

Arto Mankinen

Kodintekstiilien valmistaminen Turkissa

Sopivien tekstiilintuottajien löytäminen ja agenttina toimiminen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Muotoilun koulutusohjelma

Kulttuuriala

Opinnäytetyö

Päivämäärä 14.09.2015

Tekijä(t) Otsikko	Arto Mankinen Opinnäytetyön otsikko
Sivumäärä Aika	48 sivua + 5 liitettä 14. 09.2015
Tutkinto	Muotoilija AMK
Koulutusohjelma	Muotoilun koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Tekstiilisuunnittelun suuntautumisvaihtoehto
Ohjaaja(t)	Tuntiopettaja Rosa Piironen Yrittäjä Terhi Korhonen
<p>Opinnäytetyössä tutkitaan, millaisia mahdollisuuksia muotoilija-pienyrittäjällä on tuottaa kodintekstiilejä Turkissa ja ovatko turkkilaiset yritykset kiinnostuneita myymään tuotteitaan Pohjoismaissa agentin avulla.</p> <p>Toiminnallisen opinnäytetyön tutkimusmenetelminä on käytetty kyselyä, haastatteluja sekä havainnointia. Kysely on toteutettu sähköisen tarjouspyynnön muodossa turkkilaisille tekstiilintuottajille. Tutkimukseni kannalta sopivat yritykset vierailuja varten on valittu saapuneiden tarjousten perusteella. Yritysvierailujen aikana olen haastatellut henkilökuntaa ja/tai omistajia sekä havainnoinut ympäristöä ja yleisiä toimintatapoja Turkissa.</p> <p>Turkki on mahdollisuuksien maa suomalaisen tekstiilyrittäjän/muotoilijan näkökulmasta. Maan tekstiiliteollisuus on mittavaa. Maassa vieraillessa kannattaa liikkua avoimin silmin, jotta voisi nähdä kaikki mahdollisuudet. Sopivan tekstiilivalmistajan löytäminen on haaste varsinkin pienyrittäjälle, koska turkkilaisyrietykset ovat kiinnostuneet suuryrityksistä isojen tilauksien vuoksi. Monet turkkilaiset tekstiilyritykset ovat haastattelujen perusteella kuitenkin kiinnostuneita Pohjoismaiden markkina-alueesta ja haluavat agentin myyvän heidän tuotteitaan Pohjoismaissa.</p> <p>Tarjouspyynnön ja yritysvierailujen perusteella voi todeta, että suomalainen muotoilija-pienyrittäjä voi toimia Turkin markkinoilla luomalla henkilökohtaiset suhteet tuottajiin ja tarjoamalla mahdollisuutta toimia yrityksen agenttina. Tärkeää muotoilija-pienyrittäjälle on luoda luottamuksellinen suhde tekstiilintuottajayrityksen kanssa, jotta suora kommunikaatio onnistuu sekä mahdollisten ongelmatilanteiden ratkominen ilman välikäsiä on helpompaa. Sopivan yhteistyökumppanin löydyttyä kannattaa rakentaa jatkuvasti luottamusta sekä ylläpitää säännöllisesti yhteyksiä.</p>	
Avainsanat	painetut tekstiilit, tekstiilin tuottaminen, agentti, Turkki

Author(s) Title	Arto Mankinen Producing home textiles in Turkey
Number of Pages Date	48 pages + 5 appendices 14 September 2015
Degree	Bachelor Degree in Design
Degree Programme	Design
Specialisation option	Fabric Design
Instructor(s)	Rosa Piironen, Lecturer Terhi Korhonen, Private Entrepreneur
<p>This thesis examines what kind of opportunities there are for small entrepreneurs/designers to produce home textiles in Turkey, and if the Turkish textile companies are interested in selling their products in the Nordic countries via an agent.</p> <p>For research method of this thesis I have used questionnaires, interviews and observations. The survey has been carried out in the form of an electronic invitation to tender. The most suitable companies for the visits were selected on the basis of tenders received. During the company visits I have interviewed the staff and/or owners, as well as observed the environment and general business practices in Turkey.</p> <p>Turkey is a land of opportunities for textile entrepreneurs/designers. The Turkish textile industry is massive and there is a potential and may open up new possibilities. While visiting the country it is worthwhile to keep your eyes open and see the new potential opportunities. However, finding a suitable textile manufacturer is a challenge, especially for small entrepreneurs, as Turkish companies are more interested in big companies due to large orders. Based on the interviews many Turkish textile companies are interested in the Nordic market area and would like to have an agent to sell their goods in the Nordic Countries.</p> <p>Based on my survey and interviews it can be said that Finnish small enterprises/designers can work in the Turkish market. Working as an agent in the Nordic market area is also interesting for Turkish companies. Most important is the confidential relationship directly with the textile producing company in order to maintain direct communication opportunity without any mediator. This is highly crucial in problem-solving situations. After a suitable partner has been found, you should continually build up the confidence as well as maintain continuous contacts with them.</p>	
Keywords	printed interior fabrics, producing fabrics, agent, Turkey

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tutkimusongelma, tutkimusmenetelmät ja viitekehys	2
2.1	Tutkimusongelma ja tutkimusmenetelmät	2
2.2	Viitekehys	3
3	Johdatus Turkkiin	4
3.1	Turkki on tekstiilintuottajamaa	4
3.2	Turkin väkiluku, kaupungit, monikulttuurisuus ja talous	4
3.3	Tekstiiliteollisuus	5
4	Tarjouspyyntö sekä sopivien yritysten löytäminen	6
4.1	Tarjouspyynnön suunnittelu ja sisältö	6
4.2	Tarjouspyyntökirjeen kirjoittaminen, kääntäminen ja muoto	8
4.3	Millä tavoin tarjouspyynnön lähetin ja miten löysin sopivat yritykset?	10
4.4	Lähetetyt tarjouspyynnöt	12
5	Saapuneet tarjoukset ja niiden sisältö	15
5.1	Saapuneet tarjoukset	15
5.2	Annetut tarjoushinnat ja toimitusajat	16
5.3	Ekologisuus	19
5.4	Vientipalvelut	21
5.5	Agentuuritoiminta	22
5.6	Tuotteet agentuuria varten	23
6	Yritysvierailut	23
6.1	Valintaperusteet	23
6.2	Denizli	24
6.3	Yritysvierailut ja tapaamiset Denizlissä	25
6.4	Bursa	39
6.5	Yritysvierailut ja tapaamiset Bursassa	40
6.6	Agentuuriprovisiot ja tuotteet	41
7	Pohdintaa tuloksista	42
7.1	Millaisia hyötyjä ja haittoja tekstiilien tuottamisessa Turkissa on?	42
7.2	Mitä opin?	43

7.3	Vinkkejä	45
7.4	Yhteenveto ja loppusanat	46
	Lähteet	49
	Liitteet	

1 Johdanto

Opinnäytetyöni aihe liittyy vahvasti unelmaani toimia yrittäjänä muotoilun tuottamisen ja muotoiluagentuuritoiminnan saralla. Ajatuksenani on tuottaa pohjoismaista muotoilua Turkissa ja myydä sitä kansainvälisillä markkinoilla. Liiketoimintasuunnitelman yhtenä osana on myös agentuuritoiminta, joka pitää sisällään turkkilaisten tekstiilinen myymistä pohjoismaisilla markkinoilla sekä myöhemmässä vaiheessa myös pohjoismaisten uusien muotoilijoiden suunnittelun myymistä ulkomaisilla markkinoilla (esimerkiksi Turkissa).

Turkki on kaupallisesti kiinnostava alue, joka sijaitsee aivan Euroopan Unionin vieressä ja on Euroopan markkinoiden tärkeä tekstiilintuottajamaa. Pelkästään Turkin oma sisämarkkina-alue on suuri, koska maassa asuu noin 80 miljoonaa ihmistä. Turkin maantieteellinen sijainti Euroopan ja Aasian välissä on kiinnostava, sillä sen lähinaapureita ovat Bulgaria, Kreikka, Syyria, Irak, Iran, Azerbaidzhan, Armenia ja Georgia. Turkilla on vahvat kaupalliset suhteet rikkaisiin Lähi-idän öljytuottajavaltioihin, koska Islam yhdistää Turkin kulttuurillisesti muihin muslimimaihin.

Opinnäytetyössäni tutkin, millaisia mahdollisuuksia pienyrittäjällä on tuottaa tekstiilejä Turkissa ja ovatko turkkilaiset yritykset kiinnostuneita myymään tuotteitaan Pohjoismaissa agentin välityksellä. Materiaalin opinnäytetyötäni varten olen koonnut Turkissa Erasmus-vaihto-opiskelun aikana, ajanjaksolla elokuu 2014 – helmikuu 2015.

Opinnäytetyöni koostuu Turkin lyhyestä esittelystä, tarjouspyynnön suunnittelun kuvauksesta, sen kirjoittamisesta sekä kääntämisestä. Työssä käsitellään myös, millä tavoin etsin ja löysin sopivia yrityksiä, joille tarjouspyynnön lähetin. Kuinka monta tarjousta tuli, ja millaisia tarjoukset olivat. Millä perusteilla valitsin tapaamani yritykset. Kuinka moni turkkilaisista yrityksistä toivoi agenttia omalle tuotannolleen Pohjoismaissa. Opinnäytetyön lopussa käsittelen sitä, mitä opin ja mitä vaihto-opiskelu Turkissa antoi minulle.

2 Tutkimusongelma, tutkimusmenetelmät ja viitekehys

2.1 Tutkimusongelma ja tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää, onko muotoilija-pienyrittäjällä mahdollisuuksia tuottaa tekstiilejä Turkissa sekä tutkia ovatko turkkilaiset tekstiilintuottajat kiinnostuneita myymään Pohjoismaissa tuotteitaan agentin avulla.

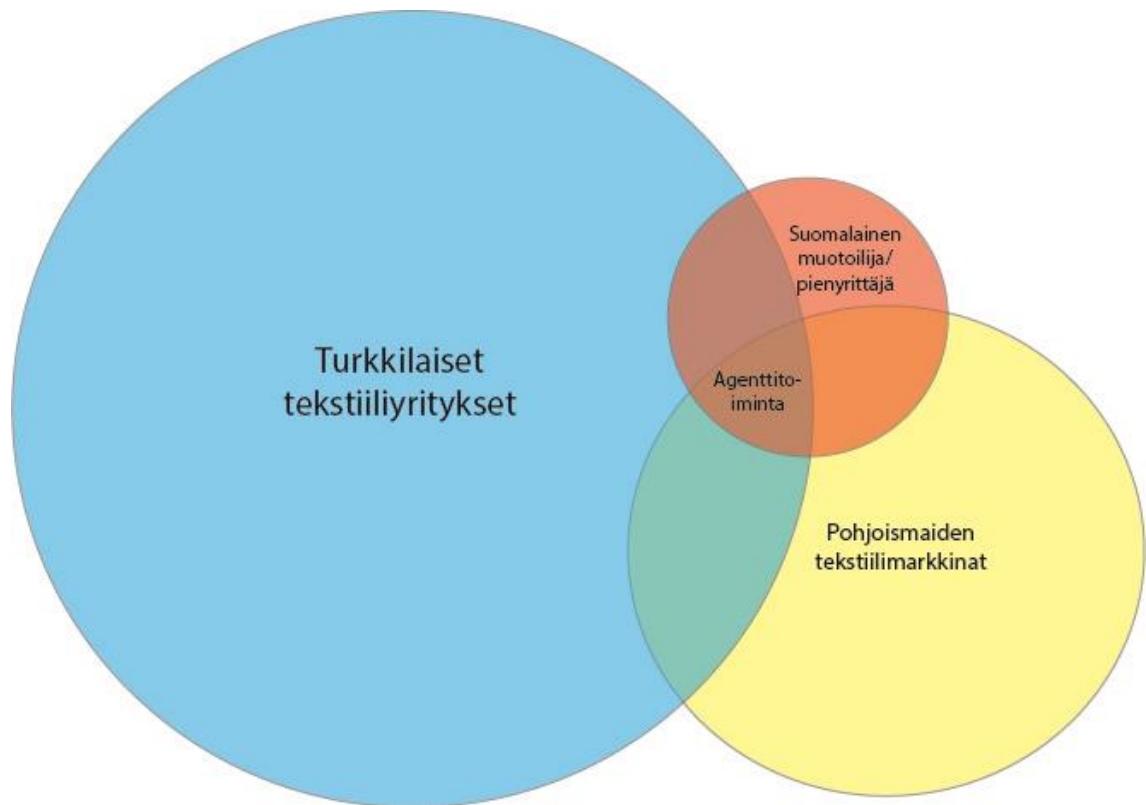
Toiminnallisen opinnäytetyön tutkimusmenetelminä olen käyttänyt kyselyä, haastatteluja sekä havainnointia. Kysely on toteutettu sähköisen tarjouspyynnön muodossa. Saapuneiden tarjousten perusteella valitsin sopivimmat yritykset yritysvierailuja varten. Yritysvierailujen aikana olen haastatellut henkilökuntaa ja/tai omistajia sekä havainnoinut ympäristöä ja yleisiä toimintatapoja.

Tarjouspyynnön muodossa lähetetty kysely on kirjoitettu turkin kielellä, ja se on lähetetty vastaanottajille sähköisessä muodossa sähköpostin liitteenä. Haastattelut on tehty 23. tammikuuta - 4. helmikuuta 2015 välisenä aikana Denizlissä ja Bursassa sijaitsevien yritysten omissa tiloissa. Haastattelut on toteutettu puolistrukturoituina haastatteluina, joissa haastattelujen lähtökohdaksi on valittu yrityksen antama kirjallinen tarjous.

Osaan sekä turkin että englannin kieltä. Haastatteluissa on käytetty jompaakumpaa kieltä sen mukaan kumpi kieli oli osallistujien keskuudessa vahvin yhteinen kommunikointikieli.

Empiirinen tutkimusmateriaali on kerätty elokuun 2014 ja helmikuun 2015 välisenä aikana ollessani Erasmus-vaihto-opiskelija Turkissa. Koko vaihto-opiskeluajan olen havainnoinut Turkia, sen kulttuuria, liiketoimintamahdollisuuksia, yrityskulttuuria sekä maan tekstiililiiketoimintaa. Erityisesti yritysvierailujen aikana olen havainnoinut tapaamistilanteita, ihmisten käyttäytymistä sekä erilaisia toimintatapoja.

2.2 Viitekehys



Kuvio 1. Viitekehys kuviona

Opinnäytetyössä selvitetään, onko suomalaisella muotoilija-pienyrittäjällä mahdollisuutta tuottaa tekstiilejä Turkissa kansainvälisille markkinoille. Samalla kartoitetaan turkkilaisten tekstiilyritysten kiinnostusta myydä omia tuotteitaan agentin välityksellä pohjoismaiden markkinoilla. Katso kuvio 1.

3 Johdatus Turkkiin

3.1 Turkki on tekstiilintuottajamaa

Unelmani on tuottaa sekä viedä pohjoismaista muotoilua kansainvälisille markkinoille. Päästyäni opiskelemaan Metropolia Ammattikorkeakouluun aloin selvittää, missä maassa voisi tuottaa painettuja puuvillaisia kodintekstiilejä. Opettaja Tiina Karhu suositteli Turkkia yhtenä hyvänä tekstiilintuottajamaana, minkä jälkeen pyrin määrätietoisesti Turkkia ja sen tarjoamia mahdollisuuksia kohden. Erasmus-vaihto-opiskelu Istanbulissa tarjosi erinomaisen tavan tutustua Turkin kulttuuriin ja tekstiilimarkkinoihin, solmia henkilökohtaisia kontakteja sekä oppia turkin kieltä.

3.2 Turkin väkiluku, kaupungit, monikulttuurisuus ja talous

Turkin pinta-ala on 783 562,38 km², joka on kaksi kertaa Suomen pinta-ala. Maa jakautuu kahden maaosan välille, Euroopan ja Aasian. Turkin naapurimaat ovat Bulgaria, Kreikka, Syyria, Irak, Iran, Azerbaidzhan, Armenia ja Georgia. Maan asukasluku on 77,7 miljoonaa, ja suurin osa väestöstä asuu kaupungeissa. Suurimmat kaupungit ovat Istanbul (14.3 miljoonaa), Ankara (5.1 miljoonaa), Izmir (4.1 miljoonaa), Bursa (2.8 miljoonaa) ja Antalya (2.2 miljoonaa). (Invest in Turkey 2015.) Maan ainut virallinen kieli on Turkki, mutta maa on hyvin monikulttuurinen ja siellä asuu monia etnisiä väestöjä, kuten esimerkiksi kurdeja, armenialaisia, kreikkalaisia, albaaneja, arabeja, azereita, bosnialaisia, iranilaisia ja tataareja. Vähemmistöjen osuus koko asukasmäärästä on huomattavan suuri, ja he puhuvat turkkia toisena kielenä. (World Directory of Minorities and Indigenous Peoples 2011.)

Turkin talouden kasvu on OECD-maiden suurin¹. Turkin vuoden 2014 BKT oli 800 miljoonaa dollaria kun Suomen vertailuluku samalle vuodelle on 271 miljoonaa dollaria. Vuosien 2012–2013 välisenä aikana Turkin talous kasvoi 4,9 %, mikä on OECD-maiden suurin. Turkin talouden kasvuennusteen arvioidaan vuosina 2014–2016 olevan 3,8 %. Suomen vertailuluku samalle ajanjaksolle on 1,1 %. Vuodelle 2017 ennustetaan Turkin bruttokansantuotteen kasvavan 5 %. (Countryeconomy 2015.) (Invest in Turkey 2015.)

¹ Organisation for Economic Cooperation and Development. *Suomeksi* Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö

Teollisuus on Turkin talouden suurin vetojuhta, sillä vuonna 2014 jopa 24,2 % koko bruttokansantuotteesta tuli teollisuudesta. Turkilla on vapaakauppasopimuksia 19 maan kanssa, ja se neuvottelee parhaillaan 13 muun maan kanssa uusista sopimuksista. Turkin suurimmat vientimaat vuonna 2014 olivat Saksa (9.6 %); Irak (6.9 %); Yhdistynyt Kuningaskunta (6.3 %); Italia (4.5 %); Ranska (4.1 %); USA (4 %); Venäjä (3.8 %); Espanja (3 %); UAE (3 %) ja Iran (2.5 %). Samana vuonna Turkin suurimmat tuontimaat olivat Venäjä (10.4 %); Kiina (10.3 %); Saksa (9.2 %); USA (5.3 %); Italia (5 %); Irani (4.1 %); Ranska (3.4 %); Etelä Korea (3.1 %); Intia (2.8 %) ja Espanja. (Invest in Turkey 2014.)

3.3 Tekstiiliteollisuus

Turkki on yksi maailman suurimmista tekstiilintuottajamaista, ja sen suurimmat tekstiiliteollisuuden vientimaat ovat Euroopan Unionin maat. Niiden lisäksi Turkki vie myös Yhdysvaltoihin, Venäjälle ja Lähi-idän maihin. Vuoden 2009 talouskriisin takia Turkin tekstiili-, vaatetus- ja nahkateollisuuden tuotanto on laskenut aiemmasta tasosta. On kuitenkin huomattava, että vuoden 2010 jälkeen tuotantomäärät ovat kasvaneet. Vuodesta 2010 vuoteen 2012 tuotantomäärät nousivat huomattavasti kriisin jälkeisenä aikana siten, että tekstiiliteollisuuden tulos nousi 42 %, vaatetustuotanto 35 % ja nahkatavaratuotanto 34 %. (Invest in Turkey 2014.)

Vuonna 2012 Turkin tekstiiliteollisuusvientit oli yli 25 miljardia USD. Suurimmat tekstiilivientimaat olivat Saksa, Venäjä, Iso-Britannia, USA, Ranska, Espanja, Saudi-Arabia, Romania ja Puola. Vaateteollisuuden suurimmat vientimaat samana vuonna olivat Saksa, Iso-Britannia, Espanja, Ranska, Alankomaat, Italia, Tanska, Venäjä, Irak ja Belgia. (Invest in Turkey 2014.) Suomen tekstiiliteollisuusvientit vuonna 2012 oli 570 miljoonaa euroa, eli noin 640 miljoonaa US dollaria (Suomen tekstiili ja muoti 2015). Tämä tarkoittaa sitä, että Suomen tekstiiliteollisuusvientit on noin ainoastaan 2,56 % Turkin tekstiiliteollisuusviennin määrästä.

