

Satu Juvonen

RADIAATTORIN VIENTI JAPANIIN

Case: Rettig Lämpö Oy

**Opinnäytetyö
CENTRIA AMMATTIKORKEAKOULU
Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma
Tammikuu 2015**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Yksikkö Kokkola-Pietarsaari	Aika Tammikuu 2015	Tekijä Satu Juvonen
Koulutusohjelma Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma		
Työn nimi RADIOATTORIN VIENTI JAPANIIN, Case: Rettig Lämpö Oy		
Työn ohjaaja Sara Åhman	Sivumäärä 75 + 10	
Työelämäohjaaja Anita Kalsson		
<p>Opinnäytetyön aiheena oli radiaattorin vienti Japaniin. Tässä opinnäytetyössä käytettiin case-yrityksenä pietarsaarelaista Rettig Lämpö Oy:tä. Rettig Lämpö Oy valmistaa muun muassa vesikiertoisia lämmityspattereita. Opinnäytetyö toteutettiin oman mielenkiinnon mukaan. Opinnäytetyön tavoitteena oli saada selville miten Rettig Lämmön vientiprosessi käytännössä meni, ennen kesällä 2014 tapahtunutta organisaatiomuutosta. Organisaatiomuutoksesta johtuen Japanin vientijärjestelyt ja tuotanto siirtyivät kesällä 2014 Rettigin tehtaalle Puolaan. Työn toinen tavoite oli kerätä lukijalle tietopaketti siitä, mitä täytyy ottaa huomioon erityisesti Japaniin viennissä. Opinnäytetyön tarkoituksena oli, että opinnäytetyö tarjoaisi tietoa niille yrityksille, jotka harkitsevat vientiä Japaniin. Tutkimusongelmana oli saada selville käyttävätkö yritykset viennissä samoja tapoja kuin Rettig. Tutkimusongelmaan pyrittiin saamaan vastaus laatimalla teoriapohja ja kvalitatiivinen tutkimus.</p> <p>Teoriaosuudessa käsiteltiin vientiä, mutta sen laajuuden takia se rajattiin teoriaosuuden viennin muodollisuuksiin, jotka pitäisi tietää ja harkita ennen itse vientitapahtumaa. Teoriassa tarkasteltiin myös mahdolliset kuljetusmuodot Japaniin sekä Japania vientikohteena. Työn keskeisiä aihealueita olivat vienti, kuljetus ja Japani. Työn tutkimusosassa tutkittiin vientiratkaisuja, kuljetuksiin liittyviä seikkoja ja Japanin kaupan- ja kulttuuripiirteitä. Työn lopussa on kerätty huomioita aloittaville yrityksille yhteenvedoksi.</p> <p>Tutkimukseen haastateltiin seitsemän henkilöä marras- ja joulukuussa 2014. Haastatteluilla selvitettiin minkälaisilla toimilla ja valinnoilla yritykset vievät tuotteitaan Japaniin. Lisäksi selvitettiin millaisia kauppakumppaneita japanilaiset ovat. Haastattelut litteroitiin ja analysoitiin laadittujen kuviodien avulla. Kaikki yritykset käyttivät joko huoltsijapalveluita, varustamoita tai rahtiliikkeitä. Useimmissa yrityksissä vienti oli asiakkaan toimesta, koska toimituslauseke oli Ex Works. Tutkimuksen tuloksista voidaan todeta, että Rettigin ja haastatelluiden yritysten välillä oli havaittavissa vähän eroja, mutta jokaisella yrityksellä on omat muotoutuneet kauppatavat japanilaisten kanssa.</p>		

Asiasanat

asiakirjat, Japani, kuljetusmuodot, vientioperaatiot

ABSTRACT

CENTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Kokkola –Pietarsaari Unit	Date January 2015	Author Satu Juvonen
Degree programme International Business		
Name of thesis EXPORT OF RADIATOR TO JAPAN, Case: Rettig Lämpö Oy		
Instructor Anita Karlsson		Pages 75+10
Supervisor Sara Åhman		
<p>The commissioner for this thesis was Rettig Lämpö Oy. The objective was to determine how Rettig exported radiators to Japan, before company's organizational change happened in summer 2014. Due of these organizational changes, the Japanese export arrangements were transferred to Rettig plant in Poland. The second objective of this thesis was to provide the reader an information package of what should be taken into consideration when exporting to Japan. The aim of this thesis was to provide information to companies who are considering exporting to Japan. The research problem was to determine if the companies operated the same way that Rettig did when exporting. Theoretical and qualitative researches were utilized to find the answer to the research problem. The thesis work was conducted due to the author's interest in the subject.</p> <p>The theoretical section discusses the export which was limited to formality of export because of its scope. These formalities should be known and taken into consideration before the actual export transaction. The theoretical section also examined the possible forms of transport to Japan and Japan as an export country. The key topics of this thesis were export, transport and Japan. The research section also included export solutions, transportation issues, and the Japanese trade and cultural features. Observations for start-ups have been collected as a summary at the end of the thesis.</p> <p>Seven people were interviewed for the research in November and December 2014. The interviews disclosed what kind of actions and choices companies used to export their products to Japan. The research also examined what kind of trading partners the Japanese are. The interviews were transcribed and analyzed using the established patterns. Some of the companies used the freight forwarder, shipping or freight services. In most companies, exporting was provided by the customer, because the term of delivery was Ex Works. The results showed that there were few differences between Rettig and the interviewed companies, but each company has formed its own habits to trade with the Japanese.</p>		

Key Words

documents, export operations, form of transport, Japan

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	RETTIG GROUP OY AB	3
2.1	Liiketoimintaa eri aloilla	3
2.2	Rettig Lämpö Oy:n esittely	5
2.3	Tuotteet	6
3	VIISAASTI VIENTIIN - ENNEN KULJETUSTA SUUNNITELTAVAT ASIAT	9
3.1	Vienti kansainvälisenä operaatiomuotona	9
3.2	Huolinta- ja kuljetusyrietykset asiantuntijoina viennissä	12
3.3	Tulli ja ulkomaankaupan keskeiset dokumentit Japaniin	15
3.4	Incoterms 2010 - toimitusehto määrittää kuljetuksen	17
4	MAHDOLLISET KULJETUSTAVAT JAPANIIN	20
4.1	Maantiekuljetukset	22
4.2	Lentokuljetukset	22
4.3	Merikuljetukset	23
4.4	Rautatiekuljetukset	26
5	JAPANI VIENTIKOHTEENA	28
5.1	Japani ja sen liikekulttuuri pähkinänkuoressa	28
5.2	Radiaattorin vienti Japaniin peilaten Tullin kauppatilastoihin	30
6	TUTKIMUSMENETELMÄ	34
6.1	Kvalitatiivinen tutkimus ja aineistonkeruumenetelmät	34
6.2	Haastattelu tutkimusmenetelmänä ja tutkimusprosessin eteneminen	35
6.3	Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti	37
7	TUTKIMUSAINEISTON ANALYYSI JA TULKINTA AIHEALUEITTAIN	39
7.1	Haastateltavien esittely	39
7.2	Yrityksen vientiä koskevat kysymykset	42
7.3	Kuljetuksiin liittyvät kysymykset	46
7.4	Japani vientimaana kysymykset	53
7.5	Muuta aiheeseen liittyviä kommentteja haastateltavilta	58
8	YHTEENVETO JA HUOMIOITA ALOITTAVILLE YRITYKSILLE	59
8.1	Viennin aloittaminen Japaniin	59
8.2	Kuljetukset Japaniin	61
8.3	Japanin erilaisuus	64

9 POHDINTA	68
LÄHTEET	71
LIITTEET	

KUVIOT

KUVIO 1. Rettig ICC liikevaihto vuosina 2009–2011 (Mukaillen Rettig ICC 2014c)	4
KUVIO 2. Paneeliradiaattori Compact (Soile- Maalämpökauppa 2014).	7
KUVIO 3. Myyjän ja ostajan välisessä kauppasopimuksessa sovittavat asiat (Logistiikan maailma 2014a).	11
KUVIO 4. Incoterms 2010 toimituslausekkeet (Jms-logistics 2014).	19
KUVIO 5. Suomen pääliikenneverkko ja kansainväliset yhteydet (Logistiikan maailma 2014b).	20
KUVIO 6. Ulkomaankaupan kuljetukset Japaniin tammi-syyskuussa 2014 (Mukaillen Tulli 2014c).	21
KUVIO 7. Meritie Euroopasta Japaniin (Guinand 2013).	25
KUVIO 8. Trans-Siperia rautatien reitit (Transsiberian info 2015).	27
KUVIO 9. Haastateltavien mainitsemat asiakirjat viennissä Japaniin.	45
KUVIO 10. Haastateltavien mainitsemat hyödyt ja haitat meri- ja lentokuljetuksista	48
KUVIO 11. Haastateltavien yritysten käytetyt toimituslausekkeet Japaniin.	49
KUVIO 12. Haastateltavien arviot kuinka kauan prosessi kestää tilauksesta tavarantoimitukseen perille.	51

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Raudan ja terästavaran sekä alumiinitavaroiden viennin arvo euroina Japaniin vuoden 2014 alusta heinäkuuhun.	30
TAULUKKO 2. Raudan ja terästavaran sekä alumiinitavaroiden viennin paljous tuhansina kiloina Japaniin vuoden 2014 alusta heinäkuuhun.	31
TAULUKKO 3. Vuodesta 2002 heinäkuuhun 2014 rauta- ja terästavaran sekä alumiinitavaran vienti Japaniin euroina.	31
TAULUKKO 4. Vuodesta 2002 heinäkuuhun 2014 rauta-, teräs- ja alumiinitavaran vienti tuhatta kiloa kohden.	32
TAULUKKO 5. Haastateltavien esittely ja taustakysymykset.	40
TAULUKKO 6. SWOT-analyysi teorian ja tutkimuksen perusteella.	67

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on saada selville miten Rettig Lämmön vienti Japaniin käytännössä meni, ennen kesällä 2014 tapahtunutta organisaatiomuutosta. Organisaatiomuutoksesta johtuen Japanin vientijärjestelyt ja tuotanto siirtyivät kesällä 2014 Rettigin tehtaalle Puolaan. Opinnäytetyön toinen tavoite on kerätä lukijalle tietopaketti siitä, mitä täytyy ottaa huomioon erityisesti Japanin kaupassa. Tämän työn aihetta eli radiaattorin vientiä Japaniin Rettigin näkökulmasta on tarkasteltu teoriaosuudessa ja yhteenvedossa. Opinnäytetyön tarkoituksena on, että se tarjoaisi tietoa niille yrityksille, jotka harkitsevat vientiä Japaniin. Opinnäytetyön aihe valikoitui tekijän henkilökohtaisesta mielenkiinnosta aihetta kohtaan.

Case yritykseksi valittiin Rettig Lämpö Oy, koska tekijä on ollut siellä harjoittelijana ja kesätöissä vuonna 2014. Työssä esitellään Rettig Group Oy:n organisaatio ja sen nykyiset liiketoiminnat. Työssä ei kerrota miten organisaatiomuutoksesta johtuva Japanin vienti toimii tulevaisuudessa. Rettig Lämpö Oy:n tiedot perustuvat Japanin tilauksia ja vientiä Rettigillä hoitaneen tilauskäsittelijä Anita Karlssonin antamiin tietoihin. Tästä työstä voisi olla hyötyä puolalaisille tilauskäsittelijöille, jotka hoitavat nykyisin Japanin kauppaa.

Opinnäytetyö on jaettu kahteen isompaan kokonaisuuteen, jotka ovat teoriaosuus ja tutkimusosio. Teoriaosuus keskittyy vientiin, kuljetustapoihin ja Japaniin vientikohteena. Luvussa kolme vienti on rajattu operaatiomuotoihin ja muihin ennen kuljetuksia suunniteltaviin asioihin, kuten huolinta- tai rahtipalveluiden käyttö, tarvittavat asiakirjat lähetykselle ja toimituslausekkeet. Työssä käsitellään vienninoperaatiomuotoja, kuten epäsuoravienti, suoravienti ja välitönvienti. Luku neljä kertoo mahdollisista kuljetustavoista Japaniin, kuten maantie-, lento-, meri- ja rautatiekuljetukset. Tämä työ sisältää valmiin analyysin erilaisista kuljetusmuodoista Japaniin. Luvussa viisi kerrotaan lyhyesti Japanin maasta ja japanilaisesta liikekulttuurista. Teoriaosuudessa kerrotaan myös Tullin tilastojen valossa viennistä Japaniin. Taulukot havainnollistavat jonkin verran Rettigin Japanin viennin paljoutta ja arvoa.

Toinen osio on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, johon haastateltiin seitsemän henkilöä, joiden yrityksillä on Japanin kauppaa. Tutkimus toteutettiin haastattelemalla Suomessa toimivia Japaniin vieviä yrityksiä. Tutkimuksen tarkoitus on ratkaista tutkimusongelma, eli käyttävätkö yritykset viennissä samoja tapoja kuin Rettig Lämpö. Tutkimuksen tarkoituksena on myös saada tietoa seitsemästä yrityksestä aloitteleville yrityksille tietopaketin muodossa, yhteenvedoksi. Tutkimusongelmaan pyrittiin saamaan vastaus laatimalla teoriapohja ja kvalitatiivinen tutkimus.

Tutkimusmenetelmää ja sen merkitystä avataan ennen tutkimusosiota. Haastattelutavat esitellään ja analysoidaan saadut tutkimustulokset. Haastattelumateriaalia oli runsaasti, joten analyysiin täytyi rajata hiukan tuloksia. Tutkimustuloksissa selviää muun muassa miten ja millä kulkuneuvoilla yritykset vievät tuotteitaan Japaniin, ja onko ollut ongelmia Japanin kaupassa. Tulokset analysoidaan teemoittain haastattelurungon avulla. Teemat ovat vienti, kuljetus ja Japani. Tuloksien analysoinnissa käytetään apuna kuvioita.

Työn viimeisessä osassa pohditaan saatuja tuloksia verraten teoriapohjaan. Sekä käydään läpi tutkimusongelman vastauksia ja pyritään keräämään oleellista tietoa juuri vientiä aloittaville yrityksille keskittyen. Lopuksi kerrotaan vielä omat pohdinnat työstä. Työn liitteenä ovat haastattelukysymykset, että lukija voi tutustua niihin.

2 RETTIG GROUP OY AB

Tässä luvussa käsitellään suomalaista perheyritystä Rettig Group Oy:tä. Rettig Groupin muodostavat Rettig ICC, Euroopan johtava lämpöpattereiden ja sisäilman säätölaitteiden valmistaja, Nordkalk, Pohjois-Euroopan johtava kalkkikivipohjaisten tuotteiden toimittaja teollisuuteen, maanviljelykseen ja ympäristöhoitoon, sekä teollisia merikuljetuspalveluja tarjoava Bore. Rettig on huomattavasti suurempi kuin pelkästään lämpöteollisuus. Seuraavassa alaluvussa kerrotaan mitä liiketoimintaa Rettig Group Oy harjoittaa. Lisäksi kerrotaan myös lyhyesti Case yrityksen historiasta ja sen valmistamista tuotteista.

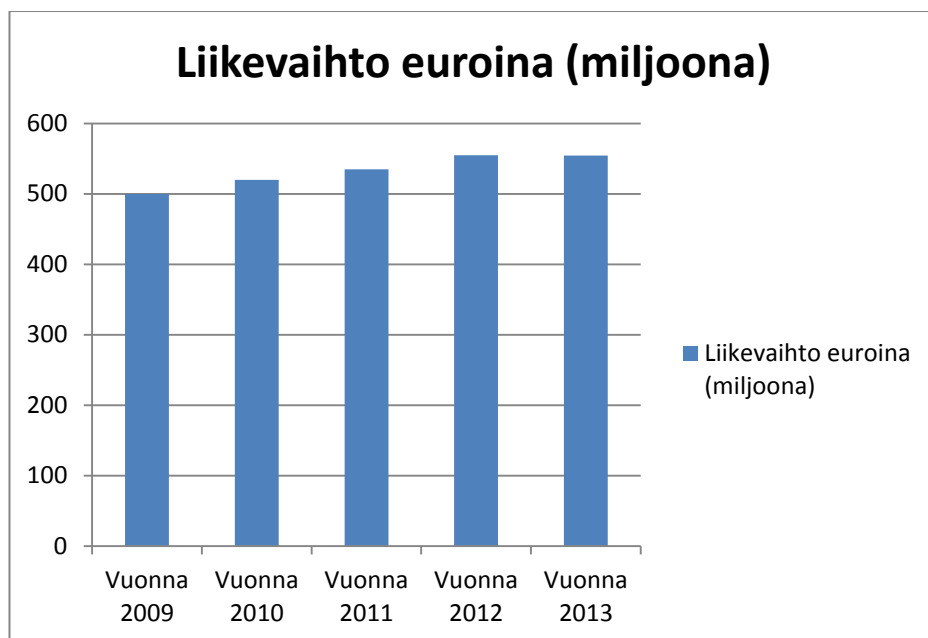
2.1 Liiketoimintaa eri aloilla

Rettigin perheyritys sai alkunsa 1770-luvulla, kun Steffen Cerillius Rettig aloitti tupakkamestarina tanskalaisessa tupakkatehtaassa. Siitä lähtien yritys on laajentunut ja muokkaantunut vuosien saatossa. (Clever Magazine 2012, 74-75.) Rettig on ollut mukana muun muassa tupakka-, varustamo- ja makeisalalla sekä metalli- ja lämmitysteollisuudessa. Tupakkateollisuudessa toimimisen yritys lopetti vuonna 1995. Rettig Groupiin kuuluu nykyisin kolme eri liiketoiminta-alaa Bore, Nordkalk ja Rettig ICC (Rettig Group Oy 2014a). Vuonna 2013 näiden yritysten liikevaihto oli yhteensä 974 miljoonaa euroa (Rettig Group Annual Report 2013, 4). Perheyrityksessä on ollut mukana jo kahdeksan sukupolvea. (Rettig Group Oy 2014b.)

Bore on varustamo, joka tarjoaa teollisia merikuljetuspalveluja. Varustamo tarjoaa asiakkailleen kuljetusratkaisuja Itämerellä, Pohjanmerellä, Biskajanlahdella ja Välimerellä. Alukset ovat käytössä ympäri vuoden ja ne soveltuvat sekä RoRo- että kappaletavara -kuljetuksiin. RoRo-kuljetukset tarkoittavat sitä, että alus lastataan ajoneuvoilla ramppia pitkin laivan kyljestä tai keulasta olevan portin kautta. Varustamon liikevaihto vuonna 2013 oli lähes 67 miljoonaa euroa. (Rettig Insight 2014, 4-5; Bore 2014.)

Nordkalk on Pohjois-Euroopan johtava kalkkikivipohjaisten tuotteiden valmistaja. Sillä on toimintaa Suomessa, Ruotsissa, Virossa, Liettussa, Saksassa, Norjassa, Puolassa, Venäjällä ja Ukrainassa. Kaivoksia ja louhoksia on viidessä maassa. Yritys toimittaa myös kalkkikivipohjaisia tuotteita ja palvelukonsepteja asiakkailleen. Kalkkia menee muun muassa paperi-, teräs- ja rakennusteollisuuteen, maanviljelykseen ja ympäristönhoitoon. (Anttila 2014, 8.) Vuonna 2013 yrityksen liikevaihto oli noin 358 miljoonaa euroa (Rettig Group Annual Report 2013, 41). Nykyisin Bore ja Nordkalk vahvistavat yhä enemmän yhteistyötään, joka on osa Rettig synenergia-ajattelua. Tällä pyritään hyviin tuloksiin koko konsernille. (Bergström 2013, 9.)

Rettig ICC (indoor climate comfort) on Euroopan johtavassa asemassa oleva lämpöpattereiden ja sisäilman säätölaitteiden tuottaja. Sillä on toimintaa yli 50 maassa. Lämpöpattereita valmistetaan 15:sta eri tehtaalla seuraavissa maissa: Itävallassa, Belgiassa, Suomessa, Ranskassa, Saksassa, Unkarissa, Irlannissa, Puolassa, Ruotsissa, Turkissa ja Isossa-Britanniassa. (Rettig Group Annual Report 2013, 6.)



KUVIO 1. Rettig ICC liikevaihto vuosina 2009–2011 (Mukaillen Rettig ICC 2014c).

Kuten kuvio (KUVIO 1) osoittaa, että Rettig ICC:n liikevaihto vuonna 2013 oli yli 554 miljoonaa euroa. Yrityksen tärkeimmät markkinat ovat ympäri Eurooppaa ja

yhä enemmän myös Pohjois-Amerikassa ja Aasiassa. Tämän opinnäytetyön case-yritys Rettig Lämpö Oy on osa Rettig ICC:tä. (Rettig ICC 2014b.)

2.2 Rettig Lämpö Oy:n esittely

Purmo Tuote yrityksen perustivat Ivar Långnabba, Gunnar Skog ja Ingvar Granroth Purmon kylässä vuonna 1953. Purmon tunnetuin tuote oli kaarisaha. Rettig Lämpö Oy osti yrityksen vuonna 1970, jonka jälkeen yritys aloitti radiaattorien viennin Eurooppaan. (Purmo 2014a.) Tätä yritysostoa ennen Rettigillä oli jo Pietarsaassa liiketoimintaa, sillä se omisti Strengberg & Co tupakkatehtaasta enemmistöosuuden. Muutaman vuoden kuluttua Rettig Lämpö Oy:n perustamisesta, perustettiin myös Saksaan myyntiyritys Purmon radiaattorien vientiä edesauttamaan. Radiaattorien myynti kasvoi 80-luvulla Suomessa ja Rettigistä tuli Pohjoismaiden johtava radiaattorivalmistaja, kun yritys osti myös Kokemäellä ja Heinolassa toimivat silloiset radiaattoritehtaat. Liiketoimintaa kasvatettiin useilla yritysostoilla muun muassa Länsi-Saksassa, Irlannissa ja Ruotsissa. (Rettig Group Oy 2014b.)

Vuonna 2013 Purmon brändi juhli 60-vuotista juhlapäiväänsä (Högvist 2013, 14). Rettig Lämpö valmistaa nykyisin vesikierteisiä ja sähköllä toimivia radiaattoreita. Yrityksen vuositulot ovat noin 45 miljoonaa euroa. Suurimmat markkinat ovat Euroopassa. (Sandström 2014, 58.) Rettig Lämmön vientialueita Euroopan lisäksi ovat muun muassa Japani, Venäjä ja Kiina. (Purmo 2014d.)

Suurin osa Pohjoismaiden kotitalouksien pattereista on Rettig Lämpö Oy:n valmistamia. Tuotteet kuuluvat Purmo ja LVI brändeihin. Purmon ensisijainen asema radiaattorimarkkinoilla johtuu sen erinomaisen operatiivisen toiminnan ansiosta, sekä myös yrityksen kyvystä tarjota ratkaisuja kaikenlaisiin tiloihin. Vuoden 2014 aikana lanseerattiin uusi Milo Rock radiaattori. Se on sähkölämmitteinen ja tehty osittain kalkkikivestä. Tämän radiaattorin kalkki on peräisin yrityksen omista Nordkalkin materiaaleista. Tuotteen päämarkkina alueet ovat Ranska ja Ruotsi. Milo Rock radiaattori kiteyttää yhtiön luonnetta, jota kuvastaa tekninen tietotaito, innovatiivinen ajattelu ja kurinalainen yhteistyö. (Sandström 2014, 58.)

Kesäkuun 23. päivänä vuonna 2014 tuli ikäviä uutisia, kun yritys ilmoitti lopettavansa Pietarsaaren tehtaan tuotannon. Syy tähän oli paneeliradiaattorien kysynnän lasku Euroopassa, ylikapasiteetti ja korkeat tuotantokustannukset. Yhtiö kertoi markkina-analyyseihin tukeutuen, että kysyntä Euroopassa on laskenut kolmasosan viimeisen seitsemän vuoden aikana, mistä on seurannut ylikapasiteettia. Yritys kertoi haluavansa olla kilpailukykyinen ja keskittävänsä tuotannon Rettig ICC:n muihin tehtaisiin muun muassa Puolan Rybnikiin. Siellä tuotantokustannukset ovat alhaisemmat. Organisaatiomuutoksen myötä Japanin vientijärjestelyt siirtyivät myös Puolan tehtaan vastuulle. (Rettig ICC 2014a.) Irtisanomisien jälkeen Pietarsaaren tehtaalle jäi työntekijöitä kaiken kaikkiaan 38 henkilöä. Uuden Milo -sähkölämmittimien tuotanto siirrettiin Biachen tehtaalle Ranskaan, koska siellä on suurin osa tuotteen asiakkaista. Konvektoreiden tuotanto siirrettiin Hullin tehtaalle Isoon-Britanniaan. (Rettig ICC 2014a; Rettig Group Oy 2014c.) Konvektoreista kerrotaan lisää seuraavassa alaluvussa.

2.3 Tuotteet

Rettig ICC tuoteperheeseen kuuluu muun muassa neljä tuotemerkkiä Purmo, Radson, LVI ja Thermopanel (Clever Magazine 2013, 1). Suomen markkinoilla tuotteet tilataan tukkuriikkejden kautta, jotka ovat Ahlsell, LVI-Dahl ja Onninen. Vuoden 2014 kesästä lähtien tuotteet tulevat Puolan tehtaalta Pietarsaassa sijaitsevaan varastoon ja sieltä tuotteet lähetetään tukkuliikkeille. (Karlsson 2014.) Rettig Lämpö antaa tuotteilleen 10 vuoden takuun toimituspäivästä (Purmo 2013c, 5). Nykyisin radiaattoreissa teräsmateriaalia käytetään 87 prosenttia tehokkaammin kuin ennen (Purmo 2014b).

Lämpöpatterit luokitellaan toimintaperiaatteensa mukaan radiaattoreihin tai konvektoreihin. Konvektorit ovat matalarakenteisia, jotka sisältävät runsaasti konvektiopeltiä tai -lamellia, jotka siirtävät lämpöä ilmaan. Ne ovat tarkoitettu esimerkiksi korkeiden ikkunoiden alle, kun tilaa normaalikokoisille pattereille ei ole. Radiaattorit ovat taas teräslevyrakenteisia ja ne säteilevät lämpöä ilmaan. (Ahlsell 2010.)

Purmon tuoteperheeseen kuuluvat vesikierteiset paneeli-, sisustus-, jae- ja kylpyhuoneradiaaattorit sekä konvektorit. Konvektoreja on nykyisin saatavilla lattiaan upotettuinakin. Seuraavassa kuviossa (KUVIO 2) on paneeliradiaattori Compact-malli, joka on suosituin radiaattori ja jota myydään eniten Suomessa (Karlsson 2014). Purmon kokonaismyynti on yhteensä lähes 2,5 miljoonaa kappaletta vuodessa (Purmo 2014d).



KUVIO 2. Paneeliradiaattori Compact (Soile- Maalämpökauppa 2014).

LVI tuli Rettig ICC konserniin vuonna 2000. Sen tuoteperheeseen kuuluvat kasviöljytäytteiset sähköpatterit ja myös sähkölämmitysratkaisuja lattialämmitysjärjestelmistä pyyhekuivaimiin. LVI tuotannon tehtaat sijaitsevat Järåsissa, joka sijaitsee Lidköpingin kaupungin eteläpuolella, Etelä-Ruotsissa. LVI:n liiketoimintaa on Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Ranskassa. LVI:n uudet mallistot ovat Yali ja Kaba, joita voi säätää langattomasti, Wifi-toiminnolla. Yritys on osa Rettig Lämpö Oy:tä. (LVI produkter 2014.)

Rettig Lämpö Oy vie Japaniin kahdelle asiakas yritykselle, jotka ovat Dimplex Japan Ltd ja Morinaga Engineering Co Ltd. Rettig vie Morinagalle TP-radiaattoreita ja TCN-konvektoreita sekä näihin liittyviä varaosia, kuten esimerkiksi kannakkeita. Dimplexille menee CV-radiaattoreita ja PCN-konvektoreita sekä näihin liittyviä varaosia. Periaatteessa radiaattorit ovat samoja Japaniin kuin muillekin markkinoille, ainoastaan venttiili-insatsit pitää vaihtaa (vakiona olevien tilalle). Japanilaiset ha-

luavat venttiili-insatsit aina vakiona radiaattoreihin. Venttiili-insatsi valitaan säätötarkkuuden vaatimusten ja termostaattianturin kiinnitystavan mukaisesti. Syksyllä 2014 Rettigillä on toimittu niin, että Puola valmistaa Morinagan TP-radiaattorit ja Dimplexin CV-radiaattorit. Pietarsaassa on edelleen valmistettu TCN-konvektorit (Termo Con-konvektorit) Morinagalle ja PCN-konvektorit Dimplex:lle (Purmo Con-konvektorit). Nämä Japanin markkinoille menevät konvektorit ovat eri konvektoreita kuin Suomen markkinoilla olevat. (Karlsson 2014.) Radiaattorin vientiä juuri Japaniin tarkastellaan seuraavissa pääluvuissa.

3 VIISAASTI VIENTIIN - ENNEN KULJETUSTA SUUNNITELTAVAT ASIAT

Tässä luvussa käsitellään ensiksi kolmea eri vientitapaa viedä tuotteita ulkomaille. Ne ovat epäsuora, suora ja välitön vienti. Sen jälkeen kerrotaan huolitsijan tehtävistä ja lyhyesti rahtiliikkeestä nimeltä TNT. Näistä palveluista halutaan kertoa juuri sen takia, koska opinnäytetyö on suunnattu aloitteleville yrityksille. Luultavasti aloittelevilla yrityksillä ei ole heti aluksi omaa kalustoa ja resursseja tehdä viennin kuljetuksia ja muodollisuuksia. Tässä luvussa kerrotaan myös mitä asiakirjoja tarvitaan Japaniin lähteviin paketteihin ja selitetään niitä hieman auki. Tullista kerrotaan lyhyesti ja lopuksi paneudutaan toimituslausekkeisiin. Tässä luvussa ei kerrota yleisesti viennistä tai logistiikasta.

