



**TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU**

LIIKETALOUS

TUTKINTOTYÖRAPORTTI

**Iso-Britannian varaosaviennin rahtikustannusten optimointi
Case: Gardner Denver Oy**

Heidi Salonen

Liiketalouden koulutusohjelma
Toukokuu 2007
Työn ohjaaja: Simo Vesterinen

TAMPERE 2007



**TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU
LIIKETALOUS**

Tekijä(t):	Heidi Salonen
Koulutusohjelma(t):	Liiketalous
Opinnäytetyön nimi:	Iso-Britannian varaosaviennin rahtikustannusten optimointi. Case: Gardner Denver Oy
Title in English:	Optimization of Freight Rates Related to Export of Spare Parts to Great Britain. A Case of Gardner Denver Oy.
Työn valmistumis- kuukausi ja -vuosi:	Toukokuu 2007
Työn ohjaaja:	Simo Vesterinen

Sivumäärä: 47

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön kohdeyritys Gardner Denver Oy kehittää, suunnittelee ja valmistaa paineilmaa tuottavia kompressoreita ja ruuviyksiköitä moniin eri käyttötarkoituksiin. Varaosamyynti osana yrityksen jälkimarkkinointia nousee kasvavan liiketoiminnan myötä koko ajan tärkeämpään rooliin. Tämän vuoksi Gardner Denver Oy koki tarpeelliseksi yrityksen varaosaviennin rahtikustannusten tämän hetkisen tilanteen selvittämisen sekä mahdollisten ratkaisu- ja parannusehdotusten luomisen kohonneiden rahtikustannuserien kuriin saamiseksi.

Tutkimustyössä päädyttiin kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimukseen ja tarkoituksena oli muodostaa mahdollisimman kokonaisvaltainen kuva tutkittavasta asiasta. Opinnäytetyön materiaali perustuu laskutettuihin rahtikustannuksiin, jotka on tutkimusta varten kohdistettu oikeille myyntitilauksille. Näin on pystytty vertailemaan eri tekijöiden vaikutusta rahtikustannusten muodostumiseen. Rahtikustannusten optimointiin vaadittiin lisäksi selkeä kuva yrityksen vientiprosessista sekä tieto kustannusten rakenteesta ja muodostumisesta yleisellä tasolla. Lisäksi hyvät taustatiedot Case-yrityksen tuotteista ja toimintatavoista olivat edellytys tutkimuksen suorittamiselle.

Tutkimuksen päätulokset toivat ilmi, että valtaosa Case-yrityksen varaosaviennistä koostuu pienistä lähetyksistä. Tutkimuksen mukaan lähetyksen koko oli yksi merkittävimmistä asioista, johon yrityksen tulisi tulevaisuudessa puuttua. Käytettävällä huolitsijalla tai asiakkaalla ei näyttänyt olevan suurta merkitystä rahtikustannusten muodostumisen kannalta. Kun lopputuloksena halutaan saavuttaa kumpaakin kaupan osapuolta tyydyttävä ratkaisu, tulee käytettävää optimointivaihtoehtoa miettiä myös asiakkaan näkökulmasta. Varteenotettavimmat vaihtoehdot olivat toimitustapalausekkeen valinta, varaosien ja asiakkaalta laskutettavien rahtikustannusten uudelleen hinnoittelu sekä nykyisen toimintamallin päivittäminen. Tutkimuksessa päädyttiin ajattelemaan rahtikustannusten optimointia kokonaisvaltaisesti, jolloin huomiota tulee kiinnittää myös kaupankäynnin perusperiaatteisiin sekä jälkimarkkinointiin yhtenä osana suurempaa kokonaisuutta.

Avainsanat: rahtikustannus vienti optimointi

Sisällysluettelo

1. JOHDANTO.....	5
1.1. Käsitteiden määrittely.....	5
1.2. Tutkimusongelma.....	6
1.3. Tutkimuksen tavoite ja rajaukset.....	6
1.4. Teoreettinen viitekehys.....	6
1.5. Työn kulku.....	7
2. CASE-YRITYS GARDNER DENVER OY.....	8
2.1. Historiaa.....	8
2.2. Gardner Denver Inc.....	8
2.3. Gardner Denver tänään.....	9
2.4. Gardner Denver Oy:n tuotteet.....	9
2.4.1. Yleistä.....	9
2.4.2. Kompressorimallit.....	10
2.4.3. VS Sarja.....	10
2.4.4. Peruskuormakoneet ja ruuvivyksiköt.....	11
3. ISO-BRITANNIA LIIKETOIMINTA-ALUEENA.....	12
3.1. Yleistä.....	12
3.2. Iso- Britannian ulkomaankaupan kehitys.....	12
3.3. Iso-Britannian ulkomaankaupan rakenne.....	13
3.4. Liiketoimintakulttuuri Iso-Britanniassa.....	14
3.4.1. Työkulttuuri.....	14
3.4.2. Tapakulttuuri.....	15
4. YHTEISÖKAUPPA.....	17
4.1. Yleistä.....	17
4.2. Arvonlisämenettely yhteisökaupassa.....	18
4.3. Maksutavan valinta.....	18
4.4. Toimitustapalauseke.....	20
4.5. Huolitsija.....	21
4.6. Kuljetus.....	21

4.7. Viennin asiakirjat	22
5. KUSTANNUKSET JA NIIDEN OPTIMOINTI.....	25
5.1. Yleistä	25
5.2. Kiinteät ja muuttuvat kustannukset	25
5.3. Kustannusoptimi	26
5.4. Kannattavuus.....	27
5.5. Hinnoittelu	27
6. TIETOJEN KERÄÄMINEN JA TUTKIMUSTAPA	30
6.1. Kvalitatiivinen tutkimus	30
6.2. Tietojen kerääminen.....	31
6.3. Tutkimuksen luotettavuus.....	31
7. CASE - YRITYKSEN RAHTIKUSTANNUSTEN OPTIMOINTI.....	32
7.1. Taustatiedot tuotteista	32
7.2. Varaosavienti ja asiakkaat.....	32
7.3. Huolintayritykset.....	34
7.3.1. Yleistä.....	34
7.3.2. UPS.....	36
7.3.3. DHL.....	36
7.3.4. Schenker.....	37
7.4. Rahtikustannusten optimointi.....	37
7.4.1. Yleistä.....	37
7.4.2. Case- yrityksen rahtikustannusten tilanne tällä hetkellä	38
7.4.3. Case- yrityksen tavoitteet tulevaisuudessa.....	38
7.4.4. Kustannusten optimointi	38
7.4.4.1. Toimitustapalausekkeen valinta.....	39
7.4.4.2. Varaosien hintojen nostaminen.....	40
7.4.4.3. Rahtikustannusten portaittainen hinnoittelu	40
7.4.4.4. Nykyisen toimintatavan päivittäminen.....	40
8. YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET.....	41
LÄHTEET	43
LIITTEET	46
Liite 1: Gardner Denver Oy:n jälkimarkkinointikoordinaattori Johanna Aaltosen haastattelu.....	46

1. Johdanto

1.1. Käsitteiden määrittely

Vienti

Nykyään kansainvälistyminen on suomalaiselle yritykselle keskeinen kilpailukykytekijä. Kaikki suuret yritykset vahvistavat kilpailukykyään toimimalla kansainvälisesti viennissä, tuonnissa, tuotannossa tai muussa liiketoiminnan kehitystyössä. Viennillä käsitetään kaikki ulkomaille Suomen rajojen yli suuntautuva tavaroiden tai palvelujen myynti. Suomen pienet kotimarkkinat ovat rajalliset ja asettavat yritystoiminnan kasvulle katon. Suomessa kansainvälistyminen on maan syrjäisen sijainnin vuoksi haasteellisempaa kuin esimerkiksi Keski-Euroopassa sijaitsevilla mailla. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006)

Yritysten viennin ja kansainvälisten toimintaedellytysten turvaaminen on yksi suomalaisten yritysten menestymisen elinehdoista. Suomen bruttokansantuotteesta lähes 40 prosenttia tulee viennistä. Erityisesti palvelujen vienti tarjoaa merkittäviä uusia kasvumahdollisuuksia. Yritysten toimintaedellytyksiä pyritäänkin jatkuvasti parantamaan sekä kauppapolitiikan että kansallisen viennin- ja kansainvälistymisen edistämisen keinoin. Yritysten kilpailukyky edellyttää sitovia sääntöjä ja tasapuolisia kilpailuedellytyksiä kaupassa sekä investoinneissa. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2007)

Optimointi

Optimoinnilla tarkoitetaan parhaan tai edullisimman vaihtoehdon etsimistä tai tuottamista. Optimoinnilla pyritään saavuttamaan optimi, eli vaikuttavan tekijän edullisin lukuarvo. Kustannusoptimi tarkoittaa tilannetta, jossa yksikkökustannukset ovat minimissään (Partanen 1999).

Rahtikustannus

Kustannus on hyödykkeiden käytöstä ja kulutuksesta aiheutunut taloudellinen, rahassa ilmaistu uhraus. Kustannukset ryhmitellään liiketaloudellisesti kiinteisiin ja muuttuviin kustannuksiin, kokonaiskustannuksiin ja rajakustannuksiin. Muuttuvat kustannukset, kuten esimerkiksi kuljetuskustannukset seuraavat tuotannon muutoksia. Kiinteät ja muuttuvat kustannukset muodostavat yhdessä kokonaiskustannukset. Ne jaettuina tuotannon määrällä antavat kokonaisyksikkökustannukset. Rahtikustannukset syntyvät, kun tavaraa kuljetetaan paikasta A paikkaan B. Rahtikustannuksiin sisältyy kiinteään rahtihinnan lisäksi polttoaineen hintaan sidottu poltto-ainelisiä sekä muita pienempiä kuljetusreitin valinnasta riippuvia lisiä (Wikipedia 2006).

1.2. Tutkimusongelma

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää rahtikustannusten merkitystä Gardner Denver Oy:n Iso-Britannian varaosaviennissä tällä hetkellä. Lisäksi tarkoituksena on pyrkiä optimoimaan kustannukset niin, että tilannetta on tulevaisuudessa mahdollista kehittää positiivisempaan suuntaan.

Tässä työssä tutkitaan millaiset asiakaskohtaiset rahtikustannukset ovat tällä hetkellä etenkin kolmen tärkeimmän asiakkaan kohdalla. Työssä pohditaan myös EU-vientiä prosessina, johon kuuluvat mm. toimitustapalausekkeiden sekä kuljetustavan valinta, vaadittavat asiakirjat sekä maksuliikenne. Lisäksi työssä käydään läpi kustannusten optimointia yleisellä tasolla.

1.3. Tutkimuksen tavoite ja rajaukset

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää Gardner Denver Oy:n tämän hetkinen tilanne Iso-Britannian varaosaviennin rahtikustannusten osalta. Näiden tietojen pohjalta on myös tarkoitus pohtia, miten tilannetta pystytään jatkossa parantamaan. Lähtökohtana tutkimuksessa on kohdistaa rahtikustannukset yksittäisille myyntitilauksille ja saatujen tietojen pohjalta tarkoituksena on selvittää miten kustannuksia voidaan tulevaisuudessa vähentää. Vienti Iso-Britanniaan on EU- vientiä, johon on olemassa omat EU-vientiä koskevat säädökset. Tutkimukseen kuuluu vientiprosessin eri vaiheiden konkreettinen selvittäminen sekä prosessin ongelmien ratkaiseminen ja kehitysmahdollisuuksien etsiminen. Tavoitteena on tehdä työ, jonka avulla Gardner Denver Oy:n on mahdollista tulevaisuudessa optimoida varaosaviennin kustannuksia ja saavuttaa varaosamyynnistään suurempi kate.

Tutkimuksen empiirisessä osassa käsitellään Gardner Denver Oy:n vientitilastoja. Näiden tilastojen avulla tarkastellaan miten kustannukset jakautuvat asiakaskohtaisesti ja kuinka suuri merkitys huolintayrityksen valinnalla on kustannusten syntyymiseen.

Tutkimus rajataan käsittelemään ainoastaan Gardner Denver Oy:n Iso-Britanniaan kohdistuvaa varaosavientiä. Lisäksi tutkimus kohdistetaan käsittelemään vain suurimpia asiakkaita. Rajaus perustuu yrityksessä havaittuun epäkohtaan koskien liian suuria rahtikustannuksia. Rajaus tiettyyn maahan ja tiettyyn asiakkaaseen mahdollistaa prosessin tarkemman ja yksityiskohtaisemman selvityksen.

1.4. Teoreettinen viitekehys

Tutkimuksen teoriaosassa kerrotaan niistä seikoista, jotka vaikuttavat oleellisesti Iso-Britannian vientikauppaprosessiin. Työssä tuodaan esiin myös teoretietoa Iso-Britanniasta kauppa-alueena, jotta kaupankäynnin kummatkin osapuolet tulevat tietyllä tasolla lukijalle

tutuiksi. Sijainti ja kulttuuri ovat kaikille tutkimuksessa käsitellyille asiakkaille yhteisiä tekijöitä.

Työssä perehdytään tarkastelemaan myös vientiprosessia Iso-Britanniaan ja selvitetään vientiprosessin kulku niiltä osin kuin se koskee Case- yrityksen varaosavientiä. Esille tulevat mm. kuljetustavat, huolinta sekä toimitustapalausekkeet, joita käsitellään sekä yleisellä tasolla että Case- yrityksen näkökulmasta. Teoriatiedot on poimittu eri kirjallisuuden lähteistä sekä haastattelemalla Case- yrityksen jälkimarkkinointikoordinaattoria.

1.5. Työn kulku

Tutkimus voidaan jakaa kolmeen eri osa-alueeseen. Tutkimustyön ensimmäinen osa on johdanto-osa, jossa käsitellään tutkimus-ongelmaa ja kerrotaan työn tavoitteet sekä esitellään Case- yritys Gardner Denver Oy. Toisessa osassa keskitytään enemmän teoriaan, joka liittyy Iso-Britanniaan kauppa-alueena sekä vientiprosessiin yleisellä tasolla. Kolmas osa on empiirinen osa, jossa kerrotaan tutkimuksen tekotavasta sekä tutkimusaineiston keräämisestä. Tutkimustulokset, joita esitetään työssä pohjautuvat pitkälti vientitilastoihin ja niiden tulkintaan. Myös empiirisessä osassa esitetyt johtopäätökset ja ratkaisuehdotukset perustuvat vientitilastoihin.

