



PK-yritysten vientimahdollisuudet hyödynnettävä

Selvitys viennin ja kansainvälistymisen
edistämispalveluiden (VKE) käytöstä
ja kehittämisestä PK-yritysten
näkökulmasta

PK-yritysten vientimahdollisuudet hyödynnettävä

Selvitys viennin ja kansainvälistymisen
edistämispalveluiden (VKE) käytöstä ja kehittämisestä
PK-yritysten näkökulmasta

Sisältö

Johdanto 4

1. Selvityksen lähtökohdat 6

- 1.1 Perustietoa PK-yritysten viennistä 6
- 1.2 Selvityksen näkökulma 7
- 1.3 Rajaukset 7
- 1.4 Selvityksen tavoitteet ja toteutus 8
- 1.5 Selvityksen rakenne 8

2. Vastaajien taustatiedot 9

- 2.1 Enemmistö vastaajista tuotannollisia yrityksiä 9
- 2.2 PK-viejillä vankka kokemus kansainvälisistä markkinoista 9
- 2.3 PK-yritykset käyttävät VKE-palveluja varsin vähän 11
- 2.4 Asiakastyytyväisyydessä vaihtelua 12

3. Palvelutarjonnassa parantamisen varaa 13

4. PK-yritykset pitävät toiminnot Suomessa 14

5. Selvityksen herättämiä kehittämisehdotuksia 16

Liitteet

- 1 Kyselylomake 18
- 2 Yrittäjien kommentteja VKE-palvelujen nykytilasta ja kehittämistarpeesta 23
- 3 Arvioinnin kohteena olevat VKE-palvelujen tarjoajat 25

Lähteet 27

Kauppa- ja teollisuusministeriö on hiljattain (Vientifoorumi 2005) asettanut tavoitteeksi nostaa viennin osuuden bruttokansantuotteesta 50 prosenttiin vuoteen 2010 mennessä. Tämä edellyttää vientiyritysten määrän kasvattamista huomattavasti nykyisestä. PK-yritysten asema tavoitteiden saavuttamisessa on aivan keskeinen.

Vientifoorumin linjaukset vastaavat muualla Euroopassa esitettyjä näkemyksiä. Talouden maapalloistumisen myötä PK-yritysten rooli ja merkitys eurooppalaisten yhteiskuntien rakentajana sekä työllisyyden ja hyvinvoinnin luojana on kasvamassa huomattavasti. Kilpailu investoinneista ja työpaikoista lisääntyy, ja maailmanlaajuinen kilpailu koskettaa kaikkia toimialoja ja yrityksiä, myös puhtaasti kansallisilla markkinoilla toimivia.

Päättäjät ovat nostamassa vienninedistämistä yhdeksi PK-politiikan tärkeimmistä osa-alueista yleisesti Euroopassa. Ilmiön kiinnostavuutta lisää myös se, että hallitukset käyttävät jo tällä hetkellä huomattavia summia joko suoraan (esim. vientituki) tai epäsuoraan (vientipalvelut) vienninedistämiseen. Näin pitäisi tapahtua myös Suomessa.

Voidaan perustellusti kysyä, vastaavatko nykyiset viennin ja kansainvälistymisen edistämispalvelut (VKE) Suomessa PK-yritysten tämänhetkisiin ja näköpiirissä oleviin tarpeisiin kansantalouden tasolla. Onko toiminta suunnattu nykyisellään niin, että toimenpiteillä saadaan aikaan tavoiteltu elinkeinopoliittinen vaikutavuus kansantalouden, työllisyyden ja suomalaisten hyvinvoinnin näkökulmasta?

Nämä kysymykset antavat aihetta pohtia julkisiin VKE-palveluihin – ja ylipäätään yrityspalveluihin liittyvää problematiikkaa tuoreimpien tutkimusten valossa.

Yritysten vienninedistäminen on ollut kansainvälisesti kiinnostava tutkimuskohde jo 1970-luvun loppupuolelta lähtien (Weaver ym. 1998). Vaikka vienninedistämisen toimenpiteiden kohderyhmänä on lähtökohtaisesti määriteltävissä oleva kohdejoukko eli PK-yritykset, palvelujen kohdentamisessa on tutkimusten mukaan ongelmia. Tutkimustulokset viittaavat siihen, että PK-yritykset hyödyntävät vienninedistämispalveluja suuria yrityksiä vähemmän. Saman piirteen on havaittu liittyvän julkisiin yrityskehitys- ja neuvontapalveluihin yleisemminkin niin Suomessa kuin muualla Euroopassa.¹

¹ Yrityspalvelujen käytön on havaittu lisääntyvän yrityksen kasvun myötä. Samoin on havaittu, että yrityksen kasvuhakuisuus sekä muun muassa aiempi julkisen rahoituksen käyttö lisäävät todennäköisyyttä yrityspalvelujen käyttöön yrityksen elinkaaren myöhemmissä vaiheissa.

Yrityspalvelujen käytöstä ovat raportoineet esimerkiksi Storhammar 1996; Organisation for Economic Co-operation and Development 1997; European Commission (EC) 2002; Väänänen 2003; Harju, Pukkinen 2004; Larjovuori, Laiho, Talonen 2004; Nummela, Pukkinen 2004; Larjovuori, Laiho 2005.

VKE-palvelujen huonon tunnettuuden ohella voidaan eräänä syynä niiden kysynnän ja tarjonnan kohtaamattomuudelle pitää palvelutapahtumaan liittyvää viestintäongelmaa. PK-yritykset kokevat, että palvelut on tarkoitettu suuremmille yrityksille, eikä palveluja siten osata käyttää. Suomessa ongelmana on tuotu esille myös palvelutarjonnan laajuus ja jäsentymättömyys, mikä tekee vaihtoehtojen hahmottamisen yrittäjille turhan vaikeaksi.²

Viestinnän lisäksi ongelmana voi olla myös elinkaarinäkökulmaan kytkeytyvä ajoitusongelma. Kansainvälistymisen eri vaiheissa olevat yritykset tarvitsevat erityyppisiä palveluja, eivätkä asiakkaiden tarpeetkaan ole standardisoituja. Ajoituksen ohella kysymys voi olla myös sisällöstä ja palvelun laadusta: palvelujen tarjoajat eivät tiedä, mitä pitäisi tarjota, ja toisaalta yritykset eivät osaa tehokkaasti viestiä, mitä palveluja tarvittaisiin.³

VKE-palvelujen vähäiseen käyttöön saattaa olla syynä myös se, että PK-yritysten näkökulmasta nykyinen VKE-palvelujen tarjonta ei ole kansainvälisesti taroituksenmukaisesti kohdennettu. Voidaan myös kysyä, vastaako VKE-palvelujen alueellinen saatavuus Suomessa valtakunnallisesti PK-yritysten tarpeita. Ongelmaan voisi tuoda lisävalaistusta palvelujen vaikuttavuuden eli viennin ja kansainvälistymisen edistämiseksi saatujen tulosten perusteellinen selvittäminen tehtävän haastavuudesta huolimatta.⁴

² EC 2002, Saapunki 2004.

³ Eräänä syynä palvelujen käyttämättömyyteen on pidetty myös sitä, että palveluja ei ole saatavilla itselle mieluisilla ehdoilla. Komission selvityksessä (EC 2002) ilmenee, että suomalaiset yritykset kokevat yhdeksi ongelmaksi palvelujen saavutettavuuden.

⁴ Vienninedistämispalvelujen vaikuttavuusarviointi on toistaiseksi ollut varsin hajanaista ja ristiriitaista (Nummela, Pukkinen 2004). Tähän on syynä sekä ilmiön moninaisuus että myös mittareiden heterogeenisuus. Syy- ja seuraussuhteiden tutkiminen, esimerkiksi VKE-toimenpiteiden vaikutus yrityksen viennin kasvuun, on vaikeaa analysoitaessa ilmiötä, johon vaikuttavat monet ulkopuoliset eli eksogeeniset (esim. yleinen suhdannekehitys) ja yrityksen sisäiset eli endogeeniset (esim. yrityksen omat toimenpiteet) tekijät. Pelkästään subjektiivisten mittareiden, kuten asenteiden ja mielipiteiden, käyttö voi niin ikään johtaa virheellisiin päätelmiin. Lähtökohtaisesti on perusteltua, että arviointia tehdään sekä subjektiivisten että kvantitatiivisten analyysien pohjalta.

1. Selvityksen lähtökohdat

1.1 Perustietoa PK-yritysten viennistä

Noin viidennes PK-yrityksistä harjoittaa vientiä. PK-yritysten viennistä 60 prosenttia on suoraa vientiä ulkomaisille asiakkaille ja 40 prosenttia epäsuoraa vientiä kotimaisten toimeksiantajien kautta ulkomaisille asiakkaille. PK-yritysten vienti on kuitenkin pienimuotoisempaa kuin isojen yritysten, sillä vain viidelle prosentille PK-yrityksistä ulkomaat ovat keskeisin markkina-alue. Viennin osuus PK-yritysten liikevaihdosta on keskimäärin arviolta noin kolmannes.

Teollisuuden PK-yrityksistä vientitoimintaa on noin joka toisella. Kuljetuksissa ja liike-elämän palvelualoilla arviolta 30 prosentilla yrityksistä on suoraa tai epäsuoraa vientiä. Muilla palvelualoilla vientitoiminta on vähäistä.

PK-yritysten vienti on alueellisesti painottunut suuria yrityksiä enemmän lähialueille – Baltiaan, Venäjälle ja Pohjoismaihin. Suomalaisten PK-yritysten tuotteet ja palvelut ovat vahvasti mukana erityisesti Baltian markkinoilla: PK-yritysten osuus maakohtaisesta kokonaisviennistä oli Liettuassa 36 prosenttia sekä Virossa ja Latviassakin runsaat 30 prosenttia vuonna 2004.

Yhdysvaltoihin ja Kiinaan suuntautuvasta kokonaisviennistä PK-yritysten osuus oli 8 %, kun suurten yritysten osuus näillä markkinoilla on yli 90 prosenttia.

