

Kasvukäytävän elinvoimakysely yrityksille

JANAKKALA

Suomen kasvukäytävän elinvoimakysely 2022 yrityksille

■ Tutkimusraportti

- Janakkala
- Suomen kasvukäytävä
- Taloustutkimus Oy
- 21.11.2022
- Timo Myllymäki



Sisällys

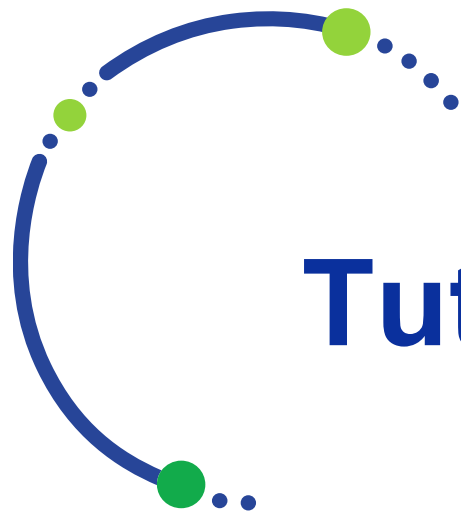
■ Tutkimuksen toteutus	3
■ Tutkimuksen tulokset	
■ Trendien vaikutus liiketoimintaan	5
■ Osaamistarpeet / osaamistieto	7
■ Oppilaitosyhteistyö	9
■ Liitteet	



Tutkimuksen toteutus

- Tutkimuksen on toteuttanut Taloustutkimus Oy Suomen Kasvukäytävän toimeksiannosta.
- Tutkimus on täydennystutkimus, jolla on kasvatettu aiemmin Kasvukäytävälle tehdyn tutkimuksen kuntakohtaisia vastaajamääriä kuntakohtaisen tilannekuvan tekemistä varten. Lisäksi osa raportissa esitetyistä asioista pohjautuu Sitran toimeksiannosta vuonna 2021 tehtyyn tutkimukseen.
- Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää Suomen Kasvukäytävän kuntien yrityspäätäjien kokemuksia, mielikuvia ja asenteita oppilaitosten kanssa tehtävään yhteistyöhön liittyen.
- Tutkimus tehtiin puhelinhaastatteluina. Haastatteluja Janakkalassa on tehty eri vaiheissa **kaikkiaan 30 kpl, tulos on kokonaistasolla kunnan tilannetta kuvaava**. Yrityspäätäjien yhteystiedot hankki Taloustutkimus Bisnodelta. Täydennyshaastatteluja Janakkalaan tehtiin 27.10.-8.11.2022 yhteensä 9 kpl, data lisättiin aiemmin tehtyihin 21 haastatteluun.
- **Tässä raportissa on esitetty kuntakohtainen tulos ja yhteenvedossa on tehty vertailua** myös Kasvukäytävän laajempaan kevään 2022 tutkimukseen sekä Sitran vuoden 2021 tutkimuksiin.
- Tutkimuksen yhteyshenkilöt Taloustutkimuksessa ovat Timo Myllymäki ja Tuomo Turja. Parhaiten heidät tavoittaa sähköpostitse: etunimi.sukunimi@taloustutkimus.fi.





