



Suoratoimitusten hyödyt ja haasteet suomalaisella markkinalla.

Julius Honkanen

OPINNÄYTETYÖ
Marraskuu 2023

Liiketalous
Yrittäjyyden ja tiimijohtamisen tutkinto-ohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tradenomi
Yrittäjyys ja tiimijohtaminen

HONKANEN, JULIUS:
Suoratoimitusten hyödyt ja haasteet suomalaisella markkinalla.

Opinnäytetyö 38 sivua
Marraskuu 2023

Opinnäytetyön aiheena on suoratoimitusten hyödyt ja haasteet kotimaisella markkinalla ja toimeksiantajana toimii Saawa Osk. Dropshippaaminen eli suoratoimittaminen on maailmalla yleistynyt käytäntö, joka mahdollistaa verkkokaupan perustamisen hyvin vähäisellä alkupääomasijoituksella.

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää kuinka suomalaiset verkkokauppiat voivat optimoida dropshipping-prosessinsa tehokkuuden ja kannattavuuden kotimaisella markkinalla. Työssä käydään läpi mitä dropshipaus tarkoittaa ja millainen on dropship-prosessi ja mitä se vaatii. Työssä käydään myös yleisesti läpi dropshipaamisen hyötyjä sekä haasteita. Lisäksi sitä millaisia verkkokauppalustoja on olemassa, sekä tutustutaan tarkemmin Shopify -palveluun palveluntarjoajana. Näiden lisäksi työssä tutustutaan tavarantoimittajiin ja erityisesti Alibabaan tavarantoimittajana, koska se on ylivoimaisesti suurin ja tunnetuin dropshipaajien keskuudessa.

Opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää, joka oli puolistrukturoitu kyselyhaastattelu puhelinyhteyksin. Haastateltavana toimi verkkokaupan alan moniosaaja sekä asiantuntija ja valmentaja, jolla on useamman vuoden kokemus verkkokaupan alalta. Haastattelu käytiin läpi ennalta määritettyjen kahdeksan kysymyksen avulla, jotka auttoivat vastaamaan opinnäytetyön varsinaiseen tutkimuskysymykseen.

Haastattelun tulokset osoittivat, että suomalaisten verkkokauppioiden pyrkiessä optimoimaan kannattavuutta ja tehokkuutta dropship-prosessissa, on olennaista huomioida useita keskeisiä näkökohtia kuten oikeat liikekumppanit, markkinatutkimus ja tuotteen valinta, katetuotto, toimitusketjun riskit, yleisimmät virheet, lainsäädäntö ja sääntely.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Entrepreneurship and Team Leadership

HONKANEN, JULIUS:
The Benefits and Challenges of Dropshipping in the Finnish Market

Bachelor's thesis 38 pages
November 2023

The subject of the thesis is the benefits and challenges of dropshipping in the Finnish market, with the Saawa Osk serving as the client. Dropshipping, which is also known as direct delivery, is a practice that has become widespread globally and enables the establishment of an online store with very minimal initial capital investment.

The purpose of the thesis is to investigate how Finnish online retailers can optimize the efficiency and profitability of their dropshipping processes in the domestic market. The thesis explores what dropshipping entails, the nature of the dropship process, and the requirements involved. It also provides a general overview of the benefits and challenges of dropshipping. Additionally, the thesis examines the various e-commerce platforms available, with a more detailed exploration of Shopify as a service provider. In addition to this, the thesis delves into suppliers, focusing particularly on Alibaba as it is overwhelmingly the largest and most well-known among dropshippers.

A qualitative research method was employed conducted through semi-structured phone interviews. The interviewee was a versatile expert and coach in the field of online retail with several years of experience. The interview was conducted using eight predefined questions, which helped address the main research question of the thesis.

The results of the interview indicated that, as Finnish online retailers seek to optimize profitability and efficiency in the dropshipping process, it is crucial to consider several key aspects, such as selecting the right business partners, conducting market research and product selection, profit margins, supply chain risks, common mistakes, legislation, and regulations.

Key words: dropshipping, e-commerce

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	7
1.1	Tutkimuksen tavoite, tarkoitus ja tausta	8
2	SUORATOIMITUS	9
2.1	Suoratoimitusten hyödyt.....	10
2.1.1	Matalat aloituskustannukset	10
2.1.2	Liiketoiminnan skaalattavuus.....	11
2.1.3	Vaivaton tuotevalikoiman laajennus tai muuttaminen	11
2.1.4	Joustava työaika sekä sijainti	12
2.2	Suoratoimitusten haasteet	12
2.2.1	Kilpailu.....	12
2.2.2	Jatkuva tuotteiden etsintä.....	13
2.2.3	Tavaransaataavuus- ja toimitusongelmat	13
2.2.4	Pienet voittomarginaalit	14
2.2.5	Rajoitettu tuotteen räätälöinti ja brändäys	14
2.2.6	Laadun valvonta	14
3	VERKKOKAUPPA	16
3.1	Verkkokauppaohjelmistot	16
3.2	Shopify	17
3.2.1	Shopifyn historia	17
3.2.2	Hinnoittelu	18
3.2.3	Shopifyn plussat ja miinukset	18
4	TAVARANTOIMITTAJA	20
4.1	Alibaba	20
4.2	Messut	21
5	BRÄNDÄTTY DROPSHIPPAUS.....	22
5.1	Brändi.....	22
6	TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	24
6.1	Kvalitatiivinen tutkimus.....	24
6.2	Tutkimuksen toteutus ja sisältö	25
6.3	Haastattelukysymykset	26
7	ANALYYSI	27
7.1	Tulokset	27
7.1.1	Oikeiden kumppaneiden valinta.....	27
7.1.2	Tehokkuuteen ja kannattavuuteen vaikuttavat tekijät	28
7.1.3	Dropship-prosessin tehokkuuden strategia	28
7.1.4	Toimitusketjun riskien vähentäminen.....	29

7.1.5 Dropshipping prosessin hallinnan ja seurannan työkalut....	30
7.1.6 Yleisimmät virheet ja niiden välttäminen.....	30
7.1.7 Lainsäädäntö ja sääntely.....	31
8 JOHTOPÄÄTÖS	32
9 POHDINTA	33
LÄHTEET.....	34

LYHENTEET JA TERMIT

Dropshipping - Suoratoimitusmalli

HTML – ”Hypertext Markup” Language, suomeksi hypertekstin merkintäkieli on avoimesti standardoitu merkintäkieli, jota käytetään verkkosivujen luomiseen ja rakentamiseen. (Wikipedia 2023).

CSS – ”Cascading Style Sheets” on tyylikieli, jota käytetään verkkosivujen ulkoasun määrittämiseen ja muotoiluun. Se mahdollistaa verkkosivujen visuaalisen ulkoasun hallinnan, kuten tekstien fontit, värit, koot, taustakuvat, layoutin ja muiden visuaalisten elementtien tarkentamisen (Ise 2023).

SaaS – ”Software as a Service”, on pilvipalvelumalli, jossa ohjelmisto tarjotaan käyttäjille verkon kautta vuokrapalveluna. (Nurmi 2022).

SEO – ”Search Engine Optimization” eli suomeksi hakukoneoptimointi on digitaalisen markkinoinnin strategia ja käytäntö, joka pyrkii parantamaan verkkosivuston näkyvyyttä hakukoneissa, kuten Google, Bing ja Yahoo. (Raatikainen 2022).

1 JOHDANTO

Toimeksiantajana toimii Saawa Osk ja opinnäytetyön tavoitteena on selvittää mitä dropshipaus eli suoratoimitukset tarkoittavat ja kuinka niitä voidaan hyödyntää suomalaisella markkinalla sekä pohditaan, millaisia haasteita suoratoimituksiin liittyy. Suoratoimitus on verkossa tapahtuva liiketoimintamalli jossa, jossa tilattu tuote lähetetään suoraan valmistajan tai tukkurin varastosta asiakkaalle niin, ettei se käy missään välissä tuotteen myyjällä. Suoratoimitusliiketoiminta on lisääntynyt viimevuosien aikana digiliiketoiminnan yleistyessä myös siitä syystä, että se on todella edullista ja helppoa aloittaa ihan missä päin maailmaa tahansa. Suoratoimitukset vaativat ainoastaan verkkoyhteyden ja pienen määrän pääomaa, joten sen voi aloittaa lähes kuka tahansa, missä päin maailmaa tahansa.

Työssä tarkastellaan erityisesti suomalaista markkinaa ja millaisia hyötyjä sekä haasteita suomalaisilla yrittäjillä on suoratoimituksia hyödyntäessä. Suomi on markkina-alueena melko pieni ja sijainniltaan hankala verrattuna esimerkiksi Saksaan tai Espanjaan, joihin toimitetaan huomattavasti enemmän tuotteita. Toki suoratoimitukset mahdollistavat kansainvälisen liiketoiminnan myös suomesta toteutettuna.

Työssä tutustutaan myös tarkemmin Shopify verkkokauppa -alustaan, joka on yksi suosituimpia sekä helppokäyttöisimpiä verkkokauppaohjelmistoja ja jolla jokainen voi perustaa oman nettikaupan. Shopify tarjoaa asiakkailleen valmiita verkkokauppa teemoja, joita voi muokata omaan käyttöön sopiviksi. (Shopify 2023) Tuotemaailma kertoo Suomen Shopify verkkokauppa oppaassaan, että useimmat Shopify-verkkokauppiat ovat tehneet oman verkkokauppansa ilman ammattilaisen apua.

