

Johanna Kangas

**TEOLLISUUSYRITYSTEN VIENTI VENÄJÄLLE
ALUEENA YLIVIESKAN SEUTUKUNTA JA NIVALA**

**Opinnäytetyö
CENTRIA AMMATTIKORKEAKOULU
Tuotantotalouden koulutusohjelma
Maaliskuu 2015**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Yksikkö Ylivieska	Aika Maaliskuu 2015	Tekijä/tekijät Kangas Johanna
Koulutusohjelma Tuotantotalous		
Työn nimi Teollisuusyritysten vienti Venäjälle. Alueena Ylivieskan seutukunta ja Nivala		
Työn ohjaaja Marja-Liisa Kaakko		Sivumäärä 26
Työelämäohjaaja		
<p>Tarkoituksena oli kartoittaa Ylivieskan seutukunnassa ja Nivalassa toimivien teollisuusyritysten vientiä Venäjälle. Työssä haluttiin myös tutkia vientiä edistäviä sekä haittaavia tekijöitä. Menetelmänä tutkimuksessa käytettiin kyselyä, jonka johdosta voitiin tehdä päätelmiä viennin yleisestä tilasta sekä kehittämistarpeista.</p>		

Asiasanat

Kysely, Teollisuus, Tilannekartoitus, Venäjä, Venäjän-kauppa, Vienti.

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Unit Ylivieska	Date March 2015	Author Kangas Johanna
Degree programme Production economy		
Name of thesis Exporting industrial to Russia. In Ylivieska Subregion and Nivala area.		
Instructor Marja-Liisa Kaakko		Pages 26
Supervisor		
<p>This thesis was made for examine industrial exporting to Russia from Ylivieska Subregion and Nivala area. There was also a meaning to find issues which advances and makes difficult to export industrial to Russia. The used method was inquiry which was used to find conclusions about situation and developing of exporting.</p>		

Key words Enquiry, Exporting, Industrial, Review, Russia, Russia exporting.

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 VIENTI VENÄJÄLLE SUOMESTA	3
2.1 Vientiprosessi Venäjälle	4
2.2 Maksuliikenne ja kuljetus Venäjällä	5
3 VENÄLÄINEN ASIAKKAANA.....	7
3.1 Kommunikointi.....	7
3.2 Venäläinen yritysasiakkaana.....	8
4 YLIVIESKAN SEUTUKUNTA JA NIVALA	10
4.1 Ylivieskan kaupunki.....	10
4.2 Alavieskan kunta	11
4.3 Kalajoen kaupunki	11
4.4 Merijärven kunta	11
4.5 Oulaisten kaupunki	12
4.6 Sievin kunta.....	12
4.7 Nivalan kaupunki	12
5 KYSELYTUTKIMUS	14
5.1 Tutkimuksen tulokset.....	14
5.2 Vastausten jakautuminen eri vastaajatyypin kesken.....	22
5.3 Johtopäätökset	23
LÄHTEET	26

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä on tarkoitus kartoittaa Ylivieskan seutukunnassa ja Nivalan kaupungissa toimivien teollisuusyritysten vientiä Venäjälle. Samalla pyrkimyksenä on selvittää millaisia kokemuksia viennistä on ollut, ja miten yritykset kokevat mahdollisesti tulevaisuuden teollisuusviennin kehittyvän. Näiden ohella esiin nostetaan myös mahdolliset viennissä esiin tulleet haasteet, sekä se kuinka viennin edistämistä voitaisiin alueellisesti helpottaa. Samalla pohditaan myös niitä taloudellisia vaikutuksia, mitä vienti Venäjälle saattaisi yritykselle tuoda.

Teollisuuden vahva osuus Ylivieskan seutukunnassa ja Nivalan kaupungissa ohjasi tutkimusaineiston keräämistä erityisesti metallialanyrityksiltä. Mukaan tutkimukseen otettiin myös muun muassa rakennus- ja elintarviketeollisuuden alalla toimivia alueellisesti merkittäviä yrityksiä. Menetelmänä tiedon keruussa käytettiin kyselyä, johon kukin yritys vastasi halutessaan nimettömänä. Mielenpitoita kerättiin myös sellaisilta yrityksiltä, joilla vientiä Venäjälle ei ole ollut, jotta vertailua oli mahdollisuus tehdä myös vientiä harjoittavien yritysten kesken.

Opinnäytetyö jakautuu kahteen osaan, jossa ensimmäisessä teoriaosuudessa kerrotaan tarkemmin Venäjästä maana, sen roolista Suomesta tehtävään vientiin sekä näkemyksiin siitä, millaisena venäläinen näyttäytyy asiakkaana. Osiossa pohditaan myös niitä asioita, joita vientiä aloittelevan yrityksen on syytä muistaa Venäjällä toimiessaan. Samalla pohditaan myös EU:n asettamien vientirajoitusten osuutta viennin vähenemisessä, ja kartoitetaan yleisesti viennin kehitystä viimeisen kymmenen vuoden aikana. Ensimmäisessä osassa kerrotaan lisäksi Ylivieskan seutukunnasta sekä Nivalan kaupungista. Teemoina ovat kunkin kunnan asukas- ja yritys rakenne sekä teollisuuden osuuden merkitys kyseisen kunnan toiminnoille.

Toisessa osassa tarkastellaan tehdyn tutkimuksen aineistoa sekä kyselyn kautta kerättyjä vastauksia. Samalla kartoitetaan myös alueella toimivien yritysten kiinnostusta vientiin Venäjälle ja mahdollisiin parannusehdotuksiin viennin edistämiseksi. Mukaan tarkasteluun otetaan myös vientirajoitusten vaikutus alueella toimiville yrityksille. Näiden ohella esiin

nostetaan Venäjän markkinoissa ja viennissä nähtävä potentiaali, ja viennin mahdollinen merkittävyys yrityksen toiminnoille.

2 VIENNI VENÄJÄLLE SUOMESTA

Venäjän rooli vientimaana on ollut Suomelle varsin vahva, ja se onkin ollut suurimpia kauppakumppaneitamme vuosia. Suomalaisyrityksissä Venäjä nähdäänkin tyypillisesti tärkeänä strategisena kauppakumppanina, jossa on kasvavat markkinat (Shlyamin 2007, 219). Vuoden 2014 tammi-syyskuun välisenä aikana Venäjä sijoittui kolmanneksi Saksan ja Ruotsin jälkeen vientitilastoissamme. Viimeisen kymmenen vuoden aikana Venäjän osuus kaikesta viennistämme on liikkunut kahdeksan ja kahdentoista prosentin välillä. (Suomen Tulli 2014.)

Vuoden 2014 Suomen tullin tekemän tilaston mukaan Venäjälle vietiin yhteensä 3,5 miljardin euron edestä tuotteita ja palveluita. Laskua edelliseen vuoteen muodostui 12 prosenttia. Eniten vientiä tapahtui vuonna 2008, jolloin summa kohosi noin 7,6 miljardiin euroon. (Suomen Tulli 2015.) Teollisuuden osalta laskua keväällä 2014 oli yhteensä kuusi prosenttia ja vastaavasti syksyllä 32 prosenttia. Vielä kevääseen 2013 asti luvut olivat positiivisia, jolloin korkein vientiluku kohosi 51 prosenttiin. Keväällä 2012 vastaava luku oli 28 prosenttia, ja saman vuoden syksyllä 26 prosenttia. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2014.)

Eri aloittain tarkasteltuna vuoden 2014 tammi-syyskuussa kemian-, metalli-, elintarvike sekä metsäteollisuudenaloilla vienti laski merkittävästi. Myös laitteiden sekä koneiden osalta laskua tapahtui selvästi. Sen sijaan kulkuneuvojen ja sähkö- ja elektroniikkateollisuuden tuotteiden osalta vienti kasvoi. (Suomen Tulli 2014.)

Suomalais-Venäläisen kauppakamarin selvityksen mukaan suomalaisyritykset kokivat suurimmaksi ongelmaksi viennissä vuoden 2014 syksyllä Venäjän poliittisen tilanteen. Lähes yhtä paljon huolta aiheuttivat ruplan kurssin muutokset kuin talouden epävakaisuus. Vastaajien mukaan tulli-lainsäädäntö sekä epäluotettavuus että epävarmuus Venäjän-kaupassa olivat vähäisimpiä ongelmakohtia. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2014.)

Huolta on myös aiheuttanut Venäjän vientiin liitetyt elokuussa 2014 alkaneet pakotteet. Rajoituksia ovat luoneet niin Euroopan Unioni, kuin itse Venäjä asettamalla vastapakotteita tuontitavaroille. Tällaisia tuotteita ovat olleet muun muassa maito-, liha-, ja kalatuotteet sekä erilaiset kasviöljyin valmistetut tuotteet. EU:n asettamien rajoitukset ovat

sen sijaan koskeneet erilaisiin öljyn etsintään sekä öljynporaukseen liittyviä tuotteita, sekä puolustustarvikkeita. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2014.) Lisäksi rajoituksia luotiin kuljetus-, telekommunikaatio- ja energiateollisuuteen sekä luonnonvarojen hyödyntämiseen liittyviin vienteihin (Suomen Tulli 2014).

