

Sebastian Naumanen

# Suomalaisen pienpanimo-oluen vienti ravintolajakeluun Tanskaan

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Tuotantotalouden koulutusohjelma

Insinöörityö

9.4.2016

Tekijä Otsikko  Sivumäärä Aika	Sebastian Naumanen Suomalaisen pienpanimo-oluen vienti ravintolajakeluun Tanskaan  31 sivua + 5 liitettä 9.4.2016
Tutkinto	Insinööri (AMK)
Koulutusohjelma	Tuotantotalous
Suuntautumisvaihtoehto	Tilaus-toimitusketjun hallinta
Ohjaajat	Toimitusjohtaja Jussi Tamminen Lehtori Harri Hiljanen
<p>Insinööriä tehtiin toimeksiantona suomalaiselle pienpanimolle, ja tarkoituksena oli selvittää, mitä asioita pitää ottaa huomioon, kun kokeillaan oluen vientiä Tanskaan yhteistyökumppanin avulla. Aiheen taustalla on kaksi aiempaa yrityksen teettämää tutkimusta, joiden perusteella viennin kokeilutavaksi on muodostunut maahantuojan kanssa toimiminen.</p> <p>Työssä oli kolme päätavoitetta, joista ensimmäisenä oli kartoittaa ja löytää sopiva oluen maahantuoja kohdealueelta. Toisena tavoitteena oli tehdä selvitys tarvittavista viennin asiakirjoista ja verojen muodostumisesta alkoholituotteen viennissä. Kolmas tavoite oli löytää tarjousvertailun avulla sopivin huolitsija pienelle yhden FIN-lavan lähetykselle.</p> <p>Ensimmäisessä vaiheessa selvitettiin potentiaalisten maahantuojien yhteystiedot ja lähesyttiin heitä informatiivisella sähköpostiviestillä. Toisen tavoitteen kohdalla tehtiin niin sanottu kirjoituspöytätyö, jossa tietoa tarvittavista viennin asiakirjoista etsittiin useista eri kirjoista, artikkeleista ja verkkolähteistä. Tarjousvertailua varten laadittiin tarjouspyynnöt neljälle soveltuvalla huolintayritykselle.</p> <p>Ensimmäiseksi tulokseksi saatiin Tanskasta kaksi kiinnostunutta maahantuojaa toimeksiantajan oluille. Sopimusta ei kuitenkaan vielä syntynyt ja neuvottelut jatkuvat. Toisena tuloksena löydettiin sääntöjen mukainen tapa lähettää alkoholituotteita kahden verottoman varaston välillä EU:n sisäisessä kaupassa e-AD-saateasiakirjan avulla. Kolmantena tuloksena saatiin tarjousvertailulla edullisin kuljetus yhden FIN-lavan oluterälle panimolta Suomesta maahantuojalle Tanskaan.</p> <p>Maahantuojan löytäminen osoittautui vaikeimmaksi tehtäväksi työssä, ja jatkotoimenpiteenä voidaankin suositella esimerkiksi vierailua kiinnostuneiden maahantuojien luona Tanskassa muun muassa tuotteiden ja yrityksen esittelyn merkeissä.</p>	
Avainsanat	vienti, sisäkauppa, pienpanimo

Author Title	Sebastian Naumanen The export process of Finnish craftbeer to restaurant distribution in Denmark
Number of Pages Date	31 pages + 5 appendices 9 April 2016
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Industrial Management and Engineering
Specialisation option	Supply Chain Management
Instructors	Jussi Tamminen, CEO Harri Hiljanen, Lecturer
<p>This study was carried out for a Finnish microbrewery about their export process to Denmark. The purpose was to find out all the issues to be considered when doing a try-out shipment containing beer to an importer in Denmark. Behind the subject there were two previous studies made for the brewery about the possibilities of internationalization to Sweden and Russia.</p> <p>There were three main goals in this thesis project. The first was to find all the potential Danish beer importers for the microbrewery, contact them and try to realize a contract about importing the brewery's beer to Denmark. The second goal was to carry out research about the necessary export documents and tax behaviour when exporting alcohol products to another EU country. The third goal was to find the most suitable freight forwarding company for a small one FIN-pallet shipment to Denmark.</p> <p>In the first phase when the importers contact details were found, an informative email was sent to all of them. The second phase was mainly a desk research using sources like books, articles and web sources. The third phase was carried out as a bid comparison between all the offers from freight forwarders.</p> <p>After negotiations as a result two importers have shown interest in co-operation with the brewery but the contract is still under negotiation. As another result a way of shipping the beer to the importer in Denmark, temporarily without excise duty was found. It is possible between two duty-free storages with an EAD-document. Excise duty is then paid by the importer according to Denmark's tax rates. As a third result the most affordable shipment was found through the bid comparison.</p> <p>For a contract to be made with an importer it is recommended to visit the importers and introduce the products and the company to them.</p>	
Keywords	export, intra-community trade, microbrewery

## Sisällys

1	Johdanto	1
2	Kööpenhaminan olutkulttuuri	4
2.1	Danske Ølenthusiaster -järjestö	4
2.2	Kööpenhaminan olutravintolat	5
3	Viennin operaatiostrategia	7
4	Yhteisökauppa eli sisäkauppa	10
4.1	Verot sisäkaupassa	10
4.2	Kauppasopimus	12
4.3	Kauppalasku sisäkaupassa	13
4.4	Intrastat-tilastoinnin perusteet	14
5	Huolinta	15
5.1	Huolitsijan velvollisuudet ja tehtävät	15
5.2	PSYM - Pohjoismaisen Speditööriiton yleiset määräykset	16
5.3	Toimituslausekkeet	17
6	Tutkimuksen toteutus ja tulokset	19
6.1	Tutkimusmenetelmät	19
6.2	Maahantuojan etsiminen	19
6.3	Ohjeita oluen viemiseksi Tanskaan	23
6.4	Kuljetusyritysten hintavertailu	27
6.5	Tulokset	29
7	Yhteenveto	31
	Lähteet	32
	Liitteet	
	Liite 1. Tanskan viranomaisten yhteystietoja	
	Liite 2. Un-layout Key -pohja	

## 1 Johdanto

Insinööriyön aiheena on suomalaisen pienpanimo-oluen vienti olutravintolajakeluun Kööpenhaminaan, Tanskaan. Opinnäytetyön toimeksiantajayritys Maku Brewing on aikaisemmin teettänyt kaksi opinnäytetyötä kansainvälistymisen mahdollisuuksista Ruotsissa sekä Pietarissa, ja niiden pohjalta järkevimmäksi tavaksi lähteä kokeilemaan uusia markkinoita pienemmässä mittakaavassa on muodostunut yhteistyökumppani, kuten käsityöoluen maahantuoja, kohdealueelta.

Pohjoismaat ovat maantieteellisesti ja kulttuurisesti järkevä kohdealue viennin aloittamiseksi tai kokeilemiseksi, sillä kaupankäynnin keinot ja tottumukset ovat melko samankaltaisia Suomeen verrattuna ja lisäksi pysytään EU:n sisäisessä kaupassa. Tällä hetkellä kiinnostavimmaksi alueeksi osoittautui Kööpenhaminan alue Tanskassa. Tanska on käsityöolutkulttuuriltaan Suomea pari vuotta edellä, mikä kertoo suuresta potentiaalista kohdealueena. Tällä hetkellä Suomessa on vain yksi pienpanimo, jonka olutta vieetään säännöllisesti Tanskaan.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on

- kartoittaa ja löytää sopiva oluen maahantuoja kohdealueelta
  - Tavoitteena saada aikaan sopimus, jolla vastuu oluen jakelusta siirtyy kumppanille yhdessä sovittuihin kanaviin, lastin saapuessa Tanskan puolelle.
- tehdä selvitys tarvittavista vaatimuksista, kuten viennin asiakirjoista ja verojen muodostumisesta vietäessä olutta Tanskaan
- tehdä huolinta- ja kuljetusyritysten tarjousvertailu, jotta saadaan paras hinta-hyötysuhde toimitukselle.

Rakenteeltaan työ noudattaa melko perinteistä opinnäytetyön mallia. Ensimmäinen osio koostuu luvuista 2–5 ja sisältää tutkimuksen kannalta oleellista taustatietoa, jolla pohjustetaan tutkittavaa aihetta. Osiossa käydään läpi myös valittu operaatiostrategia, jolla

oluen vientiä lähdetään kokeilemaan Tanskaan. Tämän osion jälkeen, luvussa 6, siirrytään varsinaiseen tutkimukseen, joka koostuu kolmesta osiosta ja sisältää myös saavutetut tulokset. Viimeinen luku on insinööriyön yhteenveto, jossa käydään läpi työllä saavutetut hyödyt toimeksiantajalle ja jatkoehdotukset vientiin liittyen.

### Tutkimusmenetelmät

Ensimmäisessä vaiheessa, jossa etsitään sopivaa yhteistyökumppania, suuri osa aineistosta hankitaan tehtävän luonteen vuoksi kvalitatiivisilla menetelmillä. Näitä menetelmiä ovat muun muassa avoimet haastattelut ja sähköpostiselvitykset. Saatua informaatiota analysoidaan toimeksiantajayrityksen näkökulmasta.

Kuljetusjärjestelyiden suunnitteluvaiheessa hyödynnetään olemassa olevaa logistiikan kirjallisuutta ja verkosta löytyviä huolintaan liittyviä lähteitä ja artikkeleita. Niiden pohjalta pyritään muodostamaan tilanteeseen sopiva ja sääntöjen mukainen tapa toimia. Analysoidaan siis löytyvää tietoa pienehkön lähetyksen kannalta ja laitetaan kirjalliseen ohjelmaiseen muotoon.

### Maku Brewing

Opinnäytetyön toimeksiantajayritys Maku Brewing on yksi useista viime vuosina syntyneistä uuden sukupolven käsityöolutta valmistavista suomalaisista pienpanimoista. Vuonna 2014 perustettu tuusulalainen pienpanimo sai alkunsa, kun ryhmä kaveruksia eri aloilta löysi yhteisen kiinnostuksen kohteen laadukkaista käsityöoluista ja niiden valmistamisesta. Harrastuksesta muodostui lopulta niin suuri intohimo, että he päättivät perustaa oman pienpanimon. Maku Brewingin visiona on ollut panimon perustamisesta lähtien tehdä laadukasta käsityöolutta mahdollisimman laajasti saataville.

Panimon toiminta on lähtenyt Suomessa mallikkaasti käyntiin ja ollaan tilanteessa, jossa kaikki valmistuva olut menee myyntiin useiden eri jakelukanavien kautta joko pullotettuna tai Keykeg-tynnyreissä. Kaavailussa on kuitenkin tuotantokapasiteetin laajennus joulukuussa 2015, jolloin voi olla, että olutta pystyttäisiin valmistamaan enemmän, kuin Suomessa menee myyntiin. Makulla onkin yrityksen perustamisesta asti ollut mielessä lähteä viemään tuotteitaan myös Suomen rajojen ulkopuolelle. Viennistä panimolla ei ole juurikaan kokemusta entuudestaan, joten asiaa on haluttu tutkia kunnolla ennen ensias-

kelia. Maku Brewing on teettänyt aikaisemmin kaksi opinnäytetyötä liittyen vientiin. Toinen käsittelee kansainvälistymisen mahdollisuuksia Ruotsissa ja toinen samankaltaista aihetta Pietarissa. Kuvassa 1 on nähtävissä Makun oluiden graafinen yleisilme, joka on tyylikkäällä tavalla pelkistetty ja hyvin erottuva muiden oluiden joukosta.



