



# **Palta**

## **Digitaloudesta kasvua 2017**

Pekka Vuorela

## Sisällys

1. Yleistä digitaloudesta kasvua - tutkimuksesta
2. Digitalisaation määrittely ja vaikutukset
3. Tutkimuksen päätulokset
4. Tutkimuksen tuloksia

# 1. Yleistä digitaloudesta kasvua -tutkimuksesta

- Tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa yritysten näkemyksiä, tarpeita ja toiveita liiketoiminnan digitalisointiin liittyen.
- Tutkimus toteutettiin puhelinhaastatteluina Innolinkin toimesta helmi-huhtikuussa 2017. Puhelinhaastattelujen sisältöä ja kertymää tarkasteltiin viikoittain laadun varmistamiseksi.
- Kohderyhmän muodostivat suomalaiset yrityspäätäjät. Aineisto vastaa hyvin tavoiteltuja vastaajakiintiöitä. Aineiston laatu on myös erinomainen; esimerkiksi vastauskato on vähäistä.
- Tutkimus perustuu 1046 vastaukseen.
- Tässä esityksessä mikroyritykset (henkilöstömäärä alle 10) on rajattu tuloksista pois.

# Vastaajien taustatiedot

## LIKEVAIHTOLUOKKA 2017

0-0.2	1,5% (16)
0.2-0.4	3,3% (35)
0.4-1	14,1% (148)
1-2	37,3% (390)
2-10	30,6% (320)
10-20	4,0% (42)
20-100	3,7% (39)
100-200	0,2% (2)
200+	0,4% (4)
tuntematon	4,8% (50)
<b>Yhteensä</b>	<b>100,0% (1046)</b>

## HENKILÖSTÖLUOKKA 2017

10-19	52,0% (544)
20-49	29,8% (312)
50-99	9,8% (103)
100-249	5,5% (58)
250-499	2,2% (23)
500-999	0,4% (4)
1000+	0,2% (2)
<b>Yhteensä</b>	<b>100,0% (1046)</b>

## TOIMIALA

**2017**

H Logistiikka	16,4% (172)
I Majoitus- ja ravitsemistoiminta	11,0% (115)
J Informaatio ja viestintä	10,8% (113)
K Rahoitus- ja vakuutus toiminta	4,8% (50)
L Kiinteistöalan toiminta	3,7% (39)
M Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta	18,8% (197)
N Hallinto- ja tukipalvelutoiminta	16,0% (167)
P Koulutus	1,7% (18)
Q Terveys- ja sosiaalipalvelut	10,3% (108)
R Taiteet, viihde ja virkistys	3,5% (37)
S Muu palvelutoiminta	2,9% (30)
<b>Yhteensä</b>	<b>100,0% (1046)</b>

## VASTAAJAN ASEMA

**2017**

toimitusjohtaja	92,5% (964)
myynti- ja markkinointijohto	0,3% (3)
talousjohto	0,4% (4)
hallituksen puheenjohtaja	2,0% (21)
tuotekehitysjohto	0,0% (0)
it johto	1,0% (10)
muu	3,8% (40)
<b>Yhteensä</b>	<b>100,0% (1042)</b>

## VASTAAJARYHMÄ

**2017**

PALTA	7,7% (81)
Liittoyhteisö	28,2% (295)
Järjestäytymätön	64,1% (670)
<b>Yhteensä</b>	<b>100,0% (1046)</b>

