
KAINUULAISTEN MIKRO- JA PK-YRITYSTEN NYKYTILARAPORTTI

**Yrittäjyyden ja omistajanvaihdosten edistäminen osana
oikeudenmukaista ja vihreää siirtymää -hanke
Kainuun Yrittäjät ry**

Miikka Rantanen

Birit Oksman

Katri Roininen

28.5.2025



Euroopan unionin
osarahoittama



KAINUU

Sisällys

1 Johdanto	1
2 Kainuulaisten mikro- ja pk-yritysten nykytilakysely	2
2.1 Tavoite ja toteutus	2
2.2 Vastaajien taustatiedot ja yleiskatsaus	3
3 Yrittäjien vastaukset kyselyyn.....	7
3.1 Kehitys ja kasvu.....	7
3.2 Omistajanvaihdos	17
3.3 Yrittäjyyspalvelut ja niiden hyödyntäminen.....	27
3.4 Digitalisaatio.....	34
3.5 Vihreä siirtymä	40
3.6 Oppilaitosyhteistyö	44
3.7 Vapaa sana.....	46
4 Johtopäätökset	48
Liitteet	A
Lisätietoja:	I

1 Johdanto

Kainuun Yrittäjien toteuttama “Yrittäjyyden ja omistajanvaihdosten edistäminen osana oikeudenmukaista ja vihreää siirtymää” -hanke käynnistyi syksyllä 2024. Euroopan unionin osarahoittaman hankkeen tavoite on parantaa yrityspalveluiden saatavuutta, asiakaslähtöisyyttä ja tarkoituksenmukaisuutta TE2024 -uudistuksessa. Hanke keskittyy edistämään useilla kainuulaisilla yrityksillä edessään olevien omistajanvaihdosten toteutumista matalan kynnyksen neuvontapalvelulla ja palveluohjauksella, monikanavaisella viestinnällä ja yrityksen arvon seuraamiseen kannustavilla työkaluilla.

Yleisellä tasolla tavoitteena on edistää yrittäjyyttä ja aktivoida uusien yritysten perustantaa varsinkin niille toimialoille, joista yrityksiä lopettaa toimintansa sekä uusille toimialoille, joissa nähdään erityistä kasvupotentiaalia. Hankkeessa edistetään muun muassa yritysten uudistumiskykyä, kasvuhalukkuutta, digitaalisuutta ja vastuullisuutta, sekä kehitetään julkisten ja yksityisten toimijoiden välistä yhteistyötä yrittäjyyden, kasvun ja omistajanvaihdosten edistämiseksi. Hanke pyrkii parantamaan myös opiskelijoiden mahdollisuuksia yrittäjyyteen.

Hankkeen työpaketti 1:n mukaista kainuulaisten mikro- ja pk-yritysten nykytilakyselyä ryhdyttiin toteuttamaan lokakuussa 2024. Kyselyn avulla pyrittiin luomaan kokonaisvaltainen tilannekuva yritysten nykytilasta ja tulevaisuudennäkymistä, sekä yritysten suhtautumisesta sellaisiin keskeisiin teemoihin kuin omistajanvaihdos ja kasvu, sekä vallitseviin trendeihin kuten digitalisaatio ja vihreä siirtymä. Kyselyyn saatiin yhteensä 214 vastausta. Rapotti sisältää näiden vastausten tulokset.

Suurkiitos kaikille kyselyyn osallistuneille!

Kajaanissa 28.5.2025

Miikka Rantanen

Birit Oksman

Katri Roininen

2 Kainuulaisten mikro- ja pk-yritysten nykytilakysely

2.1 Tavoite ja toteutus

Kyselyn tarkoitus ja kohderyhmät

Mikro- ja pk-yritysten nykytilakysely toteutettiin aikavälillä lokakuu 2024 – maaliskuu 2025. Kyselyn tarkoituksena oli kartoittaa kainuulaisten yritysten nykytilaa yleisellä tasolla, tulevaisuudennäkymiä ja mahdollisia kasvuaikeita ja -haasteita, sekä suhtautumista ajankohtaisiin teemoihin ja trendeihin kuten omistajanvaihdos, digitalisaatio sekä vihreä siirtymä. Kohderyhminä toimivat kaikki kainuulaiset ja/tai Kainuussa toimivat mikro- ja pk-yritykset kunnasta, koosta ja toimialasta riippumatta.

Tekninen toteutus

Kysely toteutettiin Webropol-alustalla suomenkielisenä. Kyselylomakkeelle pääsi avoimen nettilinkin tai QR-koodin kautta. Vastaajia tavoiteltiin pääasiassa puhelimitse ja sähköpostitse, minkä lisäksi kyselylinkkiä jaettiin sisäisen ja ulkoisen viestinnän kautta Business Kainuu -sivulla, uutiskirjeissä, eri viestintäpalveluissa, sosiaalisessa mediassa sekä fyysisten QR-koodattujen A4-papereiden mukana tapahtumissa ja tilaisuuksissa.

Kyselyn rakenne

Kysely koostui yhteensä yli 40 vapaaehtoisesta kysymyksestä, joiden joukossa oli sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä. Osa kysymyksistä avasi mahdollisesti uusia kysymyksiä vastauksen mukaan, kun taas osa puolestaan sulki niitä pois. Kaikki kysymykset eivät koskeneet kaikkia vastaajia, vaan vastaajalla oli mahdollisuus vastata juuri niihin kysymyksiin, joiden hän koki koskevan omaa yritystoimintaansa ja tilannettaan, ja joihin vastaamisen hän näki itselleen hyödylliseksi. Kaikki vastaajat eivät vastanneet kaikkiin kysymyksiin, ja toisaalta osa vastaajista valitsi tietyissä kysymyksissä useamman eri vaihtoehdon.

Vastausten kokonaislukumäärä

Kainuulaisten mikro- ja pk-yritysten nykytilakysely keräsi yhteensä 214 vastausta.

Vastausten analysointi

Vastausten analysoinnissa on käytetty apuna Chat GPT -tekoälysovellusta.

2.2 Vastaajien taustatiedot ja yleiskatsaus

Kyselyyn vastanneita oli yhteensä 214, joista miehiä oli 143 eli 66,8 % ja naisia 71 eli 33,2 %. Vastaajista huomattava enemmistö (75,2 %) oli yrittäjäjärjestön jäseniä. Vastauksia saatiin kaikista Kainuun kunnista, minkä lisäksi kyselyyn vastasi yksittäisiä yrityksiä, joiden toimipiste sijaitsee muualla Suomessa, mutta joilla on kuitenkin toimintaa myös Kainuussa. Määrällisesti ja prosentuaalisesti vastaukset jakautuivat seuraavasti:

Kotikunta	n	%
Kajaani	118	55,1
Sotkamo	29	13,6
Suomussalmi	20	9,3
Kuhmo	18	8,4
Puolanka	9	4,2
Paltamo	8	3,7
Hyrnsalmi	4	1,9
Ristijärvi	3	1,4
Muut paikkakunnat	5	2,3

**Seuraavassa alla olevassa listauksessa on esitetty kyselyyn
vastanneiden yritysten toimialat kappalemäärinä ja prosentteina
suhteutettuna kaikkiin vastauksiin:**

Toimiala	n	%
Muu liikkeenjohdon konsultointi	10	6,8
Asuin- ja muiden rakennusten rakentaminen	9	6,2
Varauspalvelut, matkaoppaiden palvelut ym.	8	5,5
Muu terveyspalvelu	7	4,8
Fysioterapia	5	3,4
Mainostoimistot	5	3,4
Metsänhoito	5	3,4
Kiinteistöjen siivous	4	2,7
Muiden metallituotteiden valmistus	4	2,7
Puunkorjuu	4	2,7
Sähköasennus	4	2,7
Työkalu- ja tarviketukkukauppa	4	2,7
Viljakasvien viljely	4	2,7
Kahvila-ravintolat	3	2,1
Kirjanpito- ja tilinpäätöspalvelu	3	2,1
Konttori- ja myymäläkalusteiden valmistus	3	2,1
Leirintäalueet, asuntovaunu- ja matkail. vaun. al.	3	2,1
Leivän valmistus; tuor. leivonn. ja kakk. valm.	3	2,1
Lämpö-, vesijohto- ja ilmastointiasennus	3	2,1
Moottoriajoneuvojen huolto ja korjaus	3	2,1
Muu muualla luokitt. erik. rakennustoiminta	3	2,1
Ohjelmistojen suunnittelu ja valmistus	3	2,1
Apteekit	2	1,4
Hammastlääkäripalvelut	2	1,4
Hotellit	2	1,4
Ikääntyneiden palveluasuminen	2	1,4
Kukkien vähittäiskauppa	2	1,4
Kultasepänteosten ja kellojen vähittäiskauppa	2	1,4
Linja-autojen tilausliikenne	2	1,4
Lypsykarjan kasvatusta	2	1,4
Muu painaminen	2	1,4
Muu rakennusten viimeistely	2	1,4
Muualla luokittelematon huvi- ja virkistystoiminta	2	1,4
Muut koulutusta antavat yksiköt	2	1,4
Paikallisliikenne	2	1,4
Rakennuspaikan valmistelutyöt	2	1,4

Ravintolat	2	1,4
Taksiliikenne	2	1,4
Työvoiman vuokraus	2	1,4
Urheiluvälineiden ja polkupyörien vähittäiskauppa	2	1,4
Vakuutusasiamiesten ja -välittäjien toiminta	2	1,4
Valokuvausalan vähittäiskauppa	2	1,4
Valokuvaamot ja muu kuvaustoiminta	2	1,4
Viihde-elektronikan tukkukauppa	2	1,4
Äänitysstudiot; äänitteiden ja musiik. Kust.	2	1,4

Lopuilta toimialoilta saatiin kyselyyn yksi (1) vastaus (0,47 %) per toimiala. Nämä toimialat löytyvät koosteena raportin liitteistä.

Kyselyyn vastanneiden yrittäjien yritysten kokoluokat jakautuivat määrällisesti ja prosentuaalisesti seuraavasti:

Henkilömäärä	n	%
Yksinyrittäjä (0–1 hlöä)	84	39,3
Mikroyritys (2–9 hlöä)	102	47,7 (eniten)
Pieni yritys (10–49 hlöä)	26	12,1
Keskisuuri yritys (50+ hlöä)	2	0,9

”Tämänhetkinen Yrittäjä-fiilis (asteikolla 0 = Heikko – 10 = Huippufiilis)”:

- ♦ **Keskiarvo 7,4 ja mediaani 8,0** kertovat yleisesti positiivisesta mielialasta yrittäjien keskuudessa – suurin osa arvioi fiiliksensä melko hyväksi tai hyväksi.
- ♦ **Keskiarvon hajonta (2,1)** viittaa kuitenkin siihen, että vastauksissa on vaihtelua – joukossa on myös heikomman fiiliksen kokeneita.
- ♦ **Vastaajien määrä oli 212**, ja arvioiden jakauma ulottui koko asteikolle (0–10), mutta painottui selvästi myönteiselle puolelle.

Yrittäjien yleisvire Kainuussa on keskimäärin hyvä, mutta yksilöllisiä haasteita ja vaihtelua esiintyy. Tämä korostaa tarvetta kohdennetulle tuelle ja vuoropuhelulle erityisesti niiden yrittäjien suuntaan, joiden fiilis on asteikon alapäässä.

"Millaisena näet yrityksenne tulevaisuuden? (asteikko 0 = heikko – 10 = huippu)":

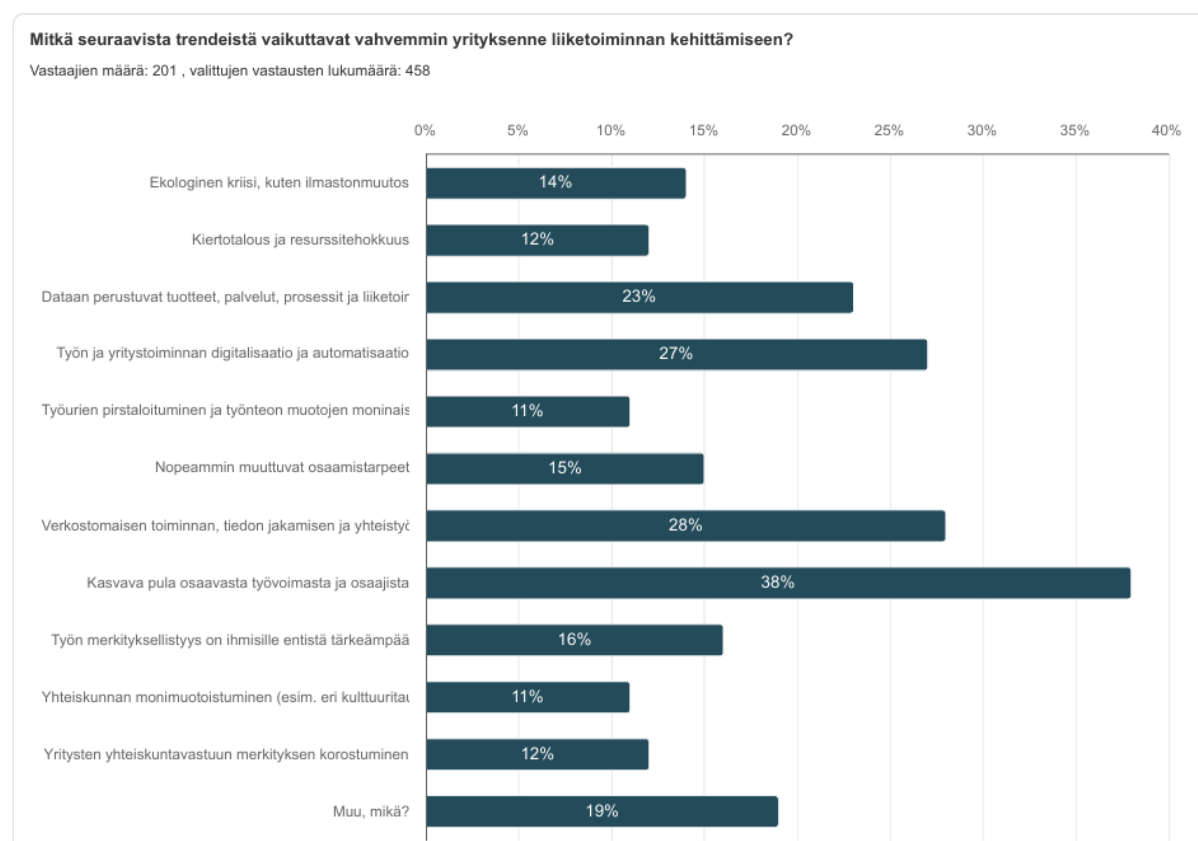
- ♦ **Keskiarvo 7,5** ja **mediaani 8,0** kertovat, että yrittäjät näkevät tulevaisuutensa pääosin valoisana – odotukset ovat myönteisiä.
- ♦ **Keskihajonta 2,1** osoittaa, että vastauksissa on vaihtelua, mutta hajonta ei ole poikkeuksellisen suuri. Tämä viittaa siihen, että vaikka joillakin on epävarmuuksia, enemmistö uskoo vakaaseen tai jopa hyvään kehitykseen.
- ♦ **Arvioiden hajonta (0–10)** kattaa koko asteikon, mutta myönteinen painotus on selvä.

Kainuulaiset pk-yrittäjät katsovat tulevaisuuteen pääosin luottavaisesti. Tämä luo hyvän pohjan kehitystoimille ja yhteistyölle, vaikka yksittäiset huolet vaativatkin edelleen tarkempaa huomiota.

