

**EXPLORER-RAHOITUSPALVELULLA ASIAANTUNTIJA
APUA KANSAINVÄLISTYMISEN SUUNNITTELUUN**

Maaninka Riitta

Opinnäytetyö

Liiketalouden koulutus
Tradenomi (AMK)

2020

Liiketalouden koulutus
Tradenomi (AMK)

Tekijä	Riitta Maaninka	Vuosi	2020
Ohjaaja(t)	Satu Valli		
Työn nimi	Explorer-rahoituspalvelulla asiantuntija apua kansainvälistymisen suunnitteluun		
Sivu- ja liitesivumäärä	34 + 6		

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, minkälaisia kokemuksia yrityksillä on Explorer rahoituspalvelusta ja onko siitä ollut apua yrityksille kansainvälistymiseen liittyvissä haasteissa. Explorer-rahoitusinstrumentti otettiin käyttöön vuonna 2017. Rahoituksen avulla voi ostaa uutta tietoa ja osaamista, jonka avulla yritys voi edetä uudella kansainvälisellä markkinalla.

Opinnäytetyön teoriaosiossa olen käynyt läpi ne ostopalvelukokonaisuudet joihin Explorer-rahoitusta voi käyttää. Asiantuntijoiden lähdeoteoksia hyödyntäen olen pyrkinyt saamaan ymmärryksen mitä eri kansainvälistymisen osa-alueilla tulee ottaa huomioon ja minkälaisia haasteita niihin sisältyy. Rahoitus on de minimis rahoitusta ja siihen liittyy omat säädökset ja velvoitteet.

Tutkimusstrategiana oli case-tutkimus, jossa hyödynsin sekä laadullista että määrällistä tutkimustapaa. Laadullisen tutkimuksen avulla selvitettiin muun muassa, mitä Explorer rahoituspalveluun kuuluvia toimenpidekokonaisuuksia asiakkaat ovat käyttäneet. Määrällinen tutkimus puolestaan keskittyi tilastotiedon keräämiseen.

Vastausten perusteella asiakkaat kokivat, että rahoituspalvelu on tarpeellinen ja tietoa siitä löytyy riittävästi. Sosiaalisen median käyttöä toivottiin lisättävän. Yhteistyö Business Finlandin henkilöstön kanssa on ollut hyvää. Rahoituksen piiriin toivottiin myös yrityksen omia kustannuksia, kuten esimerkiksi matkakuluja. Tämä on tullut esille myös Business Finlandin tekemissä omissa asiakastytyväisyyskyselyissä. Explorer-rahoituspalvelua ja muita rahoitusinstrumentteja kehitetään jatkuvasti vastaamaan uusiin haasteisiin.

Avainsanat kansainvälistyminen, liiketoiminta, rahoitus

Degree Programme in Business
Administration
Bachelor of Business Administration

Author	Riitta Maaninka	Year	2020
Supervisor	Satu Valli		
Subject of thesis	Explorer funding service to gain expert help for internationalization plans		
Number of pages	34 + 6		

The aim to this thesis was to find out what kind of experiences the companies have had when using the Explorer funding service and did they benefit from it when facing challenges in their internationalization actions. The Explorer funding instrument was introduced in 2017. The funding enables companies to buy new information and expertise to help companies make progress in a new international market.

In the theory part, I have explored and explained all those subjects that are acceptable for purchased expert services. By utilizing different experts' source books, my aim has been to expand my knowledge on what consists of internationalization and what to take into consideration when challenges occur.

As a research strategy, I used case-study method, in which I utilized both qualitative and quantitative ways of research. The qualitative research opened up for example what were the operational entireties the customers have mainly used. Quantitative research focused on the statistics.

According to the feedback the customers felt that this funding service is needed and useful and that there is enough information available. Social media was mentioned to be underutilized. Co-operation with Business Finland staff has been good. There was a proposal for some more expenses to made acceptable for the funding, one was travel expenses. This has appeared also from the customer satisfaction researches Business Finland has done. Explorer funding service and other funding instruments are under constant development process so that they can react to new challenges.

Key words

Internationalization, business, funding

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TOIMINTAYMPÄRISTÖ	7
2.1	Business Finland	7
2.2	Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM)	8
2.3	Team Finland.....	8
3	EXPLORER RAHOITUSPALVELU.....	10
4	RAHOITUKSEN KÄYTTÖKOhteITA.....	12
4.1	Kansainvälistymissuunnitelma ja -strategia	12
4.2	Liiketoimintamahdollisuuksien kartoittaminen	13
4.3	Markkinakartoitus ja lokalisointi, koemarkkinointi.....	15
4.4	Markkina-analyysi, kilpailutilanne.....	16
4.5	Jälleenmyyjien ja jakelukumppaneiden kartoitus	19
4.6	IPR ja laki- ja standardivaatimus -selvitykset.....	20
5	DE MINIMIS.....	22
6	EXPLORER-RAHOITUKSEN ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS.....	24
6.1	Tutkimusmenetelmä ja sen perustelut	25
6.2	Kyselyn tulokset.....	26
6.2.1	Tiedon löytyminen ja yhteistyö	27
6.2.2	Tavoitteet ja rahoituksen riittävyys	28
6.2.3	Tilastolliset kysymykset	29
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	32
8	POHDINTA	33
	LÄHTEET.....	35

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, minkälaisia tuloksia yritykset ovat saaneet Team Finland Explorer (lyh. Explorer, alkaen 1.1.2019 Market Explorer) -rahoitusinstrumentin avulla. Tutkin, onko siitä ollut yritysten kaipaamaa apua kansainvälistymiseen liittyvissä haasteissa. Valitsin aiheen, koska se liittyy aikaisempiin työtehtäviini Team Finland palveluneuvojana ELY-keskuksessa ja Teke-sissä sekä myös nykyiseen tehtävääni rahoitustarkastajana Business Finlandissa.

Explorer – rahoitusinstrumentti (nyk. Market Explorer) on yksi Business Finlandin rahoituspalveluista, ja se otettiin käyttöön tammikuussa 2017. Rahoituspalvelu on tarkoitettu pienille ja keskisuurille yrityksille sekä Midcap-yrityksille uusien markkinoiden löytämiseksi ulkomailta. Rahoituksella voi ostaa asiantuntijapalveluita, jotka etsivät uutta tietoa ja osaamista yritykselle. Rahoituksen määrä on 5 000–10 000 euroa (50 % kokonaiskustannuksista). (Business Finland 2019b.)

Olen toiminut vientineuvojana ja kansainvälistymisneuvojana vuodesta 1991, aluksi Suomen Ulkomaankauppaliitossa ja vuodesta 1997 TE-keskuksessa ja ELY-keskuksessa, viimeksi Team Finland palveluneuvojatiimissä. Päätehtäväni on ollut antaa yrityksille neuvoja kasvuun ja kansainvälistymiseen liittyvistä palveluista ja rahoituksesta. Rahoitustarkastajana aloitin syksyllä 2015 aluksi tehden 50 % tarkastuksia ja 50 % neuvontaa. 1.6.2017 alkaen olen toiminut kokopäiväisesti rahoitustarkastajana, kun neuvontapalvelut uudelleen organisoitiin silmällä pitäen Business Finland -muutosta. Explorer-hankkeista tuli tarkastettavakseni noin puolet hankekannasta.

Yksi kimmoke tähän opinnäytetyöhön oli, että kysyntä oli heikompaa kuin mitä oli suunnitteluvaiheessa oletettu. Tämä kävi ilmi keskusteluissa silloisen tuotevastavaan Heli Flinkin kanssa. Kyselyn sisältö perustuu pitkälti tuon puhelun aikana nousseisiin pulmakohtiin:

1. tiedottamien markkinointi – miten tietoa on löytynyt –
 - a. Mistä tietoa pitäisi löytyä.
 - b. Business Finland yhteys - kytkös

2. Kuinka hyvin vastaa yritysten tarpeita, onko katvealueita jääkö jotain ulkopuolelle
3. Hyväksyttävät kustannukset – onko jotain mitä pitäisi sisällyttää ja millä perusteella
4. Onko jotain muuta kansainvälistymiseen liittyvää palvelua mitä haluaisi julkisen vallan käyttäjiltä, onko puutteita. (Puhelu Flink H. 1.12.2017)

Opinnäytetyöni tulee olemaan asiakastyytyväisyystutkimus Explorer-tukea saaneille yrityksille. Tavoitteeni on avata kansainvälistymisteorioiden pohjalta, mihin tarkoitukseen tämä rahoitusinstrumentti on tarkoitettu ja mihin sillä tähdätään. Tutkimuksessa selvitetään muun muassa, miten tiedottaminen on onnistunut, onko tieto rahoituspalvelusta löytynyt helposti ja mistä sitä odotetaan löytyvän. Lisäksi tutkitaan, kuinka hyvin rahoituspalvelu on vastannut yritysten tarpeisiin, onko katvealueita, ja jääkö jotain ulkopuolelle. Onko asiakkaiden mielestä jotain, mitä pitäisi sisällyttää hyväksyttäviin kustannuksiin ja millä perusteilla. Tutkimuksessa selvitetään myös, onko Business Finlandin rahoituspalvelutarjonta riittävä kansainvälistymiseen liittyen tai julkinen rahoitus yleensä ja lisäksi vielä mikä on asiakkaan kokemus prosessista ja asioinnista eli onko ollut riittävä ohjeistus ja palvelun taso on ollut.

2 TOIMINTAYMPÄRISTÖ

2.1 Business Finland

Business Finland perustettiin 1.1.2018 yhdistämällä kaksi organisaatiota, kansainvälistymis-, investointi- ja matkailunedistämispalveluita tarjoava Finpro ja innovaatorahoitusta tarjoava Tekes. (Business Finland, 2019a.) Rahoituskeskusten ja yhtiön muodostaman kokonaisuuden toiminnan yleisenä tavoitteena on auttaa elinkeinoja uudistumaan ja kehittymään teknologian ja innovaatioiden keinoin, edistää kansainvälistä verkottumista sekä parantamaan työelämän laatua. Lisäksi toiminnan tavoitteena on kasvattaa arvonlisää, vahvistaa elinkeinoelämän kasvua ja kansainvälistä kilpailukykyä, lisätä vientiä ja Suomeen suuntautuvia ulkomaisia investointeja ja pääomasijoituksia sekä Suomeen suuntautuvaa matkailua sekä pitkällä aikavälillä parantaa tuottavuutta sekä luoda työllisyyttä ja hyvinvointia. (Laki Innovaatorahoituskeskus Business Finlandista ja Business Finland -nimisestä osakeyhtiöstä 1146/2017, 2 §)

Business Finland on valtion organisaatio, jossa työskentelee noin 600 asiantuntijaa yli 40 toimipisteessä maailmanlaajuisesti ja 16:ssa paikallistoimipisteessä kotimaassa. Business Finland on osa Team Finland-verkostoa. Business Finlandin tavoitteena on toimia kansainvälisen kasvun kiihdyttäjänä tarjoamalla asiantuntija-apua ja rahoitusta. Business Finlandin strategia on kaksitahoinen, eli se pyrkii mahdollistamaan yritysten kasvun kansainvälisillä markkinoilla ja luomaan kansainvälisen ja kilpailukykyisen tason liiketoimintaekosysteemin. (Business Finland 2019a.)

