

Ohjemateriaalin laatiminen kolmikantakaupasta Enston asiakaspalveluhenkilöstölle

Savolainen Satu

Opinnäytetyö

Liiketalouden koulutusohjelma



Tekijä tai tekijät Satu Savolainen	Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2011
Raportin nimi Ohjemateriaalin laatiminen kolmikantakaupasta Ensto Oy:n asiakaspalveluhenkilöstölle	Sivu- ja liitesivumäärä 37 + 3
Opettajat tai ohjaajat Katri Heikkinen Marina Karlqvist	
<p>Tämä opinnäytetyö on produktityyppinen opinnäytetyö, joka tehty toimeksiantona Enstolle. Työn aiheena on laatia ohjemateriaali kolmikantakaupasta Enston asiakaspalveluhenkilöstölle. Tavoitteena on laatia selkeä, helppokäyttöinen, englanninkielinen ohjemateriaali kolmikantakaupasta. Ohjemateriaali tehdään ensisijaisesti asiakaspalvelun nykyisten ja uusien työntekijöiden käyttöön. Tulevaisuudessa sitä voitaisiin lisäksi hyödyntää myös koulutusmateriaalina.</p> <p>Opinnäytetyöraportti käsittelee pääteorianaan kolmikantakauppaa, jota pohjustetaan lyhyesti yhteisömyynnillä ja -hankinnalla. Tämän lisäksi raportissa käydään läpi teoriaa ohjemateriaalin kirjoittamisesta ja suunnittelusta. Produkti sen sijaan on rajattu käsittelemään kolmikantakauppaa, Intrastatia kolmikannassa ja kolmikannan oikein merkitsemistä myyntitilauksille. Kolmikantakauppa esitellään ohjeessa useiden käytännölläheisten esimerkkien avulla.</p> <p>Opinnäytetyössä hyödynnettiin erilaisia kirjallisia ja sähköisiä lähteitä. Produktia tehtäessä käytettiin yrityksen sisäistä tietoa muun muassa haastatteluiden ja palaverien keinoin. Ohjemateriaalin sisältöä muokattiin saadun palautteen ja kommenttien pohjalta, millä pyrittiin varmistamaan, että ohje saavuttaa asetetut tavoitteet ja että siitä saadaan mahdollisimman hyödyllinen materiaali Enston asiakaspalvelun käyttöön.</p>	
Asiasanat Kolmikantakauppa, ohjemateriaali, yhteisömyynti, yhteisöhankinta	

Degree programme in Business Management

<p>Authors Satu Savolainen</p>	<p>Group or year of entry 2011</p>
<p>The title of thesis Instruction Material of Triangulation for Ensto Customer Service</p>	<p>Number of report pages and attachment pages 37+3</p>
<p>Advisor(s) Katri Heikinen Marina Karlqvist</p>	
<p>This thesis was commissioned for a company called Ensto, and the objective was to compile instructional material on triangulation operations for their Customer Service. The aim was to make a guide in English that would be distinct and easy to use. The instruction material is intended primarily for present and new personnel in Customer Service, but in future the material may also be used for more general educational purposes.</p> <p>The main theory in the thesis handles various aspects of triangulation and explains the Intra community supply and Intra community acquisition concepts. In addition, theory on instruction manual writing and planning is dealt with. The instruction manual focuses on the theory of triangulation, Intrastat declarations in triangulation and triangulation marking in sales orders. The instruction guide also comprises several practical examples related to triangulation and Ensto.</p> <p>This thesis utilizes many different electronic and written sources. Internal knowledge of the company was obtained through interviews and discussions with different people who all work at Ensto. The instruction material was modified based on the feedback and comments of Customer Service personnel. This was an important part as in this way it was possible to achieve the objectives and to make sure that the instructions would prove useful to its users.</p>	
<p>Key words Triangulation, Instruction material, Intra community supply, Intra community acquisition</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaukset	1
1.2	Opinnäytetyön rakenne ja keskeiset käsitteet	3
2	Ensto.....	5
2.1	Ensto yrityksenä	5
2.2	Kansainvälisyys Enstolla	7
2.3	Asiakaspalvelun työnkuvaus	7
3	Yhteisömyynti ja -hankinta	9
3.1	Yhteisömyynti.....	9
3.2	Yhteisöhankinta.....	11
4	Kolmikantakauppa	12
4.1	Kolmikantakaupan määritelmä.....	12
4.2	Arvonlisäveroitus kolmikantakaupassa.....	13
4.3	Intrastat-tilastointi	16
4.4	Ilmoitusvelvollisuus kolmikantakaupassa.....	17
4.5	Kolmikantakaupan hyödyt yritykselle.....	18
5	Ohjemateriaalin laatiminen	20
5.1	Kirjoittaminen ja asiatyyli	20
5.2	Ohje.....	22
5.3	Ohjeen suunnitteluprosessi.....	23
5.4	Produkti eli ohjemateriaali asiakaspalvelulle	27
5.4.1	Produktin rakenne	27
5.4.2	Produktin testaaminen ja palautteensaanti	29
5.4.3	Produktin aikataulu ja työstäminen	31
6	Pohdinta & johtopäätökset	33
6.1	Produktin hyödynnettävyys.....	33
6.2	Arviointi.....	34
6.3	Produktin ja raportin reflektointi	35
6.4	Kehittämistoimenpiteet	36
	Lähteet.....	38

Litteet.....	44
Liite 1. Ohjemateriaali kolmikantakaupasta (salainen)	44
Liite 2. Opinnäytetyön aikataulu	45
Liite 3. Produktin aikataulu.....	46

1 Johdanto

Euroopan talous on kokenut kovia ja euron asema horjunut useaan otteeseen viimeisten vuosien aikana. Talouskasvu on ollut heikohkoa ja ikävät uutiset muun muassa irtisanomisten ja työttömyyden suunnalta ovat olleet murskaavia. Tämänkaltaisissa tilanteissa on tärkeätä, että kaikki 28 EU-jäsenmaata osaavat vetää yhdestä köydestä. (Euroopan unioni 2014 & Euroopan komissio 2014, 4.)

EU-maiden välinen kauppa muodostaa suuren osan koko EU-kaupasta, jopa kaksi kolmasosaa ja se lisääntyy jatkuvasti. Tämä tarkoittaa myös sitä, että yhteisökauppa ja sen säännöt esimerkiksi arvonlisäverotuksen osalta tulisi olla riittävän selkeitä ja yksinkertaistettuja, jotta kaupankäynti sujuisi ongelmitta. Kolmikantakauppatilanne on yksi esimerkki, kuinka jotakin asiaa on helpotettu erityissäännöksiä nojalla. (Euroopan unioni 2014 & Euroopan unioni 2011.)

Opinnäytetyön aihe saatiin toimeksiantona Ensto Finland Oy:ltä, mutta itse toimeksiantona toteutettava produkti koskettaa koko yritystä kaikkine tytäryhtiöineen ja asiakaspalvelupisteineen. Opinnäytetyön tekijä suoritti itse työharjoittelun Ensto Finland Oy:n viennin asiakaspalvelussa ja opinnäytetyötä tehtiin työharjoittelun ja kesätyön ohella. Kolmikantakauppatilanteet kuuluivat opinnäytetyön tekijälle lähes jokapäiväiseen työnkuvaan, sillä työnkuvaan kuului muun muassa EU-maiden tilausten käsittelyä.

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaukset

Tämän opinnäytetyön aiheena on laatia ohjemateriaali kolmikantakaupasta Enston asiakaspalveluhenkilöstölle. Opinnäytetyö on siis produktityyppinen ja se koostuu raporttisuudesta sekä itse produktista eli ohjemateriaalista.

Opinnäytetyön tavoitteena on laatia selkeä, helppokäyttöinen, englanninkielinen ohjemateriaali kolmikantakaupasta. Ohjeesta tulee käydä ilmi muun muassa seuraavanlaiset asiat: Mitä tarkoittaa kolmikantakauppa? Milloin sitä sovelletaan eli missä tilanteissa? Kuinka se tulee merkitä myyntitilauksia tehdessä ja mitä kaikkea tulee tällöin huomioida?

da? Lisäksi ohje tulee korostamaan kolmikantakauppatilanteen oikein ja oikeassa järjestyksessä merkitsemistä, jotta mahdollisia virheitä saataisiin karsittua pois. Kolmikanta-kaupan virheellinen merkitseminen tai merkitsemättä jättäminen aiheuttaa aina lisätyötä yrityksen sisällä, kuten esimerkiksi kirjanpidolle.

Ohjemateriaali tehdään uusien ja nykyisten työntekijöiden perehdyttämistä varten sekä koulutusmateriaaliksi. Yhtenä tavoitteena on saada aikaan ohjemateriaali, jonka avulla voitaisiin tulevaisuudessa järjestää kolmikantakauppakoulutukset sisäisesti ilman ulkopuolisia kouluttajia.

Opinnäytetyö on rajattu siten, että raportissa käsitellään pääteorianaan kolmikantakauppaa, mutta sitä pohjustetaan kertomalla yhteisömyynnistä ja -hankinnasta. Yhteisömyynti ja -hankinta käsitellään yleisellä tasolla eikä erinäisiä poikkeuksia ja tarkempia yksityiskohtia käsitellä ollenkaan. Opinnäytetyön pääaihe eli kolmikantakauppa pyritään käsittelemään mahdollisimman selkeästi ja laajasti, jotta aiheesta syntyisi riittävän hyvä kuva. Kolmikantakauppaa käsitellään yrityksen näkökulmasta ottaen huomioon kaikki kolme osapuolta (A, B ja C). Lisäksi opinnäytetyön raportissa käydään läpi ohjemateriaalin suunnitteluun ja kirjoittamiseen liittyvää teoriaa muutamien esimerkkimallien avulla.

Produkti eli ohjemateriaali on rajattu käsittelemään kolmikantakauppaa, Intrastat-ilmoitusta kolmikantakaupassa sekä kolmikannan oikein merkitsemisen tärkeyttä Enstolla. Kaikki edellä mainitut asiat käsitellään lyhyesti, koska tarkoituksena ei ole tehdä paksua opasta kolmikantakaupasta, vaan selkeä ohjemateriaali asiakaspalvelun käyttöön, josta löytää nopeasti tarvitsemansa tiedon. Produktissa ei käsitellä ilmoitusvelvollisuutta sen tarkemmin, koska ilmoitusvelvollisuuden muodollisuudet ja merkinnät vaihtelevat Euroopan maittain. Enston asiakaspalvelu palvelee monessa eri maassa, joten tarvetta ilmoitusvelvollisuuden korostamiselle ei ole. Ohjemateriaalissa ei myöskään käsitellä kolmikantakauppaa ja siihen liittyviä yhteisömyyntejä ja hankintoja yksityiskohtaisesti, vaan teoriaosuudessa esitetään ainoastaan kolmikannan pääkohdat. Tarkemmat yksityiskohdat on jätetty pois, jotta teksti ei olisi liian vaikeaselkoinen. Enston asiakaspalvelu palvelee monessa eri maassa, joten tarvetta ilmoitusvelvollisuuden korostamiselle ei

ole. Ohjemateriaalin näkökulmana on kolmikantakauppa Enstolla ja täten myös esi-merkeissä korostetaan yrityksen omaa näkökulmaa.

1.2 Opinnäytetyön rakenne ja keskeiset käsitteet

Tämä produkti eli toiminnallinen opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Enstolle. Se koostuu kahdesta osasta: itse produktista, joka on kirjoitettu englanninkielellä, ja suomenkielisestä opinnäytetyöraportista, joka pitää sisällään teoriaosuuden sekä prosessidokumentoinnin ja arvioinnin.

Opinnäytetyön produkti eli ohjemateriaali koostuu tiivistä teoriaosuudesta, jossa käsitellään lyhyesti teoriana kolmikantakauppa ja sen arvonlisäverotus ja Intrastat-järjestelmä kolmikantakaupan näkökulmasta. Tärkeänä osuutena ohjemateriaalista löytyy ohjeistus siitä, kuinka kolmikantakauppa merkitään myyntitilaukselle. Ohjeistus etenee vaihe vaiheelta kuvien ja selitysten avulla.

Opinnäytetyö raportti koostuu johdannosta, teoriaosuudesta, opinnäytetyöprosessin reflektoinnista sekä itse produktista. Raportti alkaa johdannolla, joka johdattelee opinnäytetyön aiheeseen eli kolmikantakauppaan. Lisäksi johdannossa avataan opinnäytetyön tavoitteita, rajauksia, käsitteitä sekä rakennetta. Johdantoa seuraa teoriaosuus, joka jakautuu tarkemmin yhteisömyyntiin ja -hankintaan, kolmikantakauppaan sekä ohjemateriaalin laatimiseen. Viimeinen luku keskittyy opinnäytetyön prosessin reflektointiin.

Keskeiset käsitteet

Tämän opinnäytetyön keskeiset käsitteet ovat kolmikantakauppa, yhteisömyynti- ja hankinta sekä ohjemateriaali.

Kolmikantakauppa tarkoittaa tilannetta, jossa tavara myydään kahdesti peräkkäin kolmen kauppapuolen välillä, jotka kaikki ovat rekisteröityneet verovelvolliseksi eri jäsenvaltioissa. Maa A myy tavaran maalle B ilman, että tavara kulkee maan B kautta. Maa B sen sijaan myy tavaran maalle C ilman, että tavara kulkee myyjämaan kautta.

Täten tavara kulkee suoraan maasta A maalle C. (Tulli 2009; Nyrhinen & Äärilä 2005, 279.)

Yhteisömyynti

Yhteisömyynti tarkoittaa tavaramyyntiä, kun tavara kuljetetaan toisesta jäsenvaltiosta toiseen jäsenvaltioon sekä tavarantoimitus toisesta jäsenvaltiosta toiseen jäsenvaltioon siellä tapahtuvaa myyntiä varten. Yhteisömyynti on verotonta ja se edellyttää, että molemmat osapuolet ovat rekisteröityneet arvonlisäverovelvolliseksi eri jäsenmaissa. (Vero 2012a.)

