



**Vientikaupan osaamisen
esteet Suomessa –
Miten voimme vastata
kansainvälisen liiketoiminnan
haasteisiin?**

Vientikaupan osaamisen esteet Suomessa – Miten voimme vastata kansainvälisen liiketoiminnan haasteisiin?

Laatinut: Lauri Vannas, Chief Commercial Officer (CCO), MMehr

Suomalaiset yritykset kohtaavat yhä kovenevaa kilpailua globaalissa vientikaupassa. Kansainvälisille markkinoille pääsy edellyttää monipuolista osaamista, kielitaitoa ja strategista suunnittelua. Tässä oppaassa tarkastellaan vientikaupan nykyisiä esteitä sekä keinoja niiden ylittämiseksi.

1. Osaajapula ja kielitaito

- **Osaajavaje:** Erityisesti pk-yrityksistä puuttuu vientikaupan erityisosaajia. Kansainvälistymisen potentiaali jää usein täysin käyttämättä.
- **Kielitaito esteenä:** Etenkin Aasian ja Lähi-idän markkinoilla kielimuuri voi estää tehokkaan liiketoiminnan. Myös Euroopan monikielisyys vaatii laajaa kielivalikoimaa.
- **Koulutuksen saatavuus:** Kansainvälistymisen koulutukset eivät tavoita riittävästi pk-sektoria. Tarvitaan kohdennettuja ja toimialakohtaisia ohjelmia.

2. Pk-yritysten rajallinen kansainvälistymisosaaminen

- **Pelisaäntöjen tuntemus:** Ulkomaankaupan keskeiset osa-alueet kuten vientisopimukset, tullaus ja logistiikka ovat usein tuntemattomia.
- **Strategisen suunnittelun puute:** Ilman selkeää suunnitelmaa ja riskienhallintaa laajentuminen pysähtyy helposti alkuunsa.

3. Kiristytvä kansainvälinen kilpailu

- **Resurssierot:** Suomalaiset yritykset kilpailevat usein suurempien ja aggressiivisempien kansainvälisten toimijoiden kanssa.
- **Brändin ja asiakaslähtöisyyden merkitys:** Globaaleilla markkinoilla menestyminen edellyttää brändin kehittämistä ja syvää asiakasymmärrystä.

4. Poliittiset ja taloudelliset riskit

- **Geopoliittinen epävarmuus:** Ukrainan sota ja suurvaltojen väliset kauppasodat aiheuttavat jatkuvaa epävarmuutta.
- **Kauppasuhteiden katkeaminen:** Yllättävät tapahtumat voivat nopeasti sulkea markkinoita tai estää vientikauppaa.

5. Markkinatuntemuksen puute

- **Tietopohjan heikkous:** Kohdemarkkinoiden kulttuurien, lainsäädännön ja kuluttajakäyttäytymisen tuntemus on usein puutteellista.
- **Markkinatutkimuksen vähäisyys:** Ilman taustatyötä ja analyysiä väärin valintoihin on suuri riski.

6. Digitalisaation ja vihreän siirtymän osaaminen

- **Digiosaamisen kehitys:** Vientikauppa digitalisoituu nopealla tahdilla, mutta osaaminen ei pysy aina mukana (esim. verkkokauppa, digitaaliset sopimukset).
- **Kestävä kehitys kilpailutekijänä:** Vihreät ratkaisut ovat yhä tärkeämpiä, mutta yritysten valmiudet vaihtelevat suuresti.

Yhteenveto ja suositukset

Suomen vientikaupan menestyksen esteet ovat moninaisia, mutta ratkaistavissa. Tarvitaan laajempaa koulutusta, parempaa markkinatietoa, strategista ajattelua ja uudenlaista osaamista. Vain kehittämällä koko vientiekosysteemiä voimme menestyä globaalissa kilpailussa.



Oppaan laatija Lauri Vannas

Lauri Vannas toimii MMehr Oy:n kaupallisena johtajana ja omaa laaja-alaisen kokemuksen kansainvälisestä liiketoiminnasta, myynnistä ja vientikaupasta. Hänellä on yli 20 vuoden B2B-myyntin kokemus, joka kattaa pankki- ja rahoitusalan, kiinteistöalan sekä teknisen kaupan,

Lauri on erikoistunut erityisesti vientikanavien avaamiseen, kulttuurierojen ymmärtämiseen vientikaupassa sekä Saksan, Itävallan ja Sveitsin (DACH-alueen) markkinoihin. Hän on ollut mukana käynnistämässä useita vientihankkeita pk-yrityksille erityisesti teknisen kaupan ja IT-alan parissa.

Yksi uran merkittävimpiä saavutuksia on ollut liiketoiminnan rakentaminen nollostä ja sen kasvattaminen noin 2,5 miljoonan euron liikevaihtoon kahdessa vuodessa – teknisen kaupan vaativassa toimintaympäristössä.

Lauria motivoi suomalaisen vientiosaamisen kehittäminen ja levittäminen. Hän näkee suuren potentiaalin erityisesti pk-sektorin kansainvälistymisessä ja haluaa edistää suomalaisten yritysten valmiuksia menestyä kansainvälisillä markkinoilla