



Taitoluisteluterien kansainvälistymissuunnitelma

Amanda Fagerholm

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Liiketalouden koulutusohjelma

AMK-opinnäytetyö

2024

Tiivistelmä

Tekijä(t) Fagerholm Amanda
Tutkinto Tradenomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Taitoluisteluterien kansainvälistymissuunnitelma
Sivu- ja liitesivumäärä 45 + 6
<p>Tämä opinnäytetyön tarkoituksena on antaa ohjeistus ja alustava suunnitelma Skate Shopin tuottamille ja BJØRNIN tekemille taitoluisteluterille. Opinnäytetyö on muodoltaan toiminnallinen. Työn tavoitteena on antaa työkalut Skate Shopille, miten lähteä kansainvälisille markkinoille. Opinnäytetyössä on kaksi osaa, teoriaosa ja empiirinen osa.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään mitä eri keinoja on lähteä kansainvälisille markkinoille, mitä kansainvälistyminen vaatii yritykseltä ja mitä tulee ottaa huomioon. Teoria osuudessa käsitellään markkinoita, logistiikkaa ja rahoitusta. Näissä kolmessa osuudessa käydään läpi, mitä erilaisia vaihtoehtoja on, mitä toimenpiteistä tulee ottaa huomioon ja mikä on järkevää toteuttaa.</p> <p>Opinnäytetyön empiirisessä osassa käydään läpi kyseisten taitoluisteluterien SWOT-analyysi ja yleisesti taitoluisteluterien Pestel-analyysi. Nämä kaksi analyysia auttavat hahmottamaan terien nykyistä markkinatilannetta ja mihin markkinat muuttuvat. Empiirisessä osiossa hyödynnetään myös asiantuntijan haastattelua.</p> <p>Opinnäytetyön lopputuotoksena saadaan ohjeet Skate Shopille, mitä heidän tulee ottaa huomioon, kun lähtevät laajentumaan kansainvälisille markkinoille. Heille on suositeltu ensimmäistä kohdetta, joka olisi heille suotuista laajentumisen aloittamiseen. Suunnitelmassa ja ohjeistuksessa käydään läpi Skate Shopille sopivimmat logistiikan ja rahoituksen muodot optimaalisimman markkinan lisäksi.</p>
Asiasanat Kansainvälistyminen, Suunnitelma, Ohjekirja, Taitoluistelu, Taitoluisteluterät

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Lähtökohdat	1
1.2	Tavoitteet	2
1.3	Kansainvälinen kauppa	2
1.4	Taitoluisteluterät	3
2	Markkinat	4
2.1	Markkinatutkimus	4
2.2	Kilpailijat	6
2.3	Vientijakelukanavat	6
2.4	Yrityksen kansainväliset markkinointitavoitteet	7
3	Logistiikka	12
3.1	Kansainvälinen logistiikka	12
3.2	Logistiikkatoimintoihin kohdistuvat ulkoiset vaikutukset	12
3.3	Vientikauppasopimukset	13
3.4	Vientiin vaikuttava sääntely ja politiikka	14
4	Rahoitus ja hinnoittelu	15
4.1	Hinnoittelu	15
4.2	Valuuttakurssit ja kansainvälinen kauppa	17
4.3	Suoja valuuttakurssiriskejä vastaan	18
4.4	Maksutavat	20
4.5	Pääomatarpeet ja yksityiset rahoituslähteet	23
4.6	Vientiin vaikuttava sääntely ja politiikka	25
5	Taitoluisteluterien kansainvälistymissuunnitelma	26
5.1	Skate Shop	26
5.2	BJØRN	26
5.3	Yhteistyö ja lähtötilanne	27
6	SWOT	29
6.1	Strengths/Vahvuudet	29
6.2	Weaknesses/heikkoudet	30
6.3	Opportunities/mahdollisuudet	31
6.4	Threats/Uhat	32
7	PESTEL-analyysi	33
7.1	Poliittinen	33
7.2	Ekonominen/taloudellinen	34
7.3	Sosiaalinen	37

7.4	Teknologinen.....	38
7.5	Ekologinen	38
7.6	Laillinen.....	39
8	Pohdintaa.....	41
	Lähteet.....	43
	Liitteet.....	46
	Liite 1. Kansainvälistymisohje.....	46
	Liite 2. Haastattelu Virkkunen.....	51

1 Johdanto

Raportti käsittelee taitoluistinterin kansainvälistymissuunnitelmaa, ja onko yritykselle fiksua lähteä laajentumaan kansainvälisille markkinoille. Työ tehdään yhteistyössä Skate Shopin kanssa, ja työn tarkoituksena on auttaa Skate Shopia pääsemään kansainvälisille markkinoille. Kohdealueena toimii Euroopan unioni, joten työssä joudutaan tekemään yleistyksiä alueen laajuuden takia.

Opinnäytetyötä voi hyödyntää myöhemmin muissa taitoluistelun erikoistuotteiden laajentumisessa ja markkinoinnissa. Kyseiselle markkinalle on viime aikoina tullut uusia brändejä, myös Suomesta. Kyseistä opinnäytetyötä voidaan hyödyntää näiden uusien brändien laajentumisessa, tai jopa myös vanhojen brändien laajentumisessa, jotka tällä hetkellä toimivat vain Suomessa. Toimeksiantajalla on myös toinen taitoluistelubrändi, jota tällä hetkellä myydään vain Suomessa, opinnäytetyötä voidaan hyödyntää myös kyseisen brändin laajentamiseen.

1.1 Lähtökohdat

Toimeksiantajana toimii IO-Sport Oy/Skate Shop, joka on taitoluistelun erikoisliike. Yritys on perustettu vuonna 1984 Timo Ojasen toimesta, koska hän halusi tuoda vaihtoehtoja taitoluistelijoille kuin vain yhden merkin. Yhä vuonna 2023 nykyiset omistajat haluavat pitää samaa linjaa, ja tarjota vaihtoehtoja luisteliijoille. Vain luistimien myymisestä, toiminta on laajentunut teriin, oheistuotteisiin, varusteisiin ja lajivaatteisiin

Toimeksiantajalle idea projektiin terien tuottamisille lähti toimitusaikojen viivästyemisestä. Ukrainan sodan alettua, terien toimitusajat pitenevät 2 viikosta jopa 14 kuukauteen, ja toimitusaikojen viivästyminen on jatkunut yhä tähän päivään saakka. Yleisin toimitusaika on n. 1,5 kuukautta. Toimitusaika vaihtelee riippuen merkistä ja terästä, nopeimmin saa Jackson Ultima perusteriä, ja pisin toimitusaika on John Wilsonin kevyt terillä. Koska luistelijat alkoivat olemaan pulassa, ja myös liiketoiminta takkusi kyseisen ongelman takia, päätti toimeksiantaja tehdä jotain asialle. Suunnittelu suomalaisille taitoluisteluterille alkoi. Tuotanto on päässyt vaiheeseen, jossa perusteriä on jo myynnissä, ja erikoisterät ovat testauksessa. Näistä syistä toimeksiantajalle olisi luonnollinen aika astua eurooppalaisille markkinoille.

Taitoluistelu on viime vuosina nostanut harrastemääriään, joka mahdollistaa uutta toimijaa tulemaan markkinoille. Ongelmana niin uusilla kuin vanhoilla harrastajilla on ollut lajin hinta. Taitoluistelu on yksi kalleimmista harrastuksista kokonaiskustannuksiltaan. Joten tämä rajaa suuren osan harrastejoukosta pois. Terien tuottaja haluaa pitää omat hintansa maltillisena, joka taas mahdollistaa useammalle ihmiselle mahdollisuuden lajiin parissa, kun hinnat pysyvät maltillisena. Kun inflaatio on kiihtynyt viime vuosien aikana, on merkittävää, että yritykset ottavat huomioon mahdolliset

hintarajaukset eivätkä tavoittele maksimaalista voittoa. Vaikka on mainittu, että taitoluistelun suosio on kasvanut, on sen markkinakoko kuitenkin pieni ja kilpailijoita yritykselle on vähän.

Kyseisessä opinnäytetyössä ei tehdä suoraa markkinointisuunnitelmaa yritykselle, vaan annetaan ehdotuksia. Kyseisessä opinnäytetyössä ei ole resursseja tutkia erilaisia markkinoinnin mittareita, katsastella kohderyhmiä tarkemmin ja heidän budjettiaan tai tarkastella eri markkinointikanavia, ja niiden tuloksia. Opinnäytetyössä ei myöskään tarkastella, mille tuotteille olisi tarvetta, ja mitä tuotetta kannattaisi myydä milläkin hetkellä.

1.2 Tavoitteet

Tuotoksen tavoitteena on tehdä taitoluisteluterille kansainvälistymissuunnitelma ja myös auttaa Skate Shopia päättämään, onko heillä realistisesti resursseja lähteä mukaan kansainväliseen kauppaan. Opinnäytetyössä tarkastellaan, miten yritys pääsee eri valtioiden markkinoille. Pääsemistulokset voivat vaihdella riippuen, kuinka hajanaisesti taitoluistelun erikoisliikkeitä on kyseisessä valtiossa. Tavoitteena on saada opinnäytetyö, jota voidaan hyödyntää terien markkinoinnissa, kun päästään terien tuotannossa siihen vaiheeseen. Tavoitteena on myös saavuttaa työ, jota voidaan hyödyntää aidosti terien saamisessa kansainvälisille markkinoille.

1.3 Kansainvälinen kauppa

Kansainvälinen kauppa on tuotteiden ja palveluiden vaihtoa kansallisten rajojen yli. Se on kansainvälisen liiketoiminnan kaikista perinteisin muoto, ja sillä on ollut tärkeä rooli maailman historian muovaamisessa. Se on myös useimpien yritysten ensimmäinen muoto ulkomaisesta liiketoiminnasta, koska maahantuonti tai -vientä vaatii pienimmän sitoutumisen riskin yrityksen resursseihin. (Seyoum 2022, s. 8.)

Moni yritys olettaa, että ulkomaiset markkinat ovat vain kotimaan markkinoiden laajentuminen, ja uskovat, että tuotteita voi viedä ulkomaille minimalistisilla muokkauksilla. Tämä voi toimia, mikäli kuluttajat ovat maantieteellisesti homogeenisiä ja heillä on samanlainen kulttuuri tai ostotottumukset. Useimmissa tapauksissa kuluttajat ovat erilaisia ja asianmukainen arviointi markkinoilta on tarvittava, jotta ulkomaisten kuluttajien tarpeet voidaan tunnistaa. Vaikka perustapahtumat ovat samoja viennissä ja kotimaisessa myynnissä, kansainväliset markkinat eroavat suuresti johtuen suurista vaihteluista tietyissä hallitsemattomissa ympäristövoimissa. Näihin kuuluvat valuutanvaihtorajoitukset ja -riskit, verotus, ja inflaatio. Jos yritys tuottaa jo tuotetta tai palvelua, on kohtuullista olettaa, että samaa tuotetta tai palvelua viedään vientiin. Yrityksen on selvitettävä ensin tuotteen tai palvelun vientipotentiaali ennen kuin se sijoittaa resurssejaan ulkomaankauppaan. Tuotteiden vientipotentiaalin selvittämiseksi yrityksen on harkittava seuraavia; tuotteen tai palvelun menestystä

kotimaan markkinoilla, osallistuminen ulkomaisiin messuihin, mainostamista ja markkinatietoja. (Seyoum 2022, s. 68–70.)

Mikäli tuote menestyy kotimaisilla markkinoilla, sillä on hyvä mahdollisuus menestyä myös kansainvälisillä. Siltikin tarkka analyysi tuotteen kansainvälisestä markkinapotentiaalista on tarpeellinen. Osallistuminen ulkomaisille messuille on tapa testata tuotteiden vientipotentiaalia. Amerikan Business Median tekemän tutkimuksen mukaan, seitsemän kymmenestä yritysjohtajasta ostivat tuotteen tai suosittelivat sen ostamista katsottuaan mainoksen tai promootion messuilla. Vaihtoehtoisesti, jos tuotteen todellisten ja mahdollisten käyttötarkoitusten arviointi osoittaa, että se täyttää tietyt perustarpeet markkinoilla, alkumyynti voidaan tehdä kysynnän määrittämiseksi sekä mahdollisten parannusten määrittämiseksi. (Seyoum 2022, s.70.)

1.4 Taitoluisteluterät

Taitoluistelussa kohtuullisen nopeasti luistelukoulun jälkeen siirrytään ostamaan taitoluistelukenkä ja -terä erikseen. Tämä johtuu siitä, että suurin osa taitoluistelukenkämerkeistä myy aloittelijamallin jälkeen pelkkää kenkää. Vaikka terä ja kenkä erikseen ostettuna on hintavampi vaihtoehto, se antaa luistelijalle mahdollisuuden valita juuri itselleen sopivan parin. Opinnäytetyössä paneudutaan teriin, eikä kenkään keskitytä, koska kaiken malliset terät käyvät mihin tahansa kenkään. Suosituimmat tuottajat ovat Jackson Ultima (Kanada) ja John Wilson (Englanti). (Skaters Landing s.a.)

Teriä on kolmea eri kategoriaa: perusterät, hyppyterät ja tanssiterät. Terät jaotellaan kategoriaihinsa piikityksen, säteen, kannan ja kaarevuuden perusteella. Nämä tekijät muodostavat terän profiilin. Terävalmistajilla on omat mallinsa jokaisen kategorian teristä. Terät ovat hyvin samankaltaisia keskenään, vaikka merkki olisi eri. Valmistajilla on jokaiseen kategoriaan useampi eri malli, jotta luistelijan luistelutyyliin löydetään varmasti sopiva terä. Terät valitaan luistelijan tason, lajin ja valmentajan suositusten mukaan. (Skaters Landing s.a.)

Perusterät ovat kaikista edullisimpia ja eniten myytyjä. Perusterissä on kategorian sisällä eroja. Perusterät ovat nimensä mukaisesti kaikista yksinkertaisimpia. Perusterissä metallinlaatu ei ole yleensä yhtä hyvää kuin muissa malleissa. Tanssiterät ovat kaikista lähimpänä perusteriä, mutta niissäkin on erikoismuotoiluja ja piikityksen eroja. Tanssiterissä kantaosa on lyhyempi kuin muissa terissä, mikä auttaa luistelijaa ketterämpään terän käyttöön. Hyppyterät ovat kaikista kalliimpia, ja niistä löytyy eniten variaatioita. Hyppyterissä on usein isommat piikit kuin muissa terissä, ja ne ovat myös kaikista kaarevimpia. Hyppyterin uusimpana trendinä ovat alumiiniset kevyt terät, jonka ansiosta terät ovat jopa 33 % kevyempiä kuin tavalliset hyppyterät (Skate Shop A s.a.). Kevyt terissä on sama profiili kuin muissa hyppyterissä, mutta runko on vain rakennettu alumiinista. Kevyempi terä helpottaa hyppyjen korkeudessa

2 Markkinat

2.1 Markkinatutkimus

Kansainvälinen markkinatutkimus käsittelee sitä, miten kansainvälistä kauppaa harjoittavat yritykset tekevät päätöksiä, jotka johtavat resurssien allokointiin markkinoilla, joilla on suurin myyntipotentiaali. Tämä prosessi markkinoiden katsauksesta auttaa maksimoimaan myyntejä ja voittoja tunnistamalla ja valitsemalla toivotuimmat markkinat. Kansainvälistä markkinatutkimusta tarvitaan, koska vienti- tai investointipäätökset tehdään usein ilman huolellista ja objektiivista ulkomaanmarkkinoiden arviointia ja rajallisesti arvostetaan erilaisia ympäristö ulkomailla. Tämä johtuu usein siitä, että muita markkinoita pidetään vain kotimaan markkinoiden jatkeena ja, että kotimaassa käytetyt menetelmät ja käytännöt toimivat myös ulkomailla. (Seyoum 2022, s.73.) Yrityksen kansainvälistymisprosessi voidaan jakaa kehitysvaiheisiin, joiden kautta kansainvälistyminen etenee. Vahvaselkä (2009, 35) esittelee kansainvälistymisen vaiheet seuraavasti: - valmisteluvaihe - aloitusvaihe - kehitysvaihe - kasvuvaihe - kypsyys- ja vakiintumisvaihe.

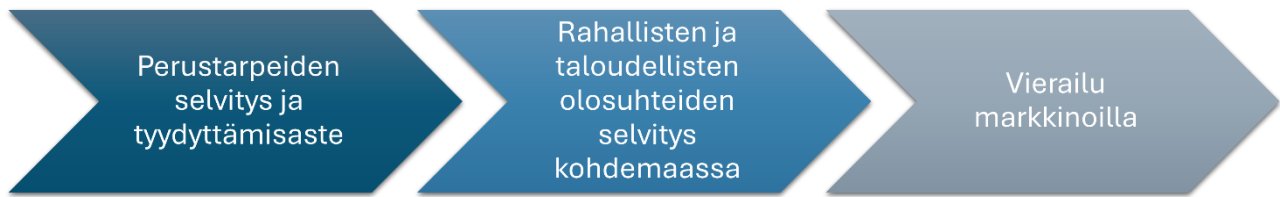
Kansainvälistä markkinatutkimuksen tarkoitus on: 1) tunnistaa, arvioida ja verrata kokoa ja potentiaalia eri markkina-alueilla sekä valita suotavin markkina valitulla tuotteelle, 2) uudelleen arvioida markkinoiden muutoksia, jotka voivat vaikuttaa yrityksen strategiaan. Yritys voi käyttää tutkimuksessa ensisijaista tai toissijaista datalähdettä. Ensisijaista datalähdettä käytettäessä kerätään dataa suoraan ulkomaalaisilta markkinapaikoilta haastatteluilla, kohderyhmiltä tarkkailulla, kyselyillä ja kokeilulla edustajien ja/tai potentiaalisten ostajien kanssa. Ensisijaista lähdettä käytettäessä etuna on, että se on kustomoitu yrityksen dataan ja näin ollen tarjoaa yksityiskohtaisempaa informaatiota. Usein tällainen datan keruu on kallista ja aikaa vievää. Toissijaisessa datanlähteessä, data on kerätty ja koottu muuta projektia varten, kuin käsillä olevaa. Tällaista informaatiota usein löytyy yrityksen omista tietolähteistä, tai se voidaan ostaa yrityksiltä, jotka ovat erikoistuneet tarjoamaan tietynlaista informaatiota. Toissijainen data on usein edullisempaa ja valmiina käytettäväksi, mutta informaatio ei ole kohdennettu tiettyyn tarkoitukseen, termien tai mittausyksiköiden määrittelyssä voi olla eroja ja voi olla hankalaa arvioida informaation tarkkuutta. (Seyoum 2022, s.74.)

Kansainvälisten markkinoiden arviointi on ympäristöskannauksen muoto, jonka avulla yritys kykenee valitsemaan pienen määrän toivottuja markkinoita laajojen muuttujien perusteella. Yritysten pitää päättää, mihin myydä heidän tuotteitansa tai palveluita, koska harvoin heillä on resursseja hyödyntää kaikkia mahdollisuuksia. Skannaustekniikoiden käyttämättä jättäminen voi johtaa siihen, että kasvavia markkinoita ylenkatsotaan. Arvioinnin aikaisessa vaiheessa käytetään toissijaista dataa markkinoiden koon, kaupan tason sekä investointien ja muiden talous- ja rahoitustietojen määrittämiseksi. (Seyoum 2022, s.74.)

Ensimmäinen askel markkina-arvioinnin tekemisessä on prosessi, jossa selvitetään, onko perustarpeita yrityksen tuotteille tai palveluille ulkomaisilla markkinoilla. Perustarvepotentiaali määräytyy usein ympäristöolosuhteiden, kuten ilmaston, topografian ja luonnonvarojen perusteella. Tilanteissa, joissa on vaikea määrittää mahdollista perustarvetta, yritykset voivat turvautua ulkomaankauppa- ja investointitietoihin selvittääkseen, onko tuote tai palvelu aiemmin tuotu maahan, sen määrä, sen arvo ja viejämaat. Kun perustarvepotentiaalin on selvitetty, sen jälkeen on tärkeä selvittää, onko tuotteen tai palvelun tarve tyydytetty. Mikäli tutkimus osoittaa, että markkinoilla on potentiaalia, on aiheellista tarkastella markkinoiden kokonaisostovoimaa tarkastelemalla maakohtaisia tekijöitä, kuten väestöä, bruttokansantuotetta, tuloja henkeä kohti, varallisuuden jakautumista, vientiä ja tuontia. (Seyoum 2022, s.75.)

Toisioseulonta sisältää rahallisia ja taloudellisia olosuhteita, kuten inflaation, korkotasojen, valuuttakurssien vakauden sekä luoton ja rahoituksen saatavuuden kehityksen. Korkean inflaation maita tulee harkita tarkasti, sillä ne voivat rajoittaa tuonnin määrää rajoittamalla valuutan saatavuutta. Taloudellisia tietoja käytetään myös tiettyjen indikaattoreiden mittaamiseen, kuten markkinakoko, markkinoiden intensiteetti ja markkinoiden kasvu. On tärkeää myös arvioida hallituksen tyyppi (demokraattinen/ei demokraattinen) ja sen vakautta kolmannessa seulonnassa. Maat, joilla on demokraattinen hallitus ovat yleensä poliittisesti vakaampia, kannattavat avointa kauppapolitiikkaa, eivätkä todennäköisesti turvautu toimenpiteisiin, jotka rajoittaisivat tuontia tai estäisivät yritysten kykyä toteuttaa tiettyjä toimia. Myös vienti- ja tuontitoimiin vaikuttavat oikeudelliset tekijät tulisi ottaa huomioon, kuten markkinoille pääsyn esteet, voitonsiirtojen ja/tai omistajuuden rajat ja verot ja hintavalvonta, sekä teollis- ja tekijänoikeuksiensuoja. (Seyoum 2022, s.75.)