Tutkimusgrafiikka

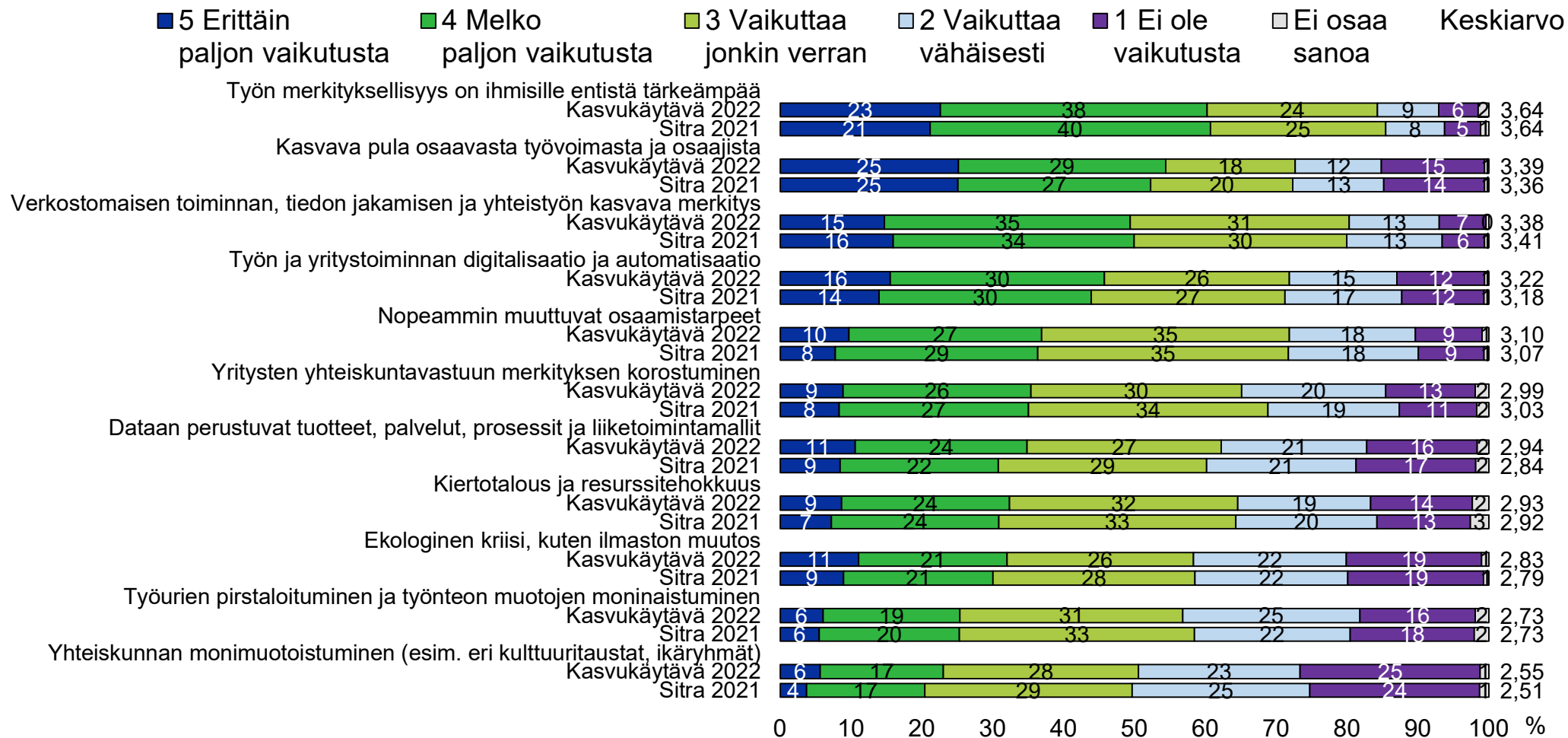


1. Trendien vaikuttavuus yrityksenne liiketoiminnan kehittämiseen?

- Trendeistä ei kysytty nyt täydennyshaastattelujen yhteydessä. **Tulos on aiemman Kasvukäytävän tutkimuksen (2022) ja Sitran tutkimuksen (2021) pohjalta seuraava:**
- Trendeistä **voimakkaimmin** yrityksen liiketoiminnan kehittämiseen vaikuttavat:
 - Työn merkityksellisyyden korostuminen
 - Kasvava pula osaavasta työvoimasta
 - Verkostomaisen toiminnan kasvava merkitys
 - Työn ja yritystoiminnan digitalisaatio ja automatisaatio
- Esitetyistä trendeistä **harvimmin** liiketoiminnan kehittämiseen vaikuttavat:
 - Yhteiskunnan monimuotoistuminen
 - Työurien pirstaloituminen
 - Ekologinen kriisi
- **Kasvukäytävän alueen tutkimuksen tulos on samansuuntainen** Sitran aiemman tutkimuksen kanssa. Asiaa on havainnollistettu seuraavalla sivulla.
- Aluekohtaisesti vertailtuna nähdään, että työn merkityksellisyys korostuu kaikkien kuntien yrityksissä useimmin. Hajontaa kuntien välille tulee näkemyksessä työvoimapulasta, se mainitaan muita useammin erityisesti Uudenmaan kunnissa. Digitalisaatio mainitaan muita useammin Janakkalassa. (HUOM. Aluevertailussa vain rajattu määrä kuntia, koska osalle yrityksistä kysymyksiä ei Kasvukäytävän tutkimuksessa esitetty, sillä nämä alueet olivat mukana jo aiemmin Sitran tutkimuksessa)



