

## Vientiopas suomalaisille pk-yrityksille Kiinan markkinoille

Lauri Hämäläinen



<b>Tekijä(t)</b> Lauri Hämäläinen	
<b>Koulutusohjelma</b> Liiketalous	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Vientiopas suomalaisille pk-yrityksille Kiinan markkinoille	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 37 + 18
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tehdä suomalaisille pk-yrityksille helppokäyttöinen vientiopas, jota voi käyttää pohjana yrityksen aloittaessa kansainvälistymisprosessin Kiinan markkinoille. Opinnäytetyössä keskitytään kansainvälistymiseen viennin kautta, muista kansainvälistymisen muodoista kerrotaan vain lyhyesti. Opinnäytetyöllä ei ole toimeksiantajaa.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperusta koostuu pk-yrityksen kansainvälistymisestä, alkaen kansainvälistymisen syistä aina kohdemarkkinoiden valintaan saakka. Tämän jälkeen tietoperustassa keskitytään vientiin ja sen eri osa-alueisiin.</p> <p>Opinnäytetyö on tyypiltään toiminnallinen, joten sen lopputuloksena on rakentunut Kiinan vientiopas. Opinnäytetyöprosessi aloitettiin alkuvuodesta 2018 ja se saatiin loppuun toukokuussa 2019.</p> <p>Vientioppaassa selvitetään Suomen ja Kiinan välistä kauppaa, Kiinan liiketoimintaympäristöä, Kiinassa toimimisen haasteita, kaupankäyntiä kiinalaisten kanssa, sekä konkreettisia viennin toimenpiteitä, kuten kuljetuksia, toimitusehtoja sekä Kiinassa tarvittavia asiakirjoja. Lopuksi esitellään organisaatioita, jotka auttavat kansainvälistymisessä tai rahoituksen saamisessa.</p> <p>Opinnäytetyön tavoite saavutettiin. Tulee kuitenkin huomata, että kyseistä vientiopasta ei tule käyttää yhtenä ainoana lähteenä kansainvälistyessä Kiinaan, vaan että sen tarkoitus on toimia nimenomaan kansainvälistymisen pohjamateriaalina. Kirjoittajan opinnäytetyöprosessi oli muuten onnistunut, lukuun ottamatta venyntyä aikataulua.</p>	
<b>Asiasanat</b> Kansainvälistyminen, Kiina, pk-yritykset, vienti	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Opinnäytetyön taustaa .....	1
1.2	Opinnäytetyön tavoite ja rajaukset .....	2
1.3	Keskeiset käsitteet .....	3
2	Pk-yritysten kansainvälistyminen .....	5
2.1	Kansainvälistymisen syyt ja käynnistäjät .....	6
2.2	Kansainvälistymisen edellytykset .....	7
2.3	Kansainvälistymisen riskit .....	8
2.4	Kohdemarkkinoiden valinta .....	10
2.5	SWOT-analyysi .....	12
2.6	Operaatiomuodon valinta .....	13
2.7	Vienti operaatiovaihtoehtona .....	15
2.8	Muita operaatiovaihtoehtoja .....	16
2.9	Viennin rahoitus .....	18
2.10	Viennin maksuehdot ja -tavat .....	18
2.11	Kuljetusmuodot, niiden valinta sekä huolinta .....	22
2.12	Toimituslausekkeet .....	25
2.13	Tullaus ja vakuutukset .....	28
2.14	Viennin ja kuljetuksen asiakirjat .....	29
3	Oppaan teon kuvaus .....	32
3.1	Oppaan rakenne .....	32
3.2	Oppaan aikataulu .....	33
4	Pohdinta .....	35
4.1	Johtopäätökset .....	35
4.2	Opinnäytetyöprosessin tarkastelu .....	36
	Lähteet .....	38
	Liitteet .....	41
	Liite 1. Vientiopas suomalaisille pk-yrityksille Kiinan markkinoille .....	41

# 1 Johdanto

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä selvitetään, mitä suomalaisen pk-yrityksen tulee ottaa huomioon kansainvälistyessään Kiinan markkinoille. Kansainvälistymisessä käytettävänä operaatiomuotona harjoitetaan vientiä. Opinnäytetyö muodostuu teoreettisesta osasta, sekä lopusta liitteenä löytyvästä Kiinan markkinoille suuntautuvasta vientioppaasta. Opinnäytetyöllä ei ole toimeksiantajaa.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa keskitytään ensiksi yrityksen kansainvälistymiseen yleisellä tasolla, edeten kansainvälistymisen syistä ja edellytyksistä sen riskeihin sekä kohde-markkinoiden valintaan. Tästä eteenpäin teoriassa kansainvälistymistä käsitellään pääasiallisesti viennin kautta. Vientiä avataan mahdollisimman monipuolisesti pk-yritysten hyödyksi – viennistä otetaan tarkasteltavaksi muun muassa miten sitä kannattaa rahoittaa, kuljetusmuodot ja toimituslausekkeet sekä siinä tarvittavat asiakirjat.

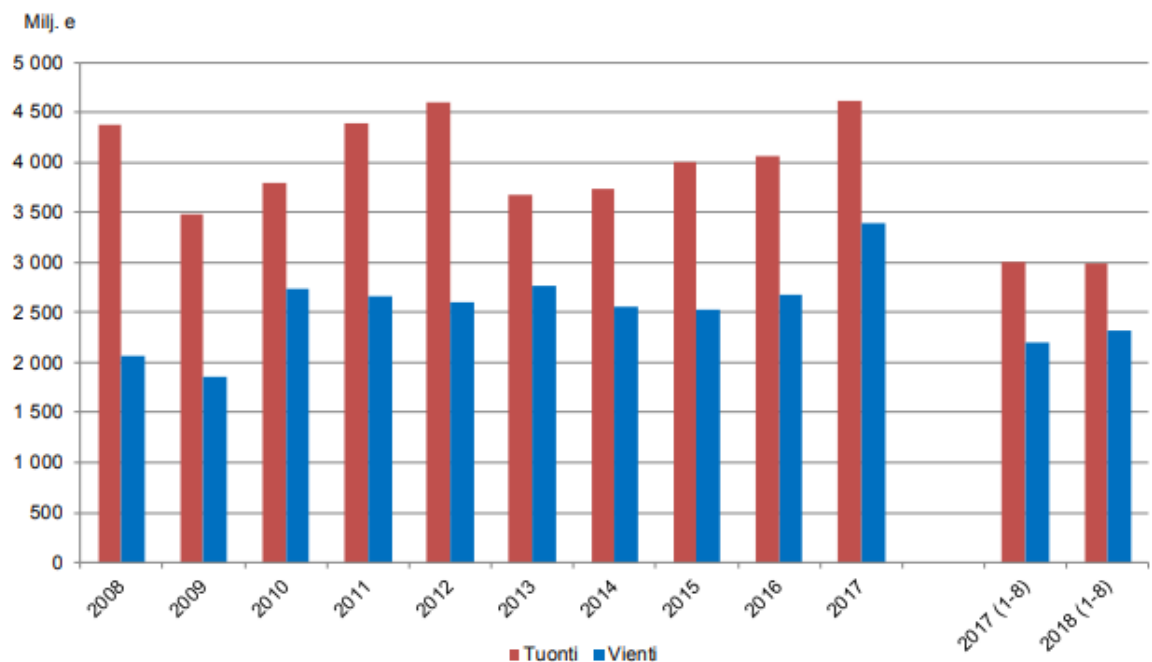
Opinnäytetyön lopussa liitteissä sijaitsevassa vientioppaassa kuvataan kohdemaata ja sen liiketoimintaympäristö, sekä kuinka yrityksen kannattaisi vientitoimintaa sinne aloittaa. Vientioppaan kohdemaana toimii Kiina. Kirjoittaja toivoo, että oppaasta on hyödyksi ja että se toimii pohjamateriaalina yrityksille, jotka kokevat Kiinan tulevana mahdollisena markkina-alueena itselleen.

## 1.1 Opinnäytetyön taustaa

Kiina on Suomelle ja suomalaisyrityksille huomattava liiketoimintakumppani, johon kohdistuu merkittäviä investointeja. Suomalaisinvestoinnit Kiinaan ylittivät reilusti yli 10 miljardia euroa, ja Kiinassa toimiikin melkein 400 suomalaisyritystä. Vuonna 2018 tammi- ja elokuun välisenä aikana Tullin ulkomaankauppatilastojen mukaan Suomen vienti Kiinaan kasvoi viisi prosenttia edellisen vuoden samaan ajanjaksoon verrattuna, ollen arvoltaan 2,3 miljardia euroa. Suomen viennin kasvu oli verrattavissa muiden EU-maiden viennin kehitykseen tuona ajankohtana. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2019; Tulli 2018a, 1.)

Kaupankäynti Kiinan kanssa muodostaa merkittävän osan Suomen ulkomaankaupasta. Vuoden 2018 tammi-elokuussa Kiinaan kohdistui 5,5 prosenttia koko Suomen viennistä. Tämä kuitenkin vähentyi jonkin verran edellisvuodesta. Kiinan merkitys niin Suomen kaupankäynnissä kuin koko maailmankaupassakin on kasvanut voimakkaasti viimeisten vuosikymmenten aikana. Vuoden 2018 tammi-elokuussa Kiina olikin jo Suomen viidenneksi

suurin vientikumppani Alankomaiden jälkeen, ja jopa Venäjää edellä. Aasian maista kaup-  
pavaihdon perusteella laskettuna Kiina on Suomen selkeästi suurin kauppakumppani.  
(Tulli 2018a, 1.)



Kuvio 1. Suomen ja Kiinan välinen kauppa 2008-2018 (1-8). (Tulli 2018.)

Vuonna 2018 Talouselämä-lehti selvitti suomalaisilta suuryrityksiltä, että mitä Kiina merkitsee niiden liiketoiminnalle, ja miten ne arvioivat tulevaa toimintaansa Aasian markkinoilla. Melkein kaikki kyselyyn vastanneet yritykset arvioivat, että Kiinan osuus niiden liiketoiminnasta tulee kasvamaan merkittävästi tai erittäin merkittävästi seuraavien kymmenen vuoden aikana. Yritysten tärkeimmiksi syiksi, että miksi ne ovat Kiinan markkinoilla mainittiin muun muassa teknologinen kehitys sekä innovaatiot. Ympäristöteknologia ja kestävä kehitys ilmaistiin tulevinä trendeinä. Kiinassa toimimisen haasteiksi todettiin taas paikallinen kilpailutilanne, kiinalaisten toimijoiden suosinta, ympäristölupien saamisen vaikeus sekä raaka-aineiden saatavuus. Lisäksi immateriaalioikeuksia koskevat loukkaukset sekä Kiinan jopa provinssikohtaiset eri teollisuuspolitiikan muutokset aiheuttivat erinäköisiä ongelmia yrityksille. Vaikka tässä opinnäytetyössä käsitelläänkin pk-yrityksiä, voidaan Talouselämän kyselystä vetää suuntaviivoja niidenkin tulevaan toimintaan. (Boxberg 2018, 26-28.)

## 1.2 Opinnäytetyön tavoite ja rajaukset

Opinnäytetyön päätavoitteena on tarjota kansainvälistymistä Kiinaan harkitseville suomalaisille pk-yrityksille selkeä vienti- ja markkinointipolitiikka, joka auttaa kansainvälistymisprosessin aikana.

Työn tarkoituksena on selvittää Suomen ja Kiinan välistä kauppaa, Kiinaa liiketoimintaympäristönä, Kiinassa toimisen haasteita ja mahdollisuuksia sekä kuinka suomalaiset yritykset voivat saada apua kansainvälistymisen aikana. Tuotos on luettavissa liitteestä 1. Luvun 2 Pk-yritysten kansainvälistyminen on tarkoitus avata tämän kaltaisten yritysten kansainvälistymistä ja vientiprosessia yleisellä tasolla.

Opinnäytetyön rajauksena on, että se on tarkoitettu suomalaisille pienille- ja keskisuurille yrityksille. Näiden yritysten haasteena usein on, että kokemusta, tietotaitoa sekä resursseja kansainvälistymiseen löytyy niukemmin verrattuna suuryrityksiin. Näin ollen epäonnistumisen riskikin on suurempi, ja tämän seuraukset ovat luonnollisesti pk-yrityksillekin myös vakavampia. Toisena rajauksena toimii, että työssä keskitytään kansainvälistymiseen viennin keinoin. Muita operaatiomuotoja käydään teoriaosassa lyhyesti läpi, mutta näihin ei sen syvemmin paneuduta. Viimeisenä rajauksena on, että oppaassa keskitytään Kiinaan markkina-alueena.

### **1.3 Keskeiset käsitteet**

Tässä opinnäytetyössä käytettäviä keskeisiä käsitteitä ovat kansainvälistyminen, vienti ja pienet- ja keskisuuret yritykset (pk-yritykset).

Kansainvälistyminen on mahdollista määritellä eri tavoin sekä eri näkökulmista. Kansainvälistymistä voidaan katsoa makrotasolla, eli maailman talouden tai kansantalouden näkökannalta, tai mikrotasolla eli yrityksen näkökulmasta. Tässä opinnäytetyössä keskitytään kansainvälistymiseen yrityksen näkökulmasta. Yksinkertaistettuna voi sanoa, että kansainvälistyminen on yrityksissä laaja prosessi, jossa yrityksen kansainvälisen liiketoiminnan osuus kasvaa ja yritys näin ollen laajentuu kotimaan ulkopuolelle. Kansainvälistyminen tarkoittaa esimerkiksi vientiä, tuontia, alihankintaa tai tytäryhtiön perustamista. Jotta kansainvälistyminen olisi menestyksellistä, yritys tarvitsee tukevan aseman jo kotimaassa sekä vahvan strategisen sitoutumisen hallinnon puolesta. Yrityksen tuotteiden tulee olla kilpailukykyisiä ja halutuille markkinoille sopivia. Lisäksi yrityksen tulee toimia pitkäjänteisesti ja muistaa, ettei kansainvälinen toiminta ole useinkaan suoraan voitollista. Huomioitavaa on, että vaikka kaikki edellä mainitut asiat olisivat kunnossa, yritys tarvitsee usein myös jonkin verran onnea, jotta kansainvälistyminen olisi menestyksenkäs. (Josek 2018; Vahvaselkä 2009, 17.)

Viennillä tarkoitetaan tavaroiden vientiä EU-maiden ulkopuolelle. Vietävistä tavaroista on annettava viennin tulli-ilmoitus, jolloin nämä asetetaan vientimenettelyyn. Vienti voi olla lopullista tai väliaikaista, jolloin tavaroiden tulisi palautua samassa kunnossa EU:hun kuin

ne olivat lähtiessä. Väli aikaista vientiä ovat esimerkiksi näyttelyt tai esittelyt. Lisäksi vienti voi olla joko suoraa, jolloin vientimenettely alkaa Suomessa ja tavara poistuu Suomesta EU:n tullialueen ulkopuolelle, tai epäsuoraa vientiä, jolloin vientimenettely alkaa Suomessa mutta tavara poistuu EU:sta jonkin toisen jäsenmaan kautta. (Tulli 2018b.)

Pk-yritykset eli pienet ja keskisuuret yritykset. Tällaisiksi määritellään sellaiset yritykset, joissa työskentelee vähemmän kuin 250 henkilöä ja joitten vuosiliikevaihto on korkeintaan 50 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma korkeintaan 43 miljoonaa euroa, ja jotka täyttävät riippumattomuusehdon. Riippumattomuusehto tarkoittaa, että mikäli yrityksen pääomasta tai äänivaltaisista osakkeista yli 25%:a omistaa suuri yritys, tällöin yritys määritellään suureksi, vaikka se täyttäisikin edellä kuvatut ehdot. (Tilastokeskus 2018.)

## 2 Pk-yritysten kansainvälistyminen

Maailma on muuttunut viimeisten vuosikymmenten aikana yhä nopeampaan tahtiin, mikä vaatii pk-yrityksiltä jatkuvasti suurempaa reagoitavalmiutta. Kiihtyvä globalisaatio ja toimintaympäristön muutokset luovat yritysten toimintaan haasteita, mutta myös houkuttelevia mahdollisuuksia. Suomi on pieni maa, ja kasvua löytääkseen yritykset ovatkin lähes pakotettuja kansainvälistymään. Globalisoitunut liiketoimintaympäristö jouduttaakin yrityksen kansainvälistymisprosessin aloitusta jo yrityksen elinkaaren alkupuolella. Tämä myös pakottaa yritykset kehittämään jatkuvasti kansainvälistä kilpailukykyään. Niillä keinoilla millä aiemmin onnistuttiin, ei muutaman vuoden päästä enää ehkä pärjääkään. Yhä useampi yritys voi olla myös ns. Born global-yritys, joka jo heti perustamisvaiheessa aloittaa kansainväliset toimintansa, jopa ennen kuin yrityksellä on kotimaassaan edes yritystoimintaa. (Vahvaselkä 2009, 15, 33.)

Keväällä 2019 julkaistun pk-yritys barometrin mukaan Suomessa on noin 66000 yritystä, jotka harjoittavat vientiä tai joilla on liiketoimintaa ulkomailla. Jonkinasteisena yllätyksenä voidaan pitää, että näiden yritysten määrä ei ole noussut aikaisemmasta julkaisusta. Kansainvälistä liiketoimintaa harjoittavilla yrityksillä selvästi yleisin kansainvälistymisen muoto on suora vienti – yli puolet ulkomailla liiketoimintaa harjoittavista pk-yrityksistä hyödyntävät sitä toiminnassaan. Nämä yritykset myös uskovat viennin kehittyvän positiivisesti seuraavan vuoden kuluessa. Tästä huolimatta kaikilla päätoimialoilla viennin kehityksen odotukset ovat jonkin verran heikentyneet, vaikkakin ne ovat yhä kohtalaisen hyvät. (Pk-yritysbarometri 2019, 18.)

Menestyksekkään yritystoiminnan elinehtona on jatkuva ympäristöön sopeutuminen. Tämä korostuu erityisesti kansainvälisillä markkinoilla toimittaessa. Ympäristön muuttessa yrityksenkin on pakko sopeutua, tai hiipua pois. Yrityksen tulisikin jo lähtökohtaisesti hakea itselleen kansainvälisiltä markkinoilta rooli ja kohdemarkkinat, joilla sen on mahdollista olla paras ja johtava yritys. (Äijö 2008, 20-21.)

Perustavoite kansainvälistyvillä yrityksillä on kaikilla sama: nopea, kannattava kasvu parantamalla taloudellista suorituskykyä sekä markkinaosuuden lisäys kotimarkkinoiden ulkopuolella. Osaamisen tason nostaminen, parempien tuotteiden kehitys sekä kustannusten pienentäminen ovat kaikille yrityksille välineitä tämän tavoitteen saavuttamiseksi. Strategiset valinnat ja suunnittelu ovatkin avaintekijöitä yrityksen menestymiseen kansainvälisessä kilpailussa. Tämän saavuttaakseen yrityksen tulee implementoida kansainvälinen tai globaali perspektiivi. (Äijö 2008, 21.)



## 2.1 Kansainvälistymisen syyt ja käynnistäjät

Kansainvälistyminen on tyypillisesti varsin luontainen osa yrityksen kasvu- ja kehitysstrategiaa. Siihen johtaneita syitä ja motiiveja voidaan tarkastella kansainvälistymiseen vaikuttavien tekijöiden pohjalta. Nämä tekijät vaikuttavat vientipäätöksen syntymiseen ja vientimahdollisuuksien kartoitukseen, ja ovat impulsseja, jotka käynnistävät vientitoiminnan. Kansainvälistymiseen vaikuttavat tekijät jaetaan yrityksen ulkoisesta toimintaympäristöstä tuleviin tekijöihin, jotka ovat joko koti- tai kohdemarkkinatekijöitä (kansainvälistymisen paine- tai imutekijät), sekä yrityksestä itsestään johtuviin tekijöihin, jotka ovat joko yrityksen ominaisuuksista tai johdosta johtuvia tai päätöksentekoon liittyviä tilannetekijöitä. (Vahvaselkä 2009, 61-62.)

Suomalaisten yritysten kansainvälistymiseen ovat tutkimusten mukaan vaikuttanut suuresti kotimarkkinoiden pienuus ja avoimuus sekä maantieteellinen syrjäinen sijainti. Suomessa kotimarkkinat ovat varsin pienet, eikä tietyn pisteen jälkeen niissä ole enää välttämättä mahdollisuuksia yritykselle kasvaa. Tämä aiheuttaa yrityksille kansainvälistymispaineen, joka näin ollen toimii kansainvälistymisen painetekijänä. Suomen syrjäinen sijainti on haitannut muun muassa markkinatiedon saantia ja markkinaimpulssien nopeaa havaitsemista, mistä taas on muodostunut yrityksille tarve olla läsnä markkinoilla erilaisilla operaatiomuodoilla. Kohdemarkkinoiden suuruus, avoimuus ja eri kansantalouksien positiiviset BKT-kasvuennusteet taas ovat kansainvälistymiseen houkuttelevia imutekijöitä. Usein tutkimusten mukaan etenkin kansainvälistymisen alkuvaiheessa kotimaan painetekijät ovat suurin houkute kohti kansainvälistymistä. Näin ollen imutekijät pääsevät yleensä vaikuttamaan vasta kansainvälistymisprosessin myöhäisemmissä vaiheissa. (Vahvaselkä 2009, 62.)

Ensisijainen kansainvälistymisen käynnistäjä, jota kutsutaan muutosagentiksi, on tutkimusten mukaan motivoitunut ja kansainvälisesti orientoitunut johto, joka uskaltaa lähteä markkinoiden tarjoamiin mahdollisuuksiin ja haasteisiin. Kansainvälistymisorientoitumisen taustalla ovat muun muassa koulutus, kokemus, sitoutuneisuus ja osaaminen. Muita kansainvälistymisen ensisijaisia käynnistäjiä ovat kotimaankaupan seisahtuminen, ylituotanto sekä yrityksen uudet työntekijät. Yrityksen ulkoisia voimia, jotka saavat kansainvälistymisen alulle panon, ovat kohdemarkkinoiden kysyntä, tilaus, ulkomaisen jakeluportaan kasvutavoitteet sekä kilpailijan onnistuminen samoilla kohdemarkkinoilla. Myös julkisen vallan tukitoimenpiteet voivat saada yrityksen kansainvälistymisen vauhtiin. (Vahvaselkä 2009, 62-63.)

Kansainvälistymiseen vaikuttavia tekijöitä voidaan kuvailla myös sisäisiksi ja ulkoisiksi tai reaktiivisiksi ja proaktiivisiksi tekijöiksi. Proaktiiviset eli ennakoivat tekijät ovat sellaisia, joiden takia yrityksessä käynnistyy strateginen muutos, jonka johdosta yrityksen oma aktiivisuus lisääntyy ja näin ollen käynnistää sen kansainvälistymisen. Yrityksen sisältä tulevia tärkeimpiä proaktiivisia tekijöitä ovat muun muassa tuote, teknologiaosaaminen sekä mitataava- ja kustannusetu. Ulkoisia proaktiivisia tekijöitä taas ovat kohdemarkkinoiden tarjoamat mahdollisuudet ja näissä toimivat muutosagentit. Sisäisiä reaktiivisia tekijöitä ovat esimerkiksi ylimääräinen tuotantokapasiteetti sekä laskeva kotimarkkinoiden myynti. Ulkoisia reaktiivisia tekijöitä ovat taas ulkomailta tulleet tilaukset sekä liian pienet ja saturoidut kotimaan markkinat. (Vahvaselkä 2009, 63.)

## **2.2 Kansainvälistymisen edellytykset**

Kun yrityksessä on herännyt ajatus kansainvälistymisestä, sen tulee selvittää yritys- ja markkinakohtaiset edellytykset, eli kartoittaa sekä kansainvälistymisen sisäiset että ulkoiset edellytykset yritysanalyysillä ja markkinakohtaisella analyysillä. Yrityskohtaisten edellytysten selvittäminen kohdistuu usein usealle eri osa-alueelle. Tämä on tehtävä, koska jotta yritys onnistuisi päihittämään ulkomailta vastaan tulevat kilpailijansa, sen täytyy olla jollakin sektorilla muita parempi, ja myös pystyttävä hyödyntämään sitä. Näin ollen yrityksen strategisen suunnitelman pohjana tuleekin olla yrityksen kansainvälinen kilpailuetu, ja kuinka sitä pystytään hyödyntämään. (Vahvaselkä 2009, 63,65-66.)