Viimeisen seulonnan vaiheeseen kuuluu vierailu markkinoilla, jotka vaikuttavat lupaavalta markkinoiden arviointitekniikan perusteella. Vierailut voivat olla messu tai kauppatehtävien muodossa. Näiden vierailujen tarkoituksena on vahvistaa jo kerättyjä faktoja markkina-arvioinnissa ja täydentää jo tiedossa olevaa informaatiota. Viimeinen seulonta helpottaa lopullista valintaa, mutta myös markkinointisuunnitelman, tuotemuutosten, hinnoittelun, myynninedistämisen ja jakelun kehitystä. (Seyoum 2022, s.76.)



Kuva 1: Yksinkertaistettu markkinatutkimuksen vaiheet

2.2 Kilpailijat

Tutkiessa mahdollisuuksia ulkomaisilla markkinoilla, on tärkeää tarkastella kilpailua ja asiakaskuntaa markkinoilla, joille yritys aikoo kohdistua. Tarkastelussa voi keskittyä heikkouksiin, joita voi hyödyntää, ja pohtia tarjoaako ne kohtuullisen markkinaosuuden, joka olisi kannattava. (Seyoum 2022, s.76.)

On tärkeää tarkastella merkittäviä asiakassegmenttejä tuotteen markkinoilla, ja näiden segmenttien kasvuvauhtia. Lupaavista markkinasegmenteistä tulee tunnistaa segmentit, joilla on vakiintuneita kilpailijoita ja segmentit, joilla ei ole kilpailijoita tai joilla on heikkoja vakiintuneita toimijoita. Kahdessa viimeksi mainitussa kategoriassa, tulisi tutkia täyttämättömiä asiakkaiden tarpeita, markkinaosuutta ja sitä, miten nämä tarpeet voidaan täyttää. On tärkeää tunnistaa markkinajohtajat ja ketkä jäävät jälkeen markkinasegmentillä, mutta myös avain erot näiden kahden arvoketjun toiminnassa. Tutkimusten mukaan markkinajohtajat tuntevat asiakkaansa hyvin ja niillä on usein uniikki brändi, joka erottaa heidän tuotteensa. Markkinajohtajien arvoketjua on vaikea jäljitellä, ja se tukee brändiä. (Seyoum 2022, s.77.)

Saadakseen selville tyydyttämättömät tarpeet markkinoilla, tulee käydä keskustelua ulkomaisten asiakkaiden, jakelijoiden tai tukkujen kanssa. Tulee myös arvioida, kykeneekö paikalliset kilpailijat jäljittelemään tuotteesi helposti, strategiaa ja mahdollisuuksia. Arvioinnista ei saa jättää pois, pystyykö yritys saavuttamaan kestävästi kilpailuedun. On tärkeää myös tunnistaa ydinominaisuuksia, jotka auttavat yritystä menestymään ulkomaisilla markkinoilla, ja korjata olemassa olevia puutteita. Korjaaminen saattaa vaatia muita asiantuntijafirmoja tietyillä markkinoilla. (Seyoum 2022, s.77.)

2.3 Vientijakelukanavat

Maailmanlaajuinen kilpailu motivoi yrityksiä etsimään innovatiivisia keinoja päästä uusille markkinoille. Avain onnistuneeseen kansainvälistymiseen on oikean jakelukanavan valinta ja hallinta. Ne tarjoavat kilpailuetua globaaleilla markkinoilla auttamalla tunnistamaan markkinamahdollisuuksia.

Jakelukanavaa on vaikea muuttaa, jonka takia se vaatii huolellista suunnittelua. Vientiyrietykset voivat käyttää kahta pääasiallista jakelukanavaa; epäsuoria ja suoria kanavia markkinoidessaan ulkomailla. Kanavan valintaa tulee arvioida eri vaihtoehtoehtoista saatavien hyötyjen ja kustannusten perusteella. (Seyoum 2022, s.99.)

Epäsuorissa kanavissa yritys harjoittaa vientiä riippumattoman paikallisen välittäjän kautta, joka ottaa vastuun tuotteen siirtämisestä ulkomaille. Tällöin toinen yritys toimii myynnin välittäjänä ja ottaa vastuun markkinoinnista ja toimituksista ulkomaille. Epäsuoria kanavia käytettäessä, ei valmistajalle aiheudu aloituskustannuksia, ja tämä menetelmä tarjoaa pienyrityksille, joilla on vähän kokemusta ulkomaankaupasta, pääsyn ulkomaisille markkinoille ilman suoraa osallistumista. Epäsuorien kanavien käytössä on myös huonoja puolia; valmistaja menettää markkinoinnin hallinnan ulkomailla ja valmistajan menestys on riippuvainen, kuinka paljon valittu välittäjä panostaa tuotteeseen. (Seyoum 2022, s.99.)

Suorissa kanavissa yritys myy suoraan ulkomaisille vähittäismyymyjille, jakelijoille tai kauppayhtiöille. Suoramyyntiä voidaan myös harjoittaa ulkomailla sijaitsevien edustajien kautta. Suoravienti tarjoaa valmistajille paremman mahdollisuuden tutustua markkinoihinsa ja asiakkaisiinsa, jotta he kykenevät luomaan paremmat suhteet kauppakumppaneihinsa. Se myös mahdollistaa eri toimintojen paremman hallinnan. Toisaalta suora vienti voi olla kallista ja aikaa vievää. (Seyoum 2022, s. 99.)

2.4 Yrityksen kansainväliset markkinointitavoitteet

Kanavavalintaa määrittävät usein yrityksen kansainväliset markkinointitavoitteet, jotka liittyvät myyntiin, markkinaosuuteen, kannattavuuteen ja taloudellisen sitoutumisen tasoon. Suora vienti tarjoaa todennäköisemmin mahdollisuuden korkeampiin voittomarginaaleihin, vaikka se edellyttää suurempaa taloudellista sitoutumista. Yritys voi haluta rajoittaa sijoituksiaan yhteen maahan alle 3 miljoonaa dollaria tai toimia markkinoilla, jotka tuottavat yli 10 miljoonaa dollaria vuodessa. Joissakin tapauksissa tavoitteena voi olla tietyn markkinaosuuden saavuttaminen, joka voidaan saavuttaa vain maissa, joilla on erityinen kilpailuprofiili. Yritys voi myös haluta toimia markkinoilla, jotka sijaitsevat maissa, joissa on vakaa poliittinen tilanne. Nämä kaikki asiat vaikuttavat vientijakelukanavan valintaan. Jakeluvaihtoehtojen resurssinäkökohtia voidaan tarkastella useammalla eri tavalla. (Seyoum 2022, s.100–101.)

Ensinnäkin suoria kanavia, oma omisteisia tai valvomia kanavia perustavat yleensä yritykset, joilla on vahvat taloudelliset resurssit. Jos kilpailu on epäsuotuisaa, voi joissakin tapauksissa epäsuorat kanavat vaatia merkittäviä investointeja lainojen ja tukien muodossa. Toiseksi on tärkeää ymmärtää, että välittäjien tuottama lisämyynti voi pitkällä aikavälillä korvata erotuksen, vaikka suorat kanavat voivat johtaa korkeampiin voittomarginaaleihin. Kolmanneksi, kun välittäjät pitävät

hallussaan varastoja ja maksavat niistä tai harjoittavat osuustoiminnallista mainontaa, helpottavat ne yrityksen kassavirtaa. Pienet ja keskisuuret yritykset käyttävät yleensä epäsuoria kanavia rajallisten resurssien ja pienten vientimäärien vuoksi, kun taas suuret yritykset käyttävät epäsuoria kanavia, koska vientimaan kaupan esteet saattavat rajoittaa tai kieltää suoran omistusmuodon. Kansainvälistymispyrkimystensä alkuvaiheessa olevat yritykset käyttävät yleensä riippumattomia välittäjiä verrattuna yrityksiin, joilla on enemmän kokemusta. (Seyoum 2022, s. 101.)

Jokaiseen maahan on kehittynyt vuosien aikana tietyt jakelumallit. Yritysten, jotka ovat tottuneet tietyntyyppisiin jakelukanaviin tietyissä maissa, voi olla vaikea käyttää vastaavia kanavia muissa maissa. Kanavasunnittelupäätöksiä tehdessä, ikään, sukupuoleen tai koulutukseen liittyvät asiakkaiden ominaisuudet, kiinnostuksen kohteet, asenteet ja arvot. Nämä tekijät sekä kysymykset siitä, milloin, miten tai miksi asiakkaat ostavat tuotteen, auttavat yritystä tekemään asianmukaisia kanavavalintoja, jotka voivat johtaa yrityksen suhteelliseen asemaan liittyvään etuun. Asiakstarpeiden asianmukainen arviointi voi johtaa kahdenlaisten kanavien käyttöönottoon erilaisten markkinatarpeiden tyydyttämiseksi. Mikäli kuluttajien määrä on suuri ja keskittynyt suuriin asutuskeskuksiin, yritys voi valita suoran tai useamman jakelukanavan. Toisena tekijä on se, että asiakkaat ovat mahdollisesti tottuneet ostamaan tietystä kanavasta ja ovat haluttomia vaihtamaan kanavaa lyhyellä aikavälillä. Jos asiakkaat ovat maantieteellisesti samankaltaisia, heillä on samankaltaiset ostotottumukset ja heidän lukumääränsä on vähäinen, on suora vienti usein suotavaa. (Seyoum 2022, s. 102.)

Kanavarakenteen valinta määräytyy ensisijaisesti markkinoiden perusteella, tietyissä tilanteissa kuitenkin tuotteen luonne määrittää kanavan valinnan. Suoria kanavia käytetään usein tuotteissa, jotka pilaantuvat helposti, ovat mittatilaustyötä, joiden yksikköarvo on suuri tai ovat hyvin eriytyneitä. Se sijaan teollisuustarvikkeilla, kulutustavaroilla ja pienemmillä laitteilla on yleensä pidemmät kanavat. (Seyoum 2022, s.102.)

Markkinointiympäristön tarkastelu edellyttää keskittymistä yrityksen jakelukulttuuriin sekä markkinoiden ominaispiirteisiin. Markkinoiden ominaisuuksilla on vaikutuksia kanavan valintaan. Näitä ovat muun muassa ostotottumukset, käytettävissä olevat tulot, markkinoiden koko ja markkinoiden mahdollinen kasvu. Maissa, jotka muistuttavat kulttuuriltaan enemmän viejän kotimaata, on suorien kanavien käyttö todennäköisempää. Tietyissä tapauksissa yrityksillä on rajalliset mahdollisuudet valita sopivia kanavia tuotteilleen. Joidenkin maiden lainsäädännössä edellytetään, että ulkomaisia yrityksiä edustavat paikalliset yritykset, jotka ovat kokonaan kyseisen maan kansalaisten omistuksessa. Viejien on markkinoitava tuotteitaan välillisestä nimeämällä paikallinen edustaja tai jakelija. (Seyoum 2022, s.103.)

Suora integroitu kanava antaa valmistajalle paremmat mahdollisuudet valvoa jakelua ja olla yhteydessä loppukäyttäjään. Mikäli yrityksellä ei ole tarpeeksi tietoa ulkomaisista markkinoista tai tarvittavia taloudellisia, toiminnallisia ja strategisia valmiuksia, suora kanava ei ole käytännöllinen vaihtoehto. Yritykset, jotka käyttävät epäsuora kanavia, voivat silti käyttää valvontamekanismeja koordinoitakseen ja vaikuttaakseen ulkomaisten välittäjien toimiin. Valmistajalla/viejällä on käytettävissä kahdenlaisia valvontatapoja; prosessin valvonta ja tuotoksen valvonta. Prosessin valvonnassa valmistajan keksinnöllä pyritään vaikuttamaan keinoihin, joita välittäjät käyttävät saavuttaakseen halutun lopputuloksen. Tuotosvalvonnan tarkoituksena on vaikuttaa välillisestä jakelijan saavuttamiin päämääriin. (Seyoum 2022, s.103.)

Tärkeä jakelun kattavuuden mittari on tuotteen saatavuuden taso, ja tämä koskee eniten kulutustavaroita tuottavia yrityksiä. Sillä, miten yritys jakaa tavaroitaan saavuttaakseen kohdemarkkinat on vaikutusta tuotemerkin myyntiin, imagoon ja kustannuksiin. Jakelun kattavuudessa on eri tasoja: intensiivinen (massa) kattavuus, yksinomainen kattavuus ja valikoiva kattavuus. Intensiivisen kattavuusstrategian tavoitteena on myydä tuotteita useassa jakelu- ja myyntikanavien avulla, jotta kohdemarkkinat saavutetaan. Yleisesti intensiivistä kattavuusstrategiaa käytetään edullisiin tuotteisiin, jotka vetoavat laajoihin markkinoihin. Tällainen massapeittostrategia voi lisätä kustannuksia, mutta sitä voidaan kompensoida suurilla myyntimäärillä. Yksinomaisen kattavuuden strategiaa käytetään usein korkealaatuisiin tuotteisiin, joilla on suhteellisen kapea asiakaskunta ja jotka edellyttävät korkeatasoista asiakaspalvelua, mutta strategiaa käytetään myös tuotteiden myyntiin yksinoikeuspaikoissa, kuten yrityksen omistamissa myymälöissä. Valikoiva kattavuusstrategia vetoaa pienempiin markkinoihin, joilla on vähemmän toimipaikkoja, mitkä tarjoavat enemmän myyntimahdollisuuksia. Kattavuuden näkökulmasta, pidempiä kanavia käyttävät yritykset käyttävät yleensä eri välittäjiä (intensiivinen kattavuus). Kuitenkin viimeaikaiset tutkimukset osoittavat, että kanavien suoruden ja intensiivisen kattavuuden välillä on positiivinen yhteys. Tämä tarkoittaa sitä, että yritykset, jotka käyttävät suoria menetelmiä saavuttaakseen ulkomaiset asiakkaansa, käyttävät yleensä suurta määrää erilaisia kanavien välittäjiä. (Seyoum 2022, s. 104.)

Yksi suoran ja epäsuoran kanavanvaihtoehtojen tunnuspiireistä on toisen kanavan sijainti. Mikäli toinen kanava sijaitsee tuottajan maassa, sitä pidetään epäsuorana kanavana, kun taas suorana kanava pidetään, jos toinen kanava sijaitsee ostajan maassa. Tämä tarkoittaa, että jakelijat, agentit tai muut välikädet voivat kuulua kumpaan tahansa luokkaan riippuen siitä, sijaitsevatko ne ostajan vai myyjän maassa. Kanavavaihtoehdot määritellään myös omistajuuden perusteella: suora kanava on yrityksen hallinnoima ja omistama, kun taas jakelusta vastaavat ulkopuoliset edustajat ja välittäjät. Yrityksen kanavarakenne määritellään myös jakeluorganisaation omistusosuuden perusteella: enemmistöomistusta pidetään yleensä suorana tai integroituna kanavana, kun taas

pienemmällä omistusosuudella tarkoitetaan epäsuoraa kanavaa. Yleisempi määritelmä on ensimmäiseksi mainittu. (Seyoum 2022, s.104.)

Epäsuoriin kanaviin liittyy useita välittäjiä, ja kullakin tyyppillä on omat etunsa. Käsitlemme niistä kolmea tyyppiä; valmistajien vientiagentit (MEAs), viennin hallinnointiyrietykset (EMCs) ja kansainväliset kauppayhtiöt (ITCs). Valmistajien vientiagentit edustavat yleensä eri valmistajia, jotka valmistavat toisiinsa liittyviä tuotteita ja muita kuin kilpailevia tuotteita. Kyseinen kanava on ihanteellinen silloin, kun kyseessä ovat laajat tai ohuet ulkomaiset markkinat. Vientiagentin yleisimpiä rooleja ovat suoramarkkinoinnin käsittely, myynnin edistäminen, toimitus, joissain tapauksissa tavaroiden rahoitus, ottaa tuotteet haltuunsa, edustaa valmistajaa jatkuvasti tai pysyvästi sopimuksessa määritellyllä tavalla. Viennin hallinnointi yritykset toimivat yhden tai useamman valmistajan vientiosastona, joka valmistaa muita kuin kilpailevia tuotteita. Viennin hallinnointiyrietykset hankkivat ja harjoittavat liiketoimintaansa omissa nimissään tai valmistajan nimissä palkkaa, provisiota tai palkkiota vastaan. Satunnaisesti ne ostavat tuotteita rahoituksella tai suoralla maksulla jälleenmyyntiä varten omille asiakkailleen. Viennin hallinta yhtiöt voivat toimia edustajina tai jakelijoina. Kauppayhtiöt taas ovat perinteisiä ja hallitsevin välittäjiä monissa maissa. Ne toimivat kysyntälähtöisesti, eli ne tunnistavat ulkomaisten markkinoiden tarpeet ja toimivat usein itsenäisinä jakelijoina, jotka yhdistävät ostajat ja myyjät liiketoimien järjestämiseksi. Kauppayhtiöt tarjoavat valmistajille samankaltaisia palveluita kuin viennin hallinnointiyrietykset, kuitenkin näiden kahden kanavan välillä on joitakin eroja. Kauppayhtiöt tarjoavat enemmän palveluita ja niillä on monipuolisempi tuotevalikoima kuin viennin hallinnointiyrietyksillä. (Seyoum 2022, s- 105–107.)

Yritys voi käyttää erilaisia tapoja myydä tuotteitaan ulkomaille käyttämällä suoraa kanavarakennetta. Suora vienti tarjoaa paremman vientiprosessin hallinnan, mahdollisesti suuremmat voitot ja läheisemmän suhteen ulkomaisiin ostajiin ja markkinoihin. Yrityksen tulee kuitenkin käyttää enemmän aikaa, henkilöstä ja muita yrityksen resursseja kuin epäsuorassa viennissä. (Seyoum 2022, s. 110.)

Vientiyritys voi myydä suoraan ulkomaiselle vähittäismyyjälle tai loppukäyttäjälle, ja tämä toimii usein luettelomyynnin tai kiertävien myyntiedustajien kautta, jotka ovat vientiyrityksen kotimaisia työntekijöitä. Verkkokaupan kasvava käyttö lisää todennäköisesti merkittävästi tuotteiden suoramyyntiä vähittäiskaupoille tai loppukäyttäjille. Suoramyyntiä voidaan myös harjoittaa ulkomaisten myynti- tai tytäryhtiöiden kautta. Näissä ulkomainen myyntikonttori huolehtii kaikista myynnin jakeiluun ja myynninedistämiseen liittyvistä näkökohdista, tarjoaa palveluja ja esittelee valmistajien tuotevalikoimia. Ulkomaiset tilaukset kanavoidaan tytäryhtiön kautta, joka myy sitten ulkomaisille ostajille. Myyntitytäryhtiötä käytetään kannattavilla markkinoilla, joilla on kasvupotentiaalia tai tuotteissa, joiden immateriaalioikeudet ovat erittäin korkeat, sekä tuotteissa, jotka vaativat vaativaa

koulutusta ja myynnin jälkeistä palvelua. Kyseinen lähestymistapa voi nostaa esiin siirtohinnoitteen liittyviä kysymyksiä. (Seyoum 2022, s.110.)

Suoramarkkinointia käytetään myös silloin, kun vähittäismyyjä tai valmistaja haluaa lisätä palveluitaan ja voittojaan ja samalla tarjota tuotteitaan halvemmalla. Yritys voi myös tarjota kehitetympiä tuotetukipalveluitaan ja parantaa imagoaan ja mainettaan entisestään. Suurimpana ongelma kuluttajille kohdistuvassa suoramyynnissä ovat tulli- ja tulliselvitysongelmat. Maiden tuontisäännökset voivat kieltää tai rajoittaa tavaroiden suoraa ostamista ulkomailta. Tämän takia on tärkeää tutustua maan kauppasäännöksiin ennen tilauksen toteuttamista. (Seyoum 2022, s.111.)

Mikään yksittäinen jakelukanava ei sovellu tuotteelle kaikilla markkinoilla. Usein valinta perustuu markkinakohtaiseen analyysiin. Seuraavat asiat tulisi ottaa huomioon kanava valintaa tehdessä. Suoraa kanavaa voi yritys käyttää tuottoisilla markkinoillaan tai markkinoilla, joilla sillä on jonkin verran sisäistä vahvuutta ja kokemusta. Tuntemattomilla, pienillä tai riskialttiilla markkinoilla yritys yleensä käyttää epäsuoria kanavia. Yrityksellä on myös mahdollisuutena käyttää molempia kanavia, jos sillä on eri tuotelinjoja, joilla on erilaiset asiakasprofiilit. Kun yrityksellä on hyvä resurssi- ja asiakasverkosto tuotteisiin, voi yritys käyttää suoria kanavia näihin ja epäsuoria kanavia, kuten osuustoiminnallista vientiä, muihin tuotelinjoihin, joissa näitä resurssi- ja asiakasverkostoja ei ole. Epäsuoria kanavaihtoehtoja ei tulisi jättää huomioimatta, vaikka yrityksellä olisikin pitkän aikavälin suunnitelmana siirtyä suoriin kanaviin. Varhainen epäsuora markkinoille tulo voi helpottaa tuotteen menestystä, jos epäsuora kumppani on onnistunut luomaan hyvän tuotekuvan ja asiakastuen. (Seyoum 2022, s.112.)

