

Yritys-oppilaitoskysely 2021 Raahen alueraportti

Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra

24.3.2021 | Taloustutkimus Oy | Tuomo Turja & Timo Myllymäki

Miten tutkimus tehtiin

Tutkimuksen toteutus

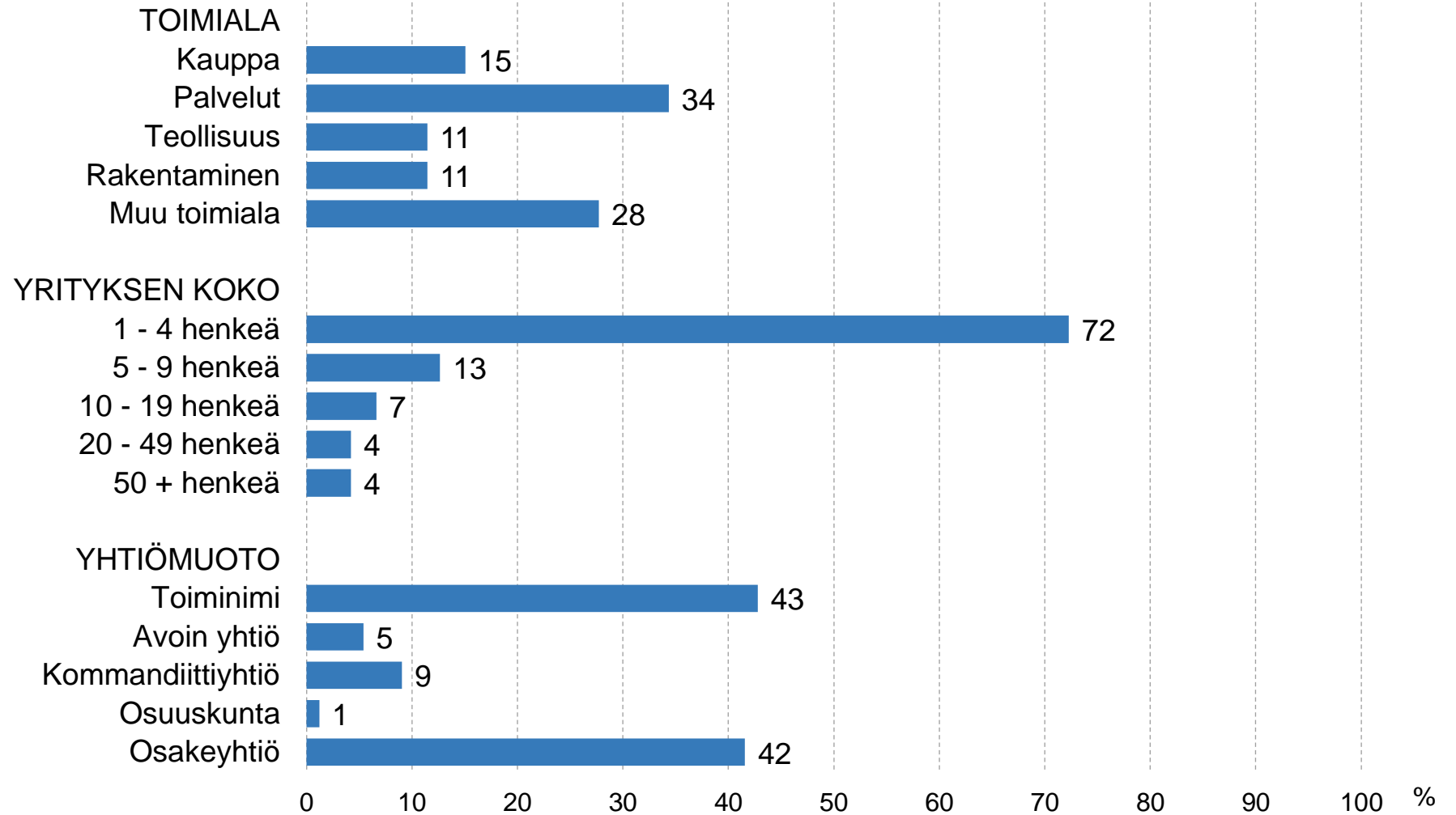
- Tutkimuksen on toteuttanut Taloustutkimus Oy Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitran (myöhemmin Sitra) toimeksiannosta.
- Tutkimuksessa selvitetään trendien vaikutusta yritysten liiketoiminnan kehittämiseen, kokemuksia, mielikuvia ja asenteita liittyen oppilaitosten kanssa tehtävään yhteistyöhön sekä sitä, miten yritykset ovat varautuneet tulevaisuuden osaamistarpeisiin.
- Tutkimuksessa haastatellaan yrityspäittäjiä useilta eri alueilta eri puolilta Suomea. Haastattelutavoitemäärät ovat seuraavat:
- Maakunnat (5 x 300 haastattelua)
 - Etelä-Savo
 - Kainuu
 - Lappi
 - Pirkanmaa
 - Varsinais-Suomi
- Seutukunnat (2 x 150 haastattelua)
 - Raahe
 - Ylä-Savo
- Kaupunkialueet (2 x 100 haastattelua)
 - Hämeenlinna
 - Seinäjoki

Tutkimuksen toteutus

- Tutkimus on toteutettu Taloustutkimuksen tutkimuskeskuksesta käsin puhelinhaastatteluina. Haastattelut aloitettiin 20.1.2021 ja niitä jatkettiin siihen saakka, että kaikki alueet saatiin haastatelluksi. Haastattelut porrastettiin alueittain. Viimeiset haastattelut tehtiin 12.3.2021.
- Kaikkiaan projektissa tavoiteltiin 2000 haastattelua. Tavoite ylittyi, niitä tehtiin kaikkiaan 2069 kpl. Osa yrityspäätäjistä halusi puhelinhaastattelun sijaan vastata sähköisellä kyselyllä. Heille toimitettiin linkki tutkimuslomakkeelle sähköpostitse.
- Pääsääntöisesti yrityspäätäjien osoitteistot hankki Taloustutkimus Oy, Bisnode Oy:n yhteystietorekisteristä. Osa alueista toimitti yhteystietolistoja Taloustutkimukseen tietoturvallisesti, heidän kanssaan laadittiin tietojenkäsittelysopimus. Yhteystiedot hävitetään tutkimusprojektin valmistuttua. Osa alueista toimitti alueiden yritysten nimiä ilman yhteystietoja, Taloustutkimus etsi näille yhteystiedot.
- Tutkimuksesta laadittiin jokaiselle alueelle oma raportti. Tämän lisäksi kaikkien vastaajien tulokset koottiin yhteen valtakunnalliseksi raportiksi.
- Käsillä oleva raportti on Raahen alueraportti.
- Taloustutkimuksessa tutkimusprojektin vastuulliset tutkijat ovat Tuomo Turja ja Timo Myllymäki. Yhteystiedot: etunimi.sukunimi@taloustutkimus.fi / 010 7585 11.
- Taloustutkimuksen laadunvarmistus on kuvattu liitteessä.

Vastaajarakenne

Taustatiedot



Kaikki vastaajat, n=166

Yhteenveto tuloksista

YHTEENVETO

- Trendeistä voimakkaimmin yrityksen liiketoiminnan kehittämiseen vaikuttavat:
 - Työn merkityksellisyyden korostuminen
 - Verkostomaisen toiminnan kasvava merkitys
- Esitetyistä trendeistä harvimmin liiketoiminnan kehittämiseen vaikuttavat:
 - Yhteiskunnan monimuotoistuminen
 - Dataan perustuvat tuotteet, palvelut, prosessit ja liiketoimintamallit
 - Työurien pirstaloituminen
 - Ekologinen kriisi
- 67 prosenttia vastaajista on tunnistanut yrityksen tulevaisuuden osaamistarpeet vähintään hyvin, 28 prosenttia tyydyttävästi ja 3 prosenttia välttävästi tai erittäin huonosti. Alueella on melko hyvä tilanne osaamistarpeiden tunnistamisen saralla.

YHTEENVETO

- 14 prosenttia tekee aktiivista, 39 prosenttia satunnaista yhteistyötä oppilaitosten kanssa. 12 prosenttia on kiinnostuneita yhteistyöstä, 22 prosenttia sanoo, etteivät ole tehneet yhteistyötä tai se ei ole tarpeellista, mahdollista tai kiinnostavaa.
 - Yhteistyötä tekevistä tai siitä kiinnostuneista 56 prosenttia toteaa keskeisimmäksi vaikuttimeksi yhteistyölle alueellisen elinvoiman edistämisen ja yhteiskuntavastuun toteuttamisen. Joka toinen mainitsee myös tulevaisuuden osaamistarpeisiin varautumisen sekä uusien osaajien löytämisen ja rekrytoimisen.
 - Yhteistyössä toimii parhaiten yhteyshenkilöiden löytyminen, palvelujen sijainti ja yhteistyön sovittaminen aikataulullisesti oman työn kanssa. Harvimminkin toimii kansainvälinen yhteistyö, yhteiskunnan rahoitus tai tuki yhteistyölle ja verkostoituminen oppilaitosyhteistyön kautta.
 - Syyt sille, miksi yhteistyötä ei tehdä, liittyvät siihen, että yrityspäätäjät kokevat uusien osaajien hankkimisen, henkilöstön osaamisen kehittämisen tai yrityksen liiketoiminnan kehittymisen toteutuvan paremmin muulla tavalla. Melko monella arveluttavat lisäksi organisointiin ja toteutukseen vaadittavat resurssit suhteessa syntyvään hyötyyn.