3.1 Vienti kansainvälisenä operaatiomuotona

Perinteinen vienti tarkoittaa, että tuotteet valmistetaan kotimaassa ja viedään asiakkaalle maan rajojen yli ulkomaille. Vienti operaatiovaihtoehtona erotetaan väliskäsin perusteella kolme toteutumistapaa, jotka ovat suora, epäsuora ja välitön vienti. Yritys itse tai asiakkaan kanssa valitsee mitä näistä haluaa käyttää. (Fintra 2003, 25–27.) Tässä luvussa käsitellään ainoastaan edellä luetellut vientimuodot, mutta näiden lisäksi tai viennin sijasta voi käyttää muita operaatiotapoja, kuten perustaa ulkomaille oman toimintayksikön eli tytäryhtiön, myyntikonttorin, franchising- tai lisenssisopimus, mutta näitä mainitsemia muotoja ei käsitellä tässä opinnäytetyössä.

Epäsuora vienti tarkoittaa, että yritys myy tuotteensa kotimaassa sijaitsevan välittäjäjäsenen kautta. Tämä välittäjä voi olla esimerkiksi vientiagentti, vientiliike tai vientiyhdistys. Vientiagentti edistää tavaran myyntiä ulkomaille. Hänen tehtävänsä on hankkia ostotarjouksia tai päättämällä itse myyntisopimuksista. Hän edustaa valmistajaa ja käy kaupalliset neuvottelut asiakkaiden kanssa. Agenttia käytettäessä viennissä kannattaa tehdä agenttisopimus, jossa määritellään provisio, vastuut ja velvollisuudet. Asiakkaita ulkomaille ovat yleensä vähittäis- ja tukkuliikkeet, maahantuontiliikkeet ja jakeluyritykset. Silloin kun myyntivolyymit ovat vielä pienet,

agentin käyttö on yleistä, koska se on vaivattomin ja helpoin tapa myydä. Agenteilla on oltava markkina- ja asiakastuntemusta ja heidän tulee tietää miten menekkiä edistetään. Jos agentille myönnetään yksinoikeus, tulee hänen raportoida ja tehdä tulosta. Agentteja koskevat lait vaihtelevat maittain. (Fintra 2003, 28–29.) Vientiliike on yritys, joka ostaa tuotteet suoraan valmistajalta ja vie tuotteet omissa nimissään ja ehdoillaan ulkomaille. Vientiliike hoitaa kaikki vientiin liittyvät asiat ja riskit. Vientiyhdistys perustuu kahden tai useamman yrityksen organisaatioksi. Tämä organisaatio hoitaa jäsenyrityksiensä viennin. Transfennica on yksi esimerkki puujalosteiden vientiä varten perustettu vientiyhdistys, myös Finpro on yksi tunnettu vientiyhdistys. (Pehkonen 2000, 49–51; Immonen 2001, 33–34.)

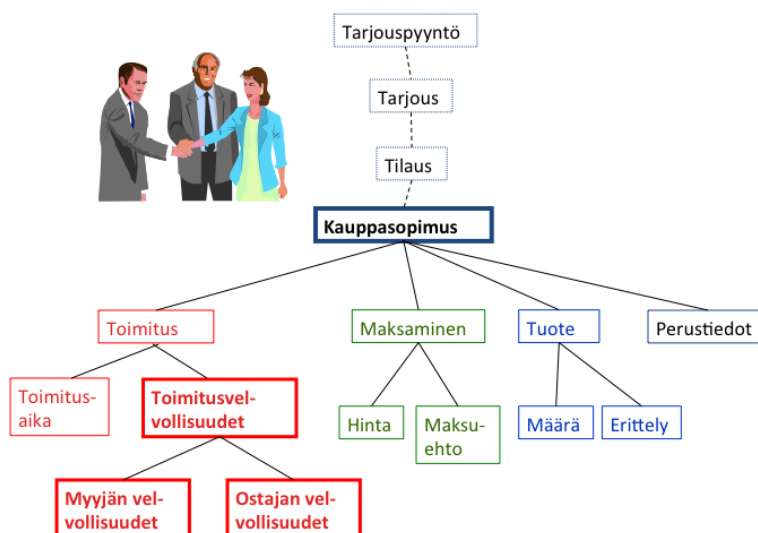
Suoravienti on nimensä mukainen eli viejä on suorassa kontaktissa ulkomaalaiseen edustajaan ja siellä toimiviin jakelukanaviin. Viejän on tunnettava vientimaan kaupan rakenne sekä asiakkaiden mieltymykset ja vaatimukset hyvin. Suorassa viennissä tavallisimmat edustajat ovat ulkomainen maahantuoja, jälleenmyyjä tai agentti. (Pehkonen 2000, 49–51.) Maahantuoja voi olla itsenäinen yritys tai esimerkiksi tukku-, vähittäis-, tuontiliike tai tavaratalo. Se ostaa tuotteet omissa nimissään ja myy ne eteenpäin. Yleensä he ostavat suuria eriä tuotteita. He hoitavat varastoinnin ja riskin edelleen myymisestä ja maksun saannista. Maahantuoja hinnoittelee tavaran itse ja yrittää sillä saada mahdollisimman paljon myyntivoittoa. Agentin toimintaan kuuluu hoitaa kyselyt, tarjouspyynnöt ja tilaukset esimiehelleen. Esimiehen yritys hoitaa kaikki muut eli maksut, toimituksen sekä vastaa myös mahdollisista riskeistä. Toteutuneista kaupoista agentti saa sovitun mukaisen provision. Agentin ja maahantuojan ero on, että maahantuoja on viejän lopullinen asiakas, jolle siirtyy omistus, riskit ja tuotteiden myyminen. Agentti on kauppojen välittäjä. (Fintra 2003, 26–27.) Voidaan todeta, että onnistunut agentin valinta on tärkeää yritykselle, koska se varmistaa yrityksen tuotteen viennin ja menekin halutulle markkina-alueelle.

Välitöntä vientiä eli vienti ilman edustajaa käytetään yleensä kun myydään kalliita koneita tai laitteita pienelle asiakaskunnalle tai jos myynti suuntautuu muutamalle suurelle asiakkaalle. Yritys voi myös halutessaan perustaa oman myyntikonttorin tai oman valmistusyksikön ulkomaille, jos menekkiä on paljon. Välittömässä viennissä viejällä on vastuu ja riski koko vientiprosessin ajan ellei toisin ole sovittu asi-

akkaan kanssa. Tämä vientitapa vaatii yritykseltä omia vientiedustajia tai myyjiä, jotka ovat yhteydessä asiakkaisiin. (Fintra 2003, 27.) Rettig Lämpö Oy:llä ei ole agenttia tai edustajia Japanissa, vaan yritys myy suoraan asiakkaalle, eli vientimuoto on välitön. Jan Ekwall hoiti Rettigin Japanin markkinoita ja vastasi asiakassuhteista Japaniin. (Karlsson 2014.)

Japanissa kauppahuoneiden asema on hallitseva. Kauppahuoneet kuuluvat yritysyhmittymiin, jotka hallitsevat piiriinsä kuuluvaa tukku- ja vähittäiskauppaa. Kauppatalo voi edustaa monia toimijoita yhdeltä tai usealta alalta. Toisin sanoen ne tarjoavat vienti- ja tuontikaupan palveluja yrityksille. Tähän ulkomaalaisten tuotteiden on yleensä vaikea päästä nimenomaan Japanissa. (Pehkonen 2000, 55.)

Kun myyjä ja ostaja solmivat kauppasopimuksen, heidän on myös sovittava kaupan liittyvistä asioista. Kuvio (KUVIO 3) havainnollistaa, että sovittavat asiat ovat kaupan tavara, siitä maksettava hinta ja maksuehto sekä tavaran toimittaminen myyjältä ostajalle. Tavaran toimittamiseen sisältyy paljon päätettäviä asioita, kuten toimitus ja sen vastaanotto, kuljetussopimus, kustannusten jakautuminen ja riskin siirtyminen. Näistä velvollisuuksista osapuolet voivat joka kerta sopia erikseen tai he voivat käyttää toimituslauseketta, joka määrittelee velvollisuuksien jakautumisen osapuolten välillä. (Pehkonen 2000, 93.)



KUVIO 3. Myyjän ja ostajan välisessä kauppasopimuksessa sovittavat asiat (Logistiikan maailma 2014a).

Rettigillä ei ole valmista vientisuunnitelmaa Japaniin. Vientiprosessi alkaa tilauksesta, jonka jälkeen toimituspäivämäärä vahvistetaan asiakkaalle. Japanin kaupassa Rettig on toiminut niin, että japanilaiset itse hoitavat tavaroiden kuljetuksen Suomesta Japaniin. Asiakkaiden kanssa on sovittu tietyt "pelisäännöt", joita he noudattavat. Koko prosessi tilauksesta tavarankuljetukseen perille kestää noin 10 viikkoa (2,5 kuukautta). Tilauksen toimitusaika on noin neljä viikkoa tilauksesta, koska nämä tuotteet eivät ole varastotavaraa. Ne tehdään aina tilauksen tultua. Sitten Rettig lastaa tavarankuljetuksen ja se lähtee tehtaalta satamaan ja sieltä edelleen Japaniin. (Karlsson 2014.)

3.2 Huolinta- ja kuljetusyritykset asiantuntijoina viennissä

Huolitsijan tehtävänä on huolehtia toimeksiantajayrityksen lukuun tavarankuljetuksesta ja niihin liittyvistä asioista. Tämä tarkoittaa sitä, että huolitsija hoitaa kuljetusten suunnittelun, toimeenpanon ja valvonnan. Huolitsijaa on hyvä käyttää, kun oma asiantuntemus tai aika ei riitä kuljetusten suunnittelussa ja täytäntöönpanossa. Huolitsija valitsee kuljetettaville tuotteille tarkoituksenmukaisimman ja taloudellisimman kuljetusmuodon tai yrityksen haluaman tavan. Huolinta voi olla vain yksittäinen tulliselvitystehtävä tai koko toimitusketjun toteuttaminen. Huolitsijan tulee käsitellä asiakirjoja virheettömästi ja ottaa huomioon eri maiden vaatimukset ja menettelytavat. Huolitsija tarkistaa kuljetettavan tavarankuljetuksen tiedot, kuljetuspakkauksen kunnon ja tiedottaa toimeksiantajalle kuljetuksen etenemisestä. Toimeenpannaan kuuluu useasti myös tavarankuljetuksen nouto asiakkaalta ja sen toimittaminen lähtevään kulkuneuvoon. (Pehkonen 2000, 160- 165.)

Tehtäviin voi halutessa sisältyä tavarankuljetuksen välivarastointia, pakkaamista, merkitsemistä ja lastauksen järjestämistä. Pienet valmistajayritykset hyötyvät huolitsijan varastointimahdollisuuksista, koska varastointikulut ovat pienemmät kuin mitä ne olisivat käyttäessään omaa varastoa. Suuremmilla yrityksillä on yleensä omat huolintatähtäryhtiöt, jolloin he minimoivat kulut mahdollisimman pieniksi. Kun tavara saapuu määränpäähensä, otetaan se vastaan miten on sovittu, joko ostajan, huolitsijan tai huolitsijan edustajan toimesta. Ulkomaalainen huolitsija ottaa tavarankuljetuksen vastaan rahdinkuljettajalta ja huolehtii tullauksesta ja kuljettamisesta eteenpäin.

Huolinta-ala Suomessa järjestää noin 70 prosenttia tuonti- ja vientiselvityksistä ja 90 prosenttia lentorahtikuljetuksista. (Kuljetusopas 2014a; Huolintaliitto 2014.)

Kuljetukset hoidetaan yleensä alihankkijoiden kalustolla. Tavallisia kuljetusketjuja ovat esimerkiksi rekkojen ja laivojen yhdistelmät. Yhdistetyissä kuljetuksissa huolitsija toimii usein rahdin kuljettajana ja rahdinkuljettajan vastuulla. Huolitsija vuokraa tai omistaa kuljetuksessa käytettävät kontit ja varaa tilan kuljetusvälineestä. Hän välittää tarpeelliset tiedot ja määräykset tavarán saapumisesta, mahdollisesta väliaikaisesta säilyttämisestä ja uudesta määränpäästä asiakkailleen. (Ammattinetti 2014; Fintra 2003, 56.)

Esimerkkitapaus huolitsijoista: Japanilainen ostaja tekee tilauksen valmistajalle FOB -toimituslausekkeella. Japanilainen ostaja allekirjoittaa valtakirjan huolitsijalleen, joka on yhteydessä Suomen edustajan huolitsijaan, joka on taas eteenpäin yhteydessä toimittajaan ja valmistajaan. Näin Suomessa saadaan tiedot miten japanilaiset haluavat tavarán haluttuun paikkaan. Suomen päässä huolitsija ilmoittaa Japaniin rahdin järjestelyistä ja informaatiota lähetyksestä kaikille osapuolille. Toimituslausekkeet ovat myyjän ja ostajan sopima kauppamuoto. Toimituslauseke kertoo tietoja toimituksesta, kustannuksista, riskistä ja osapuolien velvollisuuksista. (Fintra 2004, 217; Pehkonen 2000, 162-164.) Toimituslausekkeitä käsitellään tarkemmin alaluvussa 3.4.

Rettig Lämpö toimii asiakkaiden valitsevien huolintaliikkeiden kanssa Japanin viennissään. Tilauksen tultua Rettig vahvistaa toimituspäivämäärán asiakkaalleen, jonka jälkeen asiakas (japanilaiset) ottaa yhteyttä omaan huolitsijaansa, joka taas ottaa yhteyttä Rettigiin. Huolitsijan kanssa sovitaan tarkemmin noutopäivät ja varataan kontit ja lastausajat. Huolitsija ilmoittaa tiedot vielä asiakkaalle. Rettigin myyntiosasto ilmoittaa omalle logistiikalleen milloin on tulossa kontteja, minkä kokoisia ja mihin kellon aikaan. Rettig voi vaikuttaa ainoastaan siihen millaisia kontteja he haluavat lastata sekä millaisella kuljetuskalustolla kontteja varastolle tuodaan. Yleensä huolitsija kysyy haluaako Rettig 40'HC (high cube) 40' standard tai 20' standard kontin. Nämä mitat ovat jalka mittoja. (Karlsson 2014.)

Rettig pyrkii aina siihen, että tuotteet lähetetään ajoissa. Kun tavarat on lastattu, Rettigin velvollisuudet viennissä päättyvät. Toimitusketjun loppu on kiinni huolitsijoista ja kuljetusliikkeistä. Rettigin asiakas Morinaga käyttää Agility Logistics huolintaliikettä ja Dimplex käyttää Varova Oy:tä. Dimplex saattaa käyttää TNT:tä, mikäli kyseessä on kiireellinen lentorahti. (Karlsson 2014.)

Sana kuriiri tarkoittaa henkilöä tai yhtiötä, joka toimittaa halutun tavarahan, paketin tai kirjeen perille ja yrityksellä on myös vastuu toimituksesta. Maailmanlaajuisia kuriiri- ja kuljetusyhtiöitä ovat muun muassa DHL, DSV, TNT, UPS ja Federal Express. Asiakas voi tilata, maksaa ja seurata lähetystä internet-sivuilla. Maiden ja mannertenvälinen kuljetus tapahtuu usein lentokoneella palvelun nopeuden takia. Kuljetusyhtiöt ovat siis aikakeskeisiä ja ensisijaisen tärkeää ovat onnistuneet aikataulut, nopeat kuljetukset ovelta ovelle, hyvä asiakaspalvelu ja tarkka jälkiseuranta asiakkaalle internetissä. (Sakki 1999, 36–37; Haapanen, Lindeman & Vepsäläinen 2005, 246.)

TNT on yksi maailman tunnetuista ja johtavimmista pikakuljetusyrityksistä. Vuonna 2013 yrityksen liikevaihto oli 6,7 miljardia euroa ja se työllistää yli 68 000 henkilöä. Toimintaa yrityksellä on yli 200 maassa ja 2 653 toimipistettä. (TNT 2014d.) Yhtiö kuljettaa noin miljoona lähetystä päivittäin (TNT 2014b). TNT:llä on mahdollista asettaa lähetetyn tavarahan kuljetuskustannuksien maksajaksi vaihtoehtoisesti vastaanottajan. Jotkin maksut voidaan vaatia maksettavaksi käteisellä esimerkiksi arvonlisävero, tullit, muut verot ja julkiset maksut. Lähetys tulee pakata huolellisesti, asianmukaisesti ja varustaa selkeillä osoite- ja kontaktitiedoilla sisältäen myös vastaanottajan puhelinnumeron. (TNT 2014c.)

Kun tuotteet ovat valmiina varastossa, lähettämö kerää tavarat valmiiksi konttien saapumista varten. Tämä tehdään siksi etukäteen, koska konttien lastaamiseen varataan hyvin niukalti aikaa. Kun kontti sitten saapuu Rettigille, lähettämö lastaa valmiiksi noukkimansa tavarat konttiin ja kirjoittaa rahtikirjan Rettigiltä satamaan, jonne kontti on menossa. Rettig Lämpö käyttää Backman-Trummerin logistiikkapalveluja, mikäli joutuu lähettämään esimerkiksi korvaustoimituksen Japaniin. Backman-Trummer hoitaa koko viennin Rettigin varastolta asiakkaan ovelle. Rettig on havainnut tämän hyvin toimivaksi tavaksi viennissä. (Karlsson 2014.)

3.3 Tulli ja ulkomaankaupan keskeiset dokumentit Japaniin

Kun tuotetta siirretään maan rajojen yli, tarvitaan erilaisia asiakirjoja. Niillä on suuri merkitys kaupan sujumiseen ja tavaran liikkumiseen, koska väärin täytettynä ne aiheuttavat lisäkustannuksia ja vievät aikaa. Niiden tulee sisältää keskeiset tiedot kaupankäynnistä, jotta riskeiltä, vahingoilta, katoamisilta ja palautuksilta vältyttäisiin. Asiakirjoja vaativat muun muassa Suomen viranomaiset, kohdemaan viranomaiset, ostaja, huolitsija ja kuljetusliike. (Kuljetusopas 2014b.) Tässä alaluvussa kerrotaan mitä asiakirjoja yritys tarvitsee, että lähetetty paketti pääsee Japaniin asti.

Tulli on yleisnimitys Valtion laitokselle. Sen tehtävä on huolehtia maahantuotujen ja maasta vietyjen tavaroiden tulliverotuksesta, tulliselvityksistä, tilastoinnista, merenkulusta, ulkomaanliikenteen valvonnasta ja maatullirajan vartioinnista (Fintra 2004, 260). Tullilaitos noudattaa EU:n tullikoodeja, jotka kertovat tavaran tullinimikkeen. EU:n ulkopuolelle viennissä käytetään CN-nimikkeistön 8-numeroisia koodeja. CN-luokitusta käytetään, kun seurataan yksittäisen tavaran ulkomaankauppaa. (Fintra 2003, 62; Tulli 2014a.) Rettigin antamia CN-nimikkeiden tullitilastoja tarkastellaan luvussa 5.2.

Lähetyksen mukana tulee olla virheettömästi täytetty rahtikirja (consignment note). Fintra (2004, 216) määrittelee erilaisia rahtikirjoja sen mukaan mistä maantieteellisestä alueesta ja lastista on kysymys. Autorahtikirja eli CRM laaditaan maantiekuljetuksiin, ja se kirjoitetaan kolmena alkuperäiskappaleena. Rautatiekuljetuksiin laaditaan CIM rahtikirja. Venäjällä käytetään itäistä rahtikirjaa, joka on 10-sivuinen. (Fintra 2003, 70; Fintra 2004, 43.) Mallikappaleet CMR ja CIM rahtikirjasta löytyvät liitteistä (LIITE 3; LIITE 7).

TNT:tä käyttäessä kuljetus- ja rahtikirjatiedot voi lähettää sähköisesti asiakasohjelman kautta. Rahtikirja saa oman rahtikirjannumeron, jolla voi seurata lähetyksen kulkua TNT:n internet-sivuilla. EU:n ulkopuolelle menevistä lähetyksistä tulee toimittaa vientiosastolle kuljetusasiakirjan kopio. Rahtikirjan tiedot ja tavarankuvaus on täsmättävä tarkalleen kuljetettavaan pakettiin. Näitä tietoja ovat lähettäjän ja vastaanottajan osoite, yhteystiedot ja VAT –tunnus (Value-added tax), ja lähetyk-

sen sisältö yksiköitynä ja CN-tullinimike. Japanin tulli edellyttää vastaanottajan puhelinnumeroa aina jokaiseen lähetykseen. (TNT 2014a; TNT 2014c.)

Meriliikenteen asiakirja eli merirahtikirja (Sea Waybill) tehdään rahdinantajan ja rahdinottajan välillä. Merirahtikirjan mallikappale on esillä liitteenä (LIITE 5). Se on todistus, että rahdinottaja on vastaanottanut tavarat. Tämä asiakirja soveltuu sellaisten tavaroiden asiakirjaksi, joita ei myydä kuljetuksen aikana. Vastaanottajan on ennen tavarat luovutusta maksettava rahti ja muut mahdolliset kulut. Merirahtikirjaa käytetään erityisesti linjaliikenteessä. Merirahtikirjassa sovitaan muun muassa kuljetuksen ehdoista. Tavara luovutetaan merirahtikirjassa merkitylle vastaanottajalle. (Pehkonen 2000, 124.) Konossementti (Bill of lading) on myös todiste kuljetussopimuksesta. Se on rahdinkuljettajan antama asiakirja tai todiste, että rahdinkuljettaja on vastaanottanut tavarat kuljetusta varten tai lastannut tavarat alukseen. Se voi olla myös sitoumus toimittaa tavara määränpäähän tai että tavara luovutetaan ainoastaan henkilölle, joka esittää alkuperäisen konossementin. (Fintara 2004, 152; Kuljetusopas 2014b.) Konossementin mallikappale on esillä liitteenä (LIITE 6). Näiden kahden asiakirjan erona on, että konossementin haltija pystyy halutessaan käymään kauppaa tai myymään tavarat eteenpäin silloin kun laiva on matkalla määränpäähän. Merirahtikirja on vain todiste kuljetussopimuksesta, joka tarkoittaa sitä, että omistusoikeus tavarat on lähettäjällä vaikka nimetty henkilön vastaanottaa. (Wallenius Wilhelmsen Logistics 2014.)

Lentorahti kuljetussopimus laaditaan IATA:n (International Air Transport Association) hyväksymän mallin mukaan. Se kirjoitetaan kolmena alkuperäiskappaleena. Se sisältää hinnat ja muut kuljetusehdot. Jos lähetyksiä on useita yhdessä rahtikirjassa, joutuu huolitsija tekemään jokaiselle yksittäiselle lähetykselle alarahtikirjan. (Pehkonen 2000, 149.) Lentorahtikirjan mallikappale esillä liitteenä (LIITE 4).

Kaupallisista lähetyksistä laadittavan kauppalaskun (commercial invoice) tulee sisältää kauppasopimuksen pääkohtien lisäksi tietoja tavarat ostajalle, tulliviranomaisille, huolitsijalle, kuljetusliikkeelle ja mahdollisesti myyjän edustajalle. Tiedot on ilmoitettava mahdollisimman tarkasti, koska ne ovat perustana useille muille vientikaupassa tarvittaville asiakirjoille. Kauppalaskun mallikappale on esillä liitteenä (LIITE 8). Kauppa- tai ainakin proforma lasku täytyy olla kaikissa Euroopan

Unionin ulkopuolelle menevissä lähetyksissä vientiselvitystä varten. Proforma on muodollinen lasku, joka ilmoittaa tavaraan tai kauppaan liittyviä tietoja ja vaatimuksia. Se ei ole maksuvaatimus, vaan sitä käytetään kun viedään veloitusettomia tavaränäytteitä, toimitetaan osa- tai jälkitoimitusta. (Fintra 2004, 141; Kuljetusopas 2014b.) Pakkauslista on erittely, joka sisältää lähetyksen sisällön ja se voi olla kauppalaskuun sisällytetty. Sen kopio lähetetään usein vastaanottajalle, että hän voi tarkistaa lähetyksen sisällön. (Finpro 2013, 5.)

Tulli vaatii vientiselvityksen, kun tavara viedään EU:n ulkopuolelle. Vientiselvitys tulee tehdä ajoissa ja sähköisesti Tullille. Vientiselvityksen voi antaa huolintaliikkeen tehtäväksi. Tullin tietojärjestelmästä tulee lähettäjälle vastaus, joka on joko hyväksymis- tai hylkäämissanoma. Tilanteessa jossa hyväksytään vienti seuraa luovutussanoma, jonka liitteenä on luovutus päätös ja viennin saateasiakirja EAD (Export Accompanying Document). Tähän EAD:iin sisältyy MRN (Movement Reference Number) -viite joka yksilöi ilmoituksen tulliviranomaisten tietojärjestelmissä. Tämä EAD-asiakirja on esitettävä Tulliviranomaisille EU:sta poistuttaessa yhdessä vienti-ilmoituksilla esitettyjen tavaroiden kanssa. Poistumispaikan viranomainen vahvistaa poistumisen suoraan tietojärjestelmään, josta todisteeksi tapahtuneesta viennistä Tulli lähettää viejälle poistumisvahvistetun luovutus päätöksen, jolla viejä voi osoittaa tavaroiden viennin arvonlisäverottomuuden. (Finpro 2013, 7; Tulli 2014d.)

Rettigillä lähettämö kirjoittaa rahtikirjan (Rettigiltä satamaan), jonne kontti on mennossa. Tämän jälkeen laskutetaan tuotteet, jotka ovat menneet konttiin. Lasku ja lähetteet lähetetään huolitsijalle sähköpostitse, joka tekee niiden pohjalta kaikki vientidokumentit. Laskut ja lähetteet lähetetään myös asiakkaalle sähköpostitse Japaniin. Radiaattoreiden mukaan pakataan myös aina lähetysluettelot ja alkupe-
rämerkinnät. (Karlsson 2014.)

3.4 Incoterms 2010 - toimitusehto määrittää kuljetuksen

Incoterms on Kansainvälisen Kauppakamarin ylläpitämä toimituslauseke kokoelma. Toimituslausekkeella sovitaan kaupan ehdoista, kustannuksista ja riskien jakautu-

misesta. Incoterms 2010 sisältää kolmentoista kansainvälisessä kaupassa käytetyn kauppataavan määritelmän. Jokaiselle lausekkeelle on annettu määritelmän lisäksi nimi ja kolmikirjaiminen lyhenne. Ne ovat jaettu neljään eri ryhmään kustannusten ja vastuun perusteella. Kun myyjä ja ostaja sisällyttävät kauppasopimukseensa toimituslausekkeen ja viittauksen Incotermsiin, se merkitsee mitä kauppatappaa he noudattavat kuljetuksessa. Esimerkiksi FOB Lontoo Incoterms 2010, kertoo, että myyjä toimittaa tavaran ostajalle Lontoon lastausseurassa. Kaupankäyjien täytyy muistaa, että toimituslauseke ei ole osa kuljetussopimusta, vaan se antaa kolmansille osapuolille tietoa siitä, mitä myyjä ja ostaja olivat sopineet tavaran toimittamisesta ja velvoitteista. Incoterms 2010 on sisällytettävä kirjalliseen kauppasopimukseen. Myyjän ja ostajan tulee harkita, miten he ovat valmiita hoitamaan tavaran toimituksen ja arvioimaan osapuolten odotuksia ja tarpeita valitsemalla parhaiten soveltuvan toimituslausekkeen. Toimituslausekkeet eivät liity mitenkään tavaran omistusoikeuden siirtoon, toimitusaikaan tai sen maksuehtoihin. Nämä edeltä mainitsevat asiat sovitaan kauppasopimuksessa erikseen. (Pehkonen 2000, 90–92; ICC 2014.)

Lausekkeet on jaettu neljään ryhmään. Ensimmäinen niistä on ryhmä E, johon kuuluu Ex Works eli noudettuna lähettäjältä. Tässä lausekkeessa myyjän velvollisuudet ovat minimaaliset kuten seuraava kuvio (KUVIO 4) osoittaa. Toinen ryhmä on F, johon kuuluvat FCA, FAS ja FOB. Näissä lausekkeissa toimituspaikka on lähellä myyjää ja se ei sisällä rahtia. Kolmas eli ryhmä C sisältää rahdin ja myyjän vastuu sijoittuu lähelle ostajaa, mutta vastuu vahingoista siirtyy ostajalle jo aikaisemmin kuin muut ehdot. Tähän ryhmään kuuluvat CFR, CIF, CPT ja CIP. Viimeinen näistä on ryhmä D, jossa myyjä vastaa kaikista mahdollisista kustannuksista ja riskeistä määränpäähän saakka. Tähän kuuluvat DAT, DAP ja DDP. (Fintra 2003, 47- 49; Pehkonen 2000, 92–93.)

