

Voimakkaasti kasvuhakuiset pk-yritykset

Kirjoittajat: Pasi Huovinen, tutkimusjohtaja, Taloustutkimus Oy
Samuli Rikama, ekonomisti, työ- ja elinkeinoministeriö



Johdanto

Suomen yrittäjät, Finnvera Oyj sekä työ- ja elinkeinoministeriö tekevät yhteistyössä pienten ja keskisuurten yritysten toimintaa ja taloudellista toimintaympäristöä kuvaavan Pk-yritysbarometrin kaksi kertaa vuodessa. Barometri julkistetaan sekä valtakunnallisena että alueellisina raportteina. Tiedonkeruusta vastaa Taloustutkimus Oy.

Valtakunnallisessa raportissa tuloksia käsitellään koko pk-sektorin näkökulmasta ja myös päätoimialoittain teollisuuteen, rakentamiseen, kauppaan ja palveluihin jaoteltuna. Alueraportteissa kehitystä verrataan erityisesti kyseisen alueen yritysten ja koko maan välillä.

Pk-yritysbarometriä on uudistettu siten, että se tunnistaa paremmin yritysten kasvuhakuisuuden, kansainvälistymisen sekä digitaalisen liiketoiminnan. TEM hyödyntää näitä näkökulmia lähiaikoina julkaistavissa erillisraporteissa helmi-maaliskuun aikana. Käsillä olevassa ensimmäisessä raportissa kuvataan voimakkaasti kasvuhakuisten pk-yritysten profiilia, suhdanne näkymiä, kansainvälistymistä, rahoitustilannetta ja digitalisoitumista.

Kevään 2015 Pk-yritysbarometri perustuu 4404 pk-yrityksen edustajan vastauksiin. Se kuvaa siten kattavasti suomalaisten pk-yritysten käsityksiä taloudellisen toimintaympäristön muutoksista sekä yritysten liiketoimintaan ja kehitysnäkymiin vaikuttavista tekijöistä.

Tutkimusaineisto

Tämän tutkimuksen otantalähteenä on käytetty Tilastokeskuksen toimialaluokitusta TOL 2010, Fonecta Kohdistamiskone -yrittäjärekisteriä sekä Suomen Yrittäjien jäsenrekisteriä, joista otanta on tehty kiintiöidyllä satunnaisotannalla. Otoksessa on kiintiöity yritysten toimiala, kokoluokka ja sijainti.

Vastaajajoukon muodostaa 4404 kohderyhmän vaatimukset täyttävää pk-yrityksen edustajaa. Tiedonkeruumenetelmänä on käytetty internetkyselyä. Vastaajat kutsuttiin kyselyyn sähköpostitse tai puhelimitse joulukuun 2014 ja tammikuun 2015 välisenä aikana.

Tutkimustuloksissa aineisto on painotettu vastaamaan yritysten todellista toimiala- ja aluejakaumaa. Painotettua otoskokoa käytetään laskentaperusteena, koska tällöin otoksen perusteella lasketut tulokset voidaan yleistää koskemaan koko tutkimuskohteena olevaa pk-sektoria.

Tässä raportissa kasvuhakuisilla yrityksillä tarkoitetaan sellaisia yrityksiä, joiden edustaja on kyselyssä valinnut vaihtoehdon ”olemme voimakkaasti kasvuhakuinen” vaihtoehdoista

- Olemme voimakkaasti kasvuhakuinen
- Pyrimme kasvamaan mahdollisuuksien mukaan
- Pyrimme säilyttämään asemamme (ja tämä edellyttää kasvua)
- Yrityksellämme ei ole kasvutavoitteita
- Yrityksemme toiminta loppuu seuraavan vuoden aikana

Määritelmän mukaisissa kasvuhakuisissa pk-yrityksissä toimivia vastaajia on tässä tutkimuksessa 345. Tällä vastaajamäärällä tulosten virhemarginaali on noin 5 prosenttia suuntaansa. Raportti sisältää joitain laskelmia, joissa edellä mainitut vastaajat on jaettu toimialoittain pienempiin joukkoihin. Kyseisten tulosten osalta on huomioitava, että vastaajamäärä ei aina anna täysin luotettavaa, vaan pelkästään suuntaa antavaa kuvaa todellisesta tilanteesta.

Raportissa käytetty toimialajaottelu on seuraava (suluissa kaksinumeroiset TOL luokat): Teollisuus (01-39), Rakentaminen (41-43), Kauppa (45-47), Osaamisintensiiviset palvelut KIBS (61-66, 69-74, 82, 85), Muut palvelut (49-60, 68, 75-81, 84, 86-96). Jos jokin toimialaluokka puuttuu edellisestä listauksesta, se tarkoittaa, että ko. toimialalta ei ole vastaajia tässä tutkimuksessa.

Kaikkien julkaisun kuvien lähteenä on käytetty pk-yritysbarometrin tuloksia.

Tämä katsaus on laadittu TEM:n ja Taloustutkimuksen yhteistyönä ja löytyy TEM:n artikkelikokoelmasta: http://www.tem.fi/ajankohtaista/julkaisut/tem_oppaat_ja_muut_julkaisut

Helsingissä 4.2.2015

PASI HUOVINEN
tutkimusjohtaja
Taloustutkimus
pasi.huovinen(at)taloustutkimus.fi

SAMULI RIKAMA
ekonomisti
työelinkeinoministeriö
samuli.rikama(at)tem.fi

Keskeiset viestit kasvuhakuisten yritysten näkökulmasta: profiili, suhdanne, kansainvälisyys, rahoitus ja digitaalisuus

Profiili

- Kasvuhakuiset yritykset ovat melko nuoria, suhteellisen lyhyessä ajassa keskisuuriksi kasvaneita, kansainvälisiä markkinoita hakevia tyypillisesti teollisuus tai KIBS -alan yrityksiä.
- Kasvuhakuiset yritykset myös käyttävät muita yrityksiä yleisemmin digitaalisia työkaluja ja ne aikovat hakea rahoitusta yli kaksi kertaa yleisemmin kuin muut yritykset seuraavan vuoden aikana.
- Lähes puolet kyseisistä yrityksistä tavoittelee yli 20 % vuotuista kasvua liikevaihdon kasvua ja toisaalta yli puolet uskoi kyselyn toteutusajankohtana, että tavoitteeseen päästään.
- Kasvuhakuisia yrityksiä on Suomessa suhteellisesti eniten Pohjois-Pohjanmaalla.

Suhdanne

- Talouden suhdanne pk-barometrin valossa on melko heikko. Kasvuhakuisten yritysten suhdannekuva on selvästi muita yrityksiä positiivisempi.
- Yli puolet kasvuhakuisista yrityksistä raportoi suhdanteiden kohentumisesta edellisen vuoden aikana ja lähes 60 prosenttia odottaa niiden kohentumista seuraavan vuoden aikana.
- Pk-yritysten viennin odotetaan kehittyvän hieman edellisvuotta paremmin seuraavan vuoden aikana, lähes 15 prosenttia odottaa viennin kohenevan seuraavan vuoden aikana. Viennin kasvuodotukset nousevat huomattavasti, kun tarkastellaan pelkästään vahvasti kasvuhakuisten yritysten joukkoa.

Kansainvälistyminen

- Barometrin valossa kasvuhakuiset yritykset olivat kaikilla mittareilla muita pk-yrityksiä kansainvälisempiä. Suoraa vientitoimintaa ulkomaille harjoitti 12 prosenttia pk-yrityksistä, kun kasvuhakuisista yrityksistä vientiä harjoitti 30 prosenttia.
- Kasvuhakuiset yritykset ovat muita kansainvälistyneitä pk-yrityksiä aktiivisempia kaikilla markkina-alueilla paitsi EU-maissa. Etenkin Intian, muun maailman, Keski- ja Etelä Amerikan markkinoilla kasvuhakuiset teollisuusyritykset operoivat kaksi kertaa yleisemmin kuin muut teollisuuden pk-yritykset.
- Yleisesti ottaen kasvuhakuiset yritykset - toimialasta riippumatta - käyttävät vähintään kaksi - kolme kertaa yleisemmin julkisia kansainvälistymispalveluja kuin muut pk-yritykset.

