

EK tutki:
Startup-yritykset
pk-yritysten
kumppaneina
6.7.2016

YHTEISTYÖN YLEISYYS, MUODOT JA EDISTÄMINEN
HUOVINEN JARI,
ELINKEINOELÄMÄN KESKUSLIITTO EK

Sisällysluettelo

1 Johdanto.....	2
2 Tutkimuksen yhteenveto	2
2.1 Tutkimuksen tavoitteet ja keskeiset käsitteet	2
2.2 Keskeiset havainnot	3
2.3 Aineisto ja rajaukset.....	4
3 Startup-yhteistyön yleisyys pk-yrityksissä	4
3.1 Lisääntyä yrityskoon kasvaessa	4
3.2 Kasvuhakuisuus selittää yhteistyötä	5
3.3 Tavallista muutostilanteissa.....	6
4 Startup-yhteistyön muodot	7
4.1 Yhteistyön muodot moninaisia	7
4.2 Strategisesta kumppanuudesta uutta liiketoimintaa.....	8
4.3 Digitalisaatio yhteistyön kohteena	8
5 Yhteistyön hyödyt ja esteet	9
5.1 Positiivinen vaikutus liikevaihdon kasvuun.....	9
5.2 Resurssien puute ja yritysten erilaisuus jarruina	10
5.3 Jakamistaloudesta yhä useammalla mielipide.....	11
6 Lisätiedot.....	12

1 Johdanto

Suomessa on viime vuosina saatu todistaa yrittäjyyden vallankumousta, jonka seurauksena yhä useampi nuori pitää yrittäjyyttä varteenotettavana uravaihtoehtona. Tällä hetkellä jo peräti viidennes alle 25 -vuotiaista suomalaisista aikoo ryhtyä yrittäjäksi kolmen vuoden kuluessa (Global Entrepreneurship Monitor, GEM). Osuus on kaksinkertainen koko aikuisväestöön verrattuna. Tämä opiskelijatoiminnasta virinnyt yrittäjyysinnostus on saanut lisävauhtia startup-yritysten menestyksestä ja vuosittain paisuvasta SLUSH-sijoitustapahtumasta.

Samaan aikaan yhä suurempi joukko pk-yrityksiä on tavalla tai toisella muutostilanteessa. Suomeen on yrittäjien ikääntymisen seurauksena syntynyt omistajanvaihdosten pato, joka muodostaa tiiviin tulpan kasvulle. Lisäksi globaali kilpailu on johtanut tilanteeseen, jossa kotimarkkinayrityksetkin ovat osa kansainvälisiä arververkostoja ja yhä useampi pk-yritys hakee kasvua ulkomaankaupasta. Myös digitalisaatio ja ilmastonmuutos muuttavat oleellisesti yritysten toimintaedellytyksiä ja avaavat uusia yrittäjyysmahdollisuuksia. Talouden turbulenssissa ja toimintaympäristön myllerryksessä pärjääminen edellyttävät yrityksiltä kuitenkin uudenlaisia toimintamalleja ja usein myös aikaisemmasta poikkeavaa osaamista.

Kaikki edellä mainitut muutokset herättävät kysymyksiä siitä, miten pk-yrityksissä pystytään vastaamaan toimintaympäristössä ja kysynnässä tapahtuviin muutoksiin. Suomeen on yrittäjien ikääntymisen seurauksena muodostunut valtava määrä arvokasta yrittäjäkokemusta ja -osaamista. Tämä osaaminen (ja varallisuus) löytävät kuitenkin liian harvoin esimerkiksi alkuvaiheen kasvuyritysten tueksi. Toisaalta ikääntyneillä yrittäjillä itsellään tai perinteisillä pk-yrityksillä saattaa olla puutteita vaikkapa digiosaamisessa tai kansainvälistymisvalmiuksissa. Käytännössä siis niissä asiakokonaisuuksissa, joiden varaan uuden sukupolven menestyjät toimintaansa usein rakentavat.

2 Tutkimuksen yhteenveto

2.1 Tutkimuksen tavoitteet ja keskeiset käsitteet

Startup-yhteistyötä on aikaisemmissa tutkimuksissa tarkasteltu lähes poikkeuksetta pelkästään suuryritysten näkökulmasta. Yleensä pk-yritykset on käytännössä rajattu selvitysten ulkopuolelle tai niitä on tarkasteltu hyvin pintapuolisesti. Tällä tutkimuksella paikataan tätä tutkimusaukkoa ja etsitään vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Kuinka yleistä on yhteistyö pk- ja startup-yritysten välillä?
- Millaisia yhteistyön muotoja yritysten välillä esiintyy?
- Mitkä ovat yhteistyön suurimmat hyödyt ja mahdolliset esteet?

Tutkimuksessa startup-yrityksiksi luettiin kaikki enintään viisi vuotta toimineet, voimakasta ja usein kansainvälistä kasvua tavoittelevat yritykset. Yhteistyöllä tarkoitettiin laajasti strategista kumppanuutta, alihankintaa tai muuta yhteistyötä sekä startup-yrityksiin kohdistuvaa neuvonantajasuhdetta ja sijoitustoimintaa. Strategisena kumppanuutena taas pidettiin joko kertaluontoista tai pidempikestoista yhteistyötä, joka on merkittävästi edistänyt pk-yrityksen strategisten tavoitteiden saavuttamista.

