



Open your mind. LUT.
Lappeenranta University of Technology

24.4.2012

TEKNISTALOUDELLINEN TIEDEKUNTA
TUOTANTOTALOUDEN OSASTO
CS10A9000 Kandidaatintyö ja seminaari

Ulkomaiset yritykset Suomessa
Foreign companies in Finland

Kandidaatintyö

Janne Lasonen
Eerik Lähteenpää

TIIVISTELMÄ

Tekijät: Janne Lasonen, Eerik Lähteenpää	
Työn nimi: Ulkomaiset yritykset Suomessa	
Osasto: Tuotantotalous	
Vuosi: 2012	Paikka: Lappeenranta
Kandidaatintyö. Lappeenrannan teknillinen yliopisto. 41 sivua, 4 taulukkoa ja 6 kuvaa Tarkastaja: Nuorempi tutkija Juha Hinkkanen	
Hakusanat: Ulkomainen, yritys, Suomi, suora ulkomaan investointi, kilpailukyky	
<p>Ulkomaisten yritysten rooli Suomen taloudessa on kasvanut merkittävästi viime vuosikymmenien aikana. Tänä päivänä ne ovat merkittävä työllistäjä ja yksi tärkeimmistä talouskasvua ajavista voimista.</p> <p>Tämän kandidaatintyön tarkoituksena on tarkastella ulkomaisten yritysten toimintaa Suomessa. Työ keskittyy erityisesti niiden syiden ympärille, joiden takia ulkomaiset yritykset haluavat toimia Suomessa. Toisaalta tarkastellaan myös sitä, mille toimialoille ulkomaiset yritykset sijoittuvat, mistä maista ne ovat kotoisin ja mitkä ominaispiirteet Suomessa niitä houkuttelevat. Tarkastelu toteutettiin yritysten ja maiden kilpailukyvyn näkökulmasta.</p> <p>Työssä käytetyn aineiston pohjalta tehtiin johtopäätös, että Suomeen sijoittuville ulkomaisille yrityksille markkinatekijät ovat tärkein kriteeri. Ulkomaiset yritykset arvostavat Suomessa myös toimivaa infrastruktuuria ja yhteiskuntaa, teknologista osaamista sekä suomalaista rehellisyyttä, luotettavuutta ja koulutustasoa. Merkittävä osa ulkomaisista yrityksistä tulee Suomeen naapurimaista. Valtaosa kaikista ulkomaisista yrityksistä on sijoittunut jollekin toimialalle, jossa Suomella on kansainvälistä kilpailuetua.</p>	

ABSTRACT

Authors: Janne Lasonen, Eerik Lähteenpää

Name of thesis: Foreign companies in Finland

Department: Industrial Management

Year: 2012

Location: Lappeenranta

Bachelor's thesis. Lappeenranta University of Technology

41 pages, 4 tables and 6 figures

Examiner: Doctoral Student Juha Hinkkanen

Key words: Foreign, company, Finland, foreign direct investment, competitiveness

The role of foreign companies in the Finnish economy has grown significantly in the last decades. Today they are a major employer and represent one of the most significant forces driving economic growth in Finland.

The purpose of this bachelor's thesis is to examine the activities of foreign companies operating in Finland. The analysis focuses around the reasons why foreign companies want to operate in Finland. Additional focus points concerning the origins and industries of foreign companies are explored side by side with the factors attracting foreign companies to Finland. The analysis was done from a firm and national level competitiveness point of view.

Based on the material evidence presented it was concluded that the most important factors for foreign companies in Finland were market related. Foreign companies value Finland's working infrastructure and society, technological know-how and the hard working honesty of the Finnish working man. Most foreign companies in Finland originate from the neighboring countries. The majority of all foreign companies are related to industries in which Finland has an international competitive advantage.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Työn tausta.....	1
1.2	Tavoitteet, tutkimuskysymykset ja rajaukset	1
1.3	Rakenne ja tutkimusmetodologia.....	2
1.4	Suhde muihin tutkimuksiin	3
2	YRITYKSEN KANSAINVÄLISTYMINEN	4
2.1	OLI-paradigma.....	4
2.2	Psyykkisen etäisyyden vaikutus kansainvälistymiseen	5
3	PORTERIN TIMANTTIMALLI.....	7
3.1	Tuotannontekijäolot	8
3.2	Kysyntäolot	8
3.3	Lähi- ja tukialat	9
3.4	Yrityksen strategia, rakenne ja kilpailutilanne.....	10
3.5	Valtiovalta ja sattuma	11
4	PORTERIN ARVOKETJU	12
5	GLOBAALI KILPAILU SUORISTA ULKOMAAN INVESTOINNEISTA....	13
6	SUOMI GLOBAALISSA KILPAILUSSA.....	18
6.1	Tuotannontekijäolot	18
6.2	Kysyntäolot	19
6.3	Lähi- ja tukialat	20
6.4	Yrityksen strategia, rakenne ja kilpailutilanne.....	21
6.5	Valtiovalta.....	22
7	ULKOMAISTEN YRITYSTEN TOIMINTA SUOMESSA.....	24

7.1	Ulkomaisten yritysten toimialat Suomessa.....	24
7.2	Ulkomaisten yritysten kotimaat	28
7.3	Ulkomaisia yrityksiä houkuttavat tekijät	29
8	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	35
	LÄHTEET	38

KUVALUETTELO

Kuva 1. Porterin timanttimalli, koko järjestelmä.....	7
Kuva 2. Yrityksen arvoketju.....	12
Kuva 3. Suorien sijoitusten kehitys ulkomailta Suomeen.....	16
Kuva 4. Eräiden maiden T&K-panos prosenttiosuutena bruttokansantuotteesta.....	17
Kuva 5. Suurimmat ulkomaisten yritysten liikevaihdon osuudet yritystoiminnasta vuonna 2010.....	25
Kuva 6. Yrityksoston kohteena olleiden yritysten motiivit sektoreittain.....	31

TAULUKKOLUETTELO

Taulukko 1. Sijaintipaikkaan vaikuttavat keskeiset tekijät arvoketjun eri osissa.....	14
Taulukko 2. Ulkomaisten yritysten osuus valituilta toimialoilta.....	27
Taulukko 3. Ulkomaiset tytäryhtiöt maittain 2010.....	28
Taulukko 4. Johtopäätökset.....	37

1 JOHDANTO

Tässä luvussa käydään läpi työn tausta, tavoitteet ja tutkimuskysymykset. Lisäksi selvennetään työn rajaukset, rakenne, tutkimusmetodologia sekä suhde muihin tutkimuksiin.

1.1 Työn tausta

Ulkomaisten yritysten merkitys talouden ajavana voimana ja hyvinvoinnin luojana on kasvanut huomattavasti viime vuosikymmenien aikana. Tutkimusten mukaan (Ericsson & Irandoust 2001, 22) ulkomaisten suorien sijoitusten sekä talouden kasvun ja tuottavuuden välillä on bilateraalin suhde. Talouden kasvu houkuttelee ulkomaisia investointeja ja päinvastoin. Suorat ulkomaiset sijoitukset nostavat myös tuottavuutta teknologian diffuusion muodossa. Suomessa ulkomaisten yritysten ja niiden tekemien investointien vaikutus on suuri. Joka sadas Suomessa sijaitseva yritys on ulkomaisessa määräysvallassa. Nämä yritykset työllistävät 15 % Suomen kaikkien yritysten henkilöstöstä ja niiden osuus Suomen kaikkien yritysten liikevaihdosta on 20 % (Tilastokeskus 2011a). Tämän vuoksi ulkomaisten yritysten toimintaa Suomessa on syytä tarkastella.

1.2 Tavoitteet, tutkimuskysymykset ja rajaukset

Tämän työn tavoitteena on tarkastella ulkomaisten yritysten toimintaa Suomessa. Tutkielma luo kuvan ulkomaisten yritysten toimialoista Suomessa sekä ulkomaisten Suomessa toimivien yritysten kotimaista. Työ luonnehtii myös eri toimialojen yritysten toimintojen eroavaisuuksia Suomessa.

Tutkimuksen pohjana käytetään seuraavia tutkimuskysymyksiä:

Päätutkimuskysymys:

- Miksi ulkomaiset yritykset tulevat Suomeen?

Alatutkimuskysymykset:

- Mitä ulkomaiset yritykset Suomessa tekevät?
- Minkälaiset yritykset Suomessa toimivat?

Toisaalta työssä pohditaan myös Suomen houkuttelevuutta ulkomaisten yritysten sijoituskohteena. Suomen houkuttelevuus yritysten sijoituskohteena ja tutkimuskysymykset ovat vahvasti sidoksissa toisiinsa. Näiden asioiden linkittymisen kautta luodaan kokonaisvaltainen kuva ulkomaisten yritysten toiminnasta Suomessa.

Ulkomainen yritys on käsite, joka voidaan käsittää monella tapaa. Täten työn kannalta on tärkeää määritellä ulkomainen yritys. Yrityksen omistajamaata määritettäessä selvitetään niin sanottu perimmäinen omistajataho eli yrityksen omistusketjun alkulähde. Tilastokeskus (2012a) määrittelee ulkomaiseksi yritykseksi yrityksen, jonka äänivallasta yli 50 % on suoraan tai välillisesti yhden ulkomaisen tahon omistuksessa. Tilastokeskus käyttää myös seuraavaa esimerkkiä apuna ulkomaisen yrityksen määrittelyssä: ”Jos esimerkiksi Suomessa toimiva yritys on ruotsalaisen yrityksen omistuksessa, mutta tämä puolestaan kuuluu yhdysvaltalaiseen konserniin, niin omistajamaa on silloin Yhdysvallat” (Tilastokeskus 2012a). Työssä käytetään tätä ulkomaisen yrityksen määritelmää.

Yrityksiä ja toimialoja tarkastellaan kansakuntien kilpailukyvyn näkökulmasta. Tätä kilpailukykyä analysoidaan puolestaan ulkomaisten suorien sijoitusten houkuttelevuuden kannalta. Sattuman vaikutus kilpailukykytimantin eri osiin rajataan työn ulkopuolelle. Sen merkitystä ulkomaisten investointien houkuttelijana nyt ja tulevaisuudessa ei voida tarkastella johtuen sattuman arvaamattomasta luonteesta.

1.3 Rakenne ja tutkimusmetodologia

Työssä käsitellään ensin yrityksen kansainvälistymiseen liittyviä teorioita. Selvitetään myös kilpailuetuun vaikuttavia tekijöitä yritys- ja maatasolla. Seuraavaksi luodaan kuva globaalista kilpailusta, jossa maat kilpailevat yritysten eri toimintojen

sijoittumisesta ja yritykset ulkomaisista investoinneista. Sen jälkeen valotetaan Suomen kilpailukyvyn lähteitä sekä ominaispiirteitä ulkomaisten yritysten sijoittumisen näkökulmasta. Ulkomaisten yritysten toimialat ja kotimaat Suomessa käydään myös läpi. Lopuksi on koottu seikat, jotka Suomessa houkuttavat ulkomaisia yrityksiä.

Tässä kirjallisuustyössä avataan ensin yleisellä tasolla yrityksen kansainvälistymiseen liittyviä tekijöitä sekä yrityksen kansainvälistä toimintaa. Teoriaviitekehyksinä käytetään muun muassa OLI-paradigmaa sekä Porterin kilpailukykykymalleja. Suomen ominaispiirteitä sekä asemaa globaalissa kilpailussa on analysoitu esimerkiksi World Economic Forumin raporttien perusteella. Ulkomaisten yritysten toimintaa Suomessa, toimialoja ja kotimaita sekä Suomen houkuttelevuutta peilataan teoriaan ja Suomen ominaispiirteisiin ensisijaisesti Elinkeinoelämän Tutkimuslaitoksen yrityskyselyjen sekä -tutkimusten perusteella. Käytetyn tieteellisen aineiston perusteella tutkielma vastaa edellä määritettyihin tutkimuskysymyksiin.

1.4 Suhde muihin tutkimuksiin

Kansainvälisellä tasolla aiheesta ei ole tehty juurikaan aiempaa tutkimusta. Tämä johtuu lähinnä siitä, että aihe käsittelee spesifisti Suomessa toimivia ulkomaisia yrityksiä. Toisaalta Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos ETLA on tehnyt kansallisella tasolla paljon yrityskyselyjä ja -tutkimuksia Suomessa toimivista ulkomaisista yrityksistä. Elinkeinoelämän Tutkimuslaitoksen tutkimukset koskevat pääasiallisesti ulkomaisten yritysten Suomessa toimimisen motiiveja sekä Suomea yritysten toimintaympäristönä. Tässä tutkielmassa analysoidaan ulkomaisia yrityksiä Suomessa. Työstä käy ilmi ulkomaisten yritysten Suomessa toimimisen motiivit, ulkomaisten yritysten toimialat sekä kotimaat Suomessa. Nämä seikat sidotaan yleisiin teorioihin koskien yrityksen kansainvälistä toimintaa.

