



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

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	12.9.2011
Tekijä	Hanna-Maria Harjanne	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	91 s. + liitteet
Otsikko	Menestyksen avaimet Ruotsin markkinoilla		
Ohjaaja(t)	KTT Harri Terho		

Tiivistelmä

Tämä tutkielma käsittelee suomalaisten pienten ja keskisuurten (pk) yritysten vientimenestystä Ruotsin markkinoilla. Tutkimus on rajattu koskemaan ainoastaan Ruotsin markkinoita, koska ne ovat tärkeimmät yksittäiset vientimarkkinat suomalaisille pk-yrityksille. Tästä huolimatta suomalaiset yritykset pitävät Ruotsin markkinoita usein kotimarkkinoiden jatkeena, eivätkä panosta Ruotsiin suuntautuvaan vientiin tarpeeksi. Näin ollen siirtyminen Ruotsin markkinoille epäonnistuu luultua useammin. Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää mitkä tekijät selittävät parhaiten vientimenestystä Ruotsin markkinoilla.

Vientimenestys on yksi kansainvälisen markkinoinnin tutkituimmista, mutta silti vähiten ymmärretyistä aihealueista. Aiheen vähäiseen ymmärrykseen on johtanut sen moniulotteisuus sekä käsitteellistämisen ja mittaamisen hankaluus. Vientimenestykseen johtavia syitä on löydetty lukematon määrä, mutta silti aikaisemmat tutkimukset tarjoavat ristiriitaisia tuloksia siitä, mitkä tekijöistä ovat kaikkein tärkeimpiä. Yleisesti vientimenestystä selittävät tekijät on kuitenkin jaettu kolmeen osaan: yrityksen ulkoiisiin tekijöihin, yrityksen ominaisuuksiin sekä vientimarkkinointistrategioihin. Selkeästi jaotellusta huolimatta luotettavasti yleistettävää teoriaa ja mittaristoa vientimenestykselle ei ole pystytty kehittämään, mikä lisää aiheen kiinnostavuutta markkinoinnin tutkimuksen näkökulmasta.

Tutkimusongelma pyrittiin ratkaisemaan kvantitatiivisin tutkimusmenetelmin, koska se sopi parhaiten suurten tutkimusaineistojen analysointiin. Aineisto kerättiin internetpohjaisen strukturoidun kyselyn avulla. Tutkimusotos käsitti kaikki suomalaiset pk-yritykset, joilla on aktiivista Ruotsiin suuntautunutta vientitoimintaa. Kysely lähetettiin satunnaisotoksen perusteella noin 1 500 eri toimialoja edustavalle vientijohtajalle. Tutkimustulokset analysoitiin tilastollisin menetelmin SPSS-ohjelman avulla käyttäen hyväksi pääkomponentti- ja regressioanalyysiä.

Tutkimustulosten valossa yrityksen sisäiset ominaisuudet osoittautuivat tärkeimmiksi vientimenestyksen avaimiksi Ruotsin markkinoilla. Tärkeimmiksi yksittäisiksi tekijöiksi nousi verkostoituminen, sitoutuminen vientitoimintoihin, markkinatutkimuksen tekeminen sekä yrityksen suurempi koko. Tärkein johtopäätös oli että suomalaisten pk-yritysten tulisi entistä enemmän panostaa verkostoitumiseen Ruotsissa. Julkishallinnon kannalta tärkein tulos oli se, että enemmän varoja tulisi suunnata juuri pk-yritysten viennin tukemiseen, koska sillä on aikaisempien tutkimusten perusteella positiivinen vaikutus koko kansantalouden kasvuun. Myös sitoutuminen Ruotsin vientiin osoittautui tärkeäksi. Näin ollen voidaan todeta, että vaikka Ruotsin markkinat ovat kotimarkkinan kaltaiset, tulee niille siirryttäessä vientiin panostaa kunnolla ja sitoutua siihen riittävästi.

Asiasanat	Pk-yritykset, vientimenestys, Ruotsi
Muita tietoja	