Yllättävää kyllä, Turkki tuo myös tekstiilejä maahansa. Tuotetut tekstiilit tulevat etupäässä Aasian maista, joissa tuotantokustannukset ovat vielä Turkkia alhaisemmat. Vuonna 2012 Turkin tekstiilituontikaupan suurin kumppani on Kiinan kansantasavalta. Sen lisäksi muun muassa Italiasta, Indonesiasta, Intiasta, Bangladeshista, Pakistanista,

Saksasta, Egyptistä ja Turkmenistanista tuodaan tekstiilejä Turkkiin. (Invest in Turkey 2014.)

Suomeen verrattuna Turkki on valtavan suuri tekstiilintuottaja- sekä -ostajamaa. Turkin kasvavilla markkinoilla on paljon potentiaalia suomalaisyrityksille. Turkki on nostettu yhdeksi Team Finland -toiminnan prioriteettimaista (Ulkoasiainministeriö 2015). Team Finland -verkosto edistää Suomen asiaa maailmalla: yritysten kansainvälistymistä, Suomeen suuntautuvia ulkomaisia investointeja ja Suomen maakovaa. Verkosto kokoaa yhteen näiden alojen toimijat ja palvelut. (Team Finland 2015.)

4 Tarjouspyyntö sekä sopivien yritysten löytäminen

4.1 Tarjouspyynnön suunnittelu ja sisältö

Tarjouspyyntö on sopimuksen tekemistä edeltävä kehoitus tarjouksen tekemiseen. Tarjouspyynnössä ilmoitetaan mahdollisimman tarkasti se, mistä tuotteesta tai palvelusta tarjous halutaan saada. Tarjouspyynnön voi lähettää yhdelle tai useammalle vastaanottajalle.

Tarjouspyynnön laatiminen oli erittäin tärkeä osa kokonaisprosessia, sillä hyvin laadittu tarjouspyyntö antaa vastauksia kysymyksiini, joita olen etsimässä. Ensimmäinen konkreettinen askel opinnäytetyöprojektissa oli tapaaminen, minkä Aydin-yliopiston tekstiilituotantotekniikan lehtorini oli minulle sopinut. Hän oli järjestänyt minulle tapaamisen ystävänsä kanssa, joka on työskennellyt kansainvälisen tekstiiliviennin parissa Turkissa parinkymmenen vuoden ajan. Ajatuksenani oli saada tapaamisen avulla ensikäden tietoa Turkin tekstiilimarkkinoista.

Tapaamisen aikana keskustelimme suunnitelmistani tuottaa mahdollisimman ekologisia tekstiilejä Turkissa Euroopan markkinoita ajatellen. Tapaaminen oli tyrmäävä, mutta se avasi silmiäni ekologisten tekstiilien tuottamiselle Turkissa. Opettajani ystävän mielestä Turkissa on vaikeaa löytää ekologisia tekstiilituottajia. Hän neuvoi minua laatimaan tarjouspyyntökirjeen tavallisille puuvillatekstiileille. Hänen mielestään vasta sitten kun sopiva tuottaja löytyy sekä liikesuhteet vakiintuvat, voi yhteistyökumppanilleen ehdottaa ekologisten tekstiilien tuottamista. Hänen mielestään paras tapa tuottaa ekologisia tekstiilejä Turkissa olisi ostaa oma tuotantolaitos ja tuottaa niitä itse.

Aydin Universityn opettajan ystävä antoi kuitenkin kallisarvoisen neuvon tarjouspyyntökirjeen kirjoittamista varten. Hänen mielestään yritykset kiinnostuisivat tarjouspyynnöstä enemmän, jos tarjoaisin myös agenttipalveluja Pohjoismaiden markkinoilla heidän yrityksilleen. Ymmärsin, että agenttitoiminnan painottaminen yritysten kanssa käydyissä viestinnässä on erityisen tärkeää.

Ilman aiempaa kokemusta tekstiilien tuottamisesta on vaikea tietää, mitkä asiat ovat tärkeitä tarjouspyyntöä kirjoittaessa. Ajatuksenani oli tuottaa korkealuokkaisia kodin sisustustekstiilejä. Sen vuoksi tutkin Marimekon kodintekstiilejä sekä otin mallia heidän tuottamista puuvillaisista sisustuskaankaista. Oli selvää, että tarjouspyyntö on laadittava mahdollisimman lyhyeksi ja helppotajuiseksi, minkä vuoksi oli valittava vain muutama kangas, joista tarjouspyyntö laaditaan. Päädyin valinnassani 3 erilaiseen puuvillaiseen kodintekstiilikankaaseen. Yksi niistä sopii lakanakankaaksi, toinen verhoakankaaksi ja kolmas huonekalujen verhoilukankaaksi.

Kirjoitin tarjouspyyntöä maantieteellisesti kaukana suomalaisista opiskelukavereistani ja opettajistani. Sen vuoksi opinnäytetyötä kirjoittavien aikuisopiskelijoiden ryhmä oli minulle tärkeä tuki. Ryhmäämme varten oli perustettu oma Google Doc-alusta, jossa ryhmän jäsenet kirjoittivat ja päivittivät tietoja opinnäytetyön kehittämisestä sekä saivat kommentteja opettajalta ja muilta opiskelijoilta. Ryhmästä sain kallisarvoisia kommentteja kirjoittaessani sekä muokatessani tarjouspyyntöä.

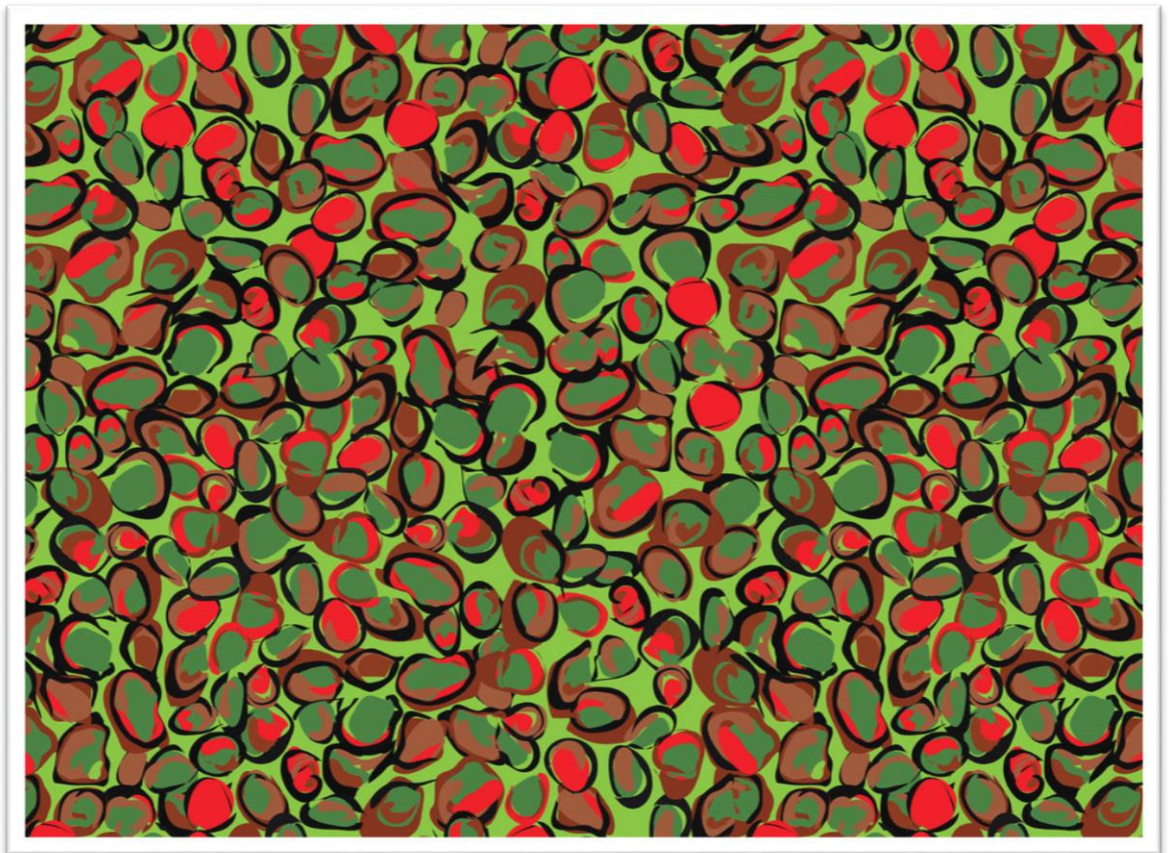
Tarjouspyynnön avulla oli tarkoitus saada viitehintoja kodin puuvillaisille sisustustekstiileille. Tarjouspyyntö on laadittu viisivärisille kuoseille, jotta sen avulla on mahdollista saada tietoon kattohinta. Opettajan ystävän neuvon vastaisesti päätin kuitenkin ottaa ekologisen aspektin mukaan tarjouspyyntökirjeeseen ja pyrin selvittämään, onko yrityksen toiminnassa huomioitu ekologisia kysymyksiä. Tarjouspyynnön lopussa selvitetään, tarjoaako yritys asiakkailleen vientipalvelutoimintaa ja ovatko he kiinnostuneita agentista, joka myisi heidän tuotantoaan Pohjoismaiden markkinoilla.

3.1.1 Kuosi tarjouspyyntöä varten

Sähköpostissa, jonka lähetin tarjouspyyntökirjeen mukana oli esimerkkikuosiin linkki, jonka avulla yritykset pystyivät näkemään kuosin. Oletin, että se helpottaa tarjouksen laatimista. Valitsin viisivärisen kuosin hintapyyntöön, koska ajatuksenani oli saada

kattohinta painettaville puuvillatekstiileille. Tulevaisuudessa tuotettavat tekstiilit voivat olla pienemmällä värimäärällä painettuja.

Erasmus-vaihto-opiskeluni aikana Istanbulissa olin suunnitellut suuren määrän erilaisia kuoseja. Tarjouspyyntöä varten valitsin Atlantis-sarjasta yhden kuosin, jonka nimi on ”Camourflage”. Kyseisen kuosin olen suunnitellut kurssilla ”Portfolio Preparation”. Kuosin lähtökohtana ovat korallit ja niiden antama turva meren kaloille. Syy siihen, miksi käytin ainoastaan yhtä kuosia esimerkkinä tarjouspyynnössä oli huoli designin plagioinnista. Katso Kuva 1.



Kuva 1. Kuosi Camourflage

4.2 Tarjouspyyntökirjeen kirjoittaminen, kääntäminen ja muoto

Tarjouspyyntökirjeen laatiminen vei runsaasti aikaa, sillä halusin kirjoittaa sen mahdollisimman hyvin. Tarjouspyyntöön oli mahdutettava paljon asioita, mutta se ei saanut olla liian pitkä. Lopullisen tarjouspyynnön sisältö koostui kolmesta pääosiesta.

Ensimmäisessä osiossa selvitettiin yrityksen ja kontaktihenkilön yhteystiedot sekä niiden tarjoukset puuvillakankaista, hinnoista, minimituotantomääristä, tuotantoajasta ja kankaiden ekologiseen tuottamiseen liittyvistä kysymyksistä. Tarjouspyynnön toisessa osiossa yritys pystyi merkitsemään tuotteet, joita he tarjoavat Pohjoismaiden markkinoille sekä ilmoittamaan niiden hinnat, minimi tilausmäärät sekä ekologisuuteen liittyvät asiat. Tarjouspyynnön kolmas osa koostui vientipalveluita, tarjouksen voimassaoloa ja tekijää koskevista kysymyksistä. Tarjouspyynnön pakollisia kysymyksiä olivat ainoastaan yhteystiedot sekä tarjouspyynnön voimassaoloaika. Muut kysymykset olivat vastaajille vapaaehtoisia (Katso liite Nr.1 Tarjouspyyntö englannin kielellä).

Vaihto-opiskelu aika kului nopeasti eikä opinnäytetyöprojekti ollut edennyt alkuvaihetta pidemmälle. Alkuperäinen tarjouspyyntökirje on kirjoitettu englannin kielellä, jotta se olisi mahdollista kääntää turkin kielelle Turkissa. Kun tarjouspyyntökirje oli valmis, oli löydettävä sopiva henkilö, joka osaisi kääntää tekstini sujuvalle turkin kielelle. Turkissa tehtävä on haastava, sillä suurin osa ihmisistä ei osaa englantia.

Pitkän etsiskelyn jälkeen löytyi kaksi kääntäjää, joille molemmille lähetin alkuperäiset tekstit hinta-arviota sekä käännösaikataulun laatimista varten. Ensimmäinen tarjous oli hintaan 67 TL (20 EUR) ja se valmistuisi vuorokaudessa. Toinen käännös valmistuisi kahdessa vuorokaudessa hintaan 57 TL (17 EUR).

Valittu kääntäjä lupautui kääntämään tarjouspyyntökirjeen vuorokaudessa. Sovittu käännösmaksu oli suoritettava ennen käännöksen vastaanottamista. Käytännön ongelmaksi muodostuivat käännöksestä aiheutuvien kustannusten maksaminen kääntäjälle, joka asuu kaukana Istanbulista. Sain selville, että maksaminen onnistuu vain turkkilaisen pankkitilin kautta. Pitkien selvittelyjen ja lukuisten pankkivierailujen jälkeen asia ratkesi siten, että ystäväni maksoi laskun omalta pankkitililtään suoraan kääntäjälle.

Kun tarjouspyyntökirje ja kaksi sitä ohjeistavaa sähköpostikirjettä oli käännetty, pyysin muutamia henkilöitä kommentoimaan niitä. Pyysin opettajani ystävää kommentoimaan käännöksiä. Hänen mielestään teksti oli kirjoitettu hyvin jäykästi, ei kaupallisesti. Pyysin häntä tekemään ehdotuksen ainoastaan saatekirjeestä, koska ei ollut enää aikaa tehdä uutta versiota tarjouspyynnöstä. Nähtyäni hänen versionsa saatekirjeestä, tein siihen pieniä muutoksia, minkä jälkeen tarjouspyyntö oli valmis lähetettäväksi yrityksille (Katso liite Nr.2 Saatekirje turkin kielellä).

4.3 Millä tavoin tarjouspyynnön lähetin ja miten löysin sopivat yritykset?

Käännösprosessin ollessa käynnissä pyrin samanaikaisesti löytämään sopivia tekstiilintuottajia, joille tarjouspyynnön voisi lähettää. Hyvän tarjouspyyntökirjeen lisäksi oli tärkeää löytää myös oikeat vastaanottajat. Turkissa toimii tuhansia tekstiilintuottajayrityksiä, mutta ongelmaksi muodostui se kuinka löytää sopivat yhteistyökumppanit. Ensisijaisena ajatuksena oli lähettää tarjouspyyntö puuvillaisia kodin sisustustekstiilejä sekä huonekalutekstiilejä valmistaville yrityksille. Suunnitelmana oli lähettää tarjouspyyntö mahdollisimman monelle yritykselle, jotta voisi saada mahdollisimman kattavan kuvan puuvillaisia sisustustekstiilejä valmistavista yrityksistä Turkissa. Oletusarvona oli, että tarjouspyyntöni saapuisi satoja, jopa tuhansia vastauksia.

Jos tarjouksia saapuu tuhansittain, niin suuren määrä käsittely ja vertailu on haastavaa. Helpottaakseni vastausten käsittelyprosessia valitsin tarjouspyynnön muodoksi sähköisen vastauslomakkeen, johon myös yritysten on helppo vastata.

Survey Monkey on sähköinen kyselytutkimusjärjestelmä, jonka avulla yritykset ja organisaatiot voivat lähettää erilaisia kyselyjä valitulle vastaanottajakunnalle, esimerkiksi asiakkailleen.² Aiemmasta käyttökokemuksesta johtuen tiesin ohjelman soveltuvan hyvin myös sähköisen tarjouspyyntökirjeen lähettämiseen. Kävi ilmi, että ohjelmiston ilmainen versio ja sen suomat mahdollisuudet eivät olleet riittävät tarjouspyyntökirjeen kirjoittamiseen. Onneksi ohjelmiston maksullinen versio oli laajempi ja tarjosi paremmat graafiset muokkausmahdollisuudet sekä työkalut vastausten käsittelyä varten.

Aydin Universityssä ei opeteta tekstiilisuunnittelua, minkä vuoksi koulussa ei työskennellyt henkilökuntaa, joka tuntisi Turkin tekstiilimarkkinat hyvin. Tästä syystä koulu ei pystynyt antamaan kaikkea tukea, jota projektin aikana olisi tarvittu. Projektia oli kuitenkin jatkettava ja oli löydettävä keinot kartoittaa sopivia yrityksiä, joille tarjouspyynnön voisi lähettää.

Sopivien yritysten kartoittaminen alkoi internetin hakukoneiden avulla. Hakusanoina olivat ”puuvilla” ja ”verhoilukangas” turkin- sekä englanninkielelle käännettynä eri yhdistelminä³. Tällä tavoin etsittynä tulokseksi tuli tuhansittain erilaisia sivustoja. Kukin

² Lisätietoa: <https://fi.surveymonkey.com>

³ Pamuk = puuvilla. Döşemelik kumaş = verhoilukangas

hakutulos oli käytävä yksitellen läpi sekä määriteltävä, oliko yritys sopiva vai ei. Oikeiden toimijoiden löytäminen pelkkien hakusanojen avulla oli erittäin haastavaa ja aikaa vievää. Tällä tavalla kartoittamalla löytyi ainoastaan muutamia yrityksiä, jotka tuottavat painettuja puuvillaisia sisustustekstiilejä.

Jotta hakuprosessi nopeutuisi, piti siirtyä etsimään sopivia yrityksiä kuvahaun avulla. Hakusanat ja niiden eri yhdistelmät pysyivät samoina kuin edellisessä haussa, vain hakutulokset ilmestyivät kuvina. Kuva-haun avulla pystyi nopeasti näkemään, muistuttivatko haun tuloksena löytyneet kuvat sellaisia tekstiilityyppejä, joita oli tarkoitus tuottaa. Tällä tavalla etsittynä hakutulokset ensisijaisesti viittasivat yrityksiin, jotka myyvät kyseisiä tekstiilejä mutta eivät tuota niitä.

Yritysten kartoittamisessa käytin apuna tarkkaa kirjanpitoa Excel-taulukolla. Taulukkoon merkittiin päivämäärät, yritysten nimet sekä yhteystiedot. Taulukossa oli myös erityinen kohta, johon pystyi lisäämään yritystä kuvailevia sanoja. Valitettavasti kävi selville hyvin nopeasti, että tällainen lähestymistapa on hidas ja työläs. Tällä tavalla etsittynä löytyi ainoastaan 19 kappaletta potentiaalisia yrityksiä, joille tarjouspyynnön voisi lähettää. Projektiin käytettävä aika oli loppumassa, ja sen vuoksi oli löydettävä tehokkaampi tapa löytää potentiaalisia sopivia yrityksiä.

Istanbulissa järjestetään vuosittain kansainväliset Premier Vision -vaatetustekstiilimessut. Huolimatta siitä, että messut on suunnattu erityisesti vaatetuskankaita varten, ajatuksenani oli löytää uusia ideoita sopivien sisustustekstiilejä tuottavien yritysten etsimiseen.

Messuilla oli esillä vaatetuskankaita tuottavia yrityksiä, jotka eivät tuottaneet sisustustekstiilejä. Vaikka messut olivat kansainväliset, paikalla oli myös huomattava määrä turkkilaisia yrityksiä esittelemässä tuotantoaan. Valitettavasti painettuja puuvillaisia sisustustekstiilejä tuottavia yrityksiä ei messuilta löytynyt. Tapahtuman esitelehtisessä oli mainittu yhtenä osanottajana myös istanbulilainen tekstiilien vientijärjestö, ITKIB. Tutustuin järjestön henkilökuntaan heidän messuosastollaan ja kerroin mitä etsin. Osaston johtaja lupasi auttaa asiassa sekä pyysi vierailemaan järjestön toimistolla myöhemmin asian tiimoilta. Vaihdoin yhteystiedot, ja saman päivän aikana lähetin hänelle sähköpostia sopiakseni tapaamisajan.