2 YRITYKSEN KANSAINVÄLISTYMINEN

Tässä luvussa tarkastellaan yrityksen kansainvälistymistä. Työssä käytetään OLI-paradigmaa viitekehyksenä ja selitetään yrityksen kansainvälistymistä myös psyykkisen etäisyyden sekä psykografisten tekijöiden näkökulmasta.

2.1 OLI-paradigma

OLI-paradigma tai vaihtoehtoisesti eklektinen paradigma on John Dunningin kehittämä yleinen viitekehys, joka pyrkii selittämään sen, miksi yritykset kansainvälistyvät. Teoria esittää kolme eri etua, jotka määrittävät monikansallisten yritysten käyttäytymistä globaaleilla markkinoilla. Nämä edut ovat omistus (ownership), sijainti (location) ja sisäistäminen (internalisation). (Dunning & Lundan 2008, 95, 104)

O-etua vastaa kysymykseen: ”Miksi kansainvälistyä?” Ainutlaatuinen ja vakaalla pohjalla oleva kilpailuetu, jonkin markkinan tai markkinaryhmän palvelemiseksi, on ensimmäinen vaatimus yrityksen kansainvälistymisessä. O-etuja voivat olla esimerkiksi pääoma, teknologia, suurtuotannon edut, klusterit ja kyky tuottaa brändilojaaliutta. (Dunning & Lundan 2008, 96-104)

L-etua vastaa kysymykseen: ”Mihin kansainvälistyä?” Sijaintipohjaiset edut ovat jakautuneet epätasaisesti ympäri maailmaa, ja ne antavat kilpailuedun niissä toimiville yrityksille suhteessa yrityksiin, jotka toimivat muualla. L-etuja kehittyvillä markkinoilla ovat esimerkiksi raaka-aineiden ja työvoiman alhaiset kustannukset. Kehittyneillä markkinoilla puolestaan korkeatasoinen tutkimus- ja kehitystoiminta, toimiva infrastruktuuri sekä pitkälle viety tuotanto- ja prosessierikoistuminen ovat yleisiä etuja. (Dunning & Lundan 2008, 100-104)

I-etua puolestaan vastaa kysymykseen: ”Miten kansainvälistyä?” Teoria (Dunning & Lundan, 2008) argumentoi, että jos yritys toimii ulkomailla, sen tulee olla sille kannattavampaa kuin välikäsien kautta toimiminen. Jos näin ei ole, vienti tai

välimuotoiset markkinoille penetroitumisen tavat palvelevat paremmin kohdemaata. I-edut liittyvät pitkälti yrityksen tarjooman hallintamahdollisuuksien kasvuun ja kulujen leikkaamiseen, sillä kysymys on siitä, tehdäänkö itse vai ulkoistetaanko. Näitä etuja ovat muun muassa transaktiokustannusten eliminointi, vertikaalisen integraation tuomat edut ja päätösvalta lopputuotteen hinnasta. (Dunning & Lundan 2008, 100-104)

Toisin sanoen, jos yritys haluaa viedä tarjoomansa ulkomaille, sillä tulee olla yksi tai useampi O-etu suhteessa kohdemaassa toimiviin yrityksiin. Jotta yrityksen kannattaa ryhtyä välimuotoiseen vaihtoehtoon (agentit, sopimusvalmistus, lisensointi, franchising ja yhteisyritys) markkinoille mentäessä, täytyy yrityksellä olla O-etuja ja kohdemaalla L-etu. Suoraan ulkomaan investointiin yrityksen kannattaa ryhtyä silloin, kun yrityksellä on tarve harjoittaa tiukkaa kontrollia tarjoomansa suhteen tai jos tuote tai palvelu on monimutkainen. Yrityksen kannattaa turvautua hierarkkisiin vaihtoehtoihin ulkomaisille markkinoille mentäessä, kun transaktiokustannukset ovat korkeammat kuin yrityksen omasta toiminnasta aiheutuvat kustannukset. Huomautuksena hierarkkisista vaihtoehtoista todettakoon, että kotimaapohjaista myyntiedustajaa ei lueta suoriin ulkomaaninvestointeihin. (Dunning & Lundan 2008, 96-99; Hollensen 2011, 322)

2.2 Psyykkisen etäisyyden vaikutus kansainvälistymiseen

Johanson ja Vahlne (1993, 17) toteavat kansainvälistymisteoriassaan, että otettaessa psyykkinen etäisyys huomioon yritykset aloittavat kansainvälistymisensä naapurimarkkinoilta. Psyykkinen etäisyys määritellään muun muassa maiden kielellisinä, kulttuurillisina ja poliittisina eroavaisuuksina. Naapurimarkkinoilla tarkoitetaan markkinoita, jotka ovat kulttuurillisesti ja psyykkiseltä sekä maantieteelliseltä etäisyydeltään läheisiä kotimaan markkinoiden kanssa.

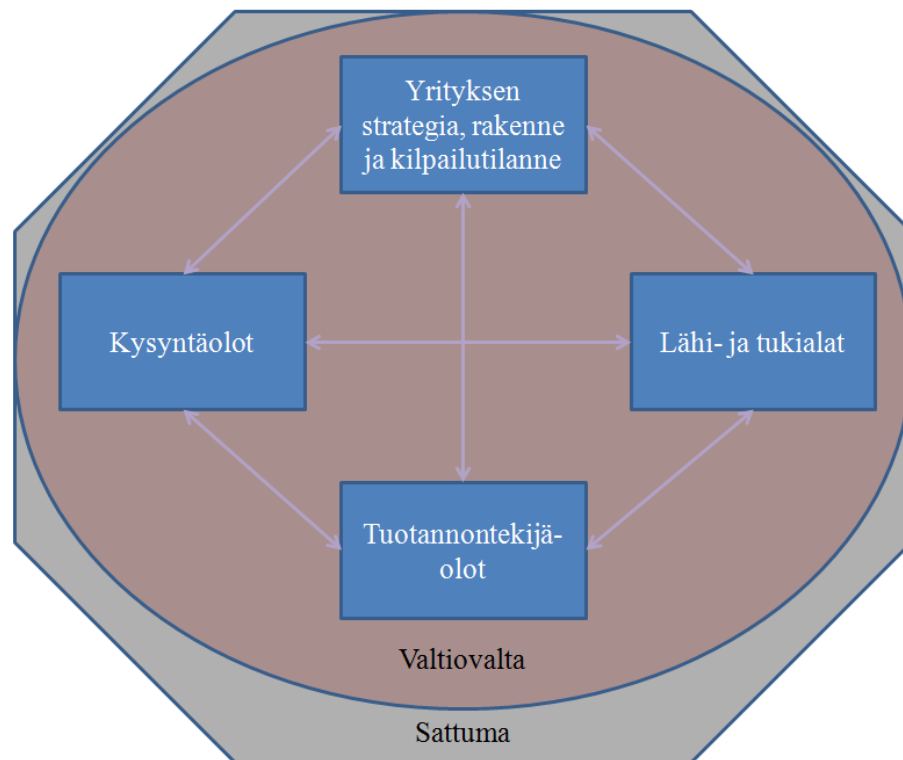
Maantieteellinen läheisyys korreloi usein kulttuurillista samankaltaisuutta maiden välillä. Lisäksi lähimarkkinoista on usein enemmän tietoa ja niistä on helpompi saada

tietoa. Yritykset aloittavat yleensä kansainvälistymisprosessinsa maista, joita yrityksen on helpompi ymmärtää. (Hollensen 2011, 261)

Myös Kotler ja Keller (2009, 645) toteavat, että yrityksillä on tapana sijoittaa naapurimaihin, sillä ymmärrys markkinoista on parempi ja täten kustannuksia voidaan paremmin kontrolloida. Yritykset sijoittavat maihin, joiden kielen, lakien ja kulttuurin kanssa yrityksillä on samankaltaisuuksia. (Kotler & Keller 2009, 645)

3 PORTERIN TIMANTTIMALLI

Porterin timanttimalli kuvaa maan kilpailuedun perustekijöitä. Nämä tekijät luovat makroympäristön, jossa yritykset syntyvät, kilpailevat, menestyvät tai menehtyvät. Kuva 1 havainnollistaa Porterin timanttimallin eri tekijöiden välisiä yhteyksiä. Timantin osia tulee tarkastella kokonaisuutena, sillä kaikki tekijät ovat riippuvaisia toisistaan. Yhden tekijän muutoksella voi olla hyvinkin perustavanlaatuisen vaikutus muihin tekijöihin. Maiden menestys ei niinkään pohjaa yksittäisiin toimialoihin vaan toimialaryppäisiin - klustereihin. Ne koostuvat toisiinsa vertikaalisin ja horisontaalisin sidoksin liittyneistä toimialoista. Klusterien muodostuminen on suoraa seurausta maan kilpailutekijöiden välisistä keskinäisistä riippuvuussuhteista. Esimerkiksi vaativa kysyntä aiheuttaa voimakasta uudistumisen tarvetta toimialalla, jolloin kysyntä erikoistuneille tuotannontekijöille lisääntyy ja lähi- sekä tukevilta aloilta haetaan tukea innovaatioprosessiin. (Porter 1991, 99-101, 182-184)



Kuva 1. Porterin timanttimalli, koko järjestelmä (mukaillen Porter 1991, 159)

3.1 Tuotannontekijäolot

Työn kannalta on mielekkäintä jakaa tuotannontekijäolot ensin perus- ja kehittyneisiin tuotannontekijöihin. Perustuotannontekijöitä ovat esimerkiksi luonnonvarat, ilmasto, sijainti, kouluttamaton ja keskitasolle koulutettu työvoima sekä velkapääoma. Kehittyneitä tuotannontekijöitä ovat esimerkiksi tietoliikenneinfrastruktuuri, korkeasti koulutettu työvoima ja yksityiset sekä julkiset tutkimuslaitokset. Kehittyneet tuotannontekijät muodostuvat usein perustuotannontekijöiden vaikutuksesta. (Porter 1991, 105-106)

Toinen jako yleisiin ja erikoistuneisiin tuotannontekijöihin on myös tehtävä. Yleisiä tuotannontekijöitä ovat muun muassa tieverkosto, toimitilojen tarjonta ja keskiasteen koulutuksen saaneiden työntekijöiden saatavuus. Erikoistuneita tuotannontekijöitä ovat vain jollekin toimialalle tai alaryhmälle sopivat tuotannontekijät, kuten sellun erottamiseen erikoistunut tutkintalaitos tai mobiilisovellusten kehittämisen johtamiseen tähtäävä koulutusohjelma. (Porter 1991, 107) Merkittävän ja pysyvän kilpailuedun luomiseksi maalla on edullista olla tuotannontekijöitä, jotka ovat sekä kehittyneitä että erikoistuneita. Oleellista kilpailuedun kannalta on tuotannontekijöiden oikea kohdistaminen ja tehokas käyttö, eli korkea tuottavuus. Yleisiin ja perustuotannontekijöihin perustuvat kilpailuedut ovat usein vaatimattomia ja väliaikaisia. (Porter 1991, 104-107)

3.2 Kysyntäolot

Suuret kotimarkkinat voivat olla kilpailuedun lähde mikäli ne tuovat merkittäviä oppimis- ja mittakaavaetuja. Kotimarkkinoiden absoluuttinen koko ei kuitenkaan ole ratkaiseva tekijä, sillä yritykset kilpailevat maailmanlaajuisesti ja voivat näin päästä suureen mittakaavaan huolimatta pienistä kotimarkkinoista. Kilpailuedun kannalta oleellisia ovat segmentit, jotka edustavat merkittävää osuutta kotimaisesta kysynnästä, mutta pienempää osuutta muualla maailmassa. Näissä segmenteissä pienet maat voivat olla kilpailukykyisiä, vaikka vastaavan segmentin absoluuttinen koko muissa maissa olisikin suurempi. (Porter 1991, 115-118)

Markkinoiden koko ei siis kerro kaikkea. Pikemminkin pitää tarkastella markkinoiden luonnetta. Varhainen, muiden maiden tarpeita ennakoiva, kotimaankysyntä voi olla maan yrityksille merkittävä kilpailuedun lähde. Tällöin yritykset ehtivät vakiinnuttamaan asemansa alalla ennen merkittävää kansainvälistä kilpailua. Ennakoiva kysyntä kertoo usein myös aikaisten, vaativien ja valistuneiden innovaattoriasiakkaiden olemassaolosta, jotka ovat uusien tuotteiden ja palveluiden ensimmäisiä käyttäjiä. Valistuneet ja vaativat asiakkaat ovat myös kilpailuedun lähde, sillä ne pakottavat yritykset parantamaan tarjootaan jatkuvasti ja erikoistumaan säilyttääkseen kilpailukykyä. (Porter 1991, 118-125)