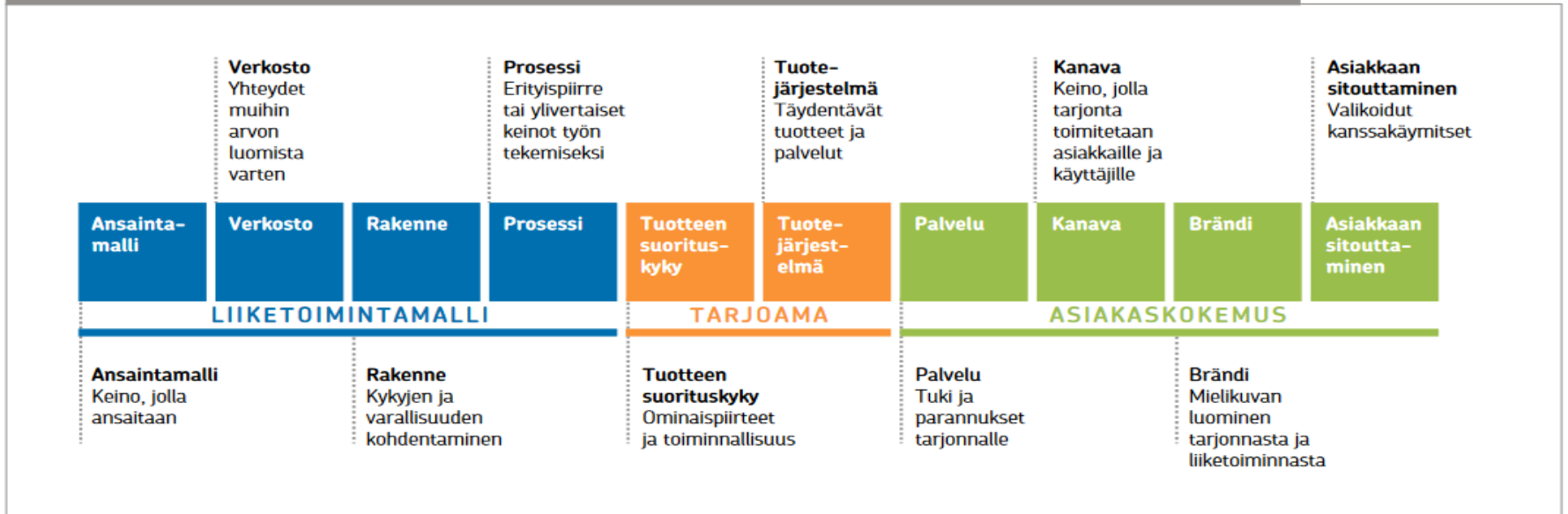
## 2.1. Digitalisaation määrittely ja vaikutukset

Digitalisaatio on yksi palveluyritysten toimintaympäristöön vaikuttavista megatrendeistä. Digitalisaatiolla tarkoitetaan digitaalisten teknologioiden yhdistämistä kiinteäksi osaksi ihmisten jokapäiväistä elämää. (Business Dictionary, 2016)

Digitaloudesta kasvua -tutkimuksessa digitalisaatio määriteltiin vastaajille liiketoiminnan, toimintojen, palveluiden ja tiedon tallentamiseksi, siirtämiseksi ja muokkaamiseksi digitaaliseen, sähköiseen muotoon esimerkiksi verkkoon eri alustoille.

## 2.2. Digitalisaation määrittely ja vaikutukset

Digitalisaation vaikutusten jäsentämisessä käytetty Deloitteen Ten Types of Innovation -viitekehys



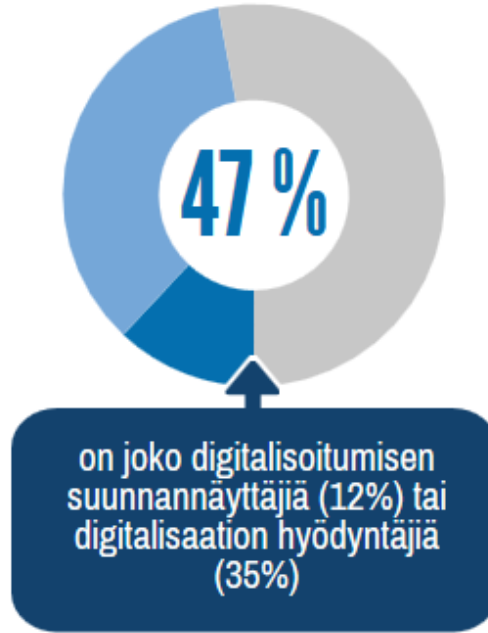
Lähde: [https://www.palta.fi/wp-content/uploads/2016/11/Digitalisaatio-palvelualoilla-Pysyyk%C3%B6-Suomi-mukana-digikehityksess%C3%A4\\_FINAL.pdf](https://www.palta.fi/wp-content/uploads/2016/11/Digitalisaatio-palvelualoilla-Pysyyk%C3%B6-Suomi-mukana-digikehityksess%C3%A4_FINAL.pdf)

## 3.1. Tutkimuksen päätulokset



70 %

Paltaan kuuluvista yrityksistä on kasvuhakuisia



87 %

voimakkaasti kasvuhakuisista on suunnannäyttäjiä tai digitalisaation hyödyntäjiä.