Työssä käydään myös läpi eri kauppapaikkoja asiakasyritysten sekä tavaran toimittajien välillä ja niiden toimintaperiaatteita, joista yhteen suurimpaan, eli Alibabaan perehdytään tarkemmin. Alibaba on kiinalainen verkkokauppajätti, joka on ehdottomasti kauppapaikkana tunnetuin dropshipaajien keskuudessa.

1.1 Tutkimuksen tavoite, tarkoitus ja tausta

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää kuinka suomalaiset verkkokauppiat voivat optimoida dropshipping-prosessinsa tehokkuuden ja kannattavuuden kotimaisella markkinalla. Niin kuin aiemmin opinnäytetyössä todettiin dropshipaamisen olevan kovin kilpailtua, joten tutkimuksen tarkoituksena on selvittää kuinka verkkokauppiat voivat erottua kasvavalla kotimaisella markkinalla.

Suomi markkinana on hyvä, sillä suomessa asuu noin 5,5 miljoonaa ihmistä ja bruttokansantuote oli 45 878 euroa henkeä kohden vuonna 2022. (Tilastokeskus 2023.) Suomen verkkokauppa -markkinan arvon on arvioitu kasvavan 12,05 miljardiin euroon vuoteen 2025 mennessä. Lisäksi Suomessa on yksi maailman korkeimmista internetin-yhteyksien käyttöasteista, joka on huimat 97 %. Näistä jopa 72 % tekee säännöllisesti ostoksia verkon kautta. (Wakeupdata 2018).

2 SUORATOIMITUS

Dropshipping eli suoratoimitus on verkossa tapahtuva liiketoimintamalli jossa, jossa tilattu tuote lähetetään suoraan valmistajan tai tukkurin varastosta asiakkaalle niin, ettei se käy missään välissä tuotteen myyjällä. Myyjä kerää tuotteesta katteen itselleen. Tilausketju koostuu neljästä hyvin yksinkertaisesta vaiheesta jossa

1. Asiakas tekee tilauksen tuotteesta myyjän verkkokaupan tai muun alustan kautta.
2. Tilaus ohjataan automaattisesti suoraan tukkurille tai tavarantoimittajalle.
3. Tukkuri tai tavarantoimittaja pakkaa ja valmistelee tilauksen myyjän puolesta, toimittajan omalla varastolla.
4. Toimittaja toimittaa tilatun tuotteen suoraan tilaajalle. (Ferreira 2023.)

Koko liiketoimintamallin perustana toimiikin juuri sen yksinkertaisuus sekä edullisuus. Myyjän ei tarvitse omistaa varastoa tuotteita varten tai tuotetta ei tarvitse ostaa ensin sisään, vaan se toimitetaan suoraan asiakkaalle kolmannen osapuolen, tavarantoimittajan toimesta. Tämän lisäksi myyjä ei ole myöskään vastuussa toimituksesta, sillä siitäkin huolehtii kolmas osapuoli. Ajankäytön suhteen dropshipping on mielekäs tapa käynnistää verkkokauppaliiketoiminta, sillä se ei vaadi niin paljoa aikaa verrattuna kivijalkakauppoihin ja tavallisiin verkkokauppoihin. Liiketoiminnan käynnistäminen perinteisellä tavalla kestää tunnetusti huomattavasti pidempään. (Kaaosteoria 2023.)

Suoratoimitukset ovat olleet viimevuosina kasvava trendi sillä se mahdollistaa jokaisen avaamaan oman verkkokaupan omistamatta omaa varastoa ja tämä tarkoittaa siis sitä, että aloituskustannukset jäävät yleensä pieniksi. Mitä enemmän kuitenkin on valmis sijoittamaan liiketoiminnan käynnistämiseen sitä todennäköisemmin sen saa nopeasti yrittäjälle tuottavaksi. Suoratoimitus -malli on todella helppo tapa aloittaa verkkokauppiaan ura, mutta se soveltuu myös kokeneempien ja kauemmin alalla toimineiden käyttöön. (Talousenkeli 2023)

2.1 Suoratoimitusten hyödyt

Dropshipping -liiketoimintamallissa on paljon etuja, jonka vuoksi se sopii erityisesti aloittelevalle verkkokauppiaille, mutta soveltuu myös kokeneempien ja kauemmin alla toimineiden käyttöön. Tuotteita on helppo testata matalalla kynnyksellä ja kun oikea tuote löytyy, liiketoimintaa on helppo skaalata ja brändäys voi alkaa. Dropshippaaminen on hyvä tapa opetella tuntemaan markkina pienillä riskeillä. (Arvomediala 2023) Tässä lueteltuna dropshippaamisen merkittävimmät edut.

2.1.1 Matalat aloituskustannukset

Yritysten, jotka suoratoimittavat tuotteensa, ei tarvitse sijoittaa pääomaa varaston hankkimiseen tai paikan perustamiseen varaston säilyttämistä varten. Myöskään ei tarvitse käyttää aikaa inventaarioon tai henkilökunnan palkkaamiseen tilausten pakkaamista ja lähettämistä varten. Tämä tarkoittaa, että liiketoiminnan voi aloittaa matalalla kynnyksellä. Dropshipping-liiketoiminnan voi aloittaa, vaikka ei olisi varoja perinteisen vähittäiskaupan ylläpitämiseen. (Adobe Communications Team. 2020)

Dropshippingin suurin etu lienee se, että verkkokaupan voi perustaa ilman tuhansien eurojen alkupääomasijoitusta varastoon. Perinteisesti kivijalka- tai verkkokaupan on sidottava suuria pääomia varastoon.

Merkittävien ennakko-ostojen puuttuessa dropshippingin aloittaminen ja menestyminen on mahdollista hyvin vähäisellä rahalla.

Lisäksi, koska kauppiaan ei tarvitse sitoutua myymään ennakko-ostettua varastoa, toisin kuin muissa liiketoimintamalleissa, dropshipping-kaupan perustamiseen liittyy myös vähemmän riskejä. (Ferreira, C. 2023.)

Koska kauppiaan tarvitse huolehtia varaston ostamisesta tai logistiikasta, yleiskustannukset ovat melko alhaiset. Monet menestyneet dropshipping-liikkeet toimivat niin sanottuina kotiyrityksinä, jotka vaativat vain kannettavan tietokoneen ja muutamia toistuvia kuluja toimiakseen.

Liiketoiminnan kasvaessa, myös nämä kustannukset todennäköisesti kasvavat, mutta ovat silti alhaiset verrattuna perinteisen kivijalkayrityksen kustannuksiin. (Ferreira, C. 2023.)

2.1.2 Liiketoiminnan skaalattavuus

Saadessa kolminkertainen määrä tilauksia perinteisen vähittäiskaupan liiketoiminnassa, täytyy yleensä tehdä kolminkertainen määrä myös työtä. Hyödyntämällä dropshipping-toimittajia suurin osa lisätilausten käsittelytyöstä tehdään toimittajien puolesta, mikä mahdollistaa laajentumisen vähemmällä kasvukivuilla ja vähemmällä lisätyöllä.

Myyntikasvu tuo aina mukanaan lisää työtä – erityisesti asiakastuen osalta – mutta yritykset, jotka hyödyntävät dropshippingia, skaalautuvat erityisen hyvin perinteisiin verkkokauppa yrityksiin verrattuna. Dropshippingia voi harjoittaa monilla alustoilla, kuten Amazon, eBay ja Etsy, eikä se vaadi välttämättä omaa verkkokauppaa. (Ferreira, C. 2023.)

Koska tavarantoimittaja huolehtii tuotteen pakkaamisesta ja lähettämisestä suoraan asiakkaalle, kauppiaille jää aikaa liiketoiminnan muuhun kehittämiseen ja kasvattamiseen. (Hadleigh, R. 2023.)

2.1.3 Vaivaton tuotevalikoiman laajennus tai muuttaminen

Koska myytäviä tuotteita ei tarvitse ostaa ennakoon verkkokaupassa voi tarjota laajemman valikoiman trendikkäitä tuotteita tuleville asiakkaille. Lisäksi tuotteiden vaihtaminen tai muuttaminen ilman suurempaa huolta myymättä jääneestä varastosta helpottaa verkkokauppiasta. Mikäli toimittajalta löytyy tuotteita varastosta mitä verkkokaupasta ei vielä löydy, sen voi listata myyntiin ilman lisäkustannuksia. Eri toimittajien hyödyntäminen avaa myös ovet laajemman tuotevalikoiman hyödyntämiseen. (Ferreira, C. 2023.)

2.1.4 Joustava työaika sekä sijainti

Dropshippingin avulla pienemmät yritykset voivat määrittää itselleen joustavimmat työajat ja yrittäjä voi periaatteessa operoida yritystään mistä tahansa päin maailmaa, eli työ ei ole paikkasidonnaista. Mikä tahansa tuotteen myyminen on mahdollista, jota voidaan markkinoida tehokkaasti, toki ensin pitää löytää tuotteelle toimittaja.

Ilman palautusosoitteen tai varastotilan tarvetta jää vapaus hoitaa asiakaskoh- taista osaa yrityksestä mistä päin maailmaa tahansa. Pääpaino on tehokkaasti asiakkaiden ja tavarantoimittajien kanssa, sekä yrityksen markkinoinnissa. (Had- leigh, R. 2023.)