Jo yrityksen liikeideassa sen tulisi pystyä määrittelemään ylivertainen osaaminen ja se, että liikeidea myös soveltuu kansainvälistymiseen. Yrityksen johtamiseen kuuluvia edellytyksiä ovat muun muassa asiakaslähtöinen ja kansainvälinen ajattelutapa, riskinottokyky, johdon liiketaloudellinen ja kansainvälinen osaaminen, sekä verkostojen hallinta. Yrityksen tulisi myös tunnistaa omat markkinansa ja asiakkaansa. Sen täytyykin määritellä selkeästi asiakassegmentit sekä tuotannon, joka on kilpailukykyinen. Ei voi unohtaa, että yrityksen tuotteen täytyy olla korkealaatuinen ja vientiin kelpaava, ja tuotteita täytyy olla riittävästi. Yrityksen pitää lisäksi muistaa varata riittävästi resursseja sekä tuotekehitykseen ja –sopeutukseen, koska usein täysin samanlaisella tuotteella kuin kotimarkkinoilla ei pärjää. Yrityksellä tulisi olla näyttöä tuotteen toimimisesta käytännössä jo kotimarkkinoilta, sekä olla toimiva ylläpito ja käyttäjätuki myös kaukaisemmillekin markkinoille. Jos yrityksellä on suosituksia merkittäviltä markkinoilta, niitä kannattaa hyödyntää. Yrityksessä olevan yrityskulttuurin tulisi ohjata henkilöstöä yhteistyöhön ja innovatiivisuuteen sekä laatu- ja kustannustietoisuuteen. Näin ollen yrityksessä vaadittavat henkilöstöedellytykset tarkoittavatkin muun muassa kykyä osata vastata kansainvälistymiseen haasteisiin, liiketa-

loudellista osaamista, tarpeeksi korkealla olevaa koulutustasoa, kielitaitoa sekä esimerkiksi muiden kulttuurien tuntemusta. Yrityksen taloudellisia vaatimuksia taas ovat kunnossa oleva taloudellinen asema, hyvä rahoitus, sekä mahdollisuus lisäinvestointeihin. (Vahvaselkä 2009, 63-64.)

Yrityksen tulee huomioida, että käytännössä aina viennin aiheuttamat menot ovat suuremmat kuin tulot jopa useiden vuosien ajan. Tätä ajanjaksoa kutsutaan yrityksen läpilyöntiajaksi, ja sen kesto on useimmiten noin kolme vuotta. Takaisinmaksuaikana kiinteät menot ja yrityksen investointimenot saadaan katetuiksi tuotteen myyntituloilla, ja sen pituus on 6-7 vuotta. Kansainvälistymisen alkuvaiheessa yrityksen pitäisikin määritellä itselleen kannattavuusedellytykset, eli saada selville alin hinta joka tuotteesta on saatava, jotta kone- sekä muut investoinnit tulisi katetuksi. Jos tuotteesta ei ole mahdollista saada tätä hintaa, kansainvälistymiseen ei kannata ryhtyä. Yrityksen voikin olla viisasta aloittaa vienti vain rajatulla määrällä tuotteita yhdessä tai korkeintaan muutamassa kohdemaassa, ja vasta kun se on saanut lisää kokemusta kansainvälisillä markkinoilla toimimisesta ja resursseja, sen kannattaa alkaa laajentaa toimintaansa. (Vahvaselkä 2009, 64.)

Markkinakohtaisten edellytysten määrittämisessä yritys analysoi tuotteen kilpailukyvyn valituilla kohdemarkkinoilla. Tällöin omaa tuotetta tai tuotteita verrataan kohdemarkkinoilla myytäviin kilpaileviin tuotteisiin erilaisilla kriteereillä, joita ovat esimerkiksi laatu, ulkonäkö, hinta, katetuotto tai laatusertifikaatti. Yrityksen tulee muistaa samalla ottaa huomioon erilaiset lainsäädännön ja viranomaisten vaatimukset. Samanaikaisesti kilpailukyvyn testaamisen kanssa tai sen jälkeen, yrityksen täytyy kartoittaa mahdolliset kohdemarkkinat. Tästä selvitetäviä kohteita ovat muun muassa tuotteen markkinat ja sen kysyntä, kilpailutilanne, potentiaaliset asiakkaat sekä jakelu, varastointi ja kuljetus. Lisäksi on vielä kannattavaa ottaa selvää kohdemaan vientitoiminnan investointiluonteisista erilliskustannuksista sekä tuotteen vientikustannuksista, jotka muodostuvat tehtaan ja vientimaan välillä. (Vahvaselkä 2009, 64-65.)

### **2.3 Kansainvälistymisen riskit**

Kansainvälistyvä yritys tulee kohtaamaan monia riskejä, joihin sen ei ole kotimarkkinoilla välttämättä tarvinnut varautua. Jo pelkästään ulkomaisilla markkinoilla toimiminen tuo mukanaan useita haasteita erilaisista kulttuureista johtuen. Yleensä yritys joutuu toimimaan vieraalla kielellä, vieraassa yrityskulttuurissa sekä vieraassa lakijärjestelmässä. Kaikki nämä voivat tuoda mukanaan ongelmia. Erilaisiin riskeihin on kuitenkin mahdollista varautua, ja joiltakin yritys voi myös suojautua. Kansainvälistyvän yrityksen on pakko toimintansa turvaamiseksi ennakoita riskejä, niiden mahdollista toteutumista sekä torjuntaa.

Monet riskeistä on mahdollista välttää ennakkovalmistautumisella ja tiedonhaulla, kohde- markkinoiden kokonaisvaltaisella läpikäynnillä, terveellä järjellä sekä jokapäiväisillä käytännön toimenpiteillä. (Westwood 2012, 127-128; Yrittäjät 2019.)

Maa- ja poliittiset riskit liittyvät ulkomaisen luotonsaajan tai ostajan maahan tai johonkin kolmanteen maahan, josta voi tulla luottotappioita viejälle, investoijalle tai rahoittajalle. Maa voi olla taloudellisesti heikko tai poliittisesti epävakaa. Yleisimmät poliittiset riskit ovat luottovaluutan siirron rajoitukset, velkojen vakauttaminen sekä kapina tai sota. Myös ilmasto voi olla riskitekijä. Joissain päin maailmaa luonnonkatastrofit, kuten esimerkiksi hurrikaanit tai maanjäristykset, ovat tavallisia, ja jotka voivat tuoda ongelmia päivittäiseen yritystoimintaan. Finnvera arvioi jatkuvasti poliittista riskiä tarkkailemalla poliittisen riskin maiden luottokelpoisuutta maapolitiikan ja maaluokituksen avulla. Maapolitiikka kertoo Finnveran riskinoton kyseisessä maassa, vaadittavat vastavakuudet tai edellytettävät maksuehdot, sekä hyväksyttävän maksimiriskiajan. Maaluokituksessa Finnvera jakaa maat kahdeksaan eri maaluokkaan aina erinomaisesta maksukyvystä erittäin heikkoon maksukykyyn. Maaluokituksen määritykseen vaikuttavat kyseisen maan poliittinen vakaus, lainsäädännöllinen ympäristö, odotukset maan talouden kehityksestä sekä arvio maan kyvystä hoitaa ulkoiset velvoitteensa. (Finnvera 2019; Westwood 2012, 128-129.)

Yleisimpiä kaupallisia riskejä ovat konkurssi, muu maksukyvyttömyys tai maksuhaluttomuus. Maksuehtoon ja rahoitukseen liittyviä riskejä taas on muun muassa sopimus- ja valuutariski, rahoitus- ja korkoriski sekä asiakirja- ja vahinkoriski. Yrityksen sisällä oleva henkilöstöriski on esimerkiksi tärkeän työntekijän työpaikanvaihto, joka etenkin pienessä yrityksessä voi kansainvälistymisen kannalta muodostua avainriskiksi. Myös asiakkaat saattavat muodostaa riskejä: siksi asiakkaatkin täytyisi ainakin jollakin tasolla identifoida, jotta tiedetään että asiakkaalla on omassa maassaan vakavarainen yritys, joka pystyy maksamaan laskunsa. Jos näin ei ole, ei kauppaankaan silloin kannata ryhtyä. (Finnvera 2019; Westwood 2012, 129; Yrittäjät 2019.)

Lähtökohtaisesti paras tapa riskeiltä suojautumiseen on hyvät sopimukset, joissa kaupan osapuolten oikeudet ja velvollisuudet on määritelty tarpeeksi kattavasti ja selkeästi. Molempien osapuolten tulisi varmistua, että kumpikin osapuoli on ymmärtänyt sopimuksen yksityiskohdat samalla tavalla, näin on helpointa välttyä mahdollisilta tulevilta konflikteilta. Myyjän puolelta yleisimpiä sopimusrikkomuksia ovat tavaraan tai tavarantoimitukseen liittyvät virheet tai puutteet, ostajan puolelta taas tavallisin rikkomus on kauppahinnan maksun viivästys tai laiminlyönti. (Yrittäjät 2019.)

## 2.4 Kohdemarkkinoiden valinta

Kun yritys on saanut selvitettyä, että sillä on sopivat edellytykset kansainvälistymiseen, sen tulee päättää kohdemarkkinoista. Kohdemarkkinastrategiassa sen tulee ratkaista, mille markkinoille yritys aikoo mennä tai laajentua ja miten. Kohdemarkkinastrategiaan kuuluu muun muassa päätökset kohdealueista ja niille asetetuista tavoitteista, tarvittavat operaatiomuodot sekä markkinointisuunnitelma. Yrityksen on oleellista huomioida tämän vaiheen merkityksellisyys. Mikäli näissä valinnoissa ei onnistuta, erityisesti pk-yrityksissä tämä voi johtaa pitkäaikaisiin seurauksiin muun muassa menetettyinä mahdollisuuksina, lisäkustannuksina sekä kohonneina riskitasoina. (Vahvaselkä 2009, 66.)

Kohdemarkkinoiden valintaprosessissa on neljä eri vaihetta, jotka ovat alustava kartoitus, markkinapotentiaalin arviointi, myyntipotentiaalin arviointi ja haluttujen segmenttien tunnistaminen. On hyvä huomioida, että kun yritys siirtyy eteenpäin valintaprosessissa, sen tarvitsemat tietolähteet muuttuvat sekundäärisistä primääreiksi lähteiksi. Tämä johtuu siitä, että primäärien lähteiden saanti ei ole välttämättä mahdollista ennen kuin yritys jo toimii ulkomaisilla markkinoilla, näin ollen yritys joutuu usein turvautumaan aluksi sekundäärisiin lähteisiin. (Vahvaselkä 2009, 66-67.)

Alustavassa kartoituksessa selvitetään kohdemarkkinat pieneen määrään potentiaalisia alueita tai maita. Tässä selvitetään muun muassa väestömäärää, BKT:ta, markkinoiden kokoa sekä olemassa olevan kilpailun määrää. Kun mahdollisia kohdemaita on saatu kartoitettua riittävästi, näitä voidaan verrata toisiinsa käyttämällä PESTEL- toimintaympäristöanalyysiä. PESTEL-analyysillä voidaan selvittää sitä makroympäristöä, joka vaikuttaa kaikkiin jossakin tietyssä toimintaympäristössä olemassa oleviin yrityksiin. Lyhenne PESTEL muodostuu sanoista poliittinen (political), taloudellinen (economical), sosiaalinen (sociocultural), teknologinen (technological), ekologinen (ecological) sekä juridinen (legal). Näitä makroympäristön tekijöitä yritys ei yleensä itse pysty kontrolloimaan, ja ne saattavatkin aiheuttaa jopa uhkia yrityksen toiminnalle. Huomioitavaa kuitenkin on, että muutokset näissä tekijöissä saattavat kuitenkin myös luoda uusia mahdollisuuksiakin yrityksille. Makroympäristön tekijät ovat yleensä maakohtaisia, joten jos mahdollisia kohdemarkkinoita on useampia, tulisi jokaiselle kohdemarkkinalle tehdä oma analyysi, jotta vertailusta saisi kaiken hyödyn irti. (Vahvaselkä 2009, 67-68.)

Poliittinen ja juridinen toimintaympäristö käsittää kaksi osaa. Kotimaan poliittisen ja juridisen toimintaympäristön muodostaa kaikki ne poliittiset ja juridiset seikat, joilla voi olla vaikutusta yrityksen kansainväliseen liiketoimintaan. Kohdemaan poliittinen ja juridinen toimintaympäristö käsittää taas ne tekijät, jotka koskettavat yritystä sen toimiessa jossakin

tietyssä kohdemaassa. Kohdemaan poliittisia riskejä ovat muun muassa omistajuus-, toiminta- ja rahoitusriskit. On hyvä huomioida, että poliittiset riskit voivat realisoitua maan hallituksen toimien johdosta, mutta myös ilman että sillä on ollut niihin vaikutusta. Riskejä, joita kohdemaan hallitus voi omilla toimillaan aiheuttaa ja myös valvoa, ovat esimerkiksi tuontirajoitukset sekä kotimaisuutta suosivat lait ja säännökset. (Vahvaselkä 2009, 68.)

Taloudellinen toimintaympäristö, jonka yritykset kohtaavat, voidaan jakaa globaaliin ja maiden itsenäiseen talouteen. Globaaliin maailmankauppaan liittyviä tekijöitä ovat muun muassa koko maailman kaupankäyntivolyyymi, eri maiden välinen kaupankäynti sekä erilaiset organisaatiot, jotka pyrkivät helpottamaan ja valvomaan kaupankäyntiä, kuten esimerkiksi Maailman kauppajärjestö WTO. Kun taas keskitytään analysoimaan alueellisia talouksia, tulisi paneutua kahteen kysymykseen: kuinka suuri kyseinen markkina-alue on, ja mitä ominaisuuksia sillä on? Yksittäisen talouden tai maan tilaa voidaan tavallisesti kuvailla erilaisilla tekijöillä, kuten kasvuvauhti, työllisyystilanne sekä hintataso. Yhä jatkuvan globalisaation sekä taloudellisen integraation johdosta eri maiden taloudelliset toimintaympäristöt lähestyvät jatkuvasti toisiaan. (Vahvaselkä 2009, 68-69.)

Sosiaaliseen, tai sosiokulttuuriseen toimintaympäristöön, kuuluu monia tekijöitä, jotka vaikuttavat yrityksen toimintaan. Näitä ovat esimerkiksi kulttuuri, demografiset tekijät, kuluttajien asenteet ja mielipiteet sekä trendit. Kulttuuri voidaan määrittellä opituksi käyttäytymiseksi, jota jaetaan ja joka periytyy yhteisön jäseneltä toiselle sukupolvien kuluessa. Näin ollen kulttuurin voidaan sanoa käsittävän ryhmän jakamat uskomukset ja standardit, jotka auttavat ryhmän jäsentä määrittelemään, mitä nyt on, mitä voi olla, mitä tuntee ja miten tehdä asioita. Kulttuuriin usein yhdistetään läheisesti muun muassa biologiset lähtökohdat, kieli, arvot, asenteet, symbolit, sekä tavat ja uskomukset. On tärkeä huomioida kielen merkitys kulttuureita erottavana tekijänä. Yrityksen tulee huomioida kulttuurin merkitys erityisesti markkinointitoimenpiteitä suunniteltaessa sekä selvitetessä kuluttajien osto- ja kulutuskäyttäytymistä. Kulttuuriin liittyviä asioita, mitä pitää ottaa selville, on esimerkiksi potentiaalisten ostajien ominaispiirteet ja asenteet, kulttuurin erityispiirteet sekä suhtautuminen materiaaliseen kulttuuriin. Kulttuurin merkitystä yrityksen toimintaan voidaan tarkastella makrotasolla (sosiaalisen ja kulttuurisen toimintaympäristön ominaisuudet) sekä mikrotasolla (kansallinen ylpeys, ulkomaisiin tuotteisiin suhtautuminen). (Vahvaselkä 2009, 69.)

Teknologinen toimintaympäristö käsittää tuotteeseen sisältyvän teknologian, sen valmistukseen käytetyn teknologian sekä johdon käytössä olevan teknologian. Näillä on suora vaikutus yrityksen kilpailukykyyn. Kun teknologisessa toimintaympäristössä tapahtuu muu-

toksia, ne vaikuttavat sekä ostajiin, jotka haluavat parempia tuotteita, että myyjiin, joille kehittynyt teknologia antaa mahdollisuuden parantaa tuotetta ja tuotantoprosessia. Edistys- askeleet teknologiassa usein jollakin tavalla muuttavat yrityksen tuotteita ja arkista toimintaa, asiakassuhteita ja luovat mahdollisuuksia toiminnan kehittämiseen. Toisinaan ripeästi kehittyvä teknologia voi muuttaa jopa kokonaisen toimialan toimintatapoja. (Vahvaselkä 2009, 69.)

Ekologisen toimintaympäristön selvittäminen on noussut esille yritysten toiminnassa enemmän viimeisten vuosikymmenten aikana. Tämä on tullut tärkeämmäksi muun muassa raaka-ainemateriaalien yhä kiihtyvän vähenemisen johdosta, tavoitteesta olla eettinen ja ekologinen yritys, sekä yrityksestä noudattaa hallitusten asettamia hiilijalanjälkitavoitteita. Lisäksi yhä useammat kuluttajat tekevät ostopäätöksensä sen pohjalta, että onko tuote valmistettu eettisesti, sekä ekologisesta lähteestä. Näin ollen pitääkseen kuluttajat kiinnostuneina tuotteistaan, yritysten täytyy ottaa myös nämä asiat huomioon valintoja tehdessään. (Professional academy 2019.)

Kun alustava kartoitus kohdemarkkinoista on tehty, siirrytään markkinapotentiaalin arviointiin. Tässä vaiheessa sekä arvioidaan nykyisten, mutta myös ennustetaan tulevien markkinoiden kokoa. Kokonaisvaltaisella markkinapotentiaalilla tarkoitetaan potentiaalisen myynnin määrää. Kun tämä on tehty, yrityksen tulee selvittää sen myyntipotentiaali, joka on se osa markkinapotentiaalista, joka yrityksen on realistista odottaa saavuttavansa pitkällä aikavälillä. Näiden tekijöiden perusteella yrityksen tulisi valita itselleen kohdemarkkina-alue, jossa olosuhteet ovat sen tavoitteille ja kriteereille suotuisimmat. Tämän jälkeen yrityksen tulee vielä sen valitsemalta alueelta tai alueilta segmentoida sen alueen yksilöt ja yritykset yksityiskohtaisesti. Yrityksen voi olla kannattavaa keskittyä aluksi vain yhteen tai muutama segmenttiin. Mikäli tuote osoittautuu riittävän halutuksi ja innovatiiviseksi, segmenttejä voi laajentaa myöhemminkin. Yrityksen tulisi onnistua määrittelemään potentiaaliset asiakkaat numeerisesti demografisten, maantieteellisten, psyykkisten tai tuotteisiin liittyvien tekijöiden perusteella. Myös potentiaalisten asiakkaiden ostokäyttäytymiseen liittyvät asiat olisi merkityksellistä selvittää. (Vahvaselkä 2009, 69-70.)

## **2.5 SWOT-analyysi**

SWOT-analyysi on nelikenttämalli, jossa kuvataan yrityksen sisäiset vahvuudet ja heikkoudet (Strengths, Weaknesses) sekä ulkoisen ympäristön tarjoamat mahdollisuudet ja uhat (Opportunities, Threats). Jotta SWOT-analyysin tarjoama tieto olisi käyttökelpoista, yrityksen tulee olla ensin tehnyt perusteelliset analyysit itsestään, trendeistä, markkinoista- ja asiakkaista sekä kilpailijoista. Jos SWOT-taulukkoa aletaan täyttämään ilman

näitä analyysejä, vaarana on usein, että itse analyysi jää varsin pintapuoliseksi sekä näkökulmattomaksi. Lisäksi SWOT-analyysiä tehtäessä tulisi aina muistaa, että se laaditaan suhteessa asiakkaihin ja verrattuna kilpailijoihin. Konkreettisuuden ja kriittisyyden korostaminen on oleellista SWOT-analyysia käytettäessä. (Äijö 2008, 123.)

Yritysanalyysin yhteenvedossa yrityksen vahvuuksia ja heikkouksia kartoitetaan asiakkaisiin sekä kilpailijoihin nähden. On myös kannattavaa pohtia, missä asioissa yritys on samalla tasolla kilpailijoihensa kanssa asiakkaitten näkökulmasta katsottuna. Yritysanalyysissa tulisi kartoittaa kaikki yrityksen toimintaan ja kilpailukykyyn vaikuttavat sisäiset tekijät, kuten esimerkiksi henkilöstöresurssit ja markkinointi. Ympäristöanalyysin yhteenvedossa tutkitaan kaikkia yrityksen, sen tuotteiden, asiakkaiden ja kilpailijoiden kannalta oleellisia toimintaympäristön asioita. Tärkeintä on miettiä, millaisia positiivisia (mahdollisuudet) tai negatiivisia (uhat) vaikutuksia ympäristön muutoksilla voi olla yrityksen liiketoiminnalle. On myös hyvä varautua sellaisiin muutoksiin, joiden vaikutus yrityksen näkökannalta on neutraalia, mutta joihin pitää kuitenkin sopeutua. Yleisimpiä toimintaympäristön uhkia ovat muun muassa kilpailun kiristyminen sekä markkinoiden kasvun pysähtyminen. (Äijö 2008, 124-126.)

	Positiiviset asiat	Negatiiviset asiat
Yritysanalyysien yhteenveto	<b>Strengths-Vahvuudet</b>	<b>Weaknesses-Heikkoudet</b>
Ympäristöanalyysien yhteenveto	Opportunities-Mahdollisuudet	Threats-Uhat

Kuvio 2. SWOT-analyysi.

## 2.6 Operaatiomuodon valinta

Kun yritys on valinnut kohdemarkkina-alueen, sen tulee valita itselleen operaatiomuoto ja toimintamalli, jonka avulla se saa suurimman hyödyn kilpailuedustaan pitkällä aikavälillä. Entrystrategialla, eli markkinoillemenostrategialla, tarkoitetaan tapaa, jolla yritys saa tuotteensa ja palvelunsa ulkomaisille markkinoille. Ensivaiheessa yrityksen tulisi miettiä kansainvälisille markkinoille menon yleisiä vaihtoehtoja, niin kutsuttaja kansainvälistymispolkuja. Nämä voidaan luokitella kolmeen eri vaihtoehtoon:



1. Varovaiseen, kustannuksia ja riskejä karttavaan hitaaseen polkuun
2. Nopeaan, riskipitoisempaan ja usein ulkopuolisia resursseja vaativaan polkuun
3. Yhteistyöpolkuun

Ensimmäinen polku tarjoaa hitaan ja käytännöllisen oppimisprosessin, mutta usein se mahdollistaakin vain hitaan kasvun sekä vähäisen tuoton. Joskus taas esimerkiksi teknologiakehitys tai kilpailu- ja markkinatilanne pakottavat yrityksen kansainvälistymään nopeammalla tahdilla sekä laajalla rintamalla. Nämä yritykset ovat usein ns. born global-yrityksiä. Jos taas yritykseltä puuttuu esimerkiksi jokin kansainvälistymisen kannalta olennainen resurssi- tai osaamistekijä, voi yhteistyön avulla olla mahdollista ratkaista kyseinen ongelma. (Vahvaselkä 2009, 71; Äijö 2008, 111.)

