



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

REETTA PALONEN

COVID-19 pandemian vaikutus vientiin Rauman seudulla

KANSAINVÄLISEN KAUPAN TUTKINTO-OHJELMA
2022

Tekijä(t) Palonen Reetta	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä kesäkuu 2022
	Sivumäärä 34	Julkaisun kieli Suomi
Julkaisun nimi COVID-19 pandemian vaikutukset vientiin Rauman seudulla		
Tutkinto-ohjelma Kansainvälinen Kauppa		
<p>Tässä opinnäytetyössä tutkittiin COVID-19 pandemian vaikutuksia Rauman seudulla toimivien yritysten vientiin. Opinnäytetyön teoriaosa on jaettu kahteen lukuun, joista ensimmäisessä luvussa käytiin läpi vientiä itsessään ja yritysten vientiorganisaation tehtäviä. Teorian toisessa luvussa tutustuttiin COVID-19 pandemiaan ja sen vaikutuksiin viennissä.</p> <p>Tutkimuksen tavoitteena oli ymmärtää miten COVID-19 oli vaikuttanut Rauman seudulla toimivien vientiyritysten vientiin. Tutkimusotteena käytettiin kvantitatiivista tutkimusta. Kvantitatiivinen tutkimus suoritettiin kysymyslomakkeen avulla, joka lähetettiin valituille yrityksille sähköpostilla. Kyselyn avulla selvitettiin yritysten kokemuksia siitä, miten COVID-19 pandemia on vaikuttanut heidän vientitoimintaansa.</p> <p>Rauman seudulla toimivien vientiyritysten kokemukset COVID-19 pandemiasta olivat vuonna 2020 melko samankaltaisia, mutta nämä erot kasvoivat vuoden 2021 aikana, sillä osa yrityksistä kertoi viennin alkaneen kasvaa vuoden 2021 aikana kun taas osan vienti jatkoi laskua. Etäyhteyksien tärkeys nousi pandemian aikana erityisesti esiin ja näitä pyrittiin tehostetusti käyttämään enemmän.</p>		
<p>Asiasanat COVID-19, vienti, vientimuodot, vientiorganisaatio, pandemia</p>		

Author(s) Palonen Reetta	Type of Publication Bachelor's thesis	Date June 2022
	Number of pages 34	Language of publication Finnish
Title of publication Effects of COVID-19 pandemic on export in the Rauma region		
Degree Program International Trade		
<p>This thesis investigated the effects of COVID-19 pandemic on exporting companies operating in the Rauma region. The thesis' theory section is divided into two chapters: where the first chapter covers export itself and the tasks of a corporate export organization. The second chapter introduces COVID-19 pandemic and its effects on export.</p> <p>The aim of the thesis was to understand how COVID-19 had influenced the companies export operation in the Rauma region. The thesis' research approach was quantitative research. Quantitative research was conducted by using a questionnaire sent to the selected companies by e-mail. The survey explored the companies' experiences of how the COVID-19 pandemic has influenced their export activities.</p> <p>The experiences of the companies export in case of COVID-19 pandemic were quite similar with one another in 2020 but in 2021 the differences in export started to appear more divided than before. The reason for this was because in 2021 some companies export started to grow whereas others continued have problems. The importance of remote connections was particularly prominent during the pandemic, and more efforts were made to use these more efficiently.</p>		
<u>Key words</u> COVID-19, export, types of export, export organization, pandemic		

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 ONGELMAN ASETTELU JA TUTKIMUKSEN KÄSITTEELLINEN VIITEKEHYS	5
2.1 Ongelman asettelu	5
2.2 Opinnäytetyön käsitteellinen viitekehys	6
3 VIENTI	7
3.1 Fyysisten tuotteiden vientimuodot	8
3.2 Eri vientimuotoihin liittyviä riskejä	10
3.3 Palvelujen vienti	11
3.4 Vientiorganisaation tehtäviä	12
3.4.1 Vientiin liittyviä dokumentteja ja sopimuksia	14
3.4.2 Vientiin kuuluvia riskejä ja niiden hallintaa	16
4 COVID-19 JA VIENTI	18
4.1 COVID-19 pandemian vaikutus vientiin maailmalla	18
4.2 COVID-19 pandemian vaikutus vientiin Suomessa	20
4.2.1 COVID-19 vaikutus vientiin tavaraluokittain	22
4.2.2 COVID-19 vaikutus vientiin maakunnittain	24
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	25
5.1 Tutkimusasetelma	25
5.2 Tutkimusote	25
5.3 Aineiston keruu	26
5.4 Analyysi	27
5.5 Reliabiliteetti ja validiteetti	27
6 TUTKIMUSTULOKSET	28
7 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	32
7.1 Yhteenveto	32
7.2 Johtopäätökset	33
8 LOPPUSANAT	33
LÄHTEET	
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöksi valittiin COVID-19 pandemian vaikutukset vientiin Rauman seudulla. Työn aiheeksi valittiin Rauman seutu sen takia, koska itse opiskelen alueella sekä seudulla on paljon yrityksiä, jotka harjoittavat vientiä.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia miten COVID-19 pandemia on vaikuttanut vientiä harjoittavien yritysten toimintaan kovien koronarajoitusten takia ja miten ne olivat toimineet ylläpitääkseen vientiä.

Opinnäytetyö etenee siinä järjestyksessä, että ensimmäisenä käydään läpi opinnäytetyön ongelman asettelua ja sen jälkeen tutkimuksen käsitteellistä viitekehystä. Näiden jälkeen onkin vuorossa teoriaosuus, joka koostuu kahdesta osasta. Ensimmäisessä osassa käydään läpi vientiä itsessään niin sen muotoja kuin myös vientiorganisaation tehtäviä yrityksen sisällä. Toisessa osuudessa käydään läpi COVID-19 pandemian vaikutuksia niin maailmalla kuin myös Suomessa. Tämän jälkeen tuleekin tutkimusosuus, jossa ensimmäisenä käydään läpi tutkimusmenetelmiä ja miten opinnäytetyön tutkimus toteutettiin. Näin päästään etenemään itse tutkimustuloksiin. Viimeiseksi opinnäytetyössä on yhteenveto, joka kerää yhteen teoriaosuuden tärkeimmät asiat, sekä johtopäätökset, jossa kerätään yhteen tutkimustulokset ja tärkeimmät havainnot tutkimuksesta.

2 ONGELMAN ASETTELU JA TUTKIMUKSEN KÄSITTEELLINEN VIITEKEHYS

2.1 Ongelman asettelu

Kuten johdannossa tuli jo ilmi opinnäytetyön aiheeksi valittiin COVID-19 pandemian vaikutus Rauman seudulla toimivien yritysten vientiin. Aihe valittiin, koska nyt 2022 olemme pääsemässä pois suurimmista koronakriisiin kohdistuvista rajoituksista ja

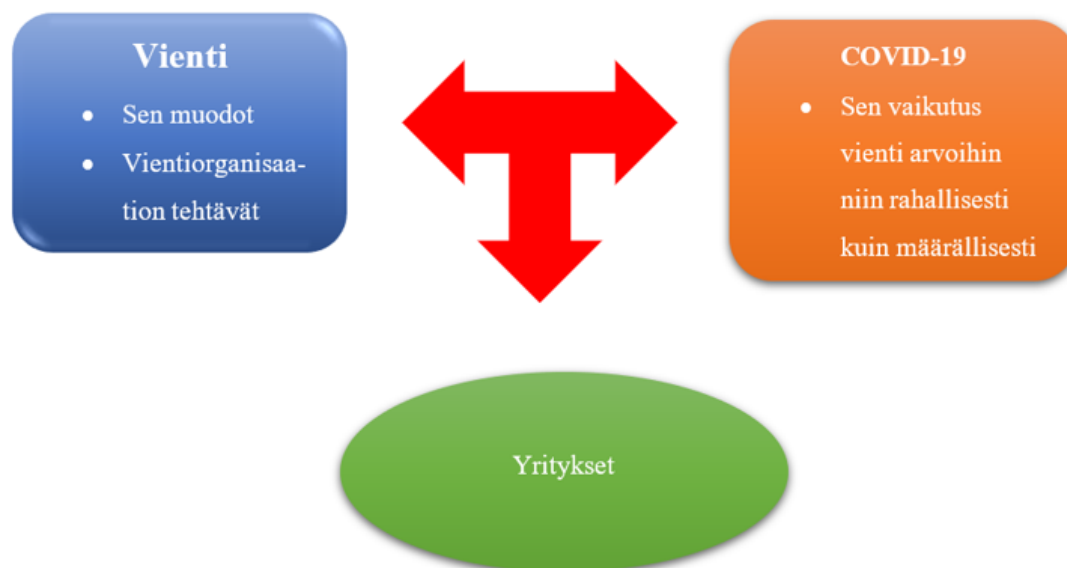
näin ollen pystymme jo näkemään, miten koronapandemia on vaikuttanut yritysten vientiin ja miten tämä eroaa normaalista tilanteesta.

Opinnäytetyössä tutkimusongelmana on selvittää, millaisia vaikutuksia COVID-19 pandemialla on ollut Rauman seudulla toimivien yritysten vientiin. Tarkentaviksi aliohjelmissä valikoituivat seuraavat kysymykset:

1. Miten COVID-19 on vaikuttanut yritysten toimintaedellytyksiin?
2. Miten COVID-19 on vaikuttanut yritysten vientiin 2020, 2021 ja miten sen ennakoitaan vaikuttavan niiden vientiin 2022?
3. Miksi COVID-19 on vaikuttanut yrityksen vientiin?
4. Onko yrityksen koolla ollut väliä, miten COVID-19 pandemia on vaikuttanut vientiin?
5. Miten yritykset ovat reagoineet COVID-19 pandemia tuomiin vaikutuksiin viennissä?

2.2 Opinnäytetyön käsitteellinen viitekehys

Kuvion 1 viitekehys on rakennettu siten, että teoreettisessa osassa käydään ensiksi läpi vientiä, sen muotoja ja vientiorganisaation tehtäviä. Tämän jälkeen siirrytään selvittämään miten COVID-19 pandemia näkyy viennissä. Tämä tapahtuu siten, että tarkastelemme miten viennin arvo ja vienti määrät ovat muuttuneet pandemian aikana.



Kuvio 1. Opinnäytetyön käsitteellinen viitekehys: COVID-19 vaikutus Rauman seudulla toimivien yritysten vientiin. (Opinnäytetyön tekijä, 2022.)

Työssä lähdetään liikkeelle kuvion 1 vasemmasta yläkulmasta, jonka jälkeen siirrytään suoraan oikealle puolelle. Työn empiirinen tutkimus taas kohdistuu kuvion 1 alaosaan, jossa ovat yritykset. Yritysten näkemykset, siitä miten COVID-19 on vaikuttanut niiden toimintaan, selvitetään kyselytutkimuksella, joka löytyy myöhemmin opinnäytetyön luvusta 7.

3 VIENNI

Viennillä tarkoitetaan yritysten kotimaan rajan ylittävää toimintaa, kun yritykset myyvät omia tuotteitaan tai palvelujaan, esimerkiksi patenttioikeuksia, suunnitelmia ja tuotemerkkejä, ulkomaalaisille asiakkailleen. Asiakkaina voivat toimia niin loppuasiakas, joka on ostanut tuotteen tai palvelun tai muun asian, eikä tuote sellaisenaan jatka eteenpäin, tai jälleenmyyjät, jotka välittävät tavaraa eteenpäin. (Grafers & Schlich 2005, s. 15.)

