

Nokia

monikansallisena yrityksenä

Henkilöstöltään, tutkimus- ja kehitys-
toiminnaltaan ja tuotannoltaan Nokia on
yhä varsin suomalainen yritys, vaikka sen
omistuspohja ja markkinat ovat kansain-
välisiä. Mutta yhdistääkö se kaikki ihmiset?

Raimo Lovio
Professori (virkavapaa)
Helsingin kauppakorkeakoulu

Nokia on yksi harvoista suomalaisista monikansallisista yrityksistä. Vuonna 2001 Nokia oli liikevaihdolla mitattuna Suomen ja Pohjoismaiden suurin yritys. Fortune Global 500-listalla se sijoittuu maailman 150 suurimman yrityksen joukkoon, ja pörssiarvoltaan se on 30 kärkiyrityksen joukossa. Yleisen arvostuksen ja tuotemerkin vahvuuden mittareilla Nokia on päässyt peräti kymmenen kärkiyrityksen ryhmään maailmassa.

Nykyisen asemansa vuoksi Nokia tuleekin todennäköisesti jatkossa saa-



Raimo Lovio työskentelee tällä hetkellä erikoistutkijana VTT:n Teknologian tutkimuksen ryhmässä.

maan osakseen sen kritiikin, jonka monikansalliset yritykset kukin vuorollaan ovat kohdanneet. Suomessa tätä on merkinä keskustelu Nokian pääkonttorin ja henkilöstön tulevasta sijainnista. Kansainvälisesti Nokiaan ei ole vielä kohdistunut juurikaan arvostelua.

Nokia ja monikansallisten yritysten yleinen kritiikki

Naomi Kleinin¹ paljon keskustelua herättäneessä monikansallisten brändiyriytysten kritiikissä Suomi mainitaan kolme kertaa. Yksi viittaus liittyy Suomen korkeaan työttömyysasteeseen. Lisäksi on kaksi viittausta Suomessa järjestettyihin mielenilmauksiin. Kirjassa ei mainita Nokiana eikä mitään muutaakaan suomalaista yritystä. Ruotsalaisia yrityksiä kirjassa mainitaan kielteisessä sävyssä jo useita, yhtenä niistä Nokian kilpailija Ericsson.

On ilmeistä, että Nokia sopii huonosti tavanomaisen monikansallisiin yrityksiin kohdistuvan arvostelun kohteeksi. Tämä kritiikki tiivistyy yleensä seitsemään alueeseen:

1. Halpatyövoiman hyväksikäyttö: Nokia ei ole kuuluisa "hikipajoista" kehitysmaissa. Nokian henkilöstöstä noin 75 % työskentelee kehittyneissä teollisuusmaissa kuten Suomessa, Yhdysvalloissa, Saksassa, Englannissa ja Tanskassa. Toki Nokia ja sen alihankkijat hyödyntävät myös halvan työvoiman maita (Viro, Unkari, Meksiko ja Etelä-Korea), mutta mitään erityisen hälyttävää tässä yhteydessä ei ole tullut esiin.

2. Raaka-aineiden ryöstäminen ja ympäristöongelmien vienti: matkapuhelinten ja tietoliikenneverkkojen valmistuksessa ei käytetä valtavasti raaka-aineita eikä niiden valmistuksessa synny suuria paikallisia ympäristöpäästöjä. Näin Nokia on säästynyt esimerkiksi öljy-, metsä- ja kemianteollisuuden yrityksille tyypillisistä kiistatapauksista.

3. Poliittikkaan sekaantuminen/sekaantumattomuus: Nokian osalta kriittisin kysymys tässä suhteessa lienee Kiina ja sen ihmisoikeuspolitiikka. Kii-

na on Nokialle erittäin tärkeä markkina- ja tuotantomaa, ja siksi monet varmaan toivovat, että Nokia käyttäisi painoarvoaan tässä yhteydessä. Jotkut arvioitsijat ovat olleet sitä mieltä, että Nokiaa kauemmin Kiinassa toiminut Motorola olisi tässä suhteessa onnistunut paremmin.²

4. Kulttuurin "mcdonaldisaatio": kaikki yhtenäisen globaalin brändin yritykset ovat jossakin suhteessa maailmanlaajuisen kulttuurin muokkaajia ja yhdenmukaistajia. Matkapuhelimella voi olla syvällisiäkin kulttuurisia seurauksia. Toisaalta Nokia pikemminkin tarjoaa välineitä paikalliseen sisällöntuotantoon kuin olisi Disneyn kaltainen amerikkalaisen maailmankuvan levittäjä.