Yhteisöhankinta

Yhteisöhankinnasta puhutaan silloin, kun tavara ostetaan toisesta jäsenvaltiosta ja kuljetetaan toiseen jäsenvaltioon. Yhteisöhankinta on verollista ja se toteutuu vain, jos molemmat osapuolet ovat rekisteröityneet arvonlisäverolliseksi eri jäsenvaltioissa. (Vero 2012b.)

Ohjemateriaali

Ohjemateriaali on ohjeistus jonkin asian suorittamisesta, jossa käsiteltävä aihe ohjeistetaan vaihe vaiheelta. Ohjemateriaalin tavoitteena on edetä loogisesti vaihe vaiheelta, jotta ohjemateriaalia tarvitsevan olisi mahdollisimman helppo seurata ja suorittaa ohjeistettava asia. (Highet 2006.)

2 Ensto

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyön toimeksiantajayritys. Aluksi kuvataan Enstoa yleisesti yrityksenä ja sen toimintaa. Tätä seuraa osuus, jossa kuvataan yrityksen kansainvälisyyttä ja keinoja, joilla sitä pidetään yllä. Lisäksi raportin toisessa luvussa kerrotaan hieman Enston asiakaspalvelusta työtehtävineen. Asiakaspalvelu nostetaan raportissa esiin, koska tämän opinnäytetyön produkti tehdään Enston asiakaspalveluhenkilöstölle.

2.1 Ensto yrityksenä

Enston tarina alkaa vuodesta 1958, jolloin Ensio Miettinen perusti yrityksen nimeltä Insinööritoimisto Ensio Miettinen, nykyisin yritys siis tunnetaan nimellä Ensto ja se on osa EM Group-konsernia. Ensto on cleantech-yritys, joka toimii kansainvälisillä markkinoilla valmistuen, kehittuen ja markkinoiden erilaisia sähköjärjestelmiä ja -tarvikkeita. Perheyritys jakautuu lukuisiin tytäryhtiöihin, joita löytyy niin Suomesta, Ruotsista, Virossa, Norjasta, Puolasta, Latviasta, Liettuasta, Unkarista, Tšekistä, Ukrainasta, Saksasta, Slovakiasta, Ranskasta, Espanjasta, Italiasta, Venäjältä, Iso-Britanniasta, Kazakstanista, Intiasta. Enston liikevaihto vuonna 2013 oli yli 280 miljoonaa euroa ja työntekijöitä sillä oli yhteensä 1670. (Ensto 2013; 3; Ensto 2014a, Ensto 2014b, Ensto 2014c.)

Ensto toimii sähköteollisuudessa tuoden ratkaisuja sähköenergian jakeluun ja jokapäiväiseen käyttöön. Kestävä kehitys ja energiatehokkuus ovat avainasemassa yrityksen liiketoiminnassa ja Enston tavoitteena onkin olla maailman johtava yritys vihreän energiatehokkuuden toimialalla. Yritys pitää tärkeänä, että tuotteet ovat ympäristöystävällisiä ja että niiden jättämä hiilijalanjälki on mahdollisimman pieni. Kaikki tuotteet ja innovatiiviset ratkaisut tehdään yhteistyön voimin asiakkaan tarpeita kuunnellen. (Ensto 2014b; Ensto 2014d.)

Enstolla on tuotantoa seitsemässä eri maassa: Suomessa, Virossa, Ranskassa, Italissa, Espanjassa, Venäjällä sekä Intiassa. Tuotekehitystä sen sijaan löytyy niin Suomesta, Ranskasta, Puolasta, Italiasta että Intiasta. Myyntitoimipisteitä on kaiken kaikkiaan kah-

dessakymmenessä eri maassa niin Euroopan kuin Aasiankin mantereella. Yrityksen pääkonttori kuitenkin sijaitsee Suomessa, Porvoossa. (Ensto 2013, 3.)

Enston liiketoiminta on jaettu kolmeen osaan: Ensto Building Technology, Ensto Utility Networks ja Ensto Industrial Solutions. Näiltä kaikilta kolmelta liiketoiminta-alueelta löytyvät omat tuoteperheet ja -valikoimat. (Ensto 2014c; Ensto 2013g.)

Building Technology tuo ratkaisuja rakennustekniikkaan.

- Ilmanvaihto
- Keskukset (ulko- ja ryhmäkeskukset)
- Ohjausjärjestelmät
- Työpisteet (pylväspistorasiat)
- Lämmitys
- Sähköauton lataus (lataustolpat)
- Asennuskalusteet (kytkimet)
- Pistoliittimet
- Valaistus (led- ja saunavalaisimet)

- **Industrial Solutions** tuo kotelointiratkaisut ja teollisuuskomponentit vaativiin ympäristöolosuhteisiin.
 - Koteloratkaisut
 - Teollisuuskomponentit (varokepesät, liittimet, kuormankytkimet)
 - Räjähdyssuojaus

Utility Networks tarjoaa sähkönjakeluratkaisuja.

- Maakaapelitarvikkeet
- Ilmanjohtotarvikkeet
- Verkkoautomaatiotuotteet
- Ratkaisut sähkön laatuun (jännitekorottaja)

2.2 Kansainvälisyys Enstolla

Ensto on kansainvälinen cleantech-yritys, jonka toimintaa ohjaavat arvot, eettiset periaatteet ja ympäristöpolitiikka. Arvoihin kuuluvat luottamus, arvostus, erinomainen suoritus ja kannustava luovuus. Enston slogan on ”Ensto Saves Your Energy”(Ensto 2014e, Ensto 2014f).

Enston vahvuus on paikallinen läsnäolo kahdessakymmenessä eri maassa. Paikallinen läsnäolo mahdollistaa sen, että asiakkaat olla yhteyttä oman maansa myyntipisteeseen ja saada palvelua ja tuotetietoutta omalla äidinkielellään. Paikallinen läsnäolo nostaa palvelun tason aivan uudelle tasolle. (Ensto 2013.)

Ensto on aktiivisesti mukana myös erilaisissa yhteistyöprojekteissa ja yhdistyksissä, yritys on jäsenenä muun muassa seuraavanlaisissa yhdistyksissä: CleanTech Finland, Ewea (European Wind Energy Association), SGS , CPVS (China Photovoltaic Society), DNV (Det Norske Veritas) ja Energy Efficient Agreements. Jäsenyys ja yhteistyö erilaisissa yhdistyksissä ovat tärkeä osa verkostoitumista. Ensto kiertää ahkerasti myös erilaisilla messuilla ja muissa tapahtumissa ympäri maailmaa. Kaikki tämänkaltaiset tapahtumat ja yhteistyökuviot tuovat aina lisää tunnettuutta yrityksen brändiä ja tuotteita kohtaan. Jokainen uusi tilaisuus on myös uusi mahdollisuus. (Ensto 2014h.)

2.3 Asiakaspalvelun työnkuvaus

Asiakaspalvelu on tärkeä osa Enstoa ja useimmiten se näkyvin osa asiakkaalle tuotteiden lisäksi. Enstossa asiakaspalvelu jakautuu neljään eri tiimiin: kotimaa, Ruotsi, sisäinen ja vienti. Kotimaan tiimi luonnollisesti hoitaa Suomen asiakkaiden asiakaspalvelun. Ruotsin tiimi palvelee Ruotsin ja Tanskan asiakkaita. Sisäinen tiimi sen sijaan keskittyy Ensto-yhtiöiden asiakaspalveluun, kun taas vientitiimillä jää hoidettavaksi vientimaat. (Ensto 2012, 4.)

Asiakaspalvelun tehtävänä on ennen kaikkea palvella asiakasta hyvällä, asiantuntevalla ja ystävällisellä asenteella. Työnkuva saattaa vaihdella hieman tiimistä riippuen, mutta perusasiat ovat suhteellisen samankaltaiset kaikilla asiakaspalvelussa työskentelevillä.

Asiakaspalvelu työskentelee tiiviisti muun muassa myyjien, ostajien ja logistiikan kanssa.
(Ensto 2012, 4.)

Enston asiakaspalvelun työtehtäviin kuuluvat esimerkiksi (Ensto 2012; 4):

- Myyntitilauksien syöttäminen järjestelmään
- Tilauksien vahvistaminen asiakkaille
- Laskutus
- Reklamaatioiden tekeminen
- Asiakkaiden kyselyihin vastaaminen puhelimitse ja sähköpostitse: muun muassa toimitusaika- ja saatavuuskyselyt
- Uusien asiakkaiden perustaminen

3 Yhteisömyynti ja -hankinta

Raportin kolmas luku käsittelee yhteisömyyntiä ja -hankintaa, joilla pohjustetaan opinäytetyön aihetta kolmikantakauppaa. Yhteisömyynti- ja hankinta käsitellään yleisellä tasolla eikä tarkempia yksityiskohtia ja poikkeuksia käsitellä.

3.1 Yhteisömyynti

Euroopan unionin sisäkauppa-alueella tavarat, ihmiset ja pääoma saavat liikkua vapaasti. Tämä tarkoittaa sitä, ettei tavaroille tarvitse tehdä vienti- ja tuontitullausta. Tullirajojen poistaminen johti kysymykseen: kuinka ratkaista arvonlisäverotus myytäessä EU-maasta toiseen? Määränpäämaaperiaate toimii EU-sisäkaupan verotusjärjestelmän perustana. Määränpäämaaperiaatteella tarkoitetaan sitä, että vero tilitetään siihen yhteisömaahan, joka on tavaran määränpäämaa. Tätä periaatetta sovelletaan lähinnä verovelvollisten yritysten välisessä kaupassa. (KPMG 2013, 390.)

Yhteisömyynnillä (Intra community supply) käsitetään tavaran myyntiä, kun myyjä, ostaja tai joku muu heidän puolestaan kuljettaa tavaran ostajalle toiseen jäsenmaahan. Tämän lisäksi tavaran myyntinä pidetään yrityksen liikeomaisuuden siirtoa EU-jäsenvaltiosta toiseen jäsenvaltioon. Tavaran siirto kuitenkin edellyttää, että se käsitellään yhteisöhankintana tavaran saapumisvaltiossa. Tämänkaltaisiin vastikkeettomiin siirtoihin liittyy kuitenkin paljon muun muassa poikkeuksia, joita ei käsitellä yhteisömyyntinä. Yhteisömyynti ei siis koske palvelujen myyntiä, vaan ainoastaan tavaran myyntiä. Yhteisömyynti on verotonta, mutta tällöin kahden ehdon tulee täytyä (Pasanen 2005, 387; Juanto & Saukko 2014, 149-150.):

- Tavara kuljetetaan EU-jäsenvaltiosta toiseen jäsenvaltioon
- Tavaran ostaja on rekisteröitynyt arvonlisäverolliseksi toisessa jäsenvaltiossa kuin tavaran myyjä

Jotta yhteisömyynti toteutuisi, on myös tärkeätä muistaa edellä mainittujen lisäksi, että ostajan tulee olla elinkeinonharjoittaja tai oikeushenkilö, joka ei ole elinkeinonharjoittaja. Laskutuksessa yhteisömyynti merkitään joko ”ALV 0% yhteisömyynti”, ”VAT 0%

Intra Community Supply”, ALV 72 a §” tai ”arvonlisäverodirektiivi 2006/112/EY 138 art.”. (Juanto & Saukko 2014, 149; Prokasta 2013)

Tavaran myyjällä on velvollisuus osoittaa, että ostaja on rekisteröitynyt verovelvolliseksi toisessa jäsenvaltiossa. Ostajan ei kuitenkaan tarvitse olla arvonlisäverollinen juuri siinä jäsenmaassa, johon tavara kuljetetaan. Pelkkä arvonlisäverotunniste toisesta EU-jäsenmaasta riittää, kunhan se on eri kuin kuljetuksen alkamisvaltio. Myyjä todistaa verovelvollisuuden laittamalla myyntilaskuun sekä ostajan arvonlisäverotunnuksen että oman arvonlisäverotunnuksensa. ALV-tunnus muodostuu Suomessa yrityksen Y-tunnuksesta, jonka eteen lisätään etuliite FI esimerkiksi FI33221779. Muissa jäsenvaltioissa se muodostetaan maatunnuksesta, jonka perään lisätään maittain vaihteleva määrä numeroita esimerkiksi Ranskan ALV-tunnus FR66492987790. Myyjän on mahdollista tarkistaa ostajan antama ALV-tunnus muun muassa Verohallitukselta. (Nyrhinen & Äärilä 2005, 262-263; Pasanen 2005, 382.)

Yhteisömyyntiä siis on tavaran kuljettaminen myyjältä Suomesta ostajalle toiseen jäsenmaahan. Tämän kuljetuksen voi järjestää joko myyjä, ostaja tai joku muu kuten huolitsija. Edellytyksenä kuitenkin on, että kuljetus toiseen jäsenvaltioon pystytään todistamaan tarvittaessa myös jälkeenpäin. Tilanteessa, jossa myyjä tilaa kuljetuksen huolitsijalta, voidaan tapahtunut todistaa rahtikirjalla tai -laskulla. Kun taas ostajan maksaessa huolitsijalle kuljetuksen, todisteena toimii rahtikirjajäljennys tai muunlainen selvitys kuljetuksesta toiseen jäsenmaahan (Nyrhinen & Äärilä 2005, 263-265).

Yhteisömyynnit tulee merkitä arvonlisäveron valvontailmoitukseen. Tämän lisäksi niistä tulee raportoida kohdekausittain antaen yhteenvetoilmoitus, jossa ilmoitetaan yhteisömyynnit asiakaskohtaisesti. Pääsääntönä on, että tavaran myynti kohdistetaan toimituskuukautta seuraavalle kuukaudelle. Kuitenkin jos asiakkaalle on annettu lasku tai laskuna toimiva asiakirja tavaran toimituskuukautena, kohdistetaan myynti tällöin toimituskuukaudelle. Ennakkolaskuissa myynti kohdistetaan pääsäännön mukaisesti. Tämän lisäksi myyntimäärät yhteisömaihin tulee ilmoittaa tullille ulkomaankaupan tilastointia varten, tämän takia annetaan vienneistä muihin jäsenvaltioihin joka kuukausi viennin Intrastat-ilmoitus, jos viennin määrä ylittää 500 000€ vuodessa. (Nyrhinen & Äärilä 2005, 265; Vero 2013.)