Rahoitus

- Suomalaisista pk-yrityksistä viidennes aikoi ottaa ulkopuolista rahoitusta seuraavan vuoden aikana. Voimakkaasti kasvuhakuisista yrityksistä lainaa aikoo ottaa yli puolet eli 53 %.
- Etenkin voimakkaasti kasvuhakuisissa yrityksissä rahoituksen saatavuus tai sen ehdot olivat vaikeuttaneen jonkin yrityksen hankkeen toteutumista (30 %). Kaikista pk -yrityksistä vain noin viidennes ilmoitti vastaavasta ongelmasta.
- Rahoitusta pk-yritykset hakivat yleisimmin käyttöpääomaksi riippumatta siitä, onko yritys kasvuhakuinen vai ei. Muutoin kasvuhakuisten yritysten investoinnit painottuvat selvästi eri kohteisiin kuin pk-yritysten investoinnit yleensä. Kasvuhakuiset yritykset käyttävät rahoitusta muita yrityksiä yleisemmin kehittämishankkeisiin sekä kansainvälistymiseen.

Digitaaliset työkalut

- Pk-barometrin mukaan kasvuhakuiset yritykset käyttävät digitaalisia työkaluja selvästi yleisemmin kuin muut yritykset. Kasvuhakuiset pk-yritykset ovat oivaltaneet digitaalisten työkalujen potentiaalin liiketoiminnan kannalta.
- Yritysten aikomukset laajentaa digitaalisten työkalujen käyttöä seuraavan vuoden aikana olivat varsin maltillisia. Kasvuhakuiset yritykset aikovat edelleen panostaa digitaalisuuteen selvästi muita yrityksiä yleisemmin.
- Seuraavan vuoden aikana kasvuhakuiset yritykset aikovat panostaa erityisesti myyntiä lisääviin työkaluihin eli verkkokauppaan sekä digitaalisten kanavien käyttöön myynnissä ja markkinoinnissa. Muut yritykset panostavat ensisijaisesti sosiaaliseen mediaan ja verkkokauppaan.

1 Millaisia ovat kasvuhakuiset yritykset?

Suomen talouskehitys on ollut viime vuodet vaisua ja tuoreimpien luottamusindikaattorein valossa parhaimmillaankin on luvassa vain heikkoa kasvua. Voimakkaasti kasvuhakuiset ja aidosti kasvuun kykenevät ovat niitä yrityksiä, joiden varaan yrityssectorimme kasvu ja odotukset pitkälti nojaavat.

Voimakkaasti kasvuhakuisten pk-yritysten määrä on Suomessa varsin rajallinen ja niiden osuus kaikista pk-yrityksistä on barometrin mukaan noin 7 prosenttia. Tämä tarkoittaa koko Suomessa arviolta yhteensä 18 000-19 000 yritystä.

Teollisuusyritykset kasvuhakuisia

Teollisuusyrityksissä on selvästi enemmän voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä kuin pk-yrityksissä yleensä, noin 12 %. Myös osaamisintensiivisten palveluiden toimialalla (KIBS: Knowledge Intensive Business Services) kasvuhakuiset yritykset (9 %) ovat keskivertoa yleisempiä. Muilla toimialoilla voimakkaasti kasvuhakuisten pk-yritysten osuus on noin 6-7 prosenttia yrityskannasta.

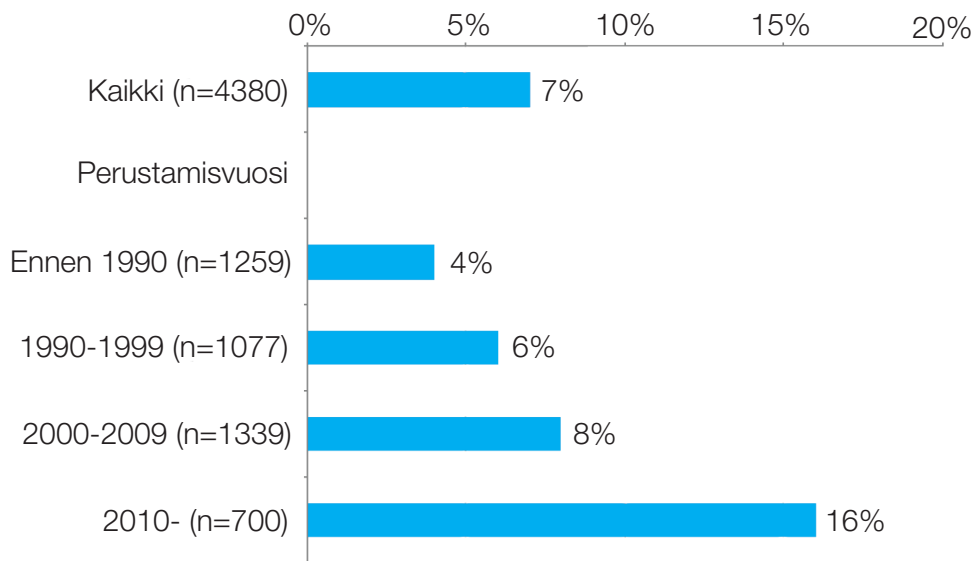
KIBS palveluissa etenkin televiestintä-, ohjelmisto-, liikkeenjohdon konsultointi-, arkkitehti- ja insinööripalvelu- ja tieteellisen tutkimus- ja kehittämisalan yrityksissä voimakkaasti kasvuhakuisten yritysten merkitys korostuu. Kasvuhakuisten yritysten osuus näillä toimialoilla oli selvästi suurempi kuin pk-yrityksissä keskimäärin eli 11 %.

Yrityskoko yhteydessä kasvuhakuisuuteen

Yrityksen koko näyttää niin henkilöstömäärän kuin liikevaihdon perusteella mitattuna olevan yhteydessä kasvuhakuisuuteen. Mitä suurempi pk-yritys, sitä suuremmalla todennäköisyydellä se on kasvuhakuinen. Yli miljoonan euron liikevaihdon yrityksistä 10 % ja yli viiden miljoonan liikevaihdon tekevästä yrityksistä jopa 15 % on voimakkaasti kasvuhakuisia. Yli 20 henkilöä työllistävissä yrityksissä kasvuhakuisia on yli kaksi kertaa niin paljon kuin kaikissa pk-yrityksissä.

Kasvuhakuiset yritykset ovat usein myös nuoria 2000-luvulla, ja etenkin 2010 tai sen jälkeen perustettuja yrityksiä. 16 % kaikista 2010 tai sen jälkeen perusteista yrityksistä on voimakkaasti kasvuhakuisia. On myös huomattavaa, että kaksi kolmasosaa kasvuhakuisista on perustettu 2000-luvulla. Noin kolmannes KIBS -alojen, palveluiden ja rakentamisen kasvuhakuisista pk-yrityksistä oli perustettu vuonna 2010 tai sen jälkeen.

Kuvio 1.1 Voimakkaasti kasvuhakuisten yritysten osuus yrityksistä perustamisajankohdan mukaan

