



Digitaloudesta kasvua 2018 -tutkimus

Matti Paavonen

Pääekonomisti, Palvelualojen työnantajat Palta ry

Kasvavat yritykset digitalisoivat liiketoimintaansa –
Taantuvat yritykset eivät näe digitalisaation merkitystä



43 %

palveluyrityksistä*
on määrittänyt
liiketoiminnan
digitalisoimisen
strategiseksi
tavoitteekseen.

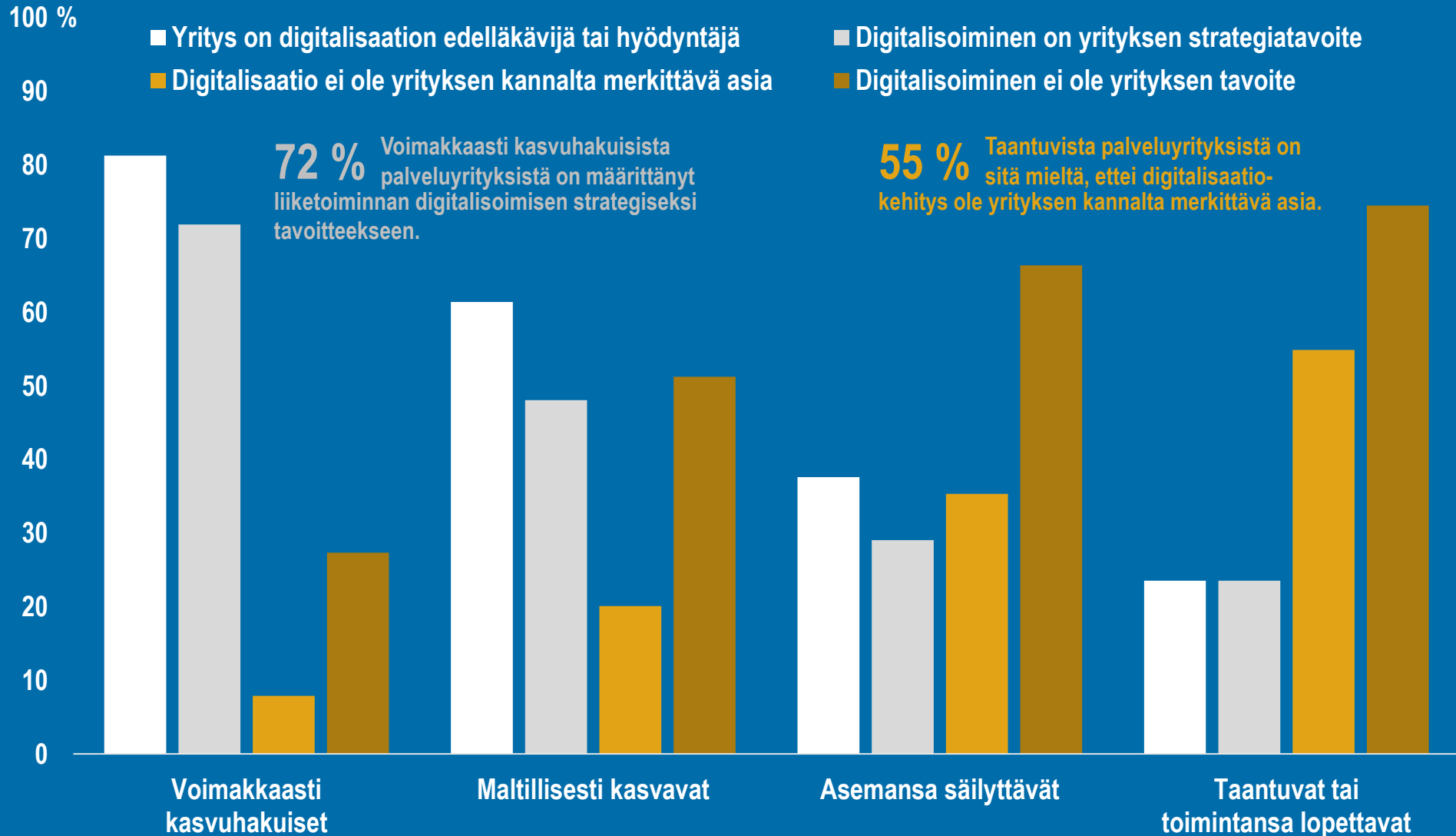
26 %

palveluyrityksistä*
arvioi, ettei
digitalisaatiokehitys
ole yrityksen kannalta
merkittävä asia

Kasvavat yritykset digitalisoivat liiketoimintaansa – Taantuvat yritykset eivät näe digitalisaation merkitystä



