**spotify\_jakso4**

Äänitteen kesto: 35 min

**Litterointimerkinnät**

Ding Ma

Eija Tynkkynen

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| sa- | sana jää kesken |
| (sana) | epävarmasti kuultu jakso puheessa tai epävarmasti tunnistettu puhuja |
| (-)  | sana, josta ei ole saatu selvää |
| (--) | useampia sanoja, joista ei ole saatu selvää |
|  |  |
| , . ? : | kieliopin mukainen välimerkki tai alle 10 sekunnin tauko puheessa |

[musiikkia]

Ding Ma:

Tervetuloa Etelä-Karjalan liiton Idän ihme -podcastiin, jota on rahoittanut EAKR-hanke, Etelä-Karjalan Aasia-osaamiskeskittymä.

Kiinasta puhuttaessa, vanha Kiina-ilmiö ei monelta osin pidä enää paikkansa. Liiketoimintaympäristön ja yhteistyökumppanin muuttuessa vauhdilla, ainoa tapa pärjätä on ymmärtää muutoksen suuntaa.

Idän ihme -podcastin tavoitteena on host Ding Ma:n ja asiantuntijavieraiden voimin tuoda esille monipuolisesti näkemyksiä Kiinasta. Aiheina käsitellään sekä ajankohtaisia että yleisempiä ”doing business in China”- teemoja.

Tervetuloa Idän ihme -podcastin neljänteen jaksoon. Jälleen on torstai ja mahtavaa, että olet kuuntelija löytänyt meidän pariin jälleen. Tänään keskustelemme suomalaisten pk-yritysten viennin edistämisestä ja kansainvälistymisestä Kiinaan.

Olen hostisi Ding Ma ja minulla on tänään vieraanani Eija Tynkkynen. Tervetuloa Eija!

Eija Tynkkynen:

Kiitos!

Ding Ma:

Eija, asut tällä hetkellä Pekingissä ja toimit Business Finlandin Kiinan johtajana. Kerrotko alkuun meidän kuuntelijoillemme Business Finlandin toiminnasta Kiinassa?

Eija Tynkkynen:

Joo kiitos kovasti, että pääsin mukaan kertomaan, että mitä Kiinassa tapahtuu ja Business Finland on ollut hyvin aktiivinen viimeisen vuoden ajan Kiinassa. Niin että olemme markkinan mukaan, kuten aina ennenkin, mutta tällaisena erikoisena vuonna nii myös muokanneet meidän palveluita aina sen mukaan mitä yritykset tarvitsee. Eli me olemme täällä yrityksiä varten ja yritysten kanssa hyvin aktiivisesti, niinku sanotaan ihan yritys rajapinnassa. Sekä kiinalaisten, Kiinassa toimivien suomalaisten yritysten kanssa, että täällä kävijöiden kanssa, että myös yritysten, yhteydessä yrityksiin, jotka vasta miettii Kiinan markkinaa. Ja tietysti meillä on myös paljon muita kontakteja eli organisaatioita, jotka auttavat suomalaisia yrityksiä markkinoille ja myös Kiinaan.

Meillä on täällä Kiinassa tällä hetkellä omat toimistot Pekingissä, Shanghaissa, Quanzhoussa ja Taiwanilla. Ja meitä on täällä liki kolmekymmentä, kun lasketaan kaiken kaikkiaan. Nii joku vois sanoa, että onpas teitä paljon, mutta sitten toisaalta Kiina on niin valtava markkina, että kyllä meitä on, ihan vois sanoa ihan minimimäärä millä toimintoja voidaan tehdä. Koska meillä on hyvin paljon eri palvelualueiden palveluita yrityksille. Se meidän pää-, suurin osa tiimistämme ja mitä tehdään, niin on suomalaisten yritysten vienninedistäminen ja kiinalaisten kumppanien kanssa toimiminen, ja siinä on suuri osa meidän tiimistä. Eli se on se kaikkein tutuin osa suomalaisille yrityksille ja varsinkin niille yrityksille, jotka tänne markkinoille ovat saapumassa tai ovat juuri saapuneet. Sen lisäks meillä on innovaatiotoimintaa eli innovaatiorahoitukseen liittyviä palveluita ja ihan Kiinan markkinoille räätälöityjä innovaatiokumppanuusohjelmia ja luonnollisesti investoinnit. Jos (--) [03:36] Kiinasta, nii siihenkin tiimimme voi auttaa sekä Suomen että täällä päässä. Ja sitten kun täältäpäin etsit, ollaan investoimassa tai katsotaan sopivia investointikohteita, niin meillä on tiimi, joka auttaa kiinalaisia, näistä asioista kiinnostuneita yhteistyössä Suomen tiimiemme kanssa.