2.2 Keskeiset havainnot

EK:n tekemä tutkimus muodostaa kohtuullisen kattavan kokonaiskuvan pk- ja startup-yritysten yhteistyöstä. Keskeiset havainnot voidaan tiivistää seuraavasti:

- Yhteistyö on startup-yritysten lukumäärään suhteutettuna odotettua yleisempää
- Strategisen kumppanuuden muodostuminen edellyttää luottamusta ja vie aikaa, jonka vuoksi syvällisiä yhteistyön muotoja esiintyy muita aktiviteetteja harvemmin
- Yhteistyön hyödyt ovat selkeitä ja myönteiset vaikutukset esimerkiksi liikevaihdon kehittymiseen voidaan nähdä jo lyhyellä tähtämellä
- Pienyrittäjien rajalliset resurssit ja yritysten erilaisuus nostavat kynnyksiä yhteistyön käynnistämiseksi

Tutkimuskysymys	Tulokset	Tulkinta
Kuinka yleistä on yhteistyö pk- ja startup-yritysten välillä?	<ul style="list-style-type: none">• 18 % pk-yrityksistä tehnyt startup-yhteistyötä• Selittävinä tekijöinä kasvuhakuisuus, yrityskoko, yrityksen sijainti ja toiminnan vaihe (muutostilanne)	<ul style="list-style-type: none">• Todennäköisyys lisääntyy yrityskoon kasvaessa ja kasvuhakuisilla yrityksillä yhteistyökokemus on tavallisempaa kuin aseman säilyttäjillä• Omistajanvaihdosten kaltaiset muutostilanteet voivat toimia yhteistyön katapultteina• Kaupungeissa, startup-keskittymien läheisyydessä, yhteistyö tavallisempaa kuin maaseudulla
Millaisia yhteistyön muotoja yritysten välillä esiintyy?	<ul style="list-style-type: none">• 22 % yhteistyötä tehneistä oli omistajana tai sijoittajana startup-yrityksessä, 78 % teki muuta yhteistyötä• 42 % oli solminut strategisia kumppanuuksia, yhtä yleistä oli resurssien jakaminen• Aseman säilyttämiseen tähtäävissä yrityksissä strateginen kumppanuus suhteellisesti yleisempää kuin kasvuhakuisissa yrityksissä• Yhteistyön teemana usein digitalisaatio, myös energiatehokkuus ja kiertotalous nousevat esiin	<ul style="list-style-type: none">• Strategisten kumppanuuksien kehittyminen edellyttää syvää luottamusta ja vie aikaa• Yhteistyö aloitetaan usein alihankinta- tai muuna yhteistyönä, joka voi toimia lähtölaukauksena syvemmälle kumppanuudelle• Aseman säilyttäjät tekevät kasvuhakuisia harvemmin yhteistyötä, mutta yhteistyö luonteeltaan useammin strategista: toiminnan tehostaminen ja uudet kasvun lähteet motiiveina• Yhteistyö keino pk-yritysten osaamisvajeen paikkaamiseen kuten digitaatiojen täydentämiseen
Mitkä ovat yhteistyön suurimmat hyödyt ja mahdolliset esteet?	<ul style="list-style-type: none">• 30 % yhteistyötä tehneistä arvioi liikevaihdon kasvaneen (7 % ilmoitti supistumisesta)• Strateginen kumppanuus auttaa uusien innovaatioiden, liiketoiminnan ja kasvumahdollisuuksien hyödyntämisessä sekä toimintaprosessien uudistamisessa ja osaamisen päivittämisessä• Ajan ja resurssien puute ja yritysten erilaisuus esteinä	<ul style="list-style-type: none">• Yhteistyön hyödyt selkeästi havaittavissa, mutta pienyrittäjien niukat resurssit jarruttavat usein kumppanuuksien käynnistämistä• Omistus- tai sijoitussuhteessa esteitä nousee esille enemmän kuin muissa yhteistyösuhteissa, koska yrittäjä kohtaa silloin konkreettisesti uudelle liiketoiminnalle tyypilliset haasteet (ja riskit)

2.3 Aineisto ja rajaukset

Tutkimuksen aineisto kerättiin osana EK:n pk-toimintaympäristökyselyä huhti-toukokuussa 2016. Kyselyyn vastasi yhteensä 512 pk-yritystä, joista 132 oli tehnyt yhteistyötä startup-yritysten kanssa. Tuloksia tulkittaessa on huomattava, että analyyseissä käytettiin yrityskoon ja päätoimialojen mukaan painotettua aineistoa, jolla varmistettiin tulosten edustavuus ja yleistettävyys koko pk-työnantajayrityspopulaatioon.

Otos pohjaisissa tutkimuksissa tulokset ovat aina luonteeltaan suuntaa-antavia. Erityisesti tämä korostuu julkaisun luvuissa 3 ja 4 esitetyissä tuloksissa, jotka perustuvat suhteellisen pieneen määrään vastauksia eli yhteistyötä tehneiden pk-yritysten näkemyksiin. Kokonaisuutena tutkimus piirtää kuitenkin luotettavan kuvan yhteistyön laajuudesta työnantajayrityksissä. Samalla se tarjoaa suhteellisen vähän tutkitusta aihepiiristä arvokasta lisätietoa, jota voidaan hyödyntää pk- ja startup-yritysten välisten kumppanuuksien rakentamisessa.

3 Startup-yhteistyön yleisyys pk-yrityksissä

3.1 Lisääntyä yrityskoon kasvaessa

Pk-yrityksistä vajaa viidennes oli tehnyt jonkinasteista yhteistyötä startup-yritysten kanssa (kuva 1). Aikaisemman tutkimus- ja seurantatiedon puuttuessa on vaikea arvioida sitä, onko osuus lähtökohtaoletuksiin nähden suuri vai pieni. Jos tuloksen suhteuttaa startup-yritysten sinänsä melko rajalliseen kokonaismäärään, niin osuutta voidaan pitää yllättävänkin suurena. Joka tapauksessa osuus on suunnilleen samaa suuruusluokkaa kuin EK:n aikaisemmissa kyselyissä, joissa on selvitetty pk-yritysten kiinnostusta uusista yrittäjyysmahdollisuuksista kohtaan (mm. cleantech ja kiertotalous). Näiden tutkimusten valossa voidaan väittää, että noin viidesosa pk-työnantajayrityksistä on eräänlaisia edelläkävijäyrityksiä, jotka tunnistavat jatkuvasti uusia mahdollisuuksia ja käyttävät myös aktiivisesti suhdeverkostojaan niiden hyödyntämisessä.