Kuva 1. Maku Brewing olutpulloja (Maku Brewing)

Maku Brewing on voittanut oluillaan palkintoja vuosittain järjestettävässä ”Suomen paras olut” -kilpailussa, ja se on hyvä valttikortti lähdeittäessä tavoittelemaan uutta markkina-aluetta. Maku Amber Ale (kuvassa toinen oikealta) sijoittui sarjassa ”Ale 4,7 % ja alle” ensimmäiselle sijalle ja Maku IPA (kuvassa keskellä) nousi toiselle sijalle sarjassa ”Ale 4,7 % ja yli” ja oli paras India Pale Ale -tyylin edustaja.

## 2 Kööpenhaminan olutkulttuuri

Kööpenhamina tunnetaan nykyään yhtenä Euroopan käsityöolutkulttuurin edelläkävijöistä. Lasse Leipolan (2014) mukaan Kööpenhamina on vähintään Pohjois-Euroopan, ellei jopa Euroopan olutpääkaupunki. Suomessakin ollaan kovaa vauhtia seuraamassa Tanskan pääkaupungin esimerkkiä, ja varsinkaan olutravintoloiden osalta ero ei ole enää kovin suuri, etenköän pääkaupunkiseudulla. Suurin ero tulee lähinnä Suomen tiukasta lainsäädännöstä, joka estää vahvempien yli 4,7-prosenttisten oluiden myynnin kaupoissa ja kioskeissa. Kööpenhaminan vapaamman säätelyn vuoksi monissa oluisiin erikoistuneissa kaupoissa voi esimerkiksi maistella eri oluita ennen ostopäätöksen tekoa.

### 2.1 Danske Ølenthusiaster -järjestö

Danske Ølenthusiaster (kuva 2) eli Danish Beer Enthusiasts (tästä eteenpäin DBE) on vuonna 1998 perustettu järjestö, joka levittää laadukkaan käsityöoluen sanomaa Tanskassa. Voisi sanoa, että DBE on yksi Tanskan käsityöolutvallankumouksen suurimpia edesauttajia. Järjestön toiminta lähti liikkeelle pienistä olutharrastajaryhmistä, jotka koontuivat yhdessä maistelemaan erilaisia oluita toistensa asuntoihin. DBE:n perustamisvuonna Tanskassa oli toiminnassa vain 13 panimoa ja 2 pienpanimoa, joista kaksi lopetti toimintansa vielä samana vuonna. (Danish Beer Enthusiasts.)



Kuva 2. Danske Ølenthusiaster logo (Logo.)

Tanskalaiset ovat tunnetusti valmiita maksamaan enemmän laadukkaasta ruoasta ja -viinistä, joten miksei myös hyvästä oluesta. DBE onkin vuosien varrella järjestänyt useita



oluttapahtumia, -maisteluita, -matkoja, ym., joiden ansiosta suurempi yleisö on tullut tietoiseksi erilaisista olutlaaduista, joita on saatavilla. Tällä hetkellä Tanskassa on jo yli 200 pienpanimoa, ja luku kasvaa joka vuosi. Myös DBE:n jäsenmäärä on kasvanut vuosi vuodelta, ja nykyään jäseniä on yli 10 000. (Duffy 2015.)

## 2.2 Kööpenhaminan olutravintolat

Tanskan ehkäpä tunnetuin pienpanimo Mikkeller, joka valmistaa oluensa pääasiassa sopimusvalmistuksella Belgiassa, on perustanut myös olutravintoloita Kööpenhaminaan. Näistä kaksi, Mikkeller Bar ja Mikkeller & Friends, ovat Ratebeer-sivuston kärjessä arvosteluiden perusteella. Ne ovatkin useiden olutmatkailijoiden Kööpenhaminan vierailun ”must go” -listan yläreunassa. Pattinsonin mukaan muita kuuluisia ja laajalla valikoimalla varustettuja olutravintoloita Kööpenhaminassa ovat muun muassa:

- Ølbaren
- Tap House
- Tap 10 (Erikoistunut Pohjoismaisiin oluisiin)
- Amager Ølhus
- Brew Pub
- Warpigs Brewpub
- Nørrebro Bryghus
- Ørsted Ølbar.

Näistä olutpaikoista lähes kaikissa on ainakin 10 hanapaikkaa, joissa osa oluista on säännöllisesti hanassa ja osa jätetty niin sanotusti säännöllisesti vaihtuviksi hanoiksi. Ääripäänä mainittakoon Tap House, jossa on 61 erilaista olutta saatavilla hanasta, eli intohimoisimmillekin olutharrastajille löytyy aina uutta maisteltavaa. Tanskaan on viime vuosina syntynyt monia maailmallakin tunnettuutta keränneitä pienpanimoita, kuten ”mustalaispanimot” Mikkeller ja Tø ØI, sekä omissa tiloissaan olutta valmistavat Amager ja Hornbeer ehkäpä kuuluisimpina. Kaikki neljä mainittua pienpanimoa ovat tunnettuja hyvin laajasta valikoimastaan ja uskaliaista olutkokeiluistaan, joita tehdään jatkuvasti.

Tämän ja tanskalaisten pienpanimoiden suuren lukumäärän vuoksi useissa olutpaikoissa suurin osa hanapaikoista onkin kotimaista laatua. Lähes poikkeuksetta oluen maistelijoita kiinnostavat kuitenkin myös muualta tuodut oluet. (Pattinson.)

Pohjoismaisiin oluisiin erikoistuneita paikkoja on ainakin vuonna 2009 perustettu Bunker Beer, johon kuuluu olut- ja cocktail-baari Tap 10 ja Nordic craft beer bottle shop. Kumpikin ovat keskittyneet laajaan pohjoismaiseen olutvalikoimaan, mukaan lukien oluita Tanskasta, Ruotsista, Norjasta, Suomesta ja Islannista. (Johansen 2015.)

### 3 Viennin operaatiostrategia

Yrityssuomen (Vienti) mukaan viennin harjoittamiseen tai aloittamiseen on karkeasti ottaen kolme tapaa. Kahdessa tavassa mukana on yhteistyökumppani, joko kotimaassa tai kohdemarkkina-alueella, ja kolmas strategia on välitön vienti suoraan loppuasiakkaalle. Suoraan loppuasiakkaalle vietäessä on houkuttelevinta suuremman katteen saaminen myydystä tuotteesta, kun välissä ei ole ylimääräisiä käsiä, mutta muuten sen toteuttaminen vaatii paljon resursseja ja todennäköisesti jonkun panimon henkilön toimimaan aktiivisesti Tanskassa. Vielä kun kyseessä oleva vientituote on olut, se vaatisi paljon tuntemusta muun muassa Tanskan alkoholilaaista ja maahantuontiin liittyvistä asioista, puhumattakaan markkinoinnin haasteista.

Maku Brewingin kansainvälistymispolkua ja -strategiaa on suunniteltu Taru Stenbergin diplomityössä (2015), jonka aiheena oli ”Suomalaisen pienpanimon kansainvälistymismahdollisuudet Ruotsissa”. Tutkimus rajasi hyvin viennin aloittamisvaiheen strategia- vaihtoehdot joko kotimaassa toimivaan yhteistyökumppaniin tai kohdemaassa toimivaan maahantuojaan tai muuhun kumppaniin, painottaen jälkimmäistä. Kotimainen yhteistyökumppani olisi varmasti hyvä tapa, mutta suomalaisen pienpanimo-oluen vienti on vielä niin pienimuotoista, että sopivan kumppanin löytyminen on lähes mahdottomuus. Kumppanilla pitäisi olla hyvä tietämys kohdealueen, eli Tanskan, olutravintoloista ja muista jakelukanavista ja todennäköisesti aiempaa kokemusta viennin toteutuksesta sinne. Tästä syystä parhaaksi vientistrategiaksi on valikoitunut yhteistyökumppanin etsiminen Tanskasta. Yhteistyökumppanilla tulee olla valmis jakeluverkosto kohdealueella ja vahva tietämys alueen toimintatavoista.

Valittuun strategiaan päädyttiin sen pienten riskien ja helppouden vuoksi, sillä tässä vaiheessa Maku Brewingillä ei ole vielä resursseja lähteä tekemään itse koko vientiprosessia. Suurimpana haasteena valitussa tavassa onkin sopivan maahantuojan löytäminen ja yhteistyösopimuksen solmiminen, mutta sen jälkeen itse vientiprosessi on suhteellisen yksinkertainen, kun maahantuoja hoitaa markkinoinnin, myynnin ja jakelun kohdealueella. Kuvassa 3 on kuvattu valitun operaatiostrategian vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia SWOT-analyysin muodossa.

Positiiviset	Negatiiviset
<b>Vahvuudet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Markkina-alueen tuntemus</li> <li>-Valmiit jakelukanavat</li> <li>-Vahva osaaminen maahantuonnissa</li> <li>-Toimitusketjun yksinkertaistuminen</li> <li>-Laskutuksen yksinkertaisuus</li> <li>-Markkinoinnin paikallisuus</li> <li>-Paikallinen kielitaito</li> </ul>	<b>Heikkoudet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Toimitusketjun läpinäkyvyys</li> <li>-Pienempi kate</li> <li>-Riippuvaisuus kumppanista</li> <li>-Pienempi kontrolli markkinoinnissa</li> </ul>
<b>Mahdollisuudet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Maku Brewing tunnetuksi Tanskassa</li> <li>-Tunnettuutta myös valtakunnallisesti</li> <li>-Viennin laajentuminen kauppoihin</li> <li>-Yhteistyö usean maahantuojan kanssa</li> </ul>	<b>Uhat</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Erimielisyydet maahantuojan kanssa</li> <li>-Maahantuojan muut tuotteet</li> <li>-Tuotteen tuoreuden säilyminen</li> </ul>

Kuva 3. SWOT-analyysi oluen viennistä yhteistyössä tanskalaisen maahantuojan kanssa.

Kuvan 3 analyysiin on koottu tärkeitä seikkoja yhteistyökumppanin kanssa toimimisesta. Siitä näkee, että hyötyjen määrä ohittaa selvästi haitat varsinkin, kun kyse on ensimmäisestä vientikokeilusta Tanskaan. Vaikka heikkouksista löytyy muun muassa kohdat pienempi kate ja riippuvuus kumppanista, voidaan ne todennäköisesti kumota esimerkiksi sillä, että alkuun logistiikan ja viranomaisasioiden hoitaminen toisi niin paljon lisäkustannuksia, että kate ei välttämättä olisi suurempi itse maahantuotaessakaan. Vahvuuksista löytyvät kohdat jakelukanavat, maahantuonnin osaaminen ja markkina-alueen tuntemus ovat välttämättömiä lähdettäessä valloittamaan uutta vientialuetta. Mikäli Maku alkaisi heti itse kartoittaa näitä asioita, se olisi erittäin aikaa vievää ja samalla koko vientiprosessi, joka on hyvin herkkä aloittamisajankohdan suhteen, hidastuisi huomattavasti.