5. Markkinoita saneleva monopoli: Nokia on ainakin toistaiseksi onnistunut välttämään Microsoftin kohtalon vaikka onkin alansa suurin yritys. Matkapuhelinalalla esiintyy edelleen voimakasta kilpailua. Itse asiassa verkko-puolella kansainvälinen kilpailu on lisääntynyt kansallisten monopolien murruttua. Nokia lienee jopa hyötynyt itselleen edullisen Linux-tyyppisen avoimen langattoman arkkitehtuurin ja deregulaation puolestapuhujan asemasta.

6. Markkinariskien siirtäminen alihankkijoille: vallitsevan trendin mukaan

monikansalliset yritykset valmistavat itse yhä pienemmän osan lopputuotteista. Näin luodaan tehokkuutta ja varmistetaan joustavuus markkinaheilahteluiden varalta. Nokia valmistaa edelleen 60–80 % tuotannostaan itse, mutta se on kyllä myös lisäämässä ulkoistamista.³ Tätä kuvaa se, että v. 2001 Nokian liikevaihto

to kasvoi 3 % mutta sen oma henkilöstö väheni 10 %. Markkinaheilahtelujen suuruutta Nokian osalta heijastaa se, että vuoden 2000 syksyllä yhtiö ennusti seuraavan vuoden matkapuhelinmyynniksi maailmassa 550 mil-

Monikansalliseksi yritykseksi Nokia on hämmästyttävän nuhteeton, ja se myös haluaa pysyä sellaisena.

joonaa kappaletta, kun todellinen luku osoittautui noin 380 miljoonaksi eli 31 % pienemmäksi!

7. Oman tuotannon ja alihankinnan nopeat siirrot yli rajojen: Nokia kasvoi koko 1990-luvun niin nopeasti, että tuotannon siirrot eivät olleet ajankoh- taisia. Viime aikoina tilanne on ollut erilainen, ja siksi nyt tullaankin näke- mään Nokian käyttäytyminen tässä suhteessa.

Nokian julkinen yhteiskunnallisen vastuun profiili on ollut matala, matalampi kuin esimerkiksi sen kilpailijoilla.⁴ Tästä huolimatta Nokia on ainoana suomalaisena yrityksenä menestynyt hyvin maailmalla ns. eettisten sijoitusra- hastojen sijoituskohteena.⁵ Jatkossa voi olettaa, että Nokia nostaa varovaisesti yhteiskuntavastuun profiiliaan globa- lisaatiokeskusteluun liittyen. Tähän ai- nakin viittaa, että Nokian markkinoin- nista vastaava johtaja Anssi Vanjoki tun- nistaa ”merkittäväksi megatrendiksi ... tällä hetkellä globaalin omantunnon”. Kyse on hänen mukaansa voimakkaas- ti nousevasta trendistä, jota voi verra- ta 1970-luvun puolivälissä alkaneeseen ympäristötietoisuuden yleistymiseen. ”Nokian kannalta se tarkoittaa sitä, että meidän pitää tarkkailla omia ope- raatioitamme globaalissa pelissä ja huolehtia siitä, että Nokian arvot ja eet- tinen käyttäytyminen kestävät kriittis- en tarkastelun. Toiseksi meidän pitää tuotteissamme ja viestinnässämme tu- kea tällaista trendiä, olla suunnannäyt- täjä”, sanoo Vanjoki Talouselämä-leh- den haastattelussa.⁶

Nokia ja kansalliset intressit

Monikansalliset yritykset toimivat kil- pailevien kansallisten intressien kentäs- sä. Maat kilpailevat hyvin menestyvis- tä korkean teknologian yrityksistä. Maa, jossa menestyvä yritys on synty- nyt, haluaa pitää sen itsellään, kun taas muut maat ovat innokkaasti siirtämäs- sä sen toimintoja omille alueilleen. Toisaalta vahvassa asemassa olevat yri- tykset saattavat ryhtyä kilpailuttamaan eri maita omien etujensa ajamiseksi.

