Markkinointi, markkinointi – markkinointiosaamisella avainasema pk-yritysten kasvussa Etelä-Pohjanmaalla

15.10.2021

Äskettäisessä kasvututkimuksessa tarkasteltiin pienten ja keskisuurten yritysten kasvulukuja kolmen vuoden aikana. Yhtenä tarkasteltavana tekijänä oli markkinointiosaamisen vaikutus yritysten kasvuun. Tulokset osoittavat, että markkinointikyvykkyydellä eli yrityksen kattavalla markkinointiosaamisella on merkittävä vaikutus pk-yrityksen kasvuun. Lisäksi tutkimus osoitti, että pienillä pk-yrityksillä on vähemmän markkinointikyvykkyyttä kuin suuremmilla pk-yrityksillä.

Merkittävää oli, että kasvua mitattiin tässä tutkimuksessa henkilöstön kasvuna. Markkinointiosaamisella on siten selvä yhteys siihen, miten hyvin yritys pystyy kasvamaan toisten työllistäjänä. Tämä on merkittävää alueen työllisyyden kannalta.

Tarvitaan investointeja osaamiseen

Pienikokoiset pk-yritykset toimivat vielä rajallisemmilla resursseilla kuin keskisuuret pk-yritykset, mikä voi olennaisesti vaikuttaa niiden kykyyn rakentaa omaa markkinointikyvykkyyttään. Tämän tutkimuksen tulokset osoittavat kuitenkin, että jos pienellä pk-yrityksillä on vahva markkinointikyvykkyys, sillä on myönteinen vaikutus sen kasvuvauhtiin. Markkinointikyvykkyyteen panostaminen on siis ratkaisevan tärkeää kaiken kokoisissa pk-yrityksissä, jos ne tavoittelevat kasvua.

Yrityksissä pitäisikin investoida monipuoliseen inhimilliseen pääomaan erityisesti markkinoinnin alalla. Kun resurssit ovat vähissä, on ratkaisevan tärkeää, että markkinoinnin ammattilaiset ovat monitaitoisia ja heillä on ajantasaista markkinointiosaamista. Jos pienellä yrityksellä ei ole resursseja palkata uutta ammattitaitoista henkilöstöä, sen olisi varmistettava, että nykyisellä henkilöstöllä on vaadittu ajantasainen markkinoinnin asiantuntemus tai hankkia se ulkopuolelta. Ammattilaisten taitoja ja osaamista on kehitettävä jatkuvasti ja strategisesti, jos heiltä odotetaan arvokasta panosta yritykselle.

Tutkimuksen taustaa

SeAMKin yhtenä vahvuusalana on kasvuyrittäjyys ja omistajanvaihdokset. SeAMK onkin tehnyt tutkimusta pk-yritysten kasvusta ja menestymisestä jo useita vuosia. Tässä mainitun laajan kasvututkimuksen toteuttivat SeAMK, Vaasan yliopisto ja Ruralia-instituutti yhdessä. Kyselyyn vastasi yhteensä 242 pk-yritystä Etelä-Pohjanmaalta. Yritykset edustivat eri aloja yrityskoon vaihdellessa yksinyrittäjästä 209 henkilöä työllistävään

yritykseen.

Tutkimus on tuli tarpeeseen, sillä suurin osa aiemmasta markkinointiosaamisen tutkimuksesta koskee pääasiassa suuria yrityksiä. Tämä tutkimus tuokin uusia näkemyksiä nimenomaan pk-yritysten näkökulmasta. Suomalaisesta näkökulmasta nimenomaan pk-yritykset ovat keskeisiä, koska vain noin 0,2 prosenttia Suomen yrityksistä on suuryrityksiä. Peräti 93 prosentissa suomalaisia yrityksiä on alle kymmenen työntekijää (Yrittäjät, 2019).

Sanna Joensuu-Salo, tutkijayliopettaja, SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri
Anmari Viljamaa, yliopettaja, SeAMK liiketoiminta ja kulttuuri
Emilia Kangas, lehtori, SeAMK liiketoiminta ja kulttuuri