

# Januar 2020 | Markedsundersøgelse



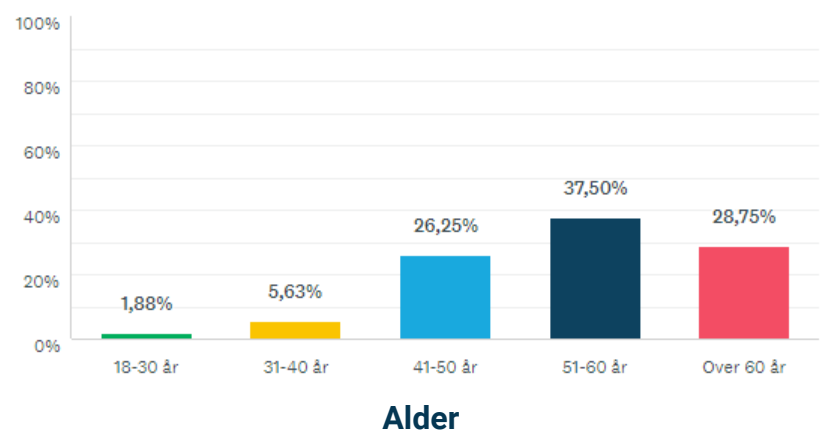
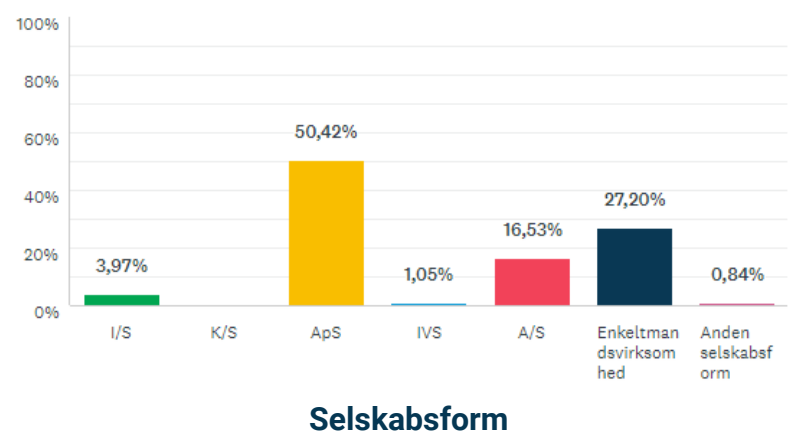
## MARKEDSUNDERSØGELSE: EN KORTLÆGNING AF FORHOLDENE FOR DANSKE SMV'ER