Nokian kohdalla keskustelu ryöpsähti käyntiin viime vuoden lopulla liittyen verotukseen ja sen saamiin julkisiin T & K-tukiin. Tässä yhteydessä on ehkä vähemmälle huomiolle jäänyt se tosi- asia, että Nokia on joissakin suhteissa edelleen suorastaan hämmästyttävän suomalainen. Nokia on 90-prosentti- sestä ulkomaisessa omistuksessa, ja sen liikevaihdosta vain 1,4 % tulee Suomesta, mutta silti sen johto, tutkimus- toiminta ja henkilöstö ovat sinivalkoisempia kuin monessa muussa suomalaisessa suuryri- tyksessä.⁷

Nokian ylin toimiva liikkeenjohto (johtokunta ja liiketoimin- taryhmien johtoryhmät) koostuu edel- leen lähes pelkästään suomalaisista muutamaa poikkeusta lukuun ottamat- ta. Tässä suhteessa kansainvälisempiä suomalaisia yrityksiä ovat esimerkiksi Kone (ainoa ulkomainen toimitusjoh- taja), Stora Enso (jonka johto istuu Lontoossa), TietoEnator, Ahlstrom ja Huhtamäki.

Nokian tutkimus- ja kehitystoimin- nan henkilökunnasta 63 % oli vuon- na 2000 Suomessa. Se on runsaat 12 000 henkilöä, joka on täsmälleen puolet Nokian Suomessa olevasta koko henkilöstöstä. Tähän lukuun sis- ältyy ytimenä noin 1 200 henkilöä työllistävä Nokian tutkimuskeskus. Tut- kimus- ja kehitystoiminnaltaan Noki- aa kansainvälisempiä suomalaisia yri- tyksiä ovat ainakin Ahlstrom, Huhta- mäki, Amer, Fiskars, Wärtsilä, Inst- rumentarium ja Stora Enso.

Nokian koko henkilökunnastakin 41 % on edelleen Suomessa. Itse asiassa No- kia on työllistänyt Suomessa vuosina 1999–2001 keskimäärin noin 23 000 henkilöä, joka on enemmän kuin se on koskaan historiassaan Suomessa työl- listänyt. Nokiaa kansainvälisempiä hen- kilöstörakenteeltaan ovat suomalaisista suuryrityksistä mm. Elcoteq, Stora Enso, Myllykoski, Ahlstrom, Huhtamä- ki, Partek, Kone, KCI Konecranes, Wärtsilä, Uponor, Tamro, Instrumen- tarium, Amer, Fiskars ja Hartwall.

Monet suomalai- set yritykset ovat kansainvälisempiä kuin Nokia.

Nokian kohdalla onkin itse asiassa hyvä kysyä, miksi se on vielä niinkin suomalainen kuin se on. Syitä ovat ai- nakin seuraavat:

– Matkapuhelimet ja puhelinverkot ovat suhteellisen halvalla liikkuvia vien- tituotteita.

– Näiden tuotteiden valmistamiseen ei välttämättä myöskään liity raaka-ai-

neiden saamisen tai pal- veluiden tuottamisen edellyttämää kansainvä- listymistä.

– Nokian matkapuhe- linliiketoiminta on kas- vanut pääasiassa orgaa- nisesti. Näin yritysosto- jen mukana usein tule-

vaa ulkomaista tuotantoa, T & K-yk- sikköjä ja johtajia ei Nokiaan ole siu- naantunut niin paljon.

– Suomalaiset tuotekehitysinsinöörit, valmistusyöntekijät sekä hallinto- ja markkinointihenkilöstö ovat olleet laa- dullisesti ja hinnallisesti kilpailukykyi- siä.

– Nokialla on traumaattinen koke- mus 1980-luvun yltiöpäisestä ja epä- onnistuneesta kansainvälistymisestä, johon liittyi myös ulkomaisia toimiala- johtajia ja -konttoreita.

– Nokian osaamisen suojaamisen- kaan kannalta ei liene huono asia se, että valtaosa yhtiön ydinosaamisesta pysyy Suomessa.