Vientiä on kahta laatua, näkyvää ja näkymätöntä. Näkyvällä viennillä tarkoitetaan vientiä, missä tuote on konkreettinen, eli sitä voi koskettaa. Näkymättömällä viennillä

tarkoitetaan taas toimintoja, jossa ei ole fyysisistä olomuotoa, kuten esimerkiksi palvelut ja erilaiset tuoteoikeudet. (Grafers & Schlich 2005, s. 15.)

Näkyvästä viennistä on huomattavasti enemmän tietoa niin kirjallisuudessa kuin internetin ihmeellisessä maailmassakin. Näkymätön vienti on jotenkin jäänyt huomaamattomaksi, vaikka se onkin nykyään yksi Suomen ulkomaankaupan kivijaloista. Palveluviennissä raha on se, joka liikkuu rajojen yli, vaikka fyysistä tuotetta ei ole. Näin palvelut saavatkin oman vientimarkkinansa. (Paavonen, 2019.)

Pärjätäkseen viennissä on yritysten muodostettava oikeanlaiset vientimarkkinastrategiat. Yritysten on oltava innovatiivisia sekä joustavia kovassa kilpailussa. Näiden lisäksi yritysten on ylläpidettävä ennen kaikkea omaa ammatillista osaamistaan ja oltava erityisen tarkkoja siitä, miten ne kohtelevat omia asiakkaitaan. (Branch, 2006, s. 36.)

Vienti tarjoaa paljon etuja valmistajille, se lisää esimerkiksi liikevaihtoa, parantaa kilpailukykyä sekä vähentää yritystoiminnan riskejä lisäämällä markkinointialuetta ja näin ollen vähentää yrityksen riippuvuutta tietystä markkina-alueesta. (Branch, 2006, s. 37.)

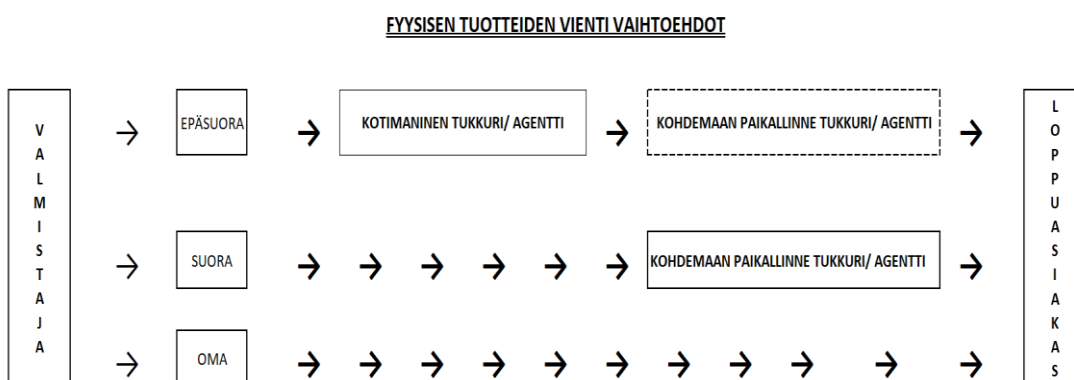
3.1 Fyysisten tuotteiden vientimuodot

Yritysten, jotka suunnittelevat aloittavansa kansainvälistä toimintaa, on mietittävä, miten tämä vaikuttaa niiden jo olemassa oleviin toimintoihin. Yritysten toimintamuotojen tärkeys kasvaa huomattavasti, kun siirrytään vientiin. Ensinnäkin yrityksen tulee muokata oma markkinointinsa siten, että se vastaa uusia toimintaympäristöjä. Tämä koskee myös tuotteiden valmistusta, sillä kohdemaassa voi olla kulttuurillisia ja lainsäädännöllisiä eroja, jotka voivat vaikuttaa tuotteen sopivuuteen markkinoille. Viennissä kustannustehokkuus nousee uuteen tärkeyteen, sillä yritysten on mietittävä miten he voivat toimittaa tuotteitaan kaukaisimpiinkin maihin mahdollisimman edullisesti ja siten pitämään tuotteidensa hinnat kilpailukykyisenä. (Gabrielsson & Luostarinen, 2002, s. 97–98.) Jossain vaiheessa on yritysten kuitenkin mietittävä, onko tuotteiden valmistus kotimaassa kaikkein kustannustehokkainta vai olisiko parempi siirtää tuotantoa kohdemaahan (Gabrielsson & Luostarinen, 2002, s. 97).

Kun yritykset miettivät ensimmäisiä kertoja siirtymistä kansainvälisille markkinoille, vienti on ensimmäinen ja turvallisin vaihtoehto, jonka avulla voi yritys tarkastella kuinka suuri on heidän tuotteiden kysyntä kansainvälisesti, sillä vienti sisältää pienimmän riskin kuin tuotannon siirtäminen ilman alkukosketusta kyseisen maan toimintaja markkinaympäristöön. (Gabrielsson & Luostarinen, 2002, s. 105). Myös vientipäätöksen tekemiseen on otettava huomioon yrityksen omat resurssit ja tavoitteet, sekä rahoituspuolen on oltava kunnossa (Gabrielsson & Luostarinen, 2002, s.106).

Tuotteiden viennissä on monta eri vaihtoehtoa, joista tavaran valmistaja voi valita heille parhaimman vaihtoehdon. Näitä vaihtoehtoja ovat epäsuora vienti, oma vienti sekä suora vienti. Kuvioista 2 voi nähdä, mitä eri vaiheita ja osia näihin vientivaihtoehtoihin sisältyy.

Kuten kuvioista 2 voi nähdä, epäsuorassa viennissä yritykset käyttävät välikätenä kotimaassa sijaitsevaa tukkuriliikettä tai agenttia, jotka hoitavat vientiin liittyvät erilliset toiminnot, kuten esimerkiksi edelleen myynnin, vientilogistiikan koordinoinnin ja erilaiset vientiin liittyvät dokumentit. (Gabrielsson & Luostarinen, 2002, s. 104–105.) Pienet ja keski-suuret yritykset yleisemmin suosivat juuri epäsuoraa vientiä muita vientimuotoja enemmän (Grafers & Schlich, 2005, s. 23).



Kuvio 2. Fyysisen tuotteen viennin vaihtoehdot. (Opinnäytetyön tekijä, 2022.)

Suorassa viennissä taas tukkuliikkeet tai agentit sijaitsevat kunkin tuotteen kohdemaassa, josta tavarat siirtyvät ostajille. Ennen kuin tuote kuitenkaan saapuu kohdemaan, on yrityksen itse huolehdittava vientiin liittyvät asiat, dokumentit, luvat,

koordinointi ynnä muut asiat. Jos yritys käyttää agenttia on tehtävä agenttisopimus, missä välikäden tehtäväksi jää vain tavaran välitys, ja jossa sopimusoikeus jää viejälle. Kun taas tukkurisopimuksessa sopimusoikeus siirtyy tukkurille, mutta tämä joutuu myös vastamaan itse riskeistä, jotka liittyvät yleisestikin kaupan tekoon. (Gabrielsson & Luostarinen, 2002, s. 104–105.)

Kuten nimikin jo kertoo, on oma vienti sitä, että valmistaja itse hoitaa tuotteensa lopulliselle asiakkaalle. Tämä tarkoittaa siis sitä, että valmistaja itse vastaa vientikoordinoinnista, erilaisten vientiin liittyvien sopimusten teosta sekä dokumenteista ynnä muista. Oma vienti vaatii valmistajalta isoja voimavaroja aina markkinointihenkilökunnasta vientiorganisaattoriin ja muuhun henkilökuntaan. Onneksi nykyaikana teknologia on kehittynyt siihen pisteeseen, missä myyntihenkilöstön ei itse tarvitse välttämättä matkustaa eri kohdemaihin myydäkseen tuotteita, vaan tämä tapahtuu nykyään enimmäkseen erilaisten kommunikaatioiden kautta verkon välityksellä. Tämä on huomattavasti kustannustehokkaampaa, kuin ennen internetin laaja-alaista käyttöä. Tässä tapauksessa on kuitenkin muistettava huomioida kohdemaan kulttuuri ja heidän toimintatapansa, mikä saattaa vaatia ensikontaktin tekoa henkilökohtaisesti. (Gabrielsson & Luostarinen, 2002, s. 105.)

Vientiin liittyvien toimintaketjujen pituus vaihtelee, riippuen valmistetuista tuotteista ja kohdemaasta. Jotkin kohdemaat saattavat sijaita pitkienkin matkojen päästä valmistajasta, jolloin kosketuskohtia on enemmän matkan varrella, kun taas lähempänä sijaitsevat kohteet ovat lyhyemmän ketjun päässä. Yritykset voivat joutua valitsemaan enemmänkin kuin vain yhden viennin toimintatavan riippuen siitä, missä heidän tuotteidensa kohdemaata sijaitsee.

3.2 Eri vientimuotoihin liittyviä riskejä

Kun mietitään oman yrityksen viennin eri toimintatapoja, on muistettava, että jokainen toimintatapa, oli se sitten suora, epäsuora tai oma vienti, sisältää erilaisia riskejä, jotka pitää hallita.

Epäsuora vienti sisältää vähiten riskejä ja on yksinkertaisin viennin muoto. Oma vienti taas sisältää eniten riskejä ja on monimutkaisin vientimuoto. Suora vienti taas sijoittuu hyvin näiden kahden vientimuodon välimaastoon. (Gabrielsson & Luostarinen, 2002, s. 105.)

Viennissä, jossa valmistus tapahtuu kotimaassa ja asiakas on viennin kohdemaassa, saattaa toimitus altistua joillekin riskeille. Näitä riskejä voivat olla kaupan estot tai valtioiden politiikka, mutta ne eivät sulje pois muita vientiin liittyviä riskejä. Valtioiden politiikka kuitenkin yleensä seurailee esimerkiksi WTO:n ja EU:n säädöksiä tai muita valtioiden tai talousalueiden välisiä sopimuksia. (Gabrielsson & Luostarinen, 2002, s.105–106.)

Muita haittatekijöitä valmistajalle vientiä ajatellessa ovat kannattavuutta heikentävät vientiketjun osalliset, jotka vaativat korkeampia palkkioita tai yleisesti katsoen kuljetukseen liittyvät kustannukset. On myös ymmärrettävä, että kaikki tuotteet eivät sovellu vientiin, esimerkiksi halvan tilaa vievän kulutushyödykkeen tapauksessa tai tuotteen suuren koon tai painon takia. Silloin on tuotanto siirrettävä pakostikin kohdemaan. (Gabrielsson & Luostarinen, 2002, s.105–106.)

Myös yhteistyöyritysten valinnoilla on riskinsä, kun kyseessä on tukkurien tai agenttien valinta. Tässä kohtaa on yritysten löydettävä oikea välikäsi, jonka toiminta vastaa valmistajan omia arvoja ja tavoitteita. On myös valmistajalle eduksi mahdollistaa kansainväliseen toimintaketjuun osallistujille riittävä kate sekä mielenkiintoinen tuote, jolloin yhteistyökumppanuus mahdollistaa luotettavan suhteen. (Gabrielsson & Luostarinen, 2002, s. 106.)

3.3 Palvelujen vienti

Kuten aikaisemmin tuli jo ilmi, palvelujen vientiä on, kun yritys myy heidän palvelujaan ulkomaille ja täten saa siitä maksun. Tämä rahan siirtyminen ulkomailta kotimaisen yrityksen tilille on ainoa fyysinen merkki yrityksen viennistä.

Digitaalisia palveluja voidaan myydä suoraan Suomesta ulkomaille ilman erillisiä ulkomailta sijaitsevia välikäsiä. Mutta kuitenkin, jos yritys haluaa kansainvälistyä kunnolla, on yleensä paikallinen läsnäolo tarpeen. (Paavonen, 2019.)