Jos tavaralle sattuu jotain kuljetuksen aikana, toimituslauseke määrittää kumpi vastaa seuraamuksista. Jos myyjä tai ostaja ei halua kantaa riskiä, hän voi vakuuttaa tavaran, jolloin hänellä on tavaravastuu. Tämä on käytössä CIF ja CIP lausekkeissa. Lausekkeita FAS, FOB, CFR ja CIF käytetään ainoastaan merirahdissa. Ne näkyvät kuviossa (KUVIO 4) vaaleansinisellä merkittyinä. Työn liitteenä on tau-

lukko (LIITE 2), jossa on avattu jokainen toimituslauseke auki ja kerrottu myyjän ja ostajan velvollisuuksista.

DESCRIPTION	Mode	SELLER	BUYER
EXW Ex Works	All modes of transport	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
FCA Free Carrier	All modes of transport	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
CPT Carriage Paid to	All modes of transport	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
CIP Carriage and Insurance Paid to	All modes of transport	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
DAT Delivered at Terminal	All modes of transport	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
DAP Delivered at Place	All modes of transport	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
DDP Delivered Duty Paid	All modes of transport	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
FAS Free Alongside Ship	All modes of transport	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
FOB Free on Board	All modes of transport	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
CFR Cost and Freight	All modes of transport	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
CIF Cost, Insurance and Freight	All modes of transport	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER
	Sea and inland waterways	SELLER	BUYER

■ All modes of transport
 ■ Sea and inland waterways
 ■ COSTS
 ■ RISK
 ■ INSURANCE

KUVIO 4. Incoterms 2010 toimituslausekkeet (Jms-logistics 2014).

Yleisin toimituslauseke, jota Rettig käyttää normaaleissa tilauksissa ja lähetyksissä on EXW (Ex Works) eli noudettuna lähettäjältä tai FOB (Free on board) eli vapaasti aluksessa nimetyssä satamassa. Reklamaatioissa (lentorahdeissa) eniten käytetty toimituslauseke on DAP (Delivered at place) eli toimitettuna määräpaikalle. (Karlsson 2014.)

4 MAHDOLLISET KULJETUSTAVAT JAPANIIN

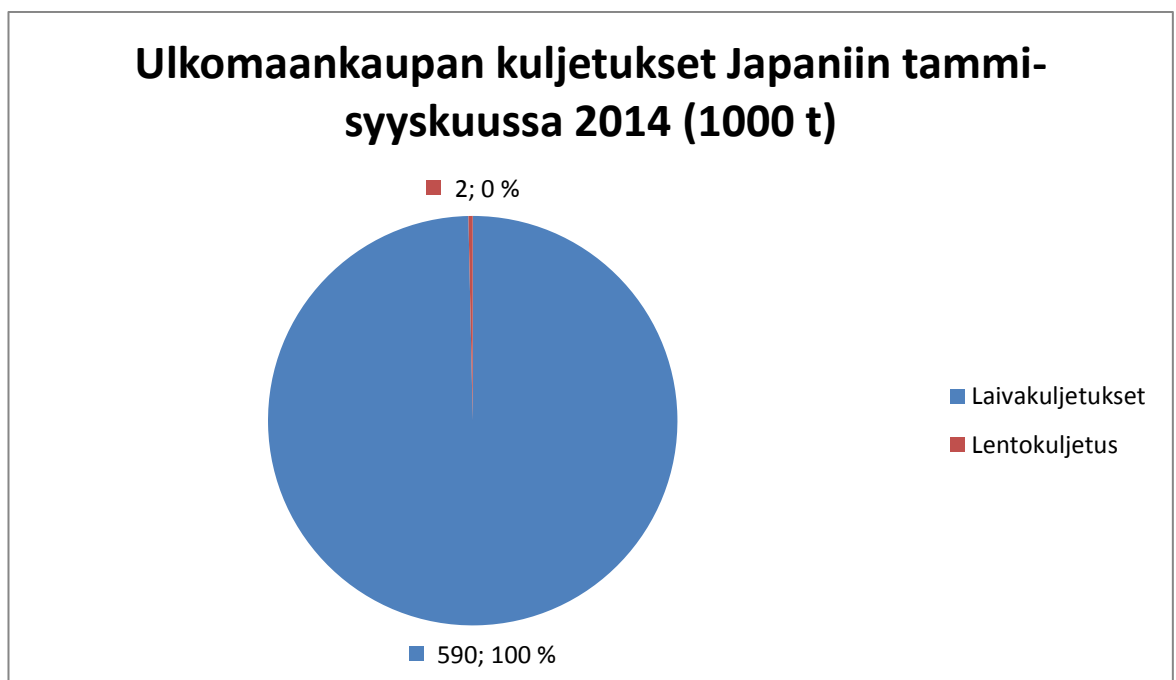
Tässä luvussa kerrotaan millä eri kuljetusmuodoilla on mahdollista kuljettaa tavaraa Japaniin. Luvussa kerrotaan myös lyhyesti yleisesti mahdollisuuksista kuljettaa maalla, merellä, ilmassa ja rautateitse Suomessa.

Alhaalla olevassa kuviossa (KUVIO 5) näkyy kaikki Suomen isoimmat satamat, maantiet ja rautatieverkosto. Suomen ulkomaankaupan kuljetuksia oli vuonna 2012 noin 105 miljoonaa tonnia. Tästä merikuljetuksia oli 93,2 miljoonaa tonnia ja maakuljetuksia 11,9 miljoonaa tonnia. Osa yrityksistä toteuttaa tavaroiden kuljetamisen omalla kuljetuskalustollaan, toiset taas osittain tai kokonaan ostettuina palveluina. (Liikennevirasto 2013; Sakki 1999, 66.)



KUVIO 5. Suomen pääliikenneverkko ja kansainväliset yhteydet (Logistiikan maailma 2014b).

Kuljetusten tehtävänä on toimittaa tuotteet tuotannosta tai varastosta lähemmäksi loppumarkkinoita ja asiakkaita. Kun kuljetukset on suunniteltu järkevästi, saa yritys huomattavaa säästöä ja vahvistaa näin kilpailuasemaa markkinoilla. Nopeat ja luotettavat kuljetukset ovat kilpailuvaltteja. Kuljetusten järjestämistä kannattaa pohtia jo siinä vaiheessa, kun toimituslausekkeitä aletaan valita. On hyvä selvittää kumpi pystyy hoitamaan edullisemmat kuljetukset. Ostajalla voi olla sopimuksia tai etuja, joilla hänen kustannukset jäävät pienemmiksi kuin itse viejän. Kuljetusten järjestäminen voi olla tarjottava palvelu asiakkaalle. Tässä tapauksessa kannattaa valita toimituslauseke, joka ulottuu mahdollisimman lähelle ostajaa. Tällä kauppatyylillä voidaan saada tiiviimpi asiakassuhde. Kuljetuksia järjestäessä kannattaa selvittää, onko viejän yrityksellä tuontia kohdealueella. Näin voisi hyödyntää meno- ja paluukuljetuksia. (Fintra 2003, 53.)



KUVIO 6. Ulkomaankaupan kuljetukset Japaniin tammi-syyskuussa 2014 (Mukailen Tulli 2014c).

Laivakuljetukset ovat selkeästi yleisin tapa viedä Japaniin osoittaa piirakkakuviota (KUVIO 6). Lentorahtia Japaniin on mennyt vuoden 2014 syyskuuhun mennessä kaksi tuhatta tonnia, kun taas merirahtia 590 tuhatta tonnia. Seuraavissa alaluissa käydään läpi mahdolliset kuljetustavat Japaniin. Ne ovat maantie-, lento-, meritie- ja rautatiekuljetukset.

4.1 Maantiekuljetukset

Maalla tapahtuvat kuljetukset ovat reitti-, runko-, siirto-, keruu-, jakelu- ja paluukuljetuksia. Maantiekuljetukset ovat kaikista kuljetusmuodoista joustavin, koska maalla voidaan toimittaa suuria kuormia ja hoitaa samalla keruu- ja jakelutoimintaa. Lait asettavat vaatimuksia kalustolle, henkilöstölle sekä toimiluvulle. Yleisiä kalustotyyppisiä ovat kaksi- ja kolmiakseliset kuorma-autot, puoliperävaunuyhdistelmät, kevyet kuorma- ja pakettiautot, linja-autot sekä henkilöautot. (Karrus 2001, 114.) Suomessa kuljetetaan tavaraa maanteitse joka päivä keskimäärin 1,5 miljoonaa tonnia. Vuonna 2013 kotimaankuljetuksia oli 294 miljoonaa tonnia. Eniten kuljetuksia luo rakennusmaat, elintarvikkeet ja metsäteollisuus. (Työturvallisuuskeskus 2013.)

Japaniin ei kannata lähteä ajamaan rekoilla, koska merikuljetusalukseen menee paljon tavaraa ja se on paljon edullisempaa kuin bensa ja kuljettajan palkka. Yleensä maantie kuljetuksia hyödynnetään yhdistelmäkuljetuksina (auto-laiva ja auto-lentokone). Rettigin varastolta lähtee maantiekuljetuksena satamaan kontti, joka lastataan sitten satamassa laivaan tai lentokentällä lentokoneeseen (Karls-son 2014). Suomessa tavara liikkuu siis kontissa maantieajoneuvossa.

4.2 Lentokuljetukset

Lentokuljetus on kallis ja nopea tapa kuljettaa, mutta rajoittaa siirrettävien tuotteiden eräkokoja. Karrus (2001, 118) painottaa, että vaihtoehtoa käytetään vain, jos toimitus on kiireellinen, kooltaan tai painoltaan pieni. Tavarahan huolellinen käsittely pitää vakuutusmaksut alhaisina, ja nopea toimitus varastot pieninä. Rahtimaksut ovat ainoa haitta. Tavaroita rahdataan matkustajakoneen ruumassa kappaletavaranä tai kuormayksikkönä tai rahtikoneella. Kuljetusmaksu määräytyy brutto- tai tilavuuspainon perusteella. Nykyisin myös kuljetusyhtiöiden palvelut ovat yleistyneet lentorahdissa ja ne tarjoavat pikarahtia. Suomesta Kaukoitään kuljetettavat tavarat voidaan kuljettaa vaihtoehtoisesti ensin maanteitse Keski-Eurooppaan ja lastata siellä lentokoneeseen. Nopeus ei tästä paljoa vaihtelee, mutta kustannukset saadaan alhaisemmiksi. (Fintra 2003, 56; Pehkonen 2000, 148-149.)

Lentorahdin osuus ulkomaankaupan arvosta oli vuonna 2013 noin 10 prosenttia. Vuonna 2012 kansainvälistä lentorahtia kuljettiin 205 000 tonnia, josta Helsinki-Vantaan osuus oli noin 192 000 tonnia. Kotimaista lentorahtia kuljetettiin yhteensä noin 7 500 tonnia. Japanissa on yli 150 lentokenttää, joista kaksi suurinta ovat Naritan ja Kansain kansainväliset lentokentät. Alueellisesti merkittäviä lentokenttiä siellä on 20. (Wilén 2010; Työturvallisuuskeskus 2013.)

Kiireellisissä tapauksissa ja tilauksissa Rettig käyttää lentokuljetuksia. Jos asiakas itse pyytää lentorahtia, niin he myös maksavat nämä kulut itse. Jos kyseessä on reklamaatio, niin Rettig hoitaa kaikki kulut. Lentoteitse tavarat ovat perillä Sapporossa noin viikossa. Lentorahti on nopea ja luotettava, mutta maksaa paljon. (Karlsson 2014.)

4.3 Merikuljetukset

Merikuljetukset ovat Suomelle merkittävä kuljetuskeino tuonti- ja vientituotteille. Yleisiä kulkuväyliä Suomessa on yhteensä noin 19 500 kilometriä. Suomen suurimmat satamat, tavaramäärällä mitattuna, ovat Sköldvik, HaminaKotka ja Helsinki. Tärkeimmät vientisatamat ovat HaminaKotka (metsäteollisuus, kemikaalit ja transiitto (ajoneuvokuljetus, joka tapahtuu jonkin maan kautta)), Sköldvik (öljysatama), Kokkola (malmit ja rikasteet), Helsinki (yleissatama) ja Rauma (metsäteollisuus). Tuonnissa merkittävimmät ovat Sköldvik (öljysatama), Helsinki, HaminaKotka, Raahen (terästeollisuus) ja Naantali (öljysatama). Kotimaan vesiliikenteen määrä vuonna 2012 oli 7,7 miljoonaa tonnia ja ulkomaille 93,2 miljoonaa tonnia. (Liikennevirasto 2013.)

Meriliikennekuljetukset voivat olla hakurahti- tai linjaliikennettä. Hakurahtiliikenteessä laiva kuljettaa täysiä lasteja satamasta toiseen, josta se saa kulloinkin edullisimman rahdin. Laiva siis kulkee satamasta toiseen markkinatilanteen mukaan ilman säännöllisiä reittejä ja aikatauluja. Rahti voi olla joko matka- tai aikarahtaus. Matkarahtaus on määrätystä satamasta toiseen kulkeva ja aikarahtaus on määräaikainen eli tiettyyn aikaan mennessä. Yli puolet maailman kauppalaivoista kuljete-

taan aikarahtauksella. Reitit ja rahdit riippuvat sen hetken markkinatilanteesta ja vaihtelevat kysynnän ja tarjonnan mukaan. Linjaliikenne kulkee samaa reittiä tiettyjen aikataulujen mukaisesti. Nämä kuljettavat noin 10 prosenttia maailman meritse kulkevasta tavaramäärästä. (Pehkonen 2000, 114.)

Merikuljetusten rahtikustannukset kilometriä kohden ovat yleensä muihin kuljetusmuotoihin verrattuna alhaisimmat. Toisin sanoen meriliikenne on edullisin vaihtoehto kuljettaa, jos se on mahdollista tuotteelle. Edullisuutta arvioitaessa on otettava huomioon myös esikuljetus satamaan, satamakustannukset lähtö- ja tulosatamassa, itse merikuljetus sekä mahdolliset jälleenlaivauskustannukset. (Fintra 2003, 55.) Vuonna 2015 voimaan tuleva rikkidirektiivi tulee nostamaan kauppamerenkulun kustannuksia (Liikennevirasto 2013). Voidaan todeta, että merikuljetusten valttina on ollut niiden edullinen hinta, mutta miinuksena hitaus Japaniin verrattuna lentorahtiin.

Pääosa esimerkiksi Japanin ja Venäjän viennistä hoidetaan edelleen meriteitse hyödyntäen Kotkan, Haminan ja muiden suomalaissatamien palveluja. Tulevaisuudessa, jos japanilaiset pyrkivätkin operoimaan enemmän suoraan ilman välikärsiä tai kauttakulkusatamia tulee Trans-Siperia radan hyödyntäminen luultavasti kasvamaan. (Suomen suurlähetystö 2009.)

Kuvio seuraavalla sivulla havainnollistaa meritien pituutta Japaniin (KUVIO 7). Kartalla näkyy punaisella ja mustalla mahdolliset merireitit Euroopasta Japaniin. Punaisesta linjaa pitkin reitti kulkee Itämeren kautta Gibraltarin ohitse, pitkin Suezin kanavaa, Intian eteläpuolelta, Singaporen ja Malesian ohitse Japaniin. Tämä on huikea kiertoreitti verrattuna Jäämeren mustaan reittiin, joka on 5 000 kilometriä lyhyempi. Talvisin tämä musta reitti on mahdoton, koska jää peittää kulkureitin, mutta tulevaisuudessa se voi olla mahdollinen ilmastonmuutoksesta johtuen. Kiertoreitissä on hyötynä, että punaisen reitin varrella on paljon satamia, jossa laiva käy hakemassa ja purkamassa kontteja matkan varrella välisatamissa, joten kustannukset voivat olla näin edullisempia. Mustan reitin valttina on sen lyhyys, mutta sen varrella ei ole merkittäviä kauppasatamia. (Guinand 2013.) Täten voidaan todeta, että jos mustaa reittiä joskus tullaan käyttämään, niin laivojen tulisi lähteä aina täysin lasteina, jotta se olisi kannattavaa.



KUVIO 7. Meritie Euroopasta Japaniin (Guinand 2013).

Nagoyan satama on rahtimäärältään Japanin suurin satama ja sen kautta kulkee noin 10 prosenttia Japanin ulkomaankaupasta. Muita merkittäviä satamia Japanissa ovat Köben, Jokohaman, Osakan ja Tokion satama. (Kobe Port Terminal Corporation 2014.)

Valtaosa Rettigin tuotteista lähetetään meriteitse konteissa. Merikuljetus kestää pitkään, mutta on taloudellisin vaihtoehto. Kuljetus kestää noin 6-8 viikkoa. Riippuen miten usein joudutaan kontit uudelleen lastaamaan (alusten vaihdot satamissa) ja tuleeko viivästyksiä ja miten löytyy vapaata tilaa aluksilta. Merenkäynti on myös joskus todella rajua, ja vaikka kuinka tuotteet suojataan ja lastataan tiiviisti tavaroita kontteihin, niin aina välillä joku lava saattaa liikkua ja tuotteet kärsivät vaurioita (lommoja, maalipintoihin tulee raapaisuja yms.). Pitkän kokemuksen johdosta Rettig on osannut kehittää lastauspuoltaan niin, että kuljetusvaurioita sattuu melko vähän. (Karlsson 2014.)

Kerran sattui myös niin, että oli ollut lakko satamissa ja kontit olivat viivästyneet sen takia ja kaikenlisäksi tulivuori purkautui Islannissa ja tuli lentokielto jollekin kentälle, jonka kautta lentorahdin piti mennä.

Tämä oli muistaakseni pahin juttu. Tarkoitus oli, että asiakkaan tilaukset lähtevät kontissa, mutta jouduimme sataman lakon takia laittamaan joitain tuotteita lentorahtina, sillä niitä tarvittiin todella kipeästi Japaniin. Sitten kun lentorahdin piti lähteä, niin jollain kentällä oli tosiaan vielä tuo lentokielto, johtuen Islannin tulivuoren purkauksen aiheuttamasta tuhkapilvestä. Meiltä yksinkertaisesti loppuivat keinot kesken. Asiakas ei voinut muuta kuin tyytyä siihen, että tuotteet tulevat heti kun lentokielto kumotaan. (Karlsson 2014.)

4.4 Rautatiekuljetukset

Vuonna 2012 rautateiden tavarakuljetusten määrä oli 35,3 miljoonaa tonnia kotimaassa. Rautatiekuljetukset palvelevat metsä-, metalli- ja kemianteollisuutta sekä transitoliikennettä. Kaivosteollisuuden nousu on näkynyt kuljetuksissa. Tärkeimmät kuljetustuotteet Suomessa ovat metsäteollisuuden tuotteet ja puuraaka-aineet. (Liikennevirasto 2013.)

Suomen liikennöidyn rataverkon pituus on 5 944 kilometriä, josta 3 073 kilometriä on sähköistetty. (Liikennevirasto 2013.) Rautatiekuljetus sopii suurehkojen tavarajen ja -kollien kuljetukseen. Suomesta Itään liikenne hoidetaan Venäjän kalustolla. (Fintra 2003, 55.) Positiivista kuitenkin rautatieliikenteelle on, että kaivoskuljetukset ovat lisääntyneet huomattavasti ja raakapuun kuljetusjärjestelmän uudistus rautatieliikenteeseen (Liikennevirasto 2014).

VR Cargon (2005) mukaan vuonna 2004 Trans-Siperia rataa hyödyntäen Suomesta Japaniin tarkoitettua konttiliikennettä kulki 7 440 TEU:ta. Yksi TEU määritellään 20 jalan kontin mittojen mukaan. Myös 40 jalan kontit voidaan ilmoittaa tätä mitayksikköä käyttäen, jolloin 40 jalan kontti on 2 TEU:ta. (Logistiikan maailma 2015.) Kauppahuone Mitsui Japanissa on esitellyt asiakkailleen palvelun, jonka tarkoituksena on yhdenmukaistaa Siperian rautatiehen liittyvää asiointia. Japanilaisyrietykset ovat seuranneet Siperian läpi kulkevan rautatien kehitystä. Seuraavalla sivulla on kuvio (KUVIO 8), joka havainnollistaa rautatien pituutta. Kuvasta voidaan päätellä, että Helsingistä rautateitä pitkin pääsee, Japanin merelle, Vladivostokiin saakka. Japaniin asti kuljetettaessa täytyisi käyttää rauta-meritie yhdistelmää. Mazda aloitti syyskuussa 2008 autojen toimittamisen Venäjälle Siperian rautatietä pitkin ja Hyundai on käyttänyt rautatietä kuljetuksissa jo pidemmän aikaa.

Rautatien etuna on nopeus, jos kuljetus etenee viivästyksettä. Mutta tällä hetkellä rautatien haasteina kuitenkin ovat korkeat kustannukset, erityisesti Venäjän asettamat tariffit, aikataulut ja kuljetusten luotettavuus. Rahtivolyymit olivat korkeimmillaan 1970- ja 1980-luvun vaihteessa huipentuen lopulta vuonna 1983, jonka jälkeen sekä kuljetukset Japanista että Japaniin alkoivat vähentyä tasaisesti. Rahtien väheneminen selittyy pääosin Aasian finanssikriisin seurauksena edullisemmilla merikuljetuksilla ja erityisesti Venäjän päätöksillä kohottaa rautatietariffeja. Vertauskuvallisesti laivakuljetus Suomesta Japaniin Suezin kanavan kautta kestää noin 30 päivää, kun taas junakuljetus Suomesta Kiinaan tai Venäjän itärannikolle kestää noin 12 päivää. (Suomen suurlähetystö 2009.)



KUVIO 8. Trans-Siperia rautatien reitit (Transsiberian info 2015).

Nähtäväksi jää vaikuttaako tuleva merirahdin rikkidirektiivi Siperian rautatieliikenteen tai lentorahdin kasvuun tulevaisuudessa. Jos rikkidirektiivi vaikuttaisi rautatieliikenteen kasvuun, niin on silti vaikuttamassa nykyinen Ukrainan-kriisi, joka on myös näkynyt pakotteina kaupankäynnissä Suomen itärajalla.

5 JAPANI VIENTIKOHTENA

Tässä luvussa esitellään ensin Japani vientimaana. Sitten kerrotaan tutkimuksen kannalta tärkeitä asioita ja pieniä yksityiskohtia Japanin liikekulttuurista ja sen piirteistä. Lopuksi luvussa havainnollistetaan viennin lukuja ja analysoidaan Tullin kauppatilastoja radiaattorin viennissä Japaniin.

5.1 Japani ja sen liikekulttuuri pähkinänkuoressa

Japani on Aasian Tyynellämerellä sijaitseva saarivaltio, joka koostuu noin 3 000 saaresta. Suurimpia saarista ovat Honshu ja Hokkaido. Japanin pääkaupunki Tokio sijaitsee pääsaari Honshun keskiosassa. Pinta-alaltaan Japani on Suomen kokoluokkaa, mutta väestöltään moninkertainen. (Lehkonen 2014.) Tämän työn liitteenä (LIITE 10) on Japanin kartta, jossa näkyy myös kuinka lähellä Japania rautatieasema Vladivostok on.

Vuonna 2013 Japanissa asui noin 127,34 miljoonaa ihmistä (Statista 2014). Vienti-tuotteita ovat koneet ja laitteet, polttoaineet, elintarvikkeet, kemikaalit ja raaka-aineet. Japanin negatiivisia piirteitä kaupankäynnissä Wilen (2010) on listannut esimerkiksi jäykkä liiketoimintaympäristö, englannin kielen puute, kireä paikallinen kilpailu, käytössä on paljon paikallisia standardeja, tuotteita on usein muokattava paikalliseen kulttuuriin sopiviksi, tuotekehitys halutaan usein pitää oman yrityksen sisällä, korkea veroaste ja kalliit työvoimakustannukset. Vuonna 2009 Japanissa talonrakentamistilausten arvo oli 7 264,4 miljardia jeniä (53 miljardia euroa). Talonrakentamisen suurimmat segmentit olivat toimistorakentaminen 1848,9 miljardia jeniä (13,5 miljardia euroa) ja asuntorakentaminen 1295,7 miljardia jeniä (9,5 miljardia euroa). (Wilen, 2010.) Näiden lukujen valossa voidaan todeta, että Rettigin radiaattori tilaukset jatkuvat myös tulevaisuudessa, jos talonrakentamiseen käytetään vastaisuudessa yhtä paljon rahaa. Radiaattorien menekin takaa rakennuttaminen ja saneeraustyöt.

Japanilainen liike-etiketti ei eroa muista maista kovin paljoa. Pääpilarit ovat kohteliaisuus, arkaluonteisuus (herkkyys) ja hyvät käytöstavat. Isoin ero Eurooppaan ja Amerikkaan on, että he ovat enemmän virallisia erityisesti ensitapaamisella. Japanilaiset ovat hyvin perinteikkäitä. Japanissa ulkomaalaisia liikemiehiä ei tarkastella niin kriittisesti. Heiltä sallitaan pienet virheet ja se jopa saattaa rikkoa jään monessa tapauksessa. Ajan mittaan virallisuus pienenee, kun opitaan tuntemaan toisen. Japanissa pitää muistaa myös hymyillä, olla miellyttävä, valmiina oppimaan uutta, kysyä paljon kysymyksiä asiakkaan yrityksestä, mutta ei yksityiselämästä. (Venture Japan 2015.)

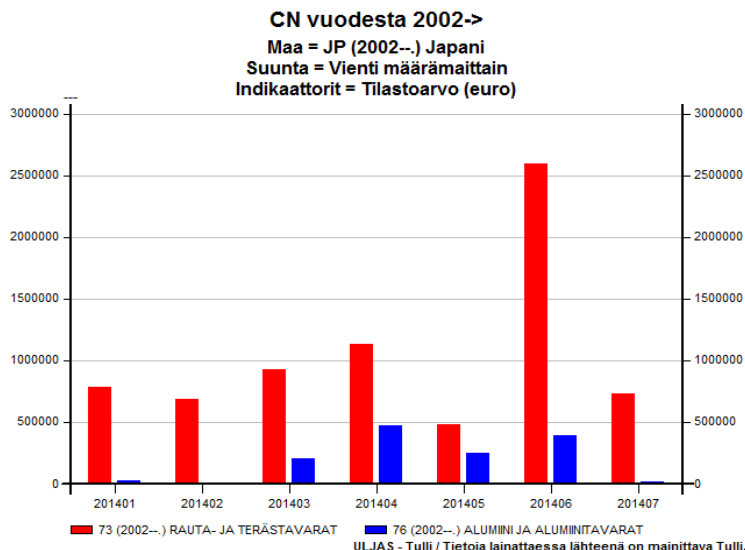
Ensikontakti on merkittävä japanilaisessa liike-elämässä. Sen onnistuminen ratkaisee usein, miten ja millä tasolla uusi liikesuhde lähtee liikkeelle. Yleensä pelkkä kirjeen lähettäminen tai puhelinsoitto ei Japanissa johda kaupankäyntiin. Suhteet japanilaisiin tulisi luoda henkilökohtaisesti. Henkilökohtainen esittely jonkun japanilaisessa liike-elämässä mukana olleen liiketuttavan välityksellä on Japanissa yleinen ja hyväksi osoittautunut tapa. Ilman välimiestä yhteydenotto saattaa olla hyvinkin vaikeaa. Käyntikorttien käyttö on välttämätöntä, niitä tarvitaan joka paikassa. Kortit pitää antaa kahdella kädellä ja japaninkielinen puoli aina ylöspäin. (Immonen 2001, 16-17; Wilen 2010, 1-35.) Kortit tulisi painattaa mielellään kaksikielisenä siten, että kääntöpuolella näkyy nimen japaninkielinen versio (Fintra 2003, 18).

Rettigillä ei ole sattunut kulttuuriin liittyviä ongelmia japanilaisten kanssa. Tämä johtuu valtaosin siitä, että Jan Ekwall, joka ennen eläkkeelle jäämistään (kesällä 2014) vastasi asiakassuhteista japanilaisiin. Ekwall oli erittäin hyvin perillä japanilaisesta liike-elämästä ja sen säännöistä. Hänellä oli loistavat henkilökohtaiset suhteet asiakkaiden johtohenkilöiden kanssa. Tästä johtuen Rettig on osannut käsitellä japanilaisia asiakkaitaan mallikkaasti. Japanin tilausten- ja toimitustenkäsittelijä, Karlsson, sai hyvän koulutuksen ja ohjeistuksen miten japanilaisten kanssa pitää toimia ja kommunikoida. (Karlsson 2014.)

5.2 Radiaattorin vienti Japaniin peilaten Tullin kauppatilastoihin

Suomen viennin arvo Japaniin heinäkuussa 2014 oli 88 miljoonaa euroa. Yhteensä saman vuoden tammi- ja heinäkuun aikana viennin arvo oli 617 miljoonaa euroa. Tullin ennakkotilaston mukaan elokuussa 2014 Suomen tavaravienti yleisesti laski kuusi prosenttia heinäkuusta. Tähän vaikuttivat merkittävästi öljytuotteiden, paperiteollisuuden tuotteiden sekä koneiden ja laitteiden viennin lasku. Vienti EU-maiden ulkopuolelle laski jopa kymmenen prosenttia kuukauden takaisesta. Kaikkiaan vientiä Suomesta ulkomaille oli elokuussa arvoltaan noin 4,2 miljardia euroa. Raudan ja teräksen vienti Suomesta kuitenkin kasvoi heinäkuusta elokuuhun 2014 kaksi prosenttia. Vientiluvut kasvoivat juuri Japaniin entistä enemmän tilastojen valossa. (Surkea luku Suomen viennistä: -6% - nyt niiaa myös EU-vienti 2014; Tulli 2014b.) Rettig vie Japaniin Morinagalle TPC ja TCN radiaattoreitaan ja työssä on käytetty Karlssonilta saatuja tuotteiden CN-tullikoodi nimikkeitä. Näillä nimikkeillä saatiin selville seuraavia taulukoita (TAULUKOT 1-4).