3.2 Yhteisöhankinta

Yhteisöhankinnalla (Intra community acquisition) tarkoitetaan tavaran omistusoikeuden vastikkeellista hankintaa, jos myyjä, ostaja tai joku muu heidän puolestaan kuljettaa tavaran ostajalle jäsenmaasta toiseen. Yksinkertaisemmin sanottuna yhteisöhankinta on siis tavaranosto toisesta EU-jäsenmaasta. Tämän lisäksi myös tavaran siirtoa toisesta maasta toiseen käsitellään yhteisöhankintana siirron määränpäävaltiossa. Jotta yhteisöhankinta voisi toteutua, täytyy myyjän olla verovelvollinen yritys. Päinvastoin kuin yhteisömyynti, yhteisöhankinta on verollista. Yhteisöhankinnassa vero maksetaan siihen maahan, johon tavaran kuljetus päättyy, mikä tarkoittaa sitä, että yhteisöhankinnassa noudatetaan määränpäämaaperiaatetta. (Nyrhinen & Äärilä 2005, 272-273; Tilitoimisto Gröhn 2012; Schiess & Thoma 2009.)

Vähennyskelpoisuus: Tavaralla on oikeus vähentää arvonlisävero, jos tavara on hankittu vähennyskelpoiseen käyttöön, kuten jälleenmyyntiin. Muista ei vähennyskelpoisista yhteisöhankinnoista ostaja tilittää arvonlisäveron normaalisti. (Tilitoimisto Gröhn 2012.)

Yhteisöhankinnat ilmoitetaan kausiveroilmoituksella, johon merkitään hankintojen yhteismäärät euromääräisesti, suoritettavien verojen yhteismäärä sekä mahdolliset verovähennykset. Yhteisöhankinta kohdistetaan tavaran hankintakuukautta seuraavalle kuukaudelle. Kuitenkin jos ostajalle annetaan hankinnasta lasku toimituskuukauden aikana, kohdistetaan se toimituskuukaudelle. Tämän lisäksi jos vuosittaiset ostot muista EU-jäsenmaista ylittävät 500 000 €, ostaja joutuu ilmoittamaan ostot tuonnin Intrastat-ilmoituksessa. (Nyrhinen & Äärilä 2005, 274; Vero2014b; Vero 2014c.)

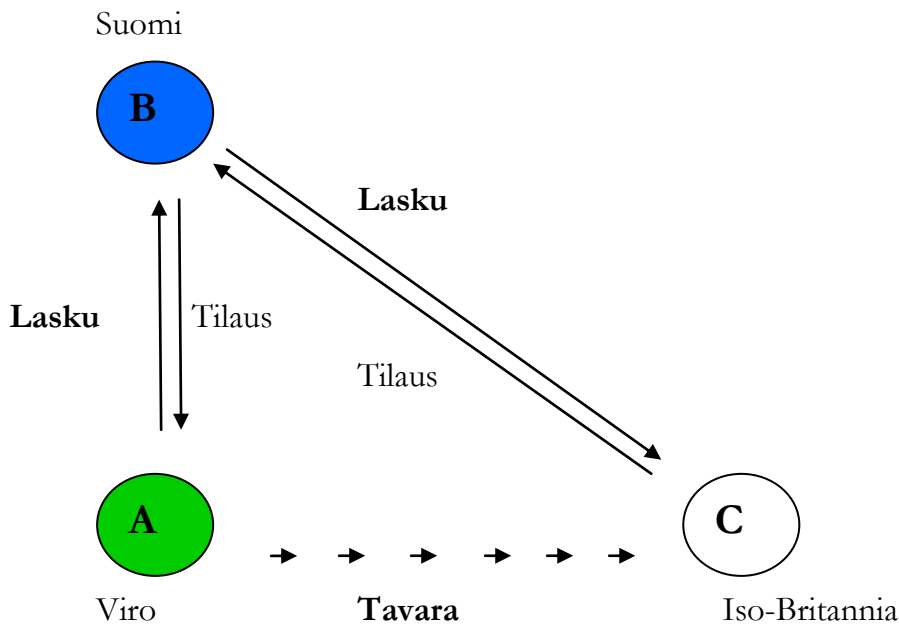
4 Kolmikantakauppa

Tässä luvussa käsitellään koko opinnäytetyön pääaihetta eli kolmikantakauppaa. Ensin käydään läpi kolmikantakaupan määritelmä, jota seuraa arvonlisäverotus kolmikantakaupassa, Intrastat, ilmoitusvelvollisuus sekä lopuksi listataan kolmikannan hyödyt yritykselle. Kolmikantakauppa käsitellään näkökulmasta, jossa suomalainen yritys on yhtenä osapuolena. Ilmoitusvelvollisuuden velvoitteet ja merkinnät soveltuvat vain Suomessa ja tämä työ ei kommentoi muiden Euroopan maiden ilmoitusvelvollisuutta.

4.1 Kolmikantakaupan määritelmä

EU:n sisäkaupassa sovelletaan erityissäännöksiä kolmikantakauppatilanteissa ALV 63 g § mukaisesti (Nyrhinen & Äärilä 2005, 279). Kolmikantakauppa on tilanne, jossa tavara myydään kaksi kertaa peräkkäin niin, että tavara kuljetetaan suoraan ensimmäiseltä myyjältä toiselle ostajalle jäsenmaasta toiseen. Tämä tarkoittaa siis sitä, että kolmikantakauppa käydään kolmen kauppapuolen välillä, jotka kaikki ovat arvonlisäverollisia eri EU-jäsenvaltioissa.

Kauppatilanteessa on siis kolme osapuolta (A, B ja C): Yritys B ostaa tavaran yritykseltä A, jolta tavara kuljetetaan suoraan kolmannelle yritykselle C tämän jäsenvaltioon. Tämä kolmas yritys C on siis ostanut tavaran alun perin yritykseltä B. Kauppaan kuului yritys A laskuttaa B tekemän oston yritykseltä B. Yritys B sen sijaan laskuttaa omaan myyntiinsä liittyen yritystä C. (Pasanen 2005, 388; Skatteverket 2014.) Kuvio 1 kuvaa kolmikantakauppatilanteen ja sen kuinka sekä tavara että laskut liikkuvat yritykseltä toiselle.



Kuvio 1. Kolmikantakauppa (Vero 2011) muokattu

4.2 Arvonlisäverotus kolmikantakaupassa

Kolmikantakauppa perustuu yhteisömyynnille ja -hankinnalle, mutta koska kolmikantakauppaa kuuluu erityissäännösten alle, on sitä yksinkertaistettu verotuksen kannalta. Kolmikantakaupassa on siis kolme kauppaosapuolta: yritykset A, B ja C. Yritys A myy tavaran yritykselle B, yritys B myy tavaran yritykselle C ja tavara siirtyy suoraan yritykseltä A yritykselle C (Ainsworth 2012 & Praxity 2013).

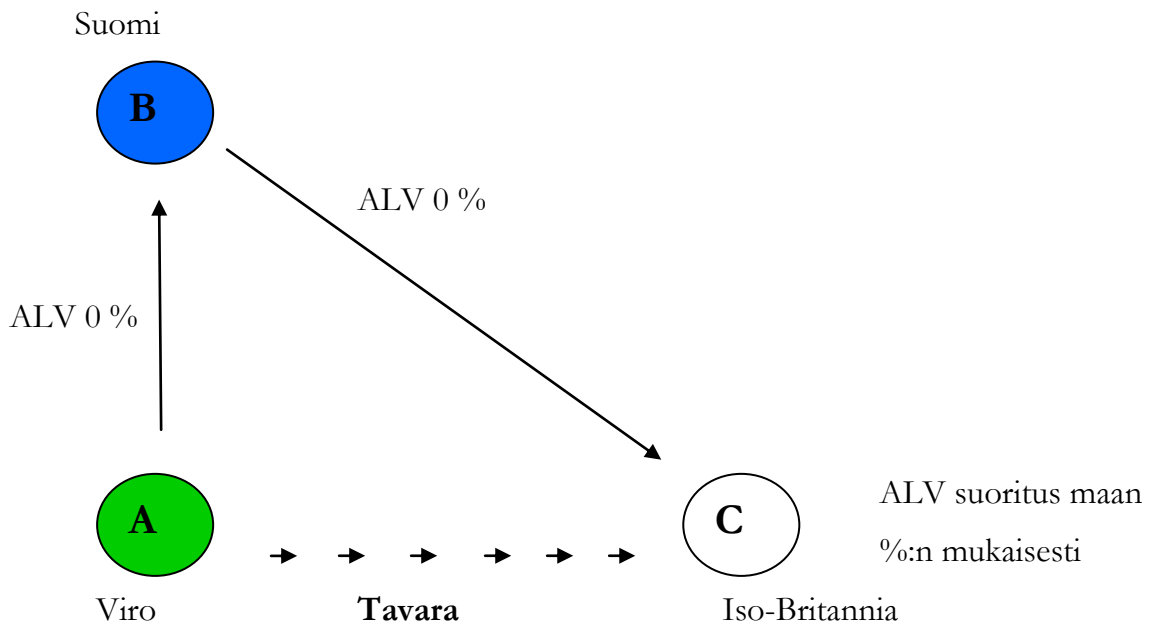
Yritys A suorittaa arvonlisäverottoman yhteisömyynnin, sillä tavaran kuljetus toiseen jäsenmaahan tapahtuu hänen kotimaastaan. Lisäksi tavaran toinen ostaja, yritys C on arvonlisäverollinen tavaran saapumisvaltiossa. (Nyrhinen & Äärilä 2005, 279.)

Yritys B sen sijaan suorittaa yhteisöhankinnan yrityksen C jäsenmaassa. Yritys B ei siis tee yhteisömyyntiä, koska tavara ei lähde sen kotimaasta, vaan yrityksen A kotimaasta, josta B on tavaran siis ostanut. Tässä kolmikantakaupan vaiheessa tullaan siihen kohtaan, jossa sovelletaan niin sanottua yksinkertaistamissäännöstä. Normalissa yhteisöhankinnassa yrityksen B tulisi rekisteröityä verovelvolliseksi tavaran kuljetuksen päättymisvaltiossa, mutta kolmikantakauppatilanteessa yksinkertaistamissäännös kumoaa

tämän. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että yritys B suorittaa verottoman yhteisöhankinnan ja sitä seuraavan paikallisen myynnin yrityksen C jäsenvaltiossa. Kuitenkin, jotta veroton yhteisöhankinta toteutuisi, täytyy seuraavien ehtojen toteutua (Finlex 2014; Pasanen 2005, 389):

- Ostaja yrityksellä ei ole kiinteää toimipaikkaa eikä kotipaikkaa kuljetuksen päättymisvaltiossa
- Ostaja on ostanut tavaran kuljetuksen päättymisvaltiossa tapahtuvaa jälleenvyyntiä varten
- Ostajayrityksen asiakas eli seuraava ostaja on rekisteröity arvonlisäverolliseksi kuljetuksen päättymisvaltiossa
- Tavara on kuljetettu ostajan yhteisöhankintaan liittyen suoraan seuraavalle ostajalle toisesta jäsenvaltiosta kuin ostajavaltiosta
- Ostaja merkitsee myyntilaskuunsa oman ja asiakkaansa ALV-tunnisteen, merkinnän kolmikantakauppatilanteesta esimerkiksi sanalla ”Triangulation” sekä ostaja ilmoittaa kyseisen myynnin arvonlisäveron yhteenvetoilmoituksessa.

Kolmikantakaupassa yritys C on verovelvollinen tavaran saapumisvaltiossa ja suorittaa täten veron yrityksen B myynnistä. Ostajana yritys C voi kuitenkin vähentää yhteisöhankinnasta suoritettava veron, jos yritys on hankkinut tavaran vähennyskelpoiseen käyttöön. (Revenue 2013.) Kuvio 2 osoittaa, kuinka arvonlisäverotus kulkee eri jäsenmaiden välillä kolmikantakaupassa.



Kuvio 2. Arvonlisävero kolmikantakaupassa (Vero 2011) muokattu

Kolmikantakaupassa laskutus siis kulkee ensimmäisen myyjän (A) ja ostajan (B) välillä sekä toisen ostajan (C) ja toisen myyjän (B) välillä. Myyjä A lähettää laskun ostajalle B merkiten siihen oman alv-numeron ja ostajan alv-numeron. Toinen myyjä B lähettää laskun ostajalle C ja ilmoittaa siinä molempien alv-numerot sekä maininnan kolmikantakauppatilanteesta esimerkiksi sanalla ”Triangulation”. Tämän lisäksi kolmikantakauppatilanteessa laskuun merkitään ”ALV 0 % /VAT 0 %”, ”ALV 63 g § tai ”arvonlisäverodirektiivin 2006/112/EY 141 art.”. (Prokasta 2013.)

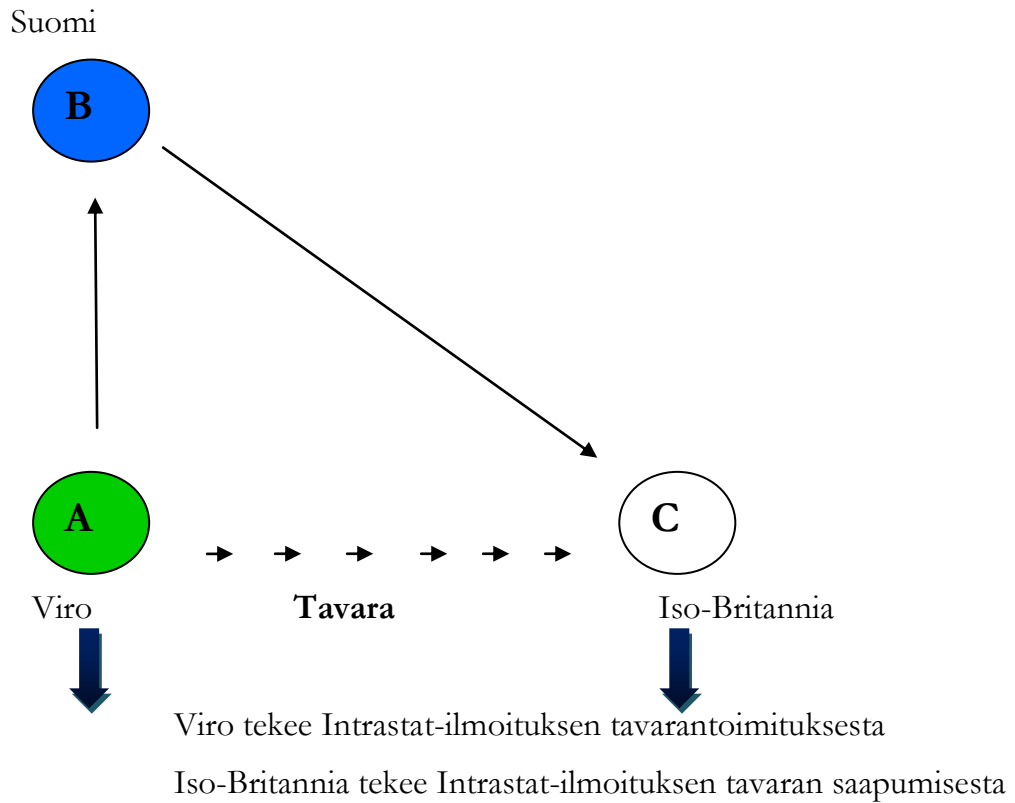
4.3 Intrastat-tilastointi

Euroopan unionin sisäkaupassa ei ole käytössä tulleja, mikä tarkoittaa sitä, ettei maiden rajoilla suoriteta tullaustoimenpiteitä eikä kaupankäynnissä vaadita erilaisia vientidokumentteja, kuten Euroopan ulkopuolisessa kaupankäynnissä. Koska yhteisökaupan tilastotietoja ei saada tullausjärjestelmästä, on niitä varten kehitetty oma tilastointijärjestelmä, INTRASTAT. (Tulli 2014.)