Kuva 1. Yhteistyön yleisyys, % pk-yrityksistä

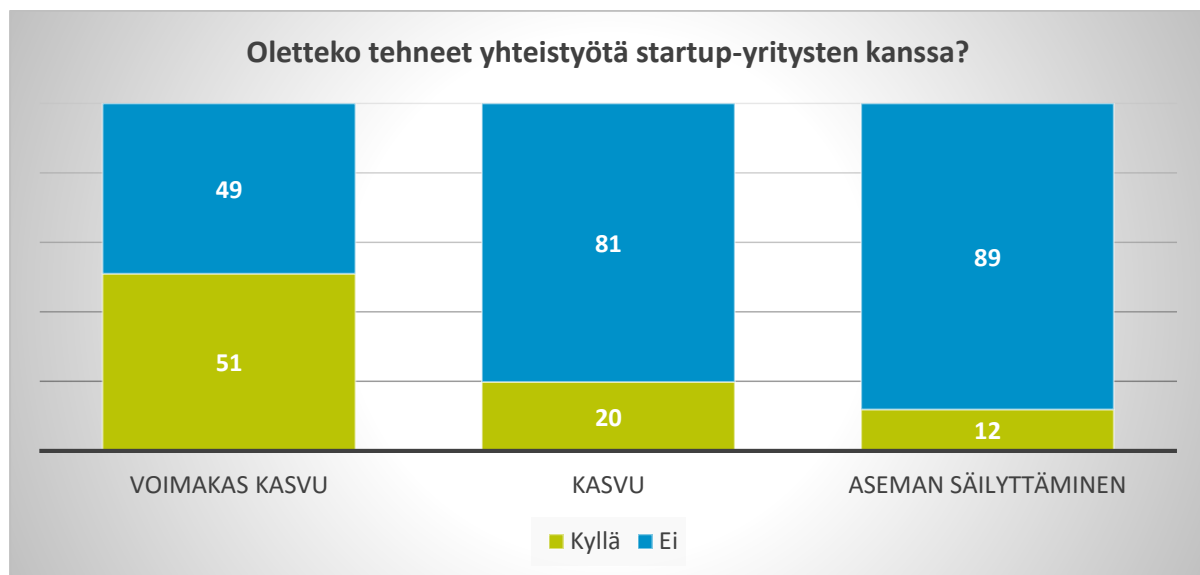


Melko odotetusti yhteistyö oli sitä todennäköisempää mitä suuremmasta yrityksestä oli kyse. Alle 10 henkilön mikroyrityksistä yhteistyökokemusta oli 16 prosentilla, kun osuus vähintään 50 henkilön keskiuurissa yrityksissä oli jo 33 prosenttia. Päätoimialoista yhteistyö oli tavallisempaa teollisuudessa kuin palvelusektorilla, mutta yhteistyö ei missään tapauksessa rajoitu vain yksittäisille toimialoille.

3.2 Kasvuhakuisuus selittää yhteistyötä

Yllättävänä ei voida pitää myöskään havaintoa, jonka mukaan pk-yrityksen kasvuhakuisuus lisää todennäköisyyttä yhteistyölle. Voimakasta kasvua tavoittelevista yrityksistä noin puolet oli tehnyt yhteistyötä startup-yritysten kanssa (aseman säilyttäjästä 12 prosenttia). Haasteena erilaisten kumppanuuksien yleistymisessäkin on se, että voimakasta kasvua tavoittelee vain noin 10 prosenttia pk-yrityksistä ja peräti puolet tyytyy markkina-asemansa säilyttämiseen. Kuvassa 2 on esitetty yhteistyön yleisyyttä kasvutavoitteiltaan erilaisissa yrityksissä¹.

Kuva 2. Yhteistyön yleisyys kasvutavoitteiltaan erilaisissa yrityksissä, % pk-yrityksistä



Luonnollista on myös se, että yhteistyö keskittyy usein kaupunkeihin tai kaupunkimaisille alueille. Tulos on looginen, koska asukas- ja yritysmääriltään suuremmat alueet tarjoavat enemmän mahdollisuuksia yhteistyölle ja startup-keskittymille, joita syntyy muun muassa korkeakoulujen ympärille. Lisäksi kaupungeista löytyy usein monipuolisesti erilaisia välittäjäorganisaatioita, yrityskehittäjä- ja -hautomoita, jotka tarjoavat luontaisia alustoja erilaisten yritysten yhteistyölle.

Maaseudulla kyse on usein portfolioyrittäjien harjoittamasta toiminnasta, jossa kasvua haetaan yhden yrityksen sijaan useamman yrityksen kautta. Tällöin samat yrittäjät aloittavat uusia yrityksiä, kun alkuperäinen yritys on saavuttanut kasvun rajansa tai sopivan kokonsa. Kaiken kaikkiaan ydin ja harvaan asutun maaseudun yrittäjistä 9 prosenttia oli tehnyt yhteistyötä startup-yritysten kanssa.