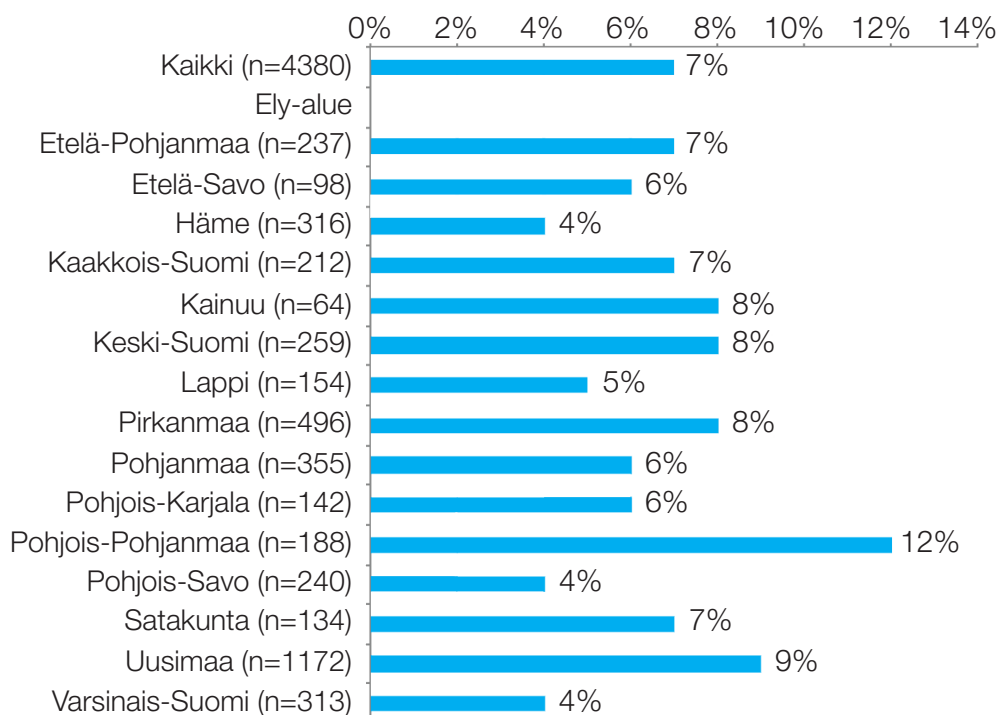


Pohjois-Pohjanmaalla haetaan kasvua

Kasvuhakuisten yritysten osuus yrityksistä on alueittain kaikkein suurinta Pohjois-Pohjanmaalla, missä kasvuhakuisia yrityksiä on kaikista alueen yrityksistä 12 %. Uudellamaalla osuus on 9 %, Keski-Suomessa, Pirkanmaalla sekä Kainuussa 8 %.

Vähiten kasvuhakuisia yrityksiä sijaitsee kaikista alueiden yrityksistä Varsinais-Suomessa (4 %) Pohjois-Savossa (4 %) ja Hämeessä (4 %). Todennäköisesti syyt eroille löytyvät osin alueiden toimialarakenteesta, kuten ohjelmistoyritysten osuudesta kaikista alueen yrityksistä.

Kuvio 1.2 Voimakkaasti kasvuhakuiset yritykset ja sijainti Ely-alueittain

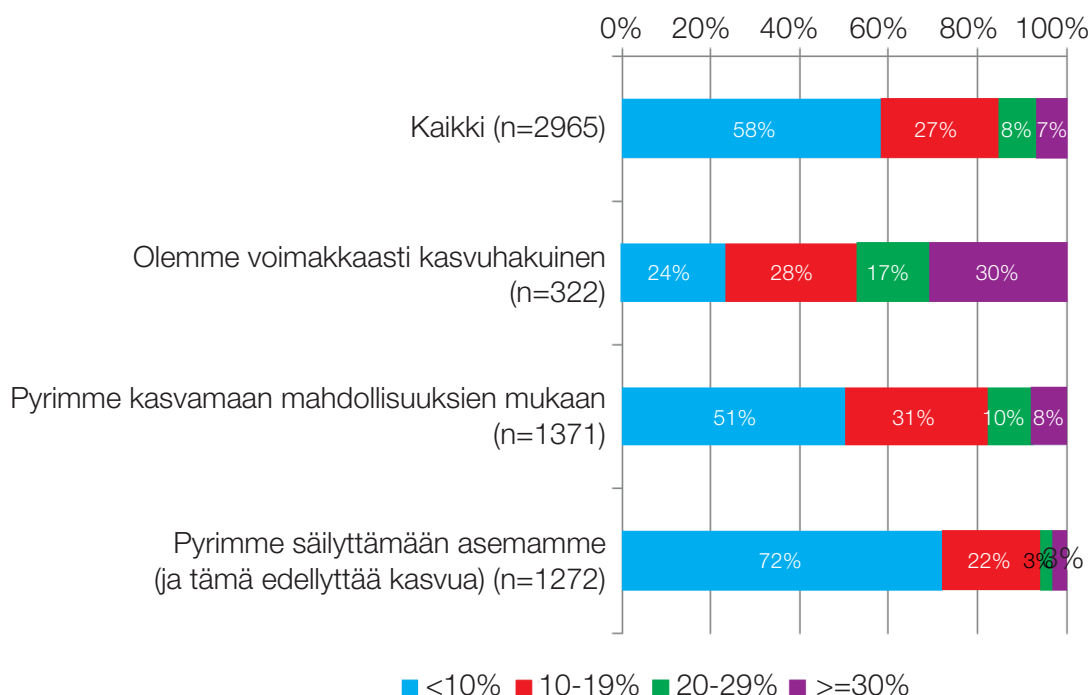


Kasvutavoitteet myös toteutuneet

Yli kolme neljästä voimakkaasti kasvuhakuisesta yrityksestä oli asettanut liikevaihdon kasvutavoitteekseen 10 % tai yli vuodelle 2014. Kaikissa pk-yrityksissä vastaava osuus on 42 %. Toisaalta vuodelle 2014 yli 50 % liikevaihdon kasvua tavoitelleita yrityksiä on voimakkaasti kasvuhakuisista yrityksistä 20 %. Osuus on viisi kertaa niin suuri kuin pk-yrityksillä yleensä.

Vaikka tavoitteet ovat voimakkaasti kasvuhakuisten yritysten parissa muita korkeammalla, kasvutavoitteet näyttävät myös toteutuvan hyvin. Kasvuhakuisten yritysten parissa on muihin pk-yrityksiin verrattuna suhteessa paljon enemmän niitä, jotka arvioivat saavuttavansa asettamansa kasvutavoitteen. Asemansa säilyttämään pyrkivistä yrityksistä 74 % ennakoivat, että tavoitteeseen ei päästä, vaikka suurin osa näistä yrityksistä haki vuodelta 2014 maltillista alle 10 % liikevaihdon kasvua.

Kuvio 1.3 Liikevaihdon kasvutavoite vuonna 2014, kasvu prosenttia liikevaihdosta



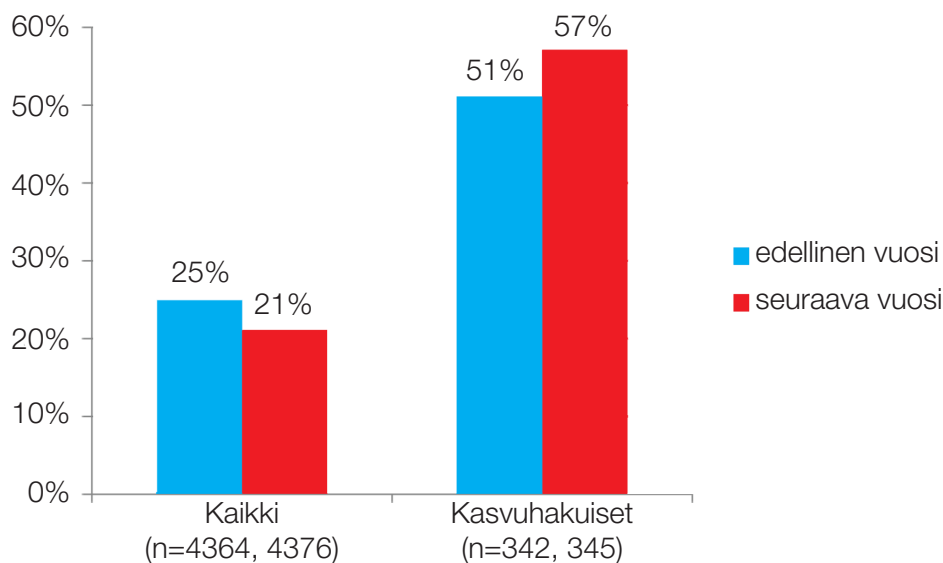
Yhteenvetona voidaan sanoa, että kasvuhakuiset yritykset ovat melko nuoria, suhteellisen lyhyessä ajassa keskiuuriksi kasvaneita, kansainvälisiä markkinoita hakevia tyypillisesti teollisuus tai KIBS -alan yrityksiä. Lähes puolet kyseisistä yrityksistä tavoittelee yli 20 % vuotuista kasvua liikevaihdon kasvua ja toisaalta yli puolet uskoi kyselyn toteutusajankohtana, että tavoitteeseen päästään.