3 Yrittäjien vastaukset kyselyyn

3.1 Kehitys ja kasvu

3.1.1 Mitkä seuraavista trendeistä vaikuttavat vahvemmin yrityksenne liiketoiminnan kehittämiseen?



Taulukko 1. Liiketoiminnan kehittämiseen eniten vaikuttavat trendit.

Yhteenveto tuloksista (useampi vastausvaihtoehto mahdollinen):

Trendikategoria	Vastaus määrä	% vastaajista (n=201)
Kasvava pula osaavasta työvoimasta ja osaajista	77	38.3 % (eniten)
Verkostomaisen toiminnan, tiedon jakamisen ja yhteistyön kasvava merkitys	57	28.4 %
Työn ja yritystoiminnan digitalisaatio ja automatisaatio	55	27.4 %
Dataan perustuvat tuotteet, palvelut, prosessit ja liiketoimintamallit	46	22.9 %
Työn merkityksellistyminen ihmisille	32	15.9 %
Nopeammin muuttuvat osaamistarpeet	31	15.4 %
Ekologinen kriisi, kuten ilmastonmuutos	29	14.4 %
Yritysten yhteiskuntavastuun merkityksen korostuminen	25	12.4 %
Kiertotalous ja resurssitehokkuus	24	11.9 %
Työurien pirstaloituminen ja työnteon muotojen moninaistuminen	22	10.9 %
Yhteiskunnan monimuotoistuminen	22	10.9 %
Muu, mikä?	38	18.9 %

Vastausten perusteella suurin yksittäinen kehityshaaste on *osaavan työvoiman saatavuus*, joka nousi esiin vastauksissa miltei 40 % osuudella. Merkittäviä liiketoimintaan vaikuttavia trendejä ovat myös *verkostomainen toiminta ja yhteistyö, digitalisaatio ja automatisaatio* sekä *dataan perustuvat ratkaisut*. Lisäksi *työn merkityksellisyys, nopeasti muuttuvat osaamistarpeet ja ekologiset haasteet* saavat huomattavaa huomiota. Vastauksista välittyy, että yritykset tunnistavat toimintaympäristön muutosten monialaisuuden ja kaipaavat ratkaisuja erityisesti osaajapulaan ja uuden teknologian hyödyntämiseen.

Yritysten kasvava pula osaavasta työvoimasta, eli tarvittavan osaamisen omaavista työntekijöistä, nousi selvästi esiin merkittävimpänä kehitykseen vaikuttaneena

trendinä. Tämä korostaa työmarkkinoiden haastetta erityisesti osaamisen ja saatavuuden osalta. Ratkaisuna voi olla esimerkiksi koulutuksen lisääminen, henkilöstön jatkuva osaamisen kehittäminen, rekrytointien laajentaminen uusille alueille tai yhteistyö oppilaitosten kanssa.

Toiseksi merkittävin vaikutus liittyy verkostomaisuuden kasvuun: tiedon jakaminen, kumppanuudet ja yhteistyö ovat yrityksille keskeisiä menestystekijöitä. Tämä tukee myös ajatusta siitä, että yksittäiset toimijat eivät enää pärjää yksin, vaan menestys syntyy ekosysteemeissä – verkostoissa, yhteisöissä ja samanhenkisten ihmisten välisissä kohtaamisissa, vuorovaikutustilanteissa ja yhteistyössä.

Yritykset kokevat digitaalisuuden ja automaation tärkeäksi kasvun moottoriksi. Myös dataohjautuvuus on nousussa: tietoon perustuva päätöksenteko ja palvelumuotoilu vaikuttavat yhä useammalla alalla. Ne myös mahdollistavat muun muassa uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämisen, parempien asiakaskokemusten tarjoamisen ja laajemman markkina-alueen saavuttamisen.

Työn merkityksellisuuden kasvu kertoo siitä, että ihmiset haluavat mielekästä ja arvojen mukaista työtä, vaikutusmahdollisuuksia sekä selkeitä tavoitteita. Osaamistarpeiden nopea kasvu viittaa siihen, että yritysten on pysyttävä osaamiskilpailussa mukana. Tähän vaikuttavat onnistunut rekrytointi, täsmäkoulutus ja joustavat kehitysohjelmat.

Ekologinen kriisi, kiertotalous ja yhteiskuntavastuu ovat edelleen tärkeitä, mutta eivät vaikuttaneet yhtä vahvasti liiketoiminnan kehitykseen kuin teknologia- ja työvoimakysymykset. Mahdollisesti kyse on siitä, että vaikutus on epäsuorempaa tai vaatii enemmän resursseja, joita pienillä yrityksillä ei aina ole käytössään.

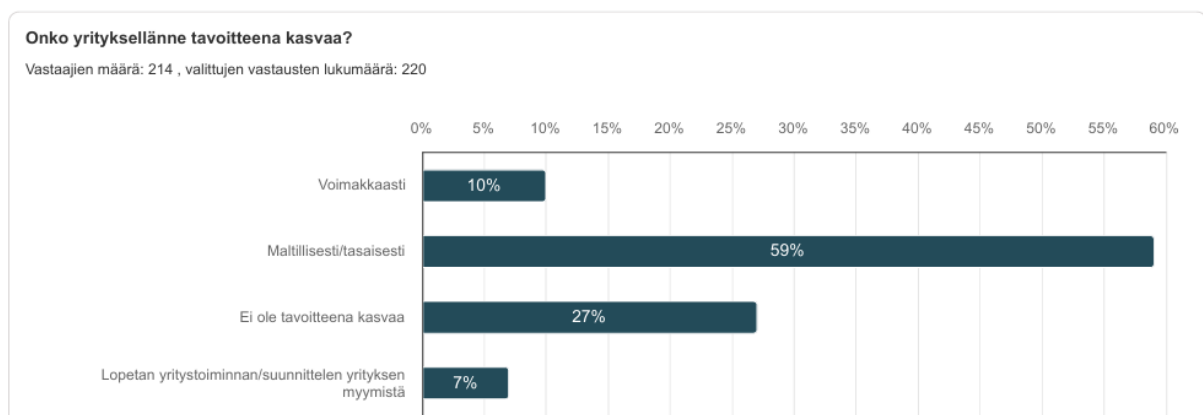
3.1.2 Muu, mikä?

Ne vastaajat, jotka valitsivat kohdan “Muu, mikä?” kokivat seuraavien asioiden vaikuttavan vahvimmin yrityksensä liiketoimintaan:

Yleinen taloustilanne, ostovoima ja markkinat (24 %), lainsäädäntö, poliittiset päätökset ja julkiset hankinnat (22 %), luonto, ympäristö, ilmastonmuutos, vesistöt (15 %),

globalisaatio, geopoliittiset kriisit, sodan vaikutukset (15 %), väestörakenteen muutokset, ikääntyminen, syntyvyys (10 %), kustannusten nousu, hinnanlaskupaine, kilpailu (10 %), kunta- ja aluepolitiikka (Kajaanin / Kuhmon toiminta) (7 %), yrityksen elinkaari (7 %), matkailun kasvu, kansainvälistyminen (5 %) ja digitalisaatio, teknologian kehitys, avoin lähdekoodi (5%).

3.1.3 Onko yrityksellänne tavoitteena kasvaa?



Taulukko 2. Yritysten kasvutavoitteet.

Kasvuhalu löytyy – etenkin maltillisesti. Suurin osa vastaajista (58,9 %) ilmoitti tavoitteekseen maltillisen tai tasaisen kasvun, mikä kertoo vakiintuneista ja realistisista kasvutavoitteista. Tämä viittaa siihen, että yritykset eivät välttämättä tähtää nopeaan laajentumiseen, vaan haluavat kasvattaa toimintaansa hallitusti ja resurssit huomioiden.

Voimakasta kasvua tavoittelee vain pieni osa. Ainoastaan 9,8 % yrityksistä tavoittelee voimakasta kasvua, mikä voi viitata siihen, että suurin osa yrityksistä toimii aloilla, joilla nopea kasvu on vaikeampaa tai riskialttiimpaa – tai että nykyinen markkinatilanne ei tue eksponentiaalista ja/tai aggressiivista kasvua.

Merkittävä osa ei tavoittele kasvua. 26,6 % vastaajista ilmoittaa, että kasvu ei ole tavoite. Tämä voi liittyä esim. yksinyrittäjyyteen, rajallisiin talous- ja/tai henkilöstöresursseihin, elinkeinon sivutoimisuuteen tai vakaaseen liiketoimintaan, jossa ei haluta lisätä riskiä tai työkuormaa.

Yritystoiminnan lopettaminen tai myynti suunnitteilla. 7,5 % aikoo lopettaa toiminnan tai myydä yrityksen, mikä on tärkeä huomio esim. alueelliselle yrityspolitiikalle ja omistajanvaihdostuelle. Tämä ryhmä voi kasvaa nopeasti, jos sopivaa jatkajaa ei löydy tai yrittäjät ikääntyvät ilman seuraajaa.

Kasvuhakuisuutta on selvästi olemassa, mutta se on painottunut maltilliseen kehitykseen. Korkea osuus ei-kasvuhakuisten yritysten osalta saattaa heijastaa rakenteellisia tekijöitä, kuten ikärakennetta, toimialaa tai yrityksen kokoa. Lopettamisaikkeitä korostavat tarvetta tukea yritystoiminnan jatkuvuutta mm. omistajanvaihdosten ja eläköitymisen osalta.

3.1.4 Mitkä tekijät ovat vahvistaneet kasvun mahdollisuksianne?

Vastaukset olivat laadullisia ja monipuolisia, mutta niistä nousee selkeästi esiin muutamia keskeisiä teemoja. Alla on ryhmitelty vastauksia teemoittain ja analysoitu, mitä ne kertovat yritysten kokemista kasvun ajureista.

Keskeiset kasvun mahdollistajat vastauksissa:

1. Verkostot ja yhteistyö

Useat vastaajat mainitsivat kasvun mahdollistajiksi verkostoitumisen, sidosryhmäyhteistyön sekä uudet kontaktit.

"Uusi osakas ja hänen verkostonsa..."

"Pitkä verkostoituminen."

"Kainuun hyvin toimiva sidosryhmätoiminta..."

Yhteistyö eri toimijoiden kanssa on keskeinen tekijä kasvun mahdollistajana, etenkin pienemmillä tai paikallisesti toimivilla yrityksillä.

2. Osaaminen ja rohkeus

Vastauksissa korostuivat myös kehitystyö, uuden kokeileminen ja yrittäjähenki.

"Oman osaamisen kehittäminen..."

"Työnteko, rohkeus tehdä jotain uutta."

"Halu tehdä töitä."

Yrittäjien omat henkilökohtaiset ominaisuudet ja kehittymishalu ovat selkeästi voimakkaita kasvun moottoreita.

3. Tuotekehitys ja palveluvalikoiman laajentaminen

Yritykset ovat kehittäneet uusia tuotteita ja/tai palveluita tai laajentaneet nykyisiä.

"Uudet lumikotimatkailutuotteet."

"Tuotevalikoiman laajentuminen."

"Hyvä tuote."

Laadukas ja ajankohtainen tuotevalikoima näyttäytyy tärkeänä kasvun kivijalkana.

4. Digitaalisuus ja teknologia

Useampi vastaaja mainitsi myös digitalisaation mukanaan tuomat mahdollisuudet.

"Netti ja some. Digitaaliset työkalut."

"Tekoäly ja muutokset maksamisessa."

"Digitalisaatio, tekoäly."

Teknologian rooli liiketoiminnan kehittämisessä on tunnistettu ja valjastettu käyttöön.

5. Markkinakysyntä ja näkyvyys

Osalla yrityksistä kasvu perustuu kasvavaan kysyntään tai medianäkyvyyteen.

"Yrityksen palveluiden tarve näkyy uutisotsikoissa."

"Suurten matkatoimistojen kiinnostus alueeseen."

"Kainuun tunnettavuuden lisääntyminen (Arctic Lakeland)."

Ulkopuoliset olosuhteet ja kasvava kiinnostus aluetta tai tiettyä palvelua tai tuotetta kohtaan voivat sysätä kasvua liikkeelle.

6. Vastuullisuus ja ilmastonmuutos

Vastuullisuustrendit ja ilmastonmuutoksen vaikutukset mainittiin useamman kerran. Yritykset siis huomioivat kestävän kehityksen osana kilpailuetua ja kasvupotentiaalia.

Kasvun mahdollistajat ovat moniulotteisia, mutta niissä korostuvat selkeästi verkostot, osaaminen, tuotekehitys ja digitaalisuus. Osa vastauksista viittaa myös alueellisiin erityispiirteisiin kuten Kainuun tunnettuuteen ja alueellisen yhteistyön vahvuuteen. Lisäksi mukana on globaaleja megatrendejä kuten ilmastonmuutos ja tekoälyn hyödyntäminen osana yrityksen päivittäistä toimintaa.

3.1.5 Mitä kasvun esteitä olette havainneet?

Vastaukset ovat monipuolisia ja heijastelevat muun muassa niin rakenteellisia, alueellisia ja kulttuurillisia kuin henkilökohtaisiakin esteitä yritystoiminnan kasvulle. Osa vastaajista kyseenalaistaa koko kasvun tavoittelun tarpeellisuuden, mikä tuo esiin myös arvolähtöisen näkökulman yritystoimintaan.

Keskeiset kasvun esteet:

1. Työvoimapula ja osaajapula

Ehdottomasti yleisin ja toistuvinkin teema. Haasteet liittyvät sekä tarvittavan työvoiman saatavuuteen että myös sen laatuun.

"Työvoiman saanti."

"Ammattitaitoisia työntekijöitä ei ole/ei valmistu."

"Osaavaa työvoimaa ei tahdo löytyä muuta kuin kalliilla rahalla."

Kasvu jää toteutumatta, koska lisähenkilöstön löytäminen ja palkkaaminen ei ole helppoa, taloudellisesti kannattavaa tai edes mahdollista.

2. Yrittäjän jaksaminen, aika ja ikä

Monet yrittäjät toimivat yksin tai pienessä tiimissä, ja omat voimavarat sekä ikääntyminen rajoittavat kasvua.

"Yrittäjän aika ja riski."

"Oma ikä."

"Ikä, fyysinen ja psyykkinen kuormitus."

"Yrittäjän ikä"

Kasvu ei ole realistista, jos yrittäjällä ei ole resursseja panostaa siihen.

3. Ei halua tai tarvetta kasvaa

Useat vastaajat ilmaisevat selkeästi, että kasvu ei ole tavoite eikä edes tarpeellista. Toiminta on jo sopivan kokoista heidän näkökulmastaan.

"Mikroyritys – tarkoituksena työllistää itsemme, miksi pitäisi aina kasvaa?"

"Onko aina pakko kasvaa?"

"Työllistämme itsemme – se riittää meille."

Yrityksen ja yritystoiminnan tarkoitus tai itseisarvo ei ole kaikille kasvaminen, vaan elannon turvaaminen. Tämä korostaa arvolähtöisyyttä.

4. Markkinarajoitteet ja kysynnän puute

Asiakaskunnan pieni koko, väestökato ja ostovoiman alueellinen heikkeneminen nousevat esiin merkittävinä esteinä.

"Pieni asiakaskunta."

"Asiakkailla vähemmän rahaa käytössä."

"Väkimäärä vähenee Kuhmossa ja Kainuussa."

"Ostovoimaisen väestöpohjan pieneneminen."

Kasvua ei ole mahdollista toteuttaa ilman asiakaskuntaa tai riittävää kysyntää.

5. Kilpailu ja markkinarakenteen muutokset

Kilpailu suurempien kanssa tai digitalisaation tuoma murros vaikeuttaa pienten yritysten asemaa.

"Isojen lääkärikeskusten valta-asema."