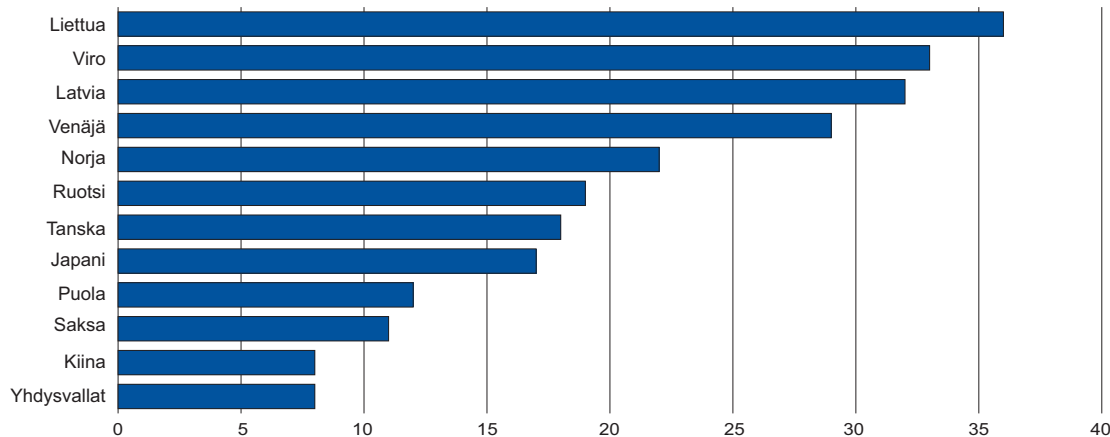
PK-yritysten viennin arvo vuonna 2004 oli runsaat seitsemän miljardia euroa, mikä on 16 % kokonaisviennistä. Viennin arvo kasvoi vuodesta 2003 vuoteen 2004 kuusi prosenttia. Kasvu oli vahvinta kemian teollisuudessa, jonka tuotteiden vienti lisääntyi 14 prosenttia. Metallien, koneiden ja kulkuneuvojen vientiä PK-yritykset kasvattivat 12 prosenttia. Samana aikana suuret yritykset kasvattivat vientinsä arvoa viisi prosenttia.

Kansainvälisessä toiminnassa pienet, alle 50 työntekijän yritykset toimivat tällä hetkellä enimmäkseen alihankkijoina. Yrityskoon kasvaessa viennin osuus pääsääntöisesti lisääntyy. Kasvuhakuisuus ja kansainvälistyminen liittyvät usein läheisesti toisiinsa.

1.2 Selvityksen näkökulma

Raportin näkökulmana on palvelutoiminnan kehittäminen, jossa lähtökohtana ovat asiakkaiden eli yritysten tarpeet ja toisaalta palvelutarjonnan perustana olevat julkisten palveluntarjoajien tulkinat asiakastarpeista. Yritysten tarpeiden syntyyn ja tunnistamiseen vaikuttavat yritys- ja tilannekohtaiset tekijät sekä asiakasviestinnän perusteella syntyneet odotukset ja yritysten aikaisemmat kokemukset palvelujen käytöstä (vrt. Tsupari, Nissinen, Suutarinen 2005; Saapunki 2004).

Kuva 1. Maat, joihin kohdistuvasta viennistä PK-yritysten osuus suurin vuonna 2004, % Suomen viennistä ko. maahan



Lähde: Tullihallitus

Valitusta näkökulmasta voidaan kartoittaa asiakkaiden saaman palvelun laatua, ongelmia ja kehitysalueita. Palvelujärjestelmän tarkastelussa päähuomio on palvelutarjonnan sisällössä ja palvelun tuottamistavoissa. Palvelujen käyttöä ja asiakastyytyvääisyyttä tarkastellaan organisaatiokohtaisesti ja jossain määrin myös alueellisesti.

1.3 Rajaukset

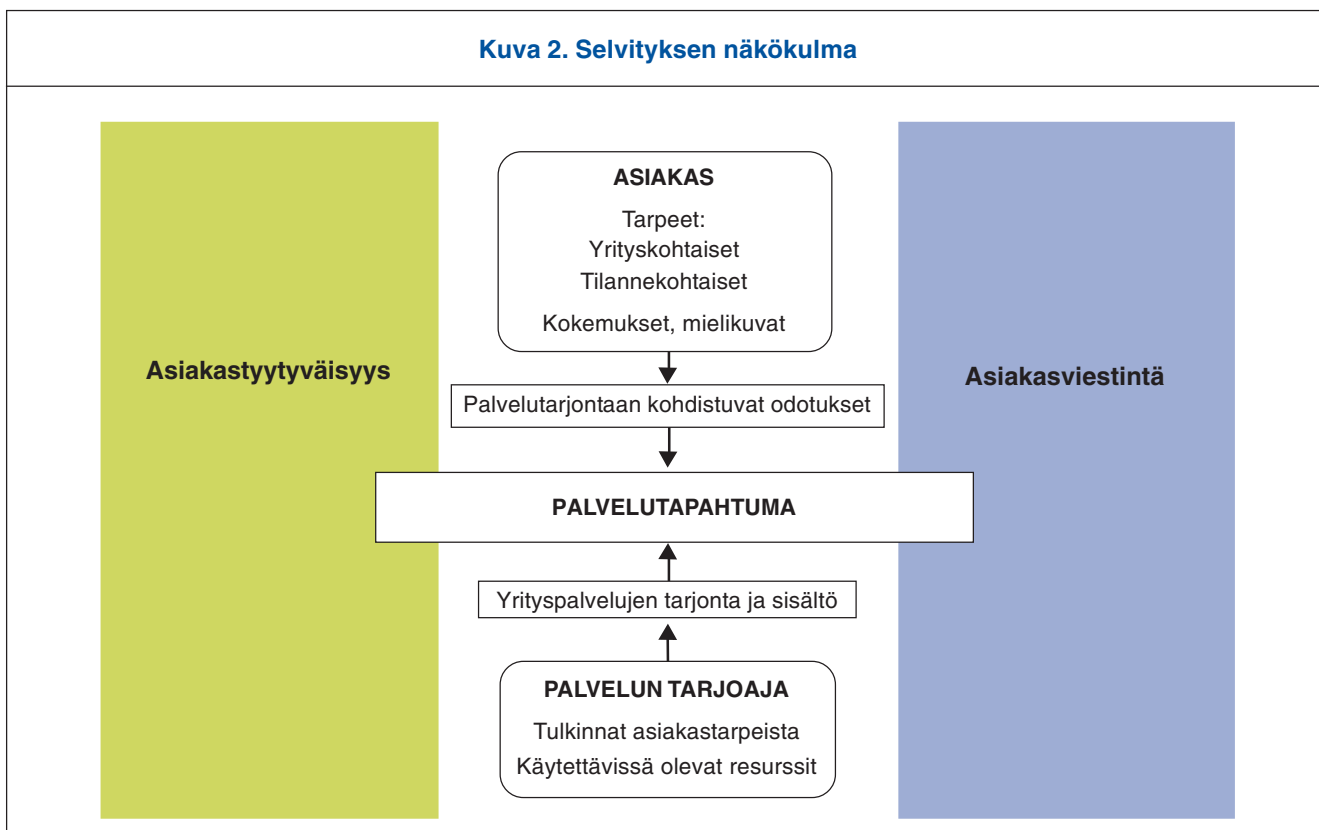
Raportissa tarkastellaan viennin ja kansainvälistymisen edistämispalveluja (VKE-palvelut), joiden julkisesta tarjonnasta valtakunnallisella ja alueellisella tasolla vastaavat pääasiassa kauppa- ja teollisuusministeriön (KTM) hallinnonalan organisaatiot yhdessä ministeriön kanssa. Arvioinnin kohteena ovat Finnvera Oyj, Finpro,

Taulukko 1. PK-yritysten vientitoiminta yrityskoon mukaan vuonna 2004*

Yrityksen kokoluokka, työntekijää	Vientiyriyten osuus, %	Vienti liikevaihdosta, % **	Suoran viennin osuus, %	Epäsuoran viennin osuus, %
1–9	17	32	55	45
10–49	29	37	58	42
50–249	54	36	76	24
Yhteensä	20	34	58	42

* Lähde: PK-yritysten toimintaympäristö ja kehitysnäkymät -selvitys, kauppa- ja teollisuusministeriö
 **) Osuus vientiä harjoittavien yritysten liikevaihdosta.

Kuva 2. Selvityksen näkökulma



Finpro Marketing Oy¹, TE-keskukset ja Viexpo Oy, Fintra, KTM ja Tekes (liite 3). Näissä organisaatioissa VKE-palveluja tuottaa arviolta viitisensataa henkilöä. Lisäksi yksityisiä palveluntarjoajia on arvioitu yhtenä kokonaisuutena. Yksityisten henkilömäärää on vaikea arvioida.

Selvityksen ulkopuolelle jäävät mm. Suomen Vientiluotto Oy, Pohjoismainen Projektivientirahasto NOPEF, Suomen Vientiluotto Oy, Finnfund, Ulkoministeriö / ulkomaan edustustot, Sitra, EU/Euroneuvon-takeskukset, kauppakamarit ja kauppayhdistykset.

1.4 Selvityksen tavoitteet ja toteutus

Selvityksessä tarkastellaan yrityksille tarjottavia viennin ja kansainvälistymisen edistämispalveluja. Tavoitteena oli:

- selvittää palvelujen käytön yleisyyttä organisaatioittain
- selvittää palvelujen käytön yleisyyttä yrityksen eri tilanteissa
- analysoida asiakastyytyvyyttä palvelukohtaisesti, organisaatiokohtaisesti ja osin alueellisesti
- esittää asiakkaiden näkemyksiä palvelujen nykytilasta ja kehittämistarpeista
- kartoittaa yritysten panostuksen painopisteitä kansainvälistymisen edistämiseksi tulevien kolmen vuoden aikana

Elinkeinoelämän keskusliiton PK-yksikkö selvitti asiaa järjestön PK-yritysvaltuuskunnan ja aluejohtokuntien jäseniltä sekä joukolta muita PK-jäsenyrityksiä internetin välityksellä. Tiedustelussa keskityttiin edellä kuvattuihin tavoitteisiin asiakasnäkökulmasta. Suljettu-

jen vastausvaihtoehtojen lisäksi tiedustelussa oli mahdollisuus arvioida omin sanoin VKE-palvelujen nykytilaa ja kehittämistarpeita. Kyselylomake on liitteenä 1.

Vastaukset on analysoitu palveluja käyttäneiden ja palveluja käyttämättömien yritysten kesken sekä viennin liikevaihto-osuuden suhteen.

Tämä raportti on toinen selvitysten sarjassa, jolla kartoitetaan keskusliiton PK-jäsenyritysten näkemyksiä ajankohtaisista asioista internetkyselynä. Selvitysten tarkoituksena on nostaa yleiseen keskusteluun ja päätöksenteon tueksi erityisesti PK-yritysten toimintaedellytysten kannalta tärkeitä asioita.

Tämän selvityksen toteutuksesta ja raportin laadinnasta ovat vastanneet johtava asiantuntija Pekka Tsupari sekä asiantuntijat Tarja Nissinen ja Juhapekka Suutarinen.

1.5 Selvityksen rakenne

Kappaleessa 2 on käsitelty vastausaktiivisuus sekä vastausten jakautuminen sektoreittain, vastanneet yritykset viennin liikevaihto-osuuden mukaan, yritysten kokemus ulkomailla toimimisesta, henkilöstön osuus ulkomailla sekä VKE-palvelujen käyttö viennin liikevaihto-osuuden mukaan.

Palveluorganisaatioiden ja palvelujen käyttöaste sekä asiakastyytyvyys palveluorganisaatioittain ja käytetyn palvelun mukaan antavat pohjaa kappaleessa 3 käsiteltäville yritysten näkemyksille VKE-palvelujen nykytilasta ja kehittämisestä. Näistä on liitteenä myös autenttisia kommentteja sekä palvelujen käyttäjiltä että palveluja käyttämättömiltä.