2.2 Suoratoimitusten haasteet

Vaikka dropshippaaminen on helppo vaihtoehto perinteiseen vähittäistavara- kauppaan verrattuna, siihen liittyy myös jonkin verran haasteita. Kuten kaikessa liiketoiminnassa, myös dropshippingissa on omat huonot puolensa. Kätevyys ja joustavuus eivät ole itseisarvo, vaan niiden eteen täytyy tehdä töitä.

Tässä muutamia haasteita, jotka on hyvä huomioida dropshipping-liiketoimin- nassa. (Ferreira, C. 2023.)

2.2.1 Kilpailu

Dropshipping taipuu usein myyntistrategiaan, joka perustuu pääasiassa hintaan. Tarkoittaen sitä ellet löydä oikeita tuotteita (suuri kysyntä, vähäinen kilpailu, kan- nattava myyntihinta), kilpaillet muiden myyjien kanssa, joilla saattaa olla samat tuotteet samanlaisin hinnoin ja samankaltaisin toimitusehdoin.

Olisi siis ihanteellista välttää markkinoita, jotka ovat jo todella kilpailtuja, ja sen sijaan etsimään tuotteita, jotka ovat vasta uusia markkinoilla. Näin voi päästä kil- pailijoidensa edelle ja rakentaa brändin tunnettavuutta.

Verkkokaupan rakentaminen kestäväällä tuote -katalogilla ja pysyvillä tuotteilla on erittäin vaikeaa, varsinkin kun dropshipping -tuotteiden kannattavuus ja kilpailu muuttuvat jatkuvasti. (Sampalo, M. 2022.)

2.2.2 Jatkuva tuotteiden etsintä

Edellä kuvatun kilpailuongelman kanssa verkkokaupoilla, jotka myyvät dropshipping-tuotteita, on jatkuvasti tehtävä työtä uusien ja kasvavien trendien löytämiseksi. Mikäli tuotteiden suosio laskee, myynti seuraa perässä.

Tämä on merkittävä syy siihen, miksi jopa 90 % dropshipping-liiketoimista epäonnistuu, ja tätä ongelmaa voidaan estää vain tarjoamalla uusia, trendikkäitä tuotteita tai perustamalla perinteisempi liiketoimintamalli

2.2.3 Tavaransaataavuus- ja toimitusongelmat

Haasteeksi saattaa muodostua tavaransaataavuus, jota voi olla ajoittain haasteellista selvittää. Ongelma muodostuu silloin kun verkkokaupasta tilattu tavara ei olekaan kolmannen osapuolen varastossa. Mikäli käyttää useampaa tavarantoimittajaa, jotka täyttävät myös muiden kauppioiden tilauksia, varastot voivat muuttua päivittäin ja tilanne on entistä hankalampi. Varastomääriä seuraavia ohjelmistoja on olemassa, jotka ilmoittavat tavarantoimittajille määrän verkkokaupoille, mutta kaikki tavarantoimittajat eivät käytä kyseisiä ohjelmistoja. (Skycode.fi. 2018.)

Esimerkiksi DSers mahdollistaa kauppiaille automatisoidut toimet, kun tavarantoimittajan varasto loppuu. Kun tuote ei ole enää saatavilla, voit automaattisesti poistaa julkaisun tai pitää tuotteen julkaistuna, mutta asettaa varaston määrän nolllaksi. (Ferreira, C. 2023.)

Mikäli asiakas tilaa tuotteita, jotka lähetetään eri tavarantoimittajilta, on huomiotava verkkokaupan kasvavat lähetyskustannukset, joita kaikkia ei voi maksattaa asiakkaalla. Tavarantoimituksessa sattuesssa virhe verkkokauppa joutuu ottamaan vastuun tapahtuneesta, vaikka ei ole virheen aiheuttaja. On siis tärkeä pitää mielessä, että tavarantoimittajan teot vaikuttavat myös verkkokaupan maineeseen. (Skycode.fi. 2018.)

Haasteena on myös pitkät toimitusajat, sillä tuotteet lähetetään yleensä asiakkaalle suoraan Kiinasta. Toimituksessa kestää kauemmin kuin tilanteessa, jossa tuote lähetetään keskusvarastolta, joka sijaitsee tilaajan kotimaassa. Tästä syystä dropshippaamalla on hankala kilpailla esimerkiksi seuraavan päivän Prime-toimitusten kanssa. (Skycode.fi. 2018.)

2.2.4 Pienet voittomarginaalit

Dropshippingausken yleistymisen myötä kilpailu on kasvanut verkkokauppa -alalla. Tuotteita pystytään myymään todella alhaisella hinnalla, sillä suoratoimitusten ansiosta verkkokaupan muut kulut ovat alhaiset. Tästä syystä kauppiat ovat myös valmiita hyväksymään pienemmät voittomarginaalit tuotteilleen ja mahdollistavat hintojen vertailun. Lisääntynyt kilpailu vahingoittaa markkinaraon mahdollista voittomarginaalia. (Skycode.fi. 2018.)

2.2.5 Rajoitettu tuotteen räätälöinti ja brändäys

Dropshipping ei anna sinulle paljon hallintaa itse tuotteeseen. Yleensä dropshippingissa myytävä tuote on suunniteltu ja brändätty tavarantoimittajan toimesta. Jotkut tavarantoimittajat voivat mukautua yrityksesi tuotemuutoksiin. Siitä huolimatta tavarantoimittajalla on yleensä suurin hallinta itse tuotteesta. Kaikki muutokset tai lisäykset tuotteeseen vaativat yleensä vähimmäistilausmäärän, jotta muutos olisi valmistajalle kannattava ja edullinen. (Ferreira, C. 2023.)

2.2.6 Laadun valvonta

Rakentaessa pitkäikäikäistä verkkokauppaliiketoimintaa, keskittyminen asiakasuskollisuuden rakentamiseen on ensimmäinen askel. Tämä on mahdollista vain, kun sinulla on tyytyväisiä asiakkaita. Dropshipping-liiketoiminnassa tuote ei ole lopulta sinun, ja jos haluat myydä laadukkaita tuotteita, sinun on testattava ne perusteellisesti. Jos työskentelet epäluotettavien toimittajien kanssa, liiketoimintasi kärsii. Toisin sanoen dropshippingauksessa olet täysin riippuvainen toimittajista. Lisäksi, kun myynti alkaa kasvaa, on etsittävä muita toimittajia tai sovittava ny-

kyisten kanssa tuotannon laajentamisesta. Tässä mielessä liiketoiminnan kasvattaminen samalla tarjoten laatua ja yhdenmukaisuutta voi olla todellinen haaste voitettavaksi. (Sampalo, M. 2022.)

3 VERKKOKAUPPA

Yksi suoratoimituksiin tarvittavista asioista on alusta tai verkkokauppa, jonka kautta asiakkaat voivat tehdä tilauksensa. Suoratoimitus liiketoiminnan voi aloittaa ilman verkkosivustoa mainostamalla ja myymällä tuotteita eri sosiaalisen median alustoilla kuten Instagram, Facebook ja Pinterest. Joillakin näistä alustoista osto on järjestettävä chat-toiminnon kautta, kun taas toisilla alustoilla on saatavilla integroitua kassajärjestelmiä. Näiden lisäksi on olemassa valmiita verkkokauppoja, joissa on mahdollista myydä omia tuotteita suoratoimituksella, kuten esimerkiksi maailman suurimmaksi lukeutuva verkkokauppa Amazon. Perinteisin tapa on perustaa oma verkkokauppa ja rakentaa oma verkkosivusto WordPressin, tai Shopify:n kaltaisen verkkokauppaalustan kautta. (Patryk, 2023.)

3.1 Verkkokauppaohjelmistot

WordPress on sisällönhallintajärjestelmä, joka toimii avoimella lähdekoodilla (engl. content management system, CMS). Kyseessä on maailman suosituin sisällönhallintajärjestelmä ja jopa lähes puolet (42,4 %) verkosta toimii nimenomaan WordPressin avulla. Sillä voidaan luoda esimerkiksi blogi-, koti- tai verkkosivuja. Vielä suurempi osuus 65,2 % saadaan, kun tarkastellaan pelkästään erilaisia sisällönhallintajärjestelmiä käyttäviä sivustoja. (Huttunen 2023)

WooCommerce tarjoaa rajattomat mahdollisuudet muokata ominaisuuksia, sillä se perustuu myös avoimeen lähdekoodiin. Mikäli koodaustaidot riittävät sillä pystyy muokkaamaan verkkokauppaa lähes rajattomasti ja kaupasta saa rakennettua juuri yrityksen itsensä näköisen. Käyttöliittymän käyttämiseen tarvitaan HTML- tai CSS perustaitoja. (Finlander 2021)

Shopify on palveluntarjoaja, joka tarjoaa alustan mukana palvelimen ja turvallisuuden. Erillistä koodaustaitoa ei tarvita valmiin kaupan ylläpitämiseen tai kehittämiseen. Alustalla on saatavilla 24/7-tuki ja myös suuri joukko suomenkielisiä kauppiaaryhmiä, joista saa apua ongelmiin tarvittaessa. Suomenkielistä tukea ei valitettavasti ole saatavilla. Hintaan kuuluu mahdollisuus myydä tuotteita suoraan Shopify-verkkokauppaan yhdistyneissä sosiaalisen median myyntikanavissa, kuten Facebook, Instagram, eBay, Pinterest ja Messenger. (Finlander 2021)

3.2 Shopify

Maailman suosituimpiin ja parhaisiin verkkokauppaohjelmistoihin lukeutuva Shopify mahdollistaa jokaiselle verkkokaupan perustamisen ilman aiempaa kokemusta. Muiden verkkosivustojen kuten blogin tai uutissivun luominen on mahdollista Shopify:n kautta verkkokaupan lisäksi.

