



Kumppanuuksista kasvua – Hyvinvointi- ja terveysteknologia-alan yritysten kasvu- ja kansainvälistymiskartoitus

Niina Holappa
Prizztech Oy

Teknologian älykkäällä käyttöönotolla
uusia palveluinnovaatioita sote-alalle – TÄPS-hanke

Sisällysluettelo

1.	Kartoituksen tausta.....	3
2.	Vastaajien taustatiedot	3
3.	Yritysten kasvunäkymät kotimaan markkinoilla.....	4
4.	Yritysten kasvunäkymät kansainvälisillä markkinoilla	8
5.	Yhteenveto ja kehittämistarpeet.....	12
6.	Johtopäätökset	13
	Lähteet	14

1. Kartoituksen tausta

Hyvinvointi- ja terveysalan kasvumahdollisuudet erityisesti kansainvälisillä markkinoilla nähdään merkittävinä. Kasvupotentiaalia tunnistetaan olevan etenkin digitaalisissa palveluissa sekä hyvinvointi- ja terveysteknologia-alan ratkaisuihin. Hyvinvointi- ja terveysteknologia-alan kasvua vauhdittavat mm. väestön ikääntyminen, sosiaali- ja terveysalan tehostamis- ja kehittämistarpeet sekä teknologian nopea kehitystahti. (STM 2025a; STM 2025b; Hassinen n.d.)

Hyvinvointi- ja terveysteknologia-alan yritysten kasvu- ja kansainvälistymiskartoituksen tarkoituksena on luoda näkymää yritysten nykytilanteesta kotimaan markkinoilla sekä yritysten kansainvälistymisen tilanteesta ja tulevaisuuden suunnitelmista. Kartoitus toteutettiin kyselytutkimuksena.

Kysely kohdennettiin hyvinvointi- ja terveysteknologiahakemisto Wenlaan rekisteröityneille yrityksille sekä elinkeino- ja kehitysyhtiö Prizztech Oy:n palveluihin osallistuneille yrityksille. Kyselyn linkki toimitettiin sähköpostitse 126:lle vastaanottajalle. Kyselyn linkki lähetettiin yhdelle henkilölle yritystä kohden. Mikäli vastaanottaja ei ollut oikea henkilö vastaamaan kartoitukseen tai ei ehtinyt ajanpuutteen vuoksi vastata kyselyyn, toivottiin, että hän voisi välittää kyselyn kollegan täytettäväksi.

Hyvinvointi- ja terveysteknologiayritysten kasvu- ja kansainvälistymiskartoitus toteutettiin ajalla 3. – 23.6.2025. Kartoitukseen vastasi 35 vastaajaa, jolloin vastausprosentiksi muodostui 27,7 %.

Kartoitus jaettiin kahteen keskeiseen alueeseen. Ensimmäisessä osassa selvitettiin mm. yritysten näkemyksiä kasvusta, kasvua edistävästä tekijöistä ja kasvun esteistä kotimaan markkinoilla. Lisäksi vastaajilta kartoitettiin ehdotuksia teknologiayritysten toimintaedellytysten kehittämiseen. Toisessa osassa keskityttiin hyvinvointi- ja terveysteknologiayritysten kansainvälistymiseen liittyviin teemoihin. Vastaajilta selvitettiin yritysten kansainvälistymisen tilannetta, kansainvälistymissuunnitelmia sekä näkemyksiä kansainvälistymistä edistävästä ja hidastavista tekijöistä. Vastaajilta kartoitettiin myös, miten yritysten kansainvälisen kasvun edellytyksiä voitaisiin kehittää.

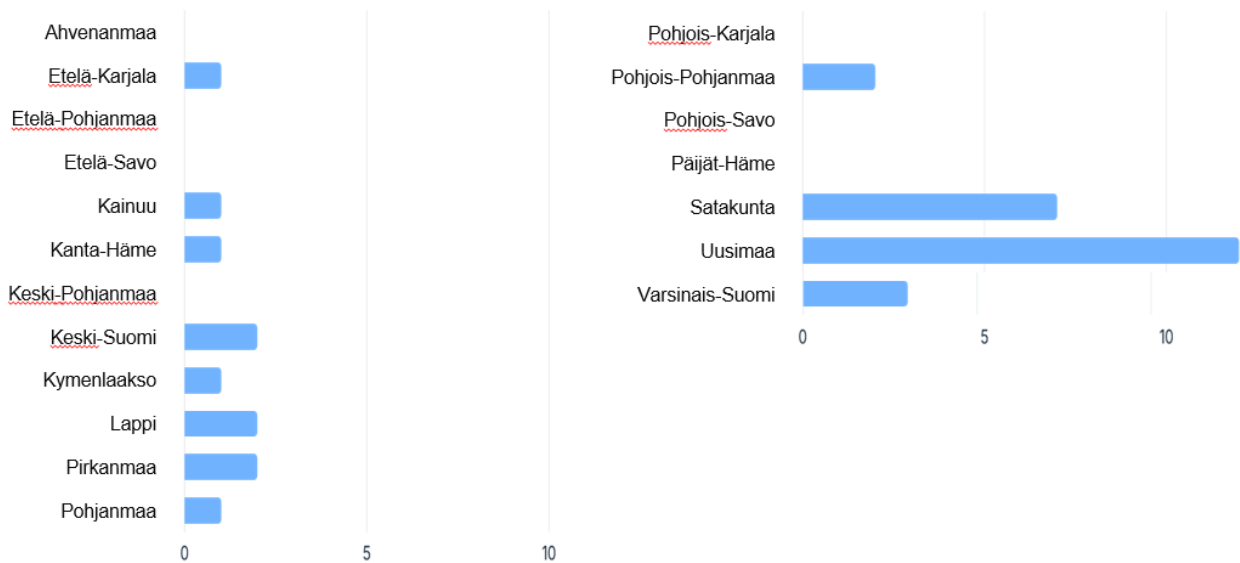
Kartoitus toteutettiin osana Teknologian älykkäällä käyttöönotolla uusia palveluinnovaatioita sote-alalle – TÄPS-hanketta. Hankkeen toteutuksesta vastasivat Prizztech Oy ja Satakunnan ammattikorkeakoulu. Kasvu- ja kansainvälistymiskartoitus tehtiin osana Prizztech Oy:n osahanketta. TÄPS-hanke toteutettiin Satakuntaliiton myöntämällä Alueiden kestävän kasvun ja elinvoiman tukeminen (AKKE) -rahoituksella.