Ja lisäksi on foresightia eli ennakointia. Kiinassa pitää aina osata katsoa aina vähän kauemmas, sillä tää on niin nopeasti muuttuva ja nopeasti liikkuva. Eli kaiken kaikkiaan meidän tiimimme toimii myös hyvin läheisessä yhteistyössä keskenään, et vaikka me ollaan eri toimistoissa, nii me tehdään täällä yli toimistorajojen, ja sitten myös katetaan tarvittaessa kaikki Kiinan proviisit jos näin on. Mut sitte tietysti fokusoidaan toimialoille ja tehdään hyvin läheistä yhteistyötä myös suurlähetystön ja pääkonsulivirastojen kanssa ja myös Suomen kauppayhdistysten kanssa, mutta kaikkein tärkein tekijä on ne asiakkaat eli ne suomalaiset yritykset. Eli yritykset ovat meillä keskiössä kaikessa siinä mitä tehdään.

Ding Ma:

Kyllä ja mahtava kuulla, että yritykset ovat siinä keskiössä. Olit jo yli 10 vuotta sitten Business Finlandin edeltäjän Finpron Pekingin vientikeskuksen johtajana. Miten paljon sinun mielestäsi Kiina on muuttunut näiden vuosien aikana ja mikä on se ehkä yllättävin tai näkyvin muutos?

Eija Tynkkynen:

Mä voisin sanoa, että paljon.

Ding Ma:

[naurahtaa]

Eija Tynkkynen:

Oi, mistähän, mikähän olis se kaikkein yllättävin. No, nyt kun tulin tänne pari vuotta sitten takaisin, niin ehkä kaikkein yllättävin muutos mitä oli noin viidessä vuodessa tapahtunut oli se nopea harppaus, että kaikki on wiichatissa, ihan kaikki. Ja tietenkin olin itsekin ollut aikanaan aloittamassa jo ensimmäisiä mobiilipalveluiden rakentamisia ja muita ja Internetti kun tuli ja tämmösiä. Mutta sitten taas, se vauhti millä, miten koko Kiina oli mennyt, ja miten vielä käteviä noi palvelut on. Että jopa vaikka ei osaa hyvin kiinaa lukea, niin jopa ulkomaalainen, joka vähän ohjataan, ne käyttöliittymät kyllä ohjaa. Että voi maksaa, voi tilata taksin, voi kommunikoida ja samoin se bisnes on siellä, mutta se on hyvin eri tavalla kun muualla. Et kiinalaiset on hyvin, kun joku asia tapahtuu, nii se tapahtuu nopeasti. Ja ehkä toinen iso tekijä on se, että kaikkein positiivisin yllätys oli kyllä se, kun tulin Pekingiin takasin, on Pekingin ilman laatu.

Ding Ma:

Se on mahtava kuulla.

Eija Tynkkynen:

Se on aivan. Mä en uskonut sitä, mä olin jo ollut monta vuotta poissa ja sit mulle vaan vakuutettiin, että kyllä täällä jo paremmat lukemat on. Mutta nyt voin sanoa, että kyllä se on suurin yllätys, että sinistä taivasta olen nähnyt enemmän kuin sillon edellisen viiden vuoden aikana yhteensä, kun olin -

Ding Ma:

[naurahtaa]

Eija Tynkkynen:

- täällä. Ja ympäristöasiat on tietenkin noussut myös vahvemmin. Totta kai on vielä paljon tekemistä [naurahtaen] ja näin, ainakin siinä ilmanlaadussa. Paitsi pari päivää sitten, kun tuli hiekkamyrsky eli Gobin autiomaasta puhalsi kovalla vauhdilla ja Peking oli aivan keltasena ja hiekassa. Mutta niitä hiekkamyrskyjä täällä on ollut vuosikymmenien ajan, että ei se sikäli ollut yllättävää, mutta nyt puhalsi. Mut seuraavana päivänä oli sininen taivas. Eli kyl tää ilmanlaatu ja se. Ja kolmas asia, on se, että kyllä tässä kymmenen-, jos katsoo kymmenen vuotta sitten, niin ulkomaalaisten yritysten johdossa ja työntekijöinä, lähes poikkeuksetta, kiinalaisten työntekijöiden määrä on valtavasti lisääntynyt ja ulkomaalaisten määrä vähentynyt. Ei tarkoita sitä, että bisnes ois vähentynyt, mutta kiinalaiset on täällä ulkomaalaisissa yrityksissä valtaosa. Ja siihen on monia tietysti syitä, ensinnäkin kun kiinalaiset osaa myydä kiinalaisille paremmin kuin vaikkapa ehkä suomalainenkin osaa myydä - [naurahdus]