Shopify on ylläpidetty pilvipohjainen verkkokaupparatkaisu, joka tunnetaan termillä SaaS-palvelu (software as a service). Etuna palvelussa on se, että kaikki verkkokauppa toimintaan tarpeellinen löytyy samasta paikasta. Sen helppokäyttöisyyden vuoksi ohjelmisto sopii erityisesti myös niille, jotka eivät ole perustaneet aikaisemmin verkkokauppaa. Alusta asti Shopify:n ideana on ollut tarjota työkalu verkkokaupan luomiseen, jota osataan käyttää tekijän taitotasosta riippumatta.

Shopify:n suosio perustuu sen helppokäyttöisyyteen. Vuonna 2022 Shopify on Suomessa ja maailmanlaajuisesti toiseksi suosituin verkkokauppa-alusta. Shopify-verkkokaupan suosio on kasvanut huimaa vauhtia Suomessa viime vuosina, ja se voi saavuttaa jopa markkinajohtajan aseman. (Tuotemaailma 2023.)

Sen sijaan että kauppiaat käyttäisivät Shopify:n tarjoamia yhdeksää ilmaista teemaa, monet kauppiaat valitsevat ensiluokkaisia premium teemoja lisäominaisuuksilla ja muokkausvaihtoehtoilla. Shopify:n teemakaupassa on yli 100 premium teemaa. (Main & Fabregas 2023)

Shopifyyn voi liittää oman maksuprosessorin tai käyttää ohjelmistoon sisäänrakennettua Shopify-Payments-vaihtoehtoa. Oma maksuprosessoria käytettäessä Shopify perii tapahtumamaksun jokaisesta myynnistä, joka vaihtelee 0,5–2 % välillä kokonaisveloituksesta. Tätä maksua ei peritä, mikäli käyttää Shopify-Paymentsia. (Main & Fabregas 2023)

3.2.1 Shopify:n historia

Kanadassa perustettu verkkokauppaohjelmisto Shopify toimii alustana yli kolmelle miljoonalle (yli 3 760 000) verkkosivustolle maailmanlaajuisesti, jotka harjoittavat verkkokauppaliiketoimintaa. (Tuotemaailma 2023)

Yritys on perustettu vuonna 2004 Daniel Weinandin, Scott Laken sekä Tobias Lütken toimesta, jotka yrittivät perustaa verkkokauppaa lumilautavarusteille. Sen ajan verkkokauppaohjelmat olivat melko epäkäytännöllisiä, joten he päättivät luoda oman ohjelman. Tobias Lütke oli ohjelmistokehittäjä ammatiltaan ja hän loi heidän odotuksiaan vastaavan verkkokauppaohjelmiston. Snowdevil lumilautaliikkeen nettikauppa kehitettiin open source alustan pohjalle. Ymmärrettyään luomansa verkkokauppaohjelmiston mahdollisuudet he luopuivat lumilautailuverkkokaupastaan ja keskittyivät myymään ohjelmistoa muille verkkokauppiaille. Verkkokauppa-alusta julkaistiin vuonna 2006 nimellä Shopify. (Tuotemaailma 2023)

3.2.2 Hinnoittelu

Shopify sopii hyvin pienille yrityksille erityisesti sen hinnan puolesta. Edullisin hinta verkkokaupalle on 24 euroa kuukaudessa. 69 € ja 289 € kuukaudessa maksavat verkkokauppapaketit ovat suunnattu parempia ominaisuuksia vaativille kaupoille ja suuren myyntivolyymien kaupoille on tarjolla heidän tarpeitaan paremmin palveleva verkkokaupparatkaisu. (Tuotemaailma 2023)

3.2.3 Shopifyyn plussat ja miinukset

Shopifyyn käytön plussat

- Helppokäyttöisyys: Kokemattomimmatkin voin perustaa upealta näyttävän Shopify-kaupan, lisätä useita myyntikanavia sekä tilausten käsittely järjestelmän ja aloittaa myynnin jo samana iltana.
- Kilpailukykyiset kuukausimaksut: Alhaiset kuukausimaksut lähtötason suunnitelmissa ja kilpailukykyiset hinnat korkeammassa suunnitelmissa.
- Turvallinen teknologia: Shopifyyn täysin hallinnoitu alusta hoitaa kaikki tekniset yksityiskohdat puolestasi.
- Sujuva paikan päällä tapahtuva mobiili- ja vähittäiskauppa: Täysin integroidut mobiili- ja vähittäiskaupan myyntipistetoiminnot mahdollistavat myynnin paikan päällä missä tahansa
- Sisäänrakennettu tuotehankinta: Täytä kauppasi vähäisellä tai lähes olemattomalla alkuinvestoinnilla Shopifyyn sisäänrakennetun dropshipping- ja tukkutoimitusverkoston avulla.

- Sisäänrakennettu sähköpostimarkkinointi: Hylätyt ostoskorin ilmoitukset ja automatisoitu sähköpostimarkkinointi auttavat sinua lisäämään myyntiä yhdellä klikkauksella.
- Rajaton kasvupotentiaali: Shopify on koti joillekin suurimmista verkkobrändeistä ja on valmis tukemaan äkillistä ja jatkuvaa kasvua. (Main & Fabregas 2023.)

Shopifyn käytön miinukset

- Hinta: Voit löytää ilmaisia ja erittäin edullisia Shopify vaihtoehtoja, jos toimit pienellä budjetilla.
- Maksutapahtumien kulut: Jos et käytä Shopify Payments -maksupalvelua, joudut maksamaan maksutapahtumien kulut jokaisesta luotto- tai debittikortilla tehdystä myynnistä.
- Teeman rajoitukset: Shopify teemat ovat yleensä melko perustavanlaatuisia, ja kehittyneiden ominaisuuksien lisääminen vaatii erikoistunutta koodausta.
- Vähemmän hakukoneoptimointivaihtoehtoja (SEO): Shopify verkkokaupoilla on perustason SEO-ominaisuuksia verrattuna alustoihin kuten WordPress.
- Yksinkertaiset blogityökalut: Shopify bloggausominaisuudet ovat melko rajalliset verrattuna WordPressiin, Squarespaceen ja Wixiin. (Main & Fabregas 2023.)

4 TAVARANTOIMITTAJA

Suoratoimitukseen suunnattuja sivustoja löytyy netistä paljon. Näiden sivustojen avulla on helppoa ja nopeaa tilata tuotteita myytäväksi. Ongelmana näiden sivustojen tarjonnassa on kuitenkin se, että niiden tuotteet eivät ole täysin uniikkeja, vaan myös kilpailevat verkkokauppiat voivat valikoida samoja tuotteita myyntiin omaan verkkokauppaansa. Tämän vuoksi ainutlaatuisen huipputuotteen löytäminen suoraan verkosta voi osoittautua haastavaksi.

Esimerkkejä netin kansainvälisistä tukkusivustoista:

- Alibaba Wholesaler Market
- Global Sources
- DHgate. (Marjo 2020.)

Mitä sujuvammaksi tilausprosessi halutaan, sitä enemmän siitä joutuu maksamaan erilaisille ”treidaajille” eli välikäsiille. Emme kuitenkaan halua olla yhteydessä välikäsiin vaan suoraan tavarantoimittajiin. (Bali 2021) Näin säästytään monilta ongelmilta, kun viesti kulkee suoraan asiakkaalta toimittajalle. Yritetään siis päästä niin lähelle tuotannon alkulähdettä kuin mahdollista. (Marjo 2020) Vaikka välikädet saattaisivat tehdä hyvän tuotteen löytämisestä helpompaa, he veloittavat oman osuutensa työstä, joka syö myytävän tuotteen loppukatetta.