Kappaleessa 4 tarkastellaan, mitkä ovat yritysten kansainvälistymisen edistämisen painopisteet seuraavien kolmen vuoden aikana. Johtopäätökset on esitelty kappaleessa 5.

¹ Finpro Marketing Oy on kyselyn jälkeen vaihtanut nimensä Entre Marketing Oy:ksi.

2. Vastaajien taustatiedot

2.1 Enemmistö vastaajista tuotannollisia yrityksiä

Kysely lähetettiin 979 yritykselle (toimipaikalle) ja vastauksia saatiin 334 kappaletta. Tuotannollisten yritysten vastausprosentti oli 35. Kyselyn saaneista palveluyrityksistä vastasi 31 prosenttia. Vastaajien painottuminen tuotannollisiin yrityksiin osoittaa, että

- palvelusektorilla on paljon puhtaasti kotimarkkinoilla toimivia yrityksiä,
- tuotannolliset yritykset ovat palveluyrityksiä pidemmällä kansainvälistymiskehityksessään,
- VKE-palvelut on alun perin suunnattu lähinnä tuotannollisille yrityksille.

Suhteellisesti aktiivisimmin vastattiin Kaakkois-Suomen, Pohjois-Pohjanmaan ja Etelä-Pohjanmaan alueilla. Passiivisimpia yrittäjät olivat Satakunnan, Kainuun ja Etelä-Savon TE-keskusalueilla. Vastaajien alueellinen jakautuminen vastaa kuitenkin tiedustelun saaneiden yritysten jakaumaa hyvin. Lukumääräisesti eniten vastauksia saatiin Uudenmaan alueelta, mutta alueelle lähetettiin myös eniten kyselyjä.

Yrityskoon mukaan tarkasteltuna aktiivisimpia vastaajia olivat 50–249 henkilöä työllistävät yritykset, joiden tulokset kuvaavat hyvin nimenomaan PK-kentän näkemyksiä.

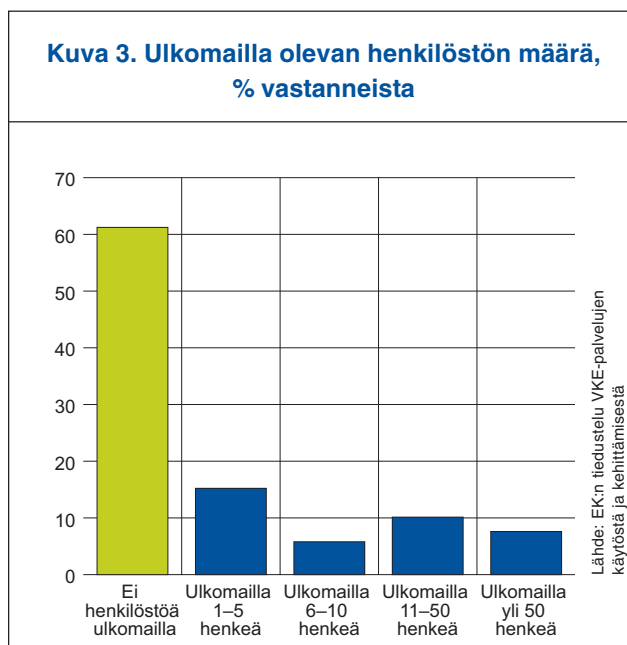
2.2 PK-viejillä vankka kokemus kansainvälisistä markkinoista

Vienti on vastaajayritysten pääasiallinen kansainvälistymismuoto. Yli 60 prosenttia vastaajista ilmoittaa, että niillä ei ole lainkaan henkilökuntaa ulkomailla. Siitä huolimatta valtaosalla vastanneista on pitkä kokemus vientimarkkinoilta.

Taulukko 2. Selvityksen kohdejoukko

	Lukumäärä	%
Valittu kohdejoukko	979	100
josta:		
• teollisia ja rakennusyrityksiä	772	79
• palveluyrityksiä	207	21
Vastanneita	334	34
josta:		
• teollisia ja rakennusyrityksiä	270	81
• palveluyrityksiä	64	19

Kuva 3. Ulkomailla olevan henkilöstön määrä, % vastanneista



Runsaalla neljäsosalla vastaajayrityksistä viennin osuus liikevaihdosta on 5–24 prosenttia. Tämä on suurin yksittäinen vastaajaryhmä. Lähes joka viidennellä yrityksellä viennin osuus jää alle viiteen prosenttiin. Runsas 15 prosenttia vastanneista on yrityksiä, joilla vienti kattaa 25–49 prosenttia liikevaihdosta. Kokonaisuutena neljäsosa vastanneista yrityksistä saa viennistä yli puolet liikevaihdostaan. Kotimarkkinoilla toimii tai vientiä vasta suunnittelee noin 15 prosenttia vastanneista.

Lähes puolet kaikista vastanneista on käyttänyt VKE-palveluja viimeisten kolmen vuoden aikana. Palvelujen käyttö yrityksissä lisääntyy samalla, kun viennin osuus liikevaihdosta kasvaa. Kotimarkkinoilla toimivista yrityksistä tai vientiä suunnittelevista yrityksistä runsas 10 prosenttia ei ole käyttänyt palveluja lainkaan. Suurimmat syyt palvelujen käyttämättömyyteen ovat, että palveluille ei ole tarvetta tai että yrityksessä ei tunneta palveluja.

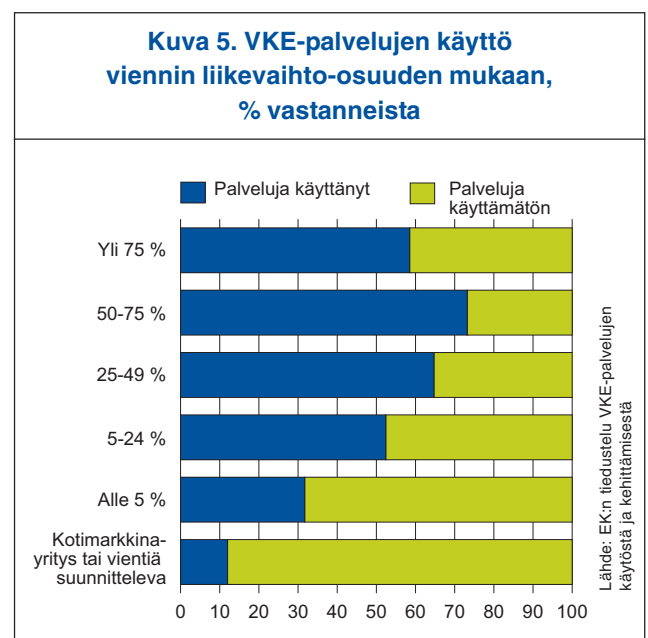
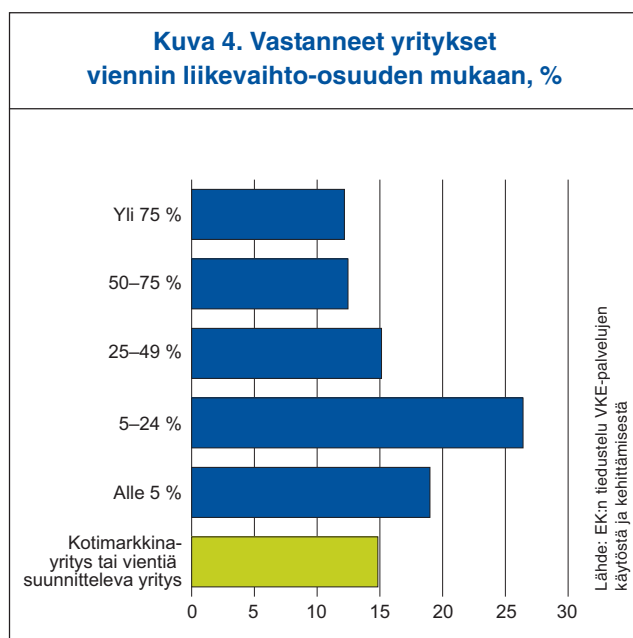
PK-yritykset, joilla viennin osuus liikevaihdosta on 50–75 prosenttia, ovat palvelujen ahkerimpia käyttäjiä. Viennin osuuden ylittäessä 75 prosenttia liikevaihdosta palvelujen käyttö vähenee.

Yritykset ovat toimineet vientimarkkinoilla pitkään. Yli 80 prosentilla vastanneista yrityksistä on yli 10 vuoden kokemus vientimarkkinoilta. Lähes joka neljäs on kartuttanut vientikokemustaan vähintään 30 vuoden ajan.

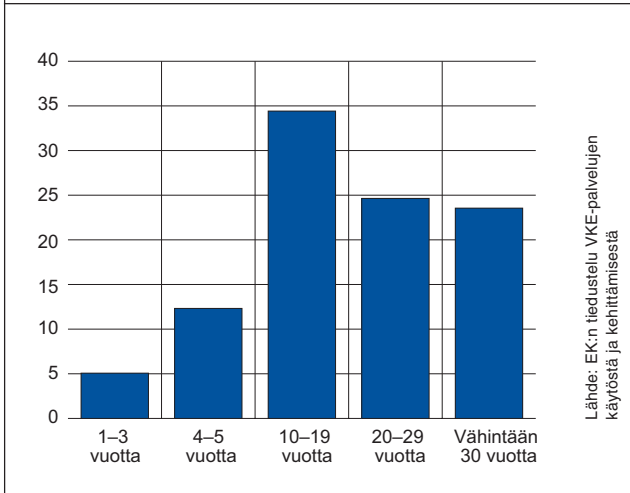
2.3 PK-yritykset käyttävät VKE-palveluja varsin vähän

Kansainvälistymistä tukevien palvelujen käyttö on Suomessa toistaiseksi varsin vähäistä. Yli puolet vastanneista yrityksistä ei ole käyttänyt kyselyn piirissä olevia palveluja lainkaan viimeisten kolmen vuoden aikana. Myös näin tarkasteltuna tärkeimmät käyttämättömyyden syyt ovat, että palveluille ei ylipäätään ole tarvetta ja että palveluja ei tunneta yrityksessä.

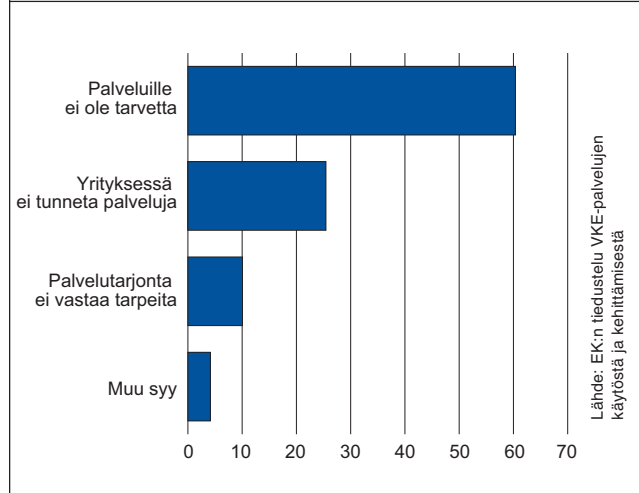
Eniten on hyödynnetty TE-keskusten ja Pohjanmaan TE-keskuksen yhteydessä toimivan Viexpo Oy:n palveluja. Noin 27 prosenttia palvelujen käyttökerroista on kohdistunut TE-keskusten palveluihin. Seuraavaksi yleisimpiä yhteydenottopeisteitä ovat olleet Finpro Marketing Oy ja Finpro. Myös yksityisten palveluntarjoajien ryhmä ylsi yli kymmeneen prosenttiin kaikista käyttökerroista.



