

12.4.2017

MMA kannattaa Markkinoinnin kehittämiskeskuksen perustamista

Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset MMA tukee vahvasti Valtiontalouden tarkastusviraston ehdotusta Markkinoinnin kehittämiskeskuksen perustamisesta. Samoin viraston esittämät parannukset markkinoinnin koulutukseen saavat tukea MMA:lta.

- Kehittämiskeskus "Makes" voisi toimia sen puolesta, että erilaisiin myynnin ja markkinoinnin hankkeisiin saataisiin tietyin edellytyksin myös kehittämis- ja investointirahoitusta, jopa riskirahoituksena. Keskuksen avulla rahanjakoon saataisiin ehkä myös kehitettyä selkeä ja järkevä linja, arvioi MMA:n toiminnanjohtaja Juha Häkkinen ja kertoo, että 27 000 jäsenen MMA on halukas osallistumaan "Makes"-hankkeeseen.

Valtiontalouden tarkastusvirasto totesi huhtikuun alussa valmistuneessa tarkastuskertomuksessaan "Yritysten investointien edistäminen", että Suomi häviää naapurimaille markkinoinnin arvostuksessa ja osaamisessa. Yhtenä keinona tilanteen parantamiseksi virasto ehdotti, että Suomeen perustettaisiin Markkinoinnin kehittämiskeskus "Makes".

Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset kannattaa myös lämpimästi tarkastusviraston esittämiä parannuksia alan koulutukseen. Markkinoinnin opetusta keskiasteella tulisi lisätä, koska moniin tehtäviin ei tarvita maisterintutkintoa ja koska esimerkiksi digitaalisen markkinoinnin osaajista on pulaa.

MMA on tarkastusviraston kanssa samaa mieltä siitä, että markkinoinnin ja myynnin professoreita on liian vähän suhteessa alan merkitykseen. Lisäksi tarkastusviraston raportin esiinnostama ongelma suomalaisen verkkokaupan kehittymättömyydestä lähtisi ratkeamaan, jos verkkokaupan opetusta lisättäisiin sekä ammatti- että korkeakouluissa.

MMA on esittänyt useasti, että julkiset rahoittajat panostaisivat myyntiin ja markkinointiin tutkimus- ja tuotekehitysinvestointien ohella. Nyt tarkastusvirasto on samalla linjalla ja suosittaa, että työ- ja elinkeinoministeriö suuntaisi tuotekehitysrahoitusta nykyistä enemmän innovaatioiden kaupallistamiseen ja markkinointiin.

- Myynnin ja markkinoinnin arvostuksen ja aseman parantaminen on tähän asti ollut vain alan toimijoiden toiveena. Nyt näyttää vihdoinkin siltä, että julkinen valta on tunnustamassa myynnin ja markkinoinnin roolin kansantalouden kasvun vauhdittajana, Häkkinen toteaa.