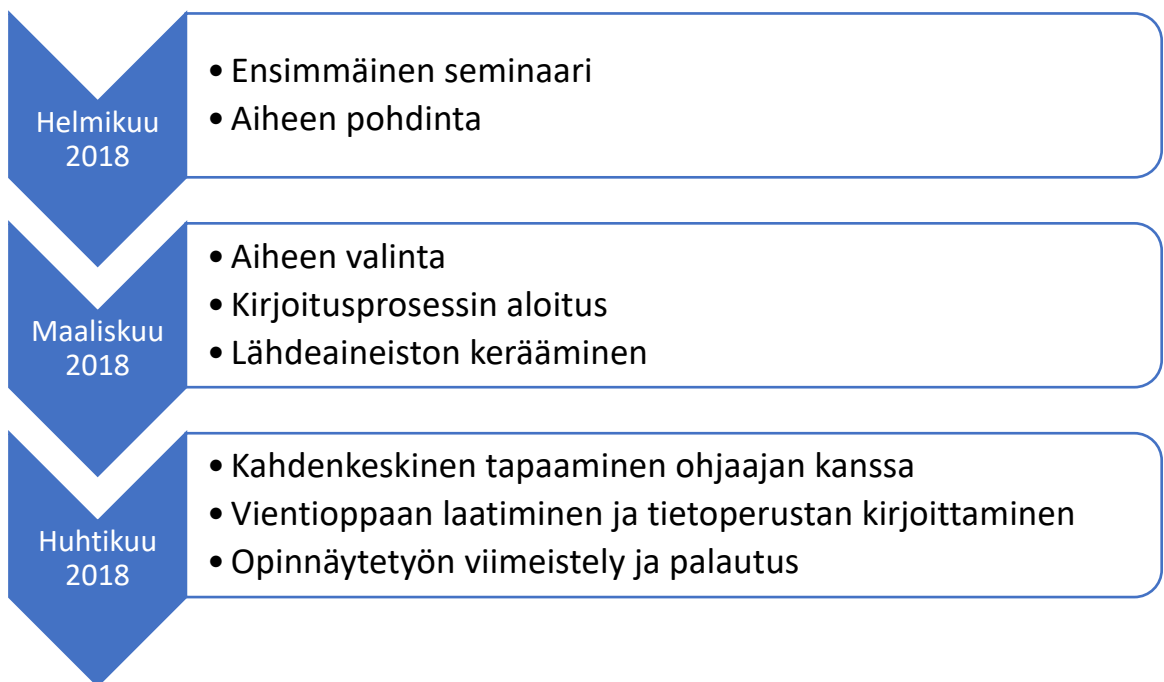
4.2 Oppaan laatimisen aikataulu

Opinnäytetyöprosessi alkoi ensimmäinen päivä helmikuuta yhteisellä opinnäytetyöseminaarilla, jossa kerrottiin opinnäytetyön aikaraja, milloin se tulisi olla valmiina, jotta valmistuminen kesällä olisi mahdollista. Toukokuun ensimmäinen päivä asetettiin tavoitteeksi ja siihen mennessä opinnäytetyö tulisi palauttaa tarkastettavaksi.

Helmikuussa opinnäytetyön aihe oli vielä kehittämissvaiheessa, joten kirjoittaminen sai odottaa. Kirjoittaja valitsi suuntautumisopinnoikseen kansainvälisen kaupan ja logistiikan, joten alusta alkaen oli selvää, että opinnäytetyö tulee koskemaan jotakin kyseiseen suuntautumiseen koskettavaa aihetta. Kirjoittajalla oli mielessään kaksi eri vaihtoehtoa opinnäytetyölle. Opiskelija suoritti kurssikokonaisuuden yritysten yhteiskuntavastuusta, jonka myötä yksi vaihtoehtoista oli kirjoittaa kestävän kehityksen haasteista kiinalaisten markkinoiden yleistymisen takia, mutta vaikean rajattavuuden takia ja ilman toimeksiantajaa aihe tuntui mahdottomalta. Lopullisesta aiheesta päättäminen tapahtui maaliskuussa, kun kirjoittaja halusi päästä kirjoittamaan Kiinasta jossain muodossa ja vientitoiminta oli ollut opinnäytetyön toisena vaihtoehtona.

Kirjoittaja sai tietää uudesta kesätyöpaikasta maaliskuun loppupuolella, joka antoi opinnäytetyön laatijalle motivaatiopuuskan kirjoittamisen aloittamiselle. Kirjoittaja työskenteli opinnäytetyön parissa kolmesta viiteen päivään viikossa noin kuuden tunnin mittaisina päivinä. Aineiston hakeminen ja läpilukeminen veivät todella runsaasti aikaa, joten aiheesta ja päivästä riippuen opinnäytetyön laatija sai aikaiseksi noin kaksi tai kolme sivua kerrallaan.

Huhtikuun alussa kahdenkeskinen tapaaminen ohjaajan kanssa antoi uutta aspektia opinnäytetyölle ja positiivisen palautteen johdosta kirjoittaja koki menevänsä oikeaan suuntaan opinnäytetyön kanssa. Kolmen viikon aikana kirjoittaja oli kirjoittanut kaiken tekstin samaan asiakirjaan, mutta päättäessään opinnäytetyön toisesta teoriaosuudesta siirsi hän oppaaseen tulevat tekstit omaan asiakirjaansa. Liitteen 1 opas sai lopullisen muotonsa huhtikuun viimeisellä viikolla jättäen opinnäytetyön viimeistelylle aikaa viikon. Viimeisellä seminaaritapaamisella sekä nopealla kahdenkeskisellä tapaamisella kirjoittaja sai viimeistelyyn tarpeellisia neuvoja. Kuviossa 6 kiteytyy kirjoittajan aikataulutusta ja etenemistä prosessin osalta.



Kuvio 6. Aikataulutusta ja etenemistä

Kirjoittajan oma tavoite oli hajauttaa kirjoittaminen kymmenelle viikolle, mutta alussa oleva motivaation puute lyhensi aikaa kuuteen viikkoon. Kuusi viikkoa tuntui kuitenkin alusta alkaen riittävältä määrältä, sillä kirjoittaja pystyi keskittämään kaiken energiansa ja aikansa opinnäytetyön kirjoittamiseen. Alussa kirjoittaja luuli pystyvänsä luomaan tekstiä noin kolmesta viiteen sivua päivässä. Hän oli kuitenkin lopulta todella tyytyväinen pysyessään

kahden ja kolmen sivun päivätahdissa, sillä halusi tuottaa laadukasta sisältöä eikä kirjoittaa kiireessä huonoa tekstiä. Asetetusta tavoitepäivämäärästä myöhästyminen ei ollut kirjoittajalle mahdollinen, sillä hän halusi viettää valmistujaisiaan kesällä. Opinnäytetyö valmistui huhtikuun viimeisenä päivänä.

4.3 Oppaan rakenne

Liitteen 1 vientiopas rakentuu kansilehdestä, sisällysluettelosta, johdannosta sekä kuudesta eri pääluvusta. Ensimmäisessä luvussa käydään läpi Kiinan liiketoimintaympäristöä, joka sisältää kattavasti tietoa Kiinan poliittisesta ja taloudellisesta tilanteesta. Kiinan poliittinen tilanne kommunistisena valtiona eroaa suomalaisesta demokratiasta runsaasti, joten tilanne saattaa herättää yrityksissä pientä epäilyä. Taloudellisesti Kiina on osoittanut potentiaalinsa, joten mahdollisuus yrityksen kasvattamisesta houkuttelee monia. Ensimmäinen luku sisältää myös tietoa väestöstä, teknologisesta toimintaympäristöstä sekä valtion eri alueista.

Toinen luku koostuu guanxin merkityksestä, neuvotteluista, sopimuksen synnystä, etiketististä ja kiinan kielestä, joilla kaikilla on suuri merkitys onnistuneeseen kaupankäyntiin. Kiinalaiset arvostavat omaa kulttuuriaan suuresti ja onnistuneiden kauppajen tai suhteen luominen vaatii yleensä jonkin tasoista tietämystä maan eri toimintatavoista.

Kolmas luku antaa kattavan katsauksen yritysten kohtaamisista haasteista Kiinassa. Kiinan lainsäädäntö poikkeaa suomalaisesta lainsäädännöstä ja ulkomaisilla yrityksillä tuntuu olevan enemmän vaikeuksia erinäisten lakien kanssa. Kiinassa ei ole harvinaista, että lakeja säädetään takautuvasti tai ne muuttuvat nopealla aikataululla. Korruptio istuu tiukasti Kiinassa, vaikka sitä on yritetty vähentää monin keinoin. Ulkomaiset yritykset saattavat kokea houkutuksena maksaa tietyn suuruisen lahjuksen, jotta tarvittavat asiakirjat hyväksytään nopeammin tai laatu tarkistus jätetään välistä. Kiinalaiset ovat tunnettuja kupoistaan, joten immateriaalioikeuksien puolustaminen on yhtenä isona haasteena. Myös saasteongelmat ovat saaneet viime vuosina enemmän huomiota osakseen ja niitä vastaan on alettu taistelemaan.

Neljännessä luvussa käsitellään Kiinassa tarvittavia laatustandardeja ja lupia. Kalliit ja kuukausia kestävät hakemusprosessit vaikeuttavat markkinoille pääsyä ja useat yritykset kokevat prosessin todella hankalaksi. Yritykset saattavat kohdata tilanteita, joissa kotimaassa suoritettut tuotetestaukset eivät kelpaakaan Kiinassa ja kaikki on tehtävä alusta.

Viidennessä luvussa käsitellään Kiinan WTO:n jäsenyyttä sekä Suomen ja Kiinan välille laadittua TTT-sopimusta. Vientiprosessia helpottamaan on luotu useita organisaatioita ja järjestöjä, jotka tarjoavat asiantuntevaa apua vientiprosessin kanssa kamppaileville yrityksille. Team Finland on laajalle ulottuva verkosto, joka kokoaa yhteen monet vientikauppaa edistävät organisaatiot.

Kuudennessa luvussa on koottuna eri käytännön tekijöitä ja huomioitavia asioita. Kiinan tulliviranomaiset saattavat vaatia alkuperätodistusta tai pakkalistaa. Pakkauksille on olemassa tietyt standardit ja esimerkiksi puupakkaukset tulee käsitellä määrättyllä tavalla. Kuljetustavan valinnassa tulee miettiä, kuinka nopeasti haluaa kuljetuksen olevan perillä. Ulkomaankaupassa vääränlainen maksutapa voi jättää yrityksen ilman saataviaan, joten yrityksen tulee miettiä mikä olisi heille hyvä ja matalariskinen maksutapa.

4.4 Oppaan tarkastelu

Lopullinen vientiopas (liite 1) syntyi noin viidessä viikossa. Aluksi kirjoittaja loi kaiken tekstin yhteen dokumenttiin, josta siirsi ne lopulta omaan asiakirjaansa ja muokkasi siitä toimivan version lisäillen tarvittavia tietoja pää- ja alakappaleisiin. Lopullinen opas on 35 sivua pitkä. Oppaan kansilehden visuaalisuuden tarkoituksena on luoda lukijalle kiinalaista tunnelmaa. Kuvat on valikoitu tasapainottamaan tekstiä teemaa noudattaen. Otsikoissa sekä alaotsikoissa on käytetty chalkduster –fonttia elävöittämään tekstiä, mutta tekstiosioissa selkeyden ja helppolukuisuuden ylläpitämiseksi on käytetty arial –fonttia.

Lähteitä oppaassa on käytetty runsaasti, josta kertoo oppaan viisisivuinen lähdeluettelo. Lähteinä on käytetty sekä suomen- että englanninkielisiä lähteitä ja kirjoittaja on pyrkinyt tarkastamaan jokaisen löytämänsä tiedon paikkaansa pitävyyden. Englanninkielisiä lähteitä kirjoittaja on käyttänyt hieman enemmän, sillä niiden takaa tuntui löytyvän paljon enemmän tietoa kuin suomenkielisten. Kirjoittaja ei halunnut jättää lähdemerkintöjä tekstistä pois, mutta halusi pitää tekstin soljuvana ilman selviä lähdemerkintöjä kappaleiden keskellä ja lopussa. Hän koki parhaimmaksi vaihtoehdoksi numeroida käyttämänsä lähteet ja luoda numeroidun lähdelistan, jotta lukija halutessaan pystyy löytämään kirjoittajan käyttämän lähteen.

Vientioppaasta tuli hieman pitempi kuin kirjoittaja oli alun perin suunnitellut, mutta lukiessa eri kirjallisuutta ja selatessa eri nettilähteitä tuli esille paljon uusia asioita, joita pitää ottaa huomioon suunnatessa vientiä Kiinaan. Kirjoittaja mietti alun perin laittavansa opinnäytetyössä olevan teoriakappaleen vientikaupan muodollisuuksista vientioppaaseen, mutta

koki, että Kiinan vientioppaassa tulee olla spesifiä tietoa Kiinaan liittyen, joten hän jätti sen toiseksi teoriaosuudeksi tukemaan Kiinan vientiopasta.

Prosessin lopussa kirjoittaja ymmärsi miksi ajankohtaista vientiopasta Kiinaan ei löydy. Tietoa tulisi päivittää tasaisin väliajoin, sillä Kiinassa tapahtuu jatkuvasti jotain. Uusia inflaatiolukemia päivitetään kuukausittain, lakeja määrätään nopealla aikataululla, tarvittavia laatustandardeja yhtenäistetään tai muokataan ja poliittisella rintamalla tapahtuu koko ajan, vain muutamia esimerkkejä mainittavaksi. Työ vaatii todella paljon syventymistä aiheeseen, sekä mediaa, uutisia tai uusia julkaisuja tulee seurata ja lukea koko ajan. Useat luotettavat lähteet olisivat vaatineet suuriakin summia tarkoista määräyksistä ja tiedoista, joten tieto piti hankkia monen muun sivun kautta yrittäen löytää tieto ilmaiseksi toisaalta.

Kirjoittaja on todella tyytyväinen lopulliseen tuotokseen, joka hänen omasta mielestä kattaa laajasti eri osa-alueita. Kirjoittaja käytti runsaasti aikaa tiedon keruuseen, mutta jäi pohtimaan, onko oppaassa varmasti kaikki tarvittava tieto vai jäikö jokin asiakirja tai oleellinen tarvittava laatustandardi mainitsematta.

5 Pohdinta

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda kompakti, mutta kattava Kiinan vientioppas kansainvälistyville pk-yrityksille, jota tukemassa ja syventämässä ovat opinnäytetyön kaksi teoriakehystä. Tässä kappaleessa syvennytään johtopäätöksiin, kehittämisehdotuksiin sekä tarkastellaan kirjoittajan oppimista koko prosessin osalta.

