

Urheiluvälineiden maahantuonti ja hankinta

Oskar Rosengren



Liiketalouden koulutusohjelma

Tekijä tai tekijät Oskar Rosengren	Ryhmä tai aloitusvuosi HELI11KVA
Opinnäytetyön nimi Urheiluvälineiden maahantuonti ja hankinta	Sivu- ja liitesivumäärä 32+1
Ohjaaja tai ohjaajat Irma Mäkräinen-Suni	
<p>Tässä opinnäytetyössä käsitellään urheiluvälineiden maahantuontia. Perusideana maahantuonnissa on, että kaupankäynti on valtioiden rajat ylittävää. Aihetta pyritään lähestymään mahdollisimman käytännönläheisesti. Tutkimuksen kohteena on urheiluvälineiden maahantuontitoimintaan liittyvät haasteet, mikä on samalla myös tutkimusongelma.</p> <p>Teoriaosuudessa, eli luvussa 2, keskitytään maahantuonnin, hankintatoimen sekä kansainvälisen kaupan perusteisiin. Näistä aihealueista rakennetaan viitekehys, jonka kautta tämän opinnäytetyön tutkimusongelmaa lähestytään. Teoriassa käsitellään muun muassa tuonnin muotoja, logistiikkaa sekä varastointia. Lähteinä on sekä kirjallisia että sähköisiä aineistoja.</p> <p>Empiriaosuudessa näkökulma painottuu pienen maahantuojan kokemuksiin haasteisiin. Toteutettu tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen, ja tiedonkeruumenetelmänä on käytetty teemahaastattelua. Haastateltavilla on omakohtaista kokemusta urheiluvälineiden maahantuonnista, joten heillä on mielenkiintoisia näkökulmia aiheen tiimoilta.</p> <p>Tämän raportin lopussa on diskussio-osio, jossa on esitetty johtopäätökset sekä pohdittu luotettavuutta. Lisäksi arvioidaan opinnäytetyöprosessin kulkua. Opinnäytetyön tekeminen on aloitettu talvella 2014, ja se on valmistunut syksyllä 2014.</p>	
Asiasanat Maahantuonti, hankinta, urheiluvälineet, kansainvälinen kauppa	

Degree programme

<p>Author or authors Oskar Rosengren</p>	<p>Group or year of entry HELI11KVA</p>
<p>The title of thesis Import and purchase of sports equipment</p>	<p>Number of pages and appendices 32+1</p>
<p>Supervisor or supervisors Irma Mäkäräinen-Suni</p>	
<p>The aim of this thesis is to study import of sports equipment. Import is defined as trade across international borders. The way of dealing this topic is as practical as possible. The target of the study is to discover challenges that importer faces on daily basis.</p> <p>Focus in the theory part, chapter 2, is basics of import, purchase and international trade. These topics form the context, through which the research problem is approached. For example the forms of import, logistics and warehousing are handled in the theory part. Both written and electronical sources are used.</p> <p>In the empirical part main point of view is focused on how a small importer finds the challenges. The research is qualitative and the data is collected with theme interviews. The interviewees have experience on import of sports equipment and have thus interesting points of view on this topic.</p> <p>The discussion part at the end of report deals with drawing conclusions and judging the reliability. Also the thesis process is evaluated. The whole thesis work started in winter 2014 and the report was finished in autumn 2014.</p>	
<p>Key words Import, purchase, sports equipment, international trade</p>	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Tutkimuksen tavoite	1
1.2	Opinnäytetyön rakenne	1
1.3	Tutkimusongelma ja rajaus	2
1.4	Tutkimuksen keskeisimmät käsitteet.....	2
2	Maahantuonti ja hankinta.....	3
2.1	Maahantuonti	3
2.1.1	Välitön tuonti	3
2.1.2	Suora tuonti	3
2.1.3	Epäsuora tuonti	4
2.2	Tuonti liikeidean perustana.....	4
2.3	Maahantuonnin keskeisimmät riskitekijät.....	4
2.3.1	Maa- ja vastapuoliriski sekä valuuttariski	5
2.3.2	Kuljetuksiin liittyvät riskit	5
2.4	Logistiikka maahantuonnissa.....	6
2.4.1	Materiaalivirta.....	7
2.4.2	Tietovirta.....	7
2.4.3	Pääomavirta	8
2.5	Kansainvälinen logistiikka.....	8
2.6	Toimitustapalausekkeet (Incoterms)	8
2.7	Hankintatoimen rooli tuonnissa.....	10
2.7.1	Tavarantoimittajien ja valmistajien kartoitus.....	10
2.7.2	Varastointi ja varastonhallinta	11
2.8	Urheiluvälineet maahantuontikohteena	12
2.9	Haasteet urheiluvälineiden maahantuonnissa.....	13
3	Pienen maahantuojan haasteet	15
3.1	Tutkimusmenetelmän valinta ja perustelut.....	15
3.1.1	Tiedonkeruumuoto	16
3.1.2	Tutkimuksen käytännön toteutus	16
3.1.3	Litterointi ja aineiston analysoinnin periaatteet	17
3.1.4	Haastateltavat	18

3.2	Tutkimustulokset.....	18
3.2.1	Hankintalähteet.....	19
3.2.2	Varsinaista tuontivaihetta edeltävät toimet.....	21
3.2.3	Varsinainen tuontiprosessi.....	23
3.2.4	Jakelu ja jälleenmyynti.....	24
3.2.5	Teemojen ulkopuoliset aiheet.....	25
4	Diskussio.....	27
4.1	Johtopäätökset aineiston ja tulosten pohjalta.....	27
4.2	Tutkimuksen luotettavuus.....	28
4.3	Opinnäytetyöprosessin itsearviointi.....	29
5	Lähteet.....	31

1 Johdanto

Opinnäytetyön aihe on kulutushyödykkeiden, tarkemmin ottaen urheiluvälineiden, maahantuonti ja hankinta ulkomailta. Aiheessa yhdistyvät kansainvälinen kaupankäynti, logistiikka ja urheiluliiketoiminta. Olen käynyt näistä kaikista aihealueista syventäviä ASO-opintoja. Urheilu on suuri mielenkiinnon kohteeni, ja aion pyrkiä alalle tulevaisuudessa. Tarkoituksena on käsitellä aihetta yleisellä tasolla ja erityisesti pienen ja aloittelevan toimijan näkökulmasta.

1.1 Tutkimuksen tavoite

Tavoitteena tutkimuksella on selvittää maahantuontia harjoittavan haasteita, tavoitteita ja mahdollisuuksia. Näitä tuloksia voitaisiin mahdollisesti käyttää tulevaisuudessa tukena oman maahantuontiyrityksen perustamiselle. Teemaan perehtymisen perusteella urheiluvälineiden maahantuonnista ei ole kovin paljo suomenkielistä kirjallisuutta eikä aiempia opinnäytetöitä, joten sinänsä hyötyä voisi olla erityisesti kotimaisille alasta kiinnostuneille ja jo maahantuonnin parissa työskenteleville. Ensisijaisesti tutkimusta on kuitenkin tarkoitus hyödyntää omassa käytössä. Vaikka tarkempana aihealueena on urheiluvälineet, voivat myös muiden alojen toimijat ja sellaisiksi aikovat soveltaa tietoja omille aloilleen. Työ tehdään ilman toimeksiantoa, mutta käytännön näkökulman tuomiseksi käytetään hyödyksi jo kyseisellä toimialalla toimivia yrityksiä ja yrittäjiä.

1.2 Opinnäytetyön rakenne

Tässä johdanto-luvussa kuvataan lyhyesti opinnäytetyön aihe ja muut tutkimuksen lähtökohdat. Tämän jälkeen ensimmäinen varsinainen pääluku sisältää teoriaa maahantuonnista ja hankinnoista yleisellä tasolla. Teoriaosuus on kokonaisuudessaan kirjoitettu lähdemateriaaliin viitaten. Teoria myös antaa lähtökohdat ja rajaa toteutettavaa tutkimusta. Empiria-osuus on alustettu selostamalla tutkimuksen toteutusta ja tiedonkeruuta. Niitä seuraavat kerätty aineisto ja johtopäätökset. Lopuksi diskussio-luvussa esitetään tutkimuksen yhteenveto ja pohditaan luotettavuutta. Lähdeluettelo ja liitteet päätävät koko opinnäytetyöraportin.

1.3 Tutkimusongelma ja rajaus

Päätutkimusongelma on muodostunut seuraavanlaiseksi: Mitä haasteita liittyy urheiluvälineiden maahantuontitoimintaan? Tavoitteena on selvittää mahdolliset pienen ja suuren toimijan erot, mikä voidaan nähdä alatutkimusongelmana. Näihin ongelmiin pyritään etsimään vastauksia ja näkökulmia kvalitatiivista tutkimusmenetelmää käyttämällä. Tiedonkeruumenetelmänä käytetään teemahaastattelua, jolla toivotaan päästävän käsiksi erityisesti alatutkimusongelmaan.

Päädyin rajaamaan tästä opinnäytetyöstä pois verotukselliset seikat sekä tullikäytäntöihin liittyvät asiat. Nämä kaksi osa-aluetta ovat toki tärkeitä maahantuonnin kannalta. Koin kuitenkin mielekkäämmäksi keskittyä haasteisiin, jotka olen omassa työssäni kokenut olevan enemmän läsnä pienen maahantuojan arjessa.

1.4 Tutkimuksen keskeisimmät käsitteet

Maahantuonti on yksinkertaisimmillaan valtion rajat ylittävää kaupankäyntiä. Osapuolet ovat ostaja eli maahantuojaja ja myyjä eli viejä. Maahantuonnilla on kuitenkin erilaisia muotoja, joissa tämä perusasetelma saattaa muuttua ja osapuolia olla enemmän. Maahantuonti on määritelty tarkemmin seuraavassa luvussa. (Karhu 2002, 35)

Hankintatoimi voidaan karkeasti jakaa kahteen osa-alueeseen, strategiseen ja operatiiviseen hankintaan. Strategisen hankintatoimen tehtävät liittyvät hankintojen laajempaan johtamiseen, toimittajien valintaan ja hallintaan, sekä hankintatoimen kehittämiseen ja toiminnan tehostamiseen. Operatiivisella hankinnalla tarkoitetaan päivittäin suoritettavia rutiinitehtäviä, kuten tilausten käsittelyä ja varastotasojen seuranta. (Hankintatoimi.fi 2014 a)

2 Maahantuonti ja hankinta

Tässä luvussa on teoriaa kansainvälisestä kaupasta, logistiikasta ja hankintatoimesta. Lähdemateriaalina on sekä kirjallista että sähköistä aineistoa. Tarkoituksena on käsitellä ja linkittää aihealueet toisiinsa sekä luoda viitekehys tutkimukselle. Tämän pohjalta on tavoitteena hahmottaa empiria-osuudessa teemahaastattelujen kautta urheiluvälineiden maahantuontia käytännössä.

