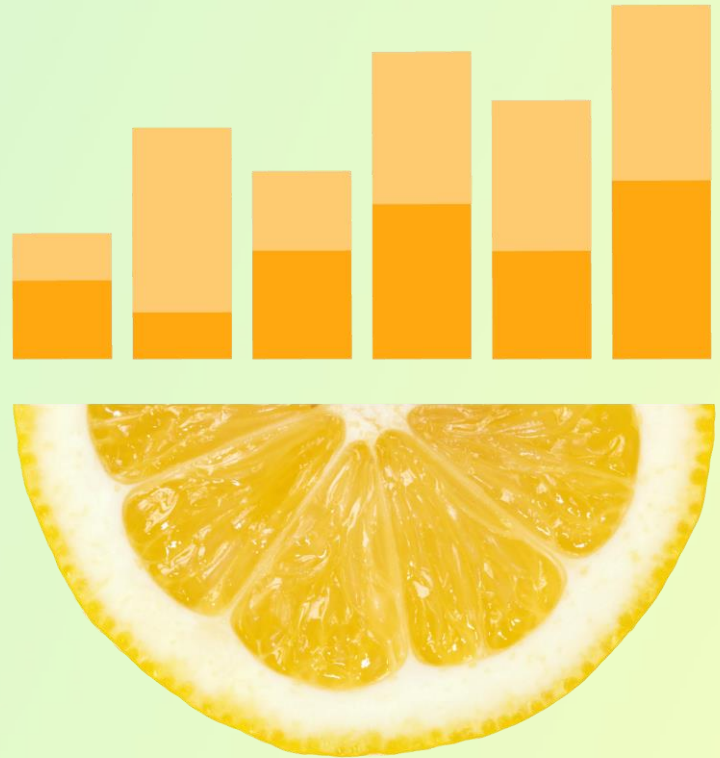


# Polkeeko PK-yritysten digitaalisuus paikoillaan?

Tutkimus suomalaisten PK-yritysten  
Digitaalisten työkalujen käytöstä

Prior Konsultointi Oy  
Tatu Kauppinen ja Jouni Kivikoski

11.9.2017



## Suomalaisten työnantajayritysten digitaalisuuden taso laahaa lähes paikallaan

- Suomalaisten yritysten tietotyön välineiden, liiketoiminnan johtamisen välineiden ja digitaaliseen markkinointiin liittyvien asioiden hyödyntämisessä ei ole menty merkittävästi eteenpäin viimeisen vuoden aikana.
- Yritykset arvioivat kuitenkin investoivansa tulevan vuoden aikana digitaalisuuteen enemmän kuin mitä ne ovat tähän mennessä investoineet.

## Digitaalisuus tuo kasvua, joka korostuu laaja-alaisimmin toimintaansa ja palveluitaan digitalisoineissa yrityksissä

- Yritykset arvioivat että vajaa 20 % niiden kasvusta tulee digitalisoinnin kautta.
- Tämä lukema on huomattavasti korkeampi niiden joukossa, jotka ovat digitalisoineet toimintaansa laajasti tai joiden palvelut perustuvat digitaalisuuteen.

## Yksinyrittäjät kirivät digitaalisuudessa

- Yksinyrittäjät ovat tutkimuksen valopilkku – he ovat menneet eteenpäin tietotyön perusvälineiden käytön lisäksi digitaalisessa markkinoinnissa.
- Yksinyrittäjät ovat innostuneet erityisesti sosiaalisen median markkinoinnista, joka onkin jo yhtä yleistä kuin kotisivujen käyttö.
- Muutaman vuoden ikäiset sekä kasvuhaluiset yhden hengen yritykset panostavat digitaalisuuteen huomattavasti enemmän kuin muut yhden hengen yrittäjät.

- Tutkimuksen suunnittelusta, tiedonkeruusta, analyysistä ja raportoinnista on vastannut **Prior Konsultointi Oy**.
- Tutkimuksen toimeksiantajat ovat **Elisa Oyj** ja **Suomen Yrittäjät**.
- Tutkimukseen vastasi 594 yrittäjää.
  - 464 vastaajaa tuli Suomen Yrittäjien jäsenrekisterin kautta.
  - Aineistoa täydennettiin 60 puhelinhaastattelulla ja 70:llä CINT Oy:n internetpaneelissa olevalla yrittäjällä.
- Yrittäjät edustavat pääosin 1-50 hengen yrityksiä. Tuloksia analysoidessa keskitytään pääosin työnantajayrityksiin.
- Tutkimuksen virhemarginaali 95% luottamustasolla on 2,4-4,0 prosenttiyksikköä.

Toimiala	Vastaajia
Rakentaminen ja remontointi	64
Liike-elämän palvelut	87
Kauppa, maahantuonti ja tukkukauppa	67
Teollisuus, energia, vesihuolto	50
Tietoliikenne, tietotekniikka ja viestintä	48
Terveys- ja sosiaalipalvelut	51
Kuljetus ja logistiikka	30
Majoitus-, ravintola-, matkailu-, viihde ja kulttuuripalvelut	48
Muu	148

Henkilömäärä	
1 henkilö	144
2-4 henkilöä	224
5-9 henkilöä	127
10-50 henkilöä	81
Yli 50 henkilöä	17

Liikevaihto	
Alle 200 000	275
200 000-1 000 000	192
Yli 1 000 000	121

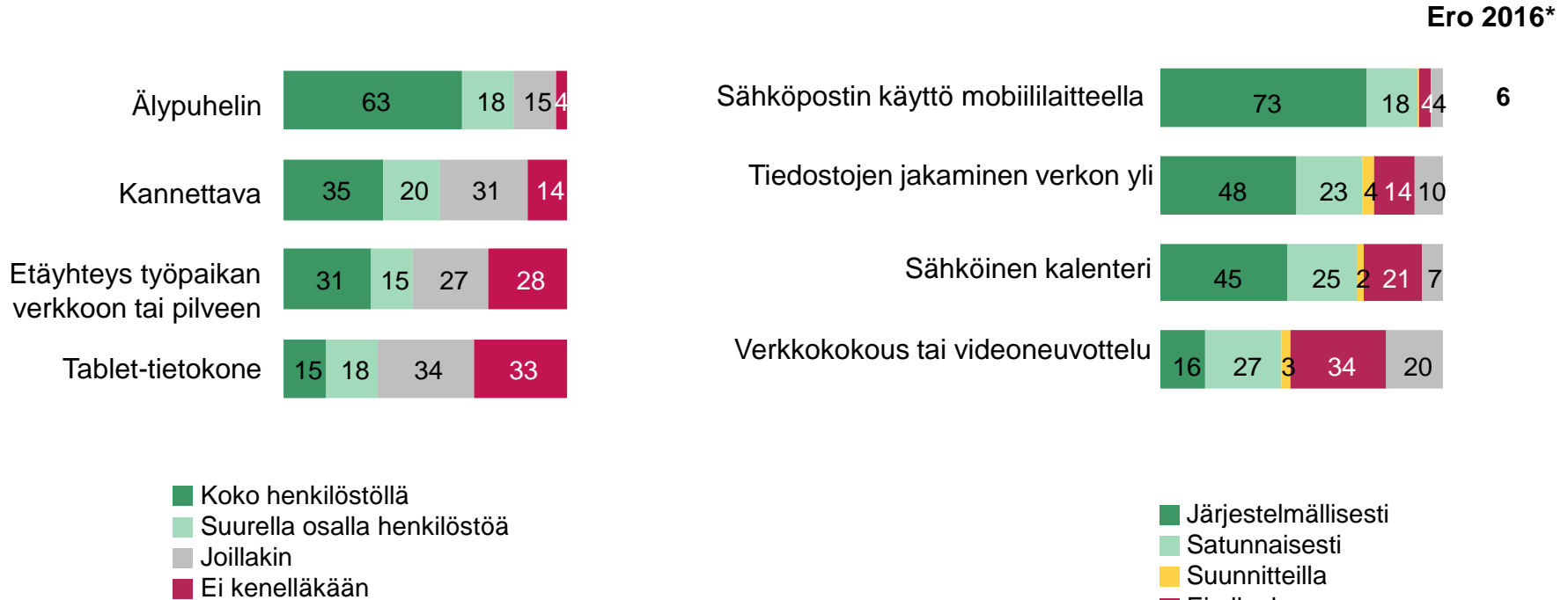
Perustettu	
Alle 5 vuotta sitten	251
5-10 vuotta sitten	79
Yli 10 vuotta sitten	264

# Tietotyön välineiden hyödyntäminen



# Tietotyön perusvälineiden hyödyntäminen junnaa paikallaan

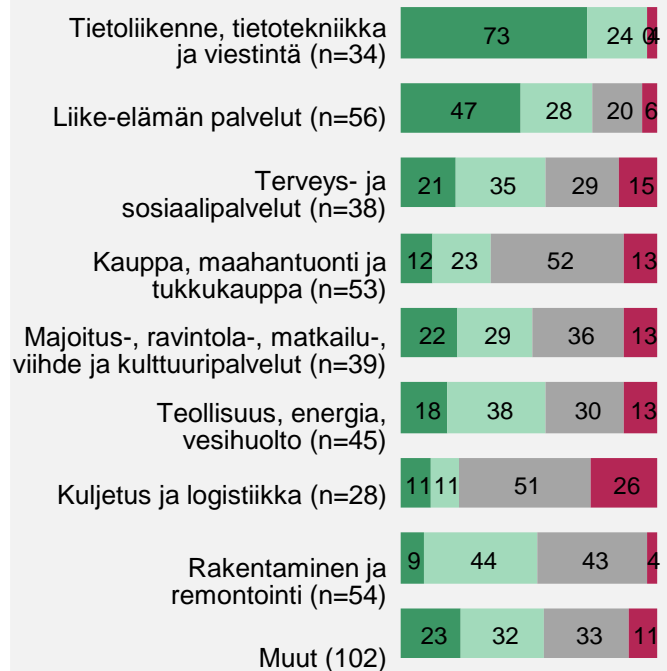
Hyödynnetäänkö organisaatiossasi seuraavia tietotyön välineitä? (%)



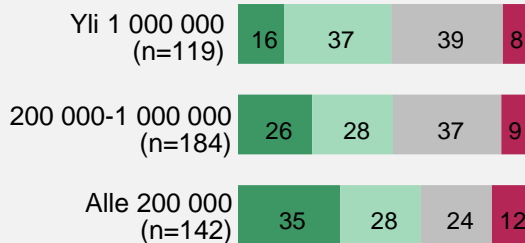
\*Prosenttiyksikköä koko henkilöstöllä/järjestelmällisesti, ilmoitetaan jos virhemarginaalia suurempi kasvu

# Tietotyön välineitä on harvoin käytössä kasvukeskusten ulkopuolella

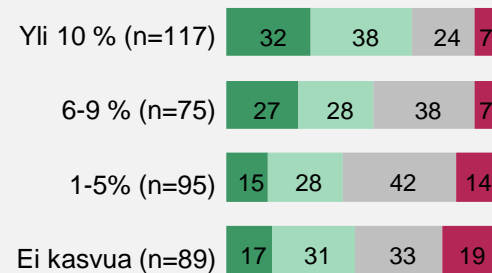
## Toimialan vaikutus välineiden määrän ja käyttöön



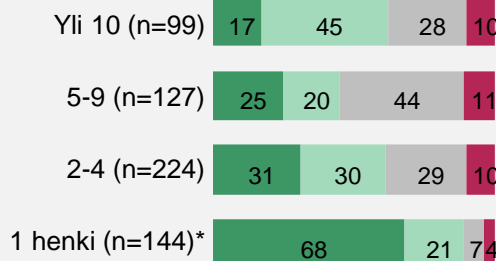
## Liikevaihto



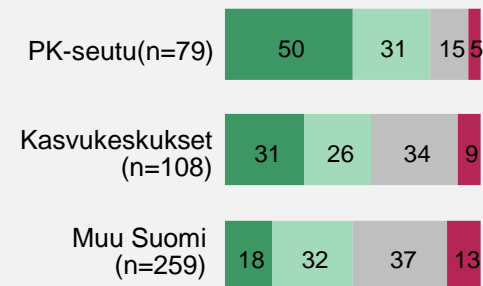
## 5 vuoden keskimääräinen kasvu



## Henkilöstö



## Alue



## Tietotyön välineitä käytössä kaikilla/järjestelmällisesti (%)



\*HUOM! Kaikissa muissa kuvissa ainoastaan työnantajayrityksiä

# Jakautuvatko yritykset jatkossa aiempaa voimakkaammin tietotyön välineistä hyötyjiin ja niihin, jotka eivät edes aio investoida tietotyön välineisiin?