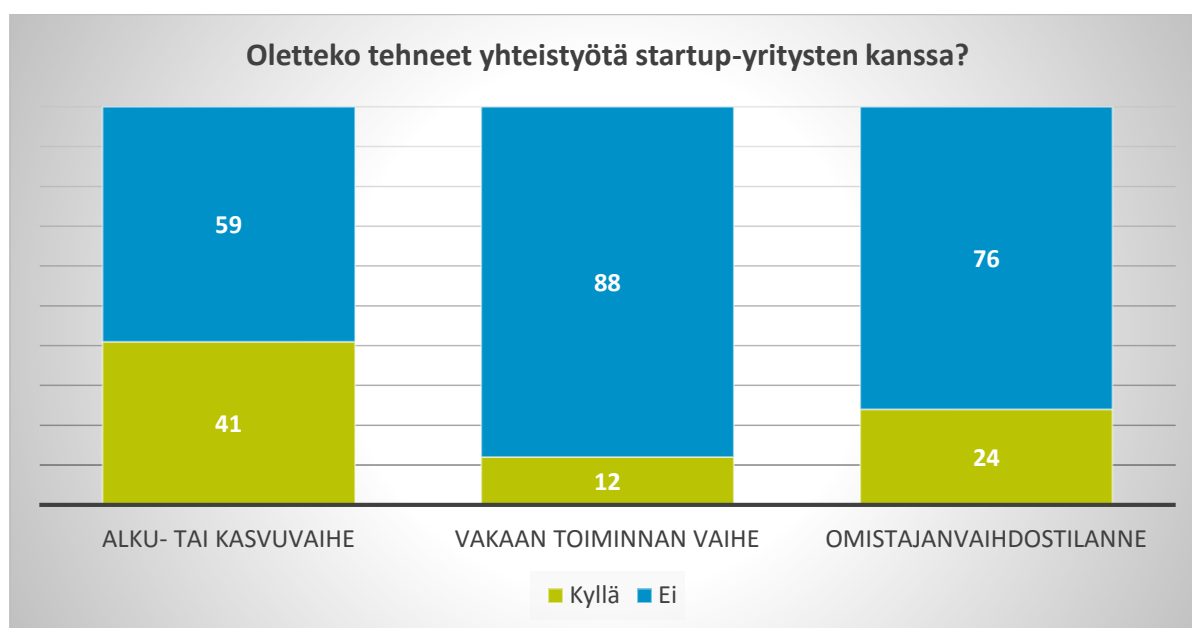
¹ "Voimakkaalla kasvulla" tarkoitetaan vähintään 30 prosentin ja "kasvulla" vähintään 10 prosentin vuotuista liikevaihdon kasvutavoitetta.

Näistä peräti 57 prosenttia oli portfolioyrittäjiä, jotka omistivat vähintään kaksi eri yritystä samanaikaisesti.

3.3 Tavallista muutostilanteissa

Tulosten perusteella startup-yhteistyö on tavallisinta elinkaaren ääripäiden pk-yrityksissä. Alku- tai kasvuvaiheessa olevista pk-yrityksistä kaksi viidesosaa ja omistajanvaihdostilanteen yrityksistä neljäsosa oli tehnyt yhteistyötä startup-yritysten kanssa. Sen sijaan vakaan toiminnan vaiheessa olevista yrityksistä vain 12 prosentilla oli kokemusta yhteistyöstä. (Kuva 3.)

Kuva 3. Yhteistyön yleisyys elinkaaren eri vaiheissa², % pk-yrityksistä



Vaikuttaa siis siltä, että startup-yritysten osaamiselle on eniten kysyntää liiketoimintojen käynnistämiseksi ja voimakkaassa kasvuvaiheessa. Toisaalta myös omistajanvaihdostilanteessa yhteistyö on melko yleistä. Tämä voi olla seurausta esimerkiksi luopuvan senioriyrittäjän halusta suunnata omia vapautuvia resurssejaan alkuvaiheen kasvuyritysten tukemiseen ja auttamiseen. Toisaalta kyse voi olla myös jatkajayrittäjän tekemistä uudistuksista, joiden myötä pk-yrityksen aikaisempia toimintamalleja uudistetaan startup-yritysten avulla.

Kansantalouden näkökulmasta kiinnostava kysymys on myös se, miten startup-yritysten osaamista saataisiin hyödynnettyä nykyistä laajemmin myös vakaan toiminnan vaiheessa olevissa pk-yrityksissä. Kysymys on tärkeä, koska vakiintuneita työnantajayrityksiä on EK:n arvioiden mukaan lähes 60 000 kappaletta ja moniin näistä sisältyy valtavasti kasvupotentiaalia. Usein tämän kasvupotentiaal

² Kuvassa alku- ja kasvuvaiheeseen sisältyvät myös tilanteet, jotka muuttavat yrityksen toimintaa selvästi (pl. omistajan- ja sukupolvenvaihdokset). Omistajan- ja sukupolvenvaihdokset pitävät sisällään kaikki yritysjärjestelyt eli perheyrittäjien sukupolvenvaihdokset ja yritysmyyntit yrityksen johdolle / henkilöstölle sekä yritysfuusiot ja muut järjestelyt.