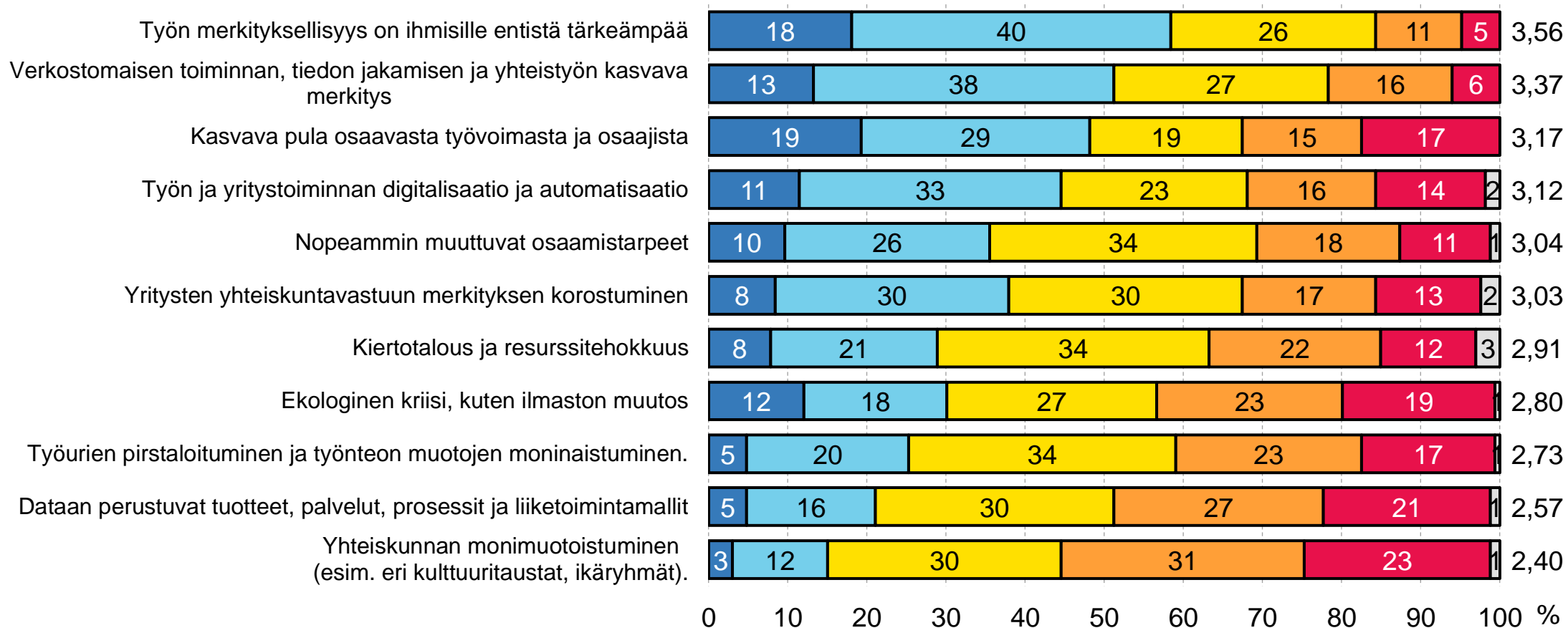
YHTEENVETO

- 53 prosenttia yrityksistä on vähintäänkin hyvin, 33 prosenttia tyydyttävästi ja 9 prosenttia korkeintaan välttävästi kuvannut yrityksen liiketoiminnalle merkityksellisen osaamisen nykytilan. Vain 34 prosenttia tallentaa yrityksen osaamistietoa.

Tutkimusgrafiikka

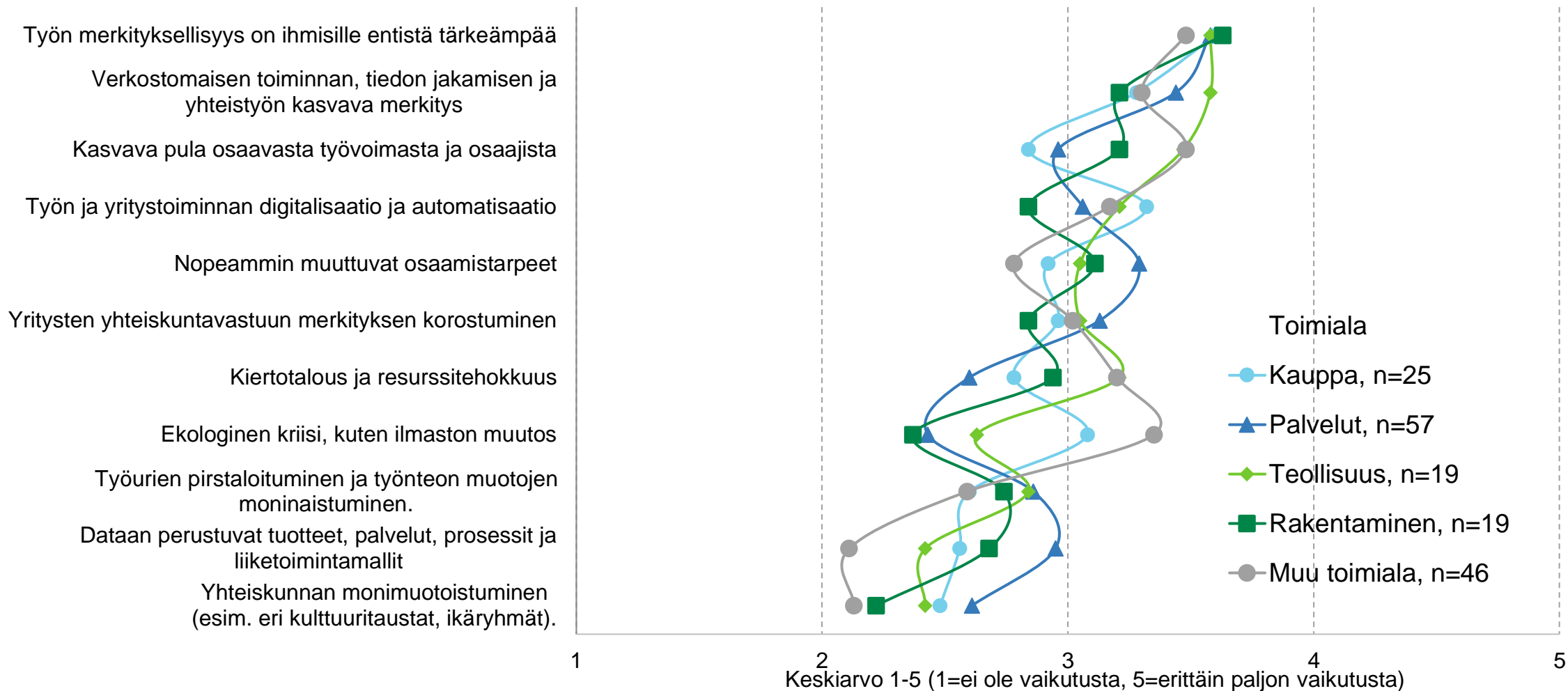
1.1 Trendien vaikuttavuus yrityksenne liiketoiminnan kehittämiseen? – Kaikki vastaajat

■ 5 erittäin paljon vaikutusta
 ■ 4 melko paljon vaikutusta
 ■ 3 vaikuttaa jonkin verran
 ■ 2 vaikuttaa vähäisesti
 ■ 1 ei ole vaikutusta
 ■ ei osaa sanoa
 Keskiarvo