"Digitalisaatio on vienyt perinteiseltä paperipainolta työt."

"Nettikauppa, äänikirjapalvelut."

Markkinat keskittyvät tai muuttuvat niin, että pienillä ja/tai perinteisillä yrityksillä on vaikeampaa pysyä mukana.

6. Rahoituksen ja investointimahdollisuuksien puute

Rahoituksen saatavuus tai investointien kannattamattomuus estävät kasvua.

"Rahoituksen rajallisuus ostaa maata tai metsää lisää."

"Lisähenkilöstön palkkaamisesta aiheutuvat kulut ovat suuremmat kuin kasvun tuoma tulos."

Kasvu vaatii pääomaa, jota kaikilla yrityksillä ei ole, tai sen hyöty on niille epäselvä.

7. Sääntely ja hallinnolliset haasteet

Byrokratia, säädösten kiristyminen ja poliittinen ilmapiiri mainittiin esteinä.

"Raskas byrokratia."

"Julkisen talouden kriisi ja jatkuvasti muuttuvat vaatimukset."

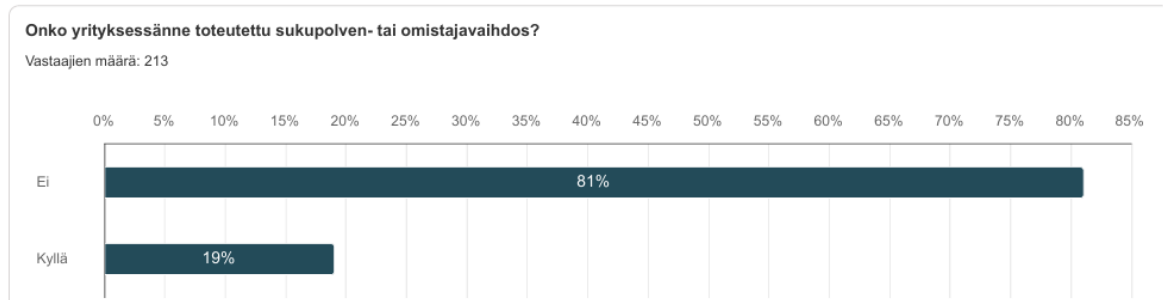
"Tolkuton ilmastohysteria..."

Osa kokee, että ulkopuolinen sääntely estää tai vaikeuttaa järkevää yritystoimintaa.

Työvoimapula, yrittäjän omat rajat ja alueellinen ostovoima ja sen heikkeneminen ovat kasvun esteitä lähes kaikissa vastauksissa tavalla tai toisella. Mukana on myös selkeästi poliittisia ja arvolähtöisiä kommentteja, jotka osoittavat, että osa yrittäjistä kokee ulkoisten vaatimusten olevan ristiriidassa oman liiketoiminnan realiteettien tai arvojen kanssa. On tärkeää huomioida, että kasvu ei ole universaali tavoite, vaan monille yrittäjille riittää vakaus ja oman elannon turvaaminen.

3.2 Omistajanvaihdos

3.2.1 Onko yrityksessänne toteutettu sukupolven- tai omistajavaihdos?

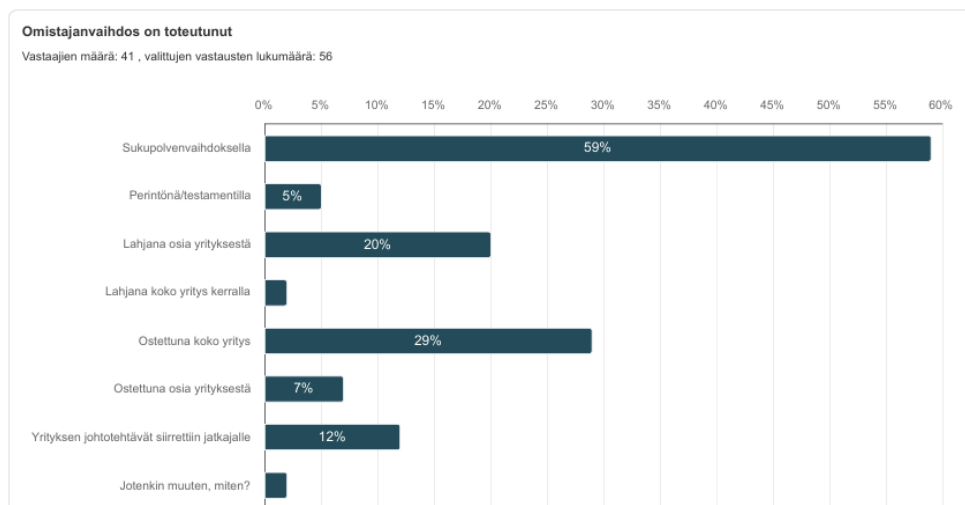


Taulukko 3. Sukupolven- tai omistajanvaihdoksen toteutuminen.

Valtaosassa yrityksistä (yli 80 %) ei ole tapahtunut sukupolven- tai omistajavaihdosta. Tämä viittaa siihen, että yritykset ovat edelleen alkuperäisten omistajiensa hallinnassa, ja omistajuus on pysynyt vakaana. Toisaalta noin viidennes (19,2 %) vastaajista ilmoitti, että vaihdos on tapahtunut, mikä kertoo siitä, että omistajan- tai sukupolvenvaihdoksia kuitenkin tapahtuu jonkin verran – erityisesti kontekstissa, jossa väestö ikääntyy ja monilla yrittäjillä on jo pitkä ura takanaan.

Omistajuus on pääosin pysyvää, ja vaihtoja tapahtuu melko harvoin. Tämä voi viitata siihen, että monilla yrittäjillä omistajanvaihdos on vielä edessä, mikä vaikuttaa tulevaisuudessa voimakkaasti alueen yritys kenttään ja vaatii tukea siirtymävaiheisiin. Mukana on myös viitteitä mahdollisesta jatkajapulasta, mikä nousee esiin tarkemmin avoimissa vastauksissa ja seuraavissa kysymyksissä.

3.2.2 Sukupolven- tai omistajavaihdos on toteutunut



Taulukko 4. Omistajanvaihdoksen toteutumistapa.

Yleisimpiä omistajanvaihdoksen toteuttamistapoja olivat (useampi vastausvaihtoehto mahdollinen):

Sukupolvenvaihdos: (58,5 %)

Tämä on selvästi yleisin tapa, mikä kertoo perheyrittysten vahvasta roolista ja halusta siirtää liiketoiminta omalle perheelle.

Ostamalla koko yritys: (29,3 %)

Yrityskaupat ovat myös merkittävä väylä omistajuuden siirtymiseen. Tämä viittaa siihen, että markkinaehtoiset vaihdokset ovat yleisiä ainakin osassa yrityksiä.

Lahjoitukset (osia tai koko yritys): yhteensä (21,9 %)

Lahjana siirtyneet omistukset ovat myös näkyvä osa kokonaisuutta, erityisesti perhepiirissä tapahtuvissa vaihdoksissa.

Johtotehtävien siirto jatkajalle: (12,2 %)

Tällöin omistajuus ja operatiivinen johto eivät välttämättä ole siirtyneet samanaikaisesti tai kokonaan, vaan kyseessä voi olla vaiheittainen vaihdos.

Perintönä/testamentilla: (4,9 %)

Perinnön kautta toteutuneet siirrot ovat harvinaisempia, mutta niitä kuitenkin tapahtuu.

"Jotenkin muuten": (2,4 %)

Tässä voi olla kyse yksilöllisestä tai epätavallisesta ratkaisusta – kuten mahdollisesta hybridiratkaisusta – jota ei ole määritelty tarkemmin.

Perhepiirin kautta siirtyminen (sukupolvenvaihdos, lahjat, perintö) muodostaa selkeän enemmistön (yli 70 % vastauksista). Markkinaehtoiset ostot täydentävät kokonaisuutta noin kolmanneksella. Vaiheittaiset tai hybridimallit (johtotehtävien siirto, osittaiset omistussiirrot) tuovat esiin, että vaihdos voi tapahtua useassa eri vaiheessa eikä välttämättä aina kerralla.

3.2.3 Kauanko omistajanvaihdosprosessi kesti?

Vastausten perusteella sukupolvenvaihdos on kestänyt keskimäärin 12,5 kuukautta. Lyhimmillään vaihdos on saatu tehtyä vain kuukaudessa tai kahdessa, ja pisimmillään se on puolestaan vienyt jopa 50–60 kuukautta, eli noin neljä – viisi vuotta.

3.2.4 Mitkä tekijät vaikuttivat eniten omistajanvaihdospäätökseen?

Vastauksissa korostuvat erityisesti ikä, eläköityminen ja halu jatkaa toimintaa. Näitä voidaan ryhmitellä seuraaviin pääteemoihin:

Ikääntyminen ja eläköityminen on yleisin syy. Suurin osa vastaajista mainitsi omistajan tai yrittäjän ikääntymisen, eläkeiän saavuttamisen tai eläkkeelle siirtymisen tärkeimpänä tekijänä. Tämä osoittaa, että luonnollinen elämänvaihe on keskeinen omistajanvaihdoksen ajuri, ja päätös tehdään usein tarpeesta.

"Edellinen omistaja jäi eläkkeelle."

"Yrittäjän ikääntyminen."

"Omistajien ikä ja sen myötä tulevat haasteet."

Jatkajien halukkuus ja mahdollisuus ovat avainasemassa. Monet mainitsivatkin, että uuden sukupolven kiinnostus tai mahdollisuus jatkaa yritystoimintaa vaikutti merkittävästi päätökseen. Tämä viittaa siihen, että kun luopumishalu kohtaa jatkohalun, siirtymä on luonnollinen.

"Operatiivinen nuoriso halusi jatkaa."

"Halukkuus jatkaa yritystoimintaa."

"Halu työllistää itsensä, ja suotuisat vanhemmat."

Omistajan fyysisellä ja henkisellä voinnilla ja halulla on suuri vaikutus, ja joissakin vastauksissa nousikin esiin tarve siirtyä pois yrittäjyydestä luonnollisista syistä. Tämä kuvastaa myös työn kuormittavuutta pitkän yrittäjäuran jälkeen.

"Oma jaksaminen."

"Perustajan halu luopua."

Yrityksen houkuttelevuus ja suotuisat olosuhteet vauhdittavat päätöstä. Muutamien vastaukset viittasivat yrityksen hyvään tilaan, potentiaaliin tai suotuisaan rahoitukseen, jotka loivat hyvät olosuhteet jatkamiselle.

"Kiva jatkaa hyvässä kunnossa olevaa yritystä."

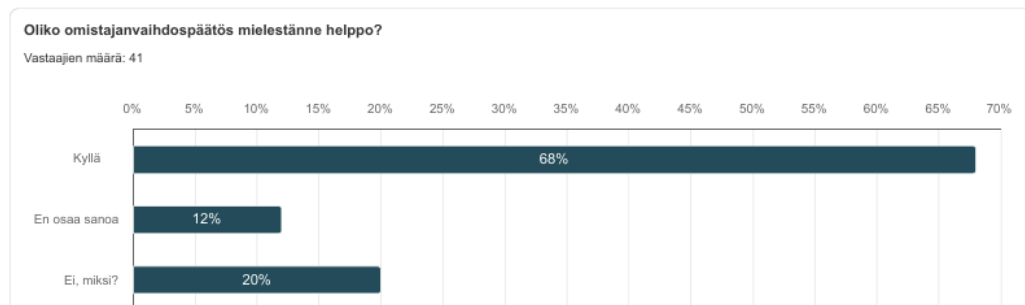
"Oikea ajoitus, toimiala, tuttu yritys, myönteinen rahoituspäätös."

Joskus taustalla vallitsevat pakottavat olosuhteet, ja muutamassa tapauksessa vaihtoon johti omistajan kuolema tai se, että yritystoiminta olisi muutoin lakannut.

Omistajanvaihdospäätöksiin vaikuttavat tekijät painottuvat selkeästi henkilökohtaisiin elämäntilanteisiin, erityisesti ikä- ja eläköitymistekijöihin, mutta myös jatkajan haluun

ja yrityksen tilanteeseen. Pakottavat tai odottamattomat syyt nousivat esiin joissakin yksittäisissä vastauksissa.

3.2.5 Oliko omistajanvaihdospäätös mielestänne helppo?



Taulukko 5. Omistajanvaihdospäätöksen helppous.

Suurimmalle osalle päätös oli helppo. Yli kaksi kolmasosaa vastaajista koki päätöksen helppona, mikä viittaa siihen, että tilanne oli usein selkeä, suunniteltu tai hyväksytty molemmin puolin. Tämä voi liittyä esimerkiksi perheyriityksiin, joissa jatkaja on tiedossa, tai yrityskauppoihin, joissa olosuhteet ovat otolliset.

Niille, joille päätös ei ollut helppo tai jotka kohtasivat vaikeuksia, nousi vastauksista esiin useita erilaisia haasteita, joita voidaan jäsentää seuraavasti:

Ihmissuhteet ja tunneperäiset haasteet

"Vanhan henkilökunnan reaktiot."

"Luopumisen vaikeus."

"Elämä oli jo urautumassa toisella paikkakunnalla."

Psykologiset ja sosiaaliset tekijät vaikuttavat merkittävästi päätökseen.

Liiketoiminnan tila ja toimintaympäristö

"Yritys oli tuolloin huonossa hapessa."

"Turvetuotanto ajettiin alas poliittisista syistä."

Poliittiset ja taloudelliset realiteetit heikensivät päätöksenteon varmuutta.

Monimutkaisuus ja valmistelutyön määrä

"Päätöksen tueksi selvitettävien asioiden määrä on valtava."

"Prosessi ottaa aikaa ja työtä."

Omistajanvaihdos ei ole vain päätös, vaan pitkä ja vaativa prosessi.

Tiedon ja kokemuksen siirtyminen

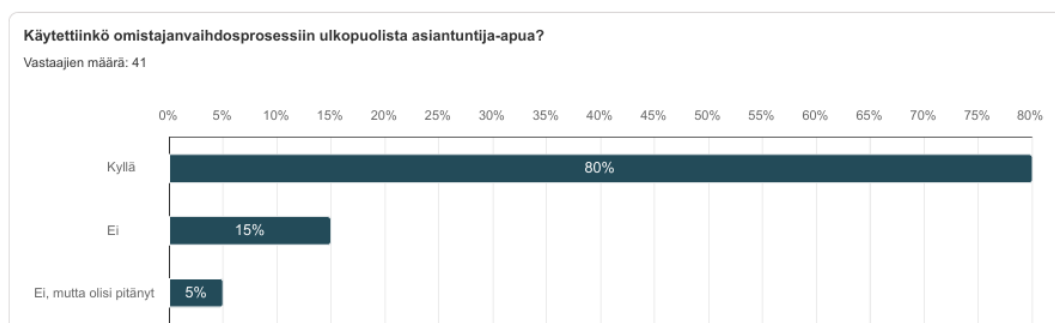
"Tiedon ja käytäntöjen siirto on hidasta."

"Ei ole ollut tietoa kaikista perusteista."

Yrityksen hiljainen tieto ja eri käytännöt eivät siirry helposti tai nopeasti.

Myös kannattavuuden arvioinnin, taloudellisen ennustettavuuden ja tulevaisuuden epävarmuuden koettiin aiheuttavan haasteita.

3.2.6 Käytettiin omistajanvaihdosprosessiin ulkopuolista asiantuntija-apua?



Taulukko 6. Asiantuntija-avun käyttäminen omistajanvaihdosprosessissa.

Suurin osa (yli 80 %) yrityksistä hyödynsi ulkopuolista asiantuntija-apua, mikä kertoo siitä, että omistajanvaihdos nähdään monimutkaisena prosessina, jossa halutaan minimoida virheet ja varmistaa sujuvuus.