Uhkina voidaan pitää maahantuojan tai -tuojien muun merkiksiä tuotteita, jotka voivat jopa vähentää Makun oluiden kiinnostavuutta ravintoloitsijoiden silmissä. Tätä seikkaa tulisikin miettiä maahantuojayritystä valittaessa ja perehtyä sen tämänhetkiseen valikoimaan. Mahdollisuuksina voidaan pitää esimerkiksi sitä, että Maku Brewingin oluet tulevat nopeammin tunnetuiksi, kun markkinointia on yhteistyössä hoitamassa hyvämaineinen

maahantuoja, jonka tuotteisiin on vahva luotto. Tanskaa ja varsinkin Kööpenhaminaa pidetään edelläkävijänä pienpanimo-olutkulttuurissa, ja vuosittain siellä käykin huomattava määrä niin sanottuja olutturisteja. Tämä voisi mahdollisesti tuoda tunnettuutta myös Tanskan ulkopuolelle, mikä helpottaisi jatkossa viennin aloittamista muihin maihin.

Laskutus oli yksi tärkeä asia Maku Brewingin Jussi Tammisen (2015) mukaan, ja se tulisi onnistua osoittaa yhteen osoitteeseen. Maahantuojan kanssa toimittaessa laskutuksen monimutkaisuudelta vältyttäisiin, sillä ensin maahantuoja ostaa oluet Makulta ja sitten myy itse niitä eteenpäin omilla hinnoillaan ravintoloille, baareille, tai muille vastaaville. Mahdollisuutena voidaan myös pitää usean maahantuojan kanssa toimiminen, mikäli oluiden vastaanotto vientialueella on hyvä. Tällöin saataisiin entistäkin laajempi jakeluverkosto, joka voisi mahdollisesti ulottua myös erikoisluita myyviin kauppoihin.

## 4 Yhteisökauppa eli sisäkauppa

Sisäkauppa tarkoittaa Euroopan unionin jäsenmaiden välillä tapahtuvaa kaupankäyntiä. Lähtökohtaisesti sisäkaupassa noudatetaan vapaan liikkuvuuden periaatetta, minkä seurauksena myös tullirajat ja rajaverotus on lopetettu. Lisäksi tuotteita koskevia määräyksiä ja standardeja on yhtenäistetty. Yhteisötavaroiksi kutsutaan niitä tavaroita, jotka liikkuvat yhteisön tullialueella vapaasti, jos ei erikseen vahvisteta, että niillä ei ole yhteisöasemaa. Automaattisesti yhteisötavaroina pidetään esimerkiksi tuotteita, jotka on kokonaan tuotettu EU:n alueella. (Hörkkö ym. 2010: 78–79.)

### 4.1 Verot sisäkaupassa

Yhteisökaupassa eli Euroopan unionin jäsenvaltioiden välisessä kaupassa käytetään Y-tunnuksen sijasta VAT-tunnusta arvonlisäverotunnuksena. Y-tunnus on tavanomaisesti muodossa ”0123456-7”, kun taas VAT-tunnuksen alussa on maatunnus, kuten ”FI01234567” suomalaisen yrityksen tapauksessa. Tavarain tai palvelun myynti on verotonta jäsenvaltiosta toiseen, jos kauppalaskussa on mainittu sekä myyjän että ostajan voimassa olevat alv-numerot VAT-muodossa. Tällöin vero siirtyy maksettavaksi ostajapuolelle ostomaan verokannan mukaan. Arvonlisäverotus sisäkaupassa tapahtuu kotimaan verotuksen yhteydessä. Sisäkaupan myynnit ja hankinnat ilmoitetaan kotimaan kaupan kuukausi-ilmoituksessa, jonka lisäksi on annettava vuosi- ja yhteenvetoilmoitus. (Hörkkö ym. 2010: 89–90.)

#### Alkoholijuomaverot

Valmisteveroihin kuuluva alkoholivero koskee lähes kaikkia alkoholipitoisia juomia, mukaan lukien olutta. EU-maiden välisessä kaupassa on kuitenkin mahdollista soveltaa väliaikaisen valmisteverottomuuden järjestelmää, jonka tarkoituksena on helpottaa tuotteiden vapaata liikkuvuutta. Järjestelmää voidaan hyödyntää, mikäli lähettäjä ja vastaanottaja ovat kummatkin rekisteröityjä luvanhaltijoita. Tällöin tavarat tai tuotteet voidaan lähettää esimerkiksi Suomesta rekisteröidyn lähettäjän toimesta Tanskaan rekisteröidylle vastaanottajalle, esimerkiksi maahantuojalle, verotta. Maahantuoja pystyy tällöin ottamaan vastaan tuotteet väliaikaisesti ilman valmisteveroa, mutta maksaa veron varastoidessaan tai luovuttaessaan ne eteenpäin. (Valmisteverotus 2015.)

Riitta Björnin (2015) mukaan olutta voidaan toimittaa Suomesta valmistajan verottomasta varastosta Tanskaan verottomaan varastoon valmisteverotta sähköisellä e-AD-saateasiakirjalla EMCS-järjestelmässä. Mikäli vastaanottajalla ei ole verotonta varastoa, toimitetaan olut valmisteverollisena Tanskaan.

EMCS (Excise Movement and Control System) on sähköinen järjestelmä, jonka avulla pyritään vähentämään valmisteveron piiriin kuuluvien tuotteiden siirtoihin liittyviä taloudellisia riskejä. Järjestelmän käyttö vaatii tunnistautumista Verohallinnon Katso-tunnisteilla. Järjestelmästä on kerrottu tarkemmin luvussa 6.3.

Kuten kuvasta 4 näkee, Suomessa oluen alkoholiverotus on yli nelinkertainen Tanskaan verrattuna. Merkillepantavaa on myös se, että kun Suomessa nostettiin oluen alkoholi-verotusta vuonna 2014, Tanskassa sitä laskettiin.

	2011	2012	2013	2014	2015
Suomi	26,00	29,90	29,90	32,05	32,05
Tanska	6,84	8,54	8,85	7,53	7,53

Kuva 4. Oluen verotus Suomessa ja Tanskassa, €/litra puhdasta alkoholia (Alkoholivero eri EU-maissa 2015.)

Kuten sivulla edellä jo mainittiin, on todennäköistä, että valmistevero oluesta jää maksettavaksi kohdemaan verokannan mukaisesti. Tämä tarkoittaa, että oluen kokonais-hinta veroineen ravintoloille on edullisempi kuin Suomessa, jos toimituskuluja ei huomioida. Kuvitellaan, että Tanskaan vietävän oluen alkoholipitoisuus on 7 % ABV ja verotomana hinta on 100 euroa 30 litran Keykeg-tyynyiltä. Hinta, johon lasketaan valmistevero Tanskan verotuksen (kuva 4) mukaan, saadaan seuraavasti:  $100,00 \text{ €} + ((7,53 / 100) * 7) * 30 = \underline{115,81 \text{ €}}$ . Saman oluterän valmisteverollinen hinta suomen verotuksen mukaan olisi  $100,00 \text{ €} + ((32,05 / 100) * 7) * 30 = \underline{167,30 \text{ €}}$ . Pelkästään valmisteverokannan suurehkon eron vuoksi saadaan huomattavasti kilpailukykyisempi hinta oluelle viettäessä sitä Tanskaan. Toisaalta, jos olutta vietäisiin suoraan jakeluun loppukäyttäjille, ei pystyttäisi tekemään niin sanottua verottomassa järjestelmässä tapahtuvaa siirtoa Suomesta Tanskaan.

Juomapakkausvero

Suomessa alkoholijuomien pakkauksille on säädetty oma veronsa, mutta jos pakkaukset kuuluvat panttiin perustuvaan palautusjärjestelmään, ne ovat verottomia. Viennin suhteen pakkausten verotuksessa noudatetaan samoja periaatteita kuin valmiste- tai alkoholijuomaveron alaisten tuotteiden kohdalla. (Alkoholijuoma- ja juomapakkausvero 2014.)

Jos olut pystytään lähettämään valmisteverottomana siirtona, ei myöskään juomapakkauksesta jouduta maksamaan Suomeen sille asetettua veroa. Pakkauksenkin verotus tapahtuu siis Tanskan normien mukaan.

#### 4.2 Kauppasopimus

Kauppasopimus on myyvän ja ostavan osapuolen välille solmittava sopimus, jossa määritellään ja eritellään muun muassa kaupan kohteena oleva tavara, siitä maksettava hinta ja maksuehto hinnalle. Laajin osa, josta sopimusta tehdessä päätetään, on usein tavaran toimittaminen ja siihen liittyvät asiat, kuten kuljetussopimus, toimitus ja vastaanotto, kustannusten jakaantuminen, riskin siirtyminen, muodollisuudet, kuten vienti- ja tuontiselvitykset, toimitusasiakirja ja muut asiakirjat, pakkaus, tarkastaminen ja tiedottaminen. Näistä velvollisuuksista voidaan sopia jokaisella kerralla erikseen tai vaihtoehtoisesti käyttää Incoterms-tyyppistä toimituslauseketta, joka määrittelee osapuolten velvollisuuksien jakaantumisen toimituksen osalta. (Kauppasopimus.)

Kirsti Melinin (2011) mukaan vientikaupan sopimuksen syntymistä edeltäviä vaiheita ovat useimmissa tapauksissa tarjouspyyntö ostajalta, tarjous myyjältä ja sen pohjalta tehtävä tilaus ostajalta. Tarjouksen valmisteluun kannattaa suhtautua vakavasti, sillä se on usein ensimmäinen näyttö yrityksen osaamisesta ja voi toimia samalla hyvänä markkinointikeinona jatkoa ajatellen. Kirjallisen tarjouksen olisi hyvä olla mahdollisimman kattava ja siisti, jotta ostaja saisi mahdollisimman hyvän kuvan tarjottavasta kokonaisuudesta. Sen tulisi sisältää muun muassa täydelliset tiedot tuotteista ja hinnoista, kertoa maksu- ja toimitusehdot sekä toimitusaika ja kuljetusmuoto. Tarjouksen voimassaoloaika tulee myös mainita. On tärkeää antaa kaikki tiedot yksiselitteisessä muodossa niin, että myyjän ja ostajan oikeudet ja vastuut ovat selkeästi rajattuina. Viejän antaman tarjouksen jälkeen pidetään usein yhteyttä ostajaan ja tiedustellaan, milloin mahdollinen tilaus olisi odotettavissa ja onko tarjous saapunut perille. (Melin 2011: 44–45.)



Tarjousta seuraa hyvässä tapauksessa sen mukainen ostotilaus, jolloin katsotaan sopimuksen syntyneen. Jos tilauksessa on kuitenkin muutettuja ehtoja, se tulkitaan vastatarjoukseksi, johon myyjän tulee vastata myöntävästi ennen sopimuksen syntymistä. Tämän vuoksi tilauksille pyydetään usein tilausvahvistus myyjältä, minkä jälkeen uudet ehdot ovat voimassa. Tällaista käytäntöä sopimuksen syntymiseen käytetään varsinkin, jos tilaukset eivät ole säännöllisiä. Erillistä kauppasopimusdokumenttia ei siis välttämättä tarvita, jotta sopimus syntyisi. (Melin 2011: 45.)

Tilausvahvistus on hyvä lähettää ostajalle joka tapauksessa mahdollisten väärinymmärrysten ja virheellisten toimitusten välttämiseksi. Vahvistuksella ilmoitetaan ostajalle tilauksen sisältö, toimitusehdot, maksuehto, alennukset ja sisäkaupassa sovellettava arvonlisäverokäytäntö. Tilausvahvistus on siis se asiakirja, joka viime kädessä varmistaa kaupan syntymisen ehtoineen. (Melin 2011: 89.)