Lukijan tulee huomioida, että vientioppaasta on rajattu pois Kiinan erityishallintoalueet Hongkong ja Macao, joten oppaassa mainitut tiedot eivät käsittele niiden määräyksiä, sääntöjä tai lukuja. Suunnatessaan vientiä näille alueille kannattaa tarkastaa poikkeavuudet.

5.1 Johtopäätökset

Moni yritys lähtee hakemaan kasvua kansainvälistymisen avulla, mutta ei ymmärrä kuinka paljon prosessi vaatii. Moni pk-yritys haaveilee kasvusta, mutta ei pysty toteuttamaan sitä tiedon puutteen takia. Kansainvälistyminen vaatii yritykseltä myös vakaata taloudellista tilannetta, sillä vientitoiminta sitoo paljon yrityksen varoja hetkellisesti ja positiivista tulosta voidaan joutua odottamaan vuosia.

Kiinassa ilman kunnollisia verkostoja ja suhteita voi suomalaisella yrityksellä olla todella haastavaa päästä markkinoille. Kauppakumppanin löytyminen voi olla vaikeaa, jos on tuntematon tekijä Kiinan markkinoilla. Hierarkian takia tavalliset työntekijät harvoin pääsevät keskustelemaan ja neuvottelemaan johdon kanssa, vaan he joutuvat tyytymään neuvottelemaan samanarvoisten tittleiden omaavien henkilöiden kanssa. Tarvittavien asiakirjojen täyttö voidaan vaatia kiinaksi, jolloin tulkille on tarvetta. Asiakirjojen laatiminen voi muutenkin olla hankalaa ilman asiasta tietävän apua ja prosessi voi edetä todella hitaasti.

Kiinan taloudellinen kasvu on tapahtunut todella lyhyen aikavälin sisällä, mutta alkaa osoittaa merkkejä hidastumisesta. Kiina on pyrkinyt laatimaan sopimuksia, jotka ovat heille edullisia, mutta eivät ole noudattaneet kaikkia yhteisiä pelisääntöjä. Voi olla, että Kiina joutuu avautumaan ulkomaisille yrityksille enemmän ylläpitääkseen taloudellista kasvua, sillä nyt osa valtion sektoreista on vain kiinalaisten yritysten käytössä.

Kiinan ja Yhdysvaltojen kauppakiista on todella huolestuttava tilanne maailmankaupan kannalta. Monien organisaatioiden tavoitteena on vapauttaa maailmankauppa ja hetkelliset kauppakiistat voivat synnyttää laajemman kauppasodan, jolla on vaikutusta lopullisen

tuotteen hintaan, menekkiin ja määräyksiin. Valtion johto voi päättää tuotekiintiöistä, jolloin kohdemaahan ei saa enää viedä entiseen malliin tuotteita. Tullien hintojen nostaminen saattaa nostaa tuotteen lopullista hintaa, jolloin asiakkaat saattavat etsiä toisen valmistajan, tai yrityksen saama kate pienenee niin paljon, että vientiä ei ole enää järkevää suorittaa. Monet pk-yritykset pysyvät toimintakelpoisina ulkomailta saatavien tulojen avulla ja pienikin muutos saattaa asettaa yrityksen kannattamattomaksi.

Kiinan poliittinen tilanne on haastava ja monet ulkomaiset yritykset kokevat paljon haasteita koettaessa penetroitua Kiinan markkinoille. Valtion johto on aina suosinut kotimaisia yrityksiä, joten ulkomaisen toimijan tulee tehdä huomattavasti enemmän työtä onnistuakseen saamaan markkinatilaa. Tällä hetkellä ulkomaalaiset toimijat voivat vain haaveilla yhdenvertaisesta kohtelusta.

Opinnäytetyön ensisijainen tavoite oli tarjota kansainvälistyville pk-yritykselle kompakti Kiinan vientiopas, jossa tarkastellaan valtion liiketoimintaympäristöä, kulttuuria, laatua koskevia määräyksiä, haasteita sekä valtiokohtaisia vientimuodollisuuksia. Opas vastaa kaikkiin asetettuihin kysymyksiin ja tavoitteen mukainen kompakti vientiopas onnistuttiin luomaan.

Opinnäytetyön sekundaarinen tavoite oli tietoperustan tarkoitus tarjota kansainvälistymisprosessin taustaa sekä tukea ja täydentää Kiinan vientiopasta ja sen tarkoitusta. Tavoite saavutettiin laatimalla kattava tietoperusta, joka kietoutuu produktin kanssa hyvin yhteen.

5.2 Kehittämisehdotukset

Kiina kasvaa ja kehittyy koko ajan sekä uusia tilanteita kehkeytyy jatkuvasti, joten opinnäytetyössä saattaa esiintyä vanhentunutta tietoa. Ajankohtaisen tiedon etsiminen ja löytäminen osoittautui todella aikaa vieväksi tehtäväksi, sillä monissa kirjalähteissä tai nettiartikkeleissa oli vanhentunutta sekä epäselvää tietoa, eikä tiedon paikkaansa pitävyyteen voinut välttämättä luottaa. Monessa nettilähteessä oli myös kerrottu todella pintapuolisesti joistakin asioista ja ohjattiin vain hakemaan apua asiantuntijalta.

Liitteen 1 vientioppaan tiedot ja talouden luvut ovat olleet kirjoittamishetkellä tuoreimpia saatavilla olevia, joten kaikki uusi julkaistu tieto opinnäytetyön laatimisen jälkeen ei esiinny opinnäytetyössä. Uusia talouteen liittyviä lukuja laaditaan jatkuvasti, joten tuoreimmat inflatioprosentit ja bruttokansantuotteen arvot tulisi tarkastaa muualta tai vaihtoehtoisesti niitä voisi päivittää oppaaseen tarpeen vaatiessa.

Jatkokehitysehdotuksena opinnäytetyössä voisi kirjoittaa muista operaatiomuodoista, kuten oman yksikön perustamisesta tai sopimuksellisista operaatiomuodoista, kuten franchising, lisensointi sekä sopimusvalmistus. Kansainvälisen kaupan riskeistä ja riskinhallinnasta voisi myös kirjoittaa, sillä valuuttariski on aina mahdollinen toimiessa vieraan valutan kanssa.

5.3 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Toiminnallinen opinnäytetyö toteutettiin ilman toimeksiantajaa kirjoittajan oman kiinnostuksen pohjalta. Kirjoittaja on aina ollut kiinnostunut matkustelusta ja uusien kulttuurien opiskelusta, joten alusta alkaen oli selvää, että opinnäytetyön aiheesta tulee olemaan keskiössä jokin kaukainen maa. Ennen kouluun hakua kirjoittaja oli päättänyt, että haluaa työskennellä kansainvälisen kaupan parissa, joten suuntautumisopinnot oli helppo valita sen pohjalta.

Kirjoittajalla oli aluksi vaikeuksia hahmottaa mikä on työn teoriarunko, joten hän aloitti kirjoittamalla tärkeäksi näkemistään vientiprosessin vaiheista. Kiinan kulttuurista, haasteista ja toimintaympäristöstä oli todella mieluisaa kirjoittaa, sillä kirjoittaja ei ollut aikaisemmin perehtynyt sen suuremmin kyseisen maan toimintaympäristöön, kulttuuriin tai haasteisiin. Kun kirjoittaja vihdoin keksi aiheelle teoriarungon oli työversiosta helppo siirtää kaikki viestioppaaseen tarvittava tieto toiseen asiakirjaan, jonka myötä viestioppaasta saatiin kompakti ja asiakeskeinen opas.

Hankaluuksia tuotti johdannon kirjoittaminen, sillä kirjoittaja oli tottunut edellisissä raporteissa laatimaan sen aina viimeiseksi. Aiheen rajaus tuntui alussa vaikealta määritellä, sillä kirjoittajasta tuntui tärkeältä etsiä ensin mahdollisimman paljon tietoa. Kerätyn tiedon pohjalta oli helpompi luonnostella paperille suunnitelma, mikä on tärkeää tietoa sekä mitä ilman lukijat pärjäävät hyvin. Aiheen rajaus tapahtui lopuksi kuitenkin helposti ja kirjoittaja oppi prosessin aikana valikoimaan tärkeät tiedot vähemmän tärkeiden joukosta. Hän ei myöskään koe kirjoittaneensa mitään turhaa tietoa.

Kirjoittajalle on aina painotettu lähdekriittisyyden tärkeys, sillä verkosta löytyy paljon väärää tietoa. Kirjoittamisprosessi kuitenkin opetti kirjoittajaa olemaan entistä tarkempi käyttämiensä lähteiden suhteen ja hänellä oli aina pyrkimys tarkastuttaa saatu tieto myös toisista lähteistä, jos vain mahdollista. Vanhoja lähteitä kirjoittaja oppi käyttämään harkiten, sillä ajankohtaisuus oli yksi oppaan kriteereistä.

Aika ajoin kirjoittaja koki tietoähkyn ja kaikki opittu tieto pyöri mielessä sekoittuen keskenään. Joinakin päivinä kirjoittaja käytti yli kymmenen tuntia tiedon keruuseen ja kirjoittamiseen, joka aiheutti aivojen kyvyttömyyttä sulkea tietovirta pois iltaisin ja nukahtaminen oli vaikeaa. Kirjoittaja kuitenkin oppi hyvin aikatauluttamaan kirjoittamisen ja pitämään kuuden tunnin rajaa sopivana itselleen, jotta aivot saisivat tarpeeksi lepoaikaa.

Kirjoittaja on todella tyytyväinen valmiiseen opinnäytetyöhön ja kokee saaneensa paljon syventävää tietoa suuntautumisopinnoiltaan, joka varmasti hyödyttää häntä tulevaisuudessa. Suuntautumisopinnoissa on käsitelty paljon opinnäytetyön teoriakehyksen aiheita, mutta kirjoittamisprosessi kiteytti hyvin kirjoittajan aiemmin oppimaa tietoa ja syvensi sitä entuudestaan.

Lähteet

Astrup, J. & Bertasi, S. & Hassan, A. & Jiménez, G. & Jolivet, E. & Katz, R. & Schiavi, V. & Truong, C. & van der Valk, C. 2003. Guide to Export-Import Basics 2nd edition Vital knowledge for trading internationally. ICC Publishing S.A. Paris.

The Economic Times. Definition of marketing mix. Luettavissa:
<https://economictimes.indiatimes.com/definition/marketing-mix>. Luettu: 25.4.2018.

European Commission 2009. Commission staff working document on the implementation of Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises. Luettavissa:
<https://ec.europa.eu/docsroom/documents/10033?locale=en>. Luettu: 17.4.2018.

Grafers, H. & Schlich, A. 2006. Strategic Export Management. WSOY oppimateriaalit Oy. Helsinki

Helppi, M. & Paloheimo, A. 2005. Ulkomaankaupan rahoitus. Talentum Media Oy. Helsinki.

Hood, D. 2013. Competitive SME. KoganPage. London & Philadelphia.

Immonen, H. 2005. Vientiedustaja valinta, sopimukset ja yhteistyö. Multikustannus Oy. Helsinki.

International Chamber of Commerce. 2010. Incoterms 2010. ICC Palvelu Oy. Helsinki.

Investopedia 2018. PEST Analysis. Luettavissa:
<https://www.investopedia.com/terms/p/pest-analysis.asp>. Luettu: 26.4.2018.

Jalava, J. & Taipalus, P. 2017. Vientikaupan arvonlisäverotus. Verohallinto. Luettavissa:
https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48667/vientikaupan_arvonlisaverotu2/. Luettu: 29.4.2018.

Kananen, J. 2010. Pk-yritysten kansainvälistyminen. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, liiketoiminta ja palvelut –yksikkö. Jyväskylä.

Keskuskauppakamari 2018a. Kansainvälistyminen ja palvelut. Luettavissa:
<https://kauppakamari.fi/kansainvaliset-asiat/kansainvalistyminen-ja-palvelut/>. Luettu:
24.4.2018.

Keskuskauppakamari 2018b. Alkuperätodistus. Luettavissa:
<https://kauppakamari.fi/kansainvaliset-asiat/asiakirjat/ulkomaankaupan-asiakirjat-2/alkuperatodistus/>. Luettu: 28.3.2018.

Kuismanen, M. & Malinen, P. & Seppänen, S. 2018. Pk-yritysbarometri kevät 2018. Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj, työ- ja elinkeinoministeriö. Luettavissa:
https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/pk_barometri_kevat2018.pdf. Luettu: 25.4.2018.

Logistiikan Maailma a. Lentorahtikirja (AWB). Luettavissa:
<http://www.logistiikanmaailma.fi/kauppa-tullaus/ulkomaankaupan-asiakirjoja/lentorahtikirja-awb/>. Luettu: 7.4.2018.

Logistiikan Maailma b. Kuljetusten ja jakelun logistiikkaa. Luettavissa:
<http://www.logistiikanmaailma.fi/aineistot/logistiikkaa-lukiolaisille/kuljetusten-ja-jakelun-logistiikkaa/>. Luettu: 21.3.2018.

Logistiikan Maailma c. Perittävä ja remburssi. Luettavissa:
<http://www.logistiikanmaailma.fi/osto-ja-myynti/ulkomaankaupan-maksamisesta/perittavat-ja-remburssit/>. Luettu: 7.4.2018.

Melin, K. 2011. Ulkomaankaupan menettelyt vienti ja tuonti. Amk-Kustannus Oy.

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

Tilastokeskus. Käsitteet – pienet ja keskisuuret yritykset. Luettavissa:
https://www.stat.fi/meta/kas/pienet_ja_keski.html. Luettu: 16.4.2018.

Tulli 2016. Ulkomaankaupan kuljetukset vuonna 2015. Luettavissa:
http://tulli.fi/tilastot/tilastojulkaisu/-/asset_publisher/ulkomaankaupan-kuljetukset-vuonna-2015. Luettu: 21.3.2018.

Tulli 2017a. Suomen ja Kiinan välinen kauppa. Luettavissa:
<http://tulli.fi/documents/2912305/3331101/Suomen+ja+Kiinan+välinen+kauppa+vuonna+2017+%281-7%29/9b5fe5c0-f281-40cc-9b2f-a7cced2bf68e?version=1.0>. Luettu: 8.4.2018.

Tulli 2017b. Tavaroiden ulkomaankauppa yritystyypeittäin vuonna 2016. Luettavissa: <http://tulli.fi/documents/2912305/3536511/Tavaroiden%20ulkomaankauppa%20yritystyypeittain%202016/69d01a7f-c5f9-4a4c-b9cb-2b6986beb981>. Luettu: 25.4.2018.

Tulli 2018a. Vienti. Luettavissa: <http://tulli.fi/yritysasiakkaat/vienti>. Luettu: 28.4.2018.