Innovaatorahoituskeskus Business Finland (entinen Teknologian ja Innovaatioiden kehityskeskus sittemmin Innovaatorahoituskeskus Tekes, lyhyesti Tekes 1983 - 2017) toimii suomalaisen elinkeinoelämän ja tutkimuksen rahoittajana ja aktivoijana, tarjoamalla yrityksille, yliopistoille, korkeakouluille ja tutkimuslaitoksille rahoituksen lisäksi asiantuntijapalveluita. Tavoitteena on edistää yritysten kansainvälistä kilpailukykyä, tuotannon kasvua ja lisätä vientiä. (Business Finland 2019a.)

Elinkeino- ja innovaatiopolitiikkaa toteuttava Innovaatorahoituskeskus Business Finland (rahoituskeskus) kuuluu työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalaan. Työ-

ja elinkeinoministeriö ohjaa ja valvoo rahoituskeskuksen toimintaa. (Laki Innovaatorahoituskeskus Business Finlandista ja Business Finland -nimisestä osakeyhtiöstä 1146/2017 1 §.)

Business Finland Oy:n (alkujaan Suomen Vientiyhdistys (1919-) sittemmin Suomen ulkomaankauppaliitto (1938-), Finpro ry (1999-) ja Finpro Oy (2015 – 2017)) tehtävänä on edistää:

- 1) yritysten kykyä kehittää ja kaupallisesti hyödyntää innovaatioita ja uutta teknologiaa sekä uusien innovatiivisten yritysten ja liiketoimintojen syntymistä;
- 2) elinkeinoelämän uudistumista tukevaa tutkimus- ja kehitystoimintaa;
- 3) yritysten keskinäistä sekä niiden ja julkisyhteisöjen ja tutkimusorganisaatioiden välistä yhteistyötä;
- 4) suomalaisten yritysten ja tutkimuksen kansainvälistymistä ja viennin kasvua ja yritysten kansainväliseen liiketoimintaan liittyvää osaamista;
- 5) ulkomaisten investointien ja pääomasijoitusten kohdistamista Suomeen;
- 6) ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun kasvua ja kehittämistä.

(Laki Innovaatorahoituskeskus Business Finlandista ja Business Finland -nimisestä osakeyhtiöstä 1146/2017 11 §)

2.2 Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM)

Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM) on osa valtioneuvostoa. TEM:n tehtävä on edistää kasvua ja työllisyyttä. Tavoitteena on, että yritysten menestyksestä syntyy hyvinvointia Suomeen. (TEM 22.10.2019, ministeriö). Ministeriön toimialaan kuuluvat muun muassa elinkeinopolitiikka, innovaatio- ja teknologiapoliitiikka ja yritysten kansainvälistyminen sekä markkinoiden toimivuus, kilpailun edistäminen, kuluttajapolitiikka ja tekninen turvallisuus. (TEM 2019)

2.3 Team Finland

Team Finland-verkosto lanseerattiin vuonna 2015. Verkosto on yrityksille kansainvälistymispalveluita tarjoavien julkisten toimijoiden verkosto, jonka tarkoituksena on tarjota sujuva palveluketju neuvonnasta rahoitukseen. (Team Finland 2019.)

Verkostoon kuuluvat työ- ja elinkeinoministeriö, ulkoasiainministeriö, opetus- ja kulttuuriministeriö, Business Finland, Finnvera, Tesi (Suomen Teollisuussijoitus), ELY-keskukset, Patentti- ja rekisterihallitus, Suomalais-Venäläinen kauppakamari, Suomalais-ruotsalainen kauppakamari, Teknologian tutkimuskeskus VTT, Finnfund, Finnpartnership sekä Suomen kulttuuri- ja taideinstituutit (Team Finland 2019).

3 EXPLORER RAHOITUSPALVELU

Explorer-rahoituspalvelu on suunnattu pienille ja keskisuurille sekä midcap-yrityksille, jotka haluavat kehittää kansainvälistymisen edellytyksiä ja valmiuksia, ottavat ensiaskeleita kansainvälistymisen polulla tai toimivat jo kansainvälisillä markkinoilla ja haluavat selvittää uutta potentiaalista markkinaa nykyiselle tuotteelle, palvelulle tai liiketoimintamallille. (Business Finland 2019 b.)

Rahoituksen avulla voi ostaa uutta tietoa ja osaamista, jonka avulla yritys voi edetä uudella kansainvälisellä markkinalla. Rahoitus on tarkoitettu ainoastaan ostettujen asiantuntijapalveluiden kustannuksiin. Rahoituksen määrä on 5 000–10 000 euroa, joka kattaa 50 prosenttia asiantuntijapalveluiden hankintahinnasta. Hankkeen koko voi olla korkeintaan 20 000 euroa. (Business Finland 2019 c.) Vuonna 2018 Explorer-rahoituksella voitiin maksaa pienille ja keskisuurille yrityksille ennakkoa 70 prosenttia myönnetystä avustuksesta. Rahoitus maksetaan kokonaisuudessaan loppuun projektin päätyttyä raportoitujen kustannusten perusteella ja projektin pituus voi olla enintään yksi vuosi. (Business Finland 2019b.)

Rahoituksen saamiseksi Rahoituskeskus edellyttää yrityksiltä halua kasvattaa ja kehittää liiketoimintaansa kansainvälisille markkinoille. Yrityksellä on olemassa tuote- tai palveluidea tai liiketoimintamalli, jonka saamiseksi kansainvälisille markkinoille se tarvitsee ulkopuolista asiantuntijapalvelua. Yrityksen taloudellisen tilan tulee olla kunnossa ja omarahoitusosuus varmistettuna. Rahoituksen saamiseksi yrityksen tulee täyttää tietyt vaatimukset rahoitusinstrumentista riippuen. Explorerissa edellytetään muun muassa, että yrityksellä ei ole verovelkaa, rating Alfa on vähintään luokkaa A ja yrityksellä on vakiintunutta liiketoimintaa vähintään yhden kokonaisen tilikauden verran. (Business Finland 2019b.) Yrityksen taloudellista tilaa arvioidaan muun muassa tutkimalla Suomen Asiakastiedolta saatujen tietojen perusteella, Verohallinnon Velvoitteiden hoito -seurannasta saatavien raporttien kautta sekä yrityksen taloustietojen ja viimeksi toimitetun tilinpäätöksen kautta. Oma pääoma ei saa olla negatiivinen. (Business Finland 2019b.)

Vuonna 2018 Explorer rahoitusta myönnettiin yhteensä 1 870 630 euroa, ja hyväksytyjä hankkeita oli 209 kappaletta. Tästä lappilaisille yrityksille myönnettyä rahoitusta oli yhteensä 100 000 euroa. Vuonna 2017 rahoitusta myönnettiin

1 377 918 euroa ja hyväksytyjä hankkeita oli 161 kappaletta. (Business Finland 2019h.)

4 RAHOITUKSEN KÄYTTÖKOhteITA

Irma Vahvaselkä (2009) kirjoittaa saatesanoissaan lukijalle kirjassaan Kansainvälinen liiketoiminta ja markkinointi perusteluita suomalaisten yritysten kansainvälistymistarpeille. Hän toteaa, että pienenä maana ja avoimena kansantaloutena Suomi on riippuvainen viennistä ja kansainvälistymisestä. Talouden globalisoituminen ja globaali kilpailu ovat tosiasioita, jotka tuovat haasteita, mutta tarjoavat myös monia mahdollisuuksia. Selvitäkseen globaalitalouden tuomista haasteista yrityksiltä edellytetään entistä enemmän ja jo hyvin varhaisessa vaiheessa kansainvälisen kilpailukyvn, liiketoimintaosaamisen ja markkinointiosaamisen jatkuvaa kehittämistä, ja tämä koskee myös kotimarkkinoita. Yritysten tulee kyetä reagoimaan toimintaympäristön muutoksiin joustavasti. (Vahvaselkä 2009, 3.)

Toivo Äijö (2008,49) toteaa kirjassaan Kilpailukyky huippukuntoon suomalaisten yritysten ongelmista kansainvälistymisen tiellä muun muassa, että yritysten tuntemattomuus, puutteelliset tiedot markkinoista ja osaavien resurssien puute ovat suurimpia ongelmia päästä maailman markkinoille. Apua kansainvälistymisen tueksi tarvitaan esimerkiksi ulkomaisten asiakkaiden löytämiseksi, jakelu- ja myyntikanavien kehittämiseen, johdon ja henkilöstön strategisen ajattelun ja -suunnittelun kehittämiseen ja tiedon hankintaan markkinoilta. (Äijö 2008, 49-50). Näihin kaikkiin ongelmiin tilanteisiin voidaan hyödyntää Team Finland Explorer rahoitusta.

4.1 Kansainvälistymissuunnitelma ja -strategia

Kansainvälistymisen lähtökohta on omistajien ja johdon näkemys yrityksen tulevaisuuden tahtotilasta, visiosta, joka on yrityksen 3–5 vuoden tavoitekuva. Yrityksen kasvun ja kansainvälistymisen suunnittelu edellyttää yritykseltä osaamisen päivittämistä ja pitkäaikaisia sitoumuksia (Vahvaselkä 2009, 111, 117). Se on myös strateginen päätös yritystasolla (Äijö 2008, 23). Kansainvälistymisstrategiaa laadittaessa pohdittavia ja selvitettäviä asioita on useita, kuten kuinka laajalle edetään, minkälaiset tavoitteet asetetaan, mitkä ovat omat resurssit ja minkä varaan menestys rakennetaan (Vahvaselkä 2009).

Irma Vahvaselkä (2009) on kuvannut selkeästi eri vaiheet kansainvälistymissuunnitelman ja -strategian laatimiseksi. Kaikkea suunnittelu työtä ei voida teettää ulkopuolisella, vaan yrityksen täytyy ensiksi hahmotella omat edellytykset, tahtotila ja resurssit:

- Mitkä ovat syyt laajentaa kansainvälisille markkinoille?
- Mikä on oma osaamisen taso, onko halua ja valmiutta lähteä sitä kartuttamaan?
- Onko yrityksellä mahdollisuus palkata osaajaa yrityksen ulkopuolelta?
- Tarvitseeko tuote tai palvelu sopeuttamista uusille markkinoille?
- Mitkä ovat yrityksen taloudelliset ja henkiset voimavarat? Minkälaiset taustatiedot uudesta markkina-alueesta on? (Vahvaselkä 2009, 316–317.)

Kansainvälistymissuunnitelman ja -strategian perustana on liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelma tehdään jo yritystä perustettaessa ja sitä tarvitaan muun muassa rahoituksen hakemiseksi pankeilta ja Finnveralta. Liiketoimintasuunnitelma sisältää kaikki yrityksen suunnitelmat ja tavat toimia: myyntiä ja markkinointia, hahmotellaan tuotteiden hinnoittelua, arvioidaan tuotannon resursseja, tehdään henkilöstö- ja tuotekehityssuunnitelma sekä pohditaan patenteja ja riskianalyysejä. Liiketoimintasuunnitelmaa kannattaa päivittää säännöllisesti, jotta se toimii yrityksen tiekarttana ja suunnannäyttäjänä. (Yrittäjät.fi 2019.)

4.2 Liiketoimintamahdollisuuksien kartoittaminen

Kuten jo edellä todettiin, liiketoimintasuunnitelma tehdään jo yritystä perustettaessa ja se sisältää kaikki yrityksen suunnitelmat ja tavat toimia (Yrittäjät.fi 2019). Kansainvälistymisen kynnyksellä yrityksen kannattaakin miettiä uudelleen liiketoimintasuunnitelman sisältö kansainvälistymisen kannalta ja kartoittaa sisäiset valmiudet ja edellytykset, voidaanko tehdä päätös valmisteluiden aloittamisesta sekä minkälaisia edellytyksiä kohdemarkkina asettaa. (Vahvaselkä 2009, 106–107.)