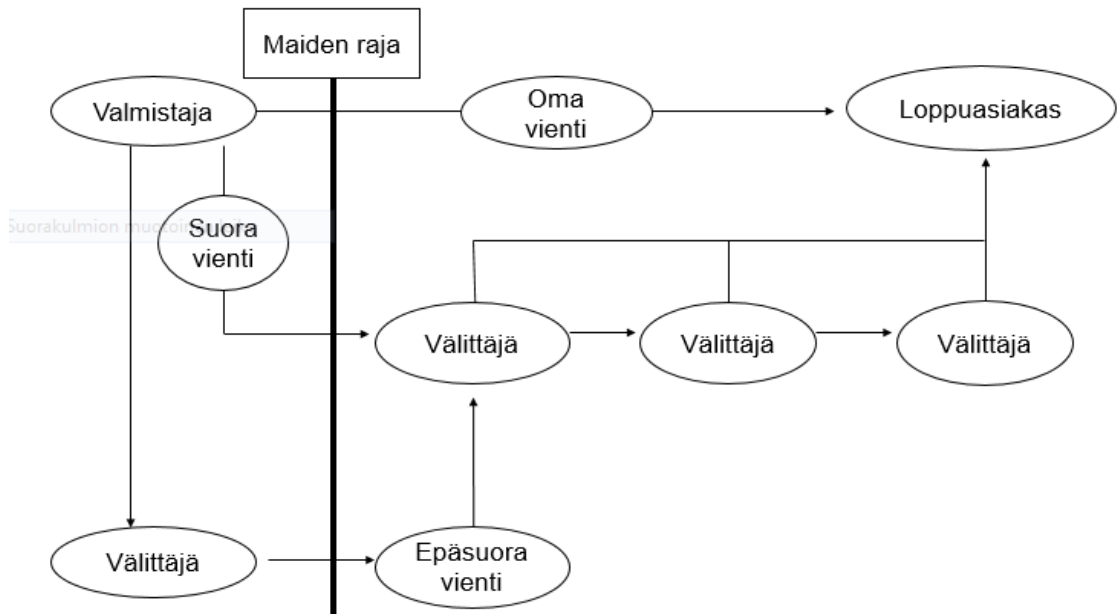
Operaatiomuodon valintaan vaikuttavat tekijät voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin tekijöihin. Sisäisiä yrityskohtaisia tekijöitä ovat muun muassa yrityksen strategia, koko, päämäärät, pitkän tähtäimen tavoitteet sekä rahoitus- ja henkilöstöresurssit. Tärkeimpiä operaatiomuodon valintaan vaikuttavia tuoteominaisuuksia taas esimerkiksi on teknologian taso, ainutlaatuisuuden aste sekä immateriaalioikeudet, kuten patentit. Ulkoisia tekijöitä ovat kotimaan olosuhteet, kohdemarkkinoiden koko, markkinapotentiaali sekä markkinoillepääsyn helppous ja nopeus. (Vahvaselkä 2009, 71-72; Äijö 2008, 113-114.)

Operaatiomuodon valinta käynnistetään tutkimalla yrityksen strategia sekä kansainvälistymiselle asetetut pitkän aikavälin päämäärät. Samaan aikaan tulee myös tarkastella kilpailuedun saavuttamismahdollisuuksia valitulla kohdemarkkina-alueella. Kun tämä on tehty, tulee kartoittaa ne operaatiomuodot, jotka ovat ylipäättään mahdollisia yritykselle ottaen huomioon yrityksen ylivoimaisen asiakashyödyn sekä yrityksen ja tuotteen erityisominaisuudet, sekä miten kilpailuetu niiden avulla saavutetaan. Kartoituksen jälkeen nämä asiat suhteutetaan toisiinsa. Tämän jälkeen on mahdollista verrata eri operaatiomuotoja toisiinsa hyödyntämällä tiettyjä peruskriteerejä, joita ovat muun muassa kustannukset, kokonaistuottopotentiaali/ROI, riskit, helppous sekä kontrollimahdollisuudet. Kriteereiden avulla saadaan koottua jokaisen operaatiomuodon edut ja haitat, sekä tehdään valinta. (Vahvaselkä 2009, 72; Äijö 2008, 113-114.)

Yrityksen sitoutumisen aste sekä valitulle kohdealueelle että operaatiomuotoon vaikuttavat sen toiminnan määrään, läsnäoloon ja näkyvyyteen kyseisillä markkinoilla. On tärkeä muistaa, että myös asiakkaiden on mahdollista arvioida yritystä sen valitseman operaatiomuodon perusteella. Suurempia kustannuksia vaativat operaatiomuodot saavat luotua mielikuvia yrityksestä, joka ottaa kansainvälistymisen tosissaan ja joka on sitoutunut valitsemalleen markkina-alueelle. (Vahvaselkä 2009, 72.)

## 2.7 Vienti operaativaihtoehtona

Vienti on yleisesti ottaen tavallisin kansainvälisen liiketoiminnan harjoittamisen muoto. Varsinkin kansainvälistymisen alkuvaiheessa vienti on etenkin pienille yrityksille helpoin tapa hyödyntää markkinoita. Viennissä tuote valmistetaan kotimaassa, ja sen toimittaminen ulkomaille tapahtuu joko välikäsiä käyttäen, jolloin puhutaan epäsuorasta tai suorasta viennistä, tai se viedään itse, jolloin käytetään termiä oma välitön vienti. Kuviossa 3 esitellään viennin eri vaihtoehtot. (Vahvaselkä 2009, 73; Äijö 2008, 112,187.)



Kuvio 3. Viennin vaihtoehdot (mukaiillen Vahvaselkä 2009, 73.)

Epäsuorassa viennissä yritys hyödyntää kotimarkkinoilla toimivaa väliporrasta, kuten esimerkiksi vientiagenttia, vientiyhtiötä tai useiden eri yritysten perustamaa vientirengasta, joka hoitaa kaikki vientitoimet. Tällöin valmistajan rooli itse viennissä jää hyvin vähäiseksi. Sen vastuulle jää vain tuotteitten valmistaminen ja toimittaminen vientiyhtiölle. Epäsuora vienti aikaansaa useita luonnollisia etuja yritykselle. Vientiedustajan kanssa yrityksen on helppo toimia ja kommunikoida, se hyötyy edustajan kokemuksesta ja resursseista sekä välttää ulkomaisen toiminnan hoitamisen hankaluudet. Täytyy kuitenkin huomioida, että epäsuora vienti aiheuttaa myös monia rajoituksia yritykselle. Epäsuorassa viennissä yritys on kaukana kohdemarkkinoilta. Lisäksi se on varsin kallista, sillä jokainen uusi väliporras nostaa viennin lopullista hintaa. Yritys on täysin edustajastaan riippuvainen, eikä näin ollen saa itse omaa kansainvälistä kokemusta. Lisäksi kontaktit asiakkaisiin ja markkinoihin jäävät vähäisiksi. (Vahvaselkä 2009, 73-74; Äijö 2008, 190.)

Suorassa viennissä yritys järjestää vientitoimenpiteet itse, ja on suoraan yhteydessä kohdemaassa toimivaan väliportaaseen, kuten esimerkiksi maahantuojaan, jälleenmyyjään, tuontiagenttiin tai komissionääriin. Suoran viennin etu on siinä, että yritys saa enemmän suoraa tietoa ja kokemusta ulkomaisista markkinoista ja asiakkaista, sekä jakelukustannukset myös pienenevät. Ulkomainen toimija osaa lisäksi todennäköisesti toimia markkinoilla kotimaista edustajaa paremmin. Suora vienti on kuitenkin epäsuoraa vientiä haasteellisempaa, ja yrityksellä täytyykin olla oma vientiorganisaatio sekä ammattitaitoinen henkilöstö. Tämä vaatii myös suurempaa riskinottoa ja korkeampaa vientituntemusta. (Vahvaselkä 2009, 74; Äijö 2008, 190-191.)

Oma välitön vienti tarkoittaa vientiä, jossa yritys myy itse tuotteensa suoraan ulkomaisille asiakkaille ilman väliportaita kotimaassa tai ulkomailla. Oma välitön vienti on vientimene- telmistä vaativin, mutta tarjoaa toisaalta merkittäviä etuja. Yritys saa tärkeää kokemusta markkinoista ja asiakkaista. Tällöin se pystyy myös reagoimaan mahdollisiin muutoksiin markkinoilla nopeasti, sekä kontrolloimaan markkinointitoimenpiteitä ja olemaan asiakaslähtöinen. Oma välitön vienti kuitenkin aiheuttaa myös suurempia kustannuksia, sillä ulkomaille matkustaminen on välttämätöntä. Lisäksi yritys ei voi tukeutua paikalliset olot tuntevaan edustajaan, vaan sen on osattava toimia oikein itse. Mahdollista vientiyhteistyötä toisten yritysten kanssa on syytä harkita, mikäli yritysten tuotteet ovat samankaltaisia keskenään. (Vahvaselkä 2009, 74; Äijö 2008, 191.)

## **2.8 Muita operaatiovaihtoehtoja**

Viennin lisäksi yrityksellä on useita muitakin tapoja kansainvälistymiseen. Nämä voidaan jakaa sopimusperusteisiin yhteistyömuotoihin (contractual entry modes) ja suoriin ulkomaisiin investointeihin (investment entry modes). Sopimusperusteisia yhteistyömuotoja ovat esimerkiksi kansainvälinen lisensiointi ja franchising, suoraa ulkomaisia investointeja taas on tytäryrityksen perustaminen, yhteisyrityksen perustaminen tai kokonaan oman kansainvälisen tuotantoyksikön perustaminen. Näitä esitellään seuraavaksi lyhyesti. (Vahvaselkä 2009, 72-73.)

Kansainvälinen lisensiointi ja franchising voidaan käsittää saman operaatiomuodon eri versioiksi. Käytännössä näillä toimintatavoilla tarkoitetaan yrityksen tuotteen valmistus- tai myyntioikeuden myyntiä ulkomaille. Tällöin yritys solmii sopimuksen ulkomaisen kumppanin kanssa, jolle se myy korvausta vastaan oikeuden tuottaa ja markkinoida tuotettaan ulkomaisilla markkinoilla. Ero näiden toimintatapojen välillä on siinä, että lisensiointia käytetään, kun kyseessä on fyysinen tuote, franchisingissa taas myynnissä on kokonaisvaltainen, standardoitu liiketoimintakonsepti. Korvausta näissä tapauksissa kutsutaan yleensä

rojaltiksi. Lisensioitaviksi asioiksi suositellaan normaalisti vain patentilla suojattuja fyysisiä tuotteita. Lisenssi rajaa sopimuksen jollekin tietylle alueelle, ja siinä samalla määritellään mitä sopimus kattaa ja mihin hintaan, sekä määrätään esimerkiksi tuotannosta ja tuotantoprosessin laadun varmistamisesta. Lisensiointia kannattaa käyttää silloin, kun yritys haluaa hyödyntää tuote- tai palveluinnovaatiotaan maailmanlaajuisesti, mutta sen omat resurssit eivät tee sitä muutoin mahdolliseksi. Franchisingissa valmistaja myy jakelijalle tai ulkomaiselle valmistajalle oikeuden käyttää nimeään ja tavaramerkkiään sekä valmistus-, markkinointi- ja liikkeenjohto-osaamistaan tuotteidensa valmistuksessa ja myynnissä. Yleensä hyvän maineen ansainnut tuote on suosittu franchisingin kohde. Verrattuna lisensiointiin franchisingissa liikekumppanit ovat tiiviimmässä yhteistyössä keskenään. (Vahvaselkä 2009, 75-76; Äijö 2008, 191-193.)

Ulkomaisen myyntikonttorin perustaminen tarkoittaa pysyvän fyysisen ja juridisen läsnäolon aloittamista ulkomaisilla markkinoilla. Tämä ei kuitenkaan vielä välttämättä merkitse tuotantotoiminnan aloittamista. Ulkomainen myyntikonttori voi olla joko sivu- eli haarakonttori, tai tytäryhtiö. Sivukonttori on juridisesti täysin erottamaton osa emoyhtiötä, vaikka se sijaitseekin jossakin toisessa maassa. Mikäli ulkomainen myyntikonttori taas on perustettu tytäryhtiönä, tämä taas on juridisesti täysin itsenäinen paikallisten lakien mukaan perustettu yhtiö, jonka osakkeet emoyritys omistaa. Yleensä ulkomaisen myyntikonttorin perustaminen on luonnollinen jatke vientitoiminnalle. Myyntikonttorin perustaminen tulee usein aiheelliseksi, kun tietyt volyyymi- ja tuottokynnykset saavutetaan. Tällöin myynnistä saata- vat nettotuotot ovat suuremmat kuin myyntikonttorin aiheuttamat kokonaiskustannukset. (Vahvaselkä 2009, 80-81; Äijö 2008, 196-199.)

Yhteisyrityksellä (joint venture) tarkoitetaan yritystä, jonka omistaa osittain emoyhtiö ja osittain yksi tai useampi paikallinen yksityisyrittäjä, ja jonka strategian määrittelyyn ja johtamiseen ne osallistuvat. Yhteisyrityksen etuina voidaan pitää parempaa neuvotteluvoimaa, suurempia voimavaroja, partnerin kokemusta sekä alhaisempia riskejä. Tämän toimintamuodon suhteellisia haittoja taas on muun muassa jaetut voitot, kontrollivaikkeudet sekä intressiristiriidat. (Vahvaselkä 2009, 81; Äijö 2008, 201-203.)

Oman kansainvälisen tuotantoyksikön perustaminen voidaan sanoa olevan kaikkein vaativin kansainvälistymisen operaatiomuoto. Tämä on usein viennille luonnollinen vaihtoehto tai jatke, kun vienti ei esimerkiksi kaupan esteiden takia ole enää kannattava vaihtoehto. Myös mikäli vienti on kasvanut nopeasti ja ollut menestyksekkästä samalla kun yritys on saanut kokemusta kansainvälisillä markkinoilla toimimisesta, niin oman tuotantoyksikön perustaminen voi tulla kannattavaksi. Tällä tavalla on myös mahdollista saavuttaa huomattavia kustannussäästöjä kilpailun kiristyneessä markkinoilla. Täytyy muistaa, että tämä

operaatiomuoto on kaikista operaatiovaihtoehdoista vaativin, kallein sekä riskialttein, mutta mahdollisesti myös potentiaalisin. Usein oman tuotantoyksikön perustaminen onkin viimeinen vaihe yrityksen kansainvälistymisprosessissa. (Äijö 2008, 209.)

## **2.9 Viennin rahoitus**

Yrityksen kansainvälistyminen merkitsee usein rahoitustarpeen kasvamista. Investointeihin ja valmistukseen sitoutuvan pääoman määrä kasvaa, lisäksi ulkomaankaupassa ostajat vaativat yleensä pitkiä maksuaikoja. Usein kilpailutilanne myös johtaa siihen, että näiden myöntäminen tulee pakolliseksi. Kaikki tämä johtaa siihen, että yritykseen tulevan rahan kierto hidastuu. (Melin 2011, 142.)

Vientiä on mahdollista rahoittaa kaikilla normaaleilla rahoituslähteillä, omalla ja vieraalla pääomalla. Näin ollen vierasta pääomaa on mahdollista hankkia sekä koti- että ulkomaisilta lainanantajilta. Vertailtaessa ja valittaessa eri rahoitusmuotoja yrityksen tulee huomioida lainoihin liittyvät korot ja korkoriski, valuuttakurssiriskit sekä lainanantajan palkkiot ja muut kulut. EU:n yhteisillä rahamarkkinoilla toimiminen on tehnyt luoton ottamisen ulkomaisilta rahalaitoksilta entistä joustavammaksi ja helpommaksi. (Melin 2011, 142.)

Vientiä harjoittava yritys voi oman tilanteensa mukaan harkita sekä euro- että valuuttamääräistä rahoitusta. Mikäli yritys käy kauppaa enimmäkseen EU:n alueella, on tällöin euron määräisten rahoitusvaihtoehtojen hyödyntäminen käytännöllistä. Jos taas vientiä tapahtuu enemmän EU:n ulkopuolelle, kannattaa käyttää valuuttamääräistä rahoitusta. Käyttämällä valuuttamääräistä rahoitusta onnistutaan muun muassa poistamaan kurssiriskejä. (Selin 2004, 51.)

Julkisia kansainvälistymispalveluja Suomessa tuottavaan ns. Team Finland -verkostoon kuuluvat organisaatiot tarjoavat kansainvälistymistä ja kasvua etsiville yrityksille monenlaisia erilaisia rahoituspalveluita. Esimerkiksi Finnvera, Business Finland, Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskukset (ELY-keskukset), Teollisuussijoitus, Finnfund ja Finnpartnership tarjoavat useita eri rahoitusratkaisuja avustuksista lainoihin ja takauksiin. (Team Finland 2019.)

## **2.10 Viennin maksuehdot ja -tavat**

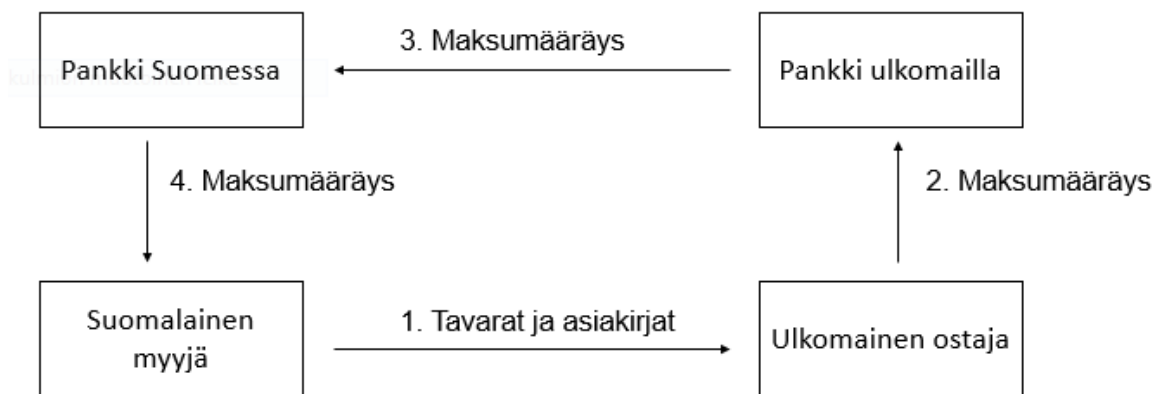
Maksuehdon ja maksutavan valinnassa tulee ottaa huomioon useita eri tekijöitä. Maksuehdoissa määritelläänkin kauppahinnan suorittamiseen liittyvät keskeiset kysymykset. Tärkeitä asioita valittaessa maksuehtoja ovat esimerkiksi maksuvaluutta, maksuaika,

maksutapa, maksupaikka sekä viivästymisseuraamukset. Tulkintaerimielisyyksien välttämiseksi maksuehtojen kirjaamisessa tulisi pyrkiä erityisen selkeään ilmaisuun sekä yksiselitteisyyteen. Myös mikäli kaupan arvo on suuri tai kyseessä on esimerkiksi tilaustuotteet, tulisi maksuehtoihin käyttää erityistä huomiota. Lisäksi ostajan luottokelpoisuuden arvioinnin täytyy kuulua viennin peruskartoituksiin. On myös hyvä pitää mielessä, että maailmanlaajuisesti on löydettävissä monia erilaisia maksukulttuureja. Yleisesti voisi sanoa, että mitä kauemmas Suomesta mennään, sitä pidemmäksi ajaksi ostajan omavaltainen maksuajan venyttäminen saattaa kestää. (Melin 2011, 119.)

Vientiä harjoittavan yrityksen tulisi valita kuhunkin kauppaan parhaiten soveltuva maksutapa jo tarjousmenettelyn yhteydessä. Usein ulkomaankaupassa on riskejä, joita kotimaankaupassa ei ole; maksutavan onnistuneella valinnalla on mahdollista välttää näitä riskejä. Monesti maksutavan valinta voi jopa vaikuttaa ylipäätään koko kaupan syntymiseen. Maksutavan valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa kaupan osapuolten luottamus, kilpailutilanne sekä perinteiset kauppatavat. Seuraavissa kappaleissa käsitellään muutamia yleisimpiä maksutapoja. (Melin 2011, 120.)

Shekki ja maksumääräys ovat maksutavoista yksinkertaisimmat, ja näin ollen vaativatkin luottamusta kauppakumppanien välillä. Erityisesti shekin käyttö nykyaikana on vähentynyt huomattavasti kehittyneempien tiedonsiirtomenetelmien ansiosta. Shekkimenettely sisältää myös useita riskejä: shekki saattaa kadota postissa tai se voidaan varastaa, niiden väärentäminen on myös mahdollista. Usein viejälle shekkimaksun kotiutus on myös melko hidas ja kallis toimenpide. (Melin 2011, 121-123.)

Mikäli ostajan ja myyjän kauppasuhte on jo vakiintunut, maksumääräys voi olla kätevä maksutapavaihtoehto. Sitä onkin mahdollista verrata kotimaiseen tilisiirtoon. Tavarakauppan lisäksi maksumääräystä voidaan käyttää esimerkiksi palkkojen ja eläkkeiden maksuun. Maksumääräyksen hyötyinä voidaan pitää sen edullisuutta sekä nopeutta, sillä maksu välittyy lähes reaaliajassa maksajan pankilta saajan pankille. Se on lisäksi ehdoton ja peruuttamaton maksutapa. Maksumääräyksessä pankin tehtäväksi jää pelkästään rahan välitys. (Melin 2011, 123-125.)

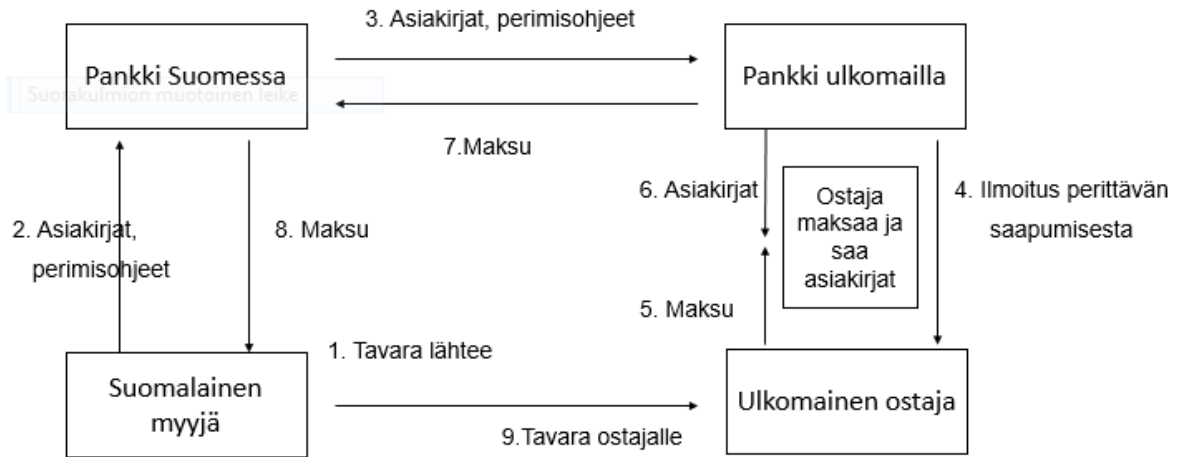


Kuvio 4. Maksumääräyksen vaiheet (Mukaiillen Melin 2011, 124.)

Vientiperittävä, CAD (Cash Against Documents), on perinteinen maksutapa, jossa toimeksiantaja (myyjä) lähettää kaupalliset asiakirjat pankkinsa kautta ostajan pankkiin perittäväksi. Ostajan pankki saa luovuttaa asiakirjat ostajalle ainoastaan maksua tai vekselin hyväksymistä vastaan. Perittäviin kuuluvia asiakirjoja ovat normaalisti lasku, asete ja jokin kuljetusta osoittava asiakirja. Lisäksi jos myyjä haluaa perittävän kautta varmistaa, ettei ostaja saa tavaraa hallintaansa ennen maksua, asiakirjoihin on sisällytettävä tavaran saantiin oikeuttava asiakirja, kuten konossementti. Pankkien tehtäviin kuuluu asiakirjojen luovutuksen ja maksun valvominen, mutta nämä eivät sitoudu maksamiseen. Perittävä soveltuu maksutavaksi, kun ostajan maksukykyä ei tarvitse epäillä, mutta myyjä toivoo vielä lisävarmistusta maksamiseen. Ostajakin saa varmistuksen, ettei maksa laskua ennen kuin näkee asiakirjat, joista selviää, että tavara on lähtenyt. Viejän on kuitenkin varmistettava, että tavaraa ei toimiteta suoraan ostajalle, vaan että se ensin viedään esimerkiksi luotettavan rahdinkuljettajan edustajan varastoon. Täältä se luovutetaan ostajalle vasta, kun perittävän ehdot ovat täyttyneet. (Danske Bank 2019; Melin 2011, 125,127.)