4.1 Alibaba

Suosituimpana tukkumarkkinapaikkana toimii Alibaba, joka on suunnattu ostajille, jotka haluavat ostaa suuria määriä tuotteita halvimmalla hinnalla. Omalle tuotteelle valmistajaa etsiessä Alibaba nousee yleensä ensimmäisenä mieleen, sillä se on yksi käytännönläheisimmistä alustoista. Alibaba Group Holding Limited on kiinalainen verkkokauppajätti, jonka on perustanut kiinalainen liikemies Jack Ma vuonna 1999 yhdessä 17 muun henkilön kanssa. Yhtiöllä on kansainvälisesti, myös englannin kielellä toimivia verkkokauppoja, joista Alibaba.com on tukkukauppamainen, ensisijaisesti yrityksille ja kauppiaille suunnattu kauppapaikka. (Wikipedia 2023) Siellä pienet ja keskisuuret yritykset niin Kiinasta kuin muualtakin maailmasta käyvät kauppaa keskenään. (Niemeläinen 2014) Alibabassa

verkkokauppialla on mahdollisuus neuvotella suoraan valmistajan kanssa, räätälöidä tuotteita omaan brändiin sopivaksi ja tehdä merkittäviä kustannussäästöjä. (Ferreira 2022)

Toki myös kuluttaja voi tilata Alibabasta tuotteita, mutta Aliexpress on taas ensisijaisesti kuluttajalle suunnattu pienempien tilausmäärien verkkokauppa. (Wikipedia 2023)

4.2 Messut

Messut ovat erinomainen tapa löytää hyviä tavarantoimittajia ja valmistajia. Niissä tavarantoimittajat ja valmistajat esittelevät tuotteitaan sekä palveluitaan tavoitteenaan löytää uusia asiakkaita sekä yhteistyökumppaneita. Yksi suurimmista eduista messuilla on, että siellä voi tavata valmistajat kasvotusten. Tällä on hyvin suuri merkitys, sillä uusien yhteistyökumppanuuksien välille syntyy syvempi luottamus. (Shaw 2023)

Kiina on yksi maailman suurimmista tuotevalmistajista. Useimmat verkkokauppiat kääntyvät Kiinan puoleen etsiessään tavarantoimittajaa. Yhdet maailman suurimmista kauppamessuista ovat Kantonin messut Guangzhoussa, Yiwu Commodities messut Zhejiangissa ja Itä-Kiinan tuonti- ja vientitavaroiden -messut Shanghaissa. Kantonin messut ovat Kiinan suurin kauppamessu tapahtuma, johon osallistuu yli 180 000 kävijää vuosittain. Messuilla on tuhansia näytteilleasettajia ja ostajia ympäri maailmaa ja messut kestävät kaiken kaikkiaan 19 päivää. (Shaw 2023.)

5 BRÄNDÄTTY DROSHIPPAUS

Dropshipping verkkokaupan brändäys on paras tapa erottua kilpailijoistaan kuormittuneella markkinalla. Brändätyssä dropshipping-liiketoimintamallissa toimittaja käyttää räätälöityjä pakkauksia, omia merkintöjä ja jopa mukautettuja tuotteita luodakseen yhtenäisen brändikokemuksen verkkokaupan asiakkaille. (Gelato.com. 2023.)

5.1 Brändi

Brändi ei rajoitu pelkästään tuotteeseen tai yritykseen. Se muodostaa kokonaisvaltaisen kokemuksen, joka herättää tunteita. Brändi on abstrakti käsite, joka koostuu ihmisille välittyvästä fiiliksestä ja mielikuvasta, olipa kyseessä sitten tunnettu tuote, henkilö, yritys tai tuotemerkki. Yritys voi omilla toimillaan vaikuttaa brändiinsä ja sen kehittymiseen, mutta on tärkeää huomata, että brändi ei ole täysin yrityksen luoma; asiakkailta on oma vaikutuksensa siihen mielipiteineen ja kokemuksineen. Brändi ei rajoitu pelkästään visuaalisiin elementteihin, kuten logoihin, väreihin ja fontteihin, tai tuotepakkauksiin ja yrityksen tiloihin. Yhtä tärkeää on henkilöstön käytös, tarjottavat palvelut, käytetyt sanavalinnat ja se, millainen tunnelma brändin ympärillä luodaan – kaikki, mitä ihminen voi kokea, muodostavat osan brändiä. (Venermo 2023.)

Brändin tulee olla vetovoimainen, jolloin sen merkitys korostuu. Miten yritys käyttäytyy, mitä arvoja sillä on, ja minkälainen on sen maine? Nämä asiat luovat brändille suuremman merkityksen. tarinat ovat merkittäviä, sillä ne jäävät mieleen ja synnyttävät tunteita, ja juuri tämä on usein keskeistä viestinnässä – tunteisiin vaikuttaminen, luottamuksen luominen ja vaikuttaminen. (Ruokolainen 2020, 14) Yritys valmistaa tuotteita tai tarjoaa palveluita ja pyrkii edistämään niiden myyntiä erilaisten markkinointitoimien avulla. Se panostaa tuotteiden houkuttelevuuden parantamiseen, mutta brändiä yritys ei voi tehdä asiakkaan puolesta.

On olennaista ymmärtää, että brändi muodostuu aina asiakkaan omassa mielessä ja siihen vaikuttavat monet tekijät, joihin markkinoija ei voi suoraan vaikuttaa. Jokaisella yksilöllä on omanlaiset kokemukset, ajatukset ja tunteet. Yritys ei

voi päättää millaisen näkemyksen asiakas saa yrityksestä, sen tarjoamista tuotteista tai palveluista.

Jokainen kokee brändin yksilöllisesti suhteuttaessaan sen omaan maailmaansa, omassa mielessään samalle paikalle muiden vastaavien asioiden kanssa.

Yritys voi kuitenkin tehdä lukuisia toimenpiteitä, jotka tukevat yrityksen haluaman mielikuvan muotoutumista jokaisen asiakkaan mielessä. Tämä on brändin harkittua ja tavoitteellista kehittämistä. (Ruokolainen 2020, 18)

6 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

On olemassa määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä sekä laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus on tieteellisen tutkimuksen menetelmä, joka perustuu numeraaliseen ja tilastolliseen tutkimusnäyttöön. Määrällisessä tutkimuksessa kiinnostutaan yleensä syy- ja seuraussuhteista, vertailuista ja numeraalisista tuloksista, jotka selittävät tutkittavaa ilmiötä. Kvantitatiiviseen menetelmäsuuntaukseen sisältyy paljon erilaisia laskennallisia ja tilastollisia analyysimenetelmiä. (Koppa.jyu.fi. 2015)

Opinnäytetyössä päädyttiin käyttämään aiheeseen paremmin soveltuvaa laadullista eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Asiantuntija haastattelut antavat laajemmin tietoa aiheesta, jota pyritään ymmärtämään.

6.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Ihmistieteelliset tutkimusmenetelmät jaotellaan yleensä karkeasti kahteen ryhmään kvalitatiivisiin eli laadullisiin ja kvantitatiivisiin eli määrällisiin menetelmiin. (Vuori, J. 2023.) Laadullisella tutkimuksella tarkoitetaan tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntausta, jossa pyritään ymmärtämään kokonaisvaltaisesti tutkittavan kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä. (Koppa.jyu.fi. 2021.) Laadullinen tutkimus on tulkintapohjainen menetelmä, joka mahdollistaa monipuolisen ymmärryksen ihmisten arkipäivän monimuotoisesta sosiaalisesta todellisuudesta. Sen avulla pyritään kuvaamaan ihmisten kokemusten kautta ilmiöitä tai selvittämään ihmisten tuottamia monitulkinnallisia ja subjektiivisia merkityksiä. (Vilkkä 2021. OSA1.)

On mahdotonta antaa yhtä ainoaa määritelmää kvalitatiiviselle tutkimukselle, sillä erilaisia lähestymis- ja analyysitapoja on paljon. (Juhila, K. 2023.) Kvalitatiivinen sisältää useita erilaisia lähestymistapoja ja aineistokeruu- ja analyysimenetelmiä ihmiselämän tutkimiseksi. Se ei ole vain yhdenlainen tapa tutkia tai minkään tietyn alan tutkimusote. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

Laadullisen tutkimuksen aineistona käytetään empiirisiä aineistoja, joita voivat olla tekstit, keskustelut, haastattelut, havainnointipäiväkirjat, kuvat tai tilat, joissa jokin toiminta tapahtuu. (Juhila, K. 2023.)

Yleinen tapa tuottaa tutkimusaineistoa on haastattelemalla ihmisiä. Tutkimus-haastattelutapoja on runsaasti erilaisia mutta tutkimusta varten tehty haastattelu eroaa aina journalistien haastattelusta tai työhaastattelusta. Tavoitteena tutkimushaastattelulla on tuottaa tietoa sekä aineistoa tutkimusongelmaan vastaamiseksi (Hyvärinen, Suoninen, Vuori 2023.)

Tutkimusmenetelmänä tässä opinnäytetyössä käytetään kvalitatiivista tutkimusta eli tieto kerätään haastattelujen avulla, jotta tietoa saadaan mahdollisimman laajasti aiheesta, jota koitetaan ymmärtää. Haastattelukysymykset ovat ennalta määrättyjä, jotta vältytään aiheesta poikkeamiselta haastattelun aikana.

6.2 Tutkimuksen toteutus ja sisältö

Haastattelututkimuksen yleistyttyä toisen maailmansodan jälkeen, lähtökohtaisesti suosittiin strukturoituja kyselytutkimuksia. Strukturoiduissa haastatteluissa olivat samassa muodossa esitetyt kysymykset ja valmiiksi rajatut vastaamisvaihtoehdot. Puolistrukturoidussa haastattelussa on ideana se, että kysymykset valmistellaan ennakkoon ja esitetään melko samanlaisina, mutta vastaamisen tapa on joustavampi ja vapaampi. (Hyvärinen, Suoninen, Vuori, 2023.)

Asiantuntijoita haastattelemalla pyritään saamaan käsitys siitä, miten yritykset, valtionhallinto tai kunnat ovat käsitelleet tutkittua aihetta. Asiantuntijana pidetään henkilöä, joka on ollut osa valmistelua ja päätöksentekoa tai ainakin henkilö, joka on seurannut asiaa läheltä. (Hyvärinen, Suoninen, Vuori, 2023.)