Seurauksena pienistä markkinoista ja vaativista asiakkaista on usein markkinoiden varhainen kyllästyminen. Tämä aiheuttaa yrityksille paineita hintojen laskemiseen, turhien kustannusten leikkaamiseen, tuottavuuden lisäämiseen sekä uusien ja innovatiivisten tarjoomien luomiseen. Kiristynyt kilpailu johtaa heikkojen yritysten karsiutumiseen markkinoilta ja jäljelle jää joukko dynaamisia innovaatiokykyisiä yrityksiä. Toinen seuraus on yritysten kansainvälistyminen. Säilyttääkseen kasvunsa ja kapasiteetin käyttöasteensa, yritysten tulee etsiä uusia ulkomaisia markkinoita, joissa niillä on O-etuja. (Porter 1991, 126-127)

3.3 Lähi- ja tukialat

Kilpailukykyiset lähi- ja tukialat syntyvät kilpailukyisten toimialojen kehitysprosessissa. Horisontaalisesti ja vertikaalisesti integroituneet yritykset luovat maantieteellisen kasautuman, joka tunnetaan yleisemmin klusterina. (Porter 1991, 182-183, 198-199)

Tutkimusten mukaan (Porter 1991, 131) huippuluokkaiset alihankkijat ovat merkittävä kilpailuedun lähde maan yrityksille, jotka toimivat lähempänä loppuasiakasta. Ne mahdollistavat vaivattoman, nopean ja tehokkaan pääsyn yrityksen toiminnan edellytyksiin. Toisaalta ne kannustavat ja tukevat yritystä jatkuvassa innovaatio- ja parannusprosessissa. Alihankkijat ovat hyvässä asemassa näkemään uusien menetelmien ja edistyneempien tekniikoiden tarpeen

asiakasyrityksissään. Yritykset hyötyvät alihankkijoiden innovaatioista ja päinvastoin. Hankkijayritykset toimivat usein myös tiedon ja innovaatioiden välittäjinä toimialoillaan ja laajemmin edistäen kilpailuedun luontia. (Porter 1991, 132-133)

Yrityksen liiketoiminta-alueeseen liittyvistä lähialoista voi muodostua myös kilpailuedun lähde. Kilpailukykyisten lähialojen ympäristössä syntyy usein uusia kilpailukykyisiä aloja, johtuen ympäristön korkeasta vaatimustasosta. Lähialojen olemassaolo mahdollistaa arvoketjun eri osien jakamisen ja koordinoimisen lähialojen kesken luoden synergiaetuja. Kuten tukialat, lähialatkin tarjoavat mahdollisuuden yritysten väliseen tiedon ja tekniikan diffuusioon. (Porter 1991, 135-137)

3.4 Yrityksen strategia, rakenne ja kilpailutilanne

Yrityksen strategiaa ja rakennetta tarkasteltaessa kilpailuedun näkökulmasta tulee keskittyä yrityksen ja siinä toimivien yksilöiden tavoitteisiin, yhteiskunnan arvoihin, sitoutumisen merkitykseen sekä yrityksen johtotapaan. Yritysten tavoitteet muokkautuvat pitkälti sidosryhmien vaikutuksesta ja oleellista onkin tarkastella, miten eri sidosryhmien panokset vaikuttavat kilpailukykyyn kehitykseen. Yrityksessä toimivien yksilöiden tulee olla motivoituneita sekä valmiita jatkuvaan kehitykseen ja täten kilpailuedun luomiseen. Toisaalta yhteiskunnan arvomaailma ohjaa pitkälti, minkä koulutuksen ja uran lahjakkaimmat yksilöt valitsevat. Arvostetuimpiin ammatteihin hakeutuvat lahjakkaimmat yksilöt ja tämä johtaa yleensä alan menestymiseen, mikä puolestaan johtaa arvostuksen kasvamiseen. Myös sidosryhmien sitoutumisen aste vaikuttaa kilpailuedun muodostumiseen. Läheinen sitoutuminen ei automaattisesti merkitse menestystä, mutta sen puute tekee menestymisestä epätodennäköistä. (Porter 1991, 138-147)

"Kotimainen kilpailu luo paineita innovoida ja innovoida tavoilla, jotka parantavat maan yritysten kilpailuetua" (Porter 1991, 150). Argumentti tämän väittämän takana on se, että kotimaisten kilpailijoiden olemassaolo mitätöi edut, jotka saavutetaan

pelkällä läsnäololla maassa (L-edut). Tämä puolestaan aiheuttaa yrityksille parannus- ja innovointipaineita ja ajaa ne etsimään korkeamman tason kilpailuedun lähteitä, kuten kehittyneitä ja erikoistuneita tuotannontekijöitä. Oleellista kilpailun kannalta on uusien liiketoiminta-alueiden ja yritysten synty. Tärkeää on, että maalla on instituutioita, jotka synnyttävät joko suoraan tai välillisesti uutta liiketoimintaa. Maan kilpailutimantin muista osista riippuu se, mille aloille uutta liiketoimintaa syntyy. (Porter 1991, 148-155)

3.5 Valtiovalta ja sattuma

Valtiovallan vaikutusta on mielekästä tarkastella kansainväliseen kilpailukyvyyn näkökulmasta, sillä kansallisella tasolla kaikkien toimialojen yritykset joko hyötyvät tai kärsivät valtiovallan toimista. Valtiovalta vaikuttaa välillisesti kilpailuedun muodostumiseen vaikuttamalla kilpailutimantin osa-alueisiin, mutta toisaalta kilpailutimantin osat vaikuttavat valtiovallan toimiin. Valtiovallan toimet voivat häiritä kilpailuedun muodostumista ja toimet, joiden tarkoituksena on luoda kilpailuetua voivat sortua samaan. Näin voi käydä kun tukiohjelmat tai muut toimenpiteet ohjaavat yrityksiä staattiseen tehokkuuteen ja poistavat yrityksiltä parannus- ja innovointipaineet. (Porter 1991, 158-160)

Sattumalla tarkoitetaan tässä yhteydessä tapahtumia, jotka eivät liity maan vallitseviin oloihin ja ovat yritysten ja valtiovallan vaikutuspiirin ulkopuolella. Tällaisia ovat muun muassa keksinnöt, ulkomaisten hallitusten tekemät poliittiset päätökset ja sodat. Sattuma järjestyttää kilpailuetutimantin tasapainoa ja pakottaa sen mukautumaan uusiin olosuhteisiin. Maat, joilla kilpailuetutimantin eri osa-alueet ovat vahvat, pystyvät käyttämään usein sattuman tuomat muutokset hyödykseen. Tutkimukset (Porter 1991) kuitenkin osoittavat, että keksinnöt ja niistä seuraava yrittäjyys ovat kaikkea muuta kuin sattumanvaraisia. Muut kilpailuetutimantin osa-alueet määräävät pitkälti millä aloilla syntyy merkittävää uutta kehitystä. Oleellista ei ole niinkään itse keksintö vaan pystytäänkö sitä hyödyntämään kilpailuedun lähteenä. (Porter 1991, 156-158)

4 PORTERIN ARVOKETJU

Arvoketju on työkalu, jota voidaan käyttää selittämään kilpailuedun muodostumista yritystasolla. Se kuvastaa yrityksen arvonluontiprosessin eri osa-alueiden välisiä suhteita ja vuorovaikutusta. Kuvassa 2 arvoketjun ylävirran osat ovat vasemmalla ja alavirran osa oikealla.



Kuva 2. Yrityksen arvoketju (mukaillen Porter 1991, 66)

Kansainvälisellä tasolla yritys voi sijoittaa eri arvoketjun osia hajautetusti eri puolille maailmaa saavuttaen näin L-etuja. Nämä edut eivät kuitenkaan ole korkea-asteisia ja kilpailijoiden on helppo mitätöidä ne siirtämällä toimintonsa samankaltaiseen sijaintiin. Yritykset tekevät päätökset toimintojensa hajauttamisesta, keskittämisestä ja sijoittamisesta yrityskohtaisten kriteerien mukaan. Yleisesti voidaan kuitenkin todeta, että arvoketjun alavirran osat sijaitsevat usein lähellä asiakasta, kun taas arvoketjun ylävirran osat voivat sijaita erillään loppuasiakkaasta. (Porter 1991, 65-67, 80-83; Hollensen 2011, 28-31)

5 GLOBAALI KILPAILU SUORISTA ULKOMAAN INVESTOINNEISTA

1800-luvun lopulla kuljetuskustannukset alkoivat laskea jyrkästi tullien ja tariffien rationalisoinnin sekä rautateiden laajamittaisen käyttöönoton vuoksi (Thomson 1990, 376-383). Tämä trendi on jatkunut siitä lähtien, ja se on mahdollistanut tuotannon ja kuluttajan maantieteellisen erottamisen. Toinen kilpailun luonnetta muuttanut käänne on seurausta nopeasti putoavista kommunikaatio- ja koordinaatiokustannuksista. (Baldwin 2006, 7-10) Sen vaikutuksesta tuotannon ja laajemmin arvoketjun eri osien ei tarvitse sijaita spatiaalisesti lähekkäin vaan yritykset voivat sijoittaa ne maihin, joissa niillä on eniten L-etuja kyseistä toimintoa varten. (Eloranta 2012, 37)

Monikansallisten yritysten taloudellinen merkitys on nykyisin todella vahva valtioiden kansantaloudessa. Monikansallisten yritysten tuotannollinen toiminta sekä enenevässä määrin myös tutkimus- ja innovaatiotoiminta sijoittuvat eri maihin ja maanosiin. Nämä yritykset myyvät ja markkinoivat tuotteitaan ympäri maapallon. Keskeisenä tavoitteena on optimoida toimintaedellytykset sekä sijoittaa yrityksen toimintoja niihin maihin, jotka parhaiten palvelevat yrityksen maailmanlaajuisia strategioita. (Tilastokeskus 2012b) Kansainvälisesti asiaa tarkastellen, yritysten sisällä liikkuvien tuotannontekijöiden – kuten teknologian ja osaamisen – merkitys on kasvanut. Toisaalta maakohtaisten, liikkumattomien tuotannontekijöiden – kuten raaka-aineiden ja osin työvoiman – merkitys on pienentynyt. Kansainväliset yritykset sijoittavat toimintonsa alueille, jotka kokonaisuutena tarjoavat hyvät puitteet yritystoiminnalle. Toisaalta yritykset päättävät investoinneistaan omien yritys-kohtaisten kilpailuetujen perusteella. (Ali-Yrkkö, Lindström, Pajarinen & Ylä-Anttila 2004, 9, 82)

Myös Eloranta (2012, 33) toteaa kaikkien maiden kilpailevan eri toimintojen sijoittumisesta. Monikansalliset yritykset sijoittavat eri arvoketjun toimintonsa yritys-kohtaisten kriteerien perusteella. Ali-Yrkkö et al. (2004, 30) ovat koonneet

muutaman yleisen valintaperusteen arvoketjun eri osien sijaintipaikaksi. Valintaperusteet on esitetty taulukossa 1.

Taulukko 1. Sijaintipaikkaan vaikuttavat keskeiset tekijät arvoketjun eri osissa (mukaillen Ali-Yrkkö et al. 2004, 30)

TUOTANTO JA VALMISTUS	T&K-TOIMINTA
<ul style="list-style-type: none"> - Markkinoiden läheisyys - Markkinointi- ja jakelukanavien hankinta - Maan kehitystaso - Työvoimakustannukset - Henkilöstön tuottavuus 	<ul style="list-style-type: none"> - Markkinoiden koko - Tieteen ja teknologisen osaamisen taso kotimaassa ja kohdemaassa - Korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten läheisyys - T&K:n kustannukset - Julkisen sektorin tuet

Taulukosta 1 havaitaan se, että markkinatekijät vaikuttavat sekä tuotannon että T&K-toiminnan sijaintiin. Myös kustannustekijöillä on merkitystä kummassakin kategoriassa. T&K-toiminnan sijaintiin vaikuttaa vahvasti osaamiskeskeiset kriteerit.

Tuotanto ja T&K-toiminta liittyvät ainakin osittain toisiinsa, minkä vuoksi niiden sijaintipaikat ovat osittain toisistaan riippuvia. Tuotannon ja T&K-toiminnan välisen etäisyyden riippuvuus vaihtelee toimialoittain. Tiedevetoisella toimialalla tuotanto ja T&K-toiminta voivat sijaita hyvinkin eri paikoissa, mutta muilla aloilla yhteys on todennäköisesti läheisempi. (Ali-Yrkkö et al. 2004, 30)

Ali-Yrkkö et al. (2004, 82) viittaavat Suomessa ja muualla tehtyihin tutkimuksiin, jotka osoittavat sen, että markkinatekijät ovat olleet tärkein yksittäinen ulkomaisten investointien syy tuotantotoiminnassa. Kuitenkin viime vuosina on ilmennyt merkkejä kustannustekijöiden merkityksen kasvamisesta yritysten investointien motiivina (Ali-Yrkkö et al., 2004, 82). Tämä tarkoittaa sitä, että vaikka markkinoiden tyydyttämisen kannalta asiakkaat ja tuotanto olisi syytä pitää samassa maassa,

yrietykset ulkoistavat tuotantotoimintojaan niihin maihin, joissa tuotanto- ja työvoimakustannukset ovat alhaisia.