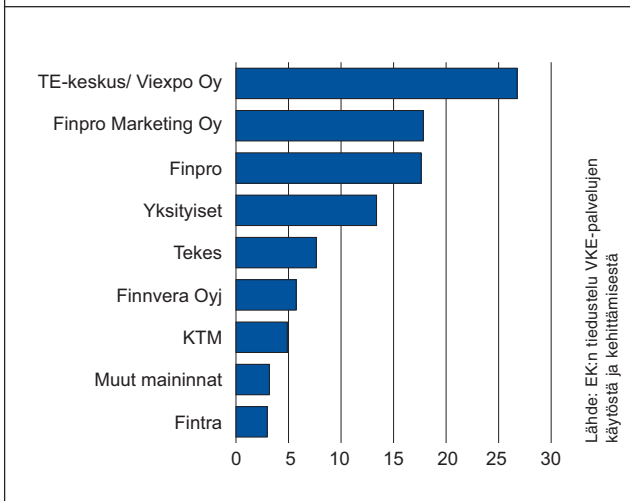
Kuva 6. Yritys mukana vientimarkkinoilla (vuosia), osuus vastanneista, %



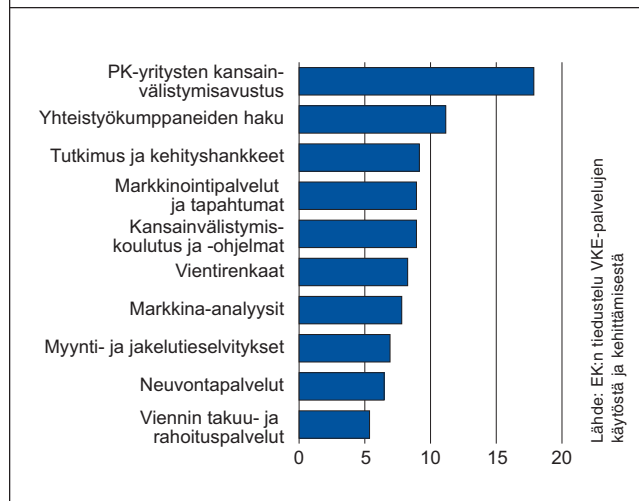
Kuva 7. VKE-palvelujen käyttämättömyden syyt, % palveluja käyttämättömistä vastaajista



Kuva 8. Palveluorganisaatioiden käytön yleisyys, % käyttökertoista



Kuva 9. VKE-palvelutarjonta, 10 eniten käytettyä, % kaikkien palvelujen käyttökertoista



Ylivoimaisesti eniten käytetty VKE-palvelu on PK-yritysten kansainvälistymisavustus, mikä edustaa lähes 18 prosenttia kaikista palvelukontakteista. Seuraavaksi useimmin yritykset ovat hakeneet yhteistyökumppania. Palvelutarjonnasta yleisesti käytettyjä ovat myös osallistuminen tutkimus- ja kehityshankkeisiin, markkinointipalvelut ja -tapahtumat sekä kansainvälistymiskoulutus ja -ohjelmat.

Yritykset hakevat kansainvälistymisavustusta TE-keskusten kautta. Kumppaneiden haussa tukea on haettu sekä Finprolta että yksityisiltä toimijoilta.

Markkinointitapahtumien järjestelyissä Finpro Marketing Oy on ollut pääasiallinen palvelun tarjoaja. Markkina-analysijä yritykset ovat tilanneet pääasiassa Finproilta. Tekesin palveluja on käytetty kansainvälistymiseen liittyvissä tutkimus- ja kehityshankkeissa. Koulutustarpeisiin on yleisemmin etsitty vastausta Fintrasta tai paikallisesta TE-keskuksesta.

2.4 Asiakastyytyväisyydessä vaihtelua

TE-keskusalueittain tarkasteltuna VKE-palveluihin ollaan tyytyväisimpiä Keski-Suomessa, Etelä-Pohjanmaalla sekä Lapissa. Vähiten tyytyväisiä ollaan Kaakkois-Suomen TE-keskusalueella. Tarkastelu ei ole kuitenkaan maantieteellisesti kattava, koska viiden TE-keskusalueen tyytyväisyyttä koskevat arviot on pitänyt jättää pois vähäisen vastausmäärän vuoksi.

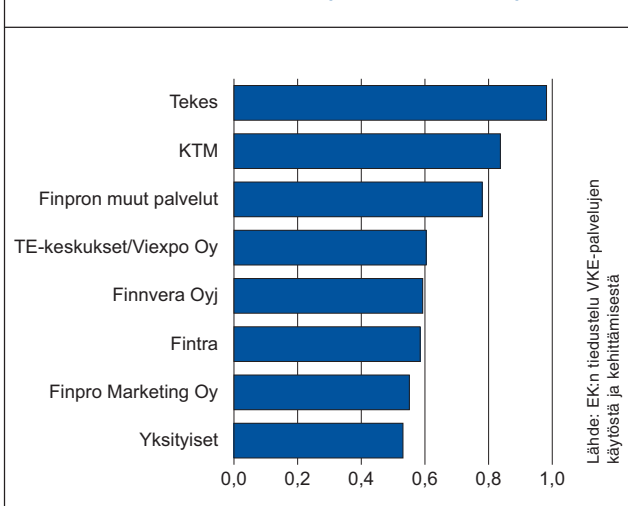
Palveluorganisaatioittain vastaajat arvioivat Tekesin kansainvälistymistä tukevat palvelut kokonaisuutena parhaimmiksi, joskin yksittäisten vastausten hajonta on varsin suuri. Vastaajat ovat kokonaisuutena suhteellisen tyytyväisiä myös KTM:n ja Finpron palveluihin, mutta palvelutuotteittain tyytyväisyys näihinkin organisaatioihin vaihtelee. Esimerkiksi KTM:n neuvontapalvelut on koettu hyviksi, mutta globaaliohjelmaan osal-

listuneet eivät ole tuloksiin tyytyväisiä. Vähiten tyytyväisiä yritykset ovat yksityiseen palveluntarjontaan.

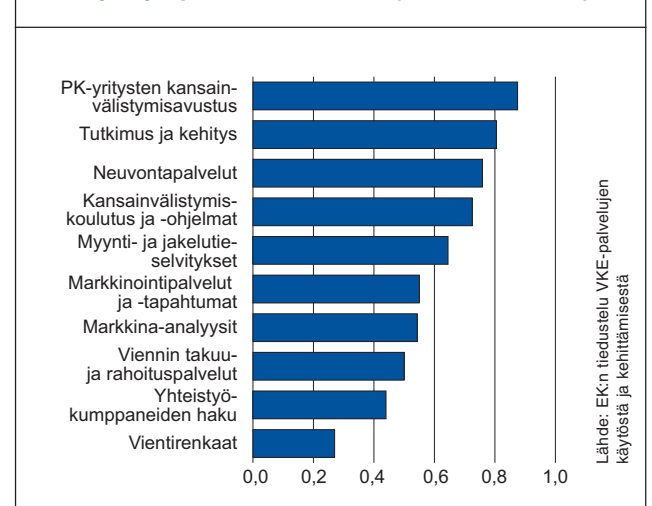
Yleisimmin käytettyihin palveluihin ollaan PK-yrityksissä myös tyytyväisiä. Suhteellisesti tyytyväisimpiä asiakkaat ovat PK-yritysten kansainvälistymistukeen. Kansainvälistymistä edistävä tutkimus ja kehitys, neuvontapalvelut sekä kansainvälistymiskoulutus ja -ohjelmat saavat myös asiakkailta hyvän arvion.

Tarjolla olevista palveluista yhteistyökumppaneiden hakuun ja erityisesti vientirenkaihin ollaan vähiten tyytyväisiä, vaikka palveluja onkin käytetty melko yleisesti. Joka kolmas näitä palveluja käyttänyt ilmoitti olevansa ainakin jossain määrin tyytymätön tuloksiin. Globaali-kansainvälistymisohjelmaan osallistuneiden sekä markkina-analyysijä teettäneiden yritysten joukossa oli myös merkittävästi tyytymättömiä asiakkaita.

Kuva 10. Tyytyväisyys organisaation palveluihin kokonaisuutena (asteikko -2– +2)



Kuva 11. Asiakastyytyväisyys käytetyn palvelun mukaan (asteikko -2– +2)



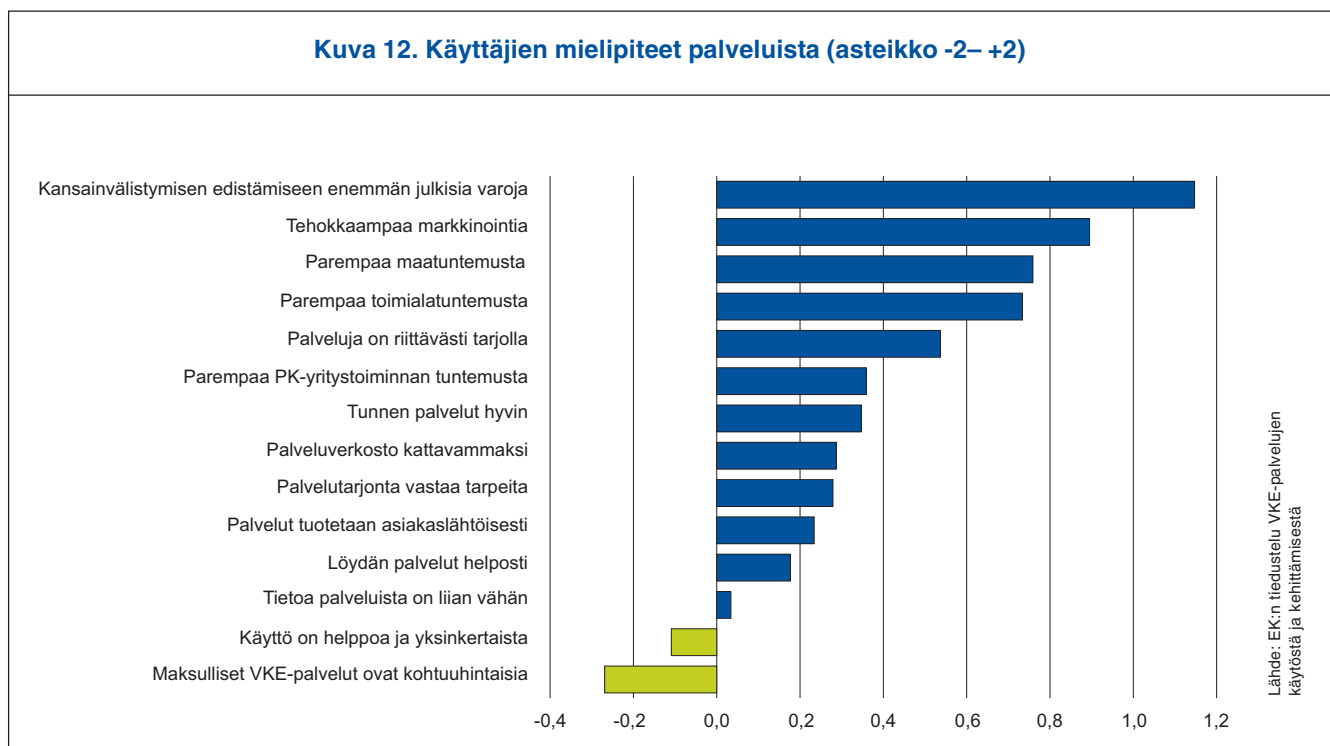
3. Palvelutarjonnassa parantamisen varaa