**prior**

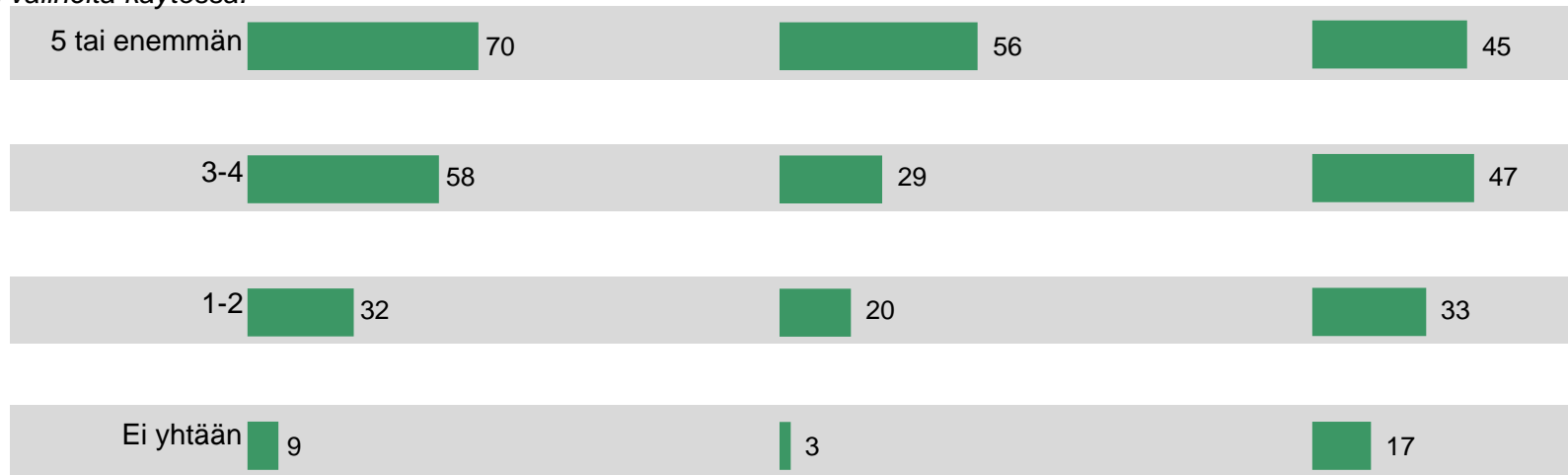
Tietotyön välineet ovat tehostaneet työskentelytapoja paljon (%)<sup>1</sup>

Tietotyön välineet ovat lisänneet tuottavuutta paljon (%)<sup>1</sup>

Investoinnit tietotyön välineisiin ensi vuoden aikana

(lisää investointeja, % - vähentää, %)

Tietotyön välineitä käytössä:



<sup>1</sup>15-portaisesta asteikosta vaihtoehdot "Erittäin paljon (yli 50 %)" ja "Paljon (30-50 %)"

# Liiketoiminnan johtamisen sähköiset välineet

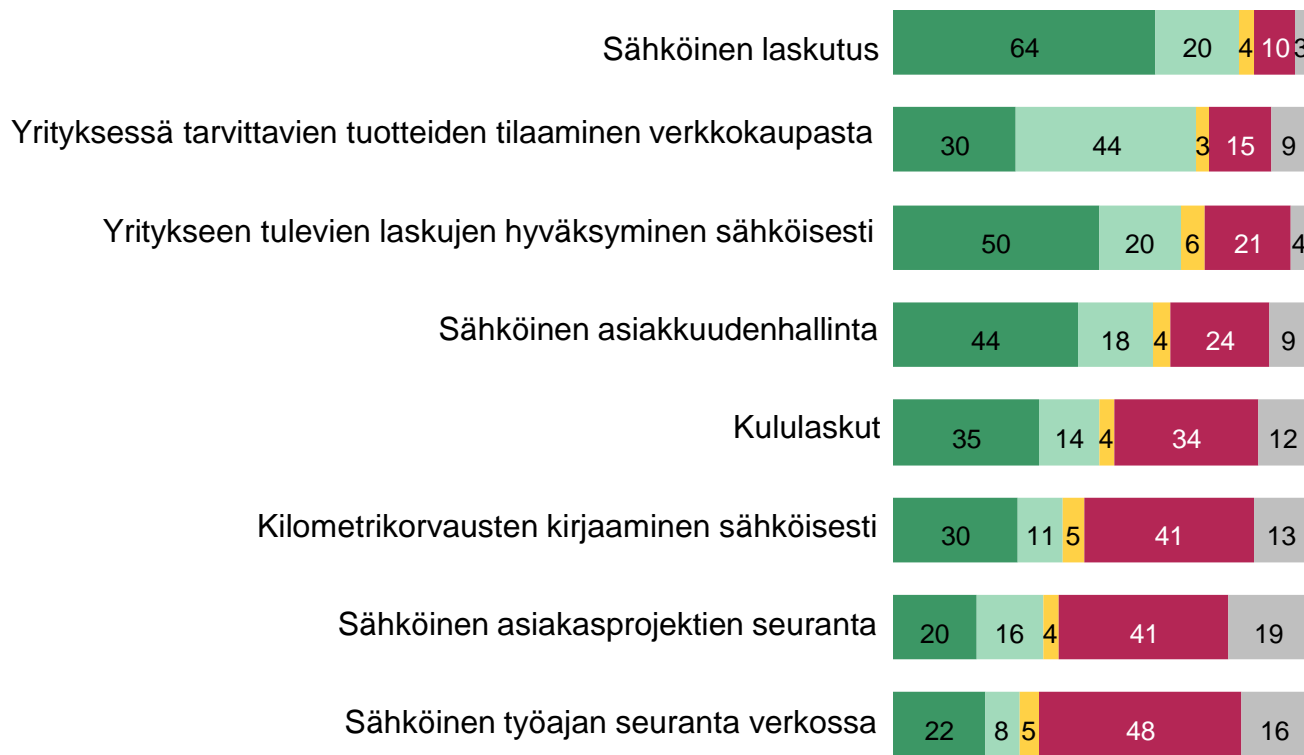




# Sähköinen laskutus on yleistynyt jonkin verran, mutta muutoin liiketoiminnan johtamisen digitalisoituminen junnaa paikallaan

Hyödynnetäänkö yrityksessä seuraavia liiketoiminnan johtamisen sähköisiä välineitä? (%)

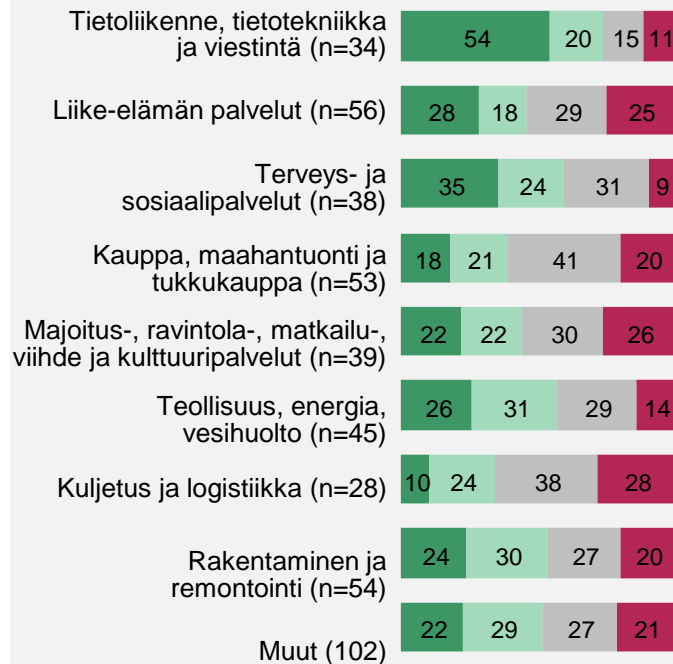
Ero 2016\*



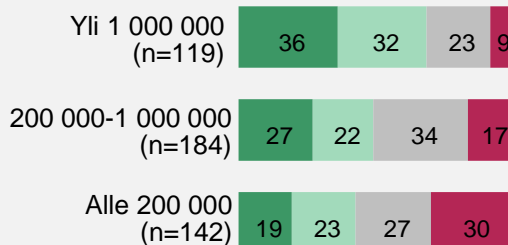
- Järjestelmällisesti
- Satunnaisesti
- Suunnitteilla
- Ei ollenkaan
- Ei koske yritystäni

\*Prosenttiyksikköä koko henkilöstöllä/järjestelmällisesti, ilmoitetaan jos virhemarginaalia suurempi kasvu

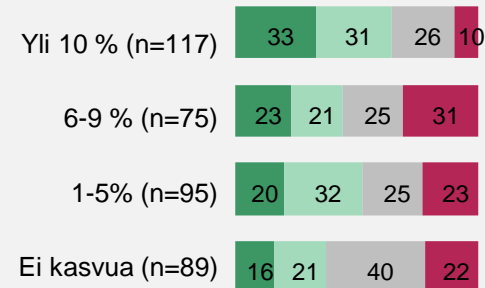
## Toimialan vaikutus välineiden määrän ja käyttöön



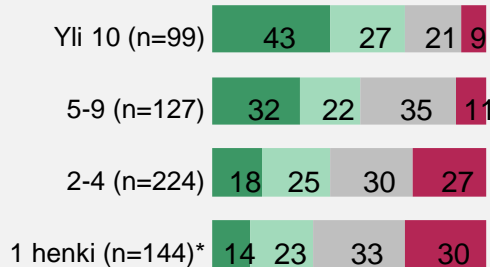
## Liikevaihto



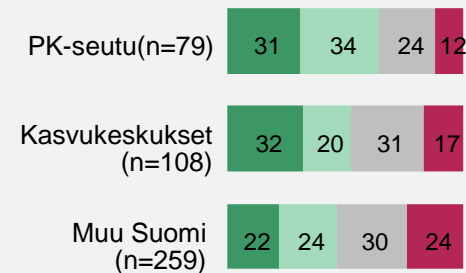
## 5 vuoden keskimääräinen kasvu



## Henkilöstö



## Alue

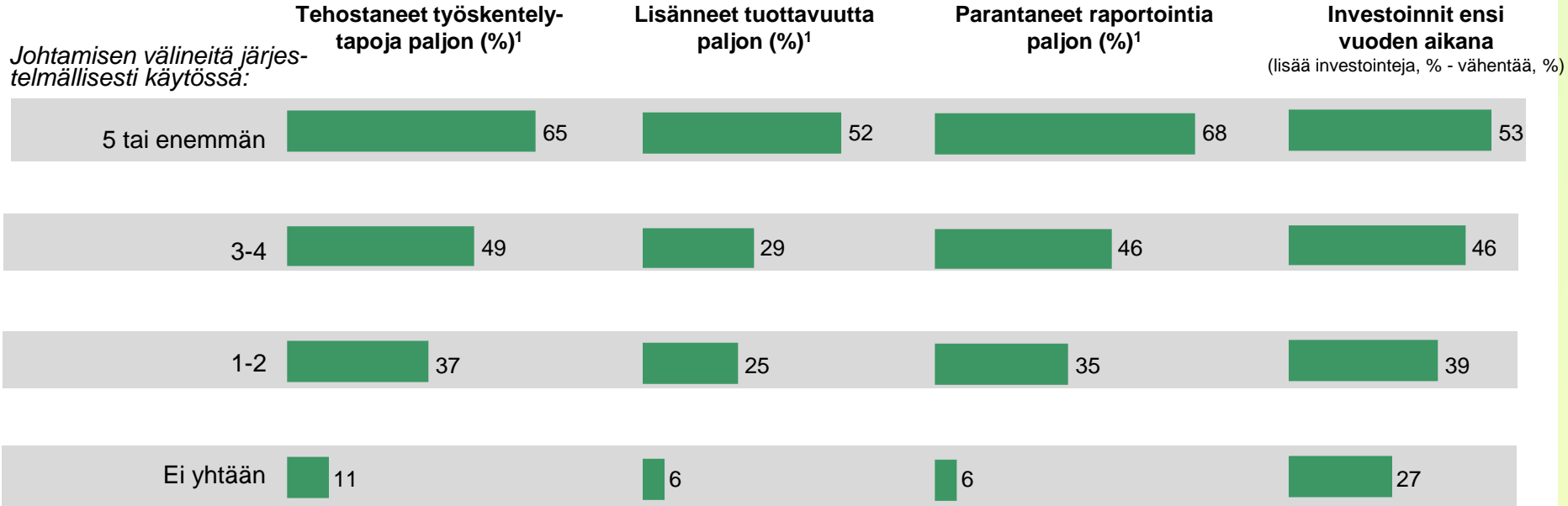


## Liiketoiminnan ohjauskeinoja käytössä järjestelmällisesti (%)

■ 5 tai enemmän ■ 3-4 ■ 1-2 ■ Ei yhtään

\*HUOM! Kaikissa muissa kuvissa ainoastaan työnantajayrityksiä

# Joka neljäs niistä yrityksistä, jotka eivät käytä yhtään sähköistä johtamisen välinettä, aikoo investoida välineisiin aiempaa enemmän