Tekstiilivientijärjestön toimistossa tilastoista vastaava henkilö kertoi, että kaikkien turkkilaisten tekstiilintuottajayritysten tulee olla järjestön jäseniä. Koska jäsenyys on pakollista kaikille tekstiilintuottajille, oli ilmeistä, että sopivimmat yritykset ja heidän yhteystietonsa löytyvät jäsenrekisteristä. Oikea paikka oli löytynyt. Pyysin kaikkien puuvillaisten painettuja sisustustekstiilejä valmistavien yritysten yhteystiedot. Varmuuden vuoksi jätin virkailijalle kopion turkin kielelle käännetystä tarjouspyynnöstä. Tällä tavoin virkailija voisi tarvittaessa jälkikäteen tarkastaa, millaisia yrityksiä etsin ja osaisi tehdä oikeanlaiset haut yritystietokannasta. Koska virkailija oli hyvin kiireinen tapaamishetkellä, lupasi hän palata asiaan mahdollisimman pian.

Turkissa asioiden toimittaminen vaatii usein läsnäoloa. Tässä tilanteessa en kuitenkaan voinut vaatia asioiden välitöntä hoitamista henkilöltä, jonka olin juuri tavannut. Hän oli kuitenkin vapaaehtoisesti luvannut auttaa minua. Varmistaakseni, että asiani jää hänen mieleensä laitoin virkailijalle heti sähköpostin, jossa kiitin tapaamisesta sekä laitoin tarjouspyyntökirjeeni mukaan sen liitteeksi.

4.4 Lähetetyt tarjouspyynnöt

Vaihto-opiskelu-aika oli käymässä vähiin, ja tarjouspyyntöprosessi oli vasta alkusuoralla. Ensimmäiset sähköpostit lähetettiin yrityksiin 17.11.2014. Kyseiset yritykset ja niiden yhteystiedot oli löydetty internetissä surffaamalla. Lähetetyt sähköpostit oli kirjoitettu turkiksi ja otsikkona oli ” Haluan tuottaa tekstiilejäni Turkissa” ⁴. Kyseisessä sähköpostiviestissä kerroin olevani Istanbulissa asuva suomalainen suunnittelija ja muotoilumyyjä. Toiveenani on tuottaa tekstiilejä Turkissa ja etsin sopivaa tekstiilintuottajaa. Sähköpostissa pyydettiin yrityksiä lähettämään myyntipäällikön yhteystiedot, jotta tarjouspyynnön lähettäminen olisi mahdollista. Kirjeen lopussa oli myös linkki artikkelista, joka oli kirjoitettu minusta Istanbulin suurimmassa sanomalehdessä Hürriyetissä ⁵. Tällä tavoin halusin osoittaa, että olen oikea henkilö enkä vain joku roskapostin lähettäjä. Viesteihin ei reagoitu toivomallani tavalla. Sähköposteja lähetin 19 eri yritykseen ja vain yksi yritys vastasi.

⁴ Türkiye’de kendi kumaş tasarımı üretmek istiyorum

⁵ <http://www.hurriyetkampus.com/haberler/gundem/43-yasinda-erasmuslu>

Tekstiilivientijärjestön edustaja lähetti 25. marraskuuta 2014 sähköpostin, jonka liitteenä olivat tiedot puuvillaisia sisustustekstiilejä tuottavista yrityksistä ja niiden yhteystiedot. Lista piti sisällään kaikki yritykset, jotka olivat maininneet tuottavansa 100-prosenttisesti puuvillaisia sisustustekstiilejä. Listassa oli ainoastaan 52 yrityksen yhteystiedot, mikä on erittäin pieni luku maassa, jossa on tuhansia tekstiililiiketoimintaa harjoittavia yrityksiä. Listassa mainituista yrityksistä 34 sijaitsi Istanbulissa, 5 Bursassa, 4 Denizlissä ja 2 Izmirissä. Lisäksi Aydinissä, Eskişehirissä, Gaziantepissä, Kirklarelissä, Tekirdagissa ja Uşakissa oli yksi yritys kussakin kaupungissa.

Kyseisille 52 yritykselle laitettiin yllämainittu turkinkielinen sähköposti, jossa kerroin olevani Istanbulissa asuva suomalainen suunnittelija, joka etsii sopivaa tekstiilintuottajantuottajaa toiveena tuottaa tekstiilejä Turkissa. Tässäkin sähköpostissa pyysin yrityksiä lähettämään myyntipäällikön yhteystiedot, jolle tarjouspyynnön voisi osoittaa. Tähän sähköpostiini saapui 5 vastausta. Kaikille 5 vastanneelle yritykselle lähetettiin myös tarjouspyyntö Survey Monkeyn avulla.

Oli suuri yllätys, että vastauksia saapui todella vähän. Oli siis muutettava toimintaa, jotta vastausprosentti olisi parempi. Mikä aiheutti alhaisen vastausprosentin? Oliko kyseessä kieliongelma, ettei vastauksia saapunut vai oliko viestin sisällössä joitakin puutteita?

Koska enempää vastauksia ei saapunut, pyysin ITKIB:ltä listaa yrityksistä, jotka tuottavat sisustustekstiilejä Turkissa. Pyysin heitä lähettämään listan yrityksistä, jotka ylipäätänsä tuottavat kodintekstiilejä tai vievät niitä ulkomaille. Samalla pyysin myös tietoa siitä, onko Turkissa orgaanisen tekstiilin tuottajayrityksiä.

Pyytäessäni uutta listaa ITKIB:n edustajalta tiedustelin samalla mahdollista syytä siihen, miksi vastaamisprosentti on niin pieni. Hänen mielestään asiaan vaikuttaa oletettavasti kaksi eri syytä. Hänen mukaansa turkkilaiset eivät ylipäätänsä juurikaan reagoi sähköposteihin sekä turkkilaisesta näkökulmasta katsottuna ulkomaalaisen henkilön turkin kielellä kirjoittama viesti voi herättää epäilyksiä sen aitoudesta. Virkailija neuvoi kirjoittamaan seuraavat saatekirjeet/sähköpostit englannin kielellä. Hänen mukaansa vientiliiketoimintaa harjoittavilla tekstiilintuottajayrityksillä on aina joku henkilö, joka ymmärtää englannin kieltä.

Sähköpostin liitteenä 3. joulukuuta 2014 saapui Excel-taulukko, jossa oli 7267 tekstiilintuottajayritysten yhteystietoa sekä liitteenä PDF-tiedosto turkkilaisista yrityksistä,

jotka tuottavat orgaanisia tekstiilejä (100 kpl). Taulukko oli jaoteltu tuoteryhmittäin seuraavasti: verhoilukankaat, vuorikankaat, verhokankaat, lakanat, verhot, päiväpeitot ja muut sisustustekstiilit. Listasta oli poistettu materiaalivaatimus, joka aiemmin oli ollut 100-prosenttista puuvillaa.

Tällä kertaa yrityslista oli hyvin pitkä ja oli tehtävä rajausta ennen sähköpostien lähettämistä. Turkin suurimmat sisustustekstiilikaupungit ovat Denizli, Bursa ja Izmir. Tein sopivimpien yritysten kartoittamisen maantieteellisin perustein. Tein listaan maantieteellisen rajauksen ja etsin sopivia yrityksiä juuri Denizlistä, Bursasta ja Izmiristä. Koska lähetettävänä oli tuhansia sähköpostia, palvelimeksi valikoitui Microsoft Outlook. Sen avulla pystyi lähettämään 300 kpl bulk-sähköpostia päivässä.

Tässä vaiheessa projektia sähköpostien kieleksi vaihtui englanti, ja otsikoksi tuli ” I want to buy cotton interior fabrics” (Katso liite Nr. 3 Englanninkielinen saatekirje). Englanninkielinen sähköpostikirje toimi paremmin kuin turkinkielinen. Yritykset reagoivat siihen. Sähköpostivastauksia saapui useita, joista muutamat yritykset pyysivät lisätietoa kankaista, joita halutaan tuottaa. Osa vastanneista kertoi, ettei heidän yrityksensä tuota painettuja puuvillatekstiilejä, mutta usein he kuitenkin ohjeistivat kääntymään jonkun toisen yrityksen puoleen, joka pystyisi mahdollisesti auttamaan asiassa.

Niille yrityksille, jotka ilmaisivat kiinnostuksensa myydä puuvillaisia sisustustekstiilejä, lähetettiin sähköposti, jossa ilmoitettiin tarkemmat tiedot kankaista, joita halutaan tuottaa. Samassa sähköpostissa kerrottiin, että yritykselle lähetetään myös linkki, jonka kautta yritykset voivat tehdä tarjouksensa helposti sähköisessä muodossa. Kirjeen loppupuolella oli myös viesti siitä, että jos yrityksellä ei ole tarjota vaadittavia puuvillakankaita, he voivat kuitenkin halutessaan tehdä tarjouksen omista tuotteistaan. Erityisesti sellaisista, joita he halusivat myydä Pohjoismaiden markkinoilla. Muutaman minuutin kuluessa tämän sähköpostin lähettämisestä vastaanottajalle lähetettiin myös sähköinen tarjouspyyntö Survey Monkeyn avulla (Katso Liite Nr.4 Tarkemmat tiedot kankaista englannin kielellä).

17. marraskuuta – 10. joulukuuta 2014 välisenä aikana lähetettiin sähköpostia 4000 eri turkkilaisille tekstiilialan yrittäjille. Kaikista vastauksista potentiaalisia yrityksiä, jotka ilmaisivat kiinnostuksensa tarjouspyyntöä kohtaan oli 52 tekstiilialan yritystä. Kyseisille yrityksille lähetettiin sähköisen tarjouspyyntö Survey Monkeyn avulla.

Sähköinen tarjouspyyntö Survey Monkeyn avulla valittiin siksi, että oletusarvona oli vastaanottaa suuri määrä tarjouksia, jolloin niiden käsitteleminen ja vertaileminen olisi huomattavasti helpompaa. Suureksi yllätykseksi potentiaalisten ja kiinnostuneiden yritysten määrä oli pieni ja tarjouksia saapui niin vähän, ettei Survey Monkeyn sähköistä tarjouspyyntöä olisi tarvittu lainkaan. Jälkikäteen arvioituna on mahdollista, että juuri sähköinen tarjouspyyntö pelotti osan yrityksistä ja he eivät tehneet tarjousta lainkaan.

5 Saapuneet tarjoukset ja niiden sisältö

5.1 Saapuneet tarjoukset

Tarjouspyynnössä pyydettiin hintaa kolmelle erilaiselle puuvillakankaalle viidellä värillä painettuna. Toimitusehtona EXW.⁶ Yritys sai myös tarjota enintään kolme omavalintaista tekstiiliä, joita he halusivat viedä Pohjoismaiden markkinoille. Kaiken kaikkiaan 11 eri yritystä teki tarjouksen.

Tarjouksia saapui yhteensä 12 kappaletta, joista seitsemän kappaletta tuli sähköisen kyselyn kautta ja viisi kappaletta sähköpostilla. Sähköpostilla tarjouksia tehneitä yrityksiä pyydettiin tekemään tarjoukset sähköisen tarjouspyynnön kautta. Kyseisistä viidestä yrityksestä ainoastaan yksi yritys teki tarjouksen myös pyydetyllä tavalla.

Sähköisiä sekä sähköpostilla tulleita tarjouksia saapui aikavälillä 1.- 16. joulukuuta 2014. Näistä yhdeksän kappaletta teki tarjouksen yhdestä tai useammasta 5-värisestä puuvillatekstiilistä. Kaksi yritystä teki tarjouksen ainoastaan omasta tuotannostaan, jota he halusivat myydä Pohjoismaiden markkinoilla. Omien tuotteiden viennistä Pohjoismaiden markkinoilla oli kiinnostunut neljä yritystä antamassaan tarjouksessa. Yritysvierailujen yhteydessä selvisi kuitenkin, että kaikki yritykset olivat kiinnostuneita omien tuotteidensa myynnistä Pohjoismaissa.

Suurin osa annetuista tarjouksista oli puutteellisia tai ne poikkesivat jollakin tavalla tarjouspyynnössä annetuista kriteereistä. Tavallisimmat poikkeamat liittyivät kankaiden

⁶ EXW= Ex Works, tehtaasta, varastosta

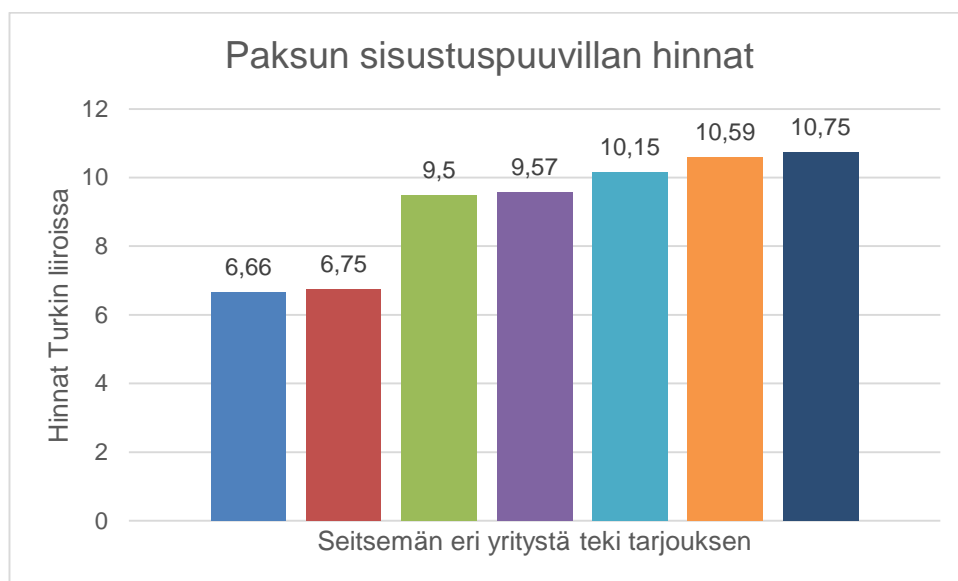
heikompaan (kevyempään) ⁷ laatuun tai hinnat oli annettu väärässä valuutassa. Tilausten toimitusaikoja ilmoitettiin hyvin harvoin. Erityisen huomionarvoista on, että kaikki sähköisen tarjouksen antaneet yritykset vastasivat ekologisuuteen ja vientiin liittyviin kysymyksiin.

5.2 Annetut tarjoushinnat ja toimitusajat

Viisivärinen paksu sisustuspuuvilla

100 % puuvillaa 200 -220g/m², +/- 3 %. 145- 160 cm, +/- 3 %

Paksulle sisustuspuuvillalle annetut tarjoukset (7 kpl) eivät aina vastanneet sitä kangaslaatua, jota tarjouksessa pyydettiin. Katso kuvio 2. Tarjottujen kankaiden painot vaihtelivat 180 g/m² – 220g/m²:n välillä ja leveydet 145- 160 cm:n välillä. Puuvillasatiinin verottomat metrihinnat vaihtelivat 6,66 – 10,75 TL:n välillä (2,15 – 3,50 EUR). Jos tarjouksessa oli erikseen mainittu tuotantokustannukset erikseen reaktio- tai pigmenttiväreillä, niin reaktiovärillä painaminen oli noin 8 % kalliimpaa. Huomattakoon, että halvin tarjottu hinta on annettu pyydettyä heikompilaatuiselle kankaalle (180 g/m²).



Kuvio 2. Viisivärinen paksu sisustuspuuvilla

⁷ Tarjoaja oletettavasti halusi tehdä edullisen tarjouksen tarjoamalla heikkolaatuisempaa kangasta kuin mitä tarjouspyynnössä mainitaan. Toinen syy voi mahdollisesti olla se, ettei pyydetty kangastyypki ole kovinkaan yleinen Turkissa.

Minimitilauksmäärän paksulle sisustuspuuvillalle ilmoitti 6 eri yritystä. Rotaatio tai laakapainolla painettaessa tilausmäärät vaihtelivat 1000 – 5000 metrin välillä siten, että 4/6 ilmoitti sen olevan 1000 m, yksi 2000 m ja yksi 5000 m.

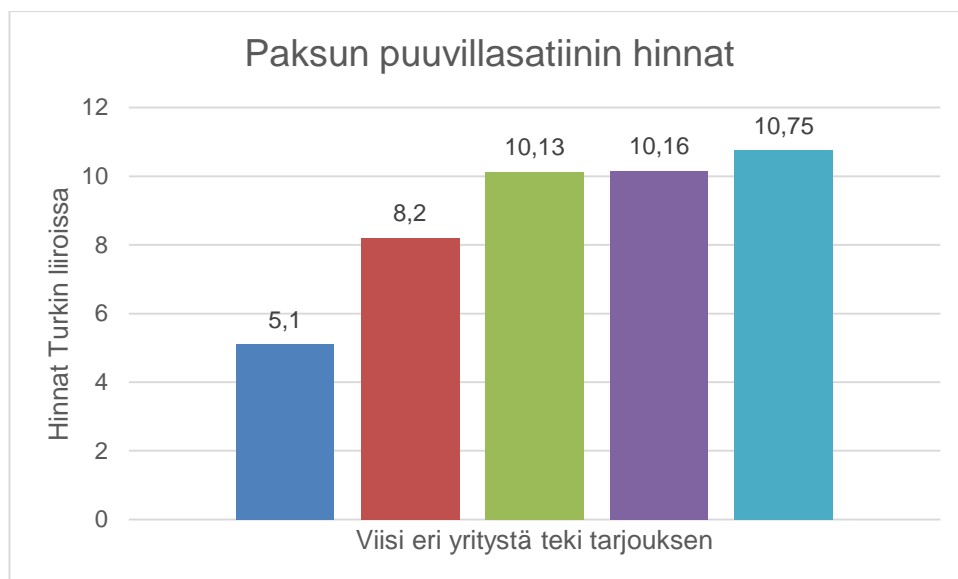
Kaksi yritystä tarjosi myös digitaalisesti painettuja kankaita. Digitaalisesti painetuille kankaille metrihinnat vaihtelivat tuotantomäärien mukaan ja ne liikkuvat 20,67 - 46 TL:n välillä (6,70 – 14,25 EUR). Korkeimman hinnan minimituotantomäärä oli 20 metriä ja halvimman hinnan minimituotantomäärä oli 301 metriä.

Toimitusajan ilmoitti yhteensä 4 yritystä, ja ne vaihtelivat 3 – 6 viikon välillä siten, että yksi ilmoitti sen olevan 3 viikkoa, toinen ilmoitti sen olevan 4 viikkoa, kolmas ilmoitti sen olevan 5 viikkoa ja neljäs ilmoitti sen olevan 6 viikkoa.

Viisivärinen paksu puuvillasatiini

100 % puuvillaa. 175-185g/m², +/- 3 %. 145- 155 cm, +/- 3 %

Paksulle puuvillasatiinille annetut tarjoukset (5 kpl) eivät myöskään aina vastanneet sitä kangaslaatua, jota tarjouksessa pyydettiin. Tarjottujen kankaiden painot vaihtelivat 135 g/m² – 185 g/m²:n välillä ja leveydet 145–165 cm:n välillä. Paksun puuvillasatiinin verottomat metrihinnat vaihtelivat 5,1 – 10,75 TL:n välillä (1,65 – 3,49 EUR). Halvin hinta oli myös tässä yhteydessä annettu heikompileatukselle kankaalle (135 g/m²). Katso kuvio 3.



Kuvio 3. Viisivärinen paksu puuvillasatiini

Minimitilausmäärän paksulle puuvillasatiinille ilmoitti 6 yritystä. Rotaatio tai laakapainolla painettaessa tilausmäärät vaihtelivat 1000 – 5000 metrin välillä siten, että 4/6 ilmoitti sen olevan 1000 m, yksi 2000 m ja yksi 5000 m.