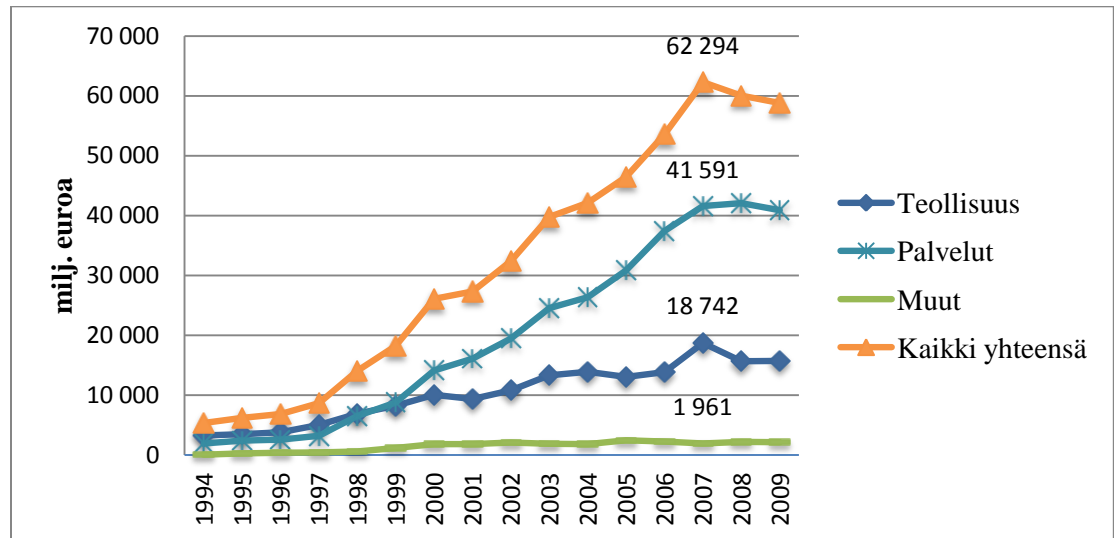
Menestymistä kansainvälisessä kilpailussa maitten välillä mitataan maahan suuntautuvien suorien ulkomaaninvestointien määrällä ja arvolla. Suora ulkomaaninvestointi tai sijoitus eroaa portfolioinvestoinnista, jonka pääasiallinen tehtävä on luoda voittoa sijoittajalle lyhyellä aikavälillä. Suorassa ulkomaaninvestoinnissa yritys investoi ulkomaiseen yritykseen luoden pysyvän taloudellisen suhteen ja hankkii itselleen määräysvaltaa kohdeyrityksessä. Suoran ulkomaisen sijoituksen yleisimmät muodot ovat ulkomainen yrityskauppa tai fuusio, uuden ulkomaisen yksikön perustaminen (greenfield) tai olemassa olevan laajentaminen. (Brunila 2004, 31)

Suomen asema globaalissa taloudessa on muuttunut merkittävästi viimeisimpien vuosikymmenien aikana. 1960–70-luvuilla ulkomaisia yrityksiä houkuttivat Suomen alhaiset työvoimakustannukset tuotannossa ja valmistuksessa muihin länsimaisiin kilpailijoihin verrattuna. Ulkomaiset yritykset tulivat Suomeen alhaisten työvoimakustannusten takia, mutta lähtivät Suomesta verrattain nopeasti 70- ja 80-luvuilla työvoimakustannusten lähtiessä nousuun. (Ylä-Anttila, Ali-Yrkkö, Nyberg 2004, 10)

Menneinä vuosikymmeninä yritykset ovat investoineet erittäin vähän Suomeen suorien sijoitusten muodossa. Syitä tähän ovat muun muassa Suomen pienet kotimarkkinat, omaperäinen kieli, ja suomalaisten varauksellinen asenne yritystoiminnan ulkomaalaisomistusta kohtaan. (Pajarinen & Ylä-Anttila 1998, 99)

1990-luvun laman ansiosta Suomi kunnostautui ulkomaisten suorien sijoitusten alalla. Lainsäädäntöä muutettiin suotuisammaksi ulkomaisia yrityksiä kohtaan. Vuonna 1992 perustettiin järjestö nimeltään Invest in Finland, jotta saataisiin houkuteltua ulkomaisia yrityksiä Suomeen. Vuonna 1993 ulkomaalaisomistusta rajoittanut laki poistettiin. (Ylä-Anttila et al. 2004, 11; Pajarinen & Ylä-Anttila 1998, 100)

Kuvasta 3 nähdään selkeästi toimenpiteiden vaikutus Suomen saamien suorien ulkomaan investointien kehitykseen. Tuotannon rakenne muuttui radikaalisti Suomessa 1990-luvun aikana. Huomionarvoista on se, että palvelujen osuus ohitti teollisuuden vuonna 1999. Tuolloin Suomi alkoi nopeasti erikoistua tieto- ja osaamisintensiivisille aloille.

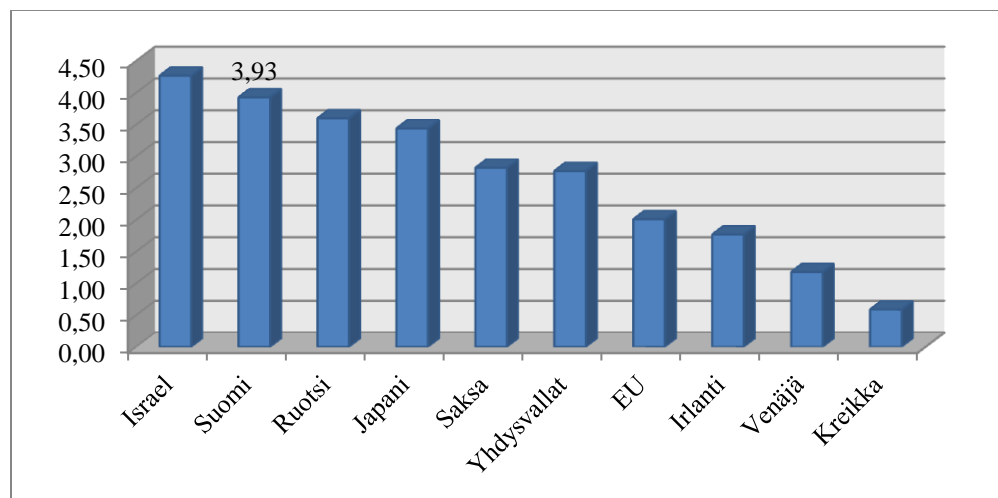


Kuva 3. Suorien sijoitusten kehitys ulkomailta Suomeen (mukailien Suomen Pankki 2012)

Muutos oli hyvin nopeaa erityisesti 1990-luvun alun lamavuosien jälkeen. Tärkeä tekijä ulkomaisten sijoitusten houkuttelemisessa oli se, että teknologiaintensiivisiä yrityksiä nousi Suomesta. (Pajarinen & Ylä-Anttila 2001, 2; Ylä-Anttila et al. 2004, 13-14) Etenkin Nokian vetämän ICT-klusterin ainutlaatuinen suomalainen tietotaito houkutti ulkomaisia yrityksiä. Suurin syy ulkomaiselle yritykselle tulla Suomeen on se, että hyödyttäisiin suomalaisesta tietotaidosta integroimalla yrityksen Suomen toiminnot osaksi yrityksen kokonaisvaltaista toimintaa. Elektroniikkateollisuuden kasvaessa voimakkaasti, myös Suomen perinteiset ja vahvat teolliset klusterit – metsä-, perusmetalli-, ja energiateknologian klusterit – ovat muuttuneet entistä enemmän teknologia- ja osaamisintensiivisiksi (Pajarinen & Ylä-Anttila 2001, 2).

Pajarinen, Rouvinen ja Ylä-Anttila (2010, 114) toteavat, että ICT-sektorin sisällä on meneillään voimakas rakennemuutos: osa valmistuksesta siirtyy elinkaarimallin mukaisesti muualle, osaamista vaativa toiminta tulee kuitenkin vielä kasvamaan.

Kuva 4 havainnollistaa selkeästi Suomen T&K-intensiivisyyden. Suomi on muun muassa Japania ja Saksaa edellä T&K-panosta mitattaessa prosenttiosuutena bruttokansantuotteesta. Erityisesti ICT-alan tutkimus- ja kehitystoiminta nostaa Suomen prosenttiosuutta. Suomessa T&K-panos suhteessa bruttokansantuotteeseen kasvoi koko 1990-luvun ajan, vaikka useimmissa muissa teollisuusmaissa se laski. Muutamassa vuosikymmenessä Suomi ohitti teknologisessa kehityksessä Saksan, Japanin ja Yhdysvallat.



Kuva 4. Eräiden maiden T&K-panos prosenttiosuutena bruttokansantuotteesta (mukailien Innovation Union Competitiveness 2011)

Suomen erityiseksi vahvuusalaksi on noussut informaatio- ja viestintäteknologia. Lisäksi Suomen nuorten ikäluokkien koulutustaso on OECD-maiden huippuluokkaa; tekniikan ja luonnontieteiden korkeakoulututkintojen määrä suhteessa työikäiseen väestöön on myös maailman terävintä kärkeä. (Pajarinen & Ylä-Anttila 2001, 2) Pajarinen ja Ylä-Anttila (2001, 42) toteavat lisäksi sen, että yritysten mielestä suomalaisen korkeasti koulutetun työvoiman hinta-laatu suhdetta pidettiin kansainvälisesti vertaillen hyvänä.

6 SUOMI GLOBAALISSA KILPAILUSSA

Suomi kilpailee monikansallisten yritysten toiminnoista ja sitä kautta ulkomaisista investoinneista. Suorat ulkomaiset investoinnit ja yritysten toiminnot eivät ole sama asia. Suorien sijoitusten sijoitusvirta ulkomailta Suomeen kuvaa kuitenkin hyvin pitkälti yritysten siirtymistä Suomeen. Se millaisia sijoituksia Suomi saa, riippuu oleellisesti Suomen ominaispiirteistä maana. Suomen vahvuudet ja toisaalta heikkoudet määrittävät sen, minkälaiset yritykset ja yritysten toiminnot pystyvät toimimaan Suomessa menestyksekkäästi. Toisin sanoen ne määrittävät osaltaan sen, miksi ulkomaiset yritykset tulevat Suomeen. Näitä ominaispiirteitä kuvaamaan voidaan käyttää Porterin kilpailuetutimanttia ja peilata tutkimustuloksia sen valossa.

6.1 Tuotannontekijäolot

Koulutus luo kehittynyttä ja erikoistunutta osaamista. Suomi on valinnut osaamiskeskeisen strategian menestyäkseen globaalissa kilpailussa ulkomaisista suorista sijoituksista (Pajarinen & Ylä-Anttila 2001, 4). Tutkimusten (Eloranta 2012, 66) mukaan perusasiat eli yleiset- ja perustuotannontekijät ovat Suomessa hyvällä mallilla. Infrastruktuuri on innovaation ajamien talouksien keskitasoa parempaa ja Suomella on maailman paras peruskoulutusjärjestelmä. Tämän pohjana on yliopistokoulutuksen vaatiminen opettajilta ja se on luonut Suomeen myös korkeatasoisen korkeakoulujärjestelmän.

Vuonna 2011 World Economic Forum (WEF) tekemän Global Competitiveness Reportin mukaan Suomella on maailman kuudenneksi paras korkeakoulujärjestelmä, joka loistaa tieteiden ja matematiikan alalla kolmannella sijallaan. Saman raportin mukaan Suomessa on myös paras tiedemiesten ja insinöörien saatavuus koko maailmassa. Tätä väittämää tukee myös Euroopan Komission laatima Innovation Union Competitiveness -raportti (European Commission 2011a, 69), jonka mukaan Euroopan maista Suomessa valmistuu eniten tohtoreita suhteessa väkilukuun.

Suomen merkittävimmät perustuotannontekijät (Central Intelligence Agency 2012) ovat puu, erilaiset metallit ja malmit, verrattain pitkä rantaviiva, kylmä ilmasto sekä sijainti idän ja lännen rajalla. Näiden perustekijöiden varaan ovat kehittyneet investointeja houkuttelevat osaamisintensiiviset ja kilpailukykyiset toimialat, kuten metsä-, sellu- ja paperiteollisuus, metallit ja metallituotteet, ICT, laivanrakennus ja osaamisintensiiviset liike-elämän palvelut liittyen kyseisiin toimialoihin. Rajalliset tuotannontekijähaitat, kuten riippuvuus tuoduista polttoaineista ovat pakottaneet energiantuotannon panostamaan hyötysuhteen nostamiseen ja toimialat energiatehokkaiden prosessien luomiseen. Nämä molemmat luovat kilpailuetua ja houkuttelevat investointeja, varsinkin, kun ne ennakoivat ympäristöystävällisyyden ja kestävän kehityksen megatrendeistä johtuvaa kysyntää globaalilla tasolla.