Intrastat on siis järjestelmä, johon tuojat ja viejät ilmoittavat joka kuukausi kaikki tarvittavat tilastotiedot sisäkaupasta tullille. Tullin tulee tarkistaa kyseiset tilastotiedot ja koota niistä yhtenäinen ulkomaankauppatilasto, johon kuuluu sekä sisä- ja ulkokauppa. Tämä ulkomaankaupantilastotieto taas viedään Euroopan Unionin tilastotoimiston EUROSTATIN käyttöön. (Fintra-sarja 2008, 13-1; Tulli 2014.)

Intrastat-ilmoitusvelvollisia ovat kaikki arvonlisäverolliset sisäkauppaa käyvät tuojat ja viejät. Ilmoitusvelvollisuus pitää sisällään kalenterivuositaisen viennin ja tuonnin tilastointirajan, joka on jäsenmaakohtainen. Suomessa vuonna 2014 raja oli 500 000€. Pienet tuojat ja viejät on vapautettu ilmoitusvelvollisuudesta, heidän sisäkaupan tiedot sisällytetään viennin ja tuonnin kuukausiarvoihin erittelemättömänä tuontina ja vientinä. (Fintra-sarja 2008; Logistiikan maailma 2014.)

Kolmikantakaupassa Intrastat-ilmoitusvelvollisuus on sillä jäsenmaan yrityksellä, josta tavaran fyysinen liikkuminen toiseen jäsenmaahan tapahtuu. Tavaran fyysisellä liikkumisella käsitetään rajan ylittävää toimintaa eli tavaran lähtemistä ja saapumista. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että kolmikantakaupan ensimmäinen myyjä on Intrastat-ilmoitusvelvollinen tavarantoimituksesta toiselle ostajalle ja toinen ostaja on ilmoitusvelvollinen tavaran saapumisesta. Kuvio 3 osoittaa sen, että yritys A toimittaa tavaran yritykselle C kolmikantakaupan mukaisesti. Näin ollen Intrastat-velvollisuus on siis virolaisella yrityksellä eli yrityksellä A sekä yrityksellä Iso-Britanniassa eli yrityksellä C. (HM Revenue & Customs 2014.)



Kuvio 3. Intrastat-ilmoitus kolmikantakaupassa (Vero 2011) muokattu

4.4 Ilmoitusvelvollisuus kolmikantakaupassa

Taulukko 1. Ilmoitusvelvollisuuden jakautuminen kolmikantakaupassa (Vero 2011) muokattu

Osapuoli	Kausiveroilmoitus	Yhteenvetoilmoitus	Intrastat-ilmoitus
A	Myynti B:lle	Myynti B:lle	Tavarantoimitus
B		Myynti C:lle	
C	Osto B:ltä		Tavarantoimitus

A= Ensimmäinen myyjä

B= Toinen myyjä, ensimmäinen ostaja

C= Toinen ostaja

Kolmikantakauppa velvoittaa kaupan osapuolet antamaan erilaisia ilmoituksia. Taulukko 1 osoittaa, kuinka ilmoitusvelvollisuus jakautuu kolmikantakaupassa kolmen eri osapuolen A, B, ja C välillä.

Kolmikantakaupan ensimmäinen myyjä eli myyjä A antaa kolme eri ilmoitusta: Koska tavara lähtee fyysisesti myyjän A kotimaasta, tekee se tavarantoimituksesta Intrastat-ilmoituksen. Tämän lisäksi myynti B:lle ilmoitetaan sekä kausiveroilmoituksessa että yhteenvetoilmoituksessa. Kausiveroilmoituksessa myynti ilmoitetaan seuraavasti:

- 311 Tavaroiden myynnit muihin EU-maihin. (Tulli 2013, 10; Vero 2014a.)

Kaupan keskimäinen osapuoli eli myyjä B ilmoittaa myynnin C:lle yhteenvetoilmoituksessa. Yhteenvetoilmoitukseen merkitään yhteisömyynnin arvo ja koodinumero 3. Jos myyjällä B on muita yhteisömyyntejä C:lle, ne tulee ilmoittaa normaaleina yhteisömyynteinä, erikseen kolmikantakauppamyynneistä. (Vero 2014a.)

Koska tavara tuodaan fyysisesti rajan yli tavarantoimitusalueeseen ostajalle C, täytyy ostajan ilmoittaa tämä tavara Intrastatissa. Lisäksi ostajan C tulee ilmoittaa osto B:lta kausiveroilmoituksessa. Ilmoitukseen täytetään hankinnasta suoritettava vero ja jos hankinta on tullut vähennyskelpoiseen käyttöön, merkitään se ilmoitukseen.

- 313 Tavaratoimitukset muista EU-maista
- 305 Vero tavaratoimituksista muista EU-maista
- 307 Kohdekauden vähennettävä vero. (Tulli 2013, 10; Vero 2014a)

4.5 Kolmikantakaupan hyödyt yritykselle

Kolmikantakauppa on erityistilanne, johon sovelletaan yksinkertaistamissäännöstä. Ilman yksinkertaistamista kauppatilanteesta muodostuisi huomattavasti monimutkaisempi. Yksinkertaistaminen tuo mukanaan monia helpotuksia verovelvollisuuden, rekisteröinnin ja raportoinnin suhteen niin kaupan osapuolille kuin veroviranomaisillekin ja kirjanpitäjille. (Revenue 2013 & Praxity 2013.)

Yksi suurimmista hyödyistä on se, että yrityksen ei tarvitse rekisteröityä arvonlisäveroliseksi monessa eri maassa. Kolmikantakaupassa keskimmäisen osapuolen ei tarvitse rekisteröityä tavaran kuljetuksen päättymisvaltiossa, vaikka normaalisti yhteisöhankinta tätä velvoittaisikin. (Chaplin 2013; KPMG 2013, 320).

Yksinkertaistaminen helpottaa myös verotusta, sillä kaupan keskimmäisen osapuolen tekemä yhteisöhankinta ja samanaikaisesti tapahtuva myynti tavaran kuljetuksen päättymisvaltiossa on yritykselle veroton. (Vero 2014b.)

- Keskimmäisen osapuolen ei tarvitse rekisteröityä tavaran kuljetuksen määräävävaltiossa
- Keskimmäisen osapuoli tekee verottoman yhteisöhankinnan ja edelleen myynnin viimeiselle ostajalle (KPMG 2013,324).

5 Ohjemateriaalin laatiminen

Raportin viides luku käsittelee teoriaa kirjoittamisesta, ohjeesta sekä sen suunnittelusta ja toteutuksesta. Samalla kerrotaan, kuinka kyseiset asiat on suunniteltu ja toteutettu opinnäytetyön produktissa eli ohjemateriaalissa.

5.1 Kirjoittaminen ja asiatyyli

Kirjoittaminen syntyy ideoiden ja ajatteluprosessin tuloksena. Kirjoittaminen on yksilöllistä eikä aina suinkaan helppoa. Toisinaan sitä voi joutua kaivelemaan esiin tai harjoittelemaan: apuna voi käyttää esimerkiksi käsitekarttoja, kysymyksiä ja toisten kirjoittamia tekstejä. (Ikävalko 2001, 244; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 46-49.)

Kirjoittamisprosessi (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012; 54; Ikävalko 2001, 245):

1. Ideointi
2. Suunnittelu ja jäsentely
3. Palautteen hankkiminen
4. Muokkaaminen
5. Havainnollistaminen
6. Oikoluku ja viimeistely
7. Julkistus, arviointi ja loppupalautteen saanti

Kirjoittamisenprosessi alkaa ideoinnilla, jossa on tarkoitus heitellä ajatuksia ilmaan. Ajatuksia ei tule rajoittaa, vaan antaa niiden kulkea vapaasti oman pään sisässä. Lopulta ajatusten koonti vie prosessin seuraavalle tasolle. Seuraavana prosessissa on suunnittelu ja jäsentely, jotka toimivat usein hyvän tekstin pohjana. On tärkätä osata jäsenellä tekstiä ja muokata sen rakennetta johdonmukaiseksi. Tekstin suunnittelussa sen sijaan tulisi miettiä: kenelle, miksi ja miten? Kenelle kirjoitetaan eli kuka tulee lukemaan kyseistä tekstiä. Miksi kirjoitetaan eli mikä on se perimmäinen tavoite tekstin tuottamiselle. Ja miten kirjoitetaan eli millä keinoin viesti saadaan parhaiten perille ja miten se tulisi muotoilla. Tämän lisäksi suunnitteluvaiheessa tulisi kerätä tietoa aiheesta monin eri tavoin. Tämän jälkeen kerättyä tietoa tulisi sulatella omassa mielessä, jotta teksti saatai-

siin jäsennelyä mahdollisimman hyvin. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 53-54; Hirsjärvi ym. 2000, 34.)

Hyvästä tekstistä ei tule tarpeeksi hyvää, ellei siitä pyydetä palautetta. Palautetta olisi suotavaa kerätä kirjoitusprosessin aikana, jotta tekstiä pystyisi muokkaamaan ja hioimaan. Palautteensaanti on tärkeää, sillä useimmiten kirjoittaja tulee sokeaksi omalle tekstilleen, minkä takia kannattaisi pyytää arviointia ulkopuoliselta lukijalta. Kriitikki auttaa myös kehittymään kirjoittajana. (Ikävalko 2001, 245.)

Tekstin havainnollistaminen on muokkauksen jälkeinen vaihe. Havainnollistaminen on keino saada lukija kiinnostumaan tekstin aiheesta. Tekstin kiinnostavuus saattaa monissa tapauksissa myös lisätä sen ymmärtämistä. Asiatekstiä voi havainnollistaa muun muassa esimerkein, sanavalinnoin, ilmaisuin, kielikuvin sekä vastakohtien esittämisellä. Havainnollistamista seuraa tekstin oikolukeminen ja viimeistely. Viimeistelyssä täytyy ottaa huomioon, että teksti on selkeä, yhtenäinen ja hyvin rytmitetty. Koko kirjoitusprosessi päättyy tekstin julkaisuun, arviointiin ja lopullisen palautteen saamiseen. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 57-81.) Tämä on vain esimerkki kirjoitusprosessista ja sen vaiheista. Koska kirjoittaminen on yksilöllistä, myös edellä mainitut vaiheet saattavat vaihdella, esiintyä eri järjestyksessä tai muuten eri muodoissa. (Ikävalko 2001, 245.)

Hyvään asiatyyliin kuuluu selkeä ja tiivis ilmaisu. Yhtenäisen tekstin tulisi edetä johdonmukaisesti, jotta sitä olisi mahdollisimman helppo seurata. Ymmärtämisen kannalta olisi myös tärkeää muistaa kieliopin oikeellisuus ja sujuvuus, jottei tekstin sanoma jäisi epäselväksi. Kieliopin sujuvuuteen vaikuttaa muun muassa virkerakenteet ja sanavalinnat. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 80-81; Hirsjärvi ym. 2000, 270-277.)

Tämän opinnäytetyön produktin kirjoitusprosessi on edennyt melko samankaltaisesti kuin edellä kuvatussa teoriaosuudessa, ideoinnin ja suunnittelun kautta tekstin tuottamiseen. Tekstin kirjoittaminen on jatkuvaa muokkaamista ja uudelleensuunnittelua. Oman tekstin muokkaaminen ja kirjoittamisen havainnollistaminen eivät aina ole niin yksinkertaisia asioita kuin miltä ne kuulostavat. Opinnäytetyön kirjoittamisprosessi on ollut vaativaa aikaa ja se on vaatinut huomattavan paljon keskittymistä. Jatkuva itsekriti-

tisyys omaa tekstiä kohtaan ja pohdinta siitä, onko teksti riittävän selkeä ja helppolukuinen, ovat tulleet tutuksi matkan varrella. Oman itsekriittisyyden vuoksi on tärkeätä, että omasta tekstissä on saanut palautetta jo kirjoitusprosessin aikana, sillä tämä on auttanut oman kirjoitusprosessin loppuunsaattamisessa hyvin olennaisesti.

5.2 Ohje

Ohjeella tarkoitetaan yksityiskohtaista opastusta siitä, kuinka jokin tehtävä suoritetaan askel askeleelta. Tarkoituksena on, että ohje etenee loogisesti vaihe vaiheelta auttaen lukijaa suoriutumaan tehtävästä itsenäisesti. (Highet 2006.)

Työympäristö on paikka, jossa tarvitaan paljon erilaisia ohjeistuksia erilaisiin työtehtäviin liittyen. Ohjeet kuuluvat jokapäiväiseen työhön auttaen organisaation työntekijöitä selviytymään työtehtävistään. Tehokkaat ohjeet voivat johtaa entistäkin tehokkaampaan johtamisjärjestelmään ja hyvään työtulokseen. (Highet 2006.)