2. Case-yritys Gardner Denver Oy

2.1. Historiaa

Kun katsotaan Gardner Denver Oy:n historiaa taaksepäin, johtaa se juurensa Tampella Tamrockiin, joka vuonna 1963 solmi lisenssisopimuksen ruotsalaisen Svenska Rotormaskinerin (SRM) kanssa ruuvikompressoreiden valmistamisesta. Vuonna 1990 kompressoriosasto yhtiöitettiin ja sen nimeksi muutettiin Oy Tamrotor Ab. Yhdysvaltalainen Gardner Denver Inc. osti Oy Tamrotor Ab:n tytäryhtiökseen vuonna 1997 ja samalla yhtiön liiketoiminta siirrettiin Gardner Denver Oy:lle. Nimi vaihtui Gardner Denver Oy:ksi vuonna 1999. (Hyvärinen 2006)

Gardner Denver Oy myy valmistamansa ruuviyksiköt suoraan loppuasiakkaille, jotka ovat itse kompressorivalmistajia. Kokonaiset paineilmakompressorit, niin sanotut kompressoripaketit, myydään kansainvälisen, yli 40 maahan levittäytyvän edustajaverkoston avulla suoraan loppuasiakkaille. (Hyvärinen 2006)

2.2. Gardner Denver Inc.

Gardner Denver Oy:n emoyhtiö Gardner Denver Inc. on perustettu vuonna 1859 ja se sijaitsee Yhdysvalloissa, Quincyn kaupungissa, Illinoisin osavaltiossa. Gardner Denver Inc. on maailmanlaajuisesti johtavassa asemassa oleva kompressorien, puhaltimien sekä pumppujen valmistaja. Kaikkia edellä mainittuja tuotteita myydään maailmanlaajuisen jakeluverkoston kautta moniin eri käyttötarkoituksiin, melkeinpä kaikille markkinasektoreille, raskaasta teollisuudesta aina terveydenhuoltoon saakka. (Gardner Denver-History 2007)

Gardner Denver Inc. on saanut alkunsa Robert Gardnerin toimesta 1800-luvun puolivälin jälkeen. Aluksi toiminta keskittyi ainoastaan höyrypumppujen ja kompressoreiden valmistukseen, mutta jo vuosisadan vaihteessa tuotevalikoima oli laajentunut kyseisten tuotteiden eri variaatioihin. Sodan jälkeinen aikakausi oli Gardner Denver Inc:lle menestyksestä ja se suorittikin lukuisia yritysvaltauksia, mukaan luettuna kompressorivalmistaja CycloBlower Company, vuonna 1959. Tämän jälkeen Gardner Denver on jatkuvasti jatkanut kasvuaan erilaisten yritysostojen muodossa. Vuonna 1994 Gardner Denver nousi julkiseksi pörssiyrityksi ja sen osakkeet on noteerattu New Yorkin pörsissä tunnuksella GDI. (Gardner Denver – History 2007)

Myyntikonttoreita on Englannissa, Saksassa, Belgiassa, Italiassa ja Etelä-Afrikassa. Tämän lisäksi Norjassa toimii Gardner Denver Oy:n osakkuusyhtiö Tamrotor Marine Compressors AS, joka hoitaa

maailmanlaajuista laivateollisuusmyyntiä. (Gardner Denver –About us 2007)

Vuosi 2006 oli yksi menestyksekkäimpiä Gardner Denverin historiassa. Sekä Gardner Denver Oy:n että koko konsernin tulos nousi korkeammaksi kuin ennusteet ja arviot antoivat odottaa. Konsernitasolla vuoden 2006 tulot nousivat vuoteen 2005 verrattuna 37 %. Nettotulo sen sijaan kasvoi 99 % ja yrityksen velkoja lyhennettiin yli 161 miljoonaa Yhdysvaltain dollaria vuoden 2005 joulukuun jälkeen. Konsernijohtaja Ross J. Centanni kertoo haastattelussaan, että vuosi 2006 oli mahtava vuosi Gardner Denverille. Onnistumisia saavutettiin sekä tilausten, tuottojen että nettosaamisten saralla. (Gardner Denver- Press Releases 2007)

2.3. Gardner Denver tänään

Tällä hetkellä Gardner Denver Oy on yksi maailman johtavista paineilmaa tuottavien ruuviyksiköiden valmistajista ja myös Pohjoismaiden ainoa alansa edustaja. Gardner Denver Oy:n liikevaihto vuonna 2005 oli 48 milj. euroa ja työntekijöitä toimipisteessä on noin 220. Vantaalla toimiva Gardner Denver Oy:n osin omistama, kotimaan myynnistä vastaava myyntiyhtiö, Tamrotor Kompressorit Oy, työllistää noin 25 henkilöä. (Hyvärinen 2006)

Gardner Denver Oy:n myynti on ollut jatkuvassa kasvussa vuodesta 1991 asti. Koko tuotannosta lähes 90 % menee vientiin ja maailmanlaajuisen edustajaverkoston kautta myynti ulottuukin yli 70 eri maahan. (Hyvärinen 2006)

Gardner Denver Oy:n vahvuuksia tällä hetkellä ovat monien vuosien kokemus ruuviyksiköistä ja jatkuva tuotekehittäminen, sekä hyvä nimi OEM-puolella (OEM=Original Equipment Manufacturing). Vahvuuksia yritykselle tuo myös joustava suhtautuminen asiakkaisiin, yrittäjäys, sekä kansainväliset kontaktit. Tällä hetkellä Gardner Denver Oy:n mahdollisuuksia ovat yhdysvaltalaisen Gardner Denverin maailmanlaajuisen myynti- ja edustusverkon hyödyntäminen ja laajentaminen, yksikkömyynnin kasvattaminen ja ympäristöseikkojen huomioonottaminen. (Hyvärinen 2006)

2.4. Gardner Denver Oy:n tuotteet

2.4.1. Yleistä

Kaikki Gardner Denver Oy:n valmistamat kompressorimallit ovat yrityksen oman tuotekehityksen ja suunnittelun tulosta. Kompressorit räätälöidään asiakkaiden toiveiden mukaisiksi erilaisten lisävarusteiden sekä välitysten avulla. Gardner Denver Oy:n tehtaassa on kolme kokoonpanolinjaa, jotka on jaettu suoraan tuoteperheiden mukaan. Kompressorimallit voidaan jakaa pieniin, keskisuuriin ja

suuriin malleihin. Näiden ohella tehtaassa on yksikköpuoli, jossa kootaan Enduro-ruuviyksiköt. Integroidut Tempest-paketit kootaan omassa Tempest-kokoonpanossa, joka on oma linjansa tehtaassa. Kompressoripakettien myynnin lisäksi myydään pelkkiä ruuviyksiköitä sekä Tempest-paketteja kilpailijoille OEM-tuotteiden muodossa. (Hyvärinen 2006)

2.4.2. Kompressorimallit

Kompressorit voidaan jakaa koon lisäksi myös käyttökohteen mukaan. Gardner Denver Oy valmistaa sekä TMC-marinekompressoreita että teollisuuskompressoreita. Marine-kompressorit myydään Tamrotor Marine Compressors- jälleenmyyjälle Norjaan, joka puolestaan välittää kompressorit edelleen telakoille ja laivanrakentajille. Teollisuuskompressorit puolestaan päätyvät erilaisiin käyttöihin teollisuuden piiriin. Kaikki kompressorimallit tuottavat 0,5-73m³/min ja niiden tehoalue vaihtelee 4-500 kW välillä. Painetta kompressorit pystyvät tuottamaan 3-13 bar. Kaikki kompressorien yksiköt ovat 1-vaiheisia, öljyvoideltuja ruuvikompressoreita.

Kompressori tulee aina valita tarpeen ja käytön mukaan. Tätä varten tulee asiakkaan tietää käytön vaatima paine sekä kuutioiden määrä yhtä tuntia kohden. Kompressoreiden tuottomäärät vaihtelevat huomattavasti erimallisten kompressoreiden välillä. Tuotto ilmoitetaan paineilman tilavuusvirtana, jonka yksikkönä käytetään l/min tai m³/s. Tämä määrä vaihtelee muutamista litroista tuhansiin kuutiometreihin minuutissa, riippuen kompressorin ominaisuuksista. (Hyvärinen 2006)

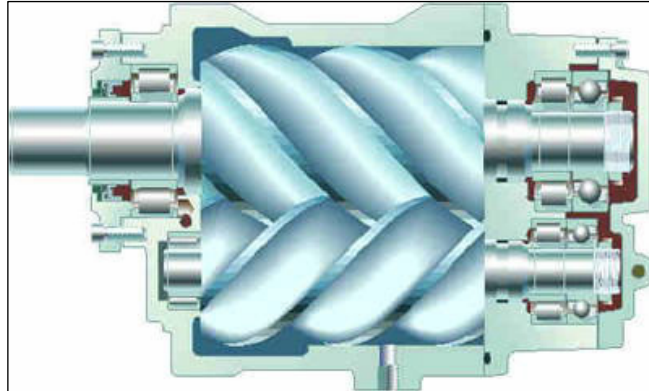
2.4.3. VS Sarja

VS Sarjan kompressorit on suunniteltu, koska paineilman hetkittäistä tarvetta on vaikea etukäteen ennustaa. Tyypillisesti paineilman tarve vaihtelee paitsi päivittäisen työmäärän mukaan myös viikonloppujen ja lomien takia. VS (Variable Speed) sarjan kompressorit on kehitetty vastaamaan tehtaiden vaihtelevaa paineilman tarvetta. Nämä kompressorit nostavat ja laskevat tuottomääräänsä vastaamaan tarvittavaa tasoa. Tämä itsesäätely tuottaa merkittäviä energiasäästöjä ja vähentää samalla kompressorin käyttökustannuksia huomattavasti. VS Sarjan koneet on suunniteltu myös saavuttamaan korkein mahdollinen tehokkuus koko toiminta-alueella.

Käytännössä VS Sarjan koneet ovat toiminnassa ainoastaan silloin, kun paineilmaa tarvitaan. Kun tarvetta ei ole, koneet pysähtyvät eivätkä kuluta enää kallista energiaa. VS Sarjan kompressoreita on erikokoisia, vastaamaan erilaisia käyttötarkoituksia. Kompressoreiden kW-määrät vaihtelevat 11- 440 kW välillä. Paineilmaa nämä koneet tuottavat 3-13 baria. (Gardner Denver- 60 Hz Rotary Screw 2007)

2.4.4. Peruskuormakoneet ja ruuviyksiköt

Peruskuormakoneet on suunniteltu vastaamaan käyttöä, jossa paineilman tarve on tasainen. Myös näitä kompressoreja on eri kokoisia, tehoalueeltaan 3-500 kW. Painealue näillä peruskuormakoneilla on 3-13 bar. Useimmiten peruskuormakoneita käytetään prosessiteollisuudessa, paperitehtaissa työpajoissa, huoltoasemilla jne.



Kuvio 1. Enduro ruuviyksikkö (Gardner Denver Enduro Airends 2007)

Enduro-ruuviyksikköä käytetään usein osana kompressoripakettia. Niiden suunnittelussa on keskitytty erityisesti kestävyteen ja ne soveltuvatkin jatkuvaan, ympärivuorokautiseen käyttöön. Kuten kompressoripaketteja, myös Enduro yksiköitä on erikokoisia. Pienin yksikkö on Enduro 3, jossa on 4-15 kW moottori ja suurin Air End 321, jossa moottorin koko on jopa 200-500 kW.

Tempest on yksi esimerkki Gardner Denverin innovatiivisuudesta. Tempest, eli integroitu kompressoriyksikkö, käsittää Enduro-ruuviyksikön (4-75 kW), johon on lisätty öljynerotusjärjestelmä. (Gardner Denver- Enduro, Tempest, CT Series 2007)

3. Iso-Britannia liiketoiminta-alueena

3.1. Yleistä

Iso-Britanniassa on asukkaita 60 miljoonaa, eli se on EU:n toiseksi suurin maa. Maalla on pitkä valtiollinen historia ja se on toiminut mm. teollisen vallankumouksen lähtöalueena. Euroopan yhteisöön Iso-Britannia liittyi jo vuonna 1975 (Wilén 2007).

Maan markkinapotentiaali on kymmenkertainen Suomeen verrattuna. Yhdistyneen kuningaskunnan bruttokansantuote henkeä kohti ostovoimakorjattuna oli vuonna 2004 Eurostatin arvioiden mukaan 117 prosenttia kahdenkymmenenviiden EU-maan keskiarvosta. Osuus on noussut vuodesta 1999 monien EU-maiden hitaan ja kuningaskunnan kohtuullisen talouskasvun vuoksi. (Wilén 2007)

Yhdistyneen kuningaskunnan kilpailukyky on melko hyvä. IMD:n kevään 2005 vertailussa kuningaskunnan sijoitus oli 22. kuudenkymmenen maan tai alueen joukossa. WEF:n syksyn 2005 vertailussa kuningaskunnan kasvukilpailukykyindeksi oli 13. korkein 117 maan joukossa. Samassa vertailussa Iso-Britannian yritysten kilpailukyky oli kuudenneksi paras (Wilén 2007).

3.2. Iso- Britannian ulkomaankaupan kehitys

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Vienti	279,9	307,8	349,7	384,5	450	441,1	467,4
Tuonti	351,6	387,3	461,1	509,4	6039	605,4	620,1
Kauppataase	-71,8	-79,5	-111,5	-124,9	-154	-164,3	-152,7

Taulukko1. Tavarakauppa vuosina 2002–2008 (miljardia Yhdysvaltain dollaria) (e=ennuste)(Wilén 2007)

Kuten taulukosta 1. voidaan havaita, on Iso-Britannian ulkomaankauppa lisääntynyt vuosi vuodelta. Yhdistyneen kuningaskunnan ulkomaankaupan arvo onkin maailman suurimpia. Tavaraviennin arvo oli 382,5 miljardia dollaria ja tavaratuonnin 501,7 miljardia dollaria vuonna 2005. Myös ulkomaankauppataase on ollut pitkään alijäämäinen, eli Iso-Britanniaan kohdistuu suhteessa huomattavasti enemmän tuontia kuin mitä maa itse pystyy viemään ulkomaille. Alijäämää kertyi yli 119 miljardia dollaria vuonna 2005 (Wilén 2007).

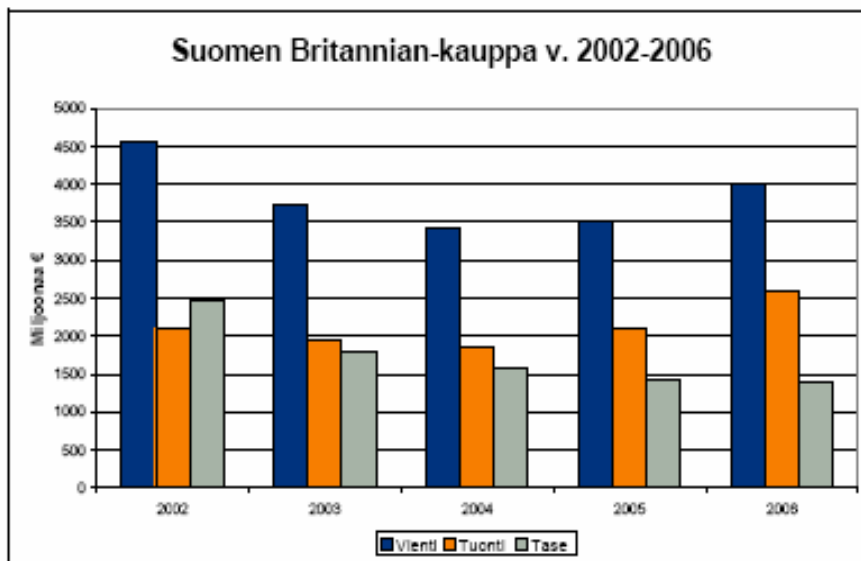
3.3. Iso-Britannian ulkomaankaupan rakenne

Iso-Britannian ulkomaankaupasta EU-maiden osuus on yli puolet. Tärkeimmät yksittäiset kauppakumppanit ovat Yhdysvallat ja Saksa. Iso-Britannia on öljyn ja öljytuotteiden, kemikaalien (etenkin lääkkeiden), tupakkatuotteiden, juomien sekä koneiden nettoviejä. Nettotuontiartikkeleita ovat puolestaan elintarvikkeet ja raaka-aineet sekä vaatteet ja jalkineet. Kuningaskunta on lisäksi moottoriajoneuvojen nettotuojia huolimatta useista ulkomaalaisten omistamista autotehtaista, jotka vievät merkittävän osan tuotannostaan muihin EU-maihin (Wilén 2007).

	Vienti	Tuonti
Yhteensä	449,96	603,95
Elintarvikkeet, juomat ja tupakkatuotteet	20,36	46,28
Raaka-aineet, kasvi- ja eläinöljyt ja -rasvat	9,03	14,57
Öljy	42,55	49,34
Muut polttoaineet	3,90	9,04
Kemialliset aineet ja tuotteet sekä valmistetut tavarat	119,92	128,03
Koneet, laitteet ja kuljetusvälineet; erinäiset valmiit tavarat	251,80	352,97
Erittelemättömät tavarat	2,40	3,73

Taulukko 2. Iso- Britannian tavaraviennin ja -tuonnin rakenne v.2006, miljardia dollaria (Wilén 2007)

Koneet, laitteet ja erilaiset kuljetusvälineet muodostavat suuren osan Iso-Britanniaan kohdistuvasta tuonnista. Kuten taulukko 2. havainnollistaa, on koneiden osuus tuonnista yli puolet.



Taulukko 3. Iso-Britannian kauppa Suomen kanssa (Wilén 2007)

Taulukon 3. perusteella voidaan havaita, että Suomen tuonti Iso-Britanniasta on kasvanut vuoden 2004 alhaisista luvuista. Tuonnin arvo vuonna 2005 oli 2,1 miljardia euroa, mikä jäi vain hieman tuonnin huippuvuosi 2000-2001 matalammaksi. Kuten tuonti, myös vienti kääntyi vuonna 2005 nousuun, kasvaen 3% vuoden 2004 luvuista.