2. Vastaajien taustatiedot

Kasvu- ja kansainvälistymiskartoituksen aluksi vastaajilta kysyttiin taustatietoina yrityksen kokoluokkaa, perustamisvuotta sekä sijaintimaakuntaa. Vastaajista 21 ilmoitti edustavansa mikroyrityksiä, 11 pieniä yrityksiä, 1 keskikokoista yritystä ja 2 suuryritystä. Yrityksistä viisi on perustettu ennen 2000-lukua, viisi 2000-luvulla, kuusitoista 2010-luvulla ja yhdeksän 2020-luvulla.

Yrityksistä 12 sijaitsi Uudellamaalla, 7 Satakunnassa, 3 Varsinais-Suomessa, 2 Keski-Suomessa, 2 Lapissa, 2 Pirkanmaalla ja 2 Pohjois-Pohjanmaalla. Lisäksi kustakin seuraavista maakunnista

oli vastaajien joukossa yksi yrityksen edustaja: Etelä-Karjala, Kainuu, Kanta-Häme, Kymenlaakso ja Pohjanmaa.



Taulukko 1. Kartoitukseen osallistuneiden yritysten kotipaikkojen sijaintimaakunnat.

Vastaajista 17 kertoi edustavansa yrityksen tuottavan hyvinvointiteknologiapalveluja, 4 terveys-tekniologiapalveluja, 3 sekä hyvinvointiteknologia- että terveysteknologiapalveluja ja 11 oli valinnut Joku muu -vaihtoehdon. Nämä yritykset kertoivat tuottavansa mm. tekoälypalveluja, sosiaali-tekniologiaa, apuvälineitä, lääkehuollon kalusteita, koulutustekniologiaa, viestintäpalveluja sekä IT-järjestelmien tietoturvapalveluja.

Yrityksistä 11 kertoi pääasiallisen asiakas- ja ostajasegmentin olevan julkisella sote-sektorilla ja 15 sekä julkisella sote-sektorilla että yksityisellä ja kolmannella sote-sektorilla. Vastaajista 5 kertoi tuottavansa palveluja pääasiassa sekä julkiselle, yksityiselle, kolmannelle sote-sektorille että kuluttajamarkkinalle. Vastaajista 2 kertoi tuottavansa palveluja pääasiassa yksityiselle ja kolmannelle sote-sektorille ja 2 vastaajaa oli valinnut Joku muu -vaihtoehdon. Joku muu -vaihtoehdon valinneet tarkensivat avoimissa vastauksissa tuotteiden ja palveluiden kohderyhmäksi terveydenhuollon tietojärjestelmätoimittajat, tutkimuslaitokset sekä julkiset koulutuksen järjestäjät.

3. Yritysten kasvunäkymät kotimaan markkinoilla

Yrityksistä 29 kertoi tavoittelevansa kasvua sekä kotimaan markkinoilla että kansainvälisillä markkinoilla, 5 kotimaan markkinoilla ja 1 kansainvälisillä markkinoilla.

Vastaajilta tiedusteltiin merkittävimpiä kasvua edistäviä tekijöitä kotimaan markkinoilla. Vastaajat arvioivat merkittävimiksi tekijöiksi Hyvinvointialueiden toimintojen ja palveluiden digitalisoinnin ja teknologistumisen potentiaalin (n=23), Osaamisen (organisaation oma henkilöstö ja ulkopuoliset kumppanit) (n=17), Markkinan kehittymisen teknologiamyönteisempään suuntaan (n=15), Uudet tuote- ja palveluideat (n=13), Tuotteiden tunnettuutta tukevat palvelut (tilaisuudet,

tapahtumat, messut, hyvinvointi- ja terveysteknologiahakemisto Wenla) (n=13), Rahoitusmahdollisuudet (n=11) ja Ministeriöiden ohjauksen ja lainsäädäntötyön (n=11).

Myös seuraavat kotimaan markkinoilla kasvua tukevat tekijät nähtiin tärkeiksi: Tuotekehitystä tukevat palvelut (testbedit, pilotoinnit, kehittämisprojektit, elinkeino- ja kehitysyhtiöiden sekä oppilaitosten ja korkeakoulujen palvelut) (n=10), Uudet teknologiat (esimerkiksi tekoäly) (n=10), Hyvinvointialueiden toiminnan käynnistyminen (yhteneväisempi asiakasryhmä) (n=10), Julkiset hankinnat ja markkinavuoropuhelu (n=10) ja Tutkimusyhteistyö korkeakoulujen kanssa (n=8). Joillekin yrityksille Käyttäjien digiosaamisen vahvistuminen ja myönteinen asenne (n=6) sekä Kuluttajamarkkinan kehittyminen (n=3) ovat kasvua tukevia tekijöitä. Joku muu -vaihtoehdossa tuotiin esille, että uusien teknologioiden tuomista mahdollisuuksista työn tehostamiseen ja säästöjen saavuttamiseen tulisi viestiä enemmän. Taulukossa 2. on kuvattuna merkittävimmiksi koetut yritysten kotimaan kasvua tukevat tekijät.



Taulukko 2. Merkittävimmät kasvua edistävät tekijät kotimaan markkinoilla.