3 Logistiikka

3.1 Kansainvälinen logistiikka

Logistiikka on kokonaisvaltainen lähestymistapa jakeluprosessin hallintaan, joka käsittää materiaalien tai tuotteiden ja niihin liittyvien tietojen kustannustehokkaan virtauksen ja varastoinnin lähtöpisteestä käyttö- tai kulutuspiisteeseen. Liiketoimintalogistiikassa on kaksi luokkaa; materiaalinhallinta ja fyysinen jakelu. (Seyoum 2022, s. 125.)

Vienti- ja tuontikaupan yhteydessä materiaalihallinnan logistiikka tarkoittaa materiaalien tai tuotteiden oikea-aikaista liikkumista tai virtaamista hankintalähteistä valmistus-, kokoonpano tai jakelupaikkaan. Tähän sisältyy tuotteiden hankinta, kuljetus, varastohallinta, varastointi ja materiaalien käsittely tuotantoa, kokoonpanoa tai jakelua varten. Toinen vaihe, fyysinen jakelu, liittyy yrityksen tuotteen siirtämiseen kuluttajille. Siihen kuuluvat lähtevät kuljetukset, varastohallinta ja asianmukainen pakkaaminen kuljetuksen ja varastoinnin ajaksi, vahinkojen vähentämiseksi. Materiaalinhallinta käsittelee ensisijaisesti sisäänpäin suuntautuvaa virtausta, kun taas fyysinen jakelu käsittelee materiaalien tai tuotteiden ulospäin suuntautuvaa virtausta. Sekä lähtevät että saapuvat toiminnot ovat riippuvaisia toisistaan ja vaikuttavat yrityksen tavoitteeseen vähentää kustannuksia ja samalla täyttää asiakkaiden tarpeet. Toiminnallisten toimintojen keskinäinen riippuvuus on tuotu esiin uusien erilaisten lähestymistapojen tai käsitteiden avulla. (Seyoum 2022, s.125–126.)

Systeemilähestymistapa painottuu enemmän koko yritysjärjestelmän hyötyjen maksimointi, ja tämä lähestymistapa perustuu siihen, että yrityksen sisäistä ja ulkoista materiaalivirtaa tulisi tarkastella vain niiden vuorovaikutuksen yhteydessä. Kokonaiskustannuslähestymistapa on logistinen lähestymistapa, joka perustuu yksiköiden vastakkaisten kustannusten arviointiin. Vaihtoehtokustannuslähestymistavassa tarkastellaan tiettyjen logistiikkapäätösten tekemiseen liittyviä kompromisseja. (Seyoum 2022, s. 126.)

3.2 Logistiikkatoimintoihin kohdistuvat ulkoiset vaikutukset

Monien maiden hallitukset kannustavat kotimaisia kuljetusliikkeitä hoitamaan niiden vientiä tai tuontia, koska kuljetuspalveluiden tarjoaminen vaikuttaa osaltaan maan maksutaseeseen, ja luovat myös työpaikkoja. Hallitukset tukevat kansallisia liikenteenharjoittajia, varmistaakseen kansallisen merenkulun toimintakyvyn. Tämän lisäksi hallitukset voivat ansaita tai säästää ulkomaan valuuttaa sotien tai muiden hätätilanteiden varalle. Hallitukset rajoittavat tai valvovat tiettyjen hyödykkeiden tuontia ja vientiä eri keinoin, kuten tuontitulleilla, vientivalvonnalla ja tullien ulkopuolisilla esteillä. Maiden välillä käydään myös kahdenvälisiä neuvotteluita lentoreiteistä ja erilaisten palvelujen, kuten vakuutusten tarjoamisesta. Tämä kaikki vaikuttaa kansainväliseen logistiikkaan ja kuljetuksiin.

Kuljetus- ja viestintäalan yksityistäminen ja sääntelyn purkaminen on lisännyt tuottavuutta ja alentanut kuljetuskustannuksia. Tämä on toisaalta lisännyt mahdollisuuksia erilaisiin prosesseihin ja palveluihin, mikä korostaa tarvetta integroida markkinointia ja logistiikkaa. (Seyoum 2022, s.127.)

Uusien tuotteiden ja palvelujen yleistyminen ja tuotteiden lyhyt käyttöikä aiheuttavat yrityksille paineita uudelleen tarkastella logistiikkajärjestelmiään. Usein tämä edellyttää varastojen pienentämistä, asianmukaisten logistiikkaverkostojen ja toimitusjärjestelmien kehittämistä ja kokonaiskustannusten alentamista, jotta yritysten asiakaskunta vahvistuisi ja säilyisi. Minkä tahansa logistiikkajärjestelmän onnistumisen kannalta, ratkaisevana tekijänä on kuljetus- ja varastointikustannusten välisen suhteen kokonaisvaltainen tarkastelu, jotta yritys kykenee sopeutumaan muuttuvaan kilpailuympäristöön. (Seyoum 2022, s.128.)

Kuljetusten ja viestinnän vapauttamisen kanssa, logistiikkateollisuutta on muuttanut teknologian kehittyminen. Nämä ovat auttaneet lisäämään logistiikkavaihtoehtoja, parantamaan suorituskykyä ja alentamaan kustannuksia. Viestintätekniikan käyttö on integroinut markkinointi- ja jakelutoiminnot ulkomaisiin asiakkaisiin, minkä ansiosta asiakkaat kykenevät seuraamaan kuljetusta tarkemmin. Maahantuojat ovat saaneet täyden näkyvyyden kauttakuljetettaviin tavaroihin, ja voivat tehdä tarvittavia muutoksia, mikäli lähetys on myöhässä. Tällainen rahdin seurannan ja jäljittämisen etuna on se, että se synkronoi myyminen edistämistoimia ja asiakkaiden pitkän aikavälin varastopäätöksiä. (Seyoum 2022, s.128.)

3.3 Vientikauppasopimukset

Vientikauppasopimukset ovat keskeisiä kansainvälisissä kaupallisissa liiketoimissa, ja niiden ympärillä pyörii joukko toisiinsa liittyviä mutta erillisiä suhteita, kuten kuljetus, rahtivakuutus ja maksujärjestelyt. Tällaisia sopimuksissa koskevat säännöt ja käytännöt vaihtelevat vientikaupasta toiseen ja perustuvat osapuolten sopimukseen sekä oikeusjärjestelmään. Sopimuksia koskevat kansalliset oikeusjärjestelmät voivat vaihdella, mutta peruseriaatteet sopimuksissa, kuten vastike ja vilpittömyys tunnustetaan ja hyväksytään yleisesti monissa maissa. Maailman eri oikeusjärjestelmien välillä on havaittavissa lähentymistä myös kansainvälisen kauppaoikeuden alalla.

On tärkeää tunnistaa kansainvälisen sopimusoikeuden yhdenmukaistamisen taustalla olevat motiivit. Yksi motiivi on kansakuntien välisen kaupan ja muiden taloussuhteiden lisääntyminen. Toinen on kansainvälisen tapaoikeuden kasvu. Kaupallista tapaa ja käytäntöä on usein käytetty kaupallisen oikeuden tulkinnassa ja laatimisessa. Kolmas motiivi on kansainvälisten yleissopimusten ja sääntöjen mukauttaminen. Useaan otteeseen kansainvälistä sopimusoikeutta on yritetty yhtenäistää. (Seyoum 2022, s. 191.)

Vaadittujen asiakirjojen täyttäminen ja toimittaminen on ratkaisevan tärkeää rahdin onnistuneen lähetyksen, kuljetuksen ja määränpäässä purkamisen kannalta. Asiakirjojen oikeellisuus ja vaatimustenmukaisuus usein ratkaisevat sen, pääsevätkö tavarat satamaan, läpäisevätkö ne tullin tai saako viejä maksun. Käytettävät asiakirjat riippuvat sekä viejä- että tuontimaiden vaatimuksista. Tullivälittäjille tai yrityksen puolesta toimiville huolitsijoille, suurin osa asiakirjoista on rutiiniasiakirjoja, mutta viime kädessä viejä on vastuussa asiakirjojen oikeellisuudesta. Tietoja tuontimaiden asiakirjavaatimuksista saa ulkomaisilta asiakkailta, ulkomaanhallinnon suurlähetystöiltä ja konsulteilta sekä erilaisista vientikirjoista. (Seyoum 2022, s. 210.)

Tuotteita voidaan kuljettaa ulkomaille kolmella eri kuljetusmuodolla: lentäen, vesitse ja maitse. Sisävesikuljetukset, kuorma-autokuljetukset ja rautatiekuljetukset soveltuvat kotimaankuljetuksiin ja naapurimaiden väliseen tavaraliikenteeseen, kun taas lento- ja merikuljetukset soveltuvat pitkät matkan kuljetuksiin sellaisten maiden välille, joilla ei ole yhteistä rajaa. Vienti- ja tuontiyhtymät voivat käyttää näiden menetelmien yhdistellä, jotta tavarat saadaan toimitettua ajoissa ja kustannustehokkaasti. Viejäyrityksen tulee ottaa huomioon markkinoiden sijainti (maantieteellinen läheisyys), nopeus (esim. lentorahtikuljetus pilaantuvien tuotteiden tai suuren kysynnän tuotteiden osalta) ja kustannusta, kun se päättää kuljetusmuotoa. Vaikka lentoliikenteen harjoittajat ovat kalliimpia, sen kustannuksia kompensoi pakkaus-, dokumentointi- ja varastointivaatimusten väheneminen. Maahantuojan kanssa tulee selvittää tavaroiden määränpää, koska tämä voi haluta, että tavarat toimitetaan jäädytyskauppavyöhykkeelle, jossa ne voidaan vapauttaa tuontitulleista tavaroiden ollessa vyöhykkeellä. (Seyoum 2022, s. 213–214.)

3.4 Vientiin vaikuttava sääntely ja politiikka

Hallitukset käyttävät vientivalvontaa monista eri syistä. Valvonnalla pyritään usein saavuttamaan tietyt halutut poliittiset ja taloudelliset tavoitteet. Vientivalvonta on alun perin tarkoitettu käytettäväksi entisiä kommunistisia maita vastaan. Kylmän sodan päätyttyä ei kuitenkaan ollut enää selkeästi määriteltyä yksittäistä vastustajaa, ja vientivalvontajärjestelmä oli tarpeen mukauttaa kansainvälisten suhteiden uuden todellisuuden huomioon ottamiseksi. Yhä globaalimpi talous asetti myös uusia haasteita vientivalvonnan hallinnalle. Korkeaan teknologiaan ja puolustukseen liittyvien tuotteiden maailmanlaajuisten toimittajien kasvava määrä, lisääntynyt maailmanlaajuinen T&K-toiminta ja kaksikäyttökäytön leviäminen sekä länsimaiden eriävät näkemykset puhuivat vientivalvonnan vapauttamisen puolesta. (Seyoum 2022, s. 375–376.)

4 Rahoitus ja hinnoittelu

4.1 Hinnoittelu

Hinta on tärkeä tekijä määriteltäessä yrityksen kykyä kilpailla maailmanmarkkinoilla. Vientihintojen tulisi olla riittävän korkeat, jotta yritys kykenee saamaan kohtuullisen voiton, mutta kuitenkin riittävän alhaiset, jotta se on kilpailukykyinen markkinoilla. Harvoin tuotteita myydään vain yhden tekijän perusteella, ja viejän olisi oltava kilpailukykyinen muillakin osa-alueilla kuin vain hinnalla. Muita osa-alueita ovat mm. lyhyt toimitusaika, luotettava toimitus, tuotteiden luotettavuus ja laatu sekä muut asiakkaiden ainutlaatuisina pitämät ominaisuudet. Nämä tuotteen tai palvelun erityispiirteisiin perustuva erilaistaminen antaa yrityksille kilpailuetua. (Seyoum 2022, s. 162–163.)

Keskeinen tekijä hinnan määrittelyssä on kuluttajien tuotteelle antama arvo. Arvo muodostuu kuluttajien käsityksestä kokonaistyytyväisyydestä. Jotkut yritykset voivat pysyä kilpailukykyisinä, ja periä korkeampia hintoja, mikäli peritty hinta on alhaisempi kuin tuotteen tai palvelun todettu arvo tai, jos se on yhdenmukainen sen kanssa. Kilpailevilla markkinoilla korkeat hinnat koetaan osoituksena tuotteen tai palvelun yhteiskunnallisesta haluttavuudesta. Ne voivat olla myös perusteltuja vientimarkkinoilla, jos myyntiin liittyy teknologian tai koulutuksen siirtoa. (Seyoum 2022, s. 163.)

Hinnoittelu käytetään maailmanmarkkinoilla usein yrityksen markkinointitavoitteiden saavuttamisen välineenä. Yritys voi käyttää hintaa saavuttaakseen tietyn markkinaosuuden, voiton, sijoitetun pääoman tuoton tai jonkin muun erityistavoitteen. Menettelytapoja ja hinnoittelukertoimia sovelletaan yleensä sekä kotimaan- että vientimarkkinoilla. Aloilla, joilla on suhteellisen vähän kilpailijoita, ovat korkeat katteet yleisiä. Toimialoilla, joilla yritykset tuottavat pikemmin eriytyneitä kuin homogeenisiä tuotteita, ovat markkinahinnat korkeampia. Vientihinnat ovat yleensä suhteellisen alhaisia aloilla, joilla kilpailu on lisääntynyt. Vientihintojen alenemiseen vaikuttavat todennäköisimmin muutokset kilpailijoiden hinnoissa tai kysynnän tilassa. Alhaiset voittomarginaalit aloilla johtuvat näiden teollisuusalojen hajanaisestä ja eriytymättömästä luonteesta, mikä vaikeuttaa markkinavoiman käyttöä. (Seyoum 2022, s.163.)

Yrityksen on kehitettävä toimiva ohjeisto, jonka avulla se voi hinnoitella tuotteensa tai palvelunsa vientimarkkinoilla. Jotta saavutettaisiin tavoiteltu voitto- tai myyntitaso, tulisi hinnoittelupolitiikan olla riittävän tiukka, mutta samalla tulisi säilyttää jonkin verran joustavuutta yrityksen yleisten markkinointitavoitteiden huomioon ottamiseksi. Joustavuutta pidetään ehdottoman välttämättömänä voiton optimoimiseksi, ja näin yritys voi käyttää kaikkia hinnoittelumenetelmiä myytävän tuotteen tyyppin, asiakasluokan ja -tyypin sekä markkinoiden kilpailutilanteen mukaan. Vientihinnoittelun huono hallinnointi usein johtaa hinnanalennuspaineisiin tai rinnakkaismarkkinoiden kehittymiseen. Rinnakkais-, eli harmaat markkinat, syntyvät kun tuote ostetaan alhaisella hinnoilta yhdeltä markkinoilta ja

myydään korkeammalla hinnalla muilla markkinoilla. Rinnakkaismarkkinoiden vähentämiseksi, asianmukaiset hinnoittelu- ja laadunvalvontajärjestelmät ovat tärkeitä. (Seyoum 2022, s.164.)

Useat muuttajat vaikuttavat vientihintojen tasoon. Osa muuttajista on yrityksen ulkopuolisia tekijöitä, osa yrityksen sisäisiä. Tärkein sisäinen muuttaja on vientihintaan sisällytettävät kustannukset. Tyypillisiä vientiin liittyviä kustannuksia ovat markkinatutkimus, liikematkat, luottolaskut, tuotemuu- tokset, konsultit, huolitsijat, erikoispakkaukset ja palkkiot. Lisäkustannuksia aiheutuu myös valitusta jakelujärjestelmästä. Useissa maissa pitkät jakelukanavat ovat usein syynä hintojen nousuun. Valmistajien edustajien käyttäminen tarjoaa viejälle paremman hintakontrollin. Toinen sisäinen muuttaja on tuotteen erilaistumisen aste eli se, missä määrin tuote koetaan ainutlaatuiseksi. Sitä riippumattomampi yritys voi olla hinnoittelussaan, mitä enemmän tuote on erilainen. (Seyoum 2022, s. 164.)

Ulkoisia tekijöitä, jotka vaikuttavat vientihinnoitteluun ovat kysyntä ja tarjonta, ulkomaan markkinoiden sijainti ja ympäristö, talouspolitiikka ja kotimaan hallituksen määräykset. Raaka-aineiden, osien ja muiden tuotantopanosten tarjonta vaikuttaa viennin hinnoittelupäätöksiin. Korkeamman hinnan pitäisi hillitä kysyntää, ja kilpailutaloudessa puolestaan kysynnän kasvu johtaa hinnan nousuun. Klassinen kysyntää ja tarjontaa koskeva lähestymistapa, perustuu tiettyihin olettamuksiin suurilta osin; täydelliseen ostajatietoon, kilpailevien hyödykkeiden korvattavuuteen ja rajakustannushinnoitteluun. Tässä oletuksessa, hintojen aleneminen lisää kysyntää, ei kuitenkaan oteta huomioon sitä, miten ostajat tulkitsevat hinnanmuutoksia. Tutkimukset ovat kuitenkin osoittaneet, että kuluttajat pitävät hintaa laadun indikaattorina. Mikäli tuotteella on arvostettu imago, hintaa voidaan nostaa ilman, että kysyntä vähenee ja alhaisemman hinnat tuotteet saatetaan tulkita merkitsevän huonoa laatua. Ilmasto-olosuhteet voivat edellyttää tuotteen muokkaamista eri markkinoille sopiviksi, mikä heijastuu vientituotteen hintaan. Myös talouspolitiikka, kuten hintasäännöstely, valuuttakurssit ja tullit vaikuttavat vientihinnoitteluun. Valuuttakurssin heikkeneminen parantaa hintojen kilpailukykyä, mikä johtaa vientimäärien ja markkinaosuuksien kasvuun. (Seyoum 2022, s. 164–165.)

Kotimarkkinoiden hintapäätökset eroavat vientihinnoittelunpäätöksistä. Erilaiset esiintyvät ympäristömuuttajat estävät yhdenmukaisen vientihinnoittelupolitiikan soveltamista kaikkialla maailmassa. Yhdenmukaista hinnoittelua vastaan puhuu myös se, että eri markkinat voivat olla eri vaiheissa tuotteen elinkaareissa. Vientipäätöksessä tulee ottaa huomioon markkinaolosuhteiden vaihtelut ja toimialajärjestöjen ja kartellien olemassaolo sekä erilaiset jakelukanavat. On yleistä periä korkeaa hintaa tuotteen käyttöönotto- ja kasvuvaiheessa ja mahdollisesti alentaa hintaa asteittain tuotteen kypsyydessä. Muita hinnoitteluvaihtoehtoja ovat 1) monikeskuksinen hinnoittelu, jossa hinnoittelu on herkkä paikallisille olosuhteille, ja 2) geokeskeinen hinnoittelu, jossa yritys asettuu välivaiheeseen.

Vientihinnoittelussa on neljä lähestymistapaa; kustannusperusteinen hinnoittelu, marginaalihinnoittelu, kysyntäperusteinen hinnoittelu ja kilpailukykyinen hinnoittelu. (Seyoum 2022, s. 165.)

Täyskustannuslähtöinen hinnoittelu on yleisin viejien käyttämä hinnoittelu. Siinä määritetään täyskustannuksiin perustuva voittomarginaali, joka lisätään tuotteen kustannuksiin hinnan määrittämiseksi. Voittomarginaali voi perustua haluttuun tuottotavoitteeseen. Marginaalihinnoittelua taas käyttävät usein yritykset, joilla on käyttämätöntä kapasiteettia tai jotka haluavat hankkia markkinaosuutta. Tällöin hinta ei kata tuotteen kokonaiskustannuksia, vaan se sisältää ainoastaan vientimarkkinoilla myytävän tuotteen tuottamisen rajakustannukset. Tämän takia tuotetta myydään vientimarkkinoilla alemmalla hinnalla kuin kotimaassa, jonka takia marginaalihinnoittelu on yleisempää viennissä kuin kotimarkkinoilla. Kuoriminen (Skimming), eli ylihinnan periminen tuotteesta on yleistä aloilla, joilla on vähän kilpailijoita tai joilla yritykset tuottavat eriytyneitä tuotteita. (Seyoum 2022, s. 165.)

Kysyntäperusteissa hinnoittelumenetelmässä vientihinnat perustuvat siihen, mitä ostajat ovat valmiita maksamaan tuotteesta. Yleensä kysynnän taso määrittää asiakkaiden hyväksymät hinnat. Usein yrityksen kokeilevat tuotteen markkinointia eri hinnoilla ja päätyvät, joka tuottaa suurimman myynnin. Yrityksen ei tarvitse myydä tuotetta markkinahintaan tai sen alle ollakseen kilpailukykyinen vientimarkkinoilla. Ainutlaatuisella tai ylivoimaisella tuotteella voi olla korkeampi hinta. (Seyoum 2022, s. 166.)

Vientimarkkinoiden hintojen asettamisessa kilpailupaineet ovat tärkeitä. Tällöin vientihinnat määritellään pitämällä hintataso samassa kuin kilpailijoilla, tai alentamalla hintoja tai korottamalla hintaa jonkinlaisella tuoteparannuksella. Hintojen alentaminen on yleensä kuitenkin tehokkaampi strategia pienille kilpailijoille kuin määräävässä asemassa oleville yrityksille. Nykyisten ja mahdollisten kilpailijoiden todennäköisten reaktioiden ennustaminen on tärkeä tekijä hinnoittelustrategian laatimisessa. (Seyoum 2022, s.166.)