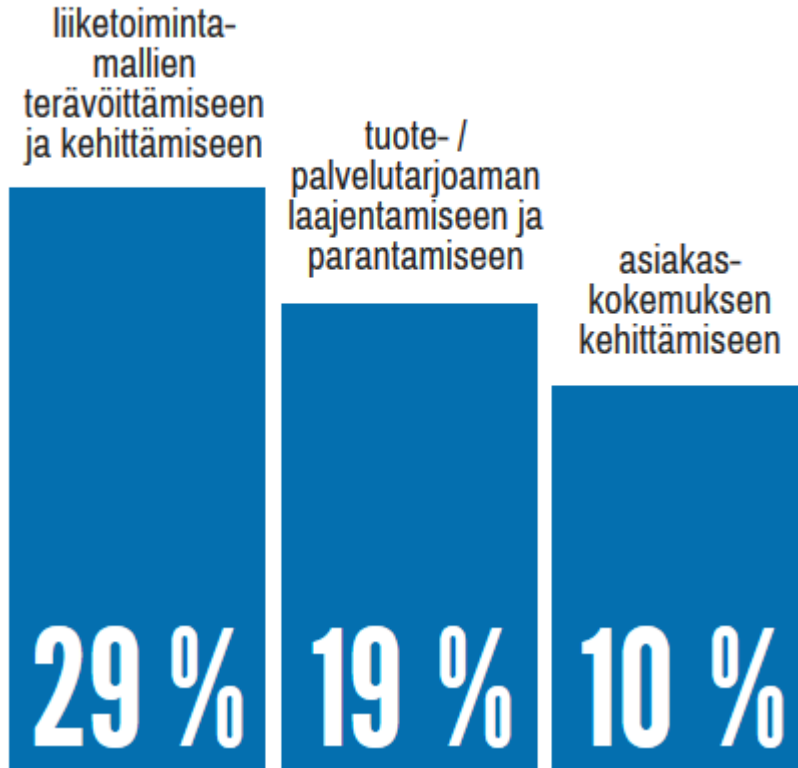


86 %

voimakkaasti kasvuhakuisista liiketoiminnan digitalisointi on osana strategisia tavoitteita.

## 3.2. Tutkimuksen päätulokset

Digitalisoinnilla tavoitellaan lisäarvoa...



42 %

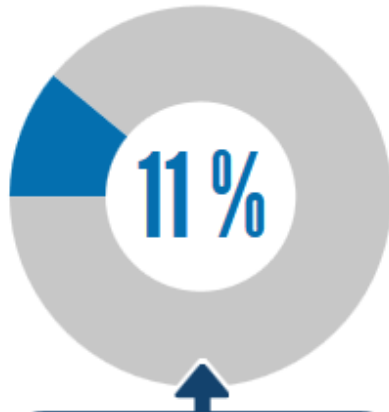
Ei vastaa kysymykseen lainkaan

→ lisäarvon tuottamisen osalta asiakaskokemus on unohdettu.



### 3.3. Tutkimuksen päätulokset

Osaajista pulaa

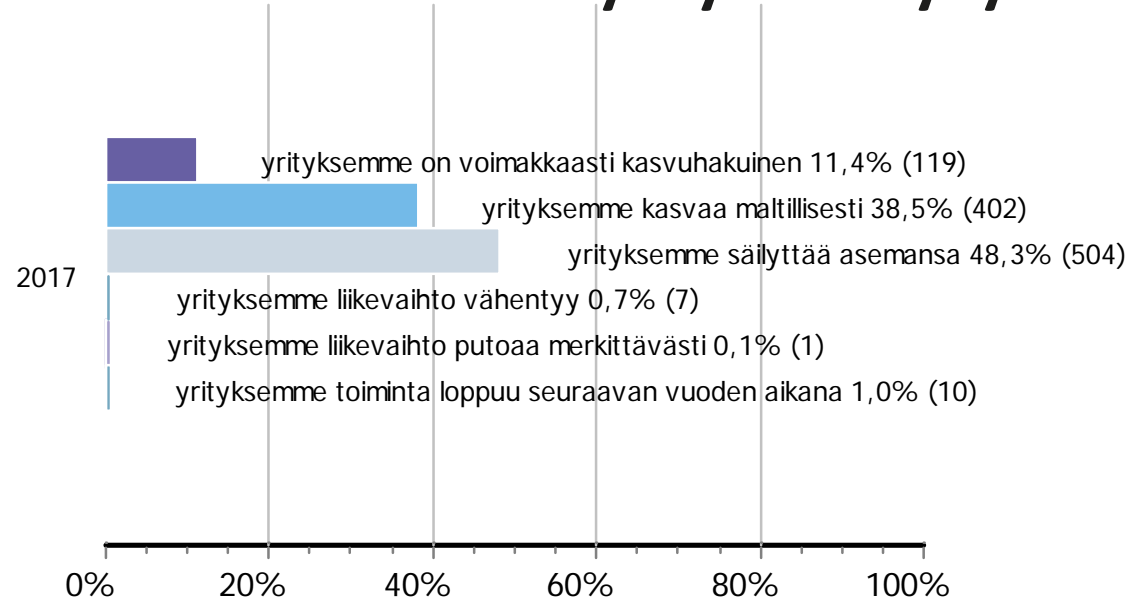


yrityksistä on ollut pulaa osaajista koskien digitalisoitumiskehitystä

40 % voimakkaasti kasvuhakuisella yrityksellä on osaajapula

- *"Ehkä se on se, että kuin haluaisimme mennä nopeammin eteenpäin digitalisaatiossa kuin pystymme, eli **tekijöitä pitäisi olla enemmän.**"*
- *"Työvoiman saatavuus hidastaa asioita"*
- *"Koodareiden kouluttamista pitäisi moninkertaistaa"*