Ding Ma:

[naurahtaa]

Eija Tynkkynen:

- mutta heillä on ne omat suhteet ja sitten myös se, Kiinassa toimitaan kiinalaisten sääntöjen mukaan. Mitä paremmin ymmärtää miten Kiina toimii, niin totta kai sillon ne paikalliset toimijatkin pystyy yrityksen asioita viemään hyvin tehokkaasti eteenpäin, koska koulutus ja osaaminen on lisääntynyt.

Ding Ma:

Mahtava kuulla ja muutos tuntuu olevan se ydinsana, tässä tuli esille mobilisaation kehitys, ilmaston-/ympäristönmuutos ehkä parempaan päin ja sitten vielä tällaisten ulkomaalaisten yritysten lokalisaation muutos, niin erittäin hyviä teemoja. Tekee vielä jo mennä näihinkin teemoihin, mutta ehkä mennäänkin tänään vaan päivän aiheeseen eli suomalaisten pk-yritysten kansainvälistymiseen Kiinaan. Keskustellaan toki myös, siitä, että tästä China Speedi:stä eli Kiinan muutosvauhdin tuomista mahdollisuuksista ja haasteista suomalaisille pk-yrityksille. Aloitan tällasella kysymyksellä, että paljonko meillä suomalaisia pk-yrityksiä Kiinassa tällä hetkellä Business Finlandin tilastojen mukaan?

Eija Tynkkynen:

No meilläkään ei ole suoria tilastoja ja riippuu miten laskee, mutta meidän kokonaisarvio on tälle Team Finland Kiinan laskelmien mukaan eli miten yhdessä arvioidaan, että suomalaisia yrityksiä kaiken kaikkiaan toimii noin nelisen sataa Kiinassa. Kaikille ei oo omaa toimistoa, mutta heillä on kumppanit ja he toimivat yhteistyössä niiden kanssa, mutta koska jos puhutaan pk-yrityksistä eli pienistä, keskisuurista, niin montako suuryritystä meillä on Suomessa voisi sanoa, ne kaikki suuryritykset on täällä Kiinassa.

Ding Ma:

Kyllä

Eija Tynkkynen:

Eli tästä neljästä sadasta sitten, niin kyllä siitä suurin osa on pk-yrityksiä. Ja tietysti kun katsoo mitä yritykset tekee, niin kyllä täällä valmistus on yks asia, jonka takia jo aikanaan on tultu. Mutta tietenkin se Kiinan markkinan suuri koko, niin se on kyllä se suurin kiinnostus tänä päivänä, koska täällä on kyllä markkinalla tilaa, kun vaan sinne markkinasegmentteihin ja markkinalla sitten löytää ne oikeat kumppanit. Se on se myynti, ja Kiinassa palveluiden määrä on lisääntynyt, et se ei oo pelkkää konkreettista tuotetta, vaan palvelumyynti on lisääntynyt ja siinä on myös iso potentiaali.

Ding Ma:

Joo. Miten näät onko suomalaisten yritysten määrä ollut kasvussa vai laskussa viime vuosien aikana?

Eija Tynkkynen:

Yritysten määrä on pysynyt aika pitkälti vakiona, mutta osa on, jos on lähtenyt pois, niin toisia on tullut tilalle. Että kokonaisuutenaan, semmonen kolme-neljäsataa aktiivista yritystä, niin sillä välillä on pysynyt.

Ding Ma:

Joo. Miten Eija arvoisit, että mitä vahvuuksia suomalaisilla pk-yrityksillä on mentäessä Kiinan markkinoille?