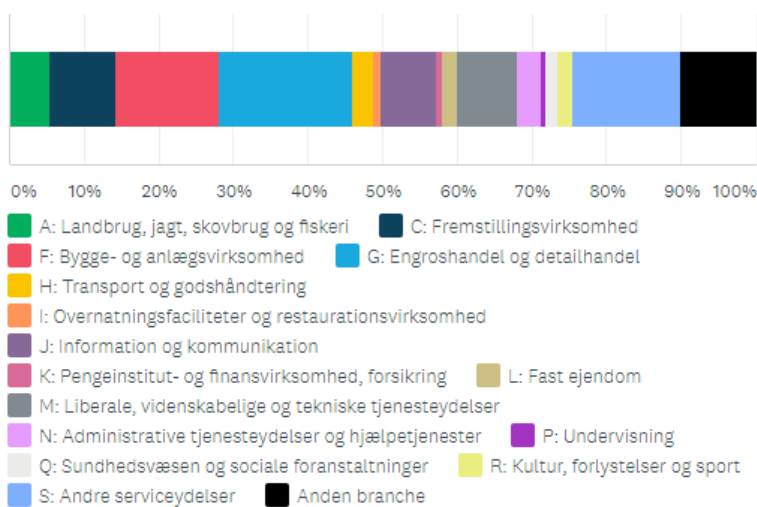
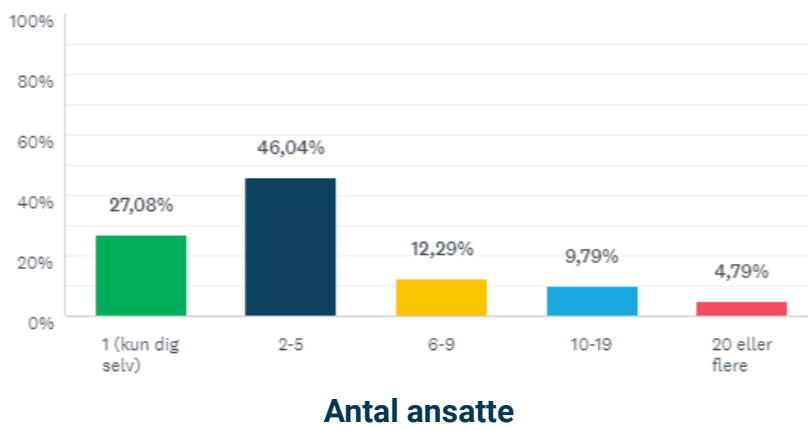
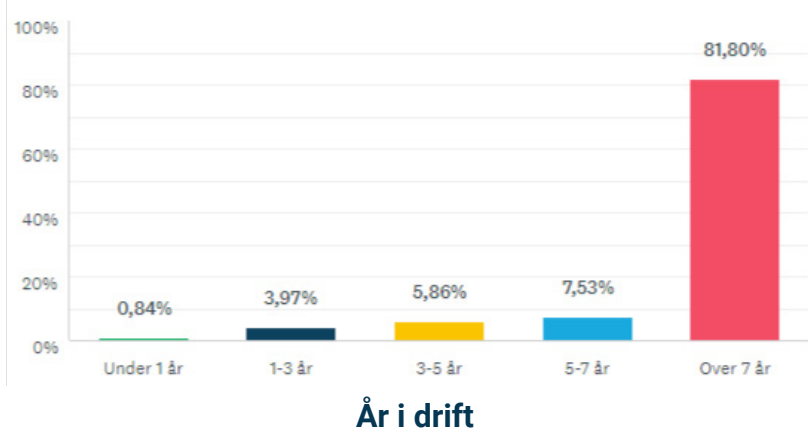
Vi har hos SMVGuiden taget initiativ til at udarbejde en omfattende markedsundersøgelse, der har til formål at belyse relevante forhold for danske SMV'er. Der bliver blandt andet stillet skarpt på SMV'ernes største udfordringer, præferencer og drivkraft, hvor resultaterne baseres på svar fra 501 virksomhedsejere, som har deltaget i undersøgelsen. Udover at danne grundlaget for en spændende analyse, som du kan læse nedenfor, giver resultaterne os også et indblik i, hvilket indhold der bør sættes mere fokus på her på SMVGuiden. Undersøgelsen vil stadig være aktiv i diverse kanaler frem til uge 6, hvorfor vi i næste nyhedsbrev ligeledes vil give en kort opdatering på eventuelle bemærkelsesværdige ændringer i resultaterne i den mellemliggende periode.

www.smvguiden.dk

### Helt almindelige SMV-ejere deltog

Blandt de foreløbige respondenter var der en klar overvægt af personer over 40 år (92,47%), der enten ejer et anparts-selskab (50,42%) eller en enkeltmandsvirksomhed (27,2%) med mere end 7 år i drift (81,8%). 73,01% medgiver desuden at have 5 ansatte eller derunder, og der ses en bred fordeling af virksomheder på tværs af alle brancher. Den stærkest repræsenterede sektor er den bredtfavnende "G: Engroshandel og detailhandel", som blot 18% af de deltagende virksomheder kan kategoriseres i, hvor resten af relativt jævnt fordelt proportionelt set i forhold sektorenes størrelse i Danmark. Det er med andre ord ganske almindelige SMV-ejere, der har deltaget i markedsundersøgelsen. Besvarelserne giver os derfor et udmærket billede af forholdene for vores målgruppe, hvorfor du måske kan nikke genkendende til spørgeskemaets statistiske konklusioner set ud fra din egen virksomheds briller.