## 4.1. Miten kuvailisit yrityksen nykytilannetta?



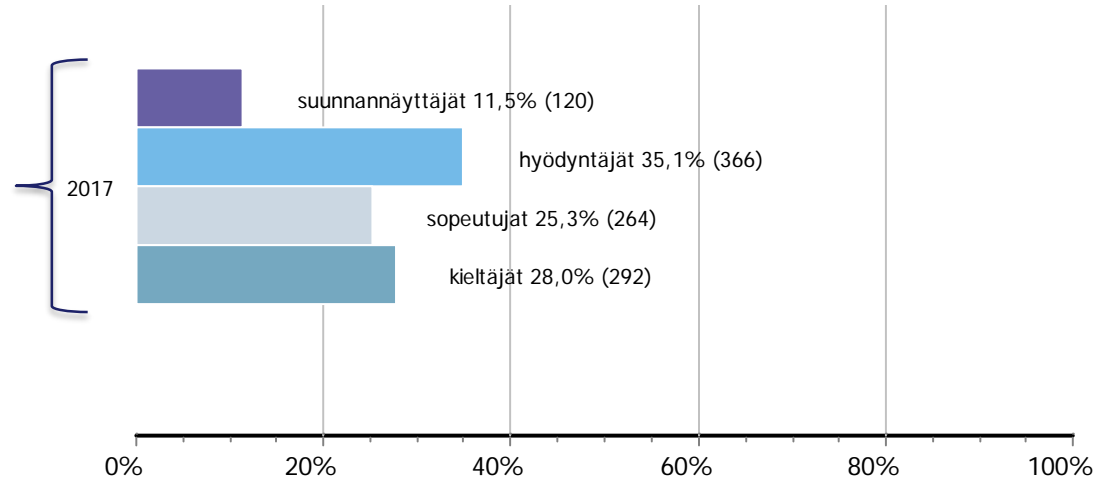
70 %

Paltaan kuuluvista  
yrityksistä on  
kasvuhakuisia (koko  
aineisto: 50 %)

Kasvuhakuisilla yrityksillä on selkeästi enemmän digitaalisia järjestelmiä käytössään.

## 4.2. Kaikki tutkimusaineiston yritykset suhteessa digitalisaatioon

Kaikista yrityksistä kaikissa ryhmissä 5 %:lla on täysin digitaalinen tuote.



47 %

koko aineistosta on suunnannäyttäjiä tai digitalisaation hyödyntäjiä.

87 %

voimakkaasti kasvuhakuisista on suunnannäyttäjiä tai digitalisaation hyödyntäjiä.

23 %

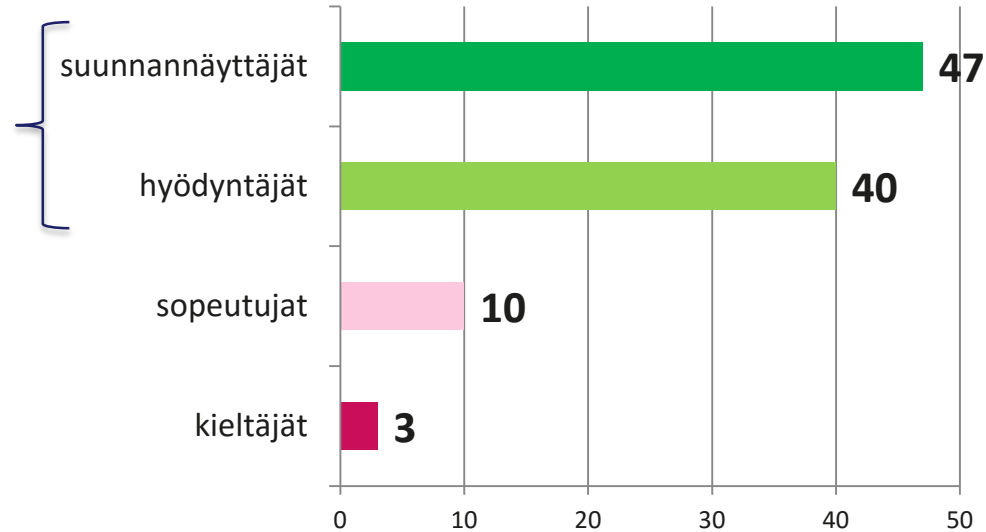
asemansa säilyttämiseen pyrkivistä on suunnannäyttäjiä tai digitalisaation hyödyntäjiä.