4.2 Valuuttakurssit ja kansainvälinen kauppa

Useimpien maiden väliset valuuttakurssit ovat olleet enemmän tai vähemmän kelluvia 1970-luvun alusta lähtien, jolloin kiinteiden valuuttakurssien järjestelmä lopulta romahti. Mahdollisuus koordinoita vaihtoehtoisia valuuttakurssijärjestelmiä ja poliittinen pyrkimys siihen on ajan mittaan vähentynyt, koska on ymmärretty, että valuuttayhteistyö on merkityksellisessä mielessä riippuvainen tiiviistä taloudellisesta ja rahoituksellisesta yhteistyöstä. Tätä taustaa useimmat valtiot ovat päättäneet käsitellä oman ja muiden valuuttojen välistä suhdetta ja vastaavaa valuutanvaihtomekanismia omalla tavallaan. Yleisimpiä tapoja ovat, että valuutan annetaan kellua vapaasti, vaikka tähän voidaan vaikuttaa keskuspankkien markkinainterventioilla tai korkojen muutoksilla, erilaisten

valuuttakurssien salliminen erityyppisille liiketoimille, joka on usein kiinteä tai valvottu kurssi kaupallisille liiketoimille ja vaihtuva kurssi rahoitustoimille, tiivis yhteistyö joidenkin tiettyjen valuuttojen kanssa mutta vapaan kelluvuuden salliminen muita valuuttoja vastaan tai valuutan sitominen sisäisesti muodostettuihin kauppapainotettuihin valuuttakoreihin. (Grath 2016, s. 105.) Vienti- ja tuontiyrietykset ovat alttiita valuuttakurssiriskeille aina, kun ne sitoutuvat hyväksymään tai toimittamaan tietyn määrän valuuttaa tulevaisuudessa. Yritykset joutuvat tällöin kohtaamaan sen mahdollisuuden, että valuuttakurssien tulevat muutokset voivat joko vähentää niiden saamiensa valuuttamääräisten tulojen määrä tai lisätä niiden valuuttamääräisiä maksuja. (Seyoum 2022, s. 252.)

Vienti- ja tuontiyrietykset voivat erilaisten suojausinstrumenttien avulla vähentää valuuttakurssivaihtelujen haitallisia vaikutuksia. Tämänhetkisiä valuuttakursseja kutsutaan spot-hinnoiksi, ja tulevaisuudessa tapahtuvia valuuttakursseja termiinihinnoiksi. Mikäli kyseinen valuutta on kalliimpi termiinissä kuin tavanomaisessa spot-toimituksessa, sen sanotaan olevan premiossa. Mikäli se on edullisempi termiinitoimituksessa kuin spot-toimituksessa, sen sanotaan olevan alennuksessa. (Seyoum 2022, s. 253.)

Kansainvälisessä kaupassa tärkeimpiä valuuttariskin aiheuttavia transaktiotyyppejä ovat seuraavat; tavaroiden ja palveluiden ostaminen, joiden hinnat ilmoitetaan ulkomaan valuutassa, eli ulkomaan valuutan määräiset velat, tavaroiden ja palveluiden myynti, jossa hinnat ovat ilmoitettu ulkomaan valuutassa, eli valuuttamääräiset saamiset, ja maksut, jotka on suoritettava tai hyväksyttävä valuuttamääräisinä. Useimmilla vienti- ja tuontiyrietyksille ei ole asiantuntemusta odottamattomien valuuttakurssimuutosten käsittelyyn. Pankit, joilla on konsultit ja valmiudet kansainväliseen kauppaan voivat auttaa valuuttariskien arvioinnissa ja neuvoa yrityksiä asianmukaisissa hintatoimenpiteissä. (Seyoum 2022, s. 252.)

4.3 Suoja valuuttakurssiriskejä vastaan

Valuuttamarkkinoilla tapahtuvaan suojautumiseen liittyy keskeisiä seikkoja, jotka tulee ottaa huomioon. Yritysten liiketoimiin liittyvä riski on se, että valuuttakurssi voi muuttua vientisopimuksen tekopäivän ja maksupäivän välisenä aikana, joka on yleensä 60–90 päivää sopimuksen tekemisestä tai tavaran lähettämisestä. Suojaukseen liittyy kuluja, ja kulut vähentävät tietyn liiketoimen odotettua arvoa. Mikäli vienti- ja tuontiyrietyksen suurin osa kassavirroista on alttiina valuuttakurssivaihteluille, tulee yritysten määrittää hyväksyttävä riskitaso, jonka se on valmis ottamaan. Sen sijaan yritykset, joiden kokonaiskassavaroista pieni osa on vain alttiina valuuttakurssimuutoksille, voivat olla paremmassa asemassa, jos ne pelaavat keskiarvolain mukaan – alijäämät voidaan lopulta korvata odottamattomilla voitoilla. Suojaus ei suojaa yritystä valuutan arvon pitkän aikavälin muutoksilta, joten sitä ei tulisi käyttää suojaamaan ennakoituja valuuttakurssimuutoksia. Suojasta ei tulisi kuitenkaan käyttää yksittäisiin liiketoimiin. Koska useimmat vienti- ja tuontiyrietykset harjoittavat liiketoimia, jotka

johtavat valuuttamääräisiin tuloihin ja menoihin, tarkoituksenmukaisin strategia transaktiokustannusten vähentämiseksi on suojata vientiin liittyvät nettosaamiset tai -velat valuuttamääräisinä. (Seyoum 2022, s. 254–255.) Yleisimpiä menetelmiä valuuttariskin suojaamisen ovat seuraavat; näitä kuitenkin käytetään käytännössä vaihtoehtojen yhdistelmiä: laskutusvaluutan valinta, valuutan ohjaus, maksujen siirtäminen eteenpäin, valuuttatermiinisopimukset, valuuttaoptiot (Grath 2016, s. 117).

Laskutus myyjän omassa valuutassa on myyjän kannalta helpoin tapa poistaa valuuttariski, edellyttäen että myyjän peruskustannusrakenne on kyseisessä valuutassa. Tämä siirtää valuuttariskin ostajalle, minkä vuoksi ostajan voi olla vaikeampi arvioida liiketoimen kannattavuutta ja se voi lisätä riskiä, ettei myyjä saa sopimusta. Mainituista syistä useissa kansainvälisissä kaupoissa käytetään kolmannen osapuolen valuuttaa, joka on usein Yhdysvaltain dollari. (Grath 2016, 118.)

Joissakin tapauksissa yritys voi vaikuttaa omaan valuutta-asemaansa tai hallita sitä, erityisesti jos se suorittaa sekä saapuvat että lähtevät maksut samassa valuutassa. Tällöin on mahdollista sovittaa yhteen osa maksuvirroista valuuttakurssien avulla. Se miten valuuttatilejä käytännössä käytetään, on osa yrityksen yleistä valuutanhallintaa, samoin kuin valuuttavirtojen rakenne ja korot, joita voidaan saada sekä lainoille, että talletuksille. Nämä ratkaisevat, pidetäänkö saldot valuuttatilillä lyhyempiä vai pidempiä aikoja vai siirretäänkö ne takaisin perusvaluuttatilille. Myyjän kannalta lyhyt maksuaika maksuvalmiuden kannalta on parempi, myös valuuttariskin pienentämiseksi, mikäli laskutus tapahtuu ulkomaan valuutassa. Ostaja pitää kuitenkin tällaisia ennenaikaisia maksuja vastaavasti haittana, ellei hän saa myyjältä muuta myönnytystä. Tavanomaisissa, lyhyissä liiketoimissa tällaisista ennenaikaisista maksuista sovitaan sen vuoksi harvoin tavanomaiseen käytäntöön verrattuna. (Grath 2016, s. 118.)

Valuuttariskiltä yleisin suojautumistapa on pankin kanssa tehtävä termiinisopimus, jossa yritys voi vahvistaa arvon paikallisessa valuutassa jo varhaisessa vaiheessa, mutta toimittaa valuutan myöhemmin. Termiinisopimuksella yritys sitoutuu pankin kanssa myymään tai ostamaan laskutettavan valuutan tiettyyn kurssiin kiinteänä toimituspäivänä. Termiinikurssi voi olla korkeampi tai matalampi kuin spot-kurssi kyseisenä ajankohtana, mutta se ei ole se, mitä pankki odottaa sen olevan eräpäivänä vaan se riippuu pääasiassa kahden valuutan korkotasosta kyseisellä ajanjaksolla sekä pankin marginaalista, kuten kuvattu. Valuuttaoptiossa optio-oikeuden haltijalla on oikeus, muttei velvollisuutta ostaa tai myydä tiettyä valuuttaa sovittuun kurssiin ja sovittuna ajankohtana. Sitä voidaan siis käyttää vaihtoehtona tai täydennyksenä termiinisopimukselle. Valuuttakurssioptiota käytetään silloin, kun tarjous tai tarjouspyyntö on tekemättä ja kun myyjä ei tiedä, voittaako se kaupan vai ei. (Grath 2016, s. 120–121.)

4.4 Maksutavat

Maailmanlaajuisen kaupan nopeaa kasvua ja laajentumista ei voida ylläpitää ilman asianmukaisia ja oikea-aikaisia maksusopimuksia. Tuonnin maksamatta jättäminen tai maksujen viivästyminen voi sitoa rajalliset luottojärjestelyt ja aiheuttaa maksuvalmiusongelmia monille vientiyrityksille. Merentakaisten asiakkaiden suorittamat ennakkomaksut sitoisivat samalla tavoin ostajan rajallisia resursseja, eivätkä ne välttämättä takaa sovitun tavaran toimitusta. Ihanteellinen maksumenetelmä olisi sellainen, joka suojaaa sekä myyjien että ostajien vastakkaisia etuja. Usein viejät pyrkivät kehittämään ulkomaisia markkinoita käyttämällä ostajalle edullisempia maksujärjestelyjä. Vientiyritykset tarvitsevat luottoraportteja maailmanlaajuisesti. Eri puolilla maailmaa toimivia yrityksiä koskevaa olemassa olevaa tietokantaa on lisättävä, jotta voidaan varmistaa, että luottopäätöksiä koskevat viralliset tarkistukset perustuvat ajankohtaiseen ja luotettavaan tietoon. On myös tärkeää harkita luottovakuutuksia ja muita suojatoimia. (Seyoum 2022, s. 265–266.)

Asiakirjaperintä tai asiakirjavekseli on yksi tavanomaisimmista maksumenettelyistä kansainvälisessä kaupassa. Maksutapahtuman helpottamiseksi käytetään yleensä kahta pankkia, joista toinen on ostajan maassa ja toinen viejän maassa. Vekseli voidaan laatia (maksettava asiakirja) maksuun valuutassa tai ulkomaisessa valuutassa. Tämä maksutapa sijoittuu ostajalle edullisen avoimen tilin ja viejää suojaavan remburssin väliin. Pankkomaksut ovat edullisempia, yleensä tietty summa kustakin palvelusta, toisin kuin remburssissa käytetty prosenttiosuus transaktion määrästä. (Seyoum 2022, s. 268.)

Tyypillinen asiakirjojen keruumenettely etenee seuraavissa vaiheissa. Viejä (vekselin asettaja) ja ulkomainen asiakas (hyväksyjä) ovat sopineet myyntiehdosta, viejä järjestää lähetyksen ja laatii tarvittavat asiakirjat, kuten laskun, konossementin, lähetystodistuksen ja vekselin. Viejä toimittaa asiakirjat pankilleen (lähetettävä pankki) ohjeiden kanssa. Lähetettävä pankki toimittaa asiakirjat edelleen ulkomaiselle kirjeenvaihtopankilleen (perivälle pankille) maahantuojan maassa, ja mukana on viejän ohjeellinen kirja, jossa valtuutetaan asiakirjojen luovuttaminen maksua (T/M) tai hyväksyntää (T/H) vastaan tai muilla ehdoilla. Perivä pankki ottaa yhteyttä maahantuojaan suorittaakseen tai hyväksyäkseen maksun. Mikäli toimeksianto on T/M, maahantuoja maksaa perivälle pankille asiakirjoja vastaan. Tämän jälkeen perivä pankki lähettää tuotot lähettävälle pankille maksettavaksi myyjälle. Mikäli ohjeet olivat T/H, perivä pankki luovuttaa asiakirjat ulkomaiselle asiakkaalle vasta, kun vekseli on virallisesti hyväksytty. Kun vekseli on hyväksytty, perivä pankki luovuttaa asiakirjat ostajalle. Periväpankki esittää hyväksytyn vekselin maksettavaksi eräpäivänä tai ennen eräpäivää. Kun ostaja maksaa, perivä pankki siirtää varat ohjeiden mukaisesti. (Seyoum 2022, s. 268–269.)

Laivausasiakirjojen keräämistä koskevat perusohjeet (asiakirjojen luovuttamista ja varojen tilittämistä koskevien ohjeiden lisäksi) sisältävät seuraavia; menettelyt siitä, miten maksamatta jättämisestä tai hyväksymättä jättämisestä ilmoitetaan pankille, ohjeet siitä, kuka maksaa pankin perintäkulut, luettelo liitteenä olevista asiakirjoista ja sen tahon nimi, kehen tulisi olla yhteydessä ongelmatilanteissa. Asiakirjavekseleitä koskeva pankkikäytäntö on standardoitu yhtenäisillä perintäsäännöillä (International Chamber of Commerce, [ICC]). Yhtenäisiä sääntöjä sovelletaan vain, mikäli sopimuspuolet ovat sopineet, että niitä sovelletaan. Säännöissä määritellään pankkien ja asiakirjaperinnän käyttäjien oikeudet ja velvollisuudet. (Seyoum 2022, s. 269.)

Remburssi on asiakirja, jossa pankki tai muu laitos ottaa vastuun kauppahinnan maksamisesta myyjälle ostajan puolesta. Pankki voi toimia suoraan tai myyjän maassa toimivan pankin välityksellä. Kaikissa remburssityypeissä ostaja sopii pankin kanssa rahoituksen myöntämisestä viejälle tiettyjä asiakirjoja vastaan. Pankki antaa luottonsa asiakkaansa eli ostajan käyttöön vakuutta vastaan, johon usein sisältyy tavaroiden omistusoikeutta osoittavien asiakirjojen panttaus tai varojen sijoittamista ennakkoon tai panttaus, joka sisältää palkkion palauttamisen. Asiakirjaremburssin olennainen piirre ja sen arvo tavaroiden viejälle on se, että se asettaa ostajan luoton päälle pankin luoton, joka usein harjoittaa liiketoimintaa myyjän maassa. Remburssi on pankin oikeudellisesti täytäntöönpanokelpoinen sitoumus maksaa myyjälle (viejälle tai edunsaajalle) rahaa ostajan (maahantuojan tai hakijan) lukuun tiettyjen siinä määriteltyjen ehtojen täytyessä. (Seyoum 2022, s. 273.)

Remburssi koostuu neljästä erillisestä ja erillisestä kahden välisestä sopimuksesta: 1) ostajan ja myyjän välisestä myyntisopimuksesta; 2) ostajan ja remburssin myöntäneen pankin välisestä luotto- ja takaisinmaksusopimuksesta, jonka mukaan remburssin myöntänyt pankki perustaa remburssin myyjän hyväksi ja ostaja maksaa sen takaisin; 3) remburssin myöntäneen pankin ja remburssin saajan (viejän) välisestä remburssisopimuksesta, jossa todistetaan, että pankki maksaa myyjälle tiettyjen asiakirjojen esittämistä vastaan; ja 4) vahvistetusta remburssista, joka merkitsee myös neuvoa-antavan/vahvistavan pankin ja myyjän välisestä sopimuksesta, jossa pankki maksaa myyjälle tiettyjen asiakirjojen esittämistä vastaan. (Seyoum 2022, s. 275.)

Remburssien käyttöön liittyy useita etuja. Niissä otetaan huomioon ulkomaisen asiakkaan ja myyjän kilpailevat toiveet. Myyjä saa maksun esittämällä asiakirjat pankille tavaran lähetyksen jälkeen, toisin kuin avoimessa myynnissä tai asiakirjaperinnässä. Tapauksissa, joissa neuvoa-antava pankki hyväksyy remburssin maksettavaksi määritettävissä olevana tulevana ajankohtana, myyjä voi diskontata remburssin ennen eräpäivää. Ostajan ei myöskään tarvitse suorittaa ennakkomaksua tai perustaa ennakkotiliä. Remburssilla myös varmistetaan, että maksuja ei suoriteta ennen kuin tavarat ovat luovutettu rahdinkuljettajalla ja että tätä varten on esitetty tietyt asiakirjat.

Suurimpana haittapuolena ostajan kannalta on se, että remburssin myöntävät pankit usein vaativat käteistä tai muuta vakuutta ennen remburssin avaamista, ellei ostajalle ole tyydyttävää luottoluokitusta. Remburssit ovat monimutkaisia eri osapuolten välisiä liiketoimia, ja pienikin erovaisuus asiakirjojen välillä voi edellyttää ehtojen muuttamista tai johtaa remburssin mitätöimiseen. Tämä voi altistaa myyjän maksun viivästymiselle tai maksamatta jättämisen riskille tietyissä tapauksissa. (Seyoum 2022, s.275.)

Remburssi on erillinen ja riippumaton muista transaktioon liittyvistä sopimuksista. Pankin tehtävänä on selvittää, onko sovitut asiakirjat esitetty, jotta se voi maksaa (hyväksyä maksun) viejälle. Pankin tehtävänä ei ole varmistaa, onko asiakirjoissa mainitut tavarat lähetetty tai ovatko ne sopimuksen ehtojen mukaisia. Itsenäistä periaatetta koskee petosta koskeva poikkeus. Pankki voi kieltäytyä maksamasta, jos sille on ilmoitettu, että remburssitapahtumaan liittyy petos tai väärennös ja että asiakirjojen esittäjä ei ole oikea-aikainen haltija, vaan kolmas osapuoli, joka on ottanut vekselin vastaan vilpittömissä mielessä ja tietämättä petoksesta. Yleissääntönä on, että viejä ei voi vaatia maksua, ellei se noudata tiukasti luoton ehtoja. Kun asiakirjat ovat esitetty, neuvoa-antavan pankin on maksettava remburssin myöntäneelle pankille. Tietyissä tapauksissa tuomioistuimet ovat kieltäytyneet tunnustamasta pankkien väitteitä, joiden mukaan ne ovat noudattaneet olennaisia vaatimuksia periäkseen maksunsa takaisin ostajilta (paitsi jos kyse on vähäisistä kirjoitusvirheistä tai merkityksettömistä lisäyksistä tai lyhennyksistä). Tiukan periaatteen noudattamisen taustalla on se, että neuvoa-antava pankki on liikkeeseen laskevan pankin asiamies ja tämä on ostajan erityinen asiamies. Tämä tarkoittaa, että pankeilla on rajalliset valtuudet ja että niiden on kannettava liiketoimen kaupallinen riski, jos ne toimivat toimeksiannon rajoissa. Useimmat poikkeamat johtuvat siitä, että viejä ei esitä kaikkia remburssissa vaadittuja asiakirjoja tai että asiakirjat eivät täysin vastaa remburssin vaatimuksia. Saadakseen maksun remburssin perusteella viejän on esitettävä asiakirjat, jotka ovat tiukasti remburssin ehtojen mukaisia. (Seyoum 2022, s. 278–279.)

Epäselvyyksiä on kolmenlaisia. Tahattomat poikkeamat ovat poikkeamia, jotka viejä (edunsaaja) tai myöntävä pankki voi helposti korjata. Tällaisia poikkeamia ovat esimerkiksi kirjoitusvirheet, remburssinumeron ilmoittamatta jättäminen, laskuvirheet tai vekselissä oleva virheellinen merkitä tai allekirjoitus. Asiakirjoissa, joissa on pieniä virheitä olennaisissa tiedoissa remburssissa, ja jotka voidaan korjata hankkimalla ostajan kirjallinen poikkeuslupa, ovat vähäisiä poikkeamia. Tällaisia virheitä ovat esimerkiksi asiakirjojen laillistamisen laiminlyönti, kaikkien remburssissa vaadittujen asiakirjojen esittämisen laiminlyönti sekä laskun ja remburssin sanamuodon välinen ristiriita. Merkittävät poikkeamat ovat poikkeamia, jotka vaikuttavat olennaisesti remburssin olennaiseen luonteeseen. Tiettyjä poikkeamia ei voida korjata missään olosuhteissa: asiakirjojen esittäminen remburssin voimassaolon päättymisen jälkeen, tavaroiden lähettäminen remburssissa määriteltä päivistä myöhemmin tai remburssin voimassa olon päättymisen, muut merkittävät poikkeamat

voidaan kuitenkin korjata remburssia muuttamalla. Muutokset edellyttävät myöntävän pankin, vahvistavan pankin (mikäli remburssi on vahvistettu) ja viejän hyväksynnän. Poikkeamia, joita voidaan muuttaa ovat esimerkiksi konossementin esittäminen, luottositoumuksessa määritellyn summan ylittävä vekseli ja osittaisten lähetysten tekeminen, jota luottositoumus ei salli. (Seyoum 2022, s. 279.)