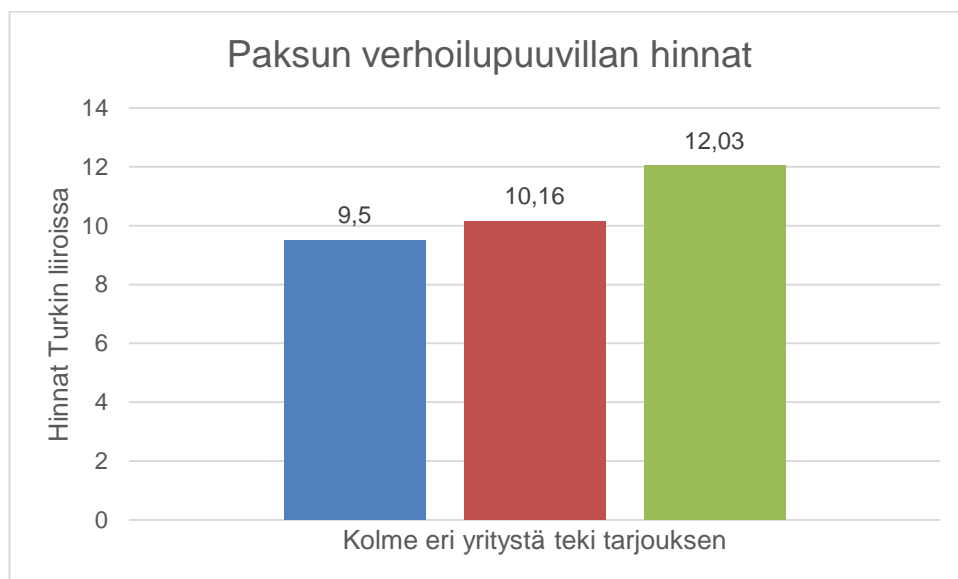
Kaksi yritystä tarjosi myös digitaalisesti painettavia kankaita. Digitaalisesti painettaville kankaille metrihinnat vaihtelivat tuotantomäärien mukaan, ja ne liikkuivat 20,27 – 43,47 TL:n välillä (6,60- 14,15 EUR). Korkeimman hinnan minimituotantomäärä oli 20 metriä ja halvimman hinnan minimituotantomäärä oli 301 metriä.

Toimitusajan ilmoitti yhteensä 4 yritystä, ja ne vaihtelivat 3 – 6 viikon välillä siten, että ensimmäinen ilmoitti sen olevan 3 viikkoa, toinen ilmoitti sen olevan 4 viikkoa, kolmas ilmoitti sen olevan 5 viikkoa ja neljäs ilmoitti sen olevan 6 viikkoa.

Paksu verhoilupuvilla

100 % puuvillaa. 370-390g/m², +/- 3 %. 140- 155 cm, +/- 3 %.

Paksulle verhoilupuvillalle annetut tarjoukset (3 kpl) eivät myöskään aina vastanneet sitä kangaslaatua, jota tarjouksessa pyydettiin. Tarjottujen kankaiden painot vaihtelivat 340 g/m² – 390 g/m²:n välillä ja leveydet 140–155 cm:n välillä. Paksun verhoilupuvillan verottomat metrihinnat vaihtelivat 9,5 – 12,3 TL:n välillä (3,09 – 3,91 EUR). Halvin tuote myös tässä tapauksessa oli heikompileatuista kangasta (340 g/m²). Katso kuvio 4.



Kuvio 4. Paksu verhoilupuvilla

Minimitilausmäärän paksulle verhoilupuvillakankaalle ilmoitti 2 yritystä. Rotaatio- tai laakapainolla painettaessa tilausmäärät olivat toisella yrityksellä 1000 metriä ja toisella 5000. Sähköpostilla kirjoitetusta tarjouksesta johtuen yksi yrityksistä ei ollut ilmoittanut kankaan minimitilausmäärää.

Ainoastaan yksi yritys tarjosi myös digitaalisesti painettua paksua verhoilupuvillakangasta. Digitaalisesti painettavalle kankaille metrihinnat vaihtelivat tuotantomäärien mukaan, jotka liikkuvat 20,51 – 43,61 TL:n välillä (6,70 – 14,25 EUR). Korkeimman hinnan minimituotantomäärä oli 20 metriä ja halvimman hinnan minimituotantomäärä 301 metriä.

Toimitusajan ilmoittivat molemmat yritykset. Ensimmäisellä yrityksellä se oli 5 viikkoa ja toisella 8 viikkoa tilauksen saapumisesta.

5.3 Ekologisuus

Tarjouspyynnössä jokaisen yksittäisen tuotteen alla oli kohta, johon tarjouksen antaja pystyi halutessaan merkitsemään kankaan ekologisuuteen liittyviä asioita. Myös tarjouspyynnön lopussa oli erillinen osio, jossa tuotannon ekologisuuteen liittyvistä asioista pystyi kertomaan enemmän ja ilmoittamaan ekosertifikaatit, mikäli yrityksellä sellaisia on.

Sähköisen tarjouspyynnön kautta tulleista vastauksista kaikki 7 yritystä vastasivat jollakin tavalla tuotannon ekologisuuteen liittyviin kysymyksiin, eikä kysymystä sivuutettu täysin koskaan. Sähköpostilla tulleista vastauksista ainoastaan 1 yritys kertoi ekologisuuteen liittyvistä asioista.

Sähköisessä tarjouspyynnössä ainoastaan yksi yritys mainitsi vastauksissa, että he kiinnittävät huomiota toiminnassaan ekologisuuteen tarkentamatta asiaa sen enempää. Loput 6 yritystä mainitsivat ainakin yhden sertifikaatin nimen. Öko-Tex-sertifikaatista kertoi vastauksissa viisi yritystä. Kirjoitusasu vaihteli kullakin vastaajalla hieman toisistaan, mutta oletettavasti kyseessä on kuitenkin sama sertifikaatti⁸. Eräs vastaajista mainitsi, etteivät turkkilaiset yritykset voi viedä tuotteitaan ulkomaille, ellei heillä ole Öko-

⁸ Kirjoitusasuna oli sanat: Ecotex, Ekotex, Oekotex, Oeko-tex Std 100

Tex sertifikaattia. Yksi yrittäjistä mainitsi myös, että yritys valmistaa ekologisia tuotteita ainoastaan asiakkaan pyynnöstä. Hän ei maininnut tarjouksessa Öko-Tex-sertifikaattia.

Öko-Tex-100-tuoteturvallisuusmerkki mainittiin tehdyissä tarjouksissa kaikista useimmiten. Sertifikaatin omistava yritys takaa, ettei haitallisten kemikaalien määrä valmiissa tuotteessa ole ylittänyt Öko-Tex 100:n määrittämiä raja-arvoja. Nämä raja-arvot on jaettu neljään eri ryhmään, joiden perusteena se, kuinka lähellä ihoa tuotetta käytetään. Öko-Tex ei ole tae luomutuotannosta. Öko-Tex 100 -sertifikaatin lisäksi on olemassa Öko-Tex 1000- ja Öko-Tex 100Plus-sertifikaatit, jotka kattavat kemikaalien lisäksi muun muassa tuotannon energiankulutuksen ja eettiset työolot.⁹

Tarjouksissa mainittiin myös GOTS- ja BSCI-sertifikaatit. GOTS; Global Organic Textile Standard on laaja tekstiilien ekologisuuden ja eettisyyden sertifikaatti, joka kattaa koko tuotantoprosessin luonnonmukaisesti viljelystä raaka-aineesta koko tuotantoketjun läpi lopulliseen tuotteeseen asti. Huomioon otetaan myös ihmisten ja eläinten hyvinvointi. Vain luonnonmukaisesti viljellyt luonnonkuidut (vähintään 95 %) voivat saada GOTS-sertifioinnin¹⁰.

BSCI; Business Social Compliance Initiative on organisaatio, jonka tavoitteena on parantaa tuotantoketjun eettisyyttä. BSCI:ssa mukana olevien yritysten tulee pyrkiä noudattamaan BSCI:n ohjesääntöjä tuotannon eettisyyteen liittyen. Ohjesäännöt pohjautuvat SA8000-sertifikaattiin, jonka kriteerit ovat BSCI:n tavoitteena. Käytännössä SA8000 on kriteereiltään BSCI:tä tiukempi.¹¹

Tuotantoa ja toimintaa valvovaksi tahoksi mainittiin yhdessä tarjouksessa myös Testex, joka on riippumaton yksityinen sveitsiläinen testausta ja sertifiointia harjoittava yritys.¹²

Tekstiilien värjääminen suoritetaan Denizlissä keskitetysti, ja kaupungissa sijaitsevia neljää (4 kpl) värjäämää käyttävät yhteisesti kaikki yritykset omien tekstiiliensä värjäämisessä. Denizilin kaupungissa on muutama suuri teollisuusalue, joista suurimmat ovat Organize 1 ja 2. Organize-teollisuusalueilla sijaitsee satoja eri alojen yrityksiä. Kaikkien teollisuusalueen yritysten jätevedet puhdistetaan kunkin alueen omassa jätevesipuhdistamossa. Vierailun kohteena oli Organize 1 ja 2-teollisuusalueen jätevesiä käsittelevä puhdistamo.

⁹ Lisätietoa: https://www.oeko-tex.com/en/manufacturers/philosophy/phylosophy_start.html

¹⁰ Lisätietoa: <http://www.global-standard.org>

¹¹ Lisätietoa: <http://www.bsci-intl.org>

¹² Lisätietoa: <http://www.testex.com/en/company/presentation.html>

Organize 1 ja 2-tehtaista johdetaan jätevedet keskitetysti puhdistamoon, jossa ne käsitellään sekä mekaanisesti, biologisesti että kemiallisesti. Käsittelyn jälkeen puhdistettu vesi ohjataan puuvillapeltojen kasteluun. Jäteveden koostumus puhdistamisen jälkeen on nähtävissä liitteessä Nr. 5.Puhdistetun jäteveden koostumus. Katso kuva 2.



Kuva 2 Jätevedenpuhdistamo Denizlissä

5.4 Vientipalvelut

Pienyrittäjän näkökulmasta vientipalvelujen tarjoaminen on yksi tärkeimmistä asioista, jota vaikuttaa sopivan tuottajayrityksen valintaan. Vientipalveluja tarjoavien yritysten avulla pienyrittäjän ei tarvitse itse huolehtia tuotteiden tullauksesta ja kuljetuksesta Turkissa.

Sähköisen tarjouspyynnön kautta tulleista vastauksista kaikki 7 yritystä ilmoittivat, että yrityksessä on myös vientiin liittyviä palveluja. Sähköpostilla tulleista vastauksista yksikään yritys ei sähköpostikirjeessään ilmoittanut tarjoavansa vientipalveluja

asiakkailleen. Kuitenkin yritysvierailujen aikana kävi ilmi, että kaikki yritykset tarjoavat asiakkailleen myös vientipalveluja muodossa tai toisessa.

Sähköisen tarjouksen tehneet yritykset kertoivat vievänsä tuotantoaan etupäässä Euroopan maihin. Pääasialliset kuljetustavat olivat rekka- ja laivakuljetukset. Asiakkaan toiveesta myös lentorahti on mahdollista. Tärkeimmät vientimaat olivat Saksa, Italia, Espanja, USA, Ranska, Tšekki, Englanti, Sveitsi ja Tanska. Yksi yritys mainitsi toimittaneensa tuotteita Suomeen useamman vuoden ajan. Sähköisissä tarjouksissa mainitut toimitusehdot olivat CIF, FOB ja EXW¹³.

5.5 Agentuuritoiminta

Tarjouksien perusteella kävi ilmi, että neljä yritystä tarjosi omia tuotteitaan myytäväksi Pohjoismaiden markkinoille. Vain kaksi yritystä kaikista yhdeksästä tarjouksesta etsi ensisijaisesti agenttia, joka myisi niiden valmiita tuotteita Pohjoismaiden markkinoilla.

Agenttikaupan käsikirjassa määritellään, että kauppaedustajalla eli agentilla tarkoitetaan elinkeinonharjoittajaa (henkilöä tai yritystä), joka toisen, päämiehen kanssa tekemässään edustussopimuksessa on sitoutunut tämän lukuun jatkuvasti edistämään tavaroiden myyntiä tai ostoa hankkimalla tarjouksia tai päättämällä tämän nimissä myynti- tai ostosopimuksia. Samassa teoksessa verrataan agentin asemaa päämiehen palveluksessa olevaan myyntimieheen, sillä erotuksella, että agentti toimii itsenäisenä yrittäjänä kantaen siihen liittyvät kustannukset ja riskit. (Agenttikaupan käsikirja 2004, s 13–14.)

Uuden yrittäjän näkökulmasta agentuuritoiminta vaikuttaa varteenotettavalta vaihtoehdolta aloittaa yritystoiminta turkkilaisten yritysten kautta. Tällä tavoin henkilökohtaiset taloudelliset riskit ovat pienet ja samalla voi luoda hyvät suhteet tekstiilintuottajaan, jonka kanssa voi myöhemmin turvallisesti tuottaa omia tekstiilejä.

Sähköiseen tarjouspyyntöön vastanneista yrityksistä 4/7 oli kiinnostunut omien tuotteitten myynnistä Pohjoismaisilla markkinoilla. Kaksi yritystä (2 kpl) oli ainoastaan kiinnostunut agentista ja tarjosivat vain omia tuotteita myytäväksi Pohjoismaiden

¹³ CIF= Cost, Insurance and Freight, kulut, vakuutus ja rahti maksettuina, FOB= Free on Board, vapaasti aluksessa, laivaussatama ilmoitettu sekä EXW= Ex Works, tehtaasta, varastosta.

markkinoilla. Nämä yritykset eivät tehneet lainkaan tarjousta puuvillaisille sisustustekstiileille.

5.6 Tuotteet agentuuria varten

Tuotteet, joita yritykset halusivat myydä Pohjoismaiden markkinoilla vaihtelivat suuresti toisistaan. Erityisen usein tarjottiin puuvillaisia froteetuotteita kuten pyyhkeitä, aamutakkeja ja muita kylpyhuone- ja saunatuotteita. Kirjailtuja froteetuotteita oli tarjolla paljon, mutta mukana oli myös digitaalisesti tulostettuja rantapyyhkeitä sekä digitaalisesti tulostettuja kuviollisia polyesterisiä naisten urheiluasuusteita ja legginsejä. Tarjouksissa oli mukana myös puuvillasta, akryylistä ja polyesteristä valmistettuja kodin sisustustekstiilejä, etupäässä huonekalujen verhoilukankaita, sekä autoteollisuudessa tarvittavia tekstiilejä.

Yritysvierailujen aikana kävi ilmi, että 7/8 yrityksestä oli kiinnostunut Pohjoismaiden markkinoista ja olisi halukas tulemaan markkinoille agentin avustamana. Nekin yritykset, jotka eivät omassa tarjouksessaan ilmoittaneet kiinnostustaan myydä tuotantoaan Pohjoismaiden markkinoilla, olivat kuitenkin halukkaita viemään tuotantoaan tai alihankkijoidensa tuotteita Pohjoismaihin.

6 Yritysvierailut

6.1 Valintaperusteet

Tarjouksia annettiin Istanbulista, Bursasta, Denizlistä ja Izmiristä. Eniten tarjouksia tuli Denizlistä, joita saapui seitsemän kappaletta. Istanbulista saapui neljä kappaletta ja Izmiristä sekä Bursasta molemmista yksi kappale. Yritysvierailujen ensisijaisena valintaperusteena olivat yritykset, jotka tekivät tarjouspyynnön mukaisen tarjouksen, ja kyseisten yritysten maantieteellisessä läheisyydessä sijaitsevat yritykset, jotka olivat tehneet tarjouksen. Toisin sanoen yrityksiä, jotka eivät olisi ensisijaisia vierailukohteita annetun tarjouksen perusteella tuli kuitenkin vierailun kohteiksi, koska ne sijaitsivat mielenkiintoisen tarjouksen tehneen yrityksen läheisyydessä.

Vaihto-opiskeluaika oli loppumassa ja oli tehtävä päätöksiä, mitä yrityksiä ja milloin kannattaa tavata. Ensisijaiseksi vierailukohteeksi valikoituivat Denizlin kaupungissa ja sen läheisyydessä olevat yritykset. Tällä tavoin pystyi yhden matkan aikana tapaamaan mahdollisimman monia yrityksiä. Lentojen ja hotellivarausten jälkeen sovittiin yritysten kanssa tarkat tapaamispäivät ja ajankohdat.

Aikaa oli jäljellä kuitenkin sen verran, että tarvittaessa olisi mahdollista vieraillla myös muissa kaupungeissa. Istanbulista tulleet tarjoukset eivät olleet niin houkuttelevia kuin Denizlistä tulleet tarjoukset, mutta pidin auki myös vaihtoehdon vieraillla sielläkin sijaitsevilla yrityksillä, koska vierailut istanbulilaisissa yrityksissä eivät vaatisi suurta ennakkovalmistelua.

6.2 Denizli

Denizli¹⁴. sijaitsee lounais-Turkissa. Kaupunki sijaitsee Aegean alueella noin 400 km päässä Istanbulista etelään ja Antalyasta 174 km luoteeseen. Denizli on Turkin yksi suurimmista tekstiilituottajakaupungeista, jossa asuu noin miljoona ihmistä (Denizli Büyükşehir Belediyesi 2015) Denizli on Turkin yksi suurimmista ulkomaanvientiä harjoittavista kaupungeista, minkä yrityksistä 65.80 % on tekstiilialan yrityksiä (Denizli Chamber of Commerce Official Web Site 2015).

Istanbulista Deniziliin on autolla matkustaessa matkaa noin 700 km. Reittilinja-autolla kulkien matkaan menee noin 16 tuntia. Istanbulin ja Denizilin välillä ei ole toimivia junayhteyksiä, joten lentäminen on nopein vaihtoehto vierailulle. Lentäen Istanbulista matkaan kuluu noin tunti. Denizlin kaupungilla ei ole lentokenttää, vaan Turkish Airlinesin lennot Denizliin lentävät Çardakin lentokentälle, joka sijaitsee 60 km päässä Denizlin keskustasta. Taksi lentokentältä keskustaakaan kannattaa varata etukäteen. Muuten taksimatkan saattaa hinta olla suurempi kuin lentomatkan.

¹⁴ Lisätietoa: <http://eng.denizli.bel.tr>



Kuva 3. Moottoritie Denizlin kaupungin keskustasta kohti Organize-teollisuusalueita

6.3 Yritysvierailut ja tapaamiset Denizlissä

Yritysten yksityisyyden sekä liikesalaisuuksien turvaamiseksi ovat niiden nimet vaihdettu kirjaimiin A-H. Kirjaimet on annettu kronologisessa järjestyksessä siten, että ensimmäinen yritysvierailu sai kirjaimen A ja viimeinen kirjaimen H.

YRITYS A

Ensimmäinen tapaaminen oli perjantaiamuna 23. tammikuuta 2015 kello 10:00. Yrityksen A hienoilla nettisivuilla mainitaan, että se on perustettu Denizlissä vuonna 2003. Yritys valmistaa korkeatasoisia puuvillaisia lakanasettejä, keittiön tekstiilituotteita sekä pyyhkeitä ja kylpytakkeja. Sivustolla ilmoitetaan, että laatutarkistuksia tehdään jokaisessa eri tuotantovaiheessa alkaen raakapuuvillasta päättyen tuotteen lopputarkastukseen. Kaikki pyyhkeet ja kylpytakit valmistetaan Turkissa valmistetusta puuvillalangasta, oli sitten kyseessä yrityksen oma tai asiakkaan tuotemerkki. Sivulla mainitaan, että yritys on yksi maailman johtava kylpyhuonetekstiilien valmistaja, joka vie

tuotteita yli 20 maahan, kuten esimerkiksi Yhdysvaltoihin, Kanadaan, Saksaan, Iso-Britanniaan, Venäjälle, Saudi-Arabiaan, Kreikkaan ja Dubaihin

Valmistauduin tapaamiseen tutustumalla yrityksen nettisivuihin ja annettuun tarjoukseen. Mietin etukäteen kysymyksiä, joita yritykselle voisi tapaamisen aikana esittää. Olin hermostunut, koska tilanne oli aivan uusi. Varasin runsaasti aikaa toimiston etsimistä varten ja matkalla tapaamiseen jouduin muutamaan otteeseen kysymään tietä. Yrityksen nettisivujen perusteella syntynyt mielikuva poikkesi todellisuudesta. Toimisto oli erittäin pieni ja huomaamaton, minkä vuoksi kävelin ensin sen ohi.

Jokaiselle yritysvierailulle olin varannut mukani lahjaksi Fazerin suklaata. Yrityksen A toimistossa työskenteli viisi henkilöä ja minut otettiin vastaan lämpimästi. Suomalainen suklaalahja ilahdutti henkilökuntaa. Neuvottelut käytiin omistaja-toimitusjohtajan kanssa, mutta keskustelut katkesivat vähän väliä henkilökunnan kysymysten sekä saapuvien puhelujen takia.