Jatkossa Suomen suhteellinen mer- kitys Nokian toiminnassa tulee vähe- nemään, vaikkakin vielä vuonna 2001 Suomen osuus Nokian vähentyneestä henkilökunnasta jopa hieman nousi. Nokian oman henkilöstön määrä Suo- messa tuskin enää merkittävästi kas- vaa, ja ainakin viime aikoina monet ali- hankkijat ovat joutuneet suhdannesyis- tä vähentämään työvoimaansa. Toi- minnan kasvua tulee tapahtumaan siel- lä, missä markkinat kasvavat nopeim- min eli Aasiassa ja Amerikoissa. Eu- roopan osuus Nokian liikevaihdosta laski vuonna 2001 ensimmäisen ker- ran alle 50 prosenttiin.

Korostettakoon, että Aasian ja Ame- rikan maiden näkökulmasta tässä ei ole kysymys toiminnan siirtämisestä



Raimo Lovio peräänkuuluttaa Nokian vastuuta matkapuhelinpalvelujen levittämisestä kehitysmaihin

halpojen kustannusten perässä vaan pikemminkin vain siitä, että nämä maat haluavat tuottaa itse omat matkapuhelimensa. Esimerkiksi Kiinan ja Brasilian osuus Nokian henkilöstöstä oli vuonna 2000 pienempi kuin näiden maiden osuus Nokian myynnistä. Aasiassa Kiinan lisäksi Nokian merkittäviä markkinamaita ovat Filippiinit ja Thaimaa, joissa sillä ei ole tuotantoa.

Suomen kannalta tärkeintä on, että pääkonttori, keskeinen tutkimus- ja kehitystoiminta sekä pilottitehtaat säilyisivät Suomessa – niin kuin ne näyttäisivätkin säilyvän näköpiirissä olevan ajan. Tämä varmistetaan parhaiten hyvin koulutetulla innovatiivisella henkilöstöllä, jonka luomisessa myös julkisella sektorilla on tärkeä rooli. Verotuksen kannalta Nokia hyötyisi, jos Suomessa siirrettäisiin painopistettä tu-

loverotuksesta ympäristöperusteisiin energiaveroihin.

Nokialla on merkittävä asema Suomen taloudessa ja erityisesti innovaatiojärjestelmässä. Sen osuus BKT:stä on noin 2,5 %, viennistä runsaat 20 % ja yrityssektorin T & K-toiminnasta lähes puolet. Työpaikoista Nokian osuus on vähän yli yhden prosentin, alihankkijoiden kanssa lähes 2 %.⁸ Koko ICT-klusterin BKT-osuus on 7 % ja työllisyysosuus 4 %.⁹ Nokian merkitystä ei tule kuitenkaan liioitella. Nokian rinnalla Suomessa on edelleen kansainvälisesti erittäin vahva metsäklusteri eikä konepaja- ja metalliklusteri ole heikko. Esimerkiksi suuret metsäyhtiöt (Stora Enso, UPM-Kymmene,

Metsäliitto ja Myllykoski) työllistivät Suomessa vuonna 2000 yhteensä 47 000 henkilöä, mikä on lähes kaksi kertaa enemmän kuin Nokialla. Myös suuret metalli- ja konepajayritykset (Outokumpu, Rautaruukki, Metso, Wärtsilä, Kone ja KCI Konecranes) työllistivät yhteensä 8 000 henkilöä enemmän kuin Nokia. Suomi ei elä yhden kortin varassa.

Nokian globaali myötävaikutus

Vuonna 1992 vain noin 10 miljoonalla ihmisellä maailmassa oli matkapu-

lin. Vuoden 2001 lopussa luku oli noin 930 miljoonaa, ja miljardin käyttäjän raja rikkoontuu vuoden 2002 aikana. Se on valtava määrä, mutta tarkemmin katsottuna havaitaan, että pääsy matkapuhelinpalveluihin on maailmassa vain noin joka seitsemännellä ihmisellä. Esimerkiksi vuonna 2000 Suomessa oli enemmän matkapuhelinliittymiä kuin Venäjällä tai Intiassa tai koko Afrikassa (Etelä-Afrikka, Egypti ja Marokko pois lukien).¹⁰