Haastattelu toteutetaan puolistrukturoituna eli kysymykset ovat laadittu etukäteen ennen haastattelua. Tämän tarkoituksena on rajata keskustelu tutkimuskysymyksen ympärille, jotta saadaan mahdollisimman tarkasti tietoa ennalta määritetystä aiheesta. Haastattelu koostuu kahdeksasta kysymyksestä, jotka esitetään samassa muodossa ja samassa järjestyksessä haastateltaville.

6.3 Haastattelukysymykset

Tutkimuksen haastattelukysymykset ovat:

1. Millaista kokemusta tai näkemystä teillä on dropshipping-toiminnasta ja sen mahdollisuuksista kotimaisella markkinalla?
2. Mitkä ovat keskeiset tekijät, jotka voivat vaikuttaa dropshipping-prosessin tehokkuuteen ja kannattavuuteen kotimaisella markkinalla?
3. Kuinka suomalaiset verkkokauppiat voivat valita oikeat kumppanit ja toimittajat dropshipping-liiketoimintaansa?
4. Millaisia strategioita suomalaiset verkkokauppiat voivat käyttää varmistukseen, että heidän dropshipping-prosessinsa toimii mahdollisimman tehokkaasti?
5. Miten voitaisiin vähentää toimitusketjun riskejä ja varmistaa, että toimitukset saapuvat ongelmitta kotimaisille asiakkaille?
6. Millaisia työkaluja suosittelisitte suomalaisille verkkokauppiaille dropshipping-prosessin hallintaan ja seurantaan?
7. Mitkä ovat yleisimmät virheet, joita suomalaiset verkkokauppiat tekevät dropshipping-liiketoiminnassaan, ja miten niiltä voitaisiin välttyä?
8. Miten sääntely ja lainsäädäntö vaikuttavat dropshipping-toimintaan Suomessa?

7 ANALYYSI

7.1 Tulokset

Tutkimuksessa aineisto kerättiin haastattelemalla verkkokauppa alan ammattilaista, jolla on kokemusta alasta jo yli kymmenen vuoden takaa aina vuodesta 2012 saakka. Haastateltava on Suomen tunnetuin ja arvostetuin verkkokauppa-liiketoiminnan valmentaja ja konsultti, joka on valmentanut tuhansia ihmisiä niin verkossa kuin live-tapahtumissakin. Haastateltava on myynyt suurimmaksi osaksi ulkomaille, eikä myyntiä ole rajattu mihinkään tiettyyn maahan. Myös Suomeen toimitetaan verkkokauppiaan tuotteita. Nykyään toimitukset tulevat Euroalaisilta tavarantoimittajilta, mutta myös kiinasta on aikoinaan toimitettu tuotteita. Haastateltava on tietoisesti aloittanut verkkokauppiaan uran painottuen kansainväliseen myyntiin ja kasvuun, mutta kertoo ettei tapa, jolla myydään tai markkinoidaan eroa kovinkaan paljon kotimaisesta markkinasta. ”Mikäli kaavan saa toimimaan ulkomailla se toimii myös Suomessa” haastateltava kertoo.

7.1.1 Oikeiden kumppaneiden valinta

Haastateltava lähtisi itse tekemään yhteistyötä eurooppalaisen toimittajan kanssa. Ei ole merkitystä mistä päin Eurooppaa toimittaja on, kunhan se on EU alueen sisällä. Näin ollen pystytään vähentämään logistisia ja verotuksellisia haasteita suoratoimituksessa. Jokainen voi valita täysin kenen kanssa toimii, mutta mikäli halutaan löytää kysymyksen mukaan ”oikeat” kumppanit niin kannattavuus tulee ehdottomasti huomioida. Se mikä toimittaja tai yhteistyökumppani on enemmän tai vähemmän hyvä kannattavuuden näkökulmasta täytyy selvittää itse markkinatutkimusta tekemällä.

Verkkokauppiaan tulee tutkia millaiset tuotteet myyvät menestyksekkäästi ja mitä markkina haluaa ostaa. On mahdollista selvittää erilaisin työkaluin kuinka potentiaalisia tuotteet ovat ja mille tuotteille on kysyntää juuri tällä hetkellä. Sopivan tuotteen löydyttyä etsitään sille sopiva toimittaja, mielellään EU alueen sisäpuolelta keneltä tuotetta löytyy varastossa. Käytännön kautta eli kokeilemalla myyntiä saadaan paras vastaus kysymykseen, meneekö tuote kaupaksi ja onko prosessi sujuvaa. Mikäli tuote ei myy ajetaan se alas ja kokeillaan toista tuotetta.

Kiinassa prosessi ei ole niin yksinkertainen sillä siellä on tuhansia vaihtoehtoja, kourallinen isoja tukkuyhtiöitä, joilla on satojatuhansia tuotteita mutta myös pienempiä tavarantoimittajia. Käytännön kautta kokeilemalla usein saa parhaan vastauksen kysymyksiin ja täytyy myös itse tehdä laskelmia ja selvittää onko joku hyvä idea vaiko ei.

7.1.2 Tehokkuuteen ja kannattavuuteen vaikuttavat tekijät

Ei ainoastaan Suomessa vaan myös muualla maailmassa keskeiset asiat, joilla voi vaikuttaa kannattavuuteen, ovat tuotekate ja mainoskulut. Haastateltavan mukaan verotus vaikuttaa myös liiketoiminnan kannattavuuteen. Verkkokauppaan tarvitaan tietty määrä liikennettä ja tietty konversioprosentti saavuttaakseen tietyn myyntitavoitteen. Tämä tarkoittaa, että mainontaan on investoitava riittävästi rahaa, ja tämä summa vaihtelee myös tuotteen hinnan mukaan. Halvemman tuotteen myynti vaatii suuremman mainospanostuksen suhteessa myyntihintaan, kun taas kalliimpaa tuotetta myytäessä suhteellinen mainoskulu pienenee.

Haastateltava neuvoo aloittamaan matalammilla riskeillä ja opettelemaan liiketoimintaa pienemmillä mainospanostuksilla, kunnes saadaan parempi tuntuma siihen, mitkä numerot toimivat parhaiten.

7.1.3 Dropship-prosessin tehokkuuden strategia

Kun tekee verkkokauppaa ja dropshippingia vuosien ajan, oppii toimintatavan, joka voi olla hyödyllinen, mutta ei ole olemassa yhtä ”parasta” tapaa toimia, koska se riippuu monista tekijöistä.

Niin kuin aiemmin todettiin, hyvä tapa lähteä liikkeelle on tutkimalla mitä markkinoilla myydään ja mitä asiakkaat haluavat ostaa. Numeraalista vastausta tähän ei välttämättä saa, mutta esimerkiksi muiden kauppojen myydyimmät tuotteet on helppo selvittää. Haastateltavan mukaan, jos jotakin tuotetta markkinoidaan paljon, se on heti signaali, että tuote myy.

Tarkoituksena on löytää potentiaaliselle tuotteelle toimittaja mielellään EU:n alueelta ja laskea potentiaalinen voittomarginaali. Mainonnan avulla voi hankkia arvokasta kokemusta, mutta ennakkoon on vaikea tietää, millaiseksi esim. konversiohinta muodostuu. Mikäli omat laskelmat vaikuttavat hyvältä tuotetta kannattaa kokeilla käytännössä pienellä riskillä, eli sijoittaa vähän rahaa mainontaan ja kerätä empiiristä tietoa siitä, saadaanko toiminnasta kannattavaa. Kokemus auttaa tekemään parempia päätöksiä, kun taas aloittelijana ilman tietotaitoa, toiminta on haparoivaa ja epävarmaa. Kun käytännön kautta on opittu ne asiat, kuinka kannattaa toimia niin prosessi on jo huomattavasti sujuvampaa ja nopeampaa. Kokemuksen myötä prosessi sujuvoituu ja hyvin tuottavia tuotteita löytyy paremmin.

7.1.4 Toimitusketjun riskien vähentäminen

Kuljetuksessa olevaan toimitukseen on mahdotonta vaikuttaa. Se miten paketti kuljetetaan tai missä se liikkuu, on täysin kuljetusyhtiön vastuulla. Ainoa tapa minimoida mahdolliset ongelmat, on testata eri toimittajia ja tarkkailla, ilmeneekö toimituksessa ongelmia, esimerkiksi venyvätkö toimitusajat tai katoaako paketit. Olisi suotavaa käyttää kuljetusyhtiöitä, joilla on seurantakoodi, josta voi seurata lähetyksen etenemistä. Tässäkin taustatyö nousee suureen rooliin sillä verkkokauppiaan olisi hyvä tutustua eri kuljetusyhtiöihin etukäteen ja selvittää mitä muut kauppiaat suosivat.

Välttääkseen ylimyynnin, paras ratkaisu on toimia kumppaneiden kanssa, jotka voivat synkronoida varastosaldonsa verkkokauppaasi. On olemassa lisäosia, joiden kautta on mahdollista pysyä kartalla varastosaldoista. Toimittajan koolla ja kyvykkyydellä on merkitystä dropshipaamisessa. Pienillä toimittajilla saattaa olla rajoitettu kyky synkronoida varastosaldot, kun taas isommat toimijat voivat tarjota tämän mahdollisuuden. Pienten toimijoiden kanssa riskinä on, että tuotteita myydään isolla volyyymilla ja varasto loppuu kesken, eikä siitä tule ilmoitusta verkkokauppiaille ajoissa. Korkean hintaluokan tuotteita myydessä on mahdollista ottaa suurempi riski, vaikka varastosaldo ei olisi täsmällinen, mikäli niitä myydään harvemmin.