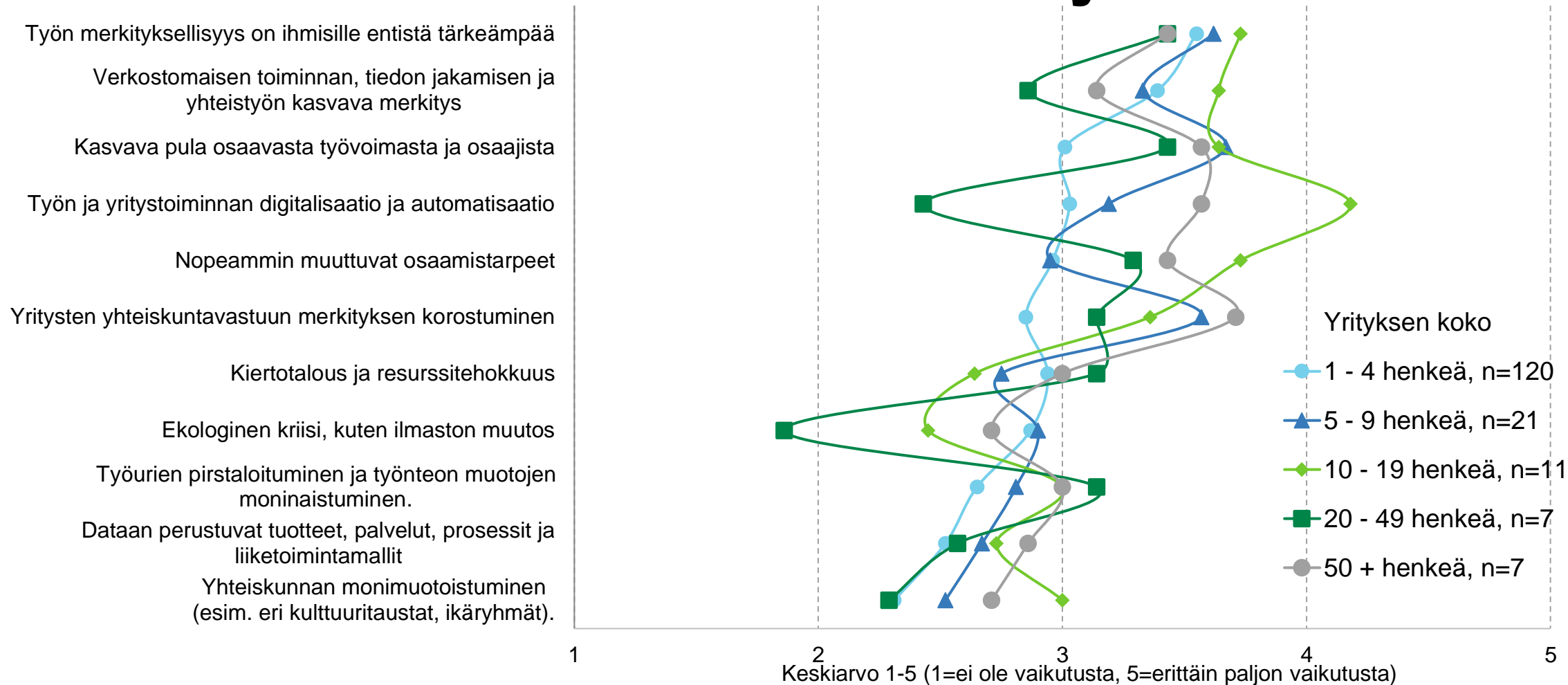
Kaikki vastaajat, n=166

1.1 Trendien vaikuttavuus yrityksen liiketoiminnan kehittämiseen? – Toimiala



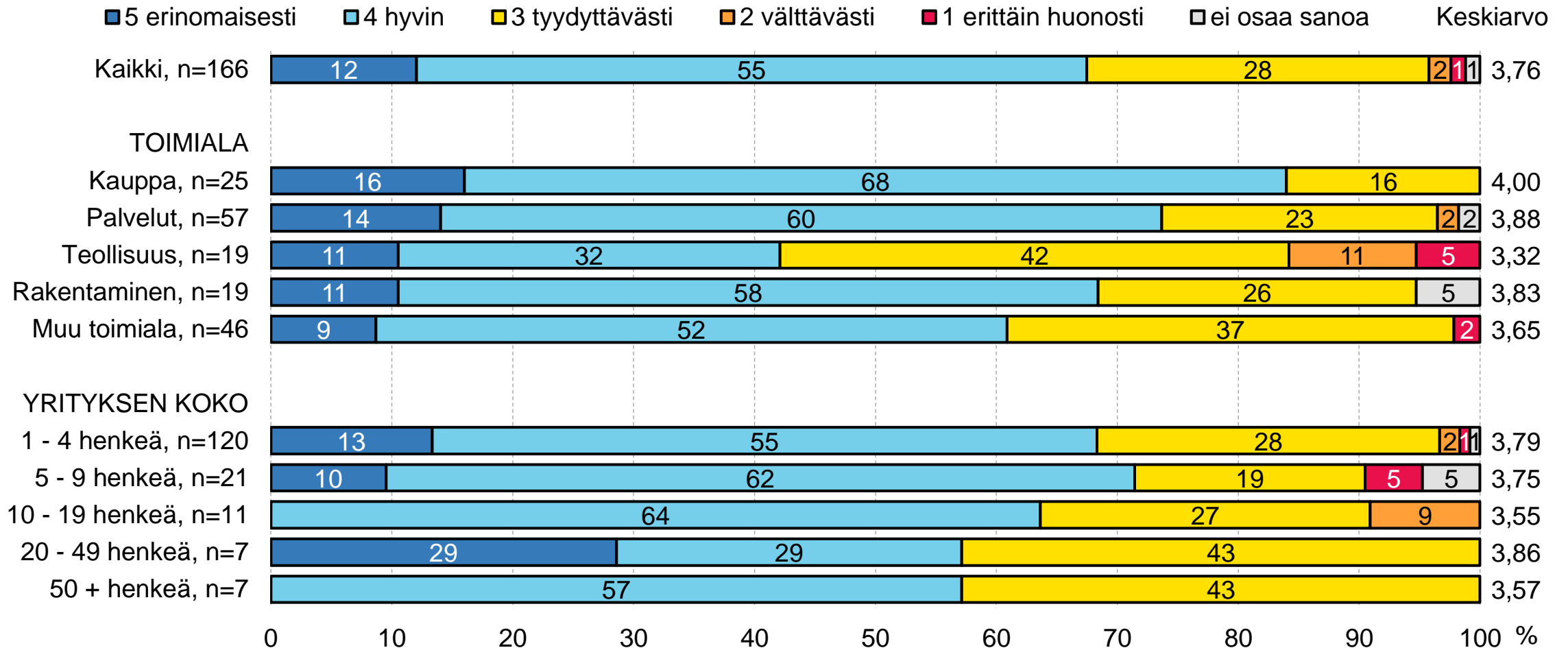
n=kaikki vastaajat

1.1 Trendien vaikuttavuus yrityksenne liiketoiminnan kehittämiseen? – Yrityksen koko



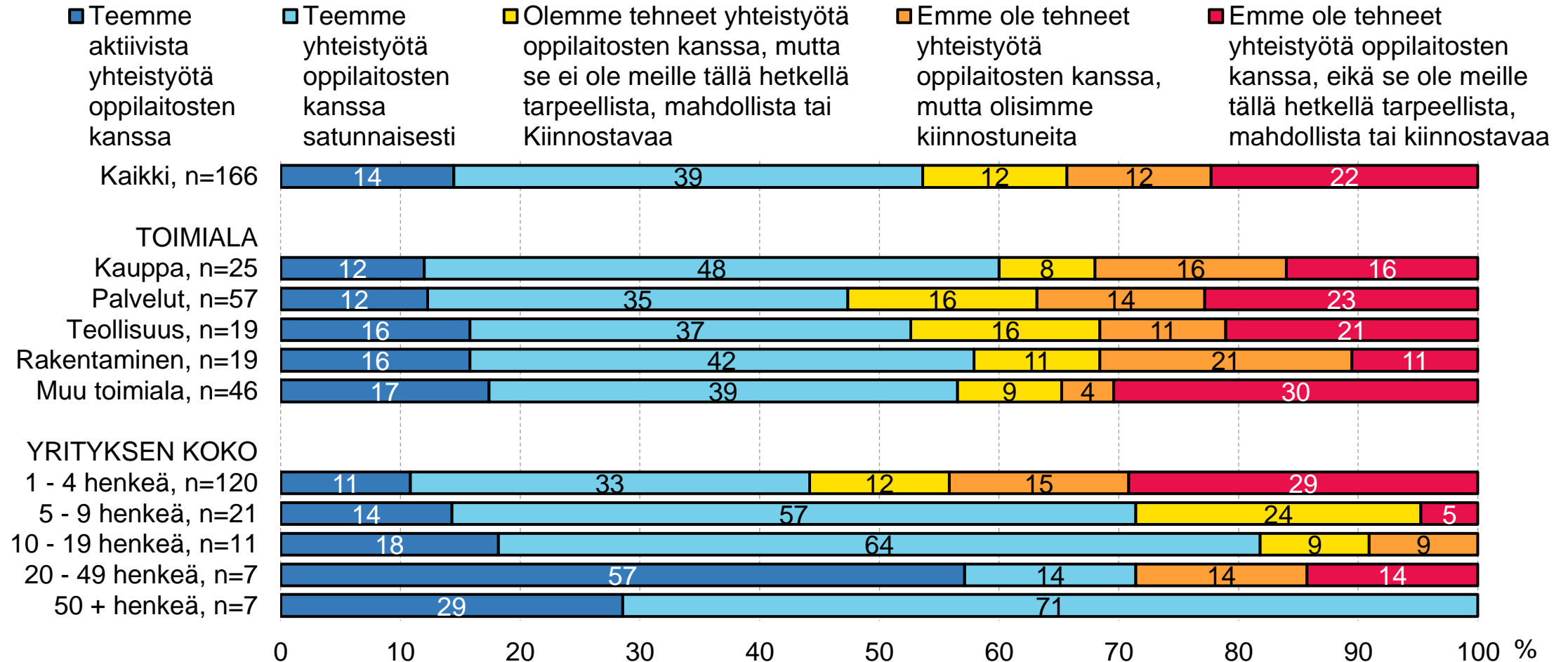
n=kaikki vastaajat

1.2. Miten hyvin olette tunnistaneet yrityksenne tulevaisuuden osaamistarpeet? – Toimiala ja yrityksen koko



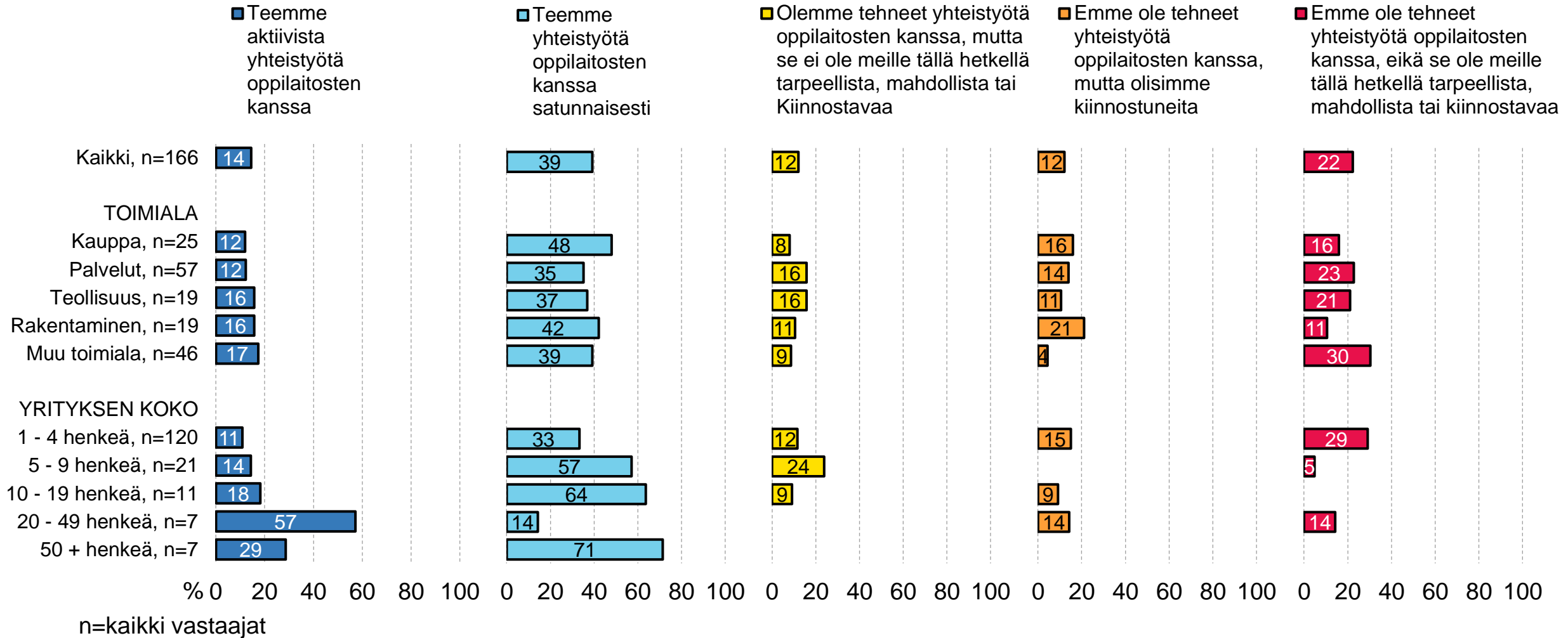
n=kaikki vastaajat

2.1 Oletteko tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa? – Toimiala ja yrityksen koko

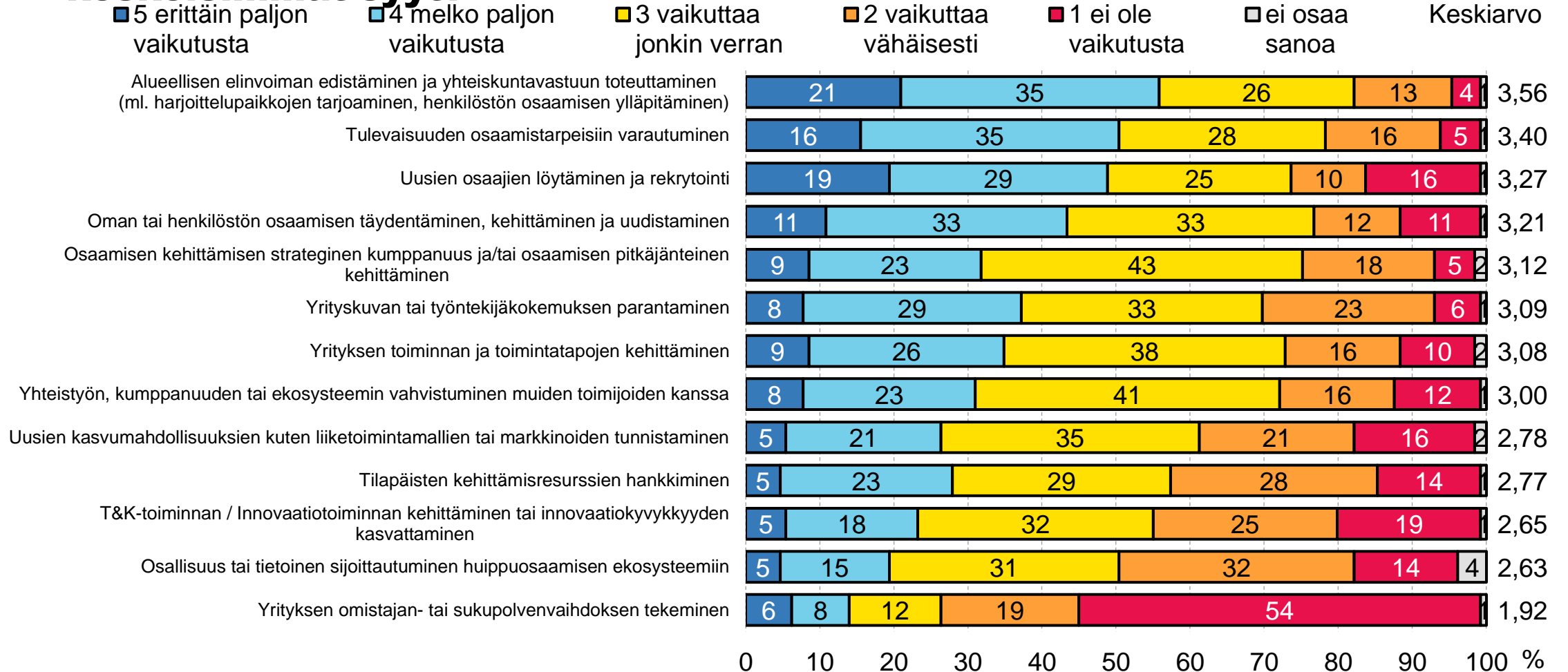


n=kaikki vastaajat

2.1 Oletteko tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa?



2.2 Mikäli teette, olette tehneet tai olisitte kiinnostuneita tekemään yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat tai olivat sen keskeisimmät syyt?



Vastaajat, tekee tai on tehnyt yhteistyö oppilaitosten kanssa tai yhteistyö kiinnostaa n=129

2.2 Mikäli teette, olette tehneet tai olisitte kiinnostuneita tekemään yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat tai olivat sen keskeisimmät syyt? – Toimiala