6.2 Kysyntäolot

Ulkomaisten yritysten läsnäoloa Suomessa on vaikea selittää suurilla kotimarkkinoilla. Kuitenkin tutkimukset (Ali-Yrkkö et al. 2004, 77) ovat osoittaneet, että lukuun ottamatta ulkomaisia teollisuusyrityksiä, kaikilla tukku- ja vähittäiskaupan sekä palveluiden, energian ja rakentamisen aloilla tärkein kriteeri ulkomaisille yrityksille on kysyntä ja sen kehitys Suomessa. Ulkomaalaisomisteisille teollisuusyrityksille kysyntä Suomessa sijoittui tärkeäksi sijoittumiskriteeriksi hyvän suomalaisen osaamisen ja teknologian lisäksi. Koko Suomen absoluuttiset markkinat ovat keskivertoa pienemmät, mutta joidenkin toimialasegmenttien kysyntä on globaalilla tasolla houkuttelevaa. Näitä toimialoja käsitellään luvussa 7. (Ali-Yrkkö et al. 2004, 65-67)

Suomessa on maailman yhdeksänneksi valistuneimmat ostajat (WEF 2011, 177), jotka tekevät ostopäätöksensä perustuen tarjooman kaikkien ominaisuuksien luomaan kokonaisuuteen. Ennakoiva kysyntä ja valistuneet asiakkaat kulkevat myös usein käsi kädessä. Näin on käynyt Suomessa esimerkiksi Cleantech-alalla, jossa Suomi on lähtenyt vahvasti mukaan globaaliin kilpailuun. Ympäristövalveutuneet, puhdasta luontoa arvostavat asiakkaat ovat vaatineet ympäristöystävällisiä tuotteita, palveluja

ja prosesseja yrityksiltä ja yritykset ovat ottaneet haasteen vastaan. Tämä heijastuu tulevaisuudessa kiinnostavina sijoituskohteina ulkomaisille yrityksille. Kilpailuetutimantin osia ei tule kuitenkaan tarkastella yksinään ja menestykseen cleantechin alalla vaikuttavat muun muassa valtiovallan sitoutuminen vaadittua korkeampiin ympäristötavoitteisiin, suotuisat tuotannontekijäolot sekä tuki- ja lähialat.

6.3 Lähi- ja tukialat

Suomessa kilpailukykyiset lähi- ja tukialat ovat osa yhdeksää avainklusteria, jotka muodostavat pohjan koko maan kilpailuedulle. Nämä klusterit ovat informaatio- ja kommunikaatio-, metsä-, metallinjalostus-, koneenrakennus-, elintarvike-, rakennus-, energia-, hyvinvointi- ja liike-elämän palvelujen klusteri. Ulkomaisia yrityksiä ja investointeja ajatellen kilpailukykyiset lähi- ja tukialat ovat keskeisessä roolissa.

Suomessa huippuluokan tukialat kuten teknologiaan liittyvät osaamisintensiiviset liike-elämän palvelut tai korkeatasoiset logistiikkapalvelut ovat jo itsessään houkuttelevia sijoituskohteita ulkomaisille yrityksille, jotka haluavat ostaa esimerkiksi tarvitsemansa jakelukanavat Venäjän markkinoille pääsemiseksi. Toisaalta ne luovat myös greenfield-yrityksille houkuttelevan toimintaympäristön, jossa niillä on globaalilla tasolla kilpailukykyinen reitti tai pääsy yrityksen tarvitsemiin toiminnan edellytyksiin. (European Commission 2011b, 66-67)

Suomi sijoittuu vertailussa (WEF 2011, 504) koko maailman keskitason alapuolelle paikallisten hankkijayritysten määrässä ja painii samassa luokassa Tšadin ja Kyproksen kanssa. Suomen 88. sijaa 142 maan joukosta on vaikea puolustella pienellä koolla vertailukohteiden valossa. Paikallisten hankkijayritysten laatu on kuitenkin keskitasoa parempi ja Suomi on sijalla 14. Tämä kertoo vähäisten toimijoiden kovasta kilpailusta. Tärkeää ei siis ole pelkästään kilpailijoiden määrä, vaan kilpailun laatu.

Maailmanluokan toimialoilla syntyneet kilpailukykyiset lähialat ovat uusia houkuttelevia investointikohteita ulkomaisille yrityksille. Suomessa esimerkkinä voidaan käyttää Rovio Entertainment Oy:tä, joka toimii Nokian vetämän informaatio- ja kommunikaatioklusterin synnyttämällä lähialalla - mobiilipelialalla. Yrityksestä tarjottiin 2,3 miljardia dollaria vuonna 2011, mutta omistajat hylkäsivät tarjouksen. Tämä kertoo tiettyjen klusterien, etenkin ICT-klusterin, yritysten houkuttelevuudesta Suomessa.

6.4 Yrityksen strategia, rakenne ja kilpailutilanne

Tutkimustulokset (WEF 2011, 177) osoittavat, että Suomessa osakkeenomistajat ja yritysten hallitukset pystyvät vaikuttamaan ja vaikuttavat yrityksen johdon päätöksiin. Tämä ei ole kaikissa maissa itsestään selvää. Suomalaisten yritysten osakkeenomistajien sekä hallitusten vaikutusvalta onkin yksi perusedellytyksistä yrityskauppojen tekemiselle. Kilpailu Suomen markkinoilla on maailman keskitasoa. Tämä viittaa siihen, että kova kilpailu ei ylety kaikkiin toimialoihin. Esimerkiksi valtio suojelee tiettyjä toimialoja monopoleilla, joten kilpailua ei synny. Verrattain pehmeä kilpailu toimialoilla voi johtaa yritysten kilpailukyvyyn heikkenemiseen, mikä ei ole toivottavaa, mutta saattaa houkuttaa ulkomaisia yrityksiä.

Suurimmat osakkeenomistajat Suomessa ovat instituutiota. Nämä pankit, eläke- ja vakuutusyhtiöt, sijoitusrahastot sekä valtio omistavat usein samat osakkeet vuodesta toiseen ja tuotto-odotukset ovat vaatimattomia. (Pääomasijoittaminen Suomessa 2011, 9) Porterin (1991, 139-141) mukaan tämänlainen omistusrakenne on edullinen kypsillä aloilla, joissa tarvitaan pitkäaikaista sitoutumista tutkimukseen ja investointeja uusiin tuotantolaitoksiin.

Yrityksiä johdetaan Suomessa ammattitaidolla ja ylennykset perustuvat meriitteihin. Nepotismi, muunlainen suosiminen ja toisaalta korruptio ovat verrattain harvinaisia ilmiöitä Suomessa. (WEF 2011, 117) Johtuen Suomen progressiivisesta ja korkeasta verotuksesta voidaan pitää todennäköisenä, että työntekijät eivät tee työtä pelkän palkan eteen. On esitetty (Porter 1991, 143-144), että tällöin työntekijät kokevat

tekevänsä yritykselle palveluksen ja kohentavat samalla omaa asemaansa. Tästä on helppo olla eri mieltä, mutta ainakin Työpoliittinen Tutkimus (Antila 2006, 5) toteaa, että suomalaisten mielestä työ saa olla kovaa, kunhan työskentelyolot ovat kunnossa ja työ on mielekästä. Saman tutkimuksen mukaan vain joka kuudes työntekijä pitää palkkaa ehdottomasti tärkeimpänä kriteerinä työssä. Tämänlainen arvomaailma helpottaa koordinoitua, mutta ei kannusta riskinottoon eli suosii kypsä aloja. (Antila 2006, 13)

Tutkimusten mukaan (Antila 2006, 27-29) työnteon mielekkyyden, motivaation ja sitoutumisen välillä on vahva korrelaatio. Tilastojen mukaan 63 % suomalaisista katsoo motivaationsa olevan hyvä, kiitettävä tai erinomainen. Loput 37 % kokevat motivaationsa tyydyttäväksi tai huonommaksi. Suomalaiset ovat siis valmiita sitoutumaan, tekemään kovasti töitä kohtuullisella palkalla kunhan olosuhteet ja työ ovat mielekkäitä. Työn tuottavuus on Suomessa huippuluokkaa erityisesti avainklusterien aloilla, mikä luo osaltaan houkuttelevan ympäristön ulkomaisille suorille sijoituksille Suomeen. (Antila 2006 28, 69-70; Kaitila, Nevalainen, Maliranta, Mankinen 2008, 17-38)

6.5 Valtiovalta

Suomen valtio on onnistunut luomaan, korkeasta verotuksesta huolimatta, toimivan kilpailuympäristön, jossa yritykset voivat menestyä toimialaan katsomatta. Yritysten ja yhteiskunnan toiminnan kannalta oleelliset lait, säädökset ja instituutiot ovat pääsääntöisesti maailman kymmenen parhaan joukossa. Yritysten perustaminen on tehty helpoksi ja kiistojen ratkaisu tehokkaaksi. Tullit ja tariffit rasittavat liiketoimintaa hyvin vähän kuten myös muut kansainvälisen kaupan esteet. Valtiovalta on myös sitoutunut luomaan alueellisia osaamiskeskustoja yliopistojen ja yritysten kohtaamispaikkoihin. (WEF 2011, 177; OECD 2007, 170-171)

Nämä yllämainitut kilpailuedun lähteet tekevät ainakin teoriassa Suomesta ja monista sen toimialoista houkuttelevia kohteita ulkomaisille yrityksille. Kilpailukykyiset toimialat eivät ole ainoa keino houkuttaa ulkomaisia yrityksiä. Suotuisa verotus,

maabrändi, tuet, aktiivinen myyntityö, halvat raaka-aineet ja työvoima ovat esimerkkejä keinoista, joita Suomi ei pysty nykyisellään hyödyntämään tai joita se hyödyntää vajavaisesti. Tutkimusten mukaan (Eloranta 2012, 47-63) investointien saaminen on tahdon asia. Tahtotila investointien saamiseksi on luotava ja perustekijöiden tulee olla linjassa tahtotilan kanssa. Tavoitteena olisi Suomen nostaminen samalle tasolla samankaltaisten investointikohteiden kanssa. Tällä hetkellä työperäinen maahanmuutto on vaikeaa, yritys- ja energiaverotus vertaiskohteita korkeampaa, maabrändi on olematon ja aktiivisen myyntityön resurssit riittämättömät. Näihin tekijöihin puuttumalla Suomi voitaisiin nostaa samalle tasolle muiden innovaatiovetoisten EU-maiden kanssa. Seuraavissa luvuissa tarkastellaan tutkimustulosten valossa ulkomaisten yritysten sijoittumista, alkuperää ja arvostuksien kohteita Suomessa.

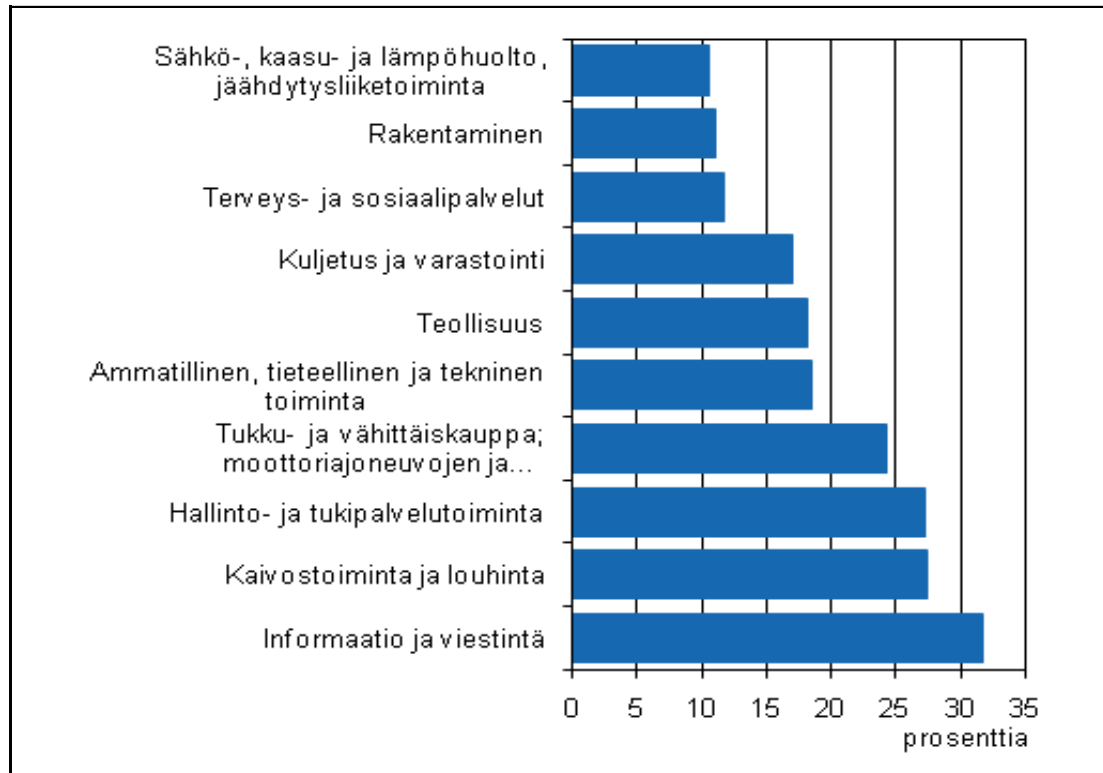
7 ULKOMAISTEN YRITYSTEN TOIMINTA SUOMESSA

Ulkomaisten yritysten toimintaa Suomessa tarkastellaan toimialoittain, maittain sekä analysoidaan tekijöitä, jotka houkuttavat ulkomaisia yrityksiä Suomeen. Yritysten toiminnan luonne määrittää, mitkä arvoketjun osat se tuo Suomeen. Nämä toiminnot vaihtelevat toimialakohtaisesti ja siten vaikuttavat myös yrityksen Suomessa toimimisen motiiveihin.