Yrityksen sisäisiä kartoitettavia perusvalmiuksia ovat yrityksen omistus- ja rahoitusrakenne nyt ja tulevaisuudessa, taloudellisten ja tuotannollisten voimavarojen riittävyys kansainvälistymiseen (tuotantoteknologia, tuotantokapasiteetti, talouden tunnusluvut ja taseanalyysi kolmelta edelliseltä vuodelta, kannattavuus, vakavaraisuus sekä vakuuksien riittävyys) ja johdon kansainvälistymisvalmiudet ja kansainvälistymisorientaatio (koulutus, kokemus, kielitaito, markkinatuntemus, aikaisemmat suhdeverkot, markkinointiosaaminen ja sitoutuminen sekä yhteistyö- ja verkostoitumisvalmiudet kansainvälistymiseen) (Vahvaselkä 2009, 107–108).

Edellisen lisäksi selvitetään tuotteiden ja markkinoinnin ja kansainvälistymisen edellytykset: mitkä ovat ylivoimatekijät asiakkaan näkökulmasta, laatu- ja hintakilpailukyky, tuotteistaminen ja tavaramerkit, immateriaalioikeudet, kyky sopeuttaa omat tuotteet uusille markkinoille, markkina-asema ja kilpailutilanne. Samoin tulee selvittää viennin perusta eli vientituote. Vientituote poikkeaa usein kotimaassa myytävästä tuotteesta johtuen muun muassa kulttuurieroista, erilaisista kulutustottumuksista sekä erilaisista teknisistä määräyksistä ja mitta- ja painojärjestelmistä. (Vahvaselkä 2009, 108.)

Liiketoimintasuunnitelman kartoittamiseksi tulee myös miettiä mille kohdemarkkinoille ollaan lähdössä. Impulssi voi tulla asiakkaalta suoraan, ja tuote voi olla niin sanottu valmis vientituote, jolla on kysyntää laajalti. Silti on tärkeää, että omat edellytykset toimia kansainvälisillä markkinoilla on olemassa. Äijö (2008, 87) toteaaakin, että jokaisella yrityksellä on oltava riittävästi luotettavaa, omakohtaista ja konkreettista tietoa markkinoista, asiakkaista ja kilpailijoista. Markkina-kohtaisten edellytysten ja liiketoimintamahdollisuuksien kartoittamisen alkuvaiheessa on hyvä ymmärtää markkinatiedon merkitys kansainvälistymisprosessissa. Arviointi annetaan yleensä ainakin pääosin asiantuntijoiden tehtäväksi. (Vahvaselkä 2009, 111.) Äijön (2008, 88) mukaan pitkällä aikavälillä perussääntö on, että yrityksen on vähitellen kartutettava omaa, suoraa, luotettavaa ja konkreettista tietoa markkinoista. Hän toteaa edelleen, että alkuvaiheessa tärkein kysymys on, onko yrityksellä riittävästi tietoa markkinoista, alan kehityksestä, asiakkaista ja kilpailijoista.

4.3 Markkinakartoitus ja lokalisointi, koemarkkinointi

Tiedolla suojaudutaan liiketoiminnan riskeiltä ja lasketaan kustannuksia, joten markkinatietoa voidaan pitää vakuutuksena yrityksen toiminnalle. Mitä enemmän asioista tiedetään, sitä varmempaa päätöksen teko on ja vähemmän virheitä tehdään. Markkinatietoa voidaan pitää myös kilpailukeinona. Tieto on kauppataavaa, jota ostetaan, ja myös kilpailijat voivat samalla tavoin hankkia samat tiedot. Markkinatieto on yrityksen ja sen henkilöstön kansainvälisen kehittämisen avaintekijä. Osaaminen syntyy tiedosta ja sen oikeasta tilanteenmukaisesta soveltamisesta. (Vaarnas, Vihavainen & Virtanen 1998, 20.)

Markkinoiden tarjoamien mahdollisuuksien ja edellytysten kartoittaminen voidaan toteuttaa suppeamminkin. Joillekin yrityksille riittää markkinoiden peruskartoitus, jonka pohjalta analysoidaan yrityksen mahdollisuudet kohdemarkkinoille tai päätetään lisäselvityksistä. Perusmarkkinakartoitus sisältää:

- perustiedot markkina-alueesta
- kilpailevat tuotteet ja niiden hintatason
- asiantuntija-arviot ja näkemyksen alan markkinoista kohdemaassa (kilpailutilanne, käytetty teknologia, teknologiset trendit sekä kyseisen tuotteen markkinapotentiaali kohdemarkkina-alueella)
- mahdolliset tuote- ja maakohtaiset vaatimukset, rajoitukset, standardit ja suositukset. (Vahvaselkä 2009, 112.)

Perusteellisempaa tietoa tarvitaan, kun yritys harkitsee etabloitumista kohdemarkkinoille. Tällöin peruskartoituksen lisäksi tarvitaan tietoa markkina-alueen koosta ja markkinapotentiaalista sekä vertailutietoa tuotteista, kilpailijoista ja asiakkaista (mm. markkinaosuudet, vahvuudet ja heikkoudet sekä mahdolliset asiakassegmentit). Tarvitaan lisäksi tietoja tuotekohtaisista erityispiireistä (alihankinta, oheistuotteen tai palvelun saatavuudesta, tarvitaanko tuotetestit tai koemarkkinointia sekä jakelutiet). (Vahvaselkä 2009, 112-113.)

PEST(EL)-makrotoimintaympäristöanalyysi toimii hyvin toimintaympäristön kartoituksessa. Sillä voidaan selvittää kaikki makroympäristön poliittiset, taloudelliset, sosiokulttuuriset ja teknologiset tekijät. Nämä ovat yleensä yrityksen oman

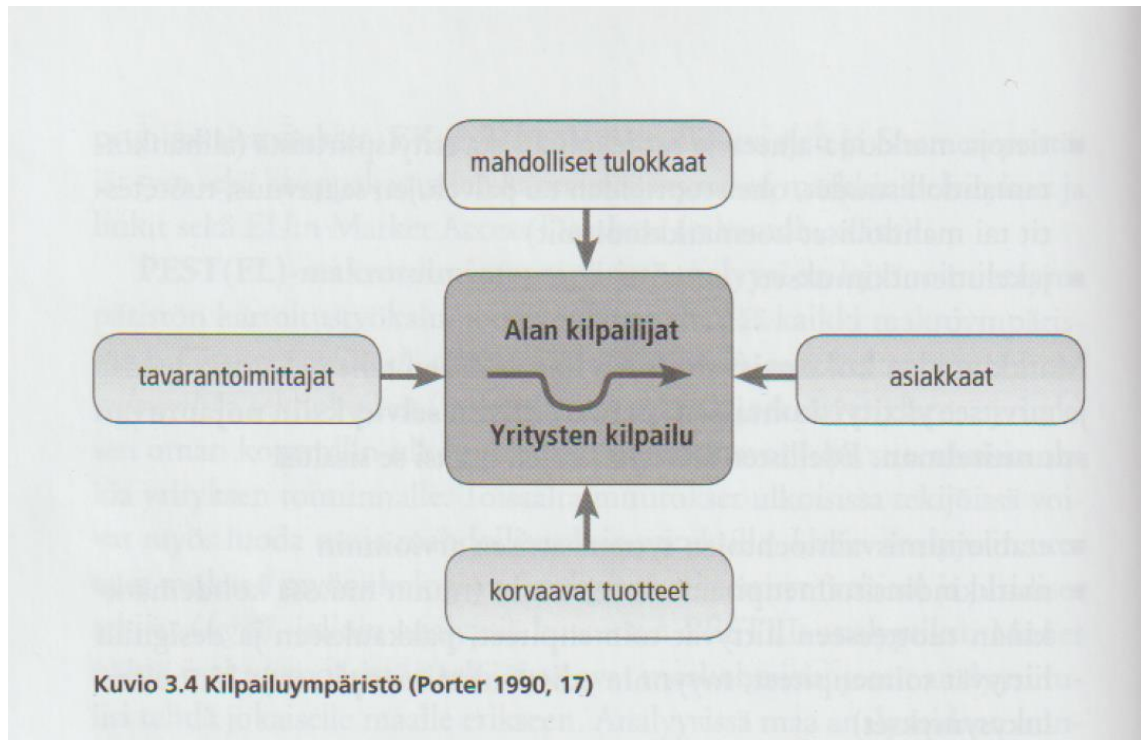
kontrollin ulkopuolella ja saattavat jopa muodostaa todellisia uhkia yrityksen toiminnalle. Toisaalta muutokset ulkoisissa tekijöissä saattavat luoda uusia mahdollisuuksia. Analyysiin voidaan ottaa mukaan myös ekologiset tai eettiset ja juridiset näkökulmat (PESTEL-analyysi). Monet makrotekijät ovat maakohtaisia, joten siksi analyysi kannattaa tehdä maakohtaisesti. Tutkimuksessa kukin maa analysoidaan erikseen eri osa-alueiden näkökulmasta ja johtopäätökset viedään SWOT-yhteenvetoanalyysiin mahdollisuuksiksi tai uhiksi. (Vahvaselkä 2009, 112.)

4.4 Markkina-analyysi, kilpailutilanne

Kilpailu kohdemarkkinoilla on tärkeä selvittää. Mikroympäristötekijät vaikuttavat läheisesti yrityksen toimintaan. Niitä ovat muun muassa yrityksen kohtaama kilpailu, asiakkaat ja yrityksen omat ja johdon ominaisuudet sekä resurssit. Lähitoimijoihin kuuluvat esimerkiksi tavarantoimittajat, alihankkijat, jälleenmyyjät ja jakeluportaat sekä muut mahdolliset sidosryhmät. (Vahvaselkä 2009, 113.)