Vastausten osuudet kunkin kasvuvauhtiluokan yrityksistä*, %

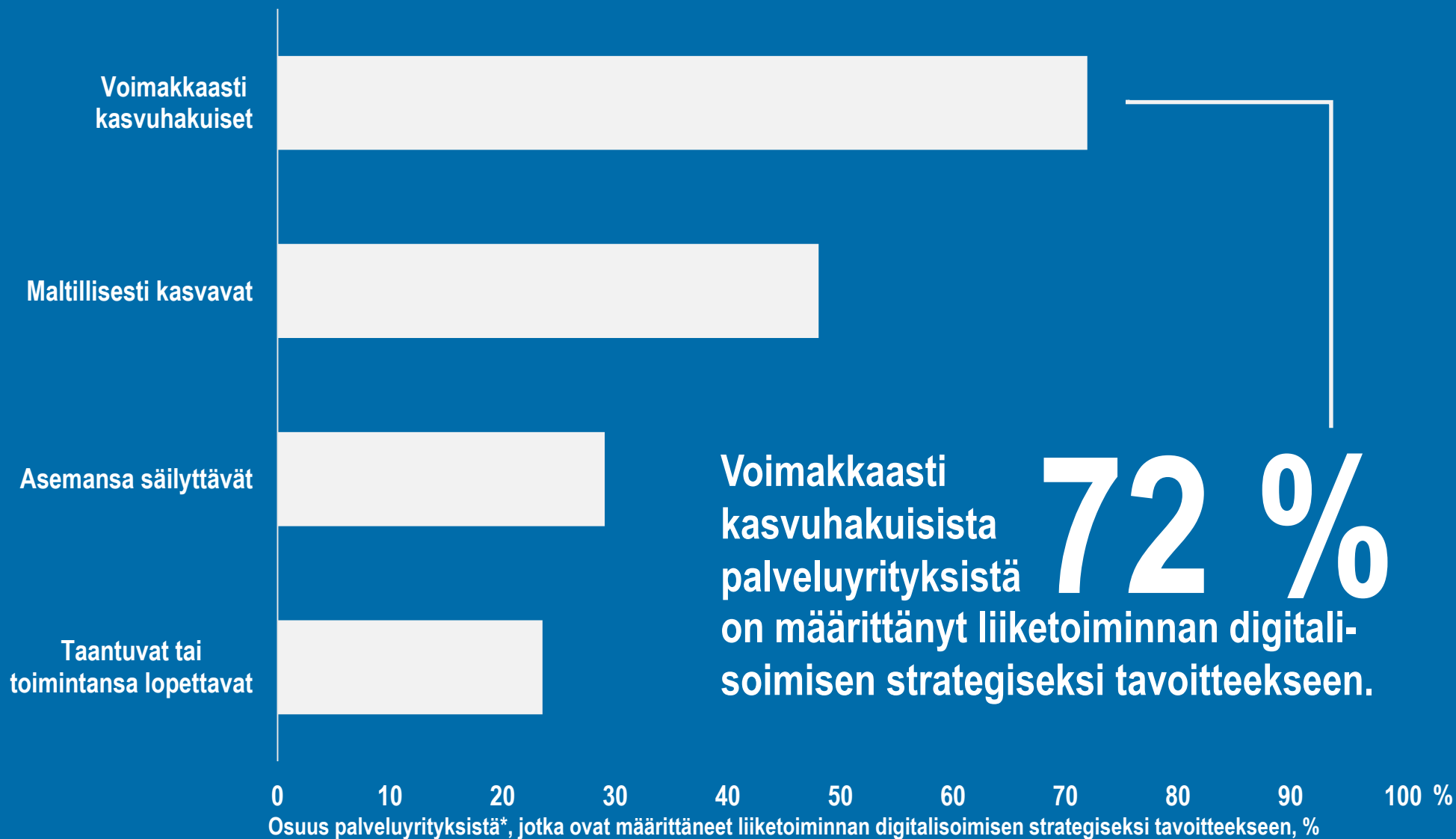


72 % Voimakkaasti kasvuhakuisista palveluyrityksistä on määrittänyt liiketoiminnan digitalisoimisen strategiseksi tavoitteekseen.

55 % Taantuvista palveluyrityksistä on sitä mieltä, ettei digitalisaatiokehitys ole yrityksen kannalta merkittävä asia.

