



## **VIENTI MENESTYY PALAUTTAMALLA LAATU KILPAILUKYVYN KÄRKEEN**

### **— TESTAUSTEN HYLKÄYSASTEET HUOLESTUTTAVASSA KASVUSSA**

Ulkomaankaupan tuore tutkimus osoitti yrityksistä ja tuotteista syntyvän laatukokemuksen ohjaavan vientimenestystämme. Näin, koska Suomen tuotteet painottuvat muuhun kuin hintakilpailtuun bulkkiin. Testaustoimiala TIC on jo vuosia todistanut yritysten tuotteiden ja toiminnan laadussa tason laskua ja tähdentää nyt osaltaan laadun merkitystä.

Valtioneuvoston kanslian tilaama tutkimus '100 vuotta pientä avotaloutta' (Aalto, HY, ETLA ja VATT) valmistui loppuvuodesta 2017. Tutkimus tarkasteli ulkomaankauppaa uudella tavalla painottaen arvonlisäystä sekä tuonnissa että viennissä. Media nosti tutkimustuloksista esiin ennen muuta palveluviennin vahvan kasvun 2000-luvulla. Keskeinen tutkimushavainto oli myös se, että tiedossa olleet kansainväliset tulokset laadun 50-60%:n painoarvosta yritysten ja niiden tuotteiden markkinaosuuksissa pätevät myös Suomen vientiyrityksiin – tätä ei mediassa juurikaan käsitelty. Tulosten mukaan hinnan painoarvo on vain 20%.

Tutkimusraportti: [http://vatt.fi/artikkeli/-/asset\\_publisher/it-palveluiden-vienti-on-jo-suomen-uusi-nokia-](http://vatt.fi/artikkeli/-/asset_publisher/it-palveluiden-vienti-on-jo-suomen-uusi-nokia-)

#### **Tuoreet tutkimustulokset laadusta**

Erikoistutkija **Saara Tamminen** (VATT) ja tutkimuspäällikkö **Katariina Nilsson Hakkala** (ETLA) arvioivat tutkimuksessa, että 60-70 prosenttia Suomeen jäävästä viennin arvonlisäyksestä tulee erilaistettujen tuotteiden viennistä.

Eriilaistetuissa tuotteissa yritystason tekijöillä ja asiakkaiden kokemalla kokonaislaadulla on merkittävin vaikutus yrityksen menestykseen ja myynnin kasvuun. Yritystason tekijöillä tarkoitetaan esimerkiksi yrityksen organisaatiota, johtamisjärjestelmiä, mainetta, joustavuutta, innovatiivisuutta, tuotteiden teknistä laatua ja näin syntyvää yrityksen tuottavuutta. Tuotteiden koettu kokonaislaatu vaikuttaa niiden hinnoittelumahdollisuuksiin. Tutkimuksissa on löydetty merkittäviä eroja kohtuullisen samankaltaistenkin tuotteiden hinnoissa samoilla markkinoilla.

Laatuun panostavat vientiyritykset veloittavat korkeampia hintoja kuin kilpailijat samalla markkina-alueella. Ne myös menestyvät kilpailijoitaan paremmin niin ko. alueella kuin muillakin vientimarkkinoillaan. Kilpailutilanteessa tuottavimmat ja parhaiten pärjäävät yritykset panostavat laatuun, vaikka se lisäisi kustannuksia. Laadun parantuessa ne voivat nostaa sekä hintojaan että hintamarginaalejaan. Vähemmän tuottavat yritykset puolestaan laskevat hintojaan ja marginaalejaan. Positiivinen korrelaatio yrityksen tuotteiden koetun laadun ja niiden hintojen ja marginaalien välillä on merkittävin juuri erilaistetuissa tuotteissa. Myös hintakilpailuissa tuotteissa löydetään Tammisen mukaan vastaavaa korrelaatiota.

Maatason tutkimuksissa on todettu, että em. yritystason tekijöillä ja yritysypäristöön liittyvillä mikrotason tekijöillä on huomattava vaikutus maiden kansalliseen kokonaiskilpailukykyyn ja elintasoon.



TEKNINEN KAUPPA

## Suomi kansainvälisessä markkinassa

Professori **Pertti Haaparanta** Aalto-yliopiston taloustieteen laitokselta näkee, että Suomi on pieni avotalous eikä poikkeus niiden joukossa. Ulkomaankaupan merkitys on siis suuri. Julkinen keskustelumme on painottanut toistaiseksi viennin ja ylijäämäisen kauppaa- ja vaihtotaseen merkitystä. Hyödyt viennistä saadaan kuitenkin tuonnista. Vienti on pois kotimaisesta käytöstä, sen avulla hankitaan tavaroita ja palveluita ulkomailta, toteaa professori Haaparanta.