Kaikesta huolimatta Iso-Britannian osuus Suomen kokonaisviennistä on pienentynyt nopeasti vuosituhannen vaihteesta. Viime vuonna osuus oli alle 7 %, kun vielä vuonna 2002 lähes kymmenesosa Suomen viennistä kohdistui Iso-Britanniaan. Tuonnissa Iso-Britannian osuus on kutistunut tasaisesti jo vuodesta 1997 lähtien. Viime vuonna Suomen tuonnista enää 4,5 % oli peräisin Iso-Britanniasta.

Iso-Britannian kauppa on perinteisesti ollut hyvin ylijäämäistä; tuonnin kasvusta huolimatta ylijäämää kertyi vielä viime vuonnakin 1,4 miljardia euroa. Tuonti on viime vuosina kasvanut selvästi vientiä nopeammin myös Suomen kokonaiskaupassa ja kauppataseen ylijäämä on pienentynyt nopeasti vuosituhannen vaihteen lukemista. Huomioinnin arvoista on, että vuosina 2004 ja 2005 kauppataseen ylijäämää kertyi Iso-Britannian kaupassa selvästi enemmän kuin minkään muun maan kanssa. (Tullihallitus 2006)

3.4. Liiketoimintakulttuuri Iso-Britanniassa

3.4.1. Työkulttuuri

Kaupankäynti englantilaisten kanssa on suomalaisille melko helppoa, sillä suomalaiset hallitsevat yleensä hyvin englannin kielen ja myös kulttuuri tuntuu helpolta. Sopimusten laadinta on sen sijaan monimutkaista. Sopimuksissa pyritään sopimaan kaikki mahdolliset asiat koska epäselvien asioiden vuoksi jälkikäteen käytävä

oikeudenkäynti on kallista ja aikaa vievää. Paikalliset yritykset ovat suuria verrattuna suomalaisiin yrityksiin ja päätöksenteko suurissa organisaatioissa on hidasta. Brittiläisellä asiakkaalla on suuri referenssiarvo maailmalla (Wilén 2007).

Englantilainen työyhteisö on vielä tällä hetkellä melko hierarkkinen. Liikemiehet ovat varautuneita ja varovaisia, ja liikkeenjohtotyylillä on konservatiivinen. Ylempiä esimiehiä puhutellaan muodollisesti tittleillä, kuten Ms. ja Mr.. Ainoastaan lähintä esimiestä saatetaan kutsua etunimellä. Esittely on englantilaisessa tapakulttuurissa erittäin tärkeää ja siihen tulee kiinnittää erityistä huomiota. Toimistotyöaika on yleensä 9-17, mutta joustavat työajat ovat melko yleisesti käytössä. Teollisuudessa tehdään, kuten Suomessakin, edelleen vuorotyötä. Miehiä ja naisia kohdellaan työpaikoilla tasavertaisesti ja harjoittelijoihin suhtaudutaan myönteisesti (Wilén 2007).

Pukeutuminen työpaikoilla vaihtelee toimialasta riippuen, ollen kuitenkin yleisesti ottaen melko muodollista. Ensimmäisenä työpäivänä kannattaa joka tapauksessa pukeutua siististi ja katsoa muiden pukeutumisesta mallia. Täsmällisyys on hyve, jota arvostetaan. Ihmisten odotetaan saapuvan ajoissa etenkin sovittuihin tapaamisiin ja palavereihin. Ikä merkitsee kokemusta, joten vanhempia ihmisiä arvostetaan ja kunnioitetaan. Yritysjohdo muodostuu usein senioreista. Kauppasuhteita luotaessa on hierarkiaan kiinnitettävä erityistä huomiota, ja on tärkeää asioida asteikossa oikealla portaalla olevan henkilön kanssa (Wilén 2007).

3.4.2. Tapakulttuuri

Kuningaskunnassa ollaan hyvin tapatarkkoja. Kohteliaisuus kuuluu kansanluonteeseen kaikissa tilanteissa, ja sitä odotetaan myös muilta. Kiittäminen on tärkeää ja monisanaista; kiitoskirjeet ovat yleinen käytäntö. Ulkomaalaisen kannattaa huolellisesti erottaa toisistaan termit Yhdistynyt kuningaskunta, Iso-Britannia ja Englanti. Yhdistynyt kuningaskunta käsittää Iso-Britannian ja Pohjois-Irlannin. Iso-Britannia taas koostuu Englannista, Walesista ja Skotlannista. Kuningaskunnan asukkaita kutsutaan virallisesti briteiksi. Useat Skotlannin ja Walesin asukkaat kuitenkin haluavat, että heitä kutsutaan skoteiksi ja walesilaisiksi. Monet Pohjois-Irlannin katolilaiset kutsuvat itseään irlantilaisiksi.

Kättely on yleinen tapa esittäytymisen yhteydessä ja tavattaessa. Esittelyn yhteydessä tulisi nimet painaa mieleen, sillä nimiä käytetään puhuttelussa. Vain tutut puhuttelevat toisiaan pelkkiä etunimiä käyttäen. Kohteliaat sanonnat, kuten please ja thank you, tulisi osata ja niitä tulisi käyttää mahdollisimman paljon. Myös harmittoman small talkin taitoja olisi hyvä hioa etukäteen.

Englantilaiset saattavat pitää suomalaisia ihmisiä vähän hitaina, kun harkitsevaan tyyliin vastaillemme kysymyksiin tai emme osaa viedä keskustelua notkeasti eteenpäin. Kommunikointi on Iso-Britanniassa paljon runsaampaa kuin Suomessa. Englantilaiset odottavat, että

kirjeisiin vastataan nopeasti. Käyttäytymisen suhteen tulee olla joustava ja pukeutumisen tulee sopia tilanteeseen. Englantilaiset ovat tapatarkkoja. Ihmisiä luokitellaan usein puheen, tapojen ja pukeutumisen perusteella. Ystävällisyys on englantilaisten perusominaisuus, jota he odottavat myös muilta. Vaikka täsmällisyyttä arvostetaankin, niin 15 minuutin myöhästyminen sosiaalisista tilaisuuksista on kohteliasta (Wilén 2007).

4. Yhteisökauppa

4.1. Yleistä

Suomi on kuulunut Euroopan Unioniin vuoden 1995 alusta asti. Suomen muiden maiden kanssa käymä kauppa voidaan jakaa yhteisökauppaan ja ns. kolmansien maiden kauppaan. Yhteisökauppaa käydään yhteisötavaroilla, eli tuotteilla, joilla on yhteisötavaroiden tullioikeudellinen asema. Yhteisötavaroiden tuontia toisesta maasta kutsutaan yhteisötuonniksi ja yhteisötavaroiden vientiä toiseen maahan yhteisövienniksi (Tulli 2006). Yhteisökauppa on aina tavarakauppaa ja se tapahtuu siinä maassa, jossa tavarankuljetus alkaa (Auranen 1998: 20). Tavarankuljetuksen sijaan katsotaan myydyksi Suomessa, mikäli sen lähtömaa on Suomi tai mikäli se luovutetaan ostajalle Suomessa (Ulkomaankaupan perustieto ja asiakirjat 2006: F3 1).

Suomen ja Englannin välillä käytävä kauppa on EU-kauppaa ja se tapahtuu EU:n sisämarkkinoilla, joilla ovat voimassa seuraavat neljä vapautta: tavaroiden, palvelujen, pääomien sekä ihmisten vapaa liikkuminen. Tavarankuljetuksen perustana on tavarakauppaa koskeva tulliliitto sekä säännöstö, joka koskettaa sekä yhteisökauppaa, että kolmansien maiden kauppaa. Nämä sopimukset määrittävät, että kaikki vienti- ja tuontitullit sekä muut vastaavat maksut ovat jäsenvaltioiden välillä kiellettyjä. Myös määrälliset rajoitukset EU-jäsenvaltioiden välillä ovat kiellettyjä (Pehkonen 2000: 41).

Edellä mainitusta määrärajoitusten kiellosta voidaan joissain tapauksissa kuitenkin poiketa, mikäli toimenpiteet ovat perusteltuja julkisen moraalien, yleisen järjestyksen tai turvallisuuden kannalta, ihmisten, eläinten tai kasvien terveyden ja elämän suojelemiseksi, taiteellisten, historiallisten tai arkeologisten kansallisaarteiden suojelemiseksi taikka teollisten tai kaupallisten omaisuuksien suojelemiseksi (Tulli 2006).

Yhteisötuontia ja yhteisövientiä ei tarvitse tulliselvittää. Joissakin tilanteissa on kuitenkin yhteisökaupassakin tarpeellista osoittaa tavaroiden tullioikeudellinen asema. Yhteisötavaran liikkuminen ja ilmoittaminen poikkeaa lisäksi tavantavanomaisesta menettelystä, kun on kyse sellaisista yhteisön toimialueella tapahtuvista toimituksista, joiden lähtö- ja määränpää kuuluvat yhteisön tullialueeseen, mutta toinen tai molemmat eivät kuulu yhteisön veroalueeseen (Tulli 2006).

Yrityksillä on useita erilaisia ulkomaisia toimintavaihtoehtoja, joilla käsitetään ne vaihtoehtoiset tavat, joiden avulla yrityksen tuotteet saatetaan ulkomaisten asiakkaiden saataville. Tunnetuin ja käytetyin vaihtoehto on perinteinen vienti tai tuonti, jolloin valmistaja myy tuotteet itse suoraan ulkomaisille asiakkaille. Vaihtoehtoisesti vienti voi olla luonteeltaan epäsuoraa, suoraa tai välitöntä (Pehkonen 2000: 49).

4.2. Arvonlisämenettely yhteisökaupassa

Kun sisämarkkinakauppaa koskevat rajamuodollisuudet poistettiin EU:ssa vuoden 1993 alussa, yritysten välisen kaupan arvonlisäverotus siirrettiin jäsenmaiden rajoilta kotimaan verotuksen yhteyteen. Vienti on yhä edelleen verotonta, ja se on korvattu käsitteellä yhteisömyynti. Tuontiverotus on puolestaan korvattu verottamalla toisesta jäsenvaltiosta tapahtuvia hankintoja (Tulli 2004).

Verovelvollisten yritysten välinen kauppa sisämarkkina-alueella perustuu pääsääntöisesti määränpäämaaperiaatteelle. Tämä tarkoittaa sitä, että Suomessa arvonlisäverovelvollinen myyjä ei suorita veroa niiden tavaroiden myynnistä, jotka kuljetetaan ostajalle toiseen jäsenvaltioon vaan ostaja maksaa maassaan veron toisessa maassa toimivan myyjän puolesta. Yhteisömyynnin verottomuus edellyttää lisäksi, että ostaja on verovelvollinen yhteisöhankinnastaan. Kaiken tämän lisäksi suomalaisen myyjän on varmistettava, että ostaja on rekisteröity arvonlisäverovelvolliseksi toisessa jäsenmaassa (Tulli 2004). Myyjän tulee merkitä kauppalaskuun oma alv-numeronsa sekä ostajalle toisessa jäsenvaltiossa annettu alv-numero (Auranen 2005: 20).

Arvonlisäverovelvollisuuden osoittava alv.nro on tärkeä asia yhteisökaupan toimivuudelle ja valvonnalle. Lähtökohtaisesti verottoman yhteisömyynnin edellytyksenä on, että toisesta jäsenmaasta olevalla kauppakumppanilla on oma alv-numero. Alv-numeroa yritys käyttää vain yhteisökauppaa koskevilla laskuilla ja muissa ostajan ja myyjän välisissä asiakirjoissa. Kotimaan kaupassa ja kolmansiiin maihin kohdistuvassa myynnissä alv-numeroa ei käytetä (Tulli 2004).

Tällä hetkellä EU:ssa on vireillä nykyisen väliaikaisen arvonlisäverojärjestelmän muuttaminen lopulliseksi järjestelmäksi. Lopulliseksi käytännöksi komissio on ehdottanut alkuperämaaperiaatteeseen perustuvaa järjestelmää. Tällöin kaikki sisämarkkinamyynti, myös toiseen jäsenmaahan, olisi verollista ja liikkeenharjoittaja-ostaja määrämaassa saisi tehdä ostovähennyksen toisesta jäsenmaasta hankkimastaan panostuotteesta. Järjestelmä olisi siten sama kuin se on tällä hetkellä kotimaan kaupassa (Tulli 2004).

4.3. Maksutavan valinta

Maksutavan valinnalla saattaa olla ratkaiseva merkitys kaupan syntymiseen, perillemenon nopeuteen ja varmuuteen sekä maksun saamiseen. Valitsemalla oikean maksutavan, yritys varmistaa mahdollisimman hyvin hallitun ja riskittömän kaupan (Ulko- maankaupan perustieto ja asiakirjat 2006: C1 27). Ulkomaankaupassa käytetään usein jotain seuraavista neljästä maksutavasta: maksumääräys, sekki, remburssi tai perittävä. Maksutavan valintaan vaikuttaa voimakkaasti myyjän ja ostajan välinen suhde (Pehkonen 2000:187).

Maksুমääräys on kotimaisen tilisiirron vastine. Se perustuu maksajan pankille antamaan toimeksiantoon välittää maksu saajalle peruuttamattomasti, ehdoitta ja rajoituksitta. Maksumääräyksiin sovelletaan lähtevien ja saapuvien ulkomaanmaksujen yleisiä ehtoja. Maksumääräyksen nopea saapuminen viejän tilille edellyttää, että maksajalla on oikeat pankkiyhteystiedot. Maksumääräystä annettaessa on otettava huomioon monia seikkoja, jotka koskevat EU-maiden välillä annettavia maksumääräyksiä. Maksajan ja saajan pankkien tulee sijaita EU-maassa ja maksun tulee tapahtua euromääräisenä. Maksajan ja saajan täydelliset nimet tulee ilmoittaa, kuten myös saajan pankki virheettömänä SWIFT-osoitteena ja saajan tili samoin virheettömänä IBANina. IBAN on kansainvälinen tilinumero, jonka käyttöönotto alkoi ulkomaan maksuliikenteessä vuonna 2002. IBAN muodostetaan kotimaisesta tilinumerosta, jonka eteen lisätään tilinpitäjän pankin ISO-standardin mukainen maakoodi (Suomessa FI) sekä 2-merkkinen tarkiste. IBANin oikeellisuus tarkistetaan eri maissa aina samalla tavalla tarvitsematta tuntea eri maiden tilinumeroiden muodostamis- tai tarkistamissääntöjä. Rajojen yli kulkevan maksuliikenteen automatisointi edellyttää IBANin lisäksi myös saajapankin SWIFT (BIC)-koodin käyttöä. Laskuttaja-asiakas ilmoittaa maksajalle IBAN:insa laskulla yleensä paperimuodossa jaoteltuna neljän merkin ryhmiin. (Osuuspankki 2006)

Tavallisia shekkejä ei suositella käytettäväksi ulkomaan maksuliikenteessä, sillä ne ovat hitaita, riskialttiita ja kalliita. Koska shekit ovat riippuvaisia postinkulusta, on vaara, että ne joutuvat väärin käsiin tai katoavat. Normaalien toimitus- ja lunastuskulujen lisäksi myös posti- ja kirjaamiskulut on laskettava kustannuksiin. Shekkiin liittyy aina myös kateriski. Yleensä pankit lunastavat shekkejä vain omilta asiakkailtaan (Osuuspankki 2006)

Perittävä on maksutapa, jossa kuljetusdokumentit luovutetaan ostajan paikkakunnalla maksua tai vakuutta vastaan. Asiakirjojen tekijänä ja perimisoikeuden antajana on myyjä, joka myös vastaa asiakirjojen oikeellisuudesta. Perittävää käytetään varsinkin uusissa kauppasuhteissa tai muuten kilpailutilanteen niin vaatiessa. Myyjällä on oikeus määrätä tavarasta siihen asti, kun ostaja on täyttänyt tavaraan oikeuttavien asiakirjojen luovutusehdot. (Osuuspankki 2007)

Remburssimenettelyn avulla sen sijaan ulkomaankauppa saadaan lähelle paikalliskaupan ihannetta: ostajan ja myyjän toimitukset tapahtuvat samanaikaisesti. Remburssia käytettäessä maksu tapahtuu kaupan osapuolten määrittelemien ehtojen täytyttyä. Se on ainoa maksutapa, jossa pankki sitoutuu suorittamaan maksun. Toimeksiantajan eli ostajan pankin sitoumus on voimassa, kun pankki myyjän esittämien vientiasiakirjojen perusteella voi todeta remburssiehdot täytetyiksi. Remburssi onkin kansainvälisessä kaupassa varmin maksutapa: tavarantoimitus tapahtuu ostajan rahasuoritusta vastaan. Remburssia käytetään esimerkiksi, jos osapuolten tietämys toistensa kauppatavasta on vähäinen, ostaja haluaa saada varmuuden tavarantoimituksen laadusta ja toimitusajasta ja myyjä

maksun saannista tai lainsäädäntö ja valuuttamääräykset edellyttävät sitä. (Osuuspankki 2007)

Myös maksamiseen sovellettavat maksuehdot tulee etukäteen määritellä. Maksamisessa käytettävä valuutta tulee sopia kauppasopimuksessa. Euroopan unionin yhteinen valuutta euro on turvallinen valuutta EU-kaupassa, mutta muualle suuntautuvassa kaupankäynnissä on otettava huomioon mahdolliset valuuttariskit ja pyrittävä suojautumaan niiltä. Myös maksupaikka, maksuaika sekä mahdolliset alennukset tulee ottaa huomioon (Pehkonen 2000:188).