Alueellisen elinvoiman edistäminen ja yhteiskuntavastuun toteuttaminen (ml. harjoittelupaikkojen tarjoaminen, henkilöstön osaamisen ylläpitäminen)

Tulevaisuuden osaamistarpeisiin varautuminen

Uusien osaajien löytäminen ja rekrytointi

Oman tai henkilöstön osaamisen täydentäminen, kehittäminen ja uudistaminen

Osaamisen kehittämisen strateginen kumppanuus ja/tai osaamisen pitkäjänteinen kehittäminen

Yrityskuvan tai työntekijäkokemuksen parantaminen

Yrityksen toiminnan ja toimintatapojen kehittäminen

Yhteistyön, kumppanuuden tai ekosysteemin vahvistuminen muiden toimijoiden kanssa

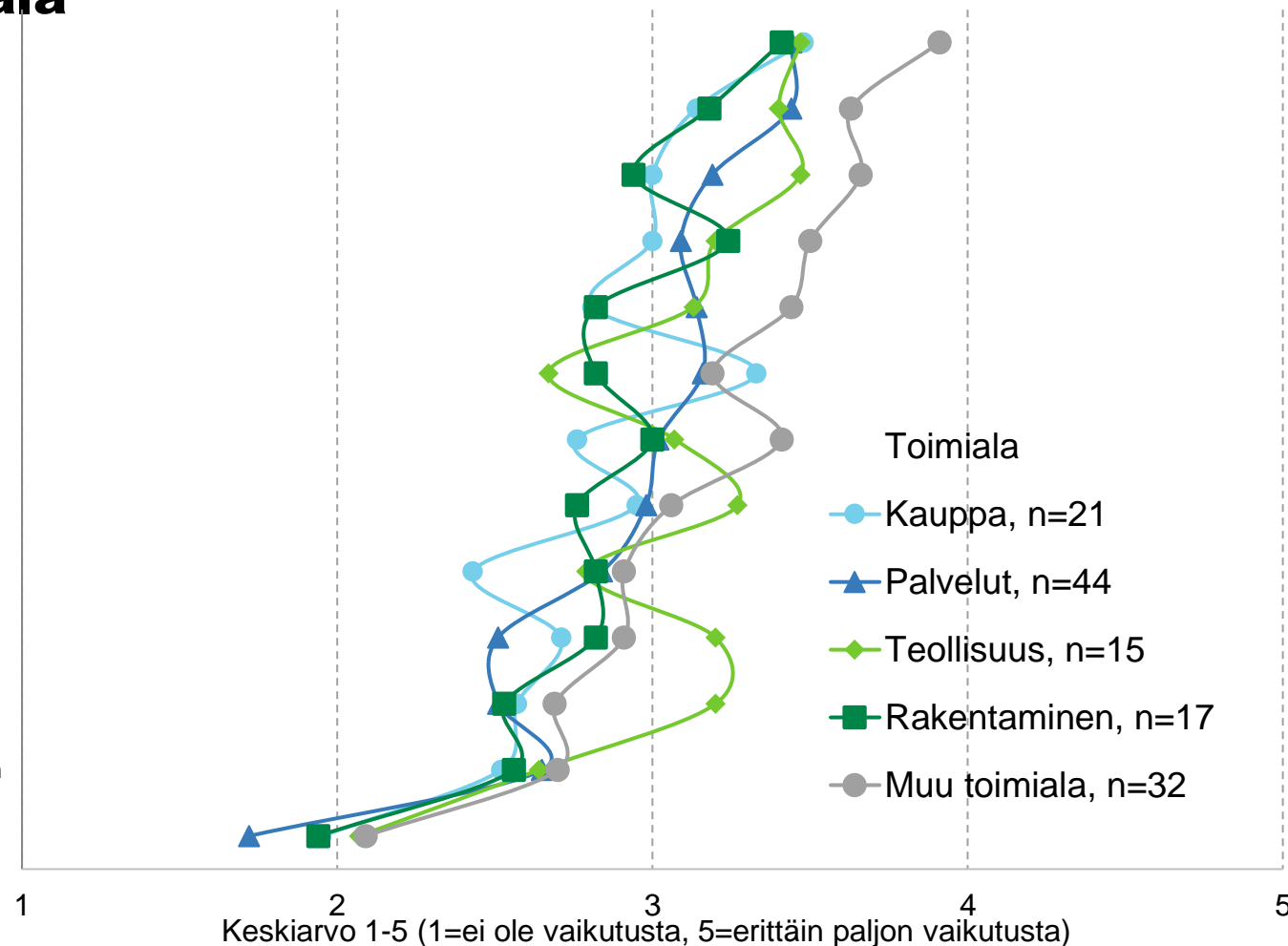
Uusien kasvumahdollisuuksien kuten liiketoimintamallien tai markkinoiden tunnistaminen

Tilapäisten kehittämisresurssien hankkiminen

T&K-toiminnan / Innovaatiotoiminnan kehittäminen tai innovaatiokyvykkyyden kasvattaminen

Osallisuus tai tietoinen sijoittautuminen huippuosaamisen ekosysteemiin

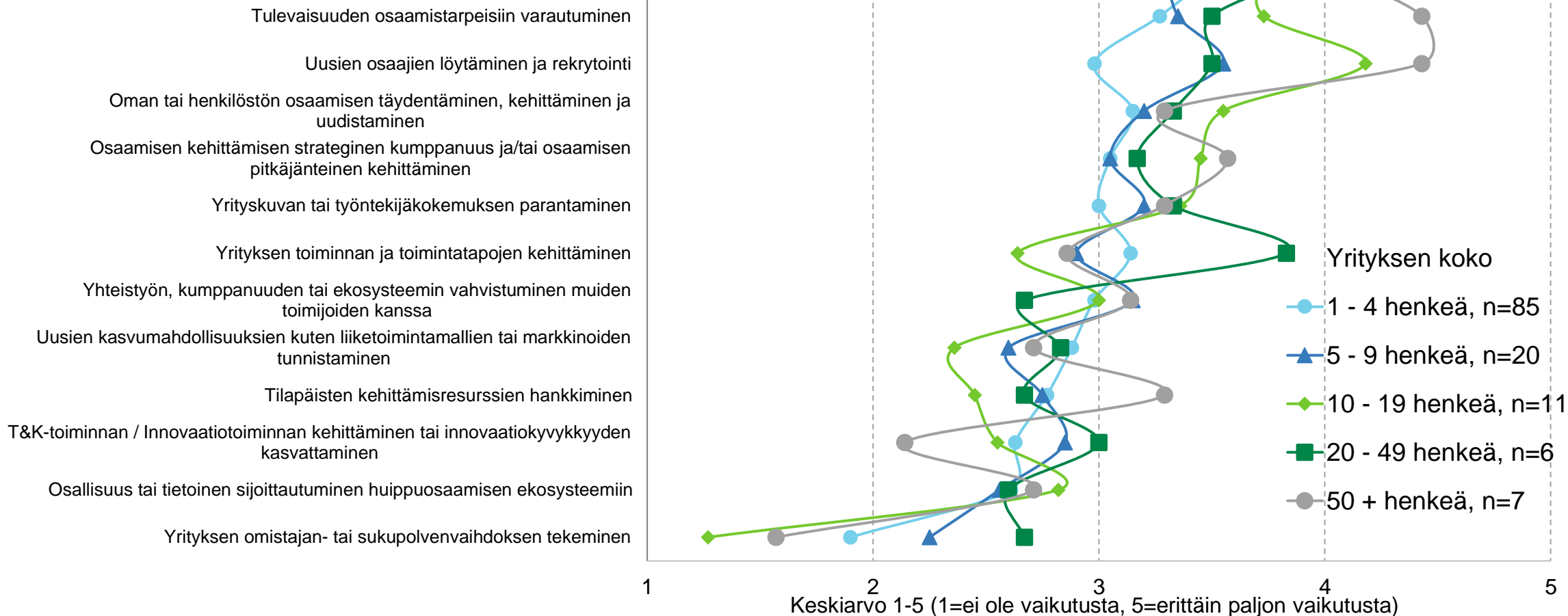
Yrityksen omistajan- tai sukupolvenvaihdoksen tekeminen