Isot toimijat, kuten BigBuy, tarjoavat järjestelmiä, jotka voivat auttaa synkronoimaan varastosaldon ja tilaustietoja automaattisesti, mikä tekee verkkokauppiiaan toiminnasta tehokkaampaa.

7.1.5 Dropshipping prosessin hallinnan ja seurannan työkalut

Koko prosessin seuraaminen voi olla haastavaa, koska siinä on useita vaiheita ja rajapintoja, joita on vaikea yhdistää. Mutta kuitenkin tuotteiden myynnin seurantaan, tuote etsintään ja kilpailijavakoiluun on olemassa erilaisia työkaluja, mutta ne eivät aina sovellu Pohjoismaiden markkinoille. Monet näistä työkaluista ovat suunniteltu Yhdysvaltojen markkinoille. Pohjoismaat ovat usein Yhdysvaltoja jäljessä tällaisissa asioissa, ja ohjelmistoversioiden kehittäminen voi olla haastavaa, kun kotimainen markkina on verrattain niin paljon pienempi. Siksi numeroiden seuraaminen ihan perinteisessä Excelissä voi olla hyödyllistä mainonnan ja tuotteiden hallinnassa.

7.1.6 Yleisimmät virheet ja niiden välttäminen

Haastateltavan mukaan kauppiat voidaan jakaa kahteen pääryhmään: aloittelijoihin ja kokeneisiin toimijoihin. Yleisimmät virheet mitä aloittelijat saattavat tehdä on liiketoiminnan monimutkaisuuden aliarviointi, joka on hyvin perustavanlaatuisen virhe. Esimerkiksi aloittelijat voivat odottaa nopeita ja helppoja voittoja sijoittamatta liiketoimintaan yhtään pääomaa, mikä johtuu valheellisesta some-markkinoinnista. He eivät välttämättä ymmärrä, että liiketoiminta vaatii investointeja, vaikka sitä mainostetaan edullisena tapana, mutta esimerkiksi markkinointi on merkittävä kustannuserä dropshippingissä. Haastateltavan näkemyksen mukaan kokeneet toimijat voivat puolestaan ajautua vaikeuksiin, jos he yrittävät kasvaa liian nopeasti lainarahoituksella. Tämä voi aiheuttaa ongelmia, sillä markkinatilanteet muuttuvat nopeasti. Ei siis kannata ottaa liian suurta riskiä ja sijoittaa suuria määriä lainattua rahaa nopean rikastumisen toivossa. Kestävä ja maltillinen kasvu on parempi vaihtoehto liiketoiminnan kannalta, ja riskienhallinnan tulisi tukea yksilöityjä tavoitteita.

7.1.7 Lainsäädäntö ja sääntely

Siitä miten sääntely ja lainsäädäntö vaikuttavat dropshipping toimintaan Suomessa haastateltava kertoi, ettei ole lakimies, mutta voi antaa yleistä tietoa. Verotukseen liittyvien yksiselitteisten vastausten antaminen on hyvin vaikeaa, koska asia riippuu monesta tekijästä. Kaupankäynti ei välttämättä eroa paljoakaan siitä, että tuotteet lähtisivät toisen osapuolen sijaan omasta varastosta. Totta kai liiketoiminnan kannattavuuteen on huomioitava verotuksen vaikutus, joka nousee korkeammaksi, kun tuote tulee EU:n ulkopuolelta, esimerkiksi Kiinasta.

Kauppia ei hanki tuotteita etukäteen, vaan ostaa ne tilauskohtaisesti toimitusvaiheessa. Tämä vähentää pääomainvestointeja ja jakaa riskin toimittajien kesken. Tullaukseen liittyvä vastuu riippuu siitä, missä ja miten tavaraa myydään. EU-sisällä tavarat voivat liikkua vapaasti ilman tulleja, mutta EU:n ulkopuolelta tulevat tavarat voivat aiheuttaa tullikustannuksia. Myös se vaikuttaa verotukseen tehdäänkö kauppaa EU-alueen ulko- vai sisäpuolella ja se mistä tuote on alun perin peräisin.

EU:n sisäiset kaupat ovat yleensä tullivapaita ja tavara tullataan yleensä vain, kun se tulee EU:n ulkopuolelta. Jos halutaan tuoda tavaraa esimerkiksi Kiinasta Suomeen, siitä on maksettava tullit. Voit joko hoitaa tullauksen asiakkaan puolesta tai antaa asiakkaan hoitaa sen itse. Monet kiinalaiset toimittajat maksavat tullit ennakkoon ja toimivat yhteistyössä eurooppalaisten kuljetusyhtiöiden ja brändien kanssa. Jotkut käyttävät DDP-toimitusta, jossa tullit ja kuljetus hoidetaan valmiiksi, mutta nämä yksityiskohdat voivat vaihdella toimittajan mukaan.

8 JOHTOPÄÄTÖS

Suomalaisten verkkokauppioiden pyrkiessä optimoimaan kannattavuuttaan ja tehokkuuttaan dropshipping-prosessissa, on olennaista huomioida useita keskeisiä näkökohtia. Ensinnäkin oikeiden kumppaneiden valinnassa suositellaan toimittajien valitsemista EU-alueelta, mikä vähentää logistisia ja verotuksellisia haasteita. Tehokkuuden ja kannattavuuden varmistamiseksi on tärkeää arvioida tuotteiden kannattavuutta huolellisen markkinatutkimuksen avulla.

Markkinatutkimuksessa korostetaan asiakkaiden tarpeiden selvittämistä ja tuotevalinnan tukemista markkinoiden kysynnän perusteella. Käytännön kokeiluja hyödyntäen voidaan kerätä arvokasta tietoa kannattavuudesta ennen suurempaa panostusta tuotteisiin. Kannattavuutta ja tehokkuutta hallitaan myös tuotekatteella sekä mainoskuluja optimoimalla, johon liittyy myös verotuksen vaikutus erityisesti EU:n ulkopuolisista maista toimitettaviin tuotteisiin.

Toimitusketjun hallinnassa korostetaan luotettavien kuljetusyhtiöiden valintaa ja varastosaldon synkronointia verkkokauppaan välttääkseen ylimyyntiä. Isot toimijat voivat tarjota järjestelmiä, jotka automatisoivat varastotiedot ja tilaukset, seurannan selkeyttämiseksi. Lisäksi tuotteiden myynnin seurantaan, tuote etsintään sekä kilpailijavakoiluun on olemassa erilaisia työkaluja, mutta ne eivät aina sovellu Pohjoismaiden markkinoille. Siksi numeroiden seuraaminen perinteisessä Excelissä voi olla hyödyllistä mainonnan ja tuotteiden hallinnassa.

Yleisimpien virheiden välttämiseksi korostetaan realististen odotusten asettamista ja hallittua kasvua nopeiden voittojen sijaan. Liiketoiminnan monimutkaisuuden ymmärtäminen ja kestävään kasvuun panostaminen ovat avainasemassa. Lainsäädännön ja sääntelyn osalta on tärkeää ymmärtää verotuksen vaikutukset ja tullauksen hallinta erityisesti EU:n ulkopuolisissa kaupoissa.

Näitä näkökohtia optimoimalla suomalaiset verkkokauppiat voivat parantaa dropshipping-prosessinsa tehokkuutta ja kannattavuutta kotimaisella markkinalla.

9 POHDINTA

Opinnäytetyö on laadittu kirjoittajan henkilökohtaisesta kiinnostuksesta dropship-paamiseen. Työ valmistui odotettua myöhemmin aikatauluhaasteiden vuoksi, eikä siitä tullut niin laaja kuin alun perin oli tarkoitus. Opinnäytetyön tarkoituksena oli löytää vastaus kysymykseen siitä, kuinka suomalaiset verkkokauppiat voivat optimoida dropship-prosessinsa tehokkuuden ja kannattavuuden kotimaisella markkinalla. Tutkimus suoritettiin puolistrukturoituna kyselyhaastatteluna ja sen avulla saatiin vastaus opinnäytetyön tutkimuskysymykseen, jota käsitellään johdtopäätös kappaleessa. Teoriaosuus muodostui melko vaivattomasti, sillä kirjoittajalla oli aiheesta ennakkotietoa ja runsaasti lähteitä löytyi internetistä. Tietopohja perustui pääasiassa artikkeleihin, blogiteksteihin, kirjaan, oppaisiin sekä asiantuntijan haastatteluun. Vaikka aiheesta oli ennakkoon runsaasti tietoa, opinnäytetyö tarjosi uusia näkökulmia dropshipping-prosessin hyödyistä ja haasteista. Erityisesti haastattelu asiantuntijan kanssa vahvisti jo olemassa olevaa tietoa.

Verkkokaupan rakentamiseen on useita vaihtoehtoja ja ohjelmia, ja opinnäytetyössä tutustuttiin niihin yleisimpiin. Shopify on kasvanut huomattavasti muita nopeammin sen julkaisemisen jälkeen, ja sen vuoksi sitä tarkasteltiin opinnäytetyössä tarkemmin. Shopify oli kirjoittajalle tutuin verkkokaupan rakennuspalvelu, ja se eroaa muista alustoista tarjoamalla valmiita kauppapohjia, joille rakentaminen ei vaadi erillisiä koodaustaitoja. Lisäksi Shopify antaa runsaasti mahdollisuuksia verkkokaupan brändäämiseen.