Mikä on hyvä ohjemateriaali? Ohjeen tulisi olla helppolukuinen, yhtenäinen, arvoa lisäävä, ajankohtainen, dokumentoitu ja saatavilla oleva. Helppolukuisuudella tarkoitetaan, että ohjeen tulisi olla tarpeeksi yksinkertainen ja tiedon tulisi olla tasapainossa – ei liikaa, eikä liian vähän. Jotta ohjeistusta olisi helppo seurata ja ymmärtää, täytyy tekstin olla yhtenäinen. Toisaalta ohjeella täytyy olla myös merkitys ja arvo sen käyttäjälle. Jos ohje sisältää pelkästään perustietoa tai se sisältää täysin tarpeetonta tietoa, ei kukaan käytä sitä. Tällöin ohjeet saattavat jäädä vain uusien työntekijöiden ja sijaisten käyttöön. Arvoon liittyy myös se, että ohjeen tulisi olla aina päivitetty eli ajankohtainen. Väärä tieto ohjeistuksessa voi aiheuttaa suurtakin vahinkoa työyhteisössä, tämän välttämiseksi ohjeistuksesta tuli löytyä aina uusien tietojen dokumentoituna ja niin että dokumentoitu ohjeistus on aina saatavilla, kun sitä tarvitaan. (Highet 2008.)

Ohjemateriaalista eli produktista (Liite 1) on tarkoitus tehdä ymmärrettävä ja helposti seurattava. Tavoitteena on tehdä ohjemateriaali kolmikantakaupasta asiakaspalvelun käyttöön ja tulevaisuudessa samaista ohjemateriaalia voitaisiin käyttää tarvittaessa myös koulutusmateriaalina sekä uusien työntekijöiden perehdyttämisessä.

5.3 Ohjeen suunnitteluprosessi

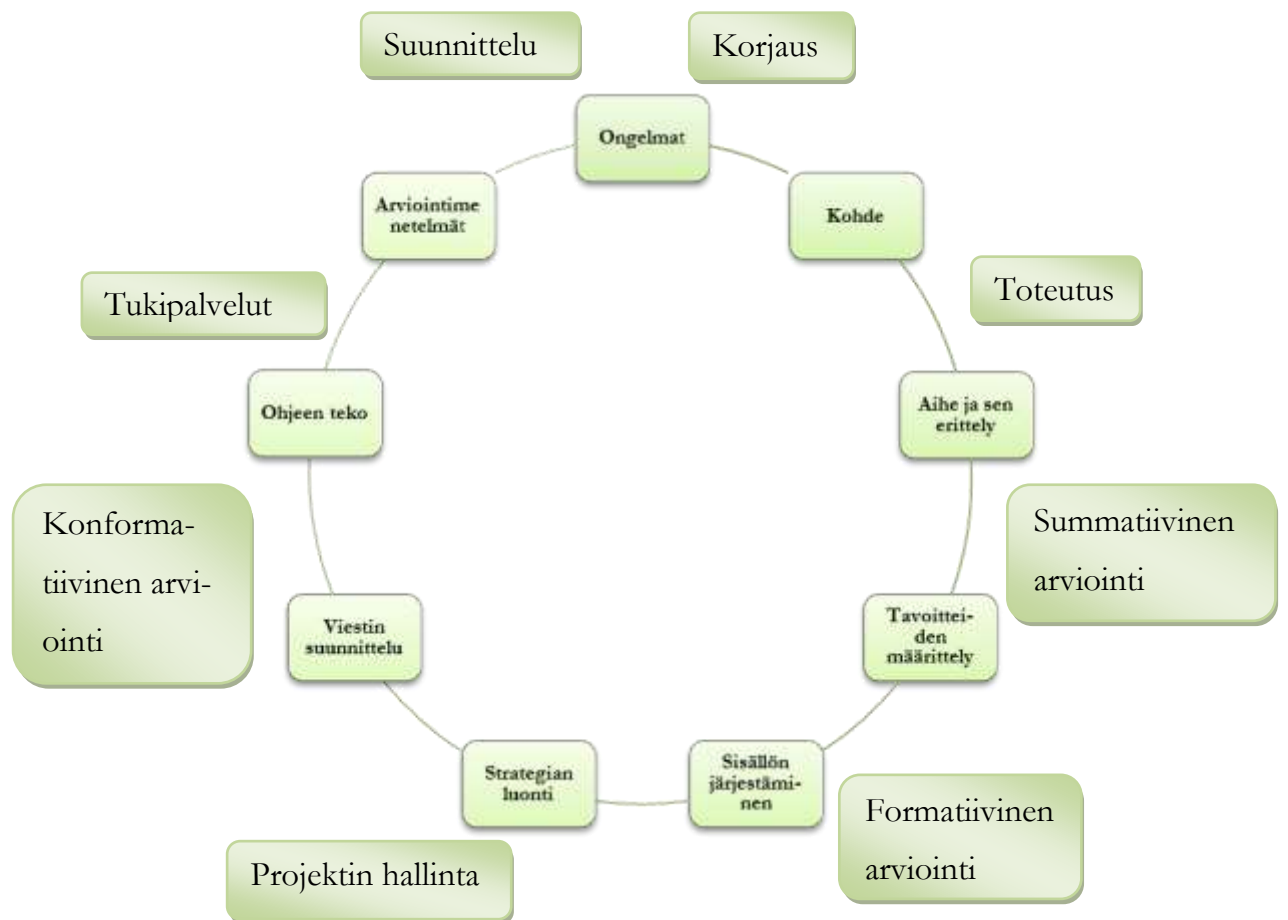
Ohjemateriaalin suunnittelussa ja laatimisessa voi käyttää apuna erilaisia malleja ja teorioita (Instructional Design Models and Theories). Mallit ja teorit eivät suoranaisesti opasta juuri ohjeistuksien ja oppaiden tekoon, vaan pikemminkin ohjaavat oppimisprosessin ja opetuksen suunnittelua. Mutta koska ohjemateriaalin tarkoituksena on kuitenkin opastaa jonkin asian suorittamiseen askel askeleelta ja antaa tietoa, voidaan tällaisia teorioita ja malleja hyödyntää myös ohjemateriaalin suunnitteluprosessissa. (Morrison, Ross & Kemp 2004, 4-5.)

Ohjemateriaalin suunnitteluvaiheessa voidaan erotella tärkeimpiä elementtejä, joiden avulla suunnittelua lähdetään viemään eteenpäin. Tärkeimmät avaintekijät suunnittelussa ovat (Morrison ym 2004, 7):

1. Kohde ”oppija” eli kenelle ohjeistus suunnitellaan
2. Tavoitteet eli mitä ohjeistuksella halutaan saavuttaa
3. Ohjeistusstrategia eli millä keinoin ohjeistuksen sisältö ja ohjeistettava asia opitaan parhaiten
4. Arviointimenetelmät eli miten määritellään, onko asetetut tavoitteet saavutettu

Koko työprosessia ohjeen laatimisessa voidaan kuvata yhdeksän eri elementistä, jotka kuvataan kuviossa 4. (Morrison ym. 2004, 7-8):

1. Määritellään ohjeen ongelma
2. Tutkitaan kohde eli kenelle ohje tehdään
3. Määritellään aiheen sisältö ja se mistä osista se koostuu
4. Määritellään ohjeen tavoitteet
5. Järjestetään sisältö loogiseen järjestykseen
6. Luodaan strategia, jotta tavoitteet voitaisiin saavuttaa
7. Suunnitellaan ohjeen ”sanoma”
8. Tehdään ja kehitetään ohje
9. Kehitetään arviointimenetelmät

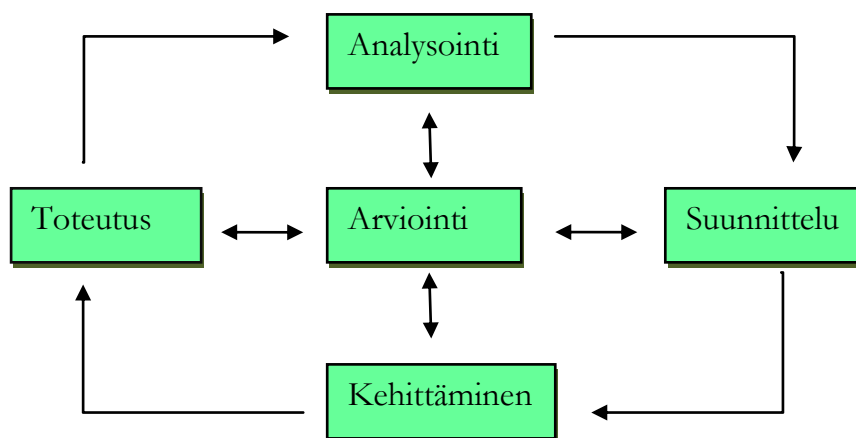


Kuvio 4. Ohjeprosessin vaiheet (Morrison ym. 2004, 9) muokattu

Tämän produktin ohjeprosessista voidaan havaita monia yhteneviä piirteitä Morrisonin ym. mallien välillä. Morrison ym. kuvasivat suunnitteluvaiheen tärkeimmiksi osiksi neljä eri komponenttia eli tekijää: kohde, tavoitteet, metodit ja strategiat. Tämän ohjemateriaalin suunnittelussa lähdettiin liikkeelle samoista komponenteista. Ensin mietittiin kohde eli kenelle ohje tehdään ja minkälaisiin tarpeisiin. Ohjemateriaalin kohteena oli siis asiakaspalveluhenkilöstö ja mahdollisesti tulevaisuudessa myös muut kolmikantakauppakoulutusta tarvitsevat henkilöt yrityksen sisälle. Tämän jälkeen asetettiin selkeät tavoitteet. Tavoitteena oli saada aikaan helppolukuinen ohje, jota voitaisiin hyödyntää sekä kouluttamisessa että uusien ja nykyisten asiakaspalvelussa työskentelevien perehdyttämisessä kolmikantakauppaan. Lisäksi ohjemateriaalin avulla pyritäisiin minimoimaan erilaiset virheet, joita tilausten syöttämisessä tapahtuu. Kolmantena kohtana suunnittelussa oli strategiat. Strategioiksi suunniteltiin teorian etsimistä luotettavista, monipuolisista lähteistä. Lisäksi suunnitelmaan kuului yrityksen sisäisen tiedon käyttö

muun muassa haastatteluiden ja tapaamisten muodossa. Arviointimenetelmiksi sen sijaan suunniteltiin palautteen hankkimista ja ohjeen testaamista.

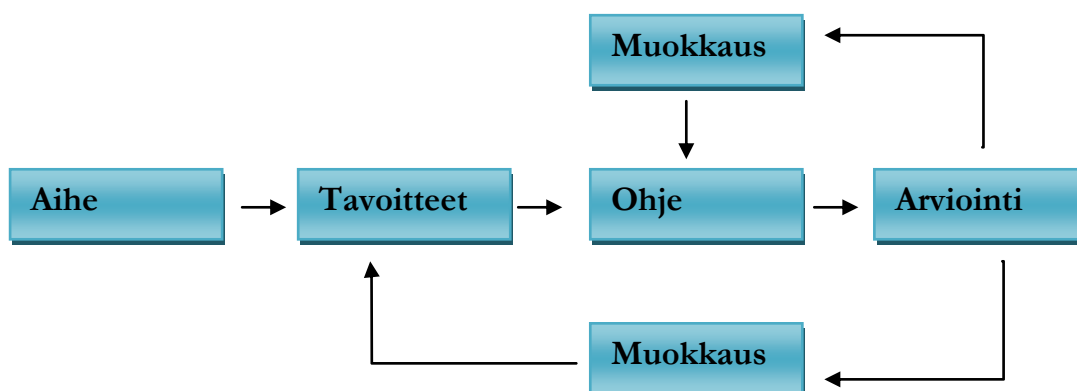
Yhtenä vaihtoehtona ohjeen suunnittelussa voi hyödyntää Addien mallia kuvion 5 mukaisesti. Malli alkaa analysointivaiheesta, jossa tunnistetaan ja määritellään ongelma, tavoitteet sekä päämäärät. Seuraavaksi suunnitellaan strategia, jolla ohjetta lähetään tekemään ja muokkaamaan. Samalla mietitään, kuinka asetettuihin tavoitteisiin päästään. Kolmannessa vaiheessa kehitetään kahta ensimmäistä vaihetta. Tarkoituksena on kirjoittaa ja muokata ohjemateriaalia oikeaan suuntaan. Toteutusvaiheessa testataan, kuinka hyvin ohje toimii, onko se tarpeeksi tehokas ja päästäänkö sen avulla haluamiin tavoitteisiin. Viimeinen arviointivaihe pitää sisällään formatiivisen ja summatiivisen arvioinnin. Formattiivinen keskittyy koko prosessin aikana tapahtuneeseen arviointiin eri vaiheiden välillä. Tarkoituksena on parannella ohjetta vielä ennen viimeisintä versiota, jos tarve vaatii. Summatiivinen on sen sijaan sitä lopullista arviointia, jossa arvioinnin kohteena on täysin valmis ohjemateriaali. Pääpaino on työn lopputuloksessa ja saavutetuissa tavoitteissa. (About E-learning 2014.)



Kuvio 5. ADDIE Instructional Design Model (About E-learning 2014)

Addien mallia hyödynnettiin ohjemateriaalin suunnittelu- ja toteutusvaiheissa hyvin paljon. Addien malli on hyvin selkeä, mutta se mahdollistaa aina eri vaiheisiin palaamisen ja täten jatkuvan kehittämisen. Koska ohjemateriaalin tekeminen on ollut monivaiheinen prosessi, mutta toisaalta myös muuttuva prosessi, on Addien malli tuntunut helposti lähestyttävältä. Ohjeen tekeminen on jatkuvaa suunnittelua ja kehittämistä saadun palautteen pohjalta.

Ohjeistuksen tekoprosessissa voi hyödyntää myös kuvion 6 esittämää mallia, joka etenee lineaarisesti. Tämän mallin mukaan ohjeentekoprosessi etenee loogisesti vaihe vaiheelta. Ensin määritellään ohjeen aihe ja ongelmat, jonka jälkeen siirrytään ohjeen tavoitteisiin. Tämän vaiheen jälkeen tehdään itse ohje, josta pyydetään palautetta. Saadun palautteen pohjalta tehdään korjauksia ja muokkauksia ohjeeseen ja asetettuihin tavoitteisiin, jos tarve niin vaatii (Morrison ym. 2004, 10.)