Alla on nostoina esitetty kotimaan kasvuun liittyviä avoimia palautteita:

”Meille ratkaisevia kasvupotentiaalin tekijöitä on pienempänä yrityksenä tunnettuutta mahdollistavat tekijät sekä hyvinvointialueiden muutospain digitalisoida toimintaansa asiakaslähtöisesti.”

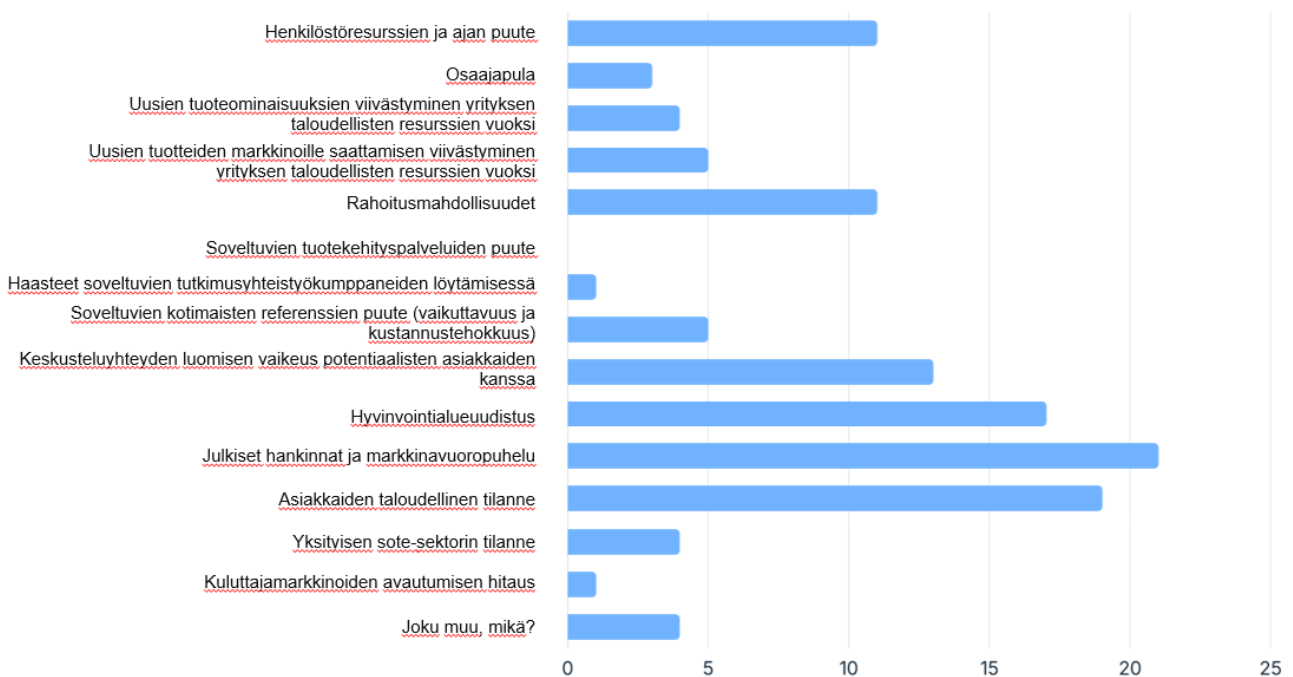
”Teknologiamyönteinen ilmapiiri ja markkinan kehittyminen ovat keskeisiä, jotta uusia ratkaisuja voidaan ottaa käyttöön sujuvasti. Erityisesti hyvinvointialueiden valmius kokeilla ja skaalata digitaalisia palveluja ratkaisee, pääsevätkö toimiviksi todetut innovaatiot laajempaan käyttöön. Tärkeää on myös, että hankintakriteerit tukevat vaikuttavuutta, eivätkä pelkkää halvinta hintaa.”

”Että digitaalisuus otetaan oikeasti käyttöön hyvinvointialueilla, ei pelkästään puheen / lupauksen tasolla.”

Vastaajilta selvitettiin myös merkittävimpiä kasvun esteitä kotimaan markkinoilla. Merkittävimmiksi esteiksi koettiin Julkiset hankinnat ja markkinavuoropuhelu (n=21), Asiakkaiden taloudellinen tilanne (n=19), Hyvinvointialueuudistus (n=17), Keskusteluyhteyden luomisen vaikeus potentiaalisen asiakkaan kanssa (n=13), Henkilöstöresurssien ja ajan puute (n=11) ja Rahoitusmahdollisuuksien puute (n=11).

Muutamille yrityksille kotimaassa tapahtuvan kasvun esteiksi ovat muodostuneet seuraavat tekijät: Uusien tuotteiden markkinoille saattamisen viivästyminen yrityksen taloudellisten resurssien vuoksi (n=5), Soveltuvien kotimaisten referenssien puute (vaikuttavuus ja kustannustehokkuus) (n=5), Uusien tuoteominaisuuksien viivästyminen yrityksen taloudellisten resurssien vuoksi (n=4), Yksityisen sote-sektorin tilanne (n=4) ja Osaajapula (n=3). Yksittäiset vastaajat kokivat kasvun esteiksi Haasteet soveltuvien tutkimusyhteistyökumppaneiden löytämisessä (n=1) ja Kuluttajamarkkinoiden avautumisen hitaus (n=1).

Tuloksista käy ilmi, että yksikään vastaajista ei kokenut yritykselle soveltuvista tuotekehityspalveluista olevan puutetta. Taulukossa 3. kuvataan yritysten kokemat merkittävimmät kasvun esteet.



Taulukko 3. Merkittävimmät kasvun esteet kotimaan markkinoilla.

Joku muu, mikä? -valinnan valinneet tarkensivat kasvun esteiksi seuraavia tekijöitä:

”Päätöksenteko on viety liian ylös myös pienissä hankinnoissa.”