4.5 Pääomatarpeet ja yksityiset rahoituslähteet

Useat pienet ja keskisuuret yritykset (pk-yritykset) kärsivät taloudellisten resurssien vajaakäytöstä ja/tai huonosta hallinnoinnista usein ensimmäisten toimintavuosien aikana. Yrittäjä yleensä joko yliarvioi tuotteen kysynnän tai aliarvioi vakavasta pääomaresurssien ja organisointi taitojen tarpeen. Alikapitalisointi voi johtua myös johtua siitä, että yrittäjä vastustaa oman pääoman ehtoista rahoitusta (pelkää menettävänsä määräysvallan yrityksessä) tai että lainanantaja ei halua myöntää pääomaa, koska yrittäjällä ei ole luottotietoja eikä kattavaa liiketoimintasuunnitelmaa. (Seyoum 2022, s. 326.)

Suurilla yrityksillä on etulyöntiasema pääoman hankinnassa pk-yrityksiin verrattuna. Suurilla yrityksillä on paremmat neuvotteluasemat lainanantajien kanssa, ne kykenevät laskemaan liikkeelle arvopapereita ja niillä on paremmat mahdollisuudet päästä pääomamarkkinoille kaikkialla maailmassa. Pk-yritysten rahoituksessa on kuitenkin tapahtumassa muutoksia, jotka johtuvat kolmesta merkittävästä tekijästä: teknologiasta, globalisaatiosta ja sääntelyn purkamisesta. Tietotekniikka mahdollistaa rahoitusmaailman tehokkaan toiminnan, hajauttamisen ja valvonnan parantamisen. Se antaa myös pääomaa etsiville yrityksille mahdollisuuden valita rahoitusvälineiden verkosta. Globalisaation ansiosta yritykset voivat kääntyä yhä useammin kansainvälisten markkinoiden puoleen hankkiakseen pääomaa. Yhden napin painalluksella yritykset saavat käyttöönsä yksittäisiä tai yritysten rahoituslähteitä ympäri maailmaa. Sääntelyn purkamisen myötä useissa maissa rahoitus tuotteiden kilpailu on sallittua kaikissa talletuslaitoksissa. Rajanveto investointi- ja liikepankkitoiminnan välillä on melko hämärtynyt, ja kumpikin sektori kilpailee nyt pienyritysten rahoitusmarkkinoilla. Näistä huolimatta, monilla pk-yrityksillä on edelleen vaikeuksia saada kohtuuhintaista kaupallista rahoitusta. (Seyoum 2022, s. 327.)

On tärkeää asianmukaisesti arvioida, kuinka paljon pääoma tarvitaan, millä aikavälillä ja missä erissä. Ensimmäisenä ovat alkupääoman tarpeet vienti- ja tuontiliiketoiminnan aloittamiseksi. Aloitusvaiheen rahoitustarpeet voivat olla pienempiä kuin kasvu- ja laajentumisvaiheessa. Tämä riippuu kuitenkin laajentumisen asteesta ja siitä, kuinka paljon pääomaa tarvitaan markkinoinnin, varastojen ja myyntisaamisten tukemiseen. Vienti- ja tuontiyrityksen omistusrakenteella on merkittävä vaikutus rahoitusvaihtoehtoihin ja vain vähän tai ei lainkaan vaikutusta pääoman tarpeeseen. (Seyoum 2022, s. 327.)

Kun ulkomaisille asiakkaille myönnetään luottoa, on tärkeää ottaa huomioon seuraavat asiat. Normaali kaupalliset ehdot vaihtelevat 30–180 päivän välillä kulutustavaroiden, teollisuustavaroiden ja maataloushyödykkeiden myynissä. Erikoisvalmisteiset tai arvokkaat pääomatavarat saattavat vaatia vielä pidempiä takaisinmaksujaksoja. Luottoaikaa tehtäessä, tulee ottaa huomioon kotimaankauppaa pidemmät toimitusajat. Ulkomaiset ostajat ovat usein haluttomia siihen, että luottoaika alkaa ennen tavaroiden vastaanottamista. Yleensä asiakkailta peritään korkea vähintään vuoden pituisista luottoajoista ja harvoin lyhytaikaisista, enintään 180 päivän luotoista. Vaikka edulliset rahoitusehdot parantaisivat kilpailukykyä, on viejän arvioitava rahoitus huolellisesti ottaen huomioon kustannukset ja maksukyvyttömyys riski. (Seyoum 2022, s. 334.)

4.6 Vientiin vaikuttava sääntely ja politiikka

Hallitukset käyttävät vientivalvontaa monista eri syistä. Valvonnalla pyritään usein saavuttamaan tietyt halutut poliittiset ja taloudelliset tavoitteet. Vientivalvonta on alun perin tarkoitettu käytettäväksi entisiä kommunistisia maita vastaan. Kylmän sodan päätyttyä ei kuitenkaan ollut enää selkeästi määriteltyä yksittäistä vastustajaa, ja vientivalvontajärjestelmä oli tarpeen mukauttaa kansainvälisten suhteiden uuden todellisuuden huomioon ottamiseksi. Yhä globaalimpi talous asetti myös uusia haasteita vientivalvonnan hallinnalle. Korkeaan teknologiaan ja puolustukseen liittyvien tuotteiden maailmanlaajuisten toimittajien kasvava määrä, lisääntynyt maailmanlaajuinen T&K-toiminta ja kaksikäyttötekniikan leviäminen sekä länsimaiden eriävät näkemykset puhuivat vientivalvonnan vapauttamisen puolesta. (Seyoum 2022, s. 375–376.)

Poliittisten riskien lisäksi ostajan kotimaan viranomaiset voivat toteuttaa muita toimenpiteitä, jotka voivat vaikuttaa ostajaan ja sen kykyyn tai halukkuuteen toteuttaa liiketoimi. Tällaisia toimenpiteitä voi olla esimerkiksi tuotestandardeja koskevat vaatimukset, uudet tai muuttuneet energia- tai ympäristövaatimukset ja toimenpiteet, joilla voi olla todellinen tarkoitus tai jotka voidaan ottaa käyttöön puolin tai toisin, jotta ne toimisivat kaupankäynnin esteenä ja edistäisivät tärkeiden alojen kehittymistä kyseisessä maassa. Tarkoituksesta riippumatta tällaisilla toimilla, joita kutsutaan ”muiksi kuin tulliesteiksi”, voi olla kielteinen vaikutus jo sovittuihin liiketoimiin, koska tällaiset toimenpiteet otetaan usein käyttöön välittömästi. Myös muita, avoimempia toimenpiteitä pannaan joskus täytäntöön usein lyhyellä varoitusajalla, kuten EU:ssa on nähty. (Grath 2016, s.26.)

5 Taitoluisteluterien kansainvälistymissuunnitelma

5.1 Skate Shop

Skate Shop on taitoluistelutuotteiden erikoisliike, joka tarjoaa taitoluistelijan kokonaispalvelun- luis- timet, terät, terien kiinnitykset, teroituksen, tarvikkeet ja vaatteet. Heillä on fyysinen myymälä, mutta myös verkkokauppa. Myymälässä on mahdollisuus ammattitaitoiseen luistimen sovitukseen ja muokkaukseen. (Skate Shop B s.a.)

Skate Shop perustettiin vuonna 1984, koska Suomeen tarvittiin vaihtoehtoja. Tuohon aikaan tarjolla Suomessa oli vain tarjolla Wifan-taitoluistimia. Yksi luistinmerkki ei luonnollisesti istunut kaikille jalkaan, jonka takia Timo Ojanen aloitti Skate Shopin toiminnan. Hän oli ensimmäinen, joka aloitti Risportin, Grafin ja Belatin taitoluistinten maahantuonnin Suomeen. Kauppa kävi niin vauhdikkaasti, että sen jatkaminen kotona päivätyön ohessa kävi mahdottomaksi. Timo myi Skate Shopin keväällä 1990 taitoluisteluvalmentajalle Tiina Palin-Brummerille. Hänen aikanaan Skate Shopista tuli oikea liike, joka toimi Helsingin Jäähallilla. Tiina laajensi valikoimaa edelleen oheistuotteisiin ja pukuihin. (Skate Shop C s.a.)

Tiina Palin-Brummer myi kaupan maaliskuussa 2000 Hanne Dudmanille (os. Ojanen) ja Inka Virkukseen (os. Järvi). Skate Shop oli palannut osittain Ojasten omistukseen. Helsingin Jäähallin tilat kävivät ahtaaksi ja Skate Shop muutti marraskuussa 2004 Lassilaan isompiin ja toimivampiin tiloihin. Nykyiset omistajat Hanne ja Inka ovat pitäneet aiemmasta linjasta kiinni- vaihtoehtoja täytyy olla. Valikoimaa on laajennettu uusilla merkeillä, uusin merkki on BJØRN-terät. Marraskuussa 2014 Skate Shop muutti Malmin raitille suurempiin tiloihin, ja sijaitsee yhä siellä. Skate Shopin toiminta on laajentunut viimeisen 20 vuoden aikana hyvinkin nopeasti. Skate on alkanut myyjästä myös tuottajaksi taitoluisteluterissä. (Skate Shop C s.a.)

5.2 BJØRN

BJØRN Sports Oy Ltd on vuonna 2021 perustettu osakeyhtiö, jonka päätoimiala on urheiluvälineet (Finder). He ovat erikoistuneet jääkiekkoteriin, ja sen oheistuotteisiin. (BjornSports).

BJØRN taitoluisteluterät ovat suunniteltu Suomessa, ja suurin osa niistä myös valmistetaan Suomessa. Taitoluisteluterät valmistavat Bjørn Sports of Scandinavian, joka on erikoistunut jääkiekkoterien valmistukseen, ja nämä ovat ensimmäiset heidän taitoluisteluteränsä. Nämä ovat myös ensimmäiset suomalaiset taitoluisteluterät markkinoilla.

5.3 Yhteistyö ja lähtötilanne

Taitoluisteluterien saatavuusongelmat ja toimitusvaikeudet raastoivat kuluttajia, ja sitä kautta myös jälleenmyyjä. Samaan aikaan jo käytössä olevista teristä huomattiin ongelmia. Nykyisten toimittajien John Wilsonin ja Ultiman toimitukset tökkivät ja samaan aikaan hinnat nousivat kohtuuttomasti. Hinnan noususta huolimatta, John Wilsonin terissä laatuvirheitä oli aiempaa enemmän. (Virkkunen 15.11.2023.)

BJØRN-terät ja Skate Shop aloittivat yhteistyönsä vuonna 2022. Yhteistyö alkoi virheellisten terien korjauksella, josta lähetettiin kehittämään asioita pidemmälle. BJØRN-väki vieraili myymälässä ja ihmettelivät taiteluisteluterien korkeita hintoja, kun pystyisi tekemään edullisemmin. (Virkkunen 15.11.2023.)

BJØRN toivoo olevansa kolmanneksi suurin valmistaja markkinoilla. He eivät edes tavoittele suurinta markkinaosuutta. John Wilson/HD on menettänyt markkinaosuuttaan jo Pohjois-Amerikassa, mutta Ultima on nostanut siellä päätään. Aasiassa luistelu on kasvanut markkinoilla. Päästääkseen tavoittelemaansa pisteeseen markkinoilla, BJØRNin tulee laajentua maailmalle. (Virkkunen 15.11.2023.)

Tuotoksen tavoitteena on auttaa BJØRNIA ja Skate Shopia päättämään, onko heille mahdollista lähteä laajentumaan Euroopan markkinoille. Myös ohjenuora kyseiselle yritykselle, mitä laajentuminen heiltä vaatisi, ja mihin yritysten omat resurssit riittävät. Tuotoksen tavoitteena on antaa konkreettisia ohjeita ja neuvoja, mitä laajentuminen kansainvälisille markkinoille vaatii. Neuvoa pyritään myös antamaan, miten laajentuminen tehdään, kun päätös mahdollisesta laajentumisesta on tehty.

Tuotos tuotetaan pääasiassa BJØRNILLE ja Skate Shopille, ja heidän yhteiselle tuotteellensa. Tuotosta voidaan myös käyttää muissa samankaltaisissa lähtötilanteissa. Esimerkiksi Skate Shop toimii myös tuottaja Spinner-piruettelusikoissa, ja tuotosta voitaisiin käyttää Spinnerin laajentamisessa Eurooppaan. Myös muut vastaavat tuotteet, eli pienen kohderyhmän erikoistuotteet, voivat käyttää tuotosta hyödykseen.

Henkilökohtaisesti kun tuotosta alettiin tekemään aikaraja valmistumisesta, oli rajoitteena. Valmistumisen siirtymisen myötä, kyseinen aikarajoite poistui, mutta kokopäivä työn aloittaminen samaan aikaan loi uudenlaisen ajanpuutteen. Kyseisessä opinnäytetyössä ei ole resursseja tutkia erilaisia markkinoinnin mittareita, katsastella kohderyhmiä tarkemmin ja heidän budjettiaan eikä tarkastella eri markkinointikanavia, ja niiden tuloksia. Opinnäytetyössä ei myöskään tarkastella, mille tuotteille olisi tarvetta, ja mitä tuotetta kannattaisi myydä milläkin hetkellä. Arvioiminen tuotteiden menekistä veisi useamman vuoden tarkastelun, johon tässä opinnäytetyössä ei paneuduta, koska aika on rajattu ja se ei ole kyseisen opinnäytetyön aihe.

Toimeksiantajan puolesta rajoitteita ei ole. Sain työhön vapaat kädet ja toimeksiantajan täyden tuon ja luottamuksen. Toimeksiantaja myös pyrkii auttamaan työn vaikeissa kohdissa parhaansa mukaan ja antamaan heidän näkemyksiään.

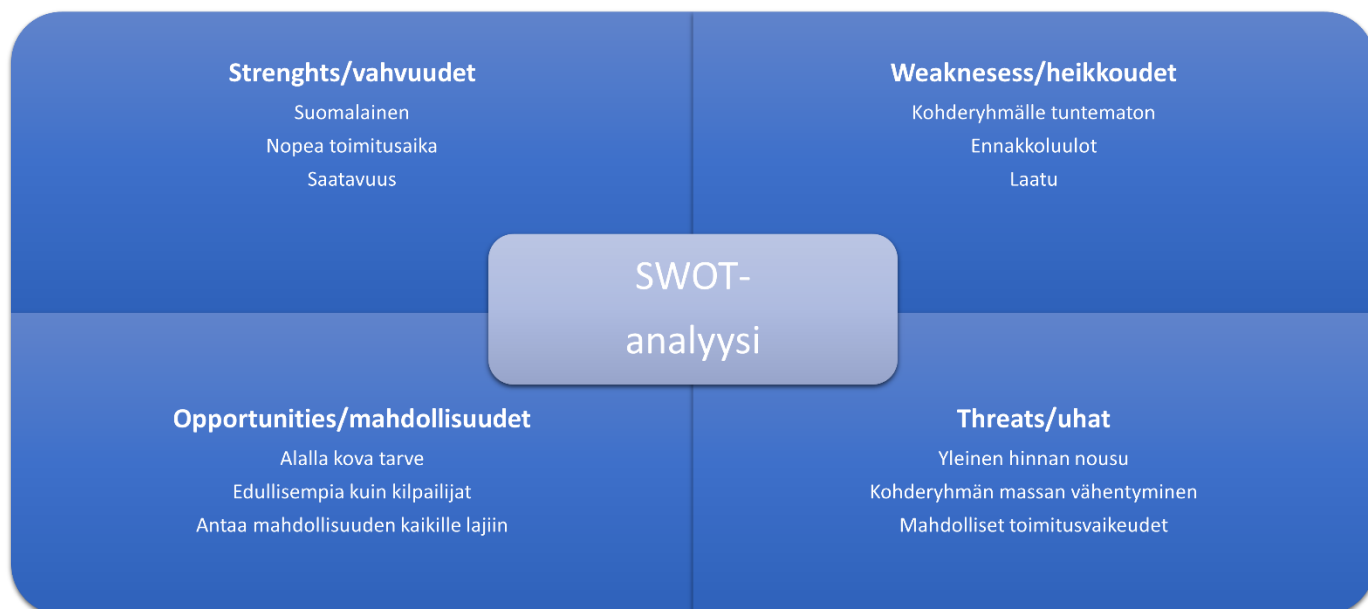
Tieteellinen perusta opinnäytetyössä tulisi olla vakuuttava ja selkeä tieteellinen perustelu, joka osoitaisi työn tarpeellisuuden ja merkityksen. Tieteellisessä perustassa olisi myös useita ja monipuolisia tiedonhankintamenetelmiä. Työn tulisi sisältää selkeät tavoitteet, jotka ovat merkityksellisiä tutkittavan aiheen kannalta. Työn tulee olla myös kielipillisesti oikein, ja sillä tulisi olla myös selkeä ja looginen pohja.

Työssä tulisi painottaa syvällistä ymmärrystä ja merkityksellisten teemojen esiintuomista. Työn tulee sisältää tarpeeksi myös empiiristä aineistoa, joka on kerätty asianmukaisin menetelmin ja tarjoaa vahvan pohjan analyysille. Tutkimus tulisi toteuttaa eettisesti kestäväällä tavalla. Analyysin tulisi olla systemaattista ja perusteellista, jossa päättely ja tulkinnat olisi loogisia ja perusteltuja. Lisäksi tulosten tulisi olla selkeästi ja ymmärrettävästi esitettyinä. Tulokset olisivat relevantteja ja tarjoaisivat uutta ymmärrystä aiheeseen.

Omasta mielestäni opinnäytetyön onnistumista, voi mitata vasta kun toimeksiantaja yritys on koittanut ohjeistusta. Mikäli opinnäytetyössä annettu ohjeistus on toimiva, ja tuotteella onnistutaan pääsemään eurooppalaisille markkinoille, on mielestäni paras onnistumisen merkki. Tämä voi toki viedä useamman vuoden. Itselleni kannalta koen myös onnistumiseksi, jos olen saanut työhän materiaalia, mitä toimeksiantaja yritys ei ole välttämättä ajatellut. Yrityksen näkökulmasta onnistumisen mittareita on useampi, kuten kuinka kannattavaa on olla eurooppalaisilla markkinoilla, saadaanko tarpeeksi markkinaosuutta ohjeistuksilla ja asiakastyytyväisyys. Toivon myös, että aiheen valinta osoittaa perehtymistäni kyseiseen alaan ja suuntautumiseeni.

6 SWOT

Taulukko 1: Swot-anaalysi



6.1 Strengths/Vahvuudet

Suomen hyvinvointi perustuu pitkälti ulkomaankauppaan. Viennin suhde bruttokansantuotteeseen oli n. 39 % vuonna 2019. Suomen tavaraviennistä noin 60 % suuntautuu Euroopan unionin sisämarkkinoille, joista Suomen tärkeimmät viennin maat ovat Saksa, Ruotsi ja Alankomaat. Liiketoiminnallisen ja taloudellisen menestyksen edellytyksiä suomalaisilla tuotteilla parantaa se, että Suomi on maailman vähiten korruptoineiden maiden joukossa. (ToolBox 9.11.2020.)

Keskon tekemän K-Barometri kyselyn mukaan suomalaisista 72 % ostaa suomalaisia tuotteita tukeakseen kotimaista tuotantoa. Kuitenkin 31 % vastaajista kertoo ostavansa ulkomaista tuotantoa halvemmän hinnan vuoksi. Keskon myyntidata osoittaa, että kuluttajat suosivat suomalaista hintojen noususta huolimatta. (Kesko 15.3.2023.)

Taitoluisteluterien toimitusajat alkoivat pidentyä kahdelta eri tehtaalta, John Wilson ja Jackson Ultima, vuonna 2020 useammastakin syystä. Suurin syy oli koronapandemian tuomat tuotanto- ja toimitusongelmat. Tehtaat ilmoittivat myös, että he tuottavat vähemmän teriä koronapandemian aikana, koska oletus oli, että ihmiset ovat kotona, poissa harrastuksista, joten uusia teriä ei tarvita. Tämä toimi hetken, kunnes maailma alkoi "avautua" eri tahtiin. Tehtaat eivät kyenneet pysymään uuden nopean kysynnän tahdissa, joten toimitusajat pitenevät noin 2–6 kuukauteen riippuen terästä ja valmistajasta. Pian maailman avauduttua alkoi Ukrainan sota. Ukrainassa sijaitsee suuri teräs tehdas sota-alueella, joka ei kyennyt pitämään tuotantoaan yllä sodan alettua. Tämä pidensi

entisestäään jo markkinoilla olevien terämerkin toimitusaikaa 3–12 kuukauteen. (Virkkunen 15.11.2023.)

Tällä hetkellä suomalaisten terien toimitusaika on n. 2–4 viikkoa, riippuen terästä. Verraten muihin terä valmistajiin tämä on nopea aika. Kun uusia luistimia hankitaan, tarve niille on yleensä pikainen, sillä harvoin pystyy ennakoimaan jalan kasvua. Tässä vaiheessa terän nopeahko toimitusaika on eduksi tuottajalle, sillä myös toimitusaika vaikuttaa päätöksen tekoon. Jos puhutaan jopa 12 kuukauden toimitusajasta, lapsen tai nuoren jalka kerkeää kasvamaan jo siinä ajassa niin, ettei terä mene enää kyseiseen luistimeen, mihin se on harkittu.