Perittävässä on mahdollista valita kahta eri tyyppiä: D/P, eli Documents Against Payment, tai D/A, eli Documents Against Acceptance. Ensimmäisessä vaihtoehdossa maksu tapahtuu asiakirjoja vastaan. Tämä vaatii ostajan käteissuoritusta pankin ilmoitettua perittäviksi saapuneista asiakirjoista. D/A vaihtoehto tarkoittaa taas asiakirjoja hyväksymistä vastaan. Tällöin myyjä on myöntänyt ostajalle maksuaikaa. Näin ollen ostajan täytyy hyväksyä myyjän asettama vekseli saadakseen haltuunsa perittävän asiakirjat pankista. Myyjän täytyy merkitä vekseliin eräpäivä yksiselitteisesti. Myyjän sekä ostajan tulisi jo kauppasopimuksessa sopia perimiskulujen maksamisesta, joita vaativat sekä myyjän että ostajan pankit. Yleensä kumpikin osapuoli hoitaa oman maan pankkinsa kulut, kuitenkin jos muuta ei ole sovittu, nämä kulut tulevat myyjän vastuulle. Perittävää käytettäessä myyjän riski

on, että myyjä ei saa varmuutta siihen, lunastaako ostaja asiakirjat perivästä pankista. Ostajalle saattaa tulla maksukyvyttömyys tai -haluttomuus, jolloin tavarat jäävät sittenkin viejän vastuulle. Tässä tilanteessa myyjän täytyy löytää tavaralle uusi ostaja, tai huolehdittava omalla kustannuksellaan kuljetuksesta takaisin. (Melin 2011, 126,128.)



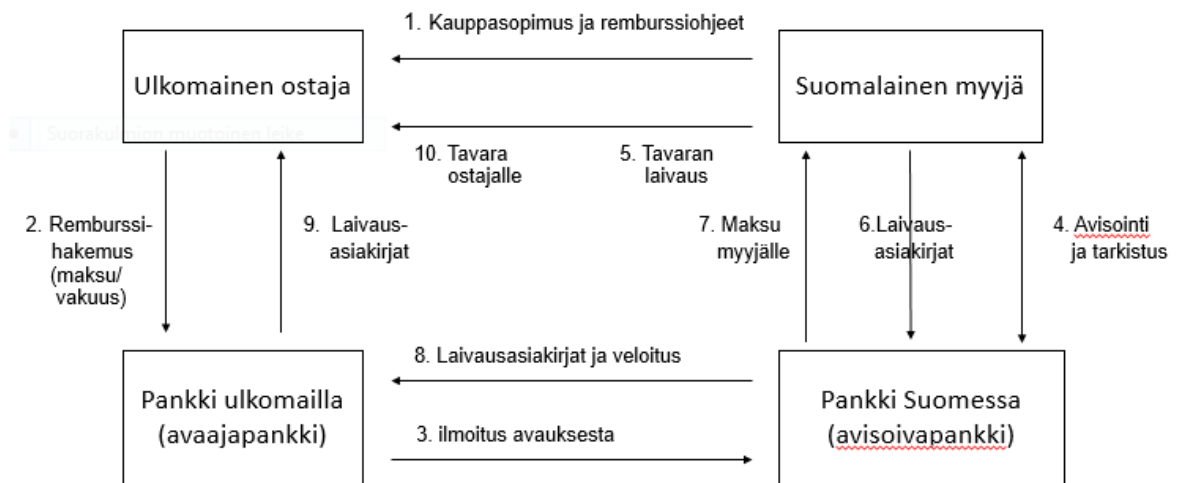
Kuvio 5. Perittävän vaiheet (Mukaillen Melin 2011, 127.)

Remburssi toimii ulkomaankaupan maksuvälineenä, maksutapana ja kassanhallintavälineenä. Se on myös turvallisin maksutapa sekä myyjälle että ostajalle, millä pystyy hyvin pienentämään kaupankäynnin riskejä. Remburssia kannattaa hyödyntää uusien asiakassuhteiden kanssa toimiessa, kun myynnin kohde on jokin erikoisvalmisteinen, tilauksesta tehtävä tuote, tai kun ostajan maan tilanne on esimerkiksi poliittisista tai taloudellisista syistä riskialtis. Remburssikauppa voi toimia myös molempien osapuolien rahoitusmahdollisuutena. (Aktia 2019; Melin 2011, 130, 136-137.)

Normaalisti remburssi valitaan maksutavaksi myyjän vaatimuksesta. Myyjä tahtoo varmistaa rahojensa saannin jo ennen tavarantoimitusta, ostaja ei usein kuitenkaan ole valmis ennakkomaksuun vaan haluaa myöskin varmistuksen siitä, että saa vastineen rahoilleen. Remburssi mahdollistaa kummankin osapuolen vaatimukset. Remburssi tarkoittaa ostajan pankin kirjallista sitoumusta maksaa kauppahinta myyjälle. Tämä sitoumus on peruuttamaton, eikä sitä ole mahdollista muuttaa ilman kummankin osapuolen suostumusta. On hyvä huomioida, että remburssimaksu on kuitenkin ehdollinen: myyjä ei saa maksua ennen kuin remburssin ehdot on täytetty, eli tavara on toimitettu ja tarvittavat asiakirjat on esitetty pankille. Mikäli näitä asiakirjoja ei esitetä remburssin voimassaoloaikana, se eräännyy ja pankin sitoumus lakkaa. Myyjän on tärkeää tarkistaa remburssiavauksen ehdot tarkasti ennen kuin hyväksyy remburssin, koska pelkästään remburssiehtojen mukai-



set asiakirjat varmistavat maksun myyjälle. Pankkien tehtäviin remburssissa kuuluu maksun suorituksen valvominen ja tavarantoimitusta osoittavien asiakirjojen luovuttaminen. Samoin kuin vientiperittävän kohdalla, remburssista aiheutuviin kuluista tulisi sopia myyjän ja ostajan välillä jo sen ehdoista sovittaessa. Yleensä kumpikin osapuoli maksaa oman maansa pankkikulut, mutta mikäli muuta ei sovita, kulut kaatuvat ostajan vastuulle. (Aktia 2019; Melin 2011, 136-137.)



Kuvio 6. Remburssin kulku (Mukaiillen Melin 2011, 133.)

## 2.11 Kuljetusmuodot, niiden valinta sekä huolinta

Ulkomaankauppaa käytäessä yrityksen tulee päättää sopivasta kuljetusmuodosta. Yleisimpiä vaihtoehtoja kuljetusmuodolle ovat auto-, lento-, meri- ja rautatiekuljetukset sekä näiden yhdistelmät. Mikäli kuljetus on erityisen kiireellinen ja tärkeä, yritys voi käyttää kuriiripalveluja, jolloin tavarantoimitus onnistuu vastaanottajalle nopeasti. Pieniin lähetyksiin taas voi olla kannattavaa hyödyntää esimerkiksi postin kuljetuspalveluja. (Vahvaselkä 2009, 286.)

Hyvän suunnittelun merkitys on ensiarvoisen tärkeää tehokkaassa ja kustannusystävällisessä vientiprosessissa. Onnistuneella suunnittelulla on mahdollista saavuttaa suuriakin kustannussäästöjä sekä pienentää esimerkiksi turvallisuusriskejä ja ympäristökustannuksia. Lisäksi hyvin sujuvilla kuljetuksilla yrityksen on mahdollista luoda itsestään mielikuvaa luotettavana ja varmana kauppakumppanina, jonka tavarat saapuvat perille sovittuun paikkaan sovittuna aikana.

Kuljetusmuodon valinnassa painottuvat kuljetuksesta aiheutuvat kustannukset, tuotteen määrä ja mitat, kohdemaata, tuotteen arvo suhteutettuna kuljetuskustannuksiin, tuotteen haajoamis- tai pilaantumisalttius, toimitusaika sekä asiakaspalvelun laatu. On hyvä huomioida, että eri kuljetusmuotojen välillä löytyy samankaltaisuuksia tärkeimpien valintaan ja arviointiin vaikuttavien tekijöiden kohdalla. Esimerkiksi pitävät nouto- ja toimitusajat, nopeat vastaukset asiakkaiden tiedusteluihin sekä kilpailukykyiset hinnat ovat aina oleellisia faktoreita riippumatta kuljetusmuodoista. Kuljetusmuoto tulisi aina valita tapauskohtaisesti, ja kuljetettavan tuotteen tulisi määrätä se. Kuljetusmuotojen ei tarvitse myöskään aina kilpailla keskenään, vaan ne voivat mahdollisesti muodostaa toisiaan täydentävän kuljetusketjun. Kuitenkin usein kuljetusmuodon valinta tehdään kahden kilpailevan tekijän välillä: painotetaanko parempaa hintaa vai parempaa laatua tuottavaa vaihtoehtoa. Eri kuljetusmuotojen edut ja haitat esitetään kootusti taulukossa 1. (Melin 2011, 194-195; Vahvaselkä 2009, 286.)

Autokuljetusten suhteen Suomessa Ruotsi sekä muut Pohjoismaat muodostavat ulkomaankuljetusten käytetyimmän kohdealueen, myös muualle Eurooppaan ja Venäjälle suuntautuviin kuljetuksissa autokuljetus on yleinen vaihtoehto. Suurin autokuljetusten etu on siinä, että niillä pystytään lähes aina toimittamaan kuljetus perille vastaanottajalle asti. Autokuljetusten eduiksi voidaan laskea myös lastauksen ja purkamisen joustavuuden ja tehokkuuden, sekä kuljetusten nopeuden. Lisäksi terminaaliverkosto on varsin tiheä sekä kotimaassa että ulkomailla. Autokuljetukset nousevat kustannuksiltaan kuitenkin varsin kalliiksi: polttoaineen hinnan, palkkakulujen ja arvokkaan kaluston lisäksi ylimääräisiä kustannuksia aiheuttavat esimerkiksi maantieverot sekä tienkäyttömaksut. Joidenkin maiden läpikulussa saattaa tulla ongelmia tiestön suuren käyttöasteen takia, toisissa maissa taas kuljetuksen turvallisuuden takaaminen voi muodostua ongelmaksi. Myös erilaiset paino- ja kokorajoitukset sekä kuljettajien työaika- ja ajokieltomääräykset saattavat aiheuttaa erilaisia haittoja. (Melin 2011, 210,214; Vahvaselkä 2009, 286.)

Lentokuljetusten etuihin kuuluu sen suuri nopeus sekä varmuus, laajat reittiverkostot, luotettavuus ja turvallisuus sekä tyypillisesti harvat uudelleenlastaukset. Huonoja puolia taas on luonnollisesti korkeat rahtikustannukset, maakäsittelyn hitaus sekä koneiden rahtitilojen rajallinen määrä. Lentokuljetusta kannattaa harkita kuljetusmuodoksi tavaroille, mikäli 1) niiden arvo verrattuna painoon on korkea, 2) tavaroiden kunto vaatii säilyvyyden takia nopeaa kuljetusta ja 3) tavaroille, jotka on pakko kuljettaa nopeasti niiden ajankohtaisuuden takia. Huomattava osa Suomesta esimerkiksi Amerikkaan tai Aasiaan kuljetettavasta lentorahdistista lähtee keskieuropalaisilta lentokentiltä, joihin rahti tuodaan Suomesta rekakuljetuksin. (Melin 2011, 218; Vahvaselkä 2009, 287-288.)

Maailmankaupasta ylivoimaisesti suurin osa kulkee merirahtina, ja todennäköisesti tulevaisuudessakin tämä kuljetusmuoto tulee yhä säilyttämään merkityksensä. Merikuljetus soveltuukin erityisen hyvin Suomen vientikuljetuksiin Suomen maantieteellisen sijainnin, laivakuljetusten edullisuuden sekä niiden mahdollistaman suurten määrien samanaikaisen kuljettamisen ansiosta. Merikuljetukset ovat myös energiataloudellisesti edullisia, sekä verrattain vähäpäästöisiä. Merikuljetuksen haittoja ovat puolestaan alttius säänvaihteluille ja suhteellinen hitaus, lisäksi suurista kuljetusmääristä voi aiheutua myös riskejä, esimerkiksi öljytankkerionnettomuudet. (Melin 2011, 209.)

Rautatiekuljetukset tarjoavat luotettavan, turvallisen sekä varsin ympäristöystävällisen kuljetusmahdollisuuden. Niitä käyttämällä voidaan kuljettaa suuria ja raskaitakin tavaramääriä melko suurilla nopeuksilla, suurten tavaramäärien kuljetus kerralla myös laskee kuljetuksen hintaa. Kylmä- tai muihin erikoiskuljetuksiin löytyy yleensä myös hyvin erikoiskalustoa. Toisaalta, rautatiekuljetuksien vastaanotto- tai pääteasemat eivät useinkaan ole maantieteellisesti rahdin lähettäjän tai vastaanottajan lähiympäristössä, lisäksi rautatiekuljetukset ovat aikatauluihin sidottua liikennettä. Eri mailla saattavat olla myös keskenään erilaiset raideleveydet, jolloin kuljetuksen jatkaminen maiden välillä vaatii telinvaihdon, akselivälin muuttamisen sekä mahdollisesti myös siirtokuormauksen. Suomesta rautatiekuljetuksia Venäjälle helpottaa maiden välinen yhtenevä raideleveys, mikä omalta osaltaan mahdollistaa toimivat yhtäjaksoiset rautatiekuljetusyhteydet jopa Kaukoitään asti. (Melin 2011, 217; Vahvaselkä 2009, 286-287.)

Taulukko 1. Eri kuljetusmuotojen edut ja haitat

<b>Kuljetusmuoto</b>	<b>Edut</b>	<b>Haitat</b>
Autokuljetus	Toimitusmahdollisuudet, nopeus, lastauksen ja purun joustavuus, tiheä terminaaliverkosto	Kustannukset, rajoitukset, ruuhkat, turvallisuuden puute
Lentokuljetus	Nopeus, varmuus, luotettavuus, turvallisuus, reittiverkostot	Kustannukset, maakäsittelyn hitaus, rahtitilojen pienuus
Merikuljetus	Edullisuus, suuret määrät, vähäpäästöisyys	Hitaus, altis huonolle säälle
Rautatiekuljetus	Luotettavuus, turvallisuus, ympäristöystävällisyys, suuret määrät	Kuljetuksien vastaanottoasemien sijainti, eri raideleveydet maiden välillä

Mikäli yrityksen oma asiantuntemus tai aika ei riitä vientitoiminnan tai ulkomaankuljetusten hoitoon riittävän korkealla tasolla, on yrityksen mahdollista ulkoistaa koko prosessi tai sen osia huolitsijalle. Huolitsija toimii päämiehensä etujen mukaisesti, mutta kuitenkin omista

nimissään hoitaessaan tavaralähetyksiä ja niihin liittyviä toimenpiteitä. Asiakkaan ja huolitsijan välillä sovittavasta huolintasopimuksesta selviää huolitsijan tehtävien määrä ja laajuus. Huolintaliikkeen perustehtäviin kuuluu muun muassa kansainvälisten kuljetusten järjestäminen ja välittäminen, tavaroiden lastaus ja purku, varastointi, tullaus, Intrastat-tilastointi, tarvittavien asiakirjojen hankkiminen ja laadinta sekä neuvonta kuljetukseen ja jakeeluun liittyvissä kysymyksissä. Huolinta- ja logistiikkapalvelut yhdessä muodostavat taloudellisen kokonaisuuden, jota ei ole kuitenkaan oikeudellisesti yhtenäisesti säännelty. Pohjoismaisen Speditööriin yleisissä määräyksissä (PSYM 2015) määritellään tarkemmin huolitsijan ja toimeksiantajan oikeudet ja velvollisuudet, lisäksi se sisältää määräyksiä huolitsijan vastuusta eri kuljetusoikeuden lakien ja konventioiden mukaan. Suomessa näiden ehtojen käyttö on melko yleistä ja vakiintunutta. (Melin 2011, 232-236; Suomen huolinta- ja logistiikkaliitto ry 2019a; Suomen huolinta- ja logistiikkaliitto ry 2019b.)

## 2.12 Toimituslausekkeet

Toimituslausekkeet ovat kirjain- tai sanayhdistelmiä, joiden avulla sovitaan myyjän ja ostajan kesken eräistä kaupan ehdoista. Tavarakaupassa toimituslausekkeiden avulla on mahdollista sopia tavarantoimitukseen liittyvistä toimenpidevelvoitteista, kuljetus- ja vakuutusolosuhteista sekä vienti- ja tuontitullauksesta, näihin liittyvistä kuluista sekä riskin siirtymisestä. Toimituslausekkeet ovat kansainvälisiä kauppatapoja, joiden sisällöt vaihtelevat, ja joita löytyy lukuisia erilaisia jopa saman maan sisällä. Tämän vuoksi toimituslausekkeita on pyritty yhdenmukaistamaan, jotta mahdollisia tulkintaerimielisyyksiä pystyttäisiin välttämään jo ennakolta. Käytetyimpiä toimituslausekkeita ovat Kansainvälisen kauppakamarin (ICC) Incoterms-toimituslausekkeet. Tällä hetkellä käytössä on Incoterms 2010-toimituslausekkeet, mutta vuodesta 2020 lähtien käyttöön tulevat päivitetty Incoterms 2020-toimitusehdot. (ICC 2019; Melin 2011, 56.)

Toimituslausekkeet määrittävät, miten kaupan osapuolten velvollisuudet jakaantuvat kuljetuksen aikana tavarantoimituksen vienti- tai tuontitapahtumassa. Incoterms 2010 määrittelee esimerkiksi:

1. Tavarantoimitushetken (luovutus/vastaanotto myyjän/ostajan kannalta)
2. Toimitukseen liittyvät toimenpidevelvoitteet (myyjän/ostajan velvoitteet)
3. Toimitukseen liittyvät kustannukset (myyjän/ostajan vastuu eri kuluista) sekä,
4. Vaaranvastuun / riskin siirtyminen (myyjän/ostajan keskinäinen vaaranvastuu)

Huomioitavaa on, että Incoterms 2010 ei kuitenkaan määrittele esimerkiksi tavarantoimituksen hintaa tai maksuehtoa eikä tavarantoimitusoikeuden siirtymistä. Incoterms 2010 täytyy aina sisällyttää osaksi kirjallista kauppasopimusta, tai muutoin kaupan osapuolten välistä kaup-

pasuhdetta. Kauppasopimuksessa määritetään myyjän- ja ostajan keskinäiset sopimusoi-  
keudelliset velvoitteet, kun taas Incotermsin avulla tarkennetaan tavaran toimittamiseen  
liittyviä asioita. Kaupan osapuolten tarpeitten, kauppatavan sekä sovittujen toimitusmene-  
telmien käytön tulisi määrittää parhaiten sopivan toimitusehdon valinnan. (ICC 2019; Melin  
2011, 56.)

Myyjän ja ostajan velvollisuudet on jokaisessa lausekkeessa jaettu kymmeneen artiklaan  
ns. peiliperiaatteen perusteella. Artiklat esitellään taulukossa 2. Rakenteen avulla on  
helppo vertailla kaupan osapuolten velvollisuuksia, kun samat asiat esitetään samassa  
järjestyksessä ja samoin ryhmiteltynä. Jokaisessa lausekkeessa myyjän edellytetään huo-  
lehtivan, että ostaja saa kauppasopimuksessa mainitun tavaran, kauppalaskun sekä tar-  
vittavat asiakirjat. Mikäli osapuolet ovat niin keskenään sopineet, asiakirjat voivat olla  
myös sähköisessä muodossa. Ostajan velvollisuus on maksaa sopimuksen mukainen  
kauppahinta. Molemmat osapuolet velvoitetaan myös antamaan toisilleen turvallisuussel-  
vityksen edellyttämät tiedot. Tulliselvityksen yleensä taas hoitaa se osapuoli, joka kysei-  
sessä maassa toimii, näin ollen myyjä tekee vientiselvityksen ja ostaja hoitaa tuontiselvi-  
tyksen. (Melin 2011; 60.)

Taulukko 2. Myyjän ja ostajan velvollisuudet Incoterms-ehtojen mukaan. (Melin 2011, 60.)

<b>Myyjän velvollisuudet</b>	<b>Ostajan velvollisuudet</b>
1. Myyjän yleiset velvollisuudet	1. Ostajan yleiset velvollisuudet
2. Lisenssit, luvat, turvallisuusselvi- tykset ja muut muodollisuudet	2. Lisenssit, luvat, turvallisuusselvitykset ja muut muodollisuudet
3. Kuljetus- ja vakuutus sopimukset	3. Kuljetus- ja vakuutus sopimukset
4. Toimitus	4. Toimituksen vastaanotto
5. Riskin siirtyminen	5. Riskin siirtyminen
6. Kustannusten jakautuminen	6. Kustannusten jakautuminen
7. Ilmoitus ostajalle	7. Ilmoitus myyjälle
8. Toimitusasiakirja	8. Todiste toimituksesta
9. Tarkastus-pakkaus-merkintä	9. Tavaran tarkastus
10. Avustaminen ja kustannukset tie- donsaannissa	10. Avustaminen ja kustannukset tiedon- saannissa

Kaikkiin kuljetusmuotoihin soveltuvia lausekkeitä on yhteensä seitsemän, ja ne jakaantu-  
vat keskenään E-, F-, C- ja D-ryhmiin. Lisäksi on neljä pelkästään vesikuljetukseen sovel-  
tuvaa lausekettä. Taulukossa 3 on esitetty eri lausekkeet. Näistä esitellään lyhyesti tar-  
kemmin kaikkiin kuljetusmuotoihin soveltuvat lausekkeet seuraavissa kappaleissa.

Taulukko 3. Incoterms 2010 -lausekkeet ja niiden ryhmittely. (Melin 2011, 58.)

<b>Incoterms 2010</b>		
<b>Kaikki kuljetusmuodot</b>		
EXW	Ex Works	Noudettuna lähettäjältä
FCA	Free Carrier	Vapaasti rahdinkuljettajalla
CPT	Carriage Paid To	Kuljetus maksettuna
CIP	Carriage and Insurance Paid To	Kuljetus ja vakuutus maksettuina
DAT	Delivered At Terminal	Toimitettuna terminaalissa
DAP	Delivered At Place	Toimitettuna määräpaikalla
DDP	Delivered Duty Paid	Toimitettuna tullattuna
<b>Vain vesikuljetus</b>		
FAS	Free Alongside Ship	Vapaasti aluksen sivulla
FOB	Free On Board	Vapaasti aluksessa
CFR	Cost and Freight	Kulut ja rahti maksettuna
CIF	Cost, Insurance and Freight	Kulut, vakuutus ja rahti maksettuina

EXW eli noudettuna lähettäjältä. Tässä lausekkeessa myyjä täyttää toimitusvelvollisuutensa, kun hän asettaa tavaran ostajan noutoa varten johonkin tiettyyn paikkaan, esimerkiksi myyjän omiin tiloihin tai varastoon. Lauseke näin ollen minimoi myyjän velvollisuudet. Ostajan vastuulle jää täten kaikki muu: ostajan on huolehdittava siis esimerkiksi kuljetuksesta, sen aiheuttamista kustannuksista sekä riskeistä. EXW-lauseke soveltuu paremmin kotimaan kauppaan, eikä sitä yleisesti käytetä viennissä. (Melin 2011, 61-62.)