Tapaamisen aikana kävi ilmi, että saamastani käsityksestä poiketen yritys A ei tuota tekstiilejä vaan ostaa niitä useilta eri alihankkijoilta. Alihankkijoiden määrä vaihtelee viidestä kymmeneen. Yritys A on käynyt kauppa suomalaisten yritysten kanssa aiemmin. Vierailun aikana esiteltiin Nansolle valmistettuja pyyhkeitä ja kylpytakkeja. Yritys oli tehnyt Nanson kanssa yhteistyötä kymmenen vuoden ajan. Tällä hetkellä yritys A ei kuitenkaan enää tee yhteistyötä Nanson kanssa.

Vierailun aikana kävi ilmi, että Venäjän kriisin myötä yrityksen A vienti on laskenut ja se tarvitsee uusia markkina-alueita. Bulgariassa sijaitsee yrityksen tytäryhtiö, jonka varastosta käsin Euroopan alueelle suuntautuvat toimitukset ovat toteutettavissa nopeasti ja helposti.

Tapaamisen aikana kävi selväksi, että pelkkien sisustustekstiilikankaiden tuottaminen ei välttämättä ole kannattavin liikevoittoa ajatellen. Valmiiksi tuotteiksi asti jalostetut kankaat voisivat olla hedelmällisempi liikeidea. Oman liiketoiminnan kehittämistä varten nousi ideoita jo ensimmäisen yritystapaamisen aikana. Esimerkiksi puuvillaiset lakanasetit sekä valmisverhot voisivat olla hyvä tuote Pohjoismaiden markkinoille. Tapaamisen aikana selvisi, että 2000 metristä lakanakangasta voidaan valmistaa 350 kpl parivuoteen lakanasettejä (2 x tynnyliina, 1 x peitto ja 1 x aluslakana). Tällaisten tuotteiden valmistuksessa käytetyn puuvillakankaan paksuus on yleensä 80 gr/m².

Tapaamisemme aikana keskustelimme myös erilaisista logistisista ratkaisuista minimituotantomäärälle laskettuna.

Keskustelujemme alkuvaiheessa yrityksen A omistaja suhtautui minuun epäluuloisesti ja varauksella. Keskustelujen edetessä alkoi syntyä luottamusta minuun. Oli merkillepantavaa, että toimitusjohtaja oli erittäin kiinnostunut Pohjoismaiden markkinoista ja agenttipalveluista. Ennen tapaamisen päättymistä tarjoutui mahdollisuus tutustua yhteen yrityksen alihankkijoista, ja sovimme uuden tapaamisen iltapäivälle.

Yrityksen A johtajan sekä venäläisen vientiassistentin kanssa matkustimme yhteen puuvillafroteet tuotteita valmistavaan yritykseen. Alihankkijayritys on perheyritys, kuten useimmat turkkilaiset pienyritykset, ja se työllistää noin 50 henkilöä. Tutustuimme puuvillafroteet tuotantoon, tehtaani jacquard-neulekoneisiin sekä tietokoneohjattuihin ompelukoneisiin, jotka neulovat koristekuvioita tehtaani valmistamiin froteet tuotteisiin.

Sain paljon tietoa ensimmäisessä yritystapaamisessa. Opin paljon uutta itse yrityksestä, sen alihankkijoista, Denizlistä ja Turkin tekstiiliteollisuudesta. Yllättävää oli huomata, kuinka internetsivujen ja tarjouksen perusteella muodostunut ensivaikutelma suuresta ja modernista kansainvälisestä yrityksestä muuttui tapaamispäivän aikana. Suurin yllätys oli se, ettei sillä ole tuotantoa lainkaan, vaan tuotteet valmistetaan useiden eri alihankkijoiden tehtaissa.

Myös yrityksen tarjoamat puuvillaiset sisustus kankaat tuotetaan alihankintana jossakin toisessa yrityksessä. Valitettavasti kyseistä alihankkijaa ei minulle esitelty. Päivän aikana selvisi, että omistaja oli enemmän kiinnostunut minusta yrityksensä agenttina Pohjoismaissa kuin puuvillaisten sisustus kankaiden ostajana. Yritys A on ollut usein kertoja yhteydessä minuun tapaamisen jälkeen. Yritys haluaisi allekirjoittaa agenttisopimuksen kanssani.



Kuva 4. Kuvio-ompelukone, jonka avulla froteetuotteiden kirjailu tapahtuu nopeasti

Yritys B

Maanantaina 26. tammikuuta 2015 tapasin Denizlissä sijaitsevan toisen yrityksen. Yrityksen B nettisivuilla kerrotaan, että jo 30 vuoden ajan kyseinen perheyrittäjä on tuottanut puuvillakankaita sekä valmistanut niistä kirjailtuja pyyhkeitä, kylpytakkeja, vauvojentuotteita, keittiötekstiilejä sekä lakanasettejä. Sivulla kerrotaan, että yritys pyrkii jatkuvasti ylläpitämään korkeat laatuvaatimukset soveltamalla uusimpia mahdollisia johtamis- sekä tuotantomenetelmiä toiminnassaan. Yrityksen tärkeimmät markkina-alueet ovat Yhdysvalloissa, Kanadassa, Iso-Britanniassa, Ranskassa, Saksassa, Pohjoismaissa sekä Hollannissa.

Yrityksen B internetsivut ovat informatiiviset, mutta eivät läheskään niin kauniit ja myyvät kuin yritys A:n internetsivut. Yritys tuottaa kylpyhuonetekstiilejä kuten pyyhkeitä ja kylpytakkeja. Tärkeä osa tuotantoa ovat kirjailut kylpyhuonetekstiilit. Yrityksen omistaa keski-ikäinen mies, ja hänen palkkalistoillaan on noin 50 henkilöä, joista suurin osa työskentelee ompelukoneiden sekä kirjontakoneiden ääressä. Myös toimistossa näytti työskentelevän runsas määrä ihmisiä. Positiivista oli kuitenkin huomata, että

internetsivujen antama mielikuva yrityksestä ja todellisuus vastasivat ainakin osittain toisiaan.

Yrityksen tiloissa sijaitsee sekä tuote-ompelimo, että kankaiden kirjailuja tuottava osasto. Yrityksen kirjontakoneet toimivat ympäri vuorokauden ja voivat tuottaa siinä ajassa suuria määriä konekirjontatöitä. Tuotannon maksimimäärä tavallisille kirjailuille on 25 000 kappaletta vuorokaudessa ja pienikokoisille töille jopa 40 000 kappaletta vuorokaudessa.

Vierailun aikana tutustuimme yrityksen showroomilla oleviin kirjailtuihin froteetuotteisiin. Joukossa oli sekä erittäin korkealaatuisia ja kauniita tuotteita että keskilaatuisia tuotteita. Show Roomissa tutustuimme myös lakanasetteihin ja niiden pakkausmateriaaleihin. Yhden lakanasetin pakkauskustannukset vaihtelevat 1,90 EUR -2,3 EUR:n välillä.

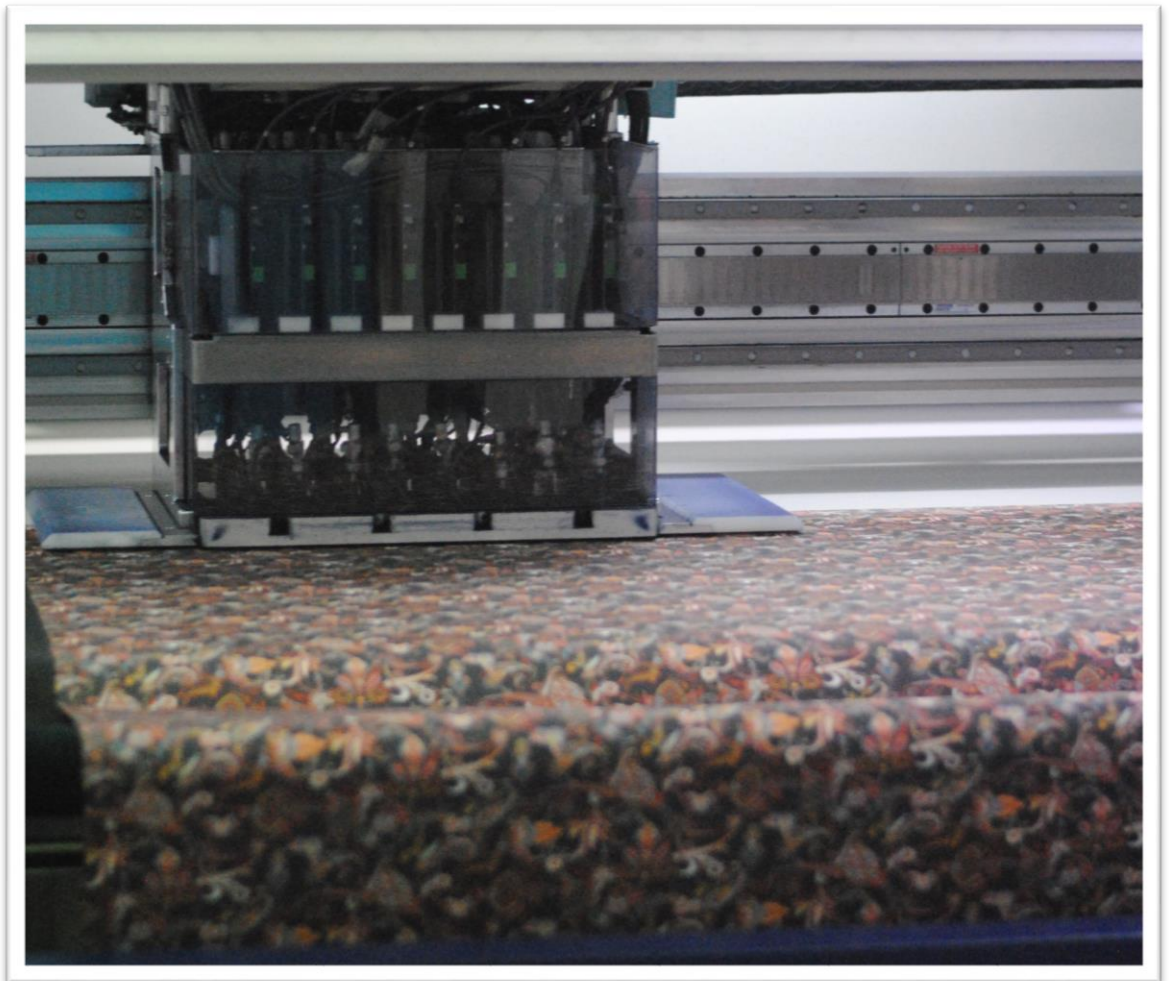
Tämäkään yritys ei itse tuota kankaita vaan ostaa ne alihankkijoilta. Alihankkijoina toimivat joko tehtaot tai yksityiset henkilöt, jotka kutovat kankaita kotona käsin. Mielenkiintoinen havainto oli, että käsin kudottujen rantapyyhkeiden sekä koneellisesti tuotettujen rantapyyhkeiden ulosmyyntihinnan ero on pieni. Käsinkudotut pyyhkeet maksavat 15 TL /kpl ja koneellisesti tuotetut rantapyyhkeet 10 TL/kpl. Pieni hintaero johtuu yrityksen mukaan tehtaan suurista ylläpitokustannuksista. Alihankintoina yksityisiltä henkilöiltä ostettaessa käsinkudotuista tekstiileistä maksetaan materiaali- sekä työkulut, ei ylläpitokuluja kuten sähköä ja vuokraa.

Iltapäivän aikana tutustuimme Organize 2-tehdasalueella sijaitsevaan alihankkijayritykseen, joka valmistaa digitaalisesti tulostettuja kankaita. Kävi ilmi, että yrityksen nopein digitaalinen painokone tuottaa 7 metriä valmista kangasta minuutissa. Sama yritys omistaa myös rotaatiopainokoneita, joihin tutustuimme myöhemmin iltapäivän aikana. Illalla tutustuimme polyesteristä ja akryylistä sisustus- ja huonekalutekstiilejä valmistavaan alihankkijayritykseen.

Kotimatalla tuli mahdollisuus tutustua yhteen Denizlin jätevedenpuhdistamoista, joka käsittelee Organize 1- ja Organize 2-teollisuusalueiden kaikki jätevedet. Henkilökunnan mukaan kyseiseen puhdistuslaitokseen johdetaan yli 1000 yrityksen jätevedet puhdistettaviksi. Vedenpuhdistamon puhdistuskapasiteetti on 10 000 m³ / päivässä¹⁵.

¹⁵ Lisätietoa: <http://gumussuaritma.com.tr>

Myös toinen yritysvierailupäivä oli pitkä. Yritys B oli silminnähtävästi kiinnostunut minusta. Tämän pystyi helposti päättelemään siitä huomaavaisuudesta, palvelusta ja kiinnostuksesta, mitä minua kohtaan vierailun aikana osoitettiin. Heidän avullaan tutustuin yrityksen tuotantolaitoksiin, alihankkijoihin, henkilökuntaan, jätevesien käsittelyyn sekä illallisen ääressä yrityksen omistajaan ja muutamaa yhteistyökumppaniin.



Kuva 5. Digitaalinen painokone, joka kuuluu yhdelle alihankkijayrityksistä

Yrityksen B tarjoamat puuvillaiset sisustuskaikat tuotetaan myös alihankintana jossakin toisessa yrityksessä. Hekin olivat todellisuudessa enemmän kiinnostuneita minusta omien tuotteidensa agenttina Pohjoismaissa kuin potentiaalisena asiakkaana. Yritys on ollut tapaamistani yrityksistä aktiivisin ja ollut useasti yhteydessä minuun tapaamisen jälkeen. Yritys haluaisi allekirjoittaa agenttisopimuksen kanssani.

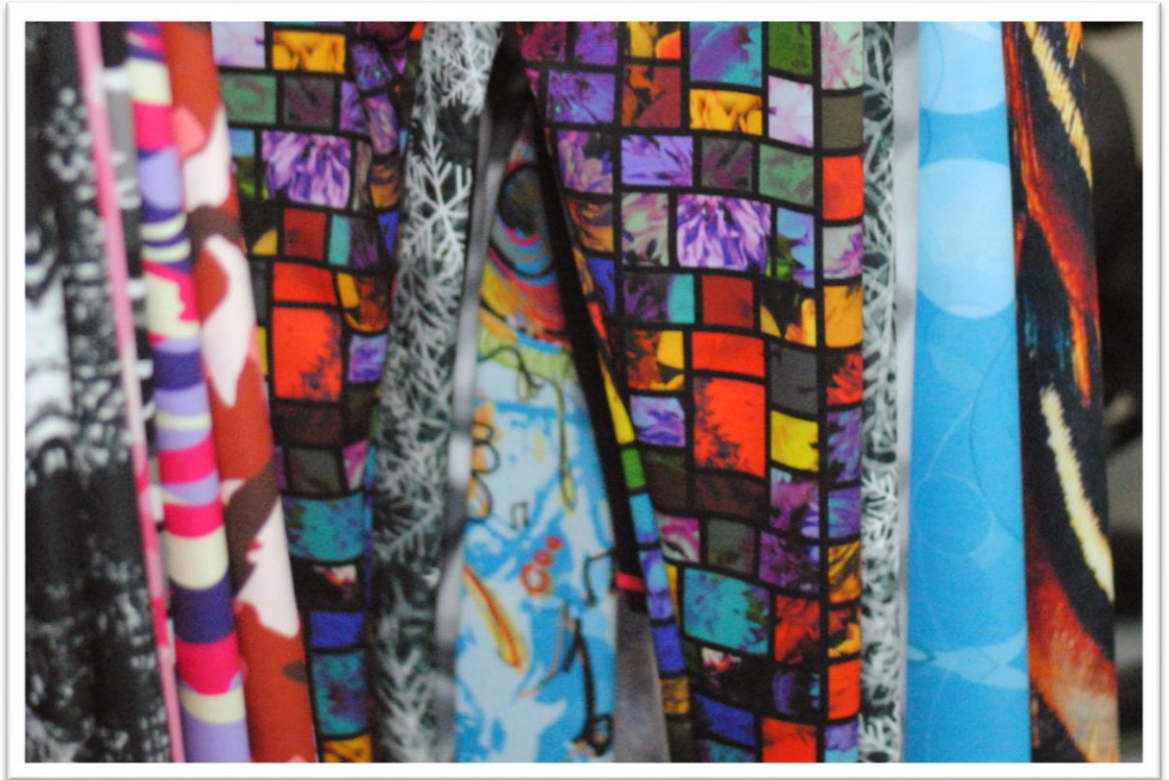
Yritys C

Yrityksen C nettisivuilla kerrotaan, että se on uusi yritys, joka valmistaa digitulostettuja tuotteita ja pyrkii tulevaisuudessa olemaan Turkin johtava digitaalinen kangasvalmistaja. Sivuston mukaan henkilökunnalla on kokemusta digitaalisesta tulostamisesta jo vuodesta 2011 lähtien. Tällä hetkellä yritys valmistaa naisten ulkoiluasuusteita sekä kodintekstiilejä. Nettisivuilla esitellään digitaalisesti painettuja naisten leggingsejä, paitoja, rantapyyhkeitä sekä sisustustyynyjä ja kerrotaan, ettei yritys käytä myrkyllisiä kemikaaleja tuotannossaan.

Nettisivut ja todellisuus vastasivat toisiaan. Yritys on kahden veljeksensä omistama ja se valmistaa digitaalisesti painettuja tekstiilituotteita. Oma digiprinttituotanto on ollut toiminnassa 3 kuukautta. Sitä ennen yritys käytti alihankkijoita ja myi valmiita tuotteita kansainvälisille markkinoille. Yrityksessä työskentelee 8 henkilöä, joista yksi on tekstiilivaatesuunnittelija. Tuoteompelua yrityksellä itsellään ei vielä ole, mutta sen aloittamista suunnitellaan parhaillaan.

Yrityksen omistaja haki minut ystävällisesti autollaan tapaamiseen tehtaalle, ja kävimme aluksi lounaalla yrityksen lähellä sijaitsevassa ravintolassa. Ruokailun jälkeen esiteltiin yrityksen uudet tehdastilat ja digiprintteri. Tuotantotilat olivat suuret ja tyhjät. Yrityksellä ei vielä ole tuoteompelulinjaa, mutta sellainen on suunnitteilla. Toimistossa tapasin myös omistajan veljen ja yrityksen ainoan tekstiilisuunnittelijan, joka oli opiskellut Hollannissa. Tapaamisen aikana minulle esiteltiin digiprintattuja leggingsejä, rantapyyhkeitä sekä sisustustyynyjä.

Yritys on uusi ja oma tuotanto vasta alkamassa. Sen tavoite olla Turkin johtava digitaalinen kankaiden valmistaja on oletettavasti vielä vuosien päässä. Tämäkin yritys tarjosi minulle alihankkijoiden tuottamia puuvillaisia sisustustekstiilejä. He myös olivat todellisuudessa enemmän kiinnostuneita minusta tuotteidensa agenttina Pohjoismaissa. Yritys on ollut aktiivisesti yhteydessä minuun tapaamisen jälkeen ja haluaisi allekirjoittaa agenttisopimuksen kanssani.



Kuva 6. Kuviollisia leggingsejä, joita suunnittelee nuori nainen

Yritys D

Yritys D:n nettisivuilla kuvataan yritystä ja sen toimintaa erinomaisesti. Heillä on myyvimät, informatiivisimmat ja esteettisimmät sivut verrattuna muihin tarjouksen antaneisiin yrityksiin. Yrityksen D internetsivuilla kerrotaan, että se on perustettu vuonna 2008, ja sen päätoimipiste sijaitsee Denizlissä. Sivuston mukaan se on Turkin johtava kudottujen puuvilla- sekä puuvillasekoitekankaiden toimittaja. Yritys värjää, painaa ja pintakäsittelee vaatekankaita, kodintekstiilikankaita sekä huonekalukankaita. Värjättäessä ja painettaessa käytetään sekä pigmentti- että reaktiivivärejä. Yritys valmistaa lakanasettejä, pöytäliinoja ja keittiötekstiilejä. Se voi tarvittaessa toimia suoraan laskuttajana omien yritysasiakkaitensa asiakkaille.

Yritys teki vaikutuksen vastaamalla sähköisen tarjouspyynnön kaikkiin osiin sekä antamalla hyvin kilpailukykyiset hinnat kaikille tarjouspyynnössä oleville puuvillakankaille. Tarjous oli tehty huolella ja ammattimaisesti. Se ei kuitenkaan tarjonnut Pohjoismaiden markkinoille mitään tuotteitaan, joita tarjouspyynnön agenttiosuudessa kysyttiin.