Ulkomaankaupan hyödyt kasvavat talouden vaihtosuhteen kasvaessa. Sillä tarkoitetaan vientihintojen suhdetta tuontihintoihin. Vaihtosuhteemme heikkeni vv 1995-2010 huomattavasti nopeammin kuin EU- ja OECD-maissa. Keskeisimpiä syitä lienee elektroniikkateollisuuden vientihintojen lasku. Vuosina 2010-2016 sekä Suomen että EU- ja OECD-maiden vaihtosuhte on parantunut - Suomen kuitenkin nopeimmin, joten olemme tässä kohdassa menestyjä.

Syitä Suomen viennin menestykseen on etsittävä tarkasti, mutta viennin rakennemuutos on niistä yksi. Suurimmasta osasta vientiä vastaavat yritykset, joiden toimialoilla kilpailu on epätäydellistä. Tällaisilla markkinoilla yritykset kilpailevat laadulla ja muilla ei-hintatekijöillä. Uusien yritysten on vaikeampaa tulla ko. markkinoille, mikä taas nostaa hintoja ja parantaa palkanmaksukykyä. Laadun parantaminen vaatii usein myös tuotantoprosessien radikaalia muutosta. Haastavampien tuotantoprosessien käyttö on Haaparannan mukaan yhteydessä korkeampiin palkkoihin. Suorituskyvyltään parhaimpiin yrityksiin maailmantalouden heilahtelut vaikuttanevat myös vähemmän kuin muihin.

## Tuotetestauksen hylkäykset askarruttavat

**SGS Fimko Oy** on Suomessa toimiva kansainvälinen testaus- ja tarkastusalan toimija. Toimitusjohtaja **Mika Richardt** kertoo, että sähkölaitteiden tyyppitestauksessa hylkäysprosentti vaihtelee Suomessa 25-50%:n välillä ja on joissakin tuoteryhmissä selvässä kasvussa. Suurta osaa tuotteista onkin parannettava turvallisuusvaatimusten täyttämiseksi. Testaus on osa tuotteen markkinoille saattamista, ja tason laskun arvioidaan testaus- ja tarkastusalalla (TIC Forum) laajemminkin kertovan kiireestä ja puutteista tuotekehitysprosessissa. Se aiheuttaa ylimääräisiä kustannuksia ja viivyttää tuotteen pääsyä markkinoille. Tuotaessa uusia tuoteversioita vauhdilla markkinoille tulisikin ymmärtää, että vaikka testit mittaavat lähinnä vaatimustenmukaisuutta, ne kertovat myös tuotekehityksen laadusta ja tehokkuudesta. Toiminnan ja tuotteiden laatu heijastuvat asiakkaiden kokemuksiin koko yrityksestä.

## Mitä laatu on – esimerkki

**Genelec**in tuntevat useimmat. Kotipaikastaan Iisalmesta käsin yritys on rakentanut kansainvälisen menestysbrändin, jossa laatu on juurikin dna:ssa. Myyntijohtaja **Mikko Tuomen** mukaan kysymys on yrityksen arvoista. Äänentoistoon keskittyvässä 30 M€ lv-tason liiketoiminnassa (subjektiivinen) äänen laatu ja (objektiivinen) tekninen laatu konseptoidaan tuotteeksi, jonka elinkaari on vuosikymmeniä. Kestävää kehitystä toteuttava tuotekehitys perustuu myös yhteistyöhön laadun kannalta vaativimpien asiakkaiden kanssa. Mikään tässä ei ole sattumanvaraista, mutta ydinarvoista on lopulta kysymys.



TEKNINEN KAUPPA

## TEM seuraa ja luo edellytyksiä

Työ- ja elinkeinoministeriön tavoitteena on kasvu, joka perustuu elinkeinoelämän menestykseen mm. maailmanmarkkinassa. Kaupallinen neuvos **Tomi Lounema** toteaa, että valtiolta kehittää yritysten menestymisen mahdollisuuksia toimintaympäristöön vaikuttamalla. TEM seuraa myös kilpailukykyasioita tästä näkökulmasta ja on ilahtunut, että menestystekijöistä keskustellaan.

### Lisätietoja

TIC Forum	Heikki Ojanperä	p. 09 6824 1322
SGS Fimko Oy	Mika Richardt	p. 040 5125 959
VATT	Saara Tamminen	p. 029 5519 450
Aalto-yo	Pertti Haaparanta	p. 040 3538 180

<https://ticforum.fi/>