Haastattelu suoritettiin puhelimitse, ja se oli ennalta sovittu haastateltavan kanssa. Haastattelija sai kysymykset ennalta luettavaksi, jotta haastatteluun varattu aika voitaisiin käyttää tehokkaasti ja aiheesta poikkeamista voitaisiin välttää. Haastattelun perusteella todettiin, ettei merkittäviä markkinakohtaisia eroja juuri-kaan ole. Mikäli dropshipping-prosessi toimii Suomessa, se toimii myös muualla maailmassa, vaikka pieniä maakohtaisia eroja voi esiintyä. Mikäli aiheutta olisi haluttu tutkia laajemmin, olisi haastateltavia voitu valita useampia. Haastattelusta opittiin, että vaikka Alibaba on tunnettu ja suosittu alusta yritysten keskuudessa, eurooppalaisen verkkokauppiain kannattaa etsiä tavarantoimittajia EU:n sisäلتä välttyäkseen useilta ongelmilta.

LÄHTEET

Adobe Communications Team. 2020. What is Dropshipping? Benefits, Challenges, and Getting Started. Business.adobe. Viitattu 11.10.2023.

<https://business.adobe.com/blog/basics/dropshipping>

Alibaba Group. Wikipedia. Viitattu 28.9.2023.

https://fi.wikipedia.org/wiki/Alibaba_Group

Anita Saaranen-Kauppinen & Anna Puusniekka. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto [ylläpitäjä ja tuottaja]. <<https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/>>. (Viitattu 15.10.2023.)

Arvomediam.fi. Dropshipping – Paras tapa aloittaa verkkokauppa? Viitattu 15.10.2023.

<https://www.arvomediam.fi/dropshipping/>

Bali, M. 2021. How To Find A Good And Reliable Manufacturer Or Supplier For Your Product Idea. Learn with shopify. Viitattu 14.10.2023.

https://www.youtube.com/watch?v=L05VyO_q7CU&t=17s

Dropshipping. Kaaosteoria. Viitattu 10.10.2023.

<https://kaaosteoria.fi/dropshipping/>

Ferreira, C. 2022. How Does Alibaba Work? A Guide to Safe Dropshipping (2023). Shopify. Viitattu 27.10.2023.

https://www.shopify.com/blog/16665772-alibaba-101-how-to-safely-source-products-from-the-worlds-biggest-supplier-directory?term=&adid=649248676763&campaignid=19724533104&&utm_medium=cpc&utm_source=google&gclid=Cj0KCQjwpompBhDZARIsAFD_Fp9nAP0Ach--2MpjnEWzrpQtJm26Zn7z2mH7OfNvlfOJnEhSns_nY-hoaAmaaEALw_wcB&cmadid=516586848;cmadvertiserid=10730501;cmcampaignid=26990768;cmplacementid=324286430;cmcreativeid=163722649;cmsiteid=5500011

Ferreria, C. 2023. What is dropshipping and how does it work? (2024) Shopify blog. Viitattu 27.10.2023.

<https://www.shopify.com/blog/what-is-dropshipping>

Finlaner, J-E. 2021. Kuinka valita verkkokauppa – Shopify vs. WooCommerce. Medialuotsi. Viitattu 18.10.2023.

<https://medialuotsi.fi/kuinka-valita-verkkokauppa-shopify-vs-woocommerce/>

Gelato.com. 2023. What is branded dropshipping? How to get started in 2023. Viitattu 18.10.2023.

<https://www.gelato.com/blog/branded-dropshipping>

Hadleigh, R. 2023. A Guide to Dropshipping—Weighing the Pros and Cons. DCLcrop. Viitattu 12.10.2023.

<https://dclcorp.com/blog/shipping/dropshipping/>

Huttunen, K. 2021. Mikä on WordPress? Zoner.fi. Viitattu 11.10.2023.

<https://www.zoner.fi/wordpress/mika-on-wordpress/>

Ise.fi. 2023. Sanasto – CSS. Viitattu 26.10.2023.

<https://ise.fi/sanastoa/css/>

Kallinen, Timo & Kinnunen, Taina. Etnografia. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietöarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. <<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/metelmaope-tus/>>. (Viitattu 15.10.2023.)

Koppa.jyu.fi. 2015. Määrällinen tutkimus. Viitattu 18.10.2023

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/metelmapolkuja/metelmapolku/tutkimus-strategiat/maarallinen-tutkimus>

Koppa.jyu.fi. 2021. Laadullinen tutkimus. Viitattu 18.10.2023.

[Laadullinen tutkimus — Jyväskylän yliopiston Koppa \(jyu.fi\)](https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/metelmapolkuja/metelmapolku/tutkimus-strategiat/maarallinen-tutkimus)

Main, K. Fabregas, K. 2023. What Is Shopify And How Does It Work (2023 Guide). Forbes Advisor. Viitattu 30.10.2023.

<https://www.forbes.com/advisor/in/business/software/what-is-shopify/>

Marja Alastalo & Sami Borg (2010). Numerolukutaito. Kvantimotiv - Menetelmäopetuksen tietovaranto [Kvantimotiv - Ohjeet \(tuni.fi\)](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/). Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovaranto [ylläpitäjä ja tuottaja]. <<https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/>>. (Viitattu 15.10.2023.)

Marjo. 2020. Mistä tuotteita verkkokauppaan? Postituspojat. Viitattu 30.10.2023.

<https://www.postituspojat.fi/mista-tuotteita-verkkokauppaan/>

Niemeläinen, J. 2014. Hurjan pörssinousun tehneestä Alibabasta saa kaikkea – ja paljon. is. Viitattu 29.10.2023

<https://www.is.fi/taloussanomat/porssiuutiset/art-2000001850408.html>

Nurmi, P. 2022. SaaS-palvelu tuo vaivattomuutta – mistä on kyse? Mediconsult. Viitattu 5.11.2023.

<https://www.mediconsult.fi/blogi/saas-palvelu-tuo-vaivattomuutta-mista-on-kyse>

Patryk. 2023. Can You Start Dropshipping Without a Website in 2023? DoDropshipping. Viitattu 5.11.2023.

<https://dodropshipping.com/can-you-start-dropshipping-without-a-website/>

Raatikainen, H. 2022. Mitä hakukoneoptimointi (SEO) käytännössä tarkoittaa? – Opi perusteet. Myynninmaailma. Viitattu 6.11.2023.

<https://myynninmaailma.fi/asiantuntija-artikkelit/kasvumarkkinointi/mita-hakukoneoptimointi-seo-kaytannossa-tarκοittaa-mpi-perusteet/>

Ruokolainen, P. 2020. Brändikäsikirja: näin teet yritysbrändistä vetovoimaisen! Helsinki: Kauppakamari.

Sampalo, M. 2022. Pros and cons of dropshipping: Is it the right choice? Outvio. Viitattu 2.11.2023.

<https://outvio.com/blog/dropshipping/>

Shaw, S. 2023. How To Find Reliable China Suppliers. Leelinesourcing. Viitattu 8.11.2023

<https://leelinesourcing.com/reliable-chinese-suppliers/>

Shopify. Tuotemaailma.com. Viitattu 5.10.2023

<https://www.tuotemaailma.com/shopify/#mik%C3%A4-on-shopify>

Shopify. Shopify ohjekeskus > Aiheet > Verkkokauppa > Teemat. Viitattu 5.10.2023

<https://help.shopify.com/fi/manual/online-store/themes>

Skycode. 2018. Dropshipping ABC – Opas liiketoimintaan suoratoimituksella. Viitattu 11.9.2023

<https://skycode.fi/dropshipping-abc-opas-liiketoimintaan-suoratoimituksella/>

Talousenkeli. 2023. Dropshipping – miten se toimii ja voiko sillä tehdä rahaa? Viitattu 11.9.2023

<https://finanssiinfo.wpcomstaging.com/dropshipping-miten-se-toimii-ja-voiko-silla-tehda-rahaa/#aioseo-mita-on-dropshipping>

Tilastokeskus. 2023. 123x -- Bruttokansantuote ja -tulo sekä tulot ja menot henkeä kohden, vuosittain, 1975–2022* Viitattu 20.10.2023.

https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_vtp/stat-fin_vtp_pxt_123x.px/table/tableViewLayout1/

Venermo A. 2023. Mitä on brändäys ja miksi sinunkin pitäisi hyödyntää sitä? Folcan. Viitattu 30.9.2023.

<https://folcan.fi/mita-on-brandays/>

Vilka, H. 2021. Näin onnistut opinnäytetyössä – Ratkaisut tutkimuksen umpikujiin. Jyväskylä: PS-kustannus

W3Techs. (29. syyskuuta 2023) W3Techs – Content management - Usage statistics of content management systems. Viitattu 29.9.2023.

https://w3techs.com/technologies/overview/content_management

Wakeupdata.com. 2022. Finland Ecommerce 2021 - Consumer Statistics & Channel Recommendations. Viitattu 16.10.2023.

<https://www.wakeupdata.com/blog/online-selling-in-finland>

Wikipedia.org. 2023. HTML. Viitattu 26.10.2023.

<https://fi.wikipedia.org/wiki/HTML>