Kuten mainittu, toimitusajat ovat pidentyneet, mikä vaikuttaa saatavuuteen. Tällä hetkellä osa terämalleista on haastava löytää kuluttajan näkökulmasta. Vaikka toimittajat pyrkivät ennakoimaan kuluttajien tarpeita, aina se ei ole mahdollista. Tässä tilanteessa ennakointi pitäisi tehdä noin vuotta etukäteen. Bjørn Sports of Scandinavian ei ole ilmoittanut tuotantohaasteita tai toimitusvaikeuksia tällä hetkellä, joten heidän teriään on saatavilla tilauksesta nopealla toimitusajalla, mikäli terää ei ole suoraan liikkeessä (Virkkunen 15.11.2023).

Taitoluisteluvälineiden markkinoiden odotetaan kasvavan merkittävästä Pohjois-Amerikassa, Aasiassa ja Tyynenmeren alueella, Euroopassa ja Kiinassa. Pohjois-Amerikan ja Euroopan odotetaan hallitsevan markkinoita noin 60 % yhteenlasketulla markkinaosuudella. Yhdysvaltojen ennustetaan pitävän suurinta markkinaosuutta ja sen jälkeen Kiinan. (Maggio 2024.)

6.2 Weaknesses/heikkoudet

Taitoluistelijat ovat niin sanotusti merkkiuskollisia. He eivät vaihda luistin- tai terämerkkiään ilman painavaa syytä. Tämä koskee erityisesti kenkää, mutta myös terää. Terissä ei ole niin suurta eroa kuin kengässä, minkä takia niitä on helpompi vaihtaa. Luistelijat ostavat yleensä samalta merkiltä, mihin ovat tottuneet, mutta ovat avoimia vaihtoon, jos edellisessä merkissä on ollut jokin vika. Merkkiuskollisuuteen liittyvät myös valmentajien mieltymykset tietyistä merkeistä, ja koska valmentajien mielipide vaikuttaa luistinoston lopulliseen päätökseen. Osa syynä valmentajien merkkisuuskollisuuteen on tietämättömyys nykyisistä vaihtoehdoista. Kaikki valmentajat eivät ole tutustuneet siihen, mitä markkinoilla on, ja vaikka olisivat, he ovat itsekin merkkiuskollisia, koska ovat todenneet jonkin toimivaksi. (Virkkunen 15.11.2023.)

Tähän samaan merkkiuskollisuuteen liittyy myös ennakkoluulot toisista merkeistä, ja varsinkin uusista merkeistä. Koska luistelijat eivät ole kuulleet kokemuksia muilta luisteliijoilta uusista merkeistä, lisää tämä ennakkoluuloja entisestäään. BJØRN-taitoluisteluterät ovat edullisempia kuin kilpailijansa, mikä voi herättää ennakkoluuloja.

6.3 Opportunities/mahdollisuudet

Kuten jo aiemmin mainittu, tällä hetkellä taitoluisteluterissä on pitkä toimitusaika. Tämä tarkoittaa, että alalla on kova tarve, tuotteille olisi mahdollisesti kysyntää. Mainittu merkkiuskollisuus ei koske kaikkia luistelijoita, joten he olisivat alkuun erinomainen kohderyhmä. Kun tämä kohderyhmä jakaa kokemuksiaan, lisääntyy kiinnostus ja hyväksyntä merkkiä kohtaan.

Alla olevasta taulukosta näemme hintavertailua perusterä2 eri merkkien välillä ja hinnan nousun kehitystä Suomessa.

Taulukko 2: Perusterä2 hinnan kehitys 2019-2023 (Skate Shop D s.a.)

	Jackson Ultima Legacy 8 UB80	John Wilson Coronation Ace	BJØRN Loiste
2019	179,00 €	220,00 €	X
2021	179,00 € (+0 %)	225,00 € (+2,27 %)	X
2023	229,00 € (27,93 %)	259,00 € (+15,11 %)	149,00 €

Yllä olevasta taulukosta näemme, jo markkinoilla olevat terät ovat tässä mallissa 53,69–73,83 % kalliimpia kuin BJØRN-valmistavat terät. Suurin korotus Suomessa tuli vuosien 2021 ja 2023 aikana. Osa syynä tähän oli yleinen hinnan nousu, mutta myös tehty hinnan tarkistus kyseisille tuotteille. Terävalintaa tehdessä osa kuluttajista voi pitää hintaa ratkaisevana tekijänä. Toisaalta osalle kuluttajista hinta ei välttämättä ole ratkaiseva tekijä, mutta alempi hinta voi silti olla houkutteleva. Kulut ovat nousseet kaikkialla Euroopan Unionissa, joten kuluttajat voivat olla kiinnostuneita uudesta, edullisemmasta mahdollisuudesta vaikka se ei olisi ennestään tuttu.

Terä on huomattavasti edullisempi kuin kilpailijansa. Korkeat varustemaksut ovat osasyynä korkeaan harrastuskustannukseen. Koska terä on edullisempi kuin kilpailijansa, se antaa mahdollisuuden harrastaa lajia niille kuluttajille, jotka joutuisivat lopettamaan korkeiden maksujen takia. Edullisempi vaihtoehto osoittaa kuluttajille, ettei lajiin ole pakko kuluttaa useita tonneja vuodessa. Tämä houkuttelee kuluttajia enemmän lajin pariin, ja mitä enemmän seuroissa on luistelijoita, sitä vähemmän seurojen tarvitsee nostaa hintoja. Ja kun seurojen ei tarvitse nostaa hintojaan, yhä useammalle nuorelle tai lapselle mahdollistuu harrastaminen lajin parissa.

6.4 Threats/Uhat

Vaikka tällä hetkellä BJØRNISEN terät ovat edullisempia kuin kilpailijansa, eivät heidän teränsä ole immuuneja inflaatiolle. Koska he ovat uusia kyseisellä asiakaskunnalla, inflaatio ei ole välttämättä iskenyt heihin samalla tavalla. On hyvin mahdollista, että inflaatio ottaa heihin tulevaisuudessa ja he joutuvat nostamaan hintojaan kilpailijoidensa tasolle. BJØRN laajensi toimintaansa jääkiekkoteristä taitoluisteluteriin, koska nykyisillä toimijoilla oli haasteita pysyä kysynnän mukana, joka johti toimitusaikojen pitenemiseen. Mikäli BJØRN lähtee laajentamaan toimintaansa Euroopan Unionin alueelle, toimitusvaikeudet ovat heille mahdollisia. On myös vaikea ennakoida tarkasti terien kysyntää, joten on myös mahdollista, että BJØRN-terät joutuvat kamppailemaan pysyäkseen kysynnän mukana.

Kuten aiemmin puhutti, taitoluistelu on hintavampi harrastus, ja viime vuosina sen kustannukset ovat nousseet ympäri Eurooppaa. Jo nyt on huomattu viimeisen kahden vuoden aikana, ettei luitelukululaisia ole ilmoittautunut saman verran kuin ennen (Cremin 23.8.2023). Tämä tarkoittaa valitettavasti sitä, että taitoluistelun harrastajamäärä kilpailu- ja harrastetasolla on vähentynyt. Yrityksen näkökulmasta tämä tarkoittaa sitä, että asiakunta ei ole enää yhtä laaja kuin ennen. Yritys ei itse pysty tähän vaikuttamaan, vaan se joutuu sopeutumaan harrastajamäärien muutoksiin.

7 PESTEL-analyysi

Pestel-analyysi auttaa arvioimaan ulkoisia tekijöitä, jotka saattavat vaikuttaa yritystoimintaan. Tekijät jaetaan poliittisiin, taloudellisiin, sosiaalisiin, teknologisiin, oikeudellisiin ja ympäristötekijöihin. Pestel-analyysin avulla saadaan selkeämpi kuva näistä tekijöistä, pystyy yritys paremmin ymmärtämään bisneksen aseman ja potentiaalin markkinoilla. (Business Makeover s.a.)

Kun kohdemaana ei ole yksittäinen valtio, vaan taloudellinen ja poliittinen liitto. Se tuo samalla etuja, mutta myös haasteita. Euroopan unioniin kuuluu 27 valtiota, ja ne kattavat suuren osan Euroopasta. Euroopan Unionilla on kuusi keskeistä arvoa, ihmisarvo, vapaus, demokratia, tasa-arvo, oikeusvaltioperiaate ja ihmisoikeudet, mukaan lukien vähemmistöjen oikeudet. Liiton tarkoitus on luoda yhteiset säännöt ja parantaa Euroopan kaupankäyntiä ja elinoloja. Markkinatutkimuksen tekeminen ja liiketoimintastrategian mukauttaminen kunkin EU-maan ainutlaatuisiin olosuhteisiin on olennaista taitoluisteluterien menestymiselle. Lisäksi EU:n säädösten ja markkinatrendien ajan tasalla pysyminen on ratkaisevan tärkeää dynaamisilla Euroopan markkinoilla liikkumisen kannalta. (Euroopan unioni A.)

7.1 Poliittinen

Euroopan unionin yksi suurimmista saavutuksista on sisämarkkinoiden luominen. Tämä tarkoittaa, että tavaroilla, palveluilla, pääomalla ja henkilöillä on vapaa liikkuvuus EU:n sisämarkkinoilla. Poistamalla teknisiä, oikeudellisia ja byrokraatiaan liittyviä esteitä, mahdollistaa EU sen, että kansalaiset voivat vapaasti käydä kauppaa ja hoitaa liiketoimia. EU:lle on myös ominaista poliittinen vakaus ja sitoutuminen oikeusvaltioperiaatteeseen, mikä takaa turvallisen ympäristön liiketoiminnalle. (Euroopan unioni B.)

Euroopan unionin sisämarkkina on yksi maailman suurimmista yksittäisistä markkina-alueista. EU:n bruttokansantuote oli 14,5 biljoonaa euroa vuonna 2021. Suuri, yksittäinen markkina-alue takaa yritykselle laajan asiakaskunnan, mikä voi johtaa lisääntyneisiin myyntimahdollisuuksiin ja suurempaan tuottopotentiaaliin. Vapaa liikkuvuus tuotteille yksinkertaistaa kansainvälistä liiketoimintaa yritykselle, ja poistaa monia kaupan esteitä, kuten tulleja, tuonti- ja vientirajoituksia. Euroopan unionilla on myös yhteinen valuutta 20 jäsenvaltiossa. Tämä helpottaa hintavertailua, ja samalla pyrkii estämään epäoikeuden mukaista hinnoittelua. Yhteisen valuutan, euron, käyttö yksinkertaistaa rahansiirtoja ja vähentää valuuttariskiä euroalueella kansainvälistä kauppaa harjoittaville yrityksille. (Euroopan unioni.)

Vaikka sisämarkkinoilla on vapaa kaupankäynti, ja monia esteitä on poistettu EU:n toimesta, on sisämarkkinoille jäänyt joitakin esteitä. Euroopan unioni pyrkii yhdenmukaistamaan edelleen mm.

seuraavia esteitä; erilaisia kansallisia verojärjestelmiä, erillisiä kansallisia markkinoita rahoituspalveluiden, energian ja liikenteen aloilla, erilaisia verkkokaupan sääntöjä, normeja ja käytäntöjä EU-maiden välillä ja monimutkaisia ammattipätevyys tunnistamista koskevia sääntöjä. (Euroopan unioni.)

Epävakaata talous ja rahoituskriisi ovat suuria haasteita koko Euroopassa. Ilmastonmuutos, ikääntyvät väestö, työttömyys, maahanmuutto ja maailman turvallisuus ovat asioita, joihin EU:n piirissä on löydettävä ratkaisuja. Yksi käsite, joka on tullut esiin viime vuosien keskusteluissa omavaraisuuden lisääntymisessä, on strateginen autonomia. EU-kontekstissa se viittaa alun perin puolustuskyvyn kehittämiseen, varsinkin Brexitin jälkeen. Viime vuosina strateginen autonomia on kuitenkin tarkoittanut laajempaa ajatusta strategisesta omavaraisuudesta, joka ulottuu puolustusteknologian lisäksi kriittisiin materiaaleihin. Erityisen suurta EU-maiden Kiina-riippuvuus on puolijohdeteollisuudessa tarvittavissa kriittisissä raakamateriaaleissa. Yhtenä esimerkkinä strategisen autonomian laajentumisesta voidaan pitää investointiohjelmaa European Chips Actia, joka pyrkii tekemään EU:sta aiempaa omavaraisemman mikrosirujen tuotannossa. Myös akkuminaaleissa Eurooppa pyrkii suurempaan omavaraisuuteen. (Miettinen 2024.)

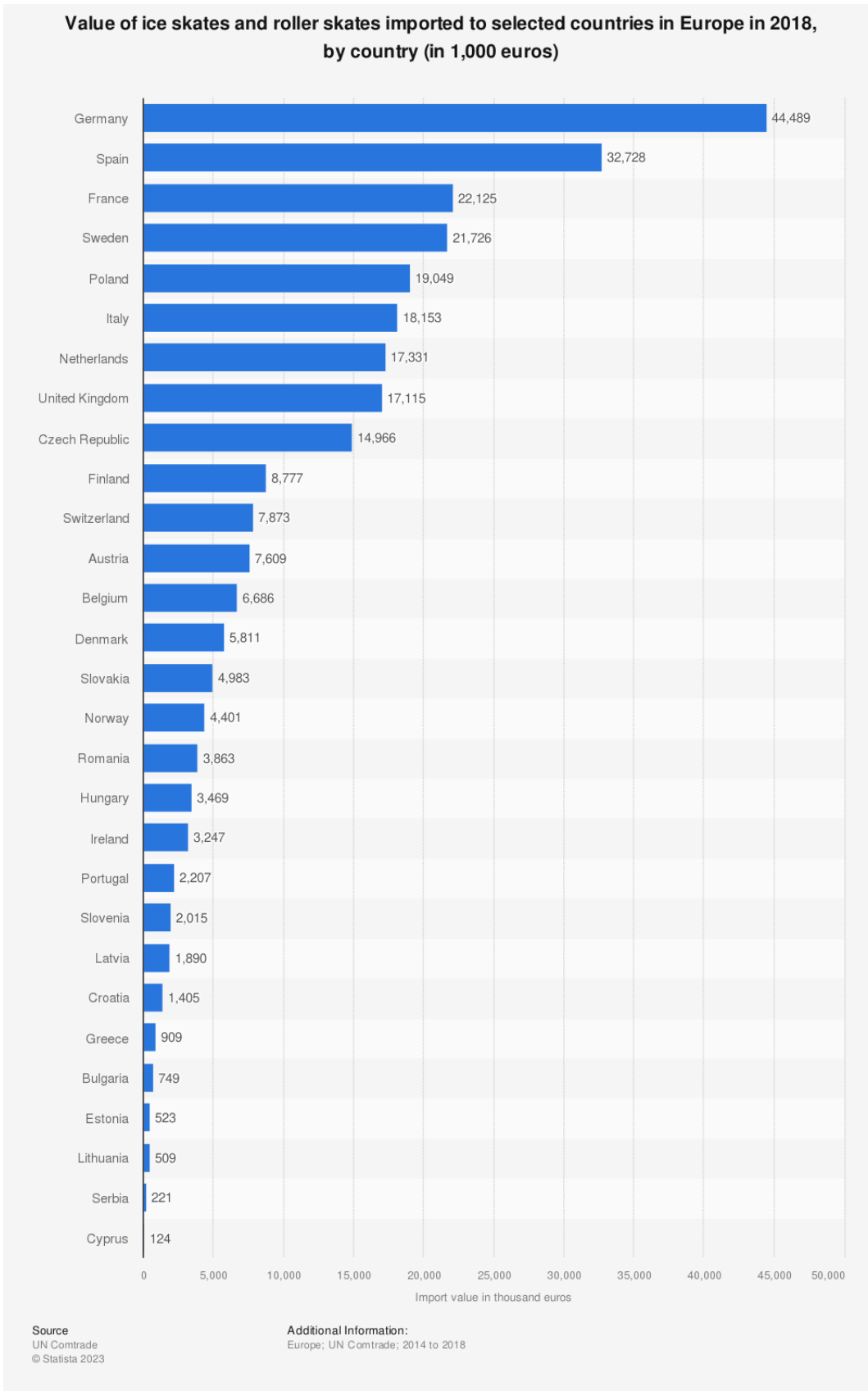
7.2 Ekonominen/taloudellinen

Yleinen hintataso on noussut kaikkialla Euroopassa vuodesta 2020 alkaen. Urheilu-, retkeily- ja ulkoiluvälineiden hinnat alkoivat nousta vuonna 2020 ja saavuttivat korkeimman arvonsa EU:ssa. Urheilu-, retkeily- ja ulkoiluvälineiden hinnat nousivat vuonna 2022 huomattavasti aiempia vuosia nopeammin ja vuosimuutos oli 3,8 % +2,5 prosenttiyksikkökorkeampi kuin vuotta aiemmin. (Eurostat A 5.4.2023.) Tämä on vaikuttanut myös taitoluisteluteriiniin, niiden hinta on noussut myös. Osan terämallien hinta on noussut jopa kuluttajille epärealistisen korkealle.

Urheilulehden Suomessa tekemän kyselytutkimuksen mukaan, joka on julkaistu Ilta-Sanomissa, 14–15-vuotiaan junioriluistelijan vuosikulut voivat olla peräti 12 000 €. Kyselyllä haluttiin selvittää, mitä eri lajit kaikkine sivukuluineen maksavat vuodessa. Selvityksessä ei huomioitu pelkästään seurojen ja liittojen perusmaksuja vaan mahdollisimman tarkasti välittömät kulut ja myös pakolliset välilliset kulut. Taitoluistelu on aina ollut kallis kilpaurheiluharrastus, mutta Kari Puronahon mukaan kulut ovat kolminkertaistuneet sitten 2000-luvun. Vuosikuluihin vaikuttaa alue, ja suurin hintahaitari on kilpa- ja harrastetasojen välillä. Hinnan nousuun on vaikuttanut inflaation lisäksi myös vaatimus laadukkaammasta valmennuksesta ja harrastepaikoista. (Lempinen 9.3.2023.)

Yhdenmukaistetuilla kuluttajaindeksillä (YKHI) vuonna 2022 virkistys- ja urheilupalveluiden hintojen muutosvauhti oli EU:ssa mitattuna 4,7 %, mikä oli korkein arvo viimeiseen kymmeneen vuoteen. Kaudella 2012–2022 näiden palveluiden vuotoinen keskimääräinen muutosvauhti oli 2,2 %,

mikä tarkoittaa nopeampaa nousua kuin kaikkien eri yhdenmukaistettu kuluttajaindeksi. (Eurostat B5.4.2023.) Tämä artikkeli indikoi, että tilanne mikä on Suomessa nuorten harrastusten kallistumisen kanssa, on myös muualla Euroopan Unionissa.



Kuva 2: Luistimien ja rullaluistimien tuonti Eurooppaan maittain 2018 (International Trade Centre maaliskuu 2019)

Yllä oleva kuvaa luistimien ja rullaluistimien tuontia Eurooppaan maittain vuonna 2018. Tästä kuvan taulukosta voimme poissulkea Yhdistyneen kuningaskunnan (United Kingdom), Sveitsin, Norjan ja Serbian, sillä kyseiset maat eivät kuulu Euroopan unioniin mitä nyt tarkastelemme. Kuvan taulukossa on myös mukana rullaluistimet ja jääkiekkoluistimet, jotka eivät korreloi taitoluistimien terien kysynnän kanssa. Kuvan taulukosta voi lukea, että Saksa, Espanja ja Ranska ovat kolme suurinta markkina-aluetta luistimille ja rullaluistimille. Maantieteellisesti voi päätellä, että rullaluistimet nostavat Espanjaa korkealle listalla. Neljänneksi suurin on Ruotsi, joka on hyvin samankaltainen demograafisilta ominaisuuksiltaan ja taitoluistelu yhteisöltään kuin Suomi. Mutta myös Ruotsin lukemaa nostaa jääkiekkoluistimet, joka on suosittu laji Ruotsissa.

Kuvan taulukkoa tulkiten voi sanoa, että Saksa, Ranska ja Ruotsi ovat valtioita, jossa on eniten kysyntää luistimisille, ja näin ollen myös terille Euroopan unionissa. Saksa on selkeästi valtio, johon tuotiin eniten luistimia ja rullaluistimia euro tasolla mitattuna. Saksaan tuonti luistimissa ja rullaluistimissa oli 35,94 % suurempi kuin seuraavaksi suurimmalla Espanjalla, ja yli tuplat suurempi kuin kolmanneksi suurimmalla Ranskalla. Luistimien ja rullaluistimien tuonnin perusteella pystyy päättämään, että näissä neljässä valtiossa, Saksa, Ranska, Espanja ja Ruotsi on oma taitoluistelu yhteisönsä, ja lajilla on oma kulttuurinsa.

7.3 Sosiaalinen

Taitoluistelu ei ole Euroopan unionin alueella suosituimpia lajeja. Se on vasta 34 suosituin laji Euroopassa. (Sports Foundation 23.9.2023.) Eli lajin suuruus Euroopan unionin alueella ei ole suuri. Sponsor Insightin tekemän tutkimuksen mukaan taitoluistelu ei kuulu yleisellä tasolla Suomen suosituimpiin lajeihin, mutta naisten keskuudessa se on jopa neljänneksi suosituin. (Sponsor Insight maaliskuu 2021.) Tämä toisaalta ei indikoi, miten muualla Euroopassa näkyy taitoluistelun suosio, sillä Suomessa perinteisesti talviurheilulajit ovat olleet suosiossa.