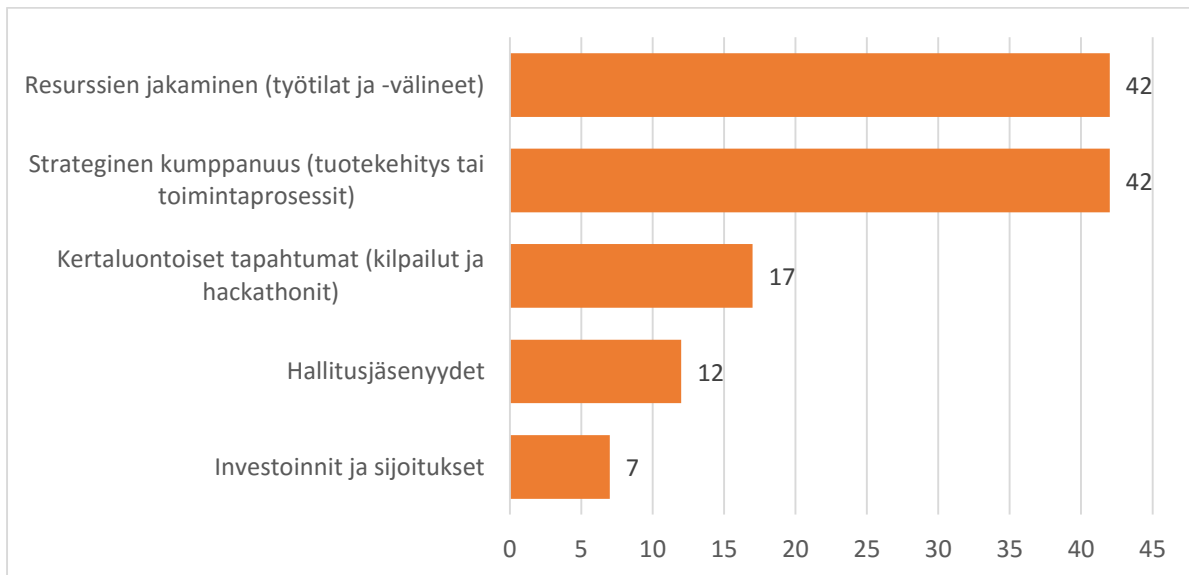
lunastaminen edellyttää kuitenkin esimerkiksi tuotantoprosessien uudistamista ja automatisointia, joihin startup-yritysten peliosaamisesta saattaisi löytyä apua.

4 Startup-yhteistyön muodot

4.1 Yhteistyön muodot moninaisia

Yhteistyötä tehneistä pk-yrittäjistä noin 22 prosenttia oli yrittäjänä, omistajana tai sijoittajana startup-yrityksessä. Käytännössä valtaosa yrittäjistä teki siis yhteistyötä ilman varsinaista omistus- tai sijoitussuhdetta startuppiin. Strategisesta kumppanuudesta oli kyse kahdessa viidesosassa tapauksista. Saman verran esiintyi myös yhteistyötä, jossa pk- ja startup-yritys olivat jakaneet resurssejaan kuten työtiloja ja -välineitä keskenään. Kuvassa 4 on esitetty yleisimmät yhteistyön muodot.

Kuva 4. Suosituimmat yhteistyömuodot, % yhteistyötä tehneistä yrityksistä

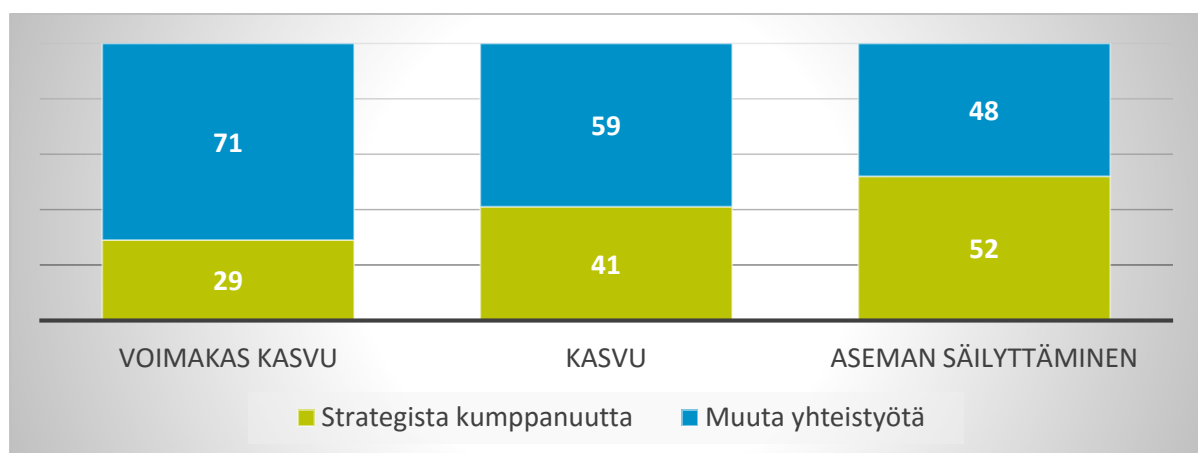


Huomionarvoista on se, että monilla yrityksillä oli kokemusta erilaisista yhteistyön muodoista, niin strategisista kumppanuuksista kuin löyhemmistä aktiviteeteista. Lisäksi esimerkiksi resurssien jakamiseen kuuluu laajasti ymmärrettynä myös alihankintayhteistyö, joka vaikuttaisi olevan melko yleistä pk- ja startup-yritysten välillä. Tuloksia tulkittaessa on myös huomattava, että yleensä strategisen kumppanuuden syntyminen edellyttää syvällistä luottamusta osapuolten välillä ja saattaa tämän vuoksi viedä ajallisesti melko kauan. Toisin sanoen perinteinen alihankinta tai resurssien jakaminen saattavat toimia lähtölaukauksena syvemmälle yhteistyölle ja muodostaa pohjan myöhempien aikojen strategiselle kumppanuudelle.

4.2 Strategisesta kumppanuudesta uutta liiketoimintaa

Tutkimuksen ehkä yllättävin havainto liittyy siihen, että strateginen kumppanuus pk- ja startup-yritysten välillä oli suhteellisesti yleisintä aseman säilyttämiseen tähtäävissä pk-yrityksissä. Näissä yrityksissä strateginen kumppanuus oli yhtä tavallista kuin muut yhteistyömuodot. Osuus oli merkittävästi suurempi kuin esimerkiksi voimakasta kasvua tavoittelevissa yrityksissä. (Kuva 5.)