Millaista apua käytettiin?

Taloudellisen ja verotuksellisen asiantuntemuksen osalta käytettiin apuna tilitoimistoja, talouslaskentapalveluita, veroneuvontaa sekä arvonmäärittäyskonsultaatiota. Nämä auttoivat yrittäjiä muun muassa yrityksen arvon määrittämisessä, verosuunnittelussa ja kaupan rakenteessa.

Koulutus- ja neuvontapalveluiden tarjonnassa yrittäjiä auttoivat muun muassa Kainuun Yrittäjät, Kajaanin yritysneuvoja, ELY-keskus, Finnvera ja yrittäjäkoulutukset. Julkiset palvelut ja hankkeet tukivat tietotaidolla ja koulutuksella etenkin uusia yrittäjiä.

Lakiasioiden hoitamiseen haettiin apua lakitoimistoilta, joita käytettiin erityisesti sopimusasioihin ja sukupolvenvaihdokseen liittyvään juridiikkaan ja byrokratiaan.

Vastauksista käy ilmi, että asiantuntija-apu oli monipuolista ja usein prosessiin yhdistettiin useita eri toimijoita (esim. tilitoimisto + konsultti + verottaja).

Kaiken kaikkiaan omistajanvaihdos on monivaiheinen prosessi, joka vaatii asiantuntevaa taloudellista, juridista ja strategista tukea. Yrittäjät hyödynsivät erityisesti tilitoimistoja, veroneuvontaa ja julkisia palveluja kuten Kainuun Yrittäjien neuvontapalvelua. Käytännössä lähes kaikki, jotka käyttivät ulkopuolista apua, hyödynsivät vähintään kahta eri asiantuntijatyyppiä.

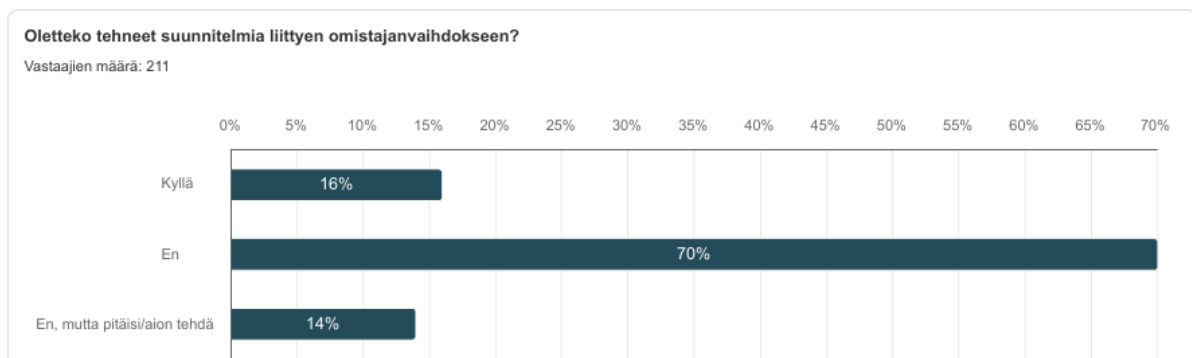
3.2.8 Teittekö asiantuntijan kanssa omistajanvaihdossuunnitelmia, verosuunnittelua tai rahoitussuunnittelua?

Valtaosa vastaajista (87 %) kertoo tehneensä omistajanvaihdokseen liittyvää suunnittelua jossakin muodossa. Suunnittelu koetaan siis yleisesti ottaen erittäin tärkeäksi vaiheeksi omistajanvaihdosprosessissa.

3.2.9 Tuliko vastaan yllätyksiä? Millaisia?

Suurin osa vastaajista (64,5 %) ei ollut kohdannut yllätyksiä omistajanvaihdosprosessin aikana. Loput vastaajat (35,5 %), jotka olivat kohdanneet yllätyksiä, kertoivat niiden liittyvän henkilöstöön yleisellä tasolla, vanhan henkilökunnan reaktioihin, arvonmäärittelyn haasteisiin, verotuksellisiin yllätyksiin, yrityskauppojen suojattomuuteen, sekä siihen, että yrityksen taloudellinen tilanne olikin todellisuudessa odotettua huonompi.

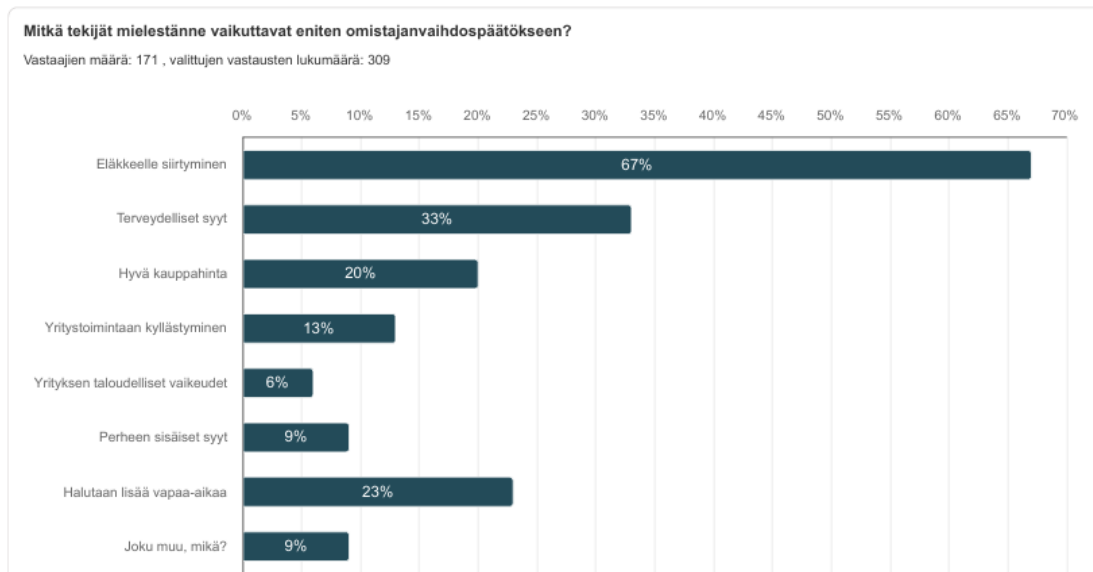
3.2.10 Oletteko tehneet suunnitelmia liittyen omistajanvaihdokseen?



Taulukko 7. Omistajanvaihdossuunnitelmien tekeminen.

Enemmistö vastaajista (69,7 %) ei ole tehnyt suunnitelmia omistajanvaihdokseen liittyen. Loput vastausvaihtoehdot jakautuvat tasaisemmin, sillä 16,1 % vastaajista on tehnyt suunnitelmia omistajanvaihdokseen liittyen ja 14,2 % puolestaan ei ole tehnyt, mutta kokee, että niitä pitäisi tehdä. Kainuun väestön- ja ikärakenteen huomioon ottaen tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että suurimmalle osalle yrittäjistä suunnitelmien laatiminen on ajankohtaista mahdollisesti jo lähitulevaisuudessa.

3.2.11 Mitkä tekijät mielestänne vaikuttavat eniten omistajanvaihdospäätökseen?



Taulukko 8. Omistajanvaihdospäätökseen eniten vaikuttavat tekijät.

Omistajanvaihdospäätöstä ohjaa ensisijaisesti ikä, terveys ja elämänvaihe, mutta myös vapaa-ajan kaipuu ja ideaalinen tilaisuus kaupalle voivat olla ratkaisevia. Avoimet vastaukset korostavat myös jatkuvuutta ja strategista mahdollisuutta yritykselle – ei pelkästään luopumista.

Eläkkeelle siirtyminen on selkeästi tärkein yksittäinen syy. Omistajanvaihdokset kytkeytyvät vahvasti yrittäjän ikääntymiseen ja luonnolliseen siirtymään työelämästä pois. **Terveydelliset syyt yleisesti ottaen ovat** merkittävä kakkostekijä, mikä kertoo siitä, että fyysinen tai henkinen jaksaminen on usein ratkaisevassa roolissa.

Yrittäjien keskuudessa halutaan myös lisää vapaa-aikaa, ja omistajanvaihdos nähdään toisinaan keinona parantaa elämänlaatua ja vähentää työkuormaa. Taloudelliset kannustimet kuten **hyvä kauppahinta ja otollinen myyntiaika** ovat merkittävä, mutteivat dominoiva tekijä.

Yritystoimintaan kyllästyminen ja motivaatio-ongelmat voivat johtaa haluun luopua yritystoiminnasta, mutta tämä ei ole yleisin syy. **Perheen sisäiset syyt** ja perhetilanteet, kuten erimielisyydet tai perimyksen järjestelyt, voivat vaikuttaa, mutta suhteellisen harvoin. **Yrityksen taloudelliset vaikeudet** eivät useimmiten ole ensisijainen syy luopumiseen, mutta voivat vaikuttaa taustalla.

Avoimissa kommentteissa nousivat erikseen esiin mm. vielä seuraavat tekijät:

”Luonnollinen siirtymä ja sukupolven jatkuminen”

”Mahdollisuus kasvattaa toimintaa uuden omistajan myötä”

”Tietotaidon siirtäminen nuoremmille”

”Korona-aika vaikutti jaksamiseen tai tilanteeseen”

3.2.12 Millaista apua tai neuvoa kaipaatte/tarvitsette omistajanvaihdokseen liittyen?

Merkittävä osa vastaajista (**~45–50 %**) kertoi, ettei omistajanvaihdos ole tällä hetkellä ajankohtainen tai että he eivät tarvitse apua. Osa koki hallitsevansa asian itse tai oli jo saanut tarvittavaa neuvontaa. Joissakin vastauksissa näkyi turhautumista siihen, ettei pienyrittäjien näkökulmaa aina huomioida.

Moni vastaaja (**~30–35 %**) totesi kaipaavansa neuvoa ja tukea sitten kun ajankohta tulee, mutta ei vielä osannut tarkentaa mitä. ”Kaikki hyvät neuvot tarpeen” -tyyppiset vastaukset kertovat yleisestä epävarmuudesta ja tuen tarpeesta tulevaisuudessa.

Vastaajilla yleisimmin toistuvat konkreettiset ja tarkennetut avuntarpeet (**~20–25 %**) liittyivät sopivan jatkajan tai ostajan etsimiseen, yrityksen arvon määrittämiseen, verotuksellisiin ja taloudellisiin kysymyksiin, yhtiöittämiseen tai sukupolvenvaihdokseen liittyvään neuvontaan, sopimuksiin ja kaupanteon prosessiin liittyviin asioihin, yrityksen myyntiä ja markkinointia tukeviin toimenpiteisiin.

Edellä mainittujen lisäksi nousi esiin myös yksittäisiä erityistarpeita, kuten kansainvälisen vaihdoksen järjestelyt tai toiminimen muuttaminen osakeyhtiöksi

Monet vastaajat suhtautuvat omistajanvaihdokseen ja sen vaatimiin yksityiskohtiin varauksella, mutta toivovat kohdennettua, käytännönläheistä ja tapauskohtaista neuvontaa silloin, kun asia on ajankohtainen.

3.3 Yrittäjyyspalvelut ja niiden hyödyntäminen

3.3.1 Onko sinulle tuttu www.businesskainuu.fi -sivusto? Sivustolta löytyvät palvelut yrityksen kaikkiin elinkaaren vaiheisiin.

Sivusto on **valtaosalle vastaajista jollain tavalla tuttu** – hieman yli puolet (54,5 %) on ainakin käynyt siellä. Aktiivisia käyttäjiä on kuitenkin hyvin vähän (vain 5 %), mikä viittaa siihen, että sivuston **potentiaalia ei vielä täysin hyödynnetä**. Toisaalta **lähes 42 % ei tunne sivustoa lainkaan**, mikä kertoo tarpeesta lisätä sen tunnettuutta ja näkyvyyttä alueen yritysverkostossa.

Businesskainuu.fi -sivusto on kanava, jonka kautta löytyvät kaikki Kainuun alueen yrityspalvelut, asiantuntijat ja osaaminen. Ydinajatuksena on, että tämän yhden osoitteen kautta yrittäjä saa palvelua kaikkiin yrityksensä elinkaaren vaiheisiin.

3.3.2 Mitä seuraavia julkisten toimijoiden neuvontapalveluita yrityksenne on hyödyntänyt viimeisen kolmen vuoden aikana? (palvelukategoria www.businesskainuu.fi -sivuston mukaisesti)



Taulukko 9. Julkisten toimijoiden neuvontapalveluiden hyödyntäminen.

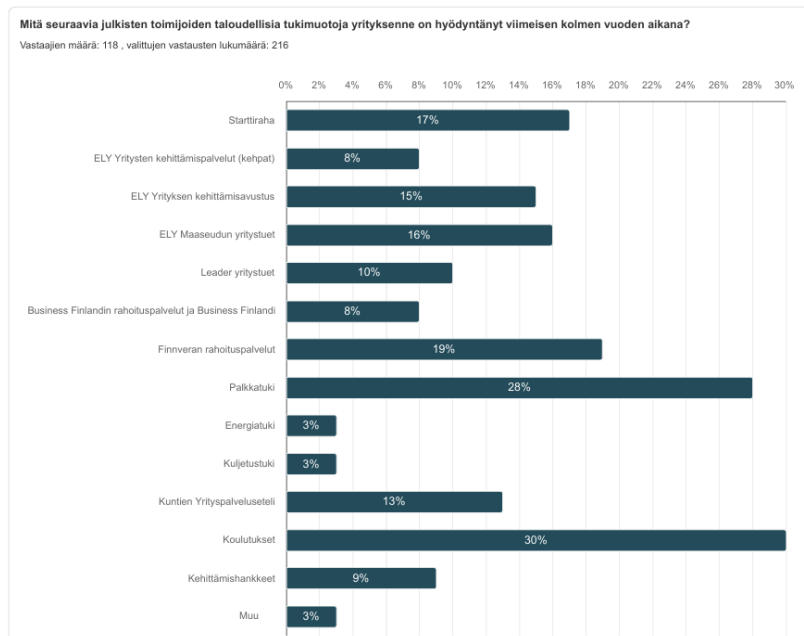
Eniten hyödynnettyjä palveluita ovat työllistymisen palvelut / työnvälityspalvelut ja verkostoitumisen palvelut (molemmat 30.1 %). Näiden korkea käyttöaste viittaa siihen, että yritykset ovat kaivanneet tukea osaajien löytämiseen, rekrytointiin ja yhteyksien luomiseen muiden toimijoiden kanssa.

Toiseksi eniten hyödynnettiin aloittavan yrittäjän palveluita (24.7 %). Palveluiden käyttö aloittavien yritysten keskuudessa on ollut aktiivista, mikä voi kertoa uudesta yrittäjyysaallostasta tai omistajanvaihdokseen liittyvästä uudelleenkäynnistymisestä.

Kolmanteen eniten hyödynnettyjen palveluiden kategoriaan nousivat kehittämisen, kasvun ja kansainvälistymisen palvelut (23.7 %). Moni yritys hakee kasvua ja tukea liiketoiminnan kehittämiseen. Tämä kertoo tulevaisuussuuntautuneisuudesta, ei vain omistajanvaihdokseen valmistautumisesta.

Vähemmän hyödynnettyjä palveluita puolestaan olivat omistajanvaihdospalvelut (15.1 %) ja yrityksen perustamispalvelut (16.1 %). Vaikka omistajanvaihdos on teemana keskeinen, sen palvelut näyttävät olevan vielä melko vähän hyödynnettyjä. Tämä voi viitata tunnettuuden puutteeseen tai siihen, että vaihdokset toteutetaan ilman virallista tukea. **E erityisen vähän hyödynnettiin myös sijoittumispalveluita Kainuuseen (6.5 %).** Tulosta selittää kapeahko kohderyhmä, kuten uudet, muualla vaikuttavat ja/tai muualta tulleet yritykset, jotka harkitsevat alueelle asettumista.