Tulli 2018b. Vienti-ilmoittaminen. Luettavissa: <http://tulli.fi/yritysasiakkaat/vienti/vienti-ilmoittaminen>. Luettu: 22.3.2018.

Tulli 2018c. Vienti-ilmoituksen liiteasiakirjat. Luettavissa: <http://tulli.fi/yritysasiakkaat/vienti/vienti-ilmoituksen-liiteasiakirjat>. Luettu: 22.3.2018.

Tulli 2018d. Tavaratullinimike. Luettavissa: <http://tulli.fi/yritysasiakkaat/tuonti/tavaratullinimike>. Luettu: 22.3.2018.

Ulkoministeriö 2018. EU:n käynnissä olevat kauppasopimusneuvottelut. Luettavissa: <http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=49683&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 24.4.2018.

Vahvaselkä, I. 2009. Kansainvälinen liiketoiminta ja markkinointi. Edita Prima Oy. Helsinki.

Westwood, J. 2012. How to get started in export. Graphicraft Limited. Hong Kong.

Yrittäjät 2018. Yrittäjyys Suomessa. Luettavissa: <https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/yrityksuomessa-316363>. Luettu: 17.4.2018.

Äijö, T. 2008. Kilpailukyky huippukuntoon: suomalaisyritys kansainvälistyy. WSOYpro. Helsinki.

Liite 1. Kiinan vientiopus



KIINAN VIENTIOPAS



KANSAINVÄLISTYVILLE PK-YRITYKSILLE



LAURA JANTUNEN

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Oppaan rakenne.....	2
2	Kiinan liiketoimintaympäristö.....	4
2.1	Poliittinen toimintaympäristö.....	4
2.2	Taloudellinen toimintaympäristö.....	6
2.3	Sosiokulttuurinen toimintaympäristö	8
2.4	Teknologinen toimintaympäristö	9
2.5	Alueellinen toimintaympäristö	10
3	Kuinka tehdä kauppaa kiinalaisten kanssa.....	11
3.1	Guanxi.....	11
3.2	Neuvottelut	12
3.3	Sopimuksen synty	12
3.4	Etiketti.....	13
3.5	Kieli.....	14
4	Haasteet Kiinassa	15
4.1	Lainsäädäntö.....	15
4.2	Korruptio	16
4.3	Immateriaalioikeudet	18
4.4	Ympäristöongelmat	19
5	Laatustandardit ja sertifikaatit	20
5.1	China Compulsory Certification, CCC	20
5.2	China Food and Drug Administration (CFDA).....	21
6	Vientikauppaa edistävät sopimukset ja tahot	22
6.1	Kiinan WTO:n jäsenyys.....	22
6.2	TTT-sopimus	23
6.3	Suomalais-kiinalainen kauppayhdistys ry	24
6.4	Team Finland.....	24
6.5	Business Finland	24
6.6	Finnvera	24
7	Käytännön tekijät	25
7.1	Alkuperätodistus.....	25
7.2	Pakkaukset	25
7.3	Pakkalista	26
7.4	Kuljetukset	26
7.5	Maksutavat.....	27
	Lähteet	30

1 Johdanto

Kiina on taloudellinen mahti, joka houkuttelee monia yrityksiä kokeilemaan omaa kasvupotentiaaliaan. Monet menestystarinat saattavat vauhdittaa yritysten päätöstä siirtyä kotimaan kaupasta isommille markkinoille, sillä kokevat, että kotimaan markkinat ovat jo katettu tarpeeksi hyvin tai kysyntä kotimaassa on laskenut huomattavasti.

Kiinaan suuntautuva vientitoiminta ei ole yritykselle helpoimmasta päästä erilaisten vaadittavien asiakirjojen, lupien ja laatusertifikaattien kannalta. Vientitoiminnassa on aina omat haasteensa ja yrityksen on otettava selvää monista asioista ennen viimeistä päätöstä. Vientimaan taloudellinen ja poliittinen tilanne on selvitettävä, jotta saadaan hyvät lähtökohdat mahdollisuuksille. On päätettävä mille alueelle vientikauppa suunnataan, sillä kaikilla alueilla ei ole samanlaista ostopotentiaalia. Onko paikallinen väestö minkälaisia kuluttajia ja mikä on yleinen varallisuustaso kansalaisten keskuudessa?

Kiinassa kulttuurilla on vahva perusta, joten erilaisiin toimintatapoihin ja etikettiin on tutustuttava etukäteen, jotta asiakkaiden tavoittelu tuottaa monia uusia asiakassuhteita. Mitkä ovat kohdemaan suurimmat haasteet ja ovatko ne helpot välttää hyvin laaditulla suunnitelmalla ja hyvällä perehdytyksellä aiheeseen. Joillakin yrityksillä saattaa jo olla kokemusta vientikaupasta, mutta Kiinassa käytännöt saattavat olla jotakin ihan muuta. Euroopassa hyväksytyt laatusertifiointi ei kelpaakaan Kiinassa ja tuotteelle on haettava sieltä vastaavanlainen sertifikaatti. Immateriaalioikeuksia tulee hakea hyvissä ajoin ennen siirtymistä Kiinan markkinoille, jotta vältetään tekijänoikeuksien varkailta.

Onko kohdemaassa solmittu jotain vientikauppaa edistäviä sopimuksia tai kuuluuko se joidenkin organisaatioiden jäseneksi? Mitkä tahot voivat auttaa yritystä jo prosessin suunnitteluvaiheessa ja muistuttaa kaikista tarvittavista asioista? Monet järjestöt ovat Suomessa suuntautuneet vientikauppaan ja tarjoavat asiantuntevaa apua, mikäli jokin asia on epäselvä.

Vientiprosessin edetessä voi tulla paljon kysymyksiä sopivasta kuljetustavasta tai turvallisimmasta ja parhaimmasta maksutavasta ulkomaankaupassa. Onko Kiinalla minkälainen maksukyky ja mikä kuljetuskeinoista on turvallisin tuotteillemme? Onnistuneet vientikaupat antavat yritykselle paljon ja vientiprosessista opittu tieto ei ole koskaan hukkaan heitettyä tietoa, sillä ehkäpä menestys Kiinan markkinoilla kannustaa laajentamaan vientitoimintaa Intian tai Japanin markkinoille.

1.1 Oppaan rakenne

Tämä opas koostuu kansilehdestä, sisällysluettelosta, johdannosta sekä kuudesta eri pääkappaleesta. Oppaan tarkoituksena on toimia apuna yrityksille, jotka harkitsevat vientitoiminnan aloittamista Kiinaan.


Oppaan ensimmäisessä pääkappaleessa tutustutaan Kiinan liiketoimintaympäristöön. Kiinan poliittinen tilanne on suomalaisille demokratiaan tottuneille ihmisille hieman omalaatuinen ja saattaa aiheuttaa pientä pelkoa voiko kaupankäynnistä tulla mitään kommunistisessa valtiossa, jossa sananvapautta on rajoitettu rankalla kädellä. Kuitenkin syvennyminen Kiinan taloudelliseen tilanteeseen osoittaa Kiinan taloudellisen mahdin ja katsaus inflaatioon luovat kattavan pohjan tämän hetkiseen tilanteeseen. Ensimmäisessä pääkappaleessa syvennyttään myös Kiinan sosiologiseen toimintaympäristöön, teknologiseen toimintaympäristöön sekä Kiinan alueellisiin eroihin.

Toisessa pääkappaleessa syvennyttään kaupankäyntiin kiinalaisten kanssa. Kiinassa käsite guanxi tulee usein esiin ja sillä tarkoitetaan suhteita. Suhteiden merkitys Kiinassa on avainasemassa onnistuneeseen kaupankäyntiin. Neuvottelut ja sopimuksen synty eroavat suomalaisesta käytännöstä huomattavasti, joten niihin on hyvä perehtyä kunnolla. Kappaleen päättää lyhyt katsaus kiinalaisesta etiketistä sekä kiinankielen rikkaus.

Kolmas pääkappale tuo esille erilaisia haasteita Kiinan kaupassa. Tulkinvaraiset ja nopeasti muuttuvat lait nostattavat paljon haastavia tilanteita. Laajalle levinnyt korruptio tuottaa omat ongelmansa niin kiinalaisille kuin ulkomaisille toimijoille. Immateriaalioikeuksien puolustaminen voi tuntua mahdottomalta tehtävältä eikä osata ryhtyä toimiin tarpeeksi ajoissa. Kappaleessa kerrotaan myös laajalle levinneestä ympäristöongelmasta, jota vastaan on ryhdytty taistelemaan.

Neljännessä pääkappaleessa on kerrottu Kiinassa tarvittavista laatusertifikaateista ja luvista. China compulsory certificate on laatu sertifikaatti, jota ilman tuotteita on mahdoton saada myyntiin. Chinese Food and Drug Administrationilta haettava lupa elintarvikkeita, kosmetiikkaa ja lääkkeitä kohtaan on viejälle todella tärkeä, koska kyseinen virasto valvoo lääke- ja elintarvikealaa.

Viides kappale sisältää vientikauppaa koskien solmittuja sopimuksia sekä kansainvälistymistä edistäviä tahoja. Kiinan WTO:n jäsenyys on sekä helpottanut kaupankäyntiä, että nostanut pinnalle paljon ongelmatilanteita. Suomen ja Kiinan välille solmittu TTT-sopimus edistää maiden välistä yhteistyötä taloudellisella, teollisella sekä teknisellä saralla. Vienti-



kaupassa auttavia yhdistyksiä, järjestöjä ja organisaatioita on monia, jotka voivat tarjota asiantuntevaa apua ja mahdollisesti auttaa luomaan Kiinassa tarvittavia kontakteja. Vienti-kauppa on moniosainen prosessi, josta saattaa helposti unohtaa jotakin oleellista, joten heihin kannattaa olla yhteydessä.

Kuudennessa pääkappaleessa on erilaisia käytännön tekijöitä. Kauppakamari myöntää vuosittain enenevässä määrin alkuperätodistuksia, sillä Kiinaan vienti kasvaa kovaa vauhtia. Kiinassa on paljon määräyksiä, joten on hyvä tuoda esille, minkälainen on hyvä pakkaus kosmetiikalle tai elintarvikkeelle. Puupakkauksista on tiukat määräykset ja ne tulee käsitellä oikealla tavalla ja varustaa vaadittavilla merkinnöillä. Lähetyksen sisältö tulee ilmoittaa pakkalistalla. Kuljetuksen valintaan vaikuttaa Kiinan kaukaisen sijainnin lisäksi kuljetettavat tuotteet. Kappaleen lopussa on vielä lyhyt katsaus parhaimpiin maksutapoihin Kiinan kauppaa ajatellen.

2 Kiinan liiketoimintaympäristö

Miettiessä menestysvaltioita tulee mieleen väistämättä Kiina. Kiina on kokenut vuosien saatossa räjähtävän taloudellisen kasvun ja jatkaa kasvamistaan edelleen. Jokainen kansainvälisille markkinoille pyrkivä ymmärtää, että Kiinassa liikkuu suuret rahat ja se voi auttaa omaakin yritystä kasvamaan ja kehittymään.

Kiinan kansantasavalta on 9 388 211 neliökilometriä pinta-alaltaan eikä jää monen valtion varjoon, sillä vain Venäjä ja Kanada ovat pinta-alaltaan suurempia kuin Kiina. Kiinan virallinen valuutta on renminbi (RMB), kansainvälisesti se kuitenkin tunnetaan nimellä Chinese Yuan eli CNY.¹

2.1 Poliittinen toimintaympäristö

Kiinan tasavalta sai alkunsa vuonna 1912, kun viimeinen keisaridynastia lopetettiin. Tätä ennen valtiota oli hallinneet monet dynastiat. Vuoden 1912 jälkeen kaksi Kiinan puoluetta, kansallismielinen puolue ja kommunistipuolue, kävivät pitkään valtataistoa, jonka hetkellisesti keskeytti Japania vastaan syttynyt sota. Sodan voittamisen jälkeen Kiinassa alkoi uusi sisällissota, jonka kommunistinen puolue voitti.²



Vuonna 1949 Kiinan tasavalta vaihtui Kiinan kansantasavallaksi Mao Zedong johtajanaan. Zedongin aloittaman kulttuurivallankumouksen tarkoituksena oli poistaa valtion vanhat tavat sekä tottumukset ja viljellä tilalle kommunistista ideologiaa. Zedong menehtyi 1976, jonka jälkeen valtaan astui uusi kommunistinen puolue voitettuaan taistelun neljän koplaa vastaan.³

Kiinalaisia valvotaan tiukasti ja kaikki kriittinen kommentointi maan puoluetta ja johtajia kohtaan kitketään. Demokratia ei pääse kehittymään, sillä kommunistinen puolue pitää tiukkaa otetta kansalaisia kohtaan. 1989 mielenosoitus vapaudesta ja demokratiasta päättyi tuhansien ihmisten kohtaloksi, sillä se keskeytettiin aseellisin keinoin.⁴

Kiinan kansantasavallan perustuslain mukaan korkein valtioelin on kansankongressi. Kansankongressi muodostuu 2980 jäsenestä ja hallintokausi kestää viisi vuotta, jonka jälkeen uudet jäsenet valitaan. Kansankongressi kokoontuu täysistunnolle kerran vuodessa. Se myös valitsee Kiinan presidentin sekä varapresidentin. Kansankongressista valitaan 150 jäsentä, jotka muodostavat valiokunnan. Valiokunta kokoontuu suurin piirtein kahden kuukauden välein, joten huomattavasti useammin kuin kansankongressi.⁵