Kuva 5. Strategisen kumppanuuden yleisyys, % yhteistyötä tehneistä yrityksistä

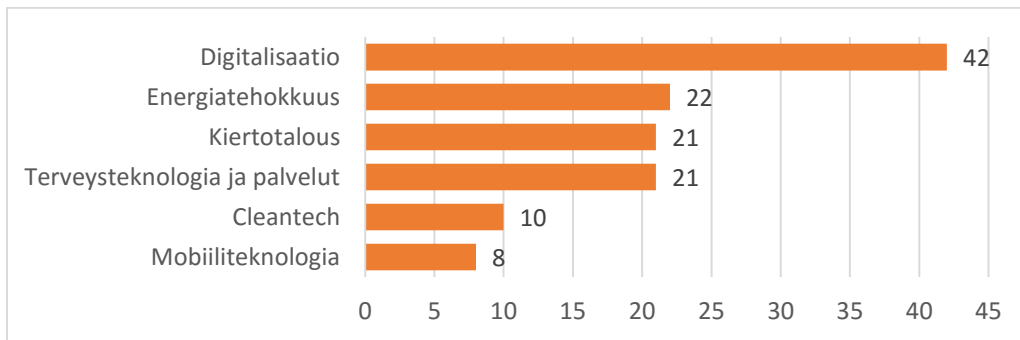


Käytännössä siis "aseman säilyttäjissä" tehtiin "kasvuhakuisia" harvemmin yhteistyötä startup-yritysten kanssa, mutta yhteistyössä oli todennäköisimmin kyse strategisesta kumppanuudesta. Tuloksia voidaan tulkita ainakin kahdella eri tavalla. Ensinnäkin strategisesta kumppanuudesta saatetaan hakea keinoja toiminnan tehostamiseen, kun kasvumahdollisuudet ovat rajalliset ja strategisten tavoitteiden saavuttaminen (kilpailussa pärjääminen) edellyttää esimerkiksi tuotantoprosessien trimmaamista tai kustannussäästöjen hakemista (mm. energia- ja materiaalitehokkuuden kautta). Toisaalta kyse voi olla myös siitä, että yritys on saavuttanut optimaalisen kokonsa ja etsii uusia kasvun lähteitä täysin uusilta toimialoilta joiden hyödyntämiseen yrityksen sisältä ei löydy riittävää osaamista (esim. digitalisaation hyödyntäminen).

4.3 Digitalisaatio yhteistyön kohteena

Yhteistyön aiheet ja tavoitteet ovat luonnollisesti yhtä heterogeenisiä kuin on pk-yrityskenttäkin. Selvästi yleisin yhteistyön kohde oli kuitenkin digitalisaatio ja sen hyödyntäminen. Seuraavaksi suosituimpina yhteistyön kohteina nousivat melko tasavahvasti esiin energiatehokkuus, kiertotalous sekä terveysteknologia ja -palvelut. (Kuva 6.)

Kuva 6. Yhteistyön kohde, % yhteistyötä tehneistä yrityksistä



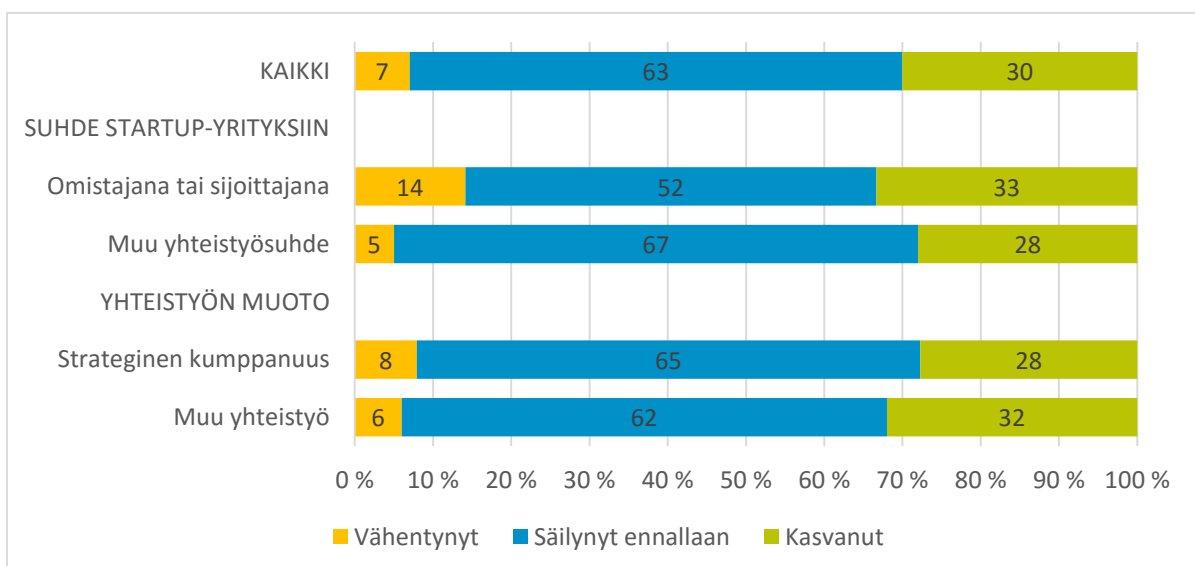
Digitalisaation korostuminen on ymmärrettävää, sillä EK:n kyselyissä pk-yritysten merkittävimmät osaamisvajeet liittyvät usein juuri erilaisten älykkäiden laitteiden, uusien teknologiasovellusten ja sosiaalisen median hallintaan tai hyödyntämiseen. Sen sijaan esimerkiksi energiatehokkuus yhteistyön kehittämiskohteena saattaa tarjota monille pk-yrityksille uusia keinoja kustannuskilpailukyvyyn parantamiseen ja menestymisedellytysten kohentamiseen.