¹5-portaisesta asteikosta vaihtoehdot "Erittäin paljon (yli 50 %)" ja "Paljon (30-50 %)"

**prior**

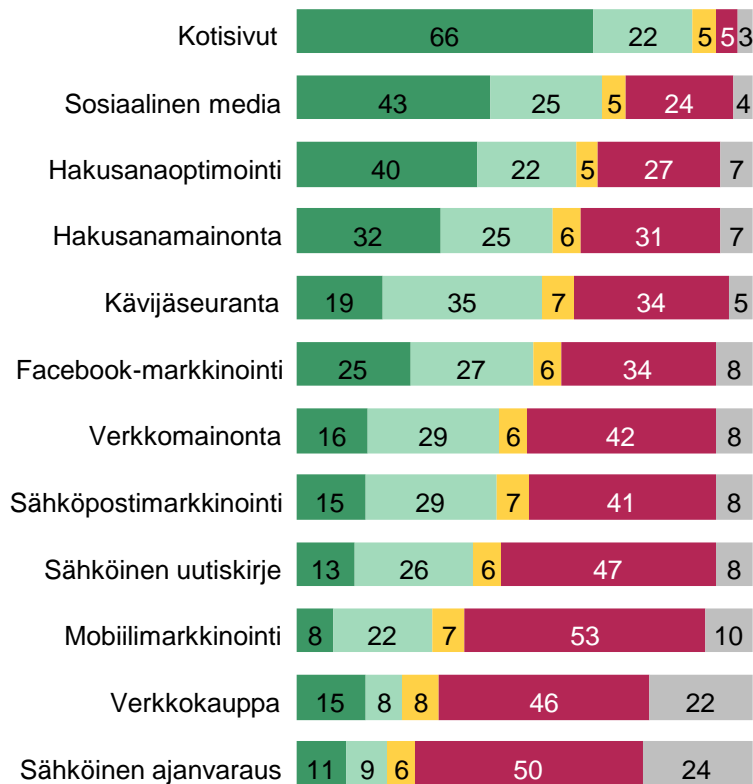
# Digitaaliset markkinointikeinot



# Kotisivuja ja sosiaalista mediaa käytetään aiempaa järjestelmällisemmin

Käyttääkö yrityksesi seuraavia digitaalisen markkinoinnin keinoja? (%)

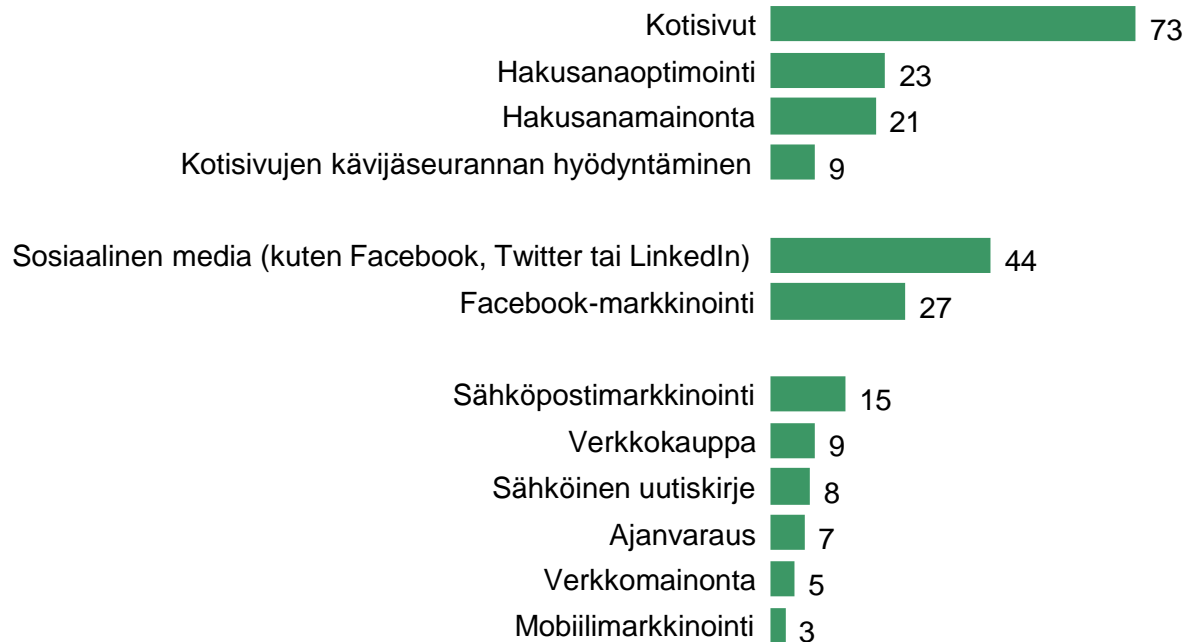
Ero 2016\*



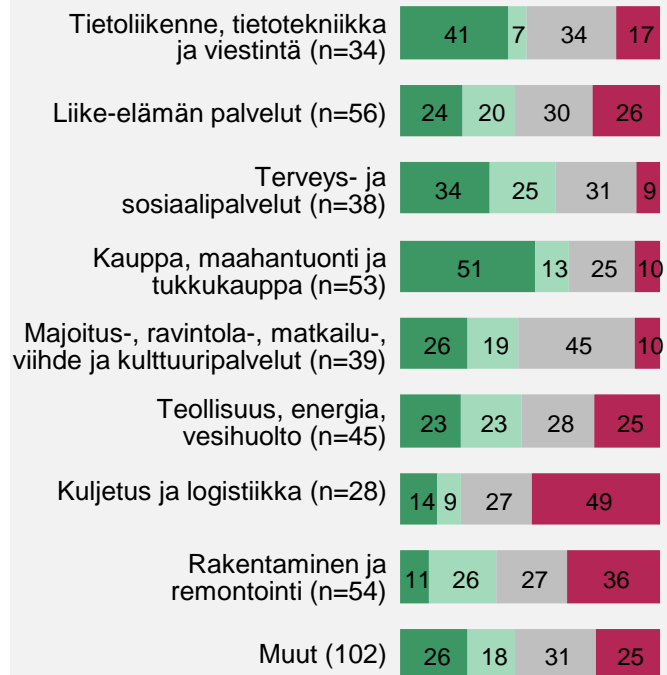
- Järjestelmällisesti
- Satunnaisesti
- Suunnitteilla
- Ei ollenkaan
- Ei koske yritystäni

\*Prosenttiyksikköä koko henkilöstöllä/järjestelmällisesti, ilmoitetaan jos virhemarginaalia suurempi kasvu

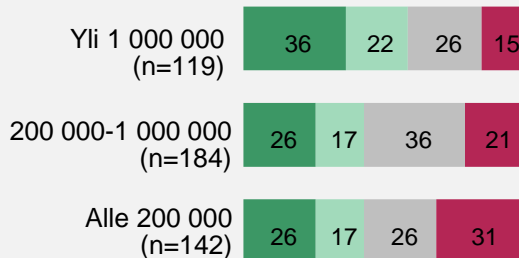
## Tärkeimmät digitaalisen markkinoinnin keinot (%)



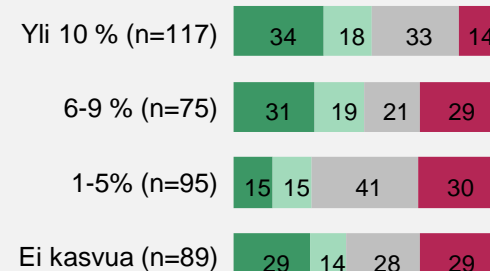
## Toimialan vaikutus välineiden määrän ja käyttöön



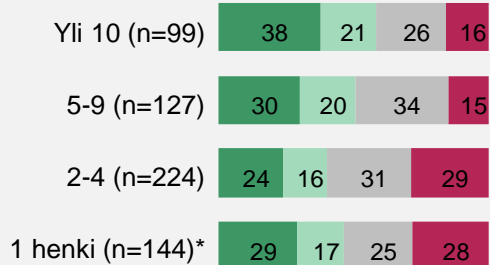
## Liikevaihto



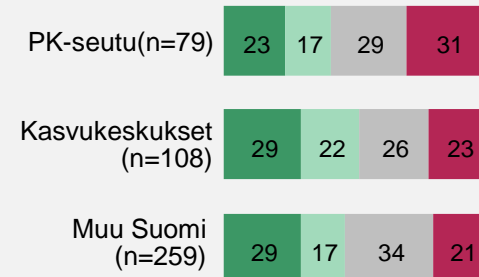
## 5 vuoden keskimääräinen kasvu



## Henkilöstö



## Alue



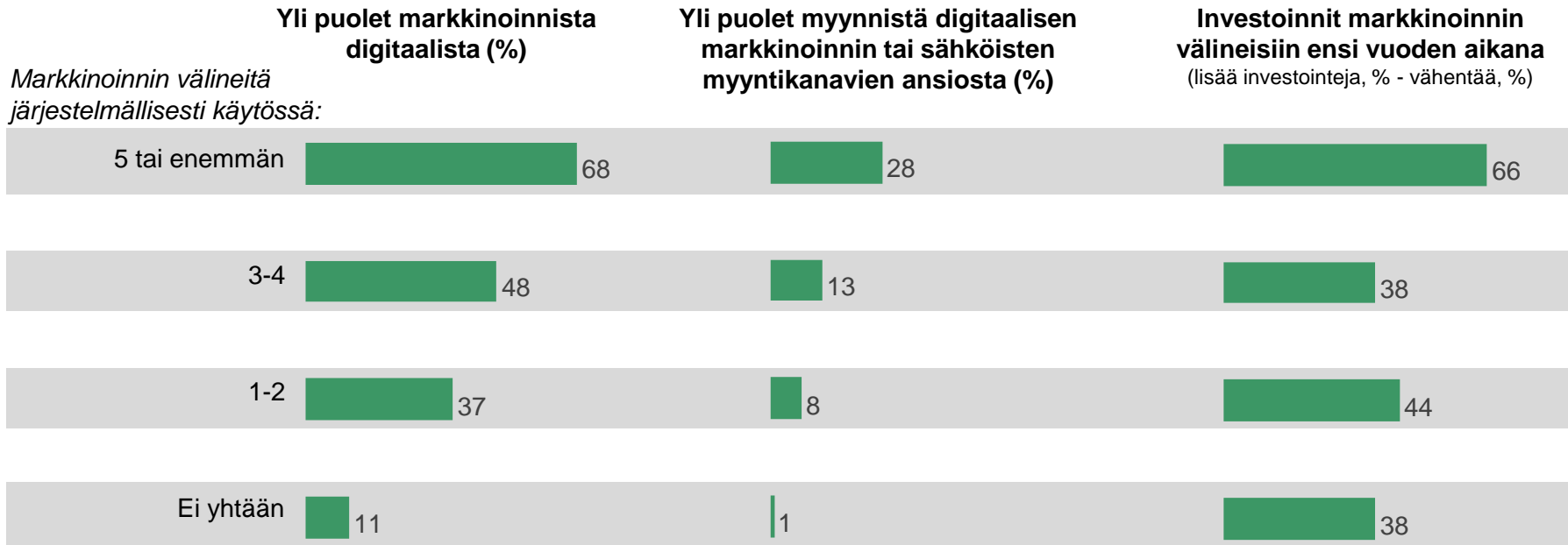
## Digitaalisen markkinoinnin keinot käytössä järjestelmällisesti(%)