Eija Tynkkynen:

Suomalaisten vahvuus on osaaminen ja meidän tarjooma vastaa Kiinan tarpeita hyvin monessa kohtaa. Että meillä on uudenlaisia älykkäitä ratkaisuja ja samoin ympäristö ja koulutuspuolella ja erilaisia teknologiapuolella, niin meillä on innovaatioita ja uudenlaisia ideoita. Että kyllä täällä suomalaisille yrityksille markkinoilla on tilaa. Markkinoille tuleminen ei ole koskaan ollut helppoa. Kymmenen vuotta sitten jo sanottiin, että Kiina on vaikea, mutta ei mahdoton. Eli tänne kyllä pääsee ja sama on tänä päivänä. Mutta markkina on muuttunut erilaiseksi, että se ehkä tässä puhuttiin siitä muutoksesta, että se on yrityksillä kaikkein tärkeintä, et ne on nopeita ymmärtämään muuttamaan sitä omaakin tarjoomaa tai toimintatapaa tai tuomaan uudenlaisia tuotteita valikoimaansa, kun markkina muuttuu.

On kova kilpailu, sekä ulkomaalaisten yritysten kesken, koska markkinalla on niin houkuttelevia mahdollisuuksia, mutta ehkä se suuri ero on myös kymmenen vuotta sitten olleeseen tilanteeseen se, että tänne on kiinalaiset omat yritykset ovat kasvattaneet osaamistaan ja ovat tässä ehkä se kaikkein vahvin kilpakumppani. Ja heillä on tietysti oma markkinaetu, kun tuntevat (-) [13:07, ääni katkeaa] ovat markkinoilta. Et siin mielessä kilpailu on kovaa. Moni yritys sanoo, että jos pärjää Kiinassa ja kun täällä pärjää, niin sen jälkeen oikeestaan kaikilla muilla markkinoilla pärjää vielä paremmin, koska täällä joka tapauksessa pitää toimia niin hyvin kuin vaan mahdollista. Ja kehittää omaa toimintaansa, että sen jälkeen muillakin markkinoilla on terä kunnossa.

Ding Ma:

Se on varmaan hyvä motivaattori monille yrityksille lähtee nimenomaan testaamaan ja tekemään omia konsepteja vielä paremmaksi Kiinan markkinoille. Puhuit äsken ketteristä päätöksenteoista, niin mitä heikkouksia suomalaisilla pk-yrityksillä on Kiinan markkinoilla? Onko tää ketterä päätösten(-)[13:59] juuri yksi näistä heikkouksista kenties?

Eija Tynkkynen:

Mmm. Joissakin tapauksissa kyllä, ketterä, tai sit voi olla että päätöksiä voi olla vaikea tehdä. Että voi olla, et ei ihan ymmärrä sitä markkina, kaikkia kokonaisuuksia. Kun sanotaan, että pitää selvittää taustat ja ymmärtää mitä markkinalla tapahtuu, mitä muut tekee ja mikä on markkinatilanne, että joskus voi olla että sitä innostuu, kun sitä tapaa ensimmäiset hyvät kontaktit ja näyttää, että hei tämähän onkin helppoa, kaikki tästä sujuukin kuin rasvattu. Ja liian nopeasti lähtee joidenkin kumppanien kanssa eteenpäin, eikä ole niitä taustoja selvittänyt tai ajatellut heidän motiiveitaan, eikä ymmärrä kokonais-, markkinakokonaisuudesta, että valmistautuu, mutta myös markkinaymmärtämiseen kannattaa käyttää aikaa. Tietysti kyllä Kiina, vaikka Kiinassa ei tekis mitään, nii täällä kannattaa kyllä yritysten käydä katsomassa –

Ding Ma:

Joo.

Eija Tynkkynen:

- miten asioita Kiinassa tehdään, koska silloin oppii hyvin paljon ja saa uusia ideoitakin asioista.

Ding Ma:

Ehdottomasti. Mitkä ovat ne yleisimmät virheet mentäessä Kiinan markkinoille?