Tullin selvityksen mukaan rajoitusten vaikutus on ollut vientiin vähäinen. Elokuussa 2014 vienti väheni pakotteiden myötä 975 000 euroa ja syyskuussa 1,1 miljoonaa euroa. Venäjän asettamien tuontikieltojen vaikutus oli kuitenkin suurempi. Tuontikieltojen alaisten tuotteiden vienti laski elokuussa 2014 22 miljoonaa euroa ja saman vuoden syyskuussa 25 miljoonaa euroa. Kokonaisuudessaan elokuussa 2014 vienti Venäjälle laski 22 prosenttia, joka rahallisesti mitattuna tarkoitti 102 miljoonaa euroa. Erityisesti elintarvikeala kärsi vahvasti pakotteiden aiheuttamista rajoituksista. Pakotteiden ulkopuolella olevien tuotteiden vienti Venäjälle on sen sijaan kuitenkin pysynyt lähes edellisvuosien tasolla. (Suomen Tulli 2014.)

2.1 Vientiprosessi Venäjälle

Venäjälle vienti on nähty usein mahdollisuutena päästä mukaan suurille markkinoille, mutta vientiprosessi on nähty usein haasteellisena. Lisäksi venäläiset toimintatavat ovat tyypillisesti aiheuttaneet kysymyksiä. Venäjälle sijoittuneet eurooppalaisyritykset ovat tutkimusten mukaan kohdanneet ongelmia myös luotettavien yhteistyökumppaneiden löytämisessä, viranomaisbyrokratian selvittämisessä, tullauksessa sekä verotuksen ja lainsäädännön hallinnassa (Parikka 2007, 382). Suomen työ- ja elinkeinoministeriön koordinoimat erilaiset työryhmät ovat kuitenkin auttaneet uusia yrityksiä sijoittumaan ja löytämään verkostoja Venäjällä (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 128). Myös muut samantyyppiset toimijat on nähty hyödyllisenä. Tällaisia tahoja ovat olleet muun muassa SVKK:n edustustot, Finpro, kansainväliset liikemiesyhteisöt, saman toimialaliiton Venäjä-kauppiaat sekä yksityiset konsultit (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 130).

Venäjälle viettäessä tulliasioita on mahdollisuus hoitaa myös itsenäisesti, mutta tullausprosessi on hallittava yksityiskohtaisesti lomakkeita myöten. Tietoa tarvitaan myös tuotteiden vaatimista sertifikaateista ja muista tärkeistä todistuksista muotovaatimuksineen. Tullitoimet itsessään vaativat pitkäjänteisyyttä sekä sinnikkyyttä, mutta mahdollisuus on

myös turvautua kolmannen osapuolen apuun tulliasioiden hoitamisessa. Tyypillisesti suomalainen viejä vientitullaa tavarat Suomesta ulos, jolloin vastaavasti venäläinen ostaja tuontitullaa tavarat Venäjän puolella. Usein käytettyjä ja varsin toimivia toimituslausekkeita ovat viennin yhteydessä ex works sekä FCA. Tällöin vastuu tullauksesta ja kuljetuksesta on ostajalla tai vaihtoehtoisesti maahantuojalla. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 131-132.)

Huomioitava on myös Venäjän-kauppaan liittyvä omanlaisensa byrokratia, johon on syytä varautua jo ennakolta. Tyypilliset tämänkaltaiset tilanteet liittyvät pitkälti julkishallinnon hitauteen sekä monen portaisiin järjestelmiin. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 132.) Myös monet hallinnolliset määräykset nostavat kustannuksia, joka tuleekin pitää mielessä investointilaskelmia suunniteltaessa. Valitettava tosiasia on korruption ja järjestäytyneen rikollisuuden osaltaan kytkeytyneen pankkisektoriin, virkakoneistoon kuin elinkeinoelämäänkin. (Parikka 2007, 382.)

Jokaisen kauppakumppanin kanssa tapahtuvaan liiketoimintaan liittyy myös riskejä. Tärkeää on siis selvittää uuden kauppakumppanin taustat ennen sopimuksen allekirjoittamista. Selvitystä voidaan tehdä esimerkiksi alihankkijoiden kautta tai yrityksen muilta yhteistyökumppaneilta. Suora kenttätieto Venäjällä on usein paras lähde. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 133.)

2.2 Maksuliikenne ja kuljetus Venäjällä

Erityisesti ulkomaankaupassa tyypillisiä maksutapoja ovat niin sanotut suorat maksut sekä dokumenttimaksut. Näistä Venäjällä tyypillisesti käytettäviä maksumenetelmiä ovat maksumääräys sekä remburssi, jotka kuuluvat dokumenttimaksuihin. Ennakkomaksussa suomalainen viejä vastaanottaa maksun ja lähettää tavarat ostajalle maksun varmistuttua. Päinvastaista tilannetta kuvataan sen sijaan termillä avoin tili. Valuutoissa suurin osa Venäjän-kaupassa tehdään joko dollareissa tai euroissa. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 189-190.) Remburssimaksussa pankki sitoutuu maksamaan myyjälle kauppahinnan tämän esitettyä pankille remburssin ehtojen mukaiset ja tavarat toimituksen osoittavat asiakirjat. Tärkeää on siis huolehtia kauppasopimuksen yhteydessä myös remburssin ehdoista. Tätä maksumenetelmää käytetään usein suurten summien ja pitkien maksuaikojen yhteydessä. Sen tunnettavuus on Venäjällä parantunut huomattavasti, ja se

osaltaan heijastelee myös ostajayrityksen luottoriskistä. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 192-194.)

Kuljetusten osalta Suomesta Venäjälle hyödynnetään tyypillisesti junaa, rekkaa, laivaa tai lentokonetta. Usein viennin yhteydessä on huomioitava myös maantieteelliset seikat sekä mahdolliset pitkät välimatkat. Nämä tekijät osaltaan vaikuttavat myös kustannuksiin. Erityisesti Pietarin jälkeisellä osuudella lisäkustannukset ovat mahdollisia ja yllätykset hinnoissa, toimitusajoissa sekä varastoinnissa ovat todellisia. Logistiikka Pietarin ulkopuolella on hyvin haasteellinen kapasiteetinpuutteen sekä edellä mainittujen pitkien välimatkojen myötä. Hintaa ja aikaa vieviä tekijöitä ovat lisäksi myös rajanylitykset, tullausprosessit sekä huolintapalvelujen monimutkaisuus. Tässä suhteessa onkin hyvä varmistua logistiikkapalveluja tarjoavan tahon toimivuudesta, kuljetuskalustosta sekä kokemuksesta rajanylityksestä. Toisaalta palveluntarjoajia on useita ja logistiikan kehittyminen Venäjällä on ollut viime vuosina erittäin suotuisaa. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 216-217.)

3 VENÄLÄINEN ASIAKKAANA

Venäläisen yrityksen ollessa asiakkaana nousevat henkilökohtaiset tapaamiset sekä aktiivinen yhteydenpito tärkeään rooliin. Myös henkilökemioilla on vaikutusta. Bisneksen tekoon suuntautuneet venäläisasiakkaat ovat kiinnostuneita vain sellaisista ostoratkaisuista, jotka palvelevat omaa yritystä parhaiten. Keskiöön tällöin nousevat sellaisia tuotteita tarjoavat yritykset, jotka toimittavat pelkästään laadukkaita tuotteita ja palveluja. Pidempiaikaisissa asiakassuhteissa saavutettu luottamus muuttuu myöhemmin usein myös ystävyyssuhteeksi. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 133.)

3.1 Kommunikointi

Eroavaisuuksia on myös yrityskulttuurissa ja erityisesti kommunikaatiossa. Poikkeavat toimintatavat tulevat esiin jo kättelytilanteessa, jossa arvovaltaisempi henkilö ojentaa kätensä ensin. Naisia ei tyypillisesti kätellä lainkaan. Sen sijaan puhutellessa käytetään tavallisesti etu- ja isännimeä. Myös teitittely kuuluu hyviin tapoihin. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 133-134.) Yrityksasioiden kohdalla asiaan ei mennä suoraan, vaan small talkin hallitseminen on välttämätöntä. Sitä kuvataan eräänlaiseksi lämmittelyksi, jonka myötä havainnoidaan vastapuolen mielialaa. Lisäksi sen tarkoituksena on viestittää, että asioiden käsittelyssä halutaan käyttää ystävällistä otetta. Venäläisiä luonnehditaan usein myös puheliaksi ja he eivät arkaile keskustella julkisesti tai kokouksissa. (Mikluha 1998, 168-169.)