PK-yrittäjien mielestä kansainvälistymisen edistämiseen ei käytetä nykyisellään riittävästi julkisia varoja tai ainakin varojen kohdentaminen ontuu. Palvelujen markkinointikaan ei ole vastaajien mielestä tehokasta. Palveluorganisaatioiden maa- ja toimialatuntemus ei ole riittävällä tasolla. Palveluja ei myöskään pidetä yleisesti asiakaslähtöisinä eikä tarjonta useissa tapauksissa vastaa yrityksen tarpeita. Yrityksissä ei tunneta palveluja, niitä on vaikea löytää ja tietoa palveluista on liian vähän. Kun vielä palvelujen käyttöä pidetään vaikeana ja maksulliset VKE-palvelut koetaan kalliiksi, on ilmeistä, että PK-yrittäjät näkevät palveluissa runsaasti kehittämisen kohteita.

Yli 80 prosenttia palveluja käyttäneistä on sitä mieltä, että julkisia varoja viennin ja kansainvälistymisen edistämiseen pitäisi lisätä. Markkinoinnin tehostaminen sekä toimiala- ja maatuntemuksen parantaminen ovat keskeisiä kehittämiskohteita. Myös asiakaslähtöisyyden lisäämistä toivoo merkittävä osa palveluja käyttäneistä. Lisäksi käyttöä tulisi helpottaa, kattavuutta kohentaa ja erityisesti hinnoittelua kohtuullistaa.

Liitteessä 3 on yrittäjien autenttisia mielipiteitä palvelujen nykytilasta ja kehittämistarpeista.

Kuva 12. Käyttäjien mielipiteet palveluista (asteikko -2– +2)



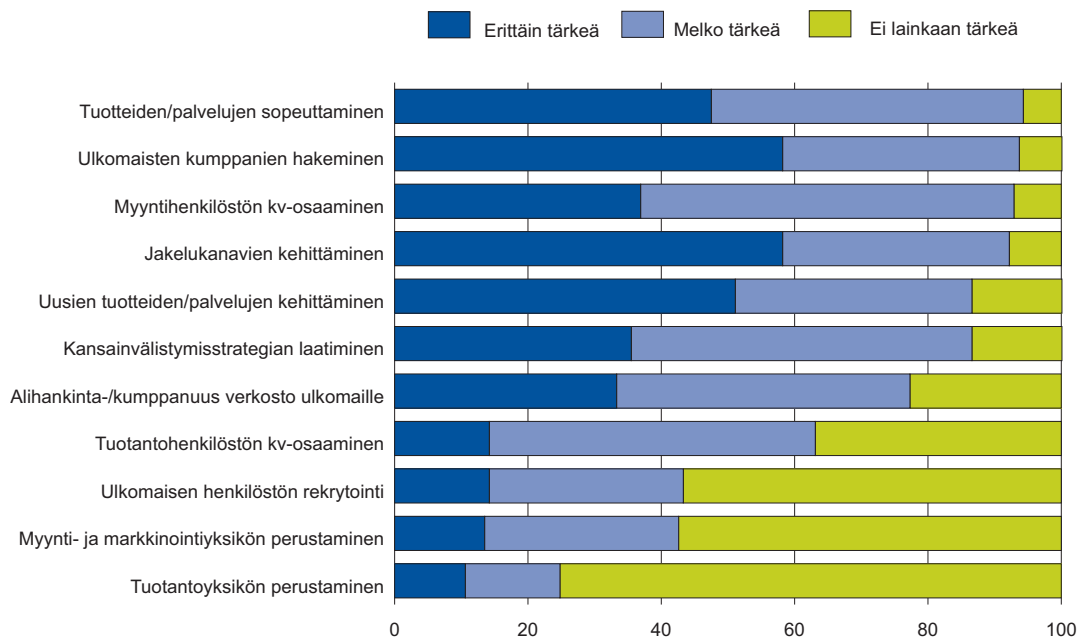
4. PK-yritykset pitävät toiminnot Suomessa

Palveluja käyttäneet pitävät seuraavien kolmen vuoden aikana tärkeimpänä panostuskohteena ulkomaisten kumppanien hakemista sekä jakelukanavien kehittämistä. Noin puolet palveluja käyttäneistä tulee panostamaan myös uusien tuotteiden ja palvelujen kehittämiseen sekä olemassa olevien tuotteiden ja palvelujen sopeuttamiseen uusille markkinoille.

Toimintojen pitämiseen kotimaassa viittaisi se, että vähiten kiinnostuneita ollaan tuotanto- tai myynti- ja markkinointiyksikön perustamisesta ulkomaille taikka ulkomaisen henkilöstön rekrytoinnista.

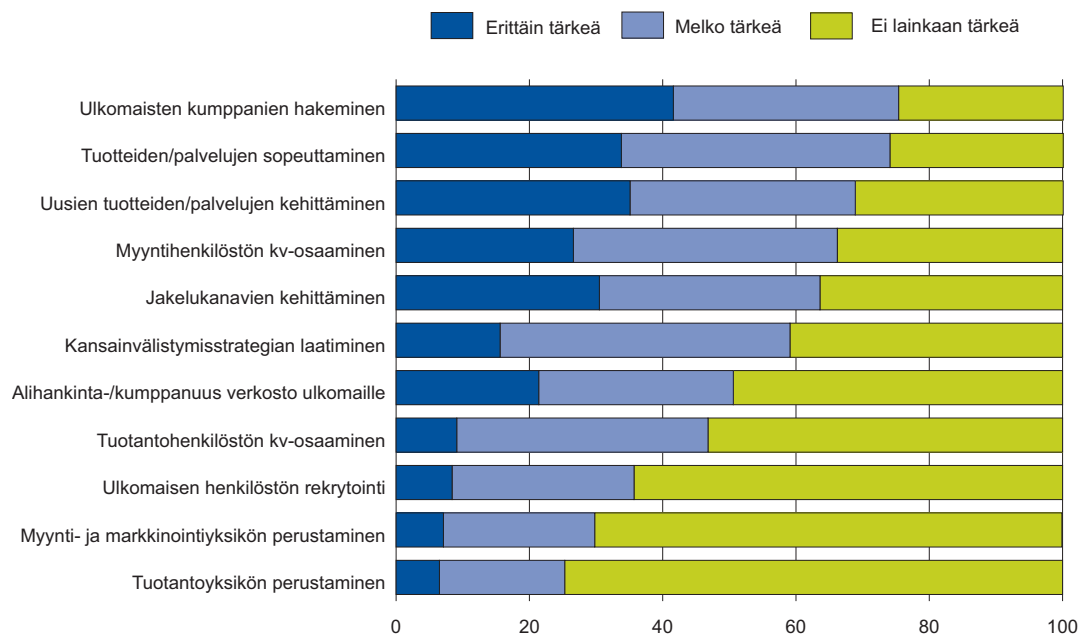
Palveluja käyttämättömät pitävät myös ulkomaisten kumppanien hakemista tärkeänä. Nykyisten tuotteiden ja palvelujen sopeuttaminen kansainvälisille markkinoille sekä uusien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen ovat myös keskeisiä panostuksen kohteita seuraavien kolmen vuoden aikana. Kun palveluja käyttämättömät yritykset ovat pääosin kansainvälistymisensä alkuvaiheessa olevia, tuotanto- tai myynti- ja markkinointiyksikön perustamista ei pidetä niissäkään ajan-kohtaisena.

Kuva 13. Panostuksen painopisteet yrityksen kansainvälistymisessä seuraavien kolmen vuoden aikana, palveluja käyttäneet, %



Lähde: EK:n tiedustelu VKE-palvelujen käytöstä ja kehittämisestä

Kuva 14. Panostuksen painopisteet yrityksen kansainvälistymisessä seuraavien kolmen vuoden aikana, palveluja käyttämättömät, %



Lähde: EK:n tiedustelu VKE-palvelujen käytöstä ja kehittämisestä

5. Selvityksen herättämiä kehittämisehdotuksia

Vastanneiden PK-yritysten pääasiallinen kansainvälistymismuoto on vienti ja ne ovatkin vientimarkkinoilla varsin kokeneita. Lähes joka toinen vastannut on harjoittanut vientiä yli 20 vuotta ja yli 10 vuotta vientitoimintaa harjoittaneita on peräti neljä viidestä. Yrityksillä ei juuri ole henkilöstöä ulkomailla. Viennin osuus liikevaihdosta on keskimäärin 30 prosenttia. Tyytyväisyys VKE-palveluihin vaihtelee sekä alueellisesti että palveluorganisaatioittain ja palvelutilanteen mukaan.

Alle puolet tiedusteluun vastanneista PK-yrityksistä ilmoittaa käyttäneensä julkisia VKE-palveluja viimeisen kolmen vuoden aikana. Vaikka viennin ja kansainvälistymisen edistämispalveluja on saatavilla, ne ovat suurelle PK-yritysjoukolle täysin tuntemattomia. Maksullisten VKE-palvelujen hinta-laatusuhde koetaan heikoksi. Joka viides pitää palveluja liian kalliina. Nekin, jotka ovat palvelut löytäneet, eivät koe palvelujen käyttöä helppona ja yksinkertaisena. Tietoa VKE-palveluista pitäisi lisätä erityisesti asiakasnäkökulmasta eli PK-yritysten ongelmista ja palvelutarpeista käsin. Palvelujen markkinoinnin tehostamista kannattaa lähes 80 prosenttia niistä vastanneista yrityksistä, jotka ovat käyttäneet palveluja viimeisten kolmen vuoden aikana.

Tarjolla olevista palveluista PK-yritykset ovat useimmin käyttäneet PK-yrityksille tarkoitettua kansainvälistymisavustusta. Saamaansa palveluun yritykset ovat tyytyväisiä. Tarvetta on ollut paljon myös yhteistyökumppaneiden hakuun, kansainvälistymiskoulutukseen, tutkimus- ja kehityshankkeisiin sekä markkina-analyysiin ja markkinointitapahtumiin liittyvistä palveluista.