Eija Tynkkynen:

Liian lyhytnäköisyys. Jos ollaan pari kertaa käyty katsomassa tai yritys kun on käynyt pari kertaa katsomassa ja näyttää että ensin etenee ja sitten tuleekin seinä vastaan, et ei etene, nii sit annetaan periks. Sanotaan, et okei, no ehkä toi Kiina ei ollutkaan meille, että kokeillaan jotain muuta. Eikä tää koske pelkästään Kiinaa, että mä oon ollut Aasiassa 15 vuotta - [naurahdus]

Ding Ma:

Joo, kyllä

Eija Tynkkynen:

- töissä viimeset 15 vuotta, niin usein miten siinä on, et se pitkäjänteisyys on tosi tärkeetä. Ja valmistautuminen. ja tietyllä tavalla myös se, että kun kaikkia markkinoita kun ei voi tehdä, nii sitten pitää keskittyä, katsoa mikä olis se, mitkä olis ne itselle sopivat markkinat tai markkinasegmentit. Ja Kiinassa pitää aina muistaa, että Kiina on niin monta erilaista markkinaa. Että tämä on oikeastaan tämmöinen markkina-alue, että on oikeastaan mä itseasiassa sanon että ei oo olemassa oikeastaan yhtä Kiinan markkinaa. Että se Pekingin tai Shanhain yksi kaupunginosa vois olla joskus ihan riittävä markkinakoko koko meidän pk-sektoriyrityksille ja keskittyä siihen tekemiseen, että mennään -

Ding Ma:

Just näin

Eija Tynkkynen:

- oikeaan paikkaan ja keskittyä ensin ja yrittää löytää ne ensimmäiset hyvät asiakkaat ja kumppanit ja laittaa aikaa. Et kyllä siihen se vuos, kaks pitäs kärsivällisyyttä olla, kun alkaa Kiinaan satsaamaan.

Ding Ma:

Tämä on hyvä kuulla nimenomaan tällasen yrityksen sisällä strategisen tason päätöksentekoon, että mennään Kiinaan, niin mennään kunnolla ja annetaan sille myös aikaa. Mennään seuraavaks hieman tähän Kiinan liiketoimintaympäristön mahdollisuuksiin. Millainen Kiinan liike-, liiketoimintaympäristö on suomalaisten pk-yritysten näkökulmasta Eija?

Eija Tynkkynen:

No erittäin kiinnostava ja erittäin vaikea. Koska Kiina on keskusjohtoinen maa ja täällä sekä yksityinen sektori, että valtiohallinto ovat käsi kädessä ja se, että ymmärtää markkinadynamiikkaa ja päätöksentekoa, niin siinä tarvitsee perehtymistä ja erityisesti Kiinassa parasta on, että löytää sopivia kumppaneita ja myös itsellekin semmoisia, joihin voi luottaa ja jotka voi sitten voi oikealla tavalla auttaa markkinalla. Että yksin toimien täällä harva pärjää ja pääsee eteenpäin.

Ding Ma:

Joo ja äsken puhuitkin tän Kiinan houkuttelevuudesta, joka perustuu siihen suuren markkinapotentiaaliin, toisaalta tää Kiinan tarjoama kattava toimitusketjut tai monessa mielessä ehkä edelleenkin aika alhaiset työvoimakustannukset ovat niitä houkutustekijöitä. Mikä on suurin tekijä sinun mielestäsi pk-yritykselle tehtäessä päätöstä Kiinan markkinoille menemisestä?

Eija Tynkkynen:

Hmm.

Ding Ma:

Tai olisko kenties nää edellä mainitut kaikki tekijät kenties?

Eija Tynkkynen:

No, kyllä ne kaikki tekijät ja kyllä se oma kyvykkyys, et kyllä pitää olla itsellä aikaa stategisesti miettiä, selvittää, käydä Kiinassa katsomassa mitä tapahtuu, et ymmärtää mit-, markkinasta on konkreettista tuntumaa. Ja kyllä se, mikä on se oma tarjooma ja mitä Kiinassa oikeesti itse aikoo tehdä. Ketkä ois niitä asiakkaita. Sinänsä ongelmat on ollut tai haasteet on ollut saman tyyppisiä jo aiemminkin, että kyllä se melkein niin, että pitää aina miettiä, että jos asiakas Euroopassa on vaikkapa autotehdas, niin onkohan se Kiinassa se sama asiakas. Et se voikin olla ihan joku muu sille omalle tuotteelle. Et kuka se on se varsinainen asiakas ja ostaja, koska tää on niin iso ja sitten nää arvoketjut ja verkostot toimii omalla tavallaan. Että juuri se, että ymmärtää sen oman alueensa ja sen kokonaisuuden ja missä päin Kiinaa kannattais ensin alottaa ja minne keskittyä

Ding Ma:

Kyllä. Nouseeko tietyt toimialat esille, joissa nähdään tällä hetkellä tai kenties lähitulevaisuudessa suurimpia potentiaalia suomalaisille toimijoille?