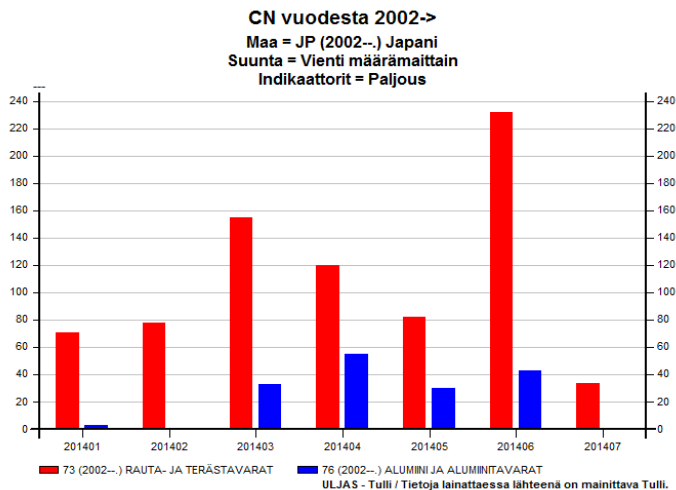
TAULUKKO 1. Raudan ja terästavarain sekä alumiinitavarain viennin arvo euroina Japaniin vuoden 2014 alusta heinäkuuhun (Uljas - Tullin tavarain ulkomaankauppatilastot 2014).



Taulukossa (TAULUKKO 1) on havainnollistettu raudan- ja terästavarain sekä alumiinitavarain viennin arvoa Japaniin vuoden 2014 alusta lähtien heinäkuuhun asti. Taulukossa on indikaattorina euro. Taulukosta (TAULUKKO 1) erottuu rauta- ja terästavarain huima vienti kesäkuussa verrattuna muihin kuukausiin euromääräisesti. Voidaan myös päätellä, että terästavaraa myydään arvoltaan Japaniin yli

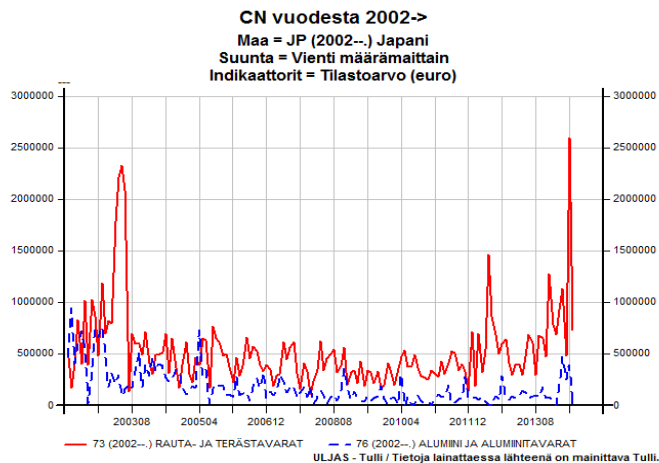
puolet enemmän kuin alumiinitavaraa. Alumiinitavaraa vietiin rahallisesti eniten heinäkuussa. Vienti oli erittäin vähäistä tammi-, helmi- ja heinäkuussa.

TAULUKKO 2. Raudan ja terästavarain sekä alumiinitavarain viennin paljous tuhansina kiloina Japaniin vuoden 2014 alusta heinäkuuhun (Uljas - Tullin tavaroiden ulkomaankauppatilastot 2014).



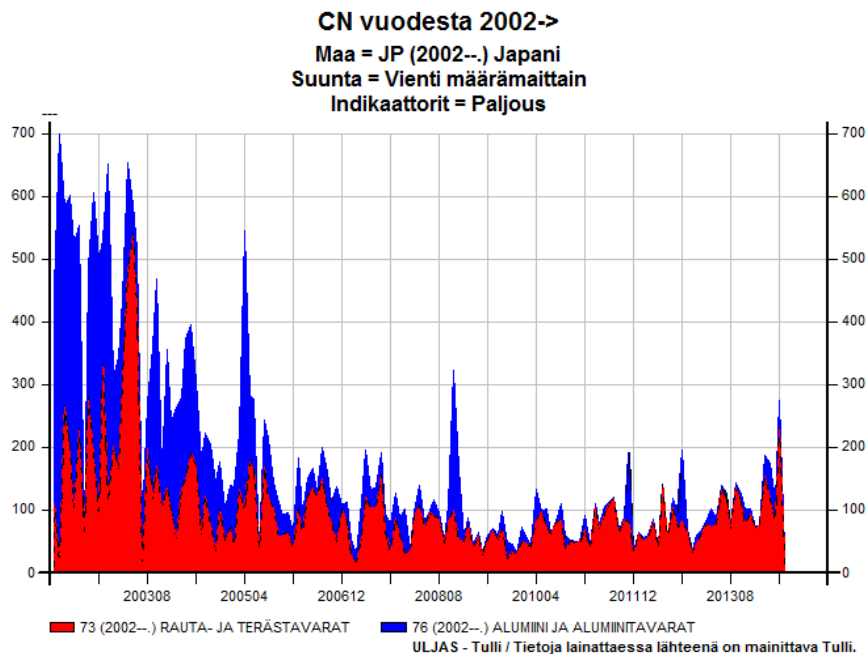
Taulukko (TAULUKKO 2) mallintaa raudan ja terästavarain sekä alumiinitavarain viennin paljoutta tuhansina kiloina Japaniin vuoden 2014 alusta heinäkuuhun saakka. Taulukosta voi päätellä edelliseen (TAULUKKO 1) verrattuna, että alumiinitavaraa viedään kilomääräisesti vähemmän, mutta pitää ottaa myös huomioon, että alumiini painaa vähemmän kuin teräs. Taulukosta (TAULUKKO 2) käy ilmi, että raudan ja terästavarain huippukuukausi on kirkkaasti kesäkuu.

TAULUKKO 3. Vuodesta 2002 heinäkuuhun 2014 rauta- ja terästavarain sekä alumiinitavarain vienti Japaniin euroina (Uljas - Tullin tavaroiden ulkomaankauppatilastot 2014).



Edellisen sivun taulukossa (TAULUKKO 3) on vuodesta 2002 lähtien vuoden 2014 heinäkuuhun tilastot, kuinka paljon arvoltaan tavaraa on viety Japaniin. Selvästi rauta- ja terästavaraa on viety arvoltaan enemmän kuin alumiinitavaraa. Ainoastaan alumiinia on mennyt rahallisesti enemmän kuin rauta- ja terästavaraa vuoden 2002 alussa melkein miljoonalla eurolla ja 2005 huhtikuussa vähän yli 700 000 eurolla. Rauta- ja terästavaran huippuajat ovat olleet vuonna 2003 maaliskuusta kesäkuuhun, vuonna 2012 kesäkuu, vuonna 2013 joulukuu ja vuoden 2014 huhti- ja kesäkuu. Vuoden 2014 tilastot ovat taulukossa vain heinäkuuhun asti.

TAULUKKO 4. Vuodesta 2002 heinäkuuhun 2014 rauta-, teräs- ja alumiinitavaran vienti tuhatta kiloa kohden (Uljas - Tullin tavaroiden ulkomaankauppatilastot 2014).



Yllä olevasta taulukosta (TAULUKKO 4) voi päätellä, että alumiinin vienti on laskenut hurjasti vuodesta 2002 vuoteen 2014. Raudan- ja terästavaran viennin volyyymi on pysynyt viimeiset kymmenen vuotta suurin piirtein samanarvoisena noin 100 000 kilon molemmin puolin. Raudan- ja terästavaran huippuaika oli vuonna 2003 toukokuussa arviolta 540 000 kiloa. Alumiini menekin huippuaika oli helmikuussa vuonna 2002. Tilaston valossa alumiinin huippuaikoja ovat olleet myös vuonna 2005 huhtikuu ja vuonna 2008 marraskuu.

Verratessa taulukkoa 3 ja 4 voidaan todeta, että alumiinin hinnat ovat nouseet vuoden 2005 jälkeen, koska taulukoiden indikaattorit eivät laske samassa

suhteessa. Tällä tarkoitetaan sitä, että taulukon 4 euromäärän pitäisi laskea samassa suhteessa, jos tavaran arvo on sama vuodesta toiseen. Tästä voidaan päätellä, että hinnat ovat joko nousseet johtuen siitä, että kysyntää ei ole ollut niin paljon kuin vuosina 2002–2005 tai hinnat ovat nousseet ja tästä syystä sen kysyntä on laskenut. Syynä tähän voi olla myös, että japanilaiset ovat itse alkaneet valmistamaan alumiinia eivätkä tarvitse sitä tuontituotteena. (TAULUKKO 3; TAULUKKO 4.)

Rettigin tuotteita menee Japaniin suhteellisen tasaisesti vuoden mittaan, mutta keväällä Morinaga täyttää varastojaan, koska radiaattoreiden ja konvektoreiden suurin menekki on keväällä ja kesällä rakennusaikaan. Lisäksi Rettigillä on ollut yleensä tuotanto kiinni jonkin aikaa kesällä, joten he ovat tilanneet hyvissä ajoin, että voivat vastata kiireisimmän rakennuskauden kysyntään. Japanissa rakennetaan eniten keväällä ja kesällä ja alkusyksystä, kuten myös Suomessa toimitaan. (Karlsson 2014.)

Suurimmat huiput tilauksissa on Karlssonin (2014) mukaan Rettigillä aina huhtikuusta kesäkuuhun, jolloin asiakas laittaa suuret tilaukset toimitettaviksi touko-, kesä- ja heinäkuussa. Muina kuukausina tilausten määrät ovat melko saman kokoisia kuukaudesta toiseen. Nämä huiput tulevat myös esiin taulukoista (TAULUKKO 1; TAULUKKO 2).

6 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tässä luvussa käydään läpi mitä tarkoittavat kvalitatiivinen tutkimus, aineistonkeruumenetelmät, ja tutkimuksen validiteetti ja reabilitteetti. Ennen tutkimuksen alkua on valittava menetelmä tai menetelmät, joita käytetään tutkimuksessa. Tätä valittua menetelmää tarvitaan muun muassa aineiston keräämiseen sekä sen käsittelyyn ja analyysiin. Yleisesti tutkimusmenetelmät ovat jaettu kahteen ryhmään, kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen menetelmä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 65.) Hirsjärvi ym. (2008, 178) painottavat, että tutkimusmenetelmä koostuu niistä tavoista ja käytännöistä, joilla havaintoja kerätään.

6.1 Kvalitatiivinen tutkimus ja aineistonkeruumenetelmät

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään tutkimaan asiaa tai kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja syvällisesti. Aineisto hankitaan todellisista tilanteista, joilla voidaan kuvastaa ihmisten näkökulmia tutkittavaan ilmiöön, kokemuksia, käyttäytymistä ja mielipiteitä. (Hirsjärvi ym. 2008, 160.)

Tämä työ on toteutettu kvalitatiivisen tutkimuksen mukaisesti, koska halutaan selvittää käytännössä tutkittavaa ilmiötä, eli Japaniin vientiä. Tutkimuksen aiheena ovat asiat, joita käsitellään luvuissa 3-5. Toisin sanoen työssä yhdistyy luotu viitekehys empiiriseen tutkimukseen. Tämä tutkimus on vain yksi näkökulma tähän aiheeseen. Tällä tutkimuksella halutaan lisätä omaa ja antaa aloittaville yrityksille ymmärrystä ja tietämystä Japanin vientiin liittyvissä asioissa. Työssä pyrittiin hakemaan laadullisia vastauksia eikä määrältään useita vastauksia, joten työhön valittiin laadullinen tutkimusmenetelmä.

Työssä haluttiin selvittää muun muassa miten ja millä kuljetusmuodolla yritykset vievät tuotteitaan Japaniin. Tutkimuksen tarkoitus on kartoittaa tutkimusongelma eli onko yhtä oikeaa tapaa viedä Japaniin ja oliko Rettigin vientijärjestelyt samankaltaiset muiden yritysten kanssa vai poikkeavaa vientijärjestelyt huomattavasti

muiden yritysten kanssa. Kerron myös, jos muilla yrityksillä on ollut ongelmia viennissä ja miten he ovat ne ratkaisseet.

Tutkimuksen toteuttaminen ja analysointi vaatii tutkittavaa aineistoa ja sitä voidaan kerätä monenlaisilla aineistonkeruumenetelmillä. Tuomi & Sarajärvi (2002,73) listaa laadulliseen tutkimukseen yleisimmin sopivat aineistonkeruumenetelmät, jotka ovat haastattelu, kysely, havainnointi ja dokumentteihin perustuva tieto. Näitä menetelmiä voidaan käyttää rinnakkain tai vain yhtä kerrallaan. Rinnakkain kerättyjen menetelmien tulisi tukea toinen toisiaan. Tässä opinnäytetyössä on käytetty aineistonkeruumenetelmänä haastattelua.

6.2 Haastattelu tutkimusmenetelmänä ja tutkimusprosessin eteneminen

Haastattelussa ollaan suorassa eli kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa. Haastattelija esittää haastateltavalle kysymyksiä, koskien hänen tietotaitoaan, mielipiteitään ja kokemuksiaan tarkoituksena saada kattava aineisto, jolla ratkaista tutkimusongelma. Suurin etu haastattelumenetelmässä on, että se on joustava aineistoa kerätessä. Haastatteluaiheiden järjestyksen tutkija saa itse päättää ja vastauksia on helpompi tulkita kuin esimerkiksi lomakekyselyssä. Haastattelun haittoina voidaan pitää sitä, että se on aikaa vievää ja kallista. Haastattelulla pyritään saamaan mahdollisimman luotettavaa ja pätevää tietoa. (Hirsjärvi ym. 2008, 199-201.)

Haastattelulajit jaetaan sen mukaan, miten strukturoitu ja muodollinen haastattelu-tilanne on. Ne voidaan jakaa kolmeen ryhmään, jotka ovat strukturoitu, teema-haastattelu ja avoin haastattelu. Strukturoitu eli lomakehaastattelu on hyvin säädelty, jossa on ennalta laaditut kysymykset ja ne kysytään tietyssä järjestyksessä. Tätä vaihtoehtoa käytetään, jos halutaan paljon vastaajia ja he edustavat samantyyppistä ryhmää. Jokaiselle kysymykselle pitää löytyä perustelu tutkimuksen viitekehystä (Tuomi & Sarajärvi 2002, 77.) Teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelu on lomake- ja avoimen haastattelun niin sanottu välimuoto. Se on etukäteen jäsennelty ja sillä on valmis runko. Tyypillistä tässä on, että teemat eli aihepiirit ovat tiedossa ennen haastattelua. Kysymysten tarkka järjestys ja muoto

eivät ole olennaisia. Avoin haastattelu eli strukturoimaton on nimensä mukaisesti vapaamuotoinen haastattelu, niin sanotusti keskustelu, jossa haastattelija selvittää haastateltavan ajatuksia, mielipiteitä, tunteita ja käsityksiä keskustelun kuluessa. Avoimessa haastattelussa ei ole kiinteää runkoa, joten haastattelijan täytyy ohjailta tilannetta, mikä tekee siitä haastavan. Ajatuksena on, että keskustelu koskee tutkittavaa ilmiötä. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 77; Hirsjärvi ym. 2008, 203-204.)

Tässä opinnäytetyössä on käytetty strukturoidun ja teemahaastattelun välimuotoa. Tutkimuksen haastattelurunkoon laadittiin 27 kysymystä, jotka jaettiin kolmeen teemaan teorian pohjalta. Teemat koskivat vientiä, kuljetuksia ja Japania. Tähän työhön valittu haastattelumenetelmä poikkeaa strukturoidusta haastattelusta siinä, että haastateltaville ei ollut annettu valmiita vastausvaihtoehtoja. Tämä johtuu siitä, että haluttiin antaa tilaa myös haastateltavan avoimille vastauksille. Haastatteluun haluttiin joustavuutta, mutta ei kuitenkaan avointa haastattelua, koska silloin olisi voinut jäädä oleellinen aihealue puuttumaan. Itse haastattelun valinnan etuna on suuri vastausprosentti ja että vastaukset saadaan nopeasti. Tämä mahdollistaa myös oheismateriaalin käytön tarvittaessa ja tarkentavat kysymykset. Haastattelurunko ja kysymykset löytyvät tämän työn liitteenä (LIITE 1).

Opinnäytetyön teoriapohjan valmistelu alkoi jo syksyllä 2013 seminaarikurssin pohjalta. Varsinainen opinnäytetyö aloitettiin ja aihe valittiin loppukesästä 2014. Silloin määritettiin tutkimuksen aihealueet, tavoitteet ja tutkimusongelma. Tutkimusmenetelmäksi katsottiin parhaiten soveltuvaksi kvalitatiivinen tutkimus. Opinnäytteen työstäminen jatkui perehtymällä viennin, kuljetusten ja Japanin aiheisiin syvemmin. Työhön hankittiin teoreettinen viitekehys pohjautuen kirjallisiin-, internet- ja haastattelulähteisiin. Teorian pohjalta työstettiin loppusyksystä 2014 haastattelurunko ja -kysymykset, joita käytettiin haastatteluissa.

Työn empiirisenä eli tutkimusosana suoritettiin viisi haastattelua marraskuussa ja kaksi joulukuussa vuonna 2014. Haastattelukysymykset oli lähetetty haastateltaville jo ennen haastatteluhetkeä, jotta heillä oli mahdollisuus tutustua kysymyksiin ennen haastattelua. Haastateltavaksi pyrittiin valitsemaan ensisijaisesti Japanin kaupan asiantuntijoita metallialalta. Lopulta kuitenkin päätettiin monien kielteisten

vastauksien jälkeen haastatella yrityksiä, joilla oli ylipäätään Japaniin suuntautuvaa kauppaa. Pääasia oli, että heillä oli tuntemusta tutkittavasta ilmiöstä.

Haastateltavilla oli käynyt mielenkiintoisia, erikoisia ja yllättäviä kokemuksia Japanissa ja he tiesivät paljon japanilaisista ja Japanin kulttuurista. Viisi haastattelua suoritettiin paikanpäällä henkilökohtaisesti ja kaksi Skype -haastatteluna. Haastattelut nauhoitettiin, jonka jälkeen ne litteroitiin. Tutkimustulokset analysoitiin joulukuussa 2014. Kokonaisuudessaan opinnäytetyö valmistui tammikuussa 2015.

6.3 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Käsitteinä validiteetti ja reliabiliteetti tarkoittavat pätevyyttä ja luotettavuutta. Ne ovat perinteisesti liittyneet kvantitatiiviseen tutkimukseen, mutta tutkijoilla on monia eri mielipiteitä niiden sopivuudesta tutkimuksiin. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 133.) Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan sitä, että onko mitattu sitä mitä haluttiin tai mitä oli tarkoitus mitata. Kompastuskivenä on, että kysymykset ymmärretään väärin ja on vastattu toisin mitä tutkija on ajatellut. Tutkimus voidaan todeta validiksi, jos tutkimuksen kohderyhmä sekä kysymykset ovat oikeat ja saatu tieto vastaa teoriaa tai pystyy tarkentamaan tai sekä parantamaan sitä. (Hirsjärvi ym. 2008, 226-227.)

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan saatujen tulosten toistettavuutta. Tämä tarkoittaa sitä, että jos tämä tutkimus toistettaisiin, pysyisivätkö tulokset samanlaisina tutkijasta riippumatta. Vastaukset eivät saa olla sattumanvaraisia. Reliabiliteetti ilmaisee miten luotettavasti tai toistettavasti tutkimus mittaa ilmiötä. Tutkimustuloksen pitäisi olla sama, tutkijasta ja toistoista riippumatta. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa reliabiliteettia lisää positiivisesti, jos tutkija on tarkasti selostanut tutkimuksen toteuttamisesta. Esimerkiksi kerrotaan olosuhteista ja paikoista, joissa aineistot kerättiin sekä käytetty aika, häiriötekijät, virhetulkinnat ja oma arviointi. (Hirsjärvi ym. 2008, 227.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimuksen voidaan sanoa olevan validi, koska tietoa saatiin yritysten Japanin kaupasta erittäin laajastikin, joka on arvokasta tietoa aloitta-

ville yrityksille. Mutta ei voida todeta, että jokainen haastateltava vastasi kysymyksiin juuri niin kuin oli suunniteltu. Tutkimuksen avulla on saatu mitattua kuitenkin niitä asioita, mitä tutkija on halunnutkin mitata, eli Japanin vientiratkaisuja. Ideaalisimpana tilanteena olisi ollut, että haastateltavat olisivat samalta tai samankaltaiselta alalta kuin Rettig Lämpö. Ajan ja resurssien puutteen vuoksi jouduttiin valitsemaan muiltakin toimialoilta haastateltavia. Kysymysten validiteetti oli hyvä, ja niitä olisi voinut kysyä helposti vaikka kuinka monta. Ongelmia tuotti kysymys onko yrityksillä valmista vientisuunnitelmaa Japaniin. Jälkeenpäin ajateltuna tämän kysymyksen olisi voinut jättää kysymättäkin. Tutkimukseen haastateltiin seitsemän henkilöä ja haastattelujen aikana pyrittiin kirjaamaan kysymyspaperille havainnot keskustelun aikana.

Reliabiliteetti tutkimuksessa on hyvä, koska tutkimustulokset on kirjattu tarkasti ja raportoitu kattavasti, mikä lisää tutkimuksen luotettavuutta. Käytetty menetelmä, eli haastattelu, minimoi virhetulkintoja. Tutkimusaineisto oli laaja, joten tuloksia piti rajata jonkin verran tähän työhön. Tässä rajauksessa voi olla eroa eri tutkijoiden kanssa, jos tutkimus toistettaisiin. Luulen kuitenkin, että tulokset olisivat samankaltaisia tutkijasta riippumatta, joten mielestäni tehty tutkimus on riittävän luotettava eli reliaabeli.

7 TUTKIMUSAINEISTON ANALYYSI JA TULKINTA AIHEALUEITTAIN

Tästä luvusta alkaa toinen osio eli tutkimus, jossa analysoidaan tutkimuksesta saatuja vastauksia. Laadullinen tutkimus toteutettiin haastattelemalla seitsemää yritystä, joilla on vientiä Japaniin. Tutkimuksessa suurimmaksi ongelmaksi koettiin juuri oikeanlaisten haastateltavien löytäminen. Lopulta saatiin seitsemän mielenkiintoista haastattelua eri aloilta. Tässä luvussa esitellään haastateltavat ja tutkimustulokset aihealueittain.

7.1 Haastateltavien esittely

Haastatteluista viisi suoritettiin henkilökohtaisesti paikan päällä. Kaksi haastattelua suoritettiin Skype-haastattelulla. Haastattelujen kestot vaihtelivat 11 minuutista 1 tuntiin ja 10 minuuttiin. Haastattelujen tarkoituksena oli saada asiantuntijoiden vastauksia tutkimuskysymyksiini. Yksi haastatelluista yrityksistä ei halunnut yrityksen eikä nimeään julkaistavan. Seuraavan sivun taulukko (TAULUKKO 5) esittelee haastateltavat henkilöt ja yritykset, joita haastateltiin tähän opinnäytetyöhön. Taulukosta (TAULUKKO 5) käy ilmi myös suoritusajankohdat ja -kestot.

TAULUKKO 5. Haastateltavien esittely ja taustakysymykset.

Haastateltavan nimi	Titteli	Yritys	Toimiala	Päivämäärä ja haastattelun kesto
Haastateltava X	Logistiikka päällikkö (Valmiin sahatavaran)	Suomalainen sahateollisuus yhtiö	Sahateollisuus tuotteet	4.11.2014 1h 10m
Niclas Dahl ja Ulla Eklund	Aluemyyntipäällikkö ja Sales Assistant	Nordic Lights (Herrmans Oy Ab)	Valmistaa työvaloja erilaisiin tarkoituksiin	5.11.2014 32m 5s
Risto Voutilainen	Hallituksen puheenjohtaja, Operatiivinen johtaja	Finlayson Oy	Valmistaa tekstiilejä	10.11.2014 11m 17s
Jakob Hägerström	Pohjoisen myyntialueen johtaja	Fiskars Oyj	Valmistaa kuluttajatuotteita kotiin, puutarhaan ja ulkoiluun	10.11.2014 31m 26s
Ronny Höglund ja Elisabeth Wicklén	Myyntipäällikkö ja Export Sales Assistant	Herrmans Oy Ab	Valmistaa komponentteja polkupyörä teollisuutta varten	13.11.2014 19m 2s
Kimmo Koivikko	Omistaja, toimitusjohtaja	Lasso Drinks (Mercantem Oy)	Elintarvikkeiden (juomien) maahantuonti, valmistuttaminen sekä vienti	1.12.2014 13m 17s
Jenny Herrmans ja Piia Mäkisalo	Sales Process Manager ja Service Assistant	Beamex Oy	Valmistaa ja huoltaa mittalaitteita	2.12.2014 17m 22s

Ensimmäisenä haastateltavana marraskuussa 2014 oli suomalainen sahateollisuus yhtiö, joka valmistaa korkealuokkaista mänty- ja kuusisahatavaraa rakennus- ja puusepänteollisuuteen. Käyttökohteita ovat ulkovuorilauta, seinäpaneelit, listat, huonekalut, ikkunan pokat, ovet, portaat ja myös pakkaukset. Yhtiöllä on neljä sahaa Suomessa. Yhtiölle kotimaanmarkkinat ovat ylivoimaisesti suurin, mutta vienissä Japani on suurin markkina. Japaniin kuljetettavat sahatavarat menevät kaikki talonrakentamiseen. Niistä tehdään joko tolppia tai palkkeja liimaamalla.

Seuraavana haastateltavana marraskuussa 2014 oli pietarsaarelainen työvalojen valmistaja, joka toimii Nordic Lights-brändi nimellä. Yritys on käytännössä Herrmans Oy Ab, jossa on kaksi osastoa, polkupyöräosienosasto ja työvalojenosasto. Tämä jälkimmäinen osasto toimii Nordic Lights brändillä. Työhön haastateltiin aluemyyntipäällikkö Niclas Dahlia. Ulla Eklund, sales assistant, vastasi muutamiin kysymyksiin. Yrityksen työvalot menevät kaivos-, maanrakennus-, metsä- ja maatalouskoneisiin. Tuotteet ovat halogen-, xenon- ja led-valoja. Nämä tuotteet menevät yrityksen pääasiakkaille Komatsu:n ja Hitachi:n työkoneisiin.

Kolmantena haastateltavana marraskuussa 2014 oli Risto Voutilainen Finlayson Oy:stä. Hän toimii yrityksessä hallituksen puheenjohtajana ja on myös operatiivinen johtaja yrityksessä. Finlayson harjoittaa tekstiilialan bisnestä. Yritys valmistaa alihankkijoiden kautta tekstiilejä ja myy niitä omien myymälöiden, verkkomyymälöitten ja yhteistyökumppaneitten kautta. Voutilainen (2014) kertoi, että hän on tullut yritykseen kuusi kuukautta sitten, mutta toiminta Japaniin on vasta alkanut käytännössä vuosi sitten. Finlaysonilla on tällä hetkellä 12 yhteistyökumppania Japanissa. Japanilaiset yritykset ovat lisensoineet Finlaysonin kuoseja japanin paikalliseen markkinaan. Lisenssi yritykset ovat muun muassa huonetekstiili-, matto- ja asustevalmistajia.

Neljäntenä haastateltavana marraskuussa 2014 oli Jakob Hägerström yrityksestä Fiskars Oyj. Hän on Fiskarsin Pohjoisen myyntialueen johtaja, johon kuuluu myös Japani. Fiskarsin brändejä ovat Fiskars, Iittala, Arabia, Gerber, Royal Copenhagen ja Buster. Yritys valmistaa kuluttajatuotteita eri tarkoituksiin. Yrityksellä on kolme

tuotekategoriaa, jotka ovat kodintuotteet, puutarhatuotteet ja ulkoilutuotteet. Tässä työssä hän puhuu liittalan osalta, miten on menetelty.

Viidentenä haastateltavana marraskuussa 2014 Ronny Höglund Herrmans Oy:stä. Hän toimii yrityksessä myyntipäällikkönä. Kuljetuskysymyksiin vastasi, Export sales assistant, Elisabeth Wicklén. Herrmans Oy valmistaa erilaisia komponentteja polkupyöräteollisuutta varten. Yritys vie Japaniin jälkimarkkinoille kädensijoja ja vannenauhoja. Yrityksen tuotannosta yli yhdeksänkymmentä prosenttia menee vientiin.

Kuudes haastateltava oli joulukuussa 2014 Mercantem Oy, jonka aputoiminimi juomapuolella on Lasso Drinks. Työhön haastateltiin Kimmo Koivikkoa, joka toimii yrityksen toimitusjohtajana ja on myös omistaja. Lasso Drinks maahantuo, valmistaa sekä vie elintarvikkeita, lähinnä juomia. Lasso Drinksin vie Japaniin kahta Moomin lastenjuhlajuomaa (metsämansikka ja mustikkavadelma). Yritys oli lähettänyt kaksi viikkoa ennen haastattelua ensimmäiset vientituotteet Japanin markkinoille.