\*HUOM! Kaikissa muissa kuvissa ainoastaan työnantajayrityksiä

# Digitaaliseen markkinointiin aikovat jatkossa panostaa myös ne, jotka eivät sitä nyt tee

**prior**

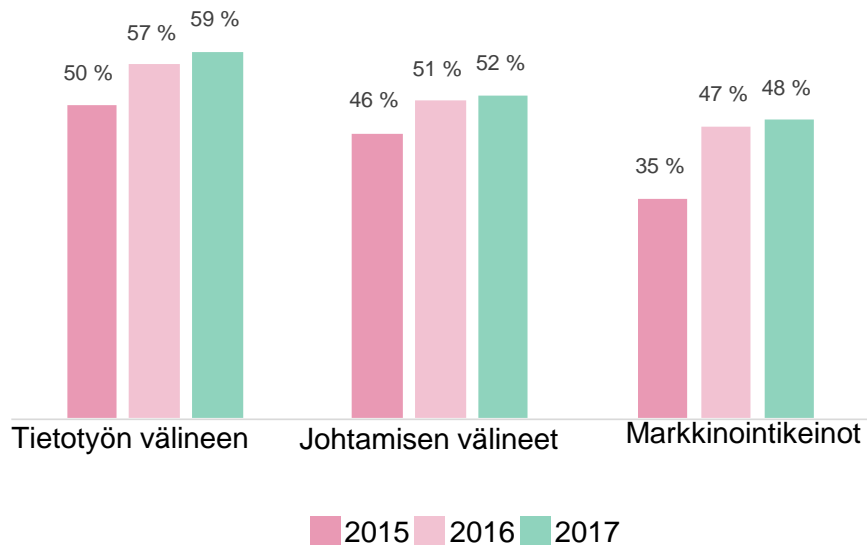




# Yritysten digitalisoituminen polkee paikallaan



## Käyttää järjestelmällisesti kolmea tai useampaa välinettä (%)

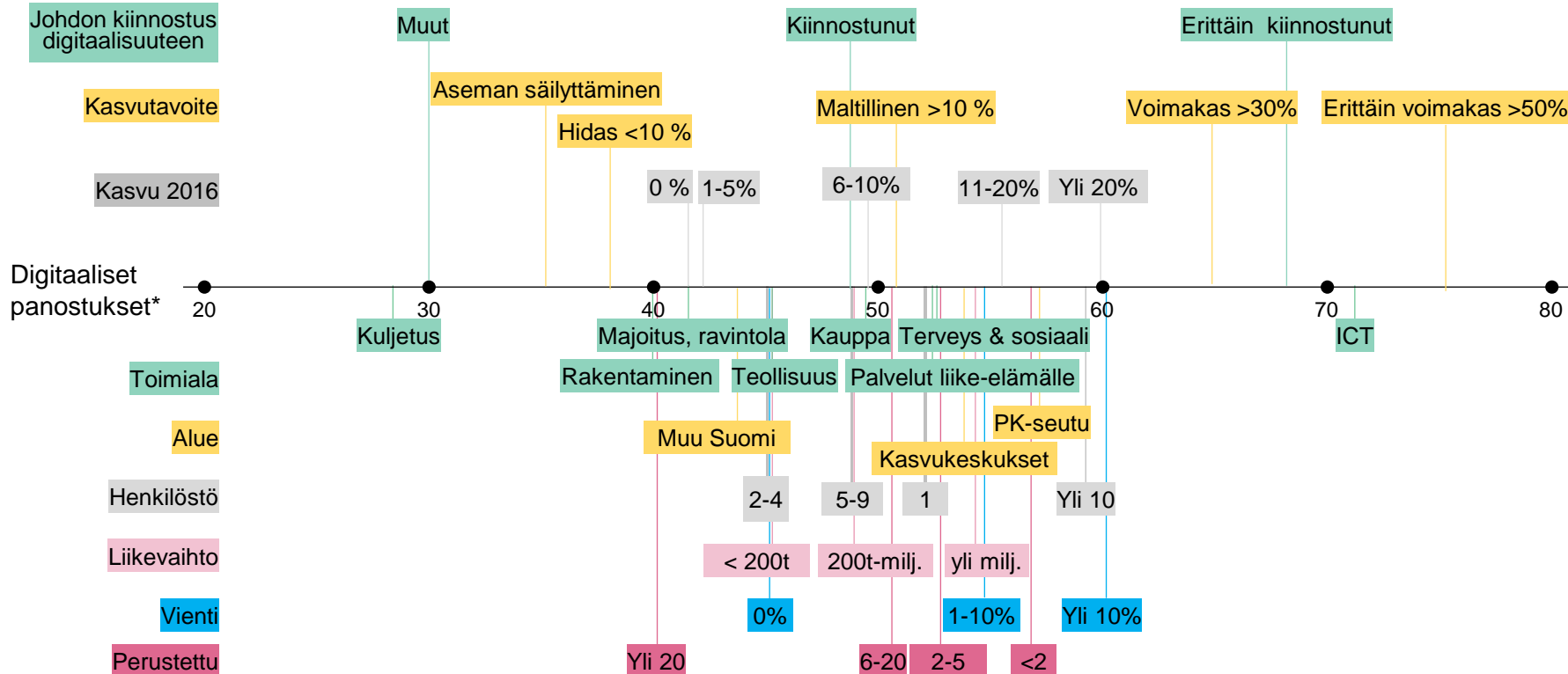


**prior**

# **Johdon asenne ratkaisee digitaaliset panostukset**



# Johdon kiinnostus digitaalisuutta kohtaan ja kasvutavoitteet ovat digitaalisia panostuksia eniten selittäviä tekijöitä

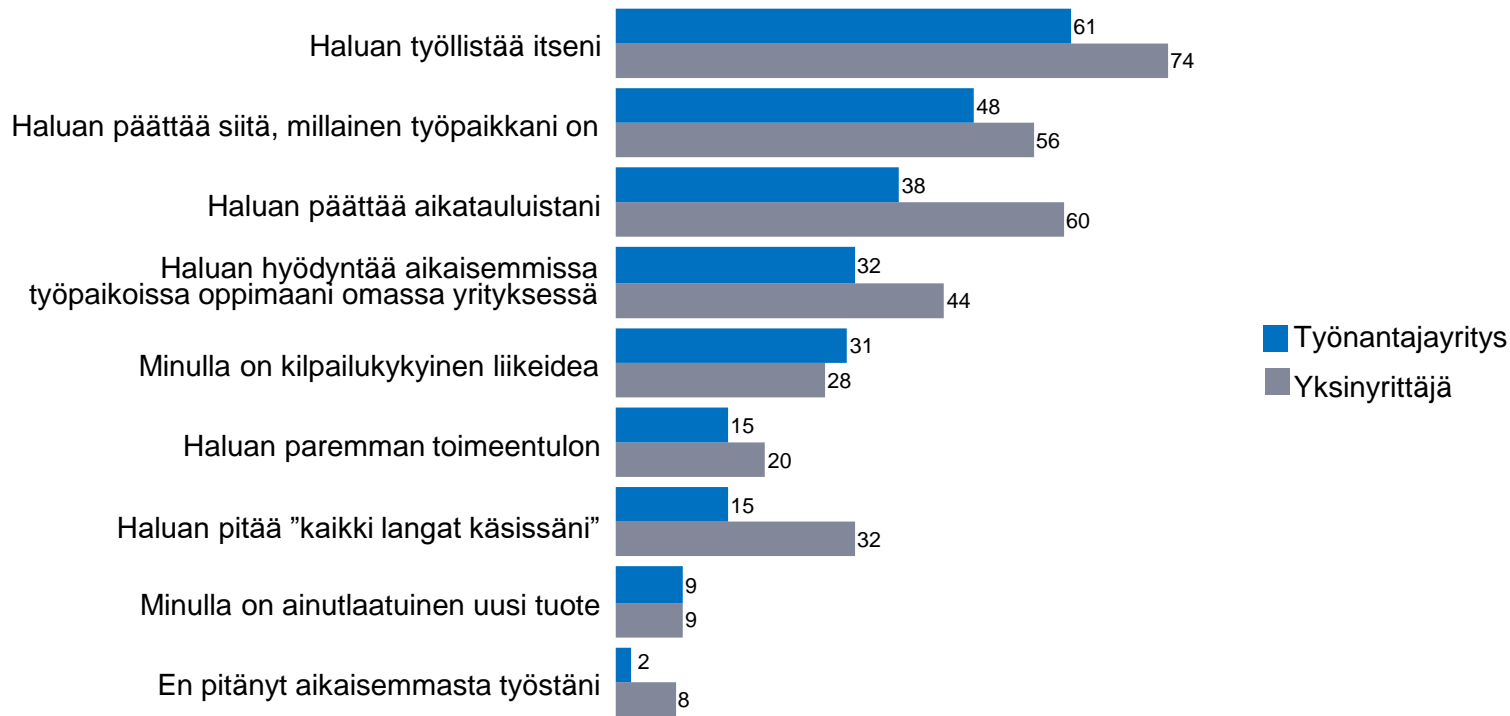


\*Digitaaliset panostukset on skaala, joka vaihtelee 0-100 välillä sen mukaan, kuinka paljon yritys on panostanut tietotyön välineisiin, sähköisiin johtamisen välineisiin ja digitaaliseen markkinointiin. Skaala on suhteutettu niin, että skaalan lukema kertoo siitä, kuinka suurta osaa yrityksistä suurempia panostukset ovat. Esimerkiksi, jos yritys saa arvoksi 67, tämä tarkoittaa, että yritys on panostanut digitaalisuuteen enemmän kuin 67 prosenttia tutkituista yrityksistä.

# Vaikuttavatko yrittämisen motivaatiot digitaalisuuteen

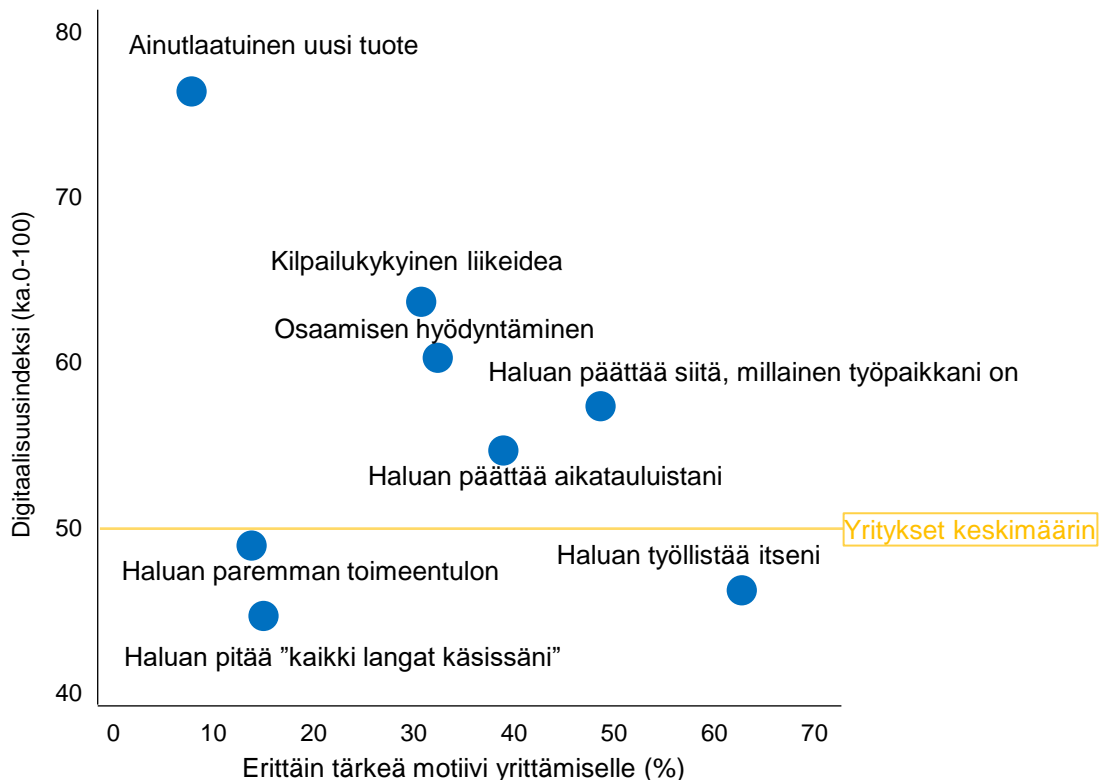


## Tärkeimmät motiivit omalle yrittämiselle (%)



15-portaisesta asteikosta "Erittäin tärkeä"

# Omaan osaamiseen ja kilpailukykyisyyteen liittyvät yrittämisen motiivit ovat yhteydessä digitaalisten ratkaisujen käyttöön