Palveluorganisaatioista KTM, Tekes ja Finpro saavat asiakkailta parhaat arvostukset. Vähiten tyytyväisiä yritykset ovat yksityiseen palvelutarjontaan.

Julkisten varojen nykyistä runsaampaa panostusta yritysten kansainvälistymisen edistämiseen puoltaa yli 80 prosenttia palveluja käyttäneistä vastaajista. Muut kehittämistarpeet koskevat palveluorganisaatioiden henkilöstön asiantuntemusta. Maa- ja toimialakohtainen asiantuntemus sekä PK-yritysten tarpeiden tunteminen eivät ole PK-yrityksien mielestä aivan riittävällä tasolla.

Selvityksen tulokset johtavat ainakin seuraaviin kehittämisehdotuksiin:

1. VKE-palvelujen markkinoinnille ja tunnetuksi tekemiselle on selkeä tilaus. Palvelutarjonta koetaan nykyisellään vaikeasti saavutettavaksi ja sekavaksi. Asiakkaiden oli vaikea erottaa esimerkiksi Finpro ry:tä ja Finpro Marketing Oy:tä toisistaan niin toiminnallisesti kuin käsitteellisesti. Tässä suhteessa nimen muutos selkeyttää tilannetta. Kokonaisuutena on ryhdyttävä kehittämään palveluja yhtenäisen strategian pohjalta. Yritykset, jotka eivät vielä ole palveluorganisaatioiden asiakkaina, tuntevat palvelutarjontaa heikosti. Palveluja käyttäneet ovat niihin – kehittämistarpeista huolimatta – ainakin jossain määrin tyytyväisiä.
2. Julkista panostusta tulee ainakin kohdentaa nykyistä paremmin siten, että se vastaa nimenomaan PK-yritysten tarpeita. Vienti on tiedustelun mukaan PK-yritysten tärkein kansainvälistymisen muoto ja toiminnot ovat pääasiallisesti Suomessa. Kynnys investoida ulkomaille ja palkata sinne henkilökuntaa on varsin korkea, ja esimerkiksi tuotantoyksikön perustamista suunnittelee vain alle 10 prosenttia vastanneista. Näin ollen julkinen panostus PK-yritysten VKE-palveluihin on samalla selkeä panostus suomalaisen työhön ja hyvinvointiin pidemmälläkin aikavälillä.
3. PK-yritysten näkökulmasta kiinnostavimmat ja tärkeimmät vientimarkkinat sijaitsevat lähialueilla. PK-yritysten vienti on painottunut alueellisesti suuria yrityksiä enemmän lähialueille – Venäjälle, Baltiaan, Itäiseen Eurooppaan ja Ruotsiin. Kansallisesti on perusteltua arvioida, onko VKE-palvelujen resurssoinnissa ja painopisteissä huomioitu PK-yritysten palvelutarpeen alueellinen ensisijaisuus. Venäjän kasvavan markkinapotentiaalin vuoksi PK-yritysten vientiedellytyksiä voitaisiin parantaa kiirehtimällä yrityspuiston perustamista esimerkiksi Pietarin alueelle.

4. Valtaosa PK-yrityksistä toimii Helsingin ulkopuolella. Alueellinen palvelutarjonta ei ole tällä hetkellä tasapainossa, eikä se ole myöskään riittävällä tasolla Suomen sisällä. On perusteltua arvioida, kuinka eri organisaatioiden yhteistyötä VKE-palveluissa voitaisiin aluetasolla lisätä nykyisestä. Samassa yhteydessä tulee selvittää, voidaanko julkisten palveluiden organisaatioiden asiantunteudesta ja yhteistyötä nykyisin täysimittaisesti hyödyntää VKE-toiminnassa. On myös arvioitava, mikä on julkisen palvelun tehtävä yksittäisen organisaation toiminnassa. Palvelujen maksullisuutta ja maksuttomuutta on niin ikään mietittävä uudelleen.

5. VKE-palvelutarjontaa tulee lisätä kansainvälistymisprosessin alkuvaiheessa oleville yrityksille. Useissa selvityksissä on osoitettu, että julkinen panostus lisää myös yrityksen omaa panostushalukkuutta. Julkisten VKE-palvelujen käyttö vähenee, kun viennin osuus yrityksen liikevaihdosta kasvaa riittävän suureksi. Tässä vaiheessa yritys on jo saavuttanut riittävän vankan jalansijan ja osaamisen vientimarkkinoilla, eikä yrityskohtainen julkinen panostus ole enää samassa määrin perusteltua.

Mikäli palveluja käyttämättömätkin yritykset saataisiin tietoisiksi tarjolla olevista palveluista lisäämällä tiedotusta ja aktiivista markkinointia, kansainvälistymisprosessi olisi mahdollista käynnistää nykyistä aikaisemmin. Kansainvälistymistään aloittavat yritykset tarvitsevat erityisesti riskin jakamista.

6. Julkisissa VKE-palveluissa tulee panostaa erityisesti niille alueille, jotka PK-yritykset ovat itse nimenneet kansainvälistymisensä painopisteiksi lähimpien kolmen vuoden aikana. Ulkomaisten kumppanien haku koetaan lähitulevaisuudessa tärkeäksi. Tähän tarpeeseen nykyinen palvelujärjestelmä ei ole vastannut riittävän tehokkaasti. Tärkeäksi nimetty jakelukanavien kehittäminen liittyy yleiseen markkinointi- ja kansainvälistymisosaamiseen, jonka parantamista nykyinen palvelujärjestelmä ei tue riittävässä määrin. Myös uusien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen sekä olemassa olevien sopeuttaminen ovat niin palveluja käyttäneillä kuin palveluja käyttämättömilläkin tärkeimpien panostuskohteiden joukossa.

Liite 1

Kysymyslomake

Tiedustelu viennin ja kansainvälistymisen edistämispalveluiden (VKE) käytöstä ja kehittämisestä

1 Yrityksen kansainvälistymisen nykytila:

- Yritys toimii ainoastaan kotimarkkinoilla
- Yritys suunnittelee tai on aloittamassa kansainvälistä toimintaa
- Viennin osuus yrityksen liikevaihdosta on alle 5 prosenttia
- Viennin osuus yrityksen liikevaihdosta on 5-24 prosenttia
- Viennin osuus yrityksen liikevaihdosta on 25-49 prosenttia
- Viennin osuus yrityksen liikevaihdosta on 50-75 prosenttia
- Viennin osuus yrityksen liikevaihdosta on yli 75 prosenttia

2 Yritys on harjoittanut vientiä tai kansainvälistä toimintaa (aika vuosina):

--	--	--

3 Yrityksen/konsernin ulkomailla olevan henkilökunnan määrä on:

--	--	--	--	--	--	--

4 Viennin ja kansainvälistymisen edistämispalvelujen käyttö yrityksessä viimeisten 3 vuoden aikana:

- Yritys on käyttänyt viennin ja kansainvälistymisen edistämispalveluja siirry kysymykseen 6
- Yritys ei ole käyttänyt viennin ja kansainvälistymisen edistämispalveluja

5 Yritys ei ole käyttänyt palveluita, koska

- palveluille ei ole tarvetta
- yrityksessä ei tunneta palveluja
- palvelutarjonta ei vastaa yrityksen tarpeita
- muu syy, mikä?

6 Mitä seuraavista viennin ja kansainvälistymisen edistämispalveluista yrityksenne on käyttänyt viimeisten kolmen vuoden aikana?

PK-yritysten kansainvälistymisavustus	<input type="checkbox"/>
Toimialakohtainen kansainvälistymisavustus	<input type="checkbox"/>
Globaali-kansainvälistymisohjelma	<input type="checkbox"/>
Vientirengaat	<input type="checkbox"/>
Kansainvälistymiskoulutus ja -ohjelmat	<input type="checkbox"/>
Neuvontapalvelut	<input type="checkbox"/>
Kansainvälistymissuunnitelman teko	<input type="checkbox"/>
Markkina-analysit	<input type="checkbox"/>
Myynti- ja jakelutieselvitykset	<input type="checkbox"/>
Markkinointipalvelut ja tapahtumat	<input type="checkbox"/>
Yhteistyökumppaneiden haku	<input type="checkbox"/>
Yritysosto	<input type="checkbox"/>
Tuotantoyksikön perustaminen	<input type="checkbox"/>
Viennin takuu- ja rahoituspalvelut	<input type="checkbox"/>
Vientituotot	<input type="checkbox"/>
Investointien ja suorien sijoitusten edistäminen	<input type="checkbox"/>
Tutkimus- ja kehityshankkeet	<input type="checkbox"/>

7 Merkitkää kunkin käytetyn palvelun kohdalle yksi pääasiallinen organisaatio, jota yrityksenne on palvelutilanteessa käyttänyt:

	TE- keskus/ Viexpo	Finnvera Oyj	Finpro ry	Finpro Marketing Oy	Fintra	Tekes	KTM	Yksityiset palvelun- tarjoajat
PK-yritysten								
kansainvälistymisavustus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Toimialakohtainen								
kansainvälistymisavustus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Globaali-								
kansainvälistymisohjelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vientirengaat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kansainvälistymiskoulutus ja								
-ohjelmat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neuvontapalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kansainvälistymissuunnitelman								
teko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Markkina-analysit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Myynti- ja jakelutieselvitykset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Markkinointipalvelut ja								
-tapahtumat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yhteistyökumppaneiden haku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yritysosto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuotantoyksikön perustaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viennin takuu- ja								
rahoituspalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vientituotot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investointien ja suorien								
sijoitusten edistäminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tutkimus- ja kehityshankkeet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8 Miten tyytyväinen olette ollut käytettyihin palveluihin?

	Erittäin tyytymätön	Melko tyytymätön	Ei mielipidettä	Melko tyytyväinen	Erittäin tyytyväinen
PK-yritysten kansainvälistymisavustus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Toimialakohtainen kansainvälistymisavustus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Globaali-kansainvälistymisohjelma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vientirengaat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kansainvälistymiskoulutus ja -ohjelmat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neuvontapalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kansainvälistymissuunnitelman teko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Markkina-analyysit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Myynti- ja jakelutieselvitykset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Markkinointipalvelut ja tapahtumat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yhteistyökumppaneiden haku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yritysosto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuotantoyksikön perustaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viennin takuu- ja rahoituspalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vientituotot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investointien ja suorien sijoitusten edistäminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tutkimus- ja kehityshankkeet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9 Onko yrityksenne käyttänyt muita viennin ja kansainvälistymisen edistämispalveluita ja / tai palveluntarjoajia (tässä voitte myös tarvittaessa lisätä jo valitsemanne palvelun kohdalle muita käyttämiänne palveluntarjoajia)?

Kyllä

Ei

a. Käytetty palvelu ja palveluntarjoaja / palveluntarjoajat:

Kuinka tyytyväinen olitte käytettyyn palveluun?

