

Vienninedistämispalveluiden vaikutus yritysten kasvuun

Heli Koski, Mika Pajarinen ja Ilkka Ylhäinen

Tutkimuksen kuvaus

Analysoimme Business Finlandin vienninedistämispalveluiden vaikutuksia pk-yritysten liikevaihdon, viennin, työllisyyden, arvonlisän ja työn tuottavuuden kasvuun. Vienninedistämispalveluita käyttäneiden yritysten liikevaihto on kasvanut enemmän kuin muiden yritysten. Yhtäaikainen t&k-tukien saaminen ja vienninedistämispalveluiden käyttö on lisännyt yrityksen todennäköisyyttä siirtyä eniten liikevaihtoa kasvattavien yritysten joukkoon.

Tutkimuksessa arvioitiin Business Finlandin vienninedistämispalveluiden vaikutusta pk-yritysten kasvuun.

Tausta

Tutkimuksessa arvioitiin tilastollisin menetelmin Business Finlandin vienninedistämispalveluiden käytön vaikutuksia pk-yritysten liikevaihdon, tavaraviennin, työllisyyden, arvonlisän ja työn tuottavuuden kasvuun vuosina 2009-2017. Lisäksi arvioitiin ulkoisvaikutuksia työntekijävirtojen kautta Business Finlandin asiakasyrityksistä muihin yrityksiin. Business Finland aloitti toimintansa vasta vuoden 2018 alussa, joten tilastollinen tarkastelu koski sen yhdistyneiden edeltäjien, Finpron ja Tekesin, toiminnan vaikutuksia.

Kiinnostuksen kohteena olivat myös Business Finlandin USA:ssa ja Euroopassa yrityksille tarjoamien vienninedistämispalveluiden rooli yritysten kasvussa sekä kansainvälistyvien yritysten kasvua hidastavat merkittävimmät esteet ja pullonkaulat kvalitatiivisin menetelmin arvioituna. Kartoitimme vienninedistämispalvelujen toimintaa käytännössä kyseilyiden ja haastatteluiden avulla vuoden 2019 aikana.

Tutkimuksessa käytettiin Business Finlandin ja Tilastokeskuksen tietokantoja.

Aineisto ja menetelmät

Tutkimuksessa hyödynnettiin Business Finlandin tietoja Finpron palveluita käyttäneistä yrityksistä sekä niiden saamista t&k-tukipäätöksistä. Kiinnostuksen kohteena olivat vuosina 2008-2016 vähintään kerran Finpron vienninedistämispalveluita käyttäneet pk-yritykset. Finpron palveluita käyttäneiden yritysten tiedot yhdistettiin Tilastokeskuksen yritystietokantoihin. Kontrolliryhmä muodostettiin CEM-vertaistamismenetelmällä vientorientoituneista pk-yrityksistä, jotka eivät olleet käyttäneet vienninedistämispalveluja otosvuosina. Vienninedistämispalveluiden käytön vaikutusta yritysten kasvuun analysoitiin tilastollisesti ns. erotukset-erotuksissa -mallilla hyödyntäen vertaistamismenetelmällä laskettuja otospainoja.

Vienninedistämispalveluiden vaikutuksia arviointiin myös kirjallisuuskatsauksen valossa. Business Finlandin Yhdysvalloissa ja Euroopassa toimiville työntekijöille suunnattu kysely ja haastattelu tarjosivat lisäksi kvalitatiivista tietoa vienninedistämispalvelujen toiminnasta. Tämä aineisto kattaa kymmenen Business Finlandin kansainvälisissä toimistoissa työskentelevän henkilön haastattelun tai vastauksen sähköpostikyselyyn.

Kirjallisuuden valossa vienninedistämistuilla on yhteyttä yritysten menestymiseen – vaikuttavuuden tutkiminen haastavaa

Yhtäaikainen t&k-tukien saaminen ja vienninedistämispalveluiden käyttö lisäsi yrityksen todennäköisyyttä siirtyä eniten liikevaihtoa kasvattaneiden yritysten joukkoon.