1. Trendien vaikuttavuus yrityksenne liiketoiminnan kehittämiseen?

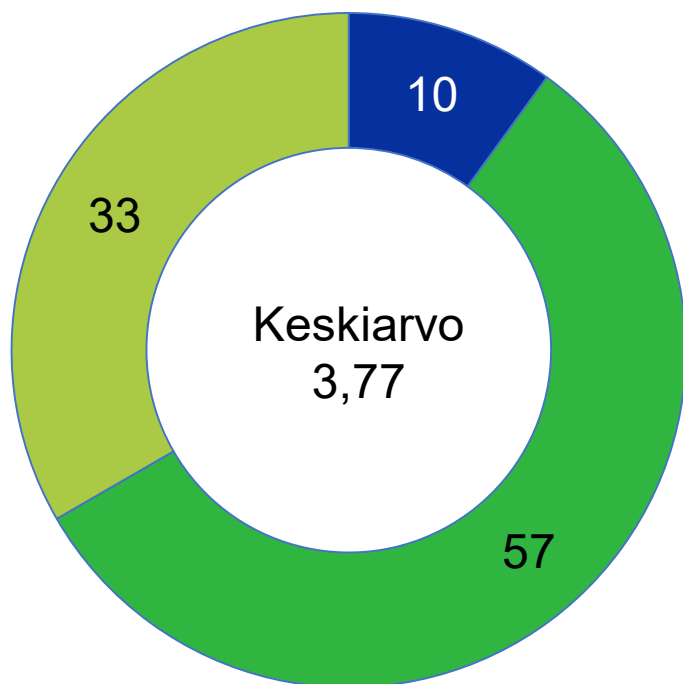


Vastanneet, Kasvukäytävän tutkimus 2022: n=989; Sitran tutkimus 2021: n=3066



2. Miten hyvin olette tunnistaneet yrityksenne tulevaisuuden osaamistarpeet?

■ 5 erinomaisesti ■ 4 hyvin ■ 3 tyydyttävästi ■ 2 välttävästi ■ 1 erittäin huonosti ■ en osaa sanoa Keskiarvo



Janakkala

Janakkala, n=30



Kasvukäytävä 2022



Sitra 2021



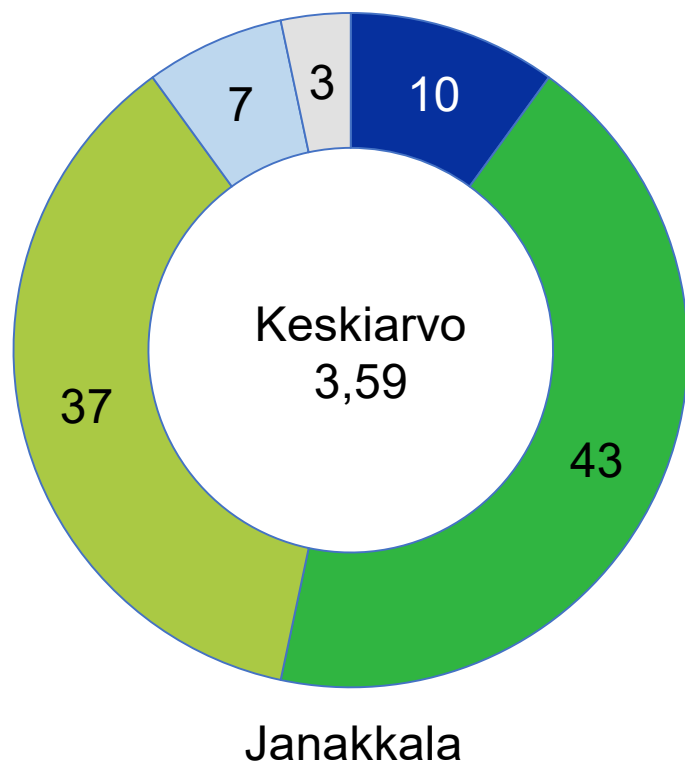
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 %

n=kaikki vastaajat



3. Kuinka hyvin olette kuvanneet yrityksen liiketoiminnalle merkityksellisen osaamisen nykytilan?

■ 5 erinomaisesti ■ 4 hyvin ■ 3 tyydyttävästi ■ 2 välttävästi ■ 1 erittäin huonosti ■ en osaa sanoa Keskiarvo