4.4. Toimitustapalauseke

Tärkein ulkomaankaupan vastuiden sekä vahingonvaara-siirtymisten määrittelijä on erikseen sovittu toimitustapalauseke. Toimituslauseke on kirjain- tai sanayhdistelmä, jolla määrätään myyjän sekä ostajan velvollisuudet tavaraa toimitettaessa. Lauseke määrittää miten vienti- ja tuontitapahtumaan liittyvät kustannukset jaetaan kauppakomppanioiden kesken sekä sen miten vahingonvaara jakautuu heidän välillään kuljetuksen aikana. Toimitustapalausekkeet eivät puutu tavaran omistusoikeuden siirtymiseen tai kaupan maksuehtoihin millään tavalla (Pehkonen 2000: 90).

Incoterms- järjestelmä on käytetyin toimitustapajärjestelmä, sillä se on kansainvälisen kauppakamarin vahvistama. Viimeisin Incoterms-luokitus on Incoterms 2000. (Ulkomaankaupan kuljetus, huolinta ja tullaus 2006: B2 1) Koko ajan muuttuvien kaupankäynti- sekä kuljetustekniikoiden vuoksi toimituslausekekokoelmia joudutaan jatkuvasti uudistamaan. Tällä hetkellä lausekkeita on yhteensä kolmetoista entisten yhdeksän sijaan. Riitatilanteiden välttämiseksi kauppasopimuksessa tulee aina viitata mitä kokoelmaa käytetään. Mahdollisen riitatilanteen sattuessa lausekkeiden tulkinta-apua saa kauppakamareilta (Pehkonen 2000: 91).

Toimitustapalausekkeet voidaan jakaa vastuiden jakaantumisen mukaan neljään eri ryhmään. E-ryhmän lausekkeissa myyjän tehtävänä on asettaa tavara ostajan käytettäväksi. Myyjän vastuu on siis tässä tapauksessa minimissään. F-ryhmän lausekkeiden mukaan myyjän luovuttaa tavaran ostajan nimeämälle rahdin kuljettajalle. F-ryhmän lausekkeet ovat yleisesti käytössä, kun tavara kuljetetaan meriteitse. C-ryhmän lausekkeiden mukaan myyjä tekee kuljetussopimuksen ja luovuttaa tavaran rahdinkuljettajalle. D-ryhmän lausekkeissa myyjällä on suurin vastuu. Myyjän tehtävänä on huolehtia kuljetuksesta ja luovuttaa tavara ostajalle sovituissa paikassa. (International Chamber of Commerce 2007)

4.5. Huolitsija

Huolitsijalla tarkoitetaan joko luonnollista henkilöä, joka työskentelee ulkomaanliikenteen parissa huolinta- ja kuljetusliikkeessä tai asiakkaan puolella hoitamassa ulkomaanliikenteeseen liittyviä asioita tai vaihtoehtoisesti juridista henkilöä, eli huolintaliikettä. (Ulkomaankaupan kuljetus, huolinta ja tullaus 2006: C1 26)

Huolitsijan toimeksiantoon voi Pohjoismaisen speditööriiton (PSYM 2000) yleisten määräysten mukaan kuulua: tavarankuljetus, tavarankuljetuksen varastointi, tavarankuljetuksen tullaus, toimeksiantajan avustaminen julkisoikeudellisten velvollisuuksien täyttämiseksi, tavarankäsittely ja merkintä, vakuutuksen merkitseminen, avustaminen vienti- ja tuontiasiakirjojen laatimisessa, jälkivaatimusten periminen ja avustaminen muissa perimistoimenpiteissä sekä neuvonta kuljetus- ja jakelukysymyksissä. Huolitsija voi suorittaa edellä mainittuja toimeksiantoja joko omaan lukuunsa tai välittäjänä. (Ulkomaankaupan kuljetus, huolinta ja tullaus 2006: C5 1)

4.6. Kuljetus

Kansainvälisten kuljetusten tarjonta on nykyään hyvin monipuolista. Sopivan kuljetusmuodon valintaan vaikuttavat monet eri tekijät. Nämä tekijät voidaan jaotella yritykseen, lähetykseen sekä kuljetusmuotoon vaikuttaviin ominaisuuksiin. Yrityslähtöisiä valintaperusteita ovat esimerkiksi yrityksen toimiala, kuljetustarpeen säännöllisyys, toimitustiheys sekä toimittajan maantieteellinen sijainti. Lähetykseen liittyviä ominaisuuksia sen sijaan ovat kuljetettava matka, eräkkö ja arvo. Kuljetusmuotojen välillä on eroa sekä kapasiteetin, hinnan, luotettavuuden että nopeuden välillä. Edellä mainittujen ominaisuuksien lisäksi kuljetettavan valintaan vaikuttaa muita erinäisiä seikkoja, kuten tavarankuljetuksen vahingoittumisherkkyys, pakkaustapa, vakuutus, aikataulut, tekniset/poliittiset esteet, eri maiden infrastruktuuri yms. vaikuttavat kuljetusmuodon valintaan. Tänä päivänä internet on vahvasti mukana mm. aikataulujen, kalustovaihtoehtojen ym. muodossa (Ulkomaankaupan kuljetus, huolinta ja tullaus 2006: A1 1).

Yleisimpiä kuljetusmuotoja ovat maantiekuljetukset, merikuljetukset, rautatiekuljetukset, lentokuljetukset sekä postikuljetukset. Läheskään aina nämä kuljetusmuodot eivät kilpaile keskenään vaan ne muodostavat toisiaan täydentäviä kuljetusketjuja. Usein kaikkein käytetyimpiä ovatkin edellä mainittujen yhdistelmät (Ulkomaankaupan kuljetus, huolinta ja tullaus 2006: A1 1-7).

Maantiekuljetus on lähes ainoa käytettävissä oleva kuljetusmuoto, kun kuljetusmatkat ovat lyhyitä, kuljetusvirrat pieniä ja vaaditaan nopeaa toimitusta. Käytettävissä on laajin infrastruktuuri ja ovelta-ovelle -kuljetukset. Tyypillisimpiä tiekuljetuksen käyttökohteita ovat pienien tavarakerien pakettiautokuljetukset sekä kuorma-autolla tapahtuvat

jakelu-, keräily-, maansiirto-, yms. kuljetukset. (Suomen kuljetusopas 2006)

Rautateille on tunnusomaista sidonnaisuus raiteeseen: kalusto ohjautuu pitkin kiskoja laipallisten pyörien avulla. Radan ja raiteen lujuus on suuri ja kiskon ja kiskopyörän välillä on pieni vierintävastus. Rautateillä voidaan näiden tekijöiden ansiosta kuljettaa raskaita kuormia suurin nopeuksin ja vetovoiman tarve suhteessa kuljetettavan tavaran massaan on pieni. (Suomen kuljetusopas 2006)

Rautatiekuljetuksia käytetään eniten silloin, kun kuljetusmatkat ovat pitkiä, tavaramäärät suuria ja kuljetustarve säännöllistä. Ruuhkautuneet tiekuljetukset ja ympäristötekijät puoltavat rautatien käyttöä ainakin kuljetusketjun osana. Rautateiden kuljetusverkko ei ole läheskään yhtä kattava kuin tieverkko, mutta on yleensä käytettävissä tärkeimmissä kuljetuskohteissa ilman siirtokuormausta. Tyypillisimpiä rautatiekuljetuksen käyttökohteita ovat raskaat ja säännölliset kuljetukset suhteellisen lyhyillä matkoilla. (Suomen kuljetusopas 2006)

Lentokuljetukset tarjoavat nopeat ja valmiiksi aikataulutetut kuljetukset kaikkialle maailmaan. Lentokuljetukset ovat luotettavia ja niissä sattuu melko vähän vaurioita. Suurimman osan kuljetuksista muodostavat kiireelliset ja arvokkaat tuotteet. Käytettävissä oleva rahtitila sekä kantavuus ovat melko rajallisia ja kuljetusyksiköiden yhteensopivuus muiden kuljetusmuotojen kanssa on rajoitettua. (Suomen kuljetusopas 2006)

Merikuljetukset ovat maailmanlaajuisessa kaupassa merkittävässä asemassa, koska kansainvälisessä meriliikenteessä vallitsee vapaa kilpailu. Maailmankaupan määrästä noin 95 % kulkee meritse. Tämän ja maantieteellisen sijainnin vuoksi myös Suomen ulkomaankuljetukset perustuvat merkittävältä osalta merikuljetuksiin. Vaikka kalusto ja infrastruktuuri vaativat suuria investointeja on merikuljetusten kapasiteetti ja kaluston saatavuus hyvä. Suurissa kuljetuserissä yksikkökustannukset ovat hyvin alhaiset. (Suomen kuljetusopas 2006)

Kuljetusten suunnittelu on tärkeää huomioida jo tarjouksen teko vaiheessa. Tuotteen hinnoittelussa tulee ottaa huomioon kaikki kuljetukseen sisältyvät kulut, kuten kuljetus-, huolinta-, vakuutus-, tullaus-, ja pakkauskustannukset. Nämä edellä mainitut kulut ovat myyjän vastuulla toimituslausekkeen määrittämään paikkaan asti (Pehkonen 2000: 111).

4.7. Viennin asiakirjat

Kun tuote siirtyy maan rajojen yli, tarvitaan siirtoon erilaisia asiakirjoja riippumatta siitä, tapahtuuko toimitus yhteisöalueelle vai yhteisön ulkopuolelle. Ulkomaankaupan menettelyt käsitellään kahdella eri tavalla joko yhteisö-/sisäkauppana (EU:n sisäiset tapahtumat) tai ulkokauppana (vientä EU:n ulkopuolisiin maihin). Viejän on osattava

valita kansainvälisessä kaupassa esiintyvistä sadoista asiakirjoista kutakin toimitusta varten oikeat asiakirjat. Oikeat ja oikein täytetyt asiakirjat varmistavat maksun saannin ja tavaroiden joustavan perille menon. Puutteelliset tai epäselvät tiedot voivat sen aijaan aiheuttaa viivästyksiä tulleissa, tavaroiden vahingoittumisia, palautuksia ja katoamisia sekä tietysti lisäkustannuksia. (Vientikeskus 2006)

Vientiasiakirjat voidaan ryhmitellä käyttötarkoituksensa mukaan seuraavasti:

1. Perusasiakirjat

- kauppa- tai proformalasku, pakkausluettelo, vakuutuskirja tai -todistus

2. Erityisasiakirjat

- maakohtaisten tai tuotteeseen liittyvien vaatimusten perusteella

3. Kuljetusasiakirjat

- valitun kuljetusmuodon mukaan

4. Tullausasiakirjat

- yhtenäisasiakirja (SAD-lomake), passitusasiakirjat, ATA- ja TIR-carnet

5. Tilastointi

- omat lomakkeensa vientiä, tuontia ja korjauksia varten

6. Alkuperätodistukset

- yhteisössä sovellettavat alkuperäsäännöt voidaan jakaa yleisiin alkuperäsääntöihin ja etuuskohtelualkuperäsääntöihin (preferenssisääntöihin), Alkuperätuotteen asema on osoitettava tuojamaan tulliviranomaiselle kirjallisella alkuperäselvityksellä

7. Maksuun liittyvät asiakirjat

- maksutavan ja -ehdon mukaan

8. Arvonlisävero

- arvonlisäveroilmoitus

EU on tulliliitto, ja siitä johtuen yhteisökaupassa ei suoriteta maiden rajoilla tullaustoimenpiteitä. Joissakin tilanteissa on kuitenkin tarpeellista osoittaa tavaroiden tullioikeudellinen asema. Tavaroiden liikkumista maasta toiseen seurataan sen sijaan tilastoin. Tavarantoimituksen siirtoon Suomesta yhteisömaahan tarvitaan pääsääntöisesti vain rahtikirja, jolla voidaan osoittaa, että tavarat ovat siirtyneet jäsenmaasta toiseen. Rahtikirjan tulee sisältää tiedot lähettäjistä, vastaanottajasta sekä tiedot lähetyksen sisällöstä. Rahtikirjan lisäksi tarvitaan myös kauppalasku ja muut asiakkaan, tuotteen tai kaupan ehtojen vaatimat asiakirjat. Postilähetyksissä riittää osoitekortti. (Vientikeskus 2006)

Ulkomaankauppatilastojen perustiedot Suomen ja yhteisömaiden välisestä kaupasta kerätään sisäkaupan Intrastat-järjestelmällä. Intrastat on EU:ssa kytketty yhteisömaiden kansallisiin arvonlisäverojärjestelmiin. Alv-järjestelmään rekisteröinti onkin edellytyksenä sille, että yritys tai yhteisö tulee tiedonantovelvolliseksi sisämarkkinakaupastaan. (Tulli 2007)

Kaupallisista lähetyksistä laadittavan kauppalaskun (commercial invoice) tulee sisältää kauppasopimuksen pääkohtien lisäksi tietoja

5. Kustannukset ja niiden optimointi

5.1. Yleistä

Kustannus on yritystoiminnassa tuotannon tekijän rahassa mitattu käyttö tai kulutus. Se on kustannuslaskennan käsite, joka ei vastaa kirjanpidon kulukäsitettä. Kustannukset voidaan erottaa kuluista laajuuseron, jaksotuseron sekä arvostuseron mukaan. (Wikipedia 2006)

Laajuuseron mukaan kaikki kustannukset eivät ole kuluja, eivätkä kaikki kulut vastaavasti ole kustannuksia. Esimerkiksi oman pääoman korko voidaan laskea kuluksi, mutta se ei ole silti kustannus. Jaksotuksella tarkoitetaan tapaa jolla kulut ja kustannukset kohdennetaan tietylle ajanjaksolle. Kulut kirjataan syntyneiksi aina sinä vuonna, jolloin ne syntyvät, kun taas kustannukset voidaan jaksottaa koko tuotteen elinkaarelle. Arvostuserolla syntyy, kun kulut arvostetaan kirjanpitolain mukaisesti hankintahinnan mukaan. Kustannuslaskennassa käytetään sen sijaan arvostusmenetelmänä vaihtoehtoiskustannuksia (Wikipedia 2006).

5.2. Kiinteät ja muuttuvat kustannukset

Kustannusten perustavanlaatuisin jakoperuste on jako kiinteisiin ja muuttuviin kustannuksiin. Tätä jakoa tarvitaan esimerkiksi kannattavuuslaskennassa, hinnoittelussa ja toiminnan sopeutuksessa, jotta toiminta-astetta pystytään muuttamaan niin, että mahdollisimman optimaalinen taloudellinen tilanne säilyy. Kiinteisiin kustannuksiin voidaan laskea kustannukset, jotka eivät lyhyellä aikavälillä muutu tuotannon määrän mukaan. Ongelmana on usein lyhyen aikavälin määrittely, mikä ei aina ole yksinkertaista. Tyypillisiä kiinteitä kustannuksia ovat rakennukset, koneet ja hallinto ja muuttuvia kustannuksia materiaalin hankintakustannukset. Valmistuksen työvoimakustannukset lasketaan usein muuttuviin kustannuksiin, vaikka niidenkin sopeuttaminen tuotannon laskuun kestää usein viikkoja tai kuukausia (Wikipedia 2006).