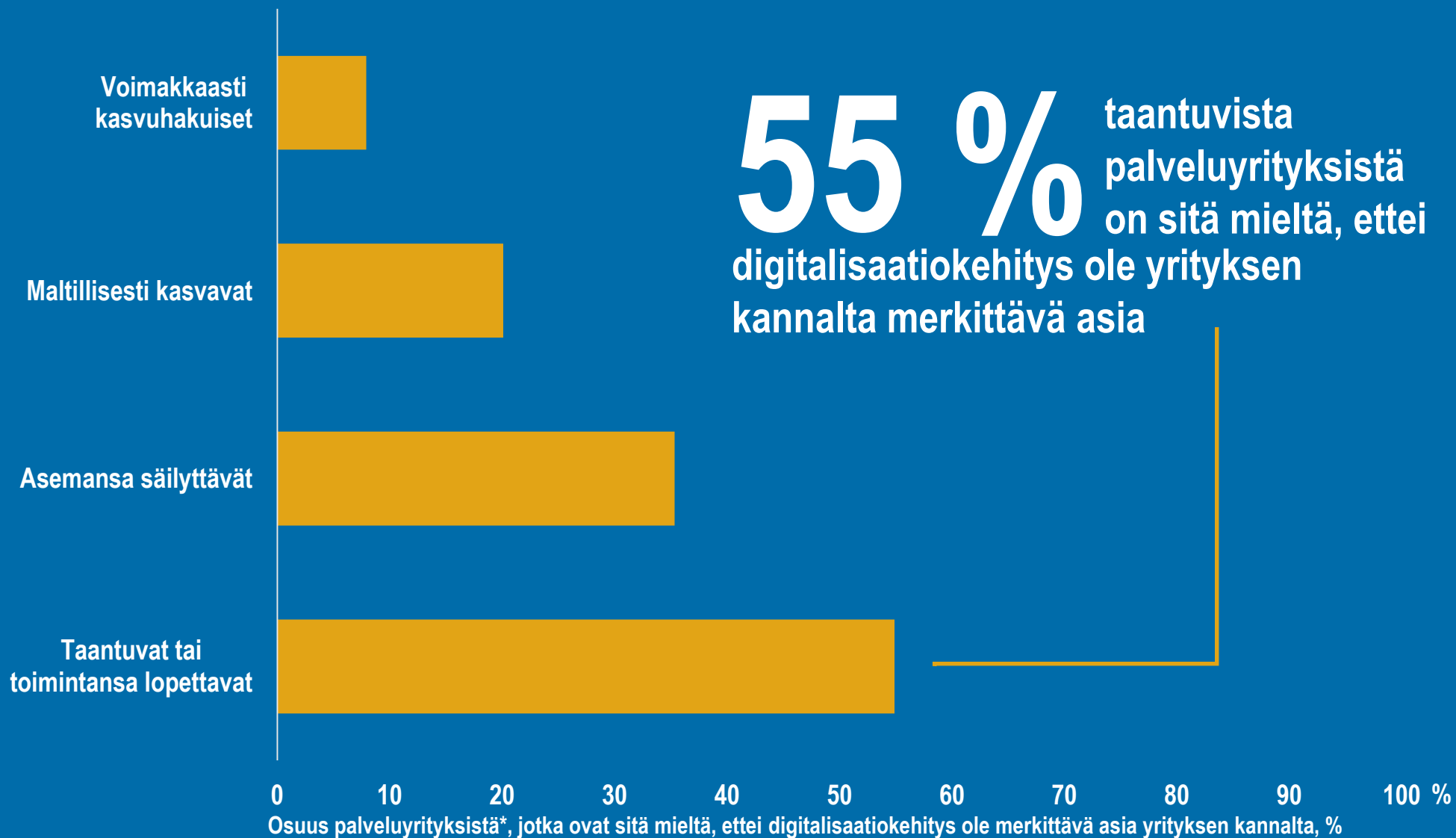
Kasvavat yritykset digitalisoivat liiketoimintaansa

43 % palveluyrityksistä liiketoiminnan digitalisointi on osana strategisia tavoitteita