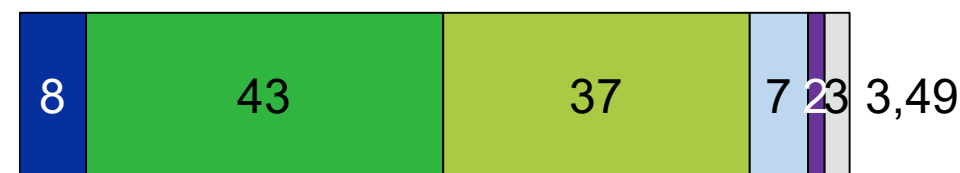
Janakkala, n=30



Kasvukäytävä 2022



Sitra 2021



0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 %

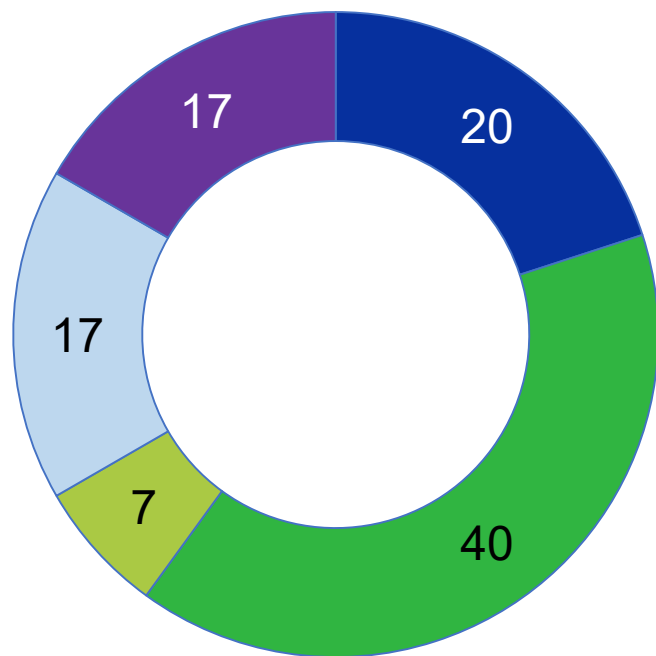
n=kaikki vastaajat



**Seuraavat kysymykset liittyvät merkittävään yhteistyöhön
lukioden, ammatillisten oppilaitosten,
ammattikorkeakoulujen ja yliopistojen tai näiden yhteydessä
toimivien kehitysorganisaatioiden kanssa.**

4 Oletteko tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa?

- Teemme aktiivista yhteistyötä oppilaitosten kanssa
- Teemme yhteistyötä oppilaitosten kanssa satunnaisesti
- Olemme tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mutta se ei ole meille tällä hetkellä tarpeellista, mahdollista tai kiinnostavaa
- Emme ole tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mutta olisimme kiinnostuneita
- Emme ole tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa, eikä se ole meille tällä hetkellä tarpeellista, mahdollista tai kiinnostavaa