Aiempi tutkimuskirjallisuus

Kansainvälistymisen taustalla vaikuttavana tekijänä ovat usein innovaatiot. Tämän vuoksi on perusteltua, että yritysten innovaatiotoimintaan ja kansainvälistymiseen liittyvät julkiset palvelut ja tukitoimet hoitaa yksi organisaatio (Altomonte ym., 2013). Vaikka vienninedistämistukien vaikuttavuuden arvioiminen on haastavaa, useat tutkimukset viittaavat niiden edistävän yritysten menestymistä (Broocks ja Van Biesebroeck, 2017; Munch ja Schaur, 2018; Van Biesebroeck ym., 2015; Volpe ym., 2008, 2010).

Vienninedistämistukien taloustieteelliset perustelut pohjautuvat informaation epäsymmetriaan ja ulkoisvaikutuksiin. Kansainvälistymiseen panostaneilla yrityksillä ei ole kannustimia jakaa hankkimaansa, muita yrityksiä laajemmin hyödyttävää tietoa ulkomaan markkinoista ja liiketoimintaolosuhteista. Tällaisella julkisten vienninedistämispalveluiden kautta tarjottavalla tiedolla voidaan alentaa yritysten kansainvälisen kaupan kiinteitä kustannuksia (Ferguson ja Forslid, 2019; Melitz, 2003), ja täten edistää uusille tuote- ja kohdemarkkinoille pääsyä (Lederman ym., 2016). Toisaalta osa tutkimuksista indikoi, että tuet lähinnä lisäävät olemassa olevien vientiyritysten viennin määrää niiden nykyisille markkinoille (Görg ym., 2008; Van Biesebroeck ym., 2015). Maakohtaisten tutkimustulosten vertailua vaikeuttavat erot maiden vienninedistämisorganisaatioiden resurssien, toimintamallien ja tavoitteiden välillä (Olarrega ym., 2019).

Vienninedistämispalveluiden on havaittu edesauttaneen yritysten suoriutumista finanssikriisiä seuranneessa taantumassa suhteessa verrokkeihin (Van Biesebroeck ym., 2016). Rahoitusjärjestelmään kohdistuvat shokit ja pankkien kunto vaikuttavat suhteessa enemmän vientiyrityksiin kuin pelkästään kotimarkkinoilla toimiviin yrityksiin (Amiti & Weinstein, 2011) – vientiyritykset voivat olla siten muita yrityksiä haavoittuvampia rahoituksen tarjonnassa esiintyvillä häiriöillä.

Vienninedistämispalveluiden käytöllä positiivinen liikevaihtovaikutus

Finpron vienninedistämispalveluita käyttäneiden yritysten liikevaihto kasvoi muita yrityksiä enemmän. Lisäksi Finpron palveluiden käyttö pienensi yrityksen todennäköisyyttä siirtyä alhaisen kasvun yritysten joukkoon liikevaihdon ja työllisyyden osalta. Havaitsimme myös, että yhtäaikainen t&k-tukien saaminen ja vienninedistämispalveluiden käyttö lisäsi yrityksen todennäköisyyttä siirtyä eniten liikevaihtoa kasvattaneiden yritysten joukkoon. Emme löytäneet selkeää tilastollista näyttöä vienninedistämispalveluiden käytön vaikutuksista muiden tutkittujen taloudellisten kasvumittareiden osalta.

Vienninedistämispalveluiden epäsuoria vaikutuksia arvioitiin analysoimalla ulkoisvaikutuksia työntekijävirtojen kautta Finpron palveluita käyttäneistä yrityksistä muihin yrityksiin. Hypoteesinamme oli, että mikäli Finpron palveluiden käyttö lisää yrityksen kansainvälistymisosaamista, niin uusi tieto ja osaaminen voi ”läikkyä” muihin yrityksiin siirtyvien työntekijöiden mukana. Täten myös vienninedistämispalveluita käyttämättömissä yrityksissä voitaisiin havaita kasvuvaikutuksia. Aineiston tilastollisen analyysin tulokset eivät kuitenkaan viitanneet merkittäviin työntekijävirtojen kautta syntyviin ulkoisvaikutuksiin.