Teollisuudessa ja rakentamisessa palveluvienniksi katsotaan yleensä erilaiset kokoonpano, asennus-, huolto- sekä rakennuttamiseen kuuluvat palvelut. Myös matkailuyritykset voivat viedä palvelujaan, mutta se onkin hieman erilaista kuin muut palvelut. Sillä matkailupalveluiden vientiä on se, kun ulkomaalaiset matkailijat ostavat palveluja Suomessa vieraillessaan. (Paavonen, 2019.)

3.4 Vientiorganisaation tehtäviä

Yrityksen koko, tämän tuotteet sekä viennin määrä vaikuttavat suuresti siihen millainen vientiorganisaation kuuluisi olla. Ennen vientiä on mietittävä, millainen rakenne yrityksessä on, ja kuinka vientiorganisaatio saataisiin parhaiten integroitua yritykseen. Eli jos yritys on pieni eivätkä vientimäärät ole suuria, ei yritys tarvitse montakaan henkilöä hoitaakseen vientiin liittyvät tehtävät. Yleisesti ottaen siihen tarvitaan kolme henkilöä, vientipäällikkö, -sihteeri sekä toimihenkilö. Mutta kun vienti kasvaa, on syytä perustaa ihan kunnollinen vientiosasto, joka sisältää vientiin erikoistuneen osastan henkilökunnan. (Branch, 2006, s. 41.)

Vientiosastolla on kaksi pääsääntöistä toimintoa, markkinointi ja logistiikka. Kaiken kaikkiaan vientiosaston tehtävänä on varmistaa, että vientiprosessi toimii sujuvasti alusta loppuun niin, että loppuasiakas on tyytyväinen tulokseen ja yritys itse saa tapahtumasta katteensa. (Branch, 2006, s. 41.)

Vientiosasto hoitaa monta erilaista asiaa, kuten esimerkiksi markkinoinnin, erilaiset vientidokumentit ja sopimukset. Kuviossa 3 näkyy yksinkertaistettuna mitä kaikkea yritysten on tehtävä ja otettava huomioon, kun he aloittavat tuotteidensa vientiä.

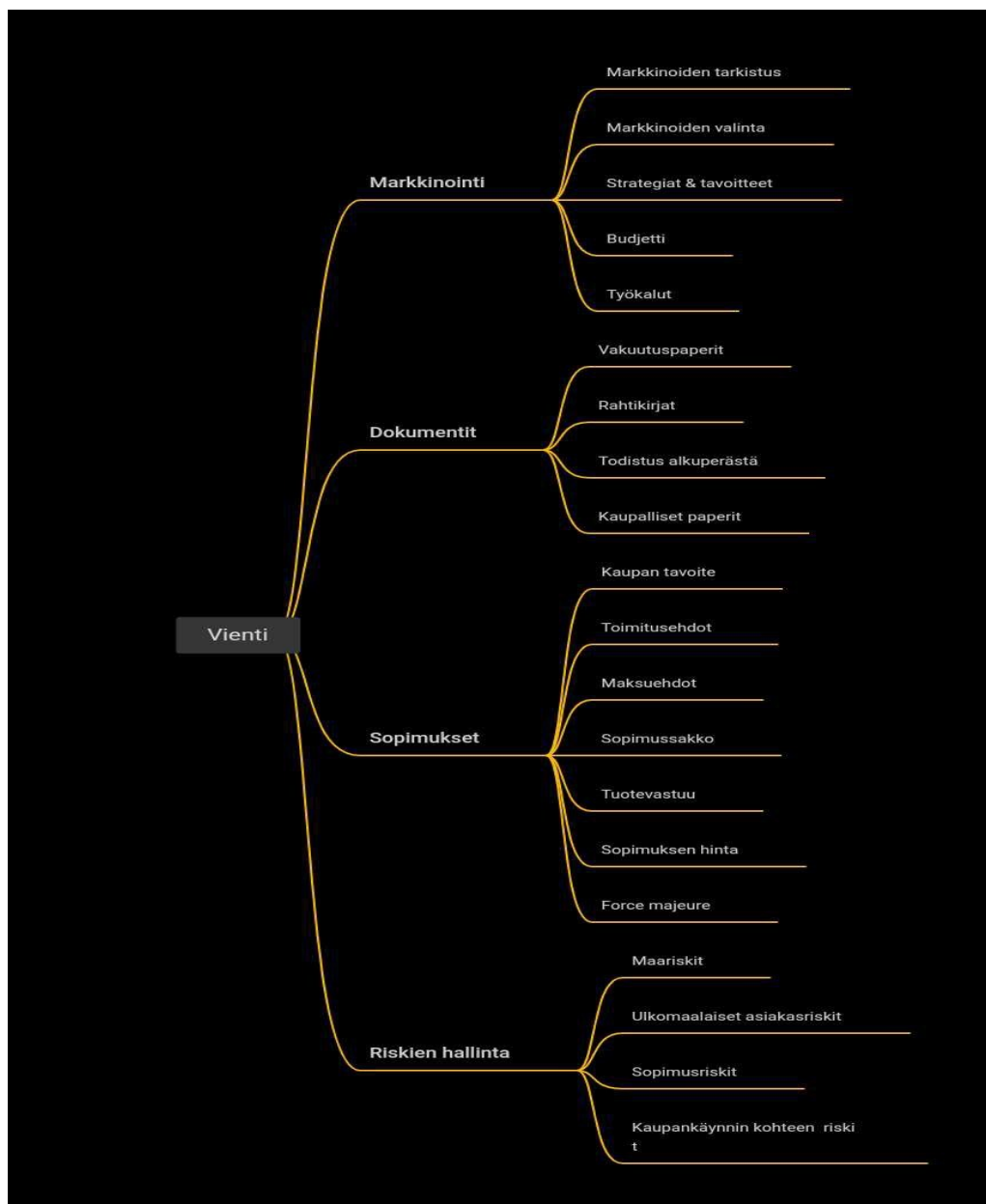
Ihan ensimmäisenä heidän on otettava selvää, miten he itse yrityksenä voivat tulla esiin markkinoilla. Tässä he voivat käyttää apunaan erilaisia analyysejä kuten esimerkiksi

SWOT-analyysia, missä selvitetään heidän omia vahvuuksiansa ja heikkouksiansa sekä mahdollisuuksia ja riskejä. (Grafers & Schlich, 2005, s. 26.)

Kun yritys on aluksi saanut tarkemman kuvan itsestään ja mitä kaikkea mahdollisuuksia he voivat tuoda mukanaan markkinoille, seuraavaksi heidän on aika valita oma kohdemaansa tai jos he ovat todella varmoja omasta tuotteestaan voi kohdemaita olla useitakin. Tässä kohtaa on hyvä muistaa kerätä erilaisia tietoja kohdemaista. Viennin kannalta juuri tämä alkuvaiheen tietojen keruu on tärkeää, sillä tämän avulla voidaan tuotetta markkinoida juuri oikealla tavalla kyseiseen maahan ja näin varmistaa viennin onnistuminen. (Grafers & Schlich, 2005, s. 61.)

Tämän jälkeen on yritysten muodostettava erilaisia strategioita tuotteidensa kohdalla, kuten esimerkiksi, olisiko mahdollista standardisoida tuotteet siten, että ne vastaavat mahdollisimman hyvin maiden omia markkinointistandardeja. On myös muistettava, että strategiat ottavat huomioon myös yrityksen tavoitteet mahdollisimman monella tasolla. (Grafers & Schlich, 2005, s. 28, 73–76.)

Tämän jälkeen on yrityksen mietittävä millaisella budjetilla he aikovat markkinoida omia tuotteitaan. Heidän on myös päätettävä mitä työkaluja he käyttävät, kuten esimerkiksi aikovatko he toimittaa tuotteitaan juuri ajallaan (Just-in-Time) menetelmällä vai toimisiko heidän kohdallaan jokin muu tapa paremmin. (Grafers & Schlich, 2005, s. 81, 114.)



Kuva 3. Vientiorganisaation tehtäviä. (Opinnäytetyön tekijä, 2022.)

3.4.1 Vientiin liittyviä dokumentteja ja sopimuksia

Viennissä on tärkeää huolehtia erilaisista dokumenteista kuten rahtikirjoista, alkuperätodistuksista, vakuutuspapereista ja muista kaupallisista papereista.

Rahtikirjat todistavat missä vaiheessa vientiä kulloinkin ollaan. Rahtikirjan lähettää liikkeelle joko yritys itse tai jokin muu viennistä vastaava yksikkö tai yritys.

Rahtikirjoja on olemassa viittä erilaista tyyppiä. Ensimmäinen on edelleenlähetyks, joka ilmoittaa, että kyseinen tuote on valmiina vientiin. Seuraavana on varasto-optio, mikä tarkoittaa sitä, että tuote on saapunut varastoon. Lähetysluettelo (rahtikirja) on todiste tavaroiden kuljetuksesta jollakin tietyllä tapaa, esimerkiksi rautateitse, maanteitse tai lentäen. Lastauskirjaa käytetään, kun kyseinen tavara kulkee meriteitse ja se ilmoittaa, että kyseinen tuote on lastattu laivaan. Viimeisenä on saapumistodistus, mikä ilmoittaa tuotteen saapumisesta ennalta määrättyyn rajapisteeseen, kuten esimerkiksi vientimaan tiettyyn satamaan, raja-asemalle tai asiakkaan toimitiloihin. (Grafers & Schlich, 2005, s. 122–123.)

Alkuperätodistuksella voidaan hyödyntää ulkomaankaupan etuja, kuten esimerkiksi etuushyödykkeiden hakemista, tuontikiintiöitä tai vapautuksia vapaakauppa-alueilla. Alkuperäistodistuksia on kahta eri laatua. On alkuperäistodistus, jonka laatii tai vakuuttaa jokin kauppakamari tai jokin muu asiaankuuluvasti valtuutettu kauppayhdistys. Toinen on todistus liikkumisesta, jonka laatii viejä, todistaen, että kyseinen tuote on valmistettu EU:ssa. Alkuperätodistuksen tekemisessä voi olla myös paljon haasteita, jos tuotetta valmistetaan useassa eri maassa, tai alkuperämaita on tuotteen eri osilla useita. (Grafers & Schlich, 2005, s. 125.)

Vakuutuspaperit viennissä ovat samanlaiset kuin kotimaassa tapahtuvassa tuotteiden liikkumisessa. Tällöin tarvitaan esimerkiksi kuljetusvakuutusta, joka kattaa kuljetukseen liittyviä vahinkoja. Muutenkaan vakuutukset eivät paljoakaan eroa normaalista toiminnasta, sillä myös rahan liittyvien riskejä halutaan hallinnoida siten, että niitä kohtaan otetaan vakuutuksia. (Grafers & Schlich, 2005, s. 123.)