Digitaalisuusindeksi kertoo siitä kuinka paljon yritys käyttää järjestelmällisesti digitaalisen markkinoinnin, johtamisen ja tietotyön välineitä. Yritykset on skaalattu niin, että indeksiluku kertoo suoraan kuinka suurta osuutta digitalisoituneempi yritys on suhteessa tutkittuihin yrityksiin

**prior**

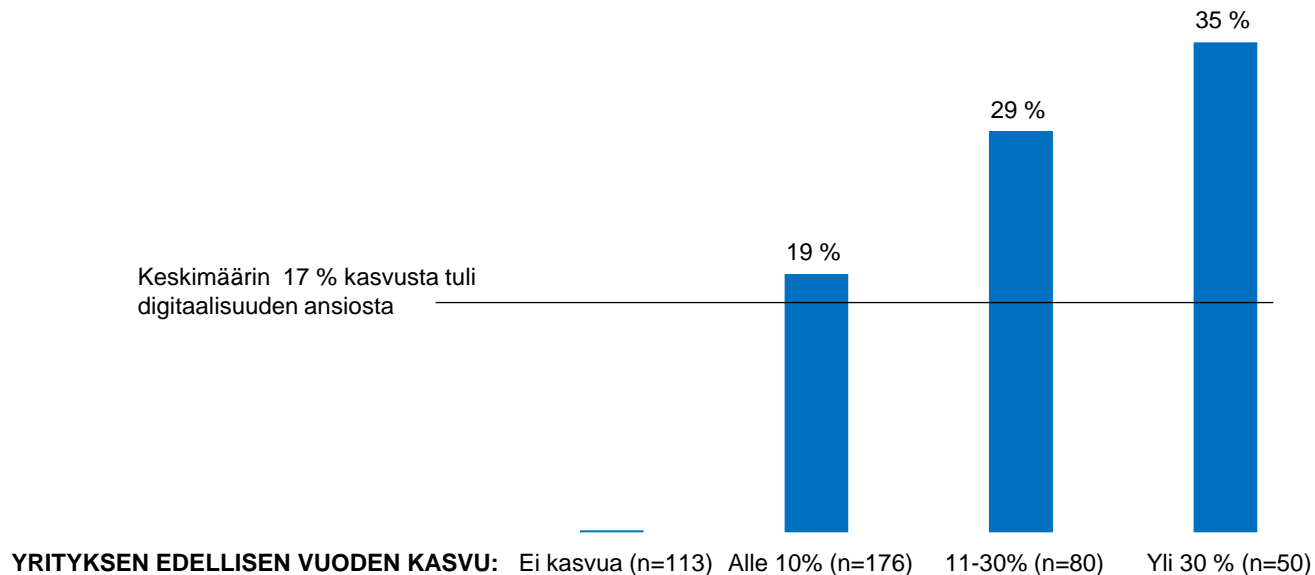
# Kasvu ja digitaalisuus





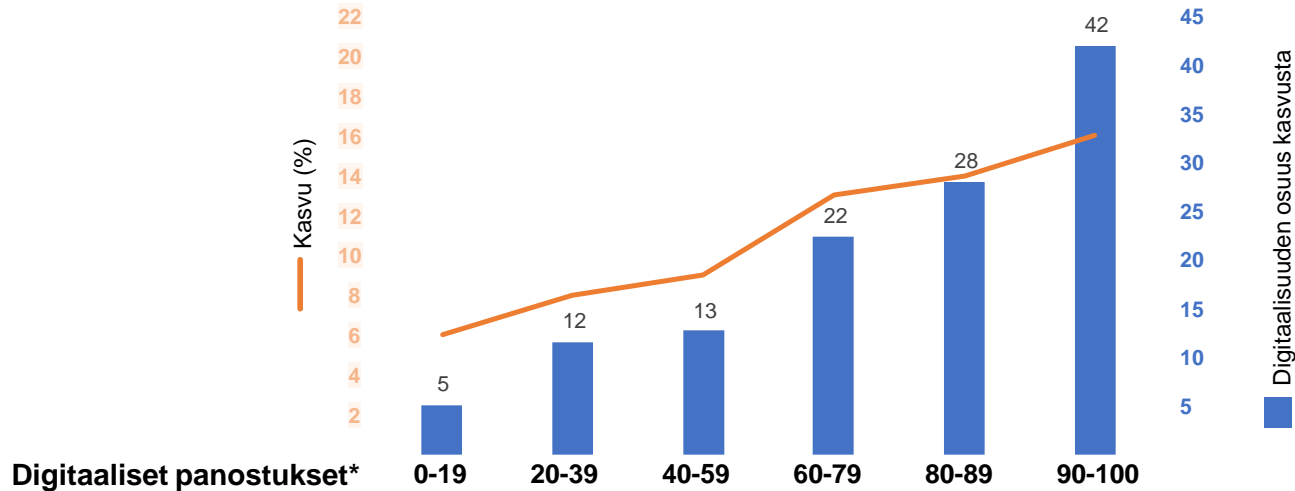
# Eniten kasvaneilla yrityksillä kolmannes kasvusta on tullut digitaalisuuden ansiosta

Kuinka suuri osa viime vuoden kasvusta tuli digitaalisuuden ansiosta (%)



# Vasta laaja-alainen toiminnan digitalisointi vaikuttaa merkittävästi siihen, kuinka suuren osan kasvusta arvioidaan tulevan digitaalisuuden kautta

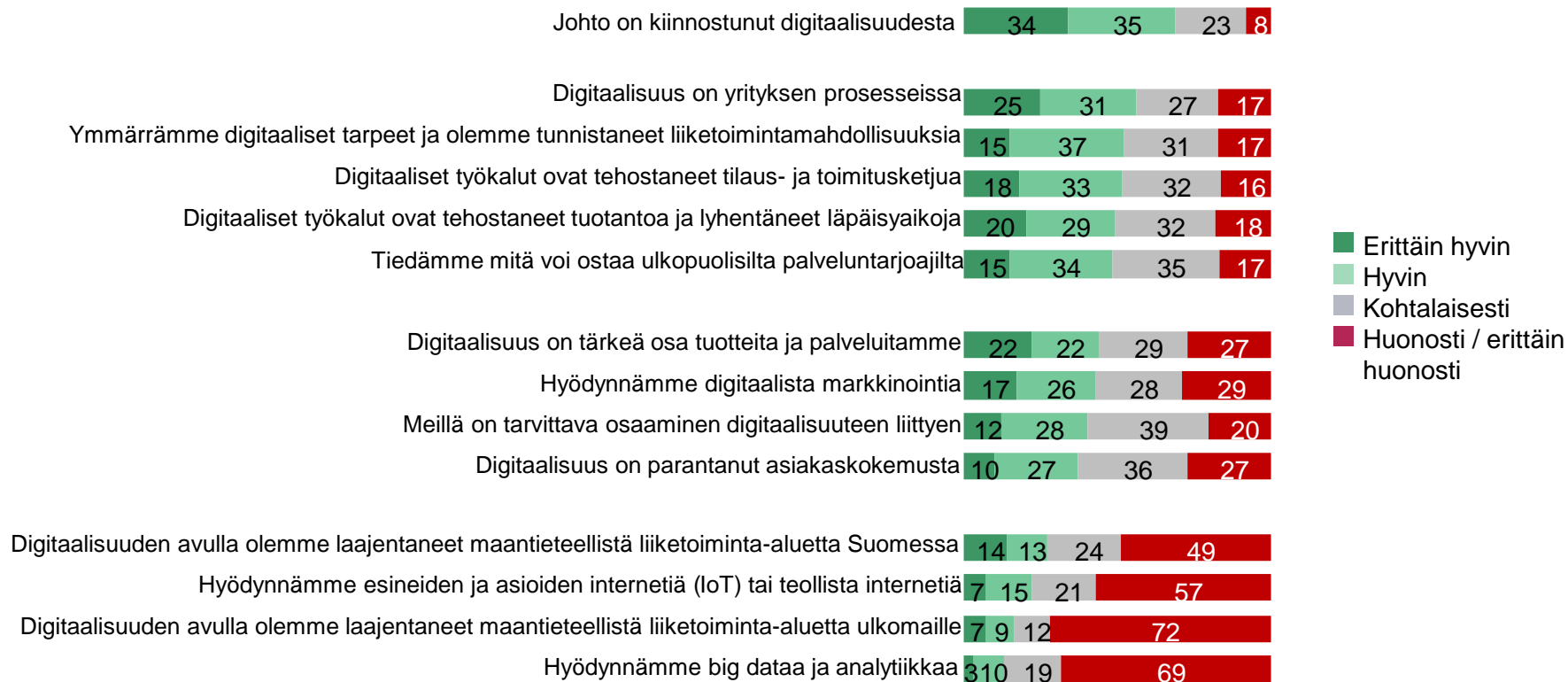
Yritysten viime vuoden kasvu ja digitaalisuuden osuus kasvusta (%)



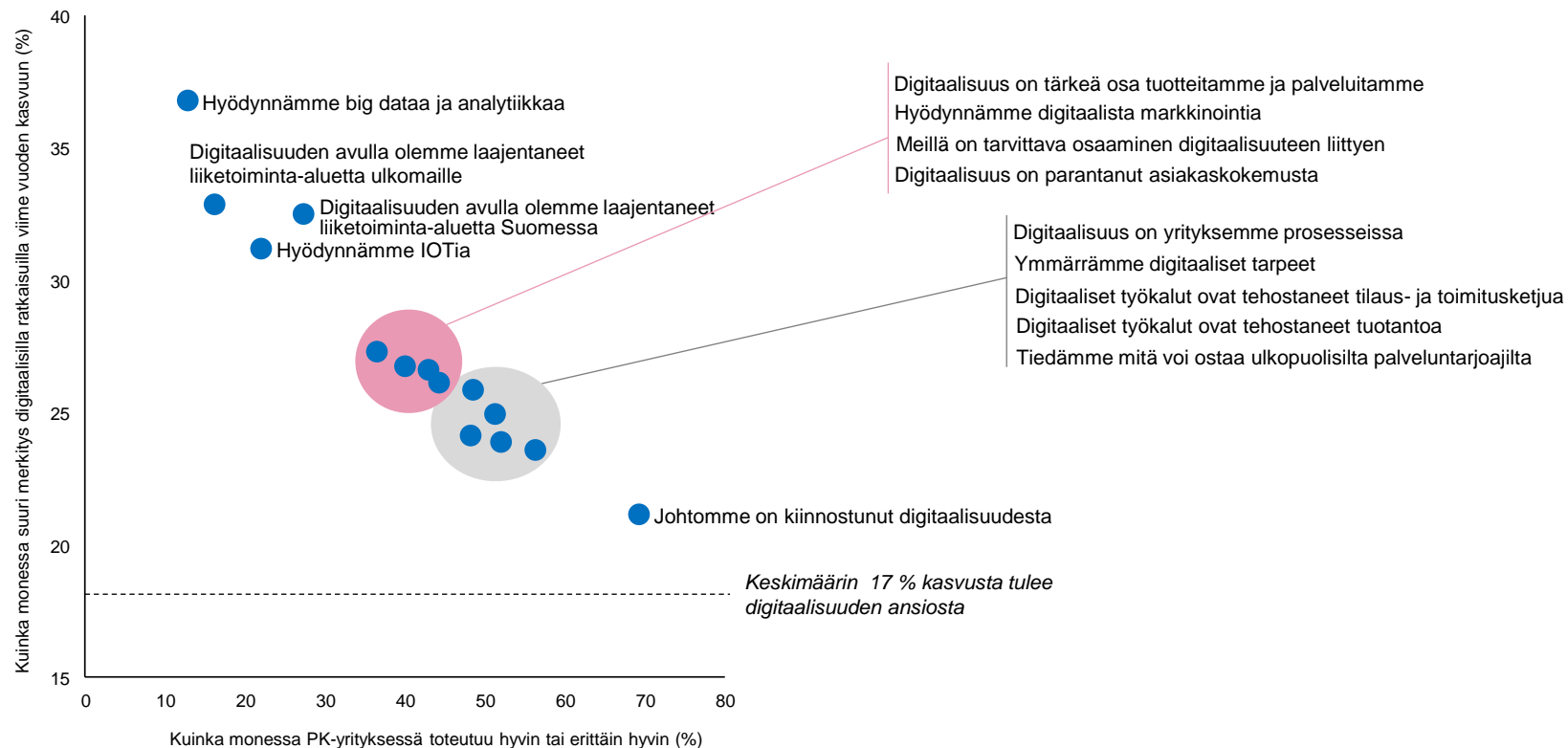
\*Digitaaliset panostukset on skaala, joka vaihtelee välillä 0-100 sen mukaan, kuinka paljon yritys on panostanut tietotyön välineisiin, sähköisiin johtamisen välineisiin ja digitaaliseen markkinointiin. Skaala on suhteutettu niin, että skaalan lukema kertoo siitä, kuinka suurta osaa yrityksistä suurempia panostukset ovat. Esimerkiksi, jos yritys saa arvoksi 67, tämä tarkoittaa, että yritys on panostanut digitaalisuuteen enemmän kuin 67 prosenttia tutkituista yrityksistä.