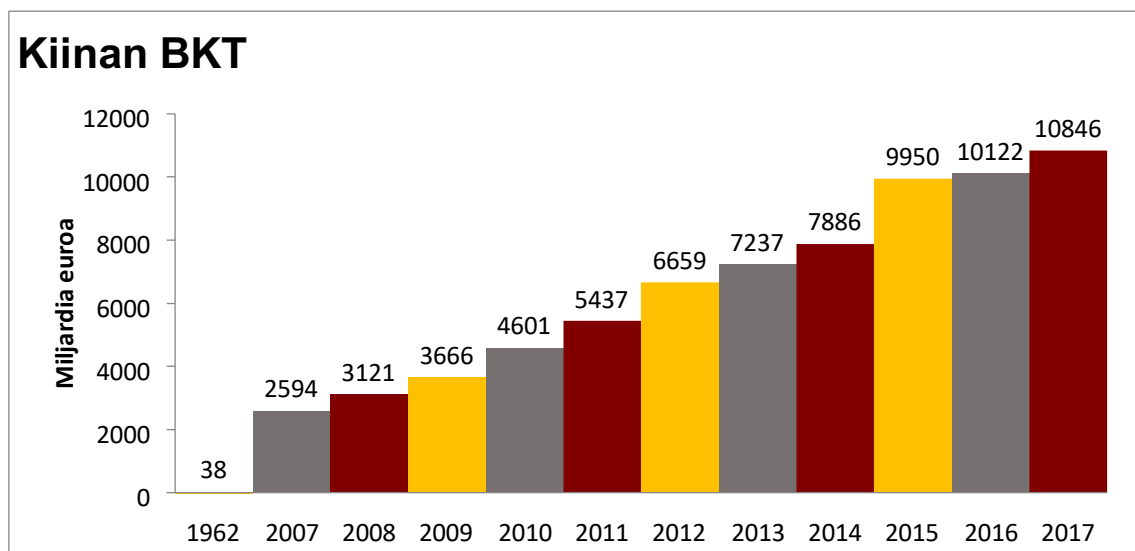
Kiinan presidenttinä toimii Xi Jinping, joka astui valtaan 2013. Jinping on ollut vahvasti mukana kasvattamassa Kiinan paikkaa mahtavana talousvaltiona sekä järjestänyt kampanjoita korruption nujertamisessa. Valta on vahvistunut nopeasti, josta kertoo hänen nimeä kantavan teorian maininta puoluekirjassa. Ennen tämän kunnia uskottiin kuuluvan vain Zedongille. Xi Jinping on pistänyt alulle monia talousuudistuksia. Hän on pyrkinyt taistelemaan hidastunutta taloudellista kasvua vastaan vähentämällä ilmansaasteita sekä vähentämällä taloudellisesti kannattamattomia valtion omistamia tehtaita. Kiinalaiset ovat kuitenkin havainneet Jinpingin johtokauden aikana vapauden heikentyvän. Verkossa kirjoittelua sensuroidaan rankemmalla kädellä ja toisinajattelijoita sekä ihmisoikeuksien puolestavia pidätetään. Kaikesta kritiikistä huolimatta Jinpingin kannattajia on edelleen runsaasti ja he luottavat johtajaansa.⁶

Kiinassa presidentillä on tapana ilmoittaa seuraaja itselleen, mutta syksyllä 2017 pidetyssä kokouksessa Jinping ei tätä tehnyt. Kommunistinen puolue laittoi alulle lakimuutoksen, jonka myötä presidenttikausia ei enää rajoiteta kahteen. Lakimuutoksesta äänestettiin kansankongressissa maaliskuussa 2018 ja se meni enemmistön äänillä läpi, vain kaksi vastusti lakimuutosta. Jinpingin edeltäjä Xiaoping yritti muovata selvää eroa valtion ja puolueen välille. Jinping kuitenkin kumoaa Xiaopingin tekemisen ja vie Kiinaa selvästi suuntaan, jossa laki ja puolue ovat yhtä.⁷ Kiina näyttää vahvasti olevan matkalla diktatuuria kohden ja kansalaisten elämää rajoitetaan. Heidän ajattelua koitetaan muovata yhteen muottiin, jotta kommunistipuolueen valta jatkaisi kasvamistaan. Ihmisillä ei ole sananvapautta ja kouluissa opetetaan sosialistisia arvoja. Harva kuitenkaan uskaltaa enää tehdä vastarintaa vankeuden pelossa.

2.2 Taloudellinen toimintaympäristö

Kiina on maailman toiseksi suurin talous Yhdysvaltojen jälkeen. Kiinan muutos suunnitelmataloudesta menestyksekkääseen markkinatalouteen on tapahtunut viimeisten vuosikymmenien aikana ja osoittanut köyhien valtioiden valtavan kasvupotentiaalin.

Kiinan taloudellinen kasvu vuonna 2017 ylitti kasvuennusteiden odotetun tuloksen ja oli 6,5 prosentin sijasta 6,9 prosenttia. Ennen vuotta 2017 Kiinan taloudellinen kasvu hidastui vuosi vuodelta seitsemän vuoden ajan, mutta viime vuoden tulos katkaisi vihdoin putken ja osoitti, että kasvu on kiihtynyt hieman. Taloustieteilijät kuitenkin arvioivat, että Kiinan taloudellinen kasvu hidastuu vuonna 2018, sillä yritykset kohtaavat jatkuvasti korkeampia vieraan pääoman kustannuksia, hallitus yrittää hillitä luoton antoa ja poliittiset päättäjät tehostavat toimiaan saastuttamista vastaan.⁸

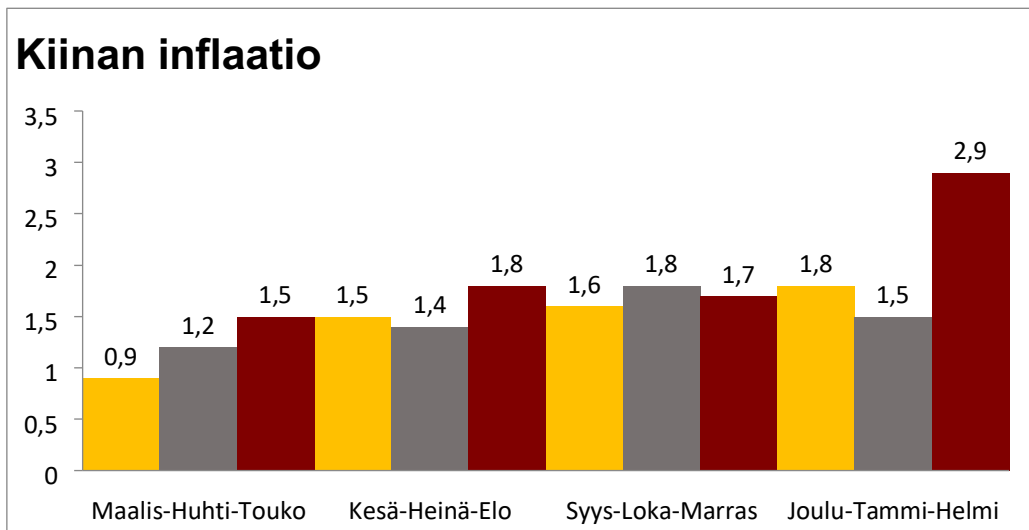


Kuvio 1. Kiinan bruttokansantuotteen kehitys vuodesta 1962 vuoteen 2017⁹

Kuviossa 1 näkyy Kiinan bruttokansantuotteen arvon kehitys vuodesta 2007 vuoteen 2017. Kiina kattaa 18,06 prosenttia maailmantaloudesta. Kymmenessä vuodessa Kiinan bruttokansantuote on yli nelinkertaistunut ja vuoden 2017 10 846 miljardia euroa oli koko Kiinan historian korkein. Taulukossa on mukana vertailun vuoksi Kiinan historian matalin BKT, joka oli vuonna 1962 vain noin 38 miljardia euroa, joten taloudellinen kehittyminen on tapahtunut todella verikkaista tahtia. Kasvu näyttää kuitenkin tasaantuvan pikkuhiljaa, sillä vuosien 2015-2017 BKT:n ero on 896 miljardia euroa.¹⁰ Kiinan talouden kasvun ylläpitäjänä voidaan pitää suurta keskiluokkaa, joka haaveilee paremmasta elämästä. Kasvupotentiaalia löytyy yhä suuri määrä, sillä länsimaihin verrattuna kiinalaisilla on edelleen pienempi käytettävissä oleva tulo. Säästämisaste Kiinassa on korkea, sillä sosiaalieläkkeet ovat vähäisiä ja ihmiset tarvitsevat rahaa koulutukseen tai yllättäviin sairaskuluihin.¹¹

Kiinan yksi suurimpia talouteen liittyvistä riskeistä on valtion suuri velkautuminen ja velkasuhde bruttokansantuotteeseen onkin tällä hetkellä jo 255 prosenttia. Yksityinen sektori on kasvattanut velkasuhdettaan viimeisen kymmenen vuoden aikana huomattavasti. Velkaantumista on pyritty rauhoittamaan tiukentamalla rahapolitiikkaa, jonka myötä luottojen myöntäminen on vähentynyt.¹²

Inflaatio on tavaroiden ja palveluiden hinnan nousua, jolloin samalla rahamäärällä saa suhteessa vähemmän. Inflaatio aiheuttaa siis rahan arvon heikkenemistä. Inflaatiota esiintyy kasvavassa taloudessa aina, mutta sen ollessa liian nopeaa vaikuttaa se koko talouteen.¹³ Tuotteiden ja palveluiden kallistuessa kuluttajien ostovoima heikkenee, sillä harvoin palkat nousevat samassa suhteessa inflaation kanssa, vaikka toki työntekijöille annetaan erilaisia indeksikorotuksia. Toisaalta kuluttajia houkutellaan tekemään päätökset nopeammin, sillä tietävät hintojen kasvavan tasaiseen tahtiin, joten ei ole järkevää pitkittää ostopäätöstä.



Kuvio 2. Kiinan inflaation kehittyminen maaliskuulta 2017 helmikuulle 2018¹⁴

Kuvio 2 osoittaa Kiinan inflaation kehittymistä maaliskuulta 2017 helmikuulle 2018. Maaliskuussa 2017 inflaatio oli todella alhaalla 0,9 prosentissa, jonka jälkeen se on pysynyt maltillisena 1,2 ja 1,8 prosentin välillä. Kuitenkin helmikuussa 2018 kuluttajahintainflaatio kohosi 2,9 prosenttiin, joka tarkoitti 1,4 prosentin kasvua tammikuiseen 1,5 prosenttiin. Korkeaa nousua voidaan selittää kiinalaisen uuden vuoden ajoittumista helmikuulle, jolloin kuluttajahinnat yleensä nousevat. 2,9 prosenttia on korkein inflaatio sitten vuoden 2013 marraskuun. Helmikuussa ruuan hinta nousi 4,4 prosenttia ja ensimmäistä kertaa vuoteen.¹⁵

2.3 Sosiokulttuurinen toimintaympäristö

Kiinan kansantasavalta on 1,413 miljardilla asukkaallaan maailman väkirikkain valtio. Kiinan väkiluku kasvoi 1950-luvulla niin valtavaa tahtia, että hallituksen oli pakko keksiä keino sen hidastamiseen. Syntyi yhden lapsen politiikka, johon kansalaisia kannustettiin erilaisilla rahapalkinnoilla ja paremmalla asumuksella. Yhden lapsen politiikasta luovuttiin vasta vuonna 2016, joka onkin huolestuttanut tutkijoita, sillä vanheneva väestö ja matala syntyneisyys voivat vaikuttaa kansantalouteen negatiivisesti. Suurin taloudellinen kasvu saavutettiinkin runsaalla ja halvalla työvoimalla, joten väestön ikääntyminen saattaa hidastuttaa tai pysäyttää Kiinan taloudellisen kehityksen.¹⁶



Kiinan nopea taloudellinen kasvu on pienentänyt köyhien määrää huomattavasti. Noin 10 prosenttia väestöstä elää yhdellä dollarilla päivässä kun 35 vuotta sitten dollarilla päivässä eläviä oli noin 64 prosenttia väestöstä.¹⁷ Monet kiinalaiset ovat muuttaneet kaupunkeihin paremman elintason perässä ja jo noin 59,3 prosenttia väestöstä asuu kaupungissa.¹⁸

Vuoden 2017 tilastojen mukaan kaupungeissa asuvat saivat keskimääräisesti 398 euron kuukausitulot, kun taas maaseudulla asuvilla vastaava kuukausitulo oli reilusti alle puolet siitä eli vain noin 147 euroa. Käytettävissä oleva kuukausitulo on kasvanut viimeisen kolmen vuoden aikana hidasta tahtia lisäten kaupungeissa asuvien tuloja vain 20 euroa ja maaseudulla asuvien tuloja 10 eurolla. Kuitenkin kehitystä on havaittavissa, sillä vuonna 2012 maaseudulla asuvilla oli käytettävissä vain 86 euroa kuukautta kohden ja kaupungeissa asuvilla vastaava luku oli 248 euroa.¹⁹

Ennusteiden mukaan Kiinan väestö saavuttaa huippunsa vuonna 2028 ja työvoima kääntyy laskuun, kun suuri ikääntyvä luokka jättäytyy pois työelämästä. Kiinan väestönkasvun hiipumiseen johtaa myös suuri sukupuolijakauma, sillä jokaista sataa naista kohtaan Kiinassa on 120 miestä. Monet kiinalaiset miehet jäävät siis ilman puolisoa eivätkä näin ollen kykene lisääntymään ja kasvattamaan väkilukua.²⁰

2.4 Teknologinen toimintaympäristö

Kiinan hallituksen sensurointi on luonut innovatiivisen ympäristön kotimaisille teknologian yrityksille. Ulkomaalaiset teknologia menestyjät, kuten Facebook, Snapchat, Twitter, YouTube ja Google ovat pidetty tiukasti kilpailun ulkopuolella, joten kotimaisilla yrityksillä on ollut mahdollisuus kehittää vastaavanlaisia menestystarinoita itse.²¹

Teknologian edelläkävijöinä kiinalaisten mobiili- tai e-maksaminen on kasvanut räjähdysmäisesti viime vuosina. Suurin osa kiinalaisista yrityksistä ottaa vastaan mobiilimaksun, joten ravintolaan tai kauppaan mennessä voi unohtaa käteisen tai luottokortin kotiin. Mobiililaitteella voi hoitaa kätevästi niin ruoan tilaamisen kotiin, luottokorttilaskujen maksamisen, lääkärinajan varaamisen sekä osakesalkunsa hallinnan. Mobiilimaksamisen yleistymisen myötä käteisen käyttö on vähentynyt huomattavasti eikä yrityksillä ole aina antaa takaisin tarvittavaa vaihtorahaa. Ulkomaalaiset pankkikortit käyvät harvoissa paikoissa, joten maksaminen ulkomaalaiselle voi tuottaa ongelmia.²²

Digitaalisten maksumarkkinoiden kaksi hallitsevaa tekijää ovat kiinalaiset Alipay -applikaation lanseerannut Alibaba sekä WeChat Pay -applikaation lanseerannut Tencent. WeChat Pay -applikaation käyttäjiä on jo reilusti yli 963 miljoonaa ja Alipayn käyttäjiä 520 miljoonaa käyttäjää.²³ Applikaatioiden käyttöön vaaditaan kiinalainen pankkikortti kiinalaisten määräysten takia, esimerkiksi viranomaiset tarkkailevat kiinalaisia luottokorttitietojen avulla. Ulkomaalaisille applikaatioiden käyttö Kiinassa on siis hankalaa.²⁴ Yritysten toiveena on laajentaa toimintaansa entuudestaan globaalimpaan suuntaan. Useat kiinalaiset turistit kykenevät mobiilimaksuun myös ulkomailla, esimerkiksi Lontoossa Camden markettilla otettiin käyttöön WeChat Pay marraskuussa 2017 kiinalaisten turistimassojen kasvun myötä. WeChat Pay laajensi toimintaansa myös Pariisin suosituimpiin ostoskeskuksiin.²⁵ On siis vain ajan kysymys, milloin toimintaa kehitetään ulkomaalaisille suotuisampaan suuntaan ja se adaptoidaan laajempaan käyttöön.