FCA eli vapaasti rahdinkuljettajalla. Lausekkeessa myyjä veloitetaan toimittamaan tavara nimettyyn paikkaan ostajan nimeämälle rahdinkuljettajalle vientiselvitettynä. Myyjän tulee myös saattaa kauppalasku sekä muut tarvittavat asiakirjat ostajalle ja osoittaa, että tavara on luovutettu rahdinkuljettajalle. Ostajan velvollisuuksiin kuuluu rahdinkuljettajan nimeäminen ja kuljetussopimuksen tekeminen, rahdin maksu sekä tuontiselvityksen tekeminen. Vastuu siirtyy ostajalle, kun tavara on luovutettu rahdinkuljettajalle. (Melin 2011, 63.)

CPT eli kuljetus maksettuna. Lauseke määrittää, että myyjä tekee kuljetussopimuksen nimeämänsä kuljettajan kanssa ja maksaa rahtikustannukset nimettyyn määräpaikkaan asti. Myyjän täytyy huolehtia myös vientiselvityksestä. Ostajan velvollisuuksiin kuuluu tavaran vastaanotto nimetystä määräpaikasta rahdinkuljettajalta, sekä tuontiselvityksen teko. Riskit siirtyvät ostajalle siinä vaiheessa, kun tavara on luovutettu ensimmäiselle rahdinkuljet-

tajalle. CIP-toimituslauseke on muuten samankaltainen kuin CPT, mutta tässä myyjän tulee lisäksi ottaa ostajan hyväksi vakuutus kuljetuksen ajaksi, sekä maksaa vakuutusmaksu. Ostajan tulee huomioida, että myyjän tarvitsee ottaa vain vähimmäisehtojen mukainen vakuutus, joten jos ostaja kokee tarvitsevansa kuljetukselle lisäsuojaa, tästä on sovittava myyjän kanssa tai ostettava itse lisävakuutus. (Melin 2011, 64-65.)

D-ryhmän lausekkeissa myyjän vastuu on kaikista suurin. DAT, eli toimitettuna terminaalissa lauseke, määrää myyjän tekemään kuljetussopimuksen sekä toimittamaan ja purkamaan tavaran nimetyssä terminaalissa sovittuna ajankohtana. Myyjän tulee vastata riskeistä ja kustannuksista tavaran toimitukseen asti. Tavaran toimituksen jälkeen vastuu siirtyy ostajalle. Ostajan vastuulla on tavaran vastaanotto ja tuontiselvityksen ja sen kustannuksista huolehtiminen. DAP, eli toimitettuna määräpaikalle lausekkeessa, myyjän tulee toimittaa tavara ostajan käytettäväksi tullaamattomana nimettyyn määräpaikkaan tuontimaassa. Ostajan vastuulla on tavaran vastaanotto ja purku, sekä tullimuodollisuudet. Vastuu siirtyy ostajalle, kun tavara on saatettu ostajan käyttöön. DDP, eli toimitettuna tullattuna, vastaa muutoin DAP-lauseketta, mutta tässä myyjän tulee hoitaa myös tuontiselvitys sekä tullimuodollisuudet. Myyjällä on täydellinen kustannus- ja tavaravastuu siihen asti, kunnes ostaja on vastaanottanut ja purkanut tavaran. DDP-lauseke tarkoittaa myyjän maksimivelvollisuuksia. (Melin 2011, 67-70.)

### **2.13 Tullaus ja vakuutukset**

Viennissä EU:n ulkopuolelle viejän tai hänen edustajansa tulee ilmoittaa yhteisön tullialueelta ns. kolmansiin maihin vietäväksi tarkoitetut tavarat asetettavaksi vientimenettelyyn. Näin tulliviranomainen saa määritettyä, mitkä vientisäännökset ja -määräykset kyseistä tavaraa koskevat, ja miten niitä tulee soveltaa. Lisäksi viejän tulee tehdä tullille vienti-ilmoitus. (Melin 2011, 276.)

Suoralla viennillä tarkoitetaan sitä, että tavara poistuu suoraan Suomesta kolmansiin maihin. Tällöin viejä lähettää tullille sähköisen vienti-ilmoituksen. Tätä seuraa tullilta vastauksena joko hyväksymis- tai hylkäämissanoma. Normaalitylanteessa (ilmoitus virheetön ja hyväksytty) hyväksymisanoman jälkeen tulee luovutussanoma, jonka liitteinä on luovutus päätös sekä viennin saateasiakirja EAD (Export Accompanying Document). EAD:n on kuljettava tavaroiden mukana poistumispaikalle asti, jossa se tulee esittää poistumispaikan tullille. Tämä vahvistaa tavaroiden poistumisen maasta suoraan tullin tietojärjestelmään, josta viejä saa automaattisesti poistumisilmoituksen antamisen jälkeen poistumisvahvistetun luovutus päätöksen, jonka kautta viejä voi todistaa viennin arvonlisäverottomuuden verottajalle. (Melin 2011, 276; Tulli 2019.)

Epäsuorassa viennissä vientimenettely alkaa Suomessa, mutta tavara poistuu EU:n alueelta kolmansiin maihin jonkin toisen jäsenvaltion kautta. Tullausmenettely on muuten yhtenevä suoran viennin kanssa siihen asti, kun EAD on esitetty yhdessä tavaroiden kanssa poistumispaikalla. Tämän jälkeen toisessa jäsenmaassa sijaitsevan poistumispaikan tulliviranomainen etsii vienti-ilmoituksen tiedot oman maansa järjestelmään EAD:n avulla, jonka jälkeen tämä vahvistaa tavaroiden poistumisen oman maansa sähköiseen vientijärjestelmään. Suomen tulli saa tästä automaattisesti tiedon vientimenettelyn päättymisestä, jonka jälkeen Suomen tullin tietojärjestelmästä lähtee vienti-ilmoituksen tekijälle sähköisesti poistumisvahvistettu luovutus päätös. Tällä viejä saa osoitettua viennin arvonlisäverottomuuden, kuten suorassa viennissäkin. (Melin 2011, 276-277; Tulli 2019.)

Kuljetusvakuutuksen hankkiminen on paras tapa, mikäli haluaa suojautua taloudellisesti kuljetusvahingoilta. Erilaisia kuljetuksessa tapahtuvia vahinkoja ovat muun muassa tavarankuljetuksen rikkoutuminen, katoaminen, likaantuminen, kastuminen tai jokin muu edellä mainittujen kaltainen vahinko, joka toteutuessaan saa aikaan vastuussa olevalle kaupan osapuolelle taloudellista vahinkoa. Toimituslausekkeet tai kauppasopimus määrittävät, kummalla osapuolella on vastuu kuljetuksen aikana tapahtuvista vahingoista. (Melin 2011, 180.)

Kuljetusvakuutuksia on kahta eri tyyppiä: tavarankuljetusvakuutuksia ja kuljetusvastuuvakuutuksia. Tavarankuljetusvakuutuksessa suojataan kuljetuksen kohteena olevaa tavaraa. Yleensä sen ottaa se kaupan osapuoli, jonka vastuulle toimitustapalausekkeet ovat määränneet riskin tavaravahingoista kuljetuksen aikana. Korvauserusteena toimii tavarankuljetuksen vahingoittuminen kuljetuksen aikana äkillisesti ja ennalta arvaamattomasti. Kuljetusvastuuvakuutuksella taas suojataan rahdinkuljettajan tai esimerkiksi huolitsijan vastuuta kuljetettavakseen tai käsiteltäväkseen ottamastaan tavarasta. Rahdinkuljettajalla on vastuu haltuunsa saamastaan tavarasta. Kuljetusvastuuvakuutus korvaa vahingon, jos kuljettaja tai huolitsija on lain tai sopimuksen perusteella vastuussa tapahtuneesta tavarankuljetuksen vahingoittumisesta. Maailmalla kaikkein yleisimmät ja käytetyimmät vakuutusehdot ovat englantilaiset Institute Cargo Clauses-ehdot, joita käytetään myös Suomen ulkomaankaupassa vientikuljetuksissa, jotka kohdistuvat Skandinavian ulkopuolelle. (Logistiikan maailma 2019a; Melin 2011, 181,183.)

## **2.14 Viennin ja kuljetuksen asiakirjat**

Kansainvälisessä kaupassa tarvitaan useita erilaisia asiakirjoja välittämättä siitä, liikkuuko tavara EU:n yhteisöalueella vai sen ulkopuolella. Kun asiakirjat on laadittu oikein ja huolellisesti, turvataan tavaroiden ja maksujen sujuva liikkuminen. Asiakirjojen pitää sisältää



kaikkien osapuolten tarvitsema tieto, ja tietojen tulee olla tarpeeksi yksiselitteisiä ja helposti löydettävissä. Asiakirjoista löytyy asiakirja-, maa- tai toimialakohtaisia ohjeita. (Melin 2011, 84; Yrittäjät 2018.)

Kansainvälisen kaupan asiakirjat määräytyvät suurelta osin EU:n asettamien määräysten sekä kohdemaan viranomaisten vaatimusten perusteella. Ostaja saattaa myös omalta taholtaan esittää lisävaatimuksia asiakirjoista. Jotkut vientitukea saavat tuoteryhmät, kuten maataloustuotteet, sekä vientivalvottavat tuotteet saattavat edellyttää erityisasiakirjoja ja jotkut myös lupia sekä lisenssejä. Lisäksi kauppasopimuksen ehdot sekä toimitus- ja maksetapa vaikuttavat omalta osaltaan asiakirjoihin sekä siihen, kumpi kaupan osapuoli ne laativat tai hankkii. Myös tuote ja sen mahdollinen luvanvaraisuus, pakkausmääräykset ja se, että onko tuote esimerkiksi väliaikaiseen käyttöön, kuten messuille, menevä tuote, vaikuttavat asiakirjavaatimuksiin. (Melin 2011, 84; Yrittäjät 2018.)

Viejän tulee aina selvittää etukäteen kohdemaan viranomaisten asettamat omat asiakirjavaatimukset, ja otettava huomioon niiden mahdollinen maksullisuus. Maakohtaisista asiakirjoista löytyy tietoa Business Finlandin julkaisemasta Laivauskäsikirjasta. Siihen on koottu yli 190 maan tiedot tuontirajoituksista, vapaakauppasopimuksista, vaadittavista asiakirjoista ja erityistodistuksista, asiakirjojen laillistamisesta, tavaroiden pakkaus- ja merkintämääräyksistä, muista erityisvaatimuksista sekä tavaränäytteiden lähettämisestä. (Business Finland 2019; Yrittäjät 2018.)

Kauppalasku (Commercial Invoice) on myyjän lähettämä selvitys kaupan aikaansaamasta maksuvelvoitteesta ostajalle. Se on ulkomaankaupan perusasiakirja, ja luo perustan monille muille asiakirjoille. Tämän takia sen laadinta tulee tehdä huolella, jottei virheet myöhemmin kertaudu muissa asiakirjoissa. Kauppalasku sisältääkin suuren määrän tietoja tulliviranomaisille, tavarankuljettajalle, huolitsijoille sekä esimerkiksi myyjän edustajalle. Kauppalasku pitää laatia kohdemaan kielellä, tai jollakin kohdemaassa hyväksyttävällä suurella kauppakielellä. Lisäksi siitä tulee tehdä tarvittava määrä kopioita kaupan eri osapuolten käyttöön. Suomen tullilaitos suosittelee, että kauppalaskusta tulee käydä ainakin ilmi myyjän ja ostajan nimi ja kotipaikka, kauppalaskun asettamispäivä, tavarakollien yksilöintitiedot, tavarankuljettajan paljous sekä brutto- ja nettopaino tai erillinen pakkauskilpainen, tavarankuljettajan hintatiedot, hinnanalennukset ja niiden perusteet, toimitusehto, tullitariffinimike, ostajan alv-numero, myyjän alv-numero, alkuperämaa ja määrämaa sekä allekirjoitus (tilanteen mukaan). (Logistiikan maailma 2019b; Melin 2011, 89-90.)

Proformalasku (Proforma Invoice) on sisällöltään samankaltainen kuin kauppalasku, mutta se ei aiheuta maksuvelvoitetta. Proformalasku tulee kyseeseen, jos viejä lähettää veloittamattomia tavaränäytteitä tai messutavaroita, maksuehtona on remburssi, ostaja tarvitsee tuontiluvan tai -lisenssin tai jos tavara toimitetaan osissa tai jälkilähetystenä. (Melin 2011, 92.)

Konossementti (Bill of Lading) on merikuljetuksissa käytettävä asiakirja. Se on asiakirja, joka tarkoittaa oikeutusta tavarahan. Konossementin tarkoituksena on olla rahdinkuljettajan antama tai hänen puolestaan annettu asiakirja, joka on todistus kuljetussopimuksesta, rahdinkuljettajan kuittaus tavarahan vastaanotosta kuljetusta varten, sitoumus tavarahan toimitamisesta määräpaikkaan, sekä sitoumus tavarahan luovutuksesta määräpaikassa ainoastaan sille henkilölle, joka esittää alkuperäisen konossementin. (Logistiikan maailma 2019c.)

Tavarahan kuljetusmuodosta riippuen, tarvitaan eri kuljetusmuodoille eri rahtikirjoja. Autorahtikirjaa, lentorahtikirjaa, merirahtikirjaa sekä rautatierahtikirjaa kutakin koskevat eri määrät, muun muassa tarvittavien kopioiden määrästä alkaen. Yhteistä näillä kaikilla kuitenkin on, että kukin rahtikirja tarvitaan vahvistamaan yrityksen ja kuljetusliikkeen välillä tehdyn kuljetussopimuksen.

### 3 Oppaan teon kuvaus

Tämä opinnäytetyö tehtiin toiminnallisena työnä, ja sen lopputulokseksi muodostui vieniopas, joka löytyy liitteestä 1. Tässä kappaleessa käsitellään tarkemmin oppaan rakennetta, sekä koko opinnäyteprojektin alustavaa ja toteutunutta aikataulua.

Opinnäytetyön idea valikoitui alkukesästä 2018. Opinnäytetyön tekijän varsinainen opinnäyteprosessi oli jo alkanut aiemmin alkuvuodesta, mutta aiheen valinta tuotti hankaluuksia. Kirjoittajan opinnot olivat suuntautuneet kansainväliseen kauppaan ja logistiikkaan, ja lopulta ajatukseksi tulikin pk-yrityksen vienioppaan teko, jossa nämä kaksi asiaa saatiin kätevästi yhdistettyä. Myös kirjoittajan oma mielenkiinto aiheeseen vaikutti sen lopullisessa valintaprosessissa. Oppaan kohdemaana valikoitui vasta myöhemmin kesän aikana. Kiinan valinnasta kohdemaaksi ei ollut mitään sen kummempaa syytä. Valintaan vaikutti lähinnä se, että kirjoittaja halusi kohdemaaksi jonkun valtion, joka ei ollut Suomen lähialueilla, ja Kiina valtavan kasvun ja muutoksen maana tuntui sopivimmalta. Opas rajattiin koskemaan pk-yrityksiä, sillä näillä yrityksillä ei ole välttämättä itsellä tarvittavia resursseja tai tietotaitoa aiheeseen. Mikäli pk-yritys päättää kansainvälistyä, sen lähes aina tulisi siinä myös onnistua, muuten seuraukset voivat olla jopa koko liiketoiminnalle vakavia. Tästä syystä suuryritykset jätettiin oppaasta pois, sillä niillä on toiminnalleen yleisesti ottaen suuremmat mahdollisuudet, sekä korkeampi tieto- ja kokemustaso aiheesta. Opinnäytetyöllä ei ole toimeksiantajaa.

#### 3.1 Oppaan rakenne

Opas liitteessä 1 muodostuu kansilehdestä, sisällysluettelosta, kahdeksasta pääkappaleesta, sekä oppaaseen käytetyistä lähteistä. Pääkappaleissa kuvataan kohdemaana yleisesti, Suomen ja kohdemaana välinen kauppa ja suhteet, kohdemaana liiketoimintaympäristö, kohdemaana toimimisen haasteet, kaupankäynti kohdemaana kansalaisten kanssa, kuljetus ja toimitusehdot, erilaiset asiakirjat sekä kansainvälistymistä tukevat ja rahoitusta tarjoavat organisaatiot. Oppaan perustana ja tukena käytettiin opinnäytetyön raportissa kuvattua teoriapohjaa yrityksen kansainvälistymisestä ja viennin elementeistä. Muina oppaan lähteinä käytettiin olemassa olevaa kirjallisuutta sekä Internet-lähteitä. Käytetyissä Internet-lähteissä on pyritty huomioimaan, että lähde olisi luotettavalta sivustolta, mahdollisimman ajankohtainen, tai jos näin ei ollut, niin että se on edelleen relevantti.

Opas alkaa ensimmäisessä luvussa kohdemaana esittelyllä, jossa kerrotaan kohdemaana yleiset tiedot. Opinnäytetyön teoriaosuudessa kohdemaana valintaan vaikuttavista tekijöistä kerrotaan kappaleessa 2.4. Toisessa luvussa kuvataan Suomen ja Kiinan välistä kauppaa

ja suhteita, sekä sitä, miten ne ovat kehittyneet tähän pisteeseen. Tämän voidaan edelleen katsoa kuuluvan teorian kappaleeseen 2.4, kohtaan jossa käydään läpi kohdemaan alustavaa kartoitusta.

Oppaan kolmannessa luvussa tutustutaan Kiinan liiketoimintaympäristöön PESTE-analyysin keinoin. PESTE-analyysissä kuvataan kohdemaan poliittista, taloudellista, sosiaalista, teknologista sekä ekologista toimintaympäristöä. PESTE-analyysin yleiset käsitteet kuvataan myös teoriaosuuden kappaleessa 2.4. Vientioppaan neljännessä luvussa kerrotaan Kiinassa toimisen haasteista, kuten esimerkiksi korruptiosta sekä kaupan esteistä. Vertailtava kohta teoriaosuudessa tähän lukuun on kappale 2.3, kansainvälistymisen riskit. Oppaan viides luku kuvailee, kuinka kaupankäyntiä Kiinassa kannattaa suorittaa. Luvussa käsitellään guanxin, eli suhteitten ja verkostojen, merkitys, sekä kerrotaan neuvottelutilanteista ja sopimuksista. Luku ei varsinaisesti pohjaa opinnäytetyön teoriaosuuteen, vaan on muodostettu muista kirjallisista ja Internet-lähteistä.

Oppaan kuudennessa luvussa aletaan käsitellä konkreettisia viennin аспектеja, alkaen kuljetuksista ja toimitusehdosta. Luvussa on pyritty antamaan aluksi yleiskatsaus siinä käsiteltävistä asioista, minkä jälkeen on valittu yksi konkreettinen seikka, jota käsitellään tarkemmin. Tähän ratkaisuun päädyttiin siitä syystä, koska kirjoittaja halusi antaa jonkinlaisen esimerkin, kuinka asian voi mahdollisesti hoitaa. Tässä luvussa tarkemmin käsiteltävinä asioina toimi rautatiekuljetukset sekä toimitusehto DAP. Näistä asioista kerrotaan opinnäytetyön teoriaosuudessa kappaleissa 2.11 ja 2.12.

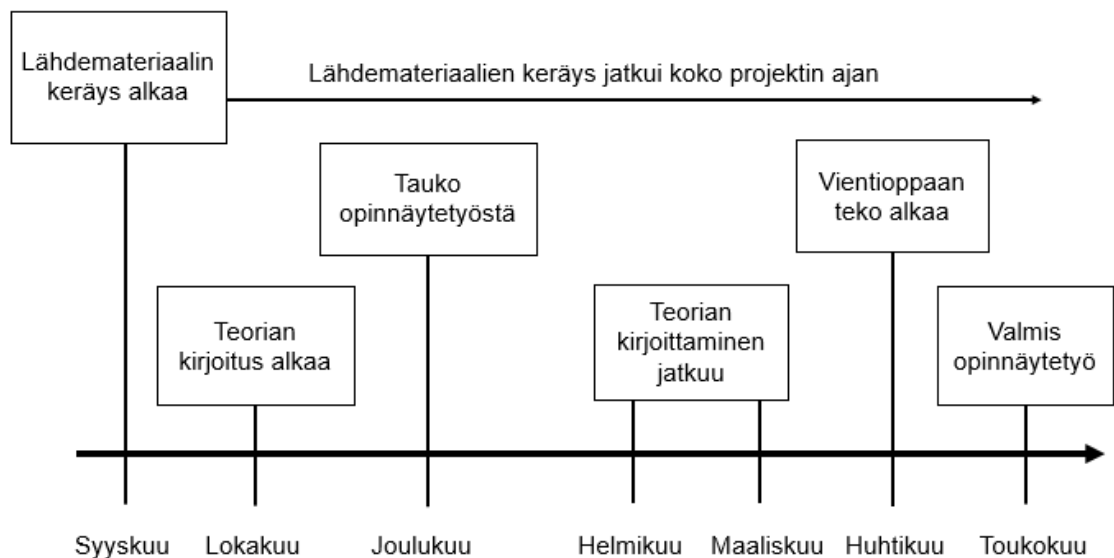
Seitsemännessä luvussa puhutaan eri asiakirjoista mitä yrityksellä tulee olla, jotta sen tuotteet pääsevät Kiinan mantereelle. Muutamista tärkeimmistä asiakirjoista on pyritty antamaan yleiskuva, mitä niistä tulee löytyä. Asiakirjojen tarkempi kuvaus löytyy teoriasta kappaleesta 2.14. Viimeisenä luvussa 8 oppaassa esitellään kansainvälistymistä tukevia ja rahoitusta tarjoavia organisaatioita, joista puhutaan teoriaosuuden kappaleissa 2.9 sekä 2.10.

### **3.2 Oppaan aikataulu**

Saatuaan idean opinnäytetyölle alkukesästä 2018, alkuperäisen aikataulun mukaan kirjoittajan oli tarkoitus kesän aikana töiden ohessa kerätä työhön lähdemateriaaleja, ja aloittaa teorian kirjoittaminen. Teoriaosuuden oli tarkoitus olla valmis syksyn alussa, jonka jälkeen kirjoittaja aloittaisi vientioppaan teon. Syksyn kuluessa kirjoittaja viimeisteli oppaan valmiiksi, jonka jälkeen vuorossa olisi vielä ollut johtopäätösten teko, sekä koko opinnäyte-

työn tarkastelu ja viimeistely. Näin ollen koko työ olisi ollut valmis jossakin vaiheessa marraskuun aikana. Tämä aikataulu ei loppujen lopuksi pitänyt oikeastaan missään vaiheessa.

Tosiasiassa kirjoittaja aloitti lähdemateriaalien keräyksen vasta syyskuun loppupuolella, kun kirjoittajan kesätyöt olivat loppuneet. Tulee huomioida, että lähdemateriaalien etsintä jatkui koko opinnäytetyöprosessin ajan. Kirjoittajalla oli muutamia kursseja syksyllä, mitkä jonkin verran häirtasivat opinnäytetyön kunnollista aloittamista. Tästä syystä teorian kirjoitus alkoikin vasta lokakuun puolenvälin jälkeen. Kun kirjoittajalle kävi selväksi, että opinnäytetyö ei tule joulukuun mennessä valmiiksi, kirjoittaja laitto sen sivuun ja keskittyi niihin kursseihin, mitkä olivat hänellä silloin vielä suorituksessa. Opinnäytetyö oli oikeastaan koskemattomana koko ajanjakson joulukuusta vuoden 2019 helmikuun puoleenväliin asti, joulunpyhien ja kirjoittajan työssäkäynnin vuoksi. Helmi-maaliskuun vaihteessa opinnäytetyön teorian kirjoittaminen jatkui, ja huhtikuun alun jälkeen kirjoittaja alkoi tehdä samaan aikaan myös itse vientiopasta. Huhtikuun lopussa opinnäytetyön teoria tuli valmiiksi, ja toukokuun alussa valmistui vientiopas. Opinnäytetyö tuli valmiiksi toukokuun 2019 alussa. Suurin kirjoitusmäärä opinnäytetyöprosessin aikana tehtiin maaliskuusta toukokuun alkuun, jonka ajallinen kesto oli siis noin reilut kaksi kuukautta.