## 4.3. Voimakkaasti kasvuhakuiset yritykset suhteessa digitalisaatioon

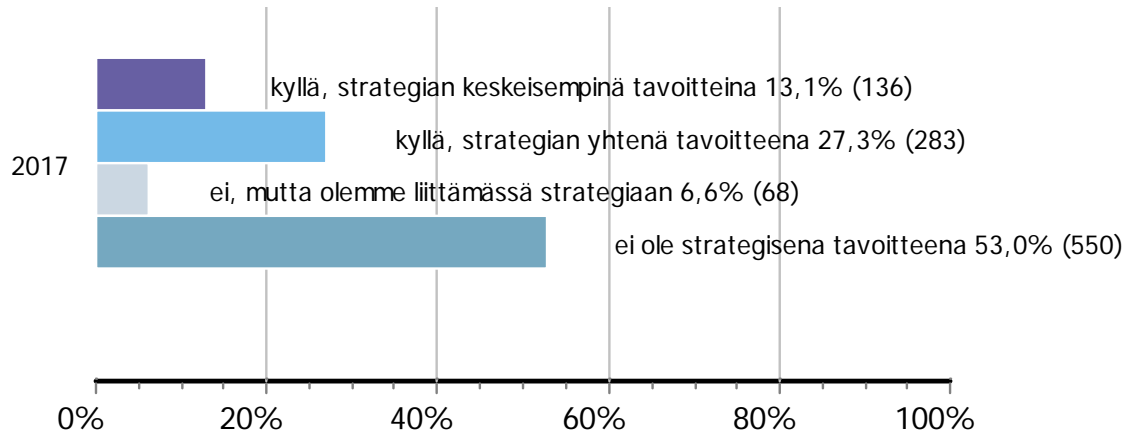
Yhteensä

**87 %**

voimakkaasti kasvuhakuisista yrityksistä on digitalisaation suunnannäyttäjiä tai hyödyntäjiä.



## 4.4. Onko liiketoiminnan digitalisointi määritelty osaksi yrityksenne strategisia tavoitteita?



40 %

koko aineistosta liiketoiminnan digitalisointi on osana strategisia tavoitteita.