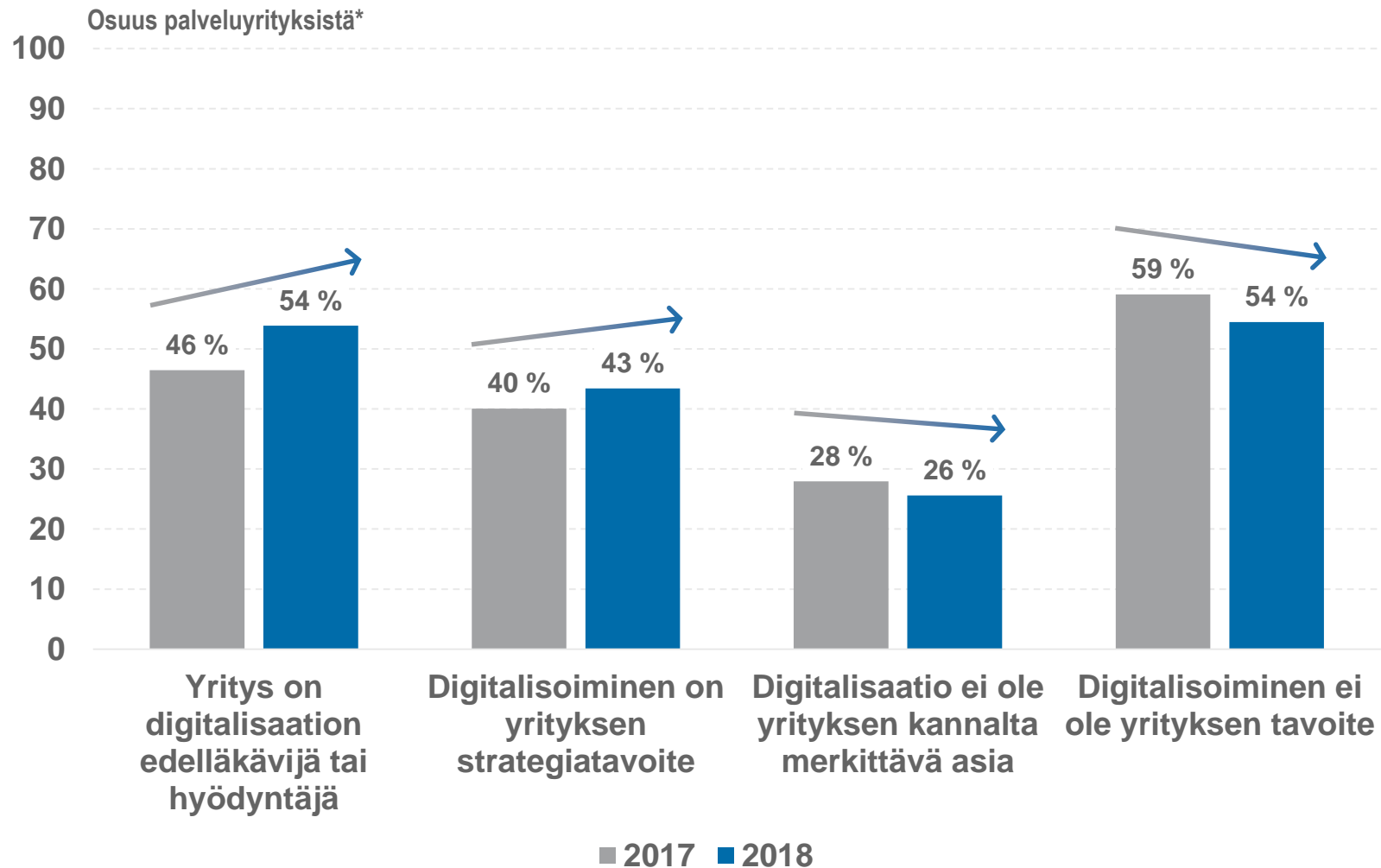


Taantuvat yritykset eivät näe digitalisaation merkitystä

26 % arvioi, ettei digitalisaatiokehitys ole yritykselle merkittävä asia



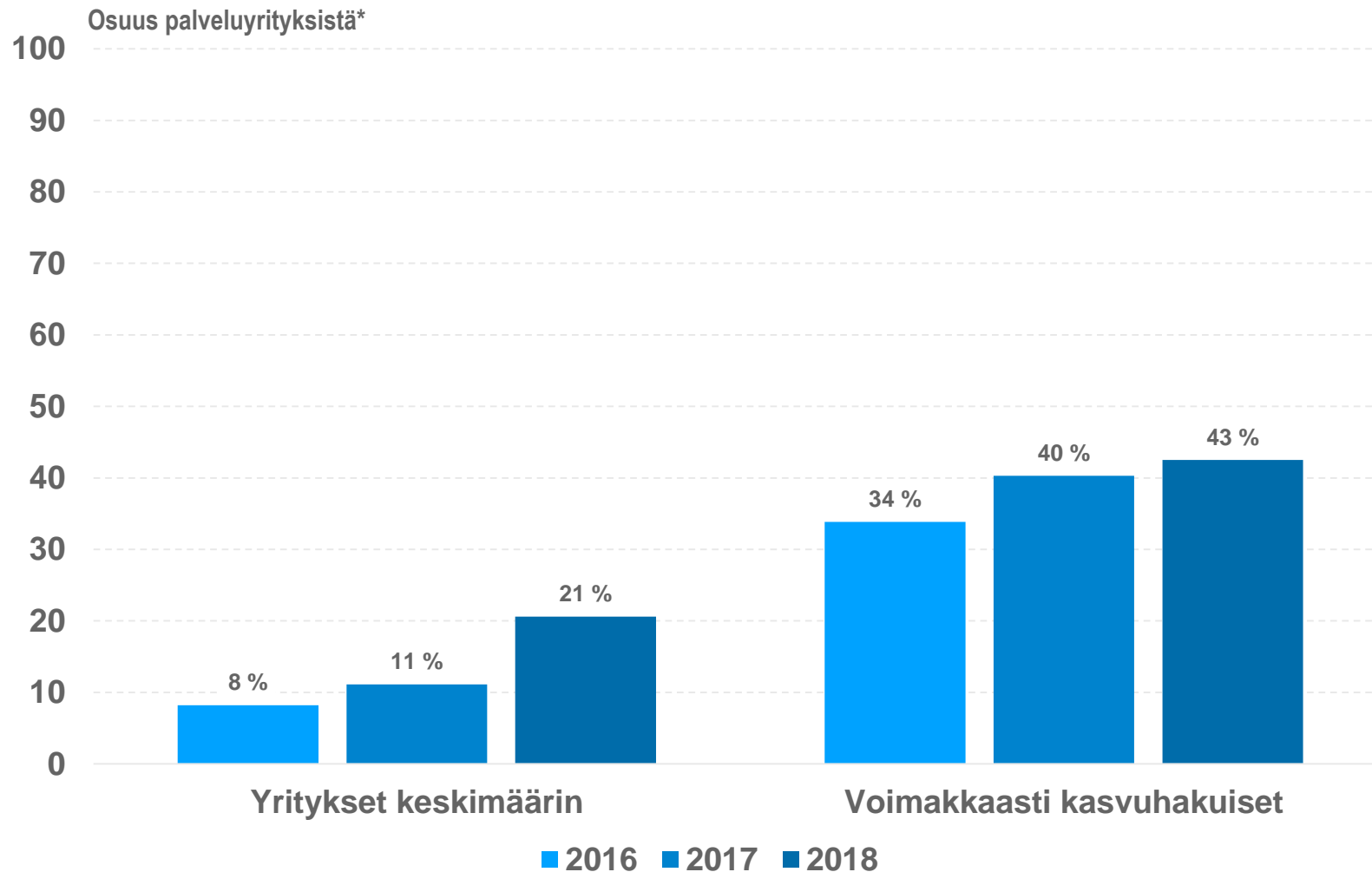
Yritysten digitietoisuus on taas lisääntynyt