Erittäin tyytymätön

Melko tyytymätön

Ei mielipidettä

Melko tyytyväinen

Erittäin tyytyväinen

b. Käytetty palvelu ja palveluntarjoaja / palveluntarjoajat:

Kuinka tyytyväinen olitte käytettyyn palveluun?

Erittäin tyytymätön

Melko tyytymätön

Ei mielipidettä

Melko tyytyväinen

Erittäin tyytyväinen

c. Käytetty palvelu ja palveluntarjoaja / palveluntarjoajat:

Kuinka tyytyväinen olitte käytettyyn palveluun?

- Erittäin tyytymätön
- Melko tyytymätön
- Ei mielipidettä
- Melko tyytyväinen
- Erittäin tyytyväinen

10 Ottakaa kantaa seuraaviin viennin ja kansainvälistymisen edistämisen palvelutarjontaa ja kehittämistä koskeviin väittämiin:

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	En osaa sanoa	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
Tunnen palvelut hyvin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palvelutarjonta vastaa yritykseni tarpeita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palveluja on riittävästi tarjolla.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Löydän palvelut helposti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palvelujen käyttö on helppoa ja yksinkertaista.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palvelut tuotetaan asiakaslähtöisesti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tietoa palveluista on liian vähän..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maksulliset viennin ja kansainvälistymisen edistämispalvelut ovat kohtuuhintaisia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palveluorganisaatioiden asiantuntijoiden maatumemusta (kulttuuri, kauppatavat, lainsäädäntö) tulisi kohentaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palveluorganisaatioiden PK-yritystoiminnan tuntemusta tulisi kohentaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palveluorganisaatioiden asiantuntijoiden toimialatuntemusta tulisi kohentaa.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yrityksen kansainvälistymistä tulisi edistää julkisin varoin nykyistä enemmän	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palveluverkoston valtakunnallista kattavuutta tulisi kohentaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viennin ja kansainvälistymisen edistämispalveluja tulisi markkinoida nykyistä tehokkaammin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11 Mitkä ovat yrityksenne kansainvälistymiskehityksessä tärkeimmät panostuksen painopisteet seuraavien 3 vuoden aikana?

	Ei lainkaan tärkeä	Melko tärkeä	Erittäin tärkeä
Kansainvälistymisstrategian laatiminen/kehittäminen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Myyntihenkilöstön kansainvälistymisosaaminen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuotantohenkilöstön kansainvälistymisosaaminen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uusien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olemassa olevien tuotteiden ja palvelujen sopeuttaminen kansainvälisille markkinoille	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulkomaisten kumppaneiden hakeminen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jakelukanavien kehittäminen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulkomaisen myynti- ja markkinointiyksikön perustaminen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulkomaisen tuotantoyksikön perustaminen.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yrityksen alihankinta-/kumppanuusverkoston rakentaminen ulkomaille.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulkomaisen henkilöstön rekrytointi.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12 Muu tärkeä panostuksen painopiste yrityksenne kansainvälistymiskehityksessä seuraavien 3 vuoden aikana?

13 Muita mielipiteitä viennin ja kansainvälistymisen edistämispalveluista:

Liite 2

Yrittäjien kommentteja VKE-palvelujen nykytilasta ja kehittämistarpeesta



Palveluja käyttäneet yritykset

”Eri toimijat eivät tunne edes toistensa toimintaa (kenelläkään ei ole kokonaisnäkemystä palveluista)
—> PK-yritykset tarvitsevat tiedon yhdestä paikasta!
Alueellista/yrityskohtaista ymmärtämystä tulisi lisätä!”

”Finpron palvelujen käyttö on ollut erittäin vaikeaa PK-teollisuudessa. Kansainvälistymisen avaintoimijana heidän tulee parantaa palvelukykyään ja osaamistaan nopeasti.”

”Finpron palveluiden hinnoittelussa ja laadussa tulisi paremmin huomioida yrityksen koko. Pienyritysten palvelun hintaa tulisi subventoida suurten kustannuksella.”

”Hinnaltaan palvelut ovat kohtuullisia, mutta hinta/laatusuhde on huono.”

”Liian hajallaan. Eri instanssit tarjoavat erilaisia palveluita. Palveluiden tulisi olla paremmin keskitettyjä.”

”Liikaa byrokratiaa. Pienet yritykset joutuvat palkkaamaan väkeä hoitamaan hakemusrumbaa ja erilaisten raporttien tekorumbaa, usein pienyrittäjä itse on niin työllistetty yrityksen muuhun toimintaan etteivät resurssit riitä. Riittävää avustusta pienille yrityksille markkinoiden etsimiseen ja erilaisiin markkinointitoimiin.”

”Kokonaisvaltainen PK-yritysten tuki. Toivoisin lisää yritystoiminnan ja markkinoinnin osaamista niiltä henkilöiltä, jotka toimivat esim. konsultteina. Suomalaiset tekevät hyviä laadukkaita tuotteita, mutta niiden myyminen kansainvälisille markkinoille on takkuavaa, ei riittävää osaamista eikä riittävää ohjausta.”

”Olemme olleet pari kertaa Finpron avulla messuilla ulkomailla, mutta kustannus on tuesta huolimatta yrityksemme liiketoimintaan suhteutettuna varsin suuri. Osaamisen ja resurssien puutteen takia olemme laittaneet kansainvälistymisen toistaiseksi hieman jäihin ja keskitämme myynnin resurssit kotimaahan, mutta tuotantoa laajennamme pääsääntöisesti ulkomailla edullisemmän kustannustason sekä joustavamman työvoiman takia.”

”Palvelua on kyllä hyvin saatavissa ja yritykset kyllä osaavat hakea. Suuntaus yhden luukun periaatteeseen on hyvä, ettei tulisi tunnetta pallottelusta. Mahdollisesti kartoitus yrityksistä, jotka käyttävät näitä palveluita voitaisiinko mahdollisesti toimialatuntemusta lisätä tai käyttää tämän alan ihmisiä entistä enemmän markkinoimaan palveluita yrityksille.”

”PKT-yrityksen kannalta palveluiden hinnat ovat korkeita. Esim. Finpro pyrkii oman voittonsa maksimointiin. Maakohtaista osaamista on ajettu liikaa alas! Jos vertaa aikaan 10 vuotta sitten, maakohtainen tietämys oli huomattavasti parempi. Joskus Finpron henkilökunnan on vaikeaa ymmärtää, että tekstiilikaupassa on vielä pääsääntöisesti kaksi kautta (= hyvin rajallinen myyntiaika). Viikon viivytys voi tietää yritykselle vuoden odottamista!”

”Selvitysten toteutuksissa aikatauluissa pysyminen on ajoittain osoittautunut kansainvälistymispalvelujen tarjoajalle hanakalaksi, liekö kyseessä PK-yrityksen asema ja ”isompien projektien” viemä aika.”

”Tuet pois. Terve yritystoiminta ei tukia tarvitse. Jos niitä joku haluaa käyttää on niistä karsittava byrokratiaa pois 90 prosenttia.”

”Valtion pitäisi tukea kaikkia uusia vientihankkeita. Jos asian ilmaiseen kääntäen: ”nyt esim. Kiina valtionea tukee heidän vientiä ja se vienti suuntautuu meidän markkinoille ja kohtaamme heidän aikaansaaman hinnoittelun”. Siinä on haastetta kerrakseen. SAK ei tunnu ymmärtävän että kohtaamme markkinoilla kovaa ja avointa hintakilpailua ja heidän valjastamat pääluottamusihmiset istuvat TV:ssä ja puhuvat ikäänkuin elettäisiin umpiossa vrt. muu maailma. Siksi valtion pitää tulla kaikin eväin mukaan talkoisiin jossa viennin eteen ponnistellaan.”





Palveluja käyttämättömät yritykset

”Ei tietoa koko asiasta.”

”Erittäin vaikea kansainvälistyä, luotettavan kumppanin löytäminen on todella vaikeaa esim. viennin aloittamisessa.”

”Kysyntä ja tarjonta eivät kohta toisiaan.”

”Lisää tiedotusta PK-yrityksille.”

”Mistähän niistä saa tietoa, jos tarvitsee?”

”Nämä palvelut ovat monille yrityksille todella tärkeitä, ja näin ollen niitä saisi markkinoida näkyvämmiin.”

”Olemme ponnistelleet omin voimin. On mahdottoman byrokraattista istua turhauttavissa suomalaisten vientiorganisaatioiden palaverissa, samalla kun pitäisi tehdä kauppaa Kiinassa, Taiwanilla, Saksassa, Skotlannissa, Hollannissa jne. jne. Olemme valinneet itsenäisen tien ja onnistuneet.”

”Palvelujen tarjonta tulisi olla yrityslähtöistä. Yrityksen erityistarpeet huomioivaa.”

”Tuotantoon ja tuotekehitykseen on tarjolla erilaisia tukipaketteja. Sensijaan markkinoinnista ne puuttuvat kokonaan tai ainakaan niitä ei ole kerrottu selkeästi. Julkisuudessa käydään keskustelua siitä, kuinka rahaa on tarjolla, mutta käytännössä sitä ei kuitenkaan ole. Mm. sukupolvenvaihdokset on tehtävä kovalla rahalla. Finnveran tarjoama spv-laina on määrältään niin pieni ja koroltaan niin suuri, ettei sitä voi käyttää työkaluna sen kokoisissa yrityksissä, jotka voisivat olla kansainvälistymässä. Samoin on myös Finnveran vientitakaukset, joita saa vain siinä tapauksessa, mikäli viennissä ei ole mitään riskiä.”

”Uusien markkina-alueiden käynnistämisen lähtökustannukset ovat yleensä ainakin meidän alalla erittäin suuret, tuotteiden hyväksyttäminen, markkinointi- ja rekrytointikustannukset jne. ovat alkuvaiheessa merkittäviä ja saattavat jäädä yrityksen tappioiksi, jos toiminnot eivät käynnisty. Olisi hyvä, jos olisi saatavissa ”riskirahaa” ainakin jollekin osalle kustannuksista.”

”Vakavampi suhtautuminen PK-yrityksiin, tässä tapauksessa tekstiiliala.”

”Viennin ja kansainvälistymisen edistämispalvelut lähtevät organisaatioiden omista tarpeista. Pienyritys, jolla on ainutlaatuisia tuotteita, tarvitsisi kansainvälistä näkyvyyttä. Tätä ei vienninedistämistilaisuuksista järjesty ainakaan järkevin kustannuksin. Alan konferenssit ja julkaisut ovatkin parempia kanavia.”



Liite 3

Arvioinnin kohteena olevat VKE-palvelujen tarjoajat

Finpro

Finpro on suomalaisten yritysten perustama yhdistys, jonka jäseniä ovat Elinkeinoelämän keskusliitto, Teknologiateollisuus ry, Suomen Yrittäjät sekä runsaat 500 kotimaista yritystä. Toimintaa tukee ja rahoittaa kauppa- ja teollisuusministeriö. Palvelutuotanto on kotimaassa keskitetty Helsinkiin ja Ouluun, minkä lisäksi Finprolla on 50 vientikeskusta 40 maassa.