Eija Tynkkynen:

No, ehdottomasti ne alueet missä jo tällä hetkellä, kuitenkin neljänsadan, yli neljänsadan suomalaisen toimijan joukkoon mahtuu sitä suomalaista osaamista valtava määrä ja energiaa, älykäs energia, digitalisaatio, koska digitalisaatio on niin poikkileikkaava kaikilla toimialoilla. Mä aloitin jo tolla wiichatillä tossa alussa, et miten tärkeetä se on, mut yleensäkin. Ja ympäristöön liittyvät asiat, kestävä kaupunkikehitys kokonaisuudessaan. Ruoka ja maatalous.

Ding Ma:

Kyllä.

Eija Tynkkynen:

Koulutus. Jos siellä vaan on sopivaa tarjoomaa ja pääsee markkinaan ja terveysteknologia on meillä on nyt viimesen parin vuoden aikana ollaan siinäkin edetty. Tehty yhteisohjelmia ja selkeästi totta kai covid-vuosi on nostanut hygieniaa ja tämmösiä (-) [21:36, ääni katkeaa] ja tää markkinan kiinnostavuus on kyllä, säilyy edelleen suomalaisille ja muillekin ulkomaalaisille yrityksille.

Ding Ma:

Loistavaa. Mennään vielä viimeseen osa-alueeseen, joka käsittelee Team Finlandin palveluita suomalaisille yrityksille. Minkälaista apua pk-yritykset tarvitsevat eniten Suomen julkiselta sektorilta Kiinan markkinoille pääsyssä tai toimiessa jo Kiinan markkinoilla?

Eija Tynkkynen:

No ihan konkreettista, kaikki mikä Business Finlandin palveluportfolioon kuuluu muuallakin, niin ihan se perusauttaminen yrityksille. Markkinamahdollisuuksien ja markkinalla toimimiseen ja ihan tämmöseen, millä tavalla toimia myy-, perustaako oma toimisto vai hankkia kumppaneita vai vaikkapa jollakin muulla tavalla toimia markkinalla. Ja se on sitä mitä erityisesti Business Finland erityisesti tekee. Mutta myöskin täällä olevien yritysten kanssa, niin koska markkina on niin iso, että vaikka tänne on päässy ja tullu jo Kiinaan, nii ei se tarkota sitä, jos yrityksellä on vaikkapa pieni toimisto, että heille se riittää. Et sillon se kasvu tällä Kiinan markkinalla, nii siinä meidän Team Finland -verkosto erityisesti on tärkeänä tukena ja apuna. Ja esimerkkinä voin kertoa viime syksy, kun keskityttiin luonnollisesti konkreettisesti suomalaisiin yrityksiin täällä Kiinassa isona tärkeänä alueena ja kun matkustaminen alko onnistua, niin kysyttiin yrityksiltä mitä muuta kun webinaareja he tarvitsevat, kun [naurahdus] –

Ding Ma:

Nii, kyllä. [naurahtaen]

Eija Tynkkynen:

- päästään matkaan, nii he sitten sano, et kyl se olis hyvä, jos päästäs yhdessä esittelemään tarjoomaa.

Ja niin me nopeasti kehitettiin tämmönen paikalliset Kiinan delegaatio-matkat eri toimialayritysten kanssa. Meillä oli fokusproviisit ja fokuskaupungit, missä käytiin joko niin että meillä oli Shanghai pääkonsuli vetämässä ja Pekingin suurlähettiläs ja meillä oli myös erilaisia pienempiä ryhmiä ja mentiin toimialakohtasesti useampi yritys yhdessä. Kuitenkin me Suomen, virallinen Suomi eli Team Finland:n julkisen sektorin toimijoista joku mukana. Ja sillon ne ovet avautuu Kiinassa. Et tää on kuitenkin aika, arvovalta on tärkeetä ja näin päästiin kertomaan yhdessä suomalaisesta tarjoomasta ja sit jokainen yritys esittelemään ja saavat uusia kontakteja, koska vaikka yritys toimii jo Kiinassa, nii ei se kovin helppoa aina ole päästä yksin tapaamaan tärkeitä isoja asiakkaita mikäli ne ei oo jo omassa verkostossa.