5 Yhteistyön hyödyt ja esteet

5.1 Positiivinen vaikutus liikevaihdon kasvuun

Yhteistyöllä näyttäisi yrittäjien vastausten perusteella olevan myönteinen vaikutus pk-yritysten liikevaihdon kasvuun. Yhteistyötä startup-yritysten kanssa tehneistä yrittäjistä 30 prosenttia arvioi vaikutukset myönteisiksi ja 7 prosenttia ilmoitti myynnin supistumisesta. Startup-yrityksiä omistavien tai niihin sijoittaneiden vaikutusarviot jakoutuivat hieman voimakkaammin. Tämä johtunee siitä, että kyse on yleensä pitempiaikaisista panostuksista, joiden seurauksena yrittäjän resurssien sitoutuminen yhteistyöhön voi lyhyellä tähtäimellä myös supistaa alkuperäisen pk-yrityksen liikevaihtoa. (Kuva 7.)

Kuva 7. Yhteistyön vaikutukset pk-yrityksen liikevaihtoon, % yhteistyötä tehneistä yrityksistä



Yleisesti ottaen yhteistyön keskeiset tavoitteet liittyvät usein tavalla tai toisella yritystoiminnan uudistamiseen. Hyödyt koettiin suuremmiksi ja monipuolisemmiksi niissä tapauksissa, joissa kyse oli ollut strategisesta kumppanuudesta. Tulosten perusteella strategisen kumppanuuden tavoitteina on usein:

- uusien innovaatioiden luominen, kasvumahdollisuuksien hyödyntäminen, uuden liiketoiminnan käynnistäminen, tuotanto- ja palveluprosessien uudistaminen tai yrityksestä puuttuvan osaamisen täydentäminen.

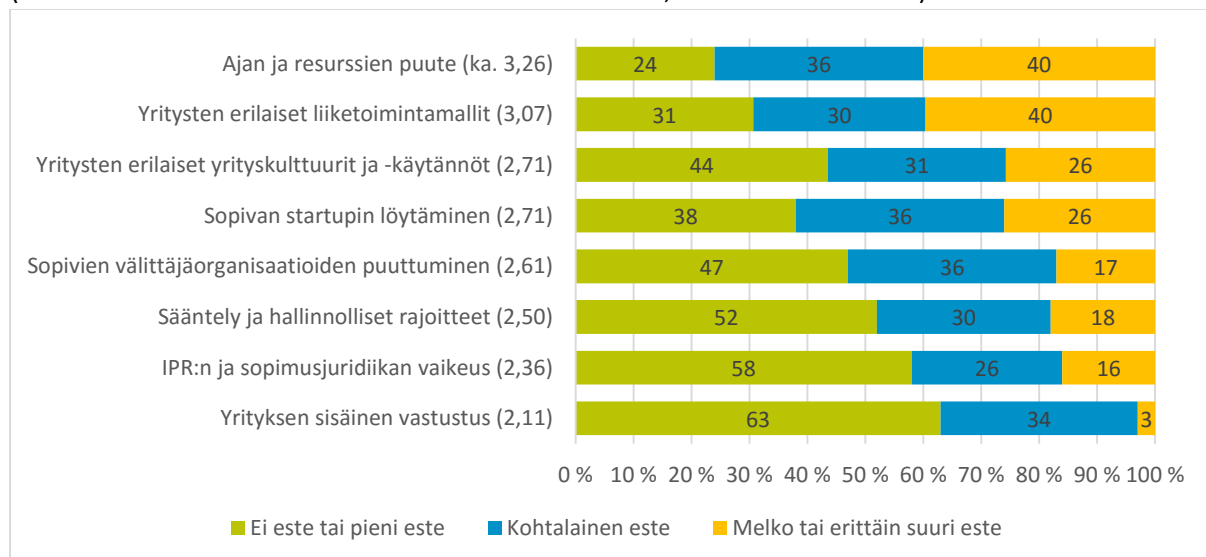
Käytännössä asiat nousivat esiin myös muussa yhteistyössä, mutta eivät yhtä vahvasti kuin strategisessa kumppanuudessa (erot ryhmien välillä tilastollisesti merkitseviä, $p < 0,05$).

5.2 Resurssien puute ja yritysten erilaisuus jarruina

Yhteistyön suurimpana esteenä näyttäisi olevan ajan ja resurssien puute sekä yritysten erilaiset liiketoimintamallit ja yrityskulttuurit (kuva 8). Tulokset kuvaavat hyvin sitä, kuinka varsinkin pienyrityksissä yrittäjien resurssit ovat rajalliset ja toiminnan kehittämiseksi jää usein liian vähän aikaa. Käytännössä juuri resurssien niukkuus selittää ainakin osittain sitä, miksi pk- ja startup-yritysten yhteistyö on usein verrattain pienimuotoista ja mittavat panostukset pitkäaikaiseen yhteistyöhön tai strategiseen kumppanuuteen harvinaisempia kuin suuremmissa yhtiöissä.

