

Selvitys Etelä-Pohjanmaan yritysten menestymisestä ja kasvusta koronapandemian aikana julkaistu

20.4.2022

SeAMK toteutti selvityksen Etelä-Pohjanmaan yritysten tilannekuvasta yritysten kasvun ja kehittämisen aktiviteettien suhteen koronapandemian aikana. Lisäksi selvitettiin ajatuksia koronan jälkeisestä ajasta ja liiketoimintamallien kehittämisestä. Selvityksen rahoitti Etelä-Pohjanmaan liitto EAKR-rahoituksella.

Tuloksista on nyt julkaistu raportti SeAMKin julkaisusarjassa:

https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2022041929492

Kyselyyn vastasi 213 yritystä syksyllä 2021. Vastaajayrityksistä suurin osa (60 %) sijaitsi Seinäjoen seutukunnassa. Toiseksi eniten vastauksia saatiin Järviseudun seutukunnasta (22 %). Kuusiokuntien seutukunnasta oli 10 % vastaajista ja Suupohjan seutukunnasta 8 %.

Selvitys osoitti, että koronapandemia on siivittänyt useita yrityksiä liiketoiminnan uudistamiseen. Tämä koskee erityisesti yrityksiä, joilla taloudellinen menestyminen oli hieman muita yrityksiä heikompaa koronapandemian aikana. Vaikutus näkyy myös kasvustrategioissa: nämä yritykset ovat valmiita kehittämään kokonaan uusia tuotteita ja palveluita sekä etsimään uusia liiketoimintamalleja. Koronapandemia on näin ollen tuonut mukanaan jotain hyvääkin. Jatkuva uudistuminen on yrityksen elinehto pitkällä aikavälillä. Tulokset osoittavat, että kasvu on yhteydessä uuden kehittämiseen. Liiketoimintastrategiaansa koronan myötä uudistaneet yritykset tarvitsevatkin tukea ennen kaikkea tuote- ja palvelukehityksessä ja myös digitaalisessa kaupankäynnissä.

Markkinointi ja digitalisaatio ovat kulmakiviä

Ulkopuolisen asiantuntemuksen tarve jatkossa painottuu ennen kaikkea markkinoinnin ja digitalisaation kehittämiseen. Markkinoinnin osalta korostuu digitaalisen markkinointiviestinnän osaamisen tarve. Asiantuntemuksen tarve on selvässä yhteydessä siihen, millaisia kasvustrategioita yrityksissä aiotaan jatkossa toteuttaa. Asiakassuhteiden syventäminen ja uusasiakashankinta edellyttävät vahvaa markkinointiosaamista. Toisaalta uusien teknologioiden käyttöönotto nähdään tärkeäksi, ja yli puolella yrityksistä on vahva digitaalinen orientaatio. Pienet yritykset tarvitsevat erityistä tukea digitalisaation kehittämiseksi.

Kasvu ja menestyminen ovat selvässä yhteydessä toisiinsa. Liiketoiminnallisesti menestyneet yritykset ovat myös kasvaneet muita enemmän. Menestyneet yritykset omaavat myös muita vahvemman digitaalisen orientaation – näin ollen digitalisaatio on asia, jota ei voi missään yrityksessä ohittaa. Varsinkin yritykset, joilla digitaalinen orientaatio on matala, tarvitsevat jatkossa apua markkinoilla selviämiseen. Panostaminen uuden kehittämiseen on yhteydessä sekä kasvuun että menestymiseen. Tämä tarkoittaa sitä, että TKI-toiminnan kehittäminen on erityisen tärkeää yrityksissä.

Kasvuhakuiset yritykset tarvitsevat muita enemmän ulkopuolista asiantuntemusta

Kasvaneet yritykset tavoittelevat muita enemmän kasvua myös jatkossa. Näyttäisikin siltä, että kehittämisaktiiviset yritykset kasvavat, mikä puolestaan siivittää halua kasvaa vielä lisää. Kasvua hakevat erityisesti yritykset, jotka työllistävät 10-19 työntekijää. Näiden yritysten tarpeita tulisi kuunnella erityisen tarkalla korvalla. On myös selvää, että eri kokoluokkien yritykset tarvitsevat erilaista tukea omien kasvutavoitteiden saavuttamiseksi.