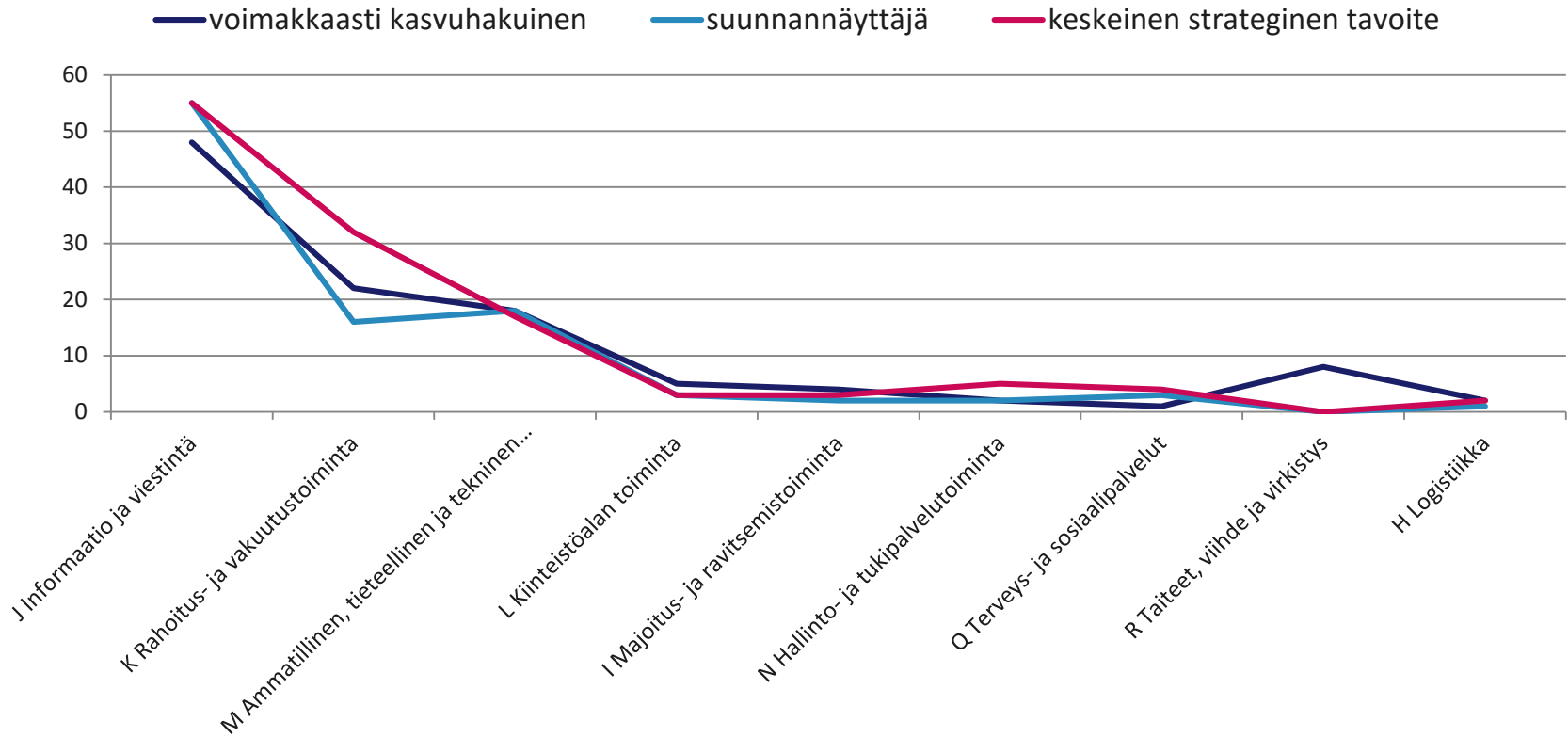
86 %

voimakkaasti kasvuhakuisista liiketoiminnan digitalisointi on osana strategisia tavoitteita.

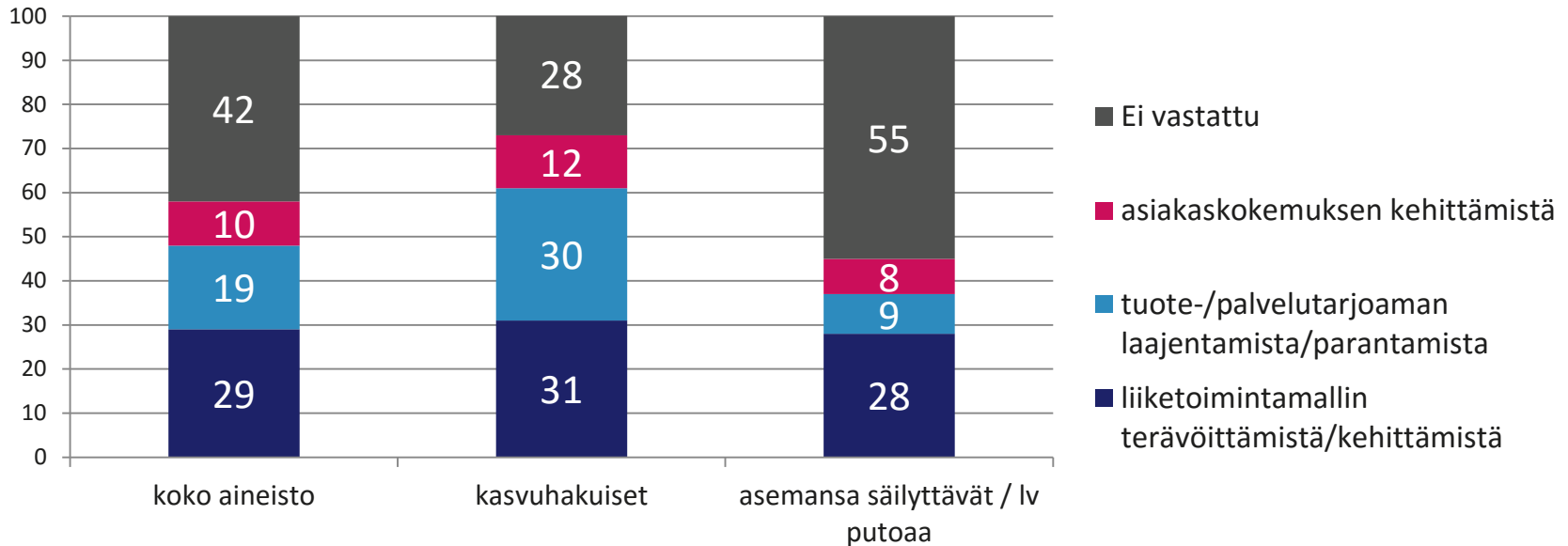
18 %

asemansa säilyttämiseen pyrkivistä liiketoiminnan digitalisointi on osana strategisia tavoitteita.