Vastaajat, n=tekee tai on tehnyt yhteistyö oppilaitosten kanssa tai yhteistyö kiinnostaa

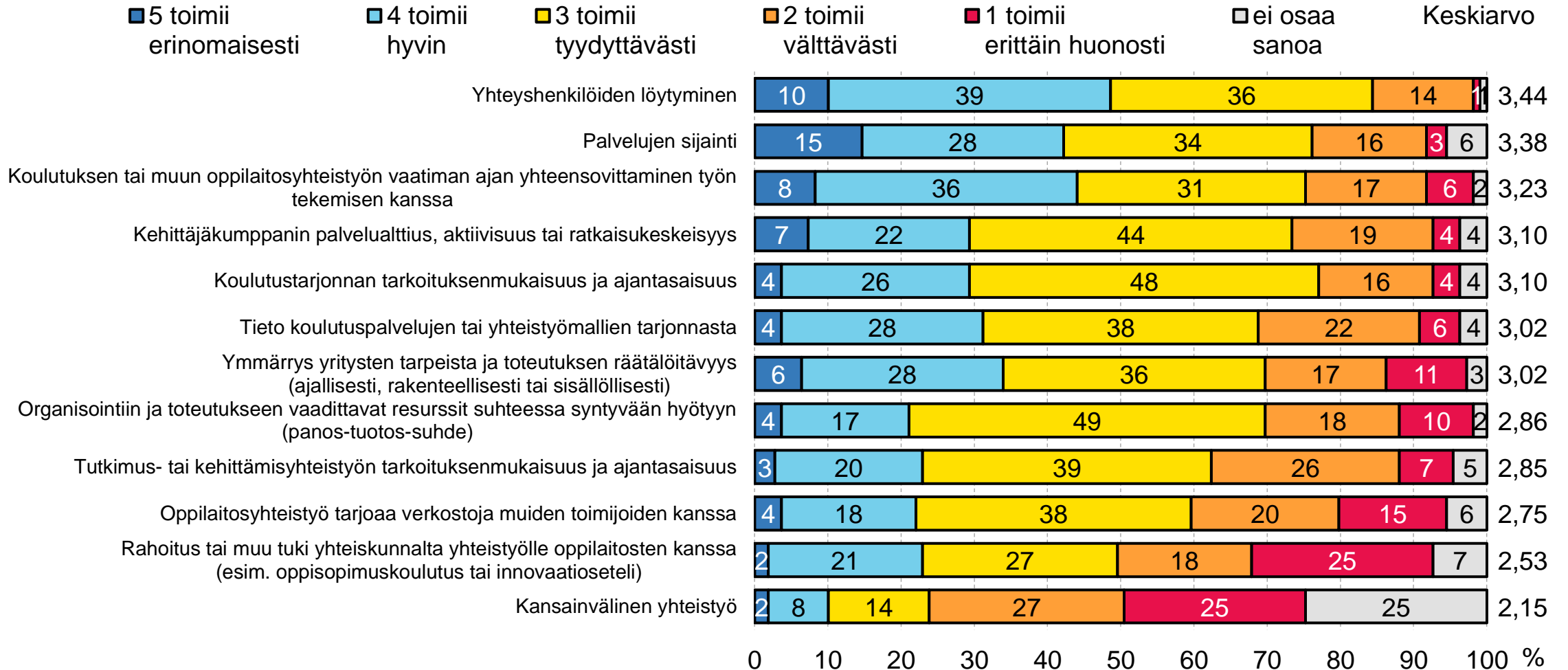
2.2 Mikäli teette, olette tehneet tai olisitte kiinnostuneita tekemään yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat tai olivat sen keskeisimmät syyt? – Yrityksen koko

Alueellisen elinvoiman edistäminen ja yhteiskuntavastuun toteuttaminen (ml. harjoittelupaikkojen tarjoaminen, henkilöstön osaamisen ylläpitäminen)



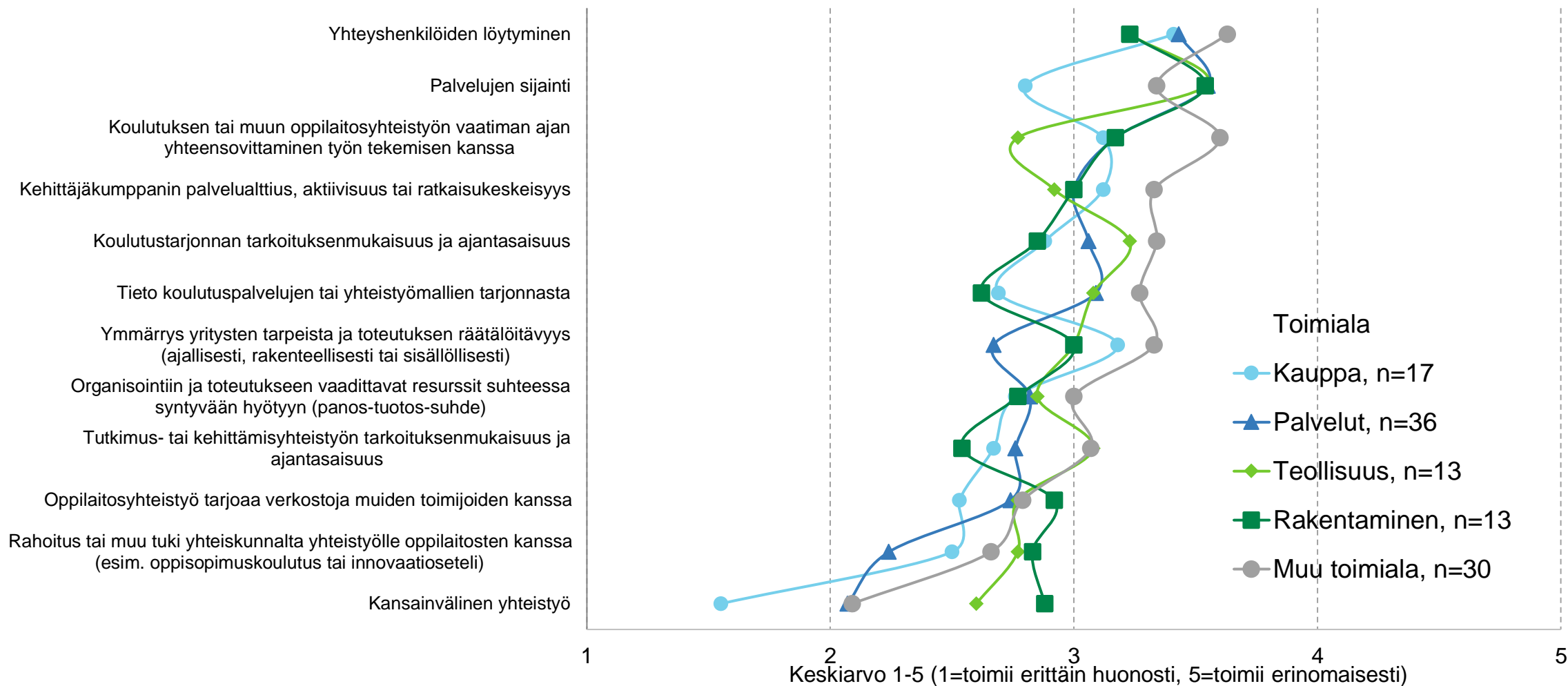
Vastaajat, n=tekee tai on tehnyt yhteistyö oppilaitosten kanssa tai yhteistyö kiinnostaa

2.3 Mikäli teette, olette tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mikä mielestänne yhteistyössä toimii?



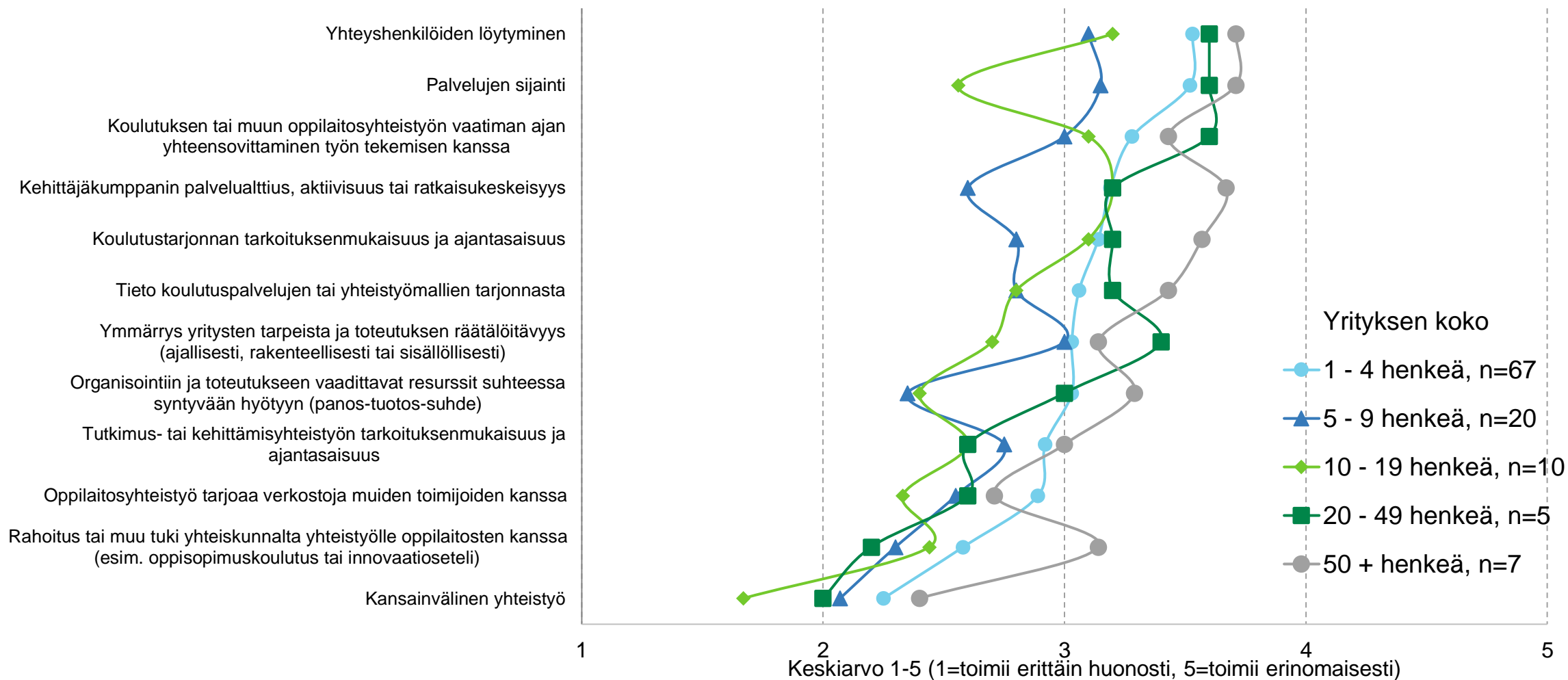
Vastaajat, tekee tai on tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa n=109