”Ulkopuolisen tuotekehityspalvelun hinta vs tuotemyyntihinta ja MDR”

”Uusien tuotteiden markkinoille saattamisen viivästyminen”

”Markkinoinnin eettisyysaasteet”

Avoimissa palautteissa yritykset tarkensivat kotimaan markkinoilla kasvamisen esteisiin liittyviä näkökulmiaan mm. seuraavasti:

”Haastavinta on yhteyden saaminen tässä maailmassa ja ajassa oikeisiin päättäjiin ja vaikuttajiin - siksi eri kanavat ja vaikuttavat kanavat ovat tuiki tärkeitä. Myös taloudellinen tilanne haastaa kaikkea, joka toki näkyy kaikkien kolmen sektorin toimissa, vaikka kyseessä onkin meidän kohdallamme ratkaisu, joka nimenomaan helpottaa tässäkin tilanteessa oikein kohdentuvien ja vaikuttavien palveluiden.”

”Kasvua rajoittaa erityisesti se, että potentiaaliin asiakkaisiin – kuten hyvinvointialueisiin – on vaikea saada suoraa keskusteluyhteyttä. Julkisten hankintojen prosessit ovat hitaita ja harvoin soveltuvat uusien ratkaisujen pilotointiin tai skaalaamiseen. Teknologiayrityksen näkökulmasta markkinavuoropuhelu on usein yksisuuntaista, eikä yhteiskehittämistä tai kokeiluja tueta riittävästi.”

Vastaajilta kysyttiin, miten teknologiayritysten toimintaedellytyksiä voitaisiin kehittää kotimaan markkinoilla. Avoimia palautteita saatiin runsaasti. Niissä ehdotettiin mm. yhteisiä tapahtumia yritysten ja päättäjien välille, kokeilevampaa ja ratkaisukeskeisempää yhteistyötä toimittajien ja tilaajien välille, hankintojen nopeuttamista ja keventämistä, julkisten hankintojen kehittämistä innovatiivisempaan suuntaan, innovaatio-ostamista, kotimaisten tuotteiden suosimista, mahdollisuuksia suoraan hankintoihin (ohi inhouse-yhtiöiden) sekä hankintatoimistojen ja tietojohdamisen osaamisen kehittämistä.

Avoimissa palautteissa pohdittiin asiakkaiden, erityisesti hyvinvointialueiden, taloudellisen tilanteen negatiivista vaikutusta yritysten kasvuun, pilottien rahoitusmahdollisuuksia ja pilottien kehittämistä kohti vaikuttavuusinvestointeja. Lisäksi kommentteissa nousi esille rahoitusinstrumenttien puute kotimaan markkinoilta kasvua hakeville yrityksille sekä kiinnitettiin huomioita toimialaan liittyvään sääntelyyn ja sen toteutukseen.

Yritykset näkivät tärkeiksi yhteistyön lisääminen ministeriöiden kanssa. Myös päättäjille tulisi viestiä entistä enemmän teknologioiden tuottamista hyödyistä. Vastauksissa toivottiin päättäjien positiivisen teknologiapuheen lisäämistä, vastakkainasettelun vähentämistä teknologian ja ihmisen välillä sekä teknologian ottamista osaksi hoitajamitoitusta.

Alla on kuvattuna nostoina yritysten edustajien kommentteja toimintaedellytysten kehittämiseen liittyen.

”Luoda toimivia ja löydettäviä yhteisiä kanavia sekä tapahtumia - satsaten myös olemassa oleviin, jotka tuovat ratkaisut lähemmäksi heitä, jotka niitä etsivät omiin toimintoihinsa myös taloudellinen säästö huomioiden.”

”Teknologiayritysten toimintaedellytyksiä voitaisiin parantaa madaltamalla kynnystä päästä keskusteluyhteyteen hyvinvointialueiden ja muiden julkisten toimijoiden kanssa. Lisäksi tarvitaan ketterämpiä pilotointi- ja hankintamalleja, joissa painotetaan vaikuttavuutta, ei pelkkää hintaa. Yhteistyötä tulisi edistää konkreettisilla markkinavuoropuheluilla ja valmiilla kokeiluympäristöillä.”

”Teknologiavalmiuksien kehittyminen pikkuhiljaa edistää edellytyksiä, mutta valitettavasti teknologiayritykset eivät pääse pakoon haasteellista taloudellista tilannetta. Jos tuotettu palvelu ei ole elämää ylläpitävää tai potilas- ja asiakasturvallisuuteen vaikuttavaa palvelua, arvo on tässä markkinatilanteessa erittäin haastavaa saada kirkastettua mahdollisille asiakkaille.”

“I believe it would be easier if organizations or hyvinvointialueet could be funded to try out things that could improve and increase effectivity in their work.”

”Mielestäni julkisten organisaatioiden pilotteja tulisi kehittää vaikuttavuusinvestointisuuntaan. Eli pilottien rahan tulisi perustua tuloksiin ja toisaalta pilotin onnistuessa käyttöä tulisi jatkaa tai laajentaa ennalta sovitulla tavalla. Pilotti jää liian usein lyhyeksi kokeiluksi, vaikka tuloksia saataisiinkin.”

”Kotimaan markkinoista kasvua hakevien yritysten tutkimusta ja tuotekehitystä tukevien hankkeiden ja instrumenttien puute (Business Finlandin ohjelmat on kaikki suunnattu viennistä kasvua hakeville yrityksille).”

”Suomi on usein aloitteellinen edelläkävijä ottamassa tiukimman mukaan uusia sääntöjä, sääntelyä ja rajoituksia käyttöön. Tämä ei kaikessa ole eduksi, jotta yrityksen olisi kannattavaa toimia Suomessa ja Suomesta. Osaamista meillä kyllä on.”