2.1 Maahantuonti

Maahantuonti on yksi kansainvälisen liiketoiminnan muodoista. Maahantuonti voidaan määrittää yksinkertaisesti niin, että maahantuojia ostaa ulkomaisilta tahoilta, esimerkiksi tavarantoimittajilta ja valmistajilta, tavaratuotteita ja/tai palvelutuotteita. Näiden tuotteiden laaja kirjo sisältää muun muassa kulutushyödykkeitä, elintarvikkeita ja erilaisia komponentteja. On olemassa myös niin sanottua projektituontia, jossa tilataan ulkomaiselta taholta esimerkiksi rakennusprojekti tai vastaava kokonaisuus. Tämä kokonaisuus voi sisältää sekä tavara- että palvelutuonnin osa-alueita (Karhu 2002, 35). Tässä opinnäytetyössä keskitytään maahantuonnin osa-alueista kulutustarvikkeiden tuontiin.

2.1.1 Välitön tuonti

Välitön tuonti määritetään siten, että kauppaa käydään ilman koti- tai ulkomaisia välittäjiä. Yritys hankkii hyödykkeet siis suoraan tavarantoimittajalta. Ostajan näkökulmasta kaikki tuontiprosessin vaiheet ja toteutus kuuluvat siis itse ostajalle eli maahan tuovalle yritykselle tai yhteisölle. Tiivistettynä kummatkin kaupan osapuolet ovat välittömästi liikeyhteydessä toistensa kanssa, joten tiedonkulku on suoraa. Välittäjien palkkiokustannukset vältetään välittömässä tuonnissa, mikä tuo selvää säästöä erityisesti suurilla erillä tuodessa. Yrityksen tulisi kuitenkin olla hyvin perehtynyt maahantuontitoimintaan. (Karhu 2002, 38-40)

2.1.2 Suora tuonti

Suorassa tuonnissa kaupantekotilanteessa käytetään hyödyksi ulkomaista välittäjää, joka edustaa useassa tapauksessa ulkomaista myyjäosapuolta. Tällaisia välittäjiä ovat esimerkiksi kauppa-agentti ja komissionääri. Suoran tuonnin tapauksessa välittäjät toimivat myyjäosapuolen lukuun avustaen kuitenkin molempia osapuolia kaupankäyn-

nin hoidossa. Komissionääri lisäksi toimii tyypillisesti omissa nimissään saaden komission toteutuneesta kaupasta. Suoraa tuontia käytetään usein erityisesti pienten erien tuonnissa ja silloin, kun halutaan ulkoistaa tuontitoimenpiteisiin liittyvää vastuuta. (Karhu 2002, 38-40)

2.1.3 Epäsuora tuonti

Epäsuora tuonti on tavoiltaan muuten hyvin samanlainen tapa toimia kuin suora tuonti, mutta välijäsenet edustavat kotimaista tuojaosapuolta. Agentti ja komissionääri toimivat useassa tapauksessa ostajan kanssa samalla alueella ja samalla kielellä, joten kansainvälisen kaupanteon kynnyks on matala tuojalle. Epäsuorasti on helppoa tuoda erityisesti pieniä erä ja prosessi muistuttaa pitkälti kotimaassa käytävää kauppaa. (Karhu 2002, 38-40)

2.2 Tuonti liikeidean perustana

On olemassa runsaasti yrityksiä, joiden liikeideana on nimenomaisesti jonkin tietyn hyödykkeen maahantuonti. Nämä yritykset tyypillisesti kauppaavat tuomiaan tuotteita omalla kotimarkkina-alueellaan. Monesti tällainen yritys hoitaa myös jakelutoiminnan itsenäisesti. Tilanteesta ja liikeideasta riippuen maahantuotavat hyödykkeet voivat olla joko kyseisillä markkinoilla ennestään tunnettuja tai tuntemattomia. Suotuisin tilanne on niillä yrityksillä, jotka tuovat maahan tuotetta tai tuotemerkkiä, jonka kohdalla kilpailutilanne ei ole tiukka (Karhu 2002, 58). Tässä opinnäytetyössä on tarkoitus perehtyä juuri tilanteeseen, jossa tuonti on liikeidean perustana.

Optimaalisimmassa tapauksessa maahantuojaja sopii tavarantoimittajan tai valmistajan kanssa yksinoikeuden tuomalleen tuotteelle tai tuotemerkille. Yksinoikeuden saaminen on yritykselle hyvä asia, sillä se rajoittaa kilpailua ja antaa kyseiselle yritykselle etulyöntiaseman toimialan sisällä. Tämän tyyppiset yksinoikeussopimukset ovat useissa tapauksissa aluekohtaisia. (Asianajotoimisto Lindblad 2013)

2.3 Maahantuonnin keskeisimmät riskitekijät

Kansainväliseen kaupankäyntiin liittyy huomattavasti enemmän riskejä ja uhkia kuin kotimaankauppaan. Kansainvälistä kauppaa harjoittavan yrityksen on syytä tehdä perusteellinen toimintaympäristön analyysi. Maahantuonnin kohdalla riskeistä suurimpia ovat

maariski ja kuljetuksiin liittyvät riskit. Osapuolten ollessa eri valuutta-alueilta myös valuuttariskin mahdollisuus on syytä ottaa huomioon. (Karhu 2002, 12-17)

Riskejä voidaan vähentää selkeillä ja tarpeeksi yksityiskohtaisilla sopimuksilla. Osapuolten oikeudet ja velvollisuudet tulisi siis määrittää riittävän tarkasti. Tällä on suuri merkitys, sillä osapuolet saattavat vedota usein väärinkäsityksiin ja tulkinnanvaraisiin sopimuskohtiin omaa etua ajaakseen. Sopimuskumppanien luotettavuudesta ja taustoista varmistuminen on ensisijaisen tärkeää erityisesti, kun käydään esimerkiksi uuden tavaramuotoimittajan kanssa yhteistyöneuvotteluita. (Yrittäjät 2014)

2.3.1 Maa- ja vastapuoliriski sekä valuuttariski

Vastapuoliriskillä tarkoitetaan tilannetta, kun kaupan jompikumpi osapuoli ei pysty vastaamaan velvoitteistaan valtiollisen tilanteen takia. Paikalliset olosuhteet ovat saattaneet yllättävästi muuttua, mikä voi näkyä esimerkiksi poliittisessa tilanteessa. Nämä muutokset ovat siis johtaneet siihen, ettei kaupankäyntiä voida tilapäisesti harjoittaa ainakaan maan rajojen ulkopuolelle. (OP-Pohjola 2014)

Valuutta(kurssi)riski voi syntyä, jos yrityksellä on ulkomaankaupassa maksuja tai saatavia vieraalla valuutalla. Rahoituslaitokset tarjoavat yrityksille niin sanottuja johdannaisia, joilla pystytään tehokkaasti suojautumaan valuuttariskiltä eli valuuttakurssien vaihteluilta. Useimmiten valuuttamuutokset pieniä, joten riski melko pieni. Sopimalla kaupanteon yhteydessä etukäteismaksusta voidaan sulkea pois valuuttariskin mahdollisuus. (OP-Pohjola 2014)

2.3.2 Kuljetuksiin liittyvät riskit

Erityisesti kansainvälisiin tavarakuljetuksiin liittyy moninaisia haasteita ja suoranaisia riskejä. Kuljetettavat tuotteet saattavat vaurioitua kuljetusvälineessä, lastauksen tai purkamisen aikana ja yhteydessä. Riskeihin vaikuttaa paljolti se millaisista tuotteista on kysymys. Elintarvikkeiden kohdalla kuljetusten asianmukainen suunnittelu on erityisen tärkeää, jotta esimerkiksi kylmäketju ei katkeaisi. Kulutustavaroissa pilaantuminen ei ole niinkään todennäköistä, vaikkakin särkyvien esineiden kohdalla kuljetukseen on kiinnitettävä normaalia enemmän huomiota.

Sovitun toimituksen myöhästyminen luvatusa ajankohdasta aiheuttaa ongelmia sekä myyjä- että ostajaosapuolelle. Laajemmin katsottuna koko toimitusketjussa tapahtuu hetkellinen tai pysyvämpi pysähtyminen riippuen myöhästymisen pituudesta. Ostajan näkökulmasta toimituksen myöhästyminen on erityisen kiusallista, jos oma asiakas odottaa kyseistä toimitusta omiin tarpeisiinsa. Ostajalle voi aiheutua toimituksen myöhästymisestä myös tilanne, jossa normaalitilanteessa varastosta löytyvää tavaraa ei voidakaan myydä asiakkaille saman tien. Tällaisista tilanteista saattaa olla seurauksia yhteistyösuhteisiin.

Tavarantoimitusten on syytä olla vakuutettuja, jotta kaupan osapuolet säästyisivät ikäviltä yllätyksiltä kuten ylimääräisiltä kustannuksilta. Kuten edellä on kerrottu, kuljetukseen liittyy riski kuorman vaurioitumisesta prosessin aikana. Riskiltä on kuitenkin mahdollista suojautua ottamalla tavarankuljetusvakuutus, jonka tarkoituksena on vakuuttaa tietty toimitus eli kuljetuksen kohteena oleva tavara. Tyypillisesti tällaisen vakuutuksen ottamisesta on vastuussa se osapuoli, joka on sopimuksen mukaan velvollinen vastaamaan kaupan kohteena olevasta tavarasta ja sen vahingoittumisesta. Usein vastuu siirtyy osapuolelta toiselle jossain kuljetusketjun vaiheessa, jolloin vastuut kannattaa olla tarkasti eritelty. (Logistiikan maailma 2014 e)

Tavarankuljetusvakuutus:

- Kotimaan kuljetukset
- Tuonti
- Vienti
- Kuljetukset kolmansien maiden välillä
- Muut yrityksen toimintaan liittyvät kuljetukset
(esim. näyttelyt, muutot, huoltokuljetukset)

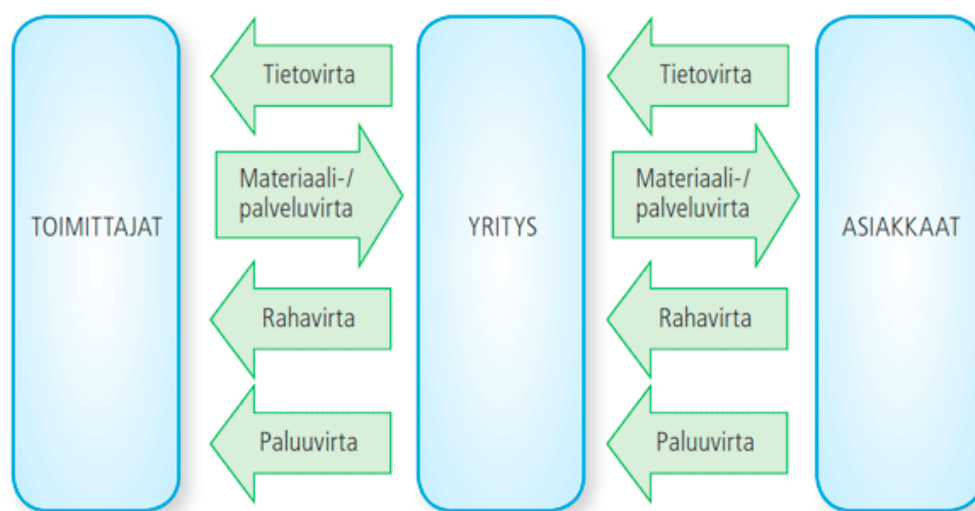
→ Tavarantoimitajalla (riski / vakuuttamisvelvollisuus)

Kuvio 1. Tavarankuljetusvakuutus. (Logistiikan maailma 2014 e)

2.4 Logistiikka maahantuonnissa

Logistiikka terminä on eri aikakausina määritelty sekä laajemmin että suppeammin. Kaapeasti katsottuna logistiikkaa on lähinnä tavarankuljetukset ja niihin liittyvät toiminnot.