3.3.3 Mitä seuraavia julkisten toimijoiden taloudellisia tukimuotoja yrityksenne on hyödyntänyt viimeisen kolmen vuoden aikana?



Taulukko 10. Julkisten toimijoiden taloudellisten tukimuotojen hyödyntäminen.

Eniten hyödynnettyjä tukimuotoja olivat erilaiset koulutukset (29.7 %), mikä kertoo yritysten halusta kehittää osaamistaan ja henkilöstöään. Tämä voi liittyä muutostilanteisiin, kuten omistajanvaihdoksiin, tai osaavan työvoiman haasteisiin.

Toiseksi eniten käytetty tuki on palkkatuki (28.0 %), mikä viittaa tarpeeseen tukea työllistämistä – etenkin tilanteissa, joissa resurssit ovat niukat tai rekrytointi kohdistuu erityisryhmiin (esim. nuoret, pitkäaikaistyöttömät).

Kolmanneksi nousivat Finnveran rahoituspalvelut (19.5 %), mistä voi päätellä yritysten hyödyntävän aktiivisesti rahoitusinstrumentteja erilaisiin investointeihin ja kasvun mahdollistamiseen.

Kohtuullisen paljon hyödynnettiin starttirahaa (16.9 %) ja ELY Maaseudun yritystukia (16.1 %). Nämä tukimuodot palvelevat erityisesti uusia ja maaseudulla toimivia yrittäjiä, mikä näkyy kohtalaisen korkeina lukuina.

Edellä mainittujen lisäksi yrittäjät hyödynsivät suhteellisen aktiivisesti myös ELY:n kehittämisavustuksia (15.3 %) ja Kuntien yrityspalveluseteleitä (12.7 %). Näiden

käyttö viestii, että osa yrityksistä on tarttunut tilaisuuteen kehittää toimintaansa julkisen tuen turvin.

Vähemmän hyödynnettyihin tukimuotoihin puolestaan kuuluvat Leader-tuet (10.2 %), ELY kehpat (8.5 %) ja Business Finlandin rahoitus (8.5 %). Nämä tuet voivat olla vähemmän tunnettuja tai vaatia enemmän resursseja/asiantuntija-apua hakemisessa. **Erityisen vähän hyödynnettiin energia- ja kuljetustukia (alle 4 %),** joita käyttävät vain tietyt alat tai yritykset.

Yritykset hyödyntävät laajasti työllistämiseen, koulutukseen ja rahoitukseen liittyviä tukimuotoja. ELY:n ja Finnveran palvelut sekä starttiraha ovat selvästi tärkeitä kivijalkoja, mutta Business Finlandin ja kehittämishankkeiden kaltaiset instrumentit ovat yhä harvinaisempia – mahdollisesti siksi, että ne koetaan byrokraattisiksi tai ne vaativat erityisosaamista. Tulosten perusteella voisi olla hyödyllistä lisätä näkyvyyttä etenkin kehittämisavustuksille ja Business Finlandin palveluille, sekä tehdä tukien hyödyntämisestä selkeämpää ja helpompaa erityisesti pienyrittäjille.

3.3.4 Millaisia yrittäjyyttä edistäviä palveluja mielestänne tarvitaan?

Seuraavat teemat nousivat esiin:

Teema	Mainintoja	Osuus (%)
Neuvonta ja koulutus	42	25.0 %
Rahoitus ja tukimuodot	40	23.8 %
Verkostoituminen	25	14.9 %
Kasvu, kansainvälistyminen ja digitalisaatio	18	10.7 %
Paikallisuus ja pienyrittäjien tukeminen	15	8.9 %
Yrittäjän henkinen tuki ja arvostus	12	7.1 %
Byrokratian keventäminen	10	6.0 %
Yrittäjyyskasvatus	6	3.6 %

Neuvonta ja koulutus sekä rahoitus ja tukimuodot muodostavat vastauksista lähes puolet (yhteensä 48,8 %), mikä korostaa yrittäjien käytännön tuen ja taloudellisen turvan merkitystä. Verkostoituminen on kolmanneksi merkittävin teema, mikä viestii yrittäjien tarpeesta kontakteihin, yhteistyöhön ja vertaistukeen. Vähemmän, mutta silti toistuvasti mainittuja olivat digitaalinen kasvu, paikallisuus, henkinen tuki ja byrokratian vähentäminen, jotka täydentävät kokonais kuvaa yrittäjyyden tukitarpeista.

Aloittavien yrittäjien neuvonta ja tuki nousivat vahvasti esiin. Yrittäjien keskuudessa tarvitaan koulutuksia koko yrityksen elinkaaren ajalle (aloitus, kehitys, kansainvälistyminen, omistajanvaihdokset). Vastaajien joukossa esitettiin toiveita konkreettisesta ja käytännönläheisestä koulutuksesta, erityisesti markkinoinnista, digitalisaatiosta ja liiketoiminnan kehittämisestä.

Verkostoitumistilaisuuudet ja -alustat ovat erittäin toivottuja, ja yleisesti ottaen eräs kaikista eniten kaivatuista palveluista. Vastauksissa korostettiin muun muassa verkostoitumisen, vertaistuen ja yhteisöllisyyden merkitystä. Esille nousi niin ikään tarve luoda yhteyksiä myös julkisiin toimijoihin ja muihin kanssaryhtyksiin.

Yrittäjät tarvitsevat matalan kynnyksen rahoitusta, kuten yritysseteleitä ja pienimuotoisia tukia (esim. innovaatioaseteli). Rahoitusprosessien yksinkertaistaminen on myös usean yrittäjän toive, sillä monimutkaiset hakemukset ja raskaat ehdot byrokratioineen nähdään esteinä. Vastaajajoukossa toivottiin myös kohdennettua tukea eri yrityksen vaiheisiin, erityisesti alkuvaiheen ja investointien tueksi.

Useat yrittäjät kritisoivat paperityön määrää ja byrokratiaa, toivoen yksinkertaisempia ja helpommin saavutettavia palveluja. Merkittäväksi toiveeksi nousivatkin niin sanotut ”yhden luukun” palvelut, joissa yritykseen liittyvät asiat voidaan hoitaa keskitetysti.

Paikallisten yritysten huomioiminen julkisissa hankinnoissa ja kilpailutuksissa koettiin erittäin tarpeelliseksi. Syrjäisempien seutujen yrityksille kaivataan omaa räätälöityä tukea ja näkyvyyttä. Yrittäjien joukossa kannetaan huolta myös siitä, että päätöksenteko karkaa liian kauas yritysten arjesta.

Myös henkinen ja asenteellinen puoli koettiin tärkeäksi, ja vastaajien mielestä tarvitaankin yrittäjien hyvinvointia tukevia palveluita, kuten jaksamisen tukea. Lisäksi toivottiin yleisesti yhteiskunnallista asennemuutosta yrittäjyyden arvostamisessa ja kannustavampaa ilmapiiriä.

Kasvun tukipalveluita pidetään tärkeinä erityisesti mikro- ja pk-yrityksille.

Digitalisaation tuki sekä teknologian hyödyntämiseen liittyvä opastus koettiin tärkeänä, ja siihen kaivattiin paljon konkreettista apua. Myös kansainvälistymiseen ja toiminnan laajentamiseen toivottiin käytännön tukea ja kontakteja.

Esiin nousi tarve lisätä yrittäjyyden näkyvyyttä kouluissa ja nuorille suunnatussa koulutuksessa. Etenkin lapsille ja nuorille suunnatun yrittäjyyskasvatuksen katsotaan rakentavan ja kehittävän tulevaisuuden yrittäjyyskulttuuria kokonaisvaltaisesti ja tarkoituksenmukaisesti tarpeisiin vastaten.

Kaiken kaikkiaan tukea tulee tarjota helposti ymmärrettävässä ja lähestyttävässä muodossa, mielellään digitaalisesti ja paikallisesti. Eri yritysvaiheet ja -tyypit tarvitsevat erilaisia palveluita – "kaikki kaikille" ei toimi. Erilaisia palveluita on jo paljon, mutta tieto ei aina tavoita yrittäjiä – tarvitaan selkeämpi palvelukartta tai keskitetty alusta.

3.4 Digitalisaatio

3.4.1 Millaisia digitalisaation ratkaisuja yrityksellänne on käytössä?

Lähes jokaisella yrityksellä on käytössään verkkosivut ja/tai somekanavat (esim. Facebook, Instagram). Nämä ovat vakiintuneita välineitä viestintään ja markkinointiin. Myös sähköinen taloushallinto ja laskutus kuuluvat monen yrityksen digitaalisiin perusratkaisuihin, ja esimerkiksi Fennoa, Netvisor, Procountor, Ropo-laskutus ja muut ohjelmistot mainittiin useasti. Laskutuksen sähköistyminen on hyvin omaksuttu.

Verkkokauppoja, majoitusvarausjärjestelmiä ja nettiajanvarausratkaisuja käytetään laajasti erityisesti palvelu- ja matkailualoilla. Toiminnanohjausjärjestelmät (ERP), CRM ja tuotannonohjaus ovat käytössä useilla yrityksillä, jotka mainitsivat erikseen muun muassa ERP-, PDM-, CRM- ja tuotannonhallintaratkaisut. Näitä hyödyntävät etenkin suuremmat ja/tai teknologiapainotteisemmat yritykset.

Pilvipalvelut ja etätöön mahdollistajat kuten Google Workspace, Microsoft 365, GSuite ja muut pilvipohjaiset alustat mainittiin yleisesti. Etäpalaverit, etäallekirjoitukset ja dokumentinhallinta ovat arkipäivää monelle. Erityisen vahvassa nousussa vastausten perusteella on tekoälyn hyödyntäminen omassa työssä:

”AI-avustajat”

”Chat GPT työssä”

”Tekoäly markkinoinnissa ja työvuorosuunnittelussa”

”AI-pohjaiset myyntibotit”

”Kuvankäsittely ja luova tekoäly (esim. Canva, automaattinen sisällöntuotanto)”

Muista kehittyneemmistä digitalisaation ratkaisuista mainittiin muun muassa varastorobotit, etäohjattavat järjestelmät, älykäs lämmönohjaus, ajoneuvojen paikannus ja rakentamisen dokumentointi QGIS-ympäristössä. Useat yritykset ovat

kehittäneet yrityskohtaisissa kehityshankkeissa myös itse omia järjestelmiään (esim. asiakasrekisterit, tekoälyavustajat, digitaaliset kaksoset).

Osa vastaajista ilmaisi epäluuloa tai välinpitämättömyyttä termiä "digitalisaatio" kohtaan. Joillakin yrityksillä digitalisaatio on vielä hyvin vähäistä tai olematonta – usein syynä resurssien puute tai alan luonne. Kuitenkin moni tunnisti kehittämistarpeen, vaikka ratkaisuja ei vielä olisikaan otettu käyttöön.

Digitalisaation taso vaihtelee merkittävästi yritysten välillä. Suurin osa hyödyntää perustason digitaalisia työkaluja, kuten verkkosivuja, somea ja taloushallinnon ohjelmistoja. Kehittyneempiä ratkaisuja, kuten tekoälyä, automaatiota ja ERP-järjestelmiä, käytetään etenkin kasvuhakuisissa tai teknologiapainotteisissa yrityksissä. Kysely paljastaa myös kaksijakoisuuden: toiset ovat digin edelläkävijöitä, kun taas toisille edes sähköinen laskutus ei ole vielä arkipäivää. Lisäksi termi "digitalisaatio" aiheuttaa yhä epäselvyyttä tai vastareaktioita – joten viestinnässä kannattaa käyttää konkreettisia esimerkkejä ja hyötyjä.

3.4.2 Millaisia digitalisaation hyödyntämisen toimenpiteitä olette toteuttaneet viimeisen kolmen vuoden aikana?

Tekoäly on nousussa, mutta yhä monella tasolla opetteluvaiheessa. Verkkopalveluiden kehitys on edelleen keskeinen digitalisaation muoto. Hallinnolliset ja talousprosessit ovat useille ensisijainen digitalisaation kohde. Passiivisuutta ja kyllästymistä digitalisaatio-termiin esiintyy yllättävän paljon.

1. Tekoälyn käyttöönotto ja opettelu

Merkittävä nouseva trendi. Useat vastaajat mainitsevat tekoälyn käytön tai siihen tutustumisen, erityisesti markkinoinnissa, asiakasdatan analysoinnissa ja työprosessien tehostamisessa.

"Tekoälyn opettelu markkinoinnissa."

"Chat GPT:n hyödyntäminen."

"Tekoäly on valjastettu osaksi yrityksen rutiineja."

"Pilottina tekoälypohjaisessa työvuorosuunnittelussa ja hoitajakutsujärjestelmässä."

2. Verkkosivujen, -kauppojen ja digimyyntikanavien kehitys

Hyvin yleinen toimenpide. Yritykset ovat kehittäneet tai rakentaneet verkkosivuja ja -kauppoja, sähköisiä asiakaspolkuja ja ajanvarausjärjestelmiä.

"Kotisivujen luonti, verkkokaupan valmistelu, digimyyntipolkujen rakentaminen."

"Nettiajanvarauksen avaaminen."

"Verkkokauppaan panostaminen ja sähköpostimarkkinoinnin kehittäminen."

3. Taloushallinnon ja hallinnollisten prosessien digitalisointi

Usein mainittu perustoimi. Verkkolaskutus, sähköinen kirjanpito, laskutusohjelmistot, työajan seuranta, ERP-järjestelmät ja pilvipalvelut ovat yleisiä mainintoja.

"Verkkolaskutus, sähköinen kirjanpito, taloushallinnon digitalisointi."

"ERP-järjestelmän käyttöönotto tai päivittäminen."

"Calendlyn käyttöönotto palaverien sopimiseen."

4. Toimialakohtainen teknologia ja automaatio

Tekninen osa digitalisaatiota näkyy erityisesti tuotanto- ja asiantuntija-aloilla. Mainintoja oli mm. droonien käytöstä, varastoroboteista ja prosessiautomaatiosta.

"Varastorobotin ja tilausjärjestelmän käyttöönotto."

"Älykäs lämmönohjausjärjestelmä ja autojen etävalvonta."

"Täsmääpalvelut omilla sääasemilla."

Merkittävä osa vastaajista ei ollut toteuttanut uusia toimenpiteitä tai koki digitalisaation olevan jo tehty. Osalla näkyi myös epäselvyys tai kyllästyminen koko termiin.

"Ei mitään uusia."

"Kaikki on jo ollut digitaalista."

"En osaa sanoa."

3.4.3 Mitä digitalisaatio mahdollistaa tulevaisuudessa yrityksellenne?

Vastauksissa näkyy selkeä kahtiajako: osa yrityksistä on jo syvällä digitaalisessa muutoksessa, kun taas osa kokee hyötyjen olevan vielä etäällä tai olemattomia. Selkeitä hyötyalueita ovat tehokkuus, asiakaspalvelu, tekoäly, verkkokauppa ja etätyö. Tulevaisuuden odotukset ovat monilla positiivisia – ja joillain vielä epävarmoja.

Yleisimmät teemat ja toiveet:

1. Tehokkuuden ja tuottavuuden lisääminen

Useat yritykset näkevät digitalisaation mahdollistavan automaation, ajansäästön ja resurssien tehokkaamman käytön. Rutiinitöiden vähentäminen ja prosessien tehostaminen mainitaan toistuvasti.