2.3 Mikäli teette, olette tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mikä mielestänne yhteistyössä toimii? – Toimiala



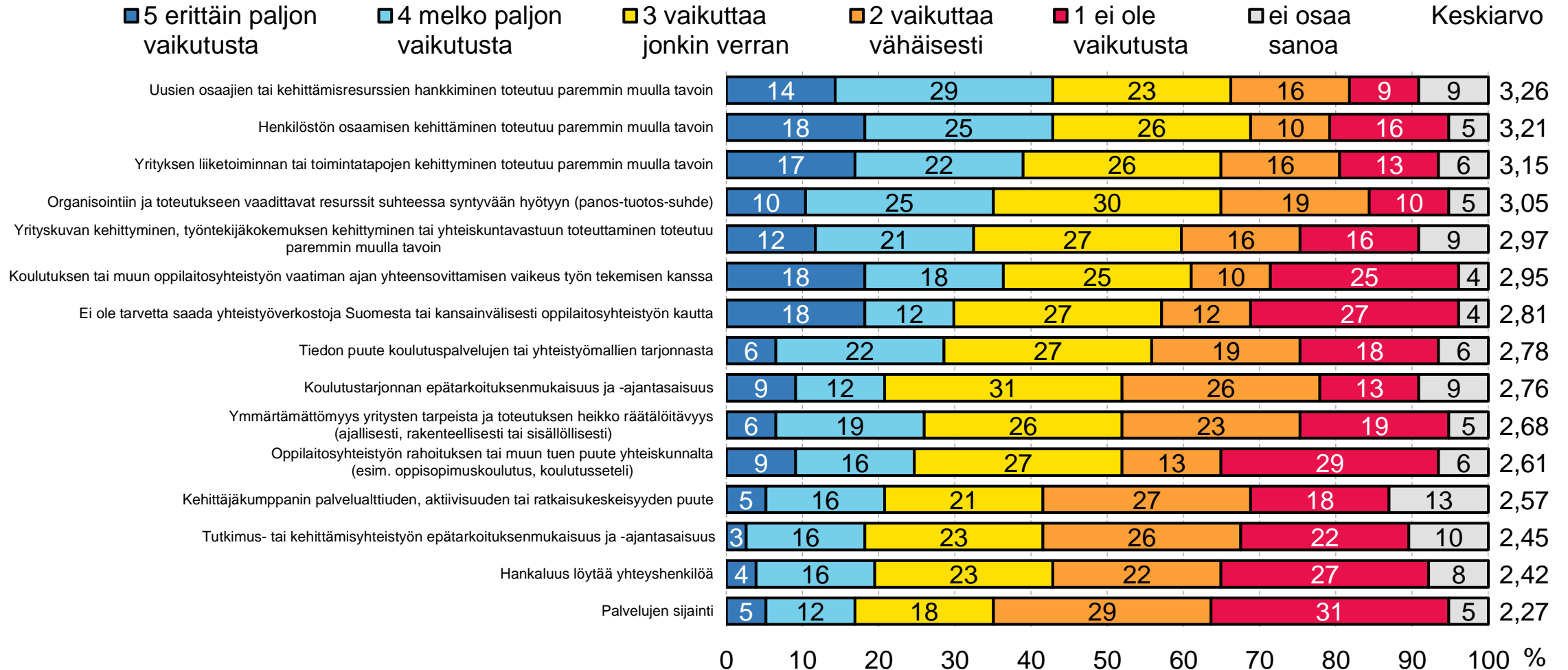
Vastaajat, n=tekee tai on tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa

2.3 Mikäli teette, olette tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mikä mielestänne yhteistyössä toimii? – Yrityksen koko



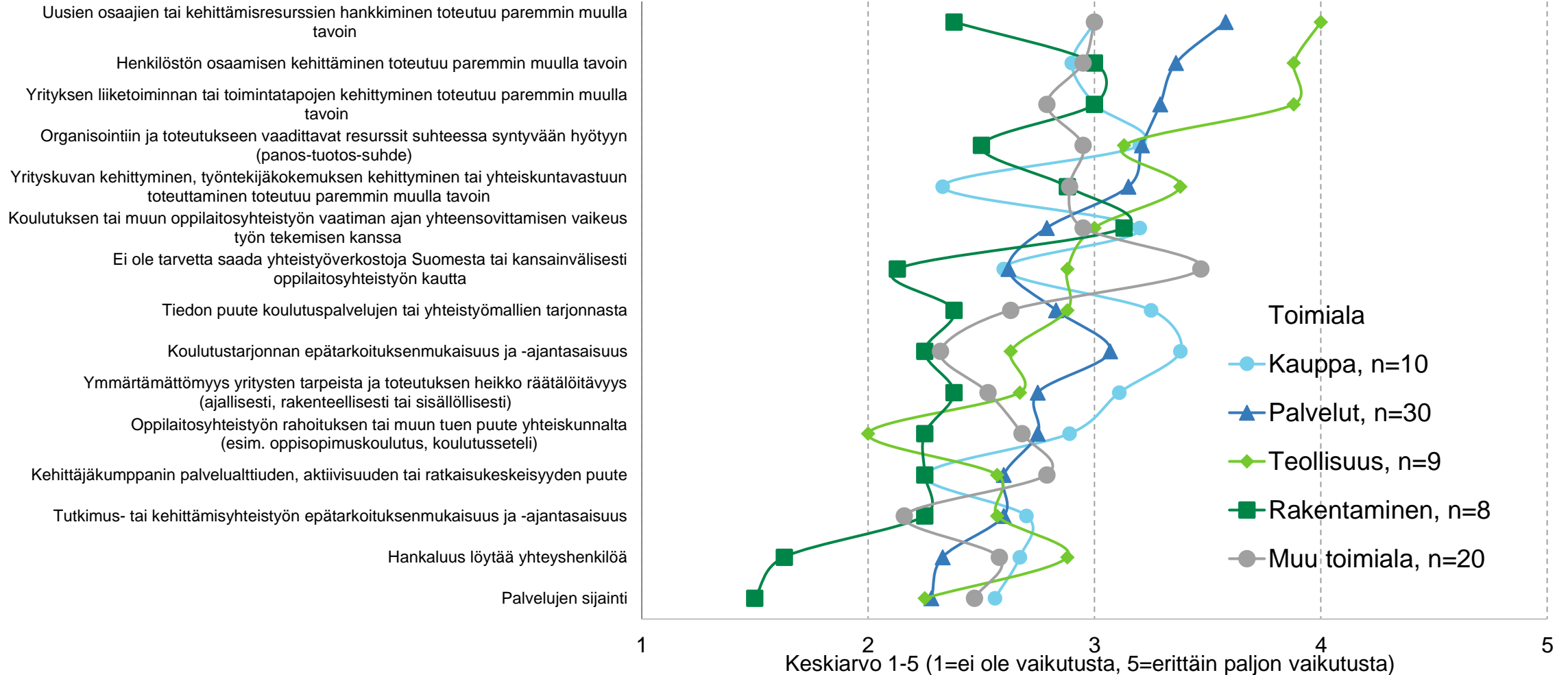
Vastaajat, n=tekee tai on tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa

2.4 Mikäli ette tee yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat siihen keskeisimmät syyt?



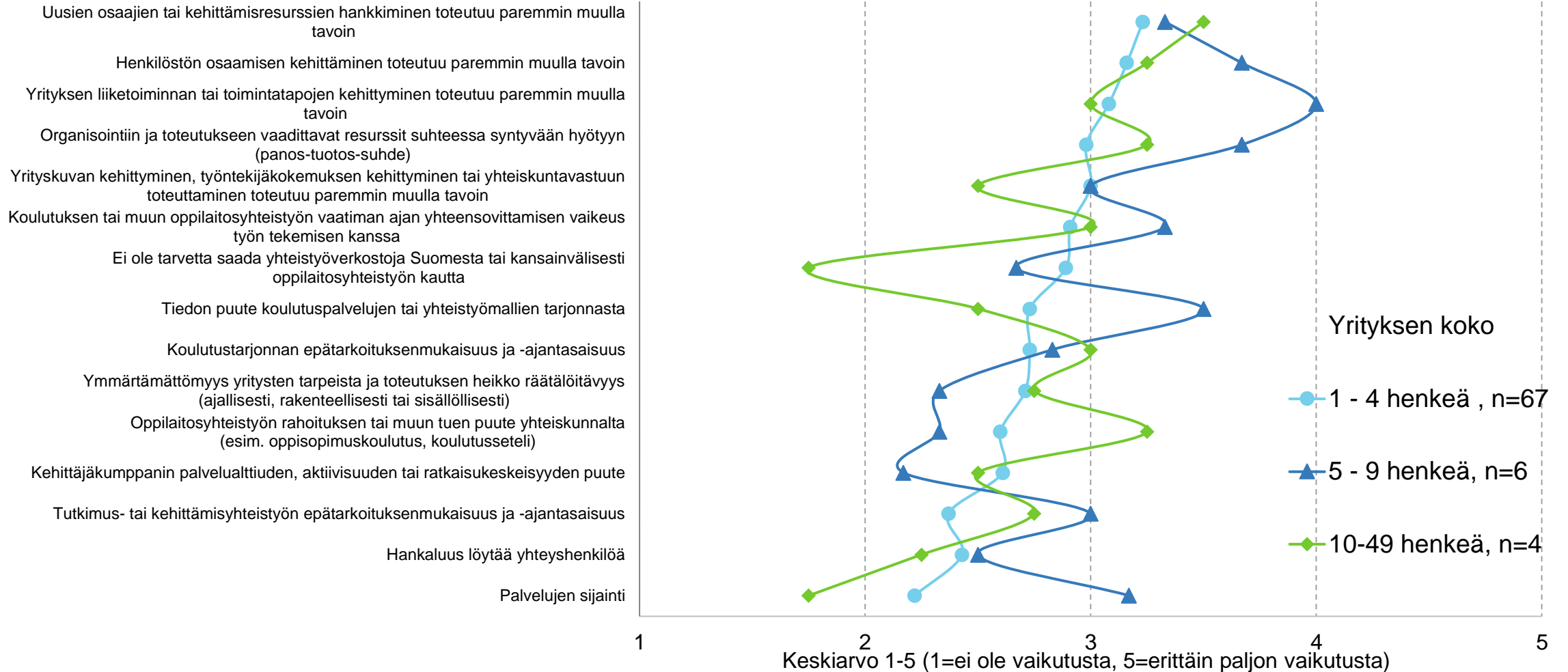
Vastaajat, ei tee tai ole tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa n=77