#### 4.3 Kauppalasku sisäkaupassa

Kauppalasku on yksi vientikaupan perusasiakirjoista ja samalla tärkein, sillä se sisältää kaikki oleelliset tiedot ostajalle, tavarankuljettajalle, tulliviranomaisille, huolitsijalle ja pankeille. Se luo myös pohjan monille muille tarvittaville asiakirjoille, ja siksi sen laatiminen on tärkeää tehdä huolellisesti.

EU:n sisäkaupassa kauppalaskuun merkittäviä tietoja ovat seuraavat:

- myyjän nimi, postiosoite, puhelin- ja faksinumero, pankkiyhteydet (tili-numero IBAN-muodossa ja BIC-koodi), VAT-numero
- ostajan (ja vastaanottajan, mikäli eri) nimi, osoite, VAT-numero, laskutusosoite ja toimitusosoite
- yhteisökaupassa merkintä Intra-Community Supply, VAT 0 %
- laskun numero ja päiväys (yleensä sille päivälle, jona lähetys lähtee myyjältä)
- ostajan tilauksen päiväys ja numero sekä mahdollinen muu viite, esimerkiksi yhteyshenkilön nimi
- toimituksen ajankohta ja kuljetusehdot
- toimituslauseke (Incoterms 2010)

- maksuehto (Maksuaika ja maksutapa)
- kollojen merkit, numerot, lukumäärä ja laji sekä brutto- ja nettopainot
- tarkka tavaramääritelmä
- alkuperämaa (Suomi)
- yksikkö- ja kokonaishinnat sovittuna valuuttana sekä mahdolliset alennukset ja niiden perusteet
- 8-numeroinen CN-tullitariffinimike (lisääminen kauppalaskuun on suositeltavaa) (Melin 2011: 90–91; Laivauskäsikirja 2015).

Kauppalasku tulisi laatia ostajamaan kielellä tai jollain yleisistä hyväksytyistä kauppakielistä, kuten englannin kielellä. Lasku laaditaan yrityksen lomakkeelle mieluiten rakenteeltaan UN Layout Key -ohjeen (liite 5) mukaisesti. Yhteisökaupassa kauppalaskua ei yleensä tarvitse allekirjoittaa eikä erikseen vahvistaa tai laillistaa. (Melin 2011: 90–91.)

#### 4.4 Intrastat-tilastoinnin perusteet

Sisäkaupassa ei yleensä tehdä tullaustoimenpiteitä rajoilla, joten viennin ja tuonnin määrien seuraamista ei pystytä tekemään tullin rajoilta saamien tietojen pohjalta. Seuraamista varten on kehitetty Intrastat-niminen viennin ja tuonnin ilmoitusjärjestelmä, jonka tarkoituksena on helpottaa vuotuisten yhteisökauppojen seuraamista ja tilastointia. Yritykset, joiden vienti tai tuonti on pienimuotoista, on vapautettu Intrastat-ilmoitusten antosta, ja niiden tiedot kerätään erittelemättöminä viennin ja tuonnin kokonaisarvoihin vuosittain. (Melin 2011: 95–96.)

Vuodelle 2016 Tulli on määritellyt raja-arvoiksi yhteisömyynnissä 500 000 € ja -hankinnoissa 550 000 € kalenterivuoden aikana. Jos esimerkiksi vain viennin raja-arvo ylittyy vuoden aikana, pitää yrityksen antaa ilmoitukset vain viennin tiedoista. Käytännössä ilmoitusvelvollisuus alkaa vasta raja-arvon ylittyessä, ja tästä tulee tullin toimesta erillinen ilmoitus, jossa myös ohjeistetaan Intrastat-ilmoitusten tekoa. Tullilta saadussa ohjeessa on myös päivämäärä, josta eteenpäin ilmoituksia tulee jättää. Tietyn kuukauden ilmoitus on jätettävä aina viimeistään seuraavan kuukauden 10. työpäivään mennessä. (Intrastat-opas 2016: 1–4.)

## 5 Huolinta

Kansainvälisen kaupan perustan muodostavat huolinta- ja logistiikkapalvelut. Huolinta- ja logistiikkapalveluiden tarjoamia palveluita on lukuisia, ja virallinen määritelmä huolinta- ja logistiikkapalveluille, joka on FIATA:n ja Suomen Huolinta- ja Logistiikkaliitto ry:n hyväksymä, on seuraava:

”Huolinta- ja logistiikkapalveluilla tarkoitetaan tavarankuljetukseen, yhteislastaukseen, varastointiin, käsittelyyn, pakkaukseen tai jakeluun liittyviä palveluja sekä näihin liittyviä lisä- ja neuvontapalveluja. Lisä- ja neuvontapalveluja ovat esimerkiksi tullaukseen ja verotukseen liittyvät palvelut, tavaraa koskevien virallisten ilmoitusten antaminen, vakuutusten merkitseminen tavaralle sekä tavarankuljetukseen liittyvien asiakirjojen laatiminen, kerääminen tai maksaminen.

Huolintapalveluihin sisältyvät myös tavarankuljetukseen, käsittelyyn tai varastointiin liittyvät tieto- ja viestintätekniikkaa hyödyntävät logistiikkapalvelut sekä toimintaketjun tosiasiallinen hallinta kokonaisuudessaan.” (Mitä huolinta on.)

Tässä luvussa keskitytään kuitenkin pääasiassa tämän työn kannalta hyödylliseksi koettuihin huolinnan ja logistiikan osa-alueisiin.

### 5.1 Huolitsijan velvollisuudet ja tehtävät

Kuljetusketjut koostuvat usein eri kuljetusmuodoista, kuten maantie- ja merikuljetuksista ja näitä yhdistettyjä kuljetuksia kutsutaan yleensä Intermodaali -kuljetuksiksi. Huolitsijan oikeastaan tärkein tehtävä on näiden kuljetusketjun lenkkien yhteensovittaminen mahdollisimman saumattomasti valitsemalla tilanteeseen sopiva kuljetusmuoto ja -tapa. Tehtäviin kuuluu lähes aina useiden asiakaspaperien käsittely virheettömästi ja nopeasti. Varsinaista huolintatapahtumaa voisi sanoa haastavahkoksi tiedonkäsittelytehtäväksi, jonka kohteena on kuitenkin aina kuljetettava tavara. (Huolinta.)

Huolitsijan velvollisuudet ovat

- toimimisvelvollisuus
- tarkastusvelvollisuus
- toimintaohjeiden noudattamisvelvollisuus
- lojaliteettivelvollisuus
- tilitysvelvollisuus.

Toimimisvelvollisuus alkaa siitä, kun toimeksiantaja ja huolitsija ovat sopineet yhteistyöstä ja huolitsija on vastaanottanut toimeksiannon. Tärkeimpänä velvollisuutena huolitsijalla on toimia sovitulla tavalla ja varmistaa toimeksiantajansa edut. Toimimisvelvollisuuteen kuuluu esimerkiksi edustajien valitseminen, rahdinkuljettajan valitseminen ja ohjeiden toimittaminen näille osapuolille. Toimeksiantajayritys antaa aina kuljetusohjeen, jonka mukaisesti huolitsijan velvoitteena voi olla esimerkiksi kuljetuksen suunnittelu, yhteistyökumppanien valinta ja tarvittavien sopimusten tekeminen. Sovitun mukaisen tehtävän tulee täytyä näiden eri toimenpiteitten myötä.

Tarkastusvelvollisuuteen luetaan kuljetettavan tavaran pakkauksen, -lukumäärän, -numeroiden ja -asiapapereiden tarkastaminen toimeksiannon eri vaiheissa. Mikäli poikkeamia esiintyy, tulee huolitsijan parhaansa mukaan ilmoittaa niistä toimeksiantajalleen ja toimia aina sen edun mukaisesti. (Hörkkö ym. 2010: 27.)

## 5.2 PSYM - Pohjoismaisen Speditööriliiton yleiset määräykset

PSYM-ehdot on kehitetty varta vasten huolinta-alaa varten, sillä huolinnan kokonaisuutta ei ole yhtenäisesti ja oikeudellisesti säännelty. Määräykset onkin kehitetty huolinta-alan yhteisiksi pelisäännöiksi, pohjoismaisten huolintaliittojen aloitteesta. PSYM-ehdot on ollut neuvottelemassa neljän Pohjoismaan (Suomi, Ruotsi, Tanska ja Norja) huolinta- ja kuljetusasiakkaita edustavia elinkeinojärjestöjä ja Pohjoismaisen Speditööriliiton edustajia. Nämä yleiset määräykset määrittelevät toimeksiantajan ja huolitsijan velvollisuudet ja oikeudet sekä sisältävät määräykset huolitsijan vastuusta kuljetusoikeuden eri konventioiden, kuten COTIF, CMR, Haag-Visbyn säännöt ja Montrealin konventio, mukaan. (Hörkkö ym. 2010: 32.)

Nyt käytössä olevat vuonna 1998 valmistellut määräykset ovat nimellä PSYM 2000. Näitä ehtoja sovelletaan kaikkiin toimeksiantoihin, joita Speditööriliiton jäsenet hoitavat. Useimmiten huolitsijat tai huolintayritykset viittaavat ehtoihin jo tarjouksessaan, joko koko ehtoihin tai niin, että osa ehdoista on jätetty ulkopuolelle. Yleensä ulkopuolelle saatetaan jättää esimerkiksi aikalupausta tai vakuuttamisvelvoitetta koskevat määräykset, koska useat suomalaiset vakuutusyhtiöt ovat rajanneet nämä pykälät huolintavastuuvakuutuksen ulkopuolelle. PSYM ei määrittele yksityiskohtaisesti, kuinka toimeksianto tulisi hoitaa, mutta huolitsijalla on yleisesti velvollisuus pitää huolta toimeksiantajan eduista. (Hörkkö ym. 2010: 32–33.)

Vuoden 2016 alusta lähtien tulevat voimaan uudistetut PSYM 2015 -ehdot. Englanniksi ehdot ovat NSAB 2015 ja pidemmin ilmaistuna "General Conditions of the Nordic Association of Freight Forwarders". Uudet ehdot hyväksyttiin Pohjoismaisen Speditööriiton ja kuljetusasiakaskunnan välisen pitkän neuvottelun tuloksena 16.6.2015. Ehdot sovittiin julkaistavaksi syksyllä 2015 ja otettavaksi käyttöön 1.1.2016. (PSYM 2000/2015. 2016.)

### 5.3 Toimituslausekkeet

Yleisimmin käytetty toimituslausekekokoelma sisäkaupassa eli EU-maiden välisessä kaupankäynnissä on Kansainvälisen Kauppakamarin ylläpitämä Incoterms® 2010. Ko-koelma sisältää 11 erilaista toimituslausekettä, joista seitsemän ensimmäistä soveltuu kaikkiin kuljetusmuotoihin ja neljä viimeistä vain vesiteitse tapahtuviin kuljetuksiin. (Räty 2015.)

Incoterms®-toimituslausekkeet ovat lähes poikkeuksetta osa kauppasopimusta, sillä ne ovat hyvin tunnettuja lähes kaikissa maissa ja niiden avulla saadaan selkeät vastuurajat tavarantoimitukseen liittyvistä velvollisuuksista. Lausekkeet määrittelevät erityisesti toimituksen kustannusten jakautumisen sekä riskin siirtymisen myyjän ja ostajan välillä. (Incoterms® 2010. 2011.)