7.1 Ulkomaisten yritysten toimialat Suomessa

Suomi on valinnut osaamiseen perustuvan strategian menestyäkseen globaalissa taloudessa. Elinkeinopolitiikka pyrkii tekemään Suomesta houkuttelevan sijaintipaikan suomalaisille ja ulkomaisille, erityisesti korkean teknologian, yrityksille. (Pajarinen & Ylä-Anttila 2001, 4) Myös Ali-Yrkön et al. (2004, 84) mukaan teknologia ja siihen liittyvä osaaminen on ollut merkittävä investointeja Suomeen houkutteleva tekijä, markkinatekijöitä poislukematta.

Tilastokeskuksen (2011a, 4) raportti Suomessa toimivista ulkomaisista tytäryhtiöistä, kertoo, että ulkomaisten yritysten toiminta Suomessa on suurinta informaatio ja viestintä –toimialalla, jossa ulkomaiset yritykset vastaavat noin 30 % toimialan koko liikevaihdosta. Vuonna 2010 informaation ja viestinnän alalla toimi 228 ulkomaista tytäryhtiötä. Kuvassa 5 on listattu kymmenen toimialaa, joilla ulkomaisten yritysten liikevaihdon osuus toimialan kokonaisliikevaihdosta on suurin. Kuvasta 5 nähdään selkeästi se, että ulkomaiset yritykset toimivat Suomessa korkean teknologian aloilla.



Kuva 5. Suurimmat ulkomaisten yritysten liikevaihdon osuudet yritystoiminnasta vuonna 2010 (10 suurinta toimialaa) (Tilastokeskus 2011a, 4)

Liikevaihdolla mitattuna neljä suurinta toimialasegmenttiä ovat informaatio ja viestintä, kaivostoiminta ja louhinta, hallinto- ja tukipalvelut ja tukku- ja vähittäiskauppa. Näillä toimialoilla ulkomaisten yritysten liikevaihto edustaa 24-32 % koko toimialan liikevaihdosta. Ulkomaisten yritysten liikevaihdon osuus koko toimialan liikevaihdosta ei sinällään ole paras mittari kuvaamaan sitä, mitkä markkinasegmentit koetaan houkuttelevina, sillä muutama globaali jättiläinen tietyllä toimialalla voi vääristää tuloksia. Tämänkaltaisia toimialoja ovat esimerkiksi kaivostoiminta ja louhinta- sekä hallinnon ja tukipalveluiden alat. Toisaalta liikevaihdon osuus kuvastaa hyvin, millä toimialoilla kotimaisten yritysten O-edut ja kilpailu ovat olleet kansainvälistä kilpailua heikompia, ja tilaa on jäänyt ulkomaisille toimijoille. Näin on käynyt esimerkiksi kaivostoiminta ja louhintatoimialalla.

Myös Ylä-Anttila et al. (2004, 33) ja Lindström (2004, 19) viittaavat siihen, että viimeisimmät tutkimukset osoittavat sen, että korkea teknologia ja osaaminen tietyillä sektoreilla, kuten ICT- ja paperialalla, houkuttaa ulkomaisia investointeja. Lisäksi Pajarinen ja Ylä-Anttila (2001, 40) toteavat yrityskyselynsä yhdeksi keskeisimmistä löydöksistä sen, että suomalaisella teknologialla ja osaamisella on tärkeä merkitys ulkomaisten yritysten Suomeen sijoittumisen ja laajentumisen kannalta. Ali-Yrkkö et al. (2004, 84) puolestaan toteavat, että verrattuna 1990-luvun lopun tilanteeseen teknologisen osaamisen vetovoima näyttää hiipuneen, mikä johtunee osaksi ICT-alan voimakkaan kasvun hidastumisesta Suomessa ja ulkomailla.

Taulukossa 2 on kuvattu ulkomaisten yritysten osuus tietyillä toimialoilla. Merkittävää on se, että informaation ja viestinnän alalla ulkomaisten yritysten osuus on lähes kolminkertainen ulkomaisten yritysten keskiarvo-osuuteen verrattuna. Myös liikevaihdon osuus ICT-alalla on suuri. Tukku- ja vähittäiskaupassa sekä teollisuudessa ulkomaisten yritysten prosenttiosuus on myös suuri. Kiinteistöalan toiminnassa mielenkiintoista on, että liikevaihdon osuus on alhainen. Tämä viittaisi siihen, että Suomessa toimii useita verrattain pieniä ulkomaalaisomistuksessa olevia kiinteistöalan yrityksiä. Myös hallinto- ja tukipalvelutoiminnan alalla ulkomaalaisten toimijoiden osuus on sama kuin koko maan keskiarvo, mutta liikevaihdosta heillä on hallussaan noin 27 %, mikä kertoo ulkomaisten yritysten suuresta koosta.

Taulukko 2. Ulkomaisten yritysten osuus valituilta toimialoilta (mukailen Tilastokeskus 2011b, Tilastokeskus 2011c)

Toimiala (TOL 2008)	Yrityksiä	Ulkomaisia	Prosenttiosuus
Informaatio ja viestintä	8 546	230	2,69 %
Tukku- ja vähittäiskauppa, moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien korjaus	45 430	1 066	2,35 %
Kiinteistöalan toiminta	14 796	324	2,19 %
Teollisuus	21 776	442	2,03 %
Hallinto- ja tukipalvelutoiminta	12 967	119	0,92 %
Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta	32 347	274	0,85 %
Kuljetus ja varastointi	22 576	160	0,71 %
Rakentaminen	40 805	83	0,20 %
Terveys- ja sosiaalipalvelut	17790	31	0,17 %
Kaikki toimialat	318951	2939	0,92 %

Vielä laajemmin tarkasteltuna, liikevaihdon osuus ja ulkomaisten yritysten osuus kaikista Suomen yrityksistä kertoo niistä toimialoista, jotka Suomessa on koettu ja koetaan tällä hetkellä kaikkein houkuttelevimpina. Huomautuksena todettakoon, että taulukossa 2 ei ole tarkasteltu kaikkia toimialoja ja täten yritysten määrät viimeisellä rivillä eivät ole tarkasteluryhmien summia. Taulukosta nähdään, että keskimäärin 0,92 % kaikista Suomen yrityksistä on ulkomaisia.

7.2 Ulkomaisten yritysten kotimaat

Suomessa toimivien ulkomaisten tytäryhtiöiden perimmäinen määräysvalta jakautuu noin 50 eri valtioon. Taulukosta 3 nähdään, että suuri osa ulkomaalaisista yrityksistä Suomessa sekä yritysten lukumäärältä (37 %) että henkilöstöltään (41 %) tulevat Ruotsista, Tanskasta tai Norjasta.

Taulukko 3. Ulkomaiset tytäryhtiöt maittain 2010 (mukaillen Tilastokeskus 2011a, 6)

Maa	Yhtiöiden		Henkilöstö		Liikevaihto (milj. €)	
	lukumäärä	%		%		%
Ruotsi	792	27 %	73 633	34 %	16 007	21 %
Yhdysvallat	441	15 %	24 371	11 %	9 209	12 %
Saksa	294	10 %	15 174	7 %	7 520	10 %
Britannia	252	9 %	16 768	8 %	7 256	9 %
Sveitsi	94	3 %	11 746	5 %	4 185	5 %
Japani	79	3 %	6 719	3 %	4 121	5 %
Ranska	141	5 %	13 940	6 %	9 764	13 %
Venäjä	39	1 %	1 114	1 %	3 370	4 %
Alankomaat	112	4 %	8 228	4 %	2 913	4 %
Tanska	174	6 %	10 342	5 %	2 906	4 %
Norja	111	4 %	4 384	2 %	1 896	2 %
Italia	43	1 %	3 299	2 %	1 142	1 %
Luxemburg	81	3 %	4 137	2 %	855	1 %
Itävalta	19	1 %	1 639	1 %	591	1 %
Irlanti	20	1 %	1 228	1 %	522	1 %
Viro	42	1 %	1 976	1 %	497	1 %
Belgia	27	1 %	733	0 %	191	0 %
Muu	178	6 %	15 145	7 %	3 976	5 %
Yhteensä	2 939	100 %	214 576	100 %	76 921	100 %

Tätä suuntausta selittää muun muassa se, että yritykset kansainvälistyvät usein samantyyppisille markkinoille kuin kotimaan markkinat. Lisäksi Suomen samantyylliset psykografiset ja kulttuurilliset olot ovat tekijöitä tässä trendissä. Historiallisesti pitkät ja pääosin hyvät suhteet Saksan kanssa heijastuvat myös ulkomaisten yritysten määrään. Toisaalta taulukosta on nähtävissä vahvat perinteiset

investoijamaat: Yhdysvallat, Britannia ja Japani. Näiden maiden yritykset muodostavat yli neljäsosan ulkomaisten yhtiöiden lukumäärästä ja liikevaihdosta huolimatta maantieteellisestä etäisyydestä ja psykografisista sekä kulttuurillisista eroista.

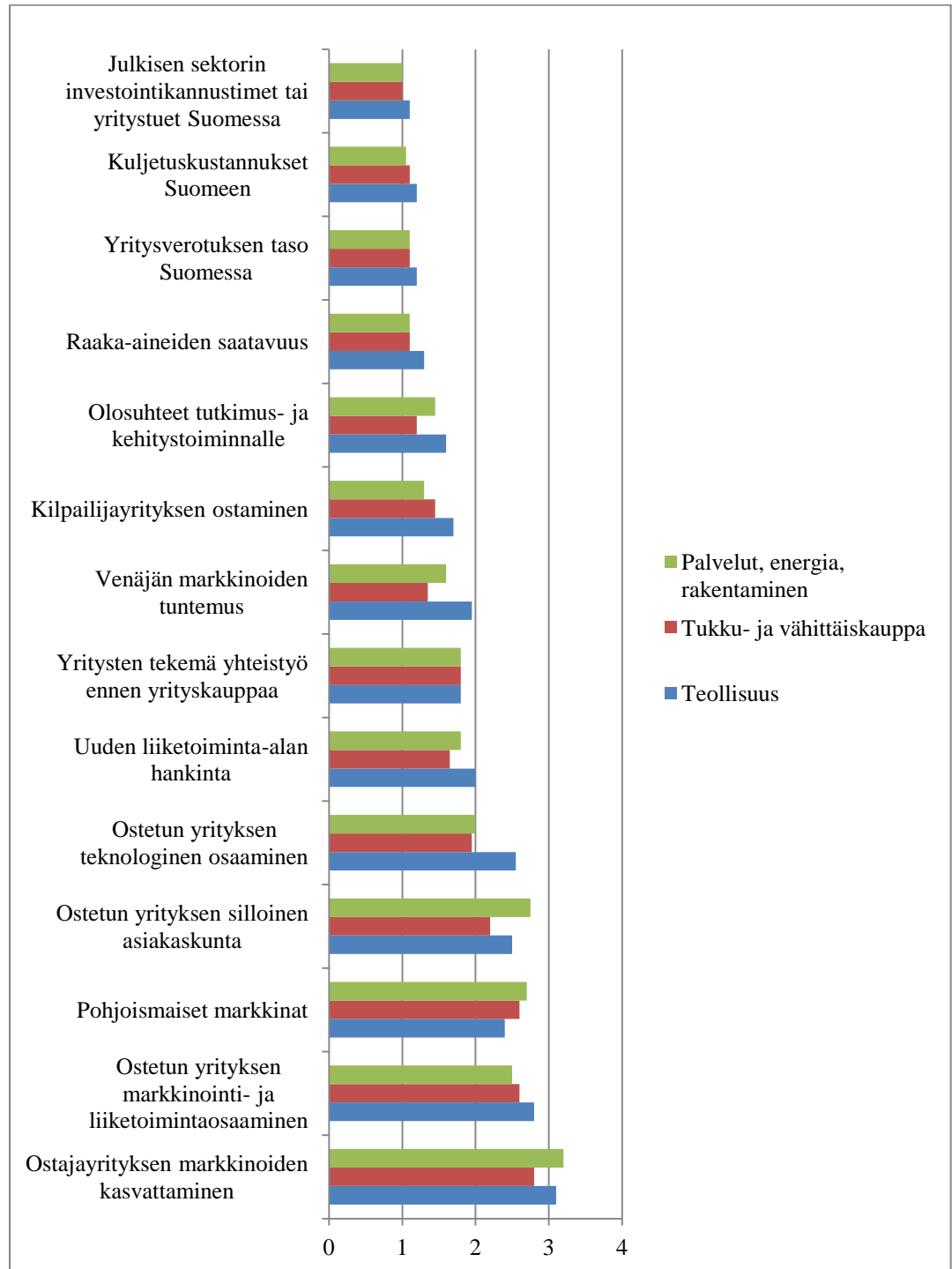
Tutkimukset (Heikkilä 2007) osoittavat, että kansainvälisten suorien sijoitusten tilastot kuvaavat nykyään yhä enemmissä määrin konsernien sisäisiä omistus- ja rahoitusjärjestelyjä, eivätkä ulkomaisia investointeja. Alankomaat ja Luxemburg ovat maita, joihin monikansalliset yritykset perustavat holding- ja rahoitusyhtiöitä johtuen suotuisista olosuhteista erityisesti verotuksen kannalta. Näistä seuraavilla pääomavirroilla on vääristävä vaikutus ulkomaisten suorien investointien tilasoihin. Lisäksi Pajarinen ja Ylä-Anttila (2001, 12-13) toteavat, että tarkkoja lukuja kansainvälisistä investointivirroista on vaikea saada, sillä osa investoinneista rahoitetaan tytäryritysten tulorahoituksella tai paikallisilta rahoitusmarkkinoilta. Tällöin pääomavirtaa maasta toiseen ei synny, eikä siten suoraa sijoitusta. Taulukossa 3 käsitellään yrityksiä ja liikevaihtoa, eikä ulkomaisia suoria sijoituksia tule sekoittaa niihin. Tulee kuitenkin muistaa, että ulkomaiset yritykset ovat seurausta ulkomaisista suorista sijoituksista.