# Pk-yrittäjien digitaalisuus on ennen kaikkea omien prosessien sujuvoittamista

Kuinka hyvin seuraavat väittämät kuvaavat yritystäsi? (%)



# Suomalaiset PK-yritykset tekevät harvoin niitä digitaalisuuteen liittyviä asioita, joilla on suurin vaikutus kasvuun

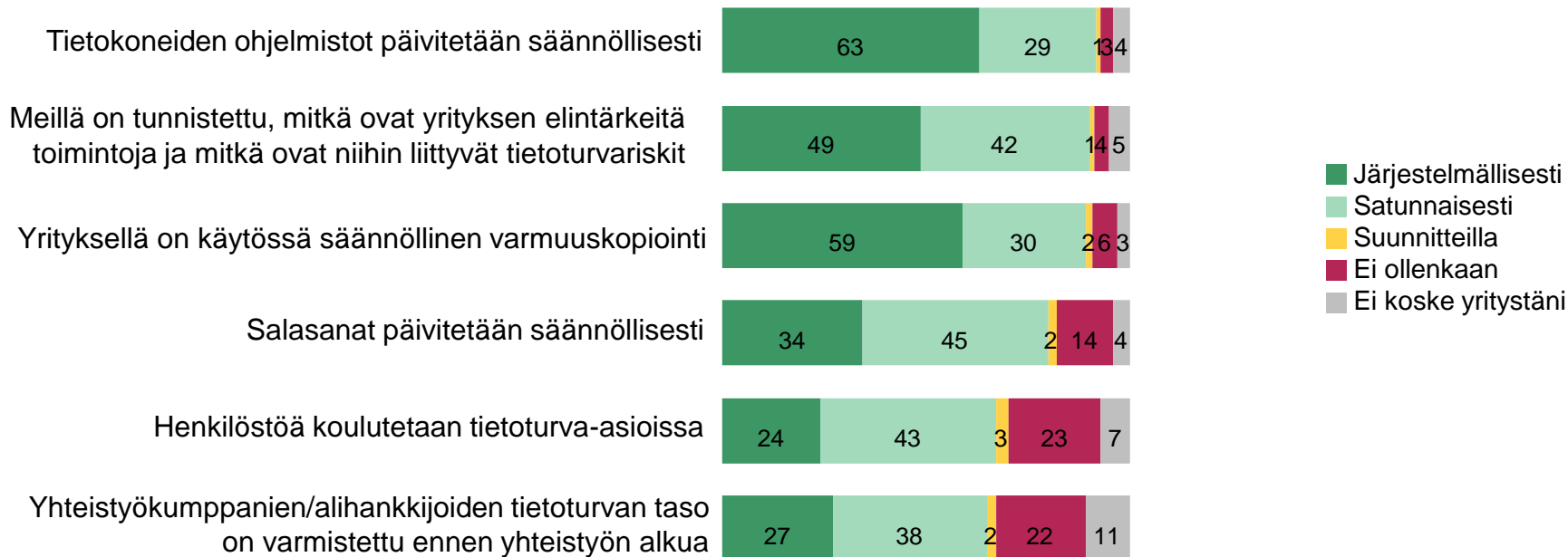


**prior**

# Tietoturva

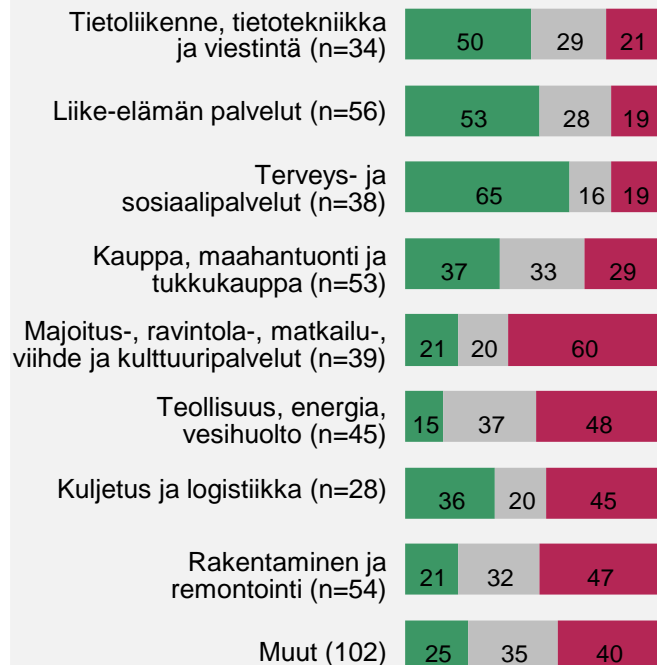


## Tietoturvan suhteen tilanne on samanlainen kuin viime vuonna

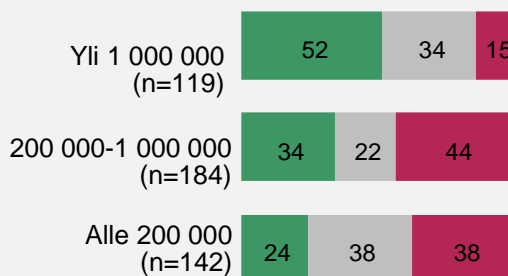


# Sosiaali- ja terveystalvet onkin ainoa toimiala joka huolehtii tietoturvasta

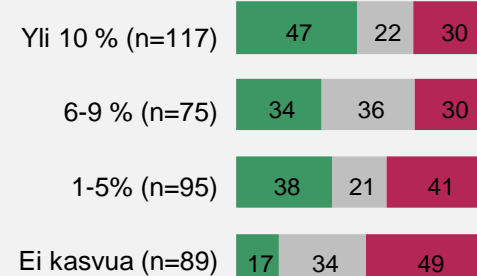
## Toimialan vaikutus velaineiden määrän ja käyttöön



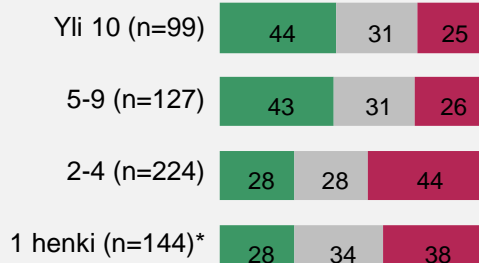
## Liikevaihto



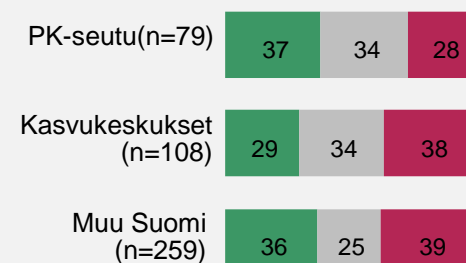
## 5 vuoden keskimääräinen kasvu



## Henkilöstö



## Alue



## Tietoturvakaytantoja kayttosa kaikkilla/järjestelmällisesti (%)



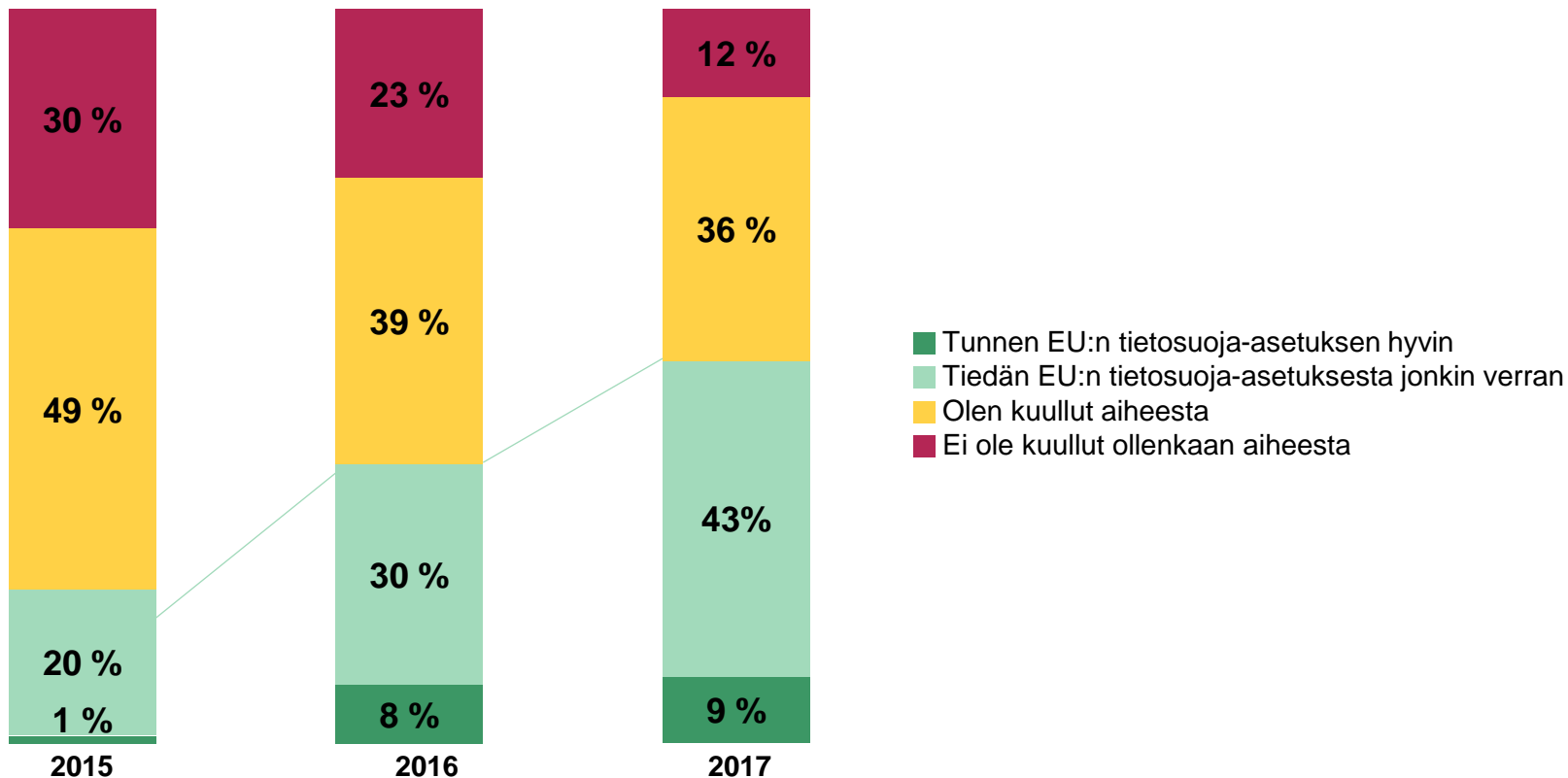
\*HUOM! Kaikissa muissa kuvissa ainoastaan työnantajayrityksiä