Vientiin liittyy myös sopimuksia, niin kuin myös normaaleissa kaupoissa. On kuitenkin muistettava, ettei normaaleja standarditekstejä käytetä yleensä vientisopimuksissa, sillä ekonomiset olosuhteiden näissä rajan yli tapahtuvissa kaupoissa vaihtelevat suuresti maasta riippuen. Nämä olot voivat vaihtua nopeaankin tahtiin. (Grafers & Schlich, 2005, s. 127.) Tästä johtuen sopimusten teko tulee olla joustavaa ja räätälöityä yksilöllisesti. Sopimusten runko on kyllä standardimainen, vain sisältö muuttuu. Sopimuksen ensimmäisen luvun tulee olla kaupan tavoite, tämän jälkeen tulee toimitus- ja maksuehdot. Näissä kohdissa pitää tulla ilmi koska sopimus astuu voimaan, tuotteen valmistusaika, toimitustapa. Pitääkseen huolta ja rajoittaakseen riskejä viejä voi lisätä

sopimukseen kohdan, ei myöhempään-kuin (Not-later-than) lausekkeen. Tätä käytetään yleensä maksuissa. (Grafers & Schlich, 2005, s. 132–139.) Näiden jälkeen seuraavaksi käydään sopimuksessa läpi sopimussakot ja tuotevastuut. Tuotevastuu on lakiasia, jota ei voi muokata tai poistaa edes yhteisellä suostumuksella. Sopimushinta tulee näiden jälkeen. Siinä käydään läpi mitä valuuttaa käytetään maksuissa. Jos vienti tapahtuu maahan, jossa on eri valuutta käytössä kuin viejän maassa, tällöin päätetään, käytetäänkö jommankumman maan valuuttaa vai otetaanko käyttöön jokin kolmas valuutta. (Grafers & Schlich, 2005, s. 140–143.) Viimeisenä sopimukseen tulee Force Majeure, jossa viejät tuovat esille, etteivät he ole vastuussa asioista, jotka ovat luonteeltaan ennalta-arvaamattomia, kuten esimerkiksi tulipalot, luonnonkatastrofit, sodat, yleiset levottomuudet maissa tai lakot (Grafers & Schlich, 2005, s.147–148).

3.4.2 Vientiin kuuluvia riskejä ja niiden hallintaa

Riskit kuuluvat kaikkeen kauppaan, vienti ei ole poikkeus. Viennissä on todella tärkeää osata hallita siihen kuuluvia riskejä

Yleisesti riskit voidaan jakaa kolmeen kategoriaan. Ensimmäinen kategoria on kansantaloudelliset/poliittiset riskit, mitkä johtuvat maista ja niiden käytännöistä. Toinen kategoria on taloudelliset riskit. Kolmanneksi kategoriaksi tulee kaupalliset riskit. (Branch, 2006, s. 38.) Grafers ja Schlich lisäävät tähän vielä piilevät riskit, joita kukaan tunnistaa ennen viennin aloittamista. Heidän mukaansa on myös mietittävä, mitä kaikkea voisi tapahtua, erityisesti pahinta mahdollista. (Grafers & Schlich, 2005, s.158.)

Ensimmäisessä kategoriassa ovat esimerkiksi maariskit, ulkomaalaiset asiakasriskit, sopimusriskit ja kaupankäynnin kohteen riskit, joita tässä tarkastellaan hieman tarkemmin.

Maariskejä on kolmea eri lajia. Ensimmäisenä ovat poliittiset riskit, eli lainsäädännölliset tai hallinnolliset väliintulot ulkomaan kaupan kohdalla. Toisena ovat taloudelliset, eli inflaatio, suhdannevaihtelut, kilpailukyvyyn vaihtelut, ynnä muut. Viimeisenä ovat sosiaaliset riskit, eli vallankaappaus, uskonnolliset tai heimoihin liittyvät riidat,

sisällissodan uhka sekä korruption ja byrokratian tuomat uhat. (Grafers & Schlich, 2005, s.158–159; Branch, 2006, s. 38.)

Ulkomaalaisia asiakasriskejä voivat olla niin loppuasiakas kuin myös välikädet, jotka toimittavat tavaran loppuasiakkaalle. Näitä yritykset yrittävät välttää keräämällä tietoja, mutta ajankohtaisen tiedon saamisessa voi olla vaikeuksia, mikä lisää riskejä. Nämä riskit liittyvät yleensä rahaliikenteeseen ja asiakkaiden talouteen. (Grafers & Schlich, 2005, s.161–162.)

Sopimusriskit ovat yleensä taloudellisia riskejä, kun viejä on joko yhtenä sopimuspuolena tai sitten kumppanina muiden toimittajien kanssa. Tästä johtuen viejä voi joutua kohtaamaan töitä ja vastuita, joita hänen ei ollut tarkoitus kantaa. (Grafers & Schlich, 2005, s.163.)

Kaupankäynnin kohteen riskejä eli tuotteen tuomia riskejä, voivat olla esimerkiksi toiminnalliset riskit, laadulliset riskit tai määrälliset riskit. Laadulliset riskit voivat johtua tuotteiden sisältämien luonnollisten aineiden laadusta, joka saattavat vaihdella tai viiveestä, jonka tuote tai sen raaka-aineet joutuvat käymään läpi, kun ne siirtyvät paikasta toiseen. Määrälliset riskit voivat sisältää riskejä, jotka syntyvät esimerkiksi, kun tilataan suuria eriä, mutta tekniikka ei ole tarpeeksi kehittynyttä siihen, että voidaan tarkasti määritellä määrää, jota tuotetaan tähän tiettyyn tilaukseen. Toinen esimerkki voi olla, jos tuotetta viedään bulkkitavarana ja tästä maksetaan painon mukaan, niin siirrossa voi tapahtua painon putoamisia, mikä voi johtaa siihen, että tuotteesta lopulta maksetaan vähemmän kuin oli alun perin oletettu vientiä suunniteltaessa. (Grafers & Schlich, 2005, s.164–165.)

Toisessa kategoriassa on taloudellisista riskeistä mainittavin maksuaikojen venyminen. Branchetin mukaan viennissä maksuajat voivat olla 90 päivästä jopa monen vuoden mittaisiin aikoihin. Tämä saattaa aiheuttaa yritykselle vaikeitakin ongelmia kassavirrassa.

Kolmanneksi kategoriaksi tulee kaupalliset riskit ja piilevät riskit, josta esimerkkinä opinnäytetyön aiheena oleva COVID-19 pandemia.

4 COVID-19 JA VIENTI

COVID-19 tai Suomessa paremmin tunnettu nimeltä koronavirus on SARS-viruksen (SARS-CoV-2 virus) uusi muoto (WHO, n.d.). Koronaviruksesta tuli epidemia vuonna 2019 ja pian se muodostuikin maailmanlaajuisesti pandemiaksi. Suomessa koronaviruksen etenemistä aloitettiin estää vuonna 2020 kovin ottein ja vielä alkuvuodesta 2022 nämä toimenpiteet jatkuvat vaikka World Health Organization (WHO) uskookin pahimman olevan jo takana ja paluu normaaliin tilanteeseen on pian mahdollista.

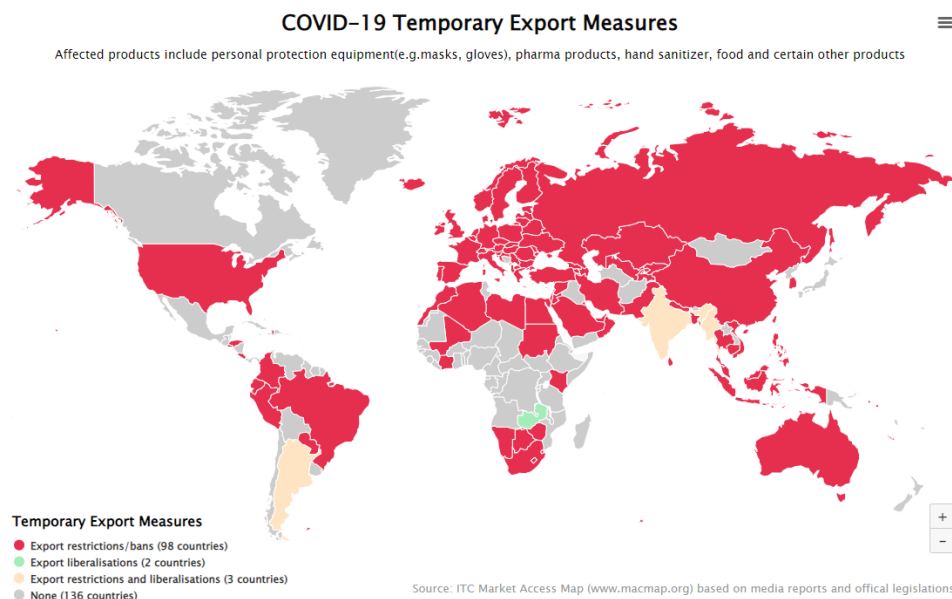
Tässä eteenpäin opinnäytetyön tekstissä COVID-19 pandemiaa kutsutaan koronaksi lukemisen helpottamiseksi.

4.1 COVID-19 pandemian vaikutus vientiin maailmalla

Koronapandemia vaikutti suuresti niin terveydellisesti kuin taloudellisesti koko maailmaan (WTO, n.d.). Sen lopulliset vaikutukset ovat kuitenkin vielä hämärän peitossa, vaikka osviittaa voi jo nähdä taloudellisissa katsauksissa. Varsinkin koronan alkuvuoden 2020 rajut toimenpiteet ja epävarmat olot saivat viennin horjumaan.

Kaupankäynnissä on tapahtunut myös muita muutoksia maailman laajuisesti, varsinkin lääke- ja sairaalatarvikkeiden viennissä. Erilaisilla rajoituksilla on pyritty varmistamaan oman maan tarvikkeiden riittävyys ja näin parannettu maiden selviytymistä kriisitilanteessa.

Monet maailman maat ovat ottaneet käyttöön rajuja vientirajoituksia enimmäkseen koskien lääkkeitä ja henkilökohtaisia suojarusteita. Näiden avulla maat ovat yrittäneet taata oman maansa tilanteen pysyvyyden koronatilanteen takia. Vuonna 2020, 92 maata oli tehnyt vientiä rajoittavia toimenpiteitä. Alkuvuoteen 2022 mennessä rajoituksia oli ottanut käyttöön 98 maata. Näitä ovat varsinkin maat, jotka tuottavat henkilökohtaisia suojarusteita, lääkkeitä tai muita vastaavia tarvikkeita, jotka ovat tarpeellisia tai tärkeitä estääkseen koronaviruksen leviämistä tai sen hallintaa. (Quiles, n.d.) Kuvassa 4 nähdään mitkä maat ovat ottaneet käyttöönsä vientirajoituksia.



Kuva 4. COVID-19 väliaikaiset vientitoimenpiteet. (ITC market Access Map, 2022)

Kuvassa 4 punaisella merkityt maat ovat rajoittaneet vientiä joidenkin tuotteiden osalta. Vaalean vihreällä merkityt maat ovat vapauttaneet viennin kokonaan, keltaisella merkityt ovat vapauttaneet vientiä, mutta silti heillä on vielä joitain rajoituksia käytössä.

Maailmanlaajuisesti kaupankäynnin tavaran määrä on kasvanut vuoden 2021 ensimmäisellä kolmanneksella melkein 12 % kun vertaa edellisen vuoden (2020) samaan aikajaksoon. Tämä ei kuitenkaan estänyt kokonaisuudessa määrän laskua, joka oli 0,8 %. Lasku oli harmittava, sillä edeltävät neljä neljänestä olivat vahvoja kasvussa. Ongelmia kuitenkin muodostuu lisää, sillä uuden koronaviruksen muodon (Omikron) tulo maailmaan saattaa häiritä uutta tasapainoa, joka on saavutettu vasta hiljattain. Tavaroiden arvo kuitenkin kasvoi suuresti maailman markkinoilla, sillä viennin hinnat nousivat vuoden 2021 kolmanneksella. (WTO, 2021.) Tavaroiden arvo kuitenkin kasvoi suuresti maailman markkinoilla, sillä viennin hinnat nousivat tällä 2021 kolmanneksella. (WTO, 2021.)

4.2 COVID-19 pandemian vaikutus vientiin Suomessa

Taloudellisesti katsottuna koronakriisillä on ollut yllättävän vähän vaikutusta bruttokansantuotteeseen (BKT) Suomessa. Vaikka varsinkin vuoden 2020 romahdus olikin suuri vuoteen 2019 verrattuna. (Kangasrääsiö, Kellokumpu & Strifler, 2020.) Tämä romahdus näkyy hyvin kuvion 5 perusteella.