Sähköposti ja kirjallinen viestintä Venäjällä tapahtuu hyvin muodollisesti ja kunnioitettavaa tyyliä noudattaen. Tyypillistä on myös toimitusjohtajan antama allekirjoitus jokaisen lähetetyn viestin lopussa. Lisäksi viralliset kirjeet leimataan yrityksen omalla pyöreällä leimalla. Myös viestin perilletulo varmistetaan vielä jälkikäteen puhelinsoiton muodossa. Tärkeää on kuitenkin huomioida, etteivät sähköpostitse lähetetyt viestit ole lain mukaan päteviä, vaan virallisiin asiakirjoihin luetaan faksit sekä postitse lähetetyt kirjeet. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 134.) Koska johtaminen on hyvin keskitettyä, vie päätöksenteko myös aikansa. Suomalaisen yrittäjän on siis syytä

varautua mahdollisiin pitkiin odotusaikoihin ja työntekoon kaupan edistämiseksi. Hyödyllistä on selvittää venäläisy yrityksessä vallalla oleva hierarkia ja lähestyä niitä henkilöitä, joilla virallinen päätöksentekovalta on. Tällainen taho on usein johtajan avustaja, joka tyypillisesti saa kauppaan liittyvät asiat luistamaan paremmin. (Aromäki 1998, 294.)

3.2 Venäläinen yritysasiakkaana

Yrityksen lähtiessä viemään tuotteita Venäjälle tai hankkiessaan uusia asiakkaita, nousee esiin usein myös kysymyksen Venäjän kielestä ja kyrillisten aakkosten käytöstä. Eräs erityisen hyödyllinen ratkaisu on rekrytoida henkilö, joka kykenee hoitamaan asiakaspalvelun, markkinoinnin sekä vientitoimintojen päivittämisen. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 135.) Sen sijaan yritys, joka on vasta aloittelemassa vientitoimintaansa, pärjää usein tulkin avulla. Englannilla kommunikointi onnistuu suhteellisen hyvin erityisesti suurkaupunkien alueilla. Keskustelu venäjäksi koetaan kuitenkin tuovan parhaan lopputuloksen erityisesti neuvotteluissa venäläisten kanssa. Kielenhallinta nähdään tuovan syvyyttä, vakuuttavuutta sekä luottamusta sopimusten tekoon. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 136-137.) Tärkeää on myös vaihtaa käyntikortteja, jotka kannattaa ehdottomasti kääntää myös venäjäksi ja painaa kyrillisin aakkosin (Mikluha 1998, 168).

Kielen ohella henkilösuhteiden merkittävyys on olennainen osa myös liike-elämän toimintoja kauppaa tehtäessä. Erityisesti yrityksen resurssienhankinnassa ovat suhdeverkostot tutkimustenkin mukaan tärkeässä roolissa. Tosin sanoen tilauksia, markkinainformaatiota, teknisiä ja juridisia neuvoja, työvoimaa sekä toimistotiloja välitetään sosiaalisia suhteita hyväksi käyttäen. Myös suhteiden luonne poikkeaa totutusta. Länsimaissa kauppasuhteet nähdään vain yritysten välisinä, mutta Venäjällä suhde onkin sen sijaan henkilökeskeinen. Tällainen henkilösuhde onkin lähes edellytys itse kaupanteon onnistumiselle. Vastaavaa apua hyödynnetään usein myös yrityksen aloittaessa liiketoimintaansa Venäjällä viranomaislupien hoitamisen yhteydessä. (Parikka 2007, 270-271.)

Oman lisänsä Venäläisten kanssa tapahtuvassa kaupanteossa tuo omanlaisensa neuvottelukulttuuri. Usein neuvottelut sovitaan pidettävän yhtä tai kahta viikkoa ennen, ja

usein tapaamisen ajankohta varmistetaan vielä paria päivää ennen sovittua hetkeä. Myös neuvotteluja varten laadittu pyyntökirje on lähes välttämätön. Lisäksi kirjeen kulkua oikealle henkilölle kannattaa seurata organisaation sisällä puhelinsoittojen muodossa. Itse tapaaminen on sen sijaan hyödyllisintä järjestää asiakkaan tiloissa, sillä se tekee tapaamisen vastapuolelle helpommaksi ja samalla on mahdollista arvioida yrityksen yleistä tasoa. Kuten neuvotteluissa yleensä, on hyvin tärkeää varmistua myös oikeiden henkilöiden paikallaolosta, sillä myyntitilanne voi kaatua jo siihen, jos henkilöillä ei ole tarpeeksi valtuuksia tehdä päätöksiä kauppaprosessin suhteen. Neuvotteluissa on syytä olla varautunut puhumaan myös hinnoista. Venäläisiä luonnehditaan taitaviksi neuvottelijoiksi, ja usein heitä kiinnostaa erilaisten vaihtoehtojen läpikäynti. Omien tuotteiden hyvien ominaisuuksien korostaminen on tärkeää, sillä tuote itsessään tuskin herättää muuten kiinnostusta. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 135-136.) Leimallista on myös sopia neuvottelujen loppuvaiheessa kauppaprosessin jatkosta, ja siitä kuinka prosessia viedään eteenpäin. Hyödyllistä on myös yhteydenottaminen vielä noin viikon kuluttua neuvottelujen jälkeen, ja kertoa prosessin kulusta. Yli kolmen viikon jälkeiset yhteydenotot viestittävät venäläiselle usein kauppaprosessin unohtuneen tai jopa päättyneen. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 143.)

Sopimusten suhteen kannattaa aina luottaa kirjallisiin aineistoihin ja ehtoihin. Venäjällä suullisesti annettu myönteinen päätös ei välttämättä tarkoita vielä todellista sitoutumista. Kuten todettua, vain allekirjoitettu ja oikealla tavalla leimattu asiakirja on pätevä. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 136.)

Venäjällä vallalla olevat laajat markkinat vaativat panostusta myös menekinedistämisen suhteen. Usein joudutaan turvautumaan investointeihin ja aktiivisiin toimiin markkinoinnin saralla. Tyypillisiä piirteitä kaupan synnyssä ovat yrityksen brändi, maine sekä laatu henkilökohtaisen aktiivisuuden ohella. Informatiiviset sekä laadukkaasti toteutetut verkkosivut, esitteet sekä käyntikortit ovat itsestäänselvyyksiä luoden myös uskottavuutta. Tavoitteeksi voi ottaa myös ajatuksen siitä, että asiakas suosittelisi tuotetta myös toiselle. Venäläiset tyypillisesti luottavat enemmän sukulaisten ja tuttujen suositukseen kuin mainoksiin. (Suomalais-Venäläinen kauppakamari 2011, 153-154.)

4 YLIVIESKAN SEUTUKUNTA JA NIVALA

Ylivieskan seutukunta käsittää kuuden kunnan kokonaisuuden, johon kuuluvat Alavieska, Kalajoki, Merijärvi, Oulainen, Sievi sekä Ylivieska. Asukkaita alueella ilmoitettiin olevan tammikuussa 2015 yhteensä 44 339 (Väestörekisterikeskus 2015). Teollisuustoiminnalla on vahva sija alueen yritystoiminnasta. Aluetta kuvataankin teollistuneeksi maaseuduksi, jossa teollisuus tarjoaa lähes viidenneksen alueen työpaikoista. Palvelutoiminnassa suurin työllistäjä on sen sijaan sosiaali- ja terveystyöpalvelut. (Ylivieskan seutukunta 2015.) Pohjois-Pohjanmaan mittakaavassa tuotannon kehitys 1990-luvun jälkipuoliskolla onkin ollut muuta maata nopeampaa. Vuonna 2000 tuotanto kasvoi peräti 12 % sähköteollisuuden nousun ansiosta. Muita merkittäviä teollisuuden aloja ovat olleet tietoliikennetekniikka, metsä-, metalli- ja kemianteollisuus. Näiden alojen merkittävän nousun ja huipputeknologian kehityksen perustaa on luotu muun muassa investointien myötä. Pohjois-Pohjanmaan teollisuus onkin ollut muuta maata riippuvaisempi viennistä. Tärkeimpiä vientituotteita ovat olleet sähkötekniset tuotteet, paperituotteet sekä mekaanisen puunjalostuksen tuotteet. Terästuotteiden valmistuksen saralla valtaosan kerrotaan päätyvän vientiin. (Pohjois-Pohjanmaan liitto 2003, 14-15.) Moni teollisuus alan yritys toimiikin maailmanlaajuisilla markkinoilla (Pohjois-Pohjanmaan liitto 2003, 29).

4.1 Ylivieskan kaupunki

Väestömääräisesti tarkasteltuna Ylivieskan kaupunki on suurin kunta seutukunnan alueista (15 000 asukasta). Ylivieskaa kuvataan elinkeinoelämältään monipuoliseksi palvelukaupungiksi, jossa palvelualan työpaikat muodostavat 73 % kaikista työpaikoista. Rakennus- ja teollisuusalan työpaikat käsittävät sen sijaan noin 22 %. Tällä saralla erityisesti metallin-, elektroniikan sekä puuteollisuuden yrityksiä Ylivieskassa on runsaasti. Kunnan työpaikoista neljä prosenttia muodostaa sen sijaan maa- ja metsätalouden alat. Nykyisin Ylivieska on 100 000 asukkaan markkina-alueen keskus, joka sijaitsee valtakunnan pääradan varressa hyvien kulkuyhteyksien keskellä. Kaupunki on tunnettu myös monipuolisista palveluista ja autokaupan keskuksena. (Ylivieskan kaupunki 2015.) Yritystoimipaikkoja Ylivieskassa on myös paljon, 685 kappaletta (Mäkinen 2008, 245).