Sektorfordeling

**Salg, markedsføring og rekruttering er blandt SMV’ernes største udfordringer**

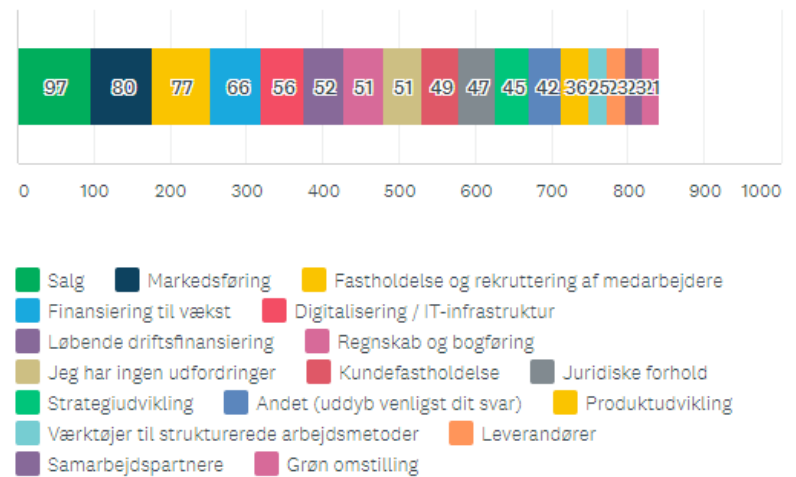
Tallene taler sit tydelige sprog: SMV’erne anser salg & markedsføring, rekruttering/fastholdelse af de rette medarbejdere og finansiering som deres største udfordringer. Hvis du hører til den gruppe, så anbefaler vi, at du læser nogle af vores artikler på vores områderne:

**Næste ansøgningsfrist:**

- › Hvad er salg? Og hvordan adskiller det sig fra markedsføring?
- › Markedssegmentering: Hvordan segmenterer du markedet?
- › Rekruttering af medarbejdere: Find og ansæt din nye medarbejder
- › Digital markedsføring: Nå ud til nye kunder på et stramt budget
- › Vækstfinansiering: Find finansiering til vækst

Hvis du især kan bide mærke i sidstnævnte, kan du med fordel **ansøge om et OPR-Virksomhedslån**.

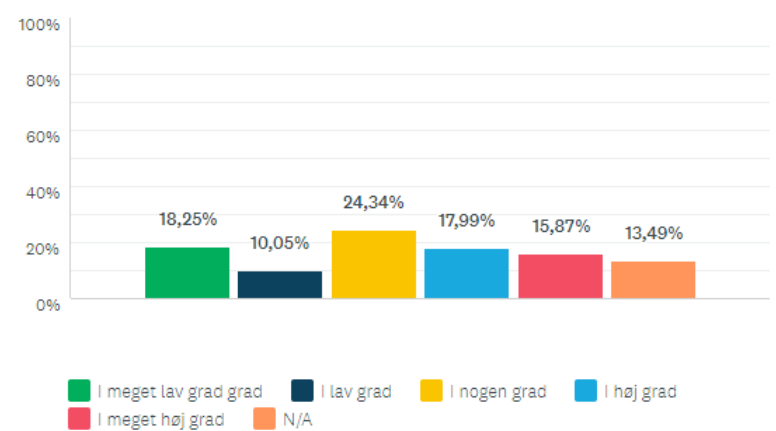
En anelse overraskende medgiver kun 14,51% “Digitalisering og IT-infrastruktur” som en primær udfordring trods Deloitte’s og Erhvervsministeriets konklusioner om manglende IT-sikkerhed og digital omstilling blandt SMV’erne.