Tänä päivänä yleisesti logistiikka nähdään aiempaa laajempänä kokonaisuutena. Logistiikka yhdistää yrityksen eri toimintoja toisiinsa tiiviiksi prosessiksi, eikä se siten ole erillään oleva toiminto kuten aikaisemman käsityksen mukaan on ajateltu. Materiaalivirran lisäksi logistiikkaan kuuluu nykykäsityksen mukaan myös tieto- ja rahavirtojen kulku. Nämä kolme niin sanottua virtaa havainnollistavat logistiikan laajaa kokonaisuutta. Paluuvirta on vielä neljäs tunnettu virta, joka kuitenkin jätetään tässä yhteydessä käsittelemättä sen tarkemmin. (Logistiikan maailma 2014 a)



Kuvio 2. Logistiikan eri virrat. (Logistiikan maailma 2014 a)

2.4.1 Materiaalivirta

Logistiikan nähdään olevan perinteisimmillään juuri materiaalivirtojen ohjaamista raaka-aineiden alkulähteiltä loppuasiakkaalle siten, että tuotteet ovat käytävissä oikeassa paikassa oikeaan aikaan. Ensisijaisena tavoitteena on minimoida toimintoihin liittyvät kustannukset ja muut haittatekijät. Haittatekijöinä nähdään olevan esimerkiksi negatiiviset ympäristövaikutukset ja turvallisuusriskit. (Logistiikan maailma 2014 a)

2.4.2 Tietovirta

Tietovirran nähdään olevan yksi kolmesta logistiikan pääosa-alueesta. Kyseessä on kaikki se kirjallinen ja sähköinen dokumentaatio, joka kulkee toimijoiden välillä. Toimitusketjun jäsenten lisäksi viranomaiset, kuten tulli ja verottaja, velvoittavat yritystä ilmoittamaan joistakin maahantuontiprosessin vaiheista. Riittävä ja ajantasainen informaatio on tarpeen, jotta voidaan ryhtyä oikeisiin toimenpiteisiin oikea-aikaisesti. Kan-

sainvälinen kaupankäynti sähköistyy kaiken aikaa, ja valtaosa dokumentaatiosta siirtyy erilaisten tietojärjestelmien kautta toimijalta toiselle. (Logistiikan maailma 2014 b)

2.4.3 Pääomavirta

Pääoma- eli rahavirta on yksinkertaisesti hyödykkeestä maksettava vastike ja se kulkee materiaalivirran kanssa vastakkaiseen suuntaan. Kansainvälisessä kaupassa tyypillisesti käydään kauppaa eri valuutoilla. Nykyisen kehityksen mukaisesti pääomavirratkin liikkuvat lähinnä sähköisesti. (Logistiikan maailma 2014 b)

2.5 Kansainvälinen logistiikka

Yhden valtion sisällä toteutettaviin logistisiin toimiin verrattuna valtioiden rajat ylittävässä kansainvälisessä logistiikassa on otettava huomioon huomattavasti enemmän asioita. Nämä asiat tekevät rajat ylittävästä logistiikkatoiminnasta monimutkaisemman ja haastavamman hallita. Eri valtioiden käyttämät käytännöt logistiikkaan liittyen ovat usein eriäviä, mikä aiheuttaa usein ylimääräistä byrokratiaa. Välimatkan kasvu aiheuttaa jo itsessään haasteita etenkin kuljetuksien osalta. Maakohtaisesti vaihtelevat tullikäytännöt koetaan usein hankaliksi ymmärtää. Luonnollisesti eri toimijoiden määrä on kansainvälisessä logistiikkaketjussa suurempi, joten sekin luo omat haasteensa. (Karhu 2002, 43)

2.6 Toimitustapalausekkeet (Incoterms)

Incoterms-toimitustapalausekkeet ovat kansainvälistä kauppaa varten kehitetty kokonaisuus koodeja, joita voidaan liittää kauppasopimukseen. Lausekkeiden tarkoitus on määrittää kaupanteon osapuolten eli myyjä ja ostajan oikeuksia ja velvollisuuksia. Lausekkeet kertovat myös kustannusten jakautumisesta ja riskeistä, jotka ajoittuvat tavaran toimitukseen ja siihen välittömästi liittyviin toimenpiteisiin. Tarkemmin katsottuna Incoterms-lausekkeesta selviää se ajankohta, jolloin nämä edellä mainitut velvollisuudet siirtyvät myyjän ja ostajaosapuolen tai näiden edustajien välillä. Usein lausekkeiden luullaan määrittävän myös maksuehtoja, vaikka tämä ei pidä paikkaansa. Lausekkeet ovat yleisesti tunnettuja ja laajalti käytettyjä kansainvälisessä kaupankäynnissä. Yhtä oikeaa lauseketta ei ole, vaan sopiva lauseke määrittyy tapauskohtaisesti. (Pehkonen 2000, 90)

Maahantuojalla on tyypillisesti ostaja, ja sen on hyvä käyttää toimitustapalausekkeitä suo-
jautuakseen riskeiltä. Incoterms-lausekkeet ovat myös yleisesti tunnettuja, joten käyttä-
mällä niitä kauppasopimuksia solmiessa voidaan välttyä väärinkäsityksiltä ja -
tulkinnoilta. Myös vakuutustarpeesta ja vakuuttamisvelvollisuudesta määritetään sa-
moilla lausekkeilla, joten maahantuontiin ja erityisesti kuljetuksiin liittyvä riskialttius
vähenee. Oikean toimitustapalausekkeen valinnalla voidaan myös edistää omaa asemaa
kaupantekotilanteessa.

INCOTERMS

Toimituslausekkeet

EXW - noudettuna lähettäjältä

(nimetty toimituspaikka; ex tehdas, ex varasto, jne.)

FCA - vapaasti rahdinkuljettajalla

(nimetty toimituspaikka)

FAS (vain vesikuljetukset) vapaasti aluksen sivulla

(nimetty laivaussatama)

FOB (vain vesikuljetukset) vapaasti aluksessa

(nimetty laivaussatama)

CFR (vain vesikuljetukset) kulut ja rahti maksettuina

(nimetty määräsatama)

CIF (vain vesikuljetukset) kulut, vakuutus ja rahti maksettuina

(nimetty määräsatama)

CPT - kulut maksettuna

(nimetty määräpaikka)

CIP - kuljetus ja vakuutus maksettuina

(nimetty määräpaikka)

DAP

toimitettuna määräpaikalle

(nimetty määräpaikka)

DAT 1)

toimitettuna terminaalissa

(nimetty määräpaikka)

DDP - toimitettuna tullattuna

(nimetty määräpaikka)

Kuvio 3. Incoterms 2010 toimitustapalausekkeet. (If 2014)

2.7 Hankintatoimen rooli tuonnissa

Yleisesti hankinnoissa ja ostoissa on viimeaikoina painotettu kokonaiskustannusajattelun (TCO) tärkeyttä. Hankinta nähdään myös osana koko yrityksen strategiaa ja kannattavuutta, mikä osoittaa sen tärkeyden erityyppisessä yritystoiminnassa. Maahantuonnin tapauksessa hankintatoimi on erittäin keskeisessä asemassa koko liiketoiminnan suhteen, joten tuontiyrityksen menestys on hyvin pitkälti kiinni hankintojen tehokkuudesta. (Hankintatoimi.fi 2014 b)

Perusajatuksena kokonaiskustannusajatellussa (TCO) on kiinnittää huomiota kaikkiin tilauserän kustannuksiin. Toimitushan ei koostu ainoastaan tuotteiden kappalehinnasta, vaan lopullinen tavarantoimittajalle maksettava kauppasumma sisältää erilaisia lisä- ja oheiskustannuseriä. Tällaisia eriä ovat muun muassa kuljetus- ja huolintakulut, mahdolliset tuontitullimaksut sekä kuljetusvakuutukset. Suorien kustannusten lisäksi voidaan nähdä olevan epäsuoria kustannuksia, kuten tavarantoimittajien yhteistyön ylläpito. Tässä mielessä hyvien sopimusten solminen on maahantuojalle tärkeää, sillä sopimusehdot voivat vaikuttaa sopimuksen edukkuuteen huomattavasti varsinkin pitkällä tähtäimellä. (Hankintatoimi.fi 2014 b)

TCO:n kustannuseristä voidaan jaotella eri tasoja. Nämä tasot ovat (Hankintatoimi.fi 2014 b)

- Yksikkötason kustannukset (esim. hinta)
- Erätasokohtaiset kustannukset (hankinnan tekeminen)
- Toimittajakohtaiset kustannukset (suhteen ylläpito)
- Tuotetyyppikohtaiset kustannukset (tekninen tietämys)

2.7.1 Tavarantoimittajien ja valmistajien kartoitus

Internet on oiva apuväline, kun lähdetään kartoittamaan jotakin tiettyä tuotetta tai tuoteryhmää tarjoavia tahoja. Ulkomaisia tahoja kannattaa nykypäivänä ehdottomasti lähestyä verkkopalvelujen välityksellä. Tätä ennen kuitenkin on etsittävä relevanttien tavarantoimittajien yhteystiedot. Verkon hakukoneiden avulla voi helposti päästä käsiksi suureen määrään potentiaalisia tavarantoimittajia, joista voi karsia omaan tarkoitukseen sopivimmat toimijat. Useimmiten yhteystietojen lisäksi tavarantoimittajilla on verkkosi-

vut, joita selaamalla voi päästä kokonaiskuvaan sopivan toimittajan valinnan kannalta. Usein verkkosivut saattavat muistuttaa jopa verkkokauppaa, jossa tarjotuista tuotteista on saatavilla tarkat yksityiskohdat valinnan helpottamaan. (Paajanen & Saarinen 1997, 26-27)

Erilaiset toimialakohtaiset ammattilaismessut yhdistävät sekä tavaroita ja palveluja etsivät että tarjoavat. Maahantuojat voi siis etsiä itselleen valmistajia ja tavarantoimittajia messutapahtumissa. Messut ovat erinomainen mahdollisuus verkostoitua alan toimijoiden kanssa (Paajanen & Saarinen 1997, 29). Maahantuonnin tapauksessa kannattaa suosia kansainvälisiä messuja, joilla on useimmiten enemmän tarjontaa kuin kotimaisissa tapahtumissa. Tämä tarkoittaa maahantuojan kannalta sitä, että on järkevää valmistautua huolellisesti jos haluaa messuille osallistua. Kannattaa jo hyvissä ajoin ottaa selvälle messuille osallistuvat näytteilleasettajat, ja valita näistä omaan tarpeeseen parhaiten so-pivat.