## 4.5. Toimialavertailut

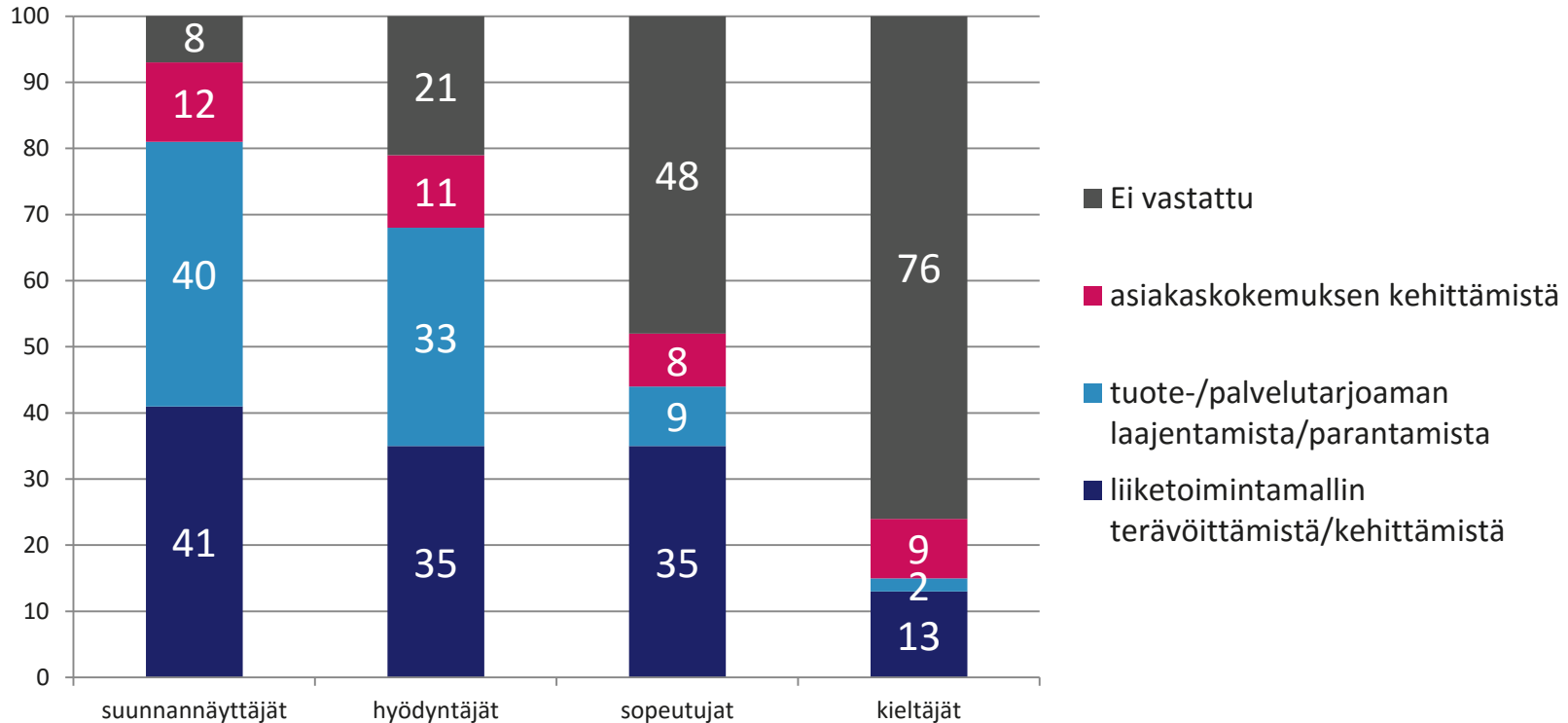


## 4.6. Millaista lisäarvoa tavoittelette yrityksenne digitalisoinnilla?



Asiakaskokemuksen mainitsee vain 10 prosenttia vastaajista  
 → **lisäarvon tuottamisen osalta asiakaskokemus on unohdettu.**