Kuvio 7. Opinnäytetyön toteutunut aikataulu.

## 4 Pohdinta

Opinnäytetyön lopputuotoksena tehdyn vientioppaan tarkoituksena oli saada aikaan suomalaisille pk-yrityksille helppokäyttöinen opas, joka tarjoaa tietoa Kiinan markkinoista, sekä käytännön neuvoja, joita hyödyntää yrityksen kansainvälistymisprosessin aikana. Tässä kappaleessa keskitytään johtopäätöksiin, sekä tarkastellaan kirjoittajan omaa opinnäytetyöprosessia.

Vientiopas on tehty yleisluontoiseksi ohjekirjaksi, joka ei ole riippuvainen siitä, mitä yritys tekee. Tästä syystä sitä ei ole kohdistettu millekään tietylle toimialalle tai tuotteelle, jotta mahdollisimman moni yritys voisi saada siitä hyötyä. Oppaassa ei myöskään oteta huomioon Kiinan erityishallintoalueisiin kuuluvia Hongkongia ja Macaota, joilla on osittainen autonomia. Tämä on omalta osaltaan myös oppaan tietynlainen heikkous: vaikka se tarjoaa hyvän yleispohjan viennin käynnistykseen Kiinaan, joutuu sinne haluava yritys vielä tarkastelemaan oman toimialansa erityispiirteet. Tästä opinnäytetyöstä löytyvään vientioppaaseen ei pelkästään kannata omia suunnitelmiaan perustaa, ja kansainvälistymistä aloittaa. Vientiopas myös vanhentuu varsin nopeasti. Kiina muuttuu yhä edelleen niin nopeaa tahtia, että opasta pitäisi olla jatkuvasti päivittämässä, jotta se pysyisi ajantasaisena. Myös esimerkiksi Incoterms-toimitusehdot päivitetään ensi vuonna, joten niiden osalta opas ei ole enää pian käyttökelpoinen.

### 4.1 Johtopäätökset

Kiina on yksi Suomen suurimmista kauppakumppaneista, ja hyvä veikkaus on, että sen merkitys tulee yhä kasvamaan. Vaikka Kiinan talouskasvu onkin osoittanut pienoisia hidastumisenmerkkejä, se on yhä suurta, joten mahdollisuuksia kaupankäynnille kyllä löytyy. Kiinassa keskiluokka ja heidän käytettävissään olevan rahan määrä kasvaa vuosittain kohisten, ja korkeaa laatua olevat suomalaistuotteet sopisivat varmasti myös kiinalaisille kuluttajille. Lisäksi Kiinan hallitus on panostamassa ympäristön parantamiseen, joten erityisesti suomalaisilla kestävä kehitys ja ympäristöteknologiaa hyödyntävillä yrityksillä voisi olla markkinarako. Suomella on myös yleisesti ottaen hyvä maine maailmalla, mikä ei voi olla haitaksi.

Haasteitakin kuitenkin riittää. Vaikka Kiina onkin avautunut maana paljon siitä, mitä se joskus on ollut, yhä edelleen suurimmassa osassa tapauksia, mikäli kilpailijoina on kiinalainen ja ulkomaalainen yritys, kiinalainen yritys saa suosintaa osakseen. Ulkomaalaisilta yrityksiltä voidaan myös kieltää joillekin talouden sektoreille pääsy kokonaan. Korruptio Kiinassa on vakava ongelma, eikä myöskään immateriaalioikeuksien kunnioitus ole kaikista

suurinta. Lainsäädäntöä ja sen hahmottamista voisi kuvailla monimutkaiseksi, takautuvien päätösten toimeenpano ei myöskään ole mahdottomuus. Mikäli yrityksellä ei ole jo aiemmin luotuja suhteita ja verkostoja, Kiinan markkinoille pääseminen voi olla lähes mahdotonta. Ja vaikka onnistuisikin saavuttamaan keskusteluyhteyden kiinalaisen kauppakomppanin kanssa, tämän kanssa sopimukseen pääsy voi kestää vielä vuosia.

Kansainvälisessä kaupassa kilpailu on armotonta, eikä Kiina ole lähelläkään helpoiten lähestyttävä markkina-alue. Kiinan markkinat tuottavat kaikenkokoisille ulkomaisille yrityksille haasteita, ja sen sijainti Suomesta maantieteellisesti katsottuna on kaukana. Vaikka oman yrityksen tuote olisikin erinomainen, on hyvin todennäköistä, että Kiinassa kotimaista tuotetta silti suosittaisiin. Näistä ja aiemmin esitetyistä syistä johtuen, on vaikeaa suositella Kiinaa suomalaiselle pk-yritykselle ainakaan ensimmäiseksi kansainvälistymisen kohteeksi, sen tarjoamista mahdollisuuksista huolimatta. Näin ollen voi olla paljon kannattavampaa ottaa ensimmäiseksi kansainvälistymisen kohteeksi joku esimerkiksi Euroopassa lähempänä sijaitseva ja ”helpompi” maa, jonka markkinat ovat samansuuntaiset kuin Suomessakin. Tämän jälkeen, kun olisi jo saatu ulkomailla toimimisesta kokemusta, voisi alkaa miettiä juuri vaikkapa Kiinan markkinoita. Euroopan kentiltä saattaisi olla myös mahdollista löytää yhteistyökumppani, jolla olisi jo aiempia suhteita Kiinaan. Näin sinne ei tarvitsisi lähteä ns. ”tuntemattomana” ja tyhjin käsin.

## **4.2 Opinnäytetyöprosessin tarkastelu**

Kirjoittajan opinnäytetyöprosessi käynnistyi varsinaisesti jo alkuvuodesta 2018, kun kirjoittaja ilmoittautui opinnäytetyöprosessiin, aihe saatiin valikoitua lopulta kesän alussa, ja varsinaiseen opinnäytetyön kirjoittamiseen päästiin myöhemmin syksyllä. Kirjoittaja ei kokenut tutkimustyyppistä opinnäytetyötä niin mielenkiintoisena, joten toiminnallinen opinnäytetyö valikoitui opinnäytetyön tyypiksi. Aiheen valinta muodostui kirjoittajalle yhdeksi opinnäytetyön haastavimmaksi hetkeksi. Lopulta kirjoittajan suuntautumisopinnot autoivat aiheen lopullisessa valinnassa.

Kirjoittajalle muodostui haasteelliseksi opinnäytetyön tekeminen silloin, kun kirjoittajalla oli muitakin asioita samanaikaisesti tehtävänä. Esimerkiksi silloin, kun koulussa oli vielä muita kursseja jäljellä, ne oli helppo laittaa etusijalle. Myöskään, jos kirjoittaja oli ollut töissä, hän ei löytänyt enää energiaa ja kiinnostusta tehdä opinnäytetyötä töiden jälkeisenä aikana iltaisin. Olikin helppo huomata, että sen jälkeen, kun kirjoittajan muut velvoitteet olivat vähentyneet tai loppuneet, opinnäytetyön eteneminen oli huomattavasti parempaa ja tehokkaampaa. Yleensä kirjoittaja teki opinnäytetyötä arkisin noin työpäivän verran, eli yhden päivän aikana suunnilleen kahdeksan tuntia. Joinakin päivinä tosin kirjoittaminen

tuntui takeltelevan, jolloin kirjoittaja teki työtä myös vähemmän aikaa. Viikonloppuisin kirjoittaja harvemmin teki opinnäytetyötä, vaan antoi sen ”hautua”, ja lepäsi.

Kirjoittaja koki toisinaan myös vaikeaksi tarpeeksi ajankohtaisen lähdemateriaalin löytämisen. Kirjoittajan toiveena oli mahdollisimman tuoreen kirjallisuuden hyödyntäminen opinnäytetyössä, mutta joutui lopulta tyytymään jo vähän vanhempiin teoksiin. Internet-lähteissä kirjoittaja pyrki käyttämään mahdollisimman uusia lähteitä, pyrkien samalla lähdekriittisyyteen. Vaikka osa opinnäytetyön teoriaosassa käytetyistä kirjalähteistä olikin jo hie-man ikääntyneitä, uskon kuitenkin, että ne ja käytetyt Internet-lähteet, muodostavat asianmukaisen perustan opinnäytetyön teorialle.

Kaiken kaikkiaan kirjoittaja kokee olevansa tyytyväinen valmiiseen opinnäytetyöhön. Kirjoittaja tuntee oppineensa paljon lisää kansainvälisestä kaupasta ja logistiikasta, ja on positiivinen siitä, että pystyy hyödyntämään oppimiansa asioita myös tulevaisuudessa missä työssä kirjoittaja sitten onkaan. Ainoana varsinaisena negatiivisena puolena prosessin aikana oli sen aikataulun venyminen. Kirjoittaja voikin ottaa tulevaisuudessa itselleen paremman aikatauluissa pysymisen kehityskohteeksi.



## Lähteet

Aktia 2019. Vientiremburssi. Luettavissa: <https://www.aktia.fi/fi/yritysasiakkaat/ulkomaankauppa/vienti/vientiremburssi>. Luettu: 3.4.2019.

Boxberg, K. 2018. Kiinan veto vain kasvaa. Talouselämä, 42, s. 26-28.

Business Finland 2019. Laivauskäsikirja. Luettavissa: <http://www.exportfinland.fi/laivauskasikirja>. Luettu 24.4.2019.

Danske Bank 2019. Vientiperittävä. Luettavissa: <https://www.danskebank.fi/fi-fi/Yritysasiakkaat/Keskisuuri-yritys/Trade-Finance/Viennin-rahoituspalvelut/Pages/Vientiperittava.aspx?tab=1#tabanchor>. Luettu 3.4.2019.

Elinkeinoelämän keskusliitto 2019. Kiina – kauppa ja kaupan esteet kasvavat. Luettavissa: <https://ek.fi/mita-teemme/kauppapolitiikka/kiina/>. Luettu 28.4.2019.

Finnvera 2019. Vientitakuutoiminta. Luettavissa: <https://www.finnvera.fi/vienti/vientitakuutoiminta/vientitakuutoiminta>. Luettu 19.4.2019.

ICC 2019. Toimitusten hallinta. Luettavissa: <https://www.icc.fi/toimitusten-hallinta-icc-incoterms-2010/>. Luettu 13.4.2019

Josek 2018. Kansainvälistyminen osana yrityksen kehittymistä. Luettavissa: <https://www.josek.fi/fi/neuvontapalvelut/kansainv%C3%A4listyminen/kansainv%C3%A4listyminen-osana-yrityksen-kehitt%C3%A4mist%C3%A4/>. Luettu 7.11.2018.

Logistiikan maailma 2019a. Tavarankuljetusvakuutus vai kuljetusvastuuvakuutus. Luettavissa: <http://www.logistiikanmaailma.fi/sopimukset/vakuutukset/>. Luettu 24.4.2019.

Logistiikan maailma 2019b. Kauppalasku. Luettavissa: <http://www.logistiikanmaailma.fi/kauppa-tullaus/ulkomaankaupan-asiakirjoja/kauppalasku/>. Luettu 24.4.2019.

Logistiikan maailma 2019c. Konossementti (Bill of Lading). Luettavissa: <http://www.logistiikanmaailma.fi/kauppa-tullaus/ulkomaankaupan-asiakirjoja/konossementti-bill-of-lading/>. Luettu 24.4.2019.

Melin, K. 2011. Ulkomaankaupan menettelyt. Tammertekniikka / Amk-Kustannus Oy

Pk-yritysbarometri 2019. Pk-yritysbarometri kevät 2019. Suomen yrittäjät, Finnvera oyj, työ- ja elinkeinoministeriö. Luettavissa: [https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/pk\\_barometri\\_kevät2019.pdf](https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/pk_barometri_kevät2019.pdf). Luettu: 25.4.2019.

Professional academy 2019. Marketing theories – Pestel analysis. Luettavissa: <https://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/marketing-theories---pestel-analysis>. Luettu 7.3.2019.

Selin, E. 2004. Vientitoiminnan käsikirja. WS Bookwell Oy. Juva.

Suomen huolinta- ja logistiikkaliitto ry 2019a. Mitä huolinta on. Luettavissa: <http://www.huolintaliitto.fi/tietoa-alasta/mita-huolinta-on.html>. Luettu 18.4.2019.

Suomen huolinta- ja logistiikkaliitto ry 2019b. PSYM 2015/2000. Luettavissa: <http://www.huolintaliitto.fi/tietoa-alasta/vakioehdot/psym-20152000.html>. Luettu 18.4.2019.

Team Finland 2019. Team Finland -verkoston rahoituspalvelut. Luettavissa: <https://www.team-finland.fi/palvelut/rahoituspalvelut/>. Luettu 27.3.2019.

Tilastokeskus 2018. Käsitteet. Luettavissa: [https://www.stat.fi/meta/kas/pk\\_yritys.html](https://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys.html). Luettu 9.11.2018.

Tulli 2018a. Suomen ja Kiinan välinen kauppa. 2018:M23. Helsinki. Luettavissa: <https://tulli.fi/documents/2912305/3331101/Suomen+ja+Kiinan+v%C3%A4linen+kauppa+2018%281-8%29/1b0421bc-7842-4628-e258-83b37b6c69c0/Suomen+ja+Kiinan+v%C3%A4linen+kauppa+2018%281-8%29.pdf?version=1.0>. Luettu 28.4.2019.

Tulli 2018b. Mitä vienti on? Luettavissa: <https://tulli.fi/yritysasiakkaat/vienti/mita-vienti-on->. Luettu 9.11.2018.

Tulli 2019. Ilmoitusprosessi viennissä. Luettavissa: <https://tulli.fi/yritysasiakkaat/vienti/ilmoitusprosessi-viennissa#>. Luettu 24.4.2019.

Vahvaselkä, I. 2009. Kansainvälinen liiketoiminta ja markkinointi. Edita Prima Oy. Helsinki.

Westwood, J. 2012. How to get started in export. Graphicraft limited. Hong Kong.

Yrittäjät 2018. Asiakirjat. Luettavissa: <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/kansainvalistymisen/opas-kansainvalistymiseen/asiakirjat-318745>. Luettu 24.4.2019.

Yrittäjät 2019. Riskit. Luettavissa: <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/kansainvalistymisen/opas-kansainvalistymiseen/riskit-318301>. Luettu 19.4.2019.

Äijö, T, 2008. Kilpailukyky huippukuntoon. WSOYpro. Helsinki

## **Liitteet**

**Liite 1. Vientiopas suomalaisille pk-yrityksille Kiinan markkinoille**

## Vientiopas suomalaisille pk-yrityksille Kiinan markkinoille



Lauri Hämäläinen

## Sisällys

1	Kiina faktoina ja lukuina.....	1
2	Suomen ja Kiinan välinen kauppa ja suhteet.....	2
3	Kiinan liiketoimintaympäristö.....	4
3.1	Poliittinen toimintaympäristö.....	4
3.2	Taloudellinen toimintaympäristö.....	5
3.3	Kulttuurinen toimintaympäristö.....	6
3.4	Teknologinen ja ekologinen toimintaympäristö.....	7
4	Kiinassa toimimisen haasteet.....	8
4.1	Korruptio ja byrokratia.....	8
4.2	Kaupan esteet ja lainsäädäntö.....	9
5	Kaupankäynti kiinalaisten kanssa.....	10
5.1	Guanxi.....	10
5.2	Neuvottelut ja sopimus.....	10
6	Kuljetus ja toimitusehdot.....	12
6.1	Kuljetukset Kiinaan.....	12
6.2	Toimituslausekkeet.....	13
7	Asiakirjat.....	14
7.1	Rahtilista.....	14
7.2	Kauppalasku.....	14
7.3	Pakkalista ja alkuperätodistus.....	15
7.4	Rahtikirjat.....	16
8	Kansainvälistymistä tukevat ja rahoitusta tarjoavat organisaatiot.....	17
8.1	Team Finland.....	17
8.2	Business Finland.....	17
8.3	Finnvera.....	17
8.4	Pankit rahoituksen tarjoajina.....	18
8.5	Suomi-Kiina kauppayhdistys ry.....	18
8.6	Saksalais-suomalainen kauppakamari.....	18
8.7	China IPR SME Helpdesk.....	18
	Lähteet.....	19

# 1 Kiina faktoina ja lukuina

**Pinta-ala:** 9 596 960 neliökilometriä

**Väkiluku:** 1,384 miljardia ihmistä (heinäkuun 2018 arvio)

**Pääkaupunki:** Peking

**Muita tärkeitä kaupunkeja:** Shanghai, Wuhan, Tianjin, Chongqing

**Virallinen kieli:** Mandariinikiina

**Valtiomuoto:** Kansantasavalta

**Tärkeimmät kauppakumppanit:** Yhdysvallat, Hongkong, Japani, Etelä-Korea (vient);  
Etelä-Korea, Japani, Yhdysvallat, Saksa, Australia (tuonti)

**Rahayksikkö:** Renminbi (CNY)

**Valuuttakurssi:** 1 EUR = 7,50 CNY (4/2019)

**Bruttokansantuote:** 23,21 mrd. USD (ostovoimapariteetin mukaan; 2017 arvio)

**BKT per capita:** 16700 USD (ostovoimapariteetin mukaan; 2017 arvio)

**Tärkeimmät vientituotteet:** Sähkö- ja muut koneet, vaatteet, huonekalut, tekstiilit

**Tärkeimmät tuontituotteet:** Sähkö- ja muut koneet, öljy ja muut polttoaineet, optiset ja lääketieteelliset tarvikkeet, malmit, moottoriajoneuvot, soijapavut



## 2 Suomen ja Kiinan välinen kauppa ja suhteet

Suomen ja Kiinan kahdenväliset suhteet ovat hyvällä tasolla, ja Kiina on merkittävä kaupakumppani Suomelle. Suomi oli Ruotsin ja Tanskan kanssa ensimmäisiä länsimaita, jotka tunnustivat Kiinan kansantasavallan sekä solmivat sen kanssa diplomaattisuhteet. Suomi oli lisäksi ensimmäinen kapitalistinen maa, joka solmi kahdenvälisen kauppasopimuksen Kiinan kanssa vuonna 1953. Tänä päivänä Suomen ja Kiinan välistä suhdetta määrittävät EU:n ja Kiinan väliset sopimukset, sekä Kiinan liittyminen vuonna 2001 Maailman kauppajärjestö WTO:n jäseneksi.

Vuoden 2018 tammi-elokuussa Kiina oli Suomen viidenneksi suurin vientimaa Alankomaiden perässä ja Venäjän edellä. Tänä aikana Kiinan osuus koko Suomen viennistä oli 5,5 prosenttia, ja sen arvo oli 2,3 miljardia euroa. Edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon verrattuna Suomen tavaravienti Kiinaan kasvoi viisi prosenttia, mikä oli myös linjassa muiden EU-maiden kehitykseen. Aasian maista Kiina on Suomelle selkeästi tärkein kaupakumppani. Suomalaisinvestoinnit Kiinaan ylittivät reilusti yli 10 miljardia euroa, ja Kiinassa toimii melkein 400 suomalaisyritystä. Huomattava osa näistä yrityksistä sijaitsevat Pekingin ja Shanghaiin sekä Hongkongin ympäristössä.

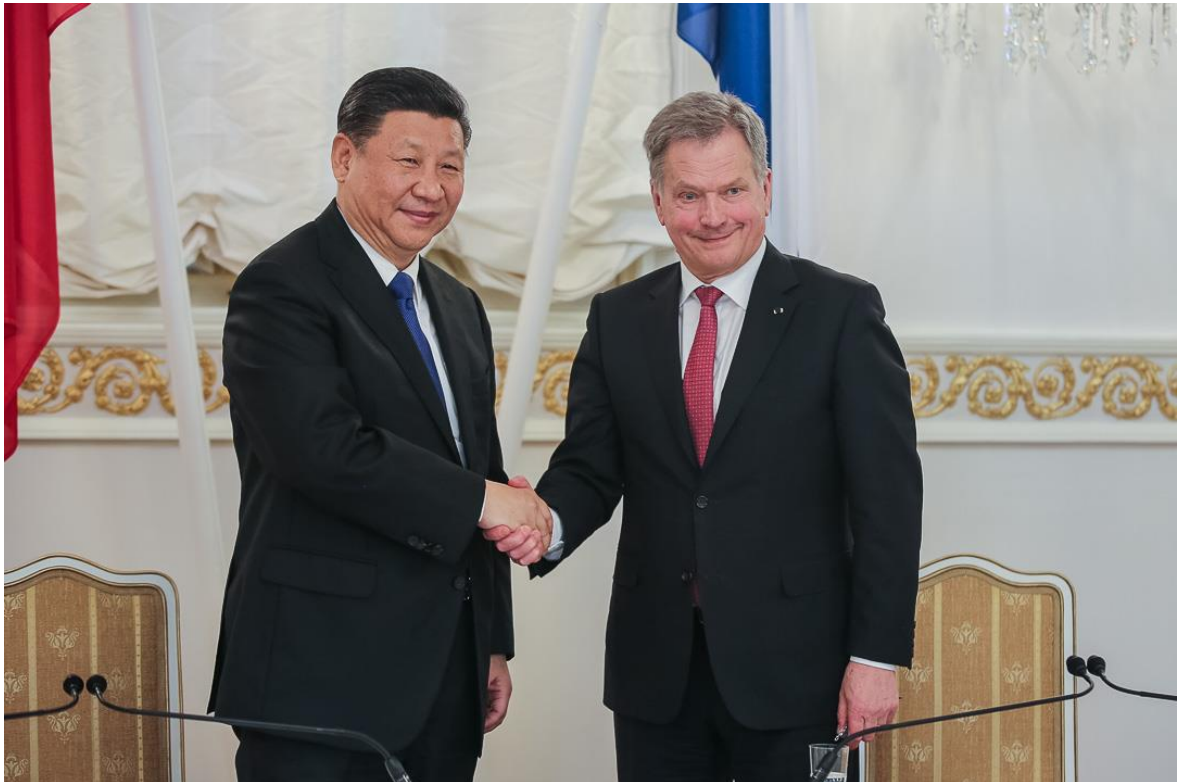
Suomen viennistä Kiinaan metsäteollisuuden tuotteitten osuus oli 36,1 prosenttia vuoden 2018 tammi-elokuussa. Erityisesti sellun vienti kasvoi, puutavaran vienti taas väheni selkeästi edellisestä vuodesta. Määrän perusteella laskettuna koko Suomen paperimassaviennistä jopa kolmasosa kohdistui tuona ajankohtana Kiinaan. Seuraavaksi suurimman osan Suomen viennistä 29,7 prosentin osuudella vei koneet, laitteet ja kuljetusvälineet. Tästä ryhmästä suurin arvon nousu tapahtui paperikoneiden ja niiden osien viennissä, joiden arvo kohosi edellisvuodesta 83 prosenttia. Myös malmien ja metalliromun vienti Kiinaan kasvoi erityisesti nikkelin ansiosta, tämä ryhmä muodosti 9,5 prosenttia viennistä. Tulee kuitenkin huomioida, että vientihintojen nousu johti viennin arvon kasvuun, sillä vientimäärät putosivat edellisen vuoden määrästä. Muita huomattavia vientituoteryhmiä olivat kemianteollisuuden tuotteet sekä metallit ja metallituotteet.

Suomen ja Kiinan väliset suhteet alkoivat lähentymään 1980-luvulla, kun Suomen silloinen ulkoministeri Paavo Väyrynen teki ensimmäisen korkean tason ministerivierailun Kiinaan vuonna 1984. Tästä lähtien ministeritason sekä muiden epävirallisten vierailujen määrä on ollut runsaassa kasvussa. 1980-luvulta alkaen käynnistyi myös suomalaisyritysten etabloituminen Kiinaan, mikä omalta osaltaan vauhditti maiden välisten suhteitten vahvistumista. Merkittävä tapahtuma oli, kun Kiinan presidentti Xi Jinping vieraili Helsingissä keväällä



2017. Tämä oli hänen ensimmäinen vierailunsa Pohjoismaissa, ja vasta toinen Kiinan presidentin vierailu Suomeen ylipäätään. Tapaamisen aikana sovittiin lisäksi Suomen ja Kiinan välisestä yhteistyöjulistuksesta. Lisäksi samoihin aikoihin perustettiin maiden välinen innovatiivisen liiketoiminnan komitea, joka pyrkii etsimään uusia liiketoimintamahdollisuuksia sekä purkamaan kaupan esteitä. Viimeisin presidenttien välinen tapaaminen tapahtui tammikuussa 2019 Kiinassa.