Kuvion perusteella voikin nähdä kuinka viennin arvo laski koronakriisin tultua Suomeen ja sen, miten erilaiset kriisinhallinta toimenpiteet vaikuttivat vientiin suuresti. Kuvioista 5 näkyy keskiarvallisesti vuoden 2020 vienti, joka oli 4787 miljoonaa euroa, kun taas vuosina 2018 ja 2019 se oli yli 5000 miljoonaa euroa. Kuitenkin jo vuonna 2021 viennin keskiarvoinen määrä oli 5574 miljoonaa euroa, mikä toi viennin takaisin vuosien 2018 ja 2019 tasolle.



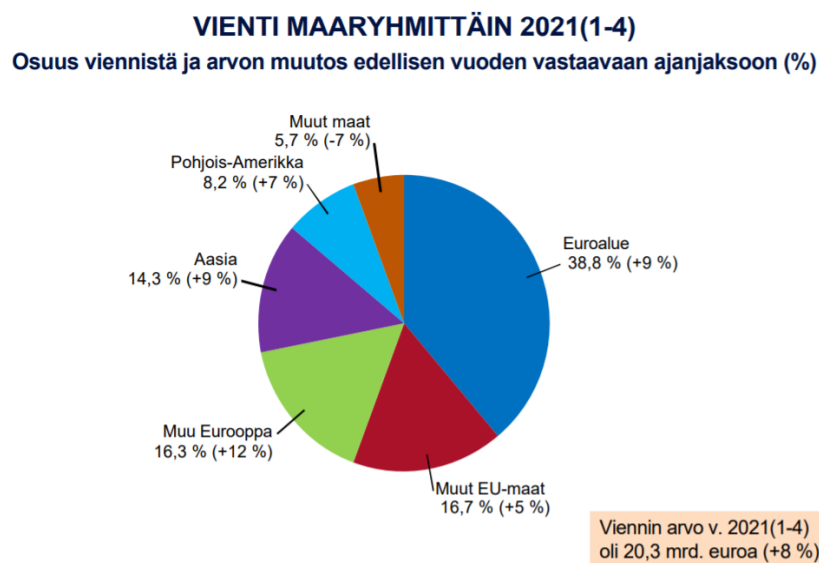
Kuvio 5. Viennin keskiarvo 2018–2021 (miljoonaa €) (Opinnäytetyöntekijä, 2022.)

Koronakriisiä edeltävä BKT:n taso saavutettiin jo vuoden 2021 toisella neljänneksellä. Viennin volyyymi kasvoi vuoden 2021 kolmannella neljänneksellä edellisen vuoden (2020) kolmanteen neljännekseen verrattuna. Tämä nousu oli 4,1 % ja kun verrataan koko vuoden 2021 ja edellisen vuoden 2020 kokonaisviennin volyyymia oli nousu 9,4 %. Viennin hintataso oli myös nousussa vuonna 2021. (Tilastokeskus, 2021.) Syitä tähän hinnan nousuun voi olla osaltaan tavaroiden ja tuotteiden vähyys, jolloin kysyntä on kasvussa ja tämä nostaa vientihintoja.

Ulkomaantilaston mukaan vuonna 2019 palveluviennin arvo oli melkein 40 miljardia euroa. Yli puolet palveluviennistä suuntautui EU-maihin. Ruotsi on yksi merkittävimmistä palveluviennin kumppanusmaista. (Elinkeinoelämän keskusliitto, 2020.)

Koronakriisin alkuvaiheessa vienti väheni tuontia hitaammin, mikä vaikutti siihen, että nettovienti kääntyi positiiviseksi. Nettoviennillä tarkoitetaan kokonaisviennin ja -tuonnin erotusta. Nettoviennin ansiosta Suomen BKT supistui huomattavasti hitaammin kuin esimerkiksi Ruotsissa. (Kamgasrääsiö, Kellokumpu & Strifler, 2020.)

Suomen vienti vuonna 2021 ensimmäisen neljän kuukauden aikana muihin maihin, kasvoi vuoden 2020 saman aikavälin viennistä. Vaikka kasvu ei ollut suurta, verrattuna vuoteen 2020, on kuitenkin nähtävissä kasvua varsinkin muualle Eurooppaa kuten kuvio 6 näkyy. (Tulli, 2021.)

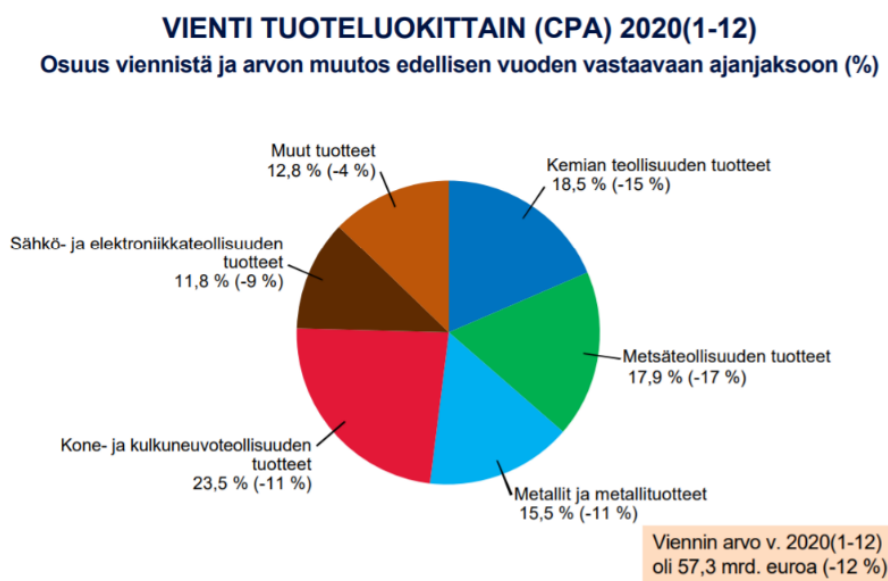


Kuvio 6. Vienti maaryhmittäin (Tulli, 2021.)

Positiivista kasvua, koronakriisin pitkittymisestä huolimatta, viennissä näkyy euroalueille, Pohjois-Amerikkaan, Aasiaan, muille EU-alueille ja muualle Eurooppaan suuntautuvassa viennissä. Vain muihin maihin suuntautuva vienti väheni edelliseen vuoteen verrattuna. (Tulli, 2021.)

4.2.1 COVID-19 vaikutus vientiin tavaraluokittain

Viennissä koronakriisin alku näkyy hyvin, kun tarkastelee vientiä tavaraluokittain. Vuosi 2020 oli kovien koronarajoitusten aikaa ja tämä näkyi viennissä. Kuten kuviosta 7 näkyy, mikään tuotannon ala ei selvinnyt hyvin vuonna 2020. Jokaisen teollisuuden alan vientiosuus laski huomattavasti. Etenkin metsäteollisuuden ja kemian teollisuuden tuotteiden vienti laski. Metsäteollisuuden tuotteiden lasku edelliseen vuoteen verrattuna oli jopa 17 % kun taas kemian teollisuuden tuotteiden vienti laski 15 %. (Tulli, 2021.)

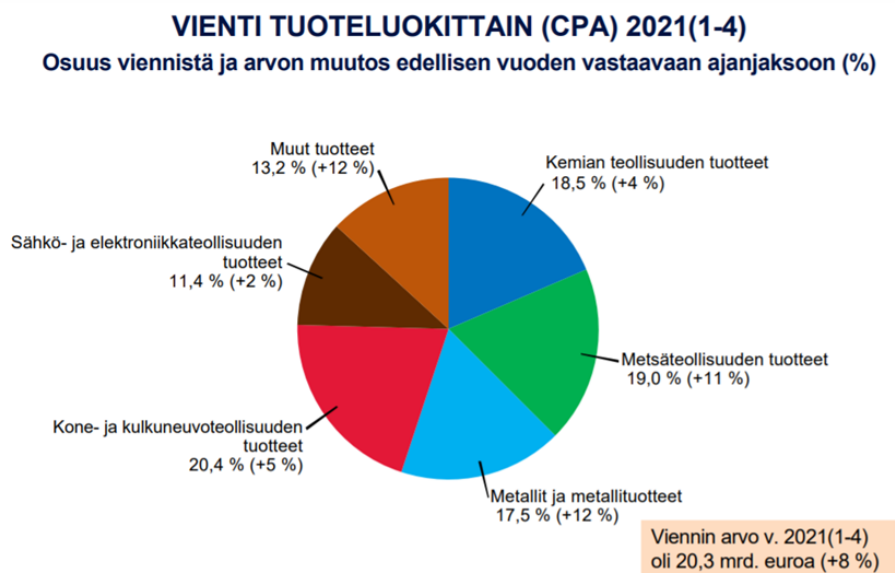


Kuvio 7. Vienti tuoteluokittain 2020 (Tulli, 2021)

Kuitenkin on huomioitava, että kemian teollisuudesta lääkkeiden ja lääkeaineiden vienti kasvoi 18,1 % vuoden takaisesta ajasta. Tämä ei kuitenkaan nosta kemian teollisuuden viennin kokonaisuutta. (Tulli, 2021.)

Marraskuussa 2021 vienti kasvoi melkein 35 % EU-maihin ja EU:n ulkopuolisiin maihin vienti taas kasvoi vähän yli 27 %. Kun lasketaan yhteen vienti tammikuusta marraskuuhun mennessä, oli se kasvanut 20,3 % EU:n sisäisesti. Kun taas EU:n ulkopuolelle suuntautuva vienti oli kasvanut 18,4 %. Tästä voi myös nähdä talouden ja viennin elpymisen pahimmasta koronakriisistä. (Tulli, 2021.)

Kun vertaa vuotta 2020 vuoteen 2021 on nähtävissä parannusta tuoteluokkien viennissä. On kuitenkin huomioitava, että kuviossa 8 on vasta huomioitu ensimmäiset neljä kuukautta, eikä koko vuotta, niin kuin kuviossa 7, missä on koko vuoden 2020 vienti tuoteluokittain.



Kuvio 8. Vienti tuoteluokittain 2021 (1–4) (Tulli, 2021)

Parhaimman parannuksen vientiin tekivät metallit ja metallituotteet sekä muut tuotteet. Nämä nousivat edellisen vuoden samaan aikajaksoon verrattuna 12 %. (Tulli, 2021.) Tästä voidaan nähdä, että niin EU:ssa kuin muuallakin maailmaa koronakriisin hallinta on parantunut ja näin maat ovat auenneet ja tämän seurauksena vienti kasvanut.

Vielä marraskuussa 2021 oli nähtävissä toimialojen tuotteiden vientiarvojen nousu. Kemian talouden tuotteiden yhteenlaskettu vientiarvon nousu oli yli 33 % vuoden takaisesta. Erityisesti öljytuotteiden hinta-arvo kasvoi marraskuussa huikeat 109,7 %. Metallin ja metallituotteiden vientiarvo kasvoi marraskuussa 55,2 %, metsäteollisuuden kokonaisvientiarvo kasvoi marraskuussa yli 39 %, teollisuuden erikoiskoneiden, eri toimialoilta, vientiarvo kasvoi 11,3 %, sekä teollisuuden yleiskäyttöisten koneiden viennin arvo kasvoi 15,5 % marraskuussa. (Tulli, 2021.)

4.2.2 COVID-19 vaikutus vientiin maakunnittain

Jokainen maakunta on saanut kokea koronan tuottaman kriisin ja sen vaikutuksen maakunnissa sijaitsevien yritysten vientiin. Kun tutkii taulukkoa 1, voi nähdä kuinka alkukriisin jälkeen, on jokainen maakunta kokenut jonkin asteisen nousun vuonna 2021, kun tätä samaa ajankohtaa vertaa edellisvuoteen. Esimerkiksi Satakunnassa vuonna 2020 ensimmäisen puolen vuoden aikana viennin arvo oli 1 986 miljoonaa euroa, joka on 7,2 % koko maan viennin arvosta, kun taas samaan aikaan vuonna 2021 viennin arvo oli 2 443 miljoonaa euroa. Tämä taas on 7,8 % koko maan viennin arvosta. (Tulli, 2021.)