Yksinkertaisessa kustannusfunktion mallissa kiinteät kustannukset ovat tietyllä tuotantovälillä täysin riippumattomia tuotanto-kustannuksista ja muuttuvat kustannukset ovat tasasuhteisia ja vaihtelevat tuotannon määrän lisääntyessä tai vähentyessä. Todellisuudessa muuttuvat kustannukset ovat tasasuhteisia vain harvoin ja yleensä ne ovat joko alisuhteisia tai ylisuhteisia eli muuttuvat keskimääräistä vähemmän tai enemmän. Käytännössä muuttuvia kustannuksia ei siis voida sitoa tuotannonkustannuksiin (Wikipedia 2006).

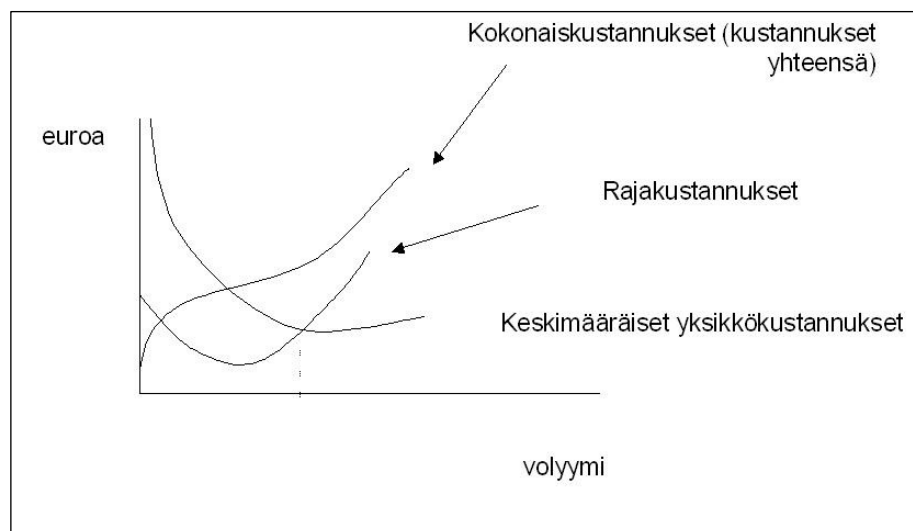
Välittömät ja välilliset kustannukset voidaan erottaa toisistaan sen perusteella, kuinka helposti ja suorasti ne voidaan kohdistaa tietylle tuotteelle. Välittömien kustannusten kohdistaminen on suoraviivaista, kun taas välilliset kustannukset on jaettava tuotteille esimerkiksi

kustannusajureiden mukaan. Vaikka enemmistö muuttuvista kustannuksista on usein välittömiä kustannuksia, suoraa yhteyttä näiden kustannuslajien suhteessa ei ole (Wikipedia 2006).

Muuttuvat kustannukset vaikuttavat aina yhdessä tuottojen ja kiinteiden kustannusten kanssa yrityksen tulokseen. Tulosta saadaan parannettua alentamalla yrityksen muuttuvia kustannuksia. Aina tulee kuitenkin huomioida miten yhden tekijän muuttuminen vaikuttaa muihin yritystoiminnan osa-alueisiin. (Tomperi 2003: 44)

5.3. Kustannusoptimi

Kustannusoptimi on se tuotannon volyymi, jolla ko. tuotteet/suoritteet tulevat keskimääräisiltä yksikkökustannuksiltaan halvimmiksi tuottaa, eli keskimääräiset yksikkökustannukset ovat tällöin minimissä. Optimi saavutetaan pisteessä, jossa rajakustannuskäyrä leikkaa keskimääräisten yksikkökustannusten käyrän. Kustannusoptimi eroaa kannattavuusoptimista merkittävästi. Kustannusoptimissa yksikkökustannukset ovat minimissään kun taas kannattavuusoptimissa pyritään maksimoimaan voitto, jolloin rajakustannukset ovat yhtä kuin rajatuotot. (Oulasvirta 2005)



Kuvio 2. Kustannusoptimi (Oulasvirta 2005)

Kun yritys pyrkii kustannusoptimiin, se tulee säilyttää toiminta-asteensa kustannusoptimin vaiheilla. Kustannusoptimi ei ainoa kuitenkaan ole kannattavin toiminta-aste. Jos tuotteiden menekki on alhainen, yritykselle on kannattavampaa pitää toiminta-asteensa kustannusoptimia alemmalla tasolla. Jos taas tuotteiden menekki on oikein hyvä, on kannattavampaa toimia kustannusoptimin ylittävällä toiminta-asteella. Kannattavimman toiminta-asteen löytämiseen tarvitaan siis myös tiedot tuotoista (Jyrkkiö & Riistama 2004: 55).

5.4. Kannattavuus

Yrityksen kannattavuutta mitataan sen tuottaman voiton määrällä. Yrityksellä on tarve tuottaa voittoa, sillä rahoitusmarkkinat odottavat korvausta sijoittamalleen pääomalle. Tuotantotoiminnasta saatujen tulojen täytyy sen vuoksi olla tavoitteeksi asetetun voiton verran menoja suuremmat (Jyrkkiö & Riistama 2004: 38).

Yrityksen kannattavuutta mitataan absoluuttisella luvulla, kun tulos esitetään euromääräisenä. Tulos on yrityksen tuottojen ja kustannuksien erotus. Kun kustannuksiksi otetaan vain muuttuvat kustannukset saadaan

tuotot – muuttuvat kustannukset = katetuotto

Kun mukaan lasketaan kaikki kustannukset, saadaan

tuotot – kokonaiskustannukset = voitto (Jyrkkiö & Riistama 2004: 39).

5.5. Hinnoittelu

Hinnoittelu on yksi merkittävimmistä päätöksistä yrityksen toiminnan kannalta, sillä ilman hinnoittelupäätöksiä ei voida suunnitella yrityksen toimintaa tai budjetointia. Tuotteen hinnoittelun lähtökohtina voidaan pitää tuotantokustannuksia sekä tuotteen kysyntää. Kysyntä asettaa tuotteen hinnalle ylärajan. Mikäli tuotteen hinta on liian korkea, ei tuote mene kaupaksi. Hinnan alarajan määrittävät puolestaan tuotteen tuotantokustannukset. Kustannuksia alemmalla hinnalla ei tuotetta kannata myydä. Näiden kahden tekijän väliin jää se alue, jolle tuotteen hinta asettuu. Tämä alue on nimeltään hinnoittelualue (Tomperi 2003: 72).

Usein tuotteen myyntimäärä sekä hinta ovat sidoksissa toisiinsa. Jos tuotteen hinta on korkeampi kuin kilpailijoilla, jää myynti vähäiseksi. Ainoastaan tilanteissa, joissa tuotteiden laaduille on selkeä tasoero, on eriarvoinen hinnoittelu perusteltua, eikä aiheuta kysynnän laskua. Kuitenkin tuotteen hinnan tulee myös kilpailutilanteissa sijoittua hinnoittelualueelle, jotta kustannukset saadaan katettua ja toiminta on näin ollen kannattavaa (Tomperi 2003: 72).

Hinnoitteluperusteet voidaan jakaa neljään eri kategoriaan. Kussakin tavassa on omat etunsa sekä ongelmansa, joten hinnoittelu tulee aina pohtia tapauskohtaisesti tilanteeseen sekä tuotteeseen sopivaksi. Hinnoittelu voi olla kustannusperusteista, jolloin tuotteen myyjälle aiheuttamiin kustannuksiin lisätään myyjän haluama voittolisä. Tämä tapa edellyttää hyvää kustannustietoutta sekä tietoa yrityksen toiminnan historiasta. Markkinaperusteinen hinnoittelu perustuu markkinoilla vallitsevaan yleiseen hintatasoon. Tuotteen hinta tulee sopeuttaa tuotteen ominaisuuksien mukaan markkinahintoihin. Markkinaperusteinen hinnoittelu tarvitsee usein tuekseen markkina- ja ostokäyttäytymisanalyysejä, etenkin mikäli kyseessä ovat differoidut tuotteet (Kulmala 2006-2007).

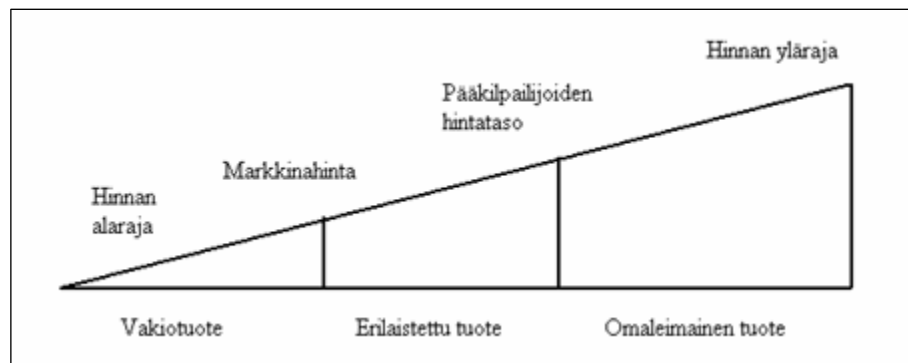
Tuottaja voi myös pyrkiä säilyttämään markkina-asemansa muuttumattomana käyttämällä aiempiin tuotteisiin tai palveluihin perustuvaa hinnoittelua. Kun markkinoille tulee uusi vanhemman tuotteen korvaava tuote, säilyy tuotteen hinta kilpailijoihin nähden samana, vaikkakin se usein hieman nousee vanhaan malliin verrattuna. Tämä menetelmä on tyypillinen ns. vakiintuneiden markkinoiden hinnoittelumenetelmä. Lyhyen aikavälin myynti-/tuottotavoitteet turvaava hinnoittelu tarkoittaa sitä, että myyjä asettaa tietylle tuotteelle absoluuttiset tai suhteelliset myyntimäärätavoitteet saavuttaakseen muut tavoitteensa (Kulmala 2006-2007).

Yrityksen tulee tietyn ajanjakson aikana saada tuottoja niin paljon, että kaikki kustannukset, koskien sekä muuttuvia että kiinteitä kustannuksia, saadaan katettua ja pystytään saavuttamaan tavoitteen mukainen voitto. Tämä tulee ottaa huomioon hinnoittelussa. Tilapäisesti yritys voi myydä tuotteita alhaisemmilla hinnoilla, jolloin hinnan tulee kattaa vähintään muuttuvat kustannukset. Tällaisia tilanteita ovat esimerkiksi yritykset kasvattaa markkinaosuutta tai jostain syystä vanhentuneiden tuotteiden myynti. (Tomperi 2003: 72)

Hinnoittelun tavoitteet on myös huomioitava hintoja määriteltäessä. Hinnoittelulla pyritään varmistamaan tuotteen riittävä myynti sekä turvaamaan halutun markkinaosuuden sekä kannattavuuden saavuttaminen. Lisäksi hinnoittelulla luodaan tietty hintakuva, jonka yritys välittää kuluttajille sekä asiakkaille (Hämeen uusyrityskeskus 2006).

Hinnoittelupäätökset tehdään lopullisesti hinnoitteluperiaatteiden mukaan. Yrityksillä on käytössä neljä vaihtoehtoista periaatetta. Korkean hinnan periaatetta käytetään, kun tuote lanseerataan markkinoille ja sen avulla halutaan aluksi rahastaa. Usein korkean hinnan periaate on käytössä vain väliaikaisesti yhden tuotteen kohdalla. Alhaisen hinnan periaatteella yritys pyrkii yleensä tunkeutumaan markkinoille ja tekemään tuotetta tunnetummaksi. Myös alhaisen hinnan periaate on useimmiten vain väliaikainen ratkaisu. Vakiintuneen markkinahinnan periaatteella tarkoitetaan samanlaisten, asiakkaiden entuudestaan tuntemien, tuotteiden vakiintuneita markkinahintoja. Hintojen porrastuksen periaate merkitsee hinnoittelun vaihtelua eri asiakkaiden kohdalla. Asiakkailta on siis eri hinnat samoille tuotteille. (Hämeen uusyrityskeskus 2006)

Tuotteet ovat hinnoittelunäkökulmasta vakioituja, erilaistettuja tai omaleimaisia. Tuotteille ja tuoteryhmille määritetään tapauskohtaisesti hinnoittelualue, jossa hinta voi liikkua. Tuotanto- tai hankintakustannukset määräävät kullekin tuotteelle hinnoittelualan alarajan, joka voidaan alittaa vain poikkeustapauksissa. Hinnoitteluun tulee lisää vapautta sen mukaan kuinka erilaistettu tuote poikkeaa vakioidusta tuotteesta.



Kuvio 3. Hinnoitteluvapauden lisääntyminen (Fastcon Oy 2005)

Yllä esitetystä kuvasta (kuvio 3.) voidaan päätellä, että erilaistamalla tuotetta, voidaan sen hintaa samanaikaisesti nostaa. Toki tällöin on myös huomioitava, että hinnan nostosta saatavan lisäkatteen tulee peittää reilusti erilaistamisesta aiheutuneet kustannukset. Toisaalta omaleimaisen tuotteen hintaa laskemalla voidaan mahdollisesti ajaa kilpailijan erilaistettu tuote markkinoilta pois. Omaleimaista tuotetta edelleen kehittämällä voidaan lanseerata uusi, kalliimpi ja kannattavampi tuote markkinoille. (Fastcon Oy 2005)

6. Tietojen kerääminen ja tutkimustapa

6.1. Kvalitatiivinen tutkimus

Tutkimus voi olla joko kvalitatiivista eli laadullista tai kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Opinnäytetyöni tutkimus on laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta, joka perustuu haastatteluihin. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 1997: 123)

Kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen. Ihmiset tulkitsevat asioita itse valitsemastaan näkökulmasta, mikä näin ollen johtaa siihen, että samaa asiaa voidaan kuvata monella eri tapaa. Todellisuus on siis moninainen ja se voidaan nähdä useasta näkökulmasta. Tapahtumat vaikuttavat toinen toisiinsa ja muovaavat samalla toisiaan. Laadullisessa tutkimuksen tarkoituksena on pyrkiä kuvaamaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Tutkimuksen tekijä ei voi hylätä omia arvojaan tutkimuksessa ja niinpä tutkijan omat arvot muokkaavat tutkimusta. Tutkijan arvot vaikuttavat siihen, miten tutkittavia ilmiöitä ymmärretään, tulkitaan ja miten tulokset esitetään. Kvalitatiivisen tutkimuksen tuloksissa ei ole mahdollisuutta saavuttaa täydellistä objektiivisuutta ja tutkimuksella saavutetut tulokset rajoittuvat tiettyyn aikaan ja paikkaan. Laadullisesta tutkimuksesta voidaankin sanoa, että siinä pyritään löytämään tosiasioita jo olemassa olevien totuusväittämien todentamisen sijaan (Hirsjärvi ym. 1997: 161).

Kvalitatiivisen tutkimuksen luonne on kokonaisvaltaista tiedonhankintaa ja aineisto kootaan luonnollisissa tilanteissa. Tilanteiden tulee olla todellisia ja niissä suositaan ihmistä tiedon keruun lähteenä. Tutkijan tulee luottaa omiin havaintoihinsa tiedon keruussa, mutta voi käyttää apuna tiedon hankinnassa myös lomakkeita tai testejä. Tutkijan pyrkimyksenä on paljastaa odottamattomia seikkoja. Tutkimuksen kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti ja tutkimussuunnitelma joustaa ja muovautuu tutkimuksen edetessä. (Hirsjärvi ym. 1997: 165)

Laadullisessa tutkimuksessa käytettäviä metodeja ovat mm. syvä- ja teemahaastattelut, tekstit (asiakirjat, päiväkirjat, artikkelit), kartat, suunnitelmat, valokuvat ja suora havainnointi. Tapaus- eli case-tutkimus soveltuu kolmeen erilaiseen tarkoitukseen: selittävään, kuvailevaan ja kokeilevaan tutkimukseen. Tapaustutkimuksessa valitaan yksittäinen tapaus, tilanne tai joukko tapauksia ja kohteena siinä on yksilö, ryhmä, yhteisö tai prosessi. (Staffans :15)

Kvalitatiivisen tutkimuksen erityispiirre on, että siinä edetään induktiivisesti eli yksittäisestä tapauksesta yleiseen. Yksittäisen tapauksen kautta pyritään löytämään yleistyksiä, jotka ovat tosia yleisesti. (Eskola & Suoranta 1998: 83)

6.2. Tietojen kerääminen

Opinnäytetyöni on laadullinen tutkimus ja sen empiirisessä osassa tutkin yhden yrityksen maastavientiprosessia sekä sitä, mitä ongelmia viennissä on ollut ja miten näihin ongelmiin voisi puuttua. Ulkomaankauppaan liittyy tietenkin aina riskejä, mutta näitä riskejä voidaan olennaisesti pienentää kiinnittämällä huomiota omiin toimintatapoihin ja niiden kehittämiseen.