Suomi ja Kiina harjoittavat yhteistyötä useilla erilaisilla sektoreilla. Maat ovat solmineet keskenään sopimuksia, joissa sovitaan muun muassa keskinäisestä toiminnasta talouden, tieteen ja teknologian alalla, oikeudellisesta yhteistyöstä sekä ympäristö- ja energiayhteistyöstä. Lisäksi Suomi ja Kiina harjoittavat laajamittaista yhteistoimintaa koulutus- tutkimus- ja opetuslalla. Esimerkiksi monilla suomalaisilla korkeakouluilla on jo vuosia kestäneitä kumppanuussuhteita kiinalaisyliopistojen kanssa. Myös koulutusviennin kehitys on vahvasti suomalaishkorkeakoulujen agendalla.



### **3 Kiinan liiketoimintaympäristö**

Kiina on kokenut vuosikymmenten saatossa valtavan muutoksen. Kiina on nykypäivänä yksi maailman supervalloista, ja merkittävä poliittinen ja taloudellinen vallankäyttäjä. Aiemmin Kiina tunnettiin lähinnä halvan työvoiman maana, eli ns. Kiina-ilmiöstä, mutta tänä päivänä tulotason kehitys on johtanut siihen, että yritykset hakeutuvat Kiinaan yhä enemmän muista syistä. Kiinassa liikkuu valtava määrä rahaa, ja se houkuttelee yhä uusia ja uusia yrityksiä Kiinan markkinoille.

#### **3.1 Poliittinen toimintaympäristö**

Kiinan tasavalta sai alkunsa vuonna 1912 viimeisen Kiinan keisaridynastian lakkautuksen myötä. Tästä eteenpäin usean vuosikymmenen ajan vallasta taistelivat Kiinan kansallismielinen puolue sekä Kiinan kommunistinen puolue, ainoana keskeytyksenään Kiinan ja Japanin välinen sota, jolloin puolueet tekivät yhteistyötä. Sodan voittamisen jälkeen Kiinassa puhkesi kuitenkin verinen sisällissota, jonka voittajaksi lopulta kohosivat Mao Zedongin johtamat kommunistit, jotka perustivat Kiinan kansantasavallan vuonna 1949. Zedong oli väkivahva hallitsija, jonka suurena tavoitteena oli päästä eroon vanhoista pinttyneistä tavoista, ja luoda Kiinasta todellinen kommunistinen valtio. Zedongin ajamat suuret uudistukset kuitenkin epäonnistuivat erinäisten syiden johdosta, ja Kiina kokikin lähihistoriansa synkimmät ajanjaksonsa. Maon kuoleman jälkeen Kiina alkoi kuitenkin avautumaan ulkomaailmalle, ja vuonna 1978 ulkomaalaisten yritysten investoinnit sallittiin Kiinaan. Vaikka aluksi ulkomaalaisten omistukset olivat tarkoin rajatut, tästä alkoi kehitys, joka johti 2000-luvulla Kiinan nousun yhdeksi maailman suurvalloista.

Kiina on kansantasavalta, jota hallitsee rautaisella otteella kommunistinen puolue. Kiina onkin mielenkiintoinen sekoitus sen omaa sosialistista ideologiaa sekä länsimaista markkinataloutta. Vaikka Kiina taloudelliselta kannalta katsottuna toimii yhä enemmän kuten länsimaiset markkinatalousjärjestelmään kuuluvat maat, keskusjohtoisuus on yhä merkittävää. Kiinan keskushallinto on maan pääkaupungissa Pekingissä, mutta maassa on myös 23 provinssia, 4 itsehallinnollista aluetta, 5 autonomista aluetta sekä 2 erityishallintoaluetta.

Kiinan hallinnon korkein valtioelin on kansankongressi, jonka vaalit pidetään viiden vuoden välein. Kansankongressi nimittää presidentin, ja tämä toimii kansankongressin alaisuudessa. Nykyisenä presidenttinä toimii vuodesta 2013 lähtien vallassa ollut Xi Jinping,

joka on onnistunut keskittämään itselleen huomattavasti enemmän valtaa kuin edeltäjänsä. Kiinassa toimii lisäksi valtioneuvosto, joka on valtionhallinnon korkein toimeenpaneva elin.

Kiinan poliittisen toimintaympäristön suurimpia ongelmia on demokratian heikko edistyminen. Kommunistinen puolue on tiukasti vallassa kiinni, ja aiomukset sen yksinvallan vähentämiseksi estetään ja kritiikin esittäminen sen johtajia kohtaan on tehty vahvan sensuurin johdosta lähes mahdottomaksi. Korruptio on Kiinassa merkittävä ongelma, myös ihmisoikeuksien loukkauksia tapahtuu. Tulevaisuudessa väestön ikääntyminen kehittyi suuremmaksi huolenaiheeksi. Aiempi suuri väestönkasvu saatiin kuriin yhden lapsen politiikalla: tämä johti kuitenkin poikalapsien suosimiseen, jolloin tyttölapsien määrän vähyys poikiin verrattuna nousi ongelmaksi. Tähän reagoitiin lopettamalla yhden lapsen politiikka, ja perheille sallitaan nykyään kaksi lasta. Myös väestön keskittyminen kaupunkeihin tuo mukanaan haasteita, sillä tuloerot kasvavat koko ajan köyhän maaseudun ja rikkaitten kaupunkien välillä.



### 3.2 Taloudellinen toimintaympäristö

Ostovoimapariteetilla mitattuna Kiinasta tuli vuonna 2017 maailman suurin talous, ohittaen kärkipaikkaa pitäneen Yhdysvallat. Vuosina 2013-2017 Kiinan talous olikin yksi maailman nopeimmin kasvaneista talouksista, keskiarvon ollen hiukan yli 7 prosenttia vuosittain. Kiinasta tuli jo vuonna 2010 maailman suurin vientimaa, tulee huomata kuitenkin, että Kiinan

BKT per capita on alle maailman keskiarvon. Kiina saa kiittää suuresta taloudellisesta menestymisestään siirtymistä valtiojohtoisesta suunnitelmataloudesta kohti markkinataloutta. 1970-luvulla käynnistetyt talousreformit ovat saaneet aikaan BKT:n valtaisan kasvun; haasteita kuitenkin yhä riittää alkaen sen suuresta kotimaisesta säästämisasteesta ja vastaavasti matalasta kotimaisesta kotitalouksien kulutuksesta sekä valtion korkeasta velkaantumisasteesta. Lisäksi taloudellinen kehitys on edistynyt nopeammin rannikon provinseissa, kuin sisämaassa.

Sitä, mitä asioita Kiinan taloudellisessa toimintaympäristössä tapahtuu tulevaisuudessa, on haasteellista ennustaa. Tämä johtuu ennen kaikkea siitä, että Kiinassa taloudelliset tilastot ovat usein poliittisesti värittyneitä. Se miten niitä tuotetaan, riippuu paljolti siitä kuka niitä tuottaa ja mistä syystä. Lisäksi Kiinan poliittisilla viranomaisilla, maan taloudellisesta avautumisesta huolimatta, on yhä mahdollisuudet kontrolloida taloutta ja kauppaa, estäen näin vapaan kilpailun toteutumisen. Sääntely on esimerkiksi yksi tällainen keino. Haastetta tuottaa myös se, että vaikka Kiina ei muuten niin paljon muuttuisikaan, sen talous on yhä nopeassa muutoksessa. Vaikka tänä päivänä olisi ennusteittensa kanssa oikeassa, jo lähitulevaisuudessa asiat voivat olla jo täysin toisella tavalla. Edellä mainituista asioista huolimatta, Kiina muodostaa silti yhden houkuttelevimmista markkina-alueista maailmassa. Sen taloudellisesta toimintaympäristöstä voikin vetää kolme johtopäätöstä: Kiinan talous on iso, se tulee kasvamaan yhä isommaksi, mutta se ei kasva enää niin nopeasti kuin aiemmin.

### **3.3 Kulttuurinen toimintaympäristö**

Kiina on maailman väkirikkain maa, ja suuri osa kiinalaisista kuuluu etniseltä ryhmältään Han-kiinalaisiin (91,6%). Kiinan hallitus tunnustaa virallisesti yhteensä 56 eri etnistä ryhmää. Han-kiinalainen kulttuuri on ikivanha, ja sen edustajat ovat äärimmäisen ylpeitä siitä. Myös ne, jotka eivät etniseltä taustaltaan tähän kuuluisikaan, jakavat tämän tunteen. On tärkeää huomioida, että kiinalaiset kokevat kulttuurinsa jatkuvana prosessina: sitä on voitu häiritä, mutta ei koskaan täysin katkaista ulkomaalaisten miehityksilläkään. Jatkuvuuden korostaminen on johtanut siihen, että esimerkiksi taiteessa ja arkkitehtuurissa ei ole tullut huomattavia muutoksia tuhansienkaan vuosien aikana. Kiinalaiset, eritoten mannerkiinalaiset, tapaavat ajatella niin, että kaikki kiinalaiset, jopa ne jotka ovat ulkomailla, kuuluvat yhteen samaan kulttuuriseen perheeseen.

Vaikka edellä korostettiin kulttuurista yhteenkuuluvuutta, ei voi ajatella, että Kiinan kulttuuri olisi täysin yhtenäinen. Alueellisia eroja löytyy kuten kaikkialta muualtakin maailmasta, ei pelkästään eri etnisten ryhmien kesken, vaan myös Han-kulttuurin sisältäkin. Eri

alueet ovat hyvin ylpeitä omasta kulttuuristaan, kuten tunnusomaisesta ruoasta, erilaisesta elämänsenteesta sekä omista alueellisista historioistaan. Eri alueet myös havainnoidaan eri tavoin: nämä havainnot tai stereotyyppit ovat suunnilleen yhtä tarkkoja kuin muutkin mitä maailmalla tapaa, mutta niitä kuitenkin esiintyy. Kiinan johtajat ovat myös hyväksyneet ja jopa tukeneet alueellista moninaisuutta yhä enemmän viime vuosina. Kiinalaisten huolenaiheena kuitenkin yhä tänäkin päivänä on, että mitä enemmän maa ulkomaille avautuu, sen oma kulttuuri saattaisi sekoittua ja korruptoitua uusista ulkomaisista vaikutteista.

### **3.4 Teknologinen ja ekologinen toimintaympäristö**

Kuten useilla muillakin sektoreilla niin myös teknologiselta kannalta katsottuna Kiina on noussut lähelle maailman kärkeä. Kun aiemmin Kiinaa pidettiin enemmän vain nopeana teknologioiden kopioijana, nyt Kiinasta alkaa tulla myös todellisia uusia innovaatioita. Kiina ei ole enää pelkästään perinteisten teknologioiden varassa, vaan nykyään se on yhä useammin myös uudempien, vasta kehitteillä olevien teknologioiden huipputekijöitä. Tällaisia tieteenaloja ovat esimerkiksi robotiikka sekä avaruusteknologia. Kiinan teknologinen sektori onkin lähestymässä pistettä, jossa sillä on tarvittava määrä kokemusta, lahjakkuutta sekä taloudellista voimaa, jotta se voi tulevaisuudessa uudelleen muovata globaalin teknologiateollisuuden valtajärjestyksen. Haasteena kuitenkin on, että vaikka Kiina onkin kehittänyt teknologisella sektorilla valtavasti, se maksaa yhä immateriaalioikeuksista huomasti enemmän muulle maailmalle, kuin mitä se saa sieltä takaisin.

Kiinan ekologinen toimintaympäristö on haasteellisessa tilassa. Maan yleinen kehitys on ollut äärimmäisen nopeaa, mutta ympäristö ei ole tässä pysynyt perässä. Usein ympäristöstä ei ole myöskään kovinkaan paljoa välitetty. Tämän johdosta Kiinan nykyiset ympäristöongelmat ovatkin erittäin vakavia. Kiina tuottaa tänä päivänä enemmän hiilidioksidipäästöjä kuin Yhdysvallat, lisäksi useat kaupungit ovat sankan savusumun peitossa. Myös maaperä ja vesi on saastunutta monin paikoin Kiinassa. Valtaa pitävä kommunistinen puolue onkin ottanut ympäristön tilan kohentamisen sen yhdeksi päätavoitteista. Tämän takia kestävä kehityksen teknologiat ja uusiutuvien luonnonvarojen tehokkaampi hyödyntäminen voivat luoda houkuttelevia liiketoimintamahdollisuuksia Kiinan markkinoille pyrkiville yrityksille.

## 4 Kiinassa toimimisen haasteet

Vaikka Kiinan markkinat tarjoavat monia mahdollisuuksia, ovat ne myös täysin erilaiset, kuin mihin suomalaiset yritykset ovat kotimaassa tottuneet. Yritysten tuleekin valmistautua huolella etukäteen jo ennen Kiinaan menoa, mutta olla myös koko ajan valmiita nopeisiin ja yllättäviin muutoksiin.

### 4.1 Korruptio ja byrokrazia

Korruptio voidaan määritellä, että se on julkisen vallan väärinkäyttöä, jotta saataisiin yksityistä hyötyä. Korruptio on ollut Kiinassa historiallisesti ajateltuna osa päivittäistä elämää, ja sen jäljet voidaan johtaa jopa tuhansien vuosien päähän. Yhä nykypäivään asti, korrelaatioissa markkinareformien kanssa, korruptio on kasvanut viimeisen kolmen vuosikymmenen ajan. Tämän on ajateltu johtuvan kahdesta faktorista: viranomaisille esiin nouseesta mahdollisuudesta sekä henkilökohtaisen hyödyn saamisen motivaatiosta. Lisäksi nopea talouskasvu on hyödyttänyt paljon enemmän yksityisyrittäjiä kuin valtion viranomaisia, mikä omalta osaltaan on aiheuttanut jälkimmäisissä ärtymystä. Yleisimmät korruption muodot ovat erilaiset lahjukset, kuten raha tai esineet.

Transparency International on globaali järjestö, joka tutkii korruptiota. Se tuottaa vuosittain indeksin, jossa 180 maata sijoitetaan niiden julkisella sektorilla tapahtuvan korruption mukaan järjestykseen. Indeksissä toteuttavat ammattilaiset ja liikemiehet, ja siinä asteikolla 0-100 0 tarkoittaa erittäin korruptoitunutta, ja 100 hyvin vähän korruptoitunutta. Vuoden 2018 indeksissä Kiina oli sijalla 87, ja sillä oli pisteitä 39. Tämä tarkoittaa, että Kiinassa esiintyy yhä huomattavan paljon korruptiota. Suomi sijoittui indeksissä maailman kolmanneksi vähiten korruptoituneeksi maaksi, joten maitten välillä on huomattava ero, joka yritysten tulee muistaa lähtiessään Kiinan markkinoille. Noustuaan valtaan Kiinan presidentti Xi Jinping aloitti aggressiivisen korruption vastaisen kampanjan, mikä onkin johtanut lukuisiin pidätyksiin. Kampanjan teho ja tarkoitus on kuitenkin myös kyseenalaistettu, ja kuten indeksistä voidaan todeta, Kiinan saamisessa korruptiovapaaksi on yhä erittäin paljon tehtävää.

Toimiessaan Kiinassa suomalaisyritysten tulee myös varautua siihen, että ne tulevat kohtaamaan byrokraziaa todennäköisesti ennemmin kuin myöhemmin. Usein mikäli johonkin asiaan halutaan saada ratkaisu, joudutaan konsultoimaan useita eri viranomaislähteitä. Päätöksissä pyritään konsensusukseen, ja päätöksentekoprosessi alkaa yleensä työntekijän raportoinnilla, joka lähetetään hänen esimiehilleen. Tämän myötä käydään merkittävää konsultaatiota hierarkian ylä- ja alatasoilla sekä eri osastoilla ja jopa ministeriöissä, ennen

kuin päätös saadaan lopulta tehdyksi. Vaikka joka osastolla ja ministeriöllä onkin omat vastualueensa, usein nämä myös voivat limittyä toistensa kanssa, mikä omalta osaltaan aiheuttaa helposti sekaannusta ja ajallista kestoa.

## **4.2 Kaupan esteet ja lainsäädäntö**

Kiina on yritykselle toimintaympäristönä haasteellinen. Yritykset voivat kohdata hankaluuksia toimiessaan sekä maan rajoilla että markkinoilla. Vaikka Kiina on nykyään Maailman kauppajärjestö WTO:n jäsen, jolloin sen tulisi noudattaa vapaan kaupan periaatteita, valtion suuri vaikutus näkyy yhä esimerkiksi valtionyhtiöiden kautta. Näille saatetaan myöntää edullista rahoitusta ja verohelpotuksia, vaikka WTO:n säännöt nämä kieltäisivätkin. Tämä johtaa siihen, että ulkomaalaisia yrityksiä ei kohdella samalla tavalla kuin kiinalaisia vastapelureitaan. Lisäksi useat talouden haarat saattavat olla kokonaan suljettuja ulkomaisilta yrityksiltä. Ja vaikka lopuksi pääsisikin markkinoille, ulkomaisilta investoijilta voidaan vaatia edistynyttäkin teknologiansiirtoa paikallisten tutkimuslaitosten ja toimijoiden hyödynnettäväksi. WTO:n sääntöjen kiertäminen ja noudattamatta jättäminen on ollut yksi suurimmista ongelmista Kiinan ja muiden johtavien talousmahtien väleissä.

WTO:hon liittyminen ei ole myöskään ratkaissut immateriaalioikeuksiin liittyviä ongelmia. Kiinassa tuotteitten kopiointi on yhä edelleen varsin yleistä, eikä teollis- ja tekijänoikeuksien puolustaminen toimi toivotulla tavalla. Vaikka Kiinan lainsäädäntö on muuttunut tässä asiassa paremmaksi viime vuosina, lakien valvonnassa on yhä usein haasteita. Yritysten kannattaa lisäksi huomioida, että vaikka yrityksen tuotteille olisi kansainvälisesti hyväksytty laatusertifikaatti, tämä ei välttämättä kuitenkaan riitä. Usein Kiinassa vaaditaan tuotteille paikallista, esimerkiksi China Compulsory Certification CCC sertifikaattia, ennen kuin tuotteilla on pääsy Kiinan markkinoille.

Muita haasteita yrityksille tuottaa paikallinen lainsäädäntö ja sääntely. Ulkomailta tuleva yritys usein kokee paikallisessa juridisessa ympäristössä toimimisen haasteelliseksi. Lainsäädäntöä ja sääntelyä voisi kuvailla ulkopuoliselle toimijalle vaikeaksi ymmärtää, monimutkaiseksi sekä epäjohdonmukaiseksi. Joskus yhdestä asiasta jätetään rankaisematta, seuraavana päivänä asia voi olla toisin. Paikalliset viranomaiset voivat tulkita lakia omalla tavallaan, mikä omalta osaltaan edistää korruptiota. Ei ole myöskään epätavallista, että säännöksiä saatetaan määrätä takautuvasti.

## 5 Kaupankäynti kiinalaisten kanssa

Suomen ja Kiinan kulttuuri eroaa toisistaan, joten kotiläksyjen teko ennen kaupankäynnin aloittamista kannattaa. Kuten yritysikin tekee taustatutkimusta ennen kuin päättää markkinoille menosta, tulisi myös kiinalaisista ja kiinalaisesta kulttuurista olla jonkin verran etukäteistietoa. Eri maissa eri eleet ja teot voivat tarkoittaa jotain muuta kuin omassa maassa, ja väärät teot saattavat pahimmassa tapauksessa estää kaupan syntymisen. Kiinalaiset isännät esimerkiksi toivovat (vaikka eivät välttämättä odota sitä), että vierailijalla olisi ainakin jonkinlainen tuntemus Kiinasta maana, sen kulttuurista ja etiketistä sekä kaupankäyntitavoista. Muun muassa pienikin kielitaidon osoitus tuo mukanaan positiivisen vaikutelman, ja luo paremmat lähtökohdat kanssakäymiselle. Tulee kuitenkin muistaa, että vaikka olisi-kin jo kokenut toimija Kiinan markkinoilla, pitää aina olla valmiina yllätyksiin ja vakiintuneet kaavat hajottaviin poikkeuksiin.

### 5.1 Guanxi

Guanxi, eli suhteet ja verkostoituminen, on merkittävä osa kiinalaista liike-elämää. Guanxilla on tuhatvuotiset perinteet, ja ulkomaalaiselle guanxin konseptin ymmärtäminen ja hyödyntäminen tuottaakin haasteita. Vaikka Kiina on myös länsimaalaistunut sen markkinoiden avautumisen myötä, guanxin merkitys on yhä voimissaan.

Aiemmin aikana, jolloin kiinalaiset lait ja säädökset eivät tarjonneet riittävää johdonmukaisuutta ja suojaa, henkilökohtaisten suhteitten merkitys kaupankäynnissä kasvoi. Luottamuksen merkitys korostui, ja mikäli henkilöllä oli oikeat verkostot, asioita saatiin eteenpäin. Kasvojen merkitys ja niiden suhde guanxiin on hyvä ymmärtää. Kasvot voidaan säilyttää, antaa ja menettää. Esimerkiksi kumppanin kasvojen säilyttäminen jokaisessa tilanteessa vahvistaa omaa guanxia. Kasvojen menetyksen pelko ja heikko guanxi voikin olla syy, miksi kiinalainen osapuoli ei lähde kauppasuhteeseen. Guanxin kehittymiseen menee aikaa, ja mikäli verkosto on saatu onnistuneesti luotua, sen rikkominen on hankalaa. Vanhojakin verkostoja on suositeltavaa pitää yllä, sillä mitä laajemmat verkostosi on, sitä paremmin pystyt toimimaan Kiinassa. Tulee kuitenkin muistaa, että mikäli vastaanotat guanxin nimissä palveluksen, voit olla lähes varma, että sinulta odotetaan myöhemmin vastapalvelusta.

### 5.2 Neuvottelut ja sopimus

Neuvotteluihin valmistautuminen tulee tehdä huolellisesti. Se kannattaa aloittaa siitä, että oma käyntikortti, ja jopa oma nimi on käännetty kiinaksi, johon on myös suositeltua käyttää aikaa. Muuten neuvotteluun valmistautuessa tulisi selvittää, ketkä neuvottelussa ovat



todelliset päätöksentekijät, kuka päättää rahoista ja budjetista, sekä kuka tekee lopullisen ostopäätöksen. Keskenään neuvottelevien henkilöiden tulisi olla samanarvoisia asemaltaan, jotta heidän päätösvaltansakin olisi yhtenevä. Etukäteismateriaalit tulisi myös lähettää vastapuolelle tarpeeksi ajoissa perehtymistä varten, etenkin jos ne ovat pelkästään englanniksi. Ideaalitalanne on, että materiaalit toimitetaan myös kiinaksi, tällöin käännökseen laatuun kuten oman nimenkin kohdalla täytyy kiinnittää erityistä huomiota. Kiinalaiset mielellään neuvottelevat liian pitkään kuin liian vähän aikaa, joten neuvottelun jakaminen osiin voi olla myös hyödyllistä. Ajankäyttö onkin yksi kiinalaisten neuvottelutaktiikoista, ja neuvottelut saattavatkin kestää yhteensä jopa yli vuoden, ennen kuin sopimukseen päästään. Tässä palataan taas guanxiin: kauppakumppanin kanssa halutaan saada luottamus.

Neuvottelut Kiinassa ovat samaan aikaan muodollisia, että henkilökohtaisia. Small talkin käyttö on odotettua sekä ennen neuvotteluja että niiden jälkeen. Tähänkin kannattaa panostaa, sillä kiinalaiset kuten monet muutkin aloittavat liikesuhteen sellaisten kanssa, joista he pitävät. Tulkin käyttö voi toisinaan olla yritykselle jopa etu neuvotteluissa, etenkin jos hän on oman yrityksen palveluksessa.