2.7.2 Varastointi ja varastonhallinta

Maahantuonnissa materiaalivirta on tekijä, johon on syytä kiinnittää huomiota kun käy kauppaa konkreettisilla tuotteilla. Päinvastoin kuin viennin kohdalla, tuonnissa tuovan yrityksen varastointitarve lisääntyy ainakin väliaikaisesti. Suurin päätös maahantuojalla liittyykin siihen, että minkälaista varastonhallintaa se haluaa suosia. Karkeasti sanottuna tuojan on päätettävä hankkiiko se tuotteita asiakkaan tilauksesta vai tuotetaanko varastoon.

Varmuusvarastoa pidetään nimensä mukaisesti, kun halutaan varmistua saatavuudesta ja välttää puutetilanteita. Näin ollen varmuusvarastoa pitämällä pystytään olemaan vähemmän riippuvainen itsestä riippumattomista riskitekijöistä kuten esimerkiksi tavaratoimitusten katkoista. Myös kysynnän vaihteluiden, esimerkiksi sesonkiaikojen, aiheuttamia yllättäviä ja epäsuotuisia tilanteita voidaan osittain välttää varmuusvarastoa pitämällä. Varmuusvaraston ylläpito on järkevintä lopputuotteiden tapauksessa. (Logistiikan maailma 2014 c)

Vallitsevan ajattelun mukaan varastotaso tulisi pitää mahdollisimman alhaisena, jotta varastoihin ei sitoutuisi turhaan vaihto-omaisuutta. Usein yritysten huolenaiheena on

tavoiteltua hitaampi varaston kiertonopeus (Logistiikan maailma 2014 d). Jos yrityksen tuotteet ovat luonteeltaan räätälöitäviä tai muuten asiakaskohtaisia, voidaan toimia hyvinkin pienellä varastolla eli niin sanotusti tilausohjautuvasti. Maahantuonnin tapauksessa on mahdollista toimia jopa niin, että vasta asiakkaan tilauksen seurauksena yritys hankkii tuotteet tavarantoimittajaltaan. Yritykseltä edellytetään vakiintunutta ja varmaa toimintaa tavarantoimittajien kanssa, jotta tällainen toiminta on mahdollista toteuttaa asiakastyytyväisyyden kärsimättä. Ehdottomana tilausohjautuvuuden hyötynä voidaan nähdä varmuusvarastoinnin tarpeettomuus ja sitä kautta hävikin minimointi.

2.8 Urheiluvälineet maahantuontikohteena

Urheiluvälineet ovat monipuolinen joukko tuotteita, jotka koostuvat esimerkiksi tekstiileistä, jalkineista ja lajikohtaisista välineistä kuten mailoista ja palloista. Tyypillisesti urheiluvälineitä myydään alan liikkeissä, mutta myös esimerkiksi suurimmat päivittäistavarakaupat ottavat usein valikoimiinsa rajoitetun määrän urheiluvälineitä. Varsinkin suosittujen lajien tapauksessa kohderyhmä voi olla hyvinkin laaja, joten markkinat ovat tarpeeksi suuret menestyvälle liiketoiminnalle Suomenkin kokoisessa maassa. Kotimaassa urheiluvälinealalla vaikuttaa kaksi suurta toimijaa, jotka maahantuovat ja myyvät lukuisien lajien välineitä. Näiden kahden lisäksi on suuri määrä pienempiä toimijoita, jotka toimivat usein vain yhden tai muutaman lajin sisällä. (Yle 2014)

Urheiluvälineet ovat eräänlaisia kulutustavaroita. Kulutustavara tai kulutushyödyke on tuote, joka on ensisijaisesti tarkoitettu kuluttajan käytettäväksi lopputuotteeksi. Kulutushyödykkeet voidaan jakaa vielä kerta- ja kestokulutustuotteisiin. Näistä urheiluvälineiden voidaan nähdä kuuluvan kestokulutushyödykkeisiin, sillä niitä yleensä voidaan käyttää useammin kuin yhden kerran. Kulutustavaroihin kohdistuu verrattain vähemmän rajoituksia ja säännöksiä kuin esimerkiksi elintarvikkeisiin, jotka ovat tyypillisesti kertakulutustuotteita. Tuontirajoituksia ja -säännöksiä laativat ja valvovat eri viranomaistahot kuten Tukes ja Tulli. Kuljetusolosuhteiden osalta urheiluvälineet eivät vaadi erityisiä järjestelyjä esimerkiksi lämpötilan suhteen. Asiallisesti pakattuina niiden pitäisi säilyä täysin vahingoittumattomina. Maahantuonnin näkökulmasta urheiluvälineet ovat siis poikkeuksia lukuun ottamatta helppo kohde. (Tukes 2014)

Brändit eli tuotemerkit ovat erittäin tärkeä ostopäätökseen vaikuttava tekijä. Lähes joka urheilulajissa tietyt brändit ovat kuluttajien keskuudessa houkuttelevampia kuin toiset. Maahantuojan onkin ensisijaisen tärkeää tunnistaa nämä suosikkibrändit. Kuluttajalle on myös tärkeää tuotteen käyttömukavuus ja käytännöllisyys. Ulkonäkötekijät ja muotoilu ovat tulleet vuosien varrella merkittäväksi osaksi myös urheiluvälineitä. Erityisesti tekstiileissä ja jalkineissa kuluttajien ostopäätökseen vaikuttaa hyvin pitkälti juuri edellä mainitut seikat, eivätkä niinkään tekniset ominaisuudet. Kausittain vaihtuvat mallistot tekevät urheiluvälinealasta nopeatempoista. Alalla toimivan onkin pysyttävä ajan tasalla vastatakseen senhetkiseen kysyntään muun muassa uutuustuotteilla.

Haasteena urheiluvälinekaupassa ovat piraatit eli väärennetyt tai jäljitetyt tuotteet. Jokainen varteenotettava valmistaja, tavarantoimittaja ja maahantuoja pyrkii pitämään huolen siitä, että valikoimaan ei kuuluisi piraatteja. Tietoinen kuluttaja haluaa ostaa ja samalla tukea vain aitoja tuotteita ja tuotemerkkejä. Myyvälle osapuolelle on imagon kannalta tärkeää välttää piraatteja. Aina tuoteväärennösten ja aitojen tuotteiden eroa ei ole helppo huomata. Maahantuoja saattaa näin ollen pahaa aavistamatta syyllistyä rikolliseen toimintaan. (Tulli 2012)

Isot urheiluvälineyritykset valmistuttavat tuotteensa tällä hetkellä yleisimmin Aasian halvan kustannustason maissa. Läntisen maailman teollisuusmaissa valmistetaan taas lähinnä korkean tason osaamista vaativia ja korkealuokkaisia tuotteita. Toimiala on kasvamaan päin useimmissa maailman maissa. Ominainen kehityssuunta viime aikoina on ollut markkinoiden keskittyminen isoille yrityksille.

2.9 Haasteet urheiluvälineiden maahantuonnissa

Seuraavan pääluvun tutkimus rakentuu yllä olevan kuvion mukaisista teemoista. Teoria käy läpi ensisijaisesti sitä, miltä asiat näyttävät suuren toimijan perspektiivistä. Empiriassa päänäkökulmana on nimenomaan pienen toimijan suhtautuminen tutkittavaan ilmiöön. Pyrkimyksenä on selvittää vaikuttaako tuojaorganisaation koko toimintatapoihin, ja jos vaikuttaa niin miten se ilmenee käytännön toiminnassa.

Yksinkertaistettuna urheiluvälineiden maahantuontitoimintaan liittyy keskeisimmin maahantuonti, hankinta- ja ostotoimi sekä tietenkin itse tuonnin kohde eli tässä tapauksessa urheiluvälineet. Tutkimuskohde valittiin tutkijan kiinnostuksen ja myös osittain tutkimusongelman rajauksen vuoksi. Pelkästään yleisesti maahantuonnin haasteiden tutkiminen ilman selkeää tuontikohdetta ei olisi ollut mielekästä.



Kuvio 4. Viitekehyksen rakenne

3 Pienen maahantuojan haasteet

Ensisijainen asetettu tavoite tutkimukselle on saada ilmiöstä syvälinen näkemys. Tämän tavoitteen saavuttamiseen onkin sopivaa käyttää laadullista tutkimusta (Kananen 2010, 41). Tarkastelun kohteena on urheiluvälineiden maahantuonti ja siihen liittyvät haasteet, mikä on samalla päätutkimusongelma. Tavoitteena on käsitellä empiriaosuudessa teemaa pienen toimijan näkökulmasta, kun taas teoriaosuudessa näkökulma on enemmän yleisellä tasolla toimijan kokoa huomioon ottamatta. Toimeksiantajan puuttuessa tavoite pyritään saavuttamaan haastatteluilla, jotka toimivat elävinä käytännön esimerkkeinä.

3.1 Tutkimusmenetelmän valinta ja perustelut

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus perustuu induktiiviseen prosessiin, jossa edetään yksityisestä yleiseen. Siinä seurataan useaa yhtäaikaista tekijää, jotka ovat sidoksissa toisiinsa ja siten vaikuttavat lopputulokseen. Tavoitteena on muodostaa kokonaiskuva jostakin ilmiöstä teorian ja yksityiskohtien kautta. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 25.)

Kvalitatiivinen tutkimus lähtee liikkeelle tutkimuksen kuluessa muuttuvista käsitteistä. Näin ollen jo olemassa oleva teoria on vahvasti läsnä laadullisessa tutkimuksessa. Tutkimuksen lopputuloksena ovat usein teoriasta ja käytännöstä kumpuavat hypoteesit. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 25.)

Luonteeltaan tunnusomaista laadulliselle tutkimukselle on kuvailevuus. Ilmiötä pyritään kuvailemaan useasta näkökulmasta. Tärkeää on päättää mitkä ovat juuri tutkittavan ilmiön kannalta relevantit ja oleelliset näkökulmat. Jos tärkeitä seikkoja jää tutkimuksen ulkopuolelle, voi se vaikuttaa negatiivisesti koko tutkimuksen reliabiliteettiin. (Kananen 2010, 51-52.)