”Yhtenäistämällä etenkin DPA-prosesseja. Jokaisella julkisella toimijalla ei välttämättä tarvitsisi olla omaa ”sisäistä viranomaista” joka käy erikseen läpi hankittavan ohjelmiston ja siihen liittyvät tietosuoja-asiat, kun taas-yhtiön näkökulmasta tietosuoja-asiat ovat esimerkiksi hyvinvointialueiden kannalta täysin yhtenäisiä.”

”Saattamalla pienet osaajat yhteen isompien yritysten kanssa. Hyvinvointialueiden puutteellisen tietojohdamisen kehittäminen ennakoivampaan suuntaan.”

”Kansalliset digihankkeet pitäisi kohdistua vain alustojen mahdollistamiseen.”

”Asiakkuuksien saaminen kotimaiselta sote-sektorilta luo pohjan kasvuille, rahoitusresursseille sekä kansainvälistymiselle. Hyvät uudet ratkaisut hyödyttävät myös sote-sektoria.”

4. Yritysten kasvunäkymät kansainvälisillä markkinoilla

Kartoituksen vastaajilta tiedusteltiin heidän organisaationsa kansainvälistymisen tilannetta. Vastaajista 12 kertoi edustamaallaan yrityksellä olevan jo kansainvälistä liiketoimintaa. Vastaajista 3 oli valinnut vaihtoehtoista, että yrityksellä on kansainvälistä liiketoimintaa, yrityksessä tehdään parhaillaan kansainvälistymissuunnitelmaa ja yritys on kiinnostunut kansainvälistymismahdollisuuksista. Vastaajista 1 oli valinnut vaihtoehtoista, että yrityksellä on kansainvälistä liiketoimintaa ja yritys on kiinnostunut kansainvälistymismahdollisuuksista. 5 yrityksen edustajaa vahvisti, että yrityksessä tehdään parhaillaan kansainvälistymissuunnitelmaa. 1 vastaaja oli valinnut, että yrityksessä tehdään parhaillaan kansainvälistymissuunnitelmaa ja yritys on kiinnostunut kansainvälistymisestä. 9 yritystä kertoi olevansa kiinnostunut kansainvälistymismahdollisuuksista. Vastaajista 2 arvioi, että kansainvälistyminen ei ole heille parhaillaan ajankohtaista ja 2 ei ottanut kantaa.

Jo kansainvälistyneiltä yrityksiltä tiedusteltiin, missä heillä on kansainvälistä liiketoimintaa. Vastauksissa esille nousivat mm. Pohjoismaat, Hollanti, Saksa, Ranska, Espanja, Viro, UK, Sveitsi, Yhdysvallat, Kanada, Australia, Uusi-Seelanti, Japani ja Vietnam. Vastausten mukaan kohdemaissa kohdataan samanlaisia haasteita kuin Suomessa. Näitä haasteita ovat mm. väestön ikääntyminen, hoitajapula ja tarve kustannustehokkaalle teknologialle. Perusteiksi kyseisiin kohdemiin päätymiselle mainitaan myös, että kyseessä on hyvin samankaltainen yhteiskunta ja lainsäädäntö. Vastauksissa nostetaan lisäksi esille sopivien kumppaneiden löytäminen, hyvin toimivat verkostot, teknologisen kehittyneisyyden taso ja se, että kohdemaan markkinoilta löytyy jo vastaavantyyppisiä tuotteita.

Vastaavasti kansainvälistymistä suunnittelevia yrityksiä kiinnostavat kohdemaista ja -alueina mm. Pohjoismaat, Baltian maat, UK, Hollanti, Saksa, Yhdysvallat, Aasian maat, Kiina ja Japani sekä Lähi-Itä. Kansainvälistymistä suunnittelevat yritykset painottavat samanlaista kulttuuria, myönteisyyttä digitaalisiin ratkaisuihin sekä lisääntyvää ikääntyneiden määrää ja skaalautumisen mahdollisuuksia. Vastauksissa todetaan, että korkean teknologian länsimaat kiinnostavat suurten työntekijäkustannusten ja niistä syntyvän säästöpotentiaalin vuoksi. Yrityksissä koetaan, että näissä maissa teknologiaa otetaan helpommin käyttöön. Myös toimivat verkostot ja tiedossa olevat myyntiedustajat tukevat kansainvälistymistä.

Vastaajayrityksistä 13 hakee kansainvälistä kasvua yksittäisellä tuotteella tai palvelulla, 5 useilla tuotteilla tai palveluilla ja 12 koko tuotevalikoimalla. 5 vastaajaa ei ottanut kantaa.

Merkittävimmit kansainvälistä kasvua tukeviksi tekijöiksi vastaajat kertovat Kansainväliset verkostot ja kontaktit (n=22), Julkiset kansainvälistymispalvelut (mm. Business Finland) (n=20), Rahoitusmahdollisuudet (n=17) ja Markkinatieto kohdemaista (n= 17). Kansainvälistä kasvua tukeviksi tekijöiksi tunnistetaan myös Suomalainen teknologiaosaaminen (n=12), Markkinan kehittyminen teknologiamyönteisempään suuntaan (n=10) sekä Kansainväliset testbed-palvelut (n=5).

Alla olevassa Taulukossa 4. kuvataan tarkemmin yritysten kansainvälistymistä tukevia tekijöitä. Lisäksi Joku muu -vaihtoehdossa vastaajat nostivat esille myyntityön tärkeyden sekä kumppanuudet tutkimusorganisaatioiden kanssa.



Taulukko 4. Merkittävimmät kansainvälistymistä tukevat tekijät.