Seitsemäs haastateltava oli joulukuussa 2014 Piia Mäkisalo Beamex Oy:stä. Jenny Herrmans on antanut tietoa Beamexin vientitoiminnoista ja kuljetuksista. Herrmans toimii yrityksessä Sales Process Managerina ja Mäkisalo Service Assistantina. Beamex on teknologia- ja palveluyritys. Yritys valmistaa, kehittää ja markkinoi prosessi-instrumenttien kalibrointiin tarkoitettuja mittalaitteita, ohjelmistoja, kokonaisjärjestelmiä sekä tuottaa niihin liittyviä palveluja, kuten huoltoa. Pertti Lehtonen (Area sales manager) on antanut tietoa Japani aiheisiin kysymyksiin 23-26.

7.2 Yrityksen vientiä koskevat kysymykset

Tässä osiossa kysyttiin seitsemän kysymystä, jotka liittyivät yritysten vientiin. Näillä kysymyksillä haluttiin selvittää, millä ratkaisuilla yritys on lähtenyt viemään tuotteitaan Japaniin ja miten se lähtee liikkeelle.

Haastateltavilta kysyttiin, että onko yrityksillä valmista vientisuunnitelmaa Japaniin, jota noudatetaan joka tilanteessa. Tämä kysymys koettiin eri tavalla vastanneiden kesken. Tämän olisi voinut jättää kysymättäkin, koska se ei ollut tarpeeksi selkeästi muotoiltu.

Suomalaisella sahatuote yrityksellä on oma vientisuunnitelma Japaniin ja strategia, joka riippuu monesta tekijästä, kuten myyntitilanteesta ja vientimarkkinoista (Haastateltava X 2014). Nordic Lights:lla on kaksi erilaista myyntiprosessia tai kanavaa, jotka ovat suunnattu työkoneen valmistajille ja jälkimarkkinoille. (Dahl 2014.) Finlaysonilla on tapauskohtainen vientisuunnitelma Japaniin. Siihen kuuluu Finlayson brändin tunnettavuuden lisääminen markkinassa, yhteistyökumppanien kanssa lanseeraama verkkokauppa ja mahdollisesti tulevaisuudessa omien liikkeiden avaaminen. (Voutilainen 2014.)

Yhdellä yrityksellä on kolmen vuoden suunnitelma markkinassa kuin markkinassa. Yritys toimii matriisissa, jotka on jaettu kategorioitten mukaan. Jokaisella liiketoiminta-alueella on myös omia suunnitelmia, mutta ne kulkevat käsi kädessä. (Hägerström 2014.) Höglund (2014) oli ainoa, joka kertoi, että Herrmans:lla ei tavaltaan ole vientisuunnitelmaa. Tämä johtuu siitä, että Japanin markkinat ovat kokonaisuudessaan niin pieni vientimarkkina yritykselle. Koivikko (2014) kertoo, että Lasso Drinks:n vientisuunnitelmaan on kuulunut etevän maahantuojan etsintä Japanissa, jotta Moomin-juomat saadaan hyvään levikkiin ja jakeluun Japanissa. Useimmilla yrityksillä oli jonkinlainen suunnitelma, mutta kysymys avautui jokaiselle vähän eritavalla.

Seuraavaksi kysyttiin miten yritykset ovat saaneet luotua yhteydet Japaniin ja käyttivätkö yritykset agenttia. Yksi vastaajista kertoi Japanin kauppasuhteiden alkaneet niin, että japanilaiset kauppahuoneet olivat 90-luvulla tulleet etsimään Suomeen ja Ruotsiin skandinaavista sahatavaraa. Yksi vastaajista kertoi käytössä olevan agentti tai enemmänkin jakelija, joka ostaa suoraan yritykseltä ja myy itse tavarat eteenpäin. Vastaaja kertoo, että Japanissa on erilainen kauppasysteemi verraten amerikkalaisiin tai saksalaisiin, jotka haluavat ostaa ja tuoda tavarat itse, japanilaiset taas haluavat ostaa valmiiksi tuodut tavarat, että ei tarvitsisi huolehtia tuonnista tai tullimaksuista.

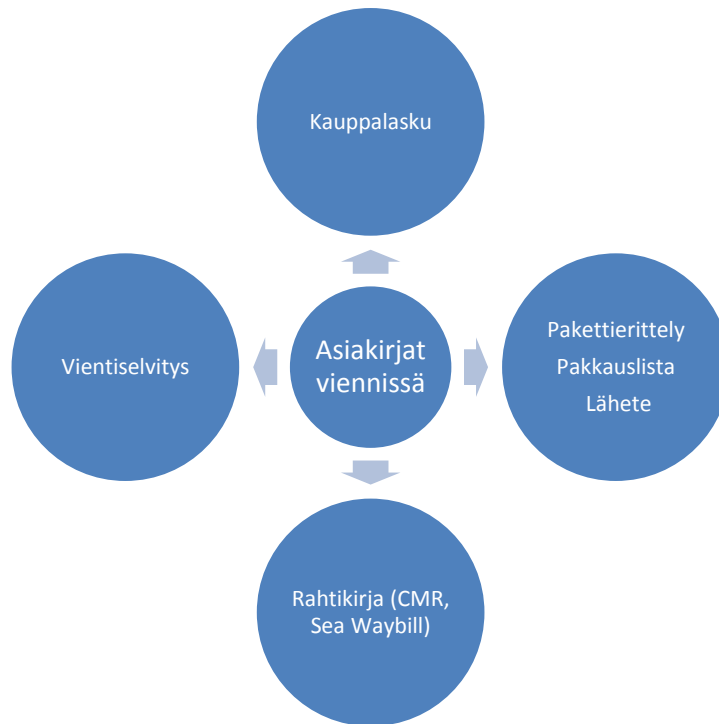
Finlaysonilla on agenttifirma Tokiossa, joka neuvottelee, luo suhteet lisenssikumppaneihin ja pitää huolta lokaalisti, että brändi on oikeassa kulmassa. Finlayson ja agenttifirma tekevät erittäin läheistä yhteistyötä siitä, että mitä tuotteita ja kuoseja Japanissa tuotetaan. Finlayson hyväksyy kaikki kuosit ja tuotteet, mitä Japaniin markkinoille tuotetaan. (Voutilainen 2014.)

Yksi yritys päätti lähteä rakentamaan Japanin liiketoimintaansa jakelijan kanssa. Kaksi yritystä on luonut suhteet messuilla. Höglund (2014) tarkentaa, niin sanotusti networking periaatteella eli joku tuntee jonkun, joka tuntee seuraavan. Koivikko (2014) lisää, että suhteiden luomisessa on ollut lisäksi mukana kaksi japanilaista kumppania sekä Finpro. Beamex on luonut suhteensa ensimmäiseen jälleenmyyjäänsä suomalaisen vientiä harjoittavan yrityksen suosituksesta. Toinen jälleenmyyjä saatiin, kun yrityksen (toisen maan kuin Japani) jälleenmyyjä suositteli heille yritystä Japanissa. (Mäkisalo 2014.) Vastauksista huomaa, että yritykset ovat menneet Japanin markkinoille erilaisia väyliä pitkin kuten agentti, maahantuoja, messut, jakelija tai suosittelija.

Seuraava kysymys oli onko yritykseltä-yritykselle (business-to-business) myyntiä vai myymälöitä. Kaikista vastauksista oli huomattavissa, että jokaisella oli yrityksille myyntiä joissa ostajat olivat esimerkiksi kauppahuoneet, jälleenmyyjät, jakelijat ja maahantuojat. Kaikki haastateltavat kertoivat, että myynti on business-to-business. Kaksi vastaajista mainitsi, etteivät myy suoraan loppuasiakkaille, vaan myynti tapahtuu jälleenmyyjien kautta. Yksi vastaajista halusi painottaa, että haluavat kutsua ja nähdä yrityksen silti Business-to-Consumer, koska heidän kohde-ryhmänsä loppujen lopuksi ovat kuluttajat.

Seuraava kysymys koski yrityksen vientimuotoa, johon tuli hyvin yhteneviä vastauksia lisenssiä lukuun ottamatta. Kuusi vastaajista kertoi vientimuodon olevan suora. Suomalaisella sahateollisuus yritys oli ainoa joka käytti sekä suoraa että välitöntä vientiä. Suoraa vientimuotoa käyttävät yritykset mainitsivat jossain kohtaa haastatteluissaan, että vaikka välikätenä on jokin taho, niin ovat yritykset tiiviisti yhteistyössä myös loppuasiakkaidensa kanssa. Finlaysonin vientimuoto on lisenssi, joka poikkesi muiden suorasta muodosta.

Seuraavana kysyttiin, mitä asiakirjoja yritys käyttää viennissä. Kuvio havainnollistaa haastateltavien mainitsemia asiakirjoja (KUVIO 9).



KUVIO 9. Haastateltavien mainitsemat asiakirjat viennissä Japaniin.

Sahatavaran mukana lähtee sahalta kauppalasku, pakettierittely, CMR ja Sea Waybill. CMR eli kuormakirja tulostuu sahan systeemistä, joka kulkee auton mukana satamaan. Pakettierittelyitä lähetetään erikseen vielä huolitsijalle, jos kyseessä on satamakontitus. Tämä tehdään sen takia, että huolitsija tietää mihin konttiin sahatavarat menevät. (Haastateltava X 2014.)

Lähetyksissä työvalojen mukana on aina pakkauslista, lasku ja vientiselvitys. Yritys käyttää merirahdeissaan merirahtikirjaa, joka on toiselta nimeltään Sea Waybill (Eklund 2014). Mäkisalo (2014) listaa mittalaitteen lähetyksissä asiakirjoiksi kauppalaskun, lähetteen ja rahtikirjat.

Polkupyöräosien lähetyksissä asiakirjoina ovat lasku, pakkauslista, Express-konossementti ja yrityksen itse tekemä vientiselvitys. Express-konossementti eroaa alkuperäiseen konossementtiin siinä, että tavaran vastaanottoon ei tarvita asia-

kirjaa, vaan se luovutetaan ilmoitetulle vastaanottajalle. Tämä toimii niin sanotusti merirahtikirjana. (Wicklén 2014.) Lasso Drinks kertoo käyneensä kolmenlaista kauppaa, mutta listaa juomien mukana kulkeviksi asiakirjoiksi lasku, rahtikirjat ja vientiasiakirjat.

Ja nyt sitten jatkossa niin ihan lasku ja rahtikirjat. ja vienti normaalit vientipaperit, mitä nyt mejän tai tän asiakkaan huolitsija tekee. (Koivikko 2014.)

Tulokset olivat hyvin yhteneviä, että tavaran mukana kulkee kauppalasku, pakkauslista, rahtikirjoja ja vientiselvityksen voi tehdä joko itse tai huolitsija.

Seuraavassa kysymyksessä käsiteltiin, miten yrityksen vientiprosessi lähtee käyntiin. Yksi vastaajista kertoi yrityksen käyvän kauppaa kvartaaleittain eli kolmen kuukauden välein. Näiden kauppojen välissäkin voi käydä täydentävää kauppaa, mutta isoimmat kaupat käydään kvartaaleittain. Kolme vastaajista kertoi, että vientiprosessi alkaa tilauksesta. Mäkisalo (2014) lisää, että Beamex voi olla mukana myyntiprosessissa jo tarjouksen tekemisessä. Herrmans:n vienti Japaniin on yritykselle vielä marginaalista, joten se ei ole jatkuvaa. Pyöräilykausi määrittää, milloin tavaraa halutaan ja tilataan Japaniin. Tilauksia tulee vuodessa kahdesta kolmeen, ja vuoden alussa tulee yleensä tilaus. (Höglund 2014.)

Lasso Drinks:n vienti on vasta alkanut Japaniin, joten prosessista ei voi vielä sanoa tarkkaa tietoa. Ensimmäiset Moomin-juomat ovat menneet kauppoihin viikoilla 48 ja 49. (Koivikko 2014.) Finlaysonille ei tule tilauksia Japanista, vaan paikalliset japanilaiset lisenssiyhteistyökumppanit valmistavat ja myyvät tuotteita. Finlayson käytännössä vain tarkkailee ja seuraa tilannetta yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa. (Voutilainen 2014.)

7.3 Kuljetuksiin liittyvät kysymykset

Tässä alaluvussa käsitellään kymmenen (12–22) kysymystä, jotka käsittelevät yrityksen kuljetuksia. Kysymykset käydään läpi järjestyksessä. Finlaysonia ei haastateltu näihin kysymyksiin, koska nämä kysymykset eivät ole relevantteja lisenssi-kauppaan. Kysymyksessä 16 tulee ilmi toimituslausekkeet, jotka määräävät kuka

päättää kuljetuksista ja millä kuljetetaan. Jos kuljetuksessa käytetään toimituslausekkeena Ex Works, niin se tarkoittaa sitä, että asiakas päättää millä kuljetusajoneuvolla asiakas sen haluaa toimitettavan.

Haastateltavilta tiedusteltiin, mitä kuljetusmuotoa yritykset käyttävät. Kaksi vastaajista kertoi valituksi kuljetusmuodoksi Japaniin ainoastaan merikuljetus. Toinen heistä lisäsi vielä, että yritys käyttää vain temperoitua konttia, koska se on ainut mahdollinen tapa kuljettaa heidän tuotteitaan. Pulloissa oleva hiilihapotettu kuohujuoma ei kestä korkeita lämpötiloja.

Pelkästään kontti. Neljäkymmenen jalan kontti on se. Konttiliikenne tapahtuu sillai, että tää saha X on aino näist neljästä, jossa me kontitetaan se sahatavara tehtaalla. (Haastateltava X 2014.)

Merirahti, neljäkymmenen jalan temperoitukontti. Se on ainut mahdollinen. (Koivikko 2014.)

Kolme vastaajista käyttää sekä merirahtia että lentorahtia. Yritykset kertoivat valinnan tapahtuvan toimituslausekkeen ja tilausarvon mukaan. Kiireellisissä tapauksissa ja pienissä erissä käytettiin lentorahtia. Yksi vastaajista kuitenkin lisäsi vielä, että yritys pyrkii välttämään lentokuljetuksia. Yksi yritys kertoi käyttävänsä ainoastaan lentorahtia.

Seuraavana kysyttiin, miten valitaan kuljetukselle sopivin vaihtoehto. Vaihtoehdot sopivimmalle tavalle kuljettaa erottuivat vastauksista hinnan, asiakkaan päätöksen ja huolinta- tai kuriiripalvelun päätöksen perusteella.

Kaksi vastanneista oli samoilla linjoilla, että merikuljetus on sopivin vaihtoehto sen hintakilpailukyvyn takia.

Ja se on niinkun tuonut vaan sen järkeväks tavaks kuljettaa ne ja halvimmaks tavaks. Ni ei kannata edes mieltää mitään muuta kuljetusmuotoa, kun kontti. (Haastateltava X 2014.)

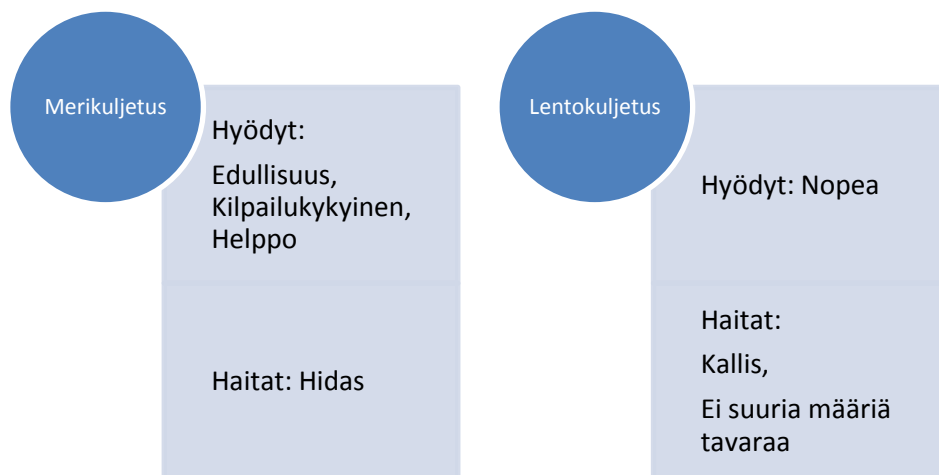
Kaksi yritystä mainitsee, että asiakkaat ovat ne, jotka valitsevat kuljetusmuodon toimituslausekkeella. Wicklén (2014) mainitsee, jos tilausarvo on pieni, käytetään yleensä Ex Works, mutta jos iso, niin käytetään CIP. Eli jos käytössä on Ex Works hoitaa asiakkaan yhteysfirma kaikki vienti- ja kuljetustoimet, mutta CIP-lausekkeella Herrmans hoitaa kaikki kulut ja vientitoimet Japaniin. Herrmans:n yh-

teistyökumppani on Kuehne Nagel, joka hoitaa merikuljetuksiin liittyvät asiat. FOB-lausekkeella Herrmans toimittaa Kaukokiidolla Helsingin satamaan tilauksen ja sieltä sitten laivalla Japaniin.

Kaksi vastaajista selventää, että käyttävät huolinta- ja kuriiripalveluja, joten nämä valitsevat kuljetukselle sopivimman vaihtoehdon. Beamexin tapauksessa vain lentorahtia ja Fiskarsin merirahtia. Hägerström (2014) kertoo, että heillä on sopimukset ja malli, jonka mukaan toimitaan.

Eli joo niin se kuriirilähetys on meille se sopivin vaihtoehto. Niihin lähetysten kokoihin ja arvioihin nähden. Ne on suhteellisen pieniä ja ne on aika kalliita laitteita. Menee varmasti ja turvallisesti perille. Ja noi laitteet ei sovellu merirahtiin, että kosteus saattaa olla haitaks niille laitteille. (Mäkisalo 2014.)

Seuraava kysymys koski kuljetusmuotojen hyötyjä ja haittoja. Jokainen merirahtia käyttänyt yritys mainitsi sen edullisuuden, mutta olevan hidas kuljetusmuoto. Lentorahdista mainittiin, että se on nopea tapa kuljettaa, mutta kallis muihin kuljetusmuotoihin nähden. Seuraavaan kuvioon (KUVIO 10) on kerätty haastateltavien mainitsemat kuljetusmuotojen hyödyt ja haitat.

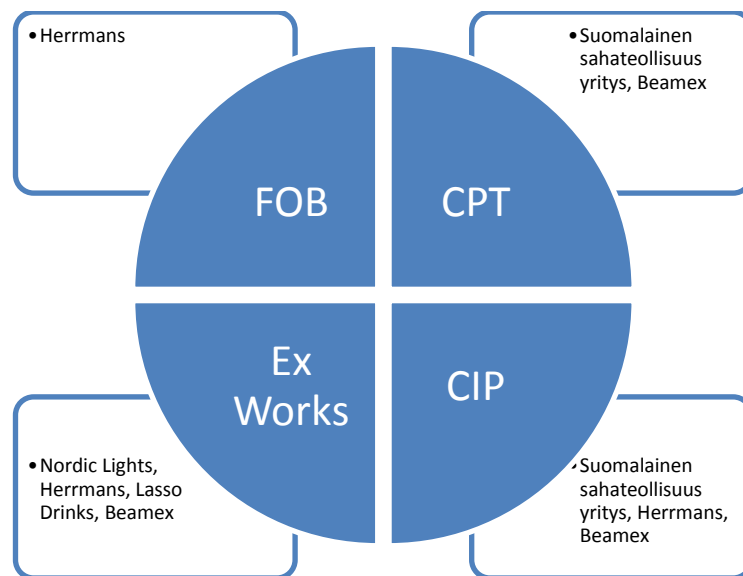


KUVIO 10. Haastateltavien mainitsemat hyödyt ja haitat meri- ja lentokuljetuksista.

Seuraavaksi kysyttiin, onko yrityksillä erityisvaatimuksia kuljetuksille. Kaksi vastaajista ei maininnut mitään erikoisvaatimuksia. Kaksi vastaajaa totesi, että kuljetuksen täytyy olla nopea. Kolme vastaajista mainitsi, että tuotteet täytyy pakata hyvin. Yksi vastaajista vielä painotti, että ainoa vaihtoehto ja erityisvaatimus kuljetukselle on lämpötila kontrolloitu merikontti.

Haastateltavilta tiedusteltiin, mitä toimituslausekkeitä he käyttävät viennissä Japaniin. Yksi vastaajista sanoi yrityksen käyttävän vain C-ryhmän toimituslausekkeitä ja lisäsi, että Japanissa on hyvin yleinen myös CPT eli asiakas vakuuttaa itse tavarat. Neljä vastanneista kertoi käyttävänsä Ex Works toimituslausekettä. Kolme kertoi käyttävänsä CIP lausekettä. Herrmans mainitsi toimituslausekkeikseen edellisten lisäksi FOB. (Höglund 2014).

Seuraavaan kuvioon (KUVIO 11) on kerätty yritysten käyttämät toimituslausekkeet Japaniin. Kuvioista (KUVIO 11) voi päätellä, että Ex Works on käytetyin toimituslauseke haastateltavien yritysten kesken. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakas itse hoitaa kaikki vientimuodollisuudet ja kuljetukset omaan laskuun. Lisäksi käytettiin CIP, CPT ja FOB – lausekkeitä.



KUVIO 11. Haastateltavien yritysten käytetyt toimituslausekkeet Japaniin.

Seuraavaksi haastateltavilta tiedusteltiin, että mitkä tahot ovat mukana viennissä. Kysymyksen perässä mainittiin rahtiliikkeitä ja huolintayritykset, jolla tarkennettiin mitä kysymykseltä haluttiin vastaukseksi. Yksi vastaajista kertoi yrityksen tekevän rahtisopimukset suoraan konttivarustamoiden kanssa. Tässä tapauksessa ei ole huolintayrityksiä välissä. Esikuljetuksessa satamaan yritys käyttää kotimaisia kuljetusliikkeitä. Satamaoperaattori hoitaa kaikki satamakäsittelyt. Yrityksellä on sopimuksia seuraavien varustamoiden kanssa Maersk Line, MSC, CMA ja Hapag-Lloyd.

Kaksi vastaajista kertoi yrityksiensä käyttävän UPS:n kuriiripalveluja. Dahl (2014) lisäsi yrityksen käyttävän myös vähän TNT:n palveluja ja että yleensä vienti menee niin, että asiakkaan edustaja tai kuljettaja tulee hakemaan tavarat. Koivikko (2014) mainitsee Lasso Drinks:n asiakkaan huolehtivan kaikista järjestelyistä, koska on toimituslauseke Ex Works. He käyttävät viennissä CHS nimistä huolintayritystä. Hägerström (2014) sanoo Fiskarsin käyttävän huolintapalveluita viennissä. Herrmans käyttää KaukoKiito rahtiliikettä maantiekuljetuksiin satamaan. Yrityksellä on yhteistyökumppanina Kuehne Nagel, joka hoitaa merikuljetukset. (Wicklén 2014.)

Vastauksista voidaan päätellä, että kukaan ei hoitanut vientiä omalla kalustollaan. Jokaisella yrityksellä oli ulkoisipalveluja viennin hoitamiseen. Kun toimituslauseke on Ex Works eli asiakas päättää vientitoiminnasta, niin yritykset tietävät kuitenkin kaikki huolinta-, kuriiri- ja rahtiliikkeet ja satamat missä tavara tulee kulkemaan.

Seuraavana kysyttiin näiden rahti- ja huolintapalveluiden hyötyjä ja haittoja. Hyötyjä vastaajilla oli mainita selvästi enemmän kuin haittoja. Kaksi haastateltavista mainitsi hyödyksi, että he ovat varustamoitten ja yhteistyökumppanien kanssa suorassa kontaktissa, ilman välikäsiä.

Me toimitaan suoraan varustamoitten kanssa, ettei oo välikäsiä siinä. Ni tietysti me oletetaan et me saadaan edullisemmat rahat ja sit muutenkin operatiivisessä toiminnassa et meil on mahdollisimman suora se kontakti. (Haastateltava X 2014.)

No se on, jos me voimme käyttää se oma kontakti. Mikä meillä on yleensäkin Nagel meil on hyvä yhteistyö niitten kanssa. Ne tuntee meidät. Se menee helposti. (Wicklén 2014.)

Yksi vastaajista lisää, että voi saada joskus edullisempia rahteja, mutta yritys on kuitenkin nähnyt parhaaksi tavaksi tehdä vuosisopimuksen varustamon kanssa.

Periaatteessa vois taas huolintaliikkeellä, kun heillä on taas monen varustamon kanssa sopimuksia ja sit saattaa olla et heillä voi olla sellasia niinkun tavallaan hetkellisiä edullisia eriä, kun me toimitaan taas vuosisopimuksella. (Haastateltava X 2014.)

Yksi vastaajista mainitsee hyödyksi, että se on helppoa, kun ei tarvitse itse huolehtia asioista. Haittoina hän mainitsee hinnat, koska ne vaihtelevat paljon. Hinnan

vaihtelu voi johtua siitä, että kuljetus ei lähtisi vajaana. Kuljetusyrittäjä haluaa aina, että kontit lähtisivät täysinä, jolloin viime hetkellä voi saada vähän halvemmalla nopeaan lähetykseen konttitilaa. (Dahl 2014.)

Kolmen vastaajan mielestä se on helppoa, kun erikoistuneet huolinta- ja rahtiyri-tykset tekevät asiakirjat ja kuljetukset valmiiksi.

Se tekee meille kaikki valmiiksi, että tai itseasiassa asiakkaan tilaama huolitsija, että mutta toki mekin joudutaan tekee aika paljon paperii, mut sehän se tekee meille lähes kaikki paperit valmiiksi. Eli se on helppo ratkaisu teijän kannalta? Mmm Joo. (Koivikko 2014.)

Luotettavat ja nopeat palvelut, toimitus ovelta ovelle ja vientiselvitys muodollisuudet sisältyy siihen hintaan. Sit se on kustannustehokas ratkaisu, jos volyymit on riittävän isot. Ja sitten me käytetään hyväks sen kuriirifirman omia rahtiki... tai järjestelmiä niiden rahtikirjojen luomiseen. Sieltä tulee suorat ohjeet meille. Haitat voi olla kallis ratkaisu, jos yrityksellä on pienet volyymit. (Mäkisalo 2014.)

Rahti- ja huolintaliikkeiden hyödyt olivat suora kontakti yritykseen ja helppo tapa hoitaa vienti. Haittana tuli esiin palveluiden hinta.

Seuraavana haastateltavilta kysyttiin, kuinka usein Japaniin lähetetään tavaraa. Lähetystiheydet vaihtelivat yrityksestä, jopa viikoittaisista lähetyksistä vain pariin lähetykseen vuodessa. Yksi vastaajista ei osannut vielä sanoa lähetyksien tiheydestä.



KUVIO 12. Haastateltavien arviot kuinka kauan prosessi kestää tilauksesta tavar-
ran saapumiseen perille.

Haastateltavilta kysyttiin seuraavaksi, kuinka kauan kestää prosessi tilauksesta tavarankuulumiseen perille asti. Kuten kuvioista nähdään, prosessi kestää kuudesta kahdeksaan viikkoa (KUVIO 12). Vienti lentoteitse voi mennä hyvinkin nopeasti perille, jopa parissa päivässä.

Seuraavaksi haastateltavilta kysyttiin, millaisia kuljetusongelmia heille on sattunut. Kaksi vastaajista mainitsi, että ei ollut sattunut ollenkaan kuljetusongelmia. Yksi vastaajista painottaa lämpötilavaihteluiden olevan hurjia merikuljetuksissa, jonka takia voi tulla kosteusongelmia ja homehtumisia. Joskus on myös myrkyssä kontteja tippunut mereen ja välilastauksissa kontit voi hajota. Näistä ongelmista johtuen tavara voi särkyä tai mennä lyttyyn kontissa. Myöhästymisiä on myös ollut, että tilaus jää varustamon ongelmista johtuen välisatamaan odottamaan pidemmäksi aikaa, kun oli alun perin suunniteltu.

Nyt oli justiin justiin semmonen tapaus, et vähän vahingossa vissiin lastattu ylipainoa näihin kontteihin ja sitten sitä ei saa sieltä satamasta liikuttaa mihinkään suuntaan, ku se on ylipainoinen, että se pitää josakin purkaa ja sitten kahdella rekalla ne tavarat perästä. Sitten tietysti joskus tapahtuu näitä tavarankuulumisia lähinnä sen kosteusongelmien takia. (Haastateltava X 2014.)

Kaksi vastaajista kertoo, että pakkaukset ovat rikkoutuneet kuljettaessa tai kontissa on ollut kosteutta, mikä on johtanut pakkauksen pilaantumiseen. Hägerström (2014) lisää, että suurimmat ongelmat tapahtuvat Japanissa, koska siellä on ajoittain maanjäristyksiä.

Se mitä nyt on ollu joskus että joku laatikko on vähän niinku ollu rikki et tämmöstä eli eli tuotteiden niinku pakkaukset on menny rikki et se on aino. (Dahl 2014.)

Seuraavaksi haastateltavilta tiedusteltiin, miten näitä kuljetusongelmia pyritään ehkäisemään. Kolme haastateltavaa mainitsi hyvän pakkaamisen ehkäisevän kuljetusvaurioita, jopa huolellisemmin kuin Euroopan liikenteessä vaadittaisiin.

Sahatavarankuumaaminen on tärkeää homehtumisen kannalta ja ylipaino-ongelmat ovat lastauksesta kiinni. Varustamon valinnalla voidaan vaikuttaa kauttakuljetussatamiin, jossa voi tapahtua viivästymisiä.