Et juuri se näitten verkostojen hyödyntäminen on se paras ja niiden verkostojen kanssa toimiminen, mitä me voidaan yhteistyössä Team Finlandin kanssa tehdä. Ja aika mielenkiintoista, hieno asia on se myös, että meillä on ollut aika paljon tapahtumia, joissa myös suomalaiset yrityksen ja yritysten edustajat tapaavat toisiaan ja hekin löytää synergiaa, että eivät välttämättä tiennetkään toisistaan ja sekin on semmonen verkottaminen ja suomalaisten yritysten ja toimialan osaajien kanssa. Nii se on myös tärkee osa meidän työtä.

Ding Ma:

Hienoa kuulla näistä esimerkeistä ja varmasti se, että Team Finland verkosto tarjoaa oven avausta ja arvovaltapalveluita yrityksille, nii se on erityisen tärkeää Kiinassa, jossa tietyllä tavalla nää verkostot/quanxiit, niin niiden merkitys korostuu bisneskäynnissä. Vielä (-) [25:03] kysymys, konkreettinen kysymys, että yritys, pk-yritys, joka haluaa lähteä Kiinan markkinoille, niin kenen hänen kannattaa olla yhteydessä, oisko sinua Eija hyvä olla yhteydessä esimerkiksi?

Eija Tynkkynen:

No kyllä, mutta ihan meillä on Business Finlandissa Suomen päässäkin osaajia, että näin me sanotaan täällä Team Finland Kiinassa, et keneen tahansa meistä ketä ollaan täällä Team Finland verkostossa Kiinassa voi olla yhteydessä ja me linkitetään ja ohjataan sille taholle, joka pystyy parhaiten auttamaan tai joka meidän mielestä on se joka ois se ensimmäinen apu. Mutta totta kai meihin Business Finlandin Kiinaan suoraan tänne voi olla yhteydessä, et meidän, sekä minuun, mutta sanoisin että meidän tiimimme jäseniin keneen tahansa ja samoin meidän toimipisteessä Suomessa.

Kyllä sinne Business Finlandin ja myös vaikkapa sinun kauttakin löytyy verkostoja ja eri kaupunkien toimijoiden. Et meil on, me tehdään yhteistyötä, et Kiina on niin iso ja Suomessakin on paljon Kiina-suuntaan auttajia, jotta mekin toimitaan Suomessa esimerkiksi kaupunkien kanssa, vaikkapa bisnesalueen kehittäjien kanssa, niin (-) [27:25] suomalaisen kaupungin, että toivotaan että löytyy se tie, mutta aina kannattaa olla yhteydessä, että ei kannata jäädä miettimään, että pitäskö vaiko eikö, vaan kannattaa kysyä. Ja mikä myös on hyvä, niin toisten yritysten kanssa tekee Kiinan markkinaa. Kiinan kauppayhdistykset ja ne myös hyvä rajapinta, että siellä kuulee ja näkee ja saa tietoa. Että hankkia sitä tietoa ja sitten vaan lähteä tekemään. Että eihän se oo kun tekemistä vaille valmis, eik ni? [naurahtaa]

Ding Ma:

Just näin. Kiitos Eija näistä käytännönläheisestä näkemyksistä! Vielä ehkä viimeisenä kysymyksenä, niin olet tavannut ja seurannut paljon suomalaisia pk-yrityksiä ja heidän toimintansa Kiinassa vuosien varrella. Mitä yhdistäviä tekijöitä pk-yritysten menestystarinoilla Kiinassa on? Eli mikä on se salaisen konsepti?

Eija Tynkkynen:

No kyllä se salainen konsepti on se, että kun yritys on perehtynyt, alottanut, jokainen alottaa ensin alusta. Oli se Kiina tai muu markkina, että täytyy vaan selvittää ensin mitä teen, miksi teen ja mitä haluan tehdä ja laittaa tavoitteet riittävän korkealle kuitenkin. Ja kun löytyy riittävästi resursseja sekä henkilöresursseja että jonkin verran myös rahaa niin kyllä se menestystarina, niitä on mahdollista synnyttää ja aikaa tietenkin. Että askel kerrallaan. Ensimmäinen vaihe, toinen vaihe ja näin.