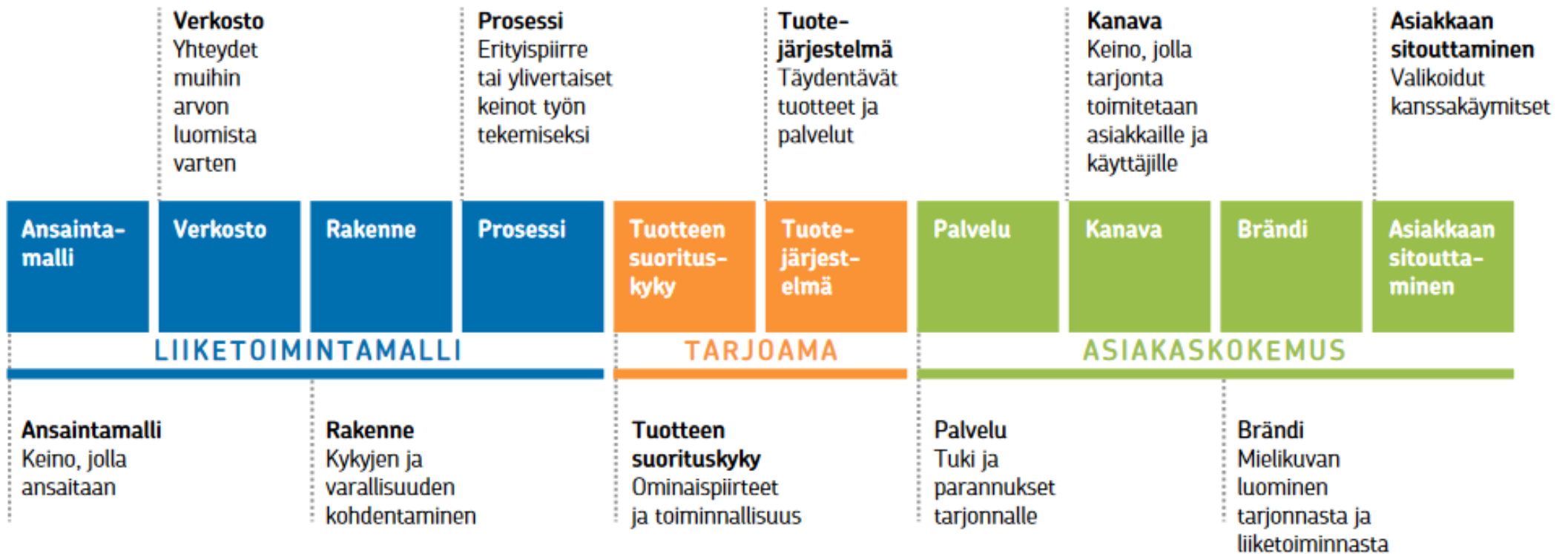
Etenkin edelläkävijöillä on pulaa digiosaajista



Onko yrityksellänne ollut pulaa osaajista koskien yrityksen digitalisoitumiskehitystä?



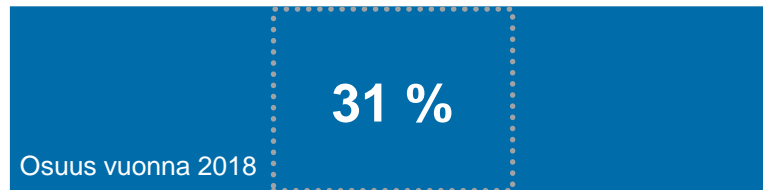
Digitalisoimisen tulisi kehittää kaikkia liiketoiminnan osa-alueita



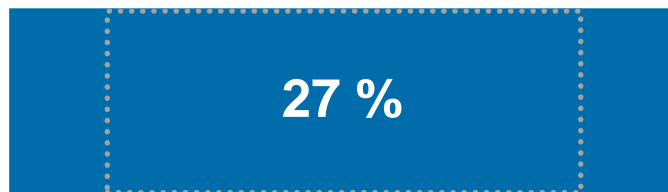
Pyramidi kääntyi vuodessa oikein päin!



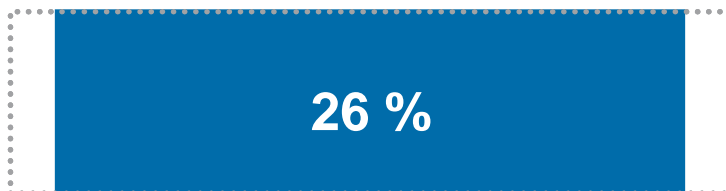
Asiakas nousee keskiöön



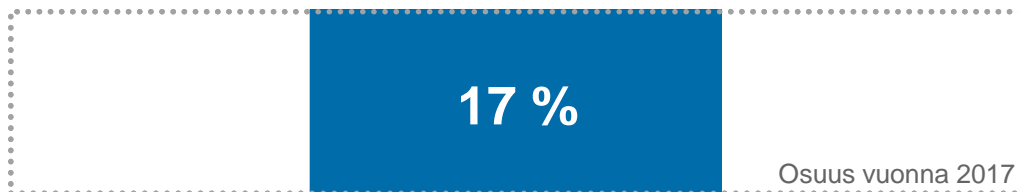
yrityksistä tärkein syy digitalisoinnille on **asiakaskokemuksen kehittämisestä** syntyvä lisäarvo.



yrityksistä pyrkii digitalisoinnilla **parantamaan palvelutarjoamaansa.**



palveluyrityksistä tyytyy **tehostamaan liiketoimintaansa.**



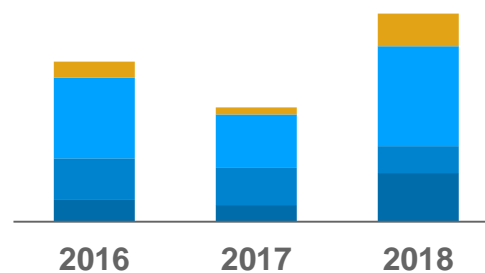
palveluyrityksistä **ei tavoittele** digitalisoinnin mahdollistamaa lisäarvoa.

