

HUOM.! Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallennettu versio (final draft).

Viittausohje

Joensuu-Salo, S., Sorama, K. & Kettunen, S. 2016. Puutuotealalla kansainvälistymisestä haetaan kasvua. Yrittävä Lakeus (5), 35.

SeAMK Toimisto

PL 412
60101 Seinäjoki

Käyntiosoite:
Kampusranta 11, Frami F
60320 Seinäjoki

puh. 020 124 3000
seamk@seamk.fi

SeAMK

P.O. Box 412, FI-60101 Seinäjoki
Finland

Street address:
Kampusranta 11, Frami F
60320 Seinäjoki

tel. +358 20 124 3000
seamk@seamk.fi

Puutuotealalla kansainvälistymisestä haetaan kasvua

Seinäjoen ammattikorkeakoulu ja Suomen Metsäkeskus selvittivät puutuotealan kansainvälistymistä osana Puutuotealan kasvuhanketta. Kyselyyn vastasi yhteensä 101 pk-yritystä Etelä- ja Keski-Pohjanmaalta.

Vastanneista ulkomaankauppaa harjoitti 31 prosenttia ja yleisimmät toimintamuodot olivat suora vienti ja välillinen vienti. Myös suora tuontia harjoitettiin. Lähes puolella ulkomaankaupan osuus liikevaihdosta jää alle 10 prosenttiin, mutta vastanneista löytyi myös yrityksiä, joilla viennin osuus oli yli 90 prosenttia. Tärkeimmät kauppakumppanit puutuotealalla ovat useimmiten Ruotsi ja Saksa.

Kansainvälistyminen myös kiinnostaa useita puutuotealan yrityksiä. 20 prosenttia vastanneista oli selkeästi kiinnostunut kansainvälistymisestä ja näiden lisäksi toiset 20 prosenttia suhtautui siihen verrattain myönteisesti. Myös kiinnostuneiden yritysten kohdalla potentiaalisimpana vientimaana koettiin Ruotsi.

Kansainvälisiltä markkinoilta kasvua liikevaihtoon

Ulkomaankauppaa jo harjoittaville yrityksille tärkein tavoite kansainvälistymisessä oli liikevaihdon kasvattaminen. Muita tärkeitä tavoitteita olivat uuden markkina-alueen löytäminen, yrityksen kehittäminen ja katteen lisääminen. Myös kotimaan kausivaihteluiden tasaaminen oli osalle vastaajista tärkeää.

Suurin osa yrityksistä oli aloittanut kansainvälisen toiminnan yhteistyössä muiden yritysten kanssa. Osalla asiakas tai jälleenmyyjä oli ottanut suoraan yritykseen yhteyttä. Kansainvälistymisessä on käytetty mm. ulkomaisia tukkuja, jälleenmyyjä ja agentteja. Noin 20 prosenttia yrityksistä käytti myös verkkokauppaa ja usea harkitsi sen perustamista.

Markkinointi menestyksen ytimessä kansainvälisillä yrityksillä

Kansainvälisillä puutuotealan yrityksillä menestymiseen vaikutti ennen kaikkea yrityksen markkinointiosaaminen eli se, kuinka hyvin yritys kykenee hoitamaan asiakassuhteitaan, kehittämään brändiä sekä suunnittelemaan ja johtamaan markkinointia. Toinen menestymiseen vaikuttava tekijä oli yrityksen markkinaorientaatio. Markkinaorientaatiolla tarkoitetaan sitä, kuinka hyvin yritys hankkii asiakas- ja kilpailijatietoa sekä käyttää tätä tietoa tuote- ja palvelukehityksessään.

Teksti: Sanna Joensuu-Salo, Kirsti Sorama ja Salla Kettunen. Kirjoittajat työskentelevät Seinäjoen ammattikorkeakoulussa.