Maailmanlaajuiset taitoluisteluvälinemarkkinat kasvavat tasaisesti, koska taitoluistelun suosio vapaa-ajan- ja kilpaurheiluna on kasvanut. Markkinoilla on havaittavissa kysynnän kasvua korkealatuuisissa ja teknisesti kehittyneiden varusteiden osalta, jotka mahdollisesti parantavat suorituskykyä ja tarjoavat luisteliijoille mukavuutta ja turvallisuutta. Yksi tärkeimmistä markkinoiden kasvun edistävästä suuntauksista on taitoluistelun harrastajien määrän kasvu kaikissa ikäryhmissä. (Maggio 2024.)

Aiemmin mainittu kuluttajien merkkiuskollisuus ja ennakkoluulot uusista merkeistä ovat haaste, joka BJORNin tulee voittaa. Luistelijan mielipiteeseen terästä vaikuttaa valmentajan mielipide ja luistelijan omat mielikuvat. Myös vanhempien mielipide tulee ottaa huomioon, koska he usein

kustantavat harrastuksen. Valmentajan mielipiteeseen luistelijalle sopivasta terästä vaikuttaa luistelijan taso, luistelutyylit ja valmentajan oma tietotaito teristä.

7.4 Teknologinen

Taitoluisteluterät valmistetaan teräsnauvoista, joiden hiilipitoisuus vaihtelee valmistettavan luistinterän laadun mukaan. Edistyksellisissä terissä käytetään laadukkaampaa terästä kuin perusterissä. Kun terä laatu on korkea, pysyy terä terävänä/teroitettuna pidemmän aikaa. Monet uudemmat perusterät valmistetaan ruostumattomasta teräksestä, joka vähentää terän kulumista ja ruostumista. Wilsonin ja Eclipsen tuotteiden juotos, jolla terät kiinnitetään kengän pohjaan, hopea juotetaan. Osa merkeistä hopeajuottamisen sijasta käsin juottaa pronssilla kiinnityskohdan. Kevyt terissä runko valmistetaan ruostumattomasta alumiiniseoksesta, joka voi auttaa saamaan hyppyihin korkeutta ja antamalla lisää rotaatioaikaa keventämällä terän painoa. Kevyt terät ovat uusin taitoluisteluterä innovaatio markkinoilla. (Skaters Landing s.a.)

Vuonna 2020 alkoi ennennäkemätön verkkokaupan kasvu, joka syntyi alun perin pakosta. Muutoksen tarve laukaisi innovaatioita ja oli potentiaalia muuttaa kuluttajien ostokäyttäytymistä pitkällä aikavälillä. Monet asiantuntijat ennustivat pysyvää hyötyä sähköiselle kaupankäynnille. Vaikka vuonna 2020 tehtiin ennätyksellinen maailman laajuinen liikevaihdon kasvu sähköisessä kaupankäynnissä, sitä ei kyetty toistamaan seuraavana vuonna. Vaikka vuonna 2021 sähköisen kaupankäynnin liikevaihto oli suurempaa kuin ennen koronaa. Venäjän sota Ukrainaa vastaan laukaisi epävarmuutta, myös tuotetarjonnassa. Tämän seurauksena maailmanlaajuiset sähköisen kaupankäynnin markkinat pysähtyivät enemmän tai vähemmän vuonna 2022 Statista Digital Market Outlookin mukaan. (eCommerce DB 11.8.2023.)

Vuonna 2022 kaikilla vuosineljänneksellä verkkotilausvolyymit olivat merkittävästi pienemmät maailman laajuisesti kuin vuoden 2021 vastaavilla vuosineljänneksillä. Laskuun vaikutti merkittävästi pöytä tietokoneilla tehdyt tilausmäärät, jotka laskivat 16 % vuoteen 2021 verrattuna. Maailmanlaajuisesti mobiililaitteiden kautta tehtyjen tilausten määrä kasvoi lievästi kolmannella ja neljännellä vuosineljänneksellä. Nouseva trendi on positiivinen merkki. Tähän vaikuttaa se, että mobiililaitteilla on paljon suurempi rooli verkkokaupoissa nykyään, sillä ne vastaavat suurimmasta osasta verkkotilauksia. Tilausmäärien ja sähköisen verkkokaupan elpyminen on vuonna 2023 siis todennäköistä. (eCommerce DB 11.8.2023.)

7.5 Ekologinen

Uuden Eurobarometri-tutkimuksen mukaan 94 % EU:n jäsenvaltioiden kansalaisista sanoo, että ympäristönsuojelu on heille tärkeää. Lisäksi 91 % kansalaisista toteaa, että ilmastonmuutos on vakava ongelma EU:ssa. Eurobarometritutkimuksesta käy ilmi, että kansalaiset haluavat, että

ympäristön suojelun eteen tehdään enemmän ja että heidän mielestään vastuu pitäisi jakaa suur-yritysten ja teollisuuden, kansallisten hallitusten ja EU:n sekä kansalaisten itsensä kesken. Haastattelevat kansalaiset katsoivat, että tehokkaimmat keinot ongelmien ratkaisemiseksi ovat ”kulutus-tapojen muuttaminen” ja ”tuotanto- ja kaupankäyntitapojen muuttaminen”. Tutkimuksessa selvitetiin myös asenteita vaateteollisuutta kohtaan, ja siinä todettiin, että ympäristöasiat ja työolot huolestuttavat suuresti. Vastaajat toivoivat vaatteita, jotka kestävät pidempään ja jotka ovat valmistettu kierrätettävistä materiaaleista. (European Commission 3.3.2020.)

Myös Kansainvälinen taitoluisteluliitto (ISU) on ottanut kestävän kehityksen huomioon. ISU tunnustaa, että sen on omaksuttava kestävä kehitys välttämättömänä edellytyksenä suojellakseen ”toimintalupaansa” ja maksimoi täysin luistelun vaikutuksen positiivisen käyttäytymismuutoksen ja maapallon suojelun voimana. ISU on sitoutunut kaikissa sidosryhmissä, joiden kanssa se on vuorovaikutuksessa, kestävään kehitykseen ja auttaa varmistamaan, että luistelua harjoitetaan ympäristön kannalta järkevällä, taloudellisesti elinkelpoisella ja sosiaalisesti vastuullisella tavalla ja että se edistää Yhdistyneiden kansakuntien kestävän kehityksen tavoitteiden saavuttamista. (International Skating Union 2023.)

7.6 Laillinen

Valmistajalla on keskeinen rooli varmistaa, että Euroopan talousalueen (ETA) laajennetuille yhteisille markkinoille tuodut tuotteet ovat turvallisia. Valmistajan vastuulla on tarkistaa, että niiden tuotteet täyttävät EU:n turvallisuus-, terveys ja ympäristösuojeluvaatimukset. Valmistajan vastuulla on myös suorittaa vaatimustenmukainen arviointi, laatia tekninen tiedosto, antaa EU-vaatimustenmukaisuusvakuutus ja kiinnittää tuotteeseen CE-merkintä. Vasta sen jälkeen tuotteella voidaan käydä kauppaa ETA-alueella. (European Commission s.a.)

CE-merkintä on pakollinen vain tuotteille, joille on määritelty koko EU:ssa voimassa olevat vaatimukset ja joilta merkintää nimenomaisesti edellytetään. Taitoluisteluterät eivät kuulu tähän kategoriaan. Niitä säätelevät enemmän kansalliset ja kansainväliset standardit ja turvallisuusmääräykset. Kuitenkin vaikka CE-merkintää ei tarvita, on silti tärkeää, että taitoluisteluterät täyttävät turvallisuusvaatimukset ja että niitä käytetään oikein. Valmistajat voivat noudattaa muita standardeja ja suosituksia varmistaa, että heidän tuotteensa ovat turvallisia ja laadukkaita. (Europa 2024.)

Teollisuus- ja tekijänoikeuksilla tarkoitetaan luonnoksia, kuten keksintöjä, kirjallisia ja taiteellisia teoksia, malleja ja symboleja sekä yritysten käyttämiä nimiä ja kuvia. Teollisuus- ja tekijänoikeudet suojaavat keksijöitä, luovan työn tekijöitä ja yrityksiä muilta, jotka hyötyvät virheellisesti luonnoksista tai keksinnöistä. Teollisuus- ja tekijänoikeudet antavat kuluttajille takuita tavaramerkeillä ja maantieteellisillä merkinnöillä, joista käy ilmi luodun alkuperä ja jotka voivat toimia

laatuindikaattoreina. Patentit suojaavat keksintöä tai teknistä tuotetta tai menetelmää. On laitonta, että muut valmistavat, käyttävät, jälleenmyyvät, vuokraavat tai toimittavat patentoitua esinettä tai menetelmää. (Euroopan komissio s.a.)

8 Pohdintaa

Työn tavoitteena oli tehdä ohjekirja toimeksiantajalle, mitä vaatisi lähteä ulkomaisille markkinoille, mikä olisi heille hyvä kohdemarkkina ja antaa toimeksiantajalle tieto, mitä laajentuminen ulkomaisille markkinoille realistisesti vaatisi heiltä. Omasta mielestä tuotos antaa kuvan ja ohjeistuksen, mitä kansainvälistyminen vaatisi yritykseltä ja miten Skate Shopin kannattaisi kansainvälistyminen tehdä. Työn alkuperäinen ajatus oli geneerinen ohjekirja, mutta työn edetessä vastaan tuli lähteitä, jonka avulla pystyttiin tekemään rajausta. Kyseinen rajausta ei näy kuitenkaan läpi opinnäytetyön, empiirisessä osassa työtä on tehty geneerisemmällä ajatuksella kuin teoriaosuutta. Työtä tehdessä keskityttiin myös epäoleellisiin asioihin ja omasta mielestä toistettiin tiettyjä asioita, esim. terän edullisuutta. Näitä koitettiin rajata pois opinnäytetyön viimeistelyssä, mutta tuotokseen jäi yhä näitä asioita.

Päätuloksena oli suunnitelma, joka antoi ohjeet, miten ja minne Skate Shopin kannattaisi laajentua terien kanssa. Työn luonne muuttui matkan varrella hieman, ja suunnitelmasta muodostui enemmän ohjekirja ja se antaa työkalut kansainvälistymiseen. Itse koen, että suunnitelma oli realistinen heille, kun otetaan heidän resurssinsa huomioon. Kuten jo mainittu, tiettyjen asioiden rajausta oli haastavaa. Tuloksen perusteella voidaan sanoa, että Skate Shop voi lähteä ulkomaisille markkinoille, ja kun otetaan huomioon tuotoksessa esitellyt pointit, lopputuloksen tulisi olla optimaalinen. Työn ideana on, että työtä voitaisiin käytännössä hyödyntää ja se olisi tarpeeksi käytännön läheinen. Tulosta voidaan myös hyödyntää, mikäli Skate Shop haluaa viedä toista itse tuottamamaansa tuotetta ulkomaille. Markkina on spesifi, joten työtä voidaan hyödyntää myös, mikäli toinen alan pienyritys, jolla on itse tuottama tuote, haluaa laajentua ulkomaille.

Koen, että työssä onnistuttiin ottamaan huomioon Skate Shopin resurssit suunnitelmassa. Koen, että työssä myös onnistuttiin rajaamaan teoriaosuutta ja suunnitelmaa Skate Shopille sopivaksi, eikä vain otettu helpointa tietä. Koen, että Skate Shop kykenee hyödyntämään tuotosta, mikäli he lähtevät laajentumaan ulkomaisille markkinoille. Työssä on ohut punainen lanka, mutta selkeä rakenne ja punaisen langan ympärille rakentaminen puuttuu. Tämä johtunee siitä, että työtä tehtäessä ajatus valmiista työstä muuttui. Jos tekisin tämän uudelleen, ehdottomasti valmistaisin itseni paremmin työn vaatavuuteen. Työhön hakisin selkeämmän rakenteen ja puhutun punaisen langan. Perustaisin tietoperustan mahdollisesti myös eri lähteisiin, lähteisiin, jotka ovat tehty Euroopassa, jotta teoriaa olisi helpompi käsitellä. Jatkokehittämiseksi työstä, voisi tehdä tarkemman analyysin mitä tuotteita kannattaa ja minnekin viedä.

Vahvuutena työn teossa oli alan tunteminen hyvin ja alkuun motivoitunut tekeminen työhön. Työn tekemistä ja sen onnistumista helpotti lähteiden löytäminen. Tietoperusta oli helppo rakentaa, kun tietoa ja lähteitä oli saatavilla. Myöskin empiiriseen osaan etsimisen jälkeen löytyi luotettavia

lähteitä, joita pystyi käyttämään tukemaan alkuperäistä ajatusta. Heikkouksena koko työssä ja sen tekemisessä oli kokonaisuuden hahmottaminen. Myös aiheiden rajaaminen onnistui tietyiltä osin heikosti. Empiirisessä osiossa oli myös haastavaa saada lähteet omalle tiedolle, jota on lajin parissa saanut. Koko raportissa on osia, jotka eivät liity lopputulokseen, mutta koen että ne tuli sisällyttää työhön kokonaisuuden kannalta. Työtä tehdessä myös ajatusten kokoaminen ja lopputuloksen miettiminen olisi ollut hyvä.

Koen oppineeni prosessin aikana paljon yritysten kansainvälistymisestä, voisi sanoa, että enemmän mitä opin suuntautumiskursseillani. Koska aihe on lähellä itseäni, työtä oli vaikeuksienkin kanssa kiinnostavaa tehdä. Sain myös itselleni näin koulun loppusuoralla varmuuden, että valitsin oikean suuntautumisen. Opin laajentumisen rahoittamisesta, ja mitä eri keinoja siihen on. Kun tarkastelee viime syksynä, talvena ja keväällä tehtyjä omia valintoja henkilökohtaisessa elämässä, olisi voinut jättää ottamatta kokopäivätyön tai lopettaa hetkellisesti toisen osa-aikaisen työn. Uuden kokopäivätyön opettelu, taitoluisteluvallmentajana toiminen osa-aikaisena ja opinnäytetyön sovittaminen ajallisesti oli haastavaa, ja ajoinkin itseni uupumukseen talven aikana. Tämän kautta kuitenkin opin priorisoimaan omaa jaksamista ja hyvinvointia. Opin, kuinka paljon iso projekti vie omia voimia ja, että kuten yritykselle tulee resurssien realiteetit vastaan, niin myös itselle tulee oman jaksamisen realiteetit vastaan. Jos tekisin projektia uudelleen, tekisin henkilökohtaisessa elämässä valintoja, jotta kykenisin suorittamaan projektia täydellä panostuksella. Ja tulevaisuudessa, jos saan työelämässä vastaavan isoja projekteja käsiteltäväksi, otan huomioon, miten henkilökohtaista elämää tulee muokata siihen.

Lähteet

BjornSports s.a. Luettavissa: https://www.bjornsports.com/?fbclid=IwZXh0bgN-hZW0CMTAAAR23nx0tx8bkXL3QISVP9X4cnAZNnwCLVPly95Cza6e-5E0ElrqVYqML7ow_aem_AW5n1aOMJrpImpEaow7sJn779YtsyUzHs-gJXR_s_Pav_y3yRgGfLAvk88on7j28tWEFxbbuOpX0OZ8hDxyWRZAwKM. Luettu: 11.5.2024

Business Make-Over s.a., PESTLE-analyysi. Luettavissa: <https://businessmake-over.eu/fi/tools/pestle-analysis>. Luettu: 30.10.2023

Cremin R. 23.8.2023, Perheiden taloudellinen tilanne näkyy jo urheiluseuroissa – kerro meille, onko raha vaikuttanut omien lastesi harrastuksiin, YLE. Luettavissa: <https://yle.fi/a/74-20046422>. Luettu: 23.10.2023

eCommerce DB 11.8.2023, Global Online Order Volumes Shrink in 2022. Luettavissa: <https://ecommercedb.com/insights/global-online-order-volumes-shrink-in-2022/3997>. Luettu: 1.11.2023

Euroopan komissio. s.a. Henkinen omaisuus. Luettavissa: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/fi/content/henkinen-omaisuus>. Luettu: 21.4.2024

Euroopan unioni A s.a., EU:n päämäärät ja arvot. Luettavissa: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/principles-and-values/aims-and-values_fi. Luettu: 30.10.2023

Euroopan Unioni B s.a. Sisämarkkinat. Luettavissa: https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/single-market_fi. Luettu: 30.10.2023

Europa 7.3.2024, CE-merkintä. Luettavissa https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/ce-marking/index_fi.htm#. Luettu: 21.4.2024

European Commission 3.3.2020, New Eurobarometer Survey: Protecting the environment and climate is important for over 90% of European citizens. Luettavissa: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_331. Luettu: 21.4.2024

European Commission s.a. Manufacturers. Luettavissa: https://single-market-economy.ec.europa.eu/single-market/ce-marking/manufacturers_en?prefLang=de. Luettu: 21.4.2024

Eurostat A 5.4.2023, Price of sports goods & services: sharp increase in 2022. Luettavissa: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/DDN-20230405-1>. Luettu: 23.10.2023

Eurostat Bln, Euroinficators, s.a. 19.9.2023, Annual inflation down to 5.2% in the euro area. Luettavissa: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/17524083/2-19092023-AP-EN.pdf/7b701ff5-0011-ccc9-8cde-9f559f345ce9>. Luettu: 31.10.2023

Finder s.a. Bjorn Sport Oy Ltd. Luettavissa: <https://www.finder.fi/Urheiluv%C3%A4lineet+ulkoi-luv%C3%A4lineet+ja+varusteet/Bjorn+Sport+Oy+Ltd/Helsinki/yhteystiedot/3589033>. Luettu: 11.5.2024

Grath A. 2016, The handbook of international trade and finance, the complete guide for international sales, finance, shipping and administration. 4.painos Lontoo

International Skating Union, lokakuu 2023, ISU SUSTAINABILITY STRATEGY, Transition Action Plan 2023-2030. Luettavissa: <https://isu.org/docman-documents-links/isu-files/documents-communications/sustainability-1/32502-isu-sustainability-strategy-2023-2030/file>. Luettu: 21.4.2023

International Trade Centre, 14.3.2019, Value of ice skates and roller skates imported to selected countries in Europe in 2018, by country (in 1,000 euros) Statista. Luettavissa: <https://www-statista-com.ezproxy.haaga-helia.fi/statistics/986261/import-ice-skates-and-roller-skates-europe/>. Luettu: 31.10.2023

Kesko s.a. 15.3.2023, Hinta merkitsee, kotimaisuus on valinnoissa edelleen korkealla – kolme havaintoa suomalaisten kuluttajakäyttäytymisestä. Luettavissa: <https://www.kesko.fi/media/uutiset-ja-tiedotteet/uutiset/2023/hinta-merkitsee-kotimaisuus-on-valinnoissa-edelleen-korkealla--kolme-havaintoa-suomalaisten-kuluttajakayttaytymisesta/>. Luettu: 17.10.2023

Lempinen M. 9.3.2023, Lasten urheilun hinnat räjähtivät taivasiin Suomessa: ”Alkaa olla rikkaiden yksinoikeus”. Ilta-Sanomat. Luettavissa: <https://www.is.fi/urheilu/art-2000009440355.html>. Luettu: 23.10.2023

Maggio C. 13.3.2024, Figure Skating Equipment Market Analysis and Sze Forecasted for period from 2024 to 2031. Luettavissa: <https://medium.com/@cathymaggio15/figure-skating-equipment-market-analysis-and-sze-forecasted-for-period-from-2024-to-2031-bdc9c93f8c7e> . Luettu: 21.4.2024

Miettinen T. 20.2.2024, EU kriisien aikakaudella. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/julkaisut/eu-kriisien-aikakaudella/>. Luettu: 20.4.2024

Seyoum B. 2022, Export- Import Theory, practices, and procedures. 4.painos, Routledge, New York.

Skate Shop A s.a. Ultima MX7150 Matrix Supreme. Luettavissa: <https://skateshop.fi/p37164/ultima-mx7150-matrix-supreme>. Luettu 15.5.2023

Skate Shop B s.a. Etusivu. Luettavissa: <https://skateshop.fi/>. Luettu: 20.10.2023

Skate Shop C s.a. Yritysesittely. Luettavissa: <https://skateshop.fi/yritysesittely>. Luettu 20.10.2023

Skate Shop D s.a. Perusterä2 hinnan kehitys 2019–2023. Luettavissa: <https://skateshop.fi/c7868/yleister%C3%A4t>. Luettu: 19.10.2023

Skaters Landing s.a., All About Blades: A Basic Guide. Luettavissa: <https://skaterslanding.com/pages/all-about-blades-a-basic-guide>. Luettu: 30.10.2023.