Tähän tutkimukseen kvalitatiivisuuden voidaan nähdä soveltuvan parhaiten. Ensinnäkin tutkimusongelma on muotoiltu siten, että kvantitatiivisesti siihen olisi erittäin haastavaa saada tarkoituksenmukaista vastausta. Kun tarkoituksena on kuvailla ilmiötä ja tuoda siihen näkökulmia, on laadullisella tutkimuksella huomattavasti paremmat mahdollisuudet saavuttaa tyydyttävä lopputulos. Kvantitatiivisuudessa perusajatuksena on

esittää asiat numeroina (Hirsjärvi & Hurme 2008, 24). Tämän opinnäytetyön tutkimusongelmaan ei voida varsinaisesti esittää numeraalista ratkaisua, joten laadullinen lähestymistapa jää ainoaksi potentiaaliseksi vaihtoehdoksi.

3.1.1 Tiedonkeruumuoto

Teemahaastattelu on yksi yleisimmistä tiedonkeruumuodoista. Se on luokiteltu puoli-strukturoiduksi haastatteluksi. Se on siis niin sanotun lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuoto. Tämä ilmenee siten, että teemahaastattelu etenee suhteellisen vapaamuotoisesti ja väljästi tiettyjen teemojen ympärillä. Tutkimusentekijä eli haastattelija on yleensä määrittänyt etukäteen teemat, joihin halutaan vastauksia tai näkökulmia haastateltavilta. Haastateltavalla ei siis esitetä valmiiksi laadittuja yksityiskohtaisia kysymyksiä joihin vastataan lyhyesti esimerkiksi ”kyllä” tai ”ei”. Teemahaastattelu muistuttaa enemmänkin vapaamuotoista keskustelua osapuolten välillä kuin stereotyyppistä haastattelutilannetta. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47.)

Tutkimus sisältää tyypillisesti useita teemahaastatteluja eri haastateltavilta. Haastateltavien kanssa olisi suotavaa käsitellä suurin piirtein samoja teemoja. Eri haastatteluja voidaan siten analysointivaiheessa vertailla toisiinsa. Usein tutkija pyrkii löytämään saaduista vastauksista yhtäläisyyksiä ja eroja, joiden pohjalta voidaan tehdä johtopäätöksiä. Erittymisen tärkeää teemahaastatteluun valmistautuessa on se, että tutkija on perehtynyt käsiteltäviin aihealueisiin hyvin. Teemahaastattelun ehdoton etu on joustavuus, sillä sitä ei tarvitse analysoida millään tietyllä tavalla. Usein analysoinnin lähtökohtana käytetään kuitenkin teemoittelua. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47-48.)

3.1.2 Tutkimuksen käytännön toteutus

Koko opinnäytetyöprosessi lähti varsinaisesti liikkeelle kevättalvella 2014. Ensimmäinen vaihe oli lähdeaineistoon perehtyminen ja etsiminen sekä kirjallisuuden lainaaminen kirjastosta. Tämän jälkeen alkoi viitekehyksen suunnittelu ja kirjoittaminen lähdeaineistoa hyväksikäyttäen. Viitekehyksen etenemisen mukaan laadittiin suuntaa antavia kysymyksiä teemahaastattelua varten. Samaan aikaan etsin potentiaalisia haastateltavia, ja sovimme haastattelut toteutettaviksi alkukesästä 2014.

Sopivat haastateltavat löytyivät helposti, kun aloin miettimään jo tapaamiani henkilöitä. Ensimmäiset kaksi haastateltavaa ovat Haaga-Helian ja urheiluliiketoiminta-polun entisiä oppilaita. Kumpikin kävi esittelemässä urheiluliiketoiminnan opintojaksolla omaa yritystään ja kertomassa kokemuksistaan urheiluliiketoiminnan ja maahantuonnin saralta. Sain jälkikäteen heidän yhteystiedot lehtori Ville Hannilta. Sähköpostin välityksellä saimme sovittua kummankin henkilön kanssa teemahaastattelut. Lähinnä aikataulullisten seikkojen vuoksi toteutettiin kaksi yksilöhaastattelua. Ryhmähaastattelu olisi myös ollut mielenkiintoinen vaihtoehto, jos se olisi ollut toteutettavissa. Toisaalta ajattelin myös, että kokemattomalle haastattelijalle olisi helpompaa saada yksilöhaastattelun avulla toivottu lopputulos, eli mahdollisimman paljon laadukkaita ja laajoja vastauksia. Haastattelujen pituudet olivat 45 minuutin ja reilun tunnin väliltä. Lisäksi sovimme, että jälkikäteen mieleen tulevia lisäksymyksiä voisi esittää sähköpostin välityksellä.

3.1.3 Litterointi ja aineiston analysoinnin periaatteet

Aineiston eli haastattelujen analysointi aloitettiin litteroinnilla, joka mahdollistaa varsinaisesti aineiston käsittelyn tässä tutkimuskäytössä. Haastattelut tallennettiin digitaalinauhurilla, ja tukena käytettiin paperia ja kynää pääkohtien ylöskirjoittamiseen. Litterointi on esimerkiksi äänitallenteen sisällön kirjoittamista tekstimuotoon (Kananen 2010, 58). Litteroinnin tasoksi valittiin yleiskielinen litterointi, jossa perusajatuksena on muuntaa teksti kirjakieliseen muotoon jättämällä pois esimerkiksi puhekieliset ilmaisut (Kananen 2010, 59). Tähän päädyttiin siitä syystä, että sanatarkka litterointi eli äänähdysten ja puheenpainojen sisällyttäminen ei olisi tuonut mitään lisäarvoa tähän tutkimukseen. Haastattelut kirjoitettiin tekstinkäsittelyohjelmaa käyttäen auki kohta kohdalta seuraten nauhurilla haastattelun kulkua.

Aineisto ryhmiteltiin teemojen mukaan, jolloin vastauksia oli myös yksinkertaista vertailla toisiinsa. Luokittelussa käytettiin hyväksi tekstinkäsittelyohjelman taulukko-ominaisuutta. Analysoinnin tavoitteena oli löytää yhtäläisyyksiä ja eroja haastateltavien vastausten väliltä. Tätä kautta etsittiin niin sanottua punaista lankaa, joka kulkisi haastattelun läpi. Tärkeää on pyrkiä löytämään tutkittavasta ilmiöstä esiin nousevia asioita, eli mitä tämä tarkoittaa (Kananen 2010, 63).

3.1.4 Haastateltavat

Iiro Karjalainen on osakkaana yrityksessä Sportiro Oy. Yritys maahantuo ja myy tanssilajeihin ja cheerleading-lajiin liittyviä tuotteita yksityisasiakkaille. Liikevaihto oli 295 000 € vuonna 2013. Valikoimaan kuuluvat muun muassa lajikohtaiset tekstiilit ja kengät. Karjalainen on itse aktiivinen kilpaileva cheerleadingin harrastaja. Hän on ollut yrittäjyystoiminnassa mukana noin yhdeksän vuotta, ja nykyään yrittäjyys on hänelle päätulonlähde. Hänen taustansa huomioiden valinta haastateltavaksi oli luonnollinen. Tutkimuksen teema on siis hänelle hyvin tuttu työn kautta.

Rami Ahonen on osakkaana yrityksessä Matbear Oy. Yritys maahantuo ja myy painiin liittyviä varusteita, esimerkiksi painipukuja ja jalkineita. Liikevaihto oli 9000 € vuonna 2012. Yritystä pyörittää kaksi painijaa, jotka vaikuttavat aktiivisesti lajin sisäpiireissä. Heillä kummallakin on kilpailutaustaa painijoina. Ahonen työskentelee päivätyökseen toisessa yrityksessä, joten hänelle yritystoiminta on toistaiseksi sivutulonlähde. Samoista syistä kuin Karjalaisen kohdalla, myös Ahonen on erinomainen valinta haastattelukohteeksi.

3.2 Tutkimustulokset

Tutkimuksen analyysiä lähdettiin tekemään siltä pohjalta, että kerätystä aineistosta eli haastatteluista pyrittiin löytämään mahdollisia yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia. Litterointivaiheen jälkeen aineistoa pyrittiin tulkitsemaan eli löytämään yksi tai useampi sanoma. Hankkimani aineisto oli jo alun perin melko tiivis, joten ylimääräistä tekstiaineistoa ei juurikaan tarvinnut karsia pois. Näin ollen päästiin melko nopeasti käsiksi itse aineiston ytimeen. Vaikka haastateltavien annettiin puhua teemahaastattelulle luonteenomaisesti eli vapaasti, pysyttiin teemoissa suhteellisen hyvin eikä keskustelu mennyt merkittävästi ohi aiheen. Tuloksinna tavoitteena oli löytää esimerkiksi rakenne tai linkitys eri aiheiden välille. Tärkeää on, että tämä johdonmukaisuus kulkisi läpi aineiston.

Tarkoituksena oli käydä kerätty aineisto teema teemalta läpi, ja tuoda esille kaikkien haastateltavien näkökulmia tasapuolisesti saadun aineiston mukaan. Läpikäynnin järjestys on pitkälti sama kuin haastattelutilanteissa. Jokaisen uuden luvun alussa on johdan-

tona esitelty teema ja siihen pohjautuvat alateemat. Harkittavana oli myös aineiston läpikäynti haastattelu kerrallaan, mutta teemojen mukainen eteneminen osoittautui asianmukaisemmaksi vaihtoehdoksi.

Haastateltaviin ja heidän vastauksiin viitataan seuraavassa tutkimustulosten läpikäynnin aikana. Selkeyttämisen vuoksi henkilöt on nimetty heidän oikeiden nimien sijaan haastateltava X:ksi ja haastateltava Y:ksi.

3.2.1 Hankintalähteet

Teema 1. Hankintalähteiden kartoittaminen: Haasteet ja huomioon otettavat seikat. Ensimmäisessä teemassa käsitellään tavarantoimittajien ja valmistajien etsimistä. Haastateltavilta kysyttiin hankintalähteiden kartoittamiseen liittyvistä tavoitteista ja haasteista. Käytetyistä yhteydenottotavoista keskusteltiin myös lyhyesti. Heitä pyydettiin kertomaan myös lähteiden valintaan liittyvistä kriteereistä. Haastateltavilta kysyttiin miksi he olivat päätyneet nykyisin käytettäviin toimittajiin. Toisaalta haastateltavien toimesta tuli myös esille tekijöitä, jotka tyypillisesti paljastavat huonon tai sopimattoman toimittajan. Henkilöiden käyttämistä toimittajien lukumääristä ja niiden fyysisistä sijainneista keskusteltiin teeman päätteeksi.

