Yritysten suhtautuminen digitalisaatioon vaihtelee Etelä-Pohjanmaan seutukunnissa

30.3.2022

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

Digitaalisuuden vaikutus yritysten liiketoimintaan on ollut merkittävä viime vuosina. Tästä syystä selvityksessä yhtenä tekijänä tarkasteltiin yritysten digitaalista orientaatiota, jolla tarkoitetaan yrityksen yleistä suhtautumista digitalisaatioon ja sen käyttöön omassa liiketoiminnassaan. Sitä mitattiin neljän kysymyksen kautta: 1) Uusi digitaalinen teknologia hyväksytään helposti organisaatiossamme, 2) Etsimme jatkuvasti mahdollisuuksia hyödyntää digitaalisia ratkaisuja, 3) Käytämme digitaalisia teknologioita uusia ratkaisuja kehittäessämme ja 4) Ratkaisuissamme hyödynnetään viimeisintä digitaalista teknologiaa. Taulukossa 1 on esitetty vastausten jakautuminen. Korkein keskiarvo (ka. 5,2) oli ensimmäisen väittämän kohdalla ja 72 % vastaajista on vastannut arvon 5 – 7 (1=täysin eri mieltä, 7=täysin samaa mieltä). Hieman yli puolet (54 %) on sitä mieltä, että yrityksessä etsitään jatkuvasti mahdollisuuksia hyödyntää digitaalisia ratkaisuja innovaatioissa ja 53 % käyttää digitaalisia teknologioita uusia ratkaisuja kehittäessään. Vähän alle puolet (46 %) vastaa, että ratkaisuissa hyödynnetään viimeisintä digitaalista teknologiaa. Näyttäisikin siltä, että noin puolet vastaajista omaavat korkean digitaalisen orientaation.

Taulukko 1. Yritysten suhtautuminen digitalisaatioon.

Yrityksen suhtautuminen digitalisaatioon	n	1=täysin eri mieltä	2	3	4	5	6	7=täysin samaa mieltä	Keski-arvo
Uusi digitaalinen teknologia hyväksytään helposti organisaatiossamme	209	1%	4%	4%	18%	24%	**31%**	17%	**5,2**
Etsimme jatkuvasti mahdollisuuksia hyödyntää digitaalisia ratkaisuja innovaatioissamme	210	4%	9%	12%	**22%**	20%	19%	15%	4,6
Käytämme digitaalisia teknologioita uusia ratkaisuja kehittäessämme	210	3%	10%	9%	**24%**	21%	19%	13%	4,6
Ratkaisuissamme hyödynnetään viimeisintä digitaalista teknologiaa	210	4%	12%	17%	20%	**25%**	14%	7%	4,2
DIGITAALINEN ORIENTAATIO									**4,7**

Digitaalista orientaatiota koskevista väittämistä muodostettiin keskiarvomuuttuja. Sen keskiarvo kaikkien vastanneiden suhteen oli 4,7. Seutukuntien välillä oli eroa yritysten digitaalisessa orientaatiossa. Korkein se

oli Seinäjoella sijaitsevissa yrityksissä (ka. 5,0) ja sen jälkeen muualla Seinäjoen seutukunnassa (ka. 4,7) ja Kuusiokunnissa (ka. 4,7) sijaitsevissa yrityksissä. Matalin se oli Suupohjan alueella sijaitsevissa yrityksissä (ka. 4,2) ja Järviseudun alueen yrityksissä (ka. 4,3). Toisaalta yrityksen sijoittuminen kaupunki-maaseutu-akselilla näytti vaikuttavan digitalisaatioon suhteutumiseen. Korkein keskiarvo oli yrityksillä, jotka sijaitsivat kaupunkialueella (ka. 5,0) ja matalin ydinmaaseudulla tai harvaan asutulla maaseudulla sijaitsevilla yrityksillä (ka. 4,5). Kaupungin läheisellä maaseudulla tai maaseudun paikalliskeskuksissa sijaitsevat yritykset sijoittuvat tähän väliin. Niiden digitaalisen orientaation keskiarvo on 4,7. Onkin tärkeää, että digitalisaation käyttöä liiketoiminnassa edistetään erityisesti maaseudulla sijaitsevissa yrityksissä.