4.2 Alavieskan kunta

Alavieska sijaitsee Kalajoen alajuoksulla, ja matkaa Ylivieskaan kertyy 16 kilometriä (Mäkinen 2008, 167). Alueena se on perinteikäs maatalouspaikkakunta, jossa nykyisin teollisuus ja palvelut työllistävät 80 % työntekijöistä. Kunta on perustettu 1879, ja asukkaita nykyisin Alavieskassa on noin 3 000. Kokonaispinta-alaltaan Alavieskan alue on suuruudeltaan 252,97 km², josta maapinta-alaa kerrotaan olevan 251,31 km². Kuntaa kuvataan hyvin yrittäjäystävälliseksi, jossa maataloudella sekä puu- ja metallinteollisuudella on vahva jalansija. Yritystoimipaikkoja kunnassa kerrotaan olevan 108 (Mäkinen 2008, 167). Lisäksi Alavieskaa luonnehditaan alueeksi, jossa toimii elinvoimainen kylä- ja kulttuuritoiminta. (Alavieskan kunta 2015.)

4.3 Kalajoen kaupunki

Kalajoen kaupunki on reilun 12 000 asukkaan kunta meren äärellä. Kaupungiksi Kalajoki virallistettiin vuonna 2002. Elinkeinoista teollisuus kattaa kaikista alueen työpaikoista noin 23 %. Suurin työllistäjä on kuitenkin palvelusektori 50,6 %:n osuudella. Kokonaisuudessaan yrityspaikkoja Kalajoella on yhteensä 536 (Mäkinen 2008, 179). Lisäksi kaupungissa toimii vahva satama- ja matkailutoiminnan keskus, joka tunnetaan valtakunnallisesti Hiekkasärkkien alueena. Vahva jalansija on myös maataloudella perunan-, lihan- sekä maidontuotannon muodossa. (Kalajoen kaupunki 2015.) Kaupunkia kuvataankin yleisesti paikaksi, jossa merelliset mahdollisuudet tekevät joka vierailusta ainutlaatuisen (Visit Kalajoki 2015).

4.4 Merijärven kunta

Merijärvi on 1 200 asukkaan maaseudullinen kunta Pyhäjoen varrella. Matkaa Oulaisiin on 22 kilometrin verran (Mäkinen 2008, 195). Elinkeinopolitiikaltaan Merijärvi on aktiivinen erityisesti maatalouden saralla. Peltopinta-alaa kunnassa on yhteensä 53 000 hehtaaria. Vuoden 2010 kartoituksen mukaan maa- ja metsätalous kattoi 22,7 %, ja teollisuus sekä rakennustoiminta yhdessä 28,7 % elinkeinoista. Suurin sektori oli palveluiden ja liikenteen

alalla. Kuntaa kuvataan ihmisläheiseksi, jossa halutaan panostaa myös asukkaiden viihtyvyyteen. (Merijärven kunta 2015.) Yritystoimipaikkoja Merijärven alueella on 32 (Mäkinen 2008, 195).

4.5 Oulaisten kaupunki

Oulainen on perustettu vuonna 1865, ja kaupungiksi se julistettiin 1977. Asukkaita Oulaisissa on lähes 8 000, ja työpaikkoja noin 3 500. Kaupunkia kuvataan luonnonläheiseksi, jossa toimii myös monipuoliset palvelut. Yrittäjyyden kerrotaankin olevan kaupungissa korkeassa arvossa muun muassa kaupungin hyvän sijainnin sekä yrittäjyystävällisen ilmapiirin johdosta. Tarkasteltaessa Oulaisissa toimivien yritysten toimialoja, muodostaa teollisuus 13,9 % kaikista työpaikoista ollen toisena heti palvelutoiminnan jälkeen. Teollisuuden osalta Oulainen onkin tunnettu erityisesti kenkien, metallin sekä puutuotteiden valmistuksesta. (Oulaisten kaupunki 2015.) Kokonaisuudessaan yritystoimipaikkoja Oulaisissa on 332 kappaletta (Mäkinen 2008, 201).

4.6 Sievin kunta

Sievi on 5 300 asukkaan kunta, jonka kokonaispinta-ala on 794,5 km². Yritystoiminnaltaan Sievi on aktiivinen, ja työpaikkoja Sievissä muodostaa niin perinteinen maatalous kuin teollisuuden ja palveluiden ammatit. Teollisuudessa työpaikkoja kerrotaan olevan noin 1 300. Suurimmat teollisuusyritykset ovat tunnettuja myös ulkomailla, ja useimmat niistä harjoittavat vahvasti myös vientitoimintaa. Sievi tunnetaan myös Teollisuuspuistostaan, joka on kunnan omistama yhtiö tarjoten yrityksille teollisuustoimitiloja muiden elinkeinopalvelujen ohella. (Sievin kunta 2015.) Määrällisesti yritystoimipaikkoja Sievissä on 183 (Mäkinen 2008, 229).

4.7 Nivalan kaupunki

Nivalan kaupunki sijoittuu edellisistä poiketen Nivala-Haapajärven seutukuntaan. Tarkemmin ottaen Nivala on noin 11 000 asukkaan kunta 28 kilometrin päässä Ylivieskasta (Mäkinen 2008, 1999). Sen väestöstä puolet toimii palvelusektorilla, 20 % alkutuotannossa ja reilu 30 % teollisuudessa. Nivalan seudulla toimii lisäksi useita hitec-, puu- ja metallialan teollisuusyrityksiä. Teollisuuden merkittävyyden vuoksi Nivalassa toimii myös Teknologiakeskus Nitek palvelemissa teollisuusalan tarpeita. (Nivalan kaupunki 2015.) Kaiken kaikkiaan yritystoimipaikkoja Nivalassa on laskettu olevan 436 (Mäkinen 2008, 199).

5 KYSELYTUTKIMUS

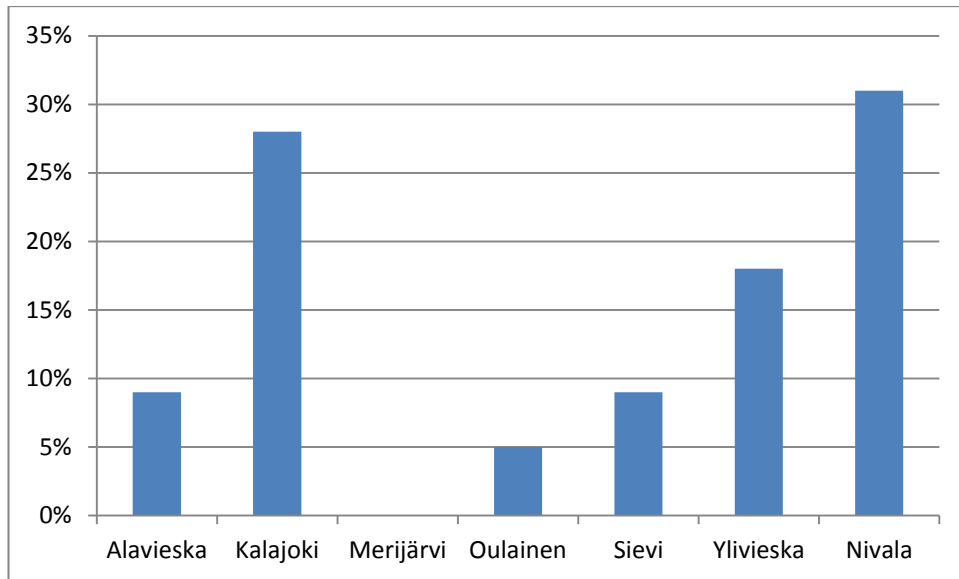
Kyselyiden lähettäminen kohdennettiin Ylivieskan seutukunnan alueella ja Nivalan kaupungissa toimiville teollisuusyrityksille. Yritysten valinnassa haluttiin ensisijaisesti lähestyä metallinalan toimijoita, mutta mukaan otettiin myös muita yrityksiä, jotka olivat ilmoittaneet toimialakseen teollisuuden. Lisäksi vaatimuksena oli oma tuotantotoiminta kyseisellä paikkakunnalla. Kyselyä ei kohdennettu kuitenkaan tietyn kokoisille yrityksille, vaan mukaan haluttiin saada eri kokoluokan toimijoita, jotta vertailu eri yritystyyppien mukaan olisi mahdollista. Näiden määrittelyjen puitteissa muodostettiin siis otanta tutkimukseen osallistumiselle.

Itse kysely lähetettiin yrityksille sähköpostiviestinä, jossa oli linkki Internet-pohjaiseen kyselykaavakkeeseen. Tämä tehtiin niin yksinkertaisemman tulostenkäsittelyn kuin anonyymiin vastaamismahdollisuudenkin myötä. Lisäksi valmiiksi määritellyn, eli strukturoidun kyselykaavakkeen avulla saatiin helpommin keskenään vertailtavia arvoja.

Näiden asioiden pohjalta tuloksia voitiin tarkastella myös kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusotetta hyödyntäen. Samalla havainnointia eri tekijöiden riippuvuuksien suhteen oli mahdollista tehdä. Tämän ohella tulokset voitiin helpommin esittää myös taulukoissa. Olemassa olevan tilanteen kartoitus oli myös helpompaa tehdä kvantitatiivista tutkimusmenetelmää käyttämällä. (Heikkinen 2007, 16.)