2 Kasvuhakuisten yritysten suhdannekuva

Talouden suhdanne pk-barometrin valossa on melko heikko. Näkymissä vuosi eteenpäin on saldoluku -6, mutta kasvuhakuisilla yrityksillä kaikilla toimialoilla selvästi positiivinen. Edellisen vuoden kehitys oli niin ikään pk-yrityksillä negatiivinen ja saldoluku -7. Vain noin parikymmentä prosenttia yrityksistä odottaa suhdanteiden kohenemistä seuraavan vuoden aikana. Saldoluvulla tarkoitetaan suhdanteiden paranemista ja huononemista ennakoivista vastauksista lasketua prosenttilukujen erotusta.

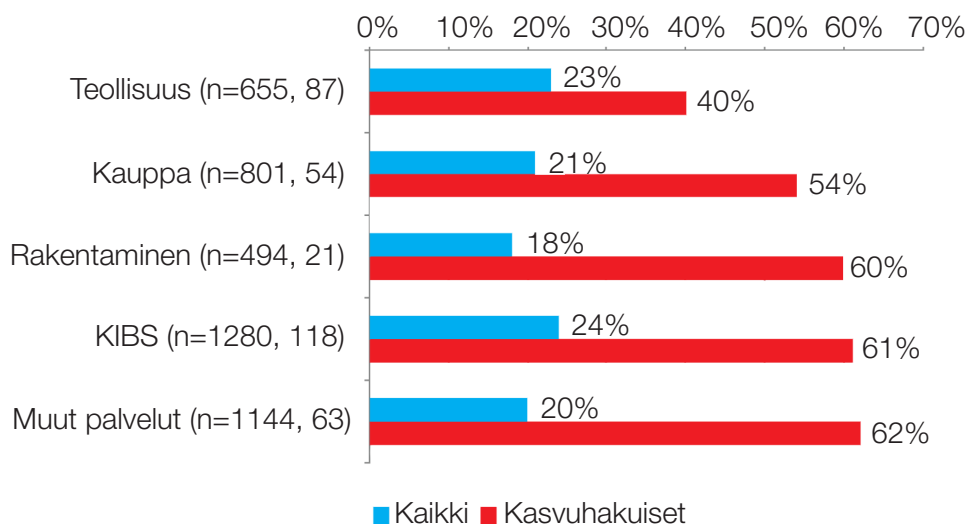
Kasvuhakuisien yritysten kehitys poikkeaa yleisestä suhdannekehityksestä täysin. Yli puolet kasvuhakuisista yrityksistä raportoi suhdanteiden kohenemisestä edellisen vuoden aikana ja lähes 60 prosenttia odottaa sen kohenemistä seuraavan vuoden aikana. On huomattava että kasvuhakuiset yritykset odottavat suhdanteiden parantumista seuraavan vuoden aikana melkein kolme kertaa yleisemmin kuin muut pk-yritykset.

Kuvio 2.1 Suhdanneodotukset seuraavan vuoden aikana ja edellisen vuoden toteuma, paranee



Yritysten suhdanneodotukset seuraavan vuoden aikana ovat varsin samankaltaisia eri toimialoilla. Kasvuhakuisissa yrityksissä odotukset ovat korkeimmillaan KIBS palveluissa, muissa palveluissa ja rakentamisessa, mutta vaatimattomimmat kaupan alalla ja etenkin teollisuudessa.

Kuvio 2.2 Suhdannenäkymä seuraavan vuoden aikana toimialoittain, paranee

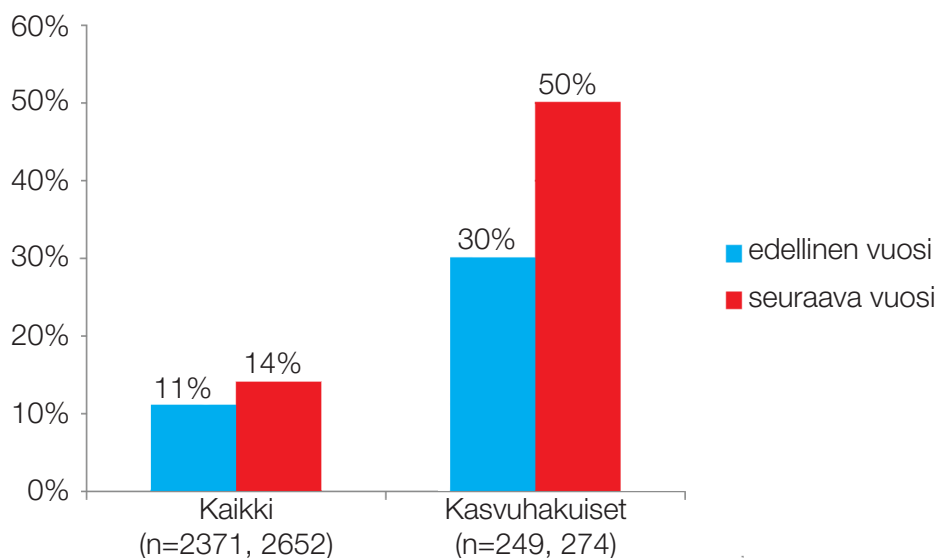


Vientinäkymät kohenemassa

Pk-yritysten viennin odotetaan kehittyvän hieman edellisvuotta paremmin seuraavan vuoden aikana, lähes 15 prosenttia odottaa viennin kohenevan seuraavan vuoden aikana (saldoluku -5). Edellisvuonna 11 prosenttia yrityksistä raportoi viennin kasvusta (saldoluku -9).

Viennin kasvuodotukset kohenevat huomattavasti, kun tarkastellaan pelkästään vahvasti kasvuhakuisten yritysten joukkoa. Edellisvuoteen verrattuna vienti oli noussut lähes kolmanneksella ja seuraavan vuoden aikana viennin kohenemista ennakoi puolet kasvuhakuisista yrityksistä.

Kuvio 2.3 Vientiodotukset seuraavan vuoden aikana ja edellisen vuoden toteuma, paranee



Vienti on edellisvuodesta kasvanut yleisimmin kasvuhakuisissa yrityksissä, erityisen vahvasti tietointensiivisissä palveluissa ja selvästi harvemmin muiden toimialojen yrityksissä.

Kaikista pk-yrityksistä viennin näkymät seuraavan vuoden aikana ovat vahvimmat teollisuudessa, jossa lähes 30 prosenttia yrityksistä odotti viennin kasvavan seuraavan vuoden aikana. Muilla toimialoilla odotukset olivat selvästi maltillisemmat.

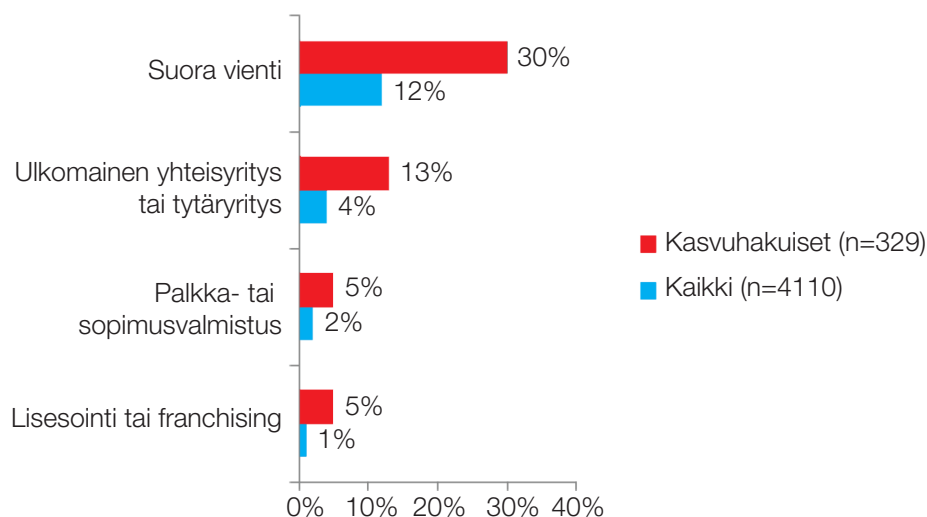
Kasvuhakuisia yrityksiä tarkasteltaessa tilanne muuttuu olennaisesti. Viennin nopeaa kasvua odotettiin etenkin tietointensiivisillä palvelualoilla ja teollisuudessa seuraavan vuoden aikana, jopa 60 prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä näillä aloilla ennakoi viennin kasvua.