Kuvio 6. Ohjeprosessin lineaarinen malli (Morrison ym. 2004, 10)

Morrisonin ym. niin sanottu lineaarinen malli on soveltunut suhteellisen hyvin tähän produktiin. Lineaarinen malli pitää sisällään muokkaamista ja tavoitteisiin palaamista, mikä on ollut ominaista tälle ohjeistuksen tekoprosessille. Muokkaamisen, arvioinnin ja tavoitteiden uudelleenmäärittelyn kautta päästään lopputulostukseen eli itse ohjeeseen. Malli on hyvin looginen, mutta muokkaamisen ja arvioinnin kautta, se antaa mahdollisuuden myös tietynlaiseen vapauteen prosessin aikana.

Edellä mainitut mallit ja teorit ovat esimerkkejä siitä, kuinka ohjemateriaalin kirjoittamis- ja suunnitteluprosessia voi lähestyä. Tässä opinnäytetyöprosessissa hyödynnettiin kaikkia edellä kuvattuja malleja. Edellä esitetyt mallit eivät ota kantaa aika-aspektiin, joka on tietysti myös tärkeä osa prosessia. Koska jokainen prosessi on omanlaisensa, on aikataulua vaikea määrittää ennalta. Aikataulu kuuluu tietyllä tavalla tavoitteisiin, sillä se voidaan määrittellä itse asettamalla jokin tavoiteaikataulu, johon pyritään. On kuitenkin hyvä muistaa, että aikasidonnaisuus on yksilöllistä. Aika elää ja muuttuu jatkuvasti, mikä tarkoittaa sitä, että omaa aikataulua voi joutua määrittelemään useampaan kertaan koko prosessin aikana.

5.4 Produkti eli ohjemateriaali asiakaspalvelulle

Tavoitteena on siis tehdä selkeä, tiivis ja helppokäyttöinen ohjemateriaali kolmikantakaupasta Enston asiakaspalveluhenkilöstön käyttöön. Tavoitteena on myös, että ohjetta voitaisiin käyttää tulevaisuudessa myös koulutusmateriaalina. Ohjemateriaali tulee olemaan Word-dokumentin muodossa ja se tulee löytymään Enston Intranetistä, Enston asiakaspalvelun alta. Intranet on paikka, jossa ohjemateriaali tulee olemaan koko yrityksen käytettävissä.

Ohjetta on lähdetty rakentamaan siltä pohjalta, että se olisi mahdollisimman helposti lähestyttävä. Teoriaosuudet on pyritty selittämään yksinkertaisesti ja ytimekkäästi niin, että niistä painuisi jotain myös mieleen. Teoriaosuus on jätetty tarkoituksella lyhyeksi, jotta siitä saataisiin mahdollisimman paljon irti vähällä lukemisella. Jos teoriaa olisi liikaa, ei kukaan jaksaisi lukea sitä, jolloin koko teoriaosuuden hyöty jäisi käyttämättä. Tämän takia ohjeessa pyritään korostamaan vain tärkeimpiä asioita tiiviissä paketissa.

Ohjemateriaalin teossa hyödynnettiin opinnäytetyöraportissa esiteltyä teoriaa kolmikantakaupasta, yhteisömyynnistä ja -hankinnasta ja Intrastatista. Raportissa läpi käydystä materiaalista suodatettiin tärkeimmät asiat ja pääkohdat. Tarkemmat yksityiskohdat jätettiin pois, jottei ohjeessa olisi tullut liian monimutkaista ja vaikeaselkoista teorian osalta. Koska ohje on tiivis paketti kolmikantakaupasta, täytyi sen teossa keskittyä siihen, mikä olennaista kolmikantakaupan ymmärtämisen kannalta ja mikä ei. Yksinkertaisuus on valttia myös ohjemateriaaleissa ja koska ohjeen tavoitteena oli olla selkeä ja helppokäyttöinen, piti tavoitteesta myös pitää kiinni. Ohjemateriaalin työstämisessä käytettiin apuna myös eri malleja ja teorioita, joita kuvattiin tässä luvussa jo aiemmin. Näiden mallien avulla oli helpompi hahmottaa ja hallita produktin tekoprosessia kokonaisuudessaan.

5.4.1 Produktin rakenne

Ohjemateriaalissa käydään läpi lyhyesti kolmikantakauppa, Intrastat kolmikantakaupassa, kolmikantakaupan huomiointi myyntitilauksilla sekä muuta huomioita siitä, miksi

kolmikantakaupan oikein merkitseminen on tärkeää. Teorian pohjana käytettiin jo aiemmin etsittyä tietoa kolmikantakauppaan ja Intrastatiin liittyen.

Ohjeistus alkaa käsitteiden määrittelyllä, koska ne toistuvat tekstissä useaan kertaan. Ymmärtämisen kannalta on tärkeää tietää, mitä kyseiset käsitteet oikein tarkoittavat. Määriteltävät käsitteet ovat kolmikantakauppa, yhteisömyynti, yhteisöhankinta ja Intrastat.

Termien määrittelyä seuraa lyhyt teoriaosuus kolmikantakaupasta, jossa kerrotaan lyhyesti esimerkkien ja kuvien avulla, mitä tarkoittaa kolmikantakauppa. Osuudessa käydään läpi eri osapuolten, arvonlisäverotuksen ja laskutuksen rooli kyseisessä kauppatilanteessa. Kolmikantakauppaa havainnollistetaan kuvioiden ja esimerkkien avulla. Esimerkeissä peilataan myös Enston kolmikantakauppaan, jotta kolmikantakauppatilanteet tunnistettaisiin ja että niitä osattaisiin soveltaa myyntitilauksia tehdessä. On tärkeää tietää ja tunnistaa, milloin on kyseessä kolmikantakauppa ja milloin ei.

Seuraava osio ohjemateriaalissa pitää sisällään on lyhyen kuvaus Intrastat-ilmoituksesta ja sen merkityksestä kolmikannassa. Intrastat-ilmoituksen tekeminen ei kuulu asiakaspalvelun työtehtäviin, mutta on hyvä tietää, mikä Intrastat on ja kuinka Intrastat-ilmoitusvelvollisuus menee kolmikantakauppatilanteissa. Lisäksi ohjeessa yritetään tehdä selväksi, kuinka informaatio kulkee Intrastatin ja Enston toiminnanohjausjärjestelmän välillä.

Niin sanotusti neljäntenä osiona produktissa on kohta, jossa pyritään muistuttamaan, kuinka tärkeää on muistaa merkitä kolmikantakauppatilanne oikein myyntitilaukselle. Väärin merkitseminen tai merkitsemättä jättäminen teettää aina lisätoita jollekin muulle työntekijälle. Tässä tapauksessa se teettää lisätoita sekä kirjanpidolle että sille henkilölle, joka täyttää viennin ja tuonnin Intrastat-ilmoituksen. Kirjanpidon tehtäviin kuuluu muun muassa laskutus ja yhteenvetoilmoituksen tekeminen, jotka ovat olennainen osa myös kolmikantakauppaa. Intrastatin ja arvonlisäverotukseen liittyvien ilmoitusten tulee täsmätä. Jos ilmoitukset eivät täsmää, tulli voi vaatia erinäisiä lisäselvityksiä yritykseltä, mikä taas teettää yritykselle turhaa lisätyötä. Kaikki tämä voitaisiin estää syöttämällä

kolmikanta oikein myyntitilaukselle.

Yksi olennaisimmista asioista ohjemateriaalissa on ohjeistus kolmikantakauppatilanteen oikein syöttämisestä myyntitilauksella. Ohjeistus etenee askel askeleelta kuvien ja selitysten avulla. Kirjallista ilmaisua tukevat kuvakaappaukset, jotka on otettu Ensto omaista toiminnanohjausjärjestelmästä. Kuvakaappauksilla näytetään, miltä jokaisen tärkeän kohdan tulisi tilauksella näyttää ja missä järjestyksessä eri tietojen syöttäminen tulisi tapahtua. Ohjeistuksesta on jätetty pois välivaiheet, jotka pitäisi olla kaikille myyntitilauksia tekeville itsestäänselvyksiä, näin ollen kuvilla on pyritty korostamaan tärkeimpiä asioita kolmikantaan liittyen. Ohjeistus ottaa kantaa vain kolmikannan merkitsemiseen myyntitilauksilla sekä siihen kuinka myyntitilauksille syötettävä tieto kytkeytyy Intrastat-ilmoitukseen.

Ohjemateriaali päättyy yhteenvetoon, jossa listataan ohjeistuksen pääkohdat ja korostetaan tärkeimpiä asioita.

Ohjemateriaalin rakenne:

- Kanssi
- Käsitteiden määrittely
- Triangulation eli kolmikantakauppa
- Intrastat
- Kolmikannan merkitys Enstolla
- Kolmikanta myyntitilauksella
- Yhteenveto

5.4.2 Produktin testaaminen ja palautteensaanti

Jotta tehdystä produktista saisi mahdollisimman toimivan kokonaisuuden, tarvitsee sitä myös testata. Produktia on testattu muutamalla eri asiakaspalveluhenkilöstön työntekijällä. Kyseiset työntekijät tekevät ja ovat tehneet kolmikantakauppatilauksia omassa työssään, joten he ovat juuri oikeita henkilöitä kertomaan, onko ohjemateriaali toimiva

vai ei. Ohjemateriaalin testaa- jia pyydettiin pohtimaan seuraavanlaisia kysymyksiä ohje- materiaalia testatessaan ja lukiessaan:

- Oliko ohje riittävän selkeä ja laaja?
- Oliko kolmikantakauppa selitetty ymmärrettävästi?
- Entä Intrastat?
- Korostetaanko ohjeella oikeita asioita?
- Lisäisitkö tai muuttaisitko ohjeella jotakin?

Palautetta kolmikantakaupan ohjemateriaalista antoi yksi asiakaspalvelun tiiminvetäjästä, jolla on kokemusta asiakaspalvelun eri tiimeissä työskentelystä ja täten myös kolmikan- takauppatilausten tekemisestä. Koko materiaalin luettuaan kyseinen henkilö antoi kirjal- lista palautetta ja omia kommentteja sekä ohjemateriaalin sisällöstä että rakenteesta. Kommentit olivat rakentavia ja ne auttoivat kirjoittajaa näkemään asiat erilaisesta näkö- kulmasta. Toisaalta kommentit ja ehdotukset tukivat epävarmoja kohtia, joita kirjoittaja oli itsekin miettinyt jo pitkään. Koska saaduista kommenteista heräsi luonnollisesti myös vastakysymyksiä, päädyttiin pitämään pienimuotoinen palaveri, jossa käytiin kysy- tyt kohdat lävitse. Palaveri auttoi vielä paremmin hahmottamaan asiat, joita joutui muokkaamaan tai poistamaan kokonaan. Palaute johti moniin muutoksiin, mutta toi- saalta ne olivat muutoksia, jotka selkeyttivät ohjetta juuri oikeaan suuntaan. Tämän li- säksi se toi kirjoittajalle lisää itsevarmuutta ohjemateriaalin työstämisen loppumetreille.

Toisen asiakaspalvelussa pitkään työskennelleen henkilön ja sittemmin uusiin työtehtä- viin siirtyneen kommentit olivat positiivisia. Hänen mielestään ohje oli hyvin tehty ja siinä oli otettu huomioon oikeat asiat. Erityisen hyvänä lisänä hän piti Intrastatin mu- kaan ottamista ohjemateriaaliin, koska harva tietää, kuinka niin moni asia myyntitilauk- silla liittyy myös Intrastatiin. Henkilö muistutti myös yhden tärkeän maininnan puut- tumisesta, mikä oli todella hyvä asia. Tämä osoitti hyvin sen, kuinka iso osa palautteen- saanti onkaan, sillä joku toinen voi löytää tekstistä jotain, mitä itse kirjoittajana ei vält- tämättä huomaisi. Toisaalta kirjoittaja tulee aina jossain vaiheessa sokeaksi omalle teks- tillen, tämän takia on tärkeätä saada kommentteja toisilta työntekijöiltä. Ohjemateriaa- lille on pyydetty myös palautetta niin kollegoilta kuin produktin toimeksiantajan yh-

teyshenkilöltä, joka produktin myös loppukädessä hyväksyy. Palautteensaanti on ollut rakentavaa ja saatu palaute on auttanut ohjemateriaalin muokkaamisessa ja suunnittelussa. Palautteensaannilla ja toisten mielipiteillä on ollut iso merkitys koko prosessissa, sillä ilman niitä ei produktista olisi voinut tulla onnistunutta, eikä asetettuja tavoitteita olisi voitu saavuttaa.

5.4.3 Produktin aikataulu ja työstäminen

Produktin suunnitteluvaihe alkoi viikolla 25 ja eteni siitä pikku hiljaa eteenpäin. Tällöin kuitenkin päämääränä oli opinnäytetyöraportin kirjoittaminen. Oikeastaan vasta viikolla 30 päästiin kunnolla vauhtiin produktin aloittamisessa. Ohjemateriaalin eri osioiden tekoa jaettiin eri viikoille, mutta toisaalta samoihin tekstiin kohtiin joutui palaamaan aina uudelleen ja muokkaamaan tekstiä sopivaksi. Produktia työstettiin niin töissä kuin kotonakin. Tarkemman viikkokohtaisen aikataulun produktin tekemisestä löytyy työn lopusta liitteestä 3. Kyseissä liitteessä pyrittiin myös arvioimaan eri asioiden tekemiseen käytetyn ajan tunteina ja minuutteina. Liite 2 sen sijaan kuvastaa koko opinnäytetyön viikkokohtaista aikataulua.