Taulukko 1. Viennin arvo maakunnittain vuosina 2020–2021 (1–6) (Tulli, 2021)

MAAKUNTA	2020 (1-6)		2021 (1-6)	
	Milj. €	Osuus %	Milj. €	Osuus %
Uusimaa	7 857	28,6	8 408	26,9
Vaesinai-Suomi	2 676	9,7	3 057	9,8
Satakunta	1 986	7,2	2 443	7,8
Kanta-Häme	661	2,4	832	2,7
Pirkanmaa	2 430	8,9	2 874	9,2
Päijät-Häme	794	2,9	952	3
Kymenlaakso	1 536	5,6	1 563	5
Etelä-Karjala	949	3,5	1 227	3,9
Etelä-Savo	190	0,7	229	0,7
Pohjois-Savo	729	2,7	848	2,7
Pohjois-Karjala	394	1,4	481	1,5
Keski-Suomi	1 189	4,3	1 349	4,3
Etekö-Pohjanmaa	325	1,2	368	1,2
Pohjanmaa	1 637	6	1 744	5,6
Keski-Pohjanmaa	950	3,5	1 189	3,8
Pohjois-Pohjanmaa	819	3	973	3,1
Kainuu	173	0,6	227	0,7
Lappi	1 782	6,5	1 980	6,3
Ahvenanmaa	45	0,2	48	0,2

Uudellamaalla vienti oli suurinta, mikä toisaalta ei ole niinkään suuri yllätys, sillä suurin osa teollisuuden pääkonttoreista on painottunut juuri tälle alueelle. Kuitenkin Uudellamaalla viennin arvo laski vuonna 2021 edellisen vuoden samaan aikajaksoon nähden. Lasku ei ollut kuitenkaan niin suurta, että sen voisi laittaa koronapandemian syyksi, vaan lasku voi olla normaalia vientiarvon heilahtelua.

Kuitenkin kun katsoo kokonaisuutta maakunnittain voi todeta, että vienti on elpymässä ja varmasti suurimmat koronakriisin aiheuttamat ongelmat ovat väistyneet.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Tutkimusasetelma

Tutkimusasetelmia on kolmea erilaista lajia. Nämä ovat kartoittava tutkimus, kuvaileva tutkimus ja selittävä tutkimus.

Kartoittavalla tutkimuksella tarkoitetaan tutkimustapaa, joka kohdentuu vähän tunnettuun ilmiöön tai aiheeseen. Tapaa käytetään myös silloin, kun kartoitetaan kirjallisuutta ja sen sisältöä tietyillä aihealueilla. Kartoittava tutkimus kokeilee tai katsoo mitä tapahtuu tietyissä tilanteissa ja näiden avulla tekee erilaisia oletuksia aiheeseen. (Saukkonen, n.d.)

Kuvaileva tutkimus taas dokumentoi tarkasti ilmiöitä tai henkilöitä, tapahtumia tai prosesseja. Kuvailevassa tutkimuksessa aiheet ja kohteet sekä niiden piirteet kuvataan varsin yksityiskohtaisesti. (Saukkonen, n.d.)

Selittävä tutkimus on aika pitkälle sitä, mitä nimikin jo sanoo. Se selvittää erilaisille ilmiöille, tapahtumille tai tilanteille syitä, käyttäen hyväkseen erilaisia selitysmalleja. (Saukkonen, n.d.)

Opinnäytetyössä käytettiin kartoittavaa tutkimusasetelmaa, koska työssä selvitettiin, miten koronakriisi on vaikuttanut Rauman seudulla toimivien yritysten vientiin.

5.2 Tutkimusote

Tutkimusotteita on kahta laatua, on kvalitatiivista ja kvantitatiivista tutkimusta. Näiden avulla saadaan kattava tutkimustulos aiheesta hakemalla vastaukset eri

kysymyksillä. Tutkimuksessa voidaan käyttää joko vain yhtä tutkimusotetta tai niiden yhdistelmää riippuen tutkimuksen luonteesta.

Kvalitatiivinen tutkimus, toiselta nimeltään laadullinen tutkimus, auttaa ymmärtämään syitä eri tutkimuskohteiden käyttäytymiseen ja näin ollen heidän tapaansa tehdä päätöksiä. Laadullinen tutkimus on yleensä rajoittunut tutkimus, jossa tutkimuskohteita on vähän. Toisin kuin määrällisessä tutkimuksessa, laadullisessa tutkimuksessa tavoitteena on ymmärtäminen eikä määrien selvittäminen. Laadullinen tutkimus vastaa kysymyksiin: millainen, miksi ja miten. (Heikkilä, 2014.)

Kvantitatiivinen tutkimus, toiselta nimeltään määrällinen tutkimus, selvittää numeraalisia kysymyksiä. Määrällisessä tutkimuksessa on tärkeää, että tutkimuksen kohteita on riittävä määrä, jotta saadaan tarpeeksi kattava vastausjoukko. Aineiston keruussa käytetään yleensä tutkimuslomakkeita, joissa on standardoitu kyselylomake valmiine vastausehdotuksineen. Määrällinen tutkimus kartoittaa numeraalisesti myös eri asioiden välistä riippuvuuksia ja muutoksia. Näin ollen määrällinen tutkimus selvittää jo olemassa olevaa tilannetta, vaikka se ei pystykään selvittämään riittävän tarkasti asioiden syitä. Määrällinen tutkimus vastaa kysymyksiin: kuinka usein, mikä, paljonko ja missä. (Heikkilä, 2014.)

Käytin opinnäytetyössäni määrällistä, eli kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimuksessa käytettävässä kysymyslomakkeessa on myös avoimia kysymyksiä, jotka mahdollistivat myös tutkimuskohteiden ymmärtämisen laadullisen tutkimuksen tapaan.

5.3 Aineiston keruu

Tässä opinnäytetyössä tietoa siitä, miten koronakriisi on vaikuttanut Rauman seudulla toimivien yritysten vientiin, kerättiin verkossa toteutetulla kyselyllä. Kyselyn ja kyselylomakkeen käyttöön päädyttiin siksi, että saataisiin yhtenäistä ja toisiinsa vertailtavissa olevaa tietoa. Kun jokainen vastaaja saa täysin saman kysymyslomakkeen, saadaan helpommin tulkittavissa olevaa tietoa kuin esimerkiksi haastatteluissa, jossa vastaukset saattavat sisällöltään erota huomattavasti toisistaan. Kysymyslomake, jossa on

pääosin vaihtoehtokysymyksiä ja ennalta määrättyjä vastausmahdollisuuksia asettaa vastauksille ja niiden tuomalle tiedolle selkeät raamit, joiden ansiosta vastausten vertailu on helpompaa ilman, että kaikkea tarvitsee tulkita, kuten esimerkiksi haastattelussa.

Lomakkeen alussa kysytään yrityksen perustietoja, kuten niiden kokoa ja toimialaa. Tähän alkuosaan sisältyy myös kysymys siitä, mikä on viennin osuus yrityksen liikevaihdosta ja miten korona vaikutti yrityksen toimintaedellytyksiin. Näiden jälkeen alkaa varsinainen kysely. Kyselyssä on neljä monivalintakysymystä ja kaksi tarkentavaa avointa kysymystä. Kysymyslomake löytyy liitteestä 1.

Tutkimuksen perusjoukoksi valittiin Rauman seudulla toimivia vientiä harjoittavia yrityksiä. Yritykset kerättiin erilaisten yritystietokannoista löytyvien kotisivujen kautta. Yritykset, jotka lopulta valikoituivat kyselyyn, kertoivat yrityksen kotisivuilla harjoittavansa vientiä tai kotisivujen perusteella oli pääteltävissä, että kyseiset yritykset todennäköisesti harjoittavat vientiä. Sähköinen kyselylomake lähetettiin valikoiduille yrityksille sähköpostilla. Kysely oli auki 02.05. – 16.05.2022.

5.4 Analyysi

Opinnäytetyössä analyysi tapahtui datapohjaisesti. Kyselylomakkeen avulla kerrytettyä dataa tulkittiin frekvenssein ja prosenttein ja näiden avulla muodostettiin hypoteesi siitä, miten koronapandemia on vaikuttanut Rauman seudulla toimivien yritysten vientiin kokonaisuutena. Erityisesti analyysissä kiinnitettiin huomiota siihen, miten vuodet 2020 ja 2021 eroavat toisistaan yritysten näkökulmasta. Tutkimustulokset esitettiin kuvioin ja näitä täydentävin tekstein.

5.5 Reliabiliteetti ja validiteetti

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustulosten luotettavuutta sekä sitä, miten toistettavissa tutkimus on (Tilastokeskus, n.d.). Opinnäytetyöni tutkimuksen reliabiliteetti ei välttämättä ole kovin hyvä, sillä kyselyyn vastasi vain 9 yritystä. Tästä johtuen

tutkimustulokset ovat vain pieni otanta ja näin ollen vääristymät tiedoissa voivat olla suuriakin.

Validiteetti taas ilmaisee sitä, miten kysymysasettelu vastaa tutkimusta. Tällä tarkoitetaan sitä, miten tutkimuksessa käytettävät mittausmenetelmät toimivat juuri tietyn tutkimuksen kokonaisuuden mittaamisessa ja näin ollen yksittäinen kohde ei saa tärkeämpää painoa kuin kokonaisuus. (Tilastokeskus, n.d.) Kysymysasettelut osuivat yllättävän oikeaan ja näin se antoi hyvän yleiskuvan tutkittavan opinnäytetyön aiheen kokonaisuudesta. Tutkimuksessa keskityttiin koronan vaikutuksiin viennissä ja näin ollen kysymyksetkin keskittyivät juuri tähän aiheeseen ja näin loivat kokonaiskuvan Rauman seudulla toimivien vientiyriytysten kokemuksista korona-aikana.

6 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimukseen osallistuneiden yritysten taustatiedoista voi sanoa sen, että teollisuus oli hyvin esillä, sillä tämän kyseisen toimialan osuus vastanneista oli jopa 89 % ja loput 11 % oli kaupan alalta.

Henkilöstömäärän perusteella vastanneet yritykset jakautuivat tasan kolmeen osaan. Kolmanneksessa henkilöstömäärä oli alle 10, kolmanneksessa 10–19 henkilöä ja kolmanneksessa 50–249 henkilöä. Kyselyyn osallistuneet yritykset edustivat siis varsin tasaisesti eri kokoisia yrityksiä. Näin saatiin monipuolisempi kuva siitä, miten koronaepidemia vaikutti eri kokoisten yritysten toimintaan.

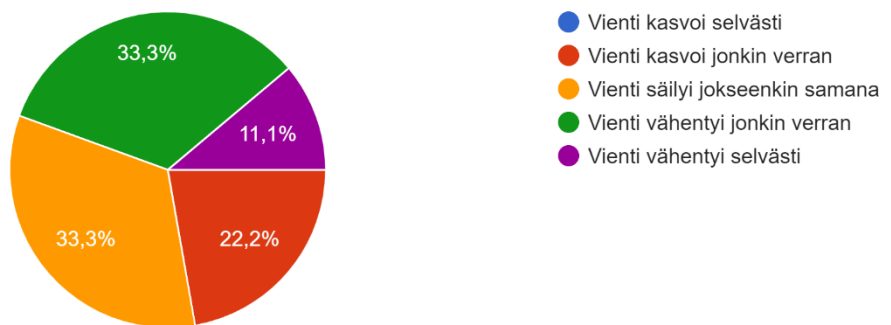
Mikä yllätti tutkimustuloksissa, oli se, että jopa 22 % kyselyyn vastanneista ilmoitti, että yritysten toimintaedellytykset paranivat jonkin verran pandemian aikana. Kuitenkin suurin osa (56 %) yrityksistä ilmoitti, että pandemia oli heikentänyt yritysten toimintaedellytyksiä. 22 % yrityksistä ilmoitti, että pandemia oli vaikuttanut suuresti heikentämällä heidän toimintaedellytyksiään.