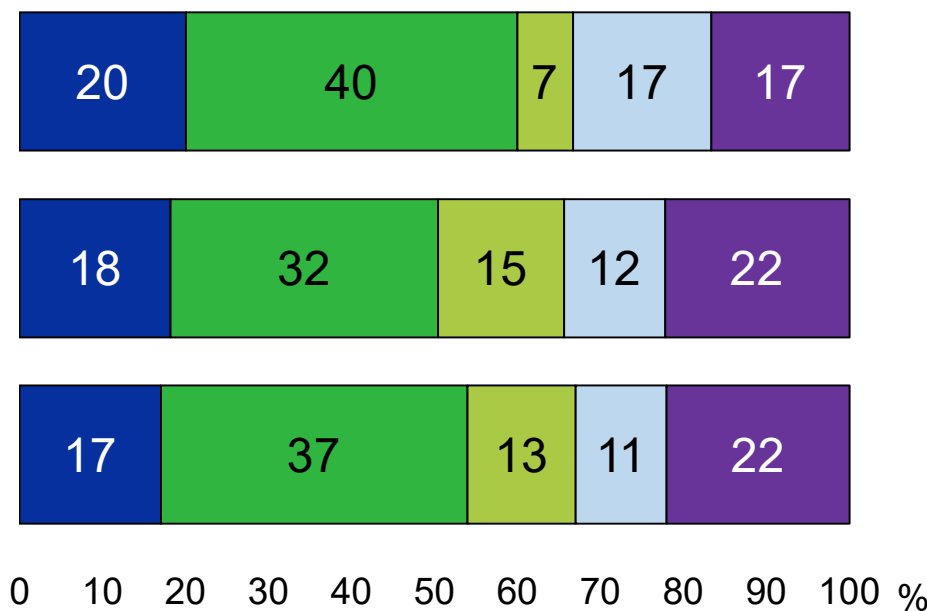


Janakkala

Janakkala, n=30

Kasvukäytävä 2022

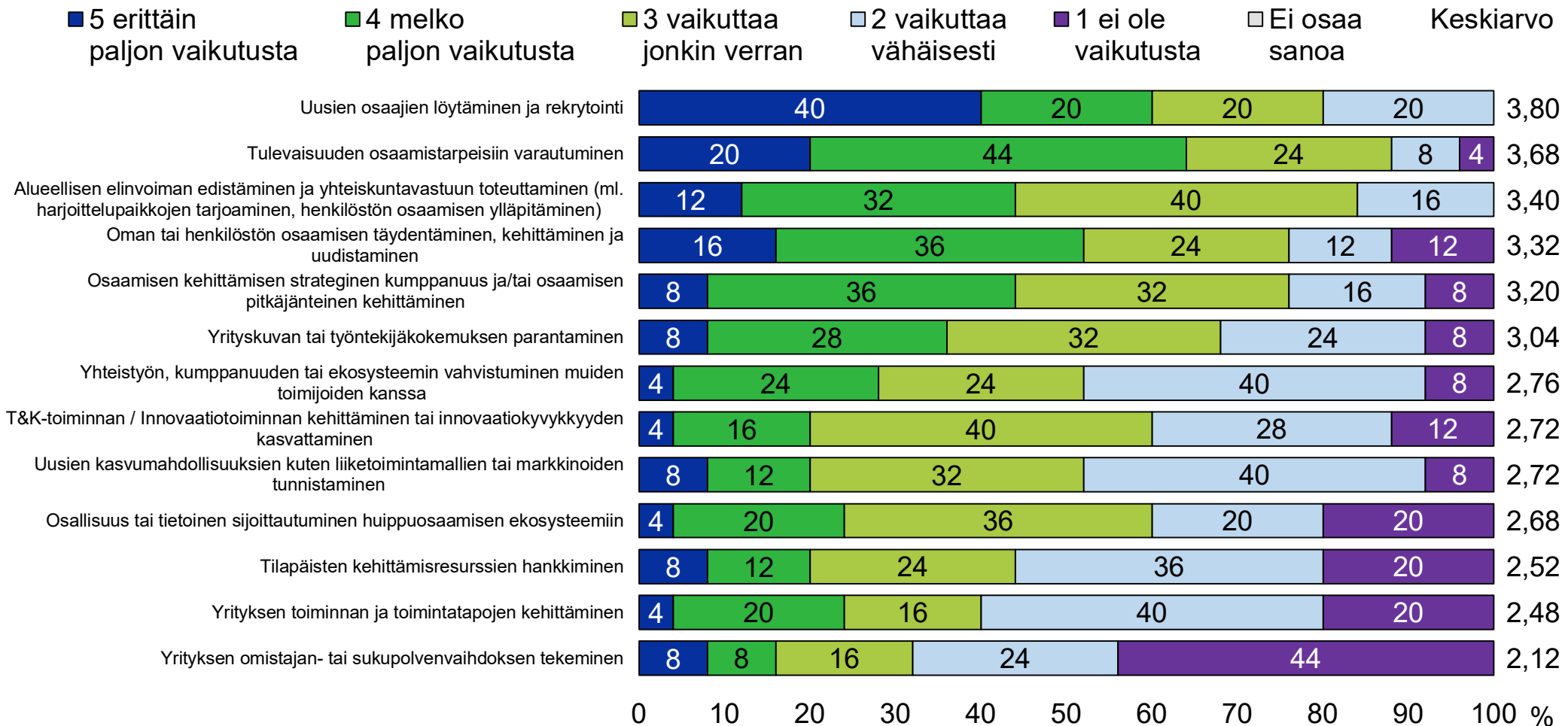
Sitra 2021



n=kaikki vastaajat



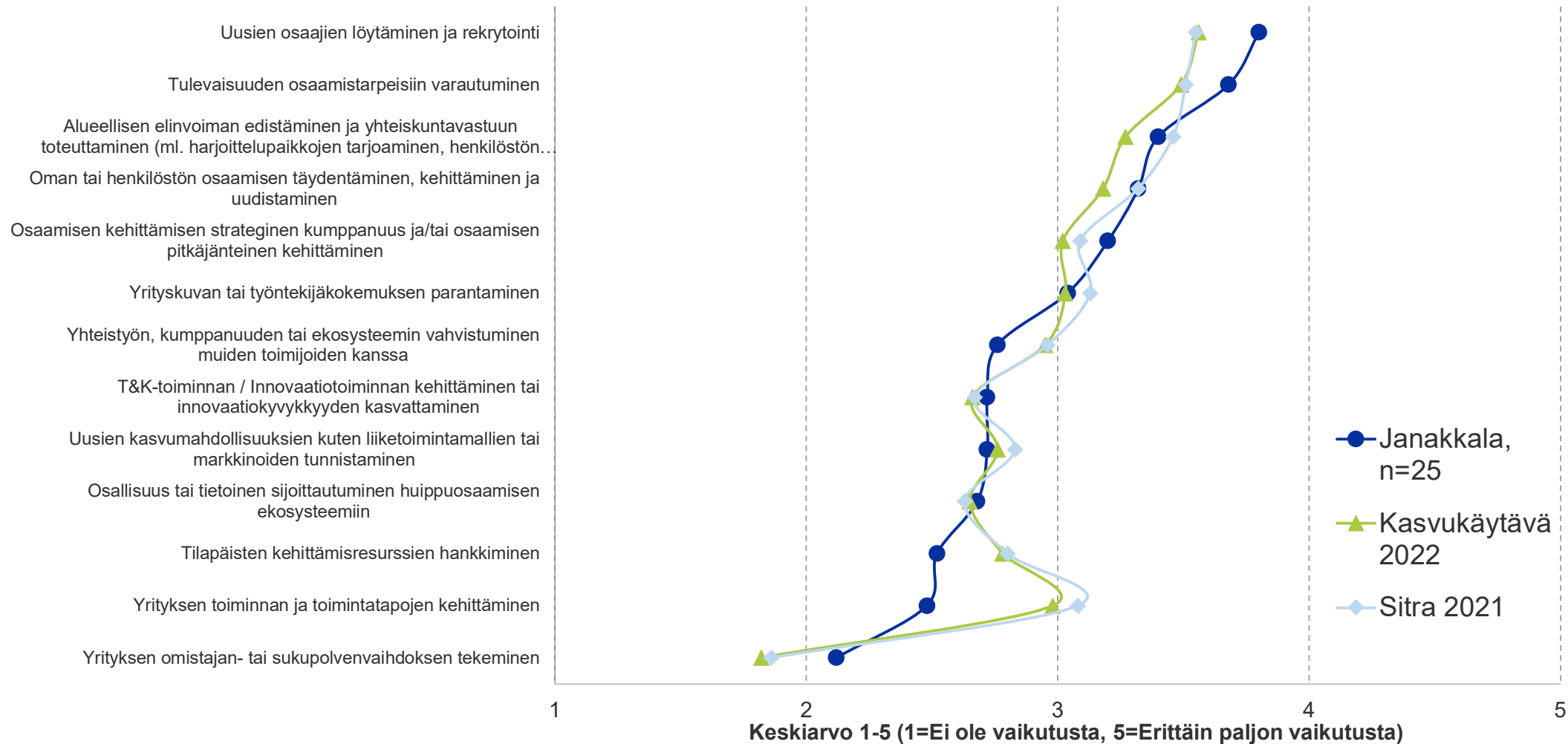
5. Mikäli teette, olette tehneet tai olisitte kiinnostuneita tekemään yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat tai olivat sen keskeisimmät syyt



n=tekee yhteistyötä tai on kiinnostunut yhteistyöstä oppilaitosten kanssa, Janakkala, n=25