Kiinalaisten verkko-ostaminen on kasvanut viime vuosien aikana räjähdysmäisesti. Vielä vuonna 2006 verkossa ostavia oli alle 43 miljoonaa, kun vuonna 2017 verkko-ostajien määrä kasvoi yli 533 miljoonaan henkilöön. Suurimpia verkkokaupan alustoja Kiinassa

ovat Alibaba Groupiin kuuluvat Tmall.com, Alibaba.com sekä taobao.com.²⁶ Alibaba Group on globaali verkko- ja mobiilikaupankäynnin johtava yritys, joka sai alkunsa vuonna 1999, kun kiinalainen Jack Ma halusi tarjota apua pienille kiinalaisille viejille, valmistajille ja yrittäjille kansainväliseen myyntiin. Vuosien varrella siitä on kehittynyt tukku- ja vähittäiskaupan johtava verkkomarkkinapaikka, joka jatkaa kasvamistaan ja laajentaa tarjontaan palveluja.²⁷

2.5 Alueellinen toimintaympäristö

Kiina on haastava toimintaympäristö, sillä alueiden väliset kulttuurit poikkeavat toisistaan. Ulkomaiset saattavat helposti ajatella, että kaikkialla Kiinassa toimitaan samalla tavalla, mutta kulttuurin merkitys on osassa alueista paljon voimakkaampi kuin muissa.²⁸ Mahdollisia kauppakumppaneita lähestyessä on siis hyvä perehtyä alueeseen, jonne kauppaa yritetään kohdistaa. Kiinalaiset voivat olla arkoja kauppakumppaneita tai he voivat yllättää nopealla toiminnalla ja suorilla vastauksilla. Alueellisia eroja ei kannata unohtaa, sillä ne tuntemalla osataan varautua miten kauppaa kannattaa lähteä sopimaan.

Kiinan poliittisena pääkaupunkina voidaan ehdottomasti pitää Pekingiä. Peking toimii asemana monelle pääkonttorille, joten suuret päätökset tehdään siellä. Hyvät poliittiset suhteet, korkea asema ja titteli saavat paljon arvostusta osakseen, joten heikkoarvoisemalla voi olla vaikeuksia luoda kauppapohjaa. Kiinalaisille on tärkeää säilyttää kasvonsa ja etenkin pekingiläisillä vaikuttaisi olevan todella herkät kasvot. Herkistä kasvoista johtuen he saattavat arkailla todella paljon päätöksenteossa.²⁹ Shanghai puolestaan lasketaan bisnesalueeksi. Shanghaissa voidaan havaita lisenssien ja useiden määräysten kirjo, sillä muuhun Kiinaan verrattuna siellä sopimukset ja lait ovat suuremmissa arvossa. Muina bisnesalueina voidaan pitää myös Zhejiangia sekä Fujiania.³⁰

Eteläkiinalaisilla on pisin historia kansainväliseen kauppaan. Etelä-Kiina on myös yrittäjien suosimaa aluetta. Eteläkiinalaiset eli guangdongilaiset ovat luonteeltaan varmempia päätöksenteossa kuin pekingiläiset, joten kaupankäynti saattaa sujua nopeallakin tahdilla. Guangdongin alue on kokenut viime vuosikymmeninä huikean taloudellisen kasvun.³¹

3 Kuinka tehdä kauppaa kiinalaisten kanssa

Kiinalainen kulttuuri poikkeaa suomalaisesta kulttuurista paljonkin, joten on tärkeää tietää, kenen kanssa ryhtyy asiakassuhteeseen, jotta ei häpäise toisen kulttuuria toimimalla loukkaavasti toista kohtaan. Suomalaiset ovat usein suorapuheista kansaa ja asiat tahdotaan tehdä mahdollisimman yksinkertaisella ja helpolla tavalla.

Kieli, kulttuuri ja suhdeverkosto ovat kiinalaisille todella tärkeitä, mitä moni ulkomaalainen on vähätellyt yrittäessään solmia kauppasopimusta kiinalaisen yrityksen kanssa. Pienikin osoitus olevansa kiinnostunut kulttuurista ja kielestä edesauttaa sopimuksen syntymistä huomattavasti. Moni ajattelee, että globalisoituminen olisi pienentänyt kulttuurisia eroavaisuuksia ja tehnyt kaupankäynnin sujuvammaksi käyttäen samaa kaavaa. Kiinalaiset kuitenkin ovat ylpeitä kulttuuristaan ja maailman pieneneminen ei ole poistanut sitä seikkaa, että kauppakumppaniin on luotava side.³²

3.1 Guanxi

Karkeasti käännettynä guanxi tarkoittaa suhdetta. Kyseessä on usein väärinymmärretty ja aliarvioitu termi, joka on kiinalaisille todella tärkeä. Guanxissa on kyse verkoston rakentamisesta, jossa molemmat osapuolet hyötyvät suhteesta yhtä paljon joko henkilökohtaisella tai bisnes tasolla.³³

Kiinassa laki ei ole tarjonnut tarpeeksi suojaa, joten jokin tapa oli kehitettävä luomaan luottamusta niin henkilökohtaisissa asioissa kuin liike-elämässä. Kiinalaiset harvoin käyttävät hyväksi kauppakumppaniaan, sillä kasvojen menetys on heille todella ankara paikka. Guanxi on merkki luottamuksesta, joten hyväksikäyttämällä jotain henkilö menettäisi luottamuksen verkostoonsa ja pahimmassa tapauksessa menettäisi koko oman verkostonsa.³⁴

Guanxiin pätee kolme kultaista sääntöä. Jos pyydät palvelusta guanxin nimissä, voit odottaa, että sinun tulee hyvittää palvelu takaisin myöhemmin, eikä se pakosti ole sinulle mieluisimmasta päästä. Joten sääntö numero yksi on, että jokaisella teolla on seuraus. Kiinassa suhteet ovat tärkeitä ja usein saatetaankin tarvita yllättäviä kontakteja uuden sopimuksen solmimiseen. Toinen kultainen sääntö kehottaa olla hylkäämättä tai laiminlyömättä edellisiä suhteita. Mahdollisimman laajat suhteet ympäri Kiinaa auttavat yritystä toimimaan tehokkaammin.³⁵

Guanxin luomiseen ja ylläpitämiseen ei riitä tavalliset bisneskokoukset vaan sitä on hoidettava myös työn ulkopuolella järjestämällä esimerkiksi illalliskutsuja tai antamalla suhteen alussa pieni lahja. Guanxin ja lahjonnan välillä on vain hiuksenhieno ero ja usein yrityksen saattavatkin lähestyä kiinalaista kumppania väärällä tavalla. Guanxin muodostamiseen ei ole oikotietä vaan se on luotava pikkuhiljaa.³⁶

3.2 Neuvottelut

Hyvällä suunnittelulla neuvottelut onnistuvat paremmin. Kiinalaiset arvostavat suuresti, jos länsimaalainen nimi on käännetty kiinan kielelle. Prosessi osaa olla haastava, sillä merkit ovat todella hankalia ja se vaatii syvää perehtymistä, mutta onnistunut nimen käänнос voi osoittautua hyödylliseksi. Neuvottelukumppanille on hyvä lähettää etukäteismateriaali, jotta vastakkainen osapuoli tietää mitä neuvottelussa käsitellään. Etukäteismateriaali olisi hyvä olla käännettynä kiinan kielelle, mutta englanninkielinen materiaali toimii myös.³⁷

Neuvotteluihin on varattava aikaa, sillä kiinalaiset pitävät maltillisesta tahdistista. Suomalaiset ovat tottuneet toimimaan nopealla aikataululla, joten voi olla vaikea sopeutua kiinalaisten pitkiin neuvotteluihin. Paras keino tehostaa neuvotteluita on jakaa ne pienempiin osaluokkiin, jolloin voidaan keskittyä yhteen isompaan kokonaisuuteen kerralla. Pitkillä neuvotteluilla kiinalaiset haluavat yleensä varmistua yhteistyön toimivuudesta sekä saada vastaus kaikkiin kysymyksiinsä, jotta virheitä välttyttäisiin.³⁸

Kulttuurista ja tavoista perillä oleva tulkki on yritykselle valttikortti. Osaava tulkki pystyy ilmoittamaan haluamasi kulttuurisesti kohteliaalla tavalla ja usein tuomaan syvyyttä neuvotteluihin. Tulkki voi olla yrityksen palkkalistalla tai hankittu ulkopuolelta, mutta tärkeää on, että hän ajattelee yrityksesi parasta.³⁹

3.3 Sopimuksen synty

Kiinan lainsäädäntö ei tue suullista sopimusta vaan kaiken on oltava paperilla. Kiinalaiset ovat kuitenkin hyviä pitämään lupauksensa, joten suullinen sopimus on hyvä merkki halukkuudesta luoda kirjallinen sopimus. Ennen varsinaisen sopimuksen luomista ovat kiinalaiset tottuneet kirjoittamaan aiesopimuksen, joka on todiste halusta jatkaa neuvotteluja ja lopulta luoda lopullinen sopimus. Monet ulkomaalaiset usein ovat siinä uskossa, että olemalla yhteistä mieltä jostakin on sopimus syntynyt, mutta todellisuudessa sopimuksen syntymiseen saattaa mennä vuosia.⁴⁰



Sopimuksen laatimisessa on ollut tapana käyttää lakimestä apuna. On hyvä muistaa, että mikään ei ole varmaa ennen kuin sopimus on allekirjoitettu. Mahdolliset muutokset sopimuksen allekirjoittamisen jälkeen eivät ole harvinaisia, joten sopimuksen suhteen tulee olla myös joustava.⁴¹

3.4 Etiketti

Käyntikorttia pidetään Kiinassa henkilön jatkeena, joten sitä tulee kohdella kunnioituksella. Käyntikortin tulisi olla kaksipuoleinen, jossa toisella puolella on tiedot mandariinikiinaksi ja toisella puolella englanniksi. Ojentaessa käyntikorttia tulee kiinankielisen puolen olla ylöspäin ja pitäen siitä kiinni molemmilla käsillä luomalla katsekontaktin vastaanottajaan. Vastaanotettaessa käyntikorttia tulee se tutkia heti läpi ja asettamalla se käyntikorttikoteloon eikä lompakkoon tai taskuun.⁴²

Pukeutumisen tulee olla siistiä ja arvovaltaista, sillä ensivaikutelma on kiinalaisille tärkeä. Kättely eroaa länsimaalaisesta napakasta ja nopeasta puristuksesta, sillä heidän kätteilysensä on usein paljon hennompi. Katsekontakti tulisi pitää lyhkäisenä, sillä liian pitkä katsekontakti voi antaa uhkaavan kuvan kätteilijästä.⁴³

Kiinalaisille tittelit ovat tärkeitä ja he kunnioittavat johtajiaan suuresti. Arvostuksen osoittaminen kiinalaista valtuustoa kohtaan on äärimmäisen tärkeää. Huoneeseen astutaan yleensä vanhemmuusjärjestyksessä, jossa vanhin tulee ensimmäisenä. Kaikki eivät esitäydy itse vaan parhaimmassa virassa olevan henkilön tulisi esitellä muut ryhmäläisensä.⁴⁴

3.5 Kieli

Omat haasteensa Kiinassa toimittaessa tuottaa kieli, tai oikeastaan niiden runsaus. Vaikka kyseessä olisi sama kieli voi toisen ymmärtäminen tuottaa vaikeuksia, jos hän tulee eri alueelta. Kiinassa on monia murteita, joista yleisin, ja samalla Kiinan virallinen kieli, on mandariinikiina. Mandariinikiinaa puhutaan pääsääntöisesti pääkaupungissa Pekingissä sekä pohjois-Kiinassa. Se toimii kouluissa opetuskielenä ja yleisesti ottaen jokainen kiinalainen taitaa mandariinikiinaa edes jonkin verran. Myös Shanghaissa kuultava wukiina ja Hongkongissa puhuttu kantoninkiina ovat yleisiä. Näiden lisäksi Kiinassa puhutaan satoja kieliä, joten kyseessä on kielellisesti todella rikas valtio.⁴⁵



4 Haasteet Kiinassa

Kansainvälisessä kaupassa on aina omat haasteensa. Yrityksellä saattaa olla hallussaan laajakin tietämys, kuinka ulkomailla toimitaan, mutta vastaan tulee maakohtaisia haasteita, mitä ei toisessa valtiossa edes tarvinnut miettiä. Haasteet saattavat kaataa koko suunnitellun operaation, vaikka kaikkeen mahdolliseen oltaisiin varauduttu etukäteen.

4.1 Lainsäädäntö

Kiinan lainsäädäntö aiheuttaa ongelmia niin ulkomaisille kuin paikallisille, mutta on edelleen huomattavasti ankarampi ulkomaalaisia yrityksiä ja henkilöitä kohtaan. Lait ovat kirjoitettu epämääräisesti ja löyhästi, joka tekee niistä todella vaikeasti tulkittavia. Tulkinta saattaa vaihdella huomattavasti eri puolilla Kiinaa ja virkamiesten välillä, kun taas länsimaalaiset ovat tottuneet toimimaan niin kuin laissa sanotaan eikä laki yleensä jätä mitään arvailujen varaan.⁴⁶

Kiinan tasavallan oikeuslaitos ei ole itsenäinen, vaan valtion hallituksella on määräämis-oikeus ja se valvoo oikeuslaitosta tarkasti. Puolue voi ottaa hoitaakseen poliittisesti vaikeita tapauksia ja määrätä oikeutta itse. Kansainvälisen tuomioistuimen toimivalta ei ulotu Kiinaan, sillä puolue ei ole hyväksynyt sitä. Ulkomaisille ei pystytä lupaamaan tasavertaista kohtelua oikeudenkäyntitilanteissa.⁴⁷ Kiinalaiset ovat tottuneet suojelemaan omiaan, joten ulkomaalaiselle oikeuden saaminen Kiinassa voi muodostua todella hankalaksi.