5.1 Tutkimuksen tulokset

Vastausprosentiksi tutkimuksessa muodostui kokonaisuudessaan 31,9. Maakuntakohtaisesti vastauksia saatiin kuvion 1 mukaisesti.

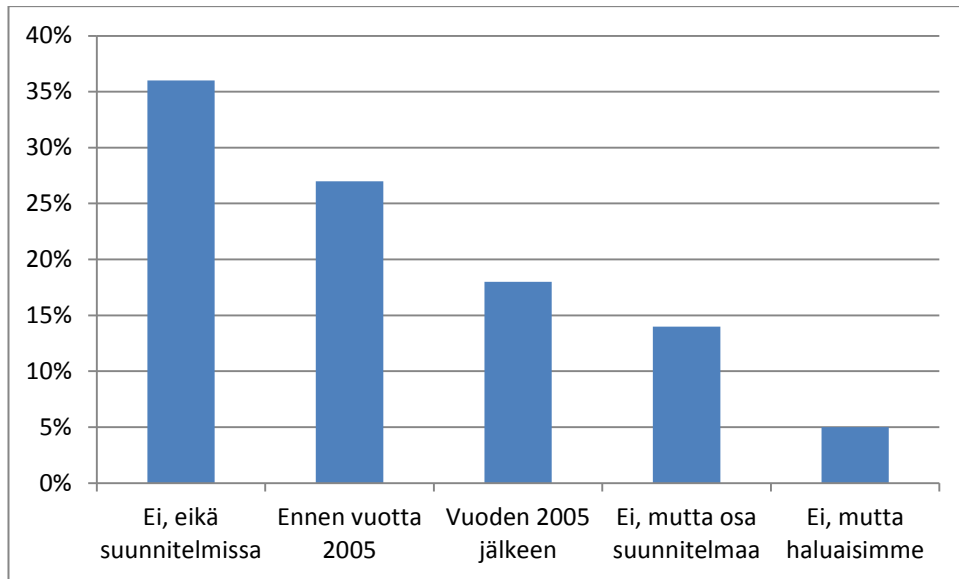


KUVIO 1 Vastaajien prosentuaalinen jakautuminen paikkakunnittain.

Eniten vastauksia saatiin siis Nivalasta ja sen jälkeen Kalajoelta. Ylivieskasta vastauksia kertyi yhteensä 18 %. Saman prosenttiosuuden jakoivat Alavieska ja Sievi, joista kummaltakin paikkakunnalta vastauksia saapui 9 %. Merijärveltä sen sijaan vastauksia ei saatu, mutta Oulaisista niitä tuli viiden prosentin verran. Kuten taustatiedoista ja kuviosta voidaan päätellä, vastauksia saatiin erityisesti niistä kunnista, joissa teollisuuskin on vahvasti edustettuna.

Tarkasteltaessa vastanneiden yritysten kokoja, oli vastanneista 55 % pk-yrityksiä. Sen sijaan pienyritykseksi itseään luonnehti 45 %. Suuryritysten osalta vastauksia ei saatu.

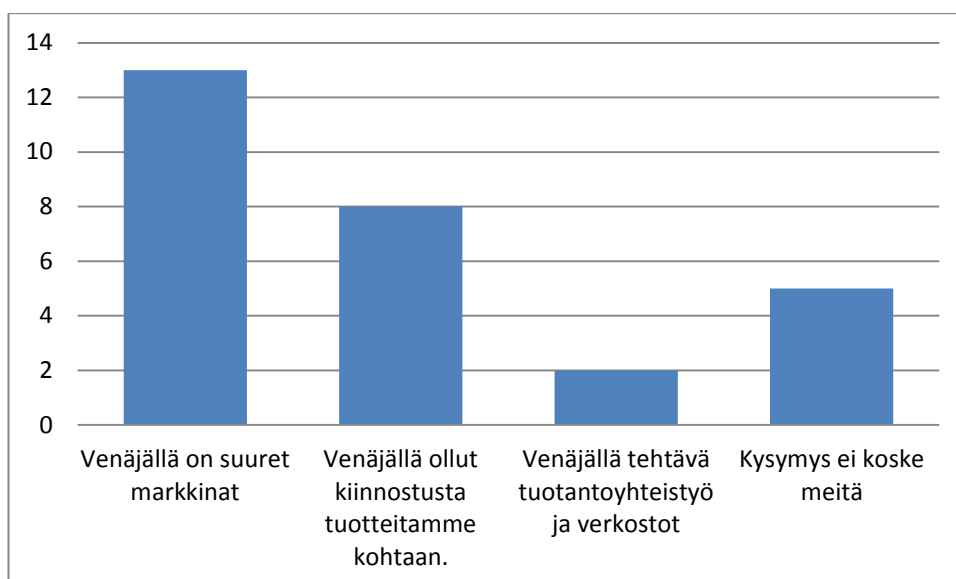
Kysyttäessä mistä asti yritys on vienyt tuotteita Venäjälle, jakaantuivat vastaukset Kuvion 2 esittämällä tavalla. Samassa yhteydessä kysyttiin myös yleisesti onko yritys vienyt tuotteita Venäjälle. Kysymyksen yhteydessä tarkennettiin suuntautuminen myös tulevaisuuden kiinnostukseen tai halukkuuteen Venäjälle vientiin.



KUVIO 2 Vastausten jakautuminen kysymykseen: ”Mistä asti olette vieneet tuotteita Venäjälle?”.

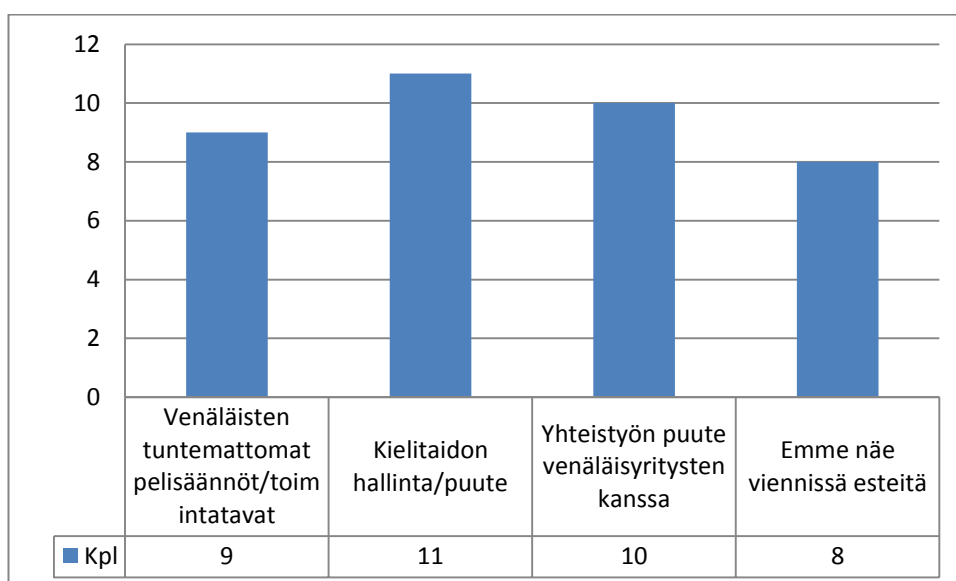
Kuvion 2 vastauksista voidaan vetää johtopäätös, että 36 % vastanneista ei ole vienyt tuotteita Venäjälle, eikä se ole yrityksen suunnitelmassakaan. Toisaalta loput vastanneista 64 % ovat joko vieneet tuotteita Venäjälle tai se on osa yrityksen tulevaisuuden suunnitelmia. Myös halukkuutta vientiin oli 5 % verran.

Tutkimuksessa kartoitettiin seuraavaksi syytä vientihalukkuuteen. Vaihtoehtoina olivat muun maassa Venäjän suuret markkinat, Venäjän kiinnostus yrityksen tuotteita kohtaan sekä Venäjällä tehtävä yhteistyön- ja verkostojen luomismahdollisuus. Näistä vaihtoehtoista Venäjän markkinat nähtiin suurimpana viennin taustatekijänä (Kuvio 3). Tässä kysymyksessä vastausvaihtoehtoja pystyi valitsemaan useita.



