

SeAMKin tutkimus pk-yritysten kasvusta julkaistu tieteellisessä lehdessä Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship

14.9.2022

Sanna Joensuu-Salon, Anmari Viljamaan ja Emilia Kankaan tekemä tutkimus markkinointiosaamisen vaikutuksesta pk-yritysten kasvuun on juuri julkaistu kansainvälisessä tieteellisessä lehdessä. Tutkimuksen aineisto on kerätty eteläpohjalaisilta pk-yrityksiltä ja siinä tarkasteltiin sekä yrityksen koon että yrityksen markkinointiosaamisen vaikutusta yrityksen henkilömäärän kasvuun kolmen vuoden aikana. Tulokset osoittavat, että yrityksen koko ei vaikuta yrityksen kasvuun, mutta markkinointiosaamisella puolestaan on merkittävä vaikutus. Mitä parempaa yrityksen markkinointiosaaminen on, sitä nopeampaa on sen kasvu. Toisaalta pienet yritykset lähtevät markkinointiosaamisessa takamatkalta. Niillä on keskimäärin heikompi markkinointiosaaminen kuin keskikokoisilla pk-yrityksillä.

Markkinointiosaaminen nähdään yrityksen tärkeänä kykynä. Kyse on toisiinsa liittyvistä käytännön rutiineista, joilla markkinointia toteutetaan. Toisaalta markkinointiosaaminen sisältää mahdollisuuden myös vaikuttaa yrityksen strategiaan ja muutokseen, koska markkinoista opitaan ja sitä kautta pohditaan toimintaa ja resursseja uudelleen. Käytännössä markkinointiosaaminen on kykyä nähdä mahdollisuuksia liiketoimintaympäristössä ja näiden mahdollisuuksien hyödyntämistä markkinoinnissa. Se liittyy asiakkaiden ymmärtämiseen, tuote- ja palvelukehitykseen, myyntiosaamiseen, hinnoitteluun, saatavuuteen ja markkinainformaation laaja-alaiseen käyttöön.

Pienillä yrityksillä on vähemmän resursseja kuin suuremmilla yrityksillä. Usein markkinointia hoidetaan muun

työn ohessa, eikä sille ole varattu erillisiä resursseja. SeAMKin tutkimus osoittaa, että kasvuhaluisten yritysten on syytä hankkia erityisesti markkinointiosaamista. Markkinointiosaaminen pitää sisällään useita eri osa-alueita ja on siten vaativa taito. On myös huomattava, että osaamista voi hankkia myös verkostosta, jos sitä omasta takaa ei ole.

SeAMKin tutkimus tuo uutta tietoa pk-yritysten kasvusta. Usein kasvututkimukset keskittyvät isoihin yrityksiin. Lisäksi kasvun tarkastelu henkilömäärän kautta tuo uutta tietoa markkinointiosaamisen ja kasvun suhteesta pk-yrityksissä.

Sanna Joensuu-Salo, Anmari Viljamaa ja Emilia Kangas
SeAMK

Kirjoittajat tutkivat Seinäjoen ammattikorkeakoulussa mm. pk-yritysten kasvua.