

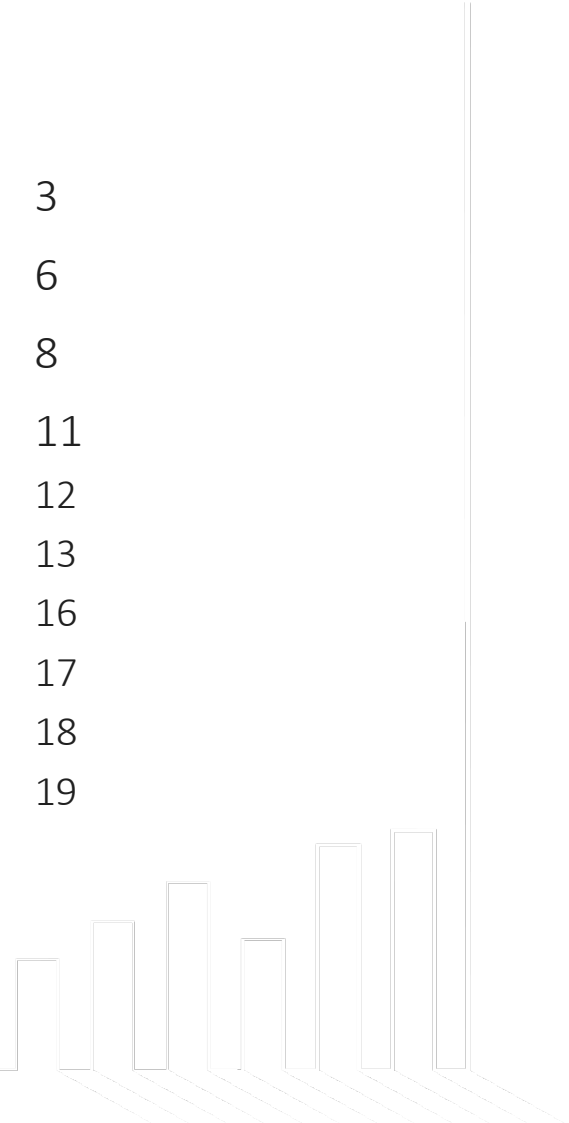
TUTKIMUSRAPORTTI

YRITYSTUTKIMUS 2018 RANUAN KUNTA

16.11.2018 Timo Myllymäki

Sisällysluettelo

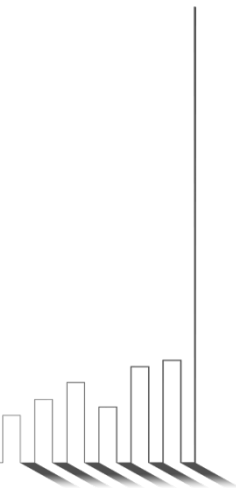
1.	Yhteenveto	3
2.	Tutkimuksen toteutus	6
3.	Mitä kysyttiin ?	8
4.	Tulosgrafiikka	11
1.	Mitä yrityspalveluja käyttänyt	12
2.	Strategiaväittämät	13
3.	Työntekijätarve seuraavan 5 vuoden aikana	16
4.	Kiinnostus osallistua Ranuan kehittämiseen	17
5.	Mikä on keskustelun sävy kun keskustelee muiden yrittäjien kanssa?	18
6.	Suositteluhaluus	19