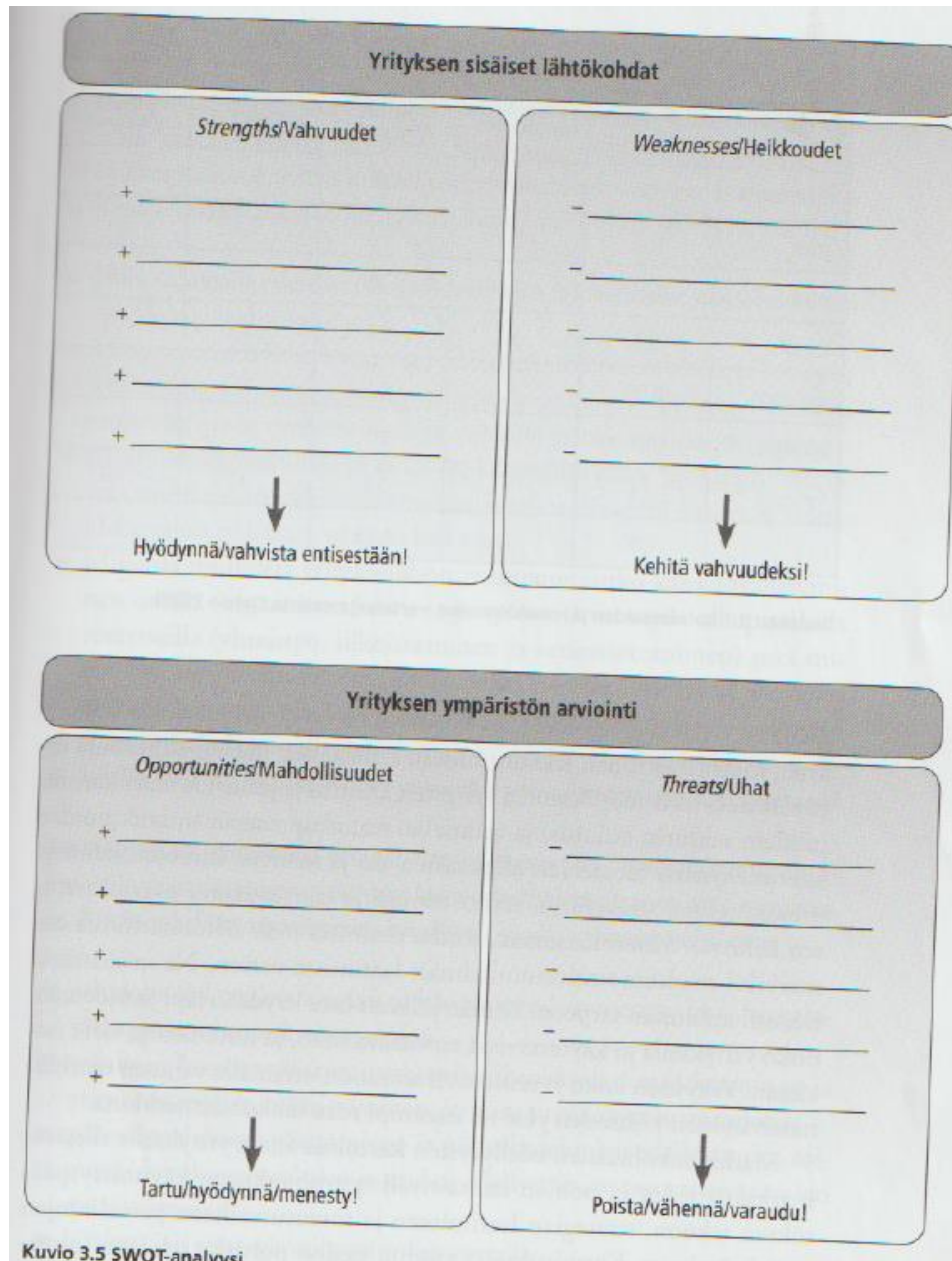
Toimialakohtaiset tiedot liittyvät yhteen toimialaan tai klusteriin. Niitä ovat esimerkiksi tietyn toimialan rakennetiedot ja kysyntätiedot, toimialan tarjontatiedot sekä toimialan muutosprosessit ja kehitystrendit. Myös toimialaa koskevat oikeudelliset säädökset ja rajoitukset kuuluvat tähän ryhmään. Kansainvälisillä markkinoilla kilpailevien yritysten määrä, koko, laatu sekä päämäärät ja tavoitteet markkinoilla vaikuttavat yrityksen kilpailukykyyn. (Vahvaselkä 2009, 113.)

Kilpailutilanteen analysointi voidaan jakaa kolmeen osaan: kilpailun rakenne, kilpailijoiden toiminta ja kilpailijoiden kyky vastata kilpailuun. Analysointityökaluna voidaan käyttää esimerkiksi Porterin five forces –kilpailuvoimatekijäanalyysiä (Kuvio 1). (Vahvaselkä 2009, 113-114.)



Kuvio 1. Porterin five forces –kilpailuvoimatekijäanalyysi (Porter 1990, 17, Vahvaselän 2009, 114 mukaan)

Sen lisäksi, että analysoidaan kohdemarkkinoiden tilanne, kannattaa yrityksen analysoida myös yrityksen oma toiminta tai yksittäisen kilpailijan toiminta ja kilpailukyky. Toimiva strateginen työkalu on SWOT-analyysi (Kuvio 2), jossa kahden ulottuvuuden nelikenttään – Yrityksen sisäiset lähtökohdat: Strengths/Vahvuudet, Weaknesses/Heikkoudet, Yrityksen ympäristön arviointi: Opportunities/Mahdollisuudet, Threats/Uhat – viedään yrityksen ulkoiset ja sisäiset asiat. (Vahvaselkä 2009, 114-115.)



Kuvio 2. SWOT-analyysi (Vahvaselkä 2009, 115)

Analyysin avulla voidaan päätellä mitä vahvuuksia yrityksellä/kilpailijoilla on ja miten niitä voisi hyödyntää, käyttää hyväksi tai ottaa opiksi. Mitkä ovat heikkoudet ja miten niihin varautua ja muuntaa vahvuudeksi. Toimintaympäristön tarjoama ja miten näitä mahdollisuuksia voidaan tulevaisuudessa hyödyntää. Minkälaisia uhkia on toimintaympäristössä ja miten niitä voidaan välttää. (Vahvaselkä 2009, 114.)

Analyysien jälkeen markkinatieto ja yrityksen oma toimintasuunnitelma ohjaavat päätöksen tekoa ja auttavat kohdemarkkina tietojen (maavertailu, tärkeys-

järjestys) määrittelyssä tekemään hyviä ja oikeita johtopäätöksiä (Vahvaselkä 2009, 116).

4.5 Jälleenmyyjien ja jakelukumppaneiden kartoitus

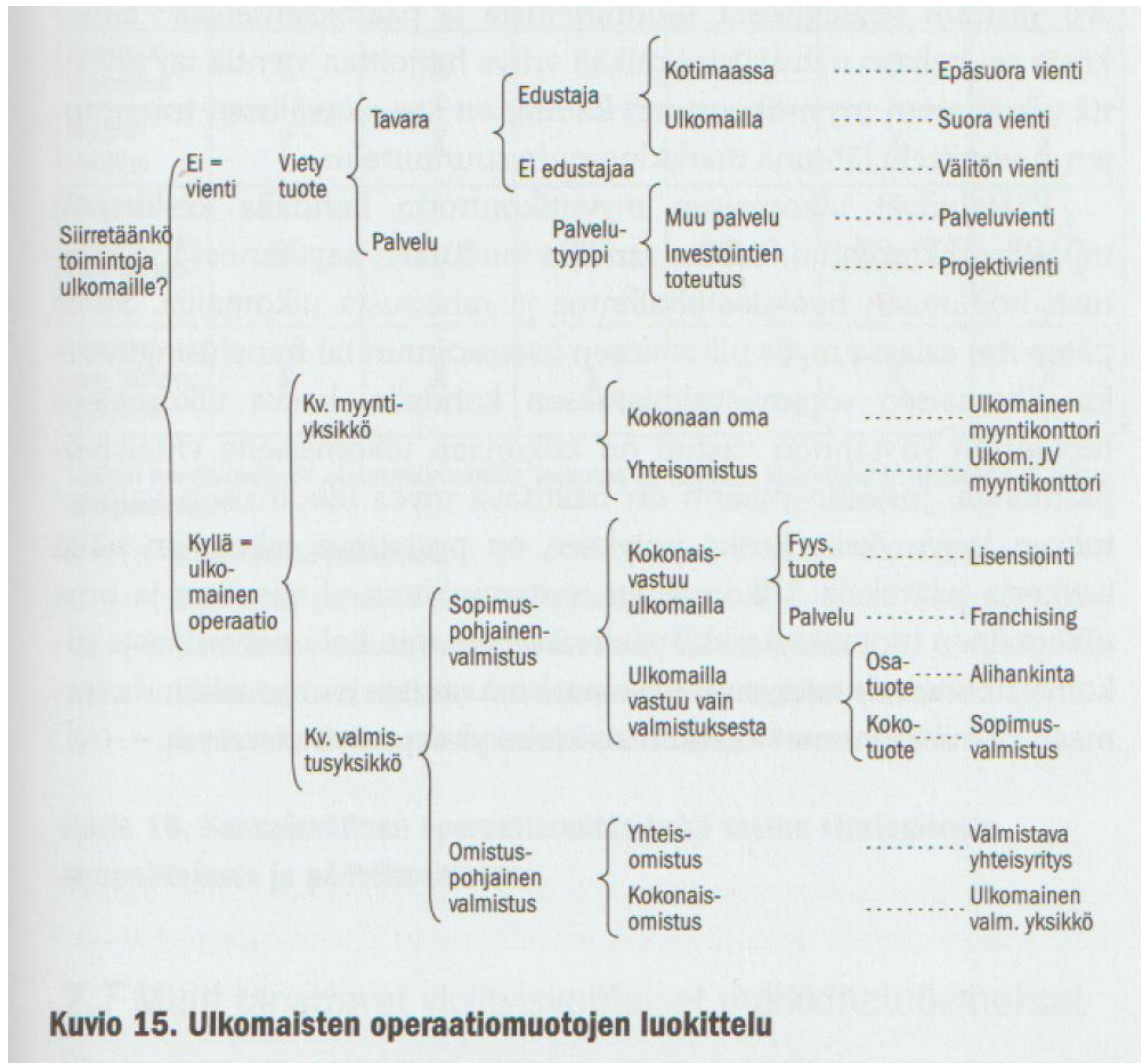
Jälleenmyyjien ja jakelukumppaneiden kartoituksessa on lähinnä kysymys markkinoillemenostrategiasta, Entry-strategiasta eli missä ja miten kansainvälisille markkinoille tarkoitetut tuotteet ja palvelut toimitetaan kohdemarkkina-alueelle (Äijö 2008, 185). Oikean markkinoillemenostrategian valinnalla on vaikutusta kaikkiin niihin toimenpiteisiin, jotka edeltävät tuotteen tai palvelun saamiseksi loppuasiakkaalle (Vahvaselkä 2009, 209). Vaihtoehtoja on runsaasti ja tieto- ja informaatioteknologia (digitalisaatio) on tuonut omat lisänsä perinteisten (esim. suora vienti, agentti, maahantuojat, ulkomainen myynti-/tuotantoyksikkö) jakelukanavien joukkoon (Vahvaselkä 2009, 16,210).

Jakelukanavan valinnassa taloudellisuus ja tehokkuus ovat avainasemassa. Ennen jakelukanavan valintaa tulee selvittää asiakkaiden ostokäyttäytyminen: miten, milloin ja missä tuotetta ostettaisiin, mitä lisäarvoa ja kilpailuetua kunkin kanavan käyttö toisi, miten erilaiset myyntipaikat vaikuttaisivat tuotteen imagoon ja liittykö kyseessä olevaan kanavaan riskejä. (Suomi.fi 2019.)

Päätöksen teossa ensin tulee päättää operaatiomuodosta ja jakelutien pituudesta. Kun kyseessä on suora vienti tai välittäjä, vaihtoehtoina ovat agentti, maahantuojat, vähittäiskaupan ketju, komissionääri, kauppahuone, ulkomailla oleva toinen teollinen yritys, oma edustusto, myyntikonttori tai tytäryritys ulkomailla. Lisäksi tulee ottaa huomioon maakohtaiset erityispiirteet, esimerkiksi tarvitaanko rinnakkaisia välikäsiä tai kohdemarkkinakohtaisia jakelukanavia. (Vahvaselkä 2009, 210.) Äijö (2008, 113) toteaa, että eri operaatiomuotojen erityispiirteet, yritystekijät (yrityksen ominaisuudet ja strategiset tavoitteet), tuotantotekijät sekä kohdemarkkinatekijät (ympäristötekijät ulkomaisilla markkinoilla, asiakkaiden ja kilpailijoiden ominaisuudet) vaikuttavat päätöksen tekoon ja valintakriteereihin.