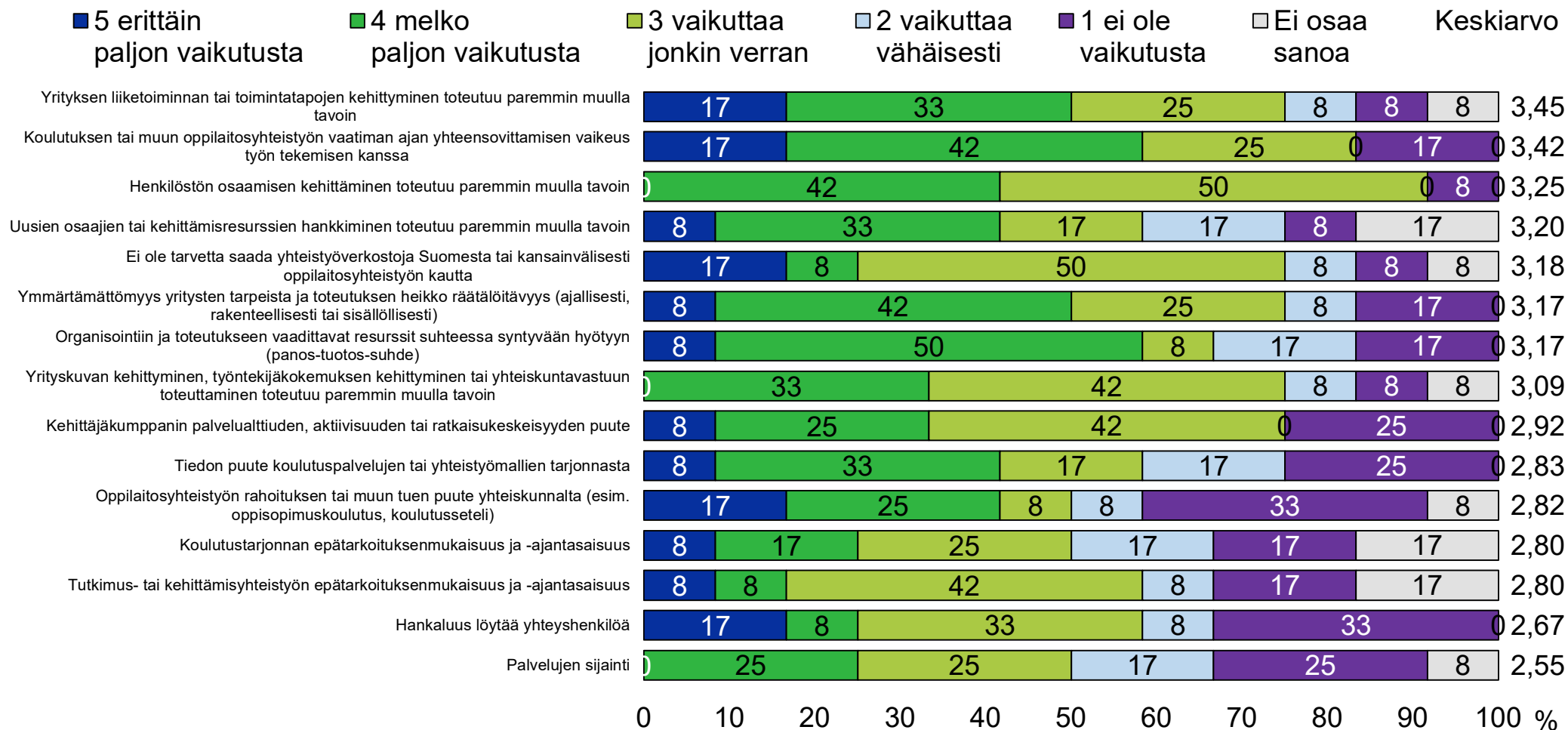


5. Mikäli teette, olette tehneet tai olisitte kiinnostuneita tekemään yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat tai olivat sen keskeisimmät syyt