Suomalaisten pk-yritysten suurimmaksi kansainvälisen kasvun esteeksi Business Finlandin työntekijät näkevät yritysten osaamiseen ja paikallisia markkinoita koskevaan tietoon liittyvät puutteet.

Business Finlandin viennedistämispalvelujen rooli

Business Finlandin kansainvälisten viennedistämistoihimistojen palvelut keskittyvät paljolti neuvontaan, kevyeen valmennukseen, sparraamiseen ja ohjaamiseen sekä yhdistämiseen paikallisiin yksityisiin palveluntarjoajiin ja potentiaalsiin rahoittajatahoihin. Suurin osa asiakkaista on pk-yrityksiä. Kansainvälisille markkinoille tähtäävät suomalaiset pk-yritykset tarvitsevat valmennusta esimerkiksi maassa tarvittavien vakuutusten (esim. tuotevastuuvakuutukset Yhdysvalloissa) ja viisumien osalta sekä neuvontaa liittyen paikalliseen yritys- ja päätöksentekokulttuuriin.

Merkittävä osa Business Finlandin kansainvälisten työntekijöiden työstä koskee suomalaisille kansainvälisille markkinoille pyrkiville yrityksille sopivien paikallisten toimijoiden löytämisestä, kontaktien luomisesta näihin tahoihin ja suomalaisyritysten yhdistämistä paikallisiin palvelutarjoajiin ja konsultteihin kuten lakiasiantuntijoihin, vakuutusten välittäjiin sekä media- ja PR-toimistoihin. Yrityksille annetaan myös tietoa paikallisista tapahtumista (esim. seminaareista tai messuista), joihin yrityksen kannattaa osallistua verkottuakseen relevanttien tahojen kanssa.

Jokaisen liiketoiminta-alueen paikallinen verkosto on osittain liiketoiminta-aluekohtainen, ja sen luominen vaatii merkittäviä ajallisia panostuksia Business Finlandin työntekijöitä. Business Finlandin paikallisissa kansainvälisissä toimistoissa työskentelee tyypillisesti kuitenkin vain muutama henkilö. Tämä muodostuu ongelmaksi markkinakohtaisen tiedon, tuen ja kontaktien tarjonnassa yrityksille palveluiden piiriin hakeutuvien yritysten kohdemarkkinoiden ollessa hyvin erilaisia. Haastattelujen mukaan joillakin suomalaisille yrityksille potentiaalisesti merkittävillä uusilla markkina-alueilla (esim. uusiutuva energia, cleantech) tietyissä Business Finlandin kansainvälisissä toimistoissa ei ole yhtään alueen asiantuntijaa, ja kansainvälistyvien yritysten auttaminen on tämän takia vaikeaa.

Yhteistyö muiden maiden viennedistämispalveluissa työskentelevien työntekijöiden kanssa todettiin joissakin haastatteluissa tärkeäksi. Kaliforniassa Palo Alton Nordic Innovation Housessa työskentelee päätoimisesti vain kolme suomalaista, mutta pohjoismaisia työntekijöitä on noin 50 (joista 40 on tanskalaisia). Pohjoismainen yhteistyö on ollut merkittävässä roolissa suomalaisyritysten kansainvälistymisen edistämisessä. Yhteispohjoismainen verkosto järjestää muun muassa kiihdytinohjelmia startup-yrityksille, ja sillä on yhteinen ohjelma, joka edistää tutkimuksen muuntamista yritystoiminnaksi sekä lyhyempiä osaamishjelmia esimerkiksi terveysteknologian osalta. Hyviksi suomalaisten yritysten kansainvälistymistä tukeviksi toimiksi on koettu myös tietyillä toimialoilla toteutettu markkinakohtainen sparraus ryhmille.

Suomalaisten pk-yritysten suurimmaksi kansainvälisen kasvun esteeksi Business Finlandin työntekijät näkivät yritysten osaamiseen ja paikallisia markkinoita koskevaan tietoon liittyvät puutteet. Kansainvälisille markkinoille tähtäävillä suomalaisyrityksillä on usein riittämätön ymmärrys paikallisten markkinoiden toiminnasta; ne eivät tunne sääntelyä tai lainsäädännön asettamia vaatimuksia tuotteille ja palveluille (esimerkiksi tuotteissa vaadittavia pakkaustekstejä) eivätkä tunnista yrityksen tuotteen keskeisiä kilpailijoita ja potentiaalisia asiakkaita.