Meillä on oikeestaan vois sanoo, et se menestystarinoiden paikka täällä Kiinassa on tuolla Sanghaissa oleva Finzi eli meidän suomalaisille yrityksille on 15 vuotta on ollut palveluna paikka ja Finzi, sanotaan helposti voi avata, voi alottaa toiminnan Kiinassa ja Finzin kautta on Kiinaan tullut yli sata, tai Finzin asiakkaana on ollut yli satakolmekymmentä suomalaista yritystä ja tälläkin hetkellä siellä on mahdollista vaikkapa aloittaa virtuaalisesti toiminta, mutta meillä on siellä monta kymmentä yritystä, jotka joko vuokraa, ovat siellä, meillä on toimistotilaa siellä, mutta sieltä voi ottaa oman huoneen, mutta voi ottaa myös vaikkapa työpöydän ja hyödyntää niitä palveluita. Eli ei tarvitse muuta kuin tulla ja alottaa etsimään ja tekemään asiakkaita. Että Finzin kautta on kyllä moni suomalaisen yritys rakentanut sen ensimmäisen alun ja sen oman menestymisen Kiinassa.

Aika moni yritys, jotka on jatkanut Kiinassa, jotka on lähtenyt pois Finzistä, nii sano, et ainoo syy miks he ovat sieltä lähtenyt on se, että kun he ovat kasvaneet niin paljon, että Finzissä ei oo ollut niin paljon tilaa, että he on tarvinnut enemmän tilaa ja Finzi on myös siitä hyvä paikka, että sieltä voi toimia laillisesti ja ihan virallisesti koko Kiinan markkinalla. Et se ei tarkota, et siel toimittais vaan siellä Shanghaissa vaan sieltä käsin voi tehdä teknistä tukea yrityksille koko Kiinaan ja sillä on suomalainen toimija on, kun on tässä Finzin siipien olla, nii täysin laillisesti voi toimia Kiinassa. Ja samoin saa palveluita, ettei tarvi itse, voi ostaa palveluita, että ei tarvitse heti palkata kymmentä henkilöä hoitamaan toimiston taustatöitä, vaan pystyy keskittymään juuri sen oman liiketoiminnan ytimen kehittämiseen ja kasvamaan tällä tavalla markkinoilla.

Ja vertaistuki myös, se verkosto, kun siellä on muitakin yrityksiä, nii siinä mielessä tervetuloa ensin Finziin vaikka muutamaks kuukaudeks katsomaan mitä Kiina on ja sitten rakentamaan sitä liiketoimintaa, et meil on monia ihan pieniäkin yrityksiä, jotka on saaneet sitä kautta tuntuman markkinaan.

Ding Ma:

Mahtavaa eli kuuntelija, jos mielit Kiinan markkinoille, niin ainakin yksi varteenotettava vaihtoehto on Finzi, joka on voi toimia sinun kasvualustana siellä Kiinassa. Kiitos. Ja jakson loppuun vielä perinteiseen tapaan jakson sanonta.

Tähän neljänteen jaksoon ollaan valittu tällainen sanonta kun 孤雁难飞，孤掌难鸣. Suora käännös menisi näin, että hanhella on vaikeaa lähteä syysmuutolle yksin lentämällä ja yhdellä kämmenellä on vaikeaa saada aplodia aikaiseksi. Tällä haluamme kannustaa suomalaisia pk-yrityksiä hyödyntämään niin Team Finlandin, Business Finlandin, meidän Etelä-Karjalan liiton ja muiden julkisen sektorin toimijan tarjoamia palveluita ja yhtä lailla hyödyntämään yritysverkostojen kautta saattavilla olevaa vertaistukea. Yksin ei tarvitse lähteä Kiinaa valloittamaan!

Seuraavien jaksojen aikana pureudumme tarkemmin pk-yrityksen markkinoille menoon liittyviin toimintoihin, kuten miten löydetään luotettava yhteistyökumppanin Kiinassa, miten pystytetään tuotantoa Kiinassa, miten löydetään osaavia työvoimia Kiinassa.

Ota siis podcastimme tilaukseen Spotifyssä, Apple iTunesissa ja Google podcastissa. Luonnollisesti löydät kaikki jaksot myös Etelä-Karjalan liiton sivuilta www.ekarjala.fi.

Kiitos Eija ja oli hienoa saada sinut meille vieraaks tänään! Hyvät kuulijat, jätä meille palautettasi, mitä mieltä olet tästä jaksosta ja mitä toivot aiheeksi jatkossa.

Kiitos vielä podacastin mahdollistajille Etelä-Karjalan liitolle, Euroopan aluekehitysrahaston EAKR-rahoitusintrumentille sekä Lappeenrannan paikalliselle yritykselle VMH Productionsille teknisestä toteutuksesta.

[musiikkia]