Vastauksia:

Haastateltavat totesivat toimittajien kartoituksen lähtevän liikkeelle siitä, että ensin etsitään houkuttelevia ja mielenkiintoisia tuotteita, ja vasta sitten niiden toimittajia. Lähtökohtana ovat siis tuotteet eikä niinkään toimittaja. Tässä asiassa kumpikin haastateltava totesi olevan ensisijaisen tärkeää, että tuntee maahantuotavien tuotteiden ja niitä edustavan lajin. Kun on löydetty tuotteet joita halutaan maahantuoda, aletaan punnitsemaan kriteereitä, joilla valitaan parhaimmilta vaikuttavat toimittajat. Haastateltava X piti tärkeimpinä kriteereinä itse toimittajan luotettavuutta ja tuotteiden laadukkuutta. Laadukkuus on hänen mukaansa sellainen asia, jota omat asiakkaat eniten arvostavat. Asiakkaiden näkökulmasta brändin houkuttelevuus on yksi eniten ostopäätökseen vaikuttava. Yksinkertaisesti siis tavoitteena on maahantuoda vain sellaisia tuotteita, joille on selkeä kysyntä omassa kohderyhmässä. Pienen toimijan on turhaa ottaa riskillä valikoimaansa sellaisia tuotteita, joiden menekki on epävarmaa. Yleensä maahantuojalla on myös hen-

kilökohtaista kokemusta tuomistaan tuotteista. Kriteereiden osalta haastateltava Y oli samoilla linjoilla.

Molemmat haastateltavat totesivat internetin tärkeimmäksi tietolähteekseen toimittajien ja valmistajien etsimisessä. Myös yhteydenottoväylänä internet on ehdottomasti käytettyin. Haastatteluissa korostettiin myös toisten maahantuojien kokemuksia toimittajista ja niiden tärkeyttä omien toimittajien valinnassa. Muiden toimesta hyväksi todettuun toimittajaan on itsekin helpompi luottaa kuin täysin tuntemattomaan. Kaikista tärkeimmäksi nousevat omien asiakkaiden suositukset. Haastattelijan kysyessä messuilla käymisestä haastateltavat totesivat sen olevan tehotonta ja aikaa vievää. Internetissä toimittajien laaja kirjo on esillä, joten vertailu niiden välillä on helpompaa. Haastateltavien toimesta tuli esille myös juridinen asema. Kaupankäyntiä ja asioista sopimista puhelimen välityksellä kartetaan, koska todisteita puhelinkeskustelusta ei juurikaan jää. Esimerkiksi sähköpostiviestit ovat mustaa valkoisella ja todistusaineistoa sellaisenaan.

Haastateltava X:n käyttämät toimittajat sijaitsevat fyysisesti lähinnä Yhdysvalloissa ja Kiinassa. Valmistus tapahtuu Etelä- ja Keski-Amerikassa sekä Aasian maissa. Usein käytettävien toimittajien lukumäärä on noin 10-15, satunnaisesti käytettävät mukaan lukien toimittajien määrä on 20-30. Haastateltava Y käyttää pääsääntöisesti (kolmea) tavarantoimittajaa. Maahantuontia on muun muassa Puolasta. Hänen yrityksensä myy myös Yhdysvalloista tuotavia tuotteita, mutta näiden maahantuonnista vastaa ulkopuolinen taho.

Hankintalähteiden kartoittamisen haasteista korostui erityisesti haastateltava Y:n kokemus yrityksensä alkuvaiheessa. Hän olisi yhtiökumppaninsa kanssa halunnut tuoda Suomeen erästä isoa urheilualan merkkiä. Tämä ei ollut kuitenkaan mahdollista, sillä kyseisellä merkillä oli jo maahantuoja Suomessa ja maahantuojalla oli alueellinen yksinoikeus. Erilaisia reittejä pitkin he yrittivät saada merkin tuotteita myyntiin, mutta se osoittautui mahdottomaksi.

”Esimerkiksi jenkkisivustolla luki, että ei voida myydä Eurooppaan. Merkillä oli pilkuntarkat ohjeet siitä, missä ja miten heidän tuotteitaan on lupa myydä.”

3.2.2 Varsinaista tuontivaihetta edeltävät toimet

Teema 2. Itse tuontiprosessia edeltävät vaiheet, mm. tuonti- ja sopimusneuvottelut. Toisessa teemassa keskitytään tuontineuvotteluihin maahantuojan ja toimittajan välillä. Tarkoituksena on valottaa sitä millaisia vaiheita neuvotteluihin kuuluu ja miten vaiheet etenevät. Haastateltavia pyydetään arvioimaan, että mitä mahdollisuuksia pienellä maahantuojalla on vaikuttaa omiin neuvotteluasetelmiinsä. Onnistuneiden sopimusneuvotteluiden edellytyksenä on, että molemmat osapuolet olisivat tyytyväisiä lopputulokseen. Samalla kuitenkin on tärkeää solmia yritykselleen mahdollisimman hyvät ehdot. Haastatteluissa tuli esille myös se miten paljon resursseja toimittajien kartoitukseen ja sopimusten solmimiseen voi sitoutua.

Tämän teeman toinen pääkohta on kulttuurierot. Haastateltavien kanssa keskusteltiin kulttuurierojen vaikutuksista kansainvälisessä kaupankäynnissä. Samalla käydään läpi myös mahdollisia eroja koti- ja ulkomaankaupan välillä kauppatapojen osalta. Pienen toimijan asema verrattuna suuryritykseen tulee esiin myös tässä yhteydessä. Lopuksi vielä tiedustellaan muista huomioon otettavista tuontivaihetta edeltävistä toimista ja annetaan vapaa sana haastateltaville.

Vastauksia:

Sopimusneuvottelut toimittajien kanssa ovat haastateltavien mukaan pienen toimijan tapauksessa melko yksinkertaiset. Heidän kokemuksien mukaan ei varsinaisesti voida edes puhua varsinaisista muodollisista monivaiheisista neuvotteluista. Haastateltavien tapauksissa neuvottelut on hoidettu Suomesta käsin sähköpostin välityksellä ulkomaille. Haastateltava X kuvailee neuvotteluiden olevan lähinnä kummankin osapuolen näkemysten vertailua ja näiden pohjalta kompromissien tekoa. Eniten määrittävät toimittajan ehdot, jotka ovat joskus yllättävänkin reiluja kuten seuraava esimerkki kertoo.

”Jotkut toimittajat ovat ehdottaneet esimerkiksi sellaista, että mikäli heidän tuotteensa eivät mene meillä kaupaksi niin he ostavat ne takaisin.”

Molemmat haastateltavat totesivat pienen maahantuojan olevan helpointa toimia ilman välikäsiä suoran tuonnin periaatteella. Heidän tapauksissaan neuvottelut ja lopulta itse kaupanteko on käyty suoraan toimittajien kanssa. Haastateltava X oli harkinnut myös

agentuurin kautta toimimista. Muun muassa markkinoiden pienuuden takia oltiin päädytty olemaan käyttämättä välikäsiä.

Haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että sopimusten tekeminen ja sopivien toimittajien etsiminen sitoo todella paljon resursseja varsinkin toiminnan alkuvaiheessa. Resursien panostaminen kuitenkin kannattaa pitkällä tähtäimellä, sillä markkinoilla on sekä rehellisiä että epärehellisiä toimijoita. Tervettä järkeä käyttämällä todetaan kuitenkin pääsevän jo pitkälle tässäkin asiassa. Maahantuojan apuna on myös viranomaisia, jotka tarkastavat sekä arvioivat tavarantoimittajia ja suosittelevat niitä tuojille.

”Alussa eniten aikaa vei uusien tuotteiden ja toimittajien etsiminen. Siihen meni arviolta noin puolet työajasta.”

Haastateltava Y kertoi kokeneensa eri alueiden välillä olevan selkeitä eroja tavassa tehdä kauppaa. Kaupankäytikkulttuuri esimerkiksi joidenkin Aasian maista tulleiden toimittajien kohdalla on ollut hänelle pettymys. Kohdalle oli tullut muun muassa toimittaja, joka markkinoi selkeitä tuotejäljennöksiä aitoina tuotteina. Tämäkin osoittaa sen, että on tärkeää löytää luotettavia yhteistyökumppaneita. Yleisesti ottaenkin esimerkiksi Kiinassa business-kulttuuri on haastateltava Y:n kokemuksesta vielä eri tasolla kuin Euroopassa tai Yhdysvalloissa. Tämä on suurin syy siihen, että hän pitää Aasian kauppaa oman yrityksensä kohdalla vielä liian suurena haasteena. Kieli- ja kommunikointieroja ja niiden negatiivista vaikutusta kaupankäyntiin ei sen sijaan ole juurikaan havaittu. Jos vertaa toimittajien kanssa käytävää kauppaa suomalaisten asiakkaiden kanssa käytävään, niin asiakkaiden suuntaan hommat sujuvat ehkä yksinkertaisemmin.

Haastateltava X taas koki kulttuurierojen roolin jäävän lähinnä vaihtelevan englannin kielitaidon tasolle. Maakohtaisesti kaupankäynnissä ei hänen mukaansa ole juurikaa vaihtelevuutta, sillä kansainvälisillä markkinoilla toimivat toimittajat ovat usein kokeneita ja asiansa osaavia. Ongelmia on esiintynyt enemmänkin yrityskohtaisesti kuin aluekohtaisesti. Joskus suurilla yrityksillä on selkeästi resurssipulaa, joka näkyy muun muassa huonona asiakaspalveluna ja toimitusten myöhästymisenä. Muutenkin kansainvälistä kauppaa on helppo käydä täysin ilman välikäsiäkin, sillä ainakin pienen lajin tapauksessa

pienestä maasta tuleva pieni tuojakin pääsee suhteellisen helposti kontaktiin isojen tavarantoimittajien kanssa.

3.2.3 Varsinainen tuontiprosessi

Teema 3. Varsinainen tuontiprosessi: Logistiikka, esimerkiksi huolinta ja kuljetukset. Kolmannessa teemassa syvennyttään huolinta- ja logistiikkakysymyksiin. Haastateltavilta kysytään huolinnan järjestämisestä eli hoidetaanko huolinta itse vai onko se ulkoistettu ulkopuoliselle huolintayritykselle. Kuljetusmuodon valinnasta ja sen vaikutuksista tiedustellaan myös. Keskustelussa sivutaan myös vihreää logistiikkaa ja eettisiä kysymyksiä. Puheenaiheiksi nousevat myös tilausjärjestelmät ja varastohallinta.

Vastaukset:

Haastateltavien yrityksissä huolintapuoli on ulkoistettu alan ammattilaisille. Huolinta nähdään sen verran monimutkaisena prosessina, että se kannattaa antaa ulkopuoliselle hoidettavaksi. Haastateltava X:n kokemuksen mukaan huolinta-alalla on paljon toimijoita ja kova kilpailutilanne, joten palveluiden hintataso pysyy kohtuullisena. Huolintapalveluiden käyttö on myös hyvin yksinkertaista ja homma toimii. Käytännössä toimituksen saavuttua perille maksetaan huolintalasku huolintayritykselle, joka on hoitanut tuontimuodollisuudet. Ulkoistaminen antaa myös varsinkin pienyrittäjälle mahdollisuuden keskittyä ydinliiketoimintaansa. Haastateltava X:n yrityksessä kuljetusjärjestelyt on myös ulkoistettu samalle yritykselle, joka hoitaa huolinnan. Kuljetuksiin tai huolintaan ei haastateltavien mukaan liity erityisiä haasteita tai ongelmakohtia.