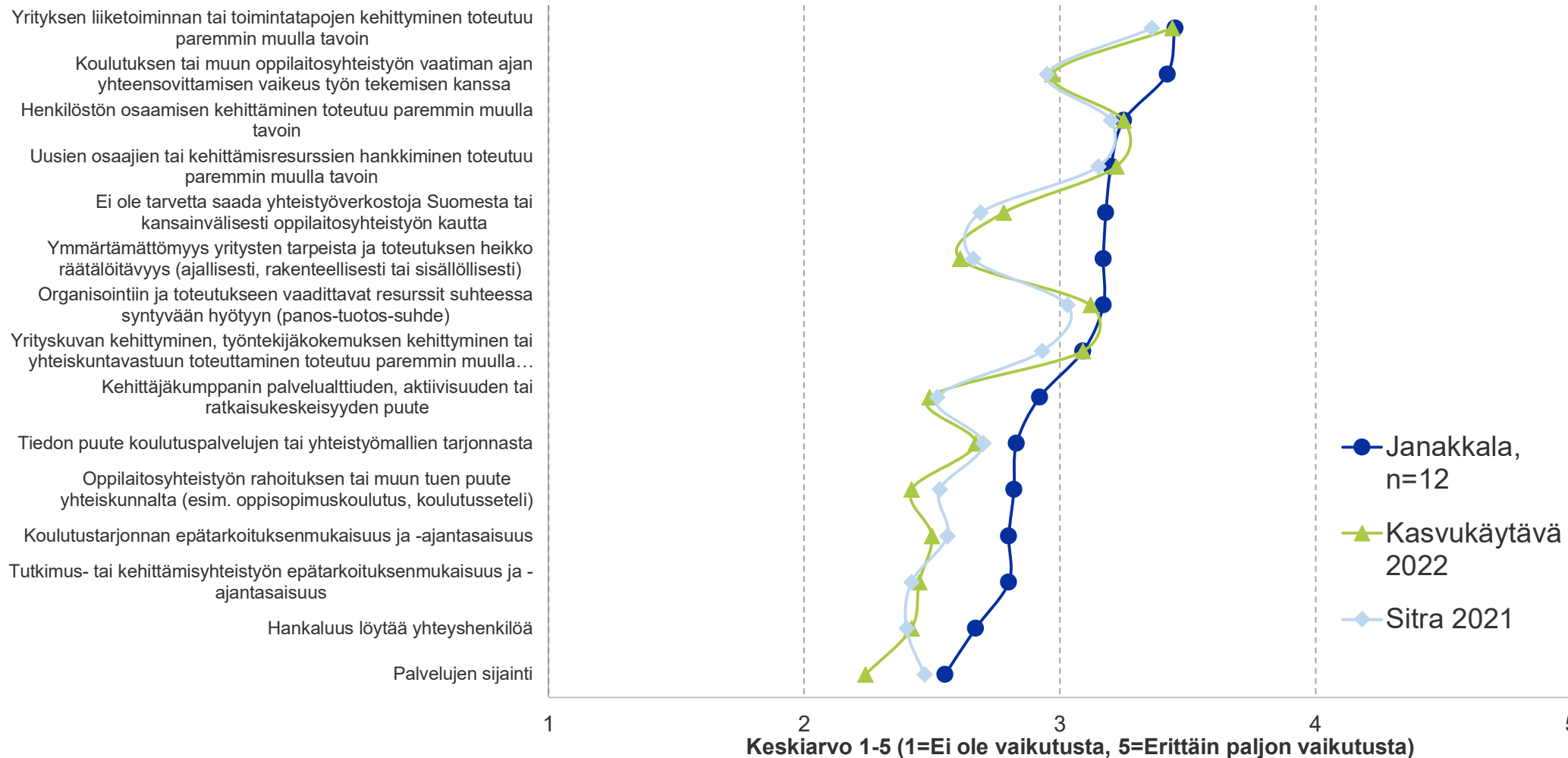
n=tekee yhteistyötä tai on kiinnostunut yhteistyöstä oppilaitosten kanssa

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



n=ei tee yhteistyötä oppilaitosten kanssa, Janakkala, n=12

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



n=ei tee yhteistyötä oppilaitosten kanssa

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

% -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

p = 50 prosenttia

Otos- koko, tutki- mus 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

Otos- koko, tutki- mus 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

Otos- koko, tutki- mus 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

Otos- koko, tutki- mus 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

Otos- koko, tutki- mus 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 merkitsevyyttä.

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 suuremmassa 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 merkitsevyyteen olisi vaadittu 6,8 prosenttiyksikön ero, joten tehtyjen tutkimusten tulosten ero (2 prosenttiyksikköä) ei ollut merkitsevä.



LISÄTIETOJA

Timo Myllymäki ja Tuomo Turja

etunimi.sukunimi@taloustutkimus.fi

010 7585 11

www.taloustutkimus.fi