Kuva 7. Lakanasetti pakkauksineen

Hienosti tehdyn tarjouksen jälkeen yritys ei enää ollut kovinkaan kiinnostunut minusta potentiaalisena asiakkaana tai agenttina. Ensimmäisenä välinpitämättömyyden merkinä oli se, ettei yritys tarjoutunut hakemaan minua hotellilta tapaamiseen. Pyytäessäni sähköpostitse saapumisohjeita tehtaalle ei kyselyyni vastattu lainkaan.

Taksihinnat olivat erittäin suuria ja julkinen liikenne ei ole kovinkaan kehittynyttä Denizlissä. Päätin mennä tapaamiseen julkista liikennettä käyttäen. Valitettavasti nousin bussiin, joka ei kulje ihan perille Organize 1-teollisuusalueelle asti. Matkan varrella jouduin keksimään toisen keinon päästäkseni perille. Monien mutkien jälkeen toimitilat löytyivät ja myöhästyin tapaamisesta noin 30 minuutilla, joka turkkilaisen mittapuun mukaan on tuskin huomattava asia. Hikisenä ja reppu selässä saavuin vastaanottoon, josta minut ohjattiin odotushuoneeseen.

Valitettavasti sain tietää, että tapaaminen toimitusjohtajan kanssa ei ollut mahdollista, sillä hän ei ollut paikalla. Olin kovin närkästynyt tiedosta ja ihmettelin, miksi asiasta ei ollut ilmoitettu minulle etukäteen. Toimitusjohtajan sijaan minut otti vastaan kaksi nuorta naista, jotka pahoittelivat asiaa ja lupasivat auttaa parhaansa mukaan. Minulle ei

kuitenkaan kerrottu syytä, miksi johtaja ei saapunut paikalle. Tässä vaiheessa aloin ymmärtää, ettei minua otettu vakavasti ja eikä minuun kannattanut tuhllata kallista aikaa.



Kuva 8. Pahvinen pakkausmateriaali

Tapaamisen aikana tarjottiin kahvia, esiteltiin tarjouspyynnössä pyytämiäni tekstiilejä sekä katsottiin erilaisia pakkausmateriaaleja. Siitä huolimatta koin, että minua kohdeltiin ylenkatsoen ja pyrittiin pääsemään eroon mitä pikimmiten. Sain mukaani pari kangasnäytettä ja myöhemmin iltapäivällä luvattiin sähköpostitse ilmoittamaan pyytämäni toimitushinnat.

Nettisivujen perusteella yritys D vaikutti kaikkein mielenkiintoisimmalta ja potentiaalisimmalta yhteistyökumppanilta ennen tapaamista. Valitettavasti yritys ei ollut kiinnostunut minusta potentiaalisena asiakkaana tai agenttina. Luvatut toimitushinnat eivät koskaan saapuneet sähköpostilla, eikä yritys ei ole enää ollut yhteydessä minuun tapaamisen jälkeen.

Tämän yritysvierailun jälkeen olin sekä vihainen että häpeissäni. Vihainen siitä syystä, ettei minua ollut otettu vakavasti ja että minua oli kohdeltu ylenkatsoen. Häpeissäni siitä syystä, etten ollut ottanut huomioon sitä, millaisen vaikutuksen reppu selässä ja

kävelemällä tapaamiseen saapuessani voin turkkilaisille antaa. Vaikka olinkin pyytänyt tarjousta ekologisista kankaista, ei tapaamiseen kävellen tai julkisia kulkuvälineitä käyttävä asiakas herätä tarvittavaa kunnioitusta turkkilaisessa yrityksessä.

Yritys E

Yritys E:n nettisivut ovat esteettiset ja informatiiviset. Sivuilla kerrotaan, että kahden vuosikymmenen ajan yritys on tuottanut korkealuokkaisia hotellitekstiilejä maailman tunnetuimmille hotelliketjuille ja hotelleille; pyyhkeet, kylpytakit, kylpyhuonetekstiilit, lakanat ja ravintolatekstiilit. Sivuston mukaan yritys palvelee myös kylpylähotelleja ja vastaa boutique-hotellien tarpeisiin. Yritys E valmistaa laivatekstiilejä ja palvelee yksityisasiakkaita, jotka haluavat kotiinsa uniikkitekstiilejä. Se tekee läheistä yhteistyötä asiakkaiden kanssa ja vie tuotteitaan yli 20 eri maahan. Päämarkkina-alueet ovat Venäjä ja sen naapurimaat, EU sekä Pohjois-Afrikan maat.

Edellisen päivän nolottavien kommelluksien saattamana saavuin taas Organize-teollisuusalueen lähetyville. Itseasiassa olin niin häpeissäni viimeisimmästä kokemuksesta, että en oikeasti halunnut mennä nolaamaan itseäni taas uudelleen. Pakotin itseni kuitenkin saapumaan sovittuun tapaamiseen.

Tälläkään kertaa minulla ei ollut hienoja vaatteita enkä saapunut paikalle taksilla enkä vuokra-autolla. Saavuin paikalle etuajassa paikallisen ravintolayrittäjän kyyditsemänä. Olin saapunut Organize-teollisuusalueen läheisyyteen jo 1,5 tuntia ennen sovittua tapaamista välttääkseni myöhästymistä. Odotin tapaamista lähiravintolassa, ja sen omistaja vei minut autollaan tapaamispaikalle kuultuaan, että olisin menossa sinne kävellen.

Minua oli vastaanottamassa keski-ikäinen mies, joka omisti suuren tekstiilitehtaan. Tapaamiseen oli kutsuttu myös yksi alihankkijan edustaja, joka on koulutukseltaan tekstiili-insinööri ja valmistaa yrityksessään sekä pöytäliinoja että muita sisustuskankaita.

Tapaaminen alkoi paremmin kuin edellisenä päivänä. Pienen keskustelun jälkeen tehtaanjohtaja ja alihankkija näyttivät suhtautuvan minuun positiivisesti ja ehkäpä myös huvittuneesti. Turkin kielen taitoni teki hyvän vaikutuksen ja oletettavasti miehet halusivat selvittää kuka oikeastaan olen.

Yritys E ei omista tuotemerkkiä, koska suurin osa tuotannosta menee suurille hotelliketjuille ja yksityisille asiakkaille. Tapaamisen aikana selvisi, että yritys ompelee valmiit tuotteet sekä tekee viimeistelyn kaikille tuotteille itse. Ainoastaan osa tekstiileistä kudotaan itse. Osa ostetaan alihankkijoilta. Yrityksen suuressa showroomissa tutustuimme tuotannon läpileikkaukseen.

Tapaaminen oli miellyttävä. Keskustelimme erilaisista pakkausmateriaaleista sekä kuljetuskustannuksista. Tämänkin yrityksen tarjoamat hinnat painetuista puuvillatekstiileistä oli hankittu joltakin alihankkijayritykseltä. Vaikka yritys E ei tarjouksessaan ollut kiinnostunut viemään Pohjoismaiden markkinoille omia tuotteitaan, tapaamisen kuluessa käytyjen keskustelujen jälkeen se oli valmis viemään tuotteitaan agentin välityksellä myös Pohjoismaihin. Erityisesti johtajaa kiinnosti myydä tuotteitaan Pohjoismaiden hotellien ja muiden yritysten pesulapalveluita tarjoaville yrityksille. Tapaamisen jälkeen yritys ei ole enää ollut yhteydessä minuun.

Yritys F

Yritys F:n nettisivut on esteettisesti ja ammattimaisesti tehty. Sivulla mainitaan, että yritys on ollut markkinoilla yli 50 vuotta ja yritys tuottaa kuukaudessa 150 000 kiloa pyyhkeitä ja kylpytakkeja sekä 500 000 metriä kangasta (kodintekstiilejä).

Internetsivuilla kerrotaan, että yritys valmistaa korkealuokkaisia lakanasettejä, hotellitekstiilejä, pyyhkeitä, kylpytakkeja, saunatekstiilejä sekä froteisia lastentuotteita. Yritys kasvattaa vuosittain markkinaosuuttaan ja on tällä hetkellä alansa markkinajohtaja. Yrityksen F visiona on osaamisen jatkuva parantaminen ja ympäristövastuu. Internetsivuilta asiakas voi ladata uusimmat tuotekatalogit PDF-muodossa.

Yritys vastasi joulukuiseen sähköpostiini vasta sinä aikana kun olin jo yritysvierailuilla Denzissä. Vastasin heidän lähettämäänsä sähköpostiin ja kerroin olevani kiinnostunut tutustumaan yritykseen ja heidän tuotteisiinsa. Yritys F ei myöhäisestä yhteydenotosta johtuen ehtinyt tehdä tarjousta ennen tapaamista. Yritys valmistaa korkealuokkaisia puuvillaisia lakanasettejä, minkä vuoksi halusin ehdottomasti tutustua siihen.

Saapuessani tapaamiseen vastaanotto oli lämmin ja ystävällinen. Tapaamisen aikana kävi ilmi, ettei yrityksen omia merkkejä myydä vielä Suomessa, mutta he ovat tuottaneet alihankkijoina paljon tekstiilejä HobbyHallille ja Anttilalle. Tuotantoprosessista

ainoastaan kankaiden värjäys ja painatus ostetaan alihankkijoilta, muu on omaa tuotantoa. Keskusteluissa selvisi, että yritys on kiinnostunut viemään tuotemerkkinsä alla tuotteita myös Suomeen agentin välityksellä. Päätökseen oletettavasti vaikutti se, että he olivat varsin viehättyneitä sekä huvittuneita minusta ihmisenä. Laaja kielitaitoni sekä turkin kielen taito olivat heille erityisen kiinnostavia asioita.

Yritys ei ole ollut tapaamisen jälkeen yhteydessä minuun, mutta ajatuksenani on ottaa heihin yhteyttä tulevaisuudessa. Yritys vaikuttaa erinomaiselta yhteistyökumppanilta, oli sitten kyseessä muotoilun myyminen sille, tekstiilien tuottaminen tai agenttina toimiminen.



Kuva 9. Ompelijoita työssään froteetuotteita valmistavassa yrityksessä

Yllätysyritys G

Yritys G oli minulle aivan tuntematon ennen Denizliin saapumista. Yrityksen yhteystiedot puuttuivat yrityslistasta, jonka olin ITKIB:ltä saanut eikä tarjouspyyntöä ollut siis lähetetty.

Yritys G:n internetsivut ovat yksinkertaiset, mutta toimivat ja informatiiviset. Sivuston mukaan yritys on perustettu vuonna 1968 ja se tuottaa kudottuja sekä neulottuja tekstiilejä. Yrityksen tuotevalikoimaan kuuluu lakanoita, pussilakanoita sekä tyynyliinoja, pyyhkeitä ja kylpytakkeja. Puolet koko tuotannosta menee ulkomaan markkinoille, ja yrityksen tuotteita myydään 4 eri maanosassa.

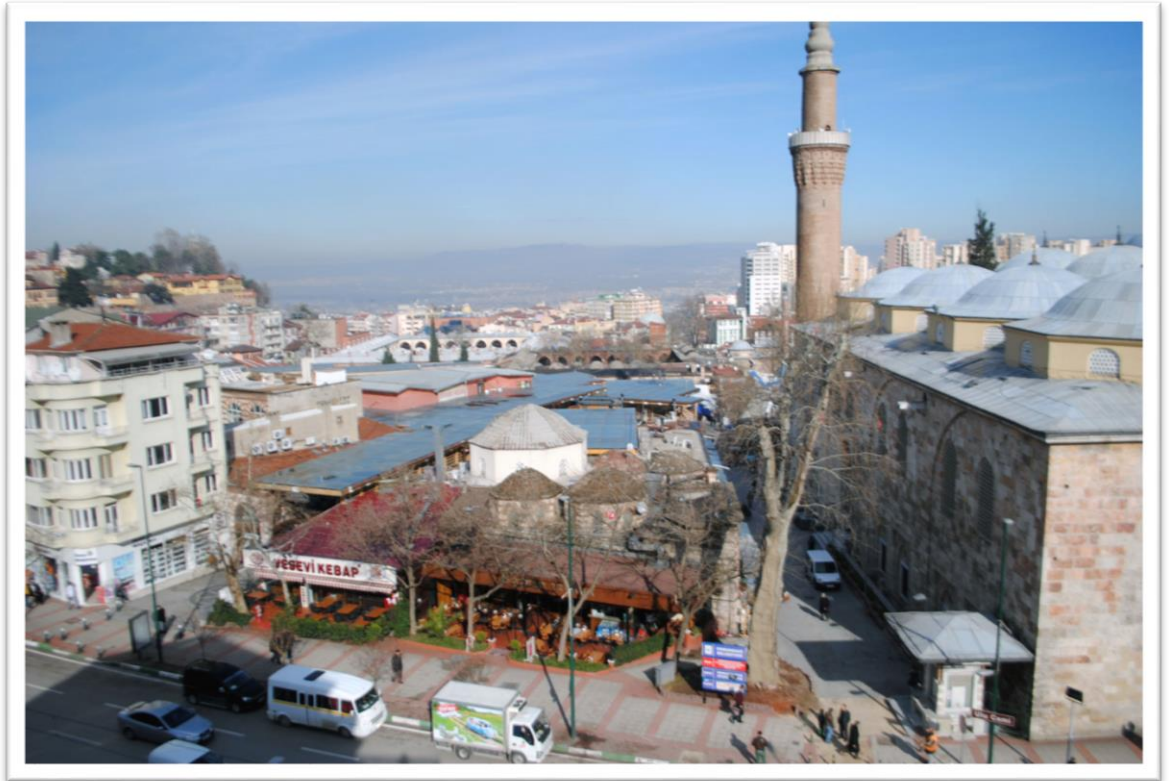
Turkissa asiat tapahtuvat usein spontaanisti ja suunnittelematta. Olin kävelyllä Denizliin kaupungilla alueella, jossa on useita kodintekstiilejä myyviä kauppia. Yhden kaupan ikkunassa oli mielenkiintoinen lakanasetti, ja menin kauppaan katsomaan sitä. Myyjälle kerrottuaani, että olen suomalainen tekstiilisuunnittelija, joka etsii sopivaa tekstiilintuottajaa esitteli hän minut välittömästi tehtaan yhdelle omistajista.

Siltä seisomalta minut vietiin tutustumaan tehtaaseen ja esiteltiin toimitusjohtajalle.

Saapuessa tehtaalle johtajalla oli juuri kokous kesken, mutta se lopetettiin minun takiani. Turkissa on usein tapana puhua asian vierestä ja keskustella niitä näitä ennen kuin päästiin asiaan. Aluksi minulle esiteltiin tehtaan tuotantoa ja sain mukaani useita yrityksen katalogeja. Sovimme, että lähetän hänelle tarjouspyynnön sekä sähköisenä että sähköpostilla, jotta yritys valita, kummalla tavalla tekee minulle tarjouksen painetuista puuvillaisista tekstiileistä.

Ilmoitin olevani kaupungissa viikon, jolloin on vielä mahdollista järjestää uusi tapaaminen. Valitettavasti tarjousta ei koskaan saapunut, eikä yritys ole sen jälkeen ollut yhteydessä minuun. Oletan, että yksi syy siihen on se, etten taaskaan näyttänyt uskottavalta liikekumppanilta. Tämä johtui siitä, että tapaamishetkellä ylläni olivat farkut ja collegepaita eikä pukua tai suoraa housuja. Yritys G on myös varteenotettava vaihtoehto, jos haluan tuottaa puuvillaisia lakanasettejä. On mahdollista, että vierailen yrityksessä uudelleen. Tällä kertaa hyvin pukeutuneena ja valmistautuneena tapaamiseen.

6.4 Bursa



Kuva 10. Katukuva Bursan keskustasta

Bursa sijaitsee noin 70 km päässä Istanbulista etelään. Kaupunki on Silkkien päätepiste ja sijaitsee luoteis-Turkissa Marmaran alueella. Se on Turkin neljänneksi suurin kaupunki ja erittäin tärkeä teollinen keskus. Bursa oli Ottomaanien pääkaupunki vuosina 1335–1363.(Bursa Büyükşehir Belediyesi 2015.) Katso kuva 10.

Bursassa on ollut tekstiiliteollisuutta 1500 vuoden ajan. Kaupunki oli 550-luvulla ainoa paikka Kiinan ulkopuolella, jossa valmistettiin silkkiä. Kaupunki on ollut tekstiilikeskus Ottomaanien ajoista asti, ja siellä valmistetaan laajasti erilaisia tekstiiliteollisuuden tuotteita kuten kudottuja puuvillakankaita, synteettisiä sekä tekokuituisia lankoja, kudottuja sekä neulottuja nukkakankaita. Kodintekstiilejä ja valmisvaatteita tuottavat yritykset ovat suurimmat tekstiiliteollisuuden alihankkijayrityksistä. (Bursainvest 2015.)

Bursassa on yli 8000 tekstiiliteollisuusyritystä, jotka työllistävät 60 000 ihmistä. Turkin synteettisten lankojen valmistajista 75 % löytyy Bursasta. Kaupungista viedään

tekstiiliteollisuuden tuotteita yli 180 eri maahan. Suurimmat kohdemaat ovat Venäjä, Saksa, Iran, Yhdistynyt Kuningaskunta, Italia ja Puola. Viennin vuosittainen arvo on yli 2 miljardia liiraa (600 miljoonaa euroa). (Bursainvest 2015.)

6.5 Yritysvierailut ja tapaamiset Bursassa

Yritys H

Denizlin vierailun aikana ilmeni, ettei siellä ollut sellaisia sisustus- ja verhoilukankaita valmistavia yrityksiä, joista olen kiinnostunut. Tarjouspyyntöni oli vastannut Bursasta yksi polyesteristä ja akryylistä verhoilukankaita tuottava yritys, joka vaikutti mielenkiintoiselta. Matka Bursaan tapahtui pari päivää Denizlin matkan jälkeen linja-autolla, koska lauttakuljetuksia ei myrskysään takia ollut tarjolla.

Yritys H:n nettisivut ovat yksinkertaiset, informatiiviset ja selkeät. Sivulla mainitaan, että perheyritys on perustettu vuonna 2001 ja se valmistaa huonekalu- ja toimistoverhoilukankaita sekä verhoilukankaita autoteollisuuden tarpeita varten. Valmistamisessa käytetään erilaisia menetelmiä, ja yritys valmistaa tasokudottuja kankaita, Jacquard-kankaita, loimi- ja pyöräneulekankaita.

Tapaamisen aikana selvisi, että yrityksessä on 16 Jacquard-neulekonetta ja se työllistää 16 henkilöä. Tehtaassa käytettävät polyesterilangat tuotetaan Turkissa. Omistaja on tekstiili-insinööri, ja hän on aiemmin työskennellyt autoteollisuuden tekstiilituotannon parissa. Tällä hetkellä hän johtaa yritystä sekä suunnittelee tehtaassa tuotettavat kankaat. Yritys vie tuotteitaan Euroopan Unionin maihin ja Venäjälle.

Ensisilmäyksellä oli havaittavissa, että yrityksessä valmistetaan korkeatasoisia tuotteita, joiden muotoilu ja mallistot ovat mielenkiintoisia ja hienoja. Tapaamisen aikana tutustuimme erilaisiin kangastyyppeihin ja moniin mallistoihin. Keskusteluissa käsitelimme sitä, millaiset mallistot sopisivat juuri Pohjoismaiden markkinoille ja millaisia suunnitelmia yrittäjällä oli tulevaisuuden varalle. Omistajan ajatuksena on, että Bulgariassa sijaitseva varasto voisi toimia Pohjoismaihin myytävien kankaiden ensisijaisena toimittajana. Tällä tavoin tullaus ja logistiset kustannukset olisivat ostaja-asiakkaalle huomattavasti huokeammat kuin Turkista käsin toimitettuina. Suoraan

Bursasta tilattaessa kankaiden valmistusajaksi arvioidaan 3-4 viikkoa tilauksesta ja toimitusaika on noin 10 päivää Suomeen toimitettuna.

Yrityksen tuotteet ovat korkealaatuisia ja mielenkiintoisia. Tämä yritys herätti minussa suurta mielenkiintoa. Yritys on kiinnostunut palkkaamaan minut agentikseen Pohjoismaissa. Tapaamisen jälkeen olemme olleet useasti yhteydessä toisiimme mahdollisen yhteistyön aloittamiseksi.