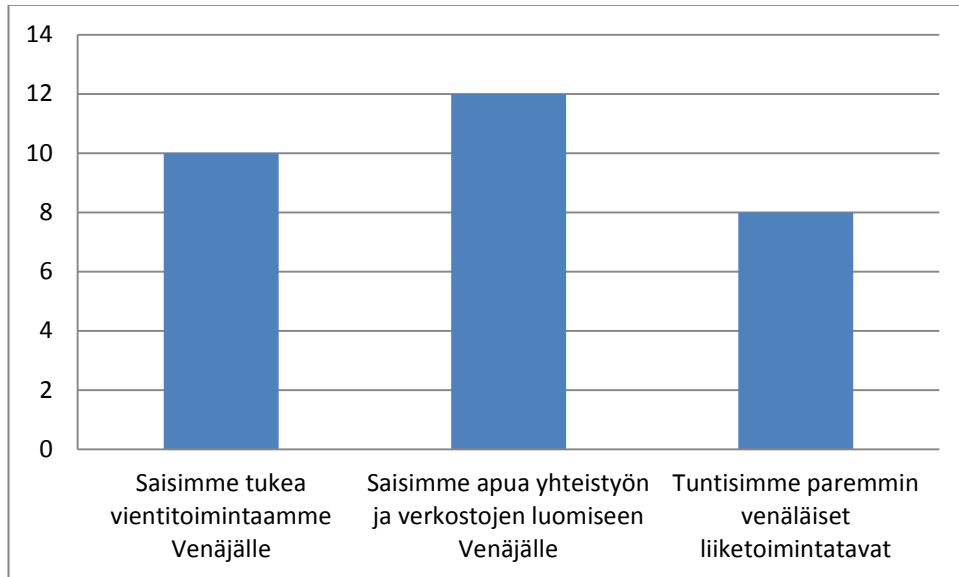
KUVIO 3. Saadut vastaukset kysymykseen: ”Viemme/Haluaisimme viedä tuotteita Venäjälle, koska?”.

Näiden tietojen puitteissa haluttiin seuraavaksi kartoittaa vientiä estäviä tekijöitä. Kuviosta 4 voidaan nähdä vastausten jakautuneen tasaisesti. Kuitenkin 8 henkilöä vastanneista ei nähnyt viennissä esteitä. Erityisen ongelmallisiksi tekijöiksi nousivat kielitaidon liittyvät asiat, sekä venäläisyriyten kanssa tehtävä yhteistyön puuttuminen. Jonkin verran ongelmaksi koettiin myös Venäjällä vallitsevien pelisääntöjen sekä toimintatapojen tuntemattomuus.



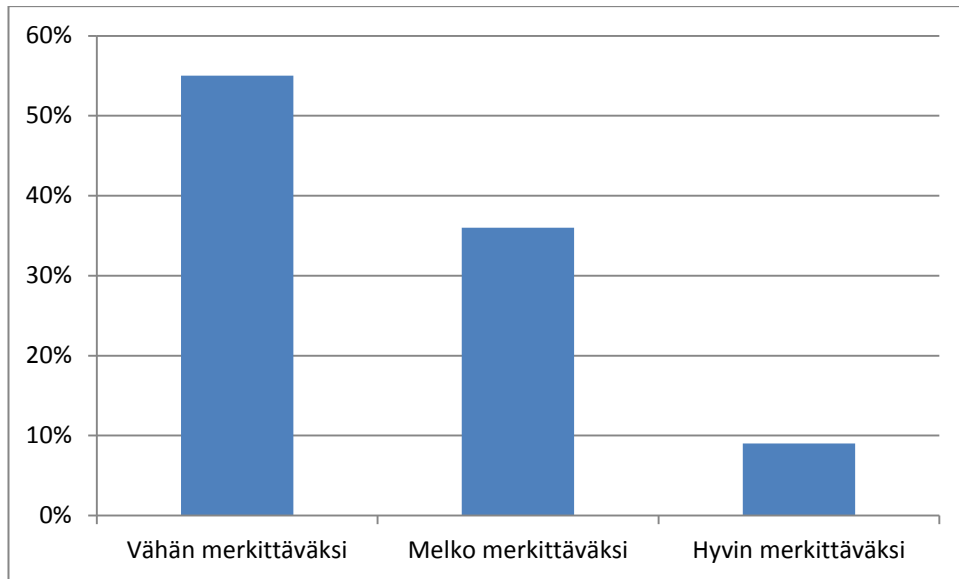
KUVIO 4. Venäjälle vientiä estäviä tekijöitä.

Tämän jälkeen vastaajilta tiedusteltiin tekijöitä, jotka heidän mielestään parantaisivat yrityksensä vientimahdollisuuksia (Kuvio 5). Vaihtoehtoina olivat viennin ja verkostojenluomisen tukeminen sekä venäläisten liiketoimintatapojen parempi tunteminen. Vastausten perusteella erityisesti yhteistyön sekä verkostojen luominen nähtiin hyödyllisenä asiana viennin edistämiseksi. Myös tuen tarve sai useita vastauksia.



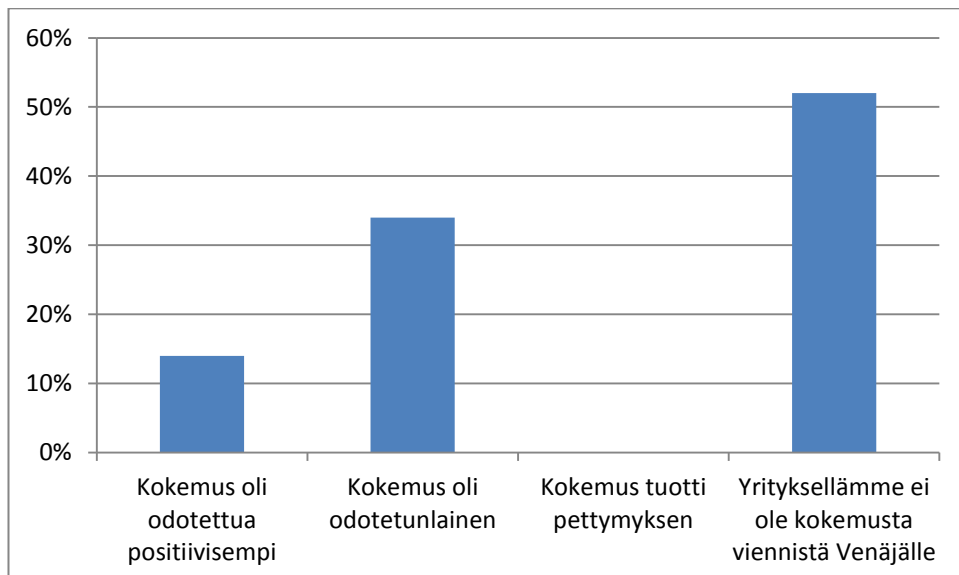
KUVIO 5. Vastaukset väittämään: ”Vientiämme helpottaisi, jos:”.

Tutkimuksen seuraava vaihe sisälsi mielipidekysymyksen Venäjän-kaupan mahdollisesta vaikutuksesta yrityksen liiketoiminnalle (Kuvio 6). Yrityksiltä toisin sanoen haluttiin kartoittaa näkemystä siitä, millaiseksi he ovat joko kokeneet tai mahdollisesti kokisivat Venäjän-kaupan vaikuttavan yritykseen taloudellisessa mielessä. 55 % vastanneista näki viennin vaikuttavat vain vähäisesti kun taas 36 % vastasi melko paljon. Venäjän-kaupan hyvin merkittäväksi koki 9 % vastanneista.



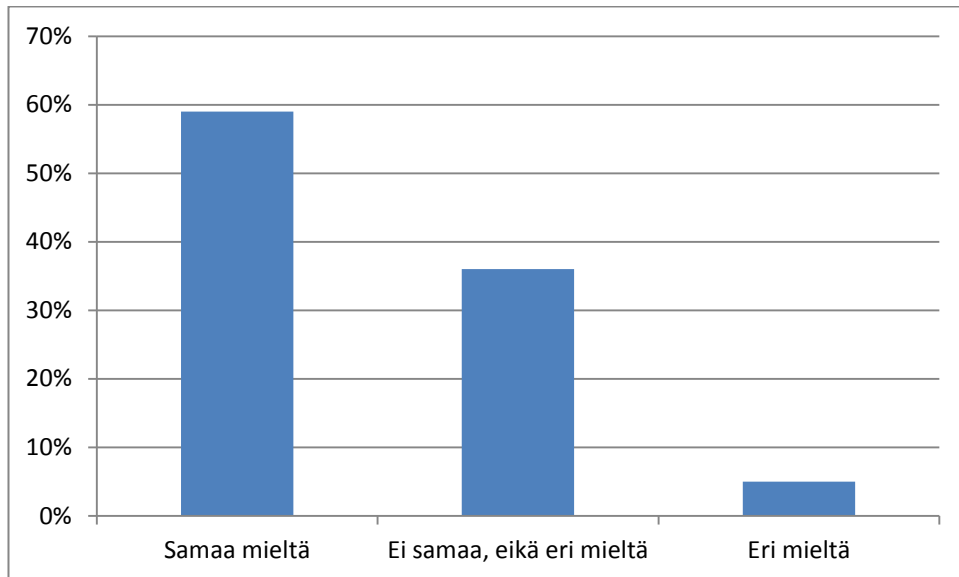
KUVIO 6. Tulokset kysymykseen: ”Kuinka merkittäväksi koette/kokisitte Venäjän-kaupan yrityksenne liiketoiminnalle?”.

Seuraava kysymys kohdennettiin erityisesti niille yrityksille, joilla on ollut vientiä Venäjälle. Tarkemmin ottaen kysymyksessä haluttiin kartoittaa vientikokemusta jälkeenpäin tarkasteltuna (Kuvio 7). Suurimmalla osalla vastanneista ei ole ollut vientiä Venäjälle. Niillä yrityksillä, joilla vientiä on kuitenkin ollut, koki viennin onnistuneet vähintäänkin odotetunlaisesti. Odotettua positiivisemmin viennin koki 14 % vastanneista.