Finpron tavoitteena on edistää suomalaisten yritysten kansainvälistymistä ja pienentää siihen liittyvää riskiä tarjoamalla palveluja kansainvälistymisen eri vaiheissa. Osa palveluista, kuten markkinatieto- ja neuvontapalvelut, ovat yrityksille maksuttomia. Hankeneuvonta auttaa yrityksiä pääsemään mukaan kansainvälisesti rahoitettuihin hankkeisiin. Lisäksi Finpro tarjoaa kansainvälistymisen konsultointipalvelua.

TE-keskusten vientiasiamiehet ja kansainvälistymisasiantuntijat toimivat yhteyshenkilöinä ja Finpron palvelujen asiantuntijoina alueellisesti.

Finpro Marketing Oy¹

Finpro Marketing Oy on Finpro ry:n tytäryhtiö. Yrityksen omistavat Finpro ry (70 prosenttia) sekä avainhenkilöt (30 prosenttia). Yrityksellä on maailmanlaajuinen yhteistyökumppaneiden verkosto ja se tekee yhteistyötä emoyhtiön vientikeskusten kanssa. Finpro Marketing Oy:n palveluksessa on 38 henkilöä. Yritys järjestää mm. messuosallistumisia, viestintäkampanjoita, vaikuttajavierailuja sekä hoitaa kansainvälisen markkinoinnin rahoitusjärjestelyjä. Palvelut ovat maksullisia.

Finnvera Oyj

Finnvera Oyj on kauppa- ja teollisuusministeriön hallinnon alainen ja valtion kokonaan omistama erityisrahoitusyhtiö. Yhtiö syntyi vuonna 1999, kun Kera Oy ja Takuukeskus yhdistettiin. Finnvera Oyj tarjoaa rahoituspalveluja suomalaisten yritysten kotimaan toimintojen sekä vienti- ja kansainvälistymishankkeiden toteuttamiseksi.

Yhtiön keskeiset tehtävät ovat lain mukaan PK-yri-

tysten riskirahoitus ja kehittäminen, yritysten kansainvälistymisen edistäminen sekä valtion aluepoliittisten tavoitteiden edistäminen. Yhtiön toiminta on suunnattu paikkaamaan rahoituspalvelujen tarjonnassa olevia markkinapuutteita.

Finnveran tarjoamia palveluja ovat erityisesti pienille yrityksille tarjottavat lainat, takaukset ja vientitakuut. Yhtiö kehittää rahoitusratkaisuja, jotka soveltuvat yrityksen elinkaaren eri vaiheisiin. Finnveralla on 16 aluekonttoria, joissa rahoitustoiminnan lisäksi annetaan rahoitukseen kiinteästi liittyvää neuvontapalvelua.

Fintra

Fintra on kansainvälisen kaupan koulutuskeskus, joka valmentaa yrityksiä erityisesti vientiin ja kansainvälistymiseen. Fintran palveluksessa on 35 työntekijää ja toiminta on keskittynyt Helsinkiin. Valmennus suunnitellaan ja toteutetaan yhteistyössä yritysten kanssa. Fintra toimii yhteistyössä Vientikoulutuksen kannatusyhdistys ry:n sekä kauppakamarien ja kauppayhdistysten kanssa.

TE-keskus

Työvoima- ja elinkeinokeskukset tarjoavat alueellisesti ja keskitetysti yritysten ja yritystä perustavien tarvitsemia neuvonta-, kehittämis- ja rahoituspalveluja. TE-keskukset tukevat ja neuvovat PK-yrityksiä niiden elinkaaren eri vaiheissa. Ne antavat neuvontaa yrityksen perustamisen lisäksi rahoitus- ja koulutusmahdollisuuksista sekä edistävät yritysten teknologista kehittymistä, auttavat vientiin ja kansainvälistymiseen liittyvissä asioissa ja tarjoavat osaamisen kehittämispalveluja.

Pohjanmaan TE-keskuksen yhteydessä toimii lisäksi Viexpo Oy, joka on itsenäinen, alueellinen kansainvälistymisen asiantuntija Pohjanmaan rannikkoseudulla. Viexpo tarjoaa pienille ja keskisuurille yrityksille palveluja ja toimintoja, jotka helpottavat kansainvälistymistä.

TE-keskusten kehittämispalveluja ovat yrittäjäkoulutus, PK-yritysten johdon ja henkilöstön koulutus,

¹ Finpro Marketing Oy on kyselyn jälkeen vaihtanut nimensä Entre Marketing Oy:ksi.

alueelliset elinkeinojen kehittämishankkeet, tuotteistetut asiantuntijapalvelut sekä neuvonta- ja informaatiopalvelut. Palvelujen toteuttajina käytetään ulkopuolisia asiantuntijoita, yleensä yksityisiä konsulttitoimistoja ja koulutusorganisaatioita.

Viidentoista TE-keskuksen lisäksi niiden palveluja tarjotaan paikallisesti [seudullisissa yrityspalvelupisteissä](#). Myös [keksintöasiamiesten](#) palvelut ovat käytävissä useimpien TE-keskusten yhteydessä. [Teknologia-yksiköt](#) tarjoavat teknologiaan liittyviä palveluja. Niissä valmistellaan Tekesille lähetettävät hankehakemukset sekä annetaan neuvontaa teknologian kehittämispalveluista. TE-keskusten yrityksille suunnatut [työvoimapalvelut](#), kuten työvoimaneuvonta- ja rekrytointipalvelut, tuotetaan pääosin paikallisesti työvoimatoimistojen kautta.

Teknologian kehittämiskeskus Tekes

Tekesin tehtävänä on edistää teollisuuden ja palveluelinkeinojen kilpailukykyä teknologian keinoin. Se on kauppa- ja teollisuusministeriön hallinnon alainen julkisorganisaatio, joka myöntää valtion rahoitusta yritysten ja tutkimusorganisaatioiden tutkimus- ja kehittämishankkeisiin. Viime aikoina Tekes on suuntautunut teknologiahankkeiden lisäksi mm. kansainväliseen toimintaan sekä liiketoimintavalmiuksien kehittämiseen.

Tekesin päätoiminnot on keskitetty Helsinkiin, jossa käsitellään rahoitushakemukset, laaditaan ja hallinnoidaan teknologiaohjelmat sekä hoidetaan myös Uudenmaan aluetoiminta. Muilla alueilla palveluneuvonnasta ja hankevalmistelusta vastaavat TE -keskusten teknologiayksiköt ja niissä toimivat 60 teknologia-asiantuntijaa. Lisäksi Tekesillä on toimipisteet ulkomailla viidessä kaupungissa.

Yksityiset VKE-palvelut

Yksityisellä sektorilla yritysten kansainvälistymispalveluita tarjoavat konsultit, lakiasiantoimistot ja mainostoimistot. Palveluntarjoajia on satoja pienistä yhden henkilön toimistoista suuriin monikansallisiin organisaatioihin. Monilla on erityisosaamista ja -kokemusta joko tietyiltä markkina-alueilta tai toimialoilta. Monet

ovat erikoistuneet markkinaselvityksiin, lakiasianpalveluihin tai markkinaviestintään eri kohdealueilla. Yksityissektorin palvelutarjonta on Suomessa suhteellisen suppeaa.

Yksityiset palveluntarjoajat toimivat yhteistyössä julkisten palveluntarjoajien kanssa. KTM:n Globaali-ohjelmaa toteuttavat ministeriön hyväksymät konsultit, ja vientirengastoiminnassa yhteisvientipäällikkönä toimii useimmiten yksityinen palveluntarjoaja. Yksityiset palveluntarjoajat hakevat yrityksen tai yritysryhmän puolesta myös julkisia kansainvälistymistukia TE-keskuksista tai KTM:stä sekä välittävät tietoa julkisesta palvelutarjonnasta asiakkailleen.

Lähteet

- European Commission (2002)
Support Services for Small and Sole Proprietor's Business, Final Report. Austrian Institute for Small Business Research (IFHG), June 2002
- Organisation for Economic Co-operation and Development (1997)
Globalisation and Small and Medium Enterprises Vol. 1 Synthesis Report.
Paris
- Harju Johanna, Pukkinen Tommi (2004)
Uusien ja vähän aikaa toimineiden mikroyritysten neuvontapalvelut.
KTM 23/2004
- Larjovuori Riitta-Liisa, Laiho Marko (2005)
Finpron vientikeskusverkoston alueellinen kattavuus ja kehittäminen.
KTM 6/2005
- Larjovuori Riitta-Liisa, Laiho Marko, Talonen Harri (2004)
Kansainvälistyvän PK-yrityksen liiketoimintaosaamisen kehittämistarpeet.
KTM 27/2004
- Nummela Niina, Pukkinen Tommi (2004)
Nopeammin, tehokkaammin ja kauemmas?
Vientirengas kansainvälistymisen tukena.
KTM 1/2004
- PK-yritysten toimintaympäristö ja kehitysnäkymät -selvitys
KTM 2005
- Saapunki Juha, Leskinen Jari, Aarnio Marjukka (2004)
Suomalaiset yrityspalvelujärjestelmät asiakasnäkökulmasta tarkasteltuna.
KTM 5/2004
- Storhammar Esa (1996)
PK-yritykset yrityspalvelujen käyttäjinä ja asiakkaina – kokemuksia, ongelmia, kehittämistarpeita.
Jyväskylän yliopisto,
Keski-Suomen taloudellinen tutkimuskeskus,
Julkaisu 139, Jyväskylä
- Tsupari Pekka, Nissinen Tarja, Suutarinen Juhapekka (2005)
Onko palvelutarjonta alueellisesti tasapainossa? Selvitys julkisten yrityskehitys- ja rahoituspalvelujen asiakastyytyvyydestä.
Elinkeinoelämän keskusliitto EK
- Tullihallitus
Ulkomaankauppa yritysten kokoluokittain 2004.
Ulkomaankauppa 2005:M12
- Tullihallitus
Erillistilasto PK-yritysten maakohtaisesta viennistä vuonna 2004 (ei julkaistu)
- Weaver, Mark, Berkowitz, David, Davies, Les (1998)
Increasing the Efficiency of National Export Promotion Programs: The Case of Norwegian Exporters, Journal of Small Business Management, Vol. 36 No. 3
- Väänänen, Lotta (2003)
Public provision of business support services in Finland.
Elinkeinoelämän tutkimuslaitos ETLA, No 850

Elinkeinoelämän keskusliitto EK

PL 30, (Eteläranta 10), 00131 Helsinki • Puhelin (09) 420 20
Faksi (09) 4202 2299 • www.ek.fi

Raportti internetissä:

www.ek.fi/julkaisut

Lisätietoja:

Johtava asiantuntija
Pekka Tsupari
Puh. (09) 4202 2604
pekka.tsupari@ek.fi

Asiantuntija
Tarja Nissinen
Puh. (09) 4202 2810
tarja.nissinen@ek.fi

Asiantuntija
Juhapekka Suutarinen
Puh. (09) 4202 3264
juhapekka.suutarinen@ek.fi

Ulkoasu: Graafinen suunnittelija Ulla Nurminen