Produktia suunniteltaessa ja tehtäessä käytettiin apuna haastatteluja. Haastatteluita pidettiin palavereiden ja tapaamisten muodossa. Ohjemateriaalia varten haastateltiin yhtä kirjanpidon työntekijää, jonka työnkuviin kuului muun muassa arvonlisäverotukseen liittyvien ilmoitusten tekeminen. Toisen haastateltavana olleen henkilön työnkuvaan sen sijaan kuului Intrastat-ilmoituksen tekeminen. Lisäksi kyseinen henkilö toimii Enston tullyhteyshenkilönä. Tapaamisten tavoitteena oli kerätä sisäistä tietoa eri henkilöiltä muun muassa arvonlisäverotukseen, Intrastatiin ja kolmikantaan liittyen. Oli tärkeätä saada mielipiteitä myös muilta kuin asiakaspalvelun henkilöiltä siitä, mihin asioihin ohjemateriaalissa pitäisi kiinnittää huomiota ja mitä asioita tulisi korostaa.

Ohjeen työstämisvaiheessa käytettiin apuna jo aiemmin kirjoitettua teoriaa ja sovellettiin teoriaa käytännön ohjemateriaaliin. Koska ohjemateriaalin teorian tuli olla ymmärrettävää ja hyvin yleisellä tasolla kirjoitettua, piti sen kirjoittamista mieltä tarkoin. Teorian kirjoitusvaiheessa piti ottaa huomioon kohderyhmä ja suodattaa isosta teoriama-

sasta vain se olennaisin tieto, mikä veikin valtavasti aikaa ohjeen työstämisprosessissa. Samoin eri esimerkkien puntarointi ja visuaalisen ilmeen luominen Enston valmispohjaan veivät yllättävän paljon tunteja.

Valmis ohjemateriaali vaati paljon työtä ja oma-aloitteellisuutta. Tehdyt haastattelut, palaverit ja kaikki se rakentava palaute auttoivat läpi pitkän kirjoitusprosessin, ja toisaalta tunne siitä, että oli tekemässä ohjemateriaali, josta oikeasti olisi apua. Produktia alettiin työstää kesällä ja jatkettiin aina syksyn alkuun asti. Alun perin tavoiteaikatauluna oli saada ohjemateriaali valmiiksi elokuun loppuun mennessä. Tähän ei kuitenkaan päästy, koska ohjemateriaali päästiin aloittamaan vasta kesän lopulla. Yhtenä syynä myöhästymiseen oli opinnäytetyöraportin teoriaosuuksien kirjoittamisen venyminen. Toisena syynä ohjetta tehtiin välillä työn ohella, jota hankaloitti töiden suuri määrä ja kiire. Lopulta ohje kuitenkin valmistui syyskuun puolen välin tienoilla.

6 Pohdinta & johtopäätökset

Raportin viimeisessä luvussa keskitytään arvioimaan koko opinnäytetyöprosessia kokonaisuutena. Luvussa reflektoidaan opittuja asioita, käydään läpi produktin hyödynnettävyyttä ja kehittämistoimenpiteitä.

6.1 Produktin hyödynnettävyys

Opinnäytetyön ja produktin tekoaikana sain paljon palautetta siitä, kuinka tarpeellinen produkti eli ohjemateriaali kolmikantakaupasta tulisi olemaan. Moni yrityksessä työskentelevä oli huomannut, että ohjeelle olisi oikeasti tarvetta ja että ohjeen avulla voitaisiin jatkossa kenties estää virheellisten kolmikantakauppatilanteiden merkitsemiset. Produktin tekemisen tarvetta lisäsi myös tunne ja tieto siitä, että myös asiakaspalvelussa työskentelevät kaipaavat ohjeistusta kolmikantakaupasta. Tämän lisäksi positiiviset kommentit, palautteet ja kiitokset kolmikantakauppaohjemateriaalin tekemisestä ovat luo-
neet uskoa produktin tekemiseen ja tarpeellisuuteen. Uskon vahvasti, että ohjemateriaali ei tule olemaan vain yksi ohjeistus muiden joukossa, vaan sitä tullaan oikeasti käyttämään ja lukemaan.

Tehty ohjeistus kolmikantakaupasta on kirjoitettu koko konsernin yhteisellä kielellä, englanninkielellä. Enstolla on asiakaspalvelupisteteitä monessa eri Euroopan maassa, joten on tärkeitä saada ohjemateriaali kielellä, jota kaikki osaavat ja käyttävät päivittäisessä työssään. Tällä hetkellä asiakaspalvelulta puuttuu kokonaan englanninkielinen ohjeistus kolmikantakaupasta, vaikka se on monelle työntekijälle päivittäinen asia. Vaikka moni asiakaspalvelussa työskentelevä tekisikin kolmikantakauppatilauksia tietäen, kuinka se merkitään myyntitilaukselle, ei se välttämättä tarkoita sitä, että he tietäisivät, mitä kolmikanta oikeasti tarkoittaa tai miksi se on tärkeitä merkitä oikein. Tehty ohje vastaa muun muassa edellä mainittuihin kysymyksiin ja antaa esimerkkejä, jotka liittyvät Enstoon. Tämän ohjeen jälkeen kaikilla pitäisi olla selkeä kuva siitä, mitä on kolmikantakauppa.

Ohjemateriaalista tuli lopulta tiivis informaatiopakkaus kolmikantakaupasta. Ohjeistuksessa tuodaan esille tärkeimmät ja olennaisimmat asiat kolmikantakaupasta ja Intrastatista kolmikantakaupassa. Koska ohje pitää sisällään kaiken olennaisen tiedon, voidaan sen avulla varmasti estää virheellisten kolmikantakauppatilausten tekemiset. Ainakin ohje antaa hyvät eväät ja vinkit siihen, kuinka mahdollisia virheitä voitaisiin välttää.

Vaikka ohjemateriaali on suunnattu Enston asiakaspalveluhenkilön käyttöön, voi sitä hyödyntää myös kaikki muutkin yrityksessä työskentelevät. Koska ohjemateriaali tullaan tallentamaan Ensto sisäiseen Intraan, on tieto kaikkien työntekijöiden käytettävissä. Ja kun tulevaisuudessa pidetään kolmikantakauppakoulutuksia, on kyseinen materiaali helposti saatavilla ja hyödynnettävissä. Ohjeistus kolmikantakaupasta sisältää teoriaa, joka on myös yleishyödyllistä myös muille kuin asiakaspalvelun henkilöstölle, joille ohjeistus on siis ensisijaisesti suunnattu. Koska teoria on kirjoitettu yleisellä tasolla, mahdollistaa se ohjeen käyttämisen myös koulutusmateriaalina. Esimerkit sen sijaan on tehty Enston näkökulmasta, mutta tarpeen vaatiessa voidaan nämäkin esimerkit muuttaa helposti yleiselle tasolle, jos näin halutaan.

6.2 Arviointi

Omasta mielestäni opinnäytetyö ja produkti olivat kokonaisuudessaan molemmat onnistuneita. Produktin tavoitteena oli laatia selkeä ja helppokäyttöinen ohjemateriaali kolmikantakaupasta Enston asiakaspalveluhenkilöstölle. Mielestäni tässä onnistuttiin, sillä ohjeesta ei tullut liian pitkää, vaan kaikki käydyt asiat käydään tiiviisti lävitse. Teoriaosuutta kevennettiin käytännönläheisillä esimerkeillä, jotka liittyivät myös itse yritykseen. Esimerkeissä käytettiin myös kuvioita, jotka auttavat visualisoimaan ja ymmärtämään kolmikannan paremmin. Kolmikannan syöttöohjeet laadittiin muun muassa saatujen haastatteluiden pohjalta, jolloin saatiin mukaan kolmikannan oikein merkitsemisen tärkeys. Syöttöohjeissa pyrittiin korostamaan asioita, joidenka merkitseminen vaikuttavat sekä Intrastat-ilmoitukseen että yhteenvetoilmoitukseen.

Produktista saatu palaute oli tärkeässä roolissa produktin teon loppuvaiheessa. Omasta mielestä tehdystä työstä saatu rakentava palaute antoi lisäpotkua ja uusia näkökulmia,

joista työtä pystyi tarkastelemaan. Ilman toisten asiakaspalvelussa työskentelevien kommentteja, ei ohjeesta olisi tullut hyvää. Produktissa myös käytettiin myös arviointimenetelmiä, joita alun perin oli myös suunniteltu käytettävän.

Opinnäytetyön raportti pysyi tehdyn rajauksen sisällä ja kokonaisuudesta tuli yllättävän laaja. Teoriassa käsiteltiin tärkeimmät ja olennaisimmat asiat kolmikantakaupasta sekä ohjeen tekemisestä. Raportissa esiteltiin laajasti myös produktin työstämisen ja toteutuksen eri vaiheet, joidenka pohjalta saa hyvän kuvan siitä, kuinka koko prosessi oikein eteni.

6.3 Produktin ja raportin reflektointi

Opinnäytetyön ja produktin tekeminen opettivat monia asioita, joidenka oppimisesta tulee varmasti olemaan hyötyä myös tulevaisuudessa. Kolmikantakauppa oli haastava, mielenkiintoinen ja toisaalta myös ajankohtainen aihe. Aihe ei ollut se kaikista helpoin ja kevyin asia käsitellä, sillä pureutuminen arvonlisäverotukseen otti oman aikansa, varsinkin, kun ei sitä itse ole varsinaisesti opiskellut. Itse kuitenkin yritin kääntää aiheen omaksi vahvuudeksi ja osoittaa, että asioita voi oppia, kun siihen jaksaa itse panostaa. Tämän lisäksi koska opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona, toi se oman ripauksen erilaisista puhtia sen tekemiseen.

Itse yllätyin raportin teoriaosuuksia kirjoittaessa, kuinka paljon aikaa erilaisten lähteiden etsiminen, lukeminen ja tiedonhankinta ylipäättään veivät aikaa. Varsinkin, kun hyviä, luotettavia lähteitä ei ollutkaan niin helppo löytää kuin itse olin alussa ajatellut. Toisaalta oli suhteellisen haastavaa sovittaa opinnäytetyön tekeminen, työnteko ja oma vapaa-aika rinnakkain. Tämä käy ilmi muun muassa siitä, ettei opinnäytetyö valmistunut alkuperäisen tavoiteaikataulun puitteissa. Tästä opin itse, että aikataulun täytyy olla joustava ja että siinä tulee huomioida mahdolliset vastoinkäymiset ja esteet, jotka saattavat viivästyttää aikataulussa pysymistä.

Opinnäytetyön ja ohjemateriaalin tekeminen sisälsivät paljon tekstin tuottamista. Oma kirjoitustyö joutui tarkkaan seulaan, sillä sitä joutui koko ajan miettimään ja pohti-

maan. Omaa tekstiä joutui myös jatkuvasti tarkastelemaan kriittisen silmin: onko teksti riittävän selkeätä ja helposti ymmärrettävää? Ovatko sanavalinnat hyviä vai huonoja? Muun muassa näitä asioita kirjoitusprosessin aikana tuli pohdittua. Uskon, että tämän kirjoitusprosessin jälkeen on huomattavasti helpompi lähteä kirjoittamaan suurempaa tekstikokonaisuutta, koska tällöin tietää itse, mihin pystyy ja mihin ei.

Opinnäytetyöprosessi auttoi hahmottamaan hyvin omaa organisointikykyä ja järjestelmällisyyttä. Asioiden tekemistä piti jatkuvasti suunnitella, jaksottaa ja aikatauluttaa, mikä oli toisinaan uuvuttavaa, mutta kuitenkin antoisaa. Välillä asioita joutui pureskelemaan pitempään ja välillä mietityt asiat piti purkaa paperille. Toisinaan oli hyvä inspiraatio kirjoittaa ja tuottaa tekstiä, kun taas toisinaan mikään ei sujunut. Koko prosessin työstäminen oli henkisesti vaativaa ja se vei paljon aikaa, aikaa, joka oli poissa jostain muusta totutusta. Kuitenkin prosessin valmistuminen ja päätös toivat tunteen siitä, että kerrankin oli onnistunut jossakin. Lisäksi kaikki se palaute, jota koko prosessin aikana sai auttoi jaksamaan loppuun asti.

6.4 Kehittämistoimenpiteet

Kehittämistoimenpiteistä puhuttaessa yhtenä suurimpana huolen kohteena on ohjemateriaalin päivittäminen: Kenen vastuulla päivitys? Milloin ja missä tilanteissa ohjeistus tuli päivittää? Ja miten se tulisi tehdä? Koska tilanteet saattavat muuttua, ei mitään voi pitää itsestäänselvyytenä. Ohjeistus saattaa yhtäkkiä tarvita erinäisten tietojen päivitystä. Myös koko yrityksen käyttämän järjestelmän uudistus voi tuoda mukanaan uusia asioita, jotka tulisi huomioida esimerkiksi myyntitilauksilla. Ohjeistuksen päivittäminen jää asiakaspalvelun ja asiakaspalvelusta vastaavan johtajan harteille, kuitenkin mitään pakonomaista velvollisuutta ohjemateriaalin päivittämisestä ei kenelläkään ole. Toivottavaa kuitenkin olisi, että tämänkaltaista ohjeistusta jaksettaisiin päivittää aktiivisesti, koska ohjeistuksen tuoma hyöty voi olla useimmissa tapauksissa korvaamaton apu.

Koska ohjemateriaali on tehty avustamaan ja helpottamaan työntekoa, ei se koskaan tule olemaan täysin valmis kokonaisuus. Ohjetta voi aina täydentää ja laajentaa tarpei-

den muuttuessa. Tämän työn kohdalla ohjemateriaaliin voisi esimerkiksi lisätä hankalampia esimerkkejä, jotka voisivat helpottaa tilanteiden ymmärtämistä. Tai vaikkapa suoria esimerkkejä tilanteista, joissa on toistuvasti vaikeuksia tai väärinymmärryksiä. Ohjemateriaali testataan oikeasti vasta käytännön työelämässä, joten aika tulee näyttämään ne kohdat, joihin ohje saattaa kaivata lisätietoa tai esimerkkejä. Toisaalta voi myös olla, että tarvetta täydentämiseen ei ole.

Lähteet

About E-learning 2014. ADDIE Instructional design model. Luettavissa:
<http://www.about-elearning.com/addie-instructional-design-model.html>. Luettu:
9.7.2014. Luettu: 10.7.2014.

Ainsworth, R. 2012. Simplification triangulation. Vat Fraud & Triangulation. Luettavissa:
http://www.bu.edu/law/faculty/scholarship/workingpapers/documents/VATFRAUDTRIANGULATION12_7_12_001.pdf. Luettu: 23.6.2014.