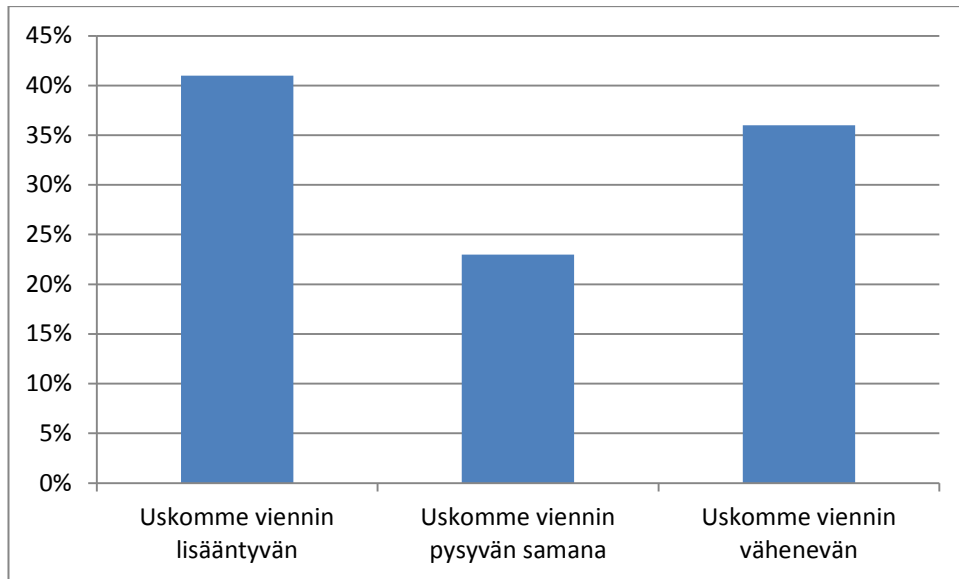
KUVIO 7. Vastaukset kysymykseen: ”Jos yrityksellänne on ollut vientiä Venäjälle, niin miten koette viennin onnistuneen?”.

Tutkimuksessa kartoitettiin myös näkemystä siitä, kannattaako suomalainen teollisuusvienti Venäjälle (Kuvio 8). Lähes 60 % vastanneista näki viennin kannattavan. Sen sijaan 5 % ei nähnyt vientiä hyödyllisenä ja 36 % ei osannut sanoa mielipidettään.



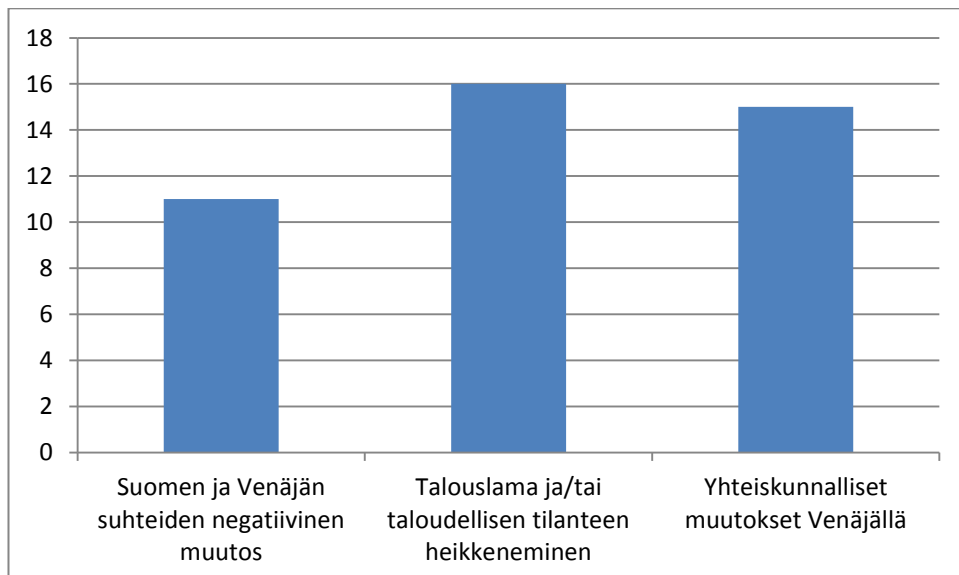
KUVIO 8. Vastausten prosentuaalinen jakautuminen väittämään: ”Suomalainen teollisuusvienti kannattaa Venäjälle.”

Tarkoituksena oli myös pohtia teollisuusviennin kehitystä myös tulevaisuudessa (Kuvio 9). Tätä asiaa tutkimuksessa kysyttiin mielipiteenä siitä, miten yritys näkee yleisesti suomalaisteollisuuden viennin kehittyvän Venäjälle. Vastausten perusteella luotettiin viennin kasvavan. Tätä mieltä oli 41 % vastanneista. Toisaalta kolmasosa kyselyssä mukana olleista uskoi viennin vähenevän. 23 % sen sijaan viennin pysyvän samantasoisena.



KUVIO 9. Vastaukset kysymykseen: ”Miten uskotte tulevaisuudessa Venäjälle viennin kehittyvän yleisesti suomalaisessa teollisuudessa?”.

Myös tulevaisuuteen liittyviä riskejä haluttiin kartoittaa vientikehityksen ohella (Kuvio 10). Tässä suhteessa esiin nousi huoli erityisesti heikkenevästä taloudellisesta tilanteesta. Toisaalta lähes yhtä paljon riskinä nähtiin Venäjällä tapahtuvat yhteiskunnalliset muutokset. Suomen ja Venäjän suhteiden negatiivinen muutos sen sijaan koettiin pienimpänä riskinä näistä tekijöistä.



KUVIO 10. Vastaukset kysymykseen: ”Mitä riskejä näette tulevaisuudessa Venäjälle viennin suhteen?”.

5.2 Vastausten jakautuminen eri vastaajatyypin kesken

Tarkasteltaessa yrityksiä, jotka ovat harjoittaneet vientiä Venäjälle, nousi keskeisimmäksi taustavaikuttajaksi Venäjän suuret markkinat. Toinen merkittävä seikka on ollut Venäjällä esiintynyt kiinnostus yrityksen tuotteita kohtaan. Sen sijaan tuotantoyhteistyö ja verkostojen luominen ei ole ollut syynä vientiin yhdellekään yritykselle.

Vientiä harjoittaneiden yritysten kohtaamia esteitä Venäjän-kaupassa tarkasteltaessa jakaantuivat vastauksen tasan. Toisin sanoen 50 % vastanneista ei nähnyt viennissä esteitä. Muutoin ongelmallisina tekijöinä koettiin kielitaidon hallinta sekä venäläisyriyten kanssa tehtävä yhteistyön puuttuminen. Toimintatapojen tuntemattomuus koettiin vaikeudeksi vain yhdessä tapauksessa. Apu verkostojen ja yhteistyön luomiseen nousikin esiin vientiä helpottavina asioina.

Kokemus Venäjän-kaupasta yrityksen liiketoiminnalle koettiin tyypillisesti melko merkittäväksi. Sen sijaan vientitoiminnan onnistuminen nähtiin sujuneen odotetunlaisesti 70 % tapauksista. Odotettua positiivisemmin viennin oli kokenut 30 % tutkimukseen osallistuneista. Väittämään, jossa kysyttiin suomalaisen teollisuusviennin kannattavuutta Venäjälle vastasi 80 % olevan samaa mieltä väitteen kanssa. 20 % ei osannut valita kantaansa. Kukaan vastanneista ei kuitenkaan ollut väitteen kanssa eri mieltä.

Tulevaisuuden suhteen vientiä harjoittaneet yritykset vastasivat suurimmaksi osaksi uskovan viennin lisääntyvän Venäjälle. Tätä mieltä oli 40 % vastanneista. 30 % uskoi viennin pysyvän samana, ja loput 30 % vastasivat viennin vähentyvän. Tulevaisuuden riskeinä koettiin sen sijaan taloudellisen tilanteen heikkeneminen. Näin vastasi 43 % osallistuneista. Tämän jälkeen uhkakuvaksi nousivat Venäjällä tapahtuvat yhteiskunnalliset muutokset. Vähiten riskinä nähtiin sen sijaan Suomen ja Venäjän suhteiden negatiivinen muuttuminen.

Kun tarkastelun kohteeksi otettiin yritykset, jotka eivät ole vieneet tuotteita Venäjälle, ja joilla ei ole suunnitelmia asiaan suhteen, kokivat he viennin ongelmallisemmaksi kuin muut vastaajaryhmät. Kaikki vastauksen antaneet näkivät siis viennissä jonkinlaisen esteen. Sen sijaan yhteneväinen näkemys yhteistyön ja verkostojen luomiseksi vientiä auttavana tekijänä oli Venäjän-kauppaa harjoittavien yritysten kanssa samansuuntainen. Se, millaiseksi Venäjän-kauppa nähtäisiin yrityksen liiketaloudelle, koettiin sen sijaan hyvin vähäiseksi. Myös vastaukset väitteeseen suomalaisen teollisuusviennin

kannattavuudesta poikkesi vientiä harjoittavien yritysten kesken. Tässä tapauksessa väitteen kanssa samaa mieltä oli enää 38 % vastanneista ja 50 % ei osannut kertoa kantaansa. Tämän lisäksi 12 % oli väitteen kanssa eri mieltä.