Udfordringer i virksomheden

**Banken forstår “i nogen grad” SMV’ernes finansieringsbehov**

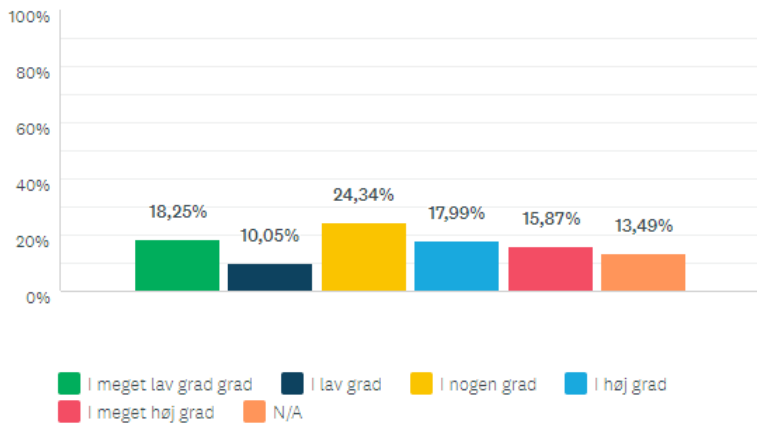
I forlængelse af finansieringsproblemet medgiver SMV’erne gennemsnitligt ikke så overraskende, at banken kun “i nogen grad” forstår deres finansieringsbehov, hvor knap en femtedel medgiver, at banken kun forstår finansieringsbehovet “i meget lav grad”:



Bankens forståelse af SMV’ernes finansieringsbehov

**Leverandørernes personlige service og kvalitet vægter højest**

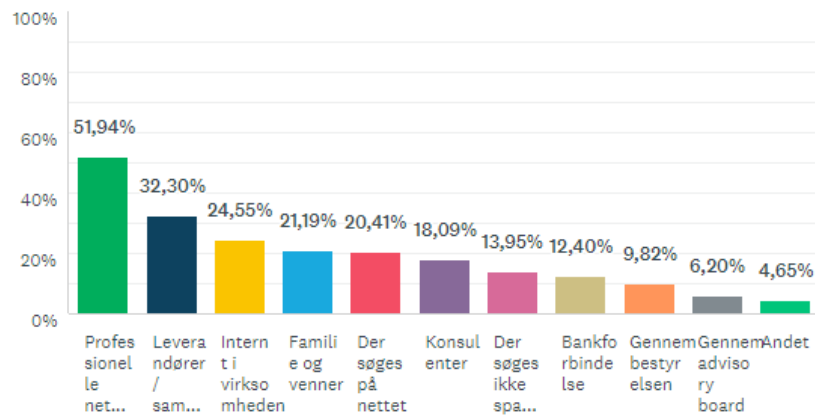
Ud fra de ti opsatte parametre er “personlig service” helt i toppen, hvor kvaliteten af de leverede ydelser og forsyningssikkerheden følger skarpt efter. Andres anbefalinger om leverandørerne og leverandørernes priserne har mindst at sige. Over halvdelen af respondenterne har ikke engang inkluderet “pris” i top 5, hvilket er bemærkelsesværdigt taget i betragtning af SMV’ernes relative likviditetspres. Det antyder, at højere forudsigelige omkostninger foretrækkes over lavere, risikobehæftede omkostninger.