6.6 Agentuuriprovisiot ja tuotteet

Alkuperäisen tarjouspyynnön mukaisesti vain neljä yritystä osoitti kiinnostusta viemään tuotteitaan Pohjoismaihin agentin avulla vastaamalla tarjouspyyntöni toiseen osioon. Todellisuudessa kuitenkin kuusi yrityksestä, joissa vierailin, olivat kiinnostuneita Pohjoismaiden markkinoista ja tarjoamistani agenttipalvelusta. Yleinen toimintatapa on solmia agentin ja valmistajan välille kirjallinen sopimus, johon kirjataan tuottajan ja agentin vastuut ja velvollisuudet. Yritykset, jotka toivoivat minun markkinoivan ja myyvän heidän tuotteitaan Pohjoismaiden markkinoilla, tarjosivat myydyistä tuotteista provision, jonka suuruus vaihteli 4-10 %:n välillä nettomyyntihinnasta.

Yleinen toimintatapa agentin ja tuottajayrityksen välillä on, että agentti toimittaa pohjoismaisen ostajayrityksen tilauksen turkkilaiselle valmistajayritykselle. Turkkilaiset tuottajayritykset vaativat usein tilauksen vahvistamiseksi 30–50 %:n suuruisen ennakkomaksun, jonka tilaajayritys maksaa ennen kuin tuotanto aloitetaan. Ennakkomaksusta saadulla summalla ostetaan esimerkiksi lankaa tilattuja tuotteita varten. Agentti saa provisionsa vasta asiakasyrityksen maksettua koko laskun loppusumman turkkilaiselle tuottajayritykselle.

Tuotteet, joita turkkilaiset yritykset halusivat viedä Pohjoismaiden markkinoille, vaihtelivat suuresti. Yksi yritys (1/6) oli kiinnostunut myymään polyesterisiä sekä akryylisiä verhoilukankaita sekä autotekstiilejä Pohjoismaiden markkinoille. Toinen yritys (1/6) oli kiinnostunut viemään puuvillakankaita kuten Reinforce, Halfpanama ja Creton. Kolmas yritys (1/6) oli myös kiinnostunut valmistamaan digitaalisesti painettuja polyesterisiä naisten asusteita. Kuitenkin suurin osa yrityksistä (4/6) halusi myydä kirjaituja pyyhkeitä, kylpytakkeja ja/tai muita kylpyhuonetekstiilejä Pohjoismaiden

markkinoille. Toiseksi suurimmiksi vientiartikkeleiksi muodostuivat erilaiset puuvillaiset lakanasetit ja hotellitekstiilit, joita kaksi yritystä (2/6) tarjosi.

7 Pohdintaa tuloksista

7.1 Millaisia hyötyjä ja haittoja tekstiilien tuottamisessa Turkissa on?

Turkki on suuri tekstiilintuottajamaa, joka sijaitsee Euroopan Unionin vieressä. Maan talouskasvu on OECD-maiden suuri, ja Turkin läheinen maantieteellinen sijainti, valtava ja korkealaatuinen tekstiiliteollisuus sekä EU:ta alhaisemmat tuotantohinnat houkuttelevat tuottamaan tekstiilejä Turkissa.

Turkki tarjoaa monia mahdollisuuksia tekstiili liiketoiminnan alueella. Maassa on tuhansittain erilaisia tekstiilialan yrityksiä, jotka tuottavat laajasti erilaatuisia ja -tyyppisiä tekstiilituotteita. Maassa tuotetaan sekä tekstiilialan raaka-aineita, lankoja, kankaita että valmiita vaatteita ja muita tekstiilituotteita. Turkin tuotantokustannukset ovat useisiin Euroopan Unionin maihin verrattuna alhaisemmat, mikä laskee lopputuotteen hintaa.

Uuden yrittäjän näkökulmasta hyötyjä ovat runsas tekstiilituottajien tarjonta, pitkä tekstiiliteollinen historia ja maantieteellinen sijainti. Turkissa on määrällisesti ja laadullisesti suuri valikoima yrityksiä, joista valita itselle sopivin yhteistyökumppani, ainakin teoriassa. Maassa toimivilla yrityksillä on historiallisesti ja liiketaloustieteellisesti katsottuna laaja tietotaito tekstiili liiketoiminnasta, ja turkkilaiset yritykset tekevät ja ovat tehneet kansainvälistä kauppaa satojen vuosien ajan. Maantieteellisesti ja kulttuurillisesti Turkki voi olla suomalaiselle yrittäjille tie myös muihin maihin. Erityisesti muslimimaiden sekä Lähi-idän markkinat avautuvat Turkin kautta huomattavasti helpommin kuin Suomesta käsin.

Haasteita Turkissa uudelle muotoilija-pienyrittäjällä on paljon. Kielellisten ja kulttuurieroista johtuvien haasteiden lisäksi sopivan yhteistyökumppanin löytäminen, laadunvalvonta, toimitusajat sekä logistiset haasteet ovat arkipäivää.

Yleisesti on tiedossa, että monet suomalaiset yritykset tuottavat tekstiilejä Turkissa. Tätä vahvistavat haastattelujen aikana saatu tieto suomalaisista yrityksistä, jotka ostavat

tuotteitaan turkkilaisilta yrittäjiltä, joita tapasin. Muotoilija-pienyrittäjän mahdollisuudet tuottaa kodintekstiilejä Turkissa ovat rajallisemmat, koska sopivan yhteistyökumppanin löytäminen voi olla hankalaa ja hyvin vaivalloista. On huomattava, että yritykset kuten Nanso, Anttila tai HobbyHall ovat Suomen mittakaavassa suuryrityksiä, joilla on kapasiteettia tehdä suuria tilauksia turkkilaisilta tehtailta. Muotoilija-pienyrittäjän tilausmäärät ovat ainakin yrityksen alkuvaiheessa huomattavasti pienemmät, ja on haastavampaa löytää tekstiilintuottaja, joka olisi kiinnostunut valmistamaan pieniä tilausmääriä. Logistiset kustannukset nostavat kankaan metrihintaa korkealle erityisesti pieniä määriä tuottaville yrittäjille. Suuryritysten on huomattavasti helpompaa löytää kumppaneita isojen tuotantomäärien kiinnostaessa turkkilaisia tehtaita. Suurien tuotantomäärien ansiosta logistiset kustannukset yhdelle kangasmetrille jäävät tällöin pienemmiksi.

Kommunikointiongelmat kulttuurieroista ja kielestä johtuen voivat aiheuttaa väärinymmärretyksiä tulemista. Suomessa totuttu tapa toimia ei välttämättä sovellu Turkkiin. Turkkilaisessa kulttuurissa henkilökohtainen tapaaminen, kasvotusten kohtaaminen ja jutteleminen ovat ensiarvoisen tärkeitä. Henkilökohtaiset kontaktit sopivien yhteistyöyritysten löytämiseksi ovat välttämättömiä. Suomessa sähköposteja käytetään yritysten välisessä kanssakäymisessä hyvinkin runsaasti, jopa ensikontakti Suomessa voidaan tehdä sähköpostilla. Tämä ei välttämättä toimi Turkissa.

Haasteeksi ja haitaksi voivat mahdollisesti muodostua laadunvalvonta ja logistiset ongelmat, koska tuottaja on maantieteellisesti hyvin kaukana tilaajasta. Koska itse henkilökohtaisesti ei voi olla paikalla, niin kuka tarkastaa laadun ennen kuin tuotteet on maksettu? Kuinka käytännössä voi valvoa tuotannon laatua ja tarttua epäkohtiin ajoissa, ennen kuin tuotteet ovat saapuneet Suomeen? Saapuvatko tilatut tuotteet ajoissa? Yksi paikallinen tapa ratkaista tällaiset ongelmat ovat hyvät henkilökohtaiset suhteet tehtaaseen, jossa valmistus tapahtuu. Tällä tavoin mahdolliset haasteet on helpoimmin ratkaistavissa. On myös mahdollista toimia niin, että muotoilija-pienyrittäjällä on luottohenkilö, joka huolehtii asioista hänen puolestaan Turkissa.

7.2 Mitä opin?

Turkin vaihto-opiskelun aikana opin turkin kielen taidon. Tietämykseni Turkin kulttuurista, islaminuskosta, historiasta, politiikasta, taloudesta ja tekstiiliteollisuudesta kasvoivat

huomattavasti. Osaan tällä hetkellä toimia ja työskennellä turkkilaisessa sekä islamilaisessa kulttuuriympäristössä paremmin kuin ennen.

Turkkilaiset ovat hyviä verkostoitumaan. Denizlin yritysvierailujen aikana opin, että tekstiilituottajayritykset käyttävät paljon alihankkijoita liiketoiminnassaan ja että he ovat hyvin verkostoituneita. Yritykset, jotka antoivat tarjouksen painetuille puuvillakankailla eivät itse asiassa tuota niitä, vaan ostavat ne alihankkijoilta. Osa yrityksistä valmistaa erilaisia tuotteita puuvillakankaista, mutta yritykset hankkivat kangasmateriaalit alihankkijoiltaan.

Suurin osa yrityksistä, jotka antoivat minulle tarjouksen, halusi ensisijaisesti myydä tuotantoaan agentin avulla Pohjoismaissa. Tarjouksen pyytämistäni puuvillakankaista yritykset tekivät alihankkijoita apuna käyttäen. Tarjouspyyntöni avulla sain vain muutaman suoran kontaktin puuvillakankaiden tuottajiin, mutta yritystapaamisten yhteydessä tutustuin kuitenkin kuviollisten puuvillakankaiden tuottajiin heidän alihankkijoidensa roolissa.

Turkissa tekstiiliteollisuus on miesten liiketoiminta-alaa. Vieraillessani tehtaissa ja tekstiilialan yrityksissä huomasin, ettei naisia juurikaan näkynyt vastuullisissa tehtävissä. Näkemäni naiset yhtä lukuun ottamatta olivat suorittavassa työssä joko ompelijoina, siivoojina, keittäjinä tai vientisihteereinä. Omistajat, johtajat, päälliköt ja myyntityötä tekevä henkilökunta olivat yleisesti ottaen miehiä. Suomalaisten naisryrittäjien ja muotoilijoiden tulee tiedostaa tämä kulttuuriero toimiessaan Turkissa.

Muotoilijan ja muotoiluyrittäjän tulee olla tietoinen myös siitä, että plagiointi on Turkissa arkipäivää. Yritys, jolle suunnittelin miesten vaatetustekstiilikuoseja kertoi, että messuilla käydään katsomassa, millaisia mallistoja sekä uutuuksia markkinoille on tullut. Uusista malleista otetaan kuvia sekä tehdään muistiinpanoja, jotka lähetetään tehtaalle. Tehtaalla yrityksen suunnittelija muokkaa kuvatuista malleista hieman erilaisia, ja tuotteiden valmistus aloitetaan välittömästi, jotta ne saadaan markkinoille jo viikon kuluessa. Yritysvierailulla ollessani eräs toinen henkilö kertoi, että hän kiertele tekstiilialan messuja, tutustuu markkinoilla oleviin kankaisiin, ottaa niistä mallia ja tekee mallistonsa niiden avulla. Kuulemani mukaan tällainen toiminta vaikuttaa olevan yleistä Turkissa.

Olet sitä, miltä näyttät. Yritysvierailujen aikana opin, että varteenotettavan ulkomaisen liikekumppanin tulee näyttää menestyvältä. Menestyvyyteen kuuluvat ulkoiset merkit kuten hyvä pukeutuminen ja kallis auto. Minulla ei ollut kallista autoa eikä hyvää pukua, mikä herätti turkkilaisissa yrityksissä varmastikin hilpeyttä ja mahdollisesti myös epäluottamusta. Vaikka olin tarjouspyynnössäni selvästi esittänyt olevani kiinnostunut ekologisesti valmistettavista tekstiileistä, niin en usko, että julkista liikennettä käyttävä, reppu selässä kävelevä huonosti pukeutuva keski-ikäinen suomalainen mies välttämättä näyttää varteenotettavalta ja uskottavalta kauppakumppanilta.

Seuraavalla kerralla mennessäni Turkkiin yritystapaamisiin aion saapua paikalle hienolla vuokra-autolla kahdestakin eri syystä johtuen. Oma auto on helpoin tapa liikkua paikasta toiseen ja antaa uskottavan kuvan minusta varteenotettavana liikemiehenä.

Denizlin matkan aikana opin, että tekstiilien ekologisuuteen kiinnitetään enemmän huomiota kuin olin odottanut. Kaupungissa on neljä tekstiilejä värjäävää yritystä, joita kaikki tekstiiliyritykset yhteisesti käyttävät. Jokaisen neljän värjäämön jätevedet ohjautuvat suoraan jätevedenpuhdistamoon. Se, että sain 100 orgaanisia tekstiilejä tuottavien yritysten yhteystiedot kertoo valveutuneisuudesta. Kaikilla tapaamillani yrityksillä oli myös EKOTEX-sertifikaatti.

7.3 Vinkkejä

Suomalaisen muotoilija-pienyrittäjän toimiminen Turkissa tuo haasteita, mutta se voi tuoda myös paljon mahdollisuuksia. Maan tekstiiliteollisuus on erittäin suuri sekä monipuolinen, ja se tarjoaa paljon enemmän vaihtoehtoja tekstiilialan toimijalle kuin mitä esimerkiksi Suomessa on. Turkissa suurimmat haasteet liittyvät siihen mistä ja miten löytää sopivimmat yhteistyökumppanit. Olemassa olevien yritysten kartoittaminen on jo itsessään ongelmallista. Sopivimman yhteistyökumppanin löytäminen on erittäin vaikeaa. Kannattaa iloita, jos löytää aluksi jokseenkin sopivan yhteistyökumppanin. Myöhemmin paikan päällä toimittaessa voi löytää uusia sopivampia yhteistyötahoja.

Jos aikoo tuottaa tekstiilejä Turkissa, kannattaa ensimmäiset kontaktoinnit tehdä englannin kielellä. Tällä tavoin vastaavat yritykset ovat kiinnostuneita kansainvälistä kontakteista ja liiketoimintamahdollisuuksista, ja he myös osaavat englantia. Turkin

kielen käyttäminen aluksi voi herättää epäluuloja, ja sillä tavoin jokin potentiaalinen kontakti jättää vastaamatta.

Turkin kielen taidosta on kuitenkin hyötyä. Asioiden toimittaminen ja ihmisten kunnioituksen saaminen on huomattavasti helpompaa kun puhut paikallista kieltä. Se vaikuttaa myös viihtyvyyteen. Mielestäni kielen osaaminen on osoitus siitä, että kunnioitat maan kulttuuria ja ihmisiä, joiden kieltä puhut.

Henkilökohtaiset kontaktit, tapaamiset ja keskustelut ovat erittäin tärkeitä Turkissa. Paikalle saapuminen, läsnäolo ja vuorovaikutus kasvotusten ovat osa turkkilaista kanssakäymistä. Toisin sanoen kannattaa panostaa suhteiden luomiseen, kontaktointeihin sekä keskusteluihin. Tämä kaikki kasvattaa luottamusta ja ymmärtämistä.

Suomessa hyvinkin käytännöllinen ja toimiva kommunikointitapa, sähköposti, ei toimi Turkissa kokemukseni mukaan juuri lainkaan. Puhelin on huomattavasti käytännöllisempi tapa kommunikoida. Kokemukseni mukaan kaikkein paras tapa viestiä on saapua paikan päälle henkilökohtaisesti tapaamaan ihmistä.

Yksi varteenotettava tapa päästä Turkin markkinoille voi olla agentin kautta. Kannattaa olla yhteydessä Suomessa toimiviin agenteihin, jotka tuovat jo tekstiilejä Turkista Suomeen. He voivat mahdollisesti auttaa ensimmäisten kontaktien luomisessa. Tällöin koko prosessi tapahtuu huomattavasti helpommin kuin mitä opinnäytetyössäni kuvaan.

Turkki on mahdollisuuksien maa tekstiiliyrittäjän näkökulmasta. Turkin tekstiiliteollisuus on mittavaa ja siellä voi avautua uusia mahdollisuuksia, joita ei voisi edes kuvitella. Maassa vieraillessa kannattaa liikkua avoimin silmin ja nähdä uusia potentiaalisia mahdollisuuksia. Sopivan yhteistyökumppanin löydyttyä kannattaa rakentaa jatkuvasti luottamusta sekä ylläpitää säännöllisesti yhteyksiä. Kun molemminpuolinen luottamus on saavutettu, asiat hoituvat ja saadaan tuloksia aikaan.

7.4 Yhteenveto ja loppusanat

Suurin syy lähteä vaihto-opiskelijaksi oli halu selvittää pienyrittäjän liiketoimintamahdollisuuksia Turkissa sekä oppia turkin kieli. Olen oppinut vuosien

varrella asuttuani kahdeksassa eri maassa, että paikallisen maan kielitaidon osaaminen on tärkeää, vaikka väestö puhuisikin englannin kieltä. Turkissa ihmiset eivät kovinkaan usein osaa vieraita kieliä, minkä vuoksi turkin kielen taito on välttämätöntä maassa toimimiselle.

On ollut hyvin valaiseva kokemus tutustua Turkkiin ja sen tekstiiliteollisuuteen, joka on maan tärkein teollisuudenala. Monet suuret suomalaisyritykset ovat löytäneet Turkin tekstiilintuottajamaana. Sopivan tekstiilivalmistajan löytäminen on kuitenkin haaste, varsinkin pienyrittäjälle, koska turkkilaisyrietykset ovat kiinnostuneet suuryrityksistä isojen tilauksien vuoksi.

Opinnäytetyöprosessin aikana opin, että Turkissa tekstiilien tuottamisen hyötyjä ovat runsas tekstiilintuottajien tarjonta, pitkä tekstiiliteollinen historia ja maantieteellinen sijainti. Muotoilija-pienyrittäjän tilausmäärät ovat yrityksen alkuvaiheessa pieniä, jolloin voi olla haastavaa löytää tekstiilintuottaja, joka olisi kiinnostunut valmistamaan pieniä tilausmääriä. Turkkilaiset yritykset ovat kiinnostuneita myymään tuotteitaan Suomessa agentin välityksellä. Suurin osa yrityksistä, jotka antoivat minulle tarjouksen, halusi myydä tuotantoaan agentin avulla Pohjoismaissa. Uskon, että kielitaitoni ja persoonallisuuteni saivat heidät kiinnostumaan minusta.

Tärkeää pienyrittäjälle on löytää luottamuksellinen suhde suoraan tekstiilintuottajayrityksen kanssa, jotta suora kommunikaatio on mahdollista sekä syntyvien ongelmatilanteiden ratkominen ilman välikäsiä on helpompaa. Suora kontakti tekstiilintuottajayritykseen oletettavasti alentaa myös hintoja, kun toimittajaketjussa on yksi tai useampi väliporras vähemmän.

Suosittelen Turkissa tekstiilialan liiketoimintaa aloittavalle yritykselle vierailemaan Istanbulissa ja muissa suurissa kaupungeissa järjestettävillä tekstiilialan messuilla. Henkilökohtainen kohtaaminen on ensisijaisen tärkeää Turkissa toimimiselle. Kohtaamalla pystyy paremmin arvioimaan yritystä ja sen henkilökuntaa keskustellen heidän kanssaan. Myös turkkilainen yritys pystyy heti tekemään oman arvionsa uudesta tuttavuudesta. On hyvä pitää mielessä, millaisen vaikutelman antaa. Kannattaa pukeutua asianmukaisesti tapaamisiin. Turkissa henkilökohtainen luottamus on tärkeää, ja se on ansaittava. Asioiden ymmärtäminen oikein ja erilaiset järjestelyt onnistuvat Turkissa parhaiten kohtaamalla ihmisiä kasvoitusten.

Vaihto-opiskelun aikana tutustuin paljon uusiin ihmisiin, vierailin uusissa mielenkiintoisissa paikoissa sekä sain hyviä kontakteja tulevaisuuden liiketoimintaa ajatellen. Turkin kielen taitoni sekä yrityskontaktini toi minulle uusia työprojekteja nykyisen työnantajani palveluksessa. Ilman turkin kielen taitoa sekä kulttuuriosaamista sitä ei olisi tapahtunut.

Toiminnallinen opinnäytetyöni auttaa minua tulevana muotoilija-pienyrittäjänä toimimaan paremmin turkkilaisessa kulttuuri- ja liiketoimintaympäristössä, sekä löytämään hyviä tapoja luoda suhteita paikallisten yrittäjien kanssa paremmin. Opinnäytetyöni hyödyttää myös muita muotoilija-pienyrittäjiä, jotka haluavat tuottaa tekstiilejä Turkissa. Neuvottelut parin tapaamani yrityksen kanssa jatkuvat ja toivon, että päädyimme tekemään yhteistyötä lähiaikoina tekstiililiiketoiminnan parissa.