Viennin merkitystä tarkasteltaessa kyselyyn vastanneet yritykset jakautuivat siten, että seitsemän yritystä ilmoitti heidän vientinsä olevan 50 % tai enemmän liikevaihdosta. Kaksi yritystä ilmoitti viennin suuruuden liikevaihdosta olevan 10–49 %.

Kuviosta 9 voi nähdä, miten koronapandemia vaikutti vastanneiden yritysten vientiin vuonna 2020. Vastanneista kaksi (22 %) ilmoitti, että heidän yrityksensä vienti kasvoi jonkin verran pandemian aikana. Tämä oli yllättävä tulos, sillä olin itse ajatellut, että korona oli verottanut kaikkia yrityksiä ainakin jonkin verran.

Miten COVID-19 epidemia vaikutti yrityksenne vientiin vuonna 2020?

9 vastausta



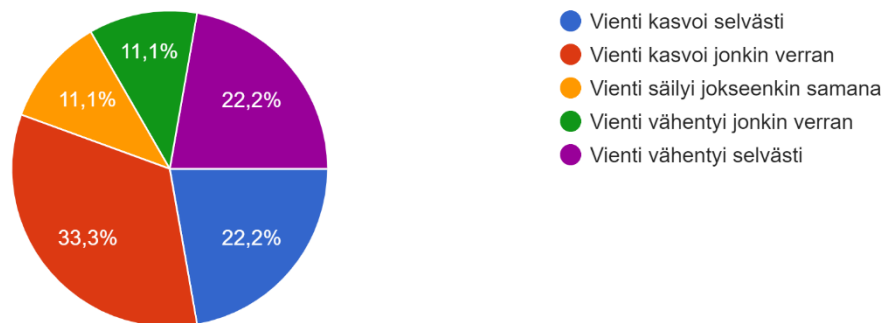
Kuvio 9 COVID-19 vaikutus yrityksen vientiin vuonna 2020 (n=9)

Kolme yritystä (33 %) ilmoitti, että vienti oli säilynyt samana vuonna 2020, kun taas kolme muuta yritystä (33 %) ilmoitti viennin vähentyneen jonkin verran. Yksi yritys (11 %) ilmoitti viennin vähentyneen selvästi kyseisenä aikana. Tästä voi vetää sen johtopäätöksen, että korona Rauman seudulla vaikutti vientiin, mutta negatiivinen vaikutus oli ehkä hieman odottamaani pienempi.

Kuviossa 10 nähdään, että vuonna 2021 yritysten viennissä ei vielä ollut kasvua, sillä kaksi vastanneista (22 %) ilmoitti viennin vähentyneen selvästi ja toiset kaksi yritystä (22 %) ilmoitti viennin vähentyneen jonkin verran. Kuitenkin kolme yritystä (33 %) ilmoitti viennin kasvaneen jonkin verran.

Miten COVID-19 epidemia vaikutti yrityksenne vientiin vuonna 2021?

9 vastausta



Kuvio 10 COVID-19 vaikutus yritysten vientiin vuonna 2021 (n=9)

Yksi yritys (11 %) kertoi viennin pysyneen samana kuin vuonna 2020 ja yksi yritys (11 %) kertoi viennin kasvaneen selvästi vuonna 2021. Tästä voidaan nähdä, että vaikka kasvu oli hidasta, sitä kuitenkin esiintyi ja tämä trendi oli myös nähtävissä koko Suomessa, kuten teoriaosiossa todettiin.

Avoimessa kysymyksessä yrityksiä pyydettiin kertomaan, mitkä heidän mielestään olivat tärkeimmät viennin vähenemiseen johtaneet syyt vuosina 2020 ja/tai 2021. Syinä yritykset ilmoittivat olevan erityisesti erilaiset logistiset ongelmat sekä kohdemaiden sulkutilat. Muita syitä oli projektien siirtyminen myöhempään ajankohtaan, jolloin pandemia olisi ohi tai paremmassa hallinnassa, myös projektien kokonaan peruuntuminen selittää yritysten heikentyneen viennin. Vientiä vaikeutti myös osien vähyys, sillä tiettyjen komponenttien tuonti maahan oli hankalaa ja näin ollen heidän omien tuotteidensa valmistus hidastui ja näin vaikutti heidän vientiinsä. Vuonna 2021 maailmanlaajuisesti toiminta ei ollut vielä piristynyt pandemiaa edeltäneelle tasolle ja tästä johtuen tarve tuotteille ei ollut vielä suurta ja näin ollen vienti oli vielä vähäistä.

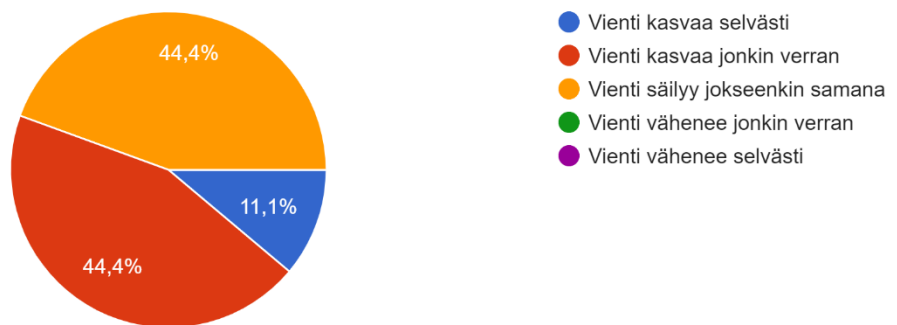
63 % kyselyyn vastanneista yrityksistä oli joutunut pandemian aikana kehittämään uusia menetelmiä ylläpitääkseen vientiä. Etäyhteyksien käyttö nousi erityisen tärkeään osaan. Etäyhteyksien ylläpitäminen asiakkaisiin ja omaan henkilökuntaan nousi vahvasti uudeksi muodoksi, jotta toiminta voitiin pitää mahdollisimman normaalina, poikkeusajasta ja suluista huolimatta. Etäyhteyksiä käytettiin myös erilaisten laitteiden käyttöönnotossa, sillä paikanpäälle oli vaikeampaa päästä koronatilanteesta johtuen.

Yritysten näkyvyyttä parannettiin, esimerkiksi Googlen hakutuloksia yritettiin parantaa ja näin tuoda yritystä enemmän esille. Vientiä edistävien hankkeiden käyttöönotto ja kehittäminen oli yksi niistä menetelmistä, joita yritykset kehittivät ylläpitääkseen vientiä koronapandemian aikana.

Viennin tulevaisuuden näkymistä yritykset olivat positiivisia, sillä kuten kuviosta 11 voi nähdä viennin uskottiin joko kasvavan tai pysyvän nykyisellä tasolla ja tämä näkyy myös koko Suomen viennistä eikä vain Rauman seudulla toimivien yritysten viennissä.

Miten arvelette, että COVID-19 tulee vaikuttamaan yrityksenne vientiin tänä vuonna 2022?

9 vastausta



Kuvio 11. COVID-19 vaikutus yrityksen vientiin vuonna 2022 (n=9)

Kyselyyn vastanneista neljä (44 %) uskoi viennin kasvavan jonkin verran vuonna 2022 ja neljä (44 %) uskoi kasvun pysyvän samana kuin vuonna 2021. Yksi yritys (11 %) uskoi viennin kasvavan selvästi vuonna 2022. Tästä voi vetää sen johtopäätöksen, että koronan vaikutuksen vientiin uskottiin vähentyvän selvästi ja näin ollen esimerkiksi logistiset ongelmat vähenevät ja helpottavat yritysten vientiä.

Viennin elpyminen on helppo nähdä koronasta huolimatta, kun katsoo, miten yritykset kertoivat muutoksista vuonna 2021 vuoteen 2020 verrattuna ja vielä odotuksistaan vuoden 2022 vientiin. Tästä voidaan päätellä, että Rauman seudulla toimivat yritykset ovat ainakin kyselyyn osallistuneiden yritysten vastausten perusteella selvinneet koronan pahimmasta vaiheesta ja odottavat tulevaisuutta valoisesti.

7 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

7.1 Yhteenveto

Viennillä tarkoitetaan tuotteen tai palvelun liikkumista kotimaan rajan yli. Vientiä on kahta laatua, näkyvää ja näkymätöntä. Kuten nimikin sanoo, näkyvällä viennillä, tarkoitetaan näkyvien tuotteiden vientiä, kun taas näkymätön vienti on palvelujen vientiä, missä ei ole näkyvää tuotetta, joka ylittäisi kotimaisen rajan.

Tuotteiden viennissä on kolmea vientimuotoa. Nämä vientimuodot ovat suora vienti, oma vienti sekä epäsuora vienti. Suorassa viennissä agentit tai tukkuriliikkeet sijaitsevat kohdemaassa, kun taas epäsuorassa nämä sijaitsevat kotimaassa, ja näin tuotteiden vienti loppuasiakkaalle on agenttien tai tukkuriliikkeiden vastuulla. Oma vienti taas on sitä mitä nimikin jo sanoo, siinä vientiyritykset itse hoitavat viennin kotimaasta kohdemaahan ja sieltä loppuasiakkaalle.

Viennin määrä vaikuttaa siihen millainen vientiorganisaation kuuluu olla. Jos yrityksen vienti on pientä, ei yrityksen ole tarpeen perustaa omaa vientiorganisaatiota vaan muutama henkilö riittää tehtävän hoitamiseen. Jos taas vientimäärät ovat isompi, on syytä perustaa vientiin erikoistunut organisaatio yrityksen sisälle hoitamaan vientiä.

Koronakriisin vaikutukset vientiin olivat huomattavat kriisin alkuaikana vuonna 2020, jolloin kriisinhallinta oli tiukimmillaan. Kuitenkin vuoden 2021 loppuun mennessä vienti alkoi olla jo normaalilla tasolla. Suurin menetys viennissä tuli metsäteollisuuden tuotteille vuonna 2020, mutta myös sen nousu oli nopeaa vuoden 2021 alkupuolella. Melkein ainoa teollisuuden tuote, joka ei kärsinyt koronakriisistä, olivat lääkkeet ja lääkeaineet, joiden vienti kasvoi vuoden 2020 aikana. Niiden vientiä kuitenkin rajoitettiin hallinnon puolesta, sillä näin pyrittiin turvaamaan oman maan käyttötarpeet.

7.2 Johtopäätökset

Vaikka koronakriisi vaikuttikin vientiin vuonna 2020 suuresti, oli kuitenkin nähtävissä, että osa yrityksistä oli pystynyt pitämään vientitoimintonsa jokseenkin samana. Osalla se jopa nousi vuoden 2020 aikana. Vuonna 2021 koronan vaikutuksissa vientiin oli suurempia eroja yritysten välillä kuin vuonna 2020, jolloin vastaajat olivat enemmänkin samassa tilanteessa toisiinsa nähden.

Vähän yli puolet vastanneista joutui koronakriisin aikana kehittämään joitain muita keinoja ylläpitääkseen vientiään. Etäyhteydet ja niiden ylläpitäminen nousi tärkeäksi ja niiden käytön lisäämisellä yritykset pyrkivät ylläpitämään vientiä ja olemaan yhteydessä asiakkaisiinsa.