Uusia lakeja voidaan määrätä nopeallakin aikataululla, joten muutoksia tulee seurata jatkuvasti. Usein saatetaan myös määrätä jotain lakeja takautuvasti, kuten vuoden 2011 syyskuussa ilmoitettu verolaki, jossa ilmoitettiin, että se on astunut voimaan jo kaksi kuu-

kautta aikaisemmin. Vero olisi pitänyt maksaa tilille, jota ei ollut edes olemassa eräpäivän koittaessa, joka puolestaan johti myöhästymissakkoihin.⁴⁸

Kaikkien lakien noudattaminen on vaikeaa, sillä useat määräykset ja lait ovat ristiriidassa keskenään. Välillä määräyksiä ja lakeja voi rikkoa virkamiesten edessä ilman, että he siihen puuttuvat, mutta jonakin toisena päivänä he saattavat rangaista vastaavanlaisesta rikkeestä. Välillä jonkin lain olemassaolo unohdetaan, kunnes havahdutaan tilanteeseen, jossa kyseisestä unohdetusta laista saattaisi olla puolueelle tai yhteiskunnalle jokin hyöty. Paikalliset ovatkin menettäneet uskonsa lakeihin, sillä niitä kaikkia ei voi noudattaa, vaikka eläisi kuinka kuuliaista elämää. Korruptoituneet virkamiehet keksivät aina jonkin keinon saada lisärahaa keksimällä tarvittaessa jonkin lain tai määräyksen, jota on rikottu.⁴⁹

4.2 Korruptio

Korruptiolla tarkoitetaan valta-aseman väärinkäyttöä. Korruptio voi olla joko toimivallan mukainen korruptio tai toimivallan vastainen korruptio. Toimivallan mukaisessa korruptiossa virkamiehelle annetaan lahjus ja hän tekee asiasta helpommin tai nopeammin käsiteltävän. Toimivallan vastaisessa korruptiossa lahjuksen saaja hoitaa asiaa, johon hänellä ei ole valtuuksia. Lahjukset ovat yleensä erilaiset rahasummat tai kalliit esineet, kuten kellot. Korruptio ei pääty vain virkamiehiin tai poliitikkoihin, sillä lahjuksen antajat mahdollistavat kyseisen toiminnan ja myötävaikuttavat sen jatkumiseen.⁵⁰



Korruption kitkeminen on todella tärkeää, sillä maailmantalous kärsii suuret tappiot. Maailmanpankki on arvioinut 1000 miljardin dollarin katoavan korruptioon vuosittain, vaikka todellista hintaa ei koskaan tulla tietämään laajan peittelyn ja salailun takia. Korruptoituneiden valtioiden vähäosaiset elävät heikompaa elämää, koska eivät kykene maksamaan lahjuksia paremman sairaanhoidon tai koulutuksen puolesta. Usein myös juomakelpoinen vesi pitäisi hoitaa lahjuksilla. Infrastrukturi on heikkoa ja rakennukset saattavat koitua vaarallisiksi laadunvalvonnan puutteen takia. Myös järjestäytynyt rikollisuus kukoistaa ja kasvaa, sillä tekijöitä ei laiteta oikeuden eteen lahjusten myötä.⁵¹

Transparency internationalin tuottaman tutkimuksen mukaan Suomessa esiintyy maailman kolmanneksi vähiten korruptiota, kun taas Kiina on listalla sijalla 77. Vuoden 2017 tilastoissa mukana on 180 valtiota, joten Kiinan sijoitus on huolestuttava. Tutkimuksessa asiantuntijat ja liikemiehet arvioivat asteikolla 0-100 julkisen sektorin korruptiota, jossa 100 on puhdas ja 0 on erittäin korruptoitunut. Kiinan pisteet ovat 41, joten korruptio on selkeästi huomattavissa toimiessa Kiinassa.⁵²

Kiinassa laajaa huomiota herättänyt lääke- ja elintarvikehallinnon skandaali johti yli sadan ihmisen ja monen kotieläimen kuolemaan. Vuonna 2007 elintarvike- ja lääkehallinnon pääjohtaja Zheng Xiao-yun sai teloitustuomion, jonka lisäksi yli kolmellekymmenelle henkilölle luettiin tuomiot. Xiao-yun ehti toimia lääkehallinnon pääjohtajana 1998-2003, josta sai ylennyksen elintarvike- ja lääkehallinnon pääjohtajaksi vuosiksi 2003-2005. Xiao-yuninille luetusta tuomiosta kävi ilmi, että hän on vastaanottanut lukuisilta yrityksiltä lahjuksia. Myyntiin laskettiin monia väärennettyjä elintarvikkeita ja lääkkeitä vailla tarvittavia kokeita tai oikeanlaista sisältöä. Lukuisten markkinoilla olevien lääkkeiden pakkausta muokattiin ja esitettiin kyseessä olevan uusi lääke, jonka avulla hintaa saatiin korotettua. Skandaalin seurauksena yli 160 000 lääkkeen luvat vaativat tarkastusta ja ihmisten luottamus virastoon on rapissut.⁵³

Presidentti Xi Jinping on käynyt sotaa korruptiota vastaan ja hän on rangaissut jo miljonia korruptiota harrastavia niin korkean kuin matalan aseman omaavia puolueen virkamiehiä. Jotkut uskovat, että Jinping pyrkii vahvistamaan tällä valtaansa ja karsimalla kilpailijoita pois.⁵⁴

4.3 Immateriaalioikeudet

Kiinassa yhtenä suurena ongelmana on immateriaalioikeuksien puolustaminen. Kiinassa tuotteiden kopiointi on yleistä, joten omaa tuotetta on suojeltava erilaisilla patenteilla, tavaramerkeillä tai tekijänoikeuksilla. Suojautuminen kannattaa aloittaa ajoissa, jotta muut eivät ehdi ensin. Intellectual Property Rights (IPR) voidaan kääntää suomeksi immateriaalioikeudet. Nämä aineettomat tuotannontekijät ovat usein iso osa lopullisen tuotteen arvoa. Tuotteen markkinointiin, muotoiluun ja brändiin on käytetty paljon aikaa, joten mikään yritys ei halua, että ne varastetaan. WTO:n jäsenyyden myötä Kiina on tehnyt huomattavan parannuksen immateriaalioikeuksien noudattamiseen, mutta silti toiminta takkuilee.⁵⁵

Yritys, joka menestyy kansainvälisillä markkinoilla kannattaa rekisteröidä oma tavaramerkkinsä myös Kiinassa, vaikka tarkoituksena ei olisi juuri sillä hetkellä suunnata Kiinan markkinoille. Kiinassa noudatetaan toimintaperiaatetta, jossa ensimmäinen hakija saa tavaramerkin, patentin tai tekijänoikeudet omiin nimiinsä. Tilanteessa ei hyödytä erilaiset todistusaineistot kuka tuotteen keksi. Laaja menestys kansainvälisillä markkinoilla usein houkuttelee kopioijia. Mikäli tavaramerkkiä ei ole rekisteröity Kiinassa voi joku muu sen tehdä. Nämä tavaramerkin anastajat laittavat yrityksen tai tuotteen omiin nimiinsä ja niiden takaisinsaaminen on liki mahdotonta. Varkaat saattavat pyytää kohtuuttoman summan tavaramerkistä ja joissakin tapauksissa yritys on joutunut jopa uudelleen nimeämään oman tuotteen tai yrityksen nimen.⁵⁶

Immateriaalioikeuksien hakemiseen ja asiaan liittyviin kysymyksiin voi kysyä apua Team Finland –verkostolta, jossa työskentelee alan asiantuntijoita. Suomen ja Kiinan välillä on luotu Patent Prosecution Highway –sopimus, joka vauhdittaa patenttihakuprosessia huomattavasti.⁵⁷

Väärinkäytöksissä yrityksillä on kova kynnyks lähteä taistelemaan, sillä prosessi on usein pitkä ja voi viedä yritykseltä paljon varoja. Väärinkäytös on kuitenkin rikos ja yritys voi menettää paljon potentiaalisia asiakkaita tuotekopioiden takia. Oman haasteensa luo jatkuva muutos immateriaalioikeuksien suhteen, joten ajan tasalla pysyminen vaatii jatkuvaa opiskelua.⁵⁸

4.4 Ympäristöongelmat

Kiinassa ympäristöongelmat ovat levinneet todella laajalle alueelle taloudellisen kehittymisen myötä. Maan vesistöt ovat todella huonossa kunnossa ja melkein 70 prosenttia pohjavedestä on pilaantunutta. Iso osa kansasta jää ilman juomakelpoista vettä. Ympäristösaasteet vaikuttavat kansalaisiin todella vahvasti terveydentilan heikkenemisenä, joka puolestaan laskee taloudellista tuottavuutta. Ympäristöongelmista ja ilmansaasteista johdettuja ennenaikaisia kuolemia tapahtuu Kiinassa vuosittain yli miljoona kappaletta, joka kertoo ongelman todellisesta laajuudesta. Ilmansaasteiden aiheuttama taloudellinen kuormitus kasvaa jatkuvasti ihmisten muuttaessa kaupunkiin ja sen arvellaan vievän bruttokansantuotteesta jo melkein seitsemän prosentin arvoisen siivun.⁵⁹



Kommunistinen puolue on havahtunut ympäristöongelmien todelliseen laajuuteen ja onkin pyrkinyt vähentämään niitä erilaisilla keinoilla. Saastuttavia tehtaita on lakkautettu, ihmisten auton käyttöä säännöstellään ja energiantuotannossa on pyritty löytämään vaihtoehtoisia tapoja kivihillelle. Ympäristöongelmien vähentäminen on kuitenkin haastavaa, koska päätavoitteena on taloudellinen kasvu ja rajoitukset vähentävät tuottavuutta.⁶⁰

Ympäristöongelmien vähentäminen on osa puolueen viisivuotissuunnitelmaa ja sen tehostamiseksi on perustettu kaksi uutta ministeriötä, jotka pystyvät keskittämään kaiken toimivaltansa ympäristön suojeluun. Ekologisen ympäristön ministeriö on vastuussa saasteista niin maalla kuin merellä. Luonnonvaraministeriö mahdollistaa kokonaisvaltaisen suunnittelun ja hallinnan luontoa ja luonnonvaroja kohtaan. Ehkä nämä muutokset vihdoinkin osoittavat, että Kiina on siirtynyt suunnitelmavaiheesta täytäntöönpano vaiheeseen.⁶¹

5 Laatustandardit ja sertifikaatit

Kiinan lukuisat laatustandardit ja vaatimukset ovat herättäneet paljon kritiikkiä. Yritykset kokevat, että markkinoille on hankala päästä tai se on liian monimutkainen prosessi edes yrittääkseen. Tuotteille tarvitaan usein kalliita ja pitkäkestoisia testauksia, vaikka ne oltaisiin jo laatuvarmistettu kotimaassa. Sertifikaattien ja laatumerkintöjen hankinta maksaa todella paljon ja itse hakuprosessi saattaa kestää jopa yli vuoden. Yleisimmät sertifikaatit ja laatustandardit ovat China Compulsory Certificate sekä Chinese Food and Drug Administrationilta haettava lupa.

5.1 China Compulsory Certification, CCC

China compulsory certification on samantapainen laatusertifikaatti kuin eurooppalainen CE-sertifikaatti. CCC otettiin käyttöön vuonna 2002 ja se koskee sekä Kiinaan vietyjä tuotteita, että kiinalaisia tuotteita. Tuotteita ei saa tuoda, myydä tai käyttää ennen kuin sertifikaatti on hallussa. Kiinan tulliviranomaiset saattavat pidättää tuotteet tullissa tai palauttaa ne takaisin myyjälle, mikäli yrityksellä ei ole hallussa sertifikaattia. Väärinkäytetty merkintä tai luvaton merkinnän käyttö voi johtaa sakkoihin ja rangaistukseen. Sertifikaatti vaaditaan vain tietyissä tuotteissa, mutta silti jotkut kiinalaiset tulliviranomaiset saattavat vaatia nähdä todistuksen siitä. Väärinymmärrysten välttämiseksi ja viennin helpottamiseksi on siis hyvä hakea sertifikaattia varmuuden vuoksi.⁶²

Helpottaakseen ulkomaalaisten vientimuodollisuuksia CCC:ssä on yhdistetty kaksi entistä sertifikaattia, China Import and Export Commodity Inspection Bureau (CCIB) sekä China Commission for Conformity Certification of Electrical Equipment (CCEE). Ennen sertifikaatin myöntämistä tuotteet lähetetään kiinalaisiin laboratorioihin tarkastettavaksi. Myös tuotantolinjat tullaan tarkistamaan, jota seuraavat vuosittaiset tarkastukset, mikäli sertifikaatti myönnetään. Itse sertifikaatti on kuitenkin voimassa vuosia.⁶³

Koko prosessiin voi upota runsaasti aikaa, sillä normaalisti sertifikaatin saamiseen saattaa kuluakin puolesta vuodesta puoleentoista vuoteen. Prosessi pitää sisällään erilaisten hakemusasiakirjojen laatimista, tuotannon valmistelua sekä lukuisia maksuja ja kuluja. On kuitenkin perustettu yrityksiä, joiden avulla sertifikaatin hankintaan kuluu aikaa huomattavasti lyhyempi aika.⁶⁴

5.2 China Food and Drug Administration (CFDA)

China Food and Drug Administration eli CFDA vastaa lääkkeiden, lääkinnällisten laitteiden, kosmetiikan ja elintarviketeollisuuden toteutuksesta, täytäntöönpanosta ja valvonnasta. CFDA laatii näitä aloja koskevia säännöksiä ja määräyksiä. Kiinan säännösten mukaan uutta lupaa on anottava viiden vuoden välein. CFDA:n tehtäviin kuuluu perinteisten kiinalaisten lääkkeiden, lääkkeiden ja lääketieteellisten laitteiden rekisteröinti, testaus ja ylläpito. CFDA hallinnoi lääketeollisuutta sääntelemällä lääketuotantoa, pakkauksia ja hinnoista. Sillä on myös oikeus puuttua lääkeyhtiöiden toimintaan.⁶⁵

Kaikki kosmetiikkatuotteet vaativat CFDA:n hyväksyntää, jotta ne voidaan tuoda ja myydä Kiinassa. Jotkut kosmetiikkatuotteet vaativat myös erillisen CFDA:n valtuuttaman yrityksen teknisen tarkastelun. Näitä tuotteita ovat esimerkiksi hiusvärit, karvanpoistotuotteet, deodorantit, aurinkorasvat, laihdutukseen tarkoitetut tuotteet sekä lihaksen kasvattamiseen tarkoitetut tuotteet. Hakemus laaditaan yleensä kiinaksi ja siinä tulee olla tarkka, sillä se voidaan helposti hylätä tarpeellisten asiakirjojen tai tietojen puuttuessa. Asiakirjat vaihtelevat tuotteesta riippuen ja niistä pitäisi tulla ilmi mitä tuote sisältää. Tarvittavia lisäasiakirjoja ovat tuotteen turvallisuuden osoittavat raportit, jotka sisältävät mikrobiologisen, kemiallisen sekä toksikologisen testin tuloksen. Nämä testitulokset tulisi antaa valtuutettu testilaboratorio. Mikäli kyseessä on ulkomainen laboratorio, tulisi hakemukseen liittää ajankohtaiset sertifikaatit sekä laboratorion saamat kunniamaininnat.⁶⁶