2.4 Mikäli ette tee yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat siihen keskeisimmät syyt?– Toimiala



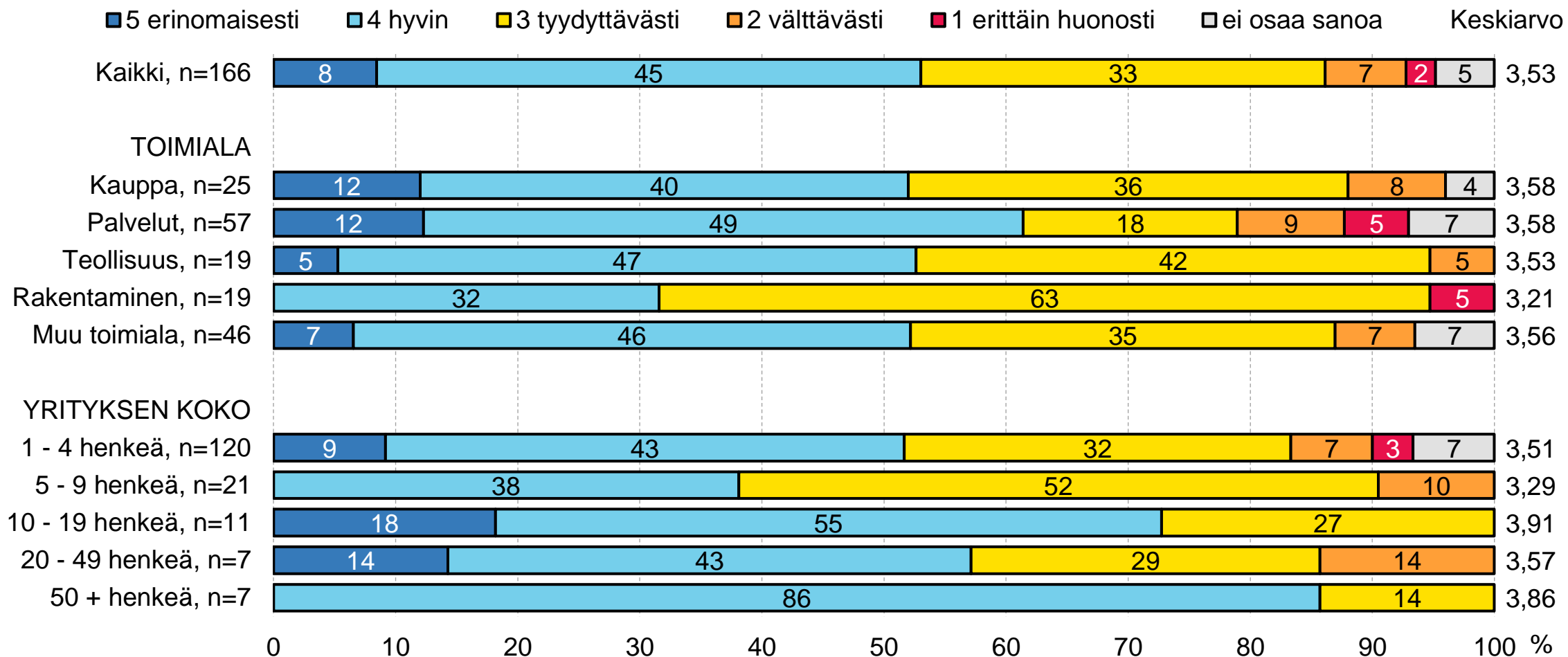
Vastaajat, n=ei tee tai ole tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa

2.4 Mikäli ette tee yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat siihen keskeisimmät syyt?– Yrityksen koko



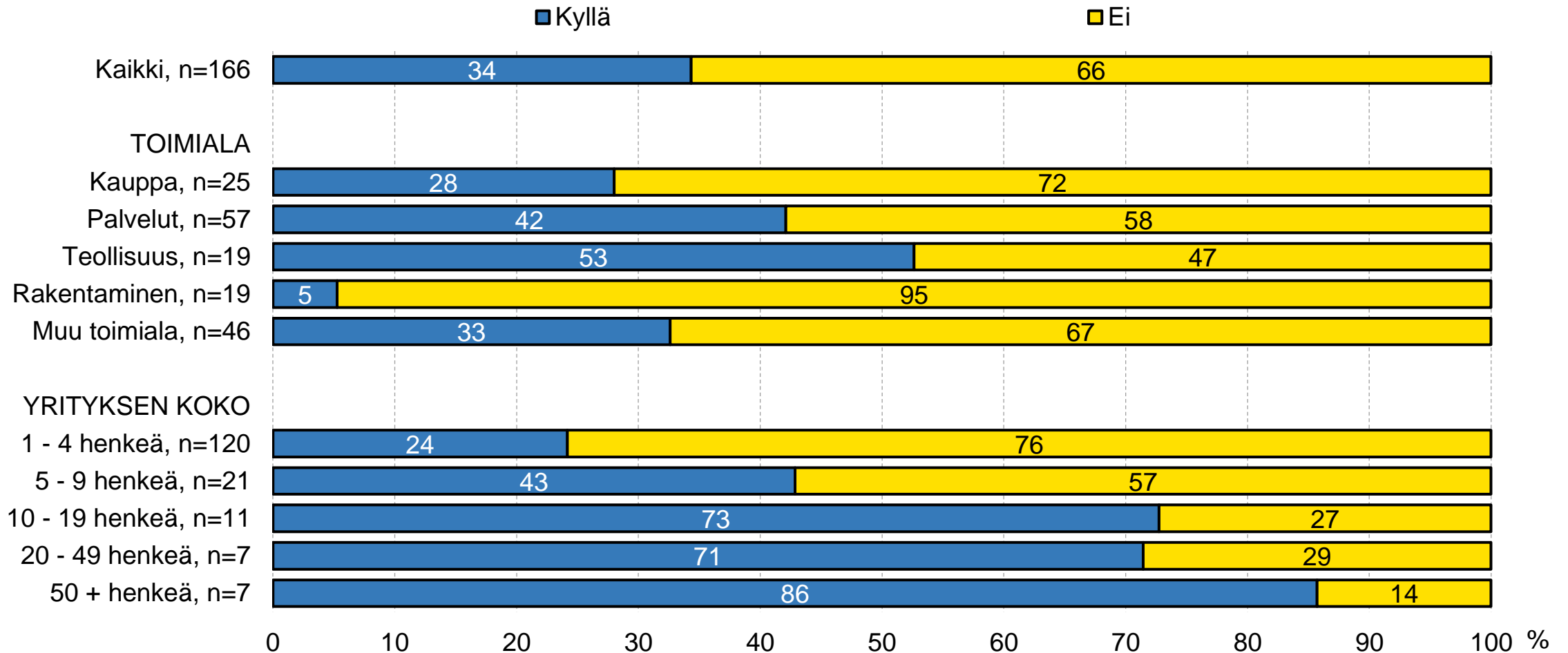
Vastaajat, n=ei tee tai ole tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa

3.1 Kuinka hyvin olette kuvanneet yrityksen liiketoiminnalle merkityksellisen osaamisen nykytilan? – Toimiala ja yrityksen koko