Finran oppaassa Markkinatieto yrityksen kansainvälistymisessä todetaan, että operaatiomuotoa valittaessa tulee olla erityisen hyvät tiedot kohdealueella toimivista yrityksistä ja erityisesti potentiaalisista yhteistyökumppaneista ja että liikeyh-

teyksien etsiminen tulee suorittaa huolellisesti ja perusteellisesti (Vaarnas, Viha-
vainen & Virtanen 1998, 33-34). Äijö (2008) on luonut operaatiovaihtoehtojen va-
linnan ja päätöksen teon tueksi eri toimintavaihtoehtoista ”pätöksentekopuun”
(Kuvio 3).



Kuvio 15. Ulkomaisten operaatiomuotojen luokittelu

Kuvio 3. Ulkomaisten operaatiomuotojen luokittelu (Äijö 2008, 115)

4.6 IPR ja laki- ja standardivaatimus -selvitykset

Explorer-rahoituksella voi myös selvittää laki- ja standardivaatimukset kohdealueella sekä kansainväliseen tuotesuojaukseen ja IPR -suojaukseen liittyviä asioita jo olemassa oleville tuotteille ja palveluille. Lyhenne IPR tarkoittaa aineettoman omaisuuden oikeuksia. Lyhenne tulee englanninkielisistä sanoista Intellectual Property Rights. Usein puhutaan myös henkisestä tai aineettomasta pääomasta ja niihin liittyvistä oikeuksista. (Patentti ja rekisterihallitus, PRH 2013.)

IPR jaetaan yleisesti tekijänoikeuksiin ja teollisoikeuksiin. Teollisoikeuksilla (patentti, hyödyllisyysmalli, tavaramerkki ja mallisuoja) suojataan, hallitaan ja kaupallistetaan kehitystyön tuloksia. Niillä on oikeusvaikutus (kielto-oikeus), joka antaa mahdollisuuden sekä kieltää että antaa käyttöluupa (lisenssi) oikeuksien kohteen (esim. teknologia, tuotemerkki, muotoilu) kaupalliseen hyödyntämiseen. (Patentti ja rekisterihallitus, PRH 2013.) Teollisoikeudelliset asiat kuuluvat työ- ja elinkeinoministeriön vastuulle (Haarman 2014, 3). Teollisoikeuksien lisäksi myös luovan työn tuloksena syntyvät tekijänoikeudet ja niistä sopiminen ovat tärkeitä pk-yrityksille. Tekijänoikeusasiat kuuluvat Suomessa opetus- ja kulttuuriministeriölle. (Patentti ja rekisterihallitus, PRH 2013.)

Teollis- ja tekijänoikeuksien turvaamiseksi on luotu useita ylikansallisia sopimuksia (esim. Pariisin yleissopimus 1883, Bernin yleissopimus 1886, Yleismaailmallinen tekijänoikeussopimus 1952, Rooman yleissopimus 1961, TRIPS eli Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights 1994), mutta nämä sopimukset eivät kuitenkaan ole ylikansallista oikeutta (Haarman 2014, 9-13, 15). Kunkin maan tekijänoikeus, patenttioikeus ja tavaramerkkioikeus ovat voimassa vain tuon maan alueella. Huolimatta kaikista yleissopimuksista eri maiden lainsäädännöt eivät ole yhtenäistyneet ja immateriaalioikeudet saattavat poiketa huomattavasti toisistaan. (Haarman 2014, 22.)

5 DE MINIMIS

De minimis -tuella tarkoitetaan vähämerkityksistä julkista tukea, jonka määrä on enintään yhteensä 200 000 euroa yhtä yritystä kohden nykyisen ja kahden edellisen verovuoden ajanjaksolla (kolmen vuoden jakso). Pienten tukien ei katsota vääristävän kilpailua tai vaikuttavan jäsenmaiden väliseen kauppaan, minkä takia ne on vapautettu komissiolle tehtävästä ennakoilmoitusvelvollisuudesta. Vastaavasti 200 000 euron enimmäismäärän ylittäviä tukia ei voida myöntää de minimis -asetuksen puitteissa, vaan tuki tulee myöntää ryhmäpoikkeusasetuksen perusteella tai tuesta tulee tehdä ennakoilmoitus komissiolle. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 8.)

Kolmen vuoden jaksolla tarkoitetaan käytännössä yrityksen nykyistä ja kahta edellistä verovuotta. Verovuoden muodostaa se tai ne tilikaudet, jotka päättyvät kalenterivuoden aikana. Kolmen vuoden jakso alkaa sinä verovuotena, kun viranomaisena on ensimmäisen kerran myöntänyt tukea yritykselle; merkitystä ei ole tuen maksatuspäivämäärällä. Koska de minimis -tuen määrittely on ajassa liikkuva käsite, tilaa ”de minimis -kiintiöstä” voi vapautua vuosittain riippuen tuen myöntämisaikankohdasta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 14.)

De minimis -avustusta voidaan myöntää lähes kaikille yrityksille. Tukea saavan yrityksen käsite ymmärretään EU-oikeudessa laajasti, määrittely ei ole sidottu Suomen yhtiölainsäädäntöön tai yritystoiminnan tavoitteisiin (voittoa tavoitteleva tai tavoittelematon). Ratkaisevaa on, harjoittaako organisaatio taloudellista toimintaa, jossa on kyse tavaroiden tai palvelujen tarjoamisesta tietyillä markkinoilla. Myös voittoa tavoittelemattomat tai yleishyödylliset tahot kuten yhdistykset, innovaatiovälittäjät (teknologiakeskukset ja yrityshautomot), kunnalliset kehittämissyhtiöt sekä kolmannen sektorin järjestöt kuuluvat EU:n valtiontukisääntöjen ja de minimis -asetuksen piiriin, jos ne harjoittavat taloudellista toimintaa ja jos muut valtiontuen kriteerit täyttyvät. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 9.)

Suomessa de minimis -tukea myöntävät muun muassa kunnat, maakuntien liitot, ministeriöt, Finnvera, ELY-keskukset ja Business Finland. Jokainen tukea myöntävä organisaatio ilmoittaa päätöksessään de minimis -tuen määrän. Yrityksen

on itse seurattava saamansa de minimis -tuen määrää ja ilmoitettava siitä hakiesaan uutta tukea, jotta eri viranomaisten myöntämien de minimis -tukien yhteissumma ei ylitä tuen sallittua enimmäismäärää kuluvan ja kahden edellisen verovuoden ajalla. (Business Finland 2019e.)

EU:n määritelmän mukaan pk-yritykset ovat alle 250 työntekijän yrityksiä, joiden liikevaihto on enintään 50 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma enintään 43 miljoonaa euroa. Tätä suuremmat yritykset luokitellaan suuryrityksiksi (henkilöstöä 250 tai enemmän tai tase on vähintään 43 M€ ja liikevaihto konsernitasolla vähintään 50 M€). Midcap-yritykset ovat EU-määritelmän mukaisia suuryrityksiä, joiden liikevaihto on enintään 300 miljoonaa euroa. (Business Finland 2019c.)

6 EXPLORER-RAHOITUKSEN ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS

Empiirisenä tiedonlähteenä on kyselytutkimus, johon otetaan mukaan vuonna 2018 Explorer rahoitusta saaneet yritykset. Vastausten perusteella tehdään arviointi ja päätelmät. Lisäksi tietolähteenä on Business Finlandin sisäiset ja ulkoiset tiedotteet ja ohjeet.

Asiakastyytyväisyyden tutkiminen ja palautteesta oppiminen ja kehittyminen ovat elinehto kaikelle liiketoiminnalle, niin yrityksille kuin myös virastoille ja laitoksille. Asiakaspalaute määrittää toiminnan olemassaolon oikeutusta. Jos palvelu ei kohdata kysyntää, kyseenalaistuu tarve kyseiselle palvelulle. Business Finlandin palvelu visiona on tarjota asiakkaalle kokonaisvaltaista ja asiantuntevaa kasvupalvelua, jossa yhdistyvät rahoitus, verkostot ja asiantuntemus. Asiakkuuksia hoidetaan laaja-alaisesti ja pitkäjänteisesti tunnistuen kuhunkin hetkeen sopivat palvelut omasta ja kumppaneiden tarjonnasta (Tekes intra, viitattu 31.3.2018).

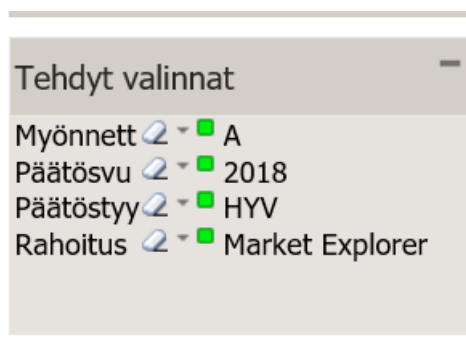
Asiakastyytyväisyyskyselyllä kartoitan minkälaiset yritykset ovat rahoitusta hakenneet ja käyttäneet, missä vaiheessa yritys on kasvun ja kansainvälistymisen suhteen ja miten tämä rahoituspalvelu on edesauttanut tavoitteiden saavuttamisessa. Kyselytutkimus tehdään Webropol -kyselynä (Liite 1).

Business Finland seuraa asiakaskokemuksia rahoitusasiakkaiden piirissä säännöllisesti. Palautetta kerätään kolmessa eri vaiheessa: 1) sähköisen hakemuksen jättäessään ("hymynaama" ja avoin palautekenttä), 2) rahoituspäätöksen jälkeen ja 3) viimeisen maksatuksen jälkeen lähetetään sähköpostikysely. Pulssikyselyitä lähetetään kaksi kertaa vuodessa asiakkaille, jotka ovat asiakassuhteen kehittämisvaiheessa. Palautteet käsitellään kuukausittain asiakasvastuu alueilla, asiakkuuksien ohjausryhmässä ja puolivuositain johtoryhmässä. (Tekes sisäinen ohje 2017.)

Huolimatta jo kerättävästä palautteesta, tähän opinnäytetyöhön tarvitsen yksityiskohtaisempaa asiakastyytyväisyys palautetta liittyen Explorer -rahoituspalveluun, jolloin tärkein empiirinen aineisto on asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset.

Asiakastyytyväisyyskysely toteutetaan Webropol -kyselynä, vastausten keruutapa Nettilinkki – Julkinen linkki. Asiakastyytyväisyyskysely toimitetaan Explorer-asiakkaille sähköpostitse. Koska kyseessä olevat yritykset ovat jo Business Finlandin asiakkaita, yhteystiedot löytyvät tietokannoistamme. Asiakastyytyväisyyskysely tehdään siten, että yksittäistä osallistujaa ei voida tunnistaa ja taustatietoja käytetään vain vastausten tilastollista käsittelyä varten, Nettilinkki – Julkinen linkki on automaattisesti anonyymi (Webropol 3.0 käyttöopas 2020, 103). Asiakassuhde on luottamuksellinen.

Kyselytutkimuksen aion tehdä yritysjoukolle (otos 50), joka vuonna 2018 on toteuttanut hankkeen Explorer-rahoituksella. Vuonna 2018 rahoitusta on myönnetty 209 yritykselle (Qlick View-raportti 24.3.2020, sisäinen raportointi-järjestelmä). Hakukriteerit Qlick View-portaalista esiteltynä kuviossa 4 (Kuvio 4).



Kuvio 4. Qlick View, projektiraportti (Business Finland 2019h)

Kyselytulosten perusteella pääsen paremmin kiinni opinnäytetyön lopputulemasta, tarvitaanko kehittämisehdotuksia tai muuta toiminnallista tuotosta.