CFDA tarkistaa asiakirjojen oikeellisuuden ja päättää tarvitseeko tuote CFDA:n erillistä hyväksyntää. Jotkut tuotteet eivät tarvitse erillistä hyväksyntää vaan ne voidaan viedä markkinoille heti. Poikkeustapauksissa CFDA ilmoittaa hakijalle mitä hänen tulee tehdä seuraavaksi. CFDA:n kanssa kannattaa olla yhteyksissä käsittelyprosessin aikana, jotta hakija saa kaiken tärkeän tiedon hakuprosessiin liittyen. Määräyksiensä mukaan ulkomailla tuotetut ja tuodut kosmetiikkatuotteet on testattava eläimillä ennen hyväksyntää kiinalaisille markkinoille. Jotkin tuotteet saavat poikkeusluvan, jolloin eläinkokeita ei tarvita. Poikkeusluvan saaneet eläinkoevapaat tuotteet arvioi terveydenhuollon tuotteiden arviointikeskus.⁶⁷

6 Vientikauppaa edistävät sopimukset ja tahot

Vientikauppaa on onneksi helpotettu erilaisilla sopimuksilla ja organisaatioiden jäsenyyksillä. Maailman kauppajärjestö pyrkii vapaakauppaan ja ottaa ongelmat ratkaistavakseen. Suomessa useat eri järjestöt, organisaatiot ja yritykset tarjoavat oman asiantuntevan tiedon niin vientitoimintaa suunnitteleville kuin kokeneille vientikonkareille



6.1 Kiinan WTO:n jäsenyys

Kiina liittyi maailman kauppajärjestön, WTO:n jäseneksi joulukuussa 2001 pitkään kestäneiden neuvottelujen jälkeen. Jäsenyyden odotettiin saavan aikaan positiivisia muutoksia tullihinnoissa sekä byrokratian helpottumista. Kiinalaiset puolestaan toivoivat rahavirran jatkuvan runsaana ja lupautuivat noudattamaan jäsenyyden tuomia ehtoja.⁶⁸

Jäsenyys on kuitenkin tuonut mukanaan runsaasti kritiikkiä, sillä Kiina ei ole noudattanut sopimuksen kaikkia ehtoja niin kuuliaisesti kuin on luvannut. Sääntöjen vastaisesti Kiina antaa edelleen etuisuuksia valtionyhtiöille. Valtion rooli on aina ollut Kiinassa vahva ja erilaiset etuisuudet pitävät sisällään muun muassa verohelpotuksia tai edullista rahoitusta. Markkinoiden odotettiin helpottuvan jäsenyyden myötä, mutta edelleen useat talouden sektorit ovat saavuttamattomissa. Ulkomaiset yritykset kohtaavat paljon epäoikeudenmukaisuutta vientiluotoksessa, hankintamenettelyissä ja raaka-aineiden hankinnassa.⁶⁹

Markkinatalousmaa-aseman puuttuminen on tuottanut Kiinalle päänvaivaa, sillä heidän mukaansa neuvotteluissa sovittiin, että asema saavutetaan 15 vuoden jälkeen sopimuksen allekirjoituksesta. Yhdysvallat ja EU eivät kuitenkaan ole olleet valmiita myöntämään Kiinalle kyseistä asemaa, koska kokevat, että valtion rooli vaikuttaa yhä liikaa Kiinan talouteen. Markkinatalousmaa-aseman saavuttaminen olisi Kiinalle taloudellisesti suotuisampi, sillä ilman asemaa tullit ovat korkeammat. Kiina on viime vuosien aikana asettanut

kasvavassa määrässä polkumyöntitulleja sekä määrännyt paljon uusia tulleja, josta voi päätellä, että Kiina ei ole valmis hyväksymään ilman taistelua.⁷⁰

Trumpin hallitus on vahvasti sitä mieltä, että Kiinan WTO-jäsenyyden myöntäminen oli virhe. Hallitus kokee, että Beijing kasvattaa eroa markkinatalouteen, vaikka jäsenyyden piti luoda vahvempaa pohjaa yhteiselle markkinataloudelle. Kiinan jäsenyyden odotettiin avaavan markkinat, joissa innokkaat kauppakumppanit ovat valmiina kansainväliseen kauppatoimintaan. Vuosien jälkeen Yhdysvallat ovat kuitenkin kokeneet, että Kiina ei pelaa reilua peliä, vaan ottavat enemmän kuin antavat. Trumpin hallitus on aloittanut taistelut Kiinan epäoikeudenmukaisuutta vastaan. Vuonna 2017 hallitus lähetti selvityspyynnön WTO:lle. Yhdysvaltojen mukaan Kiina vaatii ulkomaisia yrityksiä luovuttaa pitkälle kehittyntä teknologiaa kiinalaisten yritysten käyttöön onnistuneiden kauppajen varmistamiseksi. Yhdysvallat ovat myös toimittaneet järjestölle asiakirjan, jossa he ilmaisevat vastustavansa Kiinan markkinatalousmaa-aseman vahvistamista.⁷¹

26.3.2018 pidetyssä WTO:n kokouksessa Kiina kielsi osuutensa immateriaalioikeuksien rikkomiseen ja osoitti huolensa Trumpin asettamista alumiini- ja terästullien korotuksista nostamalla kanteen niitä vastaan.⁷² Kiinan ja Yhdysvaltojen konflikti kiihtyy, sillä kumpikaan ei ole valmis perääntymään taistelusta. Jokaista Yhdysvaltojen asettamaa lisätullia kohtaan Kiina pyrkii asettamaan yhtä suuria lisätulleja. Kiinan valtiovarainministeri Zhu Guangyao muistuttaa, että Kiina ei ole ennenkään murtunut paineen alla ja kokee, että paine auttaa kehityksessä ja innovatiivisuudessa. Hän kuitenkin toivoo, että konflikti saataisiin sovittua mahdollisimman nopeasti.⁷³ Havaittavissa on siis mahdollinen kauppasota, jolla saattaa olla myös laajat seuraukset muille kansainvälisille toimijoille.

6.2 TTT-sopimus

Taloudellista, teollista ja teknistä yhteistyötä koskeva sopimus TTT solmittiin Kiinan ja Suomen välille vuonna 2005. Sopimuksessa pyritään nimensä mukaisesti kehittämään jäsenmaiden keskeistä yhteistyötä taloudellisella, teollisella ja teknisellä sektorilla kuitenkin lakeja ja säädöksiä noudattaen. Sopimus kannustaa jäsenmaita laajempaan vuorovaikutukseen niin järjestöjen kuin eri kansallisten tahojen kesken. Sopimuksen tarkoituksena on myös vahvistaa immateriaalioikeuksia.⁷⁴

6.3 Suomalais-kiinalainen kauppayhdistys ry

Suomalais-kiinalainen kauppayhdistys ry tarjoaa apua niin yrityksille kuin yksityisille henkilöille. Ammattitaitoiset ihmiset tarjoavat ajankohtaista tietoa muuttuvista lainsäädännöistä, Kiinan markkinoista sekä monista muista ajankohtaisista aiheista. Yhdistys järjestää erilaisia tilaisuuksia, joissa on mahdollisuuksia luoda yrityksen paljon tarvitsemia kontakteja.⁷⁵

6.4 Team Finland

Team Finlandin takana työskentelee joukko alan ammattilaisia. Team Finland kokoaa yhteen monet eri organisaatiot, kuten työ- ja elinkeinoministeriön, Business Finlandin, rahoituslaitos Finnveran, Tesin, ELY-keskuksen, Patentti ja rekisterihallituksen sekä Ulkoasiainministeriön. Team Finlandin tarkoituksena on antaa yrityksille kattavan palveluketjun niin kansainvälistymiseen kuin rahoitukseen liittyvissä asioissa.⁷⁶

6.5 Business Finland

Vuonna 2018 innovaatorahoituksen tarjoaja Tekes ja investointi-, kansainvälistymis- sekä matkailunedistämispalveluita luotsaava Finpro fuusioituivat Business Finlandiksi tarjoten yrityksille vielä kattavampia palveluita. Business Finlandin laaja joukko asiantuntijoita ympäri maailmaa tarjoavat yrityksille mahdollisuuksia kansainvälistymiseen.⁷⁷

6.6 Finnvera

Finnvera on suomalainen valtio-omisteinen rahoituslaitos, joka tarjoaa mahdollisuuden aloittavan yritystoiminnan toteuttamiseen, yritystoiminnan kasvuun ja kehitykseen sekä kansainvälisen kaupan toiminnan alullepanoon ja edistämiseen. Lainojen lisäksi Finnvera myöntää myös takauksia ja vientitakuuta. Finnvera on muun muassa rahoittanut vientiä jo 22,2 miljardin euron edestä.⁷⁸

7 Käytännön tekijät

Vientikauppaa Kiinaan harkitsevilla on hyvä ottaa huomioon erilaiset määräykset, joita kiinalaiset viranomaiset ovat luoneet. Onnistunut kauppa on monen tekijän summa ja puuttuvat asiakirjat tai jonkin vientiin liittyvän vaiheen huomiotta jättäminen saattaa aiheuttaa suuriakin lisämaksuja, aikataulun viivästymistä tai peruuntuneita kauppvoja. Kauppasopimuksen ja kauppalaskun lisäksi Kiinassa tarvitaan muitakin asiakirjoja ja pakkausmääräykset ovat tiukkaan rajattuja.

7.1 Alkuperätodistus

Kiinassa alkuperätodistusta vaativat yleensä tulliviranomaiset. Alkuperätodistuksen puuttuminen voi johtaa korkeampiin tulleihin. Mikäli maksutapana halutaan käyttää rembursia, vaatii sen avaaminen alkuperätodistuksen. Suomen kauppakamari myöntää alkuperätodistuksen ja tarvittaessa sen voi vahvistuttaa.⁷⁹

7.2 Pakkaukset

Tuotteen pakkauksessa on Kiinassa määräyksiä, jonka mukaan itse kosmetiikan tulisi täyttää yli puolet paketista. Tyhjään tilaan lasketaan esimerkiksi pakkauspaperi ja pakkaukseen jäävä tyhjä tila. Määräys koskee myös elintarvikkeita. Pakkauksia valvotaan tarkasti ja esimerkiksi paikalliset supermarketit ovat saaneet ovat saaneet vaatimuksen lopettaa näiden tuotteiden myynti tai he saavat sakkoja.⁸⁰



Kiina noudattaa ISPM 15 –standardeja, joiden mukaan puutavaran tulee olla kuoretonta. Kaikki maahan vietävät puupakkaukset tulee säännösten mukaan läpikäydä tehokkaan

desinfiointi ja tuholaiistorjunta prosessin alkuperämaassa.⁸¹ Suomessa puu kuumennetaan tarpeeksi korkeaan lämpötilaan, joka tuhoaa kaikki epätoivotut tuholaiset ja taudit. Pakkaukset tulee merkitä IPPC-merkinnällä eli kansainvälisen kasvinsuojeluyleissopimuksen merkinnällä.⁸²

7.3 Pakkalista

Kiinan tulliviranomaiset vaativat jokaisista maahan tulevista lähetyksistä pakkalistan. Pakkalistassa tulee olla tiedot mitä lähetys sisältää ja kuinka paljon kyseisiä tuotteita on, jos lähetykseen kuuluu useampi kolli, tulee myös se ilmoittaa. Lähetysten mitat, kuten pituus, paino ja tilavuus pitää myös kirjata pakkalistaan. Lopulta pakkalista allekirjoitetaan, joka tekee dokumentista virallisen.⁸³

7.4 Kuljetukset

Valittaessa kuljetusmuotoa Kiinaan on huomioitava valtion kaukainen sijainti. Suurin osa kuljetuksista Kiinaan tapahtuu meritse ja arvokkaammat kuljetukset hoidetaan lentorahtina perille. Merikuljetukset Kiinaan kestävät yleensä 6-8 viikkoa. Myös rautatiekuljetus on mahdollinen, mutta edelleen harvinainen. Hinta on merirahdia kalliimpi, mutta ajallisesti huomattavasti nopeampi.



Kiinaan suuntautuvien kuljetusten uusi haastaja saattaa olla rautatiekuljetukset, sillä Jinping on kovasti ajanut eteenpäin silkkitieksi kutsuttavaa rautatieverkostoa Kiinasta Suomeen. Ensimmäinen tavarajuna Kouvolaan Kiinaan lähti liikkeelle marraskuussa 2017 ja

saapui perille kaksi viikkoa myöhemmin. Silkkiteillä Suomesta Kiinaan on kolme rajanylitystä, jotka tuottavat omat haasteensa, sillä jokaisella valtiolla erilaiset rajanylitysmuodollisuudet. Matka oli ensimmäinen, joten toiminta muuttuu sujuvammaksi ajan mittaan ja tarkoituksena on saada toiminta sujuvaksi myös Kiinasta Suomeen.⁸⁴

Kuljetuksissa tarvitaan aina asiakirja todisteeksi. Merirahdin pääasiakirja konossementti oikeuttaa tavarahan ja siitä käy ilmi lähetyksen tarkemmat tiedot. Lentorahdissa vaaditaan aina air waybill. Kyseiset asiakirjat tulee esittää maan tulliviranomaisille niitä vaadittaessa.

7.5 Maksutavat

Finnveran⁸⁵ maaluokituksen mukaan Kiinalla on hyvä maksukyky, joten kaupankäynti on suhteellisen turvallista. Kaupankäynnissä on hyvä kuitenkin huomioida mahdolliset riskit ja valita maksuehdot huolella. Useimmiten pankeilla on tarjota erilaisia vakuuksia, mikäli jokin menee maksun kanssa pieleen.



Kiinan kaupassa todella yleinen maksutapa on remburssi. Se on luotettava sekä myyjälle että ostajalle ja maksuehdot voidaan määritellä tarkkaan. Remburssi on hyvä valinta toimiessa uusien kauppakumppaneiden kanssa, vaikka onkin maksuehdoista eniten kuluja aiheuttava. Myös perittävää käytetään Kiinan kaupassa jonkin verran, mutta se ei suojaa myyjää samalla tavalla kuin remburssi.