Tietojen keräämiseen on käytetty haastatteluja sekä alasta kertovaa kirjallisuutta. Myös Internetistä on löytänyt paljon tutkimuksen kannalta mielenkiintoista materiaalia. Case- yrityksestä ja sen Englantiin kohdistuvasta varaosaviennistä on saatu tietoa haastattelemalla Case-yrityksen jälkimarkkinointikoordinaattoria sekä suullisesti, että sähköpostin välityksellä.

6.3. Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta parantaa tutkijan selostus tutkimuksen toteutuksesta ja sen vaiheista. Aineiston keräämisen tilanteet ja tavat olisi kerrottava totuudenmukaisesti. Lukijalle tulisi kertoa, millä perusteella tutkija on tehnyt päätelmiä ja miten tuloksia on tulkittu. (Hirsjärvi ym. 1997: 214)

Tutkimus keskittyy maastavientiprosessin kuvaamiseen ja sen läpikäymiseen. Tutkimusta ei voi pitää objektiivisena, koska omat mielipiteeni ja arvoni ovat vaikuttaneet kysymysten asetteluun ja myös tuloksien esittämiseen. Tutkimuksessa paljastui kuitenkin uusia asioita ja työ antaa vastauksen tutkimusongelmaan. Siten voidaan todeta työn olevan onnistunut laadullinen tutkimus. Tiedot perustuvat case-yritykseltä kerättyihin tietoihin ja tiedot ovat siten luotettavia. Myös teoriaosassa kuvattu maastavientiprosessi on case-tutkimuksen perusteella paikkansapitävä, joten työn luotettavuutta voidaan pitää hyvänä. Jos tutkimus tehtäisiin uudelleen lyhyen ajan sisällä nykyhetkestä, päästäisiin varmasti samoihin tuloksiin. Tutkimuksessa tutkittavat asiat ovat kuitenkin alttiita muutoksille, joten muutaman vuoden kuluttua sama tutkimus voisi antaa eri tulokset. Uskon tutkimukseni antavan lisää ajankohtaista tietoa case-yritykselle. Tutkimuksessa olevat tiedot ovat ajankohtaisia ja lisäksi työn aihe on ajankohtainen, sillä case-yrityksen varaosavienti on jatkuvassa kasvussa.

7. Case - yrityksen rahtikustannusten optimointi

7.1. Taustatiedot tuotteista

Tutkimus keskittyy käsittelemään Case yrityksen varaosavientiä. Tutkimuksen kohteena olevat tuotteet ovat erilaisia kompressoreissa käytettäviä osia. Tutkimus on rajattu käsittelemään pelkkiä varaosia, jolloin Iso-Britanniaan kohdistuva yksikkö- ja pakettimyynti on jätetty tutkimusalueen ulkopuolelle.

Case- yrityksen jälkimarkkinointikoordinaattori antoi myytävistä varaosista seuraavan kuvauksen ”Kompressorin varaosia ovat säännöllisesti vaihdettavat kulutusosat, näitä ovat mm. öljynsuodattimet, ilmansuodattimet, öljynerottimet, öljyt, kiilahihnat jne. Tämän lisäksi käytössä kuluvat osat esim. akselitiivisteet, venttiilien korjaussarjat. Sen lisäksi ns. breakdown-osat, jotka pitää vaihtaa vikatilanteessa, moottorit, taajuusmuuttajat, erilaiset sähköosat ja kunnostetut kompressoriyksiköt.”

7.2. Varaosavienti ja asiakkaat

Iso-Britannian varaosaviennin osalta tarkasteltiin kolmea lähetysten määrän perusteella suurinta asiakasta. Tarkastelun kohteena olevat asiakkaat on nimetty seuraavasti: asiakas A, asiakas B sekä asiakas C.

Tutkimukseen valittiin asiakkaat heille kohdistuneiden toimitusten määrän mukaan. Toimitusten rahallista arvoa ei huomioitu valintaa tehtäessä. Osittain juuri tästä syystä asiakkaille toimitettujen tilausten arvo vaihteli melko paljon. Joukossa oli paljon pieniä toimituksia, mutta muutama suurempi toimitus saattoi nostaa tutkimuksessa esitettyjä keskiarvolukuja. Rahtikustannusten osuus myyntihinnasta vaihteli eri asiakkaiden välillä, ollen keskimäärin kunkin asiakkaan kohdalla seuraavanlainen:

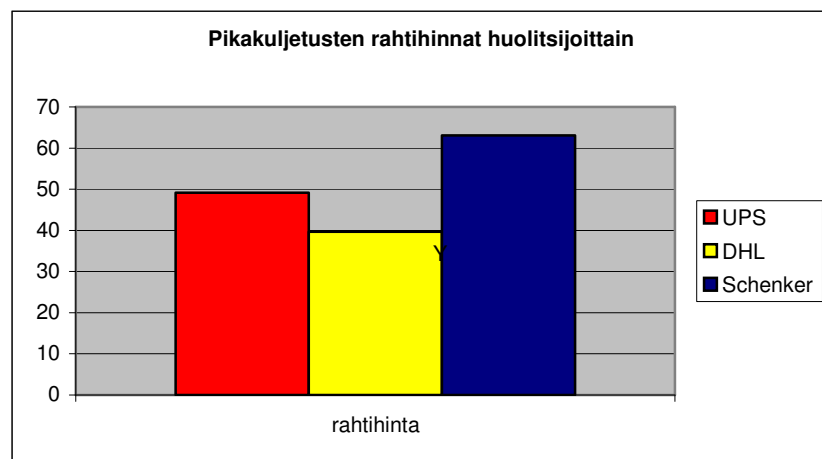
Asiakas A	5,65 %
Asiakas B	11,47 %
Asiakas C	5,75 %

Asiakkaiden lähetykset vaihtelivat paitsi kaupalliselta arvoltaan, myös ulkoiselta kooltaan. Myös tässä tapauksessa kaikki lähetykset olivat erikokoisia, vaikkakin pieniä ja keskisuuria lähetyksiä oli selvästi suuria lähetyksiä enemmän. Edellä esitettyjen tulosten perusteella voidaan todeta, että asiakas B:lle on toimitettu enemmän painavia ja kooltaan suurempia lähetyksiä kuin kahdelle muulle asiakkaalle. Asiakkaiden A ja C kohdalla lähetykset ovat olleet arvokkaampia suhteessa lähetyksen kokoon. Asiakas B:n kohdalla on ollut kooltaan

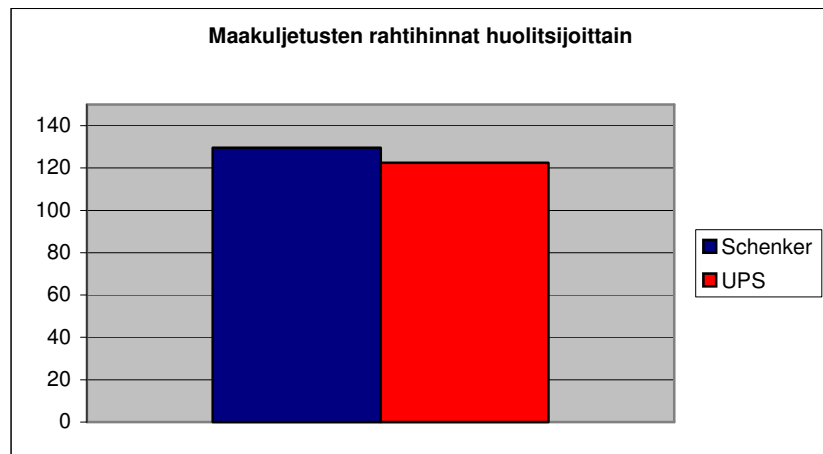
tai rahditusmitoiltaan suurempia ja samalla myyntiarvoltaan alhaisempia lähetyksiä. Ero ei ole riippuvainen siitä, mitä huolitsijaa käytetään. Ainoastaan lähetysten koon kasvaessa kannattaa tarkkaan miettiä, minkälaista kuljetustapaa on edullisinta käyttää. Käytännössä suuremmat kuljetukset on lähes aina kustannustehokkainta hoitaa maantiekuljetuksena lentorahdin sijaan.

Kun lasketaan asiakaskohtaisesti keskimääräisen lähetyksen koko, on asiakas A:n kohdalla tavallisin lähetys painoltaan 13,96 kg, asiakas B:llä 40,94 kg ja asiakas C:llä 11,89 kg. Tässä tulee selvästi esiin se, miten lähetysten koot vaihtelevat eri asiakkaiden kohdalla.

Asiakkaiden kertatilaukset voidaan jakaa lentorahdilla lähetettyihin tilauksiin sekä maarahtina lähetettyihin tilauksiin. Näiden kahden eri vaihtoehdon välillä kertatilausten painot ja myyntiarvot ovat täysin erilaisia. Mikäli tilaus on lähetetty lentorahtina, sen keskimääräinen paino on noin 10 kg ja myyntiarvo noin 520 Eur. Kun lähetys on toimitettu maarahtina, sen keskimääräinen paino on 215 kg ja myyntiarvo noin 3000 Eur. Alla on esitetty vientilähetysten rahtihinnat eri huolitsijoiden osalta, kun kysymyksessä ovat keskimääräisen kokoinen pika- ja maakuljetus.



Kuvio 4. Pikakuljetusten rahtihinnat huolitsijoittain



Kuvio 5. Maakuljetusten rahtihinnat huolitsijoittain

Taulukoiden rahtihinnat pohjautuvat Gardner Denver Oy:n sopimushintoihin. Hinnat on laskettu arvonlisäverottomien rahtihintojen mukaan, ilman polttoaine- tms. lisiä. Maakuljetusten hintoja on vertailtu ainoastaan niiden huolitsijoiden osalta, joilla on vientirahtisopimus case- yrityksen kanssa.

Yhteenvetona voidaan sanoa, että lentorahtina toimitetut tilaukset ovat suhteessa arvokkaampia painoonsa nähden kuin maarahina toimitetut tilaukset. Sama pätee myös rahtien hinnassa, sillä pienempien lentorahtina kulkevien pakettien rahtihinnat ovat suhteessa suuremmat kuin maarahina kulkevien suurten pakettien hinnat.

7.3. Huolintayritykset

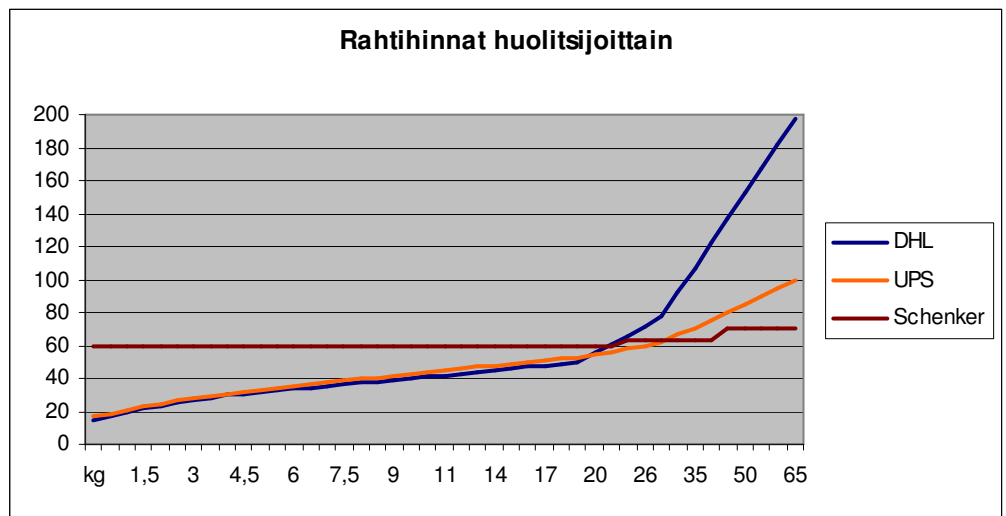
7.3.1. Yleistä

Englannin varaosaviennissä on käytetty kolmea eri huolinta-alan yritystä. Tutkimuksesta kävi ilmi, että pienempien lähetysten (0-100 kg) huolitsijan valinnassa ei ole erityistä säännönmukaisuutta. Kun lähetys on ollut painoltaan selvästi suurempi, on huolitsijana ollut aina Schenker. Schenkerin kuljetukset tapahtuvat maanteitse, kun taas muiden huolitsijoiden kuljetukset tapahtuvat lentoteitse. Kuljetustavan valinta vaikuttaa kuljetusnopeuteen, mikä on otettava huomioon lähetystavasta päätettäessä.

Huolitsijoiden hinnoissa ei ollut merkittävää eroa. Huomattavaa on kuitenkin se, että pienten lähetysten lähettäminen on yleisesti ottaen kannattamatonta. Kustannusten säästämiseksi tulisi suosia suurempia lähetyseriä. Yrityksen kannalta huolitsijoiden valintaan ovat Case-yrityksen jälkimarkkinointikoordinaattori Johanna Aaltosen mukaan tähän asti vaikuttaneet konsernitason sopimukset/suosituksot, hinta,

toimitusnopeus sekä toimitettavan paketin koko. Noin 70 kiloon asti paketit voidaan lähettää pikakuljetuksella, tätä suuremmat lentorahtina tai rekkarahdilla lavatavarana. Edellä mainittujen seikkojen lisäksi myös edustajien pyynnöt otetaan huomioon.

Case- yrityksen käyttämät huolintaliikkeet ovat tutkimukseen sisällytetyn otoksen aikana olleet UPS, DHL sekä Schenker. Seuraavassa taulukossa on esitetty rahtihintojen muodostuminen kilomäärien mukaan eri huolitsijoiden osalta. Rahtihinnat on laskettu Case- yrityksen sopimushintojen pohjalta.



Kuvio 6. Rahtihinnat huolitsijoittain

Taulukon avulla voidaan vertailla, millä tavoin rahtihinnat vaihtelevat huolitsijoittain. Voidaan myös vetää johtopäätöksiä siitä, mitä huolitsijaa tulisi milloinkin käyttää. Taulukon käyrien leikkauspisteet ilmaisevat ne kohdat, jotka tulee huomioida, kun tarkkaillaan eri huolitsijoiden hintoja suhteessa toisiinsa. Taulukosta on havaittavissa suurin ero nimenomaan pienten ja suurten lähetysten välillä, mutta myös muulloin on nähtävissä pienempiä eroja. Pienissä, alle 20 kilon lähetyksissä kannattaa suosia joko DHL:ää tai UPS:ia. Kun lähetysten koko kasvaa yli 30 kilon, tulisi aina käyttää Schenkeriä, mikäli halutaan pyrkiä suhteessa mahdollisimman pieniin lähetyskuluihin.

Huolitsijoiden laskuttamat rahtikustannukset voidaan vielä jakaa pienempiin osiin. Usein hinnastosta löytyy kiinteä rahtihinta, joka määräytyy lähetysten mittojen tai painon mukaan. Rahtikustannukset ovat usein maa- tai aluekohtaisia. Lopullinen laskutettava rahdituspaino ei määräydy ainoastaan lähetysten nettopainon mukaan vaan siihen vaikuttaa myös muita tekijöitä. Näitä vaikuttavia tekijöitä ovat lähetysten vaatimat lavametrit ja se voidaanko lähetysten päälle lastata muita kuljetettavia tuotteita.

Rahtihinnan lisäksi kokonaishinnassa huomioidaan polttoainekulut, jotka vaihtelevat polttoaineen sen hetkisen hinnan mukaan. Usein mukana on myös pienempiä kuluja kuten esimerkiksi tiemaksuja tai tietoliikennekuluja. Iso-Britanniaan kohdistuvasta viennistä ei synny tullimaksuja.

7.3.2. UPS

UPS (United parcel Service Inc.) on perustettu Yhdysvalloissa vuonna 1907 ja se on tällä hetkellä yksi maailmanlaajuisesti tunnetuimmista brandeista. Eurooppaan UPS:n toiminta on levinnyt 1976 ja tällä hetkellä Euroopassa työskentelee UPS:n palkkalistoilla yli 32 000 työntekijää. Euroopan toiminnan pääkonttori sijaitsee Brysselissä, Belgiassa.