3 Kasvuhakuisuus ja kansainvälistyminen

Kasvuhakuiset yritykset ovat lähes poikkeuksetta muita pk-yrityksiä vahvemmin suuntautuneita kansainvälisille markkinoille. Globaalit markkinat kiinnostavat etenkin silloin kun yrityksen teknologia ja tuotteet edustavat globaaliaärkeä ja niiden tuotanto on helposti skaalattavissa.

Barometrin valossa kasvuhakuiset yritykset olivat kaikilla mittareilla muita pk-yrityksiä kansainvälisempiä. Suoraa vientitoimintaa ulkomaille harjoitti 12 prosenttia pk-yrityksistä, kun kasvuhakuisista yrityksistä vientiä harjoitti 30 prosenttia. Vain 4 prosenttia pk-yrityksistä ilmoitti ulkomaisesta tytäryrityksestä tai yhteisyrityksestä, kun kasvuhakuisilla yrityksillä vastaava osuus oli 13 % eli yli kolminkertainen kaikkiin pk-yrityksiin nähden. Myös sopimusvalmistus ja lisensointi ulkomailla oli kasvuhakuisilla yrityksillä selvästi muuta pk-sektoria yleisempää.

Kuvio 3.1 Pk-yritysten kansainvälistyminen, osuus yrityksistä



Viejäyrityksiltä kysyttiin myös viennin osuutta yrityksen liikevaihdosta. Tyypillisesti osuus oli alle puolet liikevaihdosta. Vienti oli yli puolet liikevaihdosta vain noin neljänneksellä vientiä harjoittavista pk-yrityksistä, mutta kasvuhakuisista vientiä harjoittavista yrityksistä 35 prosenttia ilmoitti saavansa yli puolet liikevaihdostaan viennistä.

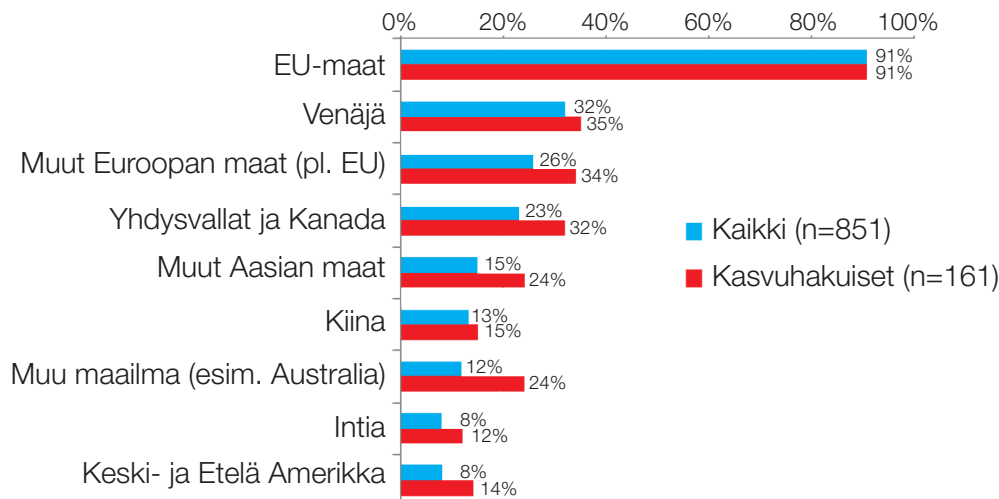
Kasvuhakuiset yritykset aktiivisempia kansainvälistymään

Yrityksiltä kysyttiin myös niitä markkina-alueita, joille kansainvälistymisellä on tähdätty. Kasvuhakuiset yritykset ovat muita kansainvälistyneitä pk-yrityksiä aktiivisempia kaikilla markkina-alueilla paitsi EU-maissa.

EU-maat olivat kokonaisuutena selvästi merkittävin markkina. 90 prosenttia kansainvälistyneistä yrityksistä toimi näillä markkinoilla. Venäjän markkina on edelleen varsin merkittävä pk-yrityksille eli toiseksi suurin ennen EU:n ulkopuolista Eurooppaa. Venäjän markkina tuonee kuitenkin pk-yrityksille meneillään olevan kriisin ja pakotteiden kautta lisää haasteita ja vaikeuksia.

Yhdysvaltojen ja Kanadan merkitys markkina-alueena oli neljänneksi suurin, yli 20 prosentille yrityksistä. Kasvuhakuisille yrityksille Yhdysvaltojen ja Kanadan markkina on vieläkin merkittävämpi eli noin kolmannekselle yrityksistä.

Kuvio 3.2 Pk-yritysten kansainvälistyminen alueittain, osuus yrityksistä, joilla vientiä tai liiketoimintaa ulkomailla



Kaikista teollisuuden pk-yrityksistä noin 30 prosenttia harjoitti vientiä, kun kasvuhakuisista teollisuusyrityksistä vastaava osuus oli lähes kaksinkertainen eli 55 prosenttia. Osaamisintensiivisissä KIBS palveluissa etenkin kasvuhakuiset yritykset olivat yllättävän vahvoja viennissä. 43 % kyseisistä yrityksistä harjoitti vientiä kun kaikista KIBS yrityksistä osuus oli vain 14 %.

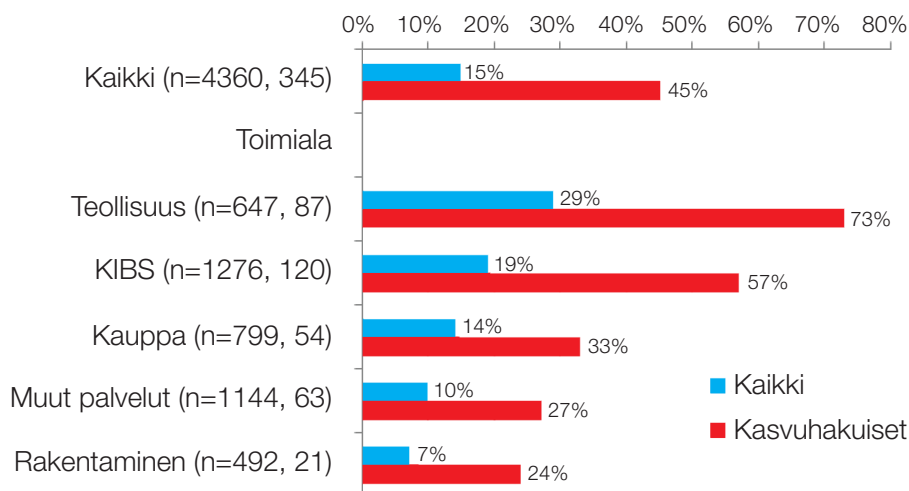
Teollisuuden kasvuhakuisten yritysten merkitys painottuu, kun tarkastellaan markkina-alueita. Etenkin Intian, muun maailman, Keski- ja Etelä Amerikan markkinoilla kasvuhakuiset teollisuusyritykset operoivat kaksi kertaa yleisemmin kuin muut teollisuuden pk-yritykset.

Työkaluja kansainvälistymiseen

Edellä esitettyjen lukujen perusteella on ilmeistä, että kasvuhakuiset pk-yritykset ovat myös voimallisesti läsnä kansainvälisillä markkinoilla. Etenkin tämä pätee teollisuuden ja osaamisintensiivisten KIBS palvelujen toimialoilla. Kansainvälisillä markkinoilla toimiminen asettaa omat haasteensa pk-yrityksille, joilla ei välttämättä ole riittävää osaamista ja voimavaroja toimia tiiviisti kilpailluilla kansainvälisillä markkinoilla.

Yritysten aikomuksia käyttää seuraavan vuoden aikana julkisia kansainvälistymisen tueksi suunniteltuja palveluita tiedusteltiin kyselyssä. Yleisesti ottaen kasvuhakuiset yritykset - toimialasta riippumatta - käyttävät vähintään kaksi - kolme kertaa yleisemmin julkisia kansainvälistymispalveluja kuin muut pk-yritykset. Teollisuuden ja KIBS toimialojen kasvuhakuisista yrityksistä noin kaksi kolmannesta aikoi käyttää julkisia kansainvälistymispalveluja seuraavan vuoden aikana.