"Automatisoituja prosesseja ja tehokkaampaa tiedonhallintaa"

"Tehokkaamman ajankäytön ja resurssien hyödyntämisen"

2. Tekoälyn hyödyntäminen

Tekoälyn kohdistuu suuria odotuksia. Moni kertoo jo kokeilevansa tai suunnittelee hyödyntävänsä sitä etenkin markkinoinnissa ja asiakaspalvelussa.

“Tekoälyn kehitys tehostaa toimintaa koko ajan enemmän”

“AI:n tehokkaamman ja vielä laajemman käytön”

3. Verkkokauppa ja kansainvälistyminen

Digitalisaation mahdollisuudet kaupankäynnin laajentamiseen nousivat vahvasti esiin:

“Verkkokaupan laajentaminen toisille paikkakunnille”

“Kaupankäynnin ja erityisesti viennin entistä tehokkaampi toteuttaminen”

4. Asiakaspalvelun kehittäminen

Moni mainitsee asiakaspalvelun parantumisen digikehityksen myötä:

“Parempaa yhteydenpitoa asiakkaisiin”

“Digitalisaatio mahdollistaa tehokkaamman asiakaspalvelun”

5. Etäpalvelut ja paikkariippumattomuus

Etätyö, etävastaanotot ja etäohjelmointi mainitaan konkreettisina hyötyinä.

“Omien töiden tekeminen onnistuu kotonakin”

“Yhä enemmän etäohjelmointia ja etäpalvelua mahdollista tehdä”

Yksittäisiä kiinnostavia näkökulmia:

Virtuaalitodellisuus esimerkiksi elämys- ja viihdepalveluissa

Kuukausimaksulliset digipalvelut: kuten lämmityksen analytiikka ja etätuki

Sähkönkulutuksen älykäs ohjaus ja lukitusjärjestelmät

Digitalisaatio elinehtona – useampi vastaaja mainitsi tämän suoraan

Toisaalta skeptisiä ja/tai neutraaleja ääniäkin oli mukana:

“En näe mitään”, “Ei paljoa”, “Eipä taida apuja olla”

3.4.4 Onko yrityksellenne määritelty digitalisaation hyödyntämisen strategia?

Valtaosalla (82,4 %) yrityksistä ei ole määritettyä strategiaa digitalisaation hyödyntämiseksi. Lisäksi 11,8 % tiedostaa tarpeen, mutta strategia puuttuu. **Vain 8,3 %:lla on olemassa oleva strategia,** mikä kertoo siitä, että digitalisaation suunnitelmallinen hyödyntäminen on vielä harvinaista ja kehittymässä. Tarve strategiselle otteelle on selvästi olemassa.

Käytännössä digitalisaation hyödyntämisen strategia on yrityksen suunnitelma siitä, miten se ottaa käyttöön digitaalisia ratkaisuja (esim. sosiaalinen media, automaatio, tekoäly, verkkokauppal palvelut yms.) toimintansa tehostamiseksi, asiakaskokemuksen parantamiseksi ja kilpailukykyä vahvistamiseksi.

Hyödyt yritykselle ovat esimerkiksi parempi tuottavuus, kustannussäästöt, nopeampi tiedonkulku, joustavampi palvelu asiakkaille ja mahdollisuudet kehittää uusia liiketoimintamalleja.

3.5 Vihreä siirtymä

3.5.1 Millaisia vihreän siirtymän toimenpiteitä olette toteuttaneet viimeisen kolmen vuoden aikana?

Vastaukset jakautuvat laajasti kahteen pääryhmään:

Aktiiviset toimijat, jotka ovat toteuttaneet konkreettisia vihreän siirtymän toimenpiteitä.

Passiiviset tai kriittiset toimijat, jotka eivät ole tehneet mitään tai suhtautuvat teemaan skeptisesti.

Yleisimmin mainitut toimet:

Energiaratkaisut: siirtyminen maalämpöön, ilmalämpöpumppuihin, aurinkopaneeleihin ja pois öljylämmityksestä.

Jätteiden lajittelu ja kierrätys: käytännössä lähes kaikkien aktiivisten vastaajien maininta.

Paperittomuus ja digitaaliset ratkaisut: sähköiset kuitit, etäpalaverit (esim. Teams), sähköinen taloushallinto.

Hiilijalanjäljen laskenta ja seuranta: useat yritykset mainitsevat tämän osana strategiaa.

Kaluston ja laitteiden uusiminen: energiatehokkuus, Euro 6 -päästöluokan autot, LED-valaistus.

Luonnonmukaiset ja uusiutuvat materiaalit: erityisesti tuotantoon ja myyntiin liittyvissä vastauksissa.

Erikoisempia ja esimerkillisiä toimia:

ECEAT- ja STF-sertifikaatit vastuullisesta matkailusta.

Kiertotalouden ja luonnon monimuotoisuuden integrointi liiketoimintaan.

Ympäristöjärjestelmien (esim. ISO 14001) koulutus ja auditointi.

Vesikierron ja vedenkulutuksen vähentämishankkeet.

Huomionarvoista:

Merkittävä osa vastaajista (arviolta yli 30 %) kertoo, ettei ole tehnyt mitään vihreän siirtymän hyväksi. Osalla on vahva kriittinen tai kyyninen suhtautuminen vihreään siirtymään, mikä näkyy mm. sarkastisissa kommentteissa. Useissa vastauksissa toimia tehdään luonnostaan "järkevinä ratkaisuin", ei vihreän siirtymän nimissä.

Yrityskentällä näkyy sekä edelläkävijyyttä että passiivisuutta. Monet toteuttavat vihreän siirtymän toimenpiteitä, mutta niitä ei aina nimetä "vihreiksi", vaan ne nähdään pikemminkin arkipäiväisinä kehitystoimina. Toisaalta monilla ei ole vielä käynnissä minkäänlaisia toimenpiteitä, ja osa kokee aiheen jopa kuormittavana.

Kokonaisuudessaan kenttä on epätasainen ja monenkirjava.

3.5.2 Millaisia mahdollisuuksia vihreä siirtymä mahdollistaa liiketoiminnallenne seuraavan viiden vuoden aikana?

Mahdollisuuksia vihreässä siirtymässä:

Useat yritykset näkevät mahdollisuuksia sähkön, veden ja energiankulutuksen säästöissä. Myös kustannustehokkuus prosesseissa mainitaan (mm. uusiutuvat energiaratkaisut, akkukäyttöiset laitteet, ekologinen rakentaminen).

Vihreä siirtymä nähdään mahdollisuutena laajentaa tuotevalikoimaa ympäristöystävällisillä ratkaisuilla ja kehittää kierrätys- ja jatkojalostusratkaisuja.

Konsultointi, vastuullisuusraportointi ja sertifiointit tarjoavat liiketoimintamahdollisuuksia erityisesti B2B-palveluissa.

Vastuullisuus koetaan mahdollisuudeksi vahvistaa asiakassuhteita ja erottautua markkinoilla. Kuluttajien kiinnostus ekologisiin vaihtoehtoihin kasvaa, mikä tarjoaa mahdollisuuksia erityisesti rakentamisessa, matkailussa ja jälleenmyynnissä.

Vihreä siirtymä tuo mahdollisuuksia uusille investoinneille ja infrastruktuurihankkeille (esim. tuuli- ja aurinkovoima, vedyn tuotanto). Myös sertifiointit (esim. ISO 14000) ja ympäristölainsäädännön kehitys voivat ohjata liiketoiminnan uuteen suuntaan.

Haasteet ja skeptisyys:

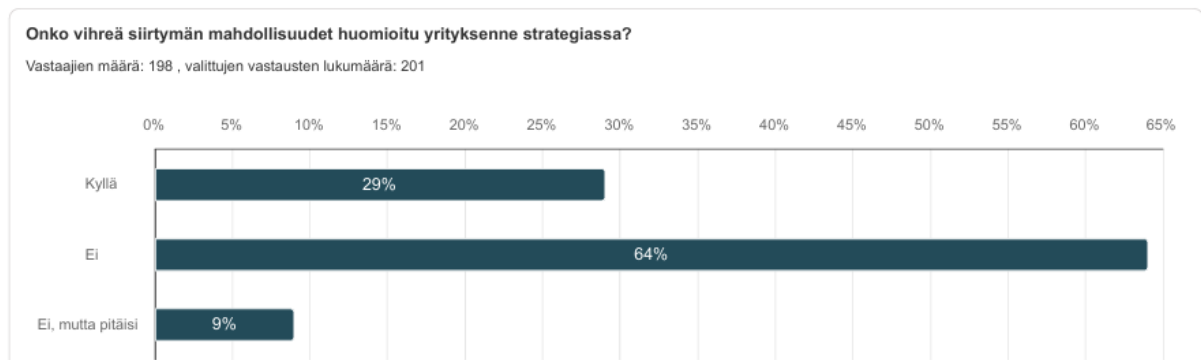
Useat vastaajat toteavat "en osaa sanoa" tai että asia on vielä mietinnässä / ei vaikuta omaan toimintaan. Erityisesti pienyrittäjillä on epäselvyyttä siitä, miten vihreä siirtymä koskettaa heidän liiketoimintaansa.

Joissain vastauksissa nousee esiin kokemus siitä, että vihreä siirtymä lisää byrokratiaa, tuo lisäkustannuksia tai heikentää kilpailukykyä. Yksittäiset vastaajat kokevat, että kyseessä on enemmän ideologinen kuin liiketaloudellinen muutos.

Noin kolmasosa vastaajista ei näe merkittäviä tai konkreettisia mahdollisuuksia vihreässä siirtymässä (esim. "ei mitään", "ei vaikuta", "ehkä päinvastoin").

Vaikka osa vastaajista kokee vihreän siirtymän uhkana tai kaukaisena asiana, monille se tarjoaa konkreettisia mahdollisuuksia säästöihin, vastuulliseen brändiin, uusiin tuotteisiin ja palveluihin. Samalla tarvitaan enemmän tietoa, esimerkkejä ja käytännön tukea, jotta etenkin pienyrittäjät voivat hyödyntää siirtymän mahdollisuuksia.

3.5.3 Onko vihreän siirtymän mahdollisuudet huomioitu yrityksenne strategiassa?

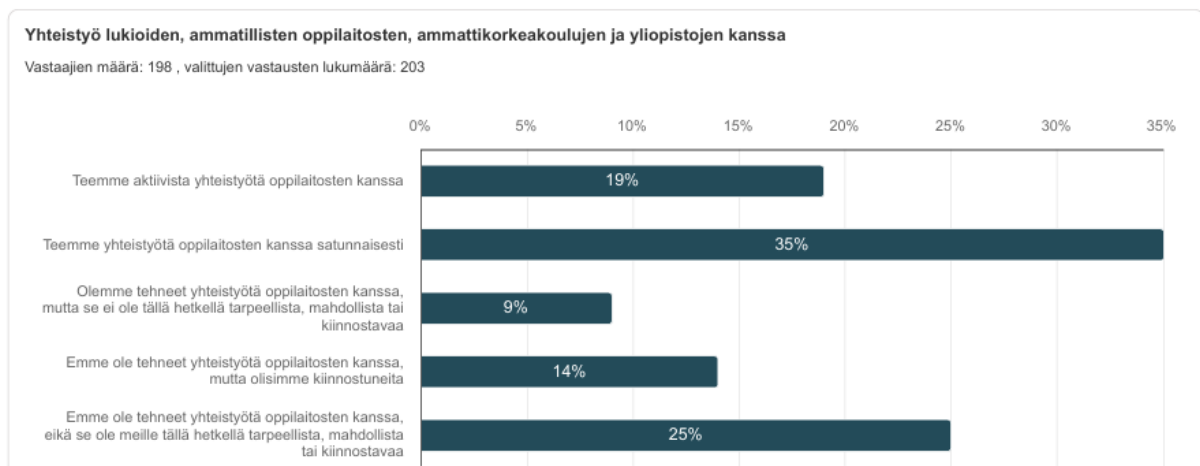


Taulukko 12. Vihreän siirtymän mahdollisuuksien huomioiminen strategiassa.

Selvä enemmistö (yli 60 %) yrityksistä ei ole huomioinut vihreän siirtymän mahdollisuuksia strategiassaan. Lähes 30 % on kuitenkin jo integroinut vihreät teemat strategiseen suunnitteluun, mikä kertoo sitoutuneista edelläkävijöistä. Lisäksi pieni mutta merkittävä joukko (9 %) tunnistaa aiheen tärkeyden, mutta ei ole vielä edennyt käytännön toimiin. Tulos viittaa siihen, että **vihreä siirtymä on monille vielä irrallinen tai operatiivinen teema, ei yritystoimintaan integroitu strateginen kokonaisuus.**

3.6 Oppilaitosyhteistyö

3.6.1 Yhteistyö lukioden, ammatillisten oppilaitosten, ammattikorkeakoulujen ja yliopistojen kanssa



Taulukko 13. Yritysten tekemä yhteistyö oppilaitosten kanssa.

Yhteistyötä tehdään – useimmiten satunnaisesti:

Yhteensä 53 % vastaajista ilmoittaa tekevänsä jonkinlaista yhteistyötä oppilaitosten kanssa: Noin kolmannes (35.4 %) tekee sitä satunnaisesti, mikä viittaa tilannekohtaiseen tai resurssien sanelemaan yhteistyöhön. Vain 19.2 % tekee aktiivista yhteistyötä, mikä kertoo melko pienestä aktiivisten kumppaneiden joukosta.

Potentiaalia löytyy kiinnostuneista yrityksistä:

14.1 % ei ole vielä tehnyt yhteistyötä, mutta olisi kiinnostunut, mikä tarjoaa selkeän kehityskohteen esimerkiksi alueelliselle koulutus- ja elinkeinoyhteistyölle. Noin kolmannes ei näe yhteistyötä relevanttina tällä hetkellä. 25.3 % kokee, ettei yhteistyö ole tarpeellista tai mahdollista, ja lisäksi 8.6 % ilmoittaa aiemman yhteistyön jääneen pois tarpeettomana. Tämä voi johtua esimerkiksi alan luonteesta, resurssipulasta tai aiempien kokemusten vaikutuksesta.

Satunnainen yhteistyö on yleisintä, mikä voi tarkoittaa tarvetta madaltaa kynnystä pitkäjänteiseen kumppanuuteen. Kiinnostus on olemassa myös niissä yrityksissä, jotka eivät ole vielä mukana – heidät voisi aktivoida esimerkiksi helposti lähestyttävillä

yhteistyöehdotuksilla tai projekteilla. Noin kolmasosa yrityksistä kokee yhteistyön merkityksettömäksi, ja näiden vastaajien kohdalla olisikin hyödyllistä ymmärtää tarkemmin taustalla vallitsevia syitä, kuten vaikkapa mahdollisia koulutusalojen ja työelämän kohtaamisongelmia.

Oppilaitosten ja yritysten väliseen yhteistyöhön liittyvissä kehitysajatuksissa nousivat esiin yritysten tarpeisiin paremmin vastaavat ja valmiuksia antavat täsmäkoulutukset sekä systemaattisemmat kohtauttamiset työntekijäpulasta kärsivien yritysten ja esimerkiksi työharjoittelupaikkoja etsivien opiskelijoiden välillä muun muassa erilaisten tapahtumien ja tilaisuuksien muodossa. Erääksi keskeisimmistä pohdinnanaiheista yrittäjien keskuudessa nousi kysymys siitä, miten opiskelijat saataisiin jäämään ja työllistymään paremmin Kainuuseen valmistumisensa jälkeen.

