



|                                     |                     |
|-------------------------------------|---------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Master's thesis     |
| <input type="checkbox"/>            | Licentiate's thesis |
| <input type="checkbox"/>            | Doctor's thesis     |

|               |  |                 |           |
|---------------|--|-----------------|-----------|
| Subject       | International Business   | Date            | 19.5.2008 |
| Author(s)     | Leena Anttila  | Student number  |           |
|               |  | Number of pages | 101       |
| Title         | Market entry challenges of service SMEs: Payday loan business in the Nordic and the Baltic countries |                 |           |
| Supervisor(s) | D.Sc.(Econ.) Niina Nummela, Laura Heinonen   |                 |           |

Abstract

This study focused on the market entry challenges that the service SMEs face when entering new markets. The internationalization of the service SMEs is a fairly unexplored research area. The market entry challenges were divided into market-related and the business-related challenges. The market-related challenges are concerned with the company's external environment (market demand, political and legal forces, social and ethical influences, technology and competition) and the business-related challenges are concerned with the company internal environment (customers, suppliers, employees, Board of directors and lenders).

The purpose of the study was to describe the market entry challenges to the Nordic (Finland, Sweden, Norway) and Baltic (Estonia, Latvia, Lithuania) countries' payday loan business. The sub-purposes of the study were:

1. *Clarify the market entry of service SMEs.*
2. *Investigate the Nordic and the Baltic countries' market-related market entry challenges.*
3. *Explain the Nordic and the Baltic countries' business-related market entry challenges.*

The qualitative research approach was used in this study, as it was best suitable for this study, since the purpose of this study is describe the market entry challenges that SMEs face when entering new markets, and not to measure or experiment something. The data was collected by using triangulation to create a complete and holistic picture of the studied subject. This study was conducted by doing four semi-structured interviews, and by doing a document analysis of both written material and electronic data (selected websites).

The payday loan companies tend to make their selection on the foreign market entry mode between two main alternatives: Internet service portal and foreign subsidiaries. Even though, they have more options available to them. The biggest business-related entry challenges were the limited financial resources, the creation of trust amongst the public and the acceptance of the new financial service by the public. Then again, the biggest market-related entry challenges arise from the socio-cultural and the technological environment of the payday loan companies, as the payday loan companies are struggling with the customer acceptance and the problems of inadequate mobile identification technology.

|                     |  |
|---------------------|--|
| Key words           | Markets, services, small and medium sized enterprises, foreign entry modes |
| Further information |  |



|                                     |                       |
|-------------------------------------|-----------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Pro gradu -tutkielma  |
| <input type="checkbox"/>            | Lisensiaatintutkielma |
| <input type="checkbox"/>            | Väitöskirja           |

|            |  |                  |           |
|------------|--|------------------|-----------|
| Oppiaine   | Kansainvälinen Liiketoiminta   | Päivämäärä       | 19.5.2008 |
| Tekijä(t)  | Leena Anttila  | Matrikkelinumero | 10108     |
|            |  | Sivumäärä        | 101       |
| Otsikko    | Pienten ja keskisuurten palveluyritysten uusille markkinoille laajentumiseen liittyvät haasteet: Pikavippiä Pohjois- ja Baltian maissa |                  |           |
| Ohjaaja(t) | KTT Niina Nummela, Laura Heinonen  |                  |           |

#### Tiivistelmä

Tämä tutkimus keskittyi haasteisiin, joita pienet ja keskisuuret palvelualan yritykset kohtaavat laajentaessaan toimintaansa uusille markkinoille. Pienten ja keskisuurten palvelualan yritysten kansainvälistyminen on tutkimusalue, jota on tutkittu melko vähän. Uusille markkinoille laajentumiseen liittyvät haasteet voidaan jakaa markkinoihin ja yritykseen itseensä liittyviin haasteisiin. Markkinoihin liittyvät haasteet koskevat yrityksen ulkoista ympäristöä (kysyntä, politiikan ja lainsäädännön vaikutus, sosiaaliset ja eettiset vaikutteet, teknologia ja kilpailu) ja yritykseen itseensä liittyvät haasteet koskevat yrityksen sisäistä ympäristöä (asiakkaat, tavarantoimittajat, työntekijät, yrityksen johto ja rahoittajat).

Tutkimuksen tarkoituksena oli kuvata haasteita, joita pikavippiyritykset kohtaavat laajentaessaan toimintaansa Pohjois- (Suomi, Ruotsi, Norja) ja Baltian (Viro, Latvia, Liettua) maihin. Tutkimuksen osaongelmat olivat:

- 1. Selventää pienten ja keskisuurten palvelualan yritysten laajentumista uusille markkinoille.*
- 2. Tutkia Pohjois- ja Baltian maiden markkinoihin liittyviä markkinoille laajentumiseen liittyviä haasteita.*
- 3. Selittää Pohjois- ja Baltian maiden yritykseen itseensä liittyviä markkinoille laajentumiseen liittyviä haasteita.*

Tässä tutkimuksessa käytettiin kvalitatiivista tutkimusotetta. Kvalitatiivinen tutkimusote sopi parhaiten tähän tutkimukseen, koska tutkimuksen tarkoituksena oli kuvata haasteita, joita pienet ja keskisuuret yritykset kohtaavat laajentuessaan uusille markkinoille eikä tutkimus pyrkinyt mittaamaan tai kokeilemaan jotakin. Aineisto kerättiin käyttämällä triangulaatiota, jotta tutkittavasta aiheesta oli mahdollista hahmottaa kokonaisvaltainen kuva. Tutkimusta varten tehtiin neljä puolistrukturoitua haastattelua ja dokumenttianalyysi, jossa aineistona oli sekä kirjallista että elektronista materiaalia (valikoituja Internet-sivustoja).

Pikavippiyritykset tekevät operaatiomuotovalintansa useimmiten kahden pääasiallisen vaihtoehdon välillä: Internet-palvelimen ja tytäryhtiön, vaikka niillä on valittavanaan myös muita vaihtoehtoja. Suurimmat yritykseen itseensä liittyvät haasteet, joita pikavippiyritykset kohtaavat laajentuessaan uusille markkinoille olivat yleisen luottamuksen hyväksynnän luominen kansalaisten keskuudessa. Toisaalta taas, suurimmat markkinoihin liittyvät haasteet, joita pikavippiyritykset kohtaavat laajentuessaan uusille markkinoille johtuivat pikavippiyritysten sosio-kulttuurisesta ja teknologisesta ympäristöstä, sillä pikavippiyritykset joutuvat kamppailemaan asiakkaiden hyväksyntään ja puutteelliseen matkapuhelintunnistamisteknologiaan liittyvien seikkojen kanssa.

|               |  |
|---------------|--|
| Asiasanat     | markkinat, palveluala, pienet ja keskisuuret yritykset, toimintamuodot |
| Muita tietoja |  |