Sponsor Insight, maaliskuu 2023, Sponsor Navigator 2023: Jääkiekko, yleisurheilu, hiihto & jalkapallo edelleen suosikkilajit. Luettavissa: <https://www.sponsorinsight.fi/post/sponsor-navigator-2023-i%C3%A4kiekko-yleisurheilu-hiihto-jalkapallo-edelleen-suosikkilajit>. Luettu: 6.11.2023

Sports Foundation, 27.9.2023, 46 European Sports List (sorted by Popularity). Luettu: [https://sportsfoundation.org/european-sports-list/#What are the most popular European sports](https://sportsfoundation.org/european-sports-list/#What%20are%20the%20most%20popular%20European%20sports). Luettu: 6.11.2023

ToolBox 9.11.2020, High quality Finnish products on the global markets. Luettavissa: <https://toolbox.finland.fi/wp-content/uploads/sites/2/2020/11/high-quality-finnish-products-on-the-global-markets-2.pdf>. Luettu: 11.5.2024

Vahvaselkä I. 2009: Kansainvälinen liiketoiminta ja markkinointi. Edita. Helsinki. E-kirja. Luettu 16.5.2024

Virkkunen I. 15.11.2023. Toinen omistaja. Skate Shop. Haastattelu, Helsinki

Liitteet

Liite 1. Kansainvälistymisohje

Kun Skate Shopin tuottamille BJØRNin terille aloitetaan tekemään markkinatutkimusta, resurssit huomioon ottaen, paras vaihtoehto datan keruussa olisi toissijainen datalähde. Toissijaisessa data-lähteessä, data on kerätty ja koottu muuta projektia varten, kuin käsillä olevaa (Seyoum 2022, s. 74). Skate Shopilla on kuitenkin omia kontakteja, esimerkiksi Ruotsissa ja Virossa, jota voi hyödyntää ensisijaisen data keräämisessä. Näiden omien kontaktien tietojen mukaan, tilanne terissä ja niiden saatavuudessa on yhtä haastava kuin Suomessa. Taitoluisteluterille on vaikeaa määrittää perustarvepotentiaalia, joten Skate Shopin tulisi turvautua ulkomaankauppa- ja investointitietoihin selvittääkseen, onko tuote aiemmin tuotu maahan, sen määrä, viejämaat ja dollarin arvo. Koska kyseessä on pieni markkina, helpottuu potentiaalın määrittäminen. Perustarvepotentiaali määräytyy usein ympäristöolosuhteiden, kuten ilmaston, topografian ja luonnonvarojen perusteella (Seyoum 2022, s.75).

Koska taitoluisteluterien markkinakoko on pieni, sieltä on helppo tunnistaa kilpailijat, ja niiden vakiintuneet segmentit, ja myös segmentit, joilla ei kilpailijoita tai joilla on heikkoja vakiintuneita toimijoita. Suomessa valmistetut tuotteet ovat kuitenkin arvostettuja ulkomailla, joka antaa BJØRNIN terille kilpailuedun kyseisellä markkinalla. Taitoluistelun heikosta suosiosta Suomessa voi päätellä, ettei markkina-alue olisi Euroopan unionissa kovin suuri. Näin ollen myöskään kysyntä ei ole kovin suurta Euroopan unionissa taitoluistelu terille. Taitoluistelun suosio on toisaalta kasvanut viime vuosina, joka kasvattaa markkinakokoa. Harrastajamäärät, niin kilpa- kuin vapaa-ajanurheiluna on kasvanut. Kuluttajille, ketkä ovat uusia lajin parissa, edullisempi vaihtoehto on usein houkuttelevampi kuin tunnettu ja hintavampi vaihtoehto. Tällä hetkellä, kun tuottajalla, joka harkitsee laajentumista, ulkomaille ei ole toimitusvaikeuksia kuten kilpailijoillaan, sillä on etulyöntiasema. Asemaansa se pääsee jo pelkästään sillä, että BJØRNILLÄ on tavaraa, jota lähettää jälleenmyyjille myytäväksi hyllyihin. Ja toinen mikä auttaa kilpailussa on, että tuotetta saadaan myös nopeasti kuluttajille.

Helpottaakseen laajentumista ulkomaisille markkinoille mahdollisimman samoilla keinoilla kuin kotimaassa tulisi valita valtio, jossa kuluttajat ovat maantieteellisesti homogeenisiä ja heillä on samanlainen kulttuuri tai ostotottumukset (Seyoum 2022, s.68). Kansainvälisten markkinoiden arviota tehdessä huomioidaan eri markkinoiden eri tilanteita ja mahdollisuutta päästä kyseisille markkinoille. International Trade Centren tutkimuksen (kuva 1) mukaan taitoluistelun kannalta kannattavia maita Euroopan Unionissa olisi Saksa, Espanja, Ranska ja Ruotsi. Espanja ei ole toki maantieteellisesti päätellen maa, jossa taitoluistelu olisi kovin suosittu, eli markkina siellä on erittäin pieni. Saksassa taitoluistelu on suosittu laji, ja siellä sijaitseekin useampi jälleenmyyjä liike. Neljänneksi suurin on Ruotsi, joka on hyvin samankaltainen demograafisilta ominaisuuksiltaan, ostotottumuksiltaan,

kulttuuriltaan ja taitoluisteluyhteisöltään kuin Suomi. Tämän takia Ruotsi on potentiaalinen vaihtoehto laajentua. Ruotsin jälkeen, seuraava markkina kohde olisi Saksa, suuren markkinakokonsa takia. Saksasta myös löytyy homogeenisiä kuluttajatottumuksia Suomeen, joka auttaa laajentumisessa.

Avain onnistuneeseen kansainvälistymiseen on oikean jakelukanavan valinta ja hallinta. Ne tarjoavat kilpailuetua globaaleilla markkinoilla auttamalla tunnistamaan markkinamahdollisuuksia (Seyoum 2022, s. 99). Pienyrityksille, joilla ei ole kokemusta ulkomaan kaupasta, olisi suositeltavaa käyttää epäsuoria kanavia tuotteen vientiin, mutta koska markkina on pieni, niin kuten muutkin tuottajat, Skate Shopille olisi suorien kanavien käyttö edukkaampi vaihtoehto. Tätä vaihtoehtoa myös tukee se, että suoria kanavia käytetään, kun tuotteet ovat hyvin eriytyneitä. Taitoluisteluterät ovat hyvin pienen kuluttajakunnan tuote. Kohdemaan kulttuurin samankaltaisuus kotimaan kanssa, tukee suoraa kanavavalintaa. Skate Shopin tulisi myös hyödyntää yksinomaisuuden kattavuuden strategiaa, jota käytetään korkealaatuisiin tuotteisiin, joilla on suhteellisen kapea asiakaskunta. Mikäli Skate Shop ei halua käyttää omia rajallisia resurssejaan vientiin, on epäsuorakanava valmistajan vientiagentit myös hyvä vaihtoehto. Kyseinen kanava on ihanteellinen silloin, kun kyseessä ovat laajat tai ohuet ulkomaiset markkinat (Seyoum 2022, s.105).

Kasvaneen verkkokauppamyynnin avulla, myös suora myynti loppukäyttäjälle tai vähittäismyyjälle on mahdollista. Vuonna 2020 alkanut verkkotilausten kasvu kannustaa myös panostamaan verkkokauppamyyntiin. Perinteisen verkkokauppamyynnin lisäksi, tuottajan kannattaa panostaa verkkokaupan mobiiliversioon, koska mobiililaitteiden kautta tehdyt tilaukset ovat kasvaneet. Verkkokauppa- ja mobiilitilausten kautta tuottaja pääsee suoraan olemaan yhteydessä loppukäyttäjään ja toisinpäin. Myös ylimääräiset kulut katoavat välistä. Mikäli verkkokauppaa saisi jalostettua tukkumyyntiin, jälleenmyyjille myyminen olisi edullisempaa, mutta tämä vaatisi oman verkkosivuston jälleenmyyjille.

Taitoluisteluterät myydään jälleenmyyjille pienemmissä erissä, iso erä kyseiselle tuotteelle on 20kpl. Joten erilaisia logistiikan kansainvälistymis-ohjeita ei voi sellaisenaan ottaa käyttöön, koska niissä puhutaan suuremmista eristä ja massoista. Kuitenkin logistiikan käytäntöjä voidaan hyödyntää. Taitoluistelutuotteiden tuottajat käyttävät usein paikallista postia tai postipalveluita, jotka toimivat useammassa maassa, esim. UPS. Pienien erä määrien ansiosta, ne pystyvät käyttämään näitä palveluita, kenellä on jo valmiiksi logistiikka maiden välillä olemassa. Pienet vientimäärät tarjoavat sen, ettei varastointiin mene oma logistiikkaansa tai kuluja. Skate Shopin oma myymälä toimii tällä hetkellä myös heidän verkkokaupansa varastona. Skate Shopilla on liiketilojen yhteydessä myös käyttämätöntä varastotilaa, jota voidaan hyödyntää, kun terien myyntiä aletaan laajentamaan.

Vaikka toimituksessa käytetään lähettipalveluita, heidän kanssansa tehdään silti yleensä vientikauppasopimus. Tämä helpottaa, että lähetys, kuljetus ja purku onnistuu. Myöskin sopimus alentaa kuluja, kun yritys ei käytä kuluttajahinnastoa. Viejä on kuitenkin vastuussa asiakirjojen oikeellisuudesta ja vientimaan sääntelyiden noudattamisesta.

Hinnan määrittely on tärkeässä asemassa vientimarkkinoilla. Hinnan tulee kuitenkin olla tarpeeksi korkea, jotta se kattaa vientikulut. Keskeinen tekijä hinnan määrittelyssä on kuluttajien tuotteelle antama arvo (Seyoum 2022, s. 163). Yleinen hintataso on noussut Euroopassa vuodesta 2020 alkaen, urheiluvälineet eivät ole olleet immuuneja tälle vaikutukselle. Taulukosta 1 näemme terien hintakehitystä vuosien 2019–2023 välillä. Taulukosta huomaamme, että Skate Shopin tuottamat terät ovat edullisempia kuin kilpailijansa. Ulkomaisille markkinoille mennessä, terän hintaa joudutaan mitä todennäköisimmin nostamaan, jotta se kattaa vientikulut valmistuskustannusten lisäksi. Kuitenkin BJØRNin ja Skate Shopin ideana on terää luodessa ja markkinoinnissa, että terän kilpailuetuna on sen edullisuus. Vaikka hintaa joudutaan nostamaan, hinta pysyy kilpailukykyisenä siitä huolimatta.

Hinnoittelussa tulee kuitenkin ottaa huomioon vientimaan elin- ja kustannustaso. Suomessa on tunnetusti korkea kustannustaso, joten hinnoittelu muualle viedessä ei välttämättä rinnastu Suomen hintaan. Yrityksen on kehitettävä toimiva ohjeisto, jonka avulla se voi hinnoitella tuotteensa tai palvelunsa vientimarkkinoilla (Seyoum 2022, s. 164). Skate Shopin tulee ohjeistaa mahdolliset jälleenmyyjänsä hinnoittelemaan oma tuotteensa, jotta se on silti kilpailukykyinen mutta tuotteesta jää kate jälleenmyyjälle ja tuottajalle. Kuten aiemmin puhuttu, taitoluistelu on lajina kalliimmasta päästä ja sen harrastajat ovat merkkietoisia ja ennakkoluuloisia uusista brändeistä ja merkeistä. Tutkimukset ovat kuitenkin osoittaneet, että kuluttajat pitävät hintaa laadun indikaattorina. (Seyoum 2022, s. 165). Kun tavoiteltu kuluttajaryhmä on kapea ja vaatimus taso tuotteelle on korkea, ei hintaa voida laskea liian alhaiseksi, jottei kuluttajat miellä tuotetta huono laatuiseksi. Kun tuotteen kilpailukyky on alhaisessa hinnassa, tulee tähän kiinnittää huomiota tarkasti. Mikä on kuluttajalle liian alhainen hinta, jonka takia se mieltää yleensä hintavan tuotteen, huonoksi kokeilematta.

Kohdealueena on Euroopan Unioni, johon kuuluu 27 valtiota, joista 20 valtiota kuuluu euroalueeseen (Euroopan Unioni). Mikäli Skate Shop lähtee viemään taitoluisteluteriä valtioon, joissa on eri valuutta, on se altis valuuttakurssiriskeille. Se joutuu kohtamaan sen mahdollisuuden, että valuuttakurssien muutokset kykenevät vähentämään niiden saamiensa vakuutusmääräisten tulojen määrää tai lisätä niiden valuuttamääräisiä maksuja (Seyoum 2022, s. 252). Liiketoimiin liittyvä riski on se, että valuuttakurssi voi muuttua vientisopimuksen tekopäivän ja maksupäivän välisenä aikana, joka on yleensä 60–90 päivää sopimuksen tekemisestä tai tavaran lähetyksestä (Seyoum 2022, s. 253). Valuuttariskeiltä voi suojautua, mutta yrityksen tulee ottaa huomioon, että suojaukseen liittyy

kuluja, jotka vähentävät tietyn liiketoimen odotettua arvoa. Termiinikauppa olisi Skate Shopille sopiva ja turvallinen vaihtoehto suojautua valuuttakurssivaihdoksilta, mikäli kauppa tehdään ulkomaan valuutassa. Termiinikaupassa kaksi osapuolta vaihtaa valuuttaa tulevana sopivana päivänä sovittuun valuuttakurssiin (Seyoum 2022, s. 255). Suositeltavaa olisi, että kauppa käytäisiin euroissa, jolloin riski siirtyy toiselle osapuolelle.

Maailmanlaajuisen kaupan nopeaa kasvua ja laajentumista ei voida ylläpitää ilman asianmukaisia ja oikea-aikaisia maksusopimuksia (Seyoum 2022, s. 265). Ulkomaille kauppaa käytäessä, kummankin osapuolen on tehtävä kompromisseja sopivan maksutavan löytämiseksi. Maksutapoja on useampi, joista voi valita omiin tarpeisiin parhaiten sopivan. Skate Shopille aluksi turvallinen ja yksinkertainen maksutapavaihtoehto olisi dokumenttikokoelma. Dokumenttikokoelmassa käytetään kahta pankkia, ja vekseli voidaan laatia valitussa valuutassa. (Seyoum 2022, s.68). Asiakirjaremburssi on myös yksi erinomainen maksutapavaihtoehto, mutta sen monimutkaisuuden takia, dokumenttikokoelma toimii pienelle, kasvua hakevalle yritykselle.

Kun Skate Shop lähtee katsomaan rahoitusta laajentumiseen, tulee tarkastella omaa pääomaansa ennen kuin katsotaan ulkopuolista. Skate Shopilla ei ole suurta varastoa, ovat tuotteet ovat kuitenkin kuluttajatuotteena kalliimman puoleisia, joten vaikka varasto on pieni, on pääomaa sidottuna paljon varastoon. Aloituvaiheen rahoitustarpeet voivat olla pienempiä kuin kasvu- ja laajentumisvaiheessa (Seyoum 2022, s. 327). On erittäin mahdollista, että Skate Shop joutuu hakemaan ulkopuolista rahoituslähdeä alkusysäyksen jälkeen laajentumisessa. Ellei Skate Shop löydä sopivaa pääomarahoitajaa, joka sopisi nykyiseen kahden hengen ja yhden hallituksen varajäsenen joukkoon, paras vaihtoehto olisi lyhyt aikainen rahoitus (1–5-vuotta). Ulkomaan kaupassa ostajan maksuaika on pidempi kuin kotimaankaupassa, johtuen pitkistä toimitusajoista. Myös tämä tulee ottaa huomioon, kun ostajalle myönnetään maksuaikaa tai luottoa. Pidempi maksuaika vaikuttaa myös Skate Shopin pääomaan tietyllä ajanjaksolla, joten sen tulee oppia jaksottamaan maksuajanmyöntämistä ja omia tilauksiaan muilta tuottajilta.

Eurobarometri-tutkimuksen mukaan eurooppalaiset kiinnittävät yhä enemmän huomiota työoloihin, tuotteen kestävyteen ja ekologisuuteen. Vaikka Skate Shop ei itse tuota kyseisiä teriä, tulee heidän kiinnittää näihin asioihin silti huomiota. Mikäli kuluttajat saisivat tietää huonoista työolosuhteista tai heikosta laadusta, voivat he helposti vaihtaa merkkiä toiseen. Tulee myös ottaa huomioon, että paremmat työolosuhteet ja kestävämpi tuote ovat kilpailuetu, jos nämä asiat saadaan kuluttajalle tietoon, kun tuotetta markkinoidaan kansainvälisillä markkinoilla. Taitoluisteluterät eivät tarvitse CE-merkintää, joka kertoo, että tuote täyttää EU:n turvallisuus-, terveys- ja ympäristönsuojeluvaatimukset. Taitoluisteluterämallit ovat hyvin lähellä toisiaan ja niitä myös markkinoidaan

toistensa kaltaisina, kuitenkin tulisi varmistaa, että BJØRNIN terillä on tarpeelliset luvat ja mahdolliset teollisuus- ja tekijänoikeudet ja patentit.

Kuten aiemmin jo todettu, Skate Shopin on kannattavaa lähteä kansainvälisille markkinoille ja aloittaa Ruotsista. Jos yritys on vakiinnuttanut markkina-asemansa kotimarkkinoille jäljelle jää vaihtoehto kasvaa kotimarkkinoiden ulkopuolelle. Imutekijällä tarkoitetaan kansainvälistymisen mahdollistavaa tekijää, kuten esimerkiksi kohdemarkkinoiden suuruus sekä kilpailun vähäisyys omalle liiketoiminnalle (Vahvaselkä, 2009, 62). Ensimmäisenä vaiheena on kontaktoida heidän omia suhteita Ruotsissa ja aloittaa pienellä erällä kyseiseen liikkeeseen. Tämän jälkeen voidaan ottaa muita taitoluistelun erikoisliikkeitä mukaan, kun ensimmäinen erä on ollut myyvä. Koska kyseessä on ensimmäinen, pieni erä, voidaan tämä veloittaa liikkeeltä avoimella kaupalla eli laskulla poiketen muusta suunnitelmasta. Seuraavassa erässä tulee käyttää dokumenttikokoelmaa laskutuksessa, jotta vältetään mahdollisilta väärinkäytöksiltä. Ja tästä kansainvälistyminen lähtee käyntiin.

Liite 2. Haastattelu Virkkunen

Miten ja miksi yhteistyö alkoi

Bjornin ihmiset tuli käymään ja ihmettelivät terien hintoja, kun pystyy tekemään halvemmalla. Markkinatilanne oli, HD=John Wilson, Ultima toimitukset tökkivät ja hinnat nousivat kohtuuttomasti. Tähän lisättyä vielä laatu ongelmat vielä HD:lla. Ultiman hinnat olisivat mahdollisesti muuttuneet, koska omistaja vaihtui joulukuun 2021.

Minkälaisia tavoitteita on projektille

Björn toivoo olevansa kolmanneksi suurin valmistaja markkinoilla. Ei edes tavoittele suurinta markkinaosuutta. HD menettänyt markkinaosuuttaan Kanada/Jenkit, Ultima siellä isompi. Aasiassa luis-telu kasvanut markkinoilla.

Saada levitettyä myyntiä koko Euroopan alueelle, ja markkinoille tutuiksi.

Miten Skate Shop näkee markkinatilanteen

Tällä hetkellä hyvä sauma, koska markkinatilanne velloo toimitusvaikeuksissa ja hinnan nousuissa. Hinnan muutokset eivät ole linjassa ihmisten palkan kanssa. Tarve edullisemmille terille olisi, muut kauppiat kysyvät jo halvempaa merkkiä. Paremmat terät tehdään Suomessa, osa materiaalista tulee Aasiasta. Kehitetty uutta ekologisempaa mallia. Lappeenrannasta LUT ollut mukana selvittä-mässä, miksi uusi malli ei toiminut. Kehittelevät uutta toimivampaa mallia. Ultiman toimitukset alkanut hieman toimimaan, mutta toiminta yhä hidasta. Kommunikointi sähköpostilla. Laatuongelmien takia hyvä sauma. Joku käyttää yli markkinoiden hintaa. Käyttää inflaatiota hyväkseen.

Jos markkina tilanne ennallaan, ei olisi ollut järkeä lähteä markkinoille kilpailemaan.

Tällä hetkellä Björnillä hyvät varastot metallia ainakin toistaiseksi. Nyt enemmän ongelmana, rahdit ja tullaukset hitaita. Tuotantovastuu, hiilijalanjälki, todistukset tms. hidastavat rahdin saamista, voi olla monta viikkoa tullissa. Ovat alkukankeuksia tällä hetkellä, kun opettelee asioita.

Alussa suoraan Skate Shopin varastolta suoraan. Tavoitteena suoraan jälleenmyyjille äppi, johon jälleenmyyjät laittavat tilauksensa. Ja tuotteita tuotetaan tilauksen mukaan. Toimitus jatkossa suoraan tehtaalta.

Onko luistelijat merkkiuskollisia

On ollut tähän asti, toimitusvaikeuksien takia joutunut joustamaan ja löytämään uusia tuttavuuksia. Nuoremmilla luisteliijoilla hinta iso tekijä. Terissä ei samalla tavalla. Myös valmentajat merkkiuskollisia, ja haluavat ohjata luistelijat omiin tuttuihin merkkeihinsä.

Miksi toimitusvaikeudet alkoivat

Korona ensimmäinen tekijä, kun siihen aikaan valmistusketjuihin ja toimituksiin ongelmia. Sitten Ukrainan sota vaikutti, raaka-aineiden hintojen nousu ja edelleen tuotantoprosessin ongelmat (HD). Omia huomioita näistä ja myös tehtaas ilmoittaneet näistä ongelmista. Yksi on, että isot toimitukset Venäjälle.

Mitä asioita vaikuttaa terän valintaan

Valmentajan mielipide, taitotaso, laji (muokka-, jäätanssija, yksäri), hinta joissain tapauksissa

Miten näkee inflaation vaikutuksen massaan?

Vähentää selvästi, lapsia myymälässä huomattavasti vähemmän. Yhä vähemmän harrastetason luisteliijoita käy, ja lapsia.

Kilpailu markkinoille tarvitaan, koska duopoli, jonka takia hinnat voivat nostaa. Yksi markkinointivaltti.