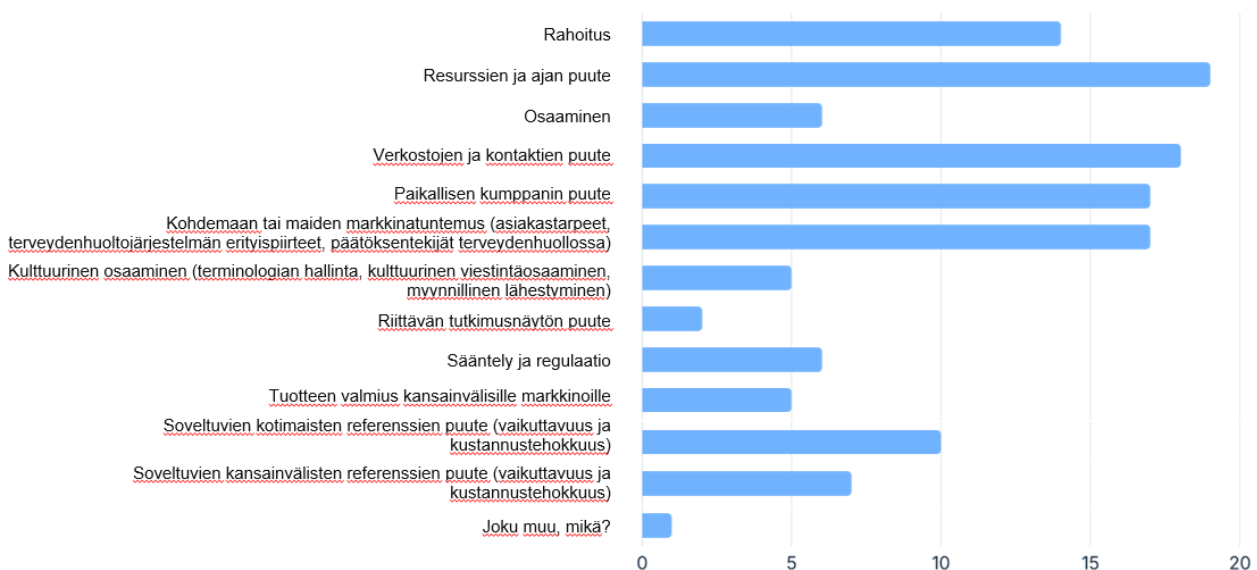
Avoimissa palautteissa yritysten edustajat kertoivat toivovansa lisää kansainvälisiä tapahtumia, joihin tuotteita olisi mahdollista päästä esittelemään. Palautteissa toivottiin omaa

rahoitusinstrumenttia kasvuhakuisille mikroyrityksille, sillä nykyisistä Business Finlandin ja ELY-keskusten palveluvalikoimista ei löydy mikroyrityksille suunnattua kansainväliseen kasvuun tähtäävää rahoitusinstrumenttia. Lisäksi avoimissa palautteissa painotettiin kansainvälisten kumppanuuksien merkitystä kansainvälisen liiketoiminnan kehittämisessä.

”Kansainväliset verkostot ja kontaktit ovat kriittisiä skaalautumisen kannalta – erityisesti terveys- ja hoivateknologian alalla, jossa luottamus ja referenssit painavat paljon. Pääsy osaksi oikeita verkostoja ja kontaktien luominen paikallisiin asiantuntijoihin, jakelijoihin ja päätöksentekijöihin voisi merkittävästi nopeuttaa kasvua ja kumppanuuksien syntyä.”

Merkittävimmiksi kansainvälistymisen esteiksi vastaajat kertovat Resurssien ja ajan puutteen (n=19), Verkostojen ja kontaktien puutteen (n=18), Paikallisen kumppanin puutteen (n=17), Kohdemaan tai maiden markkinatuntemuksen (asiakastarpeet, terveydenhuoltojärjestelmän erityispiirteet, päätöksentekijät terveydenhuollossa) (n=17), Rahoituksen (n=14) ja Soveltuvien kotimaisten referenssien puutteen (vaikuttavuus ja kustannustehokkuus) (n=10).

Muiksi kansainvälistymisen esteiksi todetaan Soveltuvien kansainvälisten referenssien puute (vaikuttavuus ja kustannustehokkuus) (n=7), Osaaminen (n=6), Sääntely ja regulaatio (n=6), Kulttuurinen osaaminen (terminologian hallinta, kulttuurinen viestintäosaaminen, myynnillinen lähestyminen) (n=5), Tuotteen valmius kansainvälisille markkinoille (n=5) ja Riittävän tutkimusnäytön puute (n=2). Joku muu -vaihtoehdossa esille nostetaan Kielen osaaminen (n=1). Alla olevassa taulukossa on kuvattuna tarkemmin yritysten kokemat merkittävimmät kansainvälistymisen esteet.



Taulukko 5. Merkittävimmät kansainvälistymisen esteet.

Avoimissa palautteissa tarkennettiin, että rahoituksen ja henkilöstöresurssien rajallisuus hidastavat etenemistä, vaikka kiinnostusta ja pilottikokemuksia on jo useista maista.

Yritysten edustajilta kartoitettiin, miten teknologiayritysten kansainvälisen kasvun edellytyksiä voitaisiin kehittää. Vastaajien mukaan kansainvälisen kasvun edellytyksiä voitaisiin parantaa helpottamalla ja lisäämällä kansainväliseen kasvuun kohdennetun rahoituksen saatavuutta sekä kansainvälistymiseen liittyviä matkoja ja teknologioiden esittelytilaisuuksia. Business Finlandin ja

suurlähetystöjen palvelut koettiin tärkeiksi (paikallisten edustajien ovenavauspalvelut). Vastaa- jien mukaan teknologiayritysten kansainvälistä kasvua voitaisiin tukea vahvistamalla verkostoja, tarjoamalla konkreettista tukea markkinoille pääsyyn (esimerkiksi paikalliset kumppanit ja jakelu- kanavat) ja edistämällä referenssien saamista varhaisessa vaiheessa. Myös yhteiskehittämistä kohdemaan toimijoiden kanssa tulisi edistää.