Seuraavassa ovat kuvaukset muutamien Incoterms® 2010 -lausekkeiden pääpiirteistä, jotka soveltuvat kaikille kuljetusmuodoille, ja tarkemmat määrittelyt Incoterms®-lausekkeiden sisällöstä saa haluttaessa Kansainväliseltä Kauppakamarilta.

**EXW** eli Ex Works on toimituslause, jossa lähes kaikki vastuu on ostajalla. Siinä myyjä luovuttaa tavarantoimituksen ostajalle, kun hän asettaa sen ostajan käytettäväksi tiloissaan tai jos- sain muussa nimetyssä paikassa, kuten varastossa. Näin ollen myyjä osapuoli ei ole vastuussa lastauksesta, vientiasiakirjoista ja -selvityksistä, vaan ostajan tulee huolehtia koko kuljetusketjusta. Lauseke sopii kaikille kuljetusmuodoille. (Vientiprosessiopas 2013: 11.)

**FCA** eli Free Carrier on seuraava askel Ex Works lausekkeesta. Siinä myyjä toimittaa tavarantoimituksen sen rahdinkuljettajalle tai muulle vastaavalle henkilölle omissa tiloissaan tai muussa sovituksessa paikassa. Siitä eteenpäin vastuu siirtyy ostajalle. Tämä

tarkoittaa myös sitä, että kuljetussopimuksen teko ja vakuutuksen hankkiminen on ostajan vastuulla, ellei toisin sovita. (Vientiprosessiopas 2013: 11.)

**CPT** (Carriage Paid To) ja **CIP** (Carriage and Insurance Paid To) ovat keskenään hyvin samantapaiset toimituslausekkeet. Kummassakin myyjä luovuttaa tavaran sovituspaikassa rahdinkuljettajalle ja solmii kuljetussopimuksen ja maksaa rahdin nimettyyn määräpaikkaan. Toimituspaikka on kuitenkin FCA:n tapaan se, missä myyjä luovuttaa tavarat rahdinkuljettajalle, eli vastuu siitä eteenpäin on ostajalla. CIP-lausekkeessa myyjä ottaa vakuutuksen tavaroiden kuljetukselle omasta vakuutusyhtiöstään muun muassa kuljetusvahinkojen varalta. Näitä toimituslausekkeitä käytetään usein konttikuljetuksissa, ja lausekkeet sopivat kaikille kuljetusmuodoille. (Räty 2015.)

**DAP** eli Delivered At Place on toimituslauseke, jossa myyjä toimittaa tavarat ostajalle ennalta sovittuun paikkaan kohdealueella. Näin ollen myyjä hoitaa rahdin ja siitä aiheutuvat kustannukset ja vientimuodollisuudet sekä vastaa tavaralle aiheutuvista vahingoista, kunnes toimitus on tapahtunut. Tavara vastaanotetaan usein esimerkiksi ostajan varastolla, jolloin ostaja purkaa tavaran kuljetusajoneuvosta ja on vastuussa siitä eteenpäin. Ostaja hoitaa tuontimuodollisuudet, kuten ALV:n maksun omassa maassaan. DAP on EU-maiden välisessä kaupassa yleinen ja hyväksi todettu toimituslauseke, mikäli myyjä on valmis kantamaan riskit kuljetuksen suhteen. On myös järkevää, että ostaja hoitaa tuontimuodollisuudet toimialueellaan. (Räty 2015.)

Käytettäessä Incoterms®-lausekkeitä, tulee lauseke sisällyttää kauppasopimukseen muodossa ”valittu Incoterms, määräpaikka, Incoterms® 2010”. Määräpaikka on hyvä ilmoittaa mahdollisimman tarkasti, jotta riskin siirtymiskohdasta ei tule erimielisyyksiä. Esimerkki täsmällisestä Incoterms-lausekkeen käytöstä olisi DAP-lausekkeen kohdalla ”DAP, Strandgade 6, Copenhagen, Denmark Incoterms® 2010”. Tämä tarkoittaisi, että tavara toimitetaan perille mainittuun osoitteeseen, jossa ostaja vastaanottaa tavaran ja vasta tällöin tavara on toimitettu ja riski siirtynyt myyjältä ostajalle.

## 6 Tutkimuksen toteutus ja tulokset

### 6.1 Tutkimusmenetelmät

Työn empiirinen osuus koostui kolmesta tutkittavasta osiosta. Ensimmäisessä vaiheessa tietoa kerättiin sähköpostiselvitysten avulla samalla, kun neuvoteltiin maahantuojahakkaiden kanssa. Käytetty metodi kuuluu kvalitatiivisen eli laadullisen tiedonhankintatavan piiriin. Tämän vaiheen aikana oltiin koko ajan yhteydessä myös Maku Brewingiin, jotta panimosta saataisiin annettua mahdollisimman tarkkaa ja oikeaa tietoa maahantuojille. Tutkimus ja selvitys eteni sen mukaan, miten maahantuojat vastasivat annettuun informaatioon.

Toisessa vaiheessa aineiston keruumenetelmänä käytettiin kirjoituspöytä tutkimuksen ja suullisten ja kirjallisten haastatteluiden yhdistelmää. Tietoa saatiin valmiiden teosten ja artikkeleiden lisäksi muun muassa Suomen tullille tehdystä kyselystä liittyen alkoholi-ventiin. Kerättyjä tietoja analysoitiin refleктоimalla toisiinsa, jolloin pystyttiin olemaan varmempia oikeasta tavasta toimia lähetettäessä alkoholituotteita toiseen EU-maahan. Reflektion eli peilaamisen ja vertaamisen avulla saatiin uusia näkökulmia jo aiemmin löydettyyn aineistoon.

Kolmannessa vaiheessa haluttiin löytää sopivin huolitsija yhden FIN-lavan olutlähetykselle. Tässä osiossa tehtiin tarjousvertailu saaduista kolmesta kuljetustarjouksesta. Vertailun analysointia helpottamaan kuljetuksien hinnat muutettiin prosentuaalisiksi vertailuluvuiksi suhteessa halvimpaan. Käytetty metodi on vertailun osalta kvantitatiivinen eli määrällinen.

### 6.2 Maahantuojan etsiminen

Tutkimuksen onnistumisen kannalta yksi tärkeimmistä asioista oli löytää sopiva maahantuoja Makun oluille, mieluiten Kööpenhaminan alueelta. Mahdollisten vaihtoehtojen etsiminen osoittautui hankalammaksi, kuin etukäteen kuviteltiin. Syynä on se, että suuri osa maahantuojista on tehnyt internet-sivunsa vain tanskan kielellä, joten englanninkieliset hakusanat eivät antaneet aina haluttuja tuloksia. Potentiaalisia kontakteja löytyi onneksi Makun yhteyshenkilöltä Jussi Tammiselta, joka oli saanut ne Kööpenhaminassa vierailleen tutun tekemän selvityksen kautta. Tästä selvityksestä saatiin muun muassa hyvä

neuvo, että kannattaisi olla aluksi yhteydessä jo aiemmin luvussa 2.1 esitellyn Danske Ølenthusiaster -sivuston ylläpitäjään Mogens Johanseniin. Mogens Johansen jakoi mielellään suosittelmansa oluen maahantuojat, verkkokaupat ja muut oluita maahantuovat yritykset, kun häneen otettiin yhteyttä sähköpostitse.

Seuraavaksi esitellään ne tanskalaiset oluita maahantuovat yritykset, joihin on oltu yhteydessä opinnäytetyön aikana.

**Beer Factory:** Maahantuoja, joka Johansenin (2015) mukaan tuntee hyvin lähes kaikki oluisiin erikoistuneet kaupat ja ravintolat Tanskassa. Beer Factory ei fyysisesti sijaitse Kööpenhaminan alueella, vaan Tanskan suurimmalla niemimaalla Jutlandissa. Jakelua on kuitenkin lähes koko Tanskan alueella, mikä osoittaa suurta potentiaalia tulevaisuutta ajatellen.

**Bunker Beer/Nordisk Øl:** Verkkokauppa ja maahantuoja, joka omistaa myös aiemmin luvussa 2.2 mainitun Tap 10 baarin. Bunker Beer sijaitsee Kööpenhaminassa ja on pienhkö yritys, jolla on muiden liiketoimintojen ohessa erityisesti myös Pohjoismaisen pienpanimo-oluen maahantuontia. Osa oluesta menee jakeluun oman baarin kautta harrassa ja pulloissa, joita voi ostaa myös mukaan, ja osa myydään muille ravintoloille ja olutkaupoille. (Hokfeld 2015.)

**Beer Enthusiast Denmark:** Maahantuoja, joka on osa Best Selection oluen ja viinin maahantuontiyritystä Tanskassa. Se tuo maahan oluita ympäri maailmaa, mutta on erikoistunut pohjoismaisiin oluisiin ja olisi siten hyvä vaihtoehto maahantuojaksi Makulle. Tuo muun muassa Malmgårdin panimon oluita maahan. Yrityksen tilat sijaitsevat Beer Factoryn tavoin Jutlandissa. (Johansen 2015.)

**Theo Brands A/S:** Tanskan ensimmäinen oluen maahantuoja ja on ollut toiminnassa jo yli 50 vuotta. Yrityksellä on laajat jakeluverkostot ympäri Tanskaa ja vahva tuotepaletti, joka sisältää suuria olutmerkkejä, kuten tšekkiläinen Pilsner Urquell, sekä uudempien pienten panimoiden tuotteita joka puolelta maailmaa. Maahantuojan tilat sijaitsevat Herlevissä, noin 25 minuutin päässä Kööpenhaminasta. Historiansa aikana yritys toimi pitkään tax-free -tuotteisiin erikoistuneena maahantuojana ja tukkumyyjänä, mutta nykyään toiminta keskittyy pääasiassa oluen maahantuontiin ja myyntiin. (Johansen 2015; Theo Brands.)



## Lähestyminen

Maahantuojien lähestymistavaksi valittiin huolellisesti muotoiltu sähköpostiviesti, josta saisi hyvän kuvan Maku Brewingin toiminnasta ja tavoitteista viennin suhteen Kööpenhaminaan. Viestissä kerrottiin aluksi, mistä on kyse, ja mainittiin, että kyseessä on myös opinnäytetyö, jonka yhtenä päätavoitteena on löytää maahantuoja oluille Tanskasta. Oletuksena oli, että maahantuojilla ei ole entuudestaan kovin paljoa tietoa Maku Brewingistä, joten viestissä päätettiin tuoda esiin selvästi Makun oluiden voittamia palkintoja ja yleistä ilmettä. Mainittiin myös, että suomalaiset pienpanimo-oluet voisivat olla kiinnostavia Tanskassa, sillä suurin osa panimoiden jakelusta on vielä keskittynyt ainoastaan kotimaahan. Tämä johtopäätös perustuu siihen, että erikoistuneissa olutravintoloissa ihmiset haluavat useimmiten kokeilla uutuuksia.

Viestissä kerrottiin kyseessä olevan aluksi kokeilu, jossa Makun toiveena olisi lähettää yksi lavallinen, eli 24 kappaletta 30 litran Keykeg-tyynyreitä, joissa on muutamaa eri olutlaatua, jotka sitten kumppani myisi eteenpäin yhdessä valittujen ravintoloiden ja baarien hanoihin. Tämän jälkeen katsottaisiin, minkälaisen vastaanoton oluet saavat, ja edettäisiin sen mukaan. Makun verkkosivut ovat visuaalisesti ja informatiivisesti hyvin onnistuneet, joten viestiin laitettiin linkki sivustolle, josta saisi lisää tietoa muun muassa saatavilla olevista olutlaaduista ja panimon tarinasta.