Chaplin, B. 2013. VAT on goods from European countries. The Financial Times Limited, 10.10.2013.

Ensto 2012. EF:n aspan yleiset toimintaohjeet.

Ensto 2013. We Walk the Talk. Sustainability at Ensto – a summary.

Ensto 2014a. Contacts. Ensto companies. Luettavissa:
<http://www.ensto.com/contacts/offices>. Luettu: 5.6.2014.

Ensto 2014b. Ensto. Luettavissa: <http://www.ensto.com/fi/ensto>. Luettu: 21.5.2014.

Ensto 2014c. Organisaatio. Luettavissa: <http://www.ensto.com/fi/ensto/organisaatio>.
Luettu: 7.6.2014.

Ensto 2014d. Ratkaisut. Luettavissa: <http://www.ensto.com/fi/ratkaisut>. Luettu:
7.6.2014.

Ensto2014e. Toimintatavat. Arvot. Luettavissa:
<http://www.ensto.com/fi/ensto/toimintatavat/arvot>. Luettu: 7.8.2014.

Ensto 2014f. Toimintatavat. Eettiset periaatteet.
<http://www.ensto.com/fi/ensto/toimintatavat/eettisetperiaatteet>. Luettu: 7.8.2014.

Ensto 2014g. Tuotteet. Luettavissa:
http://products.ensto.com/catalog/1/tuotteet_fin1.html. Luettu: 6.6.2014.

Ensto2014h. Working principles. Cooperation organizations. Luettavissa:
<http://www.ensto.com/ensto/workingprinciples/cooperation>. Luettu: 7.8.2014.

Euroopan unioni 2011. Yhteinen arvonlisäverojärjestelmä (ns. arvonlisäverodirektiivi).
Luettavissa: http://europa.eu/legislation_summaries/taxation/l31057_fi.htm. Luettu:
22.7.2014.

Euroopan unioni 2014. Tietoa EU:n toiminnasta. Talous. Luettavissa:
http://europa.eu/about-eu/facts-figures/economy/index_fi.htm. Luettu: 22.7.2014.

Euroopan komissio 2014. Valokeilassa Euroopan unionin politiikka: Sisämarkkinat.
Euroopan unionin julkaisutoimisto. Luxemburg. Luettavissa.
http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/fi/internal_market_fi.pdf. Luettu: 22.7.2014.

Finlex 2014. Arvonlisäverolaki. 63g§ Luettavissa:
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931501#L5P63g>. Luettu: 26.6.2014.

Fintra-sarja. 2008. Vientikaupan asiakirjat 2008. 34. uusittu painos. Multikustannus Oy.
Helsinki.

Highet, D. 2006. Work Instructions – How to Develop Effective Work Instructions.
Luettavissa: http://www.grizmo.com/management_news_200607.html. Luettu:
21.6.2014.

Highet, D. 2008. Work Intructions That Work. Luettavissa:
http://www.grizmo.com/management_news_200810.html. Luettu: 21.6.2014.

Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja Kirjoita. 5. Painos. Tammer-paino Oy. Tampere.

HM Revenue & Customs 2014. Intrastat General Guide. Triangulation. How is triangulation reported for Intrastat purposes? Luettavissa:
http://customs.hmrc.gov.uk/channelsPortalWebApp/channelsPortalWebApp.portal?_nfpb=true&_pageLabel=pageLibrary_ShowContent&id=HMCE_CL_000267&propertyType=document#P862_86637. Luettu: 8.7.2014.

Ikävalko, E. 2001. Käytännön tiedottaminen. 5. Painos. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Juanto, L. & Saukko, P. 2014. Arvonlisäverotus ja muu kulutusverotus. Talentum Media Oy. Helsinki.

KPMG 2013. Arvonlisäverotus 2013. Edita Publishing Oy. Porvoo.

Logistiikan maailma 2014. Tilastointi. Luettavissa:
<http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Tilastointi>. Luettu 20.8.2014.

Lohtaja-Ahonen, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2012. Tehoa työelämän viestintään –puhu kuulijalle kirjoita lukijalle. 2. Uudistettu painos. Sanoma Pro Oy. Helsinki.

Morrison, G. Ross, S. & Kemp, J. 2004. Designing Effective Instruction. 4. Painos. John Wiley & Sons, Inc. United States of America.

Nyrhinen, R. & Äärilä, L. 2005. Arvonlisäverotus käytännössä. 6. Uudistettu painos. WSOY. Juva.

Pasanen, A. 2005. Kansainvälisen kaupan käsikirja. Multikustannus Oy. Helsinki.

Praxity 2013. European Vat –Business and Taxation Guide. Luettavissa:
<http://www.bkd.com/docs/solution-sheets/european-value-added-tax.pdf>. Luettu:
28.5.2014.

Prokasta 2013. Laskumerkinnät. Merkintä myynnin verottomuudesta. Luettavissa:
<http://prokasta.fi/e-booklet-fi/alv-laskutusvaatimukset/laskumerkinnat/>. Luettu:
8.7.2014.

Revenue 2013. Guide to VAT. Intra Community Supplies. Triangular transactions –
triangulation. Luettavissa: <http://www.revenue.ie/en/tax/vat/guide/intra-community-supplies.html#section9>. Luettu: 10.6.2014.

Schiess, R. & Thoma, A. 2009. Case provides VAT relief for European companies.
International Tax Review, 20, 3, s.24-26.

Skatteverket 2014. Moms vid varuhandeln med EU-länder. trepartshandeln.
Luettavissa:
<http://www.skatteverket.se/foretagorganisationer/moms/momsvidhandelmedeu-lander.r.4.18e1b10334ebe8bc80004737.html>. Luettu: 8.6.2014.

Tiltoimisto Gröhn. 2012. Yhteisöhankinnat EU.maista. Kansainvälinen kauppa/ yhteisöhankinnat toisesta EU-maasta.. Luettavissa:
<http://tiltoimistogrohn.omasivu.fi/yhteisohankinnat-eu-maista/>. Luettu: 10.6.2014.

Tulli 2009. Tilastointiperiaatteiden käsikirja 2007. Vertailtavuus. kolmikantakauppa. Luettavissa:
http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/ulkomaankauppatilastot/tilastointi/kasikirja/liitteet/Kasikirja2007.pdf. Luettu: 8.6.2014.

Tulli 2013. INTRASTAT Suomessa v. 2014. EU-maiden välisen kaupan tilastointi.
Kopijyvä Oy. Kuopio.

Tulli 2014. Intrastat-opas 2014. Luettavissa:

http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/ulkomaankauppatilastot/intrastat/liitteet14/01_FIN2014.pdf. Luettu: 19.5.2014.

Vero 2011. Esimerkkejä EU-myyntien ja –ostojen ilmoittamisesta arvonlisäveroilmoituksissa. Luettavissa: [http://www.vero.fi/fi-](http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Kansainvalinen_kauppa/Esimerkkeja_EUmyyntien_ja_ostojen_ilmoit(14401))

[FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Kansainvalinen_kauppa/Esimerkkeja_EUmyyntien_ja_ostojen_ilmoit\(14401\)](http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Kansainvalinen_kauppa/Esimerkkeja_EUmyyntien_ja_ostojen_ilmoit(14401)). Luettu: 10.6.2014.

Vero 2012a. Verotiliohjeet. Täyttöhjeet: Arvonlisäveron tiedot. Tavarahan myynti muihin EU-maihin. Luettavissa:

<http://portal.vero.fi/Public/default.aspx?nodeid=7966&culture=fi-FI&contentlan=1#311>. Luettu: 10.6.2014.

Vero 2012b. Verotiliohjeet. Täyttöhjeet: Arvonlisäveron tiedot. Tavaraostot muista EU-maista. Luettavissa:

[http://portal.vero.fi/Public/default.aspx?nodeid=7966&culture=fi-](http://portal.vero.fi/Public/default.aspx?nodeid=7966&culture=fi-FI&contentlan=1#313)

[FI&contentlan=1#313](http://portal.vero.fi/Public/default.aspx?nodeid=7966&culture=fi-FI&contentlan=1).
<http://portal.vero.fi/Public/default.aspx?nodeid=7966&culture=fi-FI&contentlan=1>.
Luettu: 10.6.2014.

Vero 2013. Yhteenvedoilmoituksen antaminen ja ilmoituksen korjaaminen. Luettavissa:

[http://www.vero.fi/fi-](http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Menettely_ilmoittaminen_maksaminen_ja_palautukset/Arvonlisaveron_yhteenvedoilmoituksen_ant(12246))

[FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Menettely_ilmoittaminen_maksaminen_ja_palautukset/Arvonlisaveron_yhteenvedoilmoituksen_ant\(12246\)](http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Menettely_ilmoittaminen_maksaminen_ja_palautukset/Arvonlisaveron_yhteenvedoilmoituksen_ant(12246)). Luettu: 23.5.2014.

Vero 2014a. Arvonlisäverotus EU-tavarakaupassa. Kolmikantakauppa. Ilmoitusmerkinnät. Luettavissa: [http://www.vero.fi/fi-](http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Kansainvalinen_kauppa/Arvonlisaverotus_EUtavarakaupassa(14381))

[FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Kansainvalinen_kauppa/Arvonlisaverotus_EUtavarakaupassa\(14381\)](http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Kansainvalinen_kauppa/Arvonlisaverotus_EUtavarakaupassa(14381)). Luettu: 18.6.2014.

Vero 2014b. Arvonlisäverotus EU-tavarakaupassa. Kolmikantakauppa. Kolmikantakaupan käsite. Luettavissa: [42](http://www.vero.fi/fi-</p></div><div data-bbox=)

FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Kansainvalinen_kauppa/Arvonlisaverotus_EUtavarakaupassa(14381). Luettu: 8.6.2014.

Vero 2014c. Ajallinen kohdistaminen. Yhteisöhankinnat. Luettavissa:

<http://www.vero.fi/fi->

FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Kansainvalinen_kauppa/Arvonlisaverotus_EUtavarakaupassa(14381)#6 KolmikantakauppaX. Luettu: 15.7.2014.

Liitteet

Liite 1. Ohjemateriaali kolmikantakaupasta (salainen)

Liite 2. Opinnäytetyön aikataulu

Opinnäytetyön aikataulu alustavasti

- Vk 13 ensimmäinen tapaaminen toimeksiantajan kanssa, toimeksianto
- Vk 18 aiheanalyysin jättöpäivä
- Vk 19 Aineiston etsiminen, teorian viitekehyksen suunnittelu
- Vk 20 Teorian pohjustaminen
- Vk 21 palaveri toimeksiantajan yhteyshenkilön kanssa, raportin kirjoittamisen aloitus: johdanto, yritysesittely, alustava suunnitelma/aikataulu
- Vk 22 Ensimmäinen ONT-tapaaminen
- Vk 23 Teorian kirjoittaminen: yhteisömyynti
- Vk 24 ONT-seminaari 1
- Vk 25 palaveri toimeksiantajan yhteyshenkilön kanssa
- Vk 26 Teorian kirjoittaminen: yhteisöhankinta; kolmikantakauppa
- Vk 27 Teorian työstäminen: kolmikantakauppa, ohjemateriaaliteoria
- Vk 28 Teorian kirjoittaminen: yritysesittelyn täydentäminen
- Vk 29 ohjemateriaalin suunnittelu; teorian kirjoittaminen:
- Vk 30 ONT-seminaari 2; teoria osuus valmiina; ohjemateriaalin tekeminen, tapaaminen Outi Häkkilän kanssa, palaveri toimeksiantajan yhteyshenkilön kanssa; ohjemateriaalin aloittaminen
- Vk 31 Ohjemateriaalin tekeminen, kuvioiden tekeminen, korjausten tekeminen raporttiin
- Vk 32 Ohjemateriaalin tekeminen ja työstäminen, raportin hiominen, palaveri kirjanpidossa
- Vk 33 Ohjemateriaalin tekeminen
- Vk 34 Ohjemateriaalin ja raportin hiominen
- Vk35 Ohjemateriaalin muokkaaminen, raportin korjaukset
- Vk 36 Raportin viimeisen luvun kirjoitus ja viimeistely
- Vk 37 Raportin viimeisen luvun kirjoittaminen, ohjemateriaalin muutoksien teko
- Vk 38 Raportin viimeisten lukujen täydentäminen, ohjemateriaalin muokkaus
- Vk 39 ONT-seminaari 3, kypsyyskoe, valmis opinnäytetyö

Liite 3. Produktin aikataulu

- Vk 25 Produktin suunnittelu (1 h), palaveri toimeksiantajan yhteyshenkilön kanssa(45 min)
- Vk 30 Produktin aloitus (1 h), palaveri Enston tulliyhteyshenkilön kanssa koskien Intrastat-ilmoitusta (1,5h), palaveri toimeksiantajan yhteyshenkilön kanssa(30 min)
- Vk 31 Ohjemateriaalin teoria osuuden kirjoittaminen: kolmikantakauppa (3h)
- Vk 32 Ohjemateriaalin työstäminen: kuvakaappaukset ja selitykset (2 h), palaveri kirjanpidossa: ALV-verotus (45 min)
- Vk 33 Ohjemateriaalin työstäminen: intrastat(1 h), esimerkkikuvien tekeminen (2 h)
- Vk 34 Ohjemateriaalin tekeminen (1,5 h), palaveri toimeksiantajan yhteyshenkilön kanssa: ensimmäinen palaute produktista toimeksiantajalta (45 min), parannusehdotuksien tekeminen (1 h), nelikantakauppaosuuden kirjoittaminen (50 min)
- Vk 35 Esimerkin tekeminen (45 min), tekstin pätkien muokkailu (2,5 h), kysymysten laadinta testaamista varten (30 min)
- Vk36 Ohjemateriaalin testaaminen (1h), nelikantakaupan muokkaaminen (30min), esimerkkien viimeistely (30min)
- Vk 37 Testaaminen ja palautteen hankinta (1h), produktin muokkaaminen/ produktin viimeistely (1h)
- Vk 38 Palaveri kollegan kanssa/palautteensaanti (30min), produktin muokkaaminen (3h), palautteensaanti (10min)
- Vk 39 Valmis ohjemateriaali