6.1 Tutkimusmenetelmä ja sen perustelut

Kanasen (2012, 35) oppaan mukaan case-tutkimus ei ole oikeastaan tutkimusmenetelmä, vaan lähestymistapa, jossa voi olla piirteitä laadullisesta ja määrällisestä tutkimuksesta. Kananen (2013, 11) toteaa kirjassaan Case-tutkimus opinnäytetyönä myös, että case-tutkimuksen kohteena on tämän hetkinen ilmiö, jolloin tutkimuksen kohteena on yksi tapaus, josta halutaan syvälinen ymmärrys. Tutkimuskysymysten tulisi vastata kysymyksiin: miten, kuinka ja miksi. Kyselytutkimuksen tulokset tuovat sekä määrällistä että laadullista tietoa rahoituspalvelusta palvelukyvystä ja sen kehittämistarpeista. (Kananen 2013, 11)

Tutkimusstrategiana tulee olemaan Case-tutkimus, jossa hyödynnetään sekä laadullista että määrällistä tutkimustapaa. Laadullisen tutkimuksen avulla pyrin selvittämään mitä Explorer rahoituspalveluun kuuluvia toimenpidekokonaisuuksia asiakkaat ovat käyttäneet, ovatko ne riittäviä asiakkaiden mielestä sekä selvitetään, miten rahoituspalvelu on vastannut asiakkaan tarpeeseen, miten yhteistyö konsultin/asiantuntijan kanssa on toiminut, miten yhteistyö Business Finland hankevastaavan tai muun henkilöstön kanssa on toiminut. Määrällinen tutkimus keskittyy tilastotiedon keräämiseen kuten esimerkiksi mikä on yrityksen toimiala, koko, tämän hetkinen kansainvälistymistilanne.

6.2 Kyselyn tulokset

Kysely lähetettiin 50 vastaanottajalle 14.9.2020, määräpäivä vastauksille oli 28.9.2020. Yksi kyselyistä ei mennyt perille. Vastaanottajia muistutettiin kyselystä 24.9.2020 ja uusinta kysely lähti 29.9.2020, määräaika tässä oli 6.10.2020. Tähän kyselyyn palautui yksi tuntematon osoite lisää ja yhdeltä tuli automaattinen vastaus, jossa vastaanottajan viesti oli, että hän on paikalla seuraavan kerran 6.10.2020. Näin ollen kokonaisotanta on ollut 47. Vastauksia kyselyyn saatiin julkisen nettilinkin kautta 8 kpl, vastausprosentti oli 17 (Taulukko 1). Kysely suljettiin 13.10.2020.

Taulukko 1. Seurantatilasto

Seurantatilastot	Yhteensä	
	(N)	%
Vastattu kyselyyn: Julkinen nettilinkki	8	100
Kysely avattu vastaajien toimesta	15	187
Vastaaminen aloitettu	8	100

Ensimmäiseen kysymykseen - mihin tarpeeseen avustusta on haettu - vastasi 15 (Vastaajien määrä: 8, valittujen vastausten lukumäärä: 15). Vastausten perusteella kansainvälistymissuunnitelma ja -strategia oli sellainen aihe, johon yritykset kokivat tarvitsevansa eniten ulkopuolisen asiantuntijan apua (Taulukko 2).

Taulukko 2. Mihin tarpeeseen rahoitusta on haettu

	n	Prosentti
Kansainvälistymisuunnitelma ja -strategia	5	62,5%
Liiketoimintamahdollisuuksien selvitys, esikonseptointi	2	25%
Olemassa olevan tuotteen markkinakartoitus uudessa markkinassa ja lokalisointitarpeiden kartoitus	4	50%
<u>Koemarkkinointi</u>	1	12,5%
Markkina-analyysit, kilpailutilanteen selvitys	2	25%
<u>Jälleenmyyjien ja jakelukumpaneiden kartoitus</u>	1	12,5%
Laki- ja standardiväitösten selvittämiseen sekä kv-tuotesuojaukseen liittyviin selvityksiin olemassa oleville tuotteille	0	0%
<u>Muu mikä:</u>	0	0%

6.2.1 Tiedon löytyminen ja yhteistyö

Hakukanavista Business Finlandin Asiointipalvelu oli käytetyin, koska 75 % vastaajista koki asiointipalvelun omakseen. Asiointipalvelu on Business Finlandin asiakasportaali, jonka kautta asiakkaat voivat hakea rahoitusta ja raportoida projektin edistymisestä. Toiseksi tutuin tapa ottaa yhteyttä oli tunnustelupalvelu/Team Finland-yhteydenottopyyntö, tätä kanavaa oli käyttänyt 25 % vastaajista. Kysymykseen oli vastannut 10 henkilöä. Hakukanavan löytyminen oli vastanneiden mielestä helppo (Taulukko 3).

Taulukko 3. Hakukanavan löytäminen (1=ei, oli sekavaa, 5=kyllä ei onglemaa)

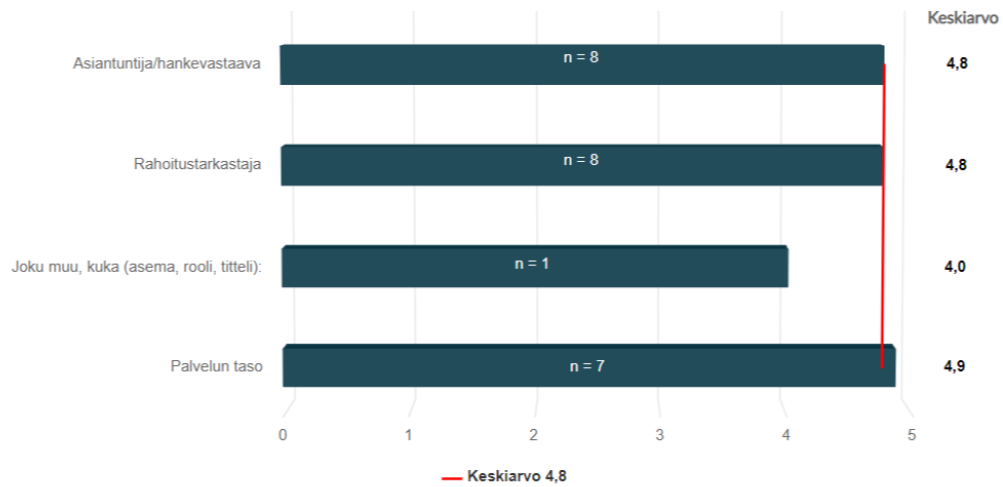
	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
Hakukanavan löytyminen	0%	0%	0%	37,5%	62,5%	4,63	5

Asiointipalvelu itsessään koettiin pääsääntöisesti hyväksi, keskiarvo oli 4 – 4,88 %:n välillä. Raportoinnin osa oli kokenut hankalahkaksi (arvosana 2, kokonaiskeskiarvo 4). Vapaan sanan palautteissa oli kommentoitu juuri raportointia seuraavasti: ”Raportoinnissa oli kylläkin paljon ohjeistusta, mutta kirjoitettu melkoisella kapulakielellä, joten välillä ohjeiden ymmärtäminen oli haasteellista.”

Yhteistyö Business Finlandin asiantuntijoiden kanssa koettiin pääsääntöisesti hyväksi. Keskiarvo oli 4 – 4,86 välillä, maksimin ollessa 5 (Taulukko 4):

Taulukko 4. Yhteistyö Business Finland henkilöstön kanssa

Vastaajien määrä: 8



	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
Asiantuntija/hankevastaava	0%	0%	0%	25%	75%	4,75	5
Rahoitustarkastaja	0%	0%	0%	25%	75%	4,75	5
Joku muu, kuka (asema, rooli, titteli):	0%	0%	0%	100%	0%	4	4
Palvelun taso	0%	0%	0%	14,29%	85,71%	4,86	5

Vastausvaihtoehtoon ”Joku muu, kuka (asema, rooli, titteli)” oli vastattu yhteishenkilöksi asiakasvastaava. Palvelun taso ylipäätään oli koettu hyvänä. Rahoitus on täyttänyt asiakkaiden odotukset ja tarpeet. Asteikolla 1 – 5, keskiarvo oli 4,38.

6.2.2 Tavoitteet ja rahoituksen riittävyys

Tavoitteiden saavuttaminen ei kaikkien osalta ole onnistunut kovin hyvin. Syitä tähän on monia. Vapaa sana osiossa oli kommentoitu tavoitteiden saavuttamista näin: ”Valitsemamme markkina osoittautui paljon olettamaamme haasteellisemmaksi, kun samanaikaisesti tuli haasteita myös Suomessa, päätimme painaa hie-man jarrua.” (Taulukko 5)

Taulukko 5. Toteutuivatko hankkeelle asettamanne tavoitteet (1=ei, hanke keskeytettiin, 5= kyllä, ylitti odotukset)

	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
Tavoitteiden toteutuminen	12,5%	12,5%	37,5%	25%	12,5%	3,13	3

Tiedottamisen ja markkinoinnin osalta haluttiin kartoittaa, löytyykö tietoa Explorer rahoituksesta helposti ja onko tieto riittävää, jotta rahoitusta osaa hakea. Kysymykseen oli tullut seitsemän vastausta. Pääsääntöisesti vastaajat olivat sitä mieltä, että Business Finlandin kotisivuilta löytyy riittävästi tietoa ja sivut ovat selkeät. Yksi piti niitä hieman sekavina. Myös yhteyshenkilön ja yleisesti henkilökunnan kautta saatavaa tietoa pidettiin riittävänä. Yksi vastaajista esitti toiveen, että ”voisi hyödyntää somea enemmän ja niitä kanavia, missä ihmiset viettää eniten aikaa”.

Kysymys 10 käsitteli hyväksyttäviä kustannuksia ja riittääkö tämän hetkiset hyväksyttävät kustannukset. Tällä hetkellä rahoituksen piiriin hyväksytään ainoastaan ostettavat asiantuntijapalvelut. Neljä seitsemästä vastaajasta olivat sitä mieltä, että oma työaika ja palkat tulisi sisällyttää hyväksyttäviin kustannuksiin. Näiden lisäksi esitettiin hyväksyttäväksi myös matkakustannuksia sekä koemarkkinointiin liittyviä markkinointikustannuksia, kuten esim. esitteet. Kahden vastaajan mielestä nykyiset hyväksyttävät kustannukset ovat riittäviä.

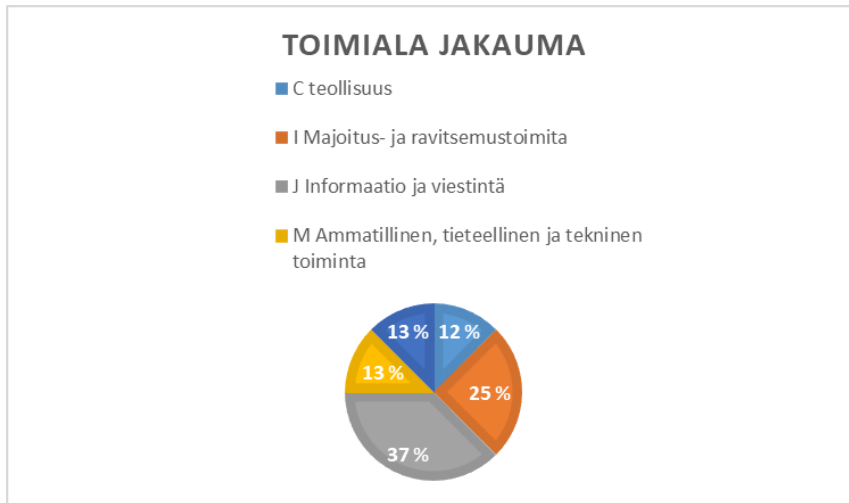
Kysymykseen, onko jotain muuta kansainvälistymiseen liittyvää palvelua, mitä asiakkaat toivoisivat julkisilta toimijoilta, oli saatu vastaus neljältä vastaajalta, joista yhdellä oli selkeä toive: kyseisen markkina-alueen palveluiden kartoittaminen. Muut vastaajat olivat sitä mieltä, että nykyiset riittävät tai eivät yksilöineet tarkemmin, mitä palveluja tarvittaisiin.