UPS on maailman suurin pakettijakelu yritys ja johtava toimitusketjupalvelujen tarjoaja, jonka kattava palveluvalikoima mahdollistaa yritysten tavara-, informaatio- ja rahavirtojen synkronoinnin. UPS:n toiminta ulottuu yli 200 eri maahan ja alueeseen.

UPS tarjoaa monia eri kuljetusvaihtoehtoja ja aikatauluja. Lähetysten teko tapahtuu internetin välityksellä erillisen ohjelman kautta. UPS kuljettaa pääasiassa pienempiä lähetyksiä, vaikkakin suurempienkin lähetysten kuljetus onnistuu. Kuljetusvaihtoehtoina on maa- sekä lentorahdit, joista lentorahti on nopeampi sekä kalliimpi. Kun lentorahti toimitetaan perille Iso-Britanniaan yhdessä työpäivässä, vie saman lähetyksen toimittaminen maarahtina 4-6 työpäivää. (About UPS 2007)

7.3.3. DHL

Suomen nykyinen DHL syntyi 31.3.2003, kun emoyhtiö Deutsche Post World Net yhdisti kaikki pikakuljetus- ja logistiikkatoimintonsa maailmanlaajuisesti käyttämään yhteistä liikemerkkiä. Tuolloin Danzas ja DHL yhdistivät voimansa.

Joulukuussa 2005 Deutsche Post World Net hankki omistukseensa Exel plc:n vahvistaen näin myös konsernin Suomen logistiikkatoimintoja. Tänä päivänä Suomen DHL-yhtiöt työllistävät runsaat 1700 henkilöä, jotka työskentelevät noin 30 toimipisteessä, terminaalissa tai varastossa ympäri Suomen.

DHL toimii neljän eri yrityksen muodossa:

DHL Express ja DHL Freight

DHL Express tuottaa maailmanlaajuisia lentopikakuljetuksia ja DHL Freight Euroopan maakuljetuksia pienemmistä paketeista aina täysiin

trailerikuormiin. Tarjolla on laaja valikoima erilaisia kuljetusaikavaihtoehtoja. Yrityksen toimitusjohtaja on Markus Höglund.

DHL Global Forwarding

DHL Global Forwarding tarjoaa maailmanlaajuisia logistiikkaratkaisuja lento- ja merirahdille, koosta, painosta ja mitoista riippumatta. Suomessa liiketoimintaa harjoittaa DHL Global Forwarding (Finland) Oy, jonka toimitusjohtaja on Mikko Lehtinen.

DHL Exel Supply Chain – toiminnot

DHL Exel Supply Chain tuottaa yksilöllisiä materiaalinhallintakonsepteja, jotka kattavat asiakkaan koko logistisen toimintaketjun. DHL Exel Supply Chain (Finland) Oy:n toimitusjohtaja on Krister Lång. (DHL:n historia 2007)

7.3.4. Schenker

Schenker on yksi Suomen johtavista maa-, lento- ja merikuljetuksiin sekä messu- ja näyttelykuljetuksiin erikoistuneista yrityksistä. Edellä mainittujen palvelujen lisäksi Schenker tarjoaa asiakkailleen erilaisia varastointi- sekä logistiikkaratkaisuja. Schenker Oy:n maakuljetukset kattavat Pohjoismaiden lisäksi myös Venäjän, IVY-maat, Baltian maat, Iso-Britannian sekä Irlannin.

Suomessa Schenkeriä edustavat siis Schenker Oy, Schenker Express sekä Kiitolinja. Näistä Schenker Express on erikoistunut valtakunnallisiin pakettikuljetuksiin ja Kiitolinja kotimaan kuljetus- ja varastointipalveluihin.

Schenker on konsernina yksi johtavista logistiikkapalveluiden tarjoajista maailmassa. Yhtiön liikevaihto on 8,9 miljardia euroa ja sen palveluksessa on noin 42 000 työntekijää 1100 toimipisteessä ympäri maailmaa. Schenker tarjoaa maa-, lento- ja merikuljetusten lisäksi monipuolisen logistiikkapalveluiden valikoiman sisältäen globaalien toimitusketjujen hallintaan liittyvät ratkaisut. Schenker kuuluu Deutsche Bahn AG:n Kuljetus- ja Logistiikka -divisioonaan. (Yritysinfo 2006)

7.4. Rahtikustannusten optimointi

7.4.1. Yleistä

Tutkimus on rajattu käsittelemään Case- yrityksen kolmea suurinta asiakasta Iso-Britanniassa, asiakas A:tä, asiakas B:tä sekä asiakas C:tä. Asiakkaat on valittu tutkimukseen toimitusten lukumäärän, ei niiden myyntiarvon perusteella.

Rahtikustannuksia syntyy sekä takuuna menevien osien lähettämisestä, että normaaleista varaosamyyneistä. Varaosien

hinnoittelua mietittäessä on otettava huomioon, millä tavalla jälkimarkkinointia myydään itse kompressoreita myytäessä. Mikäli on etukäteen sovittu tietynlaisista jälkipalveluista, on niistä myös pidettävä kiinni. Tärkeää on kuitenkin vetää raja maksullisten ja maksuttomien palveluiden välille, jotta palvelut on mahdollista hinnoitella oikein. Myös asiakkaiden tulee tietää nämä hinnoitteluperusteet.

Case- yritys on ulkoistanut kuljetuspalvelunsa, joten kuljetukset tapahtuvat eri kuljetusalan liikkeiden kautta. Kuljetusliikkeen valinta määräytyy lähetyksen koon ja kiireellisyyden mukaan. Käytännössä tämä tarkoittaa, että valinta tapahtuu hitaampien maarahtien ja nopeampien lentorahtien välillä.

7.4.2. Case- yrityksen rahtikustannusten tilanne tällä hetkellä

Tällä hetkellä Case- yritys vastaa itse kaikista Iso- Britanniaan kohdistuvien varaosavientilähetyksen rahtikustannuksista, mikäli lähetyksen myyntiarvo ylittää x euroa. Kun vientilähetyksen arvo jää alle x euron, koituu asiakkaan maksettavaksi ennalta määrätty summa, joka on kuitenkin huomattavasti todellisia rahtikustannuksia pienempi. Koska varaosien vientilähetykset eroavat kaikki arvoltaan toisistaan, syntyy helposti tilanteita, joissa myynnin kate jää olemattoman pieneksi tai menee jopa tappion puolelle. Tämän vuoksi Case- yritys tarvitsee uuden hinnoittelumenetelmän rahtikustannusten aiheuttamien tappioiden minimoimista varten.

7.4.3. Case- yrityksen tavoitteet tulevaisuudessa

Case -yrityksen jälkimarkkinointi ja samalla myös varaosamyynni muodostavat tärkeän osan Gardner Denver Oy:n liikevaihdosta. Tämä osa-alue on myös kompressorimyynnin kannalta merkittävä sekä asiakkaiden että myyjän kannalta. Koska palvelutaso halutaan säilyttää korkeana, ja mikäli mahdollista sitä pyritään edelleen jatkuvasti kehittämään, tulee varaosamyynnin tyydyttää molempia osapuolia, sekä asiakasta että myyjää. Nykyinen tilanne varaosien rahtikustannusten osalta on Case- yrityksen kannalta huono, ja sitä tulisi tulevaisuudessa kehittää kannattavampaan suuntaan. Tavoitteena yrityksellä on saavuttaa parempi myyntikate nimenomaan rahtikustannuksia optimoimalla. Tavoitteena on päätyä molemmille osapuolille mieluisaan ratkaisuun.

7.4.4. Kustannusten optimointi

Ennen varsinaisten päätösten tekoa, tulee Case- yrityksen miettiä, kuinka tärkeä rooli jälkimarkkinoinnilla ja erityisesti varaosamyynnillä on suhteessa kompressorimyyniin. Myös mahdolliset kilpailijat varaosamyyniä koskien tulee ottaa huomioon. Etenkin se, millainen rooli kilpailijoilla on markkinoilla ja kuinka näkyvästi kilpailijoiden

tuotteet ovat esillä. Koska kyseessä on business- to business markkinointi, on kilpailu vähäisempää ja kilpailijoita on samoilla markkinoilla vähemmän kuin perinteisillä kuluttajamarkkinoilla. Yritysten väliset kaupat ovat kuitenkin suhteessa huomattavasti suurempia kuin kuluttajan tekemät ostot ja jälkimarkkinoinnilla on tärkeämpi osa kauppaa tehtäessä.

Kun halutaan saavuttaa optimaalisiin tilanne rahtikustannusten suhteen, pyritään pääsemään pisteeseen, jossa tarjonta (mukaan luettuna rahtikustannukset) ja kysyntä kohtaavat. Tässä pisteessä Case- yritys pystyy myymään tuotteitaan mahdollisimman suurella katteella niin paljon kuin ylipäänsä on mahdollista. Tilanne on optimaalisessa pisteessä kannattava myös asiakkaan kannalta.

Rahtikustannuksia hinnoiteltaessa on otettava huomioon samat seikat kuin hinnoittelussa yleensäkin. Hintaa päätettäessä on harkittava, miten se vaikuttaa kysyntään. Usein myyntimäärä ja hinta ovat tiiviisti yhteydessä toisiinsa. Mikäli hinta on korkea, on myynti vähäistä ja vastaavasti alemmalla hinnalla saadaan myytyä enemmän tuotteita. Myös muiden, kilpailevien yritysten tarjoamat kilpailevat tuotteet tulee ottaa huomioon. Jos tuotteen hinta on korkeampi kuin kilpailevan tuotteen hinta, jää myynti vähäiseksi. Ainoastaan, jos kyseessä on selvästi kilpailijan tuotetta korkealaatuisempi tuote, on korkeampi hinta perusteltu. Tuotetta hinnoiteltaessa on otettava huomioon, että kaikki kustannukset, koskien sekä kiinteitä, että muuttuvia kustannuksia, saadaan katettua. Lisäksi hinnassa tulee huomioida yrityksen tavoitteen mukainen voitto (Tomperi 2004: 72).

Alla olevassa taulukossa on esitetty myynnin ja rahtikustannusten suhde toisiinsa. Kun myynti (tarkoittaen kertamyyntiä) kasvaa, rahtikustannukset laskevat. Rahtikustannukset ovat siis suhteessa pienemmät sekä silloin, kun lähetys on kilomäärältään suuri että silloin kun lähetyksen myyntiarvo on suuri.

Case- yrityksellä on erilaisia mahdollisuuksia rahtikustannusten pienentämiseksi. Alla on eritelty mahdolliset vaihtoehdot ja niiden edut ja haitat.

7.4.4.1. Toimitustapalausekkeen valinta

Tällä hetkellä Case- yritys vastaa rahtikustannuksista kaikissa yli x euron arvoisissa tilauksissa. Mikäli toimitustapalausekettä vaihdettaisiin, siirtyisivät rahtikustannukset osittain tai kokonaan asiakkaan maksettaviksi. Tässä vaihtoehdossa on otettava huomioon asiakkaiden suhtautuminen muutokseen. Etuna tässä menettelytavassa on kustannusten täydellinen siirtyminen asiakkaalle. Tällöin asiakkaan mietittäväksi jää myös erä koko ja sen vaikutus rahdin hintaan. Mahdollisesti asiakkaat siirtyisivät suosimaan suurempia kertalähetyksiä, mikä olisi Case- yrityksen kannalta sekä taloudellisesti että työmäärällisesti kannattavaa.

On tietenkin mahdollista, että asiakkaalla ei ole voimassa olevia sopimushintoja huolitsijoiden kanssa, jolloin rahtikustannukset ovat

suhteessa kalliimmat kuin Case yrityksen lähettäessä toimitukset. Tällöin yritysten tulisi etukäteen suunnitella esimerkiksi rahtikustannusten laskuttamisesta myyntilaskun yhteydessä.

7.4.4.2. Varaosien hintojen nostaminen

Toisena vaihtoehtona on nostaa varaosien hintoja, jolloin rahtikustannukset sisällytettäisiin jo valmiiksi tuotteiden hintoihin. Tämä on yksinkertainen vaihtoehto, johon sisältyy myös eniten riskejä. Asiakkaat eivät pysty lähetysten koon mukaan vaikuttamaan hintoihin, jolloin pienet sekä suuret toimituserät ovat suhteessa yhtä kalliita. Tämä saattaa lisätä pienten toimituserien kysyntää ja näin ollen myös lisätä Case- yrityksen työmäärää. Jossain tapauksessa hintojen nousu saattaa myös vaikuttaa asiakkaiden ostopäätöksiin. Lisäksi hinnoittelu saattaa muodostua hankalaksi, jos hintoja halutaan nostaa juuri rahtikustannusten verran. Hinnoittelun vaatima työmäärä tulee ottaa huomioon, kun lasketaan muutoksen avulla saavutettavaa todellista säästöä.

7.4.4.3. Rahtikustannusten portaittain hinnoittelu

Rahtikustannukset voidaan myös suhteuttaa portaittain tilausten kokoon. Mitä pienempi tilaus, sitä suuremmat rahtikustannukset jäävät asiakkaan maksettaviksi.

Etuna on järjestelyn tasavertaisuus kaikkia asiakkaita kohtaan. Haittoina käytettävän järjestelmän taipuminen portaittaiseen hinnoitteluun sekä monimutkaisuus verrattuna muihin vaihtoehtoihin. Case- yrityksen jälkimarkkinointikoordinaattori Johanna Aaltosen mukaan portaittain hinnoittelu on mahdollista käytetyssä SAP-järjestelmässä. Tällä hetkellä hinnoittelu perustuu bruttohinnastoon, jolloin asiakaskohtainen hinnoittelu ei ole mahdollista. Tämän sijasta tuotekohtainen hinnoittelu on mahdollinen, sillä tälläkin hetkellä on käytössä joitakin volyymin perusteella määräytyviä lisäalennuksia.

7.4.4.4. Nykyisen toimintatavan päivittäminen

Yhtenä mahdollisuutena on päivittää nykyinen toimintamalli, nostamalla tällä hetkellä voimassa olevia rajoja ja hintoja vastaamaan todellisia rahtikustannuksia. Tällä hetkellä voimassa olevaa rajaa x voitaisiin nostaa korkeammaksi, jolloin asiakkaiden tulisi suosia suurempia kertatilauksia tai vaihtoehtoisesti maksaa itse tietty osuus rahdeista. Samanaikaisesti tulisi nostaa sitä summaa, jonka asiakkaat maksavat mikäli myyntitilauksen arvo ei ylitä rajaa x.

8. Yhteenveto ja johtopäätökset

Työn tarkoituksena oli selvittää Gardner Denver Oy:n Iso-Britanniaan kohdistuvan varaosaviennin rahtikustannuksia kolmen suurimman asiakkaan kohdalta sekä tutkia, miten kustannuksia voitaisiin tulevaisuudessa optimoida. Gardner Denver Oy:n varaosavienti on viime vuosien aikana kasvanut jatkuvasti ja sen voidaan ennustaa kasvavan myös tulevaisuudessa. Samalla, kun jälkimarkkinoinnin merkitys osana yrityksen kansainvälistä kaupankäyntiä kiihtyvän kilpailun myötä kasvaa, tulee kuljetusten suunnitteluun, aikatauluttamiseen ja kustannuksiin suhtautua entistä kriittisemmin.

Opinnäytetyötä varten kerättiin Iso-Britanniaan suuntautuvien lähetysten tiedot kolmen kuukauden ajalta. Ennen varsinaista tutkimustyötä, tuli rahtikustannukset kohdistaa oikeille lähetyksille. Näin saatiin tietoa siitä, kuinka paljon erityyppisiä lähetysiä kolmen kuukauden aikana lähetettiin sekä siitä, miten rahtihinnat vaihtelivat sekä asiakkaiden että huolitsijoiden välillä.

Teoriaosuudessa käsiteltiin vientiä ja kustannusten optimointia yleisellä tasolla sekä esiteltiin viennin kohdemaata, Iso-Britanniaa, kaupallisesta näkökulmasta. Teoriaosuudesta käy ilmi, kuinka paljon eri muuttujia tulee ottaa huomioon pelkästään kuljetuksia suunniteltaessa. Vaikka EU on yksinkertaistanut ulkomaankauppaa huomattavasti, on silti paljon tekijöitä, jotka erottavat koti- ja ulkomaankaupan toisistaan.