7.3 Ulkomaisia yrityksiä houkuttavat tekijät

Ulkomaisten yritysten suorien sijoitusten motiivit voidaan jakaa kahteen kategoriaan. Yhtenä motiivina on se, että ulkomainen yritys sijoittuu Suomeen hyödyntääkseen omaa osaamistaan ja pyrkii tällä tavoin valtaamaan markkinaosuuksia Suomen markkinoilta. Kyseinen motiivi on havaittavissa erityisesti tukkukaupan ja palvelutoimialojen osalta. Toisena motiivina on kiinnostus Suomen osaamisintensiivisiä yrityksiä kohtaan. Kyseisessä kategoriassa ulkomaisten yritysten motiivina on ostaa suomalainen yritys ja hyödyntää sen osaamista. Edellä mainittu motiivi on vahvempi etenkin tietoteollisuusklusterin yrityksiin kohdistuneissa suorissa investoinneissa. (Pajarinen & Ylä-Anttila 1998, 101-102)

Kuvasta 6 havaitaan, että yritysoston kohteena olleiden yritysten motiivit liittyvät tavalla tai toisella joko markkinatekijöihin tai ostetun yrityksen osaamisen ja tietotaidon hankintaan. Etenkin Pohjoismaiden ja Venäjän markkinat, Suomen markkinoiden lisäksi, kiinnostavat Suomessa toimivia ulkomaisia yrityksiä. Huomataan, että teollisuuden alan yritykset pitävät tukku- ja vähittäiskaupan alan yrityksiin verrattuna tärkeämpiä motiiveina ostetun yrityksen teknologista osaamista ja olosuhteita tutkimus- ja kehitystoiminnalle. Kuva havainnollistaa myös sen, että Suomessa raaka-aineiden saatavuus, yritysverotus tai julkisen sektorin investointikannustimet eivät juuri houkuta ulkomaisia yrityksiä sijoittamaan Suomeen. Lisäksi kuljetuskustannukset Suomeen ovat korkeita. Tutkimus- ja kehitystoimintaa harjoittaville yrityksille ostetun yrityksen teknologinen osaaminen, olosuhteet tutkimus- ja kehitystoiminnalle, uuden liiketoiminta alan hankinta ja Venäjän markkinoiden tuntemus ovat merkityksellisempiä seikkoja kuin kehitystoimintaa harjoittamattomille yrityksille (Ali-Yrkkö et al. 2004, 56).

Suomessa toimivien ulkomaalaisomisteisten yritysten vienti suuntautuu pääosin Länsi-Eurooppaan, Baltiaan ja Itä-Eurooppaan. Etlatieto Oy:n kyselyyn ulkomaisten yritysten sijaintiin ja toimintaan liittyvistä tekijöistä vastasi 431 yritystä. Näistä yrityksistä 71 yrityksen koko vienti suuntautuu Itä-Eurooppaan. (Ali-Yrkkö et al. 2004, 57)



Kuva 6. Yritystoston kohteena olleiden yritysten motiivit sektoreittain (mukailten Lindström 2004, 9) 1=ei vaikutusta 4=erittäin suuri vaikutus (keskiarvot)

Ali-Yrkkö et al. (2004, 81-82) toteavat että, yritysten investointipäätökset koostuvat lähes aina useista tekijöistä. Yrityksien sijaintipäätöksiin vaikuttavat muun muassa markkinoiden läheisyys, osaavan työvoiman kustannus/tuottavuus-suhde sekä toimivat liikenne- ja tietoliikenneyhteydet.

Teknologinen osaaminen

Pajarisen ja Ylä-Anttilan (2001, 63-64) teettämän yrityskyselyn tulokset vahvistivat käsitystä siitä, että korkea osaaminen ja teknologia Suomessa houkuttelee ulkomaisia yrityksiä sijoittamaan Suomeen. Edellä mainittu pätee etenkin ICT-klusterissa. ”Näiden sijoitusten taustalla on nähtävissä monikansallisten yritysten ’asset-seeking’-motiivi. Asset seeking tarkoittaa sitä, että yritykset pyrkivät saamaan käyttöönsä alansa korkeaa teknologiaa ja muuta kilpailuetuja lisäävää, usein aineetonta, pääomaa. Etenkin korkean teknologian aloilla nopein tapa saavuttaa kehityksen huippu on ostaa alan parhaita teknologiayrityksiä” (Pajarinen & Ylä-Anttila 2001, 64).

Myös Lindström (2004, 19) toteaa, että ulkomaisille teollisuusyrityksille teknologia on ollut merkittävä Suomeen kohdistuneiden investointipäätösten taustatekijä. Lindström väittää lisäksi, että ulkomaiset yritykset ovat selvästi etsineet Suomesta sen vahvuusaloihin kuten metsäteollisuuteen ja ICT-teknologiaan liittyvää osaamista.

Kehitys- tai innovaatiotoimintaa Suomessa harjoittavat ulkomaiset tytäryhtiöt ovat sitä mieltä, että teknologinen osaaminen on heidän yrityksessään merkittävä kilpailuetu. (Ali-Yrkkö et al. 2004, 62)

Markkinat

Ulkomaisten yritysten läsnäoloa Suomessa on vaikea selittää suurilla kotimarkkinoilla. Kuitenkin tutkimukset (Ali-Yrkkö et al. 2004, 77) ovat osoittaneet, että niin teollisuuden, tukku- ja vähittäiskaupan kuin palveluiden, energian ja rakentamisen aloilla tärkein kriteeri ulkomaisille yrityksille on kysyntä Suomessa.

Myös Suomen markkinat – pienuudestaan huolimatta – ja Suomesta käsin hoidettavat markkina-alueet houkuttavat ulkomaisia yrityksiä sijoittumaan Suomeen. Markkinoiden houkuttelevuus karakterisoituu erityisesti kaupan ja palvelualojen yrityksissä. (Ali Yrkkö et al. 2004, 73-74; Lindström, 2004, 19)

Pajarinen ja Ylä-Anttila (2001, 40) viittaavat teoksessaan siihen, että ulkomaiset yritykset ovat ilmoittaneet yhdeksi Suomeen sijoittumisen motiiviksi sen, että Suomessa on Venäjän ja Baltian markkinoiden tuntemusta ja osaamista. Muita tutkimuksessa esille tulleita tekijöitä ulkomaisen suoran sijoituksen motiiveiksi olivat suomalaisten asiakasyritysten palvelemisen parantaminen sekä, osaamiseen liittyen, potentiaalisen kilpailijan eliminoiminen ja sen osaamispääoman hankkiminen. (Pajarinen & Ylä-Anttila, 2001, 42)

Infrastrukturi

Suomessa on hyvin toimivat liikenneyhteydet. Suomessa käytetään lisäksi samaa raidelevyettä kuin Venäjällä. Näiden tekijöiden vuoksi Suomi on hyvä läpikulkuterminaali Venäjän kaupan kannalta. (Executive Report on Strategies in Finland 2000, 24) Ali-Yrkkö et al. (2004, 59) toteavatkin, että tiettyjen yritysten kohdalla Suomi toimii ikään kuin alueellisena pääkonttorina, josta koordinoidaan Itä-Euroopan ja Venäjän toimintoja. Myös Pajarinen ja Ylä-Anttila (2001, 63) linjaavat, että korkeatasoinen infrastrukturi on tehnyt suomalaisista yrityksistä kiinnostavampia sijoituskohteita.

Suomessa on kehittynyt infrastrukturi. Suomen kuljetusyhteydet rakentuvat tehokkaiden juna- ja tieliikenneverkkojen varaan, joita tukevat monet rahti- ja kuljetusyritykset. Suomen sisäinen jakelujärjestelmä tavaroiden ja palveluiden osalta on tehokas. Suomessa on yli 50 lastausatamaa. 23 merisatamaa on auki ympäri vuoden. Satamat ovat turvattuja ja automatisoituja, minkä vuoksi lastaus ja purku tapahtuvat nopeasti ja vaivattomasti. (Executive Report on Strategies in Finland 2000, 24)

Muut vahvuudet

Ali Yrkön et al. (2004, 83) teettämän yritys­kyselyn johtopäätöksi­nä voidaan esittää, että Suomen selkeimmät vahvuudet koskevat yhteiskunnan yleistä toimivuutta sekä vakautta, ihmisten rehellisyyttä sekä luotettavuutta ja yritysten teknologista osaamista. Sama tutkimus osoittaa myös, että suomalainen koulutustaso, ihmisten oma-aloitteisuus, joustavat ja ei-hierarkkiset toimintatavat sekä markkinointi- ja liiketoimintaosaaminen koettiin positiivisina tekijöinä ulkomaalaisomisteisten yritysten keskuudessa. Lisäksi Ali-Yrkön et al. (2004, 57) yritys­kyselystä huomataan, että Suomen merkitys porttina Itä-Eurooppaan ja etenkin Venäjälle on suuri.

8 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Ulkomaisten yritysten merkitys Suomessa on suuri. Joka sadas Suomessa sijaitseva yritys on ulkomaisessa määräysvallassa. Ulkomaisten yritysten osuus Suomen kaikkien yritysten liikevaihdosta on 20 %. Globaalissa kilpailussa Suomi pyrkii houkuttamaan ulkomaisia yrityksiä sijoittamaan Suomeen. Ulkomaisen yrityksen investoidessa Suomeen se rekisteröityy tilastoihin ulkomaisena suorana sijoituksena. Maan ominaispiirteet, vahvuudet ja heikkoudet määrittävät sen, kuinka hyvin ulkomaisia investointeja saadaan houkuteltua. Suomen elinkeinorakenne on muuttunut palvelukeskeiseksi ja talous innovaatiolähtöiseksi. Suomi on siirtynyt osaamis- ja teknologiaintensiivisille aloille, joiden klusterit houkuttelevat ulkomaisia suoria sijoituksia.

Yrityksen kansainvälistymästä tarkastellaan OLI-paradigman sekä psyykkisen etäisyyden näkökulmasta. OLI-paradigman mukaan yrityksellä voi olla kolmenlaisia etuja, jotka määrittävät yrityksen käyttäytymistä ja sijoittumista globaaleilla markkinoilla. Jokaisella maalla on sijaintipohjaisia etuja, joista maassa toimivat yritykset hyötyvät. Yritykset sijoittavat toimintonsa maakohtaisesti optimoiden koko yritystoimintansa. Naapurimaat ovat usein luonnollinen ja helppo lähtökohta yrityksen kansainvälistymiselle johtuen samanlaisista kulttuurillisista ja psykografisista tekijöistä.