Haastateltavat toteavat, että kuljetusmuodon valintaan ei juuri pienellä maahantuojalla ole vaikutusvaltaa. Reititys ja siten kuljetusmuodon valinta kun hoidetaan yleensä huolitsijan ja kuljetusyhtiön puolesta. Meriteitse kuljettamista pyritään kuitenkin suosimaan sen ollessa mahdollista. Haastateltavat toteavat sen olevan keino tuoda oma kortensa kekoon vihreän logistiikan saralla. Muuten ekologisuuden vaaliminen pienyrittäjänä globaaleilla markkinoilla on haastavaa jollei mahdotonta. Kierrättämisellä voi toki ajatella olevan kustannussäästöjen ohella myös ekologinen merkitys.

Logistisista ratkaisuksista haastateltava X mainitsee omassa yrityksessään edennyt sisään ostojen automatisointi. Aiemmin käytössä oli vain Excel-taulukot tilausten tekoa var-

ten. Nyt on olemassa tilausjärjestelmiä, joiden kautta tilaukset lähtevät jopa automaattisesti, kun varastotaso alittaa määritetyn pisteen. Myös joidenkin toimittajien omilla verkkosivuilla on asiakkaille tilausjärjestelmiä. Osa tilauksista tehdään kuitenkin edelleen perinteiseen tyyliin sähköpostin välityksellä. Tilausjärjestelmät ovat toivottu edistysaskel koko liiketoiminnan kannalta, sillä ne helpottavat ja yksinkertaistavat päivittäistä toimintaa. Haastateltava X toteaa järjestelmien käyttöönottoon vaadittujen satsausten olleen isoja. Pitkällä tähtäimellä säästetään kuitenkin aikaa ja vaivaa, kun tilausten teko ei enää syö resursseja ydinliiketoimintaan keskittymiseltä.

”Kun vuosia on hionut Excel-taulukoita, alkaa arvostamaan automatiikkaa ja sen tuomaa helpotusta.”

3.2.4 Jakelu ja jälleenmyynti

Teema 4. Jakelu, tukkuritoiminta ja toiminta jälleenmyyjien kanssa.

Neljännessä luvussa pohditaan jakeluun liittyviä ratkaisuja. Haastateltavien kanssa punnitaan oman jakelun ja tukkukaupan hyötyjä ja haittoja. He kertovat myös mielipiteitään mahdollisesta jälleenmyyntitoiminnasta tai sen aloittamisesta. Tukkurina toimiminen on välikätenä olemista toimittajan ja vähittäiskaupan välillä. Pohdimme tätä mahdollisuutta, ja samalla tulivat esille myös yksinmyyntioikeudet. Tässäkin teemassa korostuu pienen toimijan asema markkinoilla.

Vastaukset:

Molemmat haastateltavista ovat päätyneet ratkaisuun, jossa tuotteiden jakelu eli myynti asiakkaille suoritetaan itse. Jakelukanavana toimii suurimmaksi osaksi oma verkko-kauppa, jonka lisäksi pieni osa myynnistä tehdään tapahtumien yhteydessä. Jonkin verran on myös niin sanottua kädestä käteen myyntiä. Verkkomyynnillä tavoitetaan huomattavasti tehokkaammin suuri massa kuin kivijalkaliikkeen pitämisellä.

Tukkurina toimimista ja jälleenmyyntitoimintaa on haastateltavien yrityksissä harkittu ja jopa neuvoteltu. Haastateltava X toteaa edustamansa lajin markkinoiden olevan varsinkin Suomessa niin marginaaliset, että tukkuritoiminnassa ei olisi järkeä. Tähän syynä hän näkee sen, etteivät asiakkaat olisi valmiita maksamaan ja ostamaan tuotteita vähittäiskaupalta korkeaksi muodostuvan hinnan takia. Hintaa korottaa välikäsi, joka siis

tässä tapauksessa olisi tukkuri tai jälleenmyyjä. Myöskään maahantuojan näkökulmasta tukkurina toimimista ei nähdä kannattavana, jos volyyymi eli myynnin määrä ei merkittävästi kasvaisi. Todennäköisesti kävisi niin, että myynti ei kasvaisi juurikaan ja samalla maahantuojan kate laskisi. Haastateltava X ei näe edustamassaan lajissa suurta kasvupotentiaalia, joten siitäkään syystä tukkuritoimintaan ei olla lähdetty mukaan. Kysyntään pystytään tällä hetkellä vastaamaan nykyisen muotoisellakin toiminnalla.

Yksinmyyntioikeus johonkin haluttuun tuotemerkkiin tai -malliin mahdollistaisi haastateltava X:n mukaan maahantuojan toimimisen pelkkänä tukkumyyjänä. Lisäksi edustetun lajin tulisi olla alueellisesti riittävän suosittu. Näin ollen katteet pysyisivät riittävinä välikädestä huolimatta.

3.2.5 Teemojen ulkopuoliset aiheet

Teemahaastattelun hengen mukaisesti etenimme haastateltavien ehdoilla tutkijan vain ohjatessa keskustelun kulkua. Keskustelu suuntautui pääasiassa valmiiksi laadittujen teemojen ympärille. Esiin nousi kuitenkin lisäksi huomionarvoisia seikkoja, joten haastateltavat toivat myös täten oman panoksensa tutkimukselle.

Vastaukset:

Maksuehdot nousivat puheenaiheeksi haastateltavien toimesta. He kertoivat, että suurin osa toimittajista vaatii heiltä etukäteismaksua toimitusten yhteydessä. Tilattuja tuotteita ei siis toimiteta myyjältä ostajalle ennen kuin koko maksu on suoritettu. Ainoastaan pitkäkestoisissa ja syvemmälle menneissä asiakassuhteissa on mahdollista, että myyjä joustaa asiakkaansa suuntaan luottoa antamalla. Ostaja voi tässä tapauksessa saada esimerkiksi tuotteet laskulla, jolloin kauppasumma maksetaan vasta tavaroiden saavuttua maksuajan mukaisesti. Lisäksi haastateltavien kohdalla on tullut eteen erilaisia osamaksumahdollisuuksia, joissa kauppasumma maksetaan erissä. Nämä ovat kuitenkin poikkeuksia, ja yleisin maksuehto on ollut etukäteismaksua. Tähän syynä arvellaan olevan toimittajien vakiintuneet standardit ja osittain myös vallitseva maailmantalouden tilanne.

Tiluserän suuruudella saattaisi olla myös vaikutusta maksuehtoihin. Pieniä eriä tilaavat maahantuoijat joutuvat haastateltavien mukaan suurella todennäköisyydellä tyytymään

tiukempiin ehtoihin. Suuria eria säännöllisesti tilaavat vakiasiakkaat ovat toimittajille ikään kuin kanta-asiakkaita, joten heille saatetaan myydä luotolla.

Keskusteluissa nousi esille lyhyesti myös yrittäjän eettiset kysymykset ja yritysvastuu. Maahantuojalla ostajana voidaan nähdä olevan vastuuta ja mahdollisuus vaikuttaa omilla valinnoillaan. Haastateltavat näkevät pienen maahantuojan vaikutusmahdollisuudet heikoiksi. Tavarantoimittajilta ostettavien tuotteiden alkulähteitä ei heidän mukaansa pystytä juuri koskaan selvittämään. Vaikka kiinnostusta olisi, tuotteen valmistusprosessin tarkkailu on hyvin vaikeaa ellei mahdotonta. Ostajalle eli tässä tapauksessa maahantuojalle halutaan näyttää ainoastaan myyntivalmis lopputuote. Haastateltavat uskovat valmistusprosessin läpinäkyvyyden kuitenkin lisääntyvän tulevaisuudessa myös maahantuonnin ja urheiluvälineiden kohdalla.

”Tiedetään (valmistus)maa, mutta sen tarkempaa tietoa emme niistä saa. Se on valmistajien vastuulla ja nähdään yrityssalaisuutena.”

4 Diskussio

Tavoitteena tutkimuksella oli selvittää maahantuontia harjoittavan haasteita, tavoitteita ja mahdollisuuksia. Päättökysongelma muodostui seuraavanlaiseksi: Mitä haasteita liittyy urheiluvälineiden maahantuontitoimintaan. Tavoitteena oli selvittää mitkä ovat pienen ja suuren toimijan eroja, mikä voidaan nähdä alatutkimusongelmana. Näihin ongelmiin pyrittiin etsimään vastauksia ja näkökulmia kvalitatiivista tutkimusmenetelmää käyttämällä. Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin teemahaastattelua, jolla toivottiin päästävän käsiksi erityisesti alatutkimusongelmaan.

4.1 Johtopäätökset aineiston ja tulosten pohjalta

Kerätyn tutkimusaineiston ja sen analysoinnin perusteella nousi esiin seikkoja, jotka korostuivat ja nousivat tärkeimpään asemaan. Nämä samaiset seikat luovat linkin tämän opinnäytetyön teorian ja käytännön välille. Tässä luvussa onkin tarkoituksena tehdä johtopäätöksiä koko tutkimusta koskien. Seuraavassa käydään läpi tekijöitä, jotka osoittautuivat erityisesti pienen maahantuojan haasteiksi.

Laadukkaiden tuotteiden löytäminen on todellinen haaste urheiluvälineitä maahantuovalle. Erityisesti tekstiilien kohdalla laatu ja aitous on syytä selvittää niin tarkasti kuin mahdollista. Liikkeellä on tuotteita laidasta laitaan, ja maahantuojia ei luonnollisestikaan halua omalle kohdalleen osuvan heikkoa laatua. Pienen yrittäjän kohdalla pienikin rahamäärä on sitäkin tärkeämpi, joten kantapäähän kautta kokeminen ei ole houkutteleva ratkaisu. Tämän asian kohdalla ei kannata eikä myöskään haluta ottaa riskejä. Haaste löytää luotettava toimittaja yhdistyy läheisesti tuotteiden laatuun. Markkinoilla toimii sekä rehellisiä että epärehellisiä tavarantoimittajia ja valmistajia. Haastatteluista osoittautui, että tämä asia on totta ja se on tiedostettu. Omalla toiminnallaan voi kuitenkin vaikuttaa asiaan, joten huolellisen taustatyön tärkeyttä korostettiin.

Ulkomaisten kilpailijoiden houkuttelevammat myyntihinnat ovat karu tosiasia, jonka kanssa pienen maahantuojan pienessä maassa on tultava toimeen. Asiakkaat valitsevat tänä päivänä todennäköisesti esimerkiksi edullisen ulkomaalaisen verkkokaupan, jos kotimainen tarjonta on vähäistä tai hinnat ovat kalliita verrattuna kilpailijoihin. Haastetta pienellä maahantuojalla siis riittää, mutta erikoistuminen on yksi mahdollisuus. Markkinarakoja on kuitenkin aina olemassa, ja niihin tilaisuuksiin tarttumalla voi pieni-

kin maahantuoja toimia menestyksekkäästi. Juuri tähän haastateltavat ovatkin toimintansa perustaneet. Heidän edustamansa lajit ovat sen verran marginaalisia, että isot maahantuojat eivät ole nähneet kannattavaksi ottaa näiden lajien välineitä valikoimiinsa.