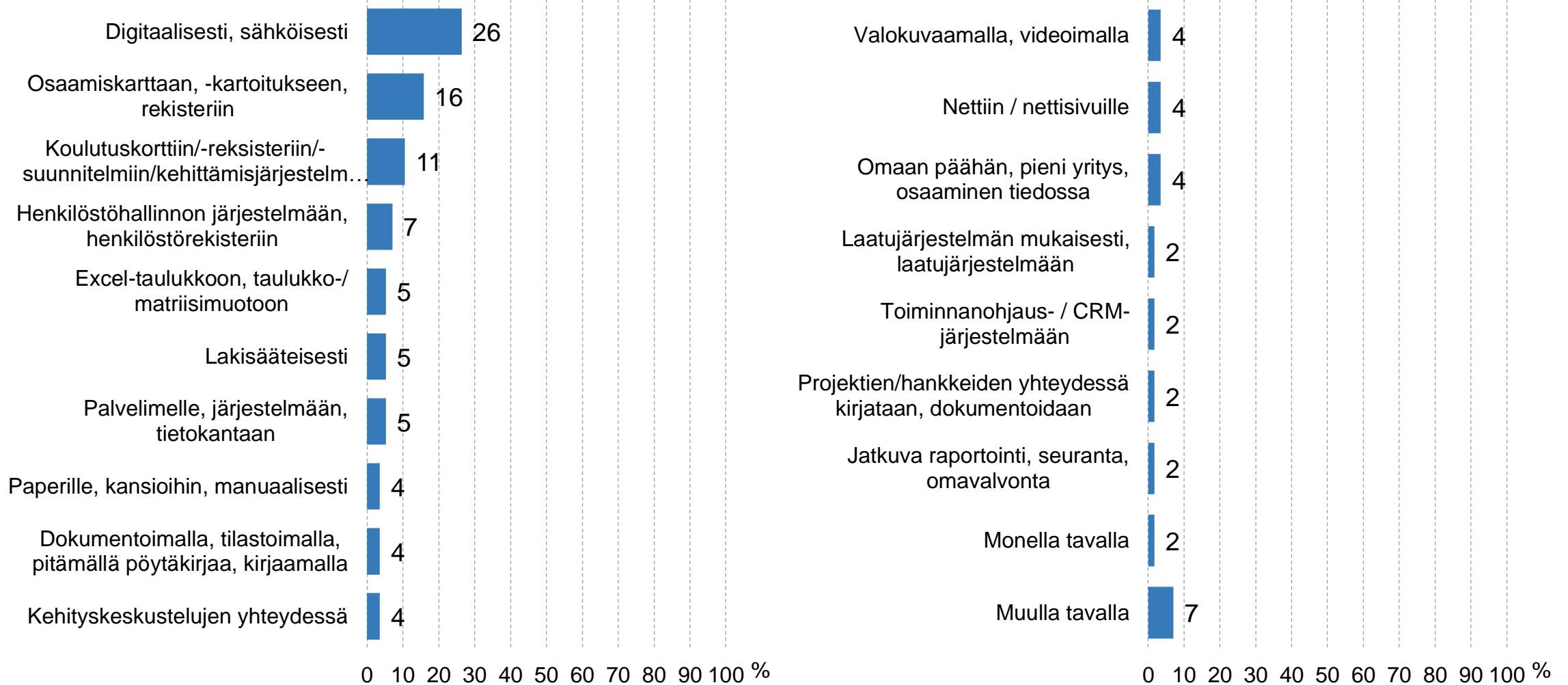
n=kaikki vastaajat

3.2. Tallennetaanko yrityksessänne osaamistietoa?



n=kaikki vastaajat

3.2. Tallennetaanko yrityksessänne osaamistietoa? Miten?



Vastaajat, yrityksessä tallennetaan osaamistietoa n=57

Liitteet

Liitteet

Laadunvarmistus Taloustutkimuksessa

- SGS Fimko on myöntänyt Taloustutkimukselle ISO 20252 -toimialasertifikaatin, ja tämän projektin kaikki vaiheet on toteutettu kyseisen standardin ja Suomen lakien mukaisesti.
- Taloustutkimus käsittelee aina kaikkia tutkimuksiin liittyviä, sekä asiakkailta saatuja että tutkimuksen yhteydessä syntyneitä, tietoja ehdottoman luottamuksellisina.
- Taloustutkimus on sitoutunut noudattamaan ESOMARin ja Kansainvälisen Kauppakamarin yhdessä julkaisemia tutkimusalan kansainvälisiä perussääntöjä.
- Taloustutkimus ei ole käyttänyt alihankkijoita tässä tutkimuksessa.

Erillistutkimuksen tulosten julkaiseminen ja edelleen luovuttaminen

- Tutkimuksen tilaaja voi julkistaa tilaamansa tutkimuksen tuloksia, kunhan julkaistut tulokset eivät ole harhaanjohtavia.
- Kun tutkimustuloksia julkaistaan, tulee selvästi erottaa tulokset ja niiden tulkinta.
- Julkistamisen yhteydessä on aina mainittava tutkimuksen nimi, toteutusaika ja tutkimuksen tekijä, Taloustutkimus Oy.
- Toivomme, että lähetätte suunnittelemanne julkaisun (lehtiartikkeli, verkossa julkaistavat tiedot ym.) Taloustutkimus Oy:hyn tarkastettavaksi ennen julkaisemista. Lisäksi toivomme, että toimitatte meille tiedon siitä, missä ja milloin asia julkaistaan, jotta voimme vastata meille mahdollisesti tuleviin kyselyihin.
- Olemme mielellämme avuksi viestinnässänne.

LUOTETTAVUUSRAJATAULUKKO 95 %:N TASOLLE

taloustutkimus

LUOTETTAVUUSRAJATAULUKKO 95 %:N TASOLLE

% -luku, joka tuli tulokseksi	VASTAAJAMÄÄRÄ															
	25	50	75	100	150	200	250	300	400	500	600	800	1000	2000	3000	5000
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
2 tai 98	±5,6	±4,0	±3,2	±2,8	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±1,1	±0,98	±0,9	±0,61	±0,51	±0,4
3 tai 97	±6,8	±4,9	±3,9	±3,4	±2,8	±2,4	±2,2	±2,0	±1,7	±1,5	±1,4	±1,2	±1,1	±0,75	±0,62	±0,49
4 tai 96	±7,8	±5,6	±4,5	±3,9	±3,2	±2,8	±2,5	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±0,86	±0,71	±0,56
5 tai 95	±8,7	±6,2	±5,0	±4,4	±3,6	±3,1	±2,7	±2,5	±2,2	±2,0	±1,8	±1,5	±1,4 ¹	±0,96	±0,79	±0,62
6 tai 94	±9,5	±6,8	±5,5	±4,8	±3,9	±3,4	±3,0	±2,8	±2,4	±2,1	±2,0	±1,7	±1,5	±1,0	±0,87	±0,68
8 tai 92	±10,8	±7,7	±6,2	±5,4	±4,4	±3,8	±3,4	±3,1	±2,7	±2,4	±2,2	±1,9	±1,7	±1,2	±0,99	±0,77
10 tai 90	±12,0	±8,5	±6,9 ^{3b}	±6,0	±4,9 ^{3a}	±4,3	±3,8	±3,5	±3,0	±2,7	±2,5	±2,1	±1,9	±1,3	±1,1	±0,85
12 tai 88	±13,0	±9,2	±7,5	±6,5	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,3	±2,9	±2,7	±2,3	±2,1	±1,4	±1,2	±0,92
15 tai 85	±14,3	±10,1	±8,2	±7,1	±5,9	±5,1	±4,5	±4,1	±3,6	±3,2	±2,9	±2,5	±2,3	±1,6	±1,3	±1,0 ²
20 tai 80	±16,0	±11,4	±9,2	±8,0	±6,6	±5,7	±5,0	±4,6	±4,0	±3,6	±3,3	±2,8	±2,5	±1,8	±1,4	±1,1
25 tai 75	±17,3	±12,3	±10,0	±8,7	±7,1	±6,1	±5,5	±5,0	±4,3	±3,9	±3,6	±3,0	±2,8	±1,9	±1,6	±1,2
30 tai 70	±18,3	±13,0	±10,5	±9,2	±7,5	±6,5	±5,8	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,2	±2,9	±2,0	±1,7	±1,3
35 tai 65	±19,1	±13,5	±11,0	±9,5	±7,8	±6,8	±6,0	±5,5	±4,8	±4,3	±3,9	±3,3	±3,1	±2,1	±1,7	±1,4
40 tai 60	±19,6	±13,9	±11,3	±9,8	±8,0	±7,0	±6,2	±5,7	±4,9	±4,4	±4,0	±3,4	±3,1	±2,2	±1,8	±1,4
45 tai 55	±19,8	±14,1	±11,4	±9,9	±8,1	±7,0	±6,2	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4
50 tai 50	±20,0	±14,2	±11,5	±10,0	±8,2	±7,1	±6,3	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4

Esimerkki 1

Jos tuhannesta vastaajasta 5 % on ostanut tuotetta, on virhemarginaali ±1,4 prosenttiyksikköä. Koko väestössä on siis 95 %:n luotettavuustason mukaan 3,6–6,4 % tuotetta ostaneita.

Esimerkki 2

Oletetaan ennen tutkimusta, että tuotteen markkinaosuus on noin 15 %. Halutaan selvittää asia ±1 prosenttiyksikön tarkkuudella. Tutkimukseen tarvitaan 5000 vastaajaa.

Esimerkki 3

a) Tuhannen vastaajan joukossa 15–19-vuotiaita on 150, ja näistä 10 % ilmoittaa ostavansa säännöllisesti tuotetta X. Todellinen ostajien osuus 95 %:n luotettavuustasolla on 10 % ±4,9 eli 5,1–14,9 %.

b) Jos otoskoko olisi puolta pienempi eli 500, 15–19-vuotiaita vastaajia olisi 75 ja todellinen ostajien osuus olisi 10 % ±6,9 eli 3,1–16,9 %.

KAHDESTA ERI TUTKIMUKSESTA SAATUJEN TULOSTEN VÄLISTEN EROJEN LUOTETTAVUUSTAULUKKO 95 %:N TASOLLE

taloustutkimus

KAHDESTA ERI TUTKIMUKSESTA SAATUJEN TULOSTEN VÄLISTEN EROJEN LUOTETTAVUUSTAULUKKO 95 %:N TASOLLE

p = 50 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	13,8						
250	11,6	8,8					
500	10,7	7,6	6,2				
750	10,4	7,2	5,7	5,1			
1000	10,3	6,9	5,4	4,7	4,4		
1500	10,1	6,7	5,1	4,4	4,0	3,6	
2000	10,0	6,6	4,9	4,2	3,8	3,4	3,1

p = 40 tai 60 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	13,6						
250	11,4	8,6					
500	10,5	7,4	6,1				
750	10,2	7,0	5,5	5,0			
1000	10,1	6,8	5,2	4,6	4,3		
1500	9,9	6,6	5,0	4,3	3,9	3,5	
2000	9,8	6,4	4,8	4,1	3,7	3,3	3,0

p = 30 tai 70 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	12,7						
250	10,6	8,0					
500	9,8	7,0	5,7				
750	9,6	6,6	5,2	4,6			
1000	9,4	6,3	4,9	4,3	4,0		
1500	9,3	6,1	4,6	4,0	3,7	3,3	
2000	9,2	6,0	4,5	3,8	3,5	3,1	2,8

p = 20 tai 80 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	11,1						
250	9,3	7,0					
500	8,6	6,1	5,0				
750	8,3	5,7	4,5	4,1			
1000	8,2	5,6	4,3	3,8	3,5		
1500	8,1	5,3	4,1	3,5	3,2	2,9	
2000	8,0	5,3	3,9	3,4	3,0	2,7	2,5

p = 10 tai 90 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	8,3						
250	7,0	5,3					
500	6,4	4,5	3,7				
750	6,3	4,3	3,4	3,0			
1000	6,2	4,2	3,2	2,8	2,6		
1500	6,1	4,0	3,0	2,6	2,4	2,2	
2000	6,0	3,9	2,9	2,5	2,3	2,0	1,9

Näiden taulukoiden avulla voidaan arvioida eri-suuruisten otosten ja eri tutkimusten avulla saatujen prosenttilukujen erotusten merkittävyyttä.

Taulukoista valitaan aina se, jossa p (=prosenttiluku) on lähinnä saatua tulosta/osuutta.

ESIMERKKI

Tehtiin kaksi eri tutkimusta eri aikoina. Toisessa oli 250 vastaajaa ja toisessa 1000. Tuotteen markkina-osuus oli pienemmässä tutkimuksessa 37 % ja suuremmissa 35 %.

Tarkasteluun valitaan taulukko p = 40 tai 60 %, koska saadut tulokset ovat kaikkein lähimpänä sitä. Taulukosta katsotaan luku otoskokojen 1000 ja 250 risteyskohdasta. Tässä tapauksessa tulosten eron merkittävyyteen olisi vaadittu 6,8 prosenttiyksikön ero, joten tehtyjen tutkimusten tulosten ero (2 prosenttiyksikköä) ei ollut merkittävä.

**HYVÄÄ
HUOMISTA,
SUOMI!**