3.7 Vapaa sana

Tähän osioon on koottu kategorioittain eniten esiin nousevia ja toistuvia teemoja kainuulaisten yrittäjien näkemyksistä, tarpeista ja yleisistä toteamuksista:

Digitaalinen tuki ja neuvonta:

"Kaipaisin apua nettisivuasioissa ja muissa digijutuissa."

"Pyrimme jatkuvasti kehittämään toimintaamme digitalisaatiossa ja palvelun parantamisessa."

Yrityspalvelujen saavutettavuus ja tiedottaminen:

"Kainuussa yrityspalvelut voisi jalkautua ihmisten lähelle kertomaan palveluista."

"Olisi hyvä löytää jatkaja tälle yritykselleni."

Verkostoitumisen ja tapahtumien tarve:

"Voisi olla tapaaminen ilman sen kummempaa agenda."

"Olisi kiva päästä enemmän esille paikallisiin tapahtumiin yrittäjien kanssa."

Kumppanuuksien ja yhteistyön vahvistaminen:

"Olisi mukava kuulla löytyykö täältä yhteistyömahdollisuuksia/asiakkaita yrityksellemme."

"Tavoitteena on, että yrityksemme on monien yrittäjien mahdollisuus tuoda omaa osaamistaan näkyväksi ja tehdä yhdessä liiketoimintaa."

Kainuun alueen kehittäminen ja paikallisuuden tukeminen:

"Mielestäni kainuulaisten yrittäjien pitäisi ja kannattaisi käyttää muita paikallisia yrityksiä rakennustöissä."

"Kajaanissa olisi hyvä rakentaa pohjaa tietotyötä tekeville yrityksille."

Positiivisia kommentteja ja terveisiä:

"Kiitoksia paljon viestistänne ja hyvistä aiheista."

"Oikein mukava oli vastata kyselyyn."

"Kiitos että tällaista toimintaa on."

"Innokkaasti vaan eteenpäin uutta kohti!"

"Mukavaa vuodenjatkoa ja kiitoksia kuluneesta vuodesta ja hyvistä tapahtumista."

4 Johtopäätökset

Kainuulaisten mikro- ja pk-yritysten nykytilakysely avaa ajankohtaisen kuvan yrittäjyyden arjesta maakunnassa. Kyselyyn saatiin yli 200 vastausta eri puolilta Kainuuta, eri toimialoilta ja eri vaiheessa olevilta yrityksiltä. Vastauksista piirtyy kuva yrittäjäkentästä, jota yhdistävät vahva alueellinen identiteetti, kasvuhalu ja kehittämisinto – mutta myös niukkuus resursseista, epävarmuus tulevasta ja toive käytännönläheisestä tuesta.

Monet vastaajista tekevät yrittäjän työtä yksin tai pienessä kokoonpanossa, ja työ painottuu yhä enemmän eläkeiän kynnykselle. Useampi mainitsi toimivansa enää sivutoimisesti tai suunnittelevansa yrityksen lopettamista. Myös halukkuus myydä yritys nousi esiin avoimissa vastauksissa.

Mikro- ja pk-yrityskenttä kaipaa kohdennettuja toimenpiteitä, jotka auttavat sukupolvenvaihdoksissa, yritysten myynnissä ja yritystoiminnan jatkumisen turvaamisessa etenkin pienillä paikkakunnilla.

Kyselyn perusteella digitalisaatio kiinnostaa yrittäjiä, mutta aihe koetaan haastavaksi ja jopa etäiseksi. Osa vastaajista koki digikysymykset vaikeina tai epäselvinä. Useat yrittäjät toivoivat apua verkkosivuihin, digitaaliseen markkinointiin ja liiketoiminnan kehittämiseen digityökaluin.

Yleisenä toiveena onkin käytännönläheinen, matalan kynnyksen digituki. Esimerkiksi henkilökohtainen neuvonta, alueelliset digityöpajat ja selkokieliset materiaalit voisivat madaltaa kynnystä kehittää yritystoimintaa digitaalisesti.

Vain 19 % vastaajista tekee aktiivista yhteistyötä oppilaitosten kanssa. Valtaosa toimii yhteistyössä satunnaisesti tai ei ollenkaan. Samalla lähes 15 % ilmoitti olevansa kiinnostunut yhteistyöstä, vaikka sitä ei vielä ole ollut.

Oppilaitosyhteistyön mahdollisuudet ovat suurelta osin hyödyntämättä. Tässä on selvä kehityskohde esimerkiksi työelämäyhteyksien, harjoitteluiden ja yhteiskehittämisen lisäämisessä. Yrityksiä voisi rohkaista mukaan madaltamalla byrokratiaa ja lisäämällä tietoa yhteistyömuodoista.

Avoimissa vastauksissa nousi toistuvasti esiin toive siitä, että paikallisia toimijoita suosittaisiin tarjouskilpailuissa ja palveluissa. Monet yrittäjät toivoivat myös enemmän paikallisia tapahtumia, näkyvyyttä ja yhteisöllisyyttä.

Kainuulaisyritykset toivovat vahvempaa alueellista yhteistyötä ja markkinointia. Yrittäjien yhteinen näkyminen esimerkiksi markkinoilla, messuilla tai yhteisissä kampanjoissa voisi vahvistaa alueen taloudellista toimintaa ja yhteenkuuluvuutta.

Useissa kommentteissa esitettiin konkreettisia toiveita: tapaamisia ilman agenda, kiertäviä yrityspalveluita ja ”tavallista juttelua” yrittäjien arjesta. Myös viestintään toivottiin parannuksia, esimerkiksi tietoa siitä, miten kyselyitä ja selvityksiä aiotaan hyödyntää.

Neuvontaa ja palveluita tulisi jalkauttaa aktiivisemmin yritysten luo. Lisäksi kannattaa panostaa avoimeen ja vuorovaikutteiseen viestintään siitä, mitä hyötyä yrittäjille syntyy kyselyistä, palveluista ja kehittämistoimista.

Vaikka osa vastaajista nosti esiin turhautumista tai tyytymättömyyttä, suuri osa palautteista oli rohkaisevia. Yrittäjät osoittivat kiinnostusta kehittää toimintaansa, laajentaa verkostojaan ja oppia uutta – kunhan tukea on tarjolla ja palvelut on helppo tavoittaa.

Yrittäjien into ja potentiaali ovat olemassa. Näiden hyödyntäminen vaatii ennakoivaa ja ihmisläheistä otetta. Hyvät käytännöt, onnistumistarinoiden esiin tuominen ja vertaistuki voisivat motivoida muitakin mukaan aktiivisemmin.

Kainuulaisissa mikro- ja pk-yrityksissä yhdistyvät periksiantamattomuus, kehittämishalu ja alueellinen ylpeys. Samalla yrittäjien resurssit ovat usein rajalliset, ja tukipalvelut voivat tuntua etäisiltä tai raskailta lähestyä. Tarvitaan inhimillistä otetta, aitoa läsnäoloa ja uusia tapoja tukea yrittäjiä konkreettisesti, jotta Kainuun monimuotoiset ja edistykselliset yritykset pääsevät saavuttamaan kaiken mahdollisen suunnattoman suuresta potentiaalistaan.

Lopuksi voidaan todeta, että tutkimuksen perusteella jatkokehitystoimenpiteissä kannattaa keskittyä muun muassa seuraaviin suuriin kokonaisuuksiin ja painopisteisiin:

- Matalan kynnyksen digi- ja kehityspalvelut
- Sukupolvenvaihdosten ja yrityskauppojen tukeminen
- Paikallisten verkostojen ja näkyvyyden vahvistaminen
- Oppilaitosyhteistyön ja työelämäyhteyksien kehittäminen
- Proaktiivinen viestintä ja osallistava ote kyselyiden jälkeen

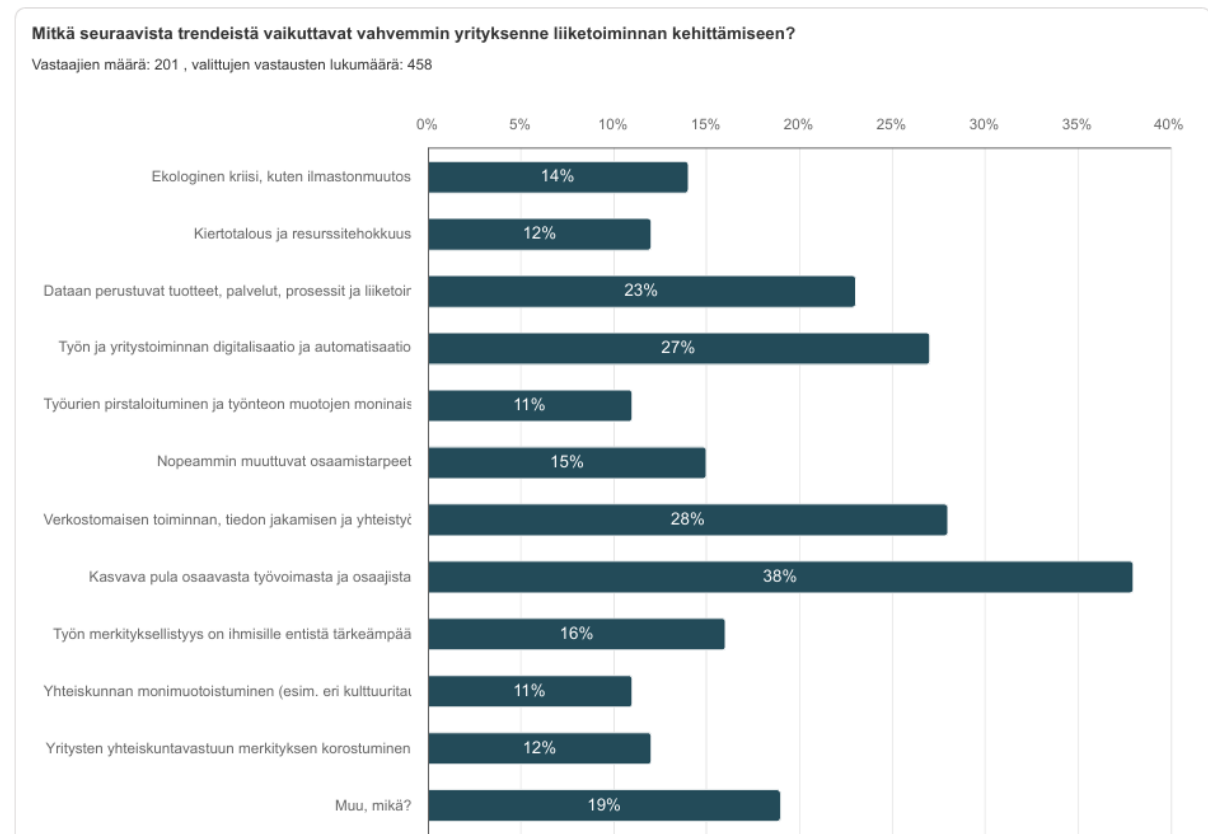
Liitteet

Toimialat, joilta saatiin kyselyssä yksi (1) vastaus (0,47 %) per toimiala:
Huolinta ja rahtaus
Pesulapalvelut kotitalouksille
Rakennuttaminen ja rakennushankkeiden kehittäminen
Autojen ja kevyiden moottoriajoneuvojen vuokraus ja leasing
Tavanomaisen jätteen keruu
Koulutusta palveleva toiminta
Muiden puutuotteiden valmistus; korkki-, olki- ja punontatuotteiden valmistus
Muualla luokittelemattomat henkilökohtaiset palvelut
Muiden neulevaatteiden valmistus
Metsätaloutta palveleva toiminta
Muiden kiinteistöjen vuokraus ja hallinta
Motellit, matkustajakodit ja vastaavat majoitusliikkeet
Matkanjärjestäjien toiminta
Sisävesiliikenteen henkilökuljetus
Kone- ja prosessisuunnittelu
Työkalujen valmistus
Kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden vähittäiskauppa
Elokuvien, video- ja televisio-ohjelmien jälkituotanto
Metallien työstö
Muu tekninen palvelu
Kuljettajakoulutus
Aikakauslehtien kustantaminen
Asianajotoimistot
Muualla luokittelematon tietopalvelutoiminta

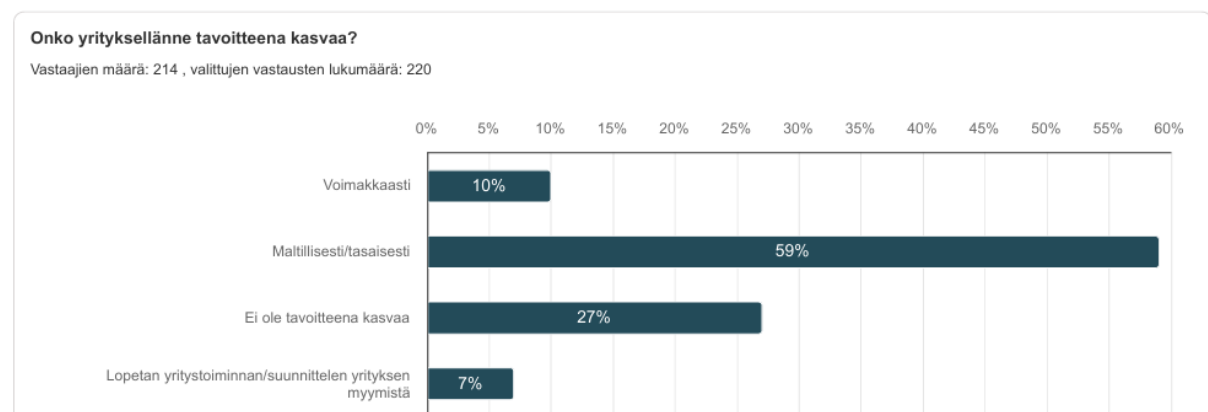
Muu rakennus- ja teollisuussiivous
Langattoman verkon hallinta ja palvelut
Suora- ja ulkomainonta
Atk-laitteisto- ja ohjelmistokonsultointi
Kylpylaitokset, saunat, solariumit yms. Palvelut
Suhdetoiminta ja viestintä
Yleisten jakeluverkkojen rakentaminen nestemäisiä ja kaasumaisia aineita varten
Hautaustoimistojen palvelut
Urheilu- ja liikuntakoulutus
Parturit ja kampaamot
Viemäri- ja jätevesihuolto
Asuntojen ja asuinkiinteistöjen hallinta
Metalliovien ja -ikkunoiden valmistus
Nosto- ja siirtolaitteiden valmistus
Kääntäminen ja tulkkaus
Kauneushoitopalvelut
Urheiluseurojen toiminta
Kirjojen vähittäiskauppa
Jalkineiden vähittäiskauppa
Jätteen ja romun tukkukauppa
Taiteellinen luominen
Maa- ja metsätalouskoneiden valmistus
Luontaistuotteiden vähittäiskauppa
Muu rauta- ja rakennusalan vähittäiskauppa
Muualla luokittelemattomat rahoituspalvelut (pl. vakuutus- ja eläkevakuutustoiminta)
Metallituotteiden korjaus ja huolto
Maa- ja metsätalouskoneiden korjaus ja huolto
Lomamökkien vuokraus