Haasteita liittyy myös sopimusehtoihin, erityisesti maksuehtoihin. Ne ovat usein tiukat. Toimittajat eivät myönnä mielellään asiakkailleen maksuaikaa, joten lähes poikkeuksetta ainoa mahdollisuus on etukäteismaksu. Luottoa ei siis useinkaan anneta, vaikka asiakassuhde olisi pitkäaikainenkin. Tämä asettaa pienelle toimijalle rajoitteita, sillä lasku on aina maksettava ennen kuin tilatut tavarat saapuvat. Haastateltavat kuitenkin ymmärtävät sen, että toimittajat näin toimivat. Taloudelliset ajat ovat haastavat, joten kaikkien on joustettava tarpeen mukaan.

Välikäsitoiminta eli agenttien ja komissionäärien käyttö koetaan haasteelliseksi. Välitön tuonti nähdään ennen kaikkea yksinkertaisempänä vaihtoehtona. Kun pienikin toimija pienestä maasta pääsee suoraan kontaktiin isojen toimittajien kanssa, niin ei ole välttämätöntä tarvettakaan käyttää välikäsiä. Lisäksi pienillä markkinoilla todetaan välikäsien käytön aiheuttavan myynnin kannalta epätoivottavan ilmiön, eli oman katteen pienenemisen. Kun myyntivolyymit ovat jo alusta alkaen pienet, kyetään myynti hoitamaan kannattavimmin itse. Tämä voidaan nähdä juuri marginaalilajien pienen maahantuojan rajoitteena.

4.2 Tutkimuksen luotettavuus

Osa teoriaosuuden lähdemateriaalista on verrattain vanhaa. Esimerkiksi kirjallisuutta on 2000-luvun alkuvuosilta. Tämä saattaa johtaa siihen, että jotkut näiden julkaisujen tiedot eivät välttämättä ole enää ajan tasalla. Tämä on pyritty ottamaan mahdollisimman hyvin huomioon esimerkiksi tarkastamalla faktat muista lähteistä. Nämä teokset ovat kuitenkin yleisesti käytettyjä tänäkin päivänä eri tutkimuksissa, mikä lisää luotettavuutta teosten laadusta.

Tutkimuksessa käytetyt haastateltavat soveltuvat opinnäytetyön tekijän mielestä hyvin juuri tähän tutkimukseen. Heillä on omakohtaista kokemusta tutkittavasta ilmiöstä, joten he pystyvät antamaan laaja-alaista ja kokemuspohjaista tietoa. Tutkimusaineiston

voidaan näin ollen nähdä olevan laadukasta, mikä lisää koko tutkimuksen luotettavuutta.

Dokumentointiin on pyritty kiinnittämään huomiota työn alusta loppuun saakka. Tämä näkyy muun muassa siinä, että haastattelut on taltioitu nauhurilla ja litteroitu kirjalliseen muotoon tietokoneelle. Lähdemerkinnät ja viittaukset on heti alusta alkaen merkattu ylös, jotta välttyttäisiin sekaannuksilta ja turhalta vaivalta. Tavoitteena on ollut noudattaa mahdollisimman tarkasti opinnäytetöihin liittyviä sääntöjä ja ohjeistuksia.

Kaikki tutkimuksen kannalta oleellisimman valinnat on pyritty perustelemaan, jotta luotettavuus pysyisi hyvällä tasolla. Esimerkiksi käytetyt tutkimus ja tiedonkeruumenetelmät on harkittu etukäteen. Tavoitteena on ollut koota tarkoituksenmukainen ja aidosti uutta tietoa tuottava tutkimus. Erityistä huomiota on kiinnitetty siihen, että teoria ja empiria eivät jäisi irrallisiksi, vaan linkittyisivät toisiinsa luoden eheän kokonaisuuden.

Mielestäni tutkimuksen päätavoite saavutettiin, eli tutkimuskysymykseen saatiin joitakin vastauksia. Esille nousi haasteita, joita erityisesti pieni maahantuoja kohtaa toiminnassaan. Saadut tulokset olivat tutkijalle osittain uutta tietoa. Tätä tietoa voidaan käyttää hyödyksi käytännössä.

4.3 Opinnäytetyöprosessin itsearviointi

Opinnäytetyön tekemisessä pyrin käyttämään hyväksi opintojaksoilla, erityisesti ASO-opinnoissa, omaksumiani asioita. Opinnäytetyöprosessin alkuvaiheessa koin hankalaksi kirjoittamisen aloittamisen, sillä sopivan tutkimusilmion valitseminen oli haastavaa. Kun lopulta tutkimusilmio oli päätetty, osoittautui sitä vastaavan toimeksiannon saaminen myös haasteelliseksi. Näin ollen olikin aikataulun kohtuuttoman venyttämisen sijaan järkevämpää tehdä tutkimus ilman toimeksiantajaa. Loppujen lopuksi olen tyytyväinen tähän valintaan, sillä tietyllä tapaa ilman toimeksiantajaa on mahdollisuus tutkia riippumattomammin ja vapaammin.

Näin ollen teorian kirjoittaminen pääsi käyntiin. Hetken pohtimisen jälkeen oivalsin myös löytäneeni tutkimukseen soveltuvat haastateltavat. Tämän asian kohdalla koen onnistuneeni hyvin, sillä haastateltavilla on kokemusta sekä ajantasaista ja omakohtaista

tietoa juurikin tutkittavasta ilmiöstä. Onnekseni pystyin yhdistämään opiskelun aikana oppimani teoreettiset asiat suureen mielenkiinnonkohteeseeni eli urheiluun. Koen tämän lisänneen merkittävästi prosessin mielekkyyttä.

Tämä opinnäytetyö on ensimmäinen kosketukseni tieteelliseen tutkimukseen, mikä saattaa näkyä jollain tasolla tuotoksen laadukkuudessa. Pyrin kuitenkin ottamaan parhaani mukaan selvää ja lukemaan esimerkiksi menetelmäkirjallisuutta ja opinnäytetyöoppaita helpottaakseni työn tekemistä. Prosessin aikana osallistuin myös opinnäytetyöpajaan ja tutustuin muiden tekemiin opinnäytetöihin.

5 Lähteet

Ahonen, R. 2014. Haastattelu. Helsinki, 3.6.2014.

Asianajotoimisto Lindblad 2013. Jälleenmyyntisopimus. Luettavissa:
<http://www.lindblad.fi/jalleenmyyntisopimus>. Luettu: 25.5.2014.

Hankintatoimi.fi 2014 a. Prosessit ja työkalut. Luettavissa:
<http://www.hankintatoimi.fi/prosessit-ja-tyokalut/>. Luettu: 15.8.2014.

Hankintatoimi.fi 2014 b. Kokonaiskustannusajattelu. Luettavissa:
http://www.hankintatoimi.fi/prosessit-ja-tyokalut/strateginen_hankinta/hankintatoimen-tyokaluja/kokonaiskustannusajattelu/. Luettu: 3.7.2014.

Hirsjärvi, S, Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus. Helsinki.

If 2014. Incoterms 2010. Luettavissa:
<http://www.if.fi/web/fi/yrittajasiakkaat/vakuutusemme/incoterms/pages/default.aspx>. Luettu: 4.8.2014.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, liiketoiminta ja palvelut –yksikkö. Jyväskylä.

Karhu, K. 2002. Kansainvälisen liiketoiminnan käsikirja. Edita. Helsinki.

Karjalainen, I. 2014. Haastattelu. Helsinki, 27.5.2014.

Logistiikan maailma 2014 a. Logistiikan käsitteet ja termit. Luettavissa:
http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Logistiikan_k%C3%A4sitteet_ja_termit. Luettu: 27.5.2014.

Logistiikan maailma 2014 b. Logistiikan virrat. Luettavissa:

http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Logistiikka_-_tieto-_raha_ja_materiaalivirrat.

Luettu: 27.5.2014.

Logistiikan maailma 2014 c. Varmuusvarasto. Luettavissa:

<http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Varmuusvarasto>. Luettu: 1.7.2014.

Logistiikan maailma 2014 d. Varastonohjaus. Luettavissa:

<http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Varastonohjaus>. Luettu: 1.7.2014.

Logistiikan maailma 2014 e. Vakuutukset. Luettavissa:

<http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Vakuutukset>. Luettu: 11.7.2014.

OP-Pohjola 2014. Ulkomaankauppaan liittyvien riskien hallinta. Luettavissa:

<https://www.op.fi/op/yritysassiakkaat/yritysjays/riskeilta-suojautuminen/ulkomaankauppa?id=73530&srcpl=8>.

Luettu: 8.6.2014.

Paajanen, T, Saarinen, M. 1997. Uusi tuojan opas. Kauppakamari. Helsinki.

Pehkonen, E. 2000. Vienti- ja tuontitoiminta. WSOY. Helsinki.

Taloussanomien 2014. Taloussanakirja. Maariski. Luettavissa:

<http://www.taloussanomien.fi/porssi/sanakirja/termi/maariski/>. Luettu: 7.6.2014.

Tukes 2014. Valvontaviranomaiset. Luettavissa:

<http://www.tukes.fi/fi/Toimialat/Kuluttajaturvallisuus/Kuluttajaturvallisuusvalvonta/Valvontaviranomaiset1/>.

Luettu: 20.8.2014.

Tulli 2012. Tuotevääreennökset. Luettavissa:

http://www.tulli.fi/fi/yksityisille/matkailijat_muuttajat/tuotevaarennokset/index.jsp.

Luettu: 6.7.2014.

Yle.fi 2014. Isot ketjut tekevät tuloksensa vaatteilla ja kengillä – pienet urheiluliikkeet erikoistuvat urheiluvälineisiin. Luettavissa:

http://yle.fi/uutiset/isot_ketjut_tekevät_tuloksensa_vaatteilla_ja_kengilla__pienet_urheiluliikkeet_erikoistuvat_urheiluvalineisiin/7520831. Luettu: 10.10.2014.

Yrittäjät 2014. Kansainvälistyminen. Riskit. Luettavissa: <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/yritystoiminnanabc/kv/riskit/>. Luettu: 8.6.2014.

Liitteet

Liite 1. Teemahaastatteluisissa käytetty runko

Taustatiedot: Yritysesittely.

Teema 1. Hankintalähteiden kartoittaminen: Haasteet ja huomioon otettavat seikat.

Teema 2. Itse tuontiprosessia edeltävät vaiheet, mm. tuonti- ja sopimusneuvottelut.

Teema 3. Varsinainen tuontiprosessi: Logistiikka, esimerkiksi huolinta ja kuljetukset.

Teema 4. Jakelu, tukkuritoiminta ja toiminta jälleenmyyjien kanssa.

Näkökulma koko haastattelussa: Pienen toimijan ja ison toimijan mahdolliset erot.