Kasvuhakuiset yritykset painottavat uusia markkinoita kasvustrategiana selvästi muita enemmän. Ne panostavat kaikkiin kasvustrategioihin enemmän kuin muut, mutta uusien markkinoiden löytämisen suhteen ero on merkittävä. Uusien markkinoiden tavoittaminen vaatii vahvaa markkinoinnin osaamista. Yritysten on osattava toteuttaa markkinatutkimusta kilpailijoiden ja asiakkaiden arvojen sekä tarpeiden ymmärtämiseksi. Vaaditaan kykyä asemoida ja brändätä oma tuote/palvelu sekä segmentoida asiakaskuntaa. Toisaalta vaaditaan myös markkinointiviestinnän vahvaa osaamista.

Kasvuhakuiset yritykset uskovat tarvitsevansa muita enemmän ulkopuolista asiantuntemusta kuin muut yritykset lähes kaikilla osa-alueilla. Erityisesti kasvuhakuiset yritykset tarvitsevat apua digitaaliseen markkinointiin. On myös huomattava, että esimerkiksi kansainväliseen kauppaan liittyvän ulkopuolisen asiantuntemuksen tarve on suurempi kasvuhakuisissa yrityksissä kuin muissa, vaikka kansainväliseen kauppaan liittyvää ulkopuolista asiantuntemusta tarvittiin kaikista vähiten. Kasvaneet yritykset puolestaan tarvitsevat muita enemmän ulkopuolista asiantuntemusta johtamiseen ja juridisiin kysymyksiin. On selvä, että vahvasti kasvanut yritys on uudenlaisen johtamiskulttuurin edessä.

Lähes kaikki kasvua tavoittelevat yritykset aikovat kasvaa lisähenkilöstöä palkkaamalla. Tämä tarkoittaa rekrytointitarvetta useissa yrityksissä seuraavan 1-2 vuoden aikana. Myös yritys- ja liiketoimintakauppoja on odotettavissa maakunnan alueella. Erityisesti suuremman kokoluokan yritykset ovat halukkaita kasvamaan ostamisen kautta.

Kaupunkialueilla haetaan kasvua ja kehitetään enemmän uutta kuin maaseudulla – onko vaarana kahtiajako?

Kaupunkialueilla sijaitsevat yritykset hakevat enemmän kasvua kuin kaupungin läheisellä maaseudulla tai ydinmaaseudulla sijaitsevat yritykset. Lisäksi kaupunkialueilla sijaitsevat yritykset ovat menestyneet liiketoiminnallisesti paremmin kuin ydinmaaseudulla tai harvaan asutulla maaseudulla sijaitsevat yritykset. Kaupunkialueella sijaitsevat yritykset myös aikovat maaseudulla sijaitsevia yrityksiä enemmän panostaa esimerkiksi uusien tuotteiden tai palveluiden kehittämiseen ja uusien markkinoiden löytämiseen. Yleensäkin uuden kehittämiseen panostaminen on korkeampaa kaupunkialueilla sijaitsevilla yrityksillä.

Myös digitaalinen orientaatio on kaupunkialueilla sijaitsevilla yrityksillä korkeammalla tasolla kuin maaseudulla sijaitsevilla yrityksillä. Pitkällä tähtäimellä tämä saattaa johtaa kahtiajakautumiseen maakunnan sisällä. Olisikin tärkeää, että erityisesti maaseudun yritysten TKI-toimintaa ja digitaalista orientaatiota pystyttäisiin tukemaan yhä paremmin.

Selvitys on toteutettu osana Etelä-Pohjanmaan liiton AKKE-rahoituksella rahoittamaa hanketta Liiketoimintamallit koronan jälkeen Etelä-Pohjanmaalla. Lue lisää hankkeesta täältä.
Sanna Joensuu-Salo ja Anmari Viljamaa
Seinäjoen ammattikorkeakoulu