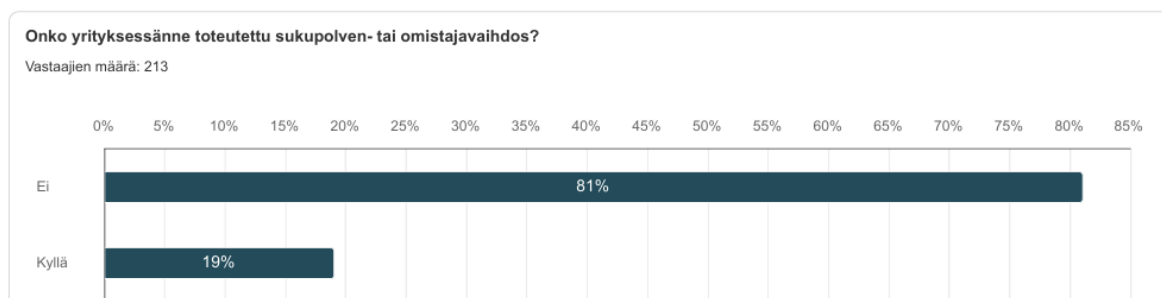
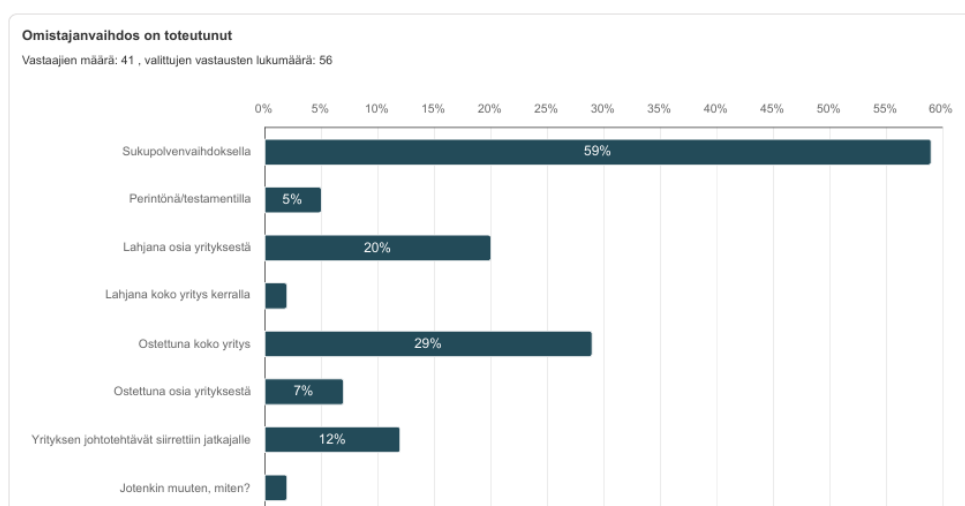
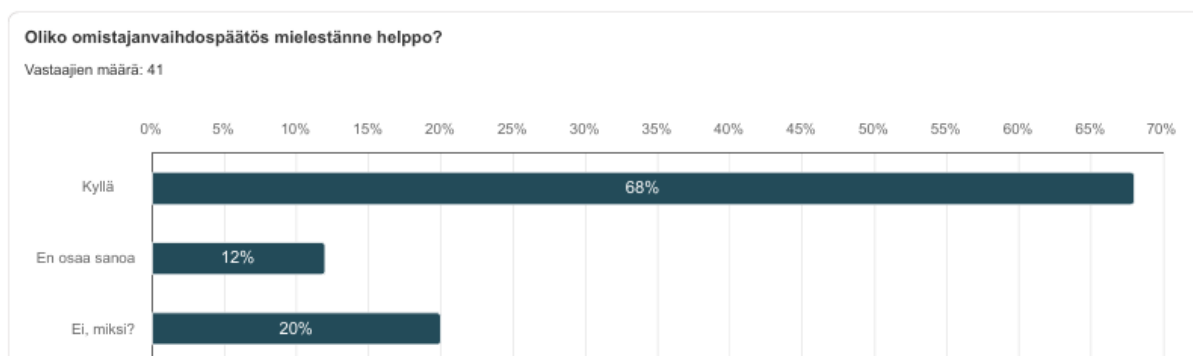
Teiden ja moottoriteiden rakentaminen
Yhdistetty kasvinviljely ja kotieläintalous (sekatilat)
Langallisen verkon hallinta ja palvelut
Muu vähittäiskauppa muualla kuin myymälöissä
Moottoripyörien huolto ja korjaus
Lattianpäällystys ja seinien verhoilu
Muualla luokittelematon tukkukauppa
Optisen alan vähittäiskauppa
Muiden erikoiskoneiden korjaus ja huolto
Lasten ja nuorten laitokset ja ammatillinen perhehoito
Muu hedelmien, marjojen ja kasvien jalostus ja säilöntä
Huonekalujen vähittäiskauppa
Rakennetekninen palvelu
Lomakylät yms. Majoitus
Kotipalvelut ikääntyneille ja vammaisille

Taulukko 1. Liiketoiminnan kehittämiseen eniten vaikuttavat trendit.

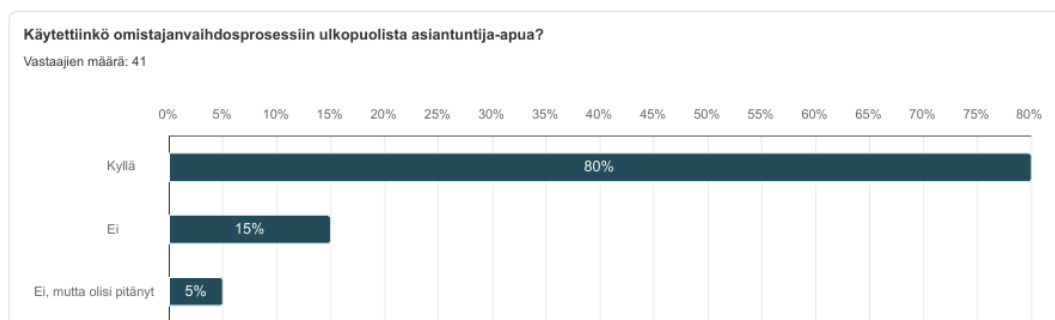


Taulukko 2. Yritysten kasvutavoitteet.

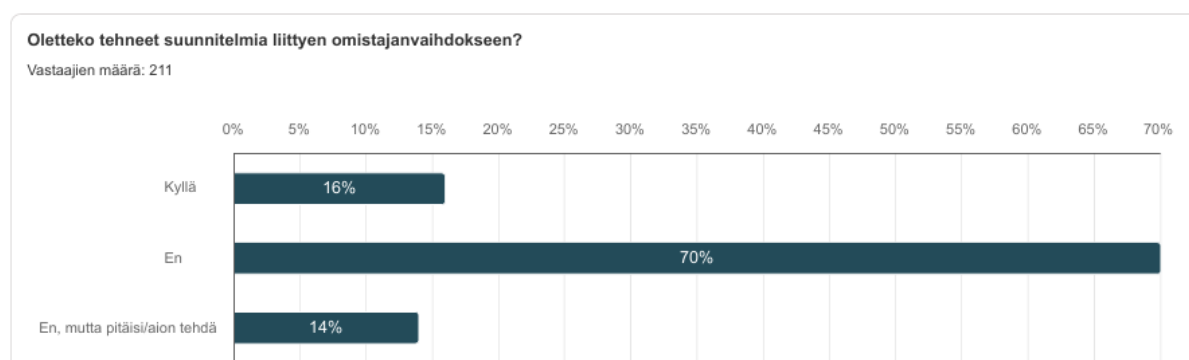


Taulukko 3. Sukupolven- tai omistajanvaihdon toteutuminen.*Taulukko 4. Omistajanvaihdon toteutumistapa.**Taulukko 5. Omistajanvaihdospäätöksen helppous.*

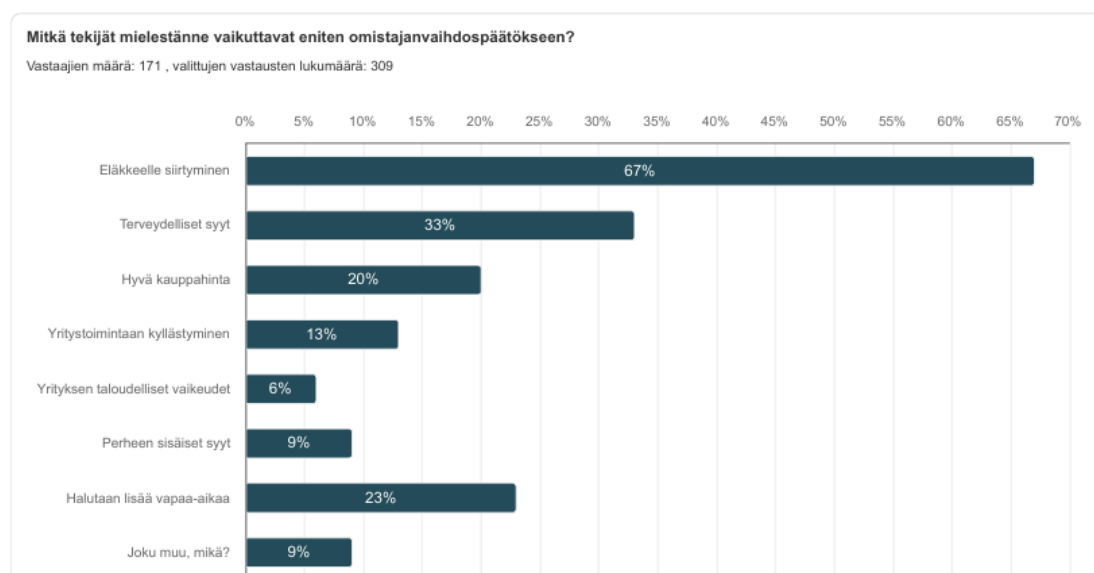
Taulukko 6. Asiantuntija-avun käyttäminen omistajanvaihdosprosessissa.



Taulukko 7. Omistajanvaihdossuunnitelmien tekeminen.



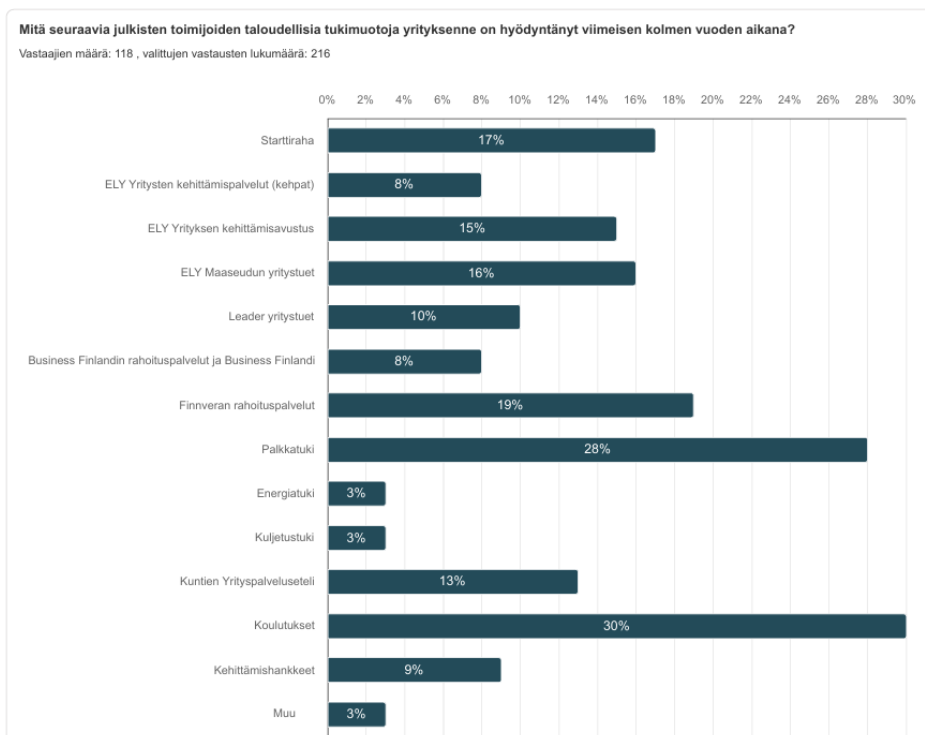
Taulukko 8. Omistajanvaihdospäätökseen eniten vaikuttavat tekijät.



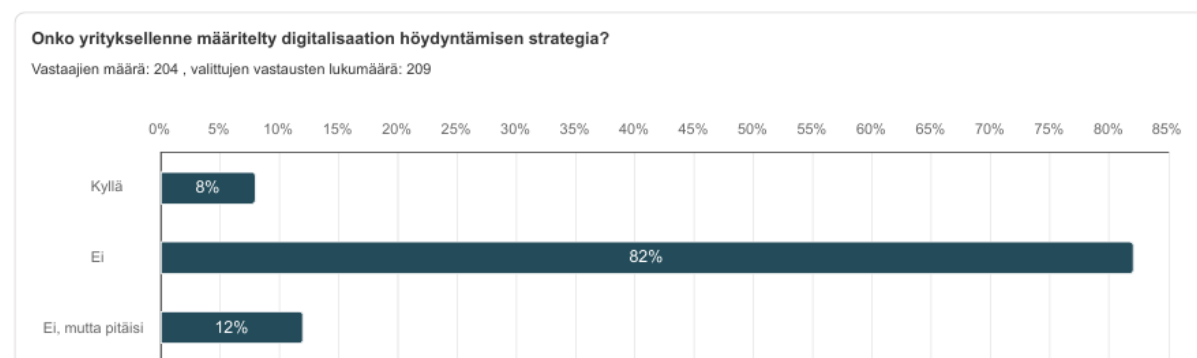
Taulukko 9. Julkisten toimijoiden neuvontapalveluiden hyödyntäminen.



Taulukko 10. Julkisten toimijoiden taloudellisten tukimuotojen hyödyntäminen.



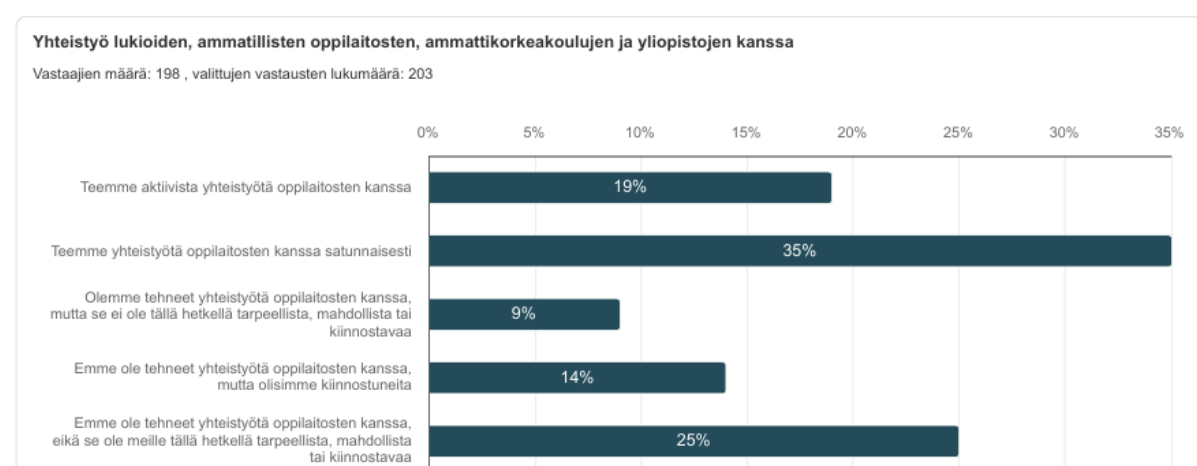
Taulukko 11. Digitalisaation hyödyntämisen strategian määrittäminen.



Taulukko 12. Vihreän siirtymän mahdollisuuksien huomioiminen strategiassa.



Taulukko 13. Yritysten tekemä yhteistyö oppilaitosten kanssa.



Lisätietoja:

Birit Oksman

Projektipäällikkö

Kainuun Yrittäjät ry

p. 044 4932 622

birit.oksman@yrittajat.fi

Katri Roininen

Projektiasiantuntija

Kainuun Yrittäjät ry

p. 044 728 7102

katri.roininen@yrittajat.fi