# Henkilötietojen käsittely

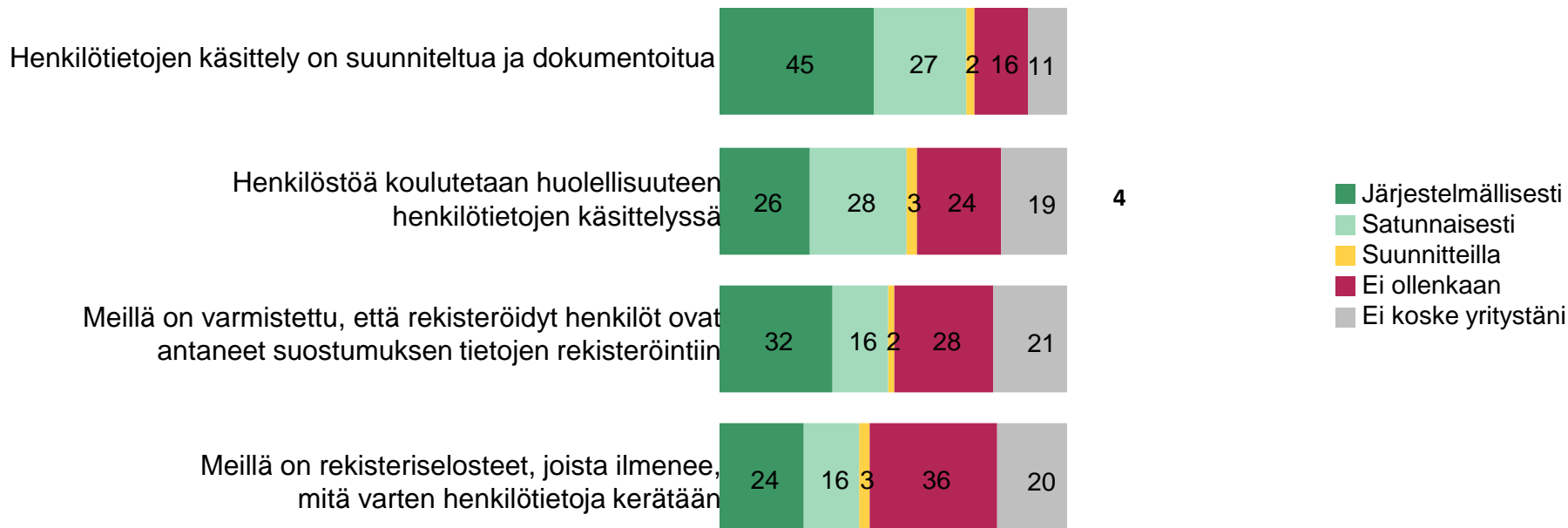




# Tietosuoja-asetuksen tunnettuus on edelleen parantunut...

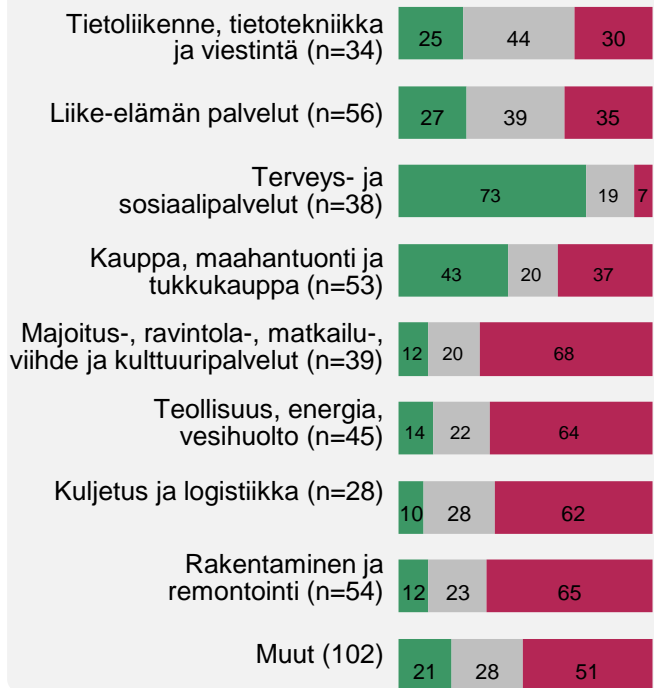


Ero 2016\*

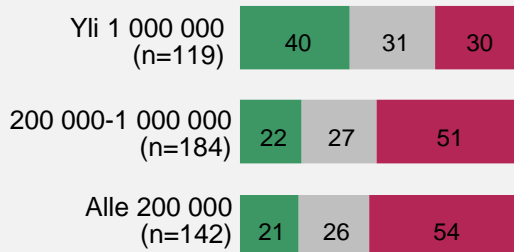


\*Prosenttiyksikköä järjestelmällisesti

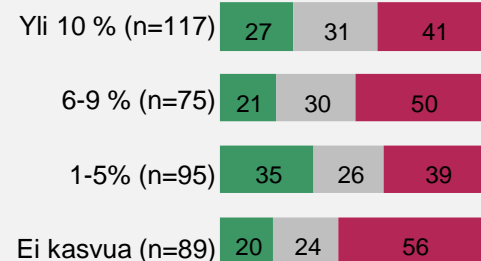
## Toimialan vaikutus välineiden määrän ja käyttöön



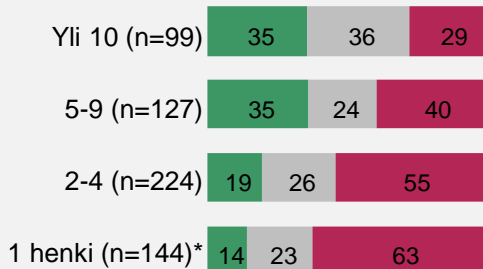
## Liikevaihto



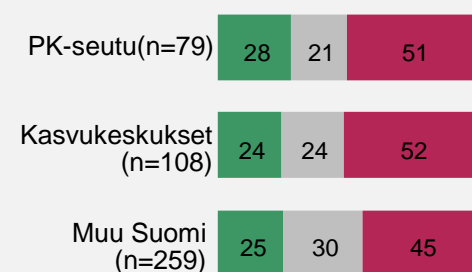
## 5 vuoden keskimääräinen kasvu



## Henkilöstö



## Alue



## Henkilötietojen käsittelyn käytäntöjä käytössä järjestelmällisesti (%)

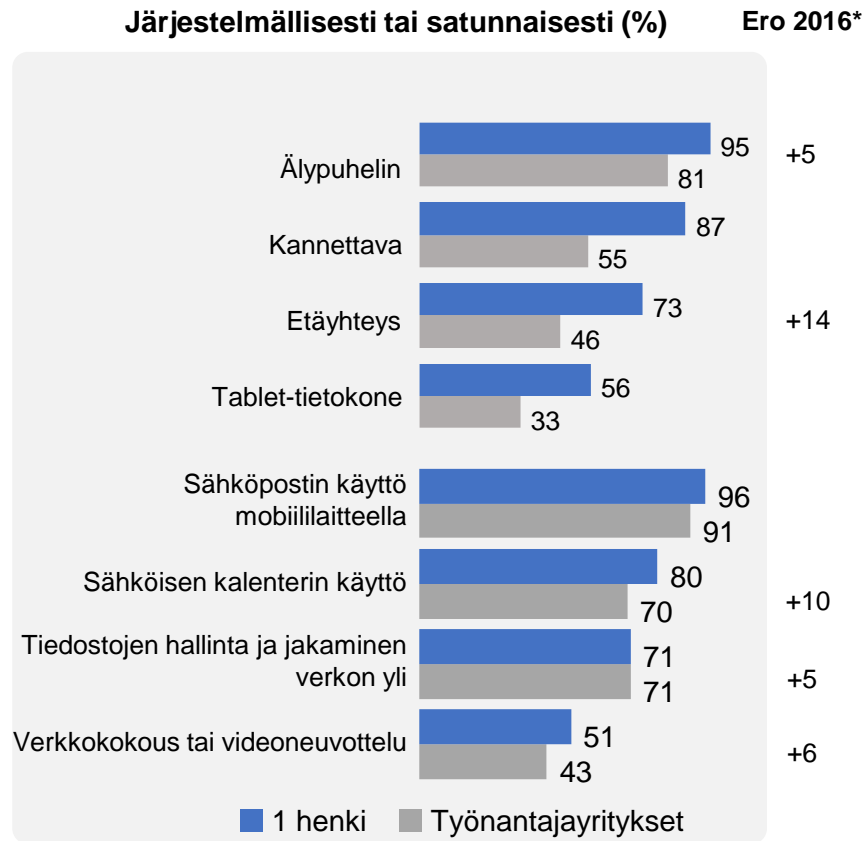
■ 3 tai enemmän   
 ■ 1-2   
 ■ Ei yhtään

\*HUOM! Kaikissa muissa kuvissa ainoastaan työntantajayrityksiä

**prior**

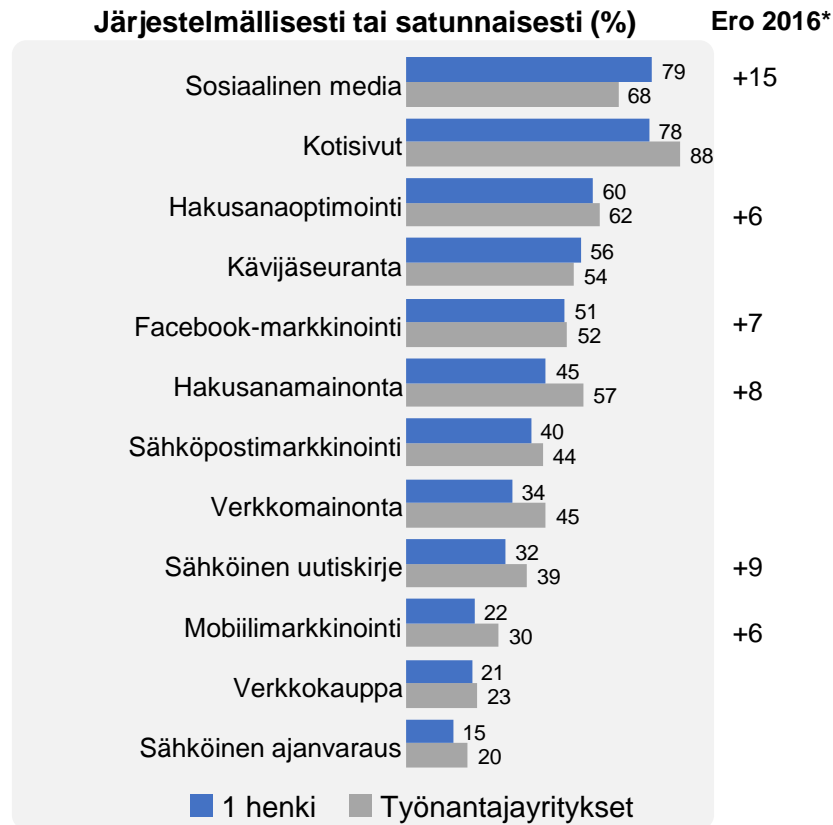
# Yksinyrittäjät kirivät





\*Prosenttiyksikköä järjestelmällisesti, ilmoitetaan jos virhemarginaalia suurempi kasvu

# Yksinyrittäjien markkinointikin digitalisoituu - sosiaalinen media haastaa kotisivut yksinyrittäjien tärkeimpänä sähköisenä markkinointikanavana



\*Prosenttiyksikköä järjestelmällisesti, ilmoitetaan jos virhemarginaalia suurempi kasvu

# Digitaalisten työkalujen käyttö on edelleen selvästi vähäisempää kuin työnantajayrityksillä

Järjestelmällisesti tai satunnaisesti (%)

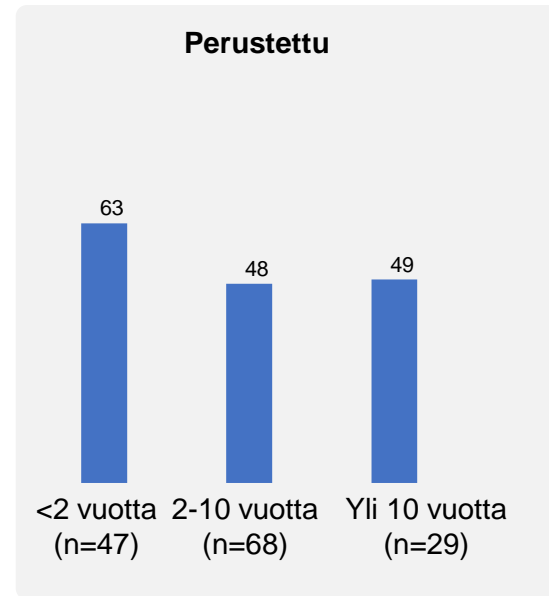
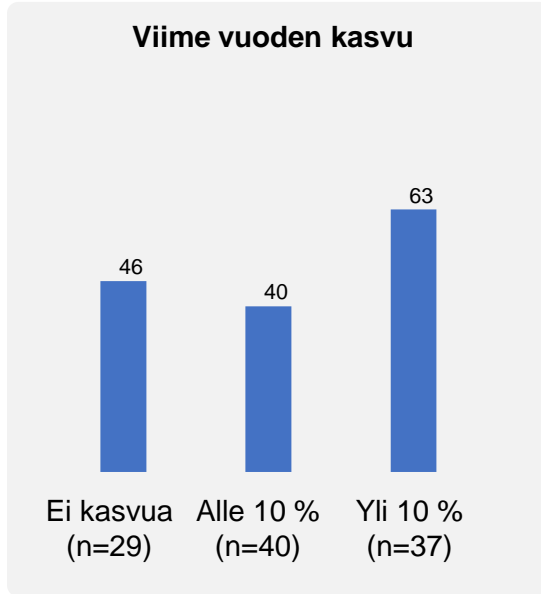
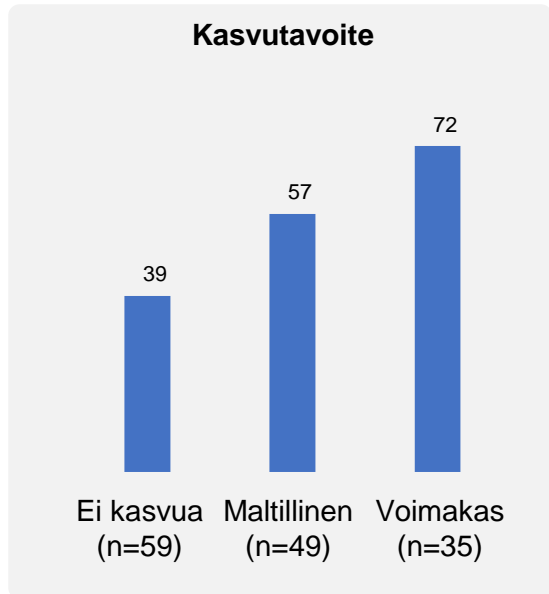
Ero 2016\*