Kuvio 3.3 Onko tarvetta käyttää kansainvälistymispalveluja, osuudet yrityksistä



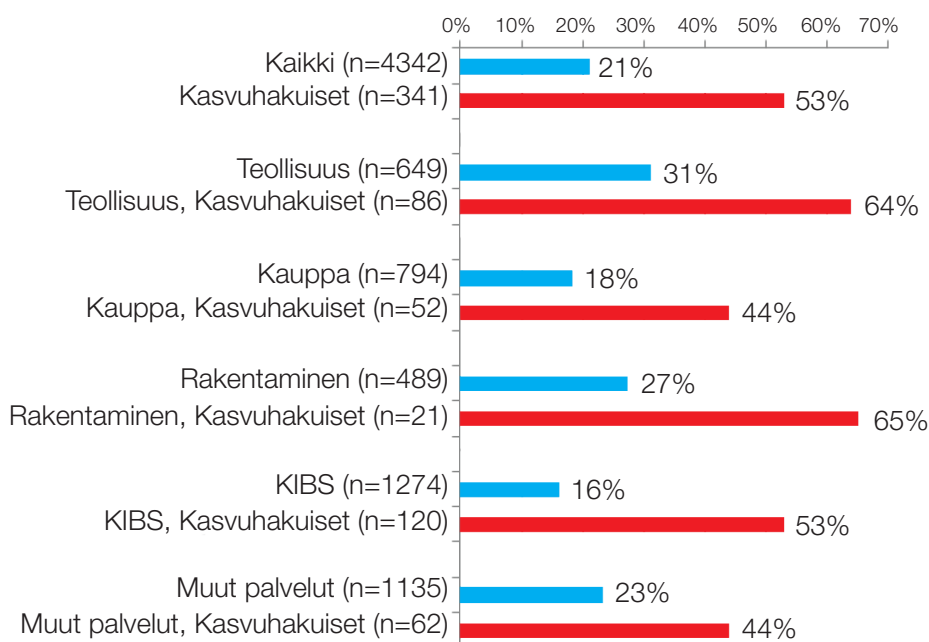
4 Rahoituksen käyttö ja saatavuus kasvuhakuisissa yrityksissä

Rahoituksen saatavuudella on suuri merkitys etenkin kasvuhakuisille yrityksille. Rahoituksen saannin esteet sekä käyttötarkoitus kuitenkin vaihtelevat huomattavasti yrityksen kasvuhakuisuuden mukaan. Suomalaisista pk-yrityksistä viidennes aikoo ottaa ulkopuolista rahoitusta seuraavan vuoden aikana. Voimakkaasti kasvuhakuisista yrityksistä lainaa aikoo ottaa yli puolet eli 53 %.

Pk-yritysten rahoitustarpeet poikkeavat selvästi toimialoittain. Tyypillisesti investointeihin nojaavat teollisuus ja rakentaminen vaativat pääomia ja rahoitusta palvelualoja yleisemmin. Kasvuhakuisista teollisuuden ja rakennusalan yrityksistä noin kaksi kolmesta aikoo ottaa lainaa seuraavan vuoden aikana eli yli kaksi kertaa useammin kuin näiden toimialojen yritykset yleensä.

Osaamisintensiivisillä KIBS toimialoilla yritysten lainanottohalukkuus seuraavan vuoden aikana oli alhaisin (16 %), mutta vahvasti kasvuhakuisissa KIBS yrityksissä yli kolminkertainen eli 53 prosenttia näistä yrityksistä aikoo ottaa lainaa seuraavan vuoden aikana.

Kuvio 4.1 Aikomus ottaa ulkopuolista rahoitusta seuraavan 12 kk:n aikana

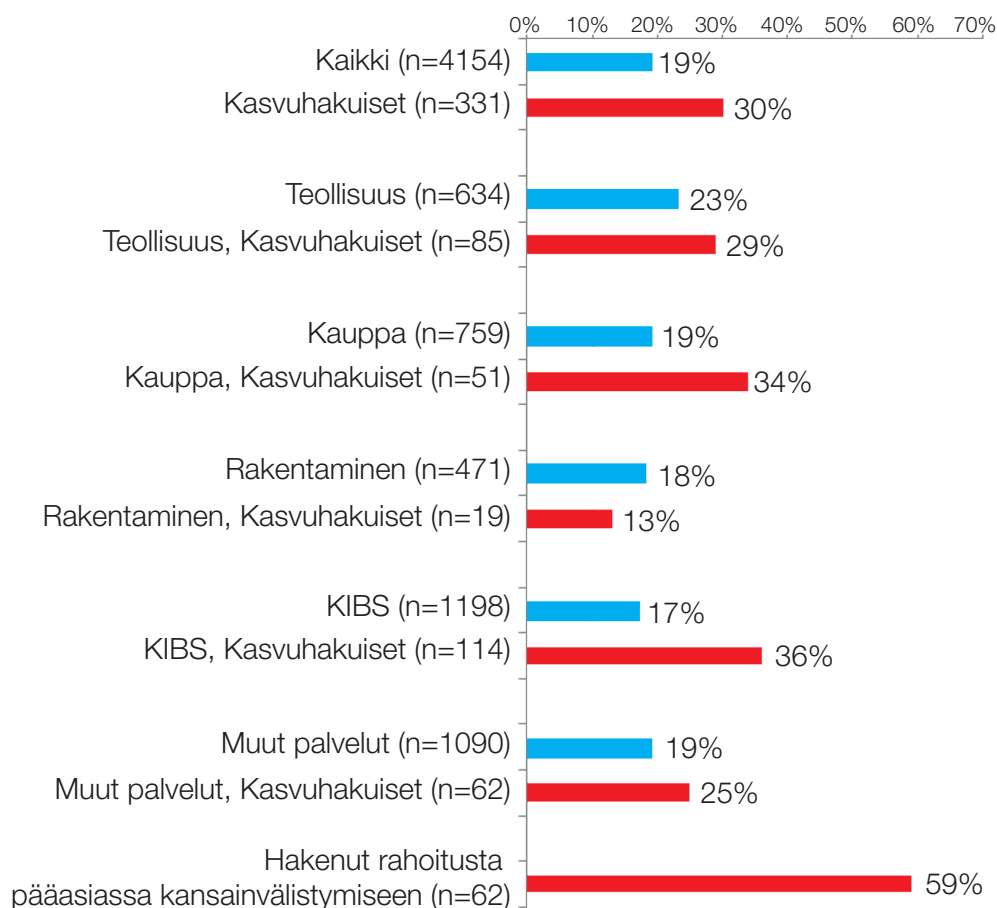


Rahoituksen saatavuus on yritystoiminnan kehittämisen kannalta välttämätöntä, mutta ei suinkaan pk-yrityksille ongelmattonta. Etenkin voimakkaasti kasvuhakuisissa yrityksissä rahoituksen saatavuus tai sen ehdot olivat vaikeuttaneet jonkin yrityksen hankkeen toteutumista (30 %). Kaikista pk-yrityksistä vain noin viidennes ilmoitti vastaavasta ongelmasta.

Ongelmia kohdanneita on korostuneesti osaamisintensiivisissä KIBS alan kasvuhakuisissa yrityksissä. Tämä voi selittyä osin sillä, että nämä yritykset käyttävät rahoitusta muita useammin kansainvälistymiseen. Kansainvälistymiseen rahoitusta hakevat kohtaavat enemmän vaikeuksia rahoituksen saannin ja ehtojen kanssa. Pääasiassa kansainvälistymiseen rahoitusta hakevista pk-yrityksistä 59 % ilmoitti jonkin hankkeen toteutumisen vaikeutuneen.

Vakuuksien näkökulmasta kansainvälistymishankkeiden menestyksen ja tulevien tuottojen ennakoiminen lienee vaikeampaa kuin aineellisten investointien tapauksessa. Esimerkiksi teollisuuden aineellisia investointeja, kuten koneita, on yleensä helpompi käyttää lainojen vakuutena kuin aineettomia investointeja.