Johtopäätökset ja suositukset

Tutkimustulos viennedistämispalveluiden myyntiä edistävästä vaikutuksesta on samansuuntainen useiden aiempien ulkomaisten tutkimusten kanssa (kts. esim. Broocks

ja Van Biesebroeck, 2017; Munch ja Schaur, 2018; Van Biesebroeck ym., 2015). Tutkimuksessa ei löydetty näyttöä vienninedistämispalveluiden vaikutuksesta tavaravientiin. Yksi mahdollinen selitys tähän on se, että näitä palveluita hyödyntäneiden yritysten kansainvälisen myynnin kasvu koski ennemminkin palveluiden kuin tavaroiden vientiä. Aineistomme puitteissa ei ollut mahdollista selvittää tarkemmin tätä kysymystä.

Aineistoanalyysin perusteella ei pystytty identifioimaan, miten vienninedistämispalveluiden käyttö vaikutti yritysten myyntiin ekstensiivisen marginaalin (ts. myynnin kasvu uusilla markkinoilla) tai intensiivisen marginaalin (ts. olemassa olevilla vientituotemarkkinoilla tapahtunut kasvu) kautta. Tarkempaan arviointiin vaikutuksista viennin osalta olisi tarvittu aggregaattitietojen sijaan vienninedistämispalveluiden käyttöä koskevien tietojen lisäksi maakohtaisia (ja optimaalisesti myös tuoteryhmäkohtaisia) vientitietoja yrityksittäin.

Kansainväliset tutkimukset eivät anna yksiselitteistä vastausta siihen, onko viennin edistämiseen tähtäävillä politiikkatoimilla vaikutusta ekstensiiviseen vai intensiiviseen marginaaliin. Poliittikalinjauksissa, toimenpiteiden toteutuksessa ja vienninedistämistoimistojen resurssoinnissa on suuria eroja eri maiden välillä. On epäselvää, missä määrin kansainvälisten tutkimusten erilaiset tulokset johtuvat vienninedistämistoimistojen heterogeenisuudesta ja kuinka hyvin niiden tuloksia voidaan soveltaa suomalaisessa kontekstissa innovaatiopolitiikan tukena.

Business Finlandin vienninedistämistoimistojen työntekijöiden haastatteluista käy ilmi, että kansainvälisille markkinoille tähtäävien suomalaisten pk-yritysten tarpeet ovat moninaisia. Tiedot maakohtaisista erityispiirteistä ovat välttämättömiä kaikille uuden maan markkinoille tuleville yrityksille. Näiden tietojen kokoaminen yrityksille helposti löydettävään muotoon vähentäisi vienninedistämistoimistojen työmäärää ja levittäisi tietoa laajemmalle joukolle yrityksiä. Osa vienninedistämistoimistojen välittämistä tiedoista ja tuesta ovat markkina- tai liiketoiminta-aluekohtaisia. Näiden osalta kansainvälisiä markkinoita kartoittavat yritykset tarvitsevat tyypillisesti henkilökohtaista asiantuntija-apua.

Askel tarkempaan Business Finlandin toimien vaikuttavuusarviointiin olisi tarjota tutkijoille systemaattisesti tietoja myös niistä yrityksistä, jotka ovat hakeutuneet Business Finlandin vienninedistämispalveluihin tai hakeneet t&k-tukia, mutta eivät ole niitä käyttäneet tai saaneet. Tällaisia tällä hetkellä Tilastokeskuksen yritystukitietokannassa puuttuvia tietoja ovat esimerkiksi euromäärät haetuista t&k-tuista, joita ei ole yritykselle myönnetty.