Porterin timanttimallia käytetään analysoimaan yritysten kilpailukykyä valtiotasolla. Timanttimallin osia tulee tarkastella kokonaisuutena, sillä ne kaikki vaikuttavat toisiinsa. Yrityksen kilpailuetua maassa määrittävät kysyntä- ja tuotannontekijäolot, yrityksen strategia, rakenne ja kilpailutilanne sekä lähi- ja tukialat. Kestävän kilpailuedun perustana on jatkuva dynaaminen kilpailu, jossa kaikki sidosryhmät ajavat yrityksiä innovoimaan ja uudistamaan toimintaansa jatkuvasti. Tuotannontekijäoloista kestävän kilpailuedun kannalta tärkeitä ovat kehittyneet ja erikoistuneet tuotannontekijät. Kysynnässä oleellista on koon lisäksi sen luonne. Vaativa ja edistynyt kysyntä luo yrityksille kehittymispaineita. Lähi- ja tukialat

mahdollistavat arvoketjun eri osien jakamisen luoden synergiaetuja sekä vaivattoman pääsyn yrityksen tarvitsemiin toiminnan edellytyksiin. Kilpailutilanne määrittää yrityksen kilpailukyvyn ja yrityksen strategia sekä rakenne määrittävät osaltaan menestyksen toimialalla. Suomen kilpailustrategia nojaa menestykseen osaamisintensiivisillä aloilla. Korkea verotus sekä investointikannustimien puute ei luo otollisia toimintaolosuhteita kaikille yrityksille.

Johtuen nopeasti kasvaneista koordinaatio- ja kommunikaatiomahdollisuuksista yrityksen arvoketjun eri osat voidaan sijoittaa siten, että ne palvelevat yrityksen maailmanlaajuisista kokonaisstrategiaa. Tutkimus ja kehitys pyritään sijoittamaan sinne, mistä löytyy osaamista ja teknologiaa. Valmistus puolestaan sijoitetaan lähelle markkinoita ja alhaisten tuotantokustannusten maihin. Myynti ja markkinointi sijoitetaan lähelle asiakasta.

Suomesta löytyy useita erikoistuneita tuotannontekijöitä erityisesti avainklusterien aloilta. Tietoliikenneinfrastruktuuri, korkeasti koulutettu infrastruktuuri ja suomalainen koulutusjärjestelmä ovat merkittäviä kehittyneitä tuotannontekijöitä. Suomen markkinat ovat absoluuttisesti pienet, mutta jotkin toimialasegmentit ovat tarpeeksi suuria houkutellakseen ulkomaisten yritysten toimintaa Suomeen. Tukialoilla toimivien yritysten määrä Suomessa on rajallinen, mutta alan toimijat ovat laadukkaita ja kilpailukykyisiä. Suomen klustereihin syntyy koko ajan uusia lähialoja, mikä luo uusia kiinnostavia investointikohteita ulkomaisille yrityksille. Johtuen yritysten johtotavasta ja omistusrakenteesta sekä sidosryhmien tavoitteista, suomalaiset yritykset menestyvät kypsillä aloilla, joissa tarvitaan pitkäaikaista sitoutumista tutkimukseen ja jatkuvia investointeja tuotannon parantamiseen. Suomen valtiovalta on onnistunut luomaan korkeasta verotuksesta huolimatta toimivan kilpailuympäristön, jossa yritykset voivat menestyä toimialaan katsomatta.

Taulukossa 4 kiteytetään tutkielman johtopäätökset.

Taulukko 4. Johtopäätökset

<p>Miksi ulkomaiset yritykset tulevat Suomeen?</p>	<p>Tärkeimpänä tekijänä ulkomaiset yritykset pitävät markkinatekijöitä, kuten kysyntää ja sen kasvua Suomessa sekä lähimarkkinoilla. Toiseksi tärkein tekijä on suomalaisen osaamisen hyödyntäminen. Tärkeitä syitä on siis kaksi. Ulkomainen yritys joko hyödyntää omaa osaamistaan ja sen turvin valtaa itselleen markkinaosuuden Suomesta tai se ostaa suomalaisen yrityksen ja hyödyntää sen osaamista omassa liiketoiminnassaan.</p>
<p>Millä toimialoilla ulkomaiset yritykset toimivat Suomessa?</p>	<p>Suomen avainklusterien aloilla on paljon ainutlaatuista osaamista, joka houkuttelee ulkomaisia yrityksiä. Toimialoilla, joilla Suomessa ei ole globaalilla tasolla kova kilpailu houkuttelee myös ulkomaisia toimijoita helpon kilpailutilanteen vuoksi. Merkittävin toimiala on informaatio- ja viestintäala. Myös teollisuuden aloilla teknologinen osaaminen houkuttelee ulkomaisia yrityksiä. Tukku- ja vähittäiskaupan alalla ulkomaisia yrityksiä houkuttelevat Suomen kotimarkkinat sekä sieltä käsin palveltavat lähialueet. Kaivostoiminnan ja louhinnan aloilla ulkomaisten yritysten merkitys on kasvanut eniten viime vuosina, johtuen tarpeesta tyydyttää globaali kysyntä.</p>
<p>Mitkä tekijät houkuttelevat ulkomaisia yrityksiä Suomeen?</p>	<p>Markkinatekijöiden ja osaamisen lisäksi myös muut tekijät puoltavat yrityksen sijoittamista Suomeen. Ulkomaiset yritykset arvostavat Suomen toimivaa yhteiskuntaa, korkeatasoista infrastruktuuria ja sijaintia porttina Itä-Euroopan markkinoille. Myös suomalaisten korkea koulutustaso sekä luotettavuus ja rehellisyys lasketaan positiivisiksi tekijöiksi.</p>
<p>Mistä maista ulkomaiset yritykset tulevat Suomeen?</p>	<p>Suurin osa ulkomaisista yrityksistä tulee Suomen naapurimaista, erityisesti Ruotsista. Suuret investoijamaat kuten Yhdysvallat, Iso-Britannia, Ranska, Saksa ja Japani ovat myös hyvin edustettuina tilastoissa. Luxembourgin ja Alankomaissa sijaitsevat holding- ja rahoitusyhtiöt antavat väärän kuvan yritysten omistussuhteista ja vääristävät tilastoja.</p>

LÄHTEET

Ali-Yrkkö, J. Lindström, M. Pajarinen, M. Ylä-Anttila, P. 2004. Suomen asema globaalissa kilpailussa – yritysten sijaintipäätöksiin vaikuttavat tekijät. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla <http://www.sitra.fi/julkaisut/muut/suomigloaalissa.pdf>

Antila, J. 2006. Työn mielekkyydestä ja mielettömyydestä [Verkkodokumentti]. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla http://www.mol.fi/mol/fi/99_pdf/fi/06_tyoministerio/06_julkaisut/06_tutkimus/tpt305.pdf

Baldwin, R., 2006. Globalisation: the great unbundling(s) [Verkkodokumentti]. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla http://vnk.fi/hankkeet/talousneuvosto/tyokokoukset/globalisaatioselvitys-9-2006/artikkelit/Baldwin_06-09-20.pdf

Brunila, A., 2004. Suomi globaalissa kilpailussa – Osaa, avaudu, uudistu!. *Economic Trends*, 5/2004, s.26-29

Central Intelligence Agency. 2012. The World Factbook. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/fi.html>

Dunning, J. Lundan, S. 2008. *Multinational enterprises and the global economy*. 2. painos. Great Britain. MPG Books. 920s.

Eloranta, J., 2012. Investointeja Suomeen – Ehdotus strategiaksi ja toimintaohjelmaksi Suomen houkuttelevuuden lisäämiseksi yritysten investointikohteena [Verkkodokumentti]. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla http://www.tem.fi/files/32058/9_2012_nettti.pdf

Ericsson, J., Irandoust, M., 2001. On the causality between foreign direct investment and output: A comparative study [Verkkodokumentti]. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=0812da6b-0786-42b4-a267-9fc0a15d1300%40sessionmgr111&vid=1&hid=105>

- European Commission. 2011a. Innovation Union Competitiveness Report [Verkkodokumentti]. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla <http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/competitiveness-report/2011/iuc2011-full-report.pdf#view=fit&pagemode=none>
- European Commission. 2011b. European Competitiveness Report 2011 [Verkkodokumentti]. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=7129
- Executive Report on Strategies in Finland. 2000. Finland Economic Studies. Country report. Icon Group International. 15s.
- Heikkilä, A., 2007. Monimutkaiset omistus- ja rahoitusjärjestelyt vaikeuttavat suorien sijoitusten arviointia. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-02-15_003.html
- Hernesniemi, H. Kymäläinen, P. Mäkelä, P. Rantala, O. Rautkylä-Willey, R. Valtakari, M. 2002. Suomen avainklusterit ja niiden tulevaisuus. Tuotanto, työllisyys ja osaaminen [Verkkodokumentti]. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla http://www.etla.fi/files/724_b179.pdf
- Hollensen, S. 2011. Global marketing – a decision-oriented approach. 5. painos. England. Prentice Hall. 756s.
- Johanson, J. Vahlne, J. 1993. The Mechanism of Internalisation. International Marketing Review, Vol. 7 Iss. 4. 24s.
- Kaitila, V. Nevalainen, A. Maliranta, M. Mankinen, R. Tuottavuuden mittaaminen – Suomi kansainvälisessä vertailussa [verkkodokumentti]. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla http://www.etla.fi/files/1943_Dp1123.pdf
- Kotler, P. Keller, K. Marketing management. Pearson International Edition. 13. painos. Pearson, Prentice Hall. 816s.

Lindström, M. 2004. Ulkomaiset yritykset Suomessa: investointimotiivit ja näkymykset toimintaympäristöstä (Keskustelunaiheita). Helsinki. Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, ETLA. 38s.

OECD. 2007. Reviews of Regional Innovation: Competitive Regional Clusters [verkkodokumentti]. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/fulltext/0407061ec012.pdf?expires=1334225781&id=id&accname=oid021961&checksum=238DA1792E0CB23BFF9E40E9A280FC71>

Pajarinen, M. Ylä-Anttila, P. 1998. Ulkomaiset yritykset Suomessa – uhka vai mahdollisuus?. Taloustieto Oy, Helsinki. Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, ETLA. 123s.

Pajarinen, M. & Ylä-Anttila, P. 2001. Maat kilpailevat investoinneista – teknologia vetää sijoituksia Suomeen. Taloustieto Oy, Helsinki. Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, ETLA. 78s.

Pajarinen, M. Rouvinen, P. Ylä-Anttila, P. 2010. Missä arvo syntyy – Suomi globaalissa kilpailussa. Taloustieto Oy, Helsinki. Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, ETLA. 165s.

Porter, M. 1991. Kansankuntien kilpailuetu. Keuruu. Otava. 879s.

Suomen Pankki. 2012. Suorat sijoitukset ulkomailta Suomeen. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/maksutase/Pages/tilastot_maksutase_ja_suorat_sijoitukset_maksutase_suorat_sijoitukset_suomeen_kanta_toim_3A1BDB9B.aspx

Suomen Pääomasijoitusyhdistys. 2012. Pääomasijoittaminen Suomessa 2011 – Alustavat tilastot [Verkkodokumentti]. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla http://www.fvca.fi/files/524/Kalvot_Laaja_11AS_fi_20120221.pdf

Thomson, D. 1990. Europe since Napoleon. England. Penguin Books. 1003s.

Tilastokeskus. 2011a. Ulkomaiset tytäryhtiöt Suomessa 2010 [verkkodokumentti].
[Viitattu 11.4.2012]. Saatavilla
http://tilastokeskus.fi/til/ulkoy/2010/ulkoy_2010_2011-11-25_fi.pdf

Tilastokeskus. 2011b. Ulkomaiset tytäryhtiöt toimialoittain 2010. [Viitattu
12.4.2012]. Saatavilla http://www.stat.fi/til/ulkoy/2010/ulkoy_2010_2011-11-25_tau_002_fi.html

Tilastokeskus. 2011c. Yritykset. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla
http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_yritykset.html

Tilastokeskus. 2012a. Ulkomaalaisomisteiset yritykset Suomessa. [Viitattu
11.4.2012]. Saatavilla http://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta_09_02_ulkom_yri_pitka.html

Tilastokeskus. 2012b. Suomen yritystoiminta pitkälti omissa käsissä. [Viitattu
11.4.2012]. Saatavilla http://www.stat.fi/artikkelit/2010/art_2010-06-02_001.html

World Economic Forum 2011. The Global Competitiveness Report 2011-2012
[Verkkodokumentti]. [Viitattu 12.4.2012]. Saatavilla
http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf

Ylä-Anttila, P. Ali-Yrkkö, J. Nyberg, M. 2004. Foreign ownership in Finland –
boosting firm performance and changing corporate governance (Keskusteluaiheita).
Helsinki. Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, ETLA. 38s.