Vastauksissa toivottiin vientiosaamiseen liittyvää koulutusta sekä tiedon ja kokemusten jaka- mista ja viestintävalmiuteen tähtääviä hankkeita. Myös myyntiosaamisen kehittäminen nähtiin tärkeäksi. Lisäksi vastauksissa toivottiin käyttöön yhteistä, EU-tasosta teknologioiden vaikutta- vuuden arviointikehikkoa, kuten Suomessa FinCCHTA:n tuottama Digi-HTA. Myös hyvinvointi- ja terveysteknologiahakemisto Wenlan kaltaiselle ratkaisuille nähtiin mahdollisuuksia terveystek- nologian viennin tukena.

Palautteissa otettiin kantaa siihen, että kotimaan markkinan toimivuudella on tärkeä merkitys yri- tysten kasvuun ja kansainvälistymiseen. Yritykset kokevat tarvitsevänsä hyviä kotimaisia asiak- kuuksia ja referenssejä kansainvälisen kasvun tueksi. Vahvan ja nopean kotimarkkinan rakenta- misen koettaisiin tukevan yritysten edelläkävijyyttä kansainvälisessä kilpailussa.

Vastaajilta kartoitettiin, millaista tukea tai tietoa he toivoisivat kansainvälistymisen tueksi. Vas- tauksissa korostuivat erityisesti Kohdemarkkinakontaktit (n=15), Tietoa eri maiden markkinoista (n=14), Tietoa kansainvälisistä verkostoista (n=10) ja Tietoa rahoitusmahdollisuuksista (n=10). Näiden lisäksi kaivattiin Tietoa kansainvälisistä testbed-toimijoista (n=5), Ryhmävalmennuksia kansainvälistymistä suunnitteleville yrityksille (n=5), Organisaatiokohtaista kansainvälistymispro- jektia (n=5), Infotilaisuuksia (n=4) ja Webinaareja muiden yritysten kansainvälistymiskokemuk- sista (n=3). (Kysymyksen asetuksia muokattiin vastausaikana, sillä alkuperäinen versio mahdol- listi virheellisesti vain yhden vaihtoehdon valinnan.).



Taulukko 6. Yritysten toivoma tuki kansainvälistymisen edistämiseen.

Avoimissa palautteissa kommentoitiin usean vaihtoehdoista kiinnostavan (mm. Tietoa eri kohde- maiden markkinoista, Kohdemarkkinakontaktit ja Tietoja kansainvälisistä testbed-toimijoista). Lisäksi avoimissa palautteissa toivottiin mahdollisuutta osallistua kansainvälisille messuille tai tapahtumiin seurueen osana. Kansainvälisten verkostojen hyödyntämistä pidettiin erittäin merkit- tävänä.

Alla on vastaajien täydentäviä kommentteja kansainvälistymisen edistämiseen liittyen.

”Kansainväliset verkostot ovat avainasemassa, mutta niiden löytyminen ilman paikallista kumppania on haastavaa. Olisi hyödyllistä saada tukea konkreettisten yhteyksien luomiseen, erityisesti sosiaali- ja terveydenhuollon sektorilla toimivien kumppaneiden ja pilottitoimijoiden suuntaan.”

”Ylipäättään verkoston luominen kv markkinoille helpommin, nopeammin ja tuettuna.”

Kartoituksen päätteeksi vastaajilta kysyttiin toiveita tai yhteistyöehdotuksia kasvu- ja kansainvälistymisteemaan liittyen. Vastauksissa toivottiin lisää tapahtumia ja webinaareja, joissa ratkaisuja pääsisi esittelemään päättäjille. Lisäksi toivottiin erilaisia yhteistyömahdollisuuksia ja -kumppaneita, jotka mahdollistaisivat sujuvan markkinoille pääsyn. Palautteissa toivottiin myös mahdollisuuksia osallistua sellaisiin kansainvälistymishankkeisiin, jotka mahdollistaisivat uusien verkostojen ja pilottikohteiden löytämisen Euroopasta. Yritykset toivoivat kansainvälistymistä edistävän rahoituksen saamisen helpottuvan.

5. Yhteenveto ja kehittämistarpeet

Kartoituksessa tarkasteltiin yritysten näkemyksiä kasvusta niin kotimaan markkinoilla kuin kansainvälisillä markkinoilla. Kotimaan markkinoiden osalta keskeisimpinä kasvun mahdollisuuksina pidettiin Hyvinvointialueiden toimintojen ja palveluiden digitalisoinnin ja teknologistumisen potentiaalia (n=23), Osaamista (organisaation oma henkilöstö ja ulkopuoliset kumppanit) (n=17), Markkinan kehittymistä teknologiamyönteisempään suuntaan (n=15), Uusia tuote- ja palveluidetoita (n=13) ja Tuotteiden tunnettuutta tukevia palveluja (tilaisuudet, tapahtumat, messut, hyvinvointi- ja terveysteknologiahakemisto Wenla) (n=13).

Merkittävimmiä esteiksi koettiin Julkiset hankinnat ja markkinavuoropuhelu (n=21), Asiakkaiden taloudellinen tilanne (n=19), Hyvinvointialueuudistus (n=17), Keskusteluyhteyden luomisen vaikeus potentiaalisen asiakkaan kanssa (n=13), Henkilöstöressurssien ja ajan puute (n=11) ja Rahoitusmahdollisuuksien puute (n=11).

Teknologiayritysten kotimaan markkinoilla tapahtuvan kasvun tueksi kaivattiin mm. tiiviimpää yhteistyötä yritysten ja päättäjien välille (esimerkiksi tuotteiden esittelymahdollisuuksia, innovointiyhteistyötä ja pilottien rahoitusmahdollisuuksia), hankintaprosessien kehittämistä sekä rahoituksen saatavuuden parantamista kotimaan markkinoilta kasvua hakeville yrityksille. Lisäksi yritykset toivoivat yhteistyön lisäämistä ministeriöiden kanssa ja positiivista teknologiapuhetta. Huolta yritysten keskuudessa aiheuttaa erityisesti hyvinvointialueiden taloudellinen tilanne, mikä myös heijastuu suoraan hyvinvointi- ja terveysteknologiayritysten liiketoimintaan ja toimintaedellytyksiin.