Kuvio 4.2 Rahoituksen saannin tai sen ehtojen vaikutus yrityksen jonkin hankkeen toteutumiseen, vaikeuttanut



Rahoitusta pk-yritykset hakivat yleisimmin käyttöpääomaksi riippumatta siitä, onko yritys kasvuhakuinen vai ei. Noin neljännes yrityksistä haki rahoitusta koneiden ja laitteiden korvausinvestointeihin sekä koneiden ja laitteiden laajennusinvestointeihin. Koneiden ja laitteiden korvausinvestoinnit (14 %) kiinnostivat kasvuhakuisia yrityksiä selvästi harvemmin kuin laajennusinvestoinnit (23 %).

Yrityksen kehittäminen on tiiviissä yhteydessä kasvuhakuisuuden kanssa. Kehittämishankkeisiin haki rahoitusta joka kolmas kasvuhakuinen yritys (34 %), kun kaikista yrityksistä kehittämishankkeisiin haettiin rahoitusta selvästi harvemmin (17 %). Kasvuhakuiset yritykset profiloituvat myös kansainvälistymiseen haetussa rahoituksessa. Viidennes kasvuhakuisista yrityksistä haki rahoitusta kansainvälistymiseen, kun vastaava osuus oli vain 5 prosenttia kaikista pk-yrityksistä.

Kuvio 4.3 Mihin tarkoitukseen haettu pääasiassa rahoitusta, osuus ulkopuolista rahoitusta ottaneista yrityksistä



Rahoituksen merkitys ja rooli pk-yritysten menestystekijänä on keskeinen. Aineiston valossa pk-yritysten rahoitustarpeet painottuvat käyttöpääomaan sekä kone- ja laiteinvestointeihin sekä vähäisemmin kehittämishankkeisiin. Kasvuhakuiset yritysten investoinnit painottuvat selvästi eri kohteisiin kuin pk-yritysten investoinnit yleensä. *Kasvuhakuiset yritykset käyttävät rahoitusta muita yrityksiä yleisemmin kehittämishankkeisiin sekä kansainvälistymiseen.*

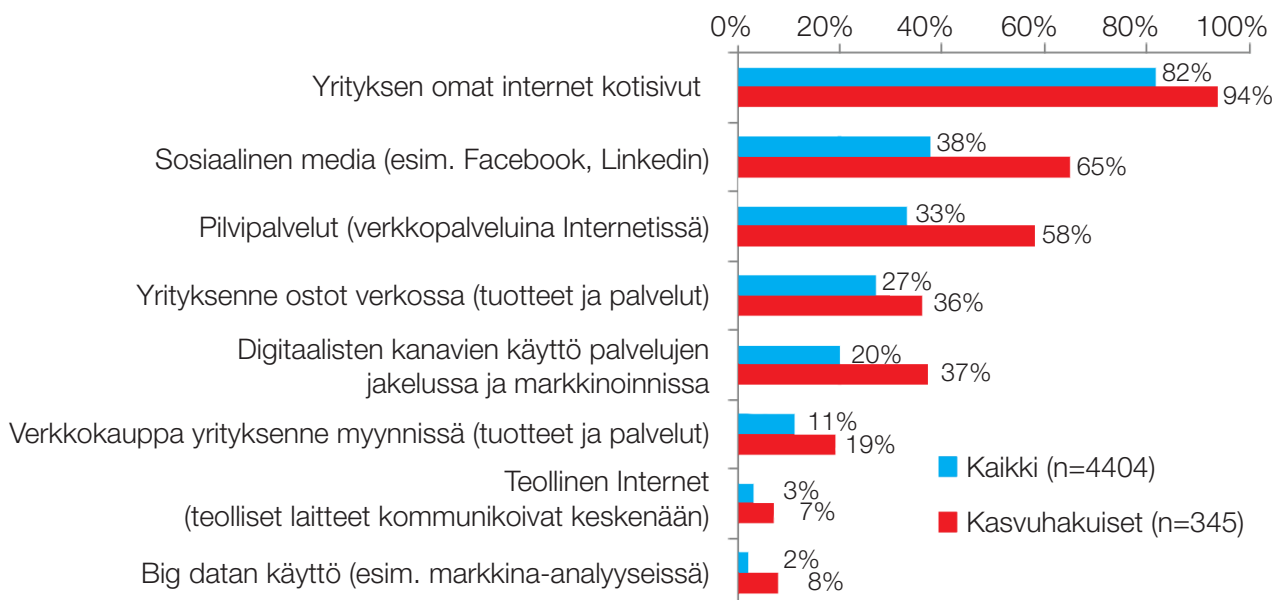
5 Digitaalisten työkalujen käyttö kasvuhakuisissa yrityksissä

Kasvavan ja kasvuhakuisen yritystoiminnan onnistumisen kannalta on oleellista löytää ne yritystoiminnan työkalut, joilla kasvua voidaan vauhdittaa. Myös markkinoilla täytyy olla kysyntää ja kiinnostusta liiketoiminnaltaan kasvavien yritysten tuotteille. Rivan kehityksen ytimessä ovat digitaaliset työkalut ja palvelut, joilla toimintaa voidaan skaalata minimaalisin lisäkustannuksin ja samanaikaisesti markkina-aluetta laajentaa globaalisti.

Pk-barometrin mukaan vahvasti kasvuhakuiset yritykset käyttävät digitaalisia työkaluja selvästi yleisemmin kuin muut yritykset. Kasvuhakuiset pk-yritykset ovat oivaltaneet digitaalisten työkalujen potentiaalin liiketoiminnan kannalta. Tämä tarkoittaa esimerkiksi muita yrityksiä aktiivisempaa sosiaalisen median ja pilvipalvelujen käyttöä, myyntiä verkossa sekä digitaalisten jakelukanavien hyödyntämistä.

Sosiaalista mediaa, kuten Facebookia, käytti yli 60 prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä, mutta kaikista yrityksistä alle 40 prosenttia. Pilvipalveluita kasvuhakuiset yritykset käyttivät lähes kaksi kertaa yleisemmin kuin muut yritykset. Selkeä ero kasvuhakuisten yritysten hyväksi oli myös digitaalisten kanavien käytössä, joita kasvuhakuisista yrityksistä käytti lähes 40 prosenttia mutta kaikista yrityksistä vain viidennes.

Kuvio 5.1 Digitaalisten työkalujen hyödyntäminen



On huomattava, että merkittävästä julkisuudesta huolimatta sekä teollinen Internet että big-datan käyttö oli varsin vähäistä pk-yrityksissä. Kasvuhakuisissa yrityksissä näiden käyttö oli muita pk-yrityksiä yleisempää mutta silti erittäin vähäistä.

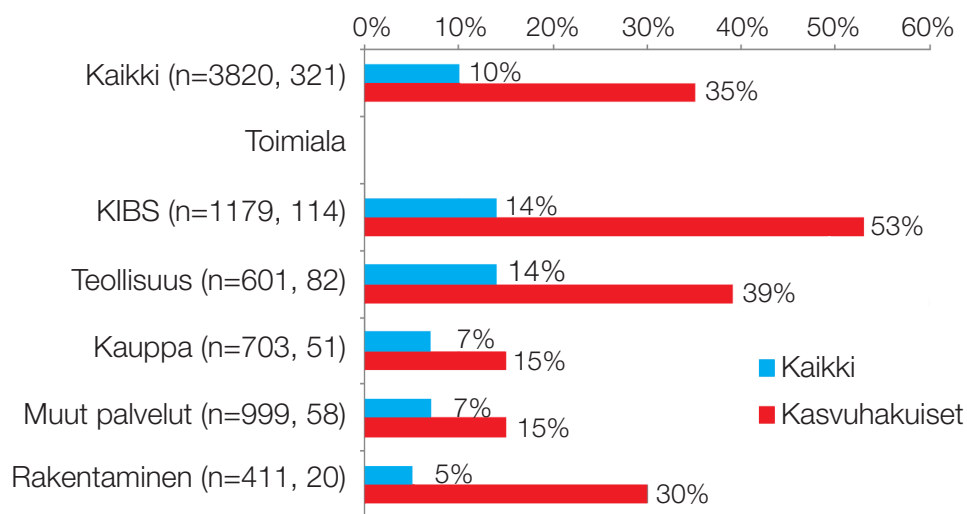
Yritysten aikomukset laajentaa digitaalisten työkalujen käyttöä seuraavan vuoden aikana olivat varsin maltillisia. Kasvuhakuiset yritykset aikovat edelleen panostaa digitaalisuuteen selvästi muita yrityksiä yleisemmin. Tämän toteutuessa kuuluu digitaaliseen liiketoimintaan panostavien ja muiden yritysten välillä kasvaneen edelleen.