Business Finlandin vienninedistämispalveluiden vaikuttavuuden tutkimukseen on käytettävissä vain karkea indikaattori yrityksen vienninedistämispalveluiden käytöstä. Indikaattori kertoo asiakkuudesta, mutta ei sitä, minkälaisia palveluja yritys on käyttänyt tai miten yrityksen kansainvälistymistä on tuettu. Tietojen systemaattinen kerääminen vienninedistämistoimenpiteistä, joiden kohteena yritys on ollut (esim. neuvontapalvelut, paikalliselle pääomasijoittajalle ohjaaminen), antaisi mahdollisuuden parhaiden käytäntöjen tilastolliseen arviointiin.

Samoin t&k-tukien käyttötarkoituksen hienojakoisempi rekisteröinti mahdollistaisi aiempaa laajemman ja tarkemman tutkimuksen sen suhteen, kuinka hyvin yritystuet ovat edistäneet niille asetettuja tavoitteita. Tällä hetkellä Tilastokeskuksen yritystukitietokannassa on t&k-tukien osalta käytettävissä vain tieto siitä, onko kyseessä avustus vai laina. Tukieurojen käyttötarkoituksen tilastointi haetun tuen käytön ja tavoitteen mukaisesti (esim. uusiutuvaan energiaan liittyvä innovaatiotoiminta, uuden palvelun tuottaminen) mahdollistaisi tarkemman tutkimuksen sen suhteen, kuinka hyvin yritystuet ovat edistäneet niille asetettuja tavoitteita.

Yhteystiedot: Heli Koski, heli.koski@etla.fi

Lähdeluettelo:

- Altomonte, C., Aquilante, T., Békés, G., & Ottaviano, G. I. P. (2013). Internationalization and innovation of firms: evidence and policy. *Economic Policy*, 28(76), 663-700. doi:10.1111/1468-0327.12020
- Amiti, M., & Weinstein, D. E. (2011). Exports and Financial Shocks. *Quarterly Journal of Economics*, 126(4), 1841-1877.
- Broocks, A., & Van Biesebroeck, J. (2017). The impact of export promotion on export market entry. *Journal of International Economics*, 107, 19-33. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2017.03.009>
- Ferguson, S., & Forslid, R. (2019). Sizing Up the Impact of Embassies on Exports. *The Scandinavian Journal of Economics*, 121(1), 278-297. doi:10.1111/sjoe.12260
- Görg, H., Henry, M., & Strobl, E. (2008). Grant support and exporting activity. *Review of Economics & Statistics*, 90(1), 168-174.
- Lederman, D., Olarreaga, M., & Zavala, L. (2016). Export Promotion and Firm Entry into and Survival in Export Markets. *Canadian Journal of Development Studies*, 37(2), 142-158. doi:<http://www.tandfonline.com/loi/rcjd20>
- Melitz, M. J. (2003). The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity. *Econometrica*, 71(6), 1695-1725. doi:10.1111/1468-0262.00467
- Munch, J., & Schaur, G. (2018). The Effect of Export Promotion on Firm-Level Performance. *American Economic Journal: Economic Policy*, 10(1), 357-387. doi:<http://www.aeaweb.org/aej-policy/>
- Ollarreaga, M., Sperlich, S., & Trachsel, V. (2019). Exploring the Heterogeneous Effects of Export Promotion. *The World Bank Economic Review*. doi:10.1093/wber/lhy034
- Van Biesebroeck, J., Konings, J., & Martincus, C. V. (2016). Did export promotion help firms weather the crisis? *Economic Policy*, 31(88), 653-702.
- Van Biesebroeck, J., Yu, E., & Chen, S. (2015). The impact of trade promotion services on Canadian exporter performance. *Canadian Journal of Economics*, 48(4), 1481-1512. doi:10.1111/caje.12148
- Volpe Martincus, C., & Carballo, J. (2008). Is export promotion effective in developing countries? Firm-level evidence on the intensive and the extensive margins of exports. *Journal of International Economics*, 76(1), 89-106. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2008.05.002>
- Volpe Martincus, C., & Carballo, J. (2010). Beyond the average effects: The distributional impacts of export promotion programs in developing countries. *Journal of Development Economics*, 92(2), 201-214. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2009.02.007>