Jotku varustamot esimerkiksi ajaa nää Valtameri satamat Hampuri, Bremer, Rotterdam, ne isoimmat. Niin näihin pääsatamiin monesti isot varustamot ajaa niinku suoraan, et esimerkiksi Hampurista Tokioon. Mut sit joku varustamo saattaa esimerkiksi, et niiden reititys on semmonen, vaikka tota Singaporessa tekee välilastauksen ja lastaa siellä sen toiseen laivaan. Ni silloin jos taas siellä tapahtuu jotakin ongelmia. Et se jääkin sinne viikoks, ni sit se transit time onki yhtäkkiä kymmenen päivää lisää pidempi. Et semmoseen voi suunnittelulla tavallaan yrittää varautua. (Haastateltava X 2014.)

Kaksi vastaajista ei maininnut konkreettisia ehkäisykeinoja kuljetuksiin. Wicklén (2014) kuitenkin tähdensi, että asiakkaan kannattaisi tilata tuotteet hyvissä ajoin, jotta voidaan tuottaa tavarat ja suunnitella kuljetukset ajoissa.

7.4 Japani vientimaana kysymykset

Tässä alaluvussa haastateltavilta kysyttiin neljä kysymystä japanilaisista ja Japanin kauppaan liittyvistä aiheista. Risto Voutilainen on vastannut näihin kysymyksiin. Ensimmäisenä kysyttiin millaisia kulttuurillisia tai muita ongelmia on sattunut Japanin kaupassa.

Yhdellä yrityksellä on Japanissa oma myyntikonttori, joka hoitaa kaikki kielimuodollisuudet japanilaisten asiakkaiden kanssa, jotta ongelmilta vältyttäisiin. Yksi vastaajista kertoo, että hänen kohdalleen ei ole tullut sinänsä yhteentörmäyksiä. Yksi vastaajista mainitsee ongelmaksi paikallisten puutteellisen englannin kielen taidon, mutta jälleenmyyjien kanssa he tulevat hyvin toimeen, varsinkin kirjallisesti. Puhuesssa pitää olla tarkkana, ettei tule väärinymmärryksiä. (Mäkisalo 2014.)

Kaksi vastaajista mainitsee, että japanilaiset ovat pikkutarkkoja ja päätöksenteko voi kestää, koska Japanissa on tarkka hierarkia.

Se on yks ja sit iso semmonen on kans että päätöksen teko välillä on aika hierarkinen. Se japanilainen mentaliteetti. Et siinä just tämmönen päätöksenteko...Se on pitkä prosessi ennen, kun tulee siihen loppuun, et kun saadaan se bisnes. (Dahl 2014.)

Kyllä hän se haastavaa on et tuota on hyvinki eri kulttuuri ja tota. Niin ni jokainen kivi ja kanto käännetään ja ennen ku asiat menee eteenpäin. että kyllä ne todella hyvin niinku tarkistaa asiat ennen ku aletaan tekee kauppaa. Ja on ovat erittäin tarkkoja laadusta ja kaikesta et

kaikki on niinku vimpan päälle että. Paljon tarkempia ovat ku Euroop-
palaiset. (Koivikko 2014.)

Yksi vastaajista kertoo yrityksen välttyneen kieliongelmilta, koska heillä on käytös-
sään japanilainen agentti. Haastateltava listaa vielä, että japanilaiset eivät halua
menettää kasvojaan, jos he puhuvat huonoa englantia. (Dahl 2014.)

Yksi vastaajista tähdensi, että kulttuurierot ovat todella suuret ja siinä on joskus
tullut ongelmia, jos näitä ei ole ymmärretty kunnioittaa. Japanilaisten suunnittelu-
sykli on paljon pidemmälle suunniteltu, jopa vuosiksi eteenpäin, kun taas Euroo-
passa on totuttu suunnittelemaan kvartaaleittain toimintaa. Japanissa asiat eivät
tapahdu yhtä nopeasti kuin Euroopassa, koska Japanissa kaikki perustuu luotta-
mukseen. Luottamuksen saamiseen kuluu aikaa ja siihen kannatta todella panos-
taa. Kun luottamus on saatu, ovat japanilaiset tehokkaita ja aikaan saavia. (Häger-
ström 2014.)

Yksi vastaajista ilmaisee, että japanilaiset ovat täsmällisiä. Jos japanilaiset myö-
hästyvät jostain tapaamisesta, niin he pahoittelevat sitä paljon. (Höglund 2014.)

Vastauksista voidaan todeta, että japanilaiset ovat erittäin tarkkoja ja täsmällisiä.
Päätöksen teko voi kestää Japanissa kauemmin kuin eurooppalaiset ovat tottu-
neet. Japanilaiset suunnittelevat jopa monen vuoden päähän asioita, kun taas Eu-
roopassa on totuttu suunnittelemaan toimintaa kvartaaleittain.

Seuraavana haastateltavilta kysyttiin, mitä seikkoja täytyy ottaa huomioon erityi-
sesti Japanin tuotteissa ja kaupassa. Yksi vastaajista kommentoi, että Japaniin
tehdään omia sahatavara kokoja.

Elikkä käytännössä Japaniin pitää sahata ihan niinku omia sahatava-
rakokoja. Jollon se tietysti tarkoittaa sitä, että niitä on niinku huono sa-
hata varastoon. Et meidän täytyy oikeestaan niinku tietää, että ne me-
nee menee sinne Japaniin, koska niit ei kukaan muu tilaa. (Haastatel-
tava X 2014.)

Kaksi vastaajista vetoaa japanilaisiin koteihin, jotka pitää ottaa huomioon. Japani-
laiset kodit ovat pieniä ja sitä kautta pitää lähteä miettimään ja suunnittelemaan
järkeviä tuotteita markkinaan. Toinen heistä tähdentää, että Japanissa on tärkeää

olla pitkällä aikajänteellä ja henkilökohtainen yhteydenpito on japanilaisille ensisijaisen tärkeää.

He arvostaa hyvin pitkän, niinku pitkän aikavälin yhteistyötä, et se on tärkeää. Henkilökohtainen kontaktointi äärimmäisen tärkeää. Eli itse käyn kohtuullisen usein Japanissa, et nimenomaan sen takia, et taapaan henkilökohtaisesti kaikkia meidän kumppaneita. (Voutilainen 2014.)

Toinen vastaajista lisää, että japanilaiset kodit täytyy ottaa huomioon ruoka- kuin juomakulttuurissa, ja tähdentää myös että kaikki tuotteet eivät sovellu japanilaiseen ympäristöön. Suomalainen design on hyvin arvostettua Japanissa ja se nähdään jopa eksoottisena. Suosikkituotteet ovat vähän erilaiset Suomen ja Japanin välillä. Kuten Kivilyhty-tuote ei menesty Japanissa niin hyvin kuin Suomessa, Japanin maanjäristysalttiuden vuoksi. Japanissa ei myöskään yleisesti juoda niin paljon viiniä kuin Euroopassa, vaan teetä juodaan yleisesti ruokailun yhteydessä. Tästä syystä Fiskarsin pitää ottaa huomioon onko heidän teekupit juuri oikeanlaiset japanilaiseen ruokailuun. (Hägerström 2014.)

Dahl (2014) ilmaisee, että dokumentointi tulee olla aina kunnossa. Hän tähdentää myös, että japanilaiset kysyvät kysymyksiä kysymysten perään. Ratkaisuksi tähän hän sanoo, että joskus pitää sanoa suoraan, että asia on näin ja piste, että voidaan jatkaa eteenpäin. Höglund (2014) kertoo, että laatu täytyy ottaa huomioon, niin tuotteen, ulkonäön kuin pakkauksen. Hän jatkaa, että raportointia tuotteista tulee joka kuukausi, vaikka liikevaihto Japaniin on pientä. Beamexin japanilaiset asiakkaat haluavat paljon tuotteilleen esittelyä ja opastusta, koska mittalaitteet ovat monimutkaisia. Asiakassuhde vaatii huomiota, luottamusta, pitkäjänteisyyttä ja päätöksenteko voi kestää. (Mäkisalo 2014.)

Yksi vastaajista kertoo, että kaikki seikat valmistuksesta lähtien ovat otettu huomioon. Hän mainitsee säilöntäaineet, joita Euroopassa käytetään, niin niitä ei voi käyttää Japanissa. Haastateltava mainitsee myös, että moni asia pitää lokalisoida.

Nehän on siis ihan valmistuksesta lähtien. Kaikkia samoja esimerkiksi juomien säilöntäaineita ei voi käyttää Japanissa, mitä Euroopassa voi käyttää. Ja pakkaukset täytyy lokalisoida paikalliselle kielelle ja kierrätysmerkinnät ja niin edespäin, että siinä on paljon monta kohtaa mitä pitää muuttaa ja lokalisoida. (Koivikko 2014.)

Seuraavaksi haastateltavilta tiedusteltiin, mitä tekijöitä ei osattu arvioida tai suunnitella. Haastateltavien vastaukset olivat moninaisia, koska yritysten toiminta-alat ovat niin erilaisia. Yksi vastaajista ei osannut nimetä vielä tässä vaiheessa mitään tekijöitä. Kaksi vastaajista oli sietä mieltä, että kauppatavat ovat muotoutuneet ja vakiintuneet. Lisäksi Höglund (2014) mainitsee, että japanilaiset ovat tarkkoja, mutta se ei tuota heille mitään ongelmaa. Yksi vastaajista toteaa, että teknisiä ongelmia tulee aina. Hän jatkaa myös, että japanilaiset ovat myös hyvin kohteliaita ja käyntikorttien antaminen on todella tärkeää.

Yksi haastateltava kertoo positiivisen menestyksen, jota he eivät osanneet arvioida etukäteen. Iittala-tuotteiden jakelu rakennettiin aluksi Tokioon, jossa asuu 35 miljoonaa ihmistä. Yritys ja jakelija ajattelivat, että siinä on pitkäksi ajaksi työskentelyä ja että se olisi oikea strategia keskittyä vain Tokioon. Fiskars päätti kuitenkin muutama vuosi sitten, että oli aika laajentua Tokion ulkopuolellekin, Kansain-alueelle. Aluksi jakelija oli sitä vastaan, että se olisi niin erilainen alue kuin Tokio ja siellä tuotteet eivät välttämättä menisi kaupaksi. Ajatusta laajentumisesta pikkuhiljaa myytiin japanilaisille ja he onnistuivat siinä lopuksi. Ylipuhumisessa meni noin puolitoista vuotta ja sen jälkeen yritys avasi nopeaan tahtiin kaksi ”niinkuin omaa” myymälää, jotka olivat menestyksekkäitä. Tästä syystä jopa heidän jakelijansa yllättyi ja on ollut huomattavasti avoimempia laajentamisen suhteen. (Hägerström 2014.)

Yksi vastaajista kertoo, että heille on tullut paljon yllättäviä tekijöitä Japanin kaupassa, mitä ei ollut ennen Euroopan kaupassa tarvittu.

On tullu aika niinku paljonki niinku kaiken näköstä, mitä Euroopassa ei oo esimerkiks kuljetuslaatikot pitää olla toukka- ja matomerkkittyjä, kun ne on puulavoja ja kaikkee tämmöstä näin. Että tommosta ei oo kymmenen vuoden aikana tullu vielä Euroopassa vastaan. Ja sitte säilöntäaineet tosiaan on niinku aivan eri, et mitä Eurooppaan on sallittu. (Koivikko 2014.)

Yksi haastateltavista vastaa, että vaikka Japani on teknisesti erittäin edistynyt maa, oli yllätys, että teollisuus toimii konservatiivisemmin. Yritys pyrkii tarjoamaan monitoiminnallisia laitteita ja ratkaisuja, kun taas Japanissa suositaan niin sanottuja yhden toiminnon välineitä.

Eli teknikko vastaa tietyistä mittauksesta ja sitä suorittavasta laitteesta eli on saanut koulutuksen juuri siihen. On mahdollista myydä monitoimiratkaisuja, mutta se vaatii enemmän panostusta, niinku ratkaisumyyntiä ja koulutusta. (Mäkisalo 2014.)

Viimeisenä haastateltavilta kysyttiin, millaisena yritykset näkivät Japanin kaupan tulevaisuudessa. Kaikki vastaukset olivat luottavaisen positiivisia ja jokainen vastaajista näki Japanin suurena markkinapotentiaalina. Suomalainen sahateollisuus yritys uskoo pysyvän Japanin markkinoilla talonrakennusmateriaalina jatkossakin, materiaalin lujuuden takia. Suomen sahatavaran on hitaammin kasvanutta kuin Keski-Euroopan. Tätä lujuutta mitataan mittareilla joka tehtaalla. Seuraavassa kerrotaan miksi japanilaiset arvostavat mielummin skandinaavista sahatavaraa.

Siin on niinkun ohkaisempi se vuosirusto ni se on myöskin niinkun lujempaa. Se kärsii niinkun taivuttamista enemmän. Ja se on sillon niinkun ne on erittäin tarkkoja siinä. Se heidän, että ne on kaikki sertifioituja ja ne on tosi tarkkoja, että ne palkit kestää tietyn taivutuksen ennen, ku ne menee niihin taloihin. (Haastateltava X 2014.)

Nordic Lights tulee satsaamaan Japaniin todella paljon enemmän tulevaisuudessa, koska siellä on tulevaisuudessa iso potentiaali ja heillä on vielä paljon tekemistä siellä (Dahl 2014.) Finlayson näkee Japanin kaupan tulevaisuudessa äärimmäisen positiivisena, vaikka toiminta on alkanut vasta noin vuosi sitten. Yritys tuplaa liikevaihtoaan kokoajan Japanissa, eikä näe sille mitään estettä ettei näin tapahtuisi myös kasvavilla markkinoilla tulevaisuudessa. (Voutilainen 2014.)

Yksi vastaajista kertoo, että Japanin talous on ollut monta vuotta nolla kasvussa, mutta nyt nähdään selkeästi parempaa kehitystä yleisesti Japanin taloudessa. Japanissa on nähty paljon konsolidaatioita (eli niin sanotusti yhdistäminen tai yhteensovittaminen) tavaratalojen kohdalla. Yritys on tehnyt isoja rakenteellisia muutoksia ja toistaiseksi on ollut pientä kasvua havaittavissa. Yrityksellä on Japanin markkinoilla vielä tällä hetkellä pieni markkinaosuus, mutta he näkevät potentiaalia kasvaa. (Hägerström 2014.)

Höglundin (2014) mukaan Herrmanssilla on pientä kasvua kokoajan Japanin markkinoilla. Hän tähdentää, että Japani on pieni markkina Herrmanssin kokonaiskuvassa, mutta kasvava kuitenkin.

Beamexille Japanissa on suuri markkinapotentiaali, johon yrityksen myynti ei ole vielä tyydyttävässä suhteessa. Myynnin kasvattaminen edellyttäisi yritykseltä enemmän resursseja, Japanin ja japanilaisten asiakkaiden erityisvaatimusten tuntemista paremmin, yritys joko kasvaisi tai löytäisi optimaalisen partnerin Japanista. Beamex jatkaa ainakin vielä nykyiseen malliin.

Myynnin kasvaminen edellyttää että sinne on mahdollisuus fokusoida enemmän resursseja ja opitaan sen maan ja asiakaskunnan erityisvaatimukset. Sekä löydetään tai kasvetaan että saadaan optimaalinen partneri, mutta tällä hetkellä jatkamme nykymallilla ja samalla panostuksella. (Mäkisalo 2014.)

7.5 Muuta aiheeseen liittyviä kommentteja haastateltavilta

Yksi vastaajista kommentoi, että suomalaisilla on hyvä lähtökohta mennä Japanin markkinoille, koska Pohjoismaat yleensäkin ovat Japanissa suosittu teema.

Pohjoismaat sinällään on hyvin suosittu teema Japanissa. Ja skandinaavisuus ja suomalaisuus siinä yhteydessä. Et sinällään suomalaisilla on hyvä lähtökohta mennä sinne markkinoille. Ja monet japanilaiset pitää suomalaisia ja japanilaisia hyvin samankaltaisena. Esimerkiksi neuvottelukulttuuri näkökulmasta ja muutenkin keskustelun näkökulmasta, et sitä kautta on ollu äärimmäisen helppo käydä sitä dialogia heidän kanssa. (Voutilainen 2014.)

Hän jatkaa, että vuodevaatetuotannossa on erilaiset koot eri maissa. Suomessa tuotetut tuotteet eivät välttämättä sovi Euroopan tai Japanin markkinoille. Yritys on valinnut lisenssin vientimuodoksi, koska on vielä kohtuullisen pieni yritys suhteessa Japanin kokonaismakkiinaan. Yritys haluaa ensimmäiseksi parantaa tunnettua, eli saada brändi japanilaisten mieleen. Jonka jälkeen heillä on parempi lähtökohta lähteä investoimaan markkiinaan.

Nyt me ollaan otettu niin sanotusti köyhän miehen strategia, jossa me lähdetään kevyesti markkiinaan sisään. Saadaan siitä tuloja, jotka me voidaan sitten investoida sen brändin tunnettuuden lisäämiseksi. (Voutilainen 2014.)

Yksi vastaajista kehottaa yrityksiä uskaltamaan, kohtaamaan ja ymmärtämään japanilaista kulttuuria, koska kun päästään tiettyyn pisteeseen japanilaiset ovat erittäin luotettavia, ahkeria ja aikaan saavia. (Hägerström 2014.)

8 YHTEENVETO JA HUOMIOITA ALOITTAVILLE YRITYKSILLE

Tässä luvussa esitellään ratkaisu tutkimusongelmaan eli miten Rettig Lämmön vientiprosessi erosi muista yrityksistä ja sen jälkeen joka kappaleessa yhteenveto ja huomioita aloittaville yrityksille. Tämän luvun tarkoituksena on koota opinnäytteen teoria- ja tutkimustieto käytännönläheiseksi yhteenvedoksi. Tämä luku etenee tutkimuksen mukaisesti. Taulukko sivulla 67 kiteyttää vielä yhteenvedon keskeiset asiat SWOT-analyysiin (TAULUKKO 6).

8.1 Viennin aloittaminen Japaniin

Rettigillä ei ole valmista vientisuunnitelmaa Japaniin. Tutkimuksesta kuitenkin kävi ilmi, että yrityksillä oli moninaisia vastauksia onko heillä valmista vientisuunnitelmaa Japaniin, jota noudatetaan joka tilanteessa. Useimmilla yrityksillä oli jonkinlainen suunnitelma. Tämä kysymys koettiin vähän eri tavalla vastanneiden kesken, joten tämän kysymyksen olisi voinut muotoilla eri tavalla. Suomalaisella sahateollisuus yrityksellä oli oma vientisuunnitelma eli strategia Japaniin. Nordic Lights:lla on kaksi erilaista myyntiprosessia, jotka ovat suunnattu työkoneen valmistajille ja jälkimarkkinoille. Finlaysonilla on tapauskohtainen vientisuunnitelma. Fiskarsilla on kolmen vuoden suunnitelma. Herrmans oli ainoa, jolla ei tavallaan ollut haastateltavista vientisuunnitelmaa, koska heillä on kokonaisuudessa pieni vientimarkkina Japaniin. Tämä viimeinen yritys oli yhteneväinen Rettigin toimintaan. Aloittelevalla yrityksellä kannattaa kuitenkin olla jonkinlainen suunnitelma tai strategia markkinoille.

Rettig Lämpö Oy:llä ei ole ollut agenttia tai edustajia Japanissa, vaan Rettig itse hoiti suhteet asiakkaiden johtohenkilöiden kanssa. Tämä tapa eroaa tutkimuksen tuloksista. Tutkimus osoittaa, että Japanin suhteita on luotu moninaisilla tavoilla. Esimerkkinä suomalainen sahateollisuus yritys sai luotua suhteet niin, että Japanista kauppahuoneet olivat tulleet Suomeen etsimään sahatavaraa. Yleisesti ottaen yrityksillä oli kuitenkin käytössään agentti tai agenttifirma tai paikallinen jakelija. Kaksi yritystä on luonut suhteet Japaniin messuilla, ja Herrmans tarkensi niin sa-

notusti networking periaatteella. Lisäksi Lasso Drinks:n suhteiden luomisessa on ollut mukana kaksi paikallista kumppania sekä Finpro. Tulokset olivat eriäviä ja erosi näin Rettigin tavasta. Aloittelevien yritysten kannattaa käyttää agenttia tai japanilaisia kumppaneita suhteiden luomisessa. Lisäksi kannattaa osallistua kansainvälisille messuille, jotta tutustutaan kontakteihin.

Rettigillä on vain yritysmyyntiä Japanissa, joka on yhteneväinen tutkimustuloksiin. Tutkimuksesta selvisi, että kaikilla haastatelluillakin yrityksillä oli business-to-business myyntiä. Rettigin vientimuoto on välitön. Teorianpohjalta tätä käytetään yleensä, kun myydään kalliita koneita tai laitteita pienelle asiakaskunnalle tai jos myynti suuntautuu muutamalle suurelle asiakkaalle. Tutkimus osoittaa, että vientimuotona Japaniin käytettiin kuitenkin eniten suoraa vientiä, koska myynti ei tapahdu suoraan loppuasiakkaalle. Poikkeuksena suomalainen sahateollisuus yritys, jolla on molempia, suoraa ja välitöntä. Finlayson toimii Japanissa lisenssillä.

Tuloksista kävi ilmi, että Japaniin käytetään suoraa ja välitöntä vientiä. Lisenssiä käytetään Japanissa valmistettavissa tuotteissa. Kuten sekä teoria osuudesta että haastatteluista selvisi, viejän on tunnettava Japanin kaupanrakenne sekä asiakkaiden mieltymykset ja vaatimukset hyvin, ennen kuin lähtevät markkinaan. Teoriaosuudessa kerrottiin vientimuotojen tavallisimmat edustajat. Nämä samat toimijat tulivat myös esille haastateltavien vastauksista, jotka olivat kauppahuoneet, jälleenmyyjät, jakelijat tai maahantuojat. Tässä vientimuodot erottuivat case yrityksestä, jolla oli välitön vienti.

Tutkimuksen tuloksista voidaan määrittää yleisimmät asiakirjat, joita Japanin kaupassa kulkeutuu tavarana mukana. Ne ovat kauppalasku, pakettierittely, CMR vain autokuljetuksiin, Sea Waybill eli merirahtikirja, Express-konossementti eli merirahetikirja ja vientiselvitys. Yrityksen pitää tehdä itse enemmän dokumentteja, jos se ei käytä huolinta- tai kuriiripalveluja.

Rettigin vientiprosessi alkaa sähköposti tilauksesta. Tutkimuksesta kävi ilmi, että vientiprosessi voi lähteä käyntiin erilaisilla tavoilla, kuten kauppaa Japaniin käydään kvartaaleittain, alkaa tilauksesta joka tulee sähköpostilla, voi olla jatkuvaa joka pohjautuu kolmen vuoden strategiaan tai kausi määrittää yrityksen viennin.

Rettigin ja Nordic Lights:n viennin alut olivat samankaltaiset. Kauppatyyli vaihtelee tuotteen menekin ja miten on päätetty tehdä kauppaa.

8.2 Kuljetukset Japaniin

Rettigin tuotteet lähetetään suurimmaksi osaksi meriteitse konteissa, joka on havaittavissa myös teoriassa esitetyssä tiedossa. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käytiin läpi kaikki mahdolliset tavat kuljettaa Japaniin. Tullin tietojen mukaan Japaniin kuljetetaan ainoastaan laiva- ja lentokuljetuksia. Nämä vastaukset tulivat ilmi myös tutkimustuloksista. Kaksi yritystä käytti vain merikuljetuksia. Kolme yritystä kertoi, että heillä on molempia sekä meri- että lentorahtia. Yksi yritys käytti vain lentorahtia. Tutkimustulokset vahvistavat teorian, että Japaniin kuljetetaan vain laiva- ja lentokuljetuksia.

Rettigin asiakkaat päättävät, mikä on sopivin vaihtoehto kuljetukselle. Tutkimuksen perusteella valittuun kuljetusmuotoon tai -muotoihin on päädytty hinnan, asiakkaan päätöksen ja huolinta- tai kuriiripalvelun päätöksen perusteella. Voidaan todeta, että samoilla linjoilla Rettigin kanssa oli kaksi yritystä, joiden asiakkaat myös päättivät kuljetusmuodon.

Tutkimuksen tuloksista voidaan todeta, että vienti kestää noin 6-8 viikkoa kun taas lentorahti kestää noin viikon. Kävi ilmi, että teoriaosuudessa esitetyt kuljetusmuotojen hyödyt ja haitat olivat samoja mitä tuli esille tutkimustuloksista. Merirahdin hyötyinä mainittiin sen edullisuus, mutta haittana sen hitaus. Lentorahdin hyötynä on nopeus, mutta haittana että se on kallis ja sillä ei voi kuljettaa isoja eriä. Kuljetus merirahdina kannattaa, jos tuotteilla ei ole kiirettä Japaniin. Lentorahtiin kannattaa turvautua, kun halutaan kuljettaa nopeasti tai kalliita tavaroita, jotka eivät vaadi paljoa tilaa tai eivät paina paljoa.

Rettigillä on erityisvaatimus kuljetukseen se, että ei tulisi "hanhenkaula" perävauhua lastatessa kontteja. (ks. LIITE 9). Rettigille käy peruskontit kuljetuksiin ja radiattoria on suojattava kosteudelta kuljetuksen aikana. (Karlsson 2014.) Tutkimus osoitti, että tuotteet asettavat erikoisvaatimuksia kuljetukselle. Yksi yritys kertoi

tuotteen vaativan lämpötila kontrolloitua merikonttia. Kolme yritystä kertoi pakkaamisen olevan erityisen tärkeää. Kahdella yrityksistä ei ollut mitään erikoisvaatimuksia. Voidaan todeta, että kuljetuksen erityisvaatimukset riippuvat tuotteen luonteesta, joten tässä ei ollut yhtään yhteneväisyyksiä yrityksiä ja Rettigin välillä.

Teoriaosuudessa ja liitteessä (LIITE 2) on kuvattu mahdollisimman tarkasti Incoterms 2010 toimituslausekkeet. Tuloksista voidaan päätellä, että Japanin käytössä on vain neljä eri toimituslausekettä. Ne ovat CPT, CIP, FOB ja Ex Works. Yritykset käyttävät siis samoja toimituslausekkeitä kuin Rettig. Ainoana eriyävänä oli suomalainen sahateollisuus yritys, joka käytti vain C-ryhmän toimituslausekkeitä.

Teoriaosuudesta kävi ilmi, että Rettig ja sen asiakkaat käyttivät huolintaliikkeitä. Tuloksista kävi ilmi myös, että jokainen yritys käytti ulkopuolisia kuljetusyrityksiä, joko varustamoita, huolintayritystä tai kuriiria viennissä. Eli tässä asianhaarassa ei ollut eroavaisuuksia Rettigin ja haastateltavien välillä. Jokaisella on jokin ulkopuolinen yritys viennissä. Yksi yritys oli tehnyt sopimukset suoraan varustamon kanssa, kuten Maersk Line, MSC, CMA ja Hapag-Lloyd. Kaksi yritystä käytti UPS:n kuriiripalveluita. Yksi yritys kertoi asiakkaansa käyttävän CHS huolintayritystä. Yhdellä yrityksellä on yhteistyökumppanina Kuehne Nagel. Kaksi yritystä käytti suomalaisia kuljetusliikkeitä Suomen sisäisissä kuljetuksissa. Tuloksista voidaan todeta, että kukaan ei hoitanut vientiä omalla kuljetuskalustollaan. Se vaatisi todella paljon pääomaa ja resursseja, joten on turvauduttu ulkopuolisiin yrityksiin viennissä ja kuljetuksiin liittyvissä asioissa.

Rettigin koettuja hyötyjä rahtipalveluista oli se, että heidän ei tarvitse kuin lastata, ilmoittaa kollimäärät ja painot huolitsijalle ja lähettää laskut asiakkaalle. Huolinta- ja rahtipalvelut hoitavat tavaran Japaniin. Haittoina Rettig kokee, että he eivät välttämättä voi valita aikatauluja ja joskus joutuvat odottelemaan kontteja. Pääsääntöisesti nämä toimivat kuitenkin moitteettomasti. Rettig on varannut palvelut yleensä hyvissä ajoin, joten harvemmin tuli hankaluuksia. (Karlsson 2014.) Tutkimustulokset tukevat opinnäytetyön teoriaa huolinta- ja rahtipalveluiden hyödyissä. Yritykset selittivät kuinka helppoa vienti on hoitaa, koska erikoistuneet huolinta- ja rahtiyritykset tekevät asiakirjat ja kuljetukset valmiiksi. Huolinta- ja rahtipalveluiden hyötynä on suora kontakti yritykseen ja helppo tapa hoitaa vientimenettelyt. Hait-

toina nousivat esiin palveluiden hinta ja asiakkaan päättämänä vienti voi kestää kauemmin, koska voivat joutua odottamaan japanilaisten päätöksiä.

Rettig lähettää asiakkailleen Japaniin kontteja noin kerran kuussa. Näiden lisäksi Dimplexille menee lentorahtia noin kaksi kertaa kuussa, koska heillä on pienempi varasto kuin Morinagalla, siksi he turvautuvat useammin lentorahtiin. (Karlsson 2014.) Tutkimuksesta kävi ilmi, että yritysten lähetystiheydet Japaniin vaihtelivat. Yksi yrityksistä kertoi lähettävän eriä viikoittain, kun taas toinen yritys sanoi lähettävänsä eriä muutaman kerran vuodessa. Tämä lähetystiheys riippui asiakkaan tarpeesta ja tuotteen kausiluontoisuudesta. Voidaan todeta, että lähetysten tiheys voi vaihdella paljonkin yritysten välillä. Kaksi yritystä lähetti myös kuukausittain lähetyksiä Japaniin, kuten Rettig.