Yritysten näkyvyyden lisääminen sähköisen median kautta nousi tärkeään rooliin, sillä näin yritykset lisäsivät mahdollisuuksia tuotteidensa viennin ylläpitämiseksi ilman suoria asiakaskontakteja. Olemassa olevien asiakassuhteiden ylläpitämiseen käytettiin enemmän etäyökaluja sekä erilaiset käyttöönoton tuet harjoiteltiin etäyhteyksien avulla toimiviksi.

Yritysten usko koronan vaikutusten vähenemiseen vuoden 2022 aikana oli hyvin nähtävissä kyselyyn vastanneiden keskuudessa. Yli puolet uskoi viennin pysyvän jokseenkin samana tai kasvavan jonkin verran vuoden 2022 aikana.

8 LOPPUSANAT

Opinnäytetyön tekeminen oli hiukan takeltelevaa tutkimusosion kanssa, mikä tuli itselleni yllätyksenä. Teoriaosuuden tekeminen meni hyvin, vaikka aluksi se tuottikin enemmän huolta suuren pohjamateriaalin takia ja sen läpikäyminen sekä karsiminen oli vaikeaa. Kyselyn tekeminen olikin odotetusti haastavaa itselleni, mutta lopulta olen tyytyväinen lopputulokseen.

Opinnäytetyötä tehdessäni opin, kuinka tärkeää on tehdä riittävän kattavat alkumuis-tiinpanot, jonka jälkeen kirjoittaminen olisi helpompaa. Työn aihe toi mukanaan mo-niakin oppimisen kokemuksia jo pelkästään teoriaosuuden johdosta. Tiesin kyllä, ettei vienti ole niin yksinkertainen asia kuin tavaroiden liikkuminen kotimaan sisällä, vaan siihen liittyy paljon muutakin, mutta se kuinka paljon siihen liittyi tuli yllätyksenä. Tämän havainnon oppiminen työtä tehdessä oli mukava kokemus. Myös kyselyn vas-tausten tuoma tieto oli yllättävä, sillä oletin koronan vaikuttaneen enemmänkin yritys-ten vientiin.

Työssäni en kokonaisuudesta muuttaisi mitään, mutta työn aikataulutusta muuttaisin, jos olisin tekemässä työtä uudelleen. Siirtäisin kyselyn tekemistä enemmän aikataulun alkuun, nyt kysely jäi aikataulun hännille tuottaen enemmän stressiä kuin jos se olisi ollut aikataulun alkupäässä, jossa olisi ollut enemmän tilaa. Tämä muutos olisi edes-auttanut toimintaa rinnakkain muiden työn osuuksien kanssa, eikä kysely olisi ollut erikseen yksittäisenä osana.

Jatkotutkimuksina voisi olla vertailla Suomen eri paikkakuntien vastaavanlaisten yri-tysten vientiä korona-aikana ja näin selvittää, miten korona on vaikuttanut paikkakun-takohtaisesti ja selvittää syitä näiden eroon tai samankaltaisuuksiin. Voisi myös ver-tailla Suomen ja EU maiden vientiä korona-aikana ja näin katsoa kokonaisuutena, mi-ten Suomen vienti kesti koronan ja selvittää miten Suomen eri hallintotoiminnot vai-kuttivat vientiin.

LÄHTEET

Branch, A. (2006). *Export Practice and Management* (5th edition). Thomson Learning.

Elinkeinoelämän keskusliitto. (8.9.2020) Ulkomaankauppa. Haettu 9.2.2022 osoitteesta <https://ek.fi/tutkittua-tietoa/tietoa-suomen-taloudesta/ulkomaankauppa/>

Findikaattori.fi. (7.1.2022). Tuonti ja Vienti taulukko [Tilasto]. Haettu 2.2.2022 osoitteesta <https://findikaattori.fi/fi/table/80>

Gabrielsson, M. & Luostarinen J-P. (2002). *Kansainväliset operaatiomuodot*. Teoksessa Seristö H. (toim.), *Kansainvälinen liiketoiminta* (s. 97-133). Dark Oy.

Grafers, H.W. & Schlich, A.W. (2005). *Strategic Export Management*. WSOY.

Heikkilä, T. (2014). *Kvantitatiivinen tutkimus*. Haettu 1.3.2022 osoitteesta <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>

ICT Market Access Map. (12.1.2022). *Tracing of COVID-19 Temporary Trade Measures*. Haettu 1.2.2022 osoitteesta <https://www.macmap.org/covid19>

Kangasrääsio, S., Kellokumpu, J. & Strifler, M. (21.12.2020) *Koronakriisin vaikutus BKT:n kehitykseen hyvin samankaltainen Suomessa ja Ruotsissa*. Haettu 3.2.2022 osoitteesta <https://www.vtv.fi/blogit/koronakriisin-vaikutus-bktn-kehitykseen-on-hyvin-samankaltainen-suomessa-ja-ruotsissa/>

Paavonen, M. (7.6.2019) *Mitä palveluviennin tilastot kertovat?* Haettu 9.2.2022 osoitteesta <https://yrityskatsaus.fi/mita-palveluviennin-tilastot-kertovat/>

Quiles, P. (n.d.) *Legal and Policy Implications of COVID-19-related Export Restrictions*. Haettu 1.2.2022 osoitteesta https://www.tradeeconomics.com/iec_publication/legal-and-policy-implications-of-covid-19-related-export-restrictions/

Saarinen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. (2006) *KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Tampere. Haettu 5.3.2022 osoitteesta https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html

Saukkonen, P. (n.d.) *Tutkimusasetelma- taso 1*. Haettu 5.3.2022 osoitteesta <https://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Tutkimusasetelma.html>

Tilastokeskus (17.12.2021) *Talouden tilannekuva*. Haettu 3.2.2022 osoitteesta <https://www.stat.fi/ajk/koronavirus/koronavirus-ajankohtaista-tilastotietoa/miten-vaikutukset-nakyvat-tilastoissa/talouden-tilannekuva>

Tilastokeskus (n.d.) *Tilastojen ABC*. Haettu 3.2.2022 osoitteesta https://tilastokoulu.stat.fi/verkkokoulu_v2.xql?course_id=tkoulu_tlkt&lesson_id=5&subject_id=2&page_type=sisalto

Tilastokeskus (n.d.) Käsitteet. Haettu 19.4.2022 osoitteesta <https://www.stat.fi/meta/kas/reliabiliteetti.html>

Tilastokeskus (n.d.) Käsitteet. Haettu 19.4.2022 osoitteesta <https://www.stat.fi/meta/kas/validiteetti.html>

Tulli (17.9.2021) Tavaroiden ulkomaankauppa maakunnittain vuonna 2021 (1-6) [Tilasto]. Haettu 3.2.2022 osoitteesta [https://tulli.fi/documents/2912305/91172153/Tavaroiden+ulkomaankauppa+maakunnittain+vuonna+2021+\(1-6\).pdf/c0f40598-89c1-bf45-1ab8-f4bf9ee1de0d/Tavaroiden+ulkomaankauppa+maakunnittain+vuonna+2021+\(1-6\).pdf?t=1631776458903](https://tulli.fi/documents/2912305/91172153/Tavaroiden+ulkomaankauppa+maakunnittain+vuonna+2021+(1-6).pdf/c0f40598-89c1-bf45-1ab8-f4bf9ee1de0d/Tavaroiden+ulkomaankauppa+maakunnittain+vuonna+2021+(1-6).pdf?t=1631776458903)

Tulli (30.6.2021) Kuvioita Suomen ulkomaankaupasta 2021 [Tilasto]. Haettu 3.2.2022 osoitteesta <https://tulli.fi/documents/2912305/3439475/Kuvioita%20Suomen%20ulkomaankaupasta%202021/873b476a-ece8-3611-984b-1a787efd0477/Kuvioita%20Suomen%20ulkomaankaupasta%202021.pdf?version=1.8>

Tulli (31.1.2022) Tavaroiden ulkomaankaupan kuukausitilasto Marraskuu 2021 [Tilasto]. Haettu 3.2.2022 osoitteesta <https://tulli.fi/documents/2912305/3329364/Kuukausitilasto,+marraskuu+2021.pdf/e93a3fd9-99c8-3716-c4fd-9176726327bb/Kuukausitilasto,+marraskuu+2021.pdf?t=1643367799704>

Tullin (26.2.2021). Kuvioita Suomen ulkomaankaupasta 2020 [Tilasto]. Haettu 2.2.2022 osoitteesta <https://tulli.fi/documents/2912305/3439475/Kuvioita+Suomen+ulkomaankaupasta+2020.pdf/34d76da6-523f-4ccf-6755-075cbc68d71b/Kuvioita+Suomen+ulkomaankaupasta+2020.pdf?t=1593507489517>

World Health Organization. (n.d.) Coronavirus disease (COVID-19). Haettu 9.2.2022 osoitteesta https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1

World Trade Organization. (20.12.2021). Merchandise Trade Volume Declined in Q3 While Trade Values Continued to Rise. Haettu 1.2.2022 osoitteesta https://www.wto.org/english/news_e/news21_e/stat_20dec21_e.htm

World Trade Organization. (n.d.) COVID-19 and World Trade. Haettu 1.2.2022 osoitteesta https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/covid19_e.htm

Yrityksen taustatiedot

1. Yrityksen henkilöstömäärä

- a) alle 10
- b) 10–49
- c) 50–248
- d) 250 tai yli

2. Yrityksen toimiala

- a) Teollisuus
- b) Kauppa
- c) Palvelut
- d) Rakentaminen

3. Miten COVID-19 epidemia on vaikuttanut yrityksenne toimintaedellytyksiin?

- a) Parantanut selvästi toimintaedellytyksiämme
- b) Parantanut jonkin verran toimintaedellytyksiämme
- c) Ei parantanut eikä heikentänyt
- d) Heikentänyt jonkin verran toimintaedellytyksiämme
- e) Heikentänyt selvästi toimintaedellytyksiämme

4. Viennin osuus yrityksenne liikevaihdosta

- a) alle 10 %
- b) 10–49 %
- c) 50 % tai enemmän
- e) Yrityksellämme ei ole vientiä (Kysely päättyy tähän, jos valitsette tämän vastauksen)

Varsinainen kysely

5. Miten COVID-19 vaikutti yrityksenne vientiin vuonna 2020?

- a) Vienti kasvoi selvästi

- b) Vienti kasvoi jonkin verran
- c) Vienti säilyi jokseenkin samana
- d) Vienti vähentyi jonkin verran
- e) Vienti vähentyi selvästi

6. Miten COVID-19 epidemia vaikutti yrityksenne vientiin vuonna 2021?

- a) Vienti kasvoi selvästi
- b) Vienti kasvoi jonkin verran
- c) Vienti säilyi jokseenkin samana
- d) Vienti vähentyi jonkin verran
- e) Vienti vähentyi selvästi

7. Mikäli COVID-19 epidemia on vähentänyt yrityksenne vientiä vuonna 2020 ja/tai vuonna 2021 jonkin verran tai selvästi, mitkä ovat mielestänne tärkeimmät siihen vaikuttaneet syyt?

8. Onko yrityksenne joutunut kehittämään uusia menetelmiä ylläpitääkseen vientiä COVID-19 aikana?

- a) Kyllä
- b) Ei

9. Mikäli vastasitte edelliseen kysymykseen KYLLÄ, millaisista menetelmistä on kyse?

10. Miten arvelette, että COVID-19 tulee vaikuttamaan yrityksenne vientiin tänä vuonna 2022?

- a) Vienti kasvaa selvästi
- b) Vienti kasvaa jonkin verran
- c) Vienti säilyy jokseenkin samana
- d) Vienti vähenee jonkin verran
- e) Vienti vähenee selvästi