## Vastaukset ja jatkotoimenpiteet

Potentiaalisten maahantuojien yhteystietojen löytämisen ja esittelyviestien lähetyksen jälkeen jäätin odottelemaan vastauksia. Mikäli vastauksia ei kuulunut yli viikkoon, laitettiin perään vielä uusi ystävällinen viesti, jossa kysyttiin maahantuojien mielteitä alkupe räisestä yhteydenotosta. Kaikista paikoista ei saatu ollenkaan vastausta, mikä voi johtua monestakin asiasta, esimerkiksi sähköpostiosoite ei välttämättä ole ajantasainen tai maahantuojalla ei ole tarvetta tai aikaa laajentaa tuotevalikoimaansa. Seuraavaksi käydään läpi, miten keskustelu on edennyt kunkin maahantuojan kohdalla.

**Beer Enthusiast Danmark** oli ensimmäinen maahantuoja, johon otettiin yhteyttä 19.11.2015. Tämä kontakti oli peräisin Maku Brewingin Jussi Tammiselta ja vaikutti hy-

vinkin lupaavalta, sillä sama yritys tuo Tanskaan myös suomalaisen Malmgårdin panimon oluita. Vastausta ei kuulunut vielä uusien yhteydenottojenkaan jälkeen, ja lopulta syyksi paljastui Mogens Johansenin löytämä tieto siitä, että yritys on osa Best Selection beer and wine import -yhtiötä ja alkuperäinen sähköpostiosoite ei ilmeisesti ollut enää käytössä. Seuraavaksi otettiin yhteyttä uuteen Johansenilta saatuun osoitteeseen, josta tuli vastaus melko pian. Siinä kerrottiin ystävällisesti, että tällä hetkellä yrityksellä on kaikki tarvitsemansa suomalaiset (oletettavasti Malmgård) oluet valikoimassa ja sieltä ollaan yhteydessä heti, mikäli tilanne muuttuu.

**Beer Factoryyn** otettiin yhteyttä 30.11.2015 ja uudemman kerran 16.12.2015. Vastaus saatiin vasta 6.1.2016, ja kävi ilmi, että Beer Factory on myyty **Danish Beer Import** (tästä eteenpäin DBI) -nimisen maahantuojan nimiin. Mikael Langager nimisen henkilön lähettämästä vastauksesta kävi ilmi, että tällä hetkellä yrityksen myynti ja jakelu kattaa Tanskan kaikki muut alueet, lukuun ottamatta Sjaellandia, jossa Kööpenhaminakin sijaitsee. Tarkoituksena on kuulemma kuitenkin aloittaa toiminta ja palkata konsultti myös Kööpenhaminan alueelle vuoden 2016 aikana.

Langager kertoi viestissään, että mikäli yhteistyötä alettaisiin tehdä Maku Brewingin ja DBI:n välillä, pitäisi oluen olla pääasiassa pulloitettua, ja kysyi, onko tämä kiinnostavaa Makun kannalta. Tämän jälkeen on jatkettu yhteydenpitoa puolin ja toisin, ja tavoitteena on ollut saada aikaan jonkinlainen sopimus ainakin kokeiluerän lähetystä varten. Laajan jakeluverkostonsa ansiosta DBI olisi varmasti hyvä maahantuoja Makun käsityöoluille. Seuraavaksi DBI:lle tarjottiin mahdollisuutta maistiaisiin Makun olutvalikoimasta, ja he olivat kiinnostuneita. Maistiaiset ovat osoittautuneet tärkeäksi osaksi maahantuojan etsimistä, sillä oletettavasti kelläkään ei ole ennestään kokemusta Maku Brewingin oluista niiden paikallisen saatavuuden vuoksi.

**Bunker Beer (Nordisk Øl)** on toinen maahantuoja, jonka kiinnostus on osittain herännyt yhteydenottojen jälkeen. Tähän maahantuojaan otettiin ensimmäinen yhteys 1.12.2015, ja vastaus saatiin heti seuraavana päivänä. Martin Hokfeld mainitsi vastauksessaan olevansa kiinnostunut joistain valikoiman oluista ja lisäksi oman olutmerkkinsä Hokkenfellerin teettämiseen Makun välineistöllä. Hän myös kertoi, että hinta ja laatu ovat tärkeä tekijä ja pyysi hintalistaa sekä maistiaisia Makun oluista.

Tässä vaiheessa pystyttiin kertomaan oluen hinnat ilman veroja ja kuljetuskustannuksia kolmessa pakkaustyyppissä: 30 l Keykeg, 0,33 l pullo ja 2016 vuoden alussa saatavilla

olevat 0,33 l tölkit. Tölkit ja pullot myydään 24 kappaleen laatikoissa. Myyntihinta on lähes aina veroton, sillä kun maahantuojia toimii välikätenä, maksetaan verot kohdemaaan vastaanoton jälkeen.

**Theo Brands A/S** on maahantuojia, johon oltiin viimeisenä yhteydessä. Tältä maahantuojalta ei ole saatu vielä vastausta ollenkaan, vaikka yhteyttä on yritetty ottaa uudemman kerran. Theo Brandsilla on kuitenkin huomattava kokemus oluen maahantuonnista ja jakelusta, joten suositeltavaa Maku Brewingille on kokeilla esimerkiksi soittaa vielä tähän paikkaan, mikäli muuta yhteistyökumppania ei olla löydetty.

### 6.3 Ohjeita oluen viemiseksi Tanskaan

Nopeasti ajatellen voisi kuvitella, että oluen vientiin Suomesta Tanskaan ei vaadita sen kummempia asiakirjoja. Syynä on Tanskan kuuluminen Euroopan unioniin, jossa rajatullit on yleensä poistettu. On kuitenkin muutamia poikkeuksia, kun puhutaan alkoholipitoisesta juomasta, kuten oluesta, josta kannetaan yleensä valmisteveroa. Jos tilanne olisi se, että olutta myytäisiin suoraan kuluttajille toiseen EU-maahan, pitäisi Maku Brewingin kantaa tuotteistaan Suomen verotason mukainen valmistevero. Tässä tapauksessa olut lähetetään kuitenkin Tanskassa toimivalle maahantuojalle, joka on samalla valtuutettu varastonpitäjä, ja näin ollen oluen siirto ja kauppahinta kumppanille, ovat valmisteverottomia luvussa 4.1 mainitulla tavalla.

#### Kauppalaskun vaatimukset

Luvussa 4.3 esitettiin kauppalaskun sisällön pääpiirteet yhteisökaupassa ja korostettiin sen huolellisen laatimisen merkitystä onnistuneen vientiprosessin osana. Finpron jatkuvasti päivittämä Laivauskäsikirja antaa maakohtaista tietoa viennin erilaisista määräyksistä ja vaatimuksista yhteensä lähes 200 maahan. Finpron (2015) mukaan lähetyksen vastaanottajalle tulisi toimittaa vähintään kolme kopiota kauppalaskusta. Seuraavassa on listattu kauppalaskuun tulevat tiedot täydennettynä:

- myyjän nimi, postiosoite, puhelin- ja faksinumero, pankkiyhteydet (tili-numero IBAN-muodossa ja BIC-koodi), VAT-numero ja Y-tunnus (**faksinumero ei välttämätön**)
- ostajan (ja vastaanottajan, mikäli eri) nimi, osoite, VAT-numero (VAT-numero Tanskassa on DK-alkuinen), laskutusosoite ja toimitusosoite

- yhteisökaupassa merkintä "Intra-Community Supply, VAT 0 %"
- laskun numero ja päiväys (yleensä sille päivälle, jona lähetys lähtee myyjältä)
- ostajan tilauksen (**yleensä PO tai Purchase order -otsikolla**) päiväys ja numero sekä mahdollinen muu viite, esimerkiksi yhteyshenkilön nimi
- toimituksen ajankohta ja kuljetusehdot
- toimituslauseke, Incoterms 2010® (**muodossa "valittu Incoterms, mää-  
räpaikka, Incoterms® 2010"**)
- maksuehto (**Maksuaika ja maksutapa**)
- kollojen merkit, numerot, lukumäärä ja laji sekä brutto- ja nettopainot
- tarkka tavaramääritelmä
- alkuperämaa (**Suomi**)
- yksikkö- ja kokonaishinnat sovittuna valuuttana sekä mahdolliset alennukset ja niiden perusteet
- 8-numeroinen CN-tullitariffinimike (**lisääminen kauppalaskuun on suositeltavaa, oluelle nimikkeet ovat Keykeg 2203 00 10, pullot 2203 00 01 ja tölkit 2203 00 09**)
- **e-AD-saateasiakirjan ARC-viitekoodi.**

Kauppalaskun valmisteluun löytyy esimerkkipohja liitteenä 5. Sitä käytetään maailmanlaajuisesti.

Ohjeet EMCS-järjestelmän käyttöön

EMCS on tullin sähköinen asiointipalvelu, jossa voi tehdä esimerkiksi valmisteveron alaisten tuotteiden siirtoihin liittyvät ilmoitukset EU:n sisällä verottomassa ympäristössä. Nykyään on pakollista tehdä muun muassa alkoholituotteiden valmisteverotomien siirtojen vienti-ilmoitukset EMCS-järjestelmän kautta. Aikaisemmin tämän tyyppisiin vientiselvityksiin käytettiin AAD-nimistä paperista asiakirjaa, mutta vuoden 2011 alussa sähköinen e-AD-saateasiakirja korvasi sen kokonaan.

EMCS-palvelun käyttöönotto:

Tarvitaan Verohallinnolta ilmaiset Katso-tunnukset, jotka pystytään hankkimaan osoitteesta <https://yritys.tunnistus.fi/>.

Näillä samoilla Katso-tunnuksilla voidaan asioida oikeastaan kaikissa tullin verkkopalveiluissa ja tehdä vienti-ilmoituksia muihinkin EU-maihin liittyvissä tapauksissa.

"Katso-tunniste on yrityksen käyttöön tarkoitettu maksuton käyttäjätunnus, jota voi käyttää Tullin lisäksi mm. verohallinnon kanssa asioitaessa. Tunnistautuneena käyttäjänä yritys voi tehdä internetissä passitusilmoitukset, viennin tulli-ilmoitukset, saapumisen ja poistumisen ilmoitukset sekä valmisteverottomien siirtojen hallinnolliset asiakirjat (e-AD.)"( Tullialan lyhenteitä 2014.)

Tärkein asia Makun kannalta EMCS-järjestelmässä on valmisteverotuksen sähköinen saateasiakirja e-AD. Se täytetään aina ennen, kuin olutta voidaan lähettää "verottomasti" toiseen EU-maahan. Toisessa päässä vastaanottaja, esimerkiksi maahantuoja, tekee vastaanottoraportin, viimeistään viiden päivän kuluessa tavarán saapumisesta, EMCS:ään.

Vaikka e-AD on sähköinen saateasiakirja, pitää lähetyksen mukana joko toimittaa paperinen versio saateasiakirjasta tai kaupallinen asiakirja, kuten kauppalasku, jossa on selvästi mainittu kuljetuksen yksilöivä hallinnollinen viitekoodi (ARC-koodi). Jälkimmäinen on yleisempi EU-kaupankäynnissä. Tämä vaaditaan siksi, että viranomaiset saattavat jostain syystä vaatia esittämään sen ja viitekoodi helpottaa huomattavasti lähetyksen valmisteverottoman siirron tietojen löytymistä.