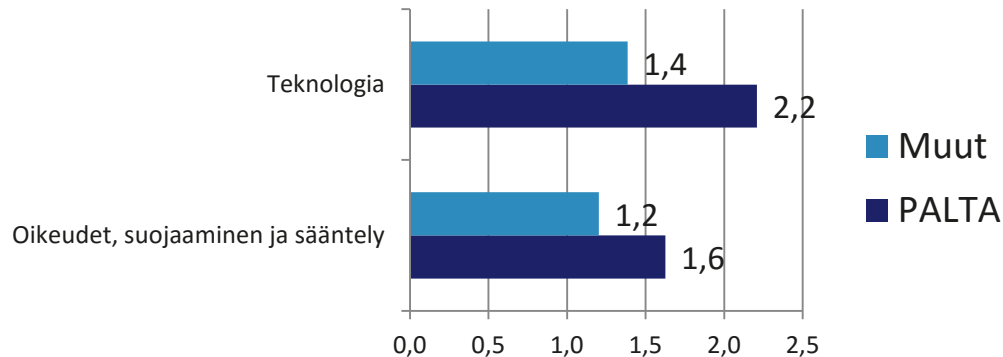
## 4.7. Millaista lisäarvoa tavoittelette yrityksenne digitalisoinnilla? - yrityksen asemoitumisen mukaan





## 4.8. Paltan rooli digitalisaatiokehityksessä?

- Paltaan kuuluvat yritykset eroavat monelta osin muista vastaajaryhmistä (liittoyhteisö, järjestäytymätön)
  - Paltan yrityksistä selkeästi suurempi osa on **kasvuhakuisia**.
  - Digitalisaation kannalta Paltaan kuuluvat yritykset ovat useammin **aktiivisia**, eli palveluiden tuottajia.
  - **Tietosuojan** muutosten huomioinnin näkökulmasta asiat ovat digitalisaation kannalta paremmalla tasolla.
  - Myös digitalisaatio on määritelty **osaksi strategiaa** muita vastaajaryhmiä useammin
  - Kv-liiketoimintaa on koko aineistoa enemmän, laajentumissuunnitelmia on verrokkiryhmän kanssa samantasoisesti.
  - Verrokkiryhmää enemmän Paltaan kuuluvissa yrityksissä **koetaan haasteita** teknologiaan sekä oikeuksiin liittyvissä tekijöissä niissä yrityksissä, jotka **eivät ole kasvuhakuisia** (huom! N-määrä suhteellisen pieni).



## 4.9. Segmentointi digitalisaation ymmärryksen lisääjänä

Suunnannäyttäjät (12%)	Hyödyntäjät (35%)	Sopeutujat (25%)	Kieltäytyjät (28%)
Lv n. 75 % tapauksista 1-10 milj.	Lv n. 70 % tapauksista 1-10 milj.	Lv n. 78 % tapauksista 1-10 milj.	Lv noin 60 % tapauksista 1-10 milj.
Informaatio- ja viestintä- tai amm., tieteell. ja teknisen alan yrityksiä	Edustusta useilta eri toimialoilta (hajonta suurta)	Eniten logistiikan ja hallinnon alan yrityksiä	Logistiikan, hallinnon sekä terveyspalvelualan yrityksiä
Kasvuhakuisuus voimakasta, selkeästi muita suurempi osaajapula ja selkeästi useammin kv-toimintaa	Pääosin maltillisesti kasvavia	Pääosin asemansa säilyttäviä	Asemansa säilyttäviä
Tietosuoja-asetukset huomioitu 90 prosenttisesti	Kolme neljästä (tietosuoja-asetusten huomiointi)	Noin puolet (tietosuoja-asetusten huomiointi)	Noin neljäsosa (tietosuoja-asetusten huomiointi)
Digitaalisten palveluiden tuottajia/kehittäjiä (53%)	Käytössä valmiit ratkaisut (84%)	Käytössä valmiit ratkaisut (97%)	Käytössä valmiit ratkaisut (99%)
Digitalisaatio tuo lisäarvoa n. 80% joko liiketoimintamallien kehittämisellä tai tuote-/ palveluvalikoiman parantamisella.	Digitalisaatio tuo lisäarvoa n. 70% joko liiketoimintamallien kehittämisellä tai tuote-/ palveluvalikoiman parantamisella.	Digitalisaatio tuo lisäarvoa noin kolmasosalle liiketoimintamallien kehittämisellä, n. puolet ei kuitenkaan nimeä lisäarvoa.	n. 70 % ei nimeä digitalisaation tuottamaa lisäarvoa.
Strategiassa keskeisenä tavoitteena (65%)	Strategiassa yhtenä tavoitteena (56%)	Ei strategisena tavoitteena (69%)	Ei strategisena tavoitteena (95%)
Haasteita koetaan muita ryhmiä useammin (erit. oikeuksissa, teknologioissa ja osaamisessa)	Haasteita koetaan pääasiassa teknologioissa	Haasteiden kokeminen hyvin vähäistä	Haasteiden kokeminen hyvin vähäistä

**Kiitos!**

**Pekka Vuorela**  
**Innolink**