Kuten on jo todettu, kuljetusmuodolla on selvä yhteys kuljetuksen nopeuteen. Rettigillä prosessi tilauksesta tavarahan saapumiseen menee noin 10 viikkoa. Tutkimuksesta kävi ilmi, että pelkkään merikuljetukseen kannattaa varata aikaa noin 6-8 viikkoa, kun taas lentorahti kulkeutuu parissa päivässä Japaniin. Pitää huomioida tavarahan valmistus ja siihen lisäksi kuljetuksen kesto, miten voidaan vahvistaa asiakkaalle toimitusaika.

Rettig pyrkii suojaamaan lähtevän tavarahan mahdollisimman hyvin, jotta kuljetusvauriot jäävät vähäisiksi. Radiaattorit kuljetetaan nipuissa, jossa on monta, tai kappaleina. Kuljetuksen aikana radiaattoria on suojattava kosteudelta. Radiaattorit tulee säilyttää kuivassa sisätilassa ja varastoidessa vaakatasossa. Radiaattoria ei saa säilyttää ulkona, vaikka ne olisivatkin muovitettu tai peitetty tavarapeitteellä. (Purmo 2014e; Karlsson 2014.) Tutkimuksesta voidaan todeta, että merikuljetuksissa kannattaa varautua lämpötilavaihteluihin matkalla. Kosteutta voi olla konteissa, joka voi johtaa pakkauksen ja tavarahan pilaantumiseen. Kuljetuksissa yleensä kannattaa pakata tavarat mahdollisimman hyvin, jopa huolellisemmin kuin Euroopan liikenteessä vaaditaan. Yhteneväisyyksiä oli yritysten kanssa, että kaikki haluavat pakata tuotteensa mahdollisimman hyvin.

8.3 Japanin erilaisuus

Opinnäytetyössä käsiteltiin lyhyesti Japania vientimaana. Kulttuurierot ovat todella suuret verrattuna Suomeen. Kulttuurien erilaisuutta on kunnioitettava, jotta ongelmilta vältyttäisiin.

Karlsson Rettigiltä painottaa, että japanilaisten kanssa on oltava erittäin kohteliaita, rehellisiä, tunnollisia ja asiallisia. Esimerkiksi Japanista saapuneeseen sähköpostiin ei voi vastata samalla tavalla suoraan, kuin esimerkiksi suomalaiselle asiakkaalle. Jos Rettig ei pysty toimimaan asiakkaan pyytämällä tavalla, he pahoittelevat ja kertovat asian erittäin varovasti. Karlsson tähdentää myös, että japanilaiset ovat pikkutarkkoja tuotteiden suhteen. Jokainen saapuva radiaattori tutkitaan varmasti, ja jos löytyy edes pienen pieni epätasaisuus, niin siitä Rettig saa varmasti tietää. Rettig kokee tämän hyvällä tavalla, koska saavat heti tietää, jos on jotain pielessä, vialla tai korjattava. Japanilaisille hierarkia on erittäin tärkeää. Tätä esiin-tyy, kun Rettig ja japanilaiset yrittävät ratkaista jonkun pienen asian esimerkiksi toimitukseen liittyvän pulman. Rettigin kontaktin täytyy melkein aina tarkistaa pomolta ja tämän pomon pitää saada vielä hyväksyntä omalta pomoltaan. Kun taas Suomessa on totuttu siihen, että pienet ongelmat ratkotaan siltä istumalta. Japanilaisille on siis erittäin tarkkaa, mitkä asiat kuuluvat kenenkin vastuulle. (Karlsson 2014.)

Ongelmatilanteita Rettig on havainnut aiheuttavan kielitaidonpuute, vaikka molemmat osapuolet osaavat englantia ja sillä kommunikoivat. Joskus on kuitenkin haastavaa ymmärtää, mitä japanilaiset tarkoittavat kommunikoidessaan. Tämän kaltaisissa tilanteissa on kysyttävä tarkentavia kysymyksiä japanilaisilta. Japanilaisten kanssa pitää myös olla erittäin kohtelias, jopa ylikorostetun kohtelias. On erittäin tärkeää pahoitella moneen kertaan, jos ei ole toimittu ihan sovitulla tavalla. Japanilaisille täytyy olla ystävällisiä ja ilmaista kielteiset asiat kauniisti muotoillen. Karlsson on ilokseen huomannut, että osa japanilaisista osaa englantia todella hyvin. (Karlsson 2014.)

Tutkimuksesta kävi ilmi, että jotkut japanilaiset eivät puhu hyvää englantia, mutta kirjallinen englanti on ollut ymmärrettävää. Kieliongelmat johtavat väistämättä jos-

sain vaiheessa väärinymmärryksiin. Japanilaisten englanninkielen puute voi johtua osittain myös kasvojen menettämisen pelosta. Jos japanilainen nolaa itsensä tai tekee jotain tyhmää voi seurauksena olla kasvojen menetys, jota pidetään Japanissa hyvin vakavana asiana. Japanilaiset ovat myös pikkutarkkoja ja hyvin kohteliaita. Päätöksen tekoon voi kulua aikaa, koska Japanissa on tarkka hierarkia, ja bisnes perustuu luottamukseen. Japanilaiset suunnittelevat asioita paljon pidemmälle ajalle, jopa vuosiksi eteenpäin, kun taas Suomessa on totuttu suunnittelemaan toimintaa kvartaaleittain. Yksi yrityksistä kertoi, että oma myyntikonttori on ollut heillä avainasemassa, jotta ongelmilta japanilaisten kanssa vältyttäisiin. Agentti on myös tärkeässä asemassa, jotta ongelmilta vältyttäisiin. Tuloksista löytyi yhtenevyyksiä kuten kielitaidonpuute, kohteliaisuus, pikkutarkkuus ja pahoittelu moneen kertaan, jos aihetta.

Tutkimus osoittaa, että Japanin kaupassa täytyy ottaa huomioon erityisesti henkilökohtainen yhteydenpito, tarkka dokumentointi, luottamus ja pitkäjänteisyys. Japanin tuotteissa pitää ottaa huomioon tuotteen laatu, koska japanilaiset arvostavat Pohjoismaissa ja Euroopassa valmistettuja tuotteita. Tuotteissa pitää ottaa myös huomioon valmistusaineet, pakkaukset ja tekstit pitää kääntää japanin kielelle. Kodintuotteissa pitää ottaa huomioon japanilaiset kodit, koska tuotteet pitää suunnitella niin, että ne ovat toiminnallisesti järkeviä niissä. Japanilaiset kodit täytyy ottaa huomioon myös ruoka- kuin juomakulttuurissa. Tuotteet täytyy miettiä myös ympäristön mukaan, koska Japanissa on aika ajoin maanjäristyksiä niin esimerkiksi kynttilätuotteet eivät sovellu välttämättä Japanin markkinoille. Voidaan todeta, että täytyy ottaa huomioon miten tuote soveltuu Japanin markkinoille sopivaksi ja sen laatu. Asiakkaiden kanssa täytyy olla henkilökohtaisessa kontaktissa, on myös suotavaa käydä asiakkaiden luona.

Rettig ei osannut ottaa huomioon, että miten pikkutarkkoja japanilaiset ovat. Japanilaiset tarkkailevat laatua erittäin paljon ja toimitusaikojen kanssa on todella tarkkaa. Japanilaisen hierarkian takia tiettyihin asioihin reagoiminen on melkoisen hidasta, sillä hyväksyntä pitää saada aina korkeammalta taholta. Nykyisin kun asiakaspalvelu on siirretty Puolaan, niin aluksi ei osattu ottaa huomioon, että puolalaisilla ei ole kokemusta japanilaisista asiakkaista ja siitä, miten heidän kanssaan pitäisi kommunikoida.

Yleisesti ottaen tutkimuksesta nousseita muita huomioita Japanin kaupassa oli, että Japani on teknisesti kehittynyt maa ja sen teollisuus toimii konservatiivisemmin kuin oli luultu. Japanilaisille on tärkeää käyntikorttien antaminen. Japanilaisten kanssa kannattaa olla kärsivällinen, jos haluaa saada tuloksia aikaan liike-elämässä. Tulosten pohjalta voidaan päätellä, että Japanin kaupassa tulisi olla kohtelias ja kärsivällinen, ja tuotteen pitää olla laadukas. Aloittelevan yrityksen kannattaa painattaa käyntikortteja ennen kuin suuntaa Japaniin. Tässä kysymyksessä ei tullut yhteneviä vastauksia Rettigin kanssa.

Karlsson uskoo, että Rettig myy ja toimittaa radiaattoreita jatkossakin Japaniin. Vuodenvaihteesta 2014–2015 lähtien radiaattorit valmistetaan Puolassa ja Englannissa, ja sieltä käsin hoidetaan jatkossa kuljetukset Japaniin. Karlsson toivoo, että organisaatiomuutoksen avulla Rettig saisi lohkaistua vielä suuremman markkinaosuuden Japanissa. (Karlsson 2014.) Yleisesti ottaen voidaan sanoa, että Japani nähdään tulevaisuudessa isona ja potentiaalisena markkinamaana. Pohjoismaat, skandinaavisuus ja suomalaisuus ovat suosittuja teemoja Japanissa. Joten suomalaisilla ja suomalaisilla yrityksillä on hyvä lähtökohta mennä Japanin markkinoille. Suomessa valmistetulla tuotteella on hyvä imago Japanissa. Neuvottelu- ja keskustelukulttuuri mainittiin melko samankaltaiseksi kuin Suomessa, joten on helppo käydä dialogia japanilaisten kanssa. Yksi haastateltavista rohkaisee, että kohdattaisiin japanin kulttuuria ja ymmärrettäisiin sitä parhaalla mahdollisella tavalla. Japanissa voi tehdä bisnestä siinä missä muuallakin, mutta se on vain hiukan erilaista. Japanilaiset ovat äärimmäisen kohteliaita, asiallisia ja aikaansaavia. Moni haastattelemani yritys tulee satsaamaan Japaniin todella paljon enemmän tulevaisuudessa.

TAULUKKO 6. SWOT-analyysi teorian ja tutkimuksen perusteella.

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
<ul style="list-style-type: none"> - Skandinaavisuus ja eurooppalaisuus arvostettua - Suomessa valmistettu tuote-imago - Samanlainen neuvottelukulttuuri 	<ul style="list-style-type: none"> - Maantieteellisesti kaukana - Pitkätoimitusaika meriteitse - Japanilaisten englanninkielenpuute - Päätöksen teko vie aikaa - Hierarkia
MAHDOLLISUUDET	UHAT
<ul style="list-style-type: none"> - Iso markkina mahdollisuus - Kuriiri ja huolintaliikkeet hoitavat kaikki mahdollisuudet viennissä - Japanin suunnittelu sykli, jopa vuosia - Trans-Siperia junarata kuljetusmuotona 	<ul style="list-style-type: none"> - Rikkidirektiivi uhkana merikuljetuksille - Kulttuurierot - Maanjäristykset Japanissa

Yllä olevaan taulukkoon (TAULUKKO 6) on kerätty koko työssä ja tutkimuksessa ilmenevät vahvuudet, mahdollisuudet, heikkoudet ja uhat SWOT-analyysiksi. Kokonaisuudessaan vaikuttaa siltä, että Japanin kauppa ei ole kääntymässä laskuun, vaan päinvastoin. Tutkimuksesta voidaan todeta, että jokaisella yrityksellä on omat muotoutuneet kauppatavat japanilaisten kanssa, johon vaikuttaa myös tuotteen ominaisuudet.

9 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia miten Rettig Lämmön vientiprosessi käytännössä meni ja kerätä lukijalle tietopaketti siitä, mitä täytyy ottaa huomioon erityisesti Japanin kaupassa. Tutkimusongelmana oli, käyttävätkö yritykset viennissä samoja tapoja kuin Rettig Lämpö. Tutkimusongelmaan haettiin vastauksia Rettigin tiedoista verraten niitä tutkimuksen tuloksiin. Käsitys tutkittavasta aiheesta on muodostunut myös lukemisen ja koulutuksen kautta.

Teoriaa rajattiin niin, että mukaan otettiin vienti, kuljetustavat ja Japaniin vientikohteena. Vienti on rajattu vielä operaatiomuotoihin ja muihin ennen kuljetuksia suunniteltaviin asioihin, kuten huolinta- tai rahtipalveluiden käyttö, tarvittavat asiakirjat lähetykselle ja toimituslausekkeet. Kuljetustapoja Japaniin on analysoitu kattavasti ja laajasti. Voidaan sanoa, että vienti vaatii yrittäjältä hyvin paljon asiantuntemusta, resursseja ja aikaa. Yrityksen on harkittava tarkkaan erilaisia tapoja miten haluaa viedä, miten riskit jakaantuvat ja kenet valitsee edustajakseen.

Teoriaosuudessa onnistuttiin antamaan lukijalle kattava kuva vientiin liittyvistä asioista, kuten erilaisista kuljetustavoista ja lyhyesti kuvattu Japania vientikohteena. Viennistä löytyy paljon tietoa ja kirjallisuutta, mutta melko vanhoista lähteistä. Teoriaosuus kerättiin kirja- ja internet-lähteiden avulla Japaniin suuntautuvasta kaupasta. Mielestäni teorian kokoaminen kuitenkin onnistui hyvin ja kokonaisuudessaan siitä saa mielikuvan miten radiaattori kulkeutui Suomesta Japaniin.

Teoriaosuutta kirjoittaessa tutustuin viennin osa-alueisiin ja erilaisiin mahdollisuuksiin kuljettaa Japaniin tavaraa Suomesta. Vienti on paljon muutakin kuin pelkästään kuljettaminen. Se vaatii paljon suunnittelua ja yhteistyötä japanilaisten asiakkaiden kanssa. Toimituslausekkeet määrittävät paljon enemmän mitä osasin kuvitella kuten kuljetusmuodon, vastuut, riskin, vakuutuksen ja maksut. Mahdollisia kuljetusvaihtoehtoja on Japaniin yhdistetty maa-meri-, meri-, lento- ja rautatiekuljetus Suomesta. Näistä käytetään Tullin tilastojen mukaan vain meri- ja lentokuljetuksia ja niissäkin ylivoimaisesti eniten merikuljetuksia.

Opinnäytetyötä varten on tehty tutkimus, joka oli kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Tämä laadullinen tutkimus valittiin, koska tarkoitus oli saada mahdollisimman tarkka kuvaus yritysten Japanin viennistä. Tämä oli paras mahdollinen menetelmä tähän tarkoitukseen. Tutkimuskysymykset valittiin teoriaan pohjautuen. Lopulta tutkimuskysymyksiä oli 27 kappaletta. Tutkimukseen haastateltiin seitsemän henkilöä, mutta Finlayson ei ole mukana kuljetuskysymyksissä, koska he eivät kuljeta Japaniin mitään, vaan toimivat siellä lisenssillä. Haastateltavien vastaukset ovat arvokkaita ja tärkeitä tutkimukselle. Haastatteluista kertyi runsaasti materiaalia, jota sitten analysoitiin ja tiivistettiin parhaaksi katsomalla tavalla.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että vienti menettelyt voivat poiketa hyvinkin toisistaan. Luulen, että tähän syynä on niin eriävät tuotteet. Tuotteen luonne sanelee, kuinka sitä voi kuljettaa ja mitä erityisvaatimuksia sillä on. Joihinkin vastauksiin taas löytyi hyvinkin yhteneviä vastauksia, kuten kaikki olivat samaa mieltä kuljetuksien hyödyistä ja haitoista. Teorian ja tutkimuksen yhdistäminen yhteenvedoksi oli melko helppoa, koska vastaukset olivat melkein samankaltaisia kuin teoriaan oli kirjoitettu. Yhteenvetona pyrittiin etsimään vastauksia tutkimusongelmaan ja antamaan tietoa aloitteleville yrityksille.

Tutkimusta oli haastavaa tehdä, koska se vaati paljon resursseja ja aikaa. Sen tekeminen kyllä palkitsi tekijänsä ja siitä oli suuri hyöty tähän opinnäytetyöhön. Opinnäytetyön tekemiseen kului aikaa noin neljä kuukautta. Teoriapohjaa alettiin kerätä syyskuussa 2014. Teorian valmistuttua laadittiin haastattelukysymykset lokakuussa 2014, jonka jälkeen alkoi haastateltavien etsiminen. Lopuksi joulukuussa 2014 saatiin haastattelut sekä tutkimusosio tehtyä. Haastattelut kirjoitettiin sanasta sanaan muotoon, josta niitä oli helpompi analysoida. Tutkimuskysymyksiin saatiin hyvin kattavia vastauksia. Työ valmistui kokonaisuudessaan tammi-kuussa 2015.

Tässä opinnäytteessä oli toimeksiantajana Rettig Lämpö Oy, joka hyötyy tästä työstä, jos tämä työ käännettäisiin puolalaisille työntekijöille, jotka hoitavat nykyisin Japanin kaupan. Uskon lujasti, että tästä on paljon hyötyä niille yrityksille, jotka ovat aloittamassa tai haluavat harjoittaa Japanin kauppaa. Työ sisältää seitsemän yrityksen kertomat valinnat Japanin viennissä.

Japaniin viennistä voisi tehdä montakin jatkotutkimusta. Ensi vuonna tuleva rikkidi-
rektiivin vaikutuksia meriliikenteeseen Japaniin voisi tarkastella tai miten saisi
enemmän hyödynnettyä ja elvytettyä Trans-Siperia junarataa Japanin vientiin ja
tuontiin. Japaninkulttuurista ja Japanin bisneskulttuurista saisi monia kattavia jat-
kotutkimuksia.

Työntekijä on tyytyväinen opinnäytteen sisältöön ja omiin ratkaisuihinsa työssä.
Toivottavasti lukijat kokevat työn mielenkiintoiseksi, sekä moni yritys löytää tämän
työn, että hyötyisi ja hyödyntäisi sitä parhaalla mahdollisella tavalla.

LÄHTEET

- Ahlsell. 2010. Www-artikkeli. Energiansäästö ja radiaattorit. Saatavissa: <http://ahlsell.tiedottaa.fi/asiakaslehti/10-02-energiansaasto-radiaattorit.html>. Luettu 16.12.2014.
- Ammattinetti. 2014. Www-sivut. Saatavissa: http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/345_ammatti. Luettu 10.9.2014.
- Anttila, T. 2014. Rettig Insight, Prosessi ei toimisi ilman kalkkia. Kesänumero 2014. 8-9.
- Bergström, M. 2013. Rettig Insight. Synenergiaa yhteistyöstä. Joulunumero 2013, 9.
- Bore. 2014. Www-sivut. Saatavissa: www.bore.eu/. Luettu 4.9.2014.
- Clever Magazine. 2012. Rettigin tarina. Pdf-dokumentti. Saatavissa: http://clevermagazine.purmo.com/fi/clever_16.pdf. Luettu 8.10.2014.
- Clever Magazine. 2013. Maaliskuu 02. Kasvot tuotemerkin takana, pdf-dokumentti. 74-75 sivut. Saatavissa: http://clevermagazine.purmo.com/fi/clever_16.pdf. Luettu 8.10.2014.
- Dahl, N. 2014. Aluemyyntipäällikön haastattelu 5.11.2014. Nordic Lights. Pietarsaari.
- Eklund, U. 2014. Sales assistant haastattelu 5.11.2014. Nordic Lights. Pietarsaari.
- Finpro. 2013. Vientiprosessiopas. Pdf-dokumentti. Saatavissa: http://www.exportfinland.fi/c/document_library/get_file?uuid=4c3afb57-e3eb-4b0e-9c97-f0e14099c7f5&groupId=10304. Luettu 23.10.2014.
- Fintra. 2003. Vientiopas. Helsinki: Multiprint Oy.
- Fintra. 2004. Ulkomaankaupan erikoistermit. 7.painos. Helsinki: Multiprint Oy.
- Guinand, A. 2013. The New Sea Ways. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://ocean71.com/economy/new-sea-ways/>. Luettu 6.11.2014.
- Haapanen, M., Lindeman, T. & Vepsäläinen, A. 2005. Logistiikka osana strategista johtamista. Porvoo: WSOY.
- Hirsjärvi, J., Remes, P & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. painos. Helsinki: Tammi.
- Huolintaliitto. 2014. Www-sivut. Saatavissa: <http://www.huolintaliitto.fi/huolintaliikkeidenliitto/fi/huolinta-ala/tehtavat.php>. Luettu 10.9.2014.

- Hägerström, J. 2014. Pohjoisen myyntialueen johtajan haastattelu 10.11.2014. Fiskars Oyj. Helsinki.
- Högvist, M. 2013. Rettig Insight. Purmon Brändi täyttää 60 vuotta. Joulunumero 2013. 14-15.
- Höglund, R. 2014. Myyntipäällikön haastattelu 13.11.2014. Herrmans Oy. Pietarsaari.
- ICC. 2014. Www-sivut. Saatavissa: <http://www.icc.fi/toimitusten-hallinta-icc-incoterms-2010>. Luettu 10.9.2014.
- Immonen, H. 2001. Vientiedustaja - valinta, sopimukset ja yhteistyö. 7. painos. Tampere: Tammerpaino.
- Jms-logistics. 2014. Incoterms 2010 kuva. Saatavissa: <http://jms-logistics.com/sites/default/files/images/incoterms-2010-web.png>. Luettu 30.9.2014.
- Karlsson, A. 2014. Sähköposti haastattelu. Rettig vienti Japaniin.
- Karrus, K. 2001. Logistiikka. Juva: WSOY.
- Kobe Port Terminal Corporation. 2014. Www-sivut. Saatavissa: http://www.kptc.co.jp/e_port_outline.html. Luettu 13.10.2014.
- Koivikko, K. 2014. Toimitusjohtajan haastattelu 1.12.2014. Lasso Drinks. Seinäjoki.
- Kuljetusopas. 2014a. Www-sivut. Saatavissa: <http://www.kuljetusopas.com/kuljetus/huolinta/>. Luettu 10.9.2014.
- Kuljetusopas. 2014b. Www-sivut. Saatavissa: <http://www.kuljetusopas.com/kuljetus/ulkomaankauppa/asiakirjat/>. Luettu 1.10.2014.
- Lehkonen, J. 2014. Japani on nousevan auringon maa. Www-artikkeli. Saatavissa: <http://www.rantapallo.fi/japani/>. Luettu 16.1.2015.
- Liikennevirasto. 2013. Tiet. Www-sivut. Saatavissa: http://portal.liikennevirasto.fi/sivu/www/f/liikenneverkko/tiet#.VCvth2d_t8E. Luettu 7.11.2013.
- Liikennevirasto. 2014. Tavaraliikenne. Www-sivut. Saatavissa: http://portal.liikennevirasto.fi/sivu/www/f/liikenneverkko/liikennejarjestelma/tavaraliikenne#.VCv7jmd_t8E. Luettu 1.10.2014.
- Logistiikan maailma. 2014a. The contents of a contract of sale. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Terms_of_Delivery. Luettu 6.11.2014.

Logistiikan maailma. 2014b. Yleiskuvaus Suomen liikenneverkosta (Liikennevirasto, 2013). Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Liikenneverkko>. Luettu 6.11.2014.

Logistiikan maailma. 2015. TEU. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/TEU>. Luettu 17.1.2015.

LVI produkter. 2014. Www-sivut. Saatavissa: <http://www.lviprodukter.fi/yritysprofili.htm>. Luettu 4.9.2014.

Mäkisalo, P. 2014. Huoltoassistentin haastattelu 2.12.2014. Beamex Oy. Seinäjoki.

Pehkonen, E. 2000. Vienti- ja tuontitoiminta. Porvoo: WSOY.

Purmo. 2014a. Www-sivut. Saatavissa : <http://www.purmo.com/fi/yritys/historia.htm>. Luettu 4.9.2014.

Purmo. 2014b. Radiaattorien käyttöopas matala lämpöjärjestelmissä esite. Saatavissa: <http://www.purmo.com/fi/clever/opas-mikko-livosen-haastattelu.htm>. Luettu 1.10.2014.

Purmo. 2013c. Tuote-esite 2013. Tuotantoprosessi. 5.

Purmo. 2014d. Www-sivut. Saatavissa: <http://www.purmo.com/fi/yritys/markkina-asema.htm>. Luettu 8.10.2014.

Purmo. 2014e. Www-sivut. Saatavissa: <http://www.purmo.com/fi/laatu/logistiikka.htm>. Luettu 13.10.2014.

Rettig Group Annual Report. 2013. Value for generations. Pdf-dokumentti. Saatavissa: <http://rettig.studio.crasman.fi/file/dl/i/7NBPPQ/AB6GzBUhmL816IF-505UbQ/AnnualReport2013.pdf>. Luettu 4.9.2014.

Rettig Group Oy. 2014a. Www-sivut. Saatavissa: <http://www.rettig.fi/fi/liiketoiminnat/>. Luettu 8.10.2014.

Rettig Group Oy. 2014b. Www-sivut. Saatavissa: <http://www.rettig.fi/fi/rettig-group/historiamme/>. Luettu 8.10.2014.

Rettig Group Oy. 2014c. Www-sivut. Saatavissa: <http://www.rettig.fi/fi/media/uutiset/2014/rettig-icc-on-paattanyt-lopettaa-radiaattoreiden-tuotannon-pietarsaarella/>. Luettu 4.9.2014.

Rettig ICC. 2014a. Rettig ICC has decided to discontinue production of heat emitters in Jakobstad in Finland. Pdf-dokumentti. Saatavissa: http://www.rettigicc.com/pdfs/June_2014_-_Jakobstad.pdf. Luettu 4.9.2014.

Rettig ICC. 2014b. Www-sivut. Saatavissa : <http://www.rettigicc.com/index.php>. Luettu 4.9.2014.

Rettig ICC. 2014c. Rettig ICC liikevaihto kuva. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.rettigicc.com/145.php>. Luettu 8.10.2014.

Rettig Insight. 2014. Kesänumero. Rettig Groupin pitkäjänteinen strategia keskittyy kestävään ja kannattavaan kasvuun. 4-5.

Sakki, J. 1999. Logistinen prosessi- tilaus- toimitusketjun hallinta. Jouni Sakki Oy.

Sandström, M. 2014. Coastline. Life and Business on the Finnish west coast 2014-2015. Clever heating. 58.

Soile- Maalämpökauppa. 2014. Purmo Compact C21 k600 p800 Kuva. Saatavissa: <http://maalampokauppa.mycashflow.fi/product/13/purmo-compact-c21-k600-p800>. Luettu 30.9.2014.

Statista. 2014. Www-sivut. Japanin väestö. Saatavissa: <http://www.statista.com/statistics/263746/total-population-in-japan/>. Luettu 26.11.2014.

Suomen suurlähetystö. 2009. Japanin ja Venäjän välinen kauppa kasvussa; suomalaisille toimijoille tarjoutuu uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Pdf-dokumentti. Saatavissa: <https://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCQQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.kauppapolitiikka.fi%2Fpublic%2Fdownload.aspx%3FID%3D39689%26GUID%3D%257Bc73e4f42-4fcb-4263-ade8-5720fef6d1e2%257D&ei=SegjVKHbGcLhywORjoDYCA&usq=AFQjCNEWU7hPS SDBohhloFUiSjx0cvTfkA&bvm=bv.76247554,d.bGQ&cad=rja>. Luettu 1.10.2014.

Surkea luku Suomen viennistä: -6% - nyt niiaa myös EU-vienti. 2014. Talouselämä 8.10.2014. Www-artikkeli. Saatavissa: <http://www.talouselama.fi/uutiset/surkea+luku+suomen+viennista+6++nyt+niiaa+m+yos+euventi/a2269938>. Luettu 9.10.2014.

TNT. 2014a. Pdf-dokumentti. Saatavissa: http://www.tnt.com/content/dam/tnt_express_media/fi_fi/download_documents/support/rahtikirjantayttoohje_2012.pdf. Luettu: 25.9.2014.

TNT. 2014b. Www-sivut. Saatavissa: http://www.tnt.com/express/fi_fi/site/home/tnt_lyhyesti/historia.html. Luettu 25.9.2014.

TNT. 2014c. Pdf-dokumentti. Saatavissa: http://www.tnt.com/content/dam/tnt_express_media/fi_fi/download_documents/support/TNT_ulkomaan_kuljetusohjeet_010713.pdf. Luettu 25.9.2014.

TNT. 2014d. Www-sivut. Saatavissa: http://www.tnt.com/express/fi_fi/site/home/tnt_lyhyesti.html. Luettu 25.9.2014.

Transsiberian info. 2015. Www-sivut. Saatavissa: <http://transsiberian.info/> Luettu: 16.1.2015.