Linkki, jonka kautta pääsee kirjautumaan EMCS-järjestelmään sivun oikeasta yläreunasta:

<http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/sahkoinenasiointi/internet/emcs/index.jsp>

Lähtämiseen ja e-AD asiakirjaan liittyviä ohjeita:

Tietoa tuotteiden lähettamisestä EMCS-järjestelmässä:

[http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/verotus/EMCS\\_asiakasohjeet/emcs\\_asiakasohjeet/EMCS-ohje3\\_lahettaminen\\_FS1.pdf](http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/verotus/EMCS_asiakasohjeet/emcs_asiakasohjeet/EMCS-ohje3_lahettaminen_FS1.pdf)

Yleiset asiakasohjeet EMCS-järjestelmään:

[http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/verotus/EMCS\\_asiakasohjeet/emcs\\_asiakasohjeet/net-tiemcs\\_kayttoohje.pdf](http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/verotus/EMCS_asiakasohjeet/emcs_asiakasohjeet/net-tiemcs_kayttoohje.pdf)

Edellä mainituista asiakasohjeista selviää, kuinka EMCS-järjestelmässä täytetään erilaiset sähköiset ilmoituslomakkeet, mukaan lukien e-AD:n täyttö oluttuotteiden tapauksessa. EMCS-palvelua pitää pystyä käyttämään nykyään kaikissa EU-maissa, joten alkoholituotteiden maahantuontia harjoittavat yritykset ovat varmasti tietoisia järjestelmästä jo entuudestaan.

#### Muut ohjeet

#### Pakkausmerkinnät

Oluen pakkauksille ja niiden merkinnöille on olemassa tietynlaisia vaatimuksia Tanskassa. Nämä vaatimukset kuitenkin toteutuvat aika lailla jo Maku Brewingin tämänhetkisillä etiketeillä, muun muassa Suomen kaksikielisyyden ansiosta. Etiketissä tulisi olla tarvittavat tiedot tanskaksi, mutta myös ruotsin tai norjan kieli käy, joten ruotsinkieliset tekstit ovat käyvät. Etiketistä pitäisi löytyä ainakin seuraavat asiat:

- ainesosat (ruotsiksi)
- tilavuus sentti- tai millilitroina
- alkoholipitoisuus tilavuusprosentteina
- ”olut” merkintä (ruotsiksi)
- valmistajan yhteystiedot
- parasta ennen -päiväys (ruotsiksi).

#### Huolitsijalle toimitettavat tiedot

Kuljetuksen onnistumisen kannalta on hyvin tärkeää toimittaa tarvittavat dokumentit huolintayritykselle rahtikirjan laatimista varten hyvissä ajoin ennen kuljetuksen toteutumista. Tärkeimpänä on laatia ja toimittaa e-AD-saateasiakirja huolitsijalle, sillä ilman sitä veroton siirto ei onnistu. Kauppalasku on toinen tärkeä toimitettava dokumentti.

## 6.4 Kuljetusyritysten hintavertailu

Alun perin yksi insinööriyön päätehtävistä oli kuljetusyritysten hintavertailu, ja tutkimusta lähdettiin lähestymään siitä näkökulmasta, että Maku Brewing tekisi itse kuljetussopimuksen oluen viemiseksi Tanskaan. Työn edetessä kävi kuitenkin ilmi, että useimmiten maahantuojia on se, joka hoitaa kuljetukseen liittyvät asiat ja varaukset, mikä toisaalta helpottaa Makun vientiprosessia huomattavasti. Tästä huolimatta panimon toiveena oli, että sillä olisi valmiiksi selvitettyä sopivat kuljetusyritykset ja kuljetuksien hinnat ikään kuin varmuuden vuoksi, sillä kaikilla oluen maahantuojilla ei välttämättä ole mahdollisuutta tehdä kuljetussopimusta jokaiselle lähetykselle.

Kun ajatellaan vientiä Suomesta Tanskaan, kuljetusreitti lähes poikkeuksetta sisältää maantiekuljetuksen lisäksi merikuljetusosuuden. Poikkeuksena olisi, jos esimerkiksi rekka ajaisi pohjoisesta Suomesta rajan yli ensin Ruotsiin ja siitä etelään kohti Tanskaa. Lähetyksessä on kyse vain yhden FIN-lavallisen viennistä, joten konttikuljetus laivalla ei ole järkevää, sillä se on optimaalinen isoille tavaraerille. Sen sijaan parhaaksi vaihtoehdoksi on valikoitunut tietynlainen yhdistetty kuljetus, jossa koko kuljetusväline ajetaan laivaan. Tällöin vältetään turhalta kontin siirroilta, välissä purkamiselta, välivarastoinnilta ja päästään jatkamaan matkaa ajoneuvolla suoraan laivan saapessa kohdesatamaan.

### Hintavertailun toteutus

Oleellista kuljetuksen hinnan osalta on, että huolintayhtiö saa kerättyä kuljetusyksikkönsä mahdollisimman täyteen, jolloin pienen kappaletavaralähetyksen hinta alenee. Tämä otettiin huomioon valittaessa huolintayrityksiä, joille tarjouspyynnöt lähetettiin. Mukaan ei otettu kaikkein pienimpiä kuljetusyrityksiä, koska niillä voi olla vaikeuksia saada ajoneuvot tarpeeksi täyteen tietyllä aikataululla ja näin ollen hintaa ei välttämättä saada kannattavaksi.

Tutkimus toteutettiin hintavertailulla neljän eri kuljetus ja huolintayrityksen välillä. Mukaan vertailuun haluttiin ottaa kaksi isoa kansainvälistä yritystä ja kaksi keskisuurta hyvällä menestyksellä toiminutta yritystä. Kun sopivat kuljetusyritykset löydettiin, jokaiselle lähetettiin tarjouspyyntö kuljetuksesta Maku Brewingin panimon ja tanskalaisen Assensissa toimivan maahantuojan verottoman varaston välille. Toimituslausekkeeksi määriteltiin DAP Assens, Denmark, Incoterms 2010. Tarjousta pyydettiin alla olevan taulukon 1 mukaiselle lähetykselle.

Taulukko 1. Kuljetettavan olutlähetyksen kuvaus.

Lähetys	Paino, kg	Mitat, cm	Lämpötilavaatimus, °C
<b>FIN-lava (sisältää 24 kpl oluttynnyreitä)</b>	768 kg + FIN-lava (25–30 kg)	120 x 100 x 128 cm	-2 °C – +40 °C
Täysi 30 l:n Keykeg-tynnyri / 1 kpl	32 kg	30 x 30 x 57,2 cm	-2 °C – +40 °C

Taulukosta nähdään, että olut vaatii tietynlaisen lämpötilan kuljetuksen aikana. Vaihteluväli on melko laaja, mutta esimerkiksi talviaikaan lämpötila saattaa kuljetuksessa laskea huomattavasti alle sallitun -2 °C, ja tällöin vaaditaan niin sanottua thermo- eli lämpösäädelyä kuljetusta. Nyt tarjouksia pyydettiin kuitenkin toukokuulle 2016, joten on lähes varmaa, että pysytään sallitulla välillä normaalillakin pressutrailerilla. Thermo-kuljetus olisi välttämätön oluen laadun kannalta, jos vienti kohdistuisi jonnekin kauemmas, kuten Kiinaan.

Tarjouspyynnöt lähetettiin seuraaville yrityksille: A, B, C ja D. Pyydettyä kuljetusta tarjosivat kaikki muut paitsi D, joka kertoi syyksi thermo-kaluston puuttumisen kyseiseen kohteeseen Tanskassa. Tarjonneista huolitsijoista B ja C totesivat kumpikin, että tuohon vuodenaikaan (toukokuu) ei tarvita thermo-kuljetusta ja näin ollen ne tarjosivat normaalia pressotrailerikuljetusta. Huolitsija A taas tarjosi +2 °C – +25 °C thermo-kuljetusta, joka ei kuulemma ollut merkittävästi kalliimpi verrattuna normaaliin, kun kyse oli näin pienestä lähetyksestä. A:n lisäksi C oli ainoa, jolla on mahdollisuus myös lämpösäädelyyn kuljetukseen.

Kaikissa tarjouksissa hintaan sisältyvät tämänhetkiset rahtilisät, kuten polttoainelisiä ja tavaramaksu, joten siltä osin hinnat ovat vertailukelpoisia. Tarjouksissa mainittiin myös yhden tunnin lastaus- ja purkuajat, jotka kuuluvat rahtihintaan. Poikkeus syntyy huolitsija A:n kohdalla, kun tarjottuna on thermo-kuljetus, joka oletettavasti on hieman kalliimpi. Kuljetuksen hintavertailu on taulukossa 2.



Taulukko 2. Kuljetuksen hintavertailu.

Sija	Huolitsija	Hinta, €	Vertailuluvut	Kalusto
1.	B	259,00	1	normaali
2.	C	310,00	1,2	normaali
3.	A	330,00	1,27	thermo

Taulukossa 2 on käytetty vertailulukuja, joista nähdään suoraan prosentuaaliset erot verrattuna halvimpaan eli huolitsija B:n hintaan. Jos huolitsija B:n hintaa kuvataan numerolla 1 ja C:n hinta on 1,2, niin hintojen ero on 20 % eli C on 20 % kalliimpi kuin B. Kallein eli huolitsija A on 27 % kalliimpi kuin edullisin. Kaikki annetut tarjoukset ovat arvonnlisäverottomia.

## 6.5 Tulokset

Insinöörityössä oli kolme tavoitetta, jotka olivat oleellisia oluen viennin onnistumisen kannalta. Seuraavaksi käydään läpi, kuinka tavoitteisiin onnistuttiin vastaamaan.

Ensimmäisenä tavoitteena oli kartoittaa ja löytää sopiva oluen maahantuojat kohdealueelta Tanskasta ja lopulta saada aikaan sopimus, jolla vastuu oluen jakelusta siirtyy kumppanille lähetyksen saapuessa Tanskaan. Useiden keskusteluiden jälkeen on päästy tilanteeseen, jossa kaksi maahantuojaa on osoittanut kiinnostusta yhteistyölle Maku Brewingin kanssa. Ensimmäinen on Kööpenhaminassa toimiva pieni maahantuojat, jolla on lisäksi oma olutravintola ja joka olisi kiinnostunut hanaoluen maahantuonnista. Toinen taas on isompi Assensissa sijaitseva maahantuojat, jonka tuotevalikoima on hyvin laaja aina virvoitusjuomista suurien panimoiden oluisiin ja pienpanimotuotteisiin. Se olisi ensisijaisesti kiinnostunut pullo- sekä tölkkioleusta ja niiden myynnistä eri kanavien kautta. Tähän mennessä ei ole saatu aikaan sopimusta, vaan neuvottelut ovat vielä kesken.