**Bankens forståelse af SMV'ernes finansieringsbehov**

**Professionelle netværk er SMV'ernes foretrukne sparringspartnere**

Leverandørerne gør sig igen bemærket i dette spørgsmål, hvor det tydeligt ses, at det ikke bare handler om at levere en ydelse til lavest mulige pris - de anses også som værende en kilde til viden for forretningens drift og udvikling. Endnu flere (51,69%) får dog deres sparring gennem professionelle netværk som blandt andet brancheforeninger, iværksætterfora m.m. Mest af alt bliver der altså lyttet til, hvad ligesindede har sig af tanker:



**Bankens forståelse af SMV'ernes finansieringsbehov**

**Revision tilvælges i stor stil**

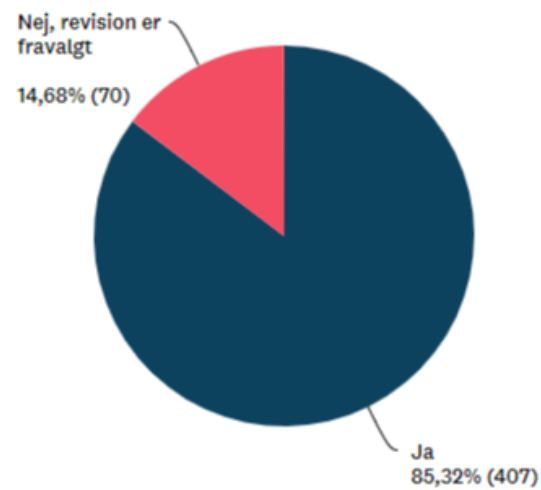
Enkeltmandsvirksomheder har ikke pligt til at offentliggøre sine regnskaber og kan derfor givetvis frit vælge, om de ønsker revision eller ej. De mindste af selskaberne kan ligeledes fravælge revision, såfremt de ikke overskrider to af tre størrelser på balancedagen:

- › En balancesum på 4 mio. kr.
- › En nettoomsætning på 8 mio. kr.
- › Et gennemsnitligt antal heltidsbeskæftigede på 12 i løbet af regnskabsåret

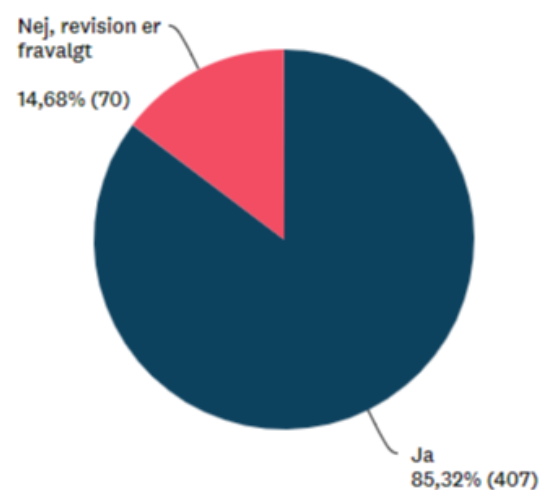
Blandt respondenterne i vores undersøgelse, var der kun 14,64%, som havde 10 fuldtidsansatte eller flere, og derfor kan vi udlede, at mange af respondenter formentlig kunne fravælge revision helt lovligt, dog uden at kende til deres nøjagtige regnskabstal.

Alligevel har hele 85,32 % medgivet, at de har anvendt revisor, hvoraf 73,05% har anvendt "fuld revision". Blandt de 14,68%, der ikke har anvendt revision, kan omkostnings-

fokus og egne bogføringskompetencer fremhæves som de mest gængse årsager til fravalget.