Jatkossa Gardner Denver Oy:n on hyvä kiinnittää entistä enemmän huomiota rahtikustannusten merkitykseen. Yksi Gardner Denver Oy:n varaosaviennin suurimmista ongelmista on tällä hetkellä pienten lähetysten suuri määrä. Tämä aiheuttaa korkeiden rahtikustannusten lisäksi paljon ylimääräistä työtä. On myös aina huomioitava, että rahtikustannusten aiheuttamat lisäkustannukset korostuvat, kun kyseessä on suuri määrä sekä myyntiarvoltaan, että rahdituspainoltaan pieniä lähetysiä.

Gardner Denver Oy:llä on monia keinoja, joiden avulla rahtikustannuksia voidaan joko pienentää tai siirtää kaupan toisen osapuolen maksettavaksi. Kaiken kaikkiaan avaintekijöitä rahtikustannusten optimoinnissa ovat toimitustapalausekkeen valinta, lähetysten koko, toimitustapa ja – aika sekä tuotteiden hinnoittelu. Ihanteellisessa toimintamallissa voimassa olevat sopimukset määrittelevät millä tavalla kuljetusten järjestäminen ja niiden maksaminen tapahtuu, jolloin tämä ei erikseen kuluta Case- yrityksen työntekijöiden energiaa ja resursseja. Jatkossa Gardner Denver Oy:n kannattaa siis motivoida asiakkaitaan ja edustajiaan yhdistämään lähetysiä mahdollisuuksien mukaan.

Yksi Case- yrityksen tämän hetkiseen tilanteeseen johtanut tekijä on jatkuvan seurannan puuttuminen. Mielestäni vastaavanlaisten ongelmien syntymistä tulevaisuudessa voitaisiin ehkäistä

tarkkailemalla rahtikustannusten muodostumista säännöllisesti. Myös kustannusten yhdistäminen oikeille myyntitilauksille heti, kun se vain on mahdollista, helpottaa kokonaisuuden hahmottamista. Selkeän tilastoinnin avulla epäkohtiin on jatkossa helpompi puuttua, kun asiakas- ja huolitsijakohtaiset rahtikustannukset on helposti saatavilla. Rahtikustannusten yhdistäminen myyntitilauksille on välttämätöntä myös, mikäli rahtikustannuksia laskutetaan suoraan asiakkaalta. Kunnolla ja jatkuvana tehty seuranta selkiyttää myös tätä osa-aluetta ja sen ansiosta on myös helpompi välttyä suurilta virheiltä.

Tällä hetkellä Gardner Denver Oy:llä ei ole käytössään mitään erityistä sääntöä siitä, mitä huolitsijaa milloinkin tulisi käyttää. Tätä varten olisi hyvä luoda tulevaisuutta ajatellen mahdollisimman tarkat toimintaohjeet, esimerkiksi kohdema- tai painokohtaisesti. Näin pystyttäisiin välttymään paitsi turhalta työltä, myös ylimääräisiltä kustannuksilta, joita kalliimman huolitsijan käyttö saattaa aiheuttaa. Huolintayrityksillä on myös olemassa maakohtaisia rajoituksia, jotka olisi hyvä sisällyttää ohjeistukseen. Tällaisen ohjeistuksen luominen aiheuttaa työtä yrityksen sisällä, mutta hyvin tehtynä ja säännöllisesti päivitettyinä sen olemassaolo helpottaa työntekoa.

Kaiken kaikkiaan Case- yrityksen kannattaisi mielestäni keskittää kaikki mahdolliset rahdit yhdelle tietylle huolitsijalle. Kun kuljetusyritykselle pystytään lupaamaan suurempi määrä rahteja, ovat hinnat tällöin myös alhaisemmat. Tämä edellyttää sitovan sopimuksen laatimista etukäteen, jotta huolitsija saa varmuuden lisääntyvästä toimeksiantojen määrästä ja Case- yritys saa tietoonsa uudet hinnat. Tämän keskittämisen tulisi tapahtua koko yrityksessä sekä tuonnin että viennin kohdalla, jotta molemmin puoleinen hyöty pystyttäisiin maksimoimaan. Kuljetusten keskittämisen kautta myös huolitsijan valinta tapauskohtaisesti helpottuisi, kun käytössä olisi vain yksi huolintayritys. Mahdollisesti on olemassa huolitsijakohtaisia rajoituksia kuljetuspalveluiden tarjonnassa, mutta nämä tulisi mahdollisuuksien mukaan ottaa huomioon jo sopimuksia laadittaessa.

Kaiken kaikkiaan Gardner Denver Oy:n Iso-Britanniaan kohdistuvan varaosaviennin ongelmana rahtikustannusten osalta on puutteellinen suunnittelu, jonka olisi pitänyt tapahtua samalla, kun yhteistyö asiakkaiden kanssa on aloitettu. Jälkeenpäin virheet on helpompi havaita, mutta niitä on huomattavasti vaikeampaa korjata. Mielestäni tämän hetkisen tilanteen selkeytys ja muuttaminen mahdollisimman yksinkertaiseen, mutta taloudellisesti optimaalisempaan suuntaan, ovat ne asiat, joihin Case- yrityksen tulisi keskittyä.

Lähteet

- About UPS 1994-2007. [online] [viitattu 6.1.2007] <http://www.ups.com/content/fi/en/about/index.html?WT.svl=SubNav>
- Auranen, Kirsti 2005. Ajankohtaista arvonlisäverotuksesta, Tampereen kauppakamarin julkaisu. Ernst & Young Oy.
- DHL:n historia 2007. [online] [viitattu 6.1.2007] <http://www.dhl.fi/publish/fi/fi/about/history.high.html>
- Elinkeinoelämän keskusliitto 2007. Kansainvälinen toimintaympäristö. [online] [viitattu 18.3.2007] http://www.ek.fi/ek_suomeksi/kilpailukyky/kansainvalinen_toimintaymparisto/
- Elinkeinoelämän keskusliitto 2006. Kansainvälistyminen. [online] [viitattu 18.3.2007] http://www.ek.fi/ek_suomeksi/kilpailukyky/kansainvalistyminen/
- Eskola Jari & Suoranta Juha 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere:Vastapaino.
- Fastcon Oy 2005. Hinnoittelu. [online] [viitattu 6.4.2007] <http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/pages/C2256DB30028DDCF02256A5B006831F5>
- Gardner Denver 2007. About Us. [online] [viitattu 15.3.2007] <http://www.gardnerdenver.com/tier.aspx?id=36>
- Gardner Denver 2007. Enduro Airends. [online] [viitattu 18.3.2007] <http://www.gardnerdenverproducts.com/index.aspx?id=4686>
- Gardner Denver 2007. Enduro, Tempest, CT Series. [online] [viitattu 15.3.2007] [http://www.gardnerdenverproducts.com/uploadedFiles/GardnerDenverBrand_\(148\)/Compressors/GD_Rotary_50_Hz/Enduro,Tempest,CT.pdf](http://www.gardnerdenverproducts.com/uploadedFiles/GardnerDenverBrand_(148)/Compressors/GD_Rotary_50_Hz/Enduro,Tempest,CT.pdf)
- Gardner Denver 2007. History. [online] [viitattu 15.3.2007] <http://www.gardnerdenver.com/tier.aspx?id=48>
- Gardner Denver 2007. Gardner Denver -Press Releases. [online] [viitattu 16.3.2007] http://www.gardnerdenver.com/ir_overview.aspx
- Gardner Denver 2007. 60 Hz Rotary Screw. [online] [viitattu 18.3.2007] <http://www.gardnerdenverproducts.com/index.aspx?id=2848>
- Hirsjärvi, Sirkka, Remes Pirkko & Sajavaara Paula 1997. Tutki ja kirjoita. Tampere. Kirjayhtymä Oy.
- Hyvärinen, Jarno 2006. Gardner Denver yrityseshittely. Tampere: Gardner Denver Oy.

- Hämeen uusyrityskeskus ry 2006. Menesty markkinoilla! [online] [viitattu 20.3.2007] http://www.hameenuusyrityskeskus.fi/materiaalit/Hameen_uusyrityskeskusen_markkinointiopas.doc.
- International Chamber of Commerce 2007. The 13 Incoterms - FAQs about the basics. [online] [viitattu 31.3.2007] <http://www.iccwbo.org/incoterms/id3038/index.html>
- Jyrkkiö, Esa & Riistama, Veijo 2004. Laskentatoimi päätöksenteon apuna. Helsinki. Juva: WSOY.
- Kulmala, Harri I. 2006-2007. Hinnoittelu - Mitä se on käytännössä? [online] [viitattu 15.2.2007] http://www.vtt.fi/proj/leanver/files/hinnoittelu_stateofheart.pdf
- Osuuspankki 2006. Maksumääräykset ja shekit. [online] [viitattu 2.4.2007] <https://www.op.fi/media/liitteet?cid=150384623>
- Osuuspankki 2007. Ulkomaankaupan maksutavat. [online] [viitattu 2.4.2007] <https://www.op.fi/media/liitteet?cid=150384623>
- Oulasvirta, Lasse 2005. Julkinen taluoshallinto, Kustannuslaskenta julkisyhteisössä. [online] [viitattu 13.3.2007] http://www.ulapland.fi/includes/file_download.asp?deptid=16968&fileid=5890&file=20050406093104.ppt.
- Partanen, Väinö 1999. Kustannus-, kannattavuus- ja investointilaskenta johdon päätöksenteossa. [online] [viitattu 5.4.2007] [network-university.com/opetusohjelma/ KuKaInJPKA.doc](http://network-university.com/opetusohjelma/KuKaInJPKA.doc)
- Pehkonen, Eino 2000. Vienti- ja tuontitoiminta. Helsinki: WSOY.
- Staffans Aija 2005. Tutkimusmetodi [online] [viitattu 15.11.2006]. [http://www.tkk.fi/Yksikot/YKS/fin/opetus/kurssit/tutkimusmetodologia/ Tutkimusmet-odi.ppt](http://www.tkk.fi/Yksikot/YKS/fin/opetus/kurssit/tutkimusmetodologia/Tutkimusmet-odi.ppt)
- Suomen kuljetusopas 2006. Kuljetus. [online] [viitattu 13.4.2007] <http://www.kuljetusopas.com/kuljetus/>
- Tomperi, Soile 2003. Kannattavuus ja kustannusten hallinta. Helsinki: Edita.
- Tulli 2004. Arvonlisävero. [online] [viitattu 18.3.2007] http://www.tulli.fi/fi/02_Yritykset/01_EUn_sisamarkkinat/03_Arvonlisävero/index.jsp
- Tulli 2006. EU:n sisämarkkinat. [online] [viitattu 17.3.2007] http://www.tulli.fi/fi/02_Yritykset/01_EUn_sisamarkkinat/index.jsp
- Tulli 2007. Tilastointi. [online] [viitattu 3.4.2007] http://www.tulli.fi/fi/02_Yritykset/01_EUn_sisamarkkinat/04_Tilastointi/index.js
- Tullihallitus 2006. Suomen ja Ison-Britannian välinen kauppa. [online] [viitattu 18.3.2007] http://www.tulli.fi/fi/05_Ulkomaankauppatilastot/05_Tilastokatsaukset/08_Arkisto/07_Katsaukset06/isobrit06.jsp

Ulkomaankaupan asiakirjat 2007. [online] [viitattu 6.4.2007] <http://www.kuljetusopas.com/kuljetus/ulkomaankauppa/asiakirjat/>

Ulkomaankaupan kuljetus, huolinta ja tullaus 2006. (Helsingin kauppakamarin julkaisu)

Ulkomaankaupan perustieto ja asiakirjat 2006. Helsinki: Helsingin Kamari Oy.

Vientikeskus 2006. Asiakirjat. [online] [viitattu 23.4.2007] <http://www.vientikeskus.fi/5.html>

Vientikeskus 2006. Sisäkauppa/Yhteistyö. [online] [viitattu 3.4.2007] <http://www.vientikeskus.fi/19.html>

Wikipedia 2006. Kustannus. [online] [viitattu 21.1.2007] <http://fi.wikipedia.org/wiki/Kustannus>

Wilén, Juha 2007. Iso-Britannia- Maaprofiili. [online] [viitattu 15.3.2007] <http://www.finpro.fi/fiFI/Market+Information/Country+Information/EU+Countries/the+Great+Britain/Iso-Britannia/Maaprofiili.htm>

Yritysinfo 2007. [online] [viitattu 12.1.2007] <http://www.schenker.fi/makeFrameset.asp?ID=133>

Liitteet

Liite 1: Gardner Denver Oy:n jälkimarkkinointikoordinaattori Johanna Aaltosen haastattelu

1. Minkälaisia tuotteita voidaan luokitella kompressorin varaosiksi?

Varaosamyynnin näkökulmasta kompressorin varaosat voidaan luokitella kolmeen eri kategoriaan. Näistä ensimmäinen on säännöllisesti vaihdettavat kulutusosat, joihin kuuluvat mm. öljynsuodattimet, ilmansuodattimet, öljynerottimet, öljyt, kiilahihnat ym. Näille on suositellut vaihtovälit konetyypistä riippuen. Toinen on runsaassa käytössä kuluvat osat esim. akselitiivisteet, venttiilien korjaussarjat. Kolmantena voidaan mainita niin sanotut breakdown-osat, jotka pitää vaihtaa vikatilanteessa. Näitä ovat mm. moottorit, taajuusmuuttajat, erilaiset sähköosat ja kunnostetut kompressoriyksiköt.

2. Mikä toimitustapalauseke/ mikä käytäntö on tällä hetkellä käytössä varaosaviennissä?

Tällä hetkellä toimitustapalausekkeena on lähtökohtaisesti EXW. Asiakkaalla on kuitenkin mahdollisuus valita järjestävätkö itse kuljetuksen, vai järjestämmekö täältä. Jos asiakas haluaa, että lähetämme tavarat heidän puolestaan, niin yleensä käytetään CPT-ehtoa ja rahti laskutetaan osalaskutuksen yhteydessä. Pikarahtitoimitukset lähetetään usein CPT-ehdolla.

3. Aiheuttaako käytetty SAP- järjestelmä joitain toimenpiteitä, jotka tulee ottaa huomioon, kun varaosalähetysten rahtikustannuksia optimoidaan? Onko esimerkiksi porrastettu hinnoittelu tms. järjestely mahdollista kyseisessä järjestelmässä?

Periaatteessa porrastettu hinnoittelu SAP:issa on mahdollista. Meidän hinnoittelu perustuu kuitenkin kaikille asiakkaille yhteiseen bruttohinnastoon, jolloin asiakaskohtaisesti toteutettu porrastettu hinnoittelu ei ole mahdollista. Sen sijaan nimikekohtainen porrastettu hinnoittelu olisi mahdollista. Tälläkin hetkellä on käytössä joitakin volyyymiin perustuvia alennuksia, mutta rahtikustannuksia ei toistaiseksi ole porrastuksessa huomioitu.

4. Mikä/mitkä asiat ovat vaikuttaneet kuljetusyrityksen valintaan?

Konsernitasolla tehty joitakin sopimuksia joita suositellaan käytettäväksi pääasiallisesti. Joitakin poikkeuksia on mahdollista tehdä. Eri sopimuskuljettajien kesken valintaan vaikuttaa tavarán määräpaikka ja sitä kautta hinta, toimitusnopeus ja pakettin koko. Noin 70 kiloon asti paketit voidaan lähettää pikakuljetuksella, tätä suuremmat toimitetaan määräpaikasta riippuen lento- tai rekkarahdilla lavatavarana. Lisäksi myös edustajien pyynnöt otetaan huomioon.

5. Minkälainen takuukäytäntö varaosien myynnissä on? Onko varaosilla takuuta/ kuuluuko varaosien toimitus kompressorin huoltoon/takuuseen?

Kompressoreille ja kompressoriyksiköille on takuu. Jos asiakkaan laitteeseen tulee takuukorjaukseen kuuluva vika, niin asiakas tilaa tarvittavat osat normaalina varaosatilauksena ja ne hyvitetään jälkepäin takuuhyvityksellä, myös rahat korvataan tapauskohtaisesti. Joillekin osto-osille on valmistajan myöntämä takuu, normaaliosille takuu valmistusvirheiden varalta on 6kk käyttöönotosta tai 9kk toimituksesta.

Best regards,

Johanna Aaltonen
After Market Sales Coordinator

Gardner Denver Oy