\*Prosenttiyksikköä järjestelmällisesti, ilmoitetaan jos virhemarginaalia suurempi kasvu

# Muutaman vuoden sisällä perustetut sekä kasvavat yhden hengen yritykset hyödyntävät digitaalisuutta liiketoiminnassaan

## Panostukset digitaalisuuteen<sup>1</sup>

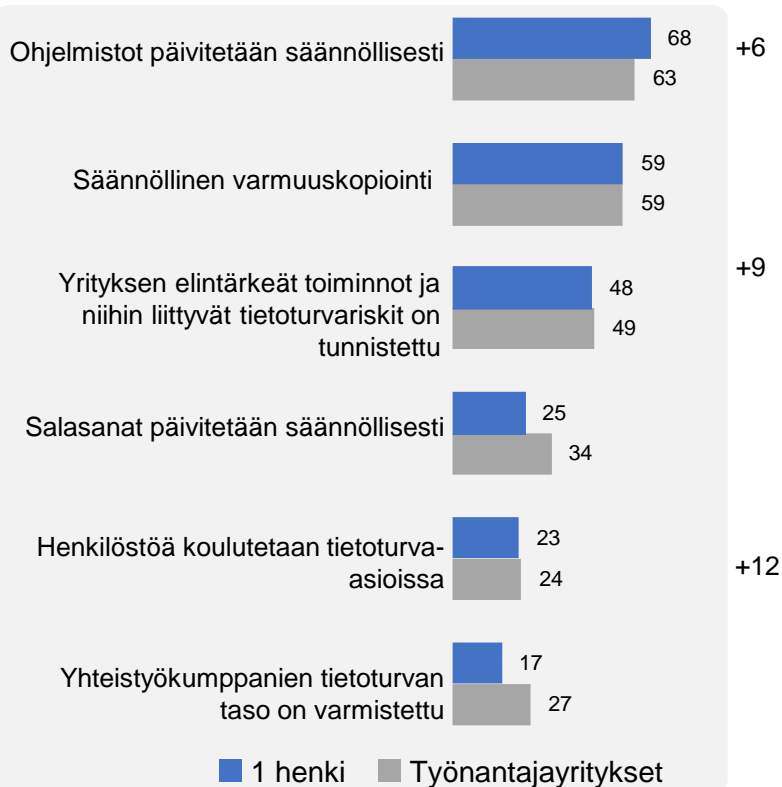


<sup>1</sup>Digitaaliset panostukset on skaala, joka vaihtelee 0-100 välillä sen mukaan, kuinka paljon yritys on panostanut tietotyön välineisiin, sähköisiin johtamisen välineisiin ja digitaaliseen markkinointiin. Skaala on suhteutettu niin, että skaalan lukema kertoo siitä, kuinka suurta osaa yrityksistä suurempia panostukset ovat. Esimerkiksi, jos yritys saa arvoksi 67, tämä tarkoittaa, että yritys on panostanut digitaalisuuteen enemmän kuin 67 prosenttia tutkituista yrityksistä.



# Yksinyrittäjien tietoturvan taso on parantunut

Toteutetaan järjestelmällisesti (%) Ero 2016\*

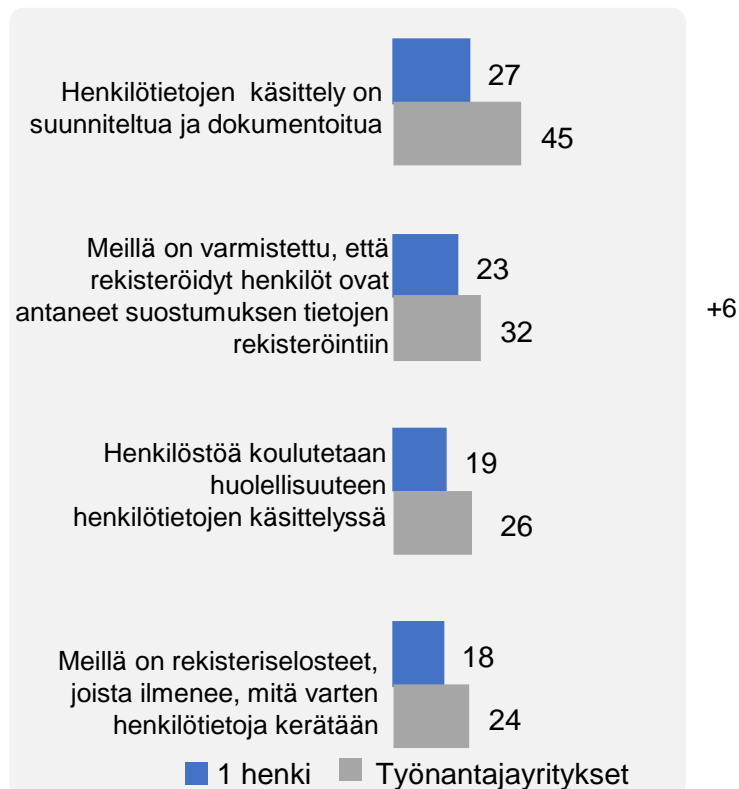


\*Prosenttiyksikköä järjestelmällisesti, ilmoitetaan jos virhemarginaalia suurempi kasvu

# Henkilötietojen käsittelyssä yksinyrittäjät ovat vielä työnantajayrityksiäkin suuremmassa pulassa

Toteutetaan järjestelmällisesti (%)

Ero 2016\*

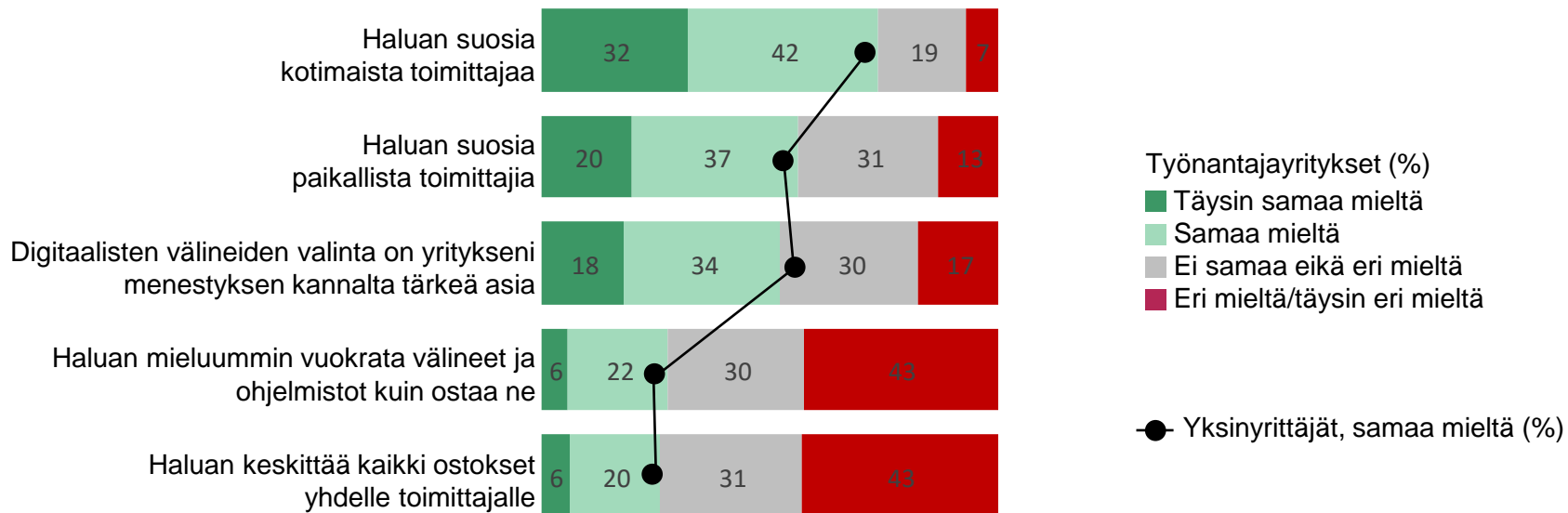


\*Prosenttiyksikköä järjestelmällisesti, ilmoitetaan jos virhemarginaalia suurempi kasvu

**prior**

# Ostaminen





	Henkilöstö			Kasvukeskukset			Digitaaliset panostukset <sup>1</sup>				
	2-4	5-9	10+	PK	Kasvukesk.	Muu Suomi	0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	80-100%
Haluan suosia kotimaista toimittajaa	69	77	80	59	79	76	67	73	77	75	76
Haluan suosia paikallista toimittajia	52	56	67	46	62	57	49	53	60	60	59
Digitaalisten välineiden valinta on yritykseni menestyksen kannalta tärkeä asia	51	50	57	67	50	49	17	37	63	58	85
Haluan mieluummin vuokrata välineet ja ohjelmistot kuin ostaa ne	27	22	35	40	26	24	20	18	29	29	40
Haluan keskittää kaikki ostokset yhdelle toimittajalle	25	26	28	25	27	26	22	22	30	25	29

<sup>1</sup>Digitaaliset panostukset on skaala, joka vaihtelee 0-100 välillä sen mukaan, kuinka paljon yritys on panostanut tietotyön välineisiin, sähköisiin johtamisen välineisiin ja digitaaliseen markkinointiin. Skaala on suhteutettu niin, että skaalan lukema kertoo siitä, kuinka suurta osaa yrityksistä suurempia panostukset ovat. Esimerkiksi, jos yritys saa arvoksi 67, tämä tarkoittaa, että yritys on panostanut digitaalisuuteen enemmän kuin 67 prosenttia tutkituista yrityksistä.

## Suomalaisten työnantajayritysten digitaalisuuden taso laahaa lähes paikallaan

- Suomalaisten yritysten tietotyön välineiden, liiketoiminnan johtamisen välineiden ja digitaaliseen markkinointiin liittyvien asioiden hyödyntämisessä ei ole menty merkittävästi eteenpäin viimeisen vuoden aikana.
- Yritykset arvioivat kuitenkin investoivansa tulevan vuoden aikana digitaalisuuteen enemmän kuin mitä ne ovat tähän mennessä investoineet.

## Digitaalisuus tuo kasvua, joka korostuu laaja-alaisimmin toimintaansa ja palveluitaan digitalisoineiden yritysten joukossa

- Yritykset arvioivat että vajaa 20 % niiden kasvusta tulee digitalisoinnin kautta.
- Tämä lukema on huomattavasti korkeampi niiden joukossa, jotka ovat digitalisoineet toimintaansa laajasti tai joiden palvelut perustuvat digitaalisuuteen.

## Yksinyrittäjät kirivät digitaalisuudessa

- Yksinyrittäjät vaikuttaisi olevan tutkimuksen valopilkku – he ovat menneet eteenpäin tietotyön perusvälineiden käytön lisäksi digitaalisessa markkinoinnissa.
- Yksinyrittäjät ovat innostuneet erityisesti sosiaalisen median markkinoinnista, joka onkin jo yhtä yleistä kuin kotisivujen käyttö.
- Muutaman vuoden ikäiset sekä kasvuhaluiset yhden hengen yritykset panostavat digitaalisuuteen huomattavasti enemmän kuin muut yhden hengen yrittäjät.