Kuva 8. Yhteistyön esteet, % yhteistyötä tehneistä yrityksistä

(suluissa vastausten keskiarvot asteikolla 1-5: 1=ei este, 5=erittäin suuri este)

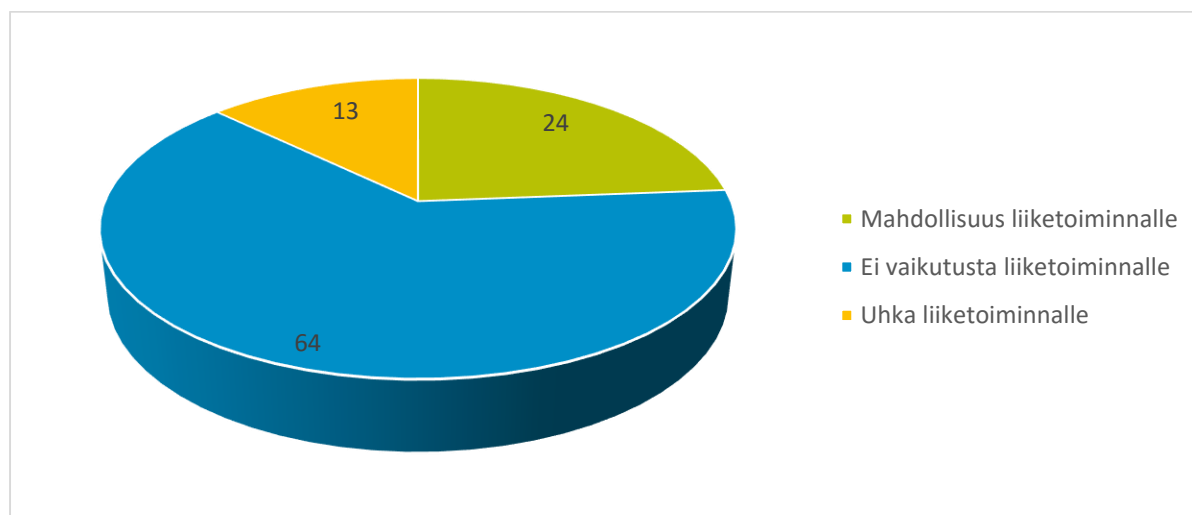


Yhteistyön esteitä näyttäisi esiintyvän erityisesti silloin, jos pk-yrittäjällä on omistus- tai sijoitussuhde startup-yritykseen. Tällöin muun muassa sääntely ja hallinnolliset rajoitteet sekä aineettoman omaisuuden ja sopimusjuridiikan vaikeus korostuvat esteinä tavanomaista voimakkaammin. Kyse on todennäköisesti siitä, että omistajina tai sijoittajina yrittäjät joutuvat konkreettisemmin kohtaamaan näitä uudelle liiketoiminnalle melko tunnusomaisia haasteita.

5.3 Jakamistaloudesta yhä useammalla mielipide

Edellä kuvatut tulokset yhteistyön esteistä kuvaavat hyvin myös sitä, kuinka varsinkin toimialoja mullistavien ja perinteisistä liiketoimintamalleista poikkeavien innovaatioiden hyödyntämiseen sisältyy paljon juridisia ja hallinnollisia esteitä. Varmaankin tunnetuimmat esimerkit tästä liittyvät jakamistalouteen, jolla tyypillisesti tarkoitetaan tavaroiden ja palveluiden yhteiskäyttöön perustuvia liiketoimintamalleja. Jakamistalous on esimerkiksi Über-tapauksen vuoksi ollut vahvasti esillä mediassa ja yhä useammalla yrittäjälläkin on mielipide tämänkaltaisten toimintamuotojen vaikutuksista heidän yritystoimintaansa (kuva 9). Myös muun muassa liikennekaaren kaltaiset konkreettiset avaukset saattavat osaltaan vaikuttaa yrittäjien mielipiteiden vahvistumiseen.

Kuva 9. Suhtautuminen jakamistalouteen, % kaikista yrityksistä



Pk-yrityksistä 24 prosenttia pitää jakamistaloutta mahdollisuutena ja 13 prosenttia arvioi sen uhaksi nykyiselle liiketoiminnalleen. Asiaa on kysytty EK:n kyselyissä aikaisemminkin ja esimerkiksi syksyllä 2015 kerätyssä aineistossa vastaavat prosenttiosuudet olivat 18 ja 3 prosenttia. Kyselyjen tulokset eivät ole keskenään täysin vertailukelpoisia, mutta ne osoittavat kuitenkin selvästi ainakin pari asiaa: yhä useammalla pk-yrittäjällä on nyt asiasta mielipide ja nämä mielipiteet jakautuvat entistä tasaisemmin kahteen ääripään leiriin.

Tuloksissa huomio kiinnittyy myös siihen, että yksittäisistä taustamuuttujista kasvuhakuisuus näyttäisi selittävän suhtautumista jakamistalouteen kaikkein voimakkaimmin. Tätä kuvastaa hyvin se, että voimakasta kasvua tavoittelevista yrityksistä jopa 44 prosenttia näki jakamistaloudessa mahdollisuuksia ja kuusi prosenttia uhkia omalle liiketoiminnalleen. Tulokset viittaavat siihen, että osa kasvuhakuisista yrityksistä hyödyntää jo melko tehokkaasti uusimpia liiketoimintamalleja tai rakentaa yritystoimintaansa niiden varaan. Toisaalta jakamistalouden kaltaiset uudet ilmiöt pakottavat myös monia vakiintuneita yrityksiä uudistumaan ja etsimään keinoja, joilla selviytyä uudenlaisessa kilpailussa. Tämä näkyy mielipiteiden jakautumisena aseman säilyttämiseen tähtäävissä yrityksissä, joiden keskuudessa mahdollisuus- ja uhka-arvioita esittäneiden osuudet olivat lähes saman suuruisia (18 ja 17 prosenttia).

6 Lisätiedot



Jari Huovinen

Johtava asiantuntija

☎ 040 861 4582

✉ jari.huovinen@ek.fi

🐦 [@PKjari](https://twitter.com/PKjari)