Vapaa sana, ruusut ja risut kohta tuotti neljä vastausta. Raportoinnin osalta kiiteltiin runsaasta ohjeistuksesta, mutta toisaalta kritisoitiin ohjeistuksessa käytettyä niin sanottua kapulakieltä, jonka vuoksi ohjeiden ymmärtäminen on välillä haastavaa. Yhden mielestä Business Finland toimii aktiivisesti asiakkaiden suuntaan ja kiitteli siitä.

6.2.3 Tilastolliset kysymykset

Kyselyn loppuun oli kerätty taustatietoa yrityksistä, kuten esimerkiksi yrityksen koko, toimiala ja sijainti. Vastaajia oli kahdeksan. Suurin ryhmä (87 %) vastaajista kuului pieniin yrityksiin (<50 työntekijää liikevaihto on < 10 milj. euroa tai taseen loppusumma < 10 milj. euroa). Loput 13 % kuuluivat tämän kyselyn perusteella midcap yrityksiin (suuryritys, jonka liikevaihto on enintään 300 miljoonaa euroa).

Toimialajakauman perusteella suurin ryhmä yrityksistä toimi Informaatio ja viestintä alalla (Kuvio 5).



Kuvio 5. Toimialajakauma

Business Finlandin yksi teema muun muassa ohjelmissa on ollut digitaalisuus ja tämä tulos tukee sitä. Digitaalisuus näkyy muun muassa Business Finlandin omassa kehitystoiminnassa kuin myös asiakkaille suunnatuissa ohjelmissa ja rahoituksessa (Business Finland 2020a). Työ- ja elinkeinoministeriön innovaatiopolitiikan mukaan talouskasvua ja hyvinvointia tavoitellaan perinteisen teknologian kehittämisen rinnalla monenlaisella ei-teknologisella osaamisella. Digitalisaatio ja palveluiden painoarvon kasvu taloudessa korostavat aineettoman arvonluonnin merkitystä ja tarjoavat uusia keinoja luoda arvoa. (TEM 2020.)

Vastanneiden yritysten kansainvälistymisaste oli kolmen yrityksen ilmoituksen mukaan jonkin verran eli ovat aloittelemassa kansainvälistä toimintaa ja kolme ilmoitti olevansa jo kansainvälisillä markkinoilla. Kaksi yritystä ilmoitti, että eivät vielä ole lainkaan (Taulukko 6).

Taulukko 6. Kansainvälistymisaste

	n	Prosentti
Ei vielä	2	25%
Jonkin verra	3	37,5%
Toimii KV-markkinoilla	3	37,5%

Maantieteellisesti kyselyyn vastanneet yritykset ovat sijoittuneet Tilastokeskuksen maakuntaluettelon 2020 mukaan suurimmalta osin Uudellemaalle ja pääkaupunkiseudulle, yhteensä 60,5 %, viisi vastaajaa kahdeksasta. Tämän lisäksi yksi ilmoitti olevansa Etelä-Karjalasta ja kaksi Lapista. Business Finlandin sisäisen raportointiohjelman QlickView (rahoituksen kohdistuminen 2018) mukaan, eniten rahoitusta oli myönnetty Uudellemaalle, toiseksi eniten Pirkanmaalle ja kolmanneksi eniten Pohjois-Pohjanmaalle. (Business Finland 2020h.)

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän työn tarkoituksena oli selvittää, minkälaisia tuloksia yritykset ovat saaneet Explorer-rahoitusinstrumentin avulla, onko siitä ollut yritysten kaipaamaa apua kansainvälistymiseen liittyvissä haasteissa. Kysely toteutettiin Webropol -kyselynä, vastausten keruu tapana Nettilinkki – Julkinen linkki. Asiakastyytyväisyys kysely lähetettiin Explorer asiakkaille sähköpostitse. Kyselyn otos oli 50, poimituna vuoden 2018 päätyneistä Explorer projekteista. Kaikkiaan vuonna 2018 Explorer projekteja toteutettiin 209.

Explorer rahoitusinstrumentti otettiin käyttöön vuonna 2017. Yksi kimmoke tähän opinnäytetyöhön oli, että kysyntä oli heikompaa kuin mitä oli suunnitteluvaiheessa oletettu. Tulossa oleva organisaatio muutos myös huoletti viestinnän kannalta, jos tietoa ei nyt ole oikeista paikoista löytynyt niin löytyykö sitä uuden organisaation myötä, kun esimerkiksi verkkosivut vaihtuvat.

Kyselyn vastausprosentti oli noin 17 %. Alhaista vastausprosenttia selittänee Covid19 –viruksen aiheuttamat ongelmat ja toimenpiteet yrityksissä. Kysely ajoittui koronasyksyyn, jolloin oli jo ennustettavissa alkavat kiihtymisvaiheet. Kuitenkin vastauksista käy hyvin ilmi, että Explorer rahoitusta käytettiin eniten Kansainvälisyissuunnitelman ja –strategian luomiseen. Toiseksi eniten rahoitusta käytettiin olemassa olevan tuotteen markkinakartoitukseen uudessa markkinassa ja lokalisoitotarpeiden selvitykseen ja kolmanneksi eniten rahoitusta käytettiin markkina-analyysejä ja kilpailutilanteen selvitykseen. Tätä tukee Äijön (2008, 50) toteamus, että apua kansainvälistymisen tueksi tarvitaan esimerkiksi ulkomaisten asiakkaiden löytämiseksi, jakelu- ja myyntikanavien kehittämiseen, johdon ja henkilöstön strategisen ajattelun ja -suunnittelun kehittämiseen ja tiedon hankintaan markkinoilta (Äijö 2008, 50). Kysyttäessä, onko jotain muuta kansainvälistymiseen liittyvää palvelua, mitä toivoisitte julkisilta toimijoilta, oli yksi vastaajista esittänyt toiveen, että kyseisen – jo selvitetyn uuden markkinan - markkina-alueen palveluiden kartoittaminen. Tämä kartoitus tehtävä voidaan upottaa esimerkiksi toiseksi eniten käytettyyn selvitysmuotoon.

Huoli siitä, että tietoa ei löydy oikeista paikoista on ollut turha. Suurin osa vastaajista (75 %) on löytänyt tiensä asiointipalveluun ja sitä kautta saanut rahoitushakemuksensa eteenpäin. Tunnustelupalvelun kautta rahoituksen piiriin löysi tiensä 25 % vastaajista. Verkkopalveluiden käyttö ja löytyminen on ollut vaivatonta ja palvelu koettu hyväksi. Raportointiin liittyviin ohjeisiin on hieman annettu kritiikkiä. Eräs vastaajista on todennut, että ohjeet on kirjoitettu melkoisella kapulakielellä, joten välillä ohjeiden ymmärtäminen oli haasteellista. Tämä ongelma on ollut tiedossa ja sitä pyritään koko ajan korjaamaan parempaan ja ymmärrettävämpään suuntaan. Business Finlandilla on meneillään mittava asiointipalveluun ja raportointiin liittyvä kehitysohjelma, jossa muun muassa de minimis-rahoituksen raportointia kevennetään ja selkiinnytetään entisestään. Myös ohjeistukseen kiinnitetään erityistä huomiota. Yhteistyö Business Finlandin henkilöstön kanssa on toiminut hyvin ja palvelun taso on koettu erinomaiseksi.

Alun perin Explorer -rahoituksen piiriin on kuulunut ainoastaan ostetut palvelut ja niillä nimenomaan tarkoitetaan asiantuntijapalveluita. Vastaajien toiveet, että mukaan otettaisiin myös muita kustannuksia, kuten esim. matkakuluja ja palkkakuluja, oli harkinnassa. Tämä on toteutunut osittain nyt syksyn 2020 aikana, sillä 1.10.2020 rahoituspalvelun kustannuksiksi on hyväksytty niin sanottuja muita kustannuksia 20 % ostetuista palveluista. Tällä katetaan muun muassa edellä mainittuja matka- ja palkkakustannuksia. (Business Finland 2020b.) Vaikka varsinaisen työn tekee ulkopuolelta palkattu asiantuntija, vaatii tutkimuksen tekeminen myös yrityksen projektiin sitoutuneelta henkilöstöltä isoa työpanosta, jolloin syntyy palkkakustannuksia ja matkakustannuksia.

8 POHDINTA

Kokonaisuutena saadun palautteen perusteella koen, että Explorer rahoituksella on tilaus asiakaskunnassa ja tällä hetkellä myös Business Finlandin asiantuntijat ovat tehtäviensä tasolla asiakkaisiin nähden. Korona tilanne on varmasti vaikuttanut osittain myös tähän kyselyyn, vaikka se kohdistuikin vuoden 2018 tapahtumiin. Tieto saavuttaa asiakkaat tasapuolisesti, sosiaaliseen mediaan voitaisiin panostaa tässäkin suhteessa enemmän. Vastaaja yritykset olivat pääsääntöisesti

pieniä yrityksiä pääkaupunkiseudulta ja Uudeltamaalta, missä on myös suhteellisesti eniten yritystoimintaa. Alueverkoston rooli tässä kohtaa on tärkeä, jotta Explorer rahoituksesta kiinnostuttaisiin laajemmalti.

Tämä opinnäytetyö oli mielenkiintoinen matka kansainvälistymisen rahoituksen maailmaan, oman nykyisen työni ulkopuolelle. Tilanteeseen, jossa pitää ymmärtää numeroiden ja eurojen lisäksi tavoitteita ja sisältöä, mihin asiakas on ryhtymässä sekä mitä lisäarvoa se yritykselle tuo. Mitä kaikkea esimerkiksi rahoitusasiantuntijan tulee ottaa huomioon ennen rahoituspäätöksen tekemistä.

Tutkimuksen vastausprosentti oli kohtalainen, 17 %. Verkkokyselytutkimuksissa, joissa vastaajiin ei ole ennestään suhdetta, 20–30 prosentin vastausprosenttia pidetään erittäin hyvänä. Jos kyselytutkimusta ei ole lähetetty samalle joukolle aikaisemmin, 10–15 prosentin vastausprosentti on realistisempi ja varmempi arvio. (SurveyMonkey 2020.) Yksinään tämä tutkimus ei riittäisi aloittamaan toimenpiteitä rahoituspalvelun kehittämiseksi. Tulokset kuitenkin vastaavat Business Finlandin teettämiä asiakaskokemustuloksia sekä asiakkaiden kanssa käytyjen keskusteluiden aikana ilmenneitä toiveita ja tarpeita. Tästä hyvä esimerkki on muiden kustannusten (20 % hyväksytyistä ostopalveluista) mukaan tulo rahoituksen piiriin. Sisäinen kehittämistyö asiointipalvelussa tapahtuvan raportoinnin suoriivaistamiseksi ja helpottamiseksi jatkuu.