Palveluyritysten kansainvälistyminen on vielä alkutekijöissä

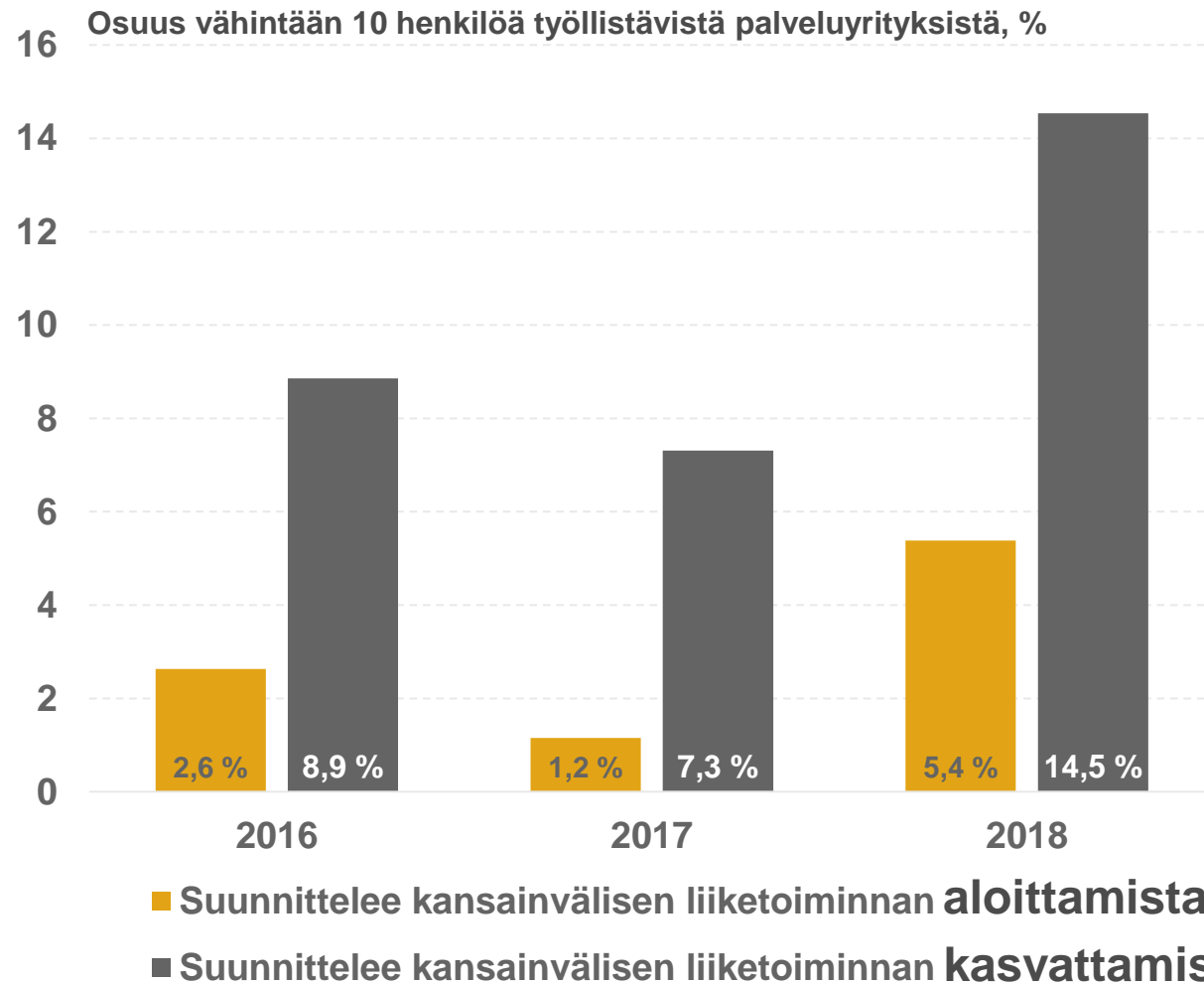


1750

palveluyritystä aikoo aloittaa kansainvälisen liiketoiminnan tai kasvattaa sitä.



Hyvä suhdanne vauhdittaa palveluyritysten kansainvälistymistä



20 %

palveluyrityksistä suunnittelee kansainvälisen liiketoiminnan aloittamista tai kasvattamista.

8 %

toistaiseksi vain kotimarkkinoilla toimivista palveluyrityksistä aikoo aloittaa kansainvälisen liiketoiminnan.

50 %

kansainvälistä liiketoimintaa harjoittavista palveluyrityksistä aikoo kasvattaa vientiä.