Toinen tavoite oli selvittää, mitä veroilmoituksia ja asiakirjoja vaaditaan vietäessä alkoholia sisältävää olutta toiseen EU-maahan. Tässä osiossa saatiin selville, että toimittaessa tanskalaisen maahantuojan kanssa, jolla on veroton varasto kohdealueella, voidaan olutlähetykselle tehdä niin sanottu väliaikaisesti valmisteveroton siirto tullin EMCS-

palvelun kautta sähköisen e-AD-saateasiakirjan avulla luvussa 6.3 mainitulla tavalla. Valmiste-, alkoholi- ja arvonlisävero tulevat maksettavaksi maahantuojan toimesta Tanskan verokantojen mukaan. Ehtona tällä tavalla toimittaessa on, että kummallakin osapuolella on veroton varasto ja voimassaoleva VAT-numero.

Lisäksi saatiin selville, että kauppalasku on tärkein asiakirja olutlähetyksen onnistumisen kannalta, ja siihen tulisikin liittää kaikki oleellinen tieto lähetystä koskevista asioista luvussa 6.3 mainitulla tavalla. Sitä tulisi toimittaa vähintään kolmen kopion verran lähetyksen vastaanottajalle.

Viimeinen tavoite oli löytää paras hinta-hyötysuhde yhden olutta sisältävän FIN-lavan kuljetukselle Maku Brewingin panimolta tanskalaisen maahantuojan varastoon. Tarjousvertailun avulla löydettiin edullisin kuljetus, jota tarjosi huolitsija B. Jos olutta halutaan lähettää talviaikaan, huolitsija A on paras vaihtoehto, sillä se tarjosi lämpösäädelyä thermo-kuljetusta, joka estää oluen jäätymistä.

Tarjoukset pyydettiin kuljetukselle Assensissa toimivan maahantuojan varastoon DAP-lausekkeella (Incoterms 2010), ja mikäli maahantuoja on todellisuudessa joku muu, voidaan samoilta huolitsijoilta pyytää uudet tarjoukset eri osoitteeseen.

## 7 Yhteenveto

Insinööriytyö tehtiin suomalaisen pienpanimon Maku Brewingin toimeksiannosta liittyen oluen vientiprosessiin. Aihe poikkesi melko lailla tuotantotalouden yleisimmistä aihepiireistä, jotka liittyvät usein jonkinlaisen olemassaolevan prosessin kehitystehtävään. Tässä lähdettiin aloittamaan ja selvittämään kokonaan uutta osa-aluetta pienpanimolle.

Haasteellisin osuus työssä oli maahantuojan löytäminen ja oikeanlainen lähestyminen, sillä kokemusta vastaavasta ei ennestään ollut. Alun perin toimeksiantajan asettamana lopputavoitteena oli saada yhden FIN-lavan erä hanaolutta konkreettisesti vietyä ravintolajakeluun Tanskaan maahantuojan kautta. Tämä ei kuitenkaan toteutunut vielä, sillä sopimusta maahantuojan kanssa ei ole vielä syntynyt. Jatkoehdotuksena voisikin olla, että panimon henkilöstö menisi Tanskaan paikan päälle keskustelemaan ja esittelemään tuotteitaan ja toimintaansa kiinnostuneille maahantuojille. Jos tämä ei ole ajallisesti tai taloudellisesti mahdollista, suositellaan ainakin puhelimen välityksellä käytäviä jatkoneuvotteluita.

Työn edetessä, erinäisissä keskusteluissa tuli selville, että yleisin tapa oluen toimitukselle on maahantuojan hoitama kuljetus, mutta tästä huolimatta haluttiin saada valmis tapa ja kannattavin kuljetujärjestely lähetyksen tekemiseen. Tavoitteisiin päästiin sen osalta, että nyt on tiedossa oikeanlainen tapa järjestää kuljetus Suomesta maahantuojalle niin, että vältetään ylimääräisiltä selvityksiltä ja kustannuksilta.

Työssä selvitetystä alkoholituotteiden viennin erinäköisistä vaatimuksista on varmasti hyötyä Maku Brewingille tulevaisuudessa, sillä samanlaista toimintatapaa voidaan käyttää kaikissa Euroopan unioniin kuuluvissa maissa.

## Lähteet

Alkoholijuomavero eri EU-maissa. 2015. Verkkodokumentti. Veronmaksajat. <<http://www.veronmaksajat.fi/luvut/tilastot/kulutusverot/alkoholijuomavero/>>. Luettu 20.11.2015.

Alkoholijuoma- ja juomapakkausvero. Valmisteverotuksen asiakasohje 23. 2014. Tulli.

Björn, Riitta. 2015. Valmisteverotus. Tulli. Sähköpostikeskustelu 26.11.2015.

Danish Beer Enthusiasts. Verkkodokumentti. Danske Olenthusiaster. <<http://www.ale.dk/?id=49>>. Luettu 24.11.2015.

Duffy, Liam. 2015. The craft beer revolution. Verkkodokumentti. <<http://murmur.dk/the-craft-beer-revolution/>>. Luettu 11.12.2015.

Hokfeld, Martin. 2015. Omistaja, Bunker Beer. Sähköpostikeskustelut 1.–29.12.2015.

Huolinta. Verkkodokumentti. Suomen Kuljetusopas. <<http://www.kuljetusopas.com/kuljetus/huolinta/>>. Luettu 20.11.2015.

Hörkkö H, Koskinen H, Laitinen P, Mattsson M, Ollikainen J, Reinikainen A, Werdermann R. 2010. Huolinta-alan käsikirja. Uudistettu painos. Helsinki: Suomen Spedservice Oy.

Incoterms® 2010. 2011. International Chamber of Commerce (ICC).

International Affairs Division for Denmark. Verkkodokumentti. Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau. <<http://www.ttb.gov/itd/denmark.shtml#PROCEDURES>>. Luettu 14.3.2016.

Intrastat-opas. 2016. Verkkodokumentti. Tulli. <[http://www.tulli.fi/fi/suomen\\_tulli/ulko-maankauppatilastot/intrastat/liitteet16/index.jsp](http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/ulko-maankauppatilastot/intrastat/liitteet16/index.jsp)>. Luettu 12.1.2016.

Johansen, Mogens. 2015. Moderaattori, Danske Olenthusiaster. Sähköpostikeskustelut 24.11.–21.12.2015.

Johansson L, Vahvaselkä I. 2010. Uusia kansainvälistymismalleja etsimässä. Tapaustutkimus kansainvälistymisstrategioista ja -poluista. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Kauppasopimus. Verkkodokumentti. Logistiikan maailma. <<http://www.logistiikanmaailma.fi/Kauppasopimus/>>. Luettu 24.1.2016

Laivauskäsikirja. 2015. Finpro.

Leipola, Lasse. 2014. Olutkaupunki Kööpenhamina. Verkkodokumentti. <<http://www.kaunishumala.fi/olutkaupunki-koopendamina/>>. 20.9.2014. Luettu 23.11.2015.

Logo. Verkkodokumentti. Ølenthusiaster. <[http://www.ale.dk/fileadmin/\\_migrated/pics/doe\\_logo.jpg](http://www.ale.dk/fileadmin/_migrated/pics/doe_logo.jpg)>. Luettu 13.12.2015.

Melin, K. 2011. Ulkomaankaupan Menettelyt - Vienti ja tuonti. Tammertekniikka/ Amk-Kustannus.

Mitä huolinta on. Verkkodokumentti. Suomen Huolinta- ja Logistiikkaliitto ry. <<http://www.huolintaliitto.fi/tietoa-alasta/mita-huolinta-on.html>>. Luettu 13.12.2015.

Pattinson, Ron. Copenhagen Pub Guide. Verkkodokumentti. <<http://www.european-beerguide.net/copepubs.htm>>. Luettu 11.12.2015.

PSYM - Pohjoismaisen speditööriliiton yleiset määräykset. 2015. Verkkodokumentti. Logistiikan maailma. <[http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/PSYM\\_-\\_Pohjoismaisen\\_spedit%C3%B6%C3%B6riliiton\\_yleiset\\_m%C3%A4%C3%A4r%C3%A4ykset/](http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/PSYM_-_Pohjoismaisen_spedit%C3%B6%C3%B6riliiton_yleiset_m%C3%A4%C3%A4r%C3%A4ykset/)>. Luettu 20.11.2015.

PSYM 2015/2000. 2016. Verkkodokumentti. Suomen Huolinta- ja Logistiikkaliitto Ry. <<http://www.huolintaliitto.fi/tietoa-alasta/vakioehdot/psym-20002015.html/>>. Luettu 10.1.2016.

Räty, Asko. 2015. Incoterms 2010. Verkkodokumentti. <[http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Incoterms\\_2010](http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Incoterms_2010)>. Luettu 15.12.2015.

Tamminen, Jussi. 2015. Toimitusjohtaja, Maku Brewing. Avoimet haastattelut 16.10.–21.3.2016.

Theo Brands. Verkkodokumentti. <<http://www.theobrand.dk/english>>. Luettu 3.1.2016.

Tullialan lyhenteitä. 2014. Verkkodokumentti. Tulli. <[http://www.tulli.fi/fi/suomen\\_tulli/tulli\\_tutuksi/termit\\_selviksi/lyhenteet/index.jsp](http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/tulli_tutuksi/termit_selviksi/lyhenteet/index.jsp)>. 16.7.2014. Luettu 4.1.2016.

Valmisteverotus. Valmisteverotuksen asiakasohje 16. 2016. Tulli.

Vientiprosessiopas. 2013. Verkkodokumentti. Finpro. <[http://www.exportfinland.fi/c/document\\_library/get\\_file?uuid=4c3afb57-e3eb-4b0e-9c97-f0e14099c7f5&groupId=10304](http://www.exportfinland.fi/c/document_library/get_file?uuid=4c3afb57-e3eb-4b0e-9c97-f0e14099c7f5&groupId=10304)>. Luettu 1.11.2015.

Vienti. Verkkodokumentti. Yritys-Suomi. <[www.yrityssuomi.fi/vienti](http://www.yrityssuomi.fi/vienti)>. Luettu 20.2.2016.

**Tanskan viranomaisten yhteystietoja****Fødevarestyrelsen (Danish Veterinary and Food Administration)**

Mørkhøj Bygade 19

DK-2860 Søborg

Tel: (+45) 33 9560 00

Fax: (+45) 33 9560 01

E-mail: [fvst@fvst.dk](mailto:fvst@fvst.dk)Web: <http://www.fvst.dk>**FødevareErhverv (Danish Food Industry Agency)**

Nyropsgade 30

DK-København V 1780

Tel: (+45) 33 9580 00

Fax: (+45) 33 9580 80

E-mail: [dffe@dffe.dk](mailto:dffe@dffe.dk)Web: <http://www.dffe.dk>**Skat (Tax and Customs Administration)**

Østbanegade 123

DK-København Ø 2100

Tel: (+45) 72 3790 00

Fax: (+45) 72 3790 01

E-mail: [toldskat@toldskat.dk](mailto:toldskat@toldskat.dk)Web: <http://www.toldskat.dk>

**Un-layout Key -pohja**

LAYOUT KEY FOR TRADE DOCUMENTS				
Consignor (Exporter)		Date, Reference No, etc.		
Consignee		Byer (if other than consignee) or other address		
Notify or delivery address		Country whence consigned		
		Country of origin	Country of destination	
Transport details		Terms of delivery and payment		
Shipping marks ; Container No.   Number and kind of packages ; Goods description		Commodity No.	Gross weight	Cube
			Net quantity	Value
<div style="font-size: 48px; opacity: 0.3; transform: rotate(-15deg); position: absolute; top: 50%; left: 50%; pointer-events: none;">Free disposal</div>				
		Place and date of issue; Authentication		