Tässä opinnäytetyössä muutos on ollut koko ajan taustalla ja yhtenä huolena, kun ajatellaan asiakkaita. Kuitenkin nämä tulokset antavat ymmärtää, että huolimatta kaikista sisäisistä ja ulkoisista muutoksista Business Finland on huolehtinut asiakkaistaan ja kuunnellut heitä. Nyt matkataan jälleen uutta vaihetta kohti. Business Finlandin uusi strategia ja organisaatio on ollut muotoutumassa ja astuu voimaan 1.1.2021.

Vuosi 2020 on tuonut Covid-19 pandemian myötä paljon ongelmia yrityksille. Valtion on myöntänyt rahoitusta/tukea/avustusta muun muassa Business Finlandille edelleen myönnettäväksi yrityksille. Olisi mielenkiintoista tutkia ensinnäkin minkälainen prosessi oli luoda lähes tyhjästä kriisirahoitusavustusinstrumentti, joka on lainmukainen ja toimiva. Tai miten Covid-19 kriisiraha on yrityksiä auttanut, minkälaiseen kehittämiseen sitä on käytetty.

LÄHTEET

Business Finland 2019a. About us. Viitattu 22.10.2019. Business Finland intranet.

Business Finland 2019b. Explorer sisäinen ohje.

Business Finland 201c. Market Explorer. Viitattu 23.10.2019 <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/explorer/market-explorer/>

Business Finland 2019d. Tempo. Startup, pk-yritys ja Midcap-yritys. Viitattu 12.12.2019 <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/tempo-rahoitus/>.

Business Finland 2019e. Tietoa de minimis –tuesta. Viitattu 12.12.2019 <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/ohjeet-ehdot-ja-lomakkeet/tietoa-de-minimis--tuesta/>.

Business Finland 2019f. Tietoa meistä. Viitattu 22.10.2019 <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/tietoa-meista/lyhyesti/>.

Business Finland 2019g. Uutiskirje 12/2017, viitattu 4.4.2019 Business Finland intranet.

Business Finland 2019h. Qlick View raportointi, projektiraportti. Viitattu 23.10.2019. Business Finland intranet.

Business Finland 2020a. Kaikki palvelut pk- ja midcap-yrityksille. Viitattu 22.10.2020 <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/pk-yritys/pk-yritys/>.

Business Finland 2020b. Market Explorer päivitetty. Viitattu 26.11.2020 <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/explorer/market-explorer>

Flink H. 2017. Innovaatorahoituskeskus Tekes, Tuotepäällikkö, puhelu (1.12.2017)

Haarman P-L. 2014. Immateriaalioikeus. 5., uudistettu painos. Helsinki: Talentum.

Kananen J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä, Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 134. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen J. 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja -sarja. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Laki Innovaatiorahoituskeskus Business Finlandista ja Business Finland -nimisestä osakeyhtiöstä 1146/2017, 28.12.2017. Viitattu 22.10.2019 <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2017/20171146>.

Patentti ja rekisterihallitus, PRH 2013. IPR-tietoa pk-yrityksille. Viitattu 12.12.2019. https://www.prh.fi/fi/tietoa_prhsta/palvelut/prh_koulutuspalvelut/ipr-tietoa_pk-yrityksille.html

Suomi.fi 2019. Jakelukanavat ja jälleenmyyjät. Viitattu 13.12.2019 <https://www.suomi.fi/yritykselle/liiketoiminnan-kehittaminen/markkinointi-ja-myynti/opas/myynti/jakelukanavat-ja-jalleenmyyjat>.https://www.prh.fi/fi/ipr-tietoa_pk-yrityksille/IPR-tietoapk-yrityksille.html.

SurveyMonkey 2020. Viitattu 27.11.2020 <https://fi.surveymonkey.com/mp/sample-size/>

Team Finland 2019 Tietoa Team Finlandista. Viitattu 22.10.2019 www.team-finland.fi/tietoa-team-finlandista/.

Tekes intra, Ilona 2018. Asiakastyö. Palveluvisio. Viitattu 31.3.2018.

Tekes sisäinen ohje 2017: asiakaskokemuksen seuranta Tekesissä. Päivitetty 12.5.2017.

TEM 2019. Ministeriö. Viitattu 22.10.2019 <https://www.tem.fi/ministeriö>.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2016. Opas de minimis –tuista, EU:n valtiontukisäännöt. TEM oppaat ja muut julkaisut 21/2016. Viitattu 12.12.2019 [https://tem.fi/documents/1410877/2851861/Opas+de+minimis-tuista+\(2015\)/d1c03961-09db-4f81-af50-3dfaae57c4c6](https://tem.fi/documents/1410877/2851861/Opas+de+minimis-tuista+(2015)/d1c03961-09db-4f81-af50-3dfaae57c4c6).

TEM 2020. Työ- ja elinkeinoministeriö. Innovaatiopolitiikka. Viitattu 22.10.2020 <https://tem.fi/innovaatiopolitiikka>

Vaarmas, M. Vihavainen, A. & Virtanen, J. 1998. Markkinatieto yrityksen kansainvälistymisessä. FINTRA-julkaisu nro 118. Helsinki; Fintra

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

Yrittäjät.fi 2019. Liiketoimintasuunnitelman tekeminen ja video: Miksi liiketoimintasuunnitelma? Viitattu 25.10.2019 <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yrityksen-perustaminen/liiketoimintasuunnitelman-tekeminen>.

Äijö T. 2008. Kilpailukyky huippukuntoon, suomalaisyritys kansainvälistyy. Juva: WS Bookwell Oy.

Webropol 3.0 käyttöopas 2020. Versio 31.07.2020 MPO 2020. Viitattu 17.10.2020. https://new.webropolsurveys.com/content/manuals/Manuaali_3.0.pdf

LIITTEET

Liite 1. Webropol-kysely

Explorer-rahoituspalvelu

1. Mihin tarpeeseen rahoitusta on haettu:

- Kansainvälistymissuunnitelma ja -strategia
- Liiketoimintamahdollisuuksien selvitys, esikonseptointi
- Olemassa olevan tuotteen markkinakartoitus uudessa markkinassa ja lokalisointitarpeiden selvitys.
- Koemarkkinointi
- Markkina-analyysit, kilpailutilanteen selvitys
- Jälleenmyyjien ja jakelukumppaneiden kartoitus
- Laki- ja standardivaatimusten selvittämiseen sekä kv-tuotesuojaukseen liittyviin selvityksiin olemassa oleville tuotteille.
- Muu, mikä: _____

2. Hakukanava:

- Tunnustelupalvelu
- Asiointipalvelun kautta
- Lähetin hakemuksen kirjaamoon
- Puhelu asiantuntijalle
- Muu, mikä: _____

3. Oliko hakukanavan löytäminen mielestänne helppoa (1 = ei, oli sekavaa, 5 = kyllä, ei ongelmaa)

1 0 2 0 3 0 4 0 5 0

4. Asiointipalvelu, miten kuvailisitte asiointipalvelua (1= hankala, 5 = selkeä ja helppo)

Löysin tieni asiointipalveluun	1 0	2 0	3 0	4 0	5 0
Asiointipalvelun käyttö	1 0	2 0	3 0	4 0	5 0
Ohjeistus	1 0	2 0	3 0	4 0	5 0
Raportointi	1 0	2 0	3 0	4 0	5 0
Ohjeistuksen taso/riittävyys: (1 = huono, 5 = hyvä)	1 0	2 0	3 0	4 0	5 0

5. Yhteistyö Business Finland henkilöstön kanssa (1 = ei onnistunut, 5 = toimi hyvin)

Asiantuntija/hankevastaava	1 0	2 0	3 0	4 0	5 0
Rahoitustarkastaja	1 0	2 0	3 0	4 0	5 0
Joku muu,	1 0	2 0	3 0	4 0	5 0
- kuka: _____ (asema, rooli, titteli)					
Palvelun taso: (1 = huono, 5 = hyvä)	1 0	2 0	3 0	4 0	5 0

6. Kuinka hyvin rahoitus vastasi odotuksianne ja tarpeitanne. (1 = ei lainkaan, 5 = erinomaisesti)

1 0 2 0 3 0 4 0 5 0

7. Toteutuivatko hankkeelle asettamanne tavoitteet (1= ei, hanke keskeytettiin, 5 = kyllä, ylitti odotukset):

1 0 2 0 3 0 4 0 5 0

Halutessanne voitte tässä lyhyesti kertoa hankkeen toteutumisesta.

1. Tiedottaminen ja markkinointi:

- Miten tietoa on löytynyt: _____
- Mistä tietoa pitäisi löytyä: _____

2. Hyväksyttävät kustannukset: Onko jotain mitä pitäisi sisällyttää ja millä perusteella?

3. Onko jotain muuta kansainvälistymiseen liittyvää palvelua, mitä toivoisitte julkisilta toimijoilta:

4. Vapaa sana, anna palautetta, ruusuja ja risuja:

Yrityksen taustatiedot:

Koko

- Pieni (< 50 työntekijää, liikevaihto on ≤10 milj. euroa tai taseen loppusumma ≤ 10 milj. euroa)
- Keskikokoinen (< 250 työntekijää, liikevaihto on ≤ 50 milj. euroa tai taseen loppusumma ≤ 43 milj. euroa.)
- Midcap (suuryritys, jonka liikevaihto on enintään 300 miljoonaa euroa.)

Toimiala

- | | |
|---|--|
| A Maatalous, metsätalous ja kalatalous (01-03) | M Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta (69-75) |
| B Kaivostoiminta ja louhinta (05-09) | N Hallinto- ja tukipalvelutoiminta (77-82) |
| C Teollisuus (10-33) | O Julkinen hallinto ja maanpuolustus; pakollinen sosiaalivakuutus (84) |
| D Sähkö-, kaasu- ja lämpöhuolto, jäähdytysliiketoiminta (35) | P Koulutus (85) |
| E Vesihuolto, viemäri- ja jätevesihuolto, jätehuolto ja muu ympäristön puhtaanapito (36-39) | Q Terveys- ja sosiaalipalvelut (86-88) |
| F Rakentaminen (41-43) | R Taiteet, viihde ja virkistys (90-93) |
| G Tukku- ja vähittäiskauppa; moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien korjaus (45-47) | S Muu palvelutoiminta (94-96) |
| H Kuljetus ja varastointi (49-53) | T Kotitalouksien toiminta työnantajina; kotitalouksien eriyttämätön toiminta tavaroiden ja palvelujen tuottamiseksi omaan käyttöön (97-98) |
| I Majoitus- ja ravitsemistoiminta (55-56) | U Kansainvälisten organisaatioiden ja toimielinten toiminta (99) |
| J Informaatio ja viestintä (58-63) | X Toimiala tuntematon (00) |
| K Rahoitus- ja vakuutustoiminta (64-66) | |
| L Kiinteistöalan toiminta (68) | |
| (Tilastokeskus) | |

Kansainvälistymisaste

- Ei vielä
- Jonkin verran
- Toimii KV-markkinoilla

Sijainti

01 Uusimaa	11 Pohjois-Savo
02 Pääkaupunkiseutu	12 Pohjois-Karjala
03 Varsinais-Suomi	13 Keski-Suomi
04 Satakunta	14 Etelä-Pohjanmaa
05 Kanta-Häme	15 Pohjanmaa
06 Pirkanmaa	16 Keski-Pohjanmaa
07 Päijät-Häme	17 Pohjois-Pohjanmaa
08 Kymenlaakso	18 Kainuu
09 Etelä-Karjala	19 Lappi
10 Etelä-Savo	21 Ahvenanmaa (Tilastokeskus)