Kaikenkokoiset yritykset vievät palveluja

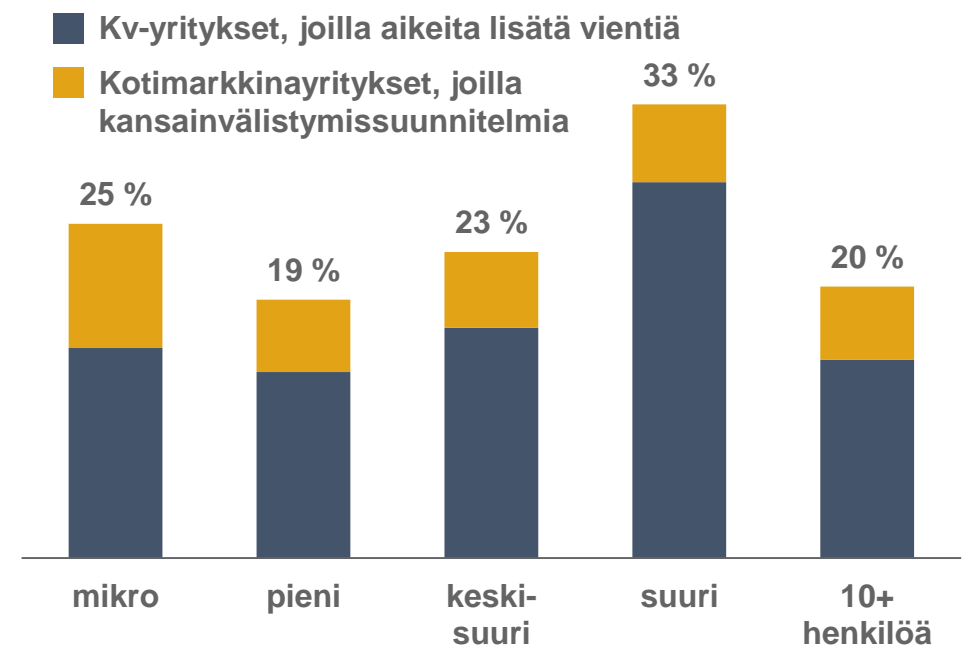


29 % palveluyrityksistä harjoittaa kansainvälistä liiketoimintaa.

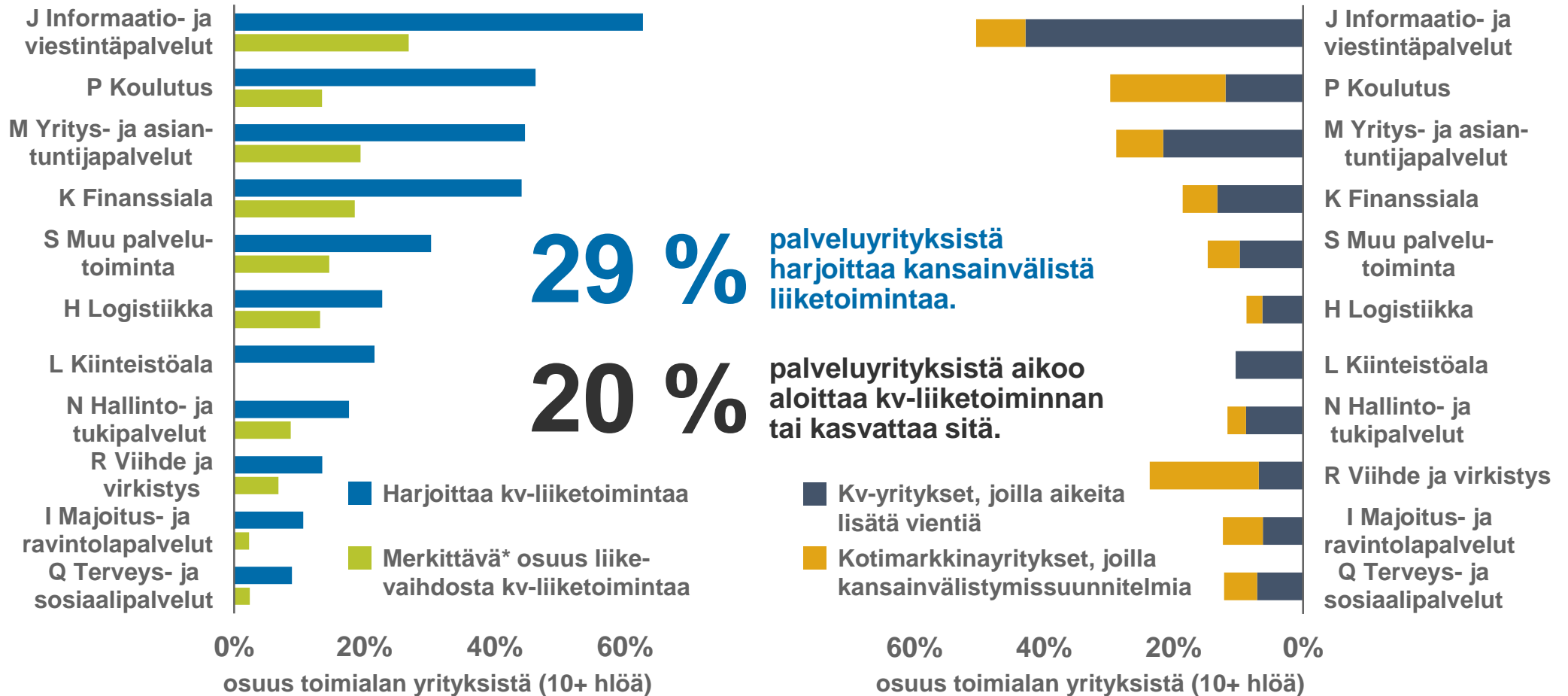
12 % palveluyrityksistä merkittävä osuus liikevaihdosta syntyy kansainvälisestä liiketoiminnasta.