Ulkomaalaiset tekevät usein sen virheen, että luulevat sopimuksen syntyneeksi, vaikka näin ei ole vielä tapahtunut. Neuvottelukumppanit ovat saattaneet löytää keskenään yhteisymmärryksen, mutta se on vasta alkua varsinaisille sopimusneuvotteluille. Kiinalaiset tekevätkin yleisesti ns. aiesopimuksia, jotka ainoastaan todistavat kauppakumppanien keskinäiset intressit, ja valmiuden aloittaa varsinaiset neuvottelut. Lopulta kun varsinaista sopimusta tehdään, siinä on tapana käyttää juristeja apuna. Sopimus tulee aina tehdä kirjallisesti, sillä Kiinan laki ei tunne suullista sopimusta. On hyvä valmistautua siihen, että sopimusta voidaan haluta muuttaa jo nopeasti allekirjoituksen jälkeenkin.



## 6 Kuljetus ja toimitusehdot

Vientiä Kiinaan suunnittelevien yritysten tulee valita tuotteilleen parhaiten soveltuva kuljetusmuoto sekä toimitusehto. Kuljetusmuodon valinnassa mahdollisesti tärkein yksittäinen seikka on, kuinka nopeasti rahdin täytyy olla kohdemaassa. Eri kuljetusmuodot tarjoavat eri ajallisen keston, mutta tulee muistaa, että mitä nopeammin yritys haluaa tuotteittensa olevan perillä, sitä enemmän se tulee myös maksamaan. Kuljetusmuoto tulisi lisäksi valita aina tapauskohtaisesti: toisille tuotteille sopii paremmin yksi kuljetusmuoto, joillekin muille joku toinen.

### 6.1 Kuljetukset Kiinaan

Kuljetusmuotoa Kiinaan valittaessa yrityksen tulee muistaa Suomen ja Kiinan välinen etäisyys. Ellei ole valmis maksamaan kallista hintaa lentorahdista ja sen nopeudesta, kuljetuksen kestoksi tulee vähintäänkin kaksi viikkoa. Mikäli lähetyksen koko on pieni, tällöin lentorahti on kuitenkin todennäköisesti järkevin vaihtoehto. Rautatiekuljetuksen ja merikuljetuksen välillä kilpailevat tekijät ovat hinta ja kesto. Rautatiekuljetusta käytettäessä matkaan kuluu kahdesta kolmeen viikkoa, merikuljetuksessa aikaa kuluu yli puolet enemmän, jopa 6-7 viikkoa. Merikuljetus on kuitenkin näistä kahdesta jonkin verran halvempi vaihtoehto.

Suomen ja Kiinan välillä kuljetusmahdollisuudet rautateitse ovat parantuneet huomattavasti viime vuosien aikana. Esimerkiksi syksystä 2017 asti Kouvolan ja Kiinan Xi'anin välillä on liikennöinyt konttijuna, jonka kuljetusaika maitten välillä on vain 14 päivää. Myös Nurminen Logistics sekä Varova tarjoavat rahdinkuljetusta Kiinaan noin viikkoa pidemmällä kestolla matka-ajassa. Näiltä yrityksiltä on myös tarpeen mukaan mahdollista saada apua esimerkiksi huolinnassa, varastoinnissa ja pakkauksessa. Rautatiekuljetus voi soveltaa erityisesti yritykselle, jonka tuotteet täyttävät näitä kriteerejä:

1. Tuotteet ovat arvokkaita
2. Tuotteet hyötyvät nopeasta kuljetuksesta
3. Tuotteiden pitää saapua täsmällisesti
4. Yritys haluaa säännöllisen kuljetusyhteyden ja sovitun kuljetuskiintiön
5. Yrityksen kohdemarkkina on Kiinan sisämaassa
6. Tuotteet eivät sovellu merikuljetukseen



## 6.2 Toimituslausekkeet

Toimituslausekkeet ovat kirjainyhdistelmiä, jotka määrittelevät tavaran toimitukseen kuuluvien velvollisuuksien jakautumisen kauppakumppanien välillä. Toimituslausekkeiden avulla sovitaan tavaran toimitushetki, toimitukseen liittyvät toimenpidevelvoitteet, toimitukseen liittyvät kustannukset sekä riskin siirtyminen. Maailmalla yleisimmät toimituslausekkeet ovat Kansainvälisen kauppakamarin (ICC) Incoterms 2010-toimituslausekkeet. Tämä toimituslausekekokoelma päivitetään vuonna 2020. Valittu toimituslauseke tulee sisällyttää aina osaksi kauppasopimusta.

Mikäli yrityksen tuotteitten lopullinen päätepiste sijaitsee paikassa, johon tarvitaan vielä kohdemaan sisäistä kuljetusta, kannattaa käyttää toimitusehtoa, jota voi myös hyödyntää yhdistetyissä kuljetuksissa. Myyjäyritys voi lisäksi omaa toimintaansa helpottaakseen ehdottaa toimitusehtoa, jossa ostaja hoitaa tarvittavat tullimuodollisuudet kohdemaassa. Nämä ehdot täyttyvät toimitusehdossa DAP, eli toimitettuna määräpaikalle lausekkeessa, joka soveltuu kaikkiin kuljetusmuotoihin.

DAP-lausekkeessa määritetään, että myyjä toimittaa kauppatavaran ostajalle ajoneuvossa nimetyssä määräpaikassa, purettavaksi saapuvasta ajoneuvosta ilman tuontitullausta. Kustannukset ja riskit ovat myyjän vastuulla nimettyyn määräpaikkaan asti. Toimitus katsotaan vastaanotetuksi, kun ostaja on purkanut sen ajoneuvosta, jolloin myös riski siirtyy. Myyjän vastuulla on vientimuodollisuudet sekä mahdollisten läpikulkumaiden muodollisuudet ja kustannukset, ostaja hoitaa tuontimuodollisuudet.

## 7 Asiakirjat

Kiinalaiset viranomaiset vaativat Kiinaan vientiä harjoittavilta yrityksiltä erilaisia asiakirjoja. Tarvittavien asiakirjojen hankkiminen ja oikein laatiminen saavat aikaan tavaroiden jouhevan liikkumisen, ja estävät niiden juuttumisen esimerkiksi tulliviranomaisten käsiin. Seuraavissa kappaleissa esitellään muutamia tärkeimmät vientikaupassa Kiinan viranomaisten vaatimat asiakirjat.

### 7.1 Rahtilista

Asiakirja, joka ilmoittaa viranomaisille kulkuvälineen saapumisen ja siihen lastatut tavarat. Pakollinen asiakirja, joka tarvitaan tavaralla tullausmenettelyyn, ja se on tavallisesti laadittu joko englanniksi tai kiinaksi. Riippuen käytetystä kulkuvälineestä, alustava versio asiakirjasta on lähetettävä viranomaisille 1-24 tuntia ennen sen saapumista Kiinan mantereelle. Poikkeuksen tähän tekee konttilaivat, joiden tulee lähettää asiakirja 24 tuntia ennen laivan lastausta.

### 7.2 Kauppalasku

Ulkomaankaupan perusasiakirja, luo pohjan useille muille asiakirjoille. Kauppalasku on asiakirja, joka sisältää kaupan yksityiskohdat, ja tarvitaan tavaralla tullaukseen. Asiakirjalle ei ole tarkkaa vaadittua muotoa, ja se on laadittava joko englanniksi tai kiinaksi. Kauppalaskusta täytyy tehdä myös tarvittava määrä kopioita, yleensä vähintään kolme kappaletta. Kauppalaskun tulee muun muassa sisältää:

1. Myyjän nimi ja osoite
2. Vastaanottajan nimi ja osoite
3. Ostajan nimi ja osoite, jos eri kuin vastaanottajan
4. Paikka ja päivämäärä
5. Laskun numero
6. Alkuperämaa
7. Määräsatama
8. Sopimusnumero
9. Kuljetustiedot (sisältäen rahdin ja vakuutuksen kustannukset)
10. Toimitus- ja maksuehdot
11. Tavaroiden määrä ja laatu
12. Tavaroiden yksikköhinnat ja määrät
13. Tuotteiden tarkka kuvaus (kuten brutto- ja nettopainot, HS-nimikkeistön tavarakoodi)
14. Viejän valtuutettu allekirjoitus

**RECHNUNG - INVOICE - ЧЕТ**

<b>Verkäufer</b> (Name, Anschrift, Staat) <i>Seller (Name, address, country) - Продавец (фамилия, адрес, государство)</i>		<b>Ort und Datum der Ausstellung</b> <i>Place and date of issue - Место и дата выставления</i>	
<b>Empfänger</b> (Name, Anschrift, Staat) <i>Consignee (Name, address, country) - Получатель (фамилия, адрес, государство)</i>		<b>Rechnungsnummer</b> <i>Invoice No. - № счета</i>	
		<b>Käufer</b> (wenn ein anderer als der Empfänger) <i>Buyer (if other than consignee) - Покупатель (если он не получатель)</i>	
		<b>Ursprungsland</b> <i>Country of Origin - Страна происхождения товара</i>	
<b>Angaben über die Beförderung</b> <i>Transport information - Данные о перевозке</i>		<b>Liefer- und Zahlungsbedingungen</b> <i>Terms of delivery and payment - Условия поставки и платежей</i>	
<b>Zeichen und Nummern, Anzahl und Art der Packstücke; Warenbezeichnung, Menge</b> <i>Marks and numbers, No. and kind of packages, Description of Goods, Quantity</i> Знаки и номера, количество и вид упаковок; наименование товара, количество		<b>Einzelpreis</b> <i>Unit Price</i> Цена за штуку	<b>Betrag</b> <i>Amount</i> Сумма

SPECIMEN

WILHELM KÖHLER VERLAG  
  
 Best.-Nr. 913  
 32272 Münster, Postfach 1246, Telefon 0571/820233, 0, Telefax 0571/8202333  
 47534 Xanten, Postfach 107, Telefon 0571/251233, 0, Telefax 0571/2512333  
 50095 Hamburg, Postfach 11, Telefon 040/2032825, 20 34 34, Telefax 040/207723  
 62115 Bielefeld, Postfach 15, Telefon 0521/274816, Telefax 0521/2748163  
 10553 Berlin, Postfach 44 N 0 (Friedrichshagen), Telefon 030/7195190/68, Telefax 030/71944005  
 (2/92)

Kauppalaskun esimerkki

### 7.3 Pakkalista ja alkuperätodistus

Asiakirja, jonka Kiinan tulliviranomaiset vaativat. Sisältää lähetyksen yksityiskohdat, ja toimii perustana tavaroiden kohtelulle tullissa. Asiakirjalle ei ole tarkkaa vaadittua muotoa. Viejäyritys valmistelee pakkalistan englanniksi tai kiinaksi tavanomaisen kauppatavan mukaan, ja sen tulee sisältää pakkausten yksityiskohdat, tuotteitten kuvauksen, tunnuksset sekä numerot.

Alkuperätodistus on asiakirja, joka vahvistaa Kiinaan vietävien tuotteitten alkuperän. Alkuperätodistus ei ole pakollinen, mutta se on kuitenkin oltava, jos esimerkiksi tulli- tai muut tuontitoimenpiteisiin liittyvät viranomaiset sitä vaativat. Yleisesti tulliviranomaiset saattavat vaatia alkuperätodistusta, mikäli on epäilystäkään tuotteitten oikeasta alkuperästä, ja viejän tulee toimittaa se. Suomalaiset yritykset voivat hakea alkuperätodistusta Suomen eri kauppakamareista. Mikäli maksutapana käytetään remburssia, alkuperätodistusta tarvitaan myös sen avaamiseen.

#### **7.4 Rahtikirjat**

Riippuen tavaroiden kuljetukseen käytetystä kuljetusmuodosta, yritykseltä vaaditaan rahtikirja, jossa kuvataan kansainvälisen kuljetuksen yksityiskohdat sekä todistetaan yrityksen ja kuljetusliikkeen välinen kuljetussopimus. Lentorahtikirjaa, konossementtia (mikäli konossementtia ei käytetä niin merirahtikirjaa) sekä rautatierahtikirjaa koskevat jokaista erimääräykset ja vaatimukset. Esimerkiksi mikäli valittu kuljetusmuoto on rautatiet, rahtikirjasta tulee olla kuusi kopiota. Lisäksi on hyvin suositeltua, että kuljetuksessa käytetty rahtikirja on kansainvälisiä rautatiekuljetuksia koskevan yleissopimuksen (COTIF) sekä rautatieliikenteen yhteisjärjestön (OSJD) yhdistetty rahtikirja.

## **8 Kansainvälistymistä tukevat ja rahoitusta tarjoavat organisaatiot**

Kansainvälistymistä ja vientiä Kiinaan haluavien yritysten ei tarvitse toimia yksin, vaan yritysten on mahdollista saada apua ja tukia yritystoiminnan eri vaiheisiin. Usein etenkin kansainvälistymisen alkuvaiheessa avun tarve on suurin, mutta myös kokeneemmatkin toimijat saattavat toisinaan olla sen tarpeessa. Suomessa eri organisaatioilta ja järjestöiltä valtiolliselta tasolta alaspäin on mahdollista saada tietotaitoa tai esimerkiksi rahoitusta yritys- ja vientitoiminnan helpotukseksi.

### **8.1 Team Finland**

Team Finland-verkostoon kuuluvat organisaatiot tuottavat julkisia kansainvälistymispalveluja Suomessa. Näiden organisaatioiden määränpäänä on tarjota kansainvälistymistä hakeville yrityksille toimiva palveluketju, aina neuvonnasta rahoitukseen saakka. Team Finland-verkostoon kuuluu muun muassa työ- ja elinkeinoministeriö, ulkoasiainministeriö, Business Finland, Finnvera, ELY-keskukset, Patentti- ja rekisterihallitus, Teknologian tutkimuskeskus VTT, Finnfund sekä Finnpartnership.

### **8.2 Business Finland**

Business Finland muodostettiin vuonna 2018, kun kansainvälistymis-, investointi- ja matkailunedistämispalveluita tuottanut Finpro sekä innovaatorahoitusta tarjonnut Tekes yhdistyivät. Business Finlandin tavoitteena on mahdollistaa kasvua auttamalla yrityksiä kansainvälistymisprosessissa, sekä rahoittaa tutkimusta ja innovaatiota. Business Finlandin asiantuntijat työskentelevät sekä Suomessa että yli 40 toimipisteessä ulkomailla. Lisäksi Business Finland tarjoaa Laivauskäsikirja-palvelun, joka sisältää yli 190 maan tiedot muun muassa tuontirajoituksista, vapaakauppasopimuksista, vaadittavista asiakirjoista ja erityistodistuksista sekä tavaroiden pakkaus- ja merkintämääräyksistä (Laivauskäsikirja-palvelu on maksullinen).

### **8.3 Finnvera**

Finnvera on suomalainen valtion omistuksessa oleva erityisrahoittaja, sekä Suomen virallinen vientitakuulaitos Export Credit Agency (ECA). Finnveran tehtävänä on rahoituksen tarjoaminen yritystoiminnan käynnistämisessä, kasvussa sekä kansainvälistymisessä ja lisäksi viennin riskeiltä suojautumisessa. Finnvera pyrkii tekemään tämän tarjoamalla lainojen lisäksi takauksia sekä vientitakuita. Finnveran palveluihin kuuluu myös viennin rahoitukseen liittyvien kaupallisten ja poliittisten riskien takaus.

#### **8.4 Pankit rahoituksen tarjoajina**

Vientiremburssi on ulkomaankaupan maksutapa sekä kassanhallintaväline, jota pankit tarjoavat. Remburssi on turvallisin maksutapa kaupan kummallekin osapuolelle, ja näin ollen soveltuukin esimerkiksi tilanteisiin, jossa nämä eivät ole tuttuja toisilleen, tai jos ostajan maan poliittinen tai taloudellinen tila ei ole stabiili. Remburssi on myös käyttökelpoinen vaihtoehto, mikäli myyjän ja ostajan välinen etäisyys maantieteellisesti tai kulttuurillisesti on suuri. Remburssissa ostajan pankki sitoutuu maksamaan kauppahinnan myyjälle, kunhan remburssiehdot ovat tulleet täytetyksi. Remburssia voi hakea monista Suomessa toimivista pankeista, kuten esimerkiksi Aktialta, Nordealta tai OP:lta.

#### **8.5 Suomi-Kiina kauppayhdistys ry**

Suomi-Kiina kauppayhdistys on vuodesta 1985 toiminut yhdistys, joka tarjoaa tietoa Kiinan markkinoista sekä kauppaan koskevan lainsäädännön kehityksestä ja muutoksista. Yhdistyksen tilaisuudet antavat mahdollisuuden kuunnella Kiinan markkinoiden asiantuntijoita, löytää uusia kontakteja sekä päivittää kokemuksia Kiinassa toimimisesta toisten yritysten sekä yksityishenkilöiden kesken.

#### **8.6 Saksalais-suomalainen kauppakamari**

Vuonna 2017 Suomen ja Saksan kauppakamarit tekivät sopimuksen, jonka myötä saksalaisen kauppakamarin ulkomaanverkosto tuli myös suomalaisten pk-yritysten hyödynnettäväksi. Sopimus mahdollistaa sen, että suomalaiset yritykset voivat ostaa kansainvälistymiseen liittyviä palveluita Saksan ulkomaankauppakamarin (AHK) toimistoilta ympäri maailmaa, kuten esimerkiksi Kiinasta. Nämä palvelut tulevat osaksi Team Finland-toimintaa, ja sitä mukana tukemassa ovat myös työ- ja elinkeinoministeriö, Elinkeinoelämän keskusliitto, Suomen Yrittäjät sekä Perheyriyten liitto. Kiinassa sijaitsevan Saksan kauppakamarin palveluita ovat muun muassa markkinaselvitykset ja -analyysit, juridinen neuvonta, vero- ja kirjanpito palvelut sekä muut neuvontapalvelut.

#### **8.7 China IPR SME Helpdesk**

China IPR SME Helpdesk tukee EU:n alueen pk-yrityksiä, jotta nämä pystyvät suojaamaan ja valvomaan niiden immateriaalioikeuksia Kiinan mantereella, Hongkongissa, Macaossa ja Taiwanissa tarjoamalla ilmaista neuvontaa ja palveluita. China IPR SME Helpdesk on EU:n rahoittama projekti.



## Lähteet

<https://www.aktia.fi/fi/yritysasiakkaat/ulkomaankauppa/vienti/vientiremburssi>

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/tietoa-meista/lyhyesti/>

<https://cargohandling.fi/kiina/#1536846665929-741a62e7-901d4cbf-11ea>

[https://cdn-a.william-reed.com/var/wrbm\\_gb\\_food\\_pharma/storage/images/7/8/6/0/1240687-1-eng-GB/Deal-making-will-offset-drug-development-costs-says-analyst.jpg](https://cdn-a.william-reed.com/var/wrbm_gb_food_pharma/storage/images/7/8/6/0/1240687-1-eng-GB/Deal-making-will-offset-drug-development-costs-says-analyst.jpg)

<http://www.china-iprhelpdesk.eu/en/content/about-hd>

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/attachments/flags/CH-flag.gif>

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/attachments/maps/CH-map.gif>

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html>

<https://www.dfhk.fi/fi/saksaan-ja-maailmalle/ahk-verkoston-avulla-maailmalle/>

<https://www.dfhk.fi/fi/saksaan-ja-maailmalle/ahk-verkoston-avulla-maailmalle/esittelyssaesaksan-kauppakamari-kiinassa-ahk-greater-china/>

<https://ek.fi/mita-teemme/kauppapolitiikka/kiina/>

<http://www.exportfinland.fi/laivauskasikirja>

<https://www.etla.fi/wp-content/uploads/ETLA-B276.pdf>

<http://www.finland.cn/public/default.aspx?nodeid=44131&contentlan=1&culture=fi-FI>

<https://www.finnvera.fi/finnvera/tietoa-finnverasta/finnvera-esittely>

<https://www.forbes.com/sites/ralphjennings/2018/03/15/corruption-in-china-gets-stuck-half-way-between-the-worlds-best-and-worst/#68978e4473d1>

<https://foreignpolicymag.files.wordpress.com/2015/10/congress.jpg?w=800&h=532&crop=0%2C0%2C2%2C0&quality=90>

<https://www.globalis.fi/Maat/Kiina>

<https://www.icc.fi/toimitusten-hallinta-icc-incoterms-2010/>

<https://kauppakamari.fi/2017/02/15/saksalaisen-kauppakamarin-ulkomaanverkosto-suomalaisien-yritysten-kayttoon/>

<https://kauppakamari.fi/kansainvaliset-asiat/asiakirjat/ulkomaankaupan-asiakirjat-2/alkuperatodistus/>

<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/uusi-kiinan-ja-suomen-valinen-kauppatyoryhma-aloitti-toimintansa-suomi-on-hyva-maa-tuotekehitysyksikoiden-perustamiseen/8edd63ed-c3ac-3816-9793-501fbd072b4c>

<https://kauppayhdistys.fi/suomi-kiina/>

<http://www.logistiikanmaailma.fi/sopimukset/toimituslausekkeet/incoterms-2010/DAP/>

<https://madb.europa.eu/madb/iframe.htm?countryid=CN&resource=invoice.gif>

[https://madb.europa.eu/madb/viewPageIFPubli.htm?doc=cf\\_npo&hscod=&countryid=CN](https://madb.europa.eu/madb/viewPageIFPubli.htm?doc=cf_npo&hscod=&countryid=CN)

[https://madb.europa.eu/madb/viewPageIFPubli.htm?doc=cim\\_smgs&hscod=&countryid=CN](https://madb.europa.eu/madb/viewPageIFPubli.htm?doc=cim_smgs&hscod=&countryid=CN)

<https://madb.europa.eu/madb/viewPageIFPubli.htm?doc=invoice&hscod=&countryid=CN>

[https://madb.europa.eu/madb/viewPageIFPubli.htm?doc=carg\\_man&hscod=&countryid=CN](https://madb.europa.eu/madb/viewPageIFPubli.htm?doc=carg_man&hscod=&countryid=CN)

<https://www.nordea.fi/yritysassiakkaat/palvelumme/ulkomaankauppa/vientiremburssi.html>

<https://www.nurminenlogistics.fi/Palvelut/Suomi--Kiina--kokojunakuljetukset/>

<https://www.op.fi/yritykset/kansainvaliset-palvelut/vienti/vientiremburssit>

<https://www.presidentti.fi/uutinen/presidentti-niinisto-kiinan-presidentin-valtiovierailulla-uskomme-molemmat-etta-vapaa-kansainvalinen-kauppa-hyodyttaa-ja-vaurastuttaa-yhteiskuntia/>

<https://www.presidentti.fi/uutinen/presidentti-niinisto-valtiovierailulla-kiinassa/>

<https://www.presidentti.fi/wp-content/uploads/2017/04/kiina-22.jpg>

<https://www.suomenpankki.fi/fi/Tilastot/valuuttakurssit/>

<https://www.team-finland.fi/tietoa-team-finlandista/>

<https://thediplomat.com/2018/08/understanding-chinas-technological-rise/>

<https://www.transparency.org/cpi2018>

<https://tulli.fi/documents/2912305/3331101/Suomen+ja+Kiinan+v%C3%A4li+nen+kauppa+2018%281-8%29/1b0421bc-7842-4628-e258-83b37b6c69c0?version=1.0>

<https://varova.fi/palvelut/rautatiekuljetukset/>

<https://varova.fi/wp-content/uploads/2018/11/KiinaRautatiekartta14NOV2018.jpg>

Ambler, T; Witzel, M; Xi, C. 2017. Doing business in China. Routledge. New York.

Arho Havrén, S; Rutanen, P. 2010. Menestyvä liiketoiminta Kiinassa. Bookwell Oy. Juva.

Torrens, C. 2010. Doing business in China. Profile Books Ltd. London.