- 1 World Population Review 2018.
- 2 Globalis 2016.
- 3 Globalis 2016.
- 4 Globalis 2016.
- 5 BBC 2012.
- 6 BBC 2018.
- 7 Matikainen 2018.
- 8 Glenn & Yao 2018.
- 9 Mukailen, Bofit 2018.
- 10 Bofit 2018.
- 11 Jauhiainen 2018.
- 12 Jauhiainen 2018.
- 13 Euroopan keskuspankki 2018.
- 14 Mukailen, Tradingeconomics 2018.
- 15 Tradingeconomics 2018.
- 16 World Population Review 2018.
- 17 World Population Review 2018.
- 18 Worldometers 2018.
- 19 Bofit 2018.
- 20 World Popultaion Review 2018.
- 21 Banjo 2018a.
- 22 Cheng 2017.
- 23 Cheng 2017.
- 24 Banjo 2018b.
- 25 Mcneice 2017.
- 26 Statista 2018.
- 27 Alibaba Group.
- 28 Arho Havrén & Rutanen 2010, 100.
- 29 Arho Havrén & Rutanen 2010, 100.
- 30 Arho Havrén & Rutanen 2010, 101.
- 31 Arho Havrén & Rutanen 2010, 101.
- 32 Arho Havrén & Rutanen 2010, 99.
- 33 Goh & Sullivan 2011.
- 34 Goh & Sullivan 2011.
- 35 Torrens 2010, 19.
- 36 World learner Chinese.
- 37 Arho Havrén & Rutanen 2010, 162-163.
- 38 Arho Havrén & Rutanen 2010, 167.
- 39 Kifle.
- 40 Arho Havrén & Rutanen 2010, 170.
- 41 Arho Havrén & Rutanen 2010, 171.
- 42 Hudgins 2017.

- 43 Hudgins 2017.
- 44 Hudgins 2017.
- 45 Koskinen 25.4.2016.
- 46 Poropudas 2012.
- 47 Nordeatrade 2018.
- 48 Poropudas 2012.
- 49 Poropudas 2012.
- 50 Transparency International New Zealand.
- 51 Transparency International Suomi.
- 52 Transparency International 2018.
- 53 Suomen pääkonsulaatti Kanton 2007.
- 54 BBC 2018.
- 55 Heikkinen 2013.
- 56 Heikkinen 2013.
- 57 Heikkinen 2013.
- 58 Sundman 2017.
- 59 Bofit 2017b.
- 60 Bofit 2017b.
- 61 Kit 2018.
- 62 China Certification b.
- 63 China Certification b.
- 64 China Certification b.
- 65 The US-China Business Council.
- 66 China Certification a.
- 67 China Certification a.
- 68 Kaleva 2018.
- 69 Elinkeinoelämän keskusliitto.
- 70 Bofit 2017a.
- 71 Donnan 2018.
- 72 Miles 2018.
- 73 Muilu 2018.
- 74 Markkanen 2005.
- 75 Kauppayhdistykset.
- 76 Team Finland.
- 77 Business Finland.
- 78 Finnvera 2017.
- 79 Keskuskauppakamari.
- 80 Shanghai Daily 2013.
- 81 General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of P.R.C.
- 82 Evira 2018.
- 83 General Administration of Customs People's Republic of China 2005.
- 84 Tenovirta 2017.
- 85 Finnvera 2018.

Lähteet

Alibaba Group. History and milestones. Luettavissa:

<http://www.alibabagroup.com/en/about/history>. Luettu: 18.4.2018.

Arho Havrén, S. & Rutanen, P. 2010. Menestyvä liiketoiminta Kiinassa. WSOYpro Oy. Juva.

Banjo, S. 2018a. China protectionism creates tech billionaires who protect Xi. Bloomberg Technology. Luettavissa: https://www.bloomberg.com/amp/news/articles/2018-03-06/how-china-protectionism-creates-tech-billionaires-who-protect-xi?_twitter_impression=true. Luettu: 18.4.2018.

Banjo, S. 2018b. It's becoming harder to use cash in China. Bloomberg Technology. Luettavissa: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-02-13/it-s-becoming-harder-to-use-cash-in-china>. Luettu: 18.4.2018.

BBC 2012. How China is ruled: National People's Congress. Luettavissa: <http://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-13908155>. Luettu: 19.4.2018.

BBC 2018. Profile: China's President Xi Jinping. Luettavissa: <http://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-11551399>. Luettu: 4.4.2018.

Bofit 2017a. Kauppapolitiikka hiertää Kiinan ja länsimaiden välejä. Luettavissa: https://www.bofit.fi/fi/seuranta/viikkokatsaus/2017/vw201749_5/. Luettu: 27.3.2018.

Bofit 2017b. Ympäristöongelmat suuri painolasti Kiinan taloudelle. Luettavissa: https://www.bofit.fi/fi/seuranta/viikkokatsaus/2017/vw201725_6/. Luettu: 14.4.2018.

Bofit 2018. Kiina-tilastot. Luettavissa: <https://www.bofit.fi/fi/seuranta/tilastot/kiina-tilastot/>. Luettu: 13.4.2018.

Business Finland. Tietoa Business Finlandista. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/tietoa-meista/lyhyesti/>. Luettu: 14.4.2018.

Cheng, E. 2017. Cash is already pretty much dead in China as the country lives the future with mobile pay. Luettavissa: <http://www.straitstimes.com/asia/east-asia/chinas-mobile-payment-volume-is-worlds-largest-at-s167-trillion>. Luettu: 18.4.2018.

China Certification a. CFDA for cosmetic products. Luettavissa: <https://www.china-certification.com/en/cfda-for-cosmetic-products/>. Luettu: 5.4.2018.

China Certification b. What is CCC. Luettavissa: <https://www.china-certification.com/en/what-is-ccc/>. Luettu: 27.3.2018.

Donnan, S. 2018. US says China WTO membership was a mistake. The Financial Times. Luettavissa: <https://www.ft.com/content/edb346ec-fd3a-11e7-9b32-d7d59aace167>. Luettu: 27.3.2018.

Elinkeinoelämän keskusliitto. Kiina – kauppa ja kaupan esteet kasvavat. Luettavissa: <https://ek.fi/mita-teemme/kauppapolitiikka/kiina/>. Luettu: 27.3.2018.

Euroopan Keskuspankki 2018. Mitä on inflaatio? Luettavissa: <https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/hicp/html/index.fi.html>. Luettu: 3.4.2018.

Evira 2018. Puisen pakkausmateriaalin ISPM –standardi. Luettavissa: <https://www.evira.fi/kasvit/tuonti-ja-vienti/puinen-pakkausmateriaali/ispm-15--standardi/>. Luettu: 14.4.2018.

Finnvera 2017. Finnvera lyhyesti. Luettavissa: <https://www.finnvera.fi/finnvera/tietoa-finnverasta/finnvera-esittely>. Luettu: 14.4.2018.

Finnvera 2018. Maaluokitukset ja maaluokituskartta. Luettavissa: <https://www.finnvera.fi/vienti/vientitakuutoiminta/maaluokitukset>. Luettu: 21.3.2018.

General Administration of Customs People's Republic of China 2005. In Customs Declaration Formality, besides the Declaration Form for Import/Export Goods, What Other Documents Are Required? Luettavissa: <http://english.customs.gov.cn/Statics/41a35098-65f0-4c94-a2cb-ac76535946d3.html>. Luettu: 14.4.2018.

General Administration of Quality Supervision , Inspection and Quarantine of P.R.C. 2006. Announcement on Relevant Issues Concerning the Implementation of New Provisions on Quarantine of Wooden Packages of Imported Goods. Luettavissa:

http://english.aqsiq.gov.cn/PolicyRelease/EntryExitAnimalandPlantQuarantine/200907/t20090702_120431.htm. Luettu: 14.4.2018.

Glenn, K. & Yao, E. 2018. China's GDP accelerates for first time in seven years. Reuters. Luettavissa: <https://www.reuters.com/article/us-china-economy-gdp/chinas-2017-gdp-growth-accelerates-for-first-time-in-seven-years-idUSKBN1F700J>. Luettu: 9.4.2018.

Globalis 2016. Kiina. Luettavissa: <http://globalis.fi/Maat/Kiina>. Luettu: 4.4.2018.

Goh, A. & Sullivan, M. 2011. The most misunderstood business concept in China. Business Insider. Luettavissa: <http://www.businessinsider.com/the-most-misunderstood-business-concept-in-china-2011-2?r=US&IR=T&IR=T>. Luettu: 23.3.2018.

Heikkinen, A. 2013. Suojaa oikeutesi – Kiinassakin. Ulkoministeriö. Luettavissa: <http://www.formin.fi/public/default.aspx?contentid=288842&contentlan=1&culture=en-US>. Luettu: 28.3.2018.

Hudgins, J. 2017. 8 etiquette tips for doing business in China. CNBC. Luettavissa: <https://www.cnbc.com/2017/06/27/etiquette-tips-for-doing-business-in-china.html>. Luettu: 23.3.2018.

Jauhiainen, H. 2018. Katsaus Kiinan taloustilanteeseen vuoden 2018 alussa. Suomen Suurlähetystö Peking. Ulkoministeriö. Luettavissa: <http://www.finland.cn/public/default.aspx?contentid=371953&nodeid=35178&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 9.4.2018.

Kaleva 2001. Kiina virallisesti WTO:n jäseneksi. Luettavissa: <http://www.kaleva.fi/uutiset/talous/kiina-virallisesti-wton-jaseneksi/131200/>. Luettu: 27.3.2018.

Kauppayhdistykset. Suomalais-Kiinalainen kauppayhdistys ry – Finland-China Trade Association. Luettavissa: <https://kauppayhdistys.fi/suomi-kiina/>. Luettu: 14.4.2018.

Keskuskauppakamari. Alkuperätodistus. Luettavissa: <https://kauppakamari.fi/kansainvaliset-asiat/asiakirjat/ulkomaankaupan-asiakirjat-2/alkuperatodistus/>. Luettu: 28.3.2018.

Kifle, Y. What you need to know when negotiating in China. Allbusiness. Luettavissa: <https://www.allbusiness.com/what-you-need-to-know-when-negotiating-in-china-11659720-1.html>. Luettu: 23.3.2018.

Kit, P. 2018. China enters a new era for conservation and pollution control, but can it implement all the sweeping changes? South China Morning Post. Luettavissa: <http://www.scmp.com/comment/insight-opinion/article/2138029/china-enters-new-era-conservation-and-pollution-control-can>. Luettu: 19.4.2018.

Koskinen, T. 25.4.2016. Kiinan kieli vai kiinan kielet. Chinese takeaway – havaintoja Kiinasta. Ulkoministeriön blogit. Luettavissa: <https://blogit.ulkoministerio.fi/kiina/kiinan-kieli-vai-kiinan-kielet/>. Luettu: 4.4.2018.

Markkanen, J. 2005. Suomen ja Kiinan välillä allekirjoitettiin TTT-sopimus. Ulkoministeriö. Luettavissa: <http://formin.fi/public/default.aspx?contentid=43000&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 12.4.2018.

Matikainen, J. 2018. Analyysi: Xi sai Kiinasta elinikäisen otteen – Kiina kääntyy kohti menneisyyttään, mutta Xin suuret unelmat eivät tee hänestä vielä uutta Maoa. Yle. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10111504>. Luettu: 4.4.2018.

McNeice, A. 2017. WeChat comes to Britain. The Telegraph. Luettavissa: <https://www.telegraph.co.uk/news/world/china-watch/technology/wechat-chinese-mobile-payment-britain/>. Luettu: 18.4.2018.

Miles, T. 2018. China urges WTO members: Put U.S. tariff 'beast back in the cage'. Reuters. Luettavissa: <https://www.reuters.com/article/us-usa-china-trade-wto/china-urges-wto-members-put-u-s-tariff-beast-back-in-the-cage-idUSKBN1H2151>. Luettu: 27.3.2018.

Muilu, H. 2018. Kiina iskee heti uusilla vastatulleilla – listalla amerikkalaisia autoja, viskiä, tupakkaa ja soijapapuja. Yle. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10144058>. Luettu: 4.4.2018.

Nordeatrade 2018. Business law in China. Luettavissa: <https://www.nordeatrade.com/en/explore-new-market/china/legal-environment?>. Luettu: 19.4.2018.

Poropudas, T. 2012. Kiinalaisia lakeja ja tulkintoja. Taloussanomien. Luettavissa: <https://www.is.fi/taloussanomien/art-2000001754744.html>. Luettu: 13.4.2018.

Shanghai Daily 2013. Top cosmetic firms guilty of overpacking. Luettavissa: http://www.china.org.cn/business/2013-09/06/content_29945584.htm. Luettu: 14.4.2018.

Statista 2018. Number of onlineshoppers in China from 2006 to 2017 (in millions). Luettavissa: <https://www.statista.com/statistics/277391/number-of-online-buyers-in-china/>. Luettu: 18.4.2018.

Sundman, R. 2017. Muistitko aineettomat oikeudet. Kauppapolitiikka. Luettavissa: <https://kauppapolitiikka.fi/kauppaneuvottelut/muistitko-aineettomat-oikeudet/>. Luettu: 2.4.2018.

Suomen pääkonsulaatti Kanton 2007. Korruptio pahenee edelleen Kiinassa. Ulkoministeriö. Luettavissa: <http://um.fi/public/default.aspx?contentid=92709&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 13.4.2018.

Team Finland. Team Finland lyhyesti. Luettavissa: <http://team.finland.fi/team-finland-lyhyesti>. Luettu: 14.4.2018.

Tenovirta, J. 2017. Kiinan juna pääsi kolmen päivän viiveellä perille – Silkkitie taittui 900 kilometriä päivässä. Kouvola Sanomat. Luettavissa: <https://kouvola-sanomat.fi/uutiset/lahella/dc85e325-dfab-465d-ae42-cc74bbe2ff7b>. Luettu: 26.3.2018.

Torrens, C. 2010. Doing Business in China. Profile Books Ltd. London.
Trading economics 2018a. China GDP. Luettavissa: <https://tradingeconomics.com/china/gdp>. Luettu: 9.4.2018.

Trading economics 2018. China inflation rate. Luettavissa: <https://tradingeconomics.com/china/inflation-cpi>. Luettu: 3.4.2018.

Transparency International 2018. Corruption perception index 2017. Luettavissa: https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017. Luettu: 28.3.2018.

Transparency International New Zealand. Frequently asked questions about corruption. Luettavissa: <https://www.transparency.org.nz/faqs-about-corruption/>. Luettu: 3.4.2018.

Transparency International Suomi. Mitä teemme. Luettavissa: <http://www.transparency.fi/mita-teemme/>. Luettu: 3.4.2018.

The US-China Business Council. China Food and Drug Administration (CFDA). Luettavissa: <https://www.uschina.org/policy/china-food-and-drug-administration-cfda>. Luettu: 5.4.2018.

World Learner Chinese. What is Guanxi. Luettavissa: <http://www.worldlearnerchinese.com/content/what-guanxi>. Luettu: 23.3.2018.

Worldometers 2018. China population (live). Luettavissa: <http://www.worldometers.info/world-population/china-population/>. Luettu: 4.4.2018.

World Population Review 2018. China Population 2018. Luettavissa: <http://worldpopulationreview.com/countries/china-population/>. Luettu: 8.4.2018.

Kuvat: <https://pixabay.com>