Seuraavan vuoden aikana kasvuhakuiset yritykset aikovat panostaa erityisesti myyntiä lisääviin työkaluihin eli verkkokauppaan sekä digitaalisten kanavien käyttöön myynnissä ja markkinoinnissa. Muut yritykset panostavat ensisijaisesti sosiaaliseen mediaan ja verkkokauppaan.

Digitaalisuus tarjoaa yritysten mielestä liiketoimintamahdollisuuksia etenkin tietointensiivisille palvelualoille (KIBS), mutta myös kauppaan ja teollisuuteen, joissa noin 15–20 prosenttia yrityksistä piti digitaalisuuden merkitystä liiketoimintamahdollisuuksien luonnissa suurina.

Voimakkaasti kasvuhakuiset yritykset pitävät digitaalisuuden tuomaa liiketoimintapotentiaalia huimana kaikilla toimialoilla. Etenkin tietointensiivisissä KIBS palveluissa 60 prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä näki liiketoimintapotentiaalin suurena, kun tietointensiivisillä aloilla kaikista pk-yrityksistä osuus oli vain 20 prosenttia.

Kuvio 5.2 Digitaalisuudella on suuri merkitys liiketoiminnan kansainvälistymisessä



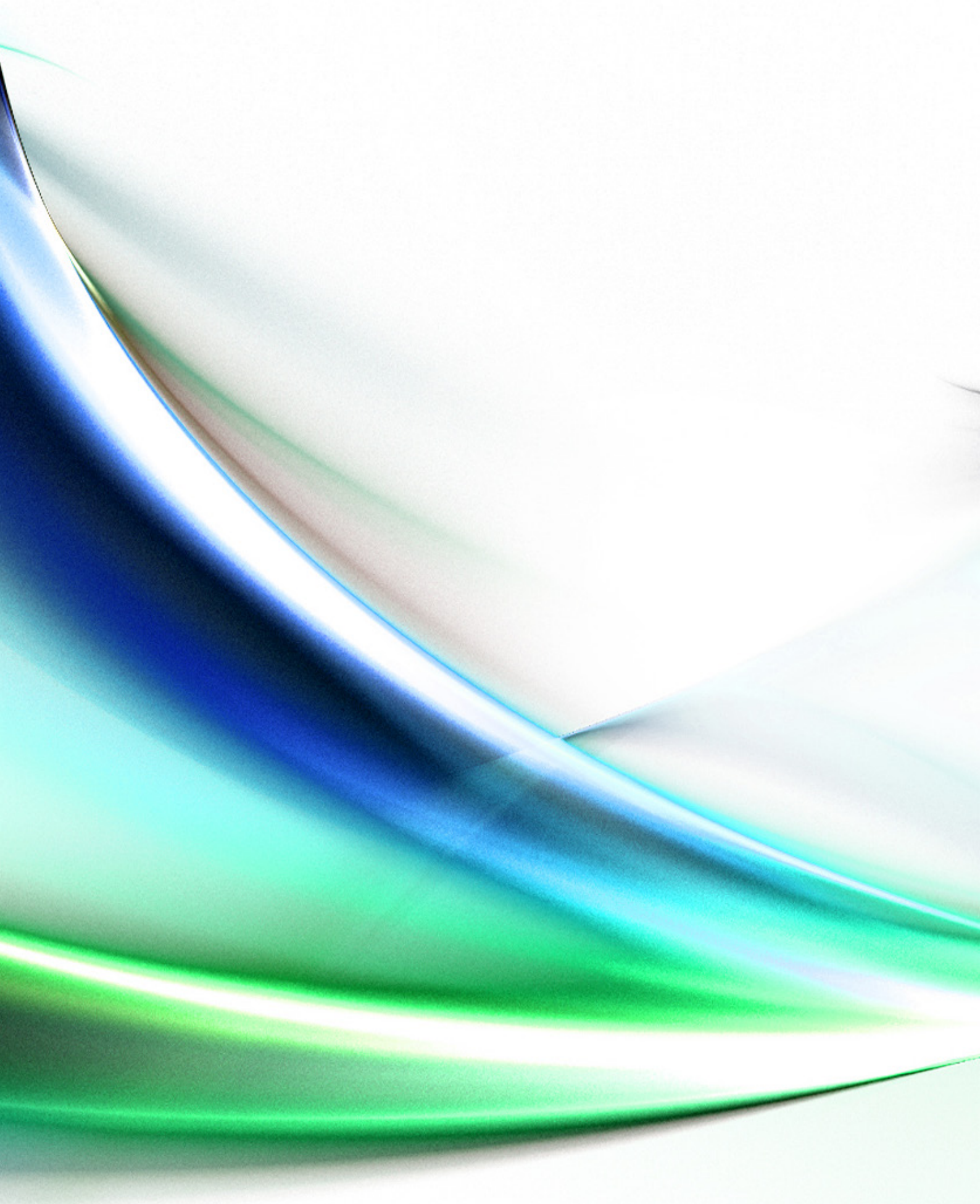
Melko harva eli alle 10 prosenttia pk-yrityksistä rakentamisen, kaupan ja muiden palvelujen aloilla oli sitä mieltä, että digitaalisuudella on suuri merkitys liiketoiminnan kansainvälistymisen kannalta. Teollisuudessa ja tietointensiivisillä aloilla osuus oli vähän suurempi eli noin 15 prosenttia.

Kasvuhakuiset yritykset sen sijaan tunnistavat hyvin myös digitaalisuuden tuomat mahdollisuudet liiketoiminnan kansainvälistymiseen. Tietointensiivisissä palveluissa yli puolet yrityksistä piti digitaalisuuden luomia mahdollisuuksia kansainvälistymiseen suurina, teollisuudessa näin arvioi lähes 40 prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä. Ensisijaisesti kotimaan markkinoihin nojaavat kaupan sekä muissa palveluissa toimivat kasvuhakuiset yritykset eivät pitäneet digitaalisuuden merkitystä kansainvälistymisen työkaluna suurena.

Yrityskuvan muodostamisen eli brändäyksen suhteen yritykset olivat toimialasta riippumatta melkoisen yksimielisiä, noin viidennes yrityksistä arvioi digitaalisuuden merkityksen suureksi yrityskuvan suhteen. Kasvuhakuisten yritysten arviot olivat jälleen selkeästi positiivisempia kuin pk-yritysten yleisesti. Etenkin palvelualojen sekä tietointensiivisten palvelujen kasvuhakuisista yrityksistä yli puolet piti digitaalisuuden potentiaalia suurena yrityskuvan rakentamisessa.

Digitaalisien työkalujen avulla voidaan parantaa myös *asiakaspalvelua*. Noin viidennes yrityksistä oli vahvasti tätä mieltä, mutta kasvuhakuisista yrityksistä tyypillisesti noin 40 prosenttia. On huomattava, että paljolti kotimaan markkinoiden kysyntään nojaavalla muiden palvelujen toimialalla asiakaspalvelun kohentamisen mahdollisuuksia digitaalisten työkalujen avulla pidettiin selvästi parhaimpina, lähes 60 prosenttia yrityksistä.

Noin 15 prosenttia pk-yrityksistä arvioi, että digitaalisten työkalujen avulla voidaan parantaa liiketoiminnan kannattavuutta merkittävästi. Toimialoittain näkemykset olivat varsin yhteneviä. Kasvuhakuiset yritykset näkivät digitaalisuuden vaikutukset kannattavuuteen huomattavasti valoisammin. Etenkin tietointensiivisissä palveluissa, mutta myös muiden palvelujen sekä kaupan alalla noin 40 prosenttia kasvuhakuisista yrityksistä arvioi vaikutukset kannattavuuteen merkittäviksi.



TEM oppaat ja muut julkaisut 4/2015
ISSN 2342-7922 (verkköjulkaisu)
ISBN 978-952-227-944-6