Suuremmat ja kasvuhakuiset yritykset edellä digitalisaatiossa

Yrityksen koko vaikutti suhtautumiseen digitalisaation käyttöön liiketoiminnassa. Korkeimmat keskiarvot olivat isommissa yrityksissä. 20 – 49 henkilöä työllistävien yritysten osalta keskiarvo oli 5,4 ja vähintään 50 henkilöä työllistävien osalta 5,3. Muilla yritysten kokoluokilla keskiarvo vaihteli välillä 4,3 – 4,5.Myös toimialojen välillä oli eroa digitaalisessa orientaatiossa. Kaikkein korkein se oli asiantuntijapalveluiden alalla (ka. 5,5). Muilla toimialoilla keskiarvot vaihtelivat välillä 4,4 (teollisuus) ja 4,7 (kauppa ja muut palvelut).

Kasvuhakuisten yritysten digitaalinen orientaatio oli selvästi korkeampi (ka. 4,9) kuin yrityksillä, jotka eivät hakeneet kasvua (ka. 4,3). Yrityksen päätoimialan pärjääminen oli jostain syystä myös yhteydessä digitaaliseen orientaatioon. Mitä huonommin päätoimiala oli pärjännyt, sitä alhaisempi oli digitaalinen orientaatio. Yrityksillä, joilla päätoimiala oli pärjännyt heikosti, digitaalisen orientaation keskiarvo oli 4,3, kun se oli 4,9 yrityksillä, joilla päätoimiala oli pärjännyt hyvin. Yrityksillä, joilla päätoimiala oli pärjännyt neutraalisti, digitaalisen orientaation keskiarvo oli 4,4.

Digitalisaatiolla on vaikutusta yrityksen menestymiseen

Yrityksen suhtautuminen digitalisaatioon ja sen käyttöön omassa liiketoiminnassaan oli yhteydessä yrityksen menestymiseen. Liiketoiminnallisesti menestyneet yritykset panostivat kehittämiseen ja suhtautuivat digitalisaatioon selvästi positiivisemmin kuin vähemmän menestyneet yritykset. Toisaalta yritykset kokivat tarvitsevansa ulkopuolista asiantuntemusta ennen kaikkea digitalisaation ja markkinoinnin kehittämiseen. Markkinoinnin osalta korostuu digitaalisen markkinointiviestinnän osaamisen tarve. Tämä 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.

Selvitys toteutettiin Liiketoimintamallit koronan jälkeen Etelä-Pohjanmaalla ja GreeGrow -hankkeiden yhteistyönä. Molempia hankkeita rahoittaa Etelä-Pohjanmaan liitto EAKR-rahoituksella. GreenGrow-hanke

rahoitetaan REACT-EU-välineen määrärahoista osana Euroopan unionin COVID-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia.Tämä artikkeli on osa selvityksen tuloksista kertovaa sarjaa. Aiemmin samassa sarjassa ovat ilmestyneet:

Etelä-Pohjanmaalla odotettavissa rekrytointitarpeita ja yrityskauppojaKasvua tavoitellaan koronapandemian jälkeen monenlaisilla strategioillaKoronapandemia sai yritykset uudistamaan liiketoimintamallejaPuolet eteläpohjalaisista yrityksistä on kasvuhakuisiaKohtuullista menestystä pandemiankin varjossaYritysten kasvu ei ole täysin tyrehtynyt koronapandemian aikana

Tutustu Liiketoimintamallit koronan jälkeen Etelä-Pohjanmaalla -hankkeeseen täällä Tutustu GreenGrow – pk-yritysten vihreän ja inklusiivisen kasvun tukeminen Etelä-Pohjanmaalla -hankkeeseen täällä

Sanna Joensuu-Salo, Anmari Viljamaa, Krista Mäki ja Laura Könönen
Seinäjoen ammattikorkeakoulu