8 % toistaiseksi vain kotimarkkinoilla toimivista palveluyrityksistä aikoo aloittaa kansainvälisen liiketoiminnan.

50 % kansainvälistä liiketoimintaa harjoittavista palveluyrityksistä aikoo kasvattaa vientiä.



Kaikilla palvelualoilla on vientiyrityksiä



Digitaalisuus helpottaa kansainvälistymistä!



Kun tuote on kokonaan digitaalinen

53 % yrityksistä suunnittelee kansainvälisen liiketoiminnan aloittamista tai laajentamista



■ Ei kansainvälistä liiketoimintaa eikä suunnitelmia

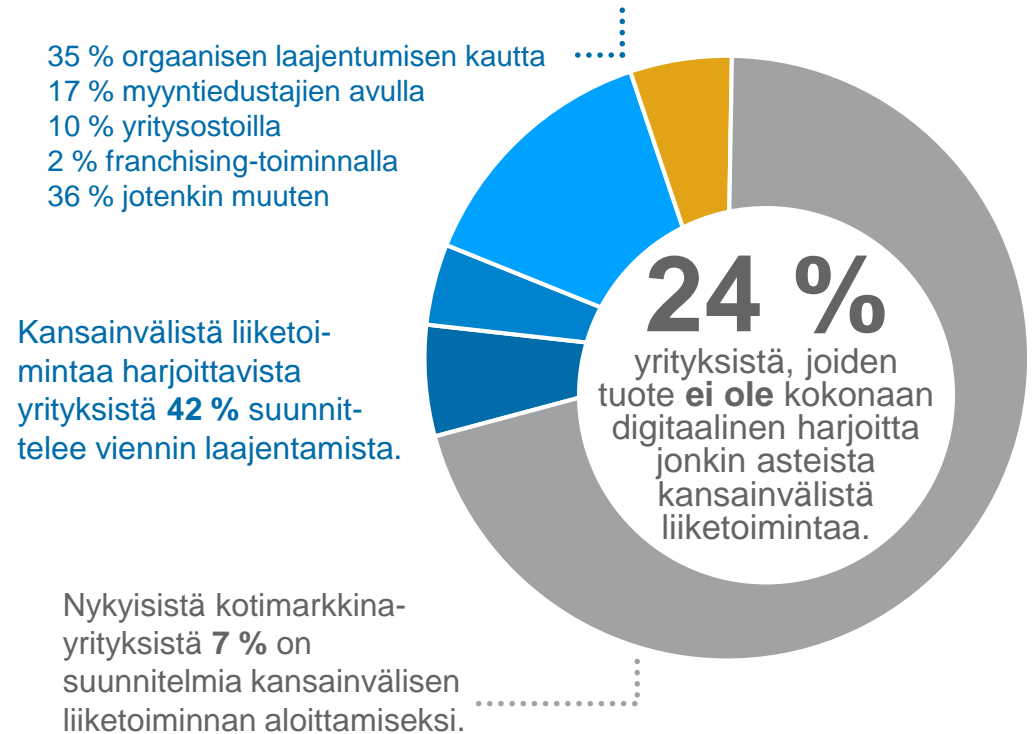
■ Kv-liikevaihto alle 25 %

■ Kv-liikevaihto 25–50 %

■ Kv-liikevaihto yli 50 %

Kun tuote ei ole kokonaan digitaalinen

15 % yrityksistä suunnittelee kansainvälisen liiketoiminnan aloittamista tai laajentamista



■ Kotimarkkinayritys, jolla kv-suunnitelmia

Millaisia ovat kasvavat yritykset?

Yrityksen kasvu kytkeytyy vahvasti digitaalisuuden hyödyntämiseen ja kansainvälistymiseen

Ensimmäinen askel on miettiä mitä digitaalisia ratkaisuja yrityksessä voitaisiin hyödyntää.



digitaalisuus

kansainvälisyys

Ääripäässä kasvavat yritykset ovat uusinta digiteknologiaa kehittäviä kansainvälisiä menestystarinoita. Kaikkien yritysten ei kuitenkaan kannata ryhtyä kehittämään tekoälyratkaisuja kansainvälisille markkinoille. Ainakaan heti.

Jokainen yritys voi kuitenkin jotenkin soveltaa digitaalisuutta liiketoiminnassaan.

Ensimmäinen askel on miettiä mitä se olisi ja miten se tapahtuisi. Yrityksen kasvaessa kotimaan markkinat käyvät pian pieniksi ja kasvua on haettava ulkomailta. Jos haluaa kasvaa, on oltava kasvavilla markkinoilla.

Digikieltäjä

Digitaalisuus
tavoitteena

Digitaalisuus
ydintavoitteena

Tuote kokonaan
digitaalinen

Uusimpien
digiratkaisujen
kehittäjä

Kotimarkkina-
yritys

Pienimuotoista
kv-liiketoiminta

Merkittävää
kv-liiketoiminta

Laajennetaan
kv-liiketoimintaa