**Revision**

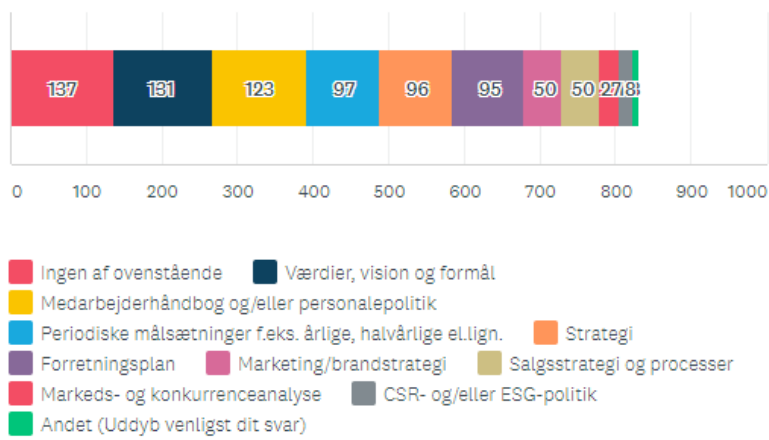


**Typer af revision**

**SMV'erne formaliserer kun sin forretning i et beskedent omfang**

SMV'erne har nok at se til med at drive sin forretning, og derfor kan nedskrivningen af processer og politikker hurtigt blive nedprioriteret. Det viser denne undersøgelse også, hvor hele 35,49% svarer, at de ikke har fået noget som helst ned på skrift. En tredjedel har skrevet en strategi for virksomheden ned, og kun en fjerdedel skriver målsætninger ned, selvom konkrete handlingsplaner og håndgribelige retninger beviseligt har en positiv effekt på produktivitet, motivation og slutresultat. Hvis du er blandt dem, der mangler at få din virksomheds aktiviteter ned på skrift, anbefaler vi, at du starter med at læse følgende artikler:

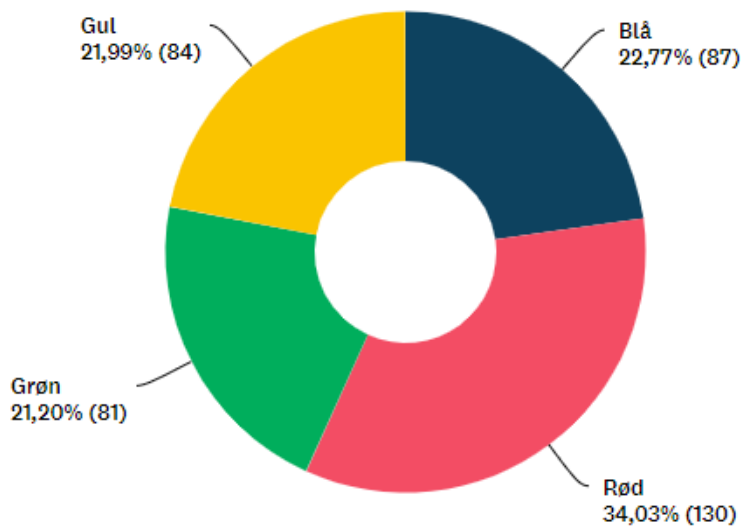
- › OKR: Målsætning med Objectives and Key Results
- › SMART-metoden: Målsætninger med mening
- › Personalehåndbogen: Guide fra A til Z
- › Personalepolitik: 7 punkter du bør have med
- › Mission, vision og værdier: Din virksomheds DNA



### SMV'ernes formalisering/nedskrivning af dokumenter

#### Der er en overvægt af "røde" SMV-ejere

Man skal have "ild i bagen", gåpåmod og turde tage chancer, hvis man gerne vil være iværksætter - derfor er det heller ikke så underligt, at de fleste SMV-ejere identificerer sig selv som "rød" inden for Thomas Erikson's fire personlighedstyper fra bogen "omgivet af idioter". Røde personer karakteriseres blandt andet som driftige, målbevidste, resultatorienterede, utålmodige og bramfrie. De øvrige personlighedstyper viser sig så, at være lige bredt repræsenterede, hvorfor vi herudover også kan konkludere, at iværksætterstereotypen langt fra passer på alle virksomhedsejere.



### SMV-ejernes egen vurdering af deres persontyper

#### Tag din virksomhed skridtet videre

SMV'erne går altså rundt med mange af de samme udfordringer, men ofte har de også mange af de samme begrænsninger. Flere af udfordringerne er knyttet til markedsforhold, der kan være svære at have en indflydelse på, men meget kan heldigvis imødekommes - det er det, vi forsøger at afhjælpe på SMVGuiden og OPR-Virksomhedslån. Selv små tiltag kan have en stor betydning for din virksomheds videre drift, og de kan være nemmere at implementere, end du tror.