Vaikka vastaajien enemmistö edusti mikroyrityksiä, oli tulosten perusteella havaittavissa, että lähes kaikilla yrityksillä oli jo joko olemassa olevaa kansainvälistä liiketoimintaa tai vahvaa kiinnostusta kansainväliseen kasvuun yrityskoosta riippumatta. Kansainvälistä kasvua tukeviksi tekijöiksi nähtiin Kansainväliset verkostot ja kontaktit (n=22), Julkiset kansainvälistymispalvelut (mm. Business Finland) (n=20), Rahoitusmahdollisuudet (n=17) ja Markkinatieto kohdemaista (n= 17).

Kansainvälisen kasvun keskeisimmiksi esteiksi puolestaan todettiin Resurssien ja ajan puute (n=19), Verkostojen ja kontaktien puute (n=18), Paikallisen kumppanin puute (n=17), Kohdemaan tai maiden markkinatuntemus (asiakastarpeet, terveydenhuoltojärjestelmän erityispiirteet, pää-töksentekijät terveydenhuollossa) (n=17) ja Rahoitus (n=14).

Saatujen tulosten perusteella yritykset pitivät keskeisenä löytää ja muodostaa toimivia kumppanuuksia, verkostoja ja jakelukanavia kansainvälisiltä markkinoilta. Yhteistyötahojen löytämisen tueksi toivottiin yhteisiä konkreettisia toimenpiteitä ja palveluja. Vastaajat toivoivat tietoa eri maiden markkinoista sekä kansainvälistymistä tukevista rahoitusmahdollisuuksista. Avoimissa palautteissa nousi esille erityisesti mikroyritysten halukkuus kansainvälistymiseen, mutta samalla myös soveltuvien, kansainvälistymistä tukevien rahoitusinstrumenttien puute. Vastaajat toivoivat vientiosaamiseen liittyvää koulutusta sekä tiedon ja kokemusten jakamista. Varhaisten referenssien saamista ja yhteiskehittämisen mahdollisuuksia kohdemaassa pidettiin tärkeinä kansainvälistymisen alkuvaiheessa.

Hyvinvointi- ja terveysteknologiayritysten mukaan myös kotimaan markkinan toimivuudella on merkittävää vaikutusta yritysten kasvuun ja kansainvälistymiseen. Yritykset kokevat tarvitsevansa hyviä kotimaisia asiakkuuksia ja referenssejä kansainvälisen kasvun tueksi. Vahvan ja nopean kotimarkkinan rakentamisen koettaisiin tukevan yritysten edelläkävijyyttä kansainvälisessä kilpailussa.

6. Johtopäätökset

Kasvu- ja kansainvälistymiskartoituksen vastaajajoukko oli pieni, mutta saadut tulokset osoittavat kotimaan markkinoiden toimivan toivottua heikommin erityisesti hyvinvointialueiden taloudellisen tilanteen vuoksi. Useissa kommentteissa toivottiin nykyistä tiiviimpää keskusteluyhteyttä ja monipuolisempaa yhteistyötä potentiaalisten asiakkaiden kanssa. Kotimaan markkinoiden merkitys nähtiin tärkeänä uusien tuote- ja palveluinnovaatioiden sekä kasvun ja kansainvälistymisen lähtökohtana. Kotimaan markkinoiden toimivuuteen ja ketteryyteen tulisikin kiinnittää jatkossa erityistä huomiota.

Tulosten perusteella voidaan todeta, että kansainvälistyminen kiinnostaa laajasti yrityksiä hyvinvointi- ja terveysteknologia-alalla. Kartoitus toi näkyväksi erityisesti mikroyritysten kiinnostuksen kansainvälistymiseen, mutta osoitti samalla mikroyritysten olevan väliinputoajia julkisten kansainvälistymis- ja rahoituspalveluiden kohderyhmässä. Kotimaan markkinoiden toimiessa heikosti olisi tärkeää tuottaa uusia rahoitusinstrumentteja ja välineitä mikroyritysten liiketoiminnan kansainvälisen kasvun tueksi. Mikroyritysten kasvupalveluihin tulisi kiinnittää huomiota, jotta jo markkinoilla toimivia yrityksiä ja niiden innovaatioita ei menetä vaikeassa markkinatilanteessa, vaan alalle saadaan uusia kansainvälistyviä kasvuyrityksiä olemassa olevasta yritysjoukosta.

Hyvinvointi- ja terveysteknologia-alan kasvun edistäminen edellyttää tiivistä vuoropuhelua alan yritysten, sote-sektorin toimijoiden, päättäjien, kehittämistoimijoiden, ministeriöiden ja rahoittajien välillä. Kasvun luomiseksi tarvitaan ennakoluulotonta ja rohkeaa yhteistyötä, yritysmyönteistä ilmapiiriä sekä uusia, innovatiivisia toimintamalleja, rahoitusratkaisuja ja palveluja. Hyvinvointi- ja terveysteknologia-alan yritys kentästä löytyy kasvupotentiaalia ja -halukkuutta.

Lähteet

Hassinen, S. n.d. Teknologia terveyden edistäjäksi. Kansanterveys. <https://www.kansanterveys.fi/tulevaisuuden-terveydenhoito/teknologia-terveyden-edistajaksi/>.

STMa. 2025. Suomi kokoaa digitaalisen terveyden osaamisensa kansainvälisille markkinoille. https://stm.fi/-/suomi-kokoaa-digitaalisen-terveyden-osaamisensa-kansainvalisille-markkinoille?languageId=fi_FI

STMb. 2025. Terveys- ja hyvinvointialan kasvuohjelma. <https://stm.fi/terveys-ja-hyvinvointialan-kasvuohjelma>.