Matkapuhelinliittymätiheys korreloikin kohtuullisella tarkkuudella vaurauden kanssa. On kuvaavaa, että Nokia on myynyt GSM-verkkoja noin 50 maahan muttei lainkaan Saharan eteläpuoleiseen Afrikkaan.¹¹

Nokian optimistisen ennusteen mukaan maailmassa olisi peräti 1,5 miljardia matkapuhelinliittymää jo vuonna 2005. Globaalin kehityksen ja hyvinvoinnin kannalta käyttäjämäärän seuraaminen onkin olennaista. Nykykehityksen skenaariossa ehkäpä 20 % maailman väestöstä saa jatkuvasti yhä laadukkaampia ja viihteellisempiä matkapuhelinpalveluja muodikkaisiin laitteisiinsa, kun samaan aikaan maailman väestön valtava enemmistö ei lähetä yhtään yksinkertaista tekstiviestisano-

maa. Nokian oman arvion mukaan vuonna 2002 jo 55 % matkapuhelimista myydään henkilöille, joilla jo on puhelin. Tasaisemman ja turvallisemman globaalin kehityksen viisiossa panostettaisiin viihteellisten hienouksien sijasta selvästi enemmän perusmatkapuhelinpalvelujen saatavuuteen nykyistä huomattavasti laajemmalle, edes kolmannekseen koko väestöstä.

Vuosina 1992–2001 maailmassa valmistettiin noin 1,5 miljardia matkapuhelinta, joista Nokian osalle tuli noin 445 miljoonaa kappaletta. Se on häikäisevä tulos. Selvästikin Nokia “is connecting people”. Jatkossa globalisaatiokeskustelun kannalta on kuitenkin olennaista se, keillä kaikilla on mah-

Useat painavat tekijät puoltavat Nokian säilymistä suomalaisena yrityksenä.

dollisuus tähän palveluun. Ovatko Nokia ja sen kilpailijat yhdistämässä vain maailman vauraan eliitin vai ovatko ne “connecting all people”?

Kolmannen sukupolven matkapuhelinteknologiaa on kutsuttu mm. UMTS:iksi (Universal Mobile Telecommunications System). Voiko sellaista teknologiaa, jota käyttää vain 20 % väestöstä, todella nimittää universaaliksi?

VIIITTEET

¹ Naomi Klein (2001), No logo – tähtäimessä brändivaltiaat, Helsinki: WSOY.

² Ks. esim. M. Otronen (2000), Vertailututkimus tietoteknologiayritysten ympäristöasioiden hoidosta ja käsityksistä kestäväen kehityksen tietoyhteiskunnasta: Ericsson, Motorola ja Nokia, Finland Futures Research Centre, Tutu Publications 3/2000.

³ Ks. M. Häikiö (2001), Nokia Oyj:n historia 3 – Globalisaatio – Telekommunikaation maailmanvalloitus 1992–2000, Helsinki Edita, 212–215; J. Ali-Yrkkö (2001), Nokia’s network – gaining competitiveness from co-operation, Helsinki: Taloustieto Oy.

⁴ Ks. L. Lankoski (2001), ”Nokia Oyj ja ympäristö”, teoksessa Raimo Lovio (toim.), Suomalaisen yritysten ympäristösuorituskyky ja -kilpailukyky, <http://hkkk.fi/organisaatiot/research/publications>.

⁵ M. Kuisma (2001), Ympäristönäkökohdat sijoitustoiminnassa, Suomen ympäristö 512, Ympäristöministeriö.

⁶ Ks. M. Heiskanen (2001), ”Nokia haluaa korvata tupakan ja kahvin”, Talouselämä 43/2001.

⁷ R. Lovio (2002), Globalization index and the Finnish multinational enterprises, ETLA Discussion Papers (tulossa).

⁸ J. Ali-Yrkkö ym. (2000), Nokia – a big company in a small country, Helsinki: Taloustieto Oy.

⁹ L. Paija (toim.) (2001), The Finnish ICT cluster in the digital economy, ETLA B:176, Helsinki: Taloustieto Oy. ICT-klusteri viittaa tieto- ja televiestintäaloilla toimiviin yrityksiin, jotka ovat keskinäisessä vuorovaikutuksessa.

¹⁰ Ks. <http://www.tilastokeskus.fi/tk/tp/maailmanumeroina>.

¹¹ Häikiö, emt., 24.