Tulevaisuudessa olisi mielenkiintoista saada selville, kuinka moni suomalainen muotoilija-pienyrittäjä tuottaa jo tekstiilejä Turkissa ja miten he löysivät sopivimmat yhteistyökumppanit sieltä.

Lähteet

Bursa Büyükşehir Belediyesi 2015, <http://www.bursa.bel.tr>. Luettu 17.06.2015

Bursainvest 2015, Main sectors. Textile.
http://www.bursainvest.gov.tr/en/baslica_sektorler/tekstil.html Luettu 24.06.2015

Countryeconomy.com <http://countryeconomy.com/gdp/finland?year=2014> .
Luettu 09.06.2015

Denizli Büyükşehir Belediyesi 2015. About Denizli. <http://www.denizli.bel.tr> .
Luettu 15.06.2015

Denizli Chamber of Commerce Official Web Site 2015, Introduction of Denizli
<http://www.dto.org.tr/en/default.asp?page=denizli> . Luettu 15.06.2015

Erämetsä, Pirkko. Suominen, Pekka 2004. Agenttikaupan käsikirja.
Kauppakamarisarja. Helsinki. Edita Prima Oy

Gümüssü Aritma 2015 <http://gumussuaritma.com.tr> Luettu 17.06.2015

Invest in Turkey 2015. The Republic of Turkey Prime Ministry. Investment
Support and Promotion Agency. Turkey at Glance. Facts and Figures.
<http://www.invest.gov.tr/en-US/turkey/factsandfigures/Pages/TRSnapshot.aspx>
. Luettu 08.06.2015

Invest in Turkey 2014. The Republic of Turkey Prime Ministry. Investment
Support and Promotion Agency. The Manufacturing Industry in Turkey. January
2014. <http://www.invest.gov.tr/en-US/infocenter/publications/Documents/MANUFACTURING.INDUSTRY.pdf> .
Luettu 08.06.2015

Istanbul Textile and Apparel Exporter Associations. General, textile, apparel,
leather and carpet Foreign Trade of Turkey 2007-2012 annual.
http://www.itkib.org.tr/english/statistics/2012%20YILLIK_GENEL_TEK_KONFDERI_HALI_INGILIZCE.pdf Luettu 08.06.2015

Suomen tekstiili ja muoti. 2015. Toimiala. Tilastot. Ulkomaankauppa.
<http://www.stim.fi/toimiala/tilastot/ulkomaankauppa.html> . Luettu 09.06.2015

Team Finland 2015. Palvelut kansainvälistyville yrityksille.
<http://palvelut.team.finland.fi> Luettu 22.07.2015

Turkish Statistical Institute. Foreign Trade.
<http://www.turkstat.gov.tr/Start.do;jsessionid=Ysp0V1GXBnczHvZNF6xq1ck2CjdmYLCjRpVjw2dk1nSkG4t2Z8l677891445> Luettu 08.06.2015

Ulkoasiainministeriö 2015. Matkustaminen ja maat. Turkki. Edustustojen raportit 7.5.2015.

<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=326420&nodeid=17350&contentlan=1&culture=fi-FI> . Luettu 09.06.2015

UNA Finland / Suomen YK-liitto.07.04.2015 Globalis. Maat. Turkki.

<http://www.globalis.fi/Maat/Turkki> . Luettu 08.06.2015

World Directory of Minorities and Indigenous Peoples. November 2011.

<http://www.minorityrights.org/4387/turkey/turkey-overview.html> . Luettu 09.06.2015

Liite 1. Tarjouspyyntö englannin kielellä

Inquiry for quotation

PART A

If your company can not produce all the fabrics which are listed here below, then make the quotation only for the fabrics which you can produce.

COMPANY INFORMATION

Name of the company

Webpage

Postal address

Postal index

City

Country

Contact person

E-mail

Telephone number

HEAVYWEIGHT INTERIOR COTTON PRINTED IN 5 COLOURS

MATERIAL: 100 % cotton.

WEIGHT: 200 -220g/m², +/- 3 %.

WIDTH: 145- 160 cm, +/- 3 %.

Minimum production quantity x meters?

Price for the minimum quantity in Turkish Liras including VAT (value added tax).

Price for the minimum quantity in Turkish Liras excluding VAT (value added tax).

Weight g/m².

Width X cm.

How many days after the order has been placed, the order is ready to be delivered to the customer?

X Days.

Are there any ecological certificates for this fabric?

No.

Yes – Name of the certificate.

Issued by which Authority?

Issued in which year?

Additional information.

HEAVYWEIGHT COTTON SATEEN PRINTED IN 5 COLOURS

MATERIAL: 100 % cotton

WEIGHT: 175-185g/m², +/- 3 %.

WIDTH: 145- 155 cm, +/- 3 %

Minimum production quantity x meters?

Price for the minimum quantity in Turkish Liras including VAT (value added tax).

Price for the minimum quantity in Turkish Liras excluding VAT (value added tax).

Weight g/m².

Width X cm.

How many days after the order has been placed, the order is ready to be delivered to the customer?

X Days.

Are there any ecological certificates for this fabric?

No.

Yes – Name of the certificate.

Issued by which Authority?

Issued in which year?

Additional information.

HEAVYWEIGHT UPHOLSTERY COTTON PRINTED IN 5 COLOURS

MATERIAL: 100 % cotton.

WEIGHT: 370-390g/m², +/- 3 %.

WIDTH: 140- 155 cm, +/- 3 %.

Minimum production quantity x meters?

Price for the minimum quantity in Turkish Liras including VAT (value added tax).

Price for the minimum quantity in Turkish Liras excluding VAT (value added tax).

Weight g/m².

Width X cm.

How many days after the order has been placed, the order is ready to be delivered to the customer?

X Days.

Are there any ecological certificates for this fabric?

No.

Yes – Name of the certificate.

Issued by which Authority?

Issued in which year?

Additional information.

PART B

I am also interested in working as a sales agent for your interior fabrics in Nordic Countries (Finland, Sweden, Norway and Denmark).

If you would like to sell your own production of interior fabrics in Nordic countries, which fabrics would you like to sell. If you are not interested in selling your own collection in Nordic countries, you do not need to fill in this section B.

We are interested to sell our production in Nordic countries.

We are not interested to sell our own collection in Nordic countries.

NAME AND CATEGORY OF THE FABRIC.

MATERIAL.

WEIGHT: g/m², +/- %.

WIDTH: cm +/- %.

Minimum quantity for sale - meters?

Price for the minimum quantity in Turkish Liras including VAT (value added tax).

Price for the minimum quantity in Turkish Liras excluding VAT (value added tax).

Are there any ecological certificates for this fabric?

No.

Yes – Name of the certificate.

Issued by which Authority?

Issued in which year?

Additional information

Please send small examples of these 3 fabrics to Mr Arto Mankinen as soon as possible. Address:

PART C

EXPORT SERVICE. Does your company provide also export services?

No.

Yes – specify.

What shipping methods do you use and which countries do you export your fabrics.

ECOLOGICAL PRODUCTIONS METHODS. Ecological issues are important in Nordic countries. In case you company attention to ecological production methods, please inform about it.

Ecological production issues are not that important to our company yet.

Yes, our company pays attention to ecological production methods.

Please specify the most important ecological aspects in fabric production here

VALIDY PERIOD.

This quotation is valid until:

Day

Month

Year.

CONTACT INFORMATION.

This quotation was done by:

Name.

Surname.

Position in the company.

E-mail.

Mobile telephone.

ADDITIONAL INFORMATION. If you wish, you can write additional information here:

Liite 2 Turkinkielinen saatekirje

Liitteen sisältö

Merhaba,

Ben İstanbul'da yaşayan Finlandiyalı kumaş tasarımcısıyım. Aynı zamanda İstanbul Aydın Üniversitesi'nde Türk dili eğitimi almaktayım.

Kendi kumaş tasarımlarımı üretmek ve değerli şirketinizin ürünlerini kuzey ülkelerinde (Finlandiya, İsveç, Norveç ve Danimarka) pazarlama işbirliği yapmak arzusundayım.

Bu nedenle şirketiniz üretim çeşitlerini ve ürün olanaklarını, müşterilerin muhtemel siparişlerini değerlendirmek üzere ilişikteki sorulara cevap vermenizi rica ederim.

Şimdiden göstereceğiniz ilgiye teşekkür eder, her iki taraf için hayırlı olabilecek bir işbirliğinin başlangıcı olmasını içtenlikle dilerim.

Saygılarımla,

Arto Mankinen

Liite 3 Englanninkielinen saatekirje

Liitteen sisältö

Dear Madam / Sir,

My name is Arto Mankinen and I am a fabric designer from Finland. I would like to produce my design in Turkey and I am looking for a Turkish Company, which manufactures cotton interior fabrics. I am most interested to produce following fabrics:

ÜKSEK GRAMAJLI 5 RENK BASKILI PAMUK SATEN

YÜKSEK GRAMAJLI 5 RENK BASKILI PAMUK ASTAR

YÜKSEK GRAMAJLI 5 RENK BASKILI DÖŞEMELİK PAMUKLU KUMAŞ

Do you know any companies, who can produce such kind of interior cotton fabrics?

If yes -Please can you send me the contact information of such companies?

Yours sincerely,

Arto Mankinen Helsinki Finland / Turkey Istanbul

Liite 4. Tarkemmat tiedot kankaista englannin kielellä.**Liitteen sisältö**

Merhaba Etunimi Sukunimi,

Thank you for your kind answer. I would like to produce interior fabrics such as upholstery fabrics. If you cannot produce all of those, I am also interested in the ones which you can produce.

I will send you a Fiyatlandırma talebi via Survey monkey in few minutes. It is easy to fill in, takes 5-10 minutes. But basically I want to produce following fabrics:

YÜKSEK GRAMAJLI 5 RENK BASKILI PAMUK ASTAR

MALZEME: 100 % pamuk

AĞIRLIK: 200 -220g/m², +/- 3 %.

EN: 145- 160 cm, +/- 3 %.

Asgari üretim miktarı kaç metre?

YÜKSEK GRAMAJLI 5 RENK BASKILI PAMUK SATEN

MALZEME: 100 % pamuk

AĞIRLIK: 175-185g/m², +/- 3 %.

EN: 145- 155 cm, +/- 3 %

Asgari üretim miktarı kaç metre?

YÜKSEK GRAMAJLI 5 RENK BASKILI DÖŞEMELİK PAMUKLU KUMAŞ

MALZEME: 100 % pamuk.

AĞIRLIK: 370-390g/m², +/- 3 %.

EN: 140- 155 cm, +/- 3 %.

Asgari üretim miktarı kaç metre?

Here you can find a sample of my Design for the first Collection. The repeat is 64 x 64 cm

<https://www.dropbox.com/s/e4wn05t9t3foxjy/Design-Arto-Mankinen-64-x-64-cm-repeat-webview.jpg?dl=0>

If you cannot produce all of those, I am also interested in the ones which you can produce.

If you need a sales agent for your own production in Nordic countries, maybe I can help you with that as well!

Yours sincerely,

Arto

Liite 5. Puhdistetun jäteveden koostumus. SivU 1 ja 2

 T.C. ÇEVRE VE ŞEHİRCİLİK BAKANLIĞI Y-20/159/2010	 GÜMÜSSU ARITMA TESİSLERİ SAN. VE TİC. A.Ş. ÇEVRE LABORATUVARI Zeytin Sokak, Dağınca Cad. No:41 Çarşıbaşı/ÇEVRE/İZMİR Tel:0254 271 80 17 (pbx) Fax:0254 271 74 30 www.gumussuartermis.com.tr - gumussu@gumussuartermis.com.tr	 TÜRKAK T.C. ÇEVRE, ŞEHİRCİLİK VE İKLİM BAKANLIĞI ÇEVRE YETERLİLİK İZLENİM VE SERTEFİKASYON GENEL MÜDÜRLÜĞÜ	
Deney Numarası	Deney Raporu	Sayfa	
14 00008	<i>Test Report</i>	1 / 2	
Müşterinin Adı/Adresi Customer Name/Address	DENEZLİ Ö.S.B. MÜD. MEB. ATIKSU ARITMA TESİSİ Ö.S.B. / DENEZLİ		
Namunanın Tarih Alınış Yeri (Açık, 2, 24 Saatlık Kompozit ve Diğer) Sample Type/Sampling Method (Open, 24hr, 24hr Composite and Other)	Açık 2 Saatlık Kompozit		
Namunanın Alındığı Yer Sampling Place	A.A.T. Çökü Arıkaya		
Namunanın Sektör / AB Sektör Sample Sector/ Sub-Sector	KARŞIYAK ENDÜSTRİYEL ATIK SULARIN ARDICI ÖRTÜME DEĞİŞİRİ STANDARTLARI		
Namunanın Alındığı Tarih ve Saat The Date of Sampling	21/10/2014, 11.00 - 13.00		
Namunaya Uygulanan İşlemler/ Açıldığı Durumlar (Koruma, Mühür, Etiket) Processes Applied to Sample (Preserving Issues (Sample Protection, Seal, Label))	Koruma, Mühür/Öz/Güvenimsiz/00097, Etiketli		
Namunaya Katılan Çiğim/Namunanın Miktarı Type of Sample/Amount of Sample	PE, Amberli Çiğim, -4.0 L		
Namunanın Kabul Edildiği Tarih ve Saat The Date of Receipt of Test Item	21/10/2014, 15.30		
Namunayı Teslim Eden Deliverer of the Sample	Namunayı GÜMÜSSU A.Ş. ÇEVRE LABORATUVARI Namunayı Alan Yetkilisine alması ile laboratuvarımıza getirdiği için.		
Açıklamalar Remarks	SKK.Y. Tablo 19 (ZDF Harici)		
Deneyin Yapıldığı Tarih Date of Test	21/10/2014 - 25/10/2014		
Raporun Sayfa Sayısı Number of Pages of the Report	2		
<p>Bu rapor yalnızca yukarıda belirtilen veriler doğrultusunda bu namunaya ait ölçümleri için geçerlidir. Deney verileri diğer sonuçları, doğrulanmış ölçüm belgelerini (bilgi) ve deney metodları bu raporun tamamlayıcı kısımları olarak kabul edilmemelidir.</p> <p>Bu raporda "TÜRKAK"tan alınmış ölçüm" şeklinde "B" ile belirtilen ölçüm sonuçları, TÜRKAK'tan alınmış akreditasyon kapsamı dışında değildir.</p> <p>Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) deney raporlarının tamamını kapsayarak Avrupa Akreditasyon Birliği (EA) ve Uluslararası Laboratuvar Akreditasyon Birliği (ILAC)'in kuruluğu arasında katıldığı anlaşmalarına, imzalarına, bu raporun geçerliliği için kullanılmaktadır.</p> <p>This report is valid only for the measurements of the mentioned company above.</p> <p>The testing and/or measurement results, the uncertainties of applications with confidence probability and test methods are given on the following pages which are part of this report.</p> <p>In this report, the test result is marked with "B" means that "not accredited by TÜRKAK" and not within the scope of accreditation.</p> <p>The Turkish Accreditation Agency (TÜRKAK) is a signatory to the multilateral agreements of the European co-operation for Accreditation (EA) and of the International Laboratory Accreditation (ILAC) for the Mutual recognition of test reports.</p>			
Mühür / Tarih Seal / Date 24/10/2014	Rapor Hazırlayan Prepared by Erkan AYVONLUOĞLU	Kontrol Eden Controlled by Meral KOCAK Laboratuvar Yöneticisi	Onaylayan Approved Cengiz ERGİN Genel Müdür
<p>Bu rapor bir başka amaçla kullanılmamalıdır. Laboratuvarımız tarafından yapılan ölçümler doğrultusunda, analiz sonuçları, analiz raporları ve raporun tamamlayıcı kısımları ayrı ayrı değerlendirilmelidir. Deneyin ve ölçümlerin raporları geçerlidir. Diğer verileri diğer amaçlarla kullanılmaları için raporların Çevre Bakanlığına ibraz edilmesi gerekmektedir.</p> <p>This report has been prepared as test report. This report shall not be reproduced other than in full except with the permission of the laboratory. Analysis results and test reports and other parts of the report should be evaluated separately. Testing report without signature and seal are not valid. Company officer of the samples analysis reports cannot be used in official transactions relating to environmental legislation.</p> <p>21 111 28 000 02 Rev 10</p>			

 T.C. ÇEVRE VE ŞEHİRCİLİK BAKANLIĞI Y-20/158/2010	 GÜMÜŞSU ARITMA TESİSLERİ SAN. VE TİC. A.Ş. ÇEVRE LABORATUVARI Zafar Mah. Dalgıçlar Cad. No:41 Üsküdar/İSTANBUL Tel:0-216-371 49 17 (4li) Fax:0-216-475 74 80 www.gumussu.com.tr E-Posta:info@gumussu.com.tr	
Deney Numarası 14/00108	Deney Raporu <i>Test Report</i>	Sayfa 2 / 2

S.K.K.Y. Tablo 19 – Karayol. Endüstriyel Atık Sulama Alanı Ortama Deyişim Standartları

ANALİZ EDİLEN PARAMETRELER <i>Analyzed Parameters</i>	YÖNTEM <i>Method</i>	BULUNAN DEĞER <i>Found Value</i>	YÖNETMELİK DEĞERİ <i>Limit Value</i> <i>(2 Saatte Kesim)</i>
KDM Katıyol Oksijen İhtiyacı	SM 1220 B	133,0 mg/L	200,0 mg/L
AKM Arıtma Kanı Madde	SM 2540 D	26,0 mg/L	200,0 mg/L
Yağ-Greş	SM 1520 B	11,00 mg/L	20,0 mg/L
Krom ^{VI}	SM 3500 C- B	<0,05 mg/L	0,3 mg/L
Flozür	SM 4500 F, B,D	1,806 mg/L	15,0 mg/L
Toplam Fosfor	SM 3030 K, EPA 200.7	0,135 mg/L	2,0 mg/L
Nüfuz	SM 4500 D5, E	1074,99 mg/L	1500,0 mg/L
Krom	SM 2120 C	241,13 PbCr	200,0 PbCr
Toplam Kjeldahl Azotu	SM 4500 Norg B	10,92 mg/L	20,0 mg/L
Toplam Sülfür	SM 4500 CN C,E	<0,03 mg/L	1,0 mg/L
Toplam Krom	SM 3030 K, EPA 200.7	<0,01 mg/L	2,0 mg/L
Düme	EPA 200.7	0,03 mg/L	10,0 mg/L
Çinko	EPA 200.7	0,076 mg/L	1,0 mg/L
Bakır	EPA 200.7	<0,01 mg/L	1,0 mg/L
Kurşun	EPA 200.7	<0,02 mg/L	2,0 mg/L
Kadmilyum	EPA 200.7	<0,01 mg/L	0,1 mg/L
pH ²⁵	SM 4500 H B	7,98	6-9


(a. Çevre Analizleri Ön Yürütülme Yürütülme Bulguları kısmında ayrıntılı parametreler)

(b. T.C.YOKAK'ın analizleri-çapları)

(c. Normasyon alan kurulum şartlarında yerinde ölçülen parametreler)

(d. İşbirliği laboratuvarına yapılan parametreler)

(e. Toplam laboratuvarına yapılan parametreler)

Mühür / Tarih Zafar Mah. C. 24/10/2014 	Rapor Hazırlayan Prepared by EYRAN AFYONLUOĞLU 	Kontrol Eden Controlled by Meral KOÇAK Laboratuvar Yetkilisi 
--	---	--

Bu rapor ile ilgili olarak diğer taraflarla, laboratuvarına ya da bir diğer taraftan herhangi bir şekilde, yazılı mesajlar, elektronik postalar ve raporlar temin edilmeden önce, deneme ve analizler raporları geçerlidir. Firma Yetkilileri olarak sorumlulukta analiz raporları Çevre Bakanlığı ile ilgili olarak bildirilmelidir.

This report has been prepared as true copies. This report shall not be reproduced other than in full except with the permission of the laboratory. Analysis results only concern sample analyzed and described in the report. Testing report without signature and seal are not valid. Company officer of the samples, analysis reports cannot be used in official documents relating to environmental legislation.