- Tulli. 2014a. Www-sivut. Saatavissa:
http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/ulkomaankauppatilastot/uljas/index.jsp. Luettu 8.10.2014.
- Tulli. 2014b. Pdf-tiedosto. Saatavissa:
http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/tilastot/kktilasto/072014/liitteen/2014_K07.pdf. Luettu 9.10.2014.
- Tulli. 2014c. Ulkomaankaupan kuljetukset tammi-syyskuu 2014. Saatavissa:
http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/ulkomaankauppatilastot/tilastoja/kuljetukset/index.jsp. Luettu 3.12.2014.
- Tulli. 2014d. Www-artikkeli. Vienti EU:n ulkopuolelle. Saatavissa:
http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/vienti/vienti_eun_ulkopuolelle/index.jsp. Luettu 16.12.2014.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 1.-2. painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Työturvallisuuskeskus. 2013. Autoliikenne. Www-sivut. Saatavissa:
<http://www.tyoturva.fi/toimialat/autoliikenne>. Luettu 7.11.2013.
- Uljas - Tullin tavaroiden ulkomaankauppatilastot. 2014. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://uljas.tulli.fi/>. Luettu 30.9.2014.
- Venture Japan. 2015. Japanese business etiquette. Www-artikkeli. Saatavissa:
<http://www.venturejapan.com/japanese-business-etiquette.htm>. Luettu 6.1.2015.
- Voutilainen, R. 2014. Operatiivisen johtajan haastattelu 10.11.2014. Finlayson Oy. Helsinki.
- VR Cargo. 2005. Public Consultation Questions To The Stakeholders. Pdf-dokumentti. Saatavissa:
http://ec.europa.eu/ten/transport/external_dimension/hlg/2005_03_31_tent_consultation/doc/stakeholders_contributions/spain/vr_cargo_gacimartin.pdf. Luettu 17.1.2015.
- Wallenius Wilhelmsen Logistics. 2014. Www- artikkeli. Saatavissa:
<http://www.2wglobal.com/support/frequently-asked-questions/when-would-i-use-a-sea-waybill-instead-of-a-bill-of-lading/#.VH71htKsV8E>. Luettu 3.12.2014.
- Wicklén, E. 2014. Export sales assistant haastattelu 13.11.2014. Herrmans Oy. Pietarsaari.
- Wilen, J. 2010. Japanin maaraportti. Pdf-dokumentti. Saatavissa:
http://www.finpro.fi/documents/10304/15931/FinproJapanCountryreport_101024.pdf. Luettu 1.10.2014.

TAUSTAKYSYMYKSET

- 1 Yrityksen ja haastateltavan nimi?
- 2 Haastateltavan toimenkuva yrityksessä?
- 3 Yrityksen toimenkuva?
- 4 Saako Teidän ja/tai yrityksenne nimeä käyttää opinnäytetyössä?

VIENTIÄ KOSKEVAT KYSYMYKSET

- 5 Mikä on yrityksenne vientituote/ tuotteet Japaniin?
- 6 Onko teillä valmista vientisuunnitelmaa Japaniin, jota noudatetaan joka tilanteessa?
- 7 Miten olette saaneet luotua yhteydet Japaniin? Käyttittekö agenttia?
- 8 Onko yrityksellänne Business – to Business myyntiä vai myymälöitä Japanissa? (Maahantuoja / Tuontiagentti?)
- 9 Mitä vienti muotoa käytätte viennissänne Japaniin? (Suora, välitön, Lisenssi)
- 10 Mitä asiakirjoja yrityksenne käyttää viennissä Japaniin?
- 11 Kuinka vientiprosessinne lähtee käyntiin?

KULJETUKSET

- 12 Mitä kuljetusmuotoa yritys käyttää Japaniin? (Maa-, meri-, lento- tai rautateitse)?
- 13 Miten valitsette kuljetukseen sopivan vaihtoehdon?
- 14 Mitkä ovat niiden hyödyt ja haitat?
- 15 Erityisvaatimukset kuljetukselle?
- 16 Mitä toimituslausekkeita käytätte?
- 17 Mitkä tahot ovat mukana viennissä? (Rahtiliikkeen? Huolinta?)
- 18 Mitkä ovat rahti ja huolintapalvelujen hyödyt ja haitat?
- 19 Kuinka usein Japaniin lähetetään tavaraa?
- 20 Kuinka kauan prosessi tilauksesta tavarantoimitukseen perille asti kestää?
- 21 Millaisia kuljetusongelmia teille on sattunut?
- 22 Miten pyritään ehkäisemään ongelmatilanteet?

JAPANI

- 23 Millaisia kulttuurillisia tai muita ongelmia teille on sattunut Japanin kaupassa?
- 24 Mitä seikkoja täytyy ottaa huomioon erityisesti Japanin tuotteissa/ kaupassa?
- 25 Mitä tekijöitä ei osattu arvioida tai suunnitella?
- 26 Millaisena näette Japanin kaupan tulevaisuudessa?

MUUTA


- 27 Mitä muuta aiheeseen liittyvää Teille tuli mieleen?

KIITOS AJASTANNE!

Ryhmä	Toimituslauseke	Myyjän vastuu	Ostajan vastuu
E	EXW – Ex Works Noudettuna lähettäjältä	Myyjän vastuu loppuu, kun ostaja ottaa tavaran haltuunsa sovituksessa paikassa ja vastaa sen kuljetuksesta perille saakka.	Tavarariski siirtyy omistajalle, kun tavara on asetettu ostajan käytettäväksi sovittuna aikana sovituksessa paikassa.
F	FCA- Free Carrier Vapaasti rahdinkuljettajalla	Myyjä huolehtii nimettyyn toimituspaikkaan asti ostajan osoittamalle rahdinkuljettajalle.	Tavarariski siirtyy omistajalle, kun tavara on luovutettu ensimmäiselle rahdinkuljettajalle tai terminaaliin sovittuna aikana sovituksessa paikassa. Ostaja vakuuttaa tavaran.
F	FAS - Free Alongside Ship Vapaasti aluksen sivulla nimetyssä satamassa	Myyjän velvollisuus päättyy, kun tavara on toimitettu laivan sivulle. Myyjä huolehtii vienti selvityksen.	Ostaja vakuuttaa tavaran. Ostajan tulee suorittaa tavaran tuontiselvitys sekä kuljetukset perille.
F	FOB - Free On Board Vapaasti aluksessa nimetyssä satamassa,	Myyjän vastuu loppuu, kun tavara on laivassa.	Ostaja vakuuttaa tavaran.
C	CFR - Cost and Freight Kulut ja rahti maksettuna,	Myyjä maksaa kulut ja rahdin määränpäähän asti.	Vastuu tavaran häviämisestä tai vahingosta siirtyy ostajalle, kun tavara on laivassa.
C	CIF - Cost, Insurance and Freight Kulut, vakuutus ja rahti maksettuna,	Myyjä vakuuttaa tavaran määrä satamaan asti.	Tavarariski siirtyy ostajalle, kun tavara on toimitettu laivaan. Ostaja vakuuttaa tavaran.
C	CPT - Carriage Paid to Kuljetus maksettuna nimettyyn määränpaikkaan	Myyjä toimittaa tavaran rahdinkuljettajalle. Tekee kuljetussopimuksen ja maksaa rahdin. Toimittaa ostajalle kauppalaskun ja rahtikirjan.	Tavarariski siirtyy ostajalle, kun tavara on luovutettu ensimmäiselle rahdin kuljettajalle tai terminaaliin. Hoitaa tuontiselvitykset.
C	CIP -Carriage and Insurance Paid Kuljetus ja vakuutus maksettuna määränpäähän	Myyjä toimittaa tavaran rahdinkuljettajalle. Tekee kuljetussopimuksen ja maksaa rahdin määränpaikkaan. Hän tekee sopimuksen vakuuttajan kanssa ja maksaa vakuutusmaksun kuljetuksien ajaksi. Huolehtii vienti sel-	Huolehtii tavaran tuontiselvityksestä ja kuljetamisesta perille.

		vityksestä. Toimittaa kauppalaskun, rahtikirjan ja tavaravakuutuskirjan.	
D	DAP -Delivered At Place Toimitettuna määräpaikalle	Myyjä vakuuttaa tavaran määränpaikkaan asti. Myyjä maksaa kustannukset ja hoitaa vientimuodollisuudet.	Ostaja vakuuttaa mahdolliset jatkokuljetukset. Hoitaa tuontomuodollisuudet.
D	DAT - Delivered At Terminal Toimitettuna terminaalissa	Myyjä toimittaa tavaran purettuna ajoneuvosta nimetyssä terminaalissa. Myyjä vakuuttaa tavaran terminaaliin asti ja hoitaa vienti muodollisuudet.	Ostaja hakee tavaran sovitusta terminaalista ja vastaa sen jälkeen kustannuksista ja vahingosta. Hoitaa tuontimuodollisuudet.
D	DDP - Delivered Duty Paid Toimitettuna tullattuna nimetyssä määränpaikassa	Tekee kuljetussopimuksen perille asti. Toimittaa tullattuna sovittuun paikkaan ja toimittaa ostajalle tavaransaantiin oikeuttavat asiakirjat. Myyjä vastaa käytännössä kaikesta.	Ottaa tavaran vastaan saapuvassa ajoneuvossa sovitulla toimituspaikalla.

INTERNATIONAL WAYBILL INTERNATIONALER FRACHTBRIEF

Consignor Absender		Date Datum	Number Nummer
		Our reference Unsere Referenz	
		Consignor's reference Referenz des Absenders	
Consignee Empfänger		Consignor's forwarding agent Spediteur des Absenders	
Delivery address Lieferanschrift		Carrier Frachtführer	
Vehicle number Kennzeichen	Place and date of departure Abgangsort und Datum	Terms of delivery Lieferbedingungen	
	Place of loading Ladeort	Successive carriers Nachfolgende Frachtführer	
Place of discharge Entladeort	Final destination Bestimmungsort		
Marks and numbers, Number and kind of packages, Description of goods Zeichen und Nummern, Kollanzahl, Art der Kollli und Ware		CCCN	Gross weight, kg Bruttogewicht, kg
			Volume Volumen
			
IMCO class	U.N. No.	IMDG Code Page	
Carrier's instructions and remarks Vorbehalte und Bemerkungen des Transportführers			
Consignor's other instructions Andere Instruktionen des Absenders		Handling Überlagernahme	
		Export clearance Ausfuhrabfertigung	
		Traffic fee Verkehrsgebühr	
		Documents and forwarding insurance Porto, Papier und SVS/RVS	
		Movement certificate WVB	
Eur-Pallets delivered, pcs Eur-Paletten geliefert, St.		Eur-Pallets received, pcs Eur-Paletten empfangen, St.	
Documents attached Beigefügte Dokumente	Invoice	Ins.pol./cert.	Cust. inv.
	Orig. Copy	Orig. Copy	Pack. list
			Cert. of orig.
			TOTAL
Value of the goods Warenwert		Movement certificate (EUR 1) number EUR 1 Nummer	
This carriage is subject, notwithstanding any clause to the contrary, to the Convention on the Contract for the International Carriage of goods by road (CMR). All orders are carried out according to General Conditions for Transport, Forwarding and Warehousing of the Nordic Association of Freight Forwarders effective as of April 1, 1985.		Die Beförderung unterliegt trotz einer gegenteiligen Abmachung den Bestimmungen des Übereinkommens über den Beförderungsvertrag in Internat. Strassengüterverkehr (CMR). Alle Aufträge werden gem. Allgemeinen Bedingungen des Nordischen Spediteurverbandes für Transport, Spedition und Lagerung, gültig ab 1. April 1985, durchgeführt.	
Date Datum	Date Datum	Issued at Abgefasst in	
Receiver's signature Unterschrift des Empfängers	Driver's/terminal's signature Unterschrift des Fahrers/des Terminals	Sender's signature Unterschrift des Absenders	
Goods received in good condition Die Güter in gutem Zustand empfangen			

005 HEL 7854 4351		005-7854 4351												
Shipper's Name and Address SCHENKER OY AIR & OCEAN METSALANTIE 2-4 FI-00620 HELSINKI FINLAND		Shipper's Account Number OCEAN												
Consignee's Name and Address SCHENKER OF CANADA LTD. MONTREAL (AIRPORT) 2100, AVENUE REVERCHON CA-DORVAL, QC H9P 2S7		Consignee's Account Number LTD.												
Issuing Carrier's Agent Name and City SCHENKER OY AIR & OCEAN METSALANTIE 2-4 FI-00620 HELSINKI Agent's IATA Code 19-4-7092015-1		Account No 0												
Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requested Routing HELSINKI-VANTAA		Accounting Information SPX - Secured FI117												
to	By First Carrier	Routing and Destination	to	by	to	by	Currency	CHGS Code	WT/VAL PPD COLL	Other PPD COLL	Declared Value of Carriage	Declared Value of Customs		
FRA	CO		YUL	CO			EUR	PP	PP		NVD	NCV		
Airport of Destination MONTREAL		Flight/Date DORVAL	For Carrier Use only ICO9005/23		Flight/Date CO4362/27	Amount of Insurance XXX		INSURANCE - If Carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with conditions on reverse hereof, indicate amount to be insured in figures in box marked 'Amount of Insurance'.						
Handling Information DOCS ATT TO AWB														
" X "														
No of Pieces RCP	Gross Weight	kg lb	Rate Class	Commodity Item No	Chargeable Weight	Rate	Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimension or Volume)					
11	3931.0K	Q			3931.0		3.36	13208.16	CONSOLIDATED CARGO AS PER ATTACHED MANIFEST ***** VOL.WGHT.: 1703.5 KG SLAC: 11 10.221 cbm					
11	3931.0K							13208.16						
Prepaid		Weight Charge		Collect		Other Charges		Cubic Meters : 10.221						
13208.16						MYC		1572.40 C		MOC 589.65 C				
Valuation Charge														
Tax														
Total Other Charges Due Agent														
Total Other Charges Due Carrier														
2162.05		Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations.												
For the shipper / as agent Reference: 8125025254 Atte Tuomisto STT-NO.: 2467000115627 Signature of Shipper or his Agent														
Total Prepaid		Total Collect		For the above carrier										
15370.21														
Currency Conversion Rates		CC Charges in Dest. Currency		22.01.2010 HELSINKI										
				Executed on (Date) at (Place) Signature of Issuing Carrier or its Agent										
For Carrier's Use only at Destination		Charges at Destination		Total Collect Charges										

Shipper	
Consignee (not to order)	
Notify address	
Pre-carriage by	Place of receipt
Vessel	Port of loading
Port of discharge	Place of delivery

LINER WAYBILL

LWB No.

NON-NEGOTIABLE
for Port to Port Shipment
or Combined Transport

Reference No.

LWB



FINNLINES PLC
P. O. Box 133
FI-00181 HELSINKI, FINLAND
Business ID 0201153-9
Domicile Helsinki

Telephone +358 (0)10 343 50
Telefax +358 (0)10 343 5200

Marks and Nos.	Number and kind of packages; description of goods	Gross weight	Measurement

Particulars furnished by the Merchant

Freight details, charges etc.	<p>RECEIVED the goods as specified above according to Shipper's declaration in apparent good order and condition - unless otherwise stated herein - weight, measure, marks, numbers, quality, contents and value unknown for carriage from the place of receipt or port of loading to the port of discharge or place of delivery, whichever is respectively applicable.</p> <p>The goods covered by this Liner Waybill will be delivered to the Party named as Consignee or Authorized Agent, on production of proof of identity without any documentary formalities. Carrier to exercise due care ensuring that delivery is made to the proper party. However, in case of misdirected delivery, no responsibility will be accepted unless due to fault or neglect on the part of the Carrier.</p> <p>The Liner Waybill which is not a document of title to the goods is deemed to be a contract of carriage which is subject to the same conditions, exceptions, limitations and liabilities set out in the Carrier's Standard Conditions of Carriage applicable to the voyage covered by this Liner Waybill and operative on its date of issue. Except for live animals, and goods which are stated herein to be carried on deck and are so carried, these Standard Conditions of Carriage incorporate, insofar as no provision contained in any international convention or mandatory national law applies to the carriage by sea, in respect of the sea portion of the voyage, the Hague Rules contained in the Brussels Convention dated 25th August 1924 and any compulsory applicable national enactment of either the Hague Rules as such or as amended by the Hague-Visby Rules contained in the Brussels Protocol dated 23rd February 1968 and the protocol in relation to SOPA signed at Brussels on 21st December 1979, which would have been applicable if the Carrier had issued a Bill of Lading instead of this non-negotiable Liner Waybill.</p> <p>A copy of the Carrier's Standard Conditions of Carriage applicable herein may be inspected or will be supplied on request at the office of the Carrier or of the Carrier's principal agents. The Shipper accepts these Standard Conditions on his own behalf and on behalf of the Consignee and/or the Owner of the goods and warrants that he has authority to do so.</p> <p>The Shipper agrees to indemnify the Carrier for any liability incurred by the Carrier to any party in connection with the goods in excess of the Carrier's liability under the Standard Conditions.</p> <p>Without prejudice to the above, the Carrier may proceed, and settle claims from any party entitled to bring such claims and any such settlement or payment shall be a complete discharge of the Carrier's liability to the Shipper.</p>
-------------------------------	---

Form 111 (2005/04/01) (0/000000)

Note:
The Merchant's attention is called to the fact that according to Clauses 10 to 13 and Clauses 24 to 27 of this Document, the liability of the Carrier is, in most cases, limited in respect of loss of or damage to the goods and delay.


Freight payable at	Place and date of issue
Signed for	
by	
	As agent(s) only to the Carrier

as Carrier

		BILL OF LADING FOR OCEAN TRANSPORT OR MULTIMODAL TRANSPORT		SCAC MAEU BL No. 855230418		
Shipper A.I.P.E.P. ASOCIACION INTEGRAL DE PRODUCTORES ECOLOGICOS DE PUMIRI AV. JUAN PABLO II NO 2926 EL ALTO TEL / FAX 2-846310		Booking No. 855230418		Report references Svc Contract 182020		
Consignee (negotiable only if consigned "to order", "to order of" a named Person or "to order of bearer") COOPERATIVE COFFEES, INC. 302 W. LAMAR ST. SUITE E AMERICUS, GA 31709 USA TEL. +1-229-924-3035 FAX +1-229-924-6250 ATTN: BILL HARRIS		Notify Party (see clause 22) COOPERATIVE COFFEES 302 W LAMAR STREET SUITE E AMERICUS, GA 31709 USA TEL (229) 924-3035 ATTN: BILL HARRIS		Onward inland routing (Not part of Carriage as defined in clause 1. For account and risk of Merchant)		
Voyage (see clause 1 - 15) MAERSK RIO GRANDE	Voyage No. 0764	Place of Receipt. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L (see clause 1)				
Port of Loading Arica	Port of Discharge Newark	Place of Delivery. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L (see clause 1)				
PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER						
Kind of Packages; Description of goods; Marks and Numbers; Container No./Seal No. 1 Container Said to Contain 275 BAGS OF 70 KG. NET BOLIVIA WASHED ARABICA COFFEE PRIMERA ORGANIC, CROP 2007 ICO 113-2 INVOICE COMERCIAL No. 0055 POSICION ARANCELARIA: 09011190 000 FDA 11923540592 NA MSKU3962723 ML-SA2906590 20 DRY 8'6 275 BAGS 19470.00 KGS SHIPPER'S LOAD, STOW, WEIGHT AND COUNT		Weight 19470.00 KGS	Measurement			
particulars as declared by Shipper, but without responsibility of or representation by Carrier (see clause 14)						
Freight & Charges		Rate	Unit	Currency	Prepaid	Collect
Basic Ocean Freight		1500.00	Per Container	USD		1500.00
Bunker Adjustment Factor		0.00	Per Container	USD		0.00
Chassis Usage		0.00	Per Container	USD		0.00
Documentation Fee - Destination		0.00	Per Bill of Lading	USD		0.00
Handling Charge - Destination		0.00	Per Container	USD		0.00
Emergency Bunker Surcharge		0.00	Per Container	USD		0.00
Documentation Fee - Origin		0.00	Per Bill of Lading	USD		0.00
Carrier's Receipt (see clause 1 and 24). Total number of containers or packages received by Carrier. 1 container(s)		Place of Issue of B/L La Paz		SHIPPED, as far as ascertained by reasonable means of checking, in apparent good order and condition unless otherwise stated herein, the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box entitled "Carrier's Receipt" for carriage from the Port of Loading (or the Place of Receipt, if mentioned above) to the Port of Discharge (or the Place of Delivery, if mentioned above), such carriage being subject to the terms, rights, defenses, provisions, conditions, exceptions, limitations, and liabilities hereof (INCLUDING ALL THESE TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE HEREOF NUMBERED 1-28 AND THESE TERMS AND CONDITIONS CONTAINED IN THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF) and the Merchant's attention is drawn in particular to the Carrier's liability in respect of an item shipped (see clause 15) and the carrying vessel (see clause 16). Where the bill of lading is non-negotiable the Carrier has given delivery of the Goods to the named consignee upon reasonable proof of identity and without requiring surrender of an original bill of lading, where the bill of lading is negotiable, the Merchant is obliged to surrender the original, duly endorsed, in exchange for the Goods. The Carrier accepts a duty of reasonable care to check that any such documents which the Merchant surrenders as a bill of lading is genuine and original. If the Carrier complies with the duty, it will be entitled to deliver the Goods against what it reasonably believes to be a genuine and original bill of lading, such delivery discharging the Carrier's delivery obligations. In accepting the bill of lading, any local customs or privileges in the contract notwithstanding, the Merchant agrees to be bound by all Terms and Conditions stated herein whether written, printed, stamped or incorporated on the face or reverse side hereof, as fully as if they were all signed by the Merchant.		
Number & Sequence of Original B/L(s) 2/THREE		Date of Issue of B/L 2007-10-04		IN WITNESS WHEREOF the number of original Bills of Lading stated on the face hereof have been signed and whenever one original Bill of Lading has been surrendered any others shall be void.		
Declared Value (see clause 7.3)		Shipped on Board Date 2007-09-25		Signed for the Carrier A.P. Moller - Maersk A/S trading as Maersk Line At Agent(s) for the Carrier DEL MAR SHIPPING SRL		
This transport document has one or more numbered attachments					0004007	

To be completed by the consignor / À remplir par l'expéditeur Mark the box applicable with a cross / Décocher par une croix ce qui convient (Boxes - Cases 30, 32, 33, 34, 52, 54)

CIM Consignment Note Lettre de voiture CIM		CUV Consignment Note Lettre wagon CUV	
<p>Notwithstanding any clause to the contrary, carriage of goods shall be subject to the CIM Uniform Rules, except as otherwise agreed. The carriage of goods subject to the CIM Uniform Rules shall be subject to the CIM Uniform Rules. In addition, the relevant contractual conditions of the railway undertaking shall apply.</p> <p>Notwithstanding any clause to the contrary, le transport des marchandises est soumis aux Règles Uniformes CIM sauf convention contraire. L'expédition des marchandises est soumise aux Règles Uniformes CIM. En outre, les conditions contractuelles applicables des supports de transport ferroviaires s'appliquent.</p>		<p>40</p> <p>41</p> <p>42</p> <p>43</p>	
<p>1 Consignor (name, address) - Expéditeur (nom, adresse)</p> <p>VAT no. / N° TVA</p>		<p>7 Consignor's declaration / Déclaration de l'expéditeur</p> <p>8 Consignor's reference - Référence expéditeur</p>	
<p>2 Consignee (name, address, country) / Destinataire (nom, adresse, pays)</p> <p>VAT no. / N° TVA</p>		<p>9 Documents attached - Annexes</p>	
<p>3 Delivery point / Lieu de livraison</p> <p>Station - Gare</p>		<p>10 Acceptance / Prise en charge</p> <p>month - jour - heure / mois - jour - heure</p> <p>11 Wagon no. - Wagon N°</p> <p>12 Seals - Sceaux</p> <p>13 by - par</p>	
<p>4 Commercial specification - Conditions commerciales</p> <p>Country - Pays</p>		<p>14 Payment instructions / Paiement des frais</p> <p>including - y compris / incluant - y compris</p> <p>15 Carriage charges paid / Franco de port</p> <p>16 Incoterms</p>	
<p>5 Information for the consignee - Informations pour le destinataire</p>		<p>17 RID yes / oui</p> <p>18 NIM code</p> <p>19 Mass (weight) / Masse</p> <p>20 Declaration of value / Déclaration de valeur</p> <p>21 Interest in delivery / Intérêt à la livraison</p> <p>22 Cash on delivery / Remboursement</p> <p>23 Examination / Vérification</p>	
<p>6 Description of the goods / Description de la marchandise</p> <p>7 Exceptional assignment / Traitement exceptionnel</p> <p>8 RID yes / oui</p> <p>9 NIM code</p> <p>10 Mass (weight) / Masse</p> <p>11 Declaration of value / Déclaration de valeur</p> <p>12 Interest in delivery / Intérêt à la livraison</p> <p>13 Cash on delivery / Remboursement</p> <p>14 Examination / Vérification</p>		<p>24 Payment notes - Coût / Frais</p> <p>25 Receipts - Récépissés</p> <p>26 Customs procedures - Opérations douanières</p> <p>27 Charges note / Bulletin d'affranchissement</p> <p>28 Notification of payment no. / Avis d'acquittement N°</p> <p>29 Formal reason no. / Procès-verbal N°</p> <p>30 Extension of transit time - Prolongation du délai de livraison</p>	
<p>31 Carrier's declaration - Déclaration du transporteur</p> <p>32 Other carriers - Autres transporteurs</p> <p>33 Date of arrival - Date d'arrivée</p> <p>34 Made available / Mise à disposition</p> <p>35 Acknowledgement of receipt / Quitance de destination</p>		<p>36 Consignment number / Identification de l'envoi</p> <p>37 Country - Pays</p> <p>38 Station - Gare</p> <p>39 Undertaking / Entreprise</p> <p>40 Consignee's no. / Exp. N°</p> <p>41 Place and date completed - Lieu et date d'établissement</p>	
<p>42 Simplified transit procedure for rail / Procédure simplifiée de transit ferroviaire</p> <p>Code for the principal / Code principal origine</p>		<p>43 Signature</p> <p>44 Arrival no. - Arrivage N°</p> <p>45 Original</p> <p>46 Date, signature</p>	

		www.varova.fi							
Laskun maksaja / Payer of invoice		LASKU		Viiteenne / Our reference					
		Asiakas n:o / Customer No.		Päiväys / Date					
				Eräpäivä / Due					
Lähtetäjä / Consignor		Reklamointiaika 8 viik. Time allowed for complaints 8 days		Vierästysohje Interest for overdue payment					
Vastaanottaja / Consignee		Pankit / Bankers :							
		1							
Yhtiö / Unit		Vienti-ilmoituspäivä / Export report date		Toimitusehto / Terms of delivery					
				CIF BATUMI					
Lähtöpaikka / Place of departure		FI	Kuormauspaikka / Place of loading	FI	Kurssi / Rate				
			RAUMA		1,000000				
Purkupaikka / Place of unloading		GE	Määräpaikka / Destination	Rajanyllyspaikka / Border crossing					
Batumi				RAUMA					
Viiteenne / Your reference		Edustajan viite / Agent reference							
Merkit ja numerot/kohdutus ja -rajat/kuoppamerkit Marks and numbers/numbers and kind of packages/description of goods									
MSCU 790225-6 / 40HC		390 PK	USED CARS	12000 kg					
				Rahdituspaino 12000 kg					
Veloitus		Määrä	Laji	Ahinta	Val	Yhteensä	N-to EUR	ALV %	YhLEUR
Lähtöselvitys		1	KPL	58,00	EUR	58,00	58,00	C) 0,00	58,00
Rahti Rauma/Helsinki -> Batumi		1	CNT	1900,00	USD	1 900,00	1 493,01	C) 0,00	1 493,01
** 1 EUR = 1,27260 USD.									
BAF (polttoainelisa)		1	CNT	676,00	EUR	676,00	676,00	C) 0,00	676,00
Turvatarkistuskassa		1	CNT	15,00	EUR	15,00	15,00	C) 0,00	15,00
AREX turvamaksu, operaattori		1,0	KPL	5,20	EUR	5,20	5,20	C) 0,00	5,20
Tavaramaksu		1	CNT	39,25	EUR	39,25	39,25	C) 0,00	39,25
Kontin nostot/siirrot		1	CNT	125,00	EUR	125,00	125,00	C) 0,00	125,00
Polttoainelisa kotimaa		325,00	EUR	24,10	%	78,33	78,33	C) 0,00	78,33
Eturahdi kotimaassa		1	CNT	325,00	EUR	325,00	325,00	C) 0,00	325,00
FBL/BL laadinta		1,0	KPL	65,00	EUR	65,00	65,00	C) 0,00	65,00
Odotusaika varastollanne olevan rahtikirjan mukaan		3,50	TUN	60,00	EUR	210,00	210,00	C) 0,00	210,00
Kuloinikin voimassa oleva polttoainelisa veloitetaan erikseen. Uudet polttoainelisaat 06.12.2012 alkaen. Tarkemmat tiedot www.varova.fi/ajankohista.						Nettosumma yhteensä		3 089,79	EUR
C) kolmannen maan tapahtuva kuljetuspalvelu						Arvonlisävero yhteensä		0,00	EUR
						Maksettava yhteensä		3 089,79	EUR
Yhteyshenkilömme / Contact person						Pankkilite / Bank reference number			

All forwarding work is performed in accordance with The General Conditions for Transport Forwarding as set forth in the Rules of The Nordic Association of Freight Forwarders which for instance limit the responsibility of our company in case of damage and grant us a lien on the goods in our charge as guarantee for forwarding work performed by us which will be covered by cargo insurance has been taken out by us.

Kaikki huokausmaksut suoritetaan Polttoainelisa-Saadoniltaan yhteisen maksutavan mukaan. Jotta mm. rajoittavat yllakotit voidaan veloitaa veloitustapaansa ja myyriavaikeissa ja myyriavaikeissa veloitetaan veloitustapaansa olemassa olevan tuotteen kaikkien toimittajien kotimaa, huokausmaksu perustuen saatavuudesta. Tavarakuulusta ei ole maksu korostaminen.

Kotipaikka / Reg.Domicile
PL 18 (Luutarhankatu 0)
00501 HELSINKI

Puhelin / Phone
+358 9 773 961

Telifax
+358 9 730 074

ALV rek. VAT reg.
FI01157333

Y-tunnus / Business ID
0115733-3

Kmro. Trade Reg.No.
107.989