Huomionarvoista oli kuitenkin vientiäharjoittamattomien yritysten optimistisempi asenne viennin lisääntymiseen. Toisin sanoen 50 % uskoi viennin Venäjälle kasvavan. Muutoin loput 50 % jakaantuivat tasan näkemyksiin viennin samana pysymiseen ja vähenemiseen. Tasan jakaantuivat myös riskeinä pidetyt heikentyvä taloudellinen tilanne ja yhteiskunnalliset muutokset Venäjällä. Vähiten huolta aiheutti Suomen ja Venäjän suhteiden negatiivinen muutos.

Tarkasteltaessa yrityksiä, jotka sen sijaan eivät olleet harjoittaneet vientiä, mutta jotka olivat viennistä kiinnostuneita tai joiden suunnitelmissa vienti oli, jakaantuivat vastaukset osittain samansuuntaisesti kuin jo vientiä harjoittaneiden yritysten kohdalla. Keskeinen taustavaikuttaja vientiin on ollut Venäjällä herännyt kiinnostus yrityksen tuotteita kohtaan. Myös Venäjän markkinat ja tuotantoyhteistyö nähtiin vientiin vaikuttavina asioina. Sen sijaan vientiä estävinä tekijöinä erottui selkeästi kielitaidon hallinta tai sen puuttuminen. Myös venäläisten toimintatapojen ja pelisääntöjen tuntemattomuus nähtiin hankaloittavana asiana. Sen sijaan tuen saaminen vientitoimintaan nähtiin erityisen hyödyllisenä ratkaisuna viennin edistämiseksi. Jonkin verran myös yhteistyön ja verkostojen luomiseen koettiin tarvittavan apua.

Vastaukset viennin merkityksestä yrityksen liiketaloudelle jakaantuivat melko tasaisesti. Sen sijaan väittämä suomalaisen teollisuusviennin kannattavuudesta nähtiin varsin positiivisena. Toisaalta taas Venäjälle viennin kehitys koettiin tässä ryhmässä kaikista negatiivisimmin. Lähes 75 % vastaajista uskoi siis Venäjälle viennin vähenevän. Tasaista hajontaa oli sen sijaan riskeihin liittyvän kysymyksen kohdalla. Eniten vastauksia muista vastaajaryhmistä poiketen sai yhteiskunnalliset muutokset Venäjällä. Muutoin Suomen ja Venäjän suhteiden negatiivinen muutos sekä taloudellisen tilanteen heikkeneminen jakaantuivat vastausten osalta tasan.

5.3 Johtopäätökset

Tyypillisin syy Venäjälle vientiin on teollisuudenalalla niin lähdemateriaalin kuin kyselynkin perusteella Venäjällä vallitsevat suuret markkinat. Toisaalta tehty tutkimus nosti esiin myös Venäjällä esiintyvän kiinnostuksen yrityksen tuotteita kohtaan. Pohdittaessa sen sijaan vientiä estäviä tekijöitä poikkesi näkökanta jonkin verran Suomalais-Venäläisen kauppakamarin selvityksestä, jossa suurin vientiä rajoittava tekijä nähtiin olevan taloudellinen tilanne. Tässä kartoituksessa suurin vientiä estävä tekijä nähtiin sen sijaan olevan kielitaidon hallinta tai sen puuttuminen. Toisaalta yhtäläisyyksiäkin oli löydettävissä. Venäläisten toimintatapojen ja pelisääntöjen tuntemattomuus, edellä mainittu taloudellinen tilanne sekä yllättäen myös tullimuodollisuudet nousivat kummassakin kartoituksessa esiin. Näistä viimeisin erottui tässä tutkimuksessa yritysten jättäessä vapaasti kommentteja aiheeseen liittyen. Samainen vastautapa toi esiin myös huolen Venäjällä käytettävän ruplan heikkenemisestä, joka osaltaan nähdään vaikeuttavan vientiä.

Kuten alussa todettiin, on Venäjälle vientiin mahdollista saada ulkopuolista apua. Tässäkin tapauksessa tutkimuksen tulokset puoltavat näkemystä. Erityisen käytetty ratkaisu, muiden vientitoimien ohella, on ollut ulkopuolisen tahon apu tulliasioiden hoitamisen yhteydessä. Toisaalta apua on saatu niin kansallisilta järjestöiltä kuin vientiyritystenkin suunnalta. Ja vaikka tulliasiat ovatkin nähty ongelmallisina, on raha- ja maksuliikenne kuitenkin kokemusten mukaan toiminut hyvin.

Aiemmin kerrotussa Suomen tullin selvityksessä mainittiin EU:n pakotteiden vaikuttaneen vain vähän vientiin. Tässä tutkimuksessa tuli kuitenkin esiin päinvastaisia kokemuksia. Rajoitteet ovat jopa lopettaneet osan alueella toimivien yritysten viennin Venäjälle. Tässä suhteessa tilanne vaikuttaa hyvin huolestuttavalta ja siihen tulisi puuttua.

Tutkimuksen tulosten perusteella Venäjälle vientiä harjoittavien ja vientiä vasta suunnittelevien yritysten avuntarpeet poikkeavat toisistaan. Jo Venäjän-kaupasta kokemusta saaneet yritykset toivoisivat enemmän apua venäjän kielen ja yhteistyön luomiseksi. Sen sijaan vasta vientiä suunnittelevat yritykset kokivat hyödyllisimmäksi, kielitaidon hallinnan ohella, avun venäläisten toimintatapojen ja pelisääntöjen tuntemiseen. Erityisesti yleinen tuentarve koettiin tässä ryhmässä hyväksi vaihtoehdoksi. Vientiä harjoittaneet yritykset sen sijaan toivoivat apua yhteistyön luomiseen Venäjällä. Näiden näkemysten puitteissa voisi siis vetää johtopäätöksen siitä, että viennin edistämiseksi tarvittaisiin monenlaista apua yrityksen tilanne huomioon ottaen. Kielitaidon hallintaan

tulisi keskittyä erityisesti. Lisäksi yritysten antamien vastausten perusteella alueellisen vientirenkaan perustaminen nähtiin hyödylliseksi. Tämän ohella Venäjällä herännyt kiinnostus suomalaisia teollisuustuotteita kohtaan on ollut vauhdittamassa vientiä erityisesti. Tässä suhteessa suomalaistuotteiden markkinointi Venäjällä voisi kasvattaa vientiä lisää. Kokemusperäisestikin vienti on sujunut vähintäänkin odotetunlaisesti ja näkemys suomalaisen teollisuusviennin kannattavuudesta puoltavat näkemystä Venäjän-kaupan hyvästä vaihtoehtoisuudesta yrityksen liiketaloudelle.

LÄHTEET

Alavieskan kunta 2015. <http://www.alavieska.fi/alavieska>

Aromäki, J. 1998. Venäjäkirja. Helsinki: Kustannusyhtiö Ajatus.

Elinkeinoelämän keskusliitto 2014. Ukrainan tilanteeseen liittyvät pakotteet. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://ek.fi/mita-teemme/kauppapolitiikka/venaja/ukrainan-tilanteeseen-liittyvat-pakotteet/> Luettu: 17.2.2015

Heikkinen, T. 2007. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Kalajoen kaupunki 2015. <http://www.kalajoki.fi/>

Merijärven kunta 2015. <http://www.merijarvi.fi/fi/>

Mikluha, A. 1998. Kommunikointi eri maissa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Mäkinen, T. 2008. Suomen kunnat ja kaupungit. Helsinki: Perhemediat.

Nivalan kaupunki 2015. <http://www.nivala.fi/info>

Oulaisten kaupunki 2015. <http://www.oulainen.fi/etusivu>

Parikka, O. 2007. Äiti-Venäjän aapinen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Pohjois-Pohjanmaan liitto. 2003. Pohjois-Pohjanmaa – lupa menestyä ja tilaa kasvaa.

Shlyamin, V. 2007. Venäjän muuttuva liiketoimintaympäristö. Gummerus Kirjapaino Oy.

Sievin kunta 2015. <http://www.sievi.fi/index.asp>

Suomalais-Venäläinen kauppakamari. 2011. Venäjän-viennin opas. J-Paino Hiirikoski Oy.

Suomen Tulli 2014. EU:lta uusia Venäjään kohdistuvia pakotteita. Www-dokumentti. Saatavissa:

http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/asiakastiedotteet/yritykset/as_tiedote_20140731_4/index.html Luettu: 17.2.2015

Suomen Tulli 2014. Suomen ja Venäjän välinen kauppa. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/katsaukset/maat/venaja14_2/liitteet/2014_M16.pdf Luettu:17.2.2015

Visit Kalajoki 2015. <http://www.visitkalajoki.fi/fi>

Väestökisterikeskus 2015. Kuntien asukasluvut aakkojärjestyksessä. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://vrk.fi/default.aspx?docid=8726&site=3&id=0> Luettu: 17.2.2015.

Ylivieskan kaupunki 2015. <http://www.ylivieska.fi/info>

Ylivieskan seutukunta 2015. <http://www.ysk.fi/index.asp>