Yhteenveto

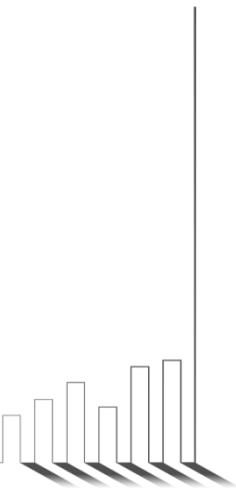
Yhteenvedo

- Omin sanoin kuvattuna ranualaiset yrittäjät ovat useimmin käyttäneet kunnan palveluista kehittämispäällikön ja yritysneuvonnan palveluita.
- Vastaajille lueteltiin 14 erilaista Ranuan strategiasta johdettua väittämää sekä kokonaistyytyväisyyttä mittaava väittämä. Strategiaväittämät lueteltiin eri vastaajille erilaisessa järjestyksessä.
- Hyvän arvion (yli 8,00) Ranua saa kolmessa väittämässä
 - Ranuan kuituyhteydet mahdollistavat joustavan sähköisten palvelujen tarjonnan ja etätyön
 - Olen kiinnostunut osallistumaan Ranuan kunnan ja yritysten välisen yhteistyön kehittämiseen
 - Luotan yrityksemme tulevaisuuteen Ranualla, siksi olemme halukkaita investoimaan Ranualle
- Melko hyvänä (7,50-7,99) voidaan pitää myös arviota
 - Olen kokonaisuudessaan tyytyväinen Ranuaan yrityksen sijaintipaikkana
- Tyydyttävään tasoon (7,00-7,49) tulos jää seuraavissa väittämissä
 - Ranuan yrityskanta on monipuolistunut
 - Ranualla osataan hyödyntää arktista luontoa, hiljaisuutta ja puhtautta oikealla tavalla
 - Teen itse riittävän aktiivisesti yhteistyötä Ranuan kunnan kanssa
 - Olen tyytyväinen käyttämiini Ranuan kunnan yrityspalveluihin
- Välttävänä (6,00 – 6,99) voidaan pitää mielipiteitä seuraavissa väittämissä
 - Kunta tekee riittävän aktiivisesti yhteistyötä Ranuan yritysten kanssa
 - Sopivia ja kohtuuhintaisia yritystontteja ja -kiinteistöjä on Ranualla hyvin saatavilla
 - Ranuan kunta kehittää toimintaansa ja tarttuu uusiin ideoihin rohkeasti
 - Ranuan kunta edistää yritysten kansainvälistymistä
 - Ranuan kunta edistää yritysten kasvua
- Tulokset ovat heikkoja (5,00-5,99)
 - Ranualla ja lähiseudulla on riittävästi ammattitaitoisia työntekijöitä yrityksemme tarpeita ajatellen
 - Ranua kuntana houkuttelee muualla asuvia tulemaan töihin ja asettumaan kuntaan



Yhteenvedo

- Työvoiman saatavuuteen tyytymättömiltä kysyttiin seuraavan 5 vuoden työvoiman tarpeesta. Mitään yksittäistä ammattiryhmää on vaikea nostaa listan kärkeen, lähes jokaisella yrittäjällä oli erilaisia tarpeita. Yhteisenä nimittäjänä voidaan sanoa olevan sen, että useimmat tarpeet liittyvät suorittavan tason ammattitaitoihin työntekijöihin.
- Edelleen kysyttiin miten he haluaisivat osallistua Ranuan kehittämiseen. Noin puolet mainitsi erilaiset yhteiset kehityshankkeet sekä yritysten ja kunnan yhteiset keskustelut. Muita mainintoja saivat osallistuminen mm. matkailun kehittämiseen.
- Ranualaisilta yrittäjiltä kysyttiin myös miten he keskustelevat Ranuasta muualla toimivien yrittäjien kanssa ja millainen on keskustelun sävy yleensä näissä keskusteluissa. 30 % mainitsee keskustelun sävyn olevan myönteinen, 60 % neutraalin ja vain 5 % kielteisen, joten Ranuan yrittäjien voi nähdä toimivan tässä asiassa hyvinä Ranuan markkinoijina.
- Perinteisessä suositteluhalukkuusmittarissa Ranuan NPS –luku on +10 , eli Ranuan suosittelijoita yrityksen sijaintipaikaksi (35 %) on enemmän kuin kriitikoita (25 %). Passiivisiksi luokiteltavia on 40 %.



Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksen toteutus

- Tutkimuksen teki Taloustutkimus Oy, Ranuan kunnan toimeksiannosta.
- Tutkimuksen kohderyhmä Ranuan yrittäjät.
- Tutkimus tehtiin puhelinhaastatteluina 26.10.-3.11.2018 välisenä aikana.
- Haastatteluja tehtiin 20 kpl Ranuan kunnan toimittaman yhteystietorekisterin mukaisesti. Haastateltavat valittiin listalta satunnaisesti.
- Aineistoa ei ole painotettu.
- Taloustutkimuksen laadunvarmistusmenettelyt on esitetty liitteessä.
- Tutkimuksen toteutti tutkimuspäällikkö Timo Myllymäki, timo.myllymaki@taloustutkimus.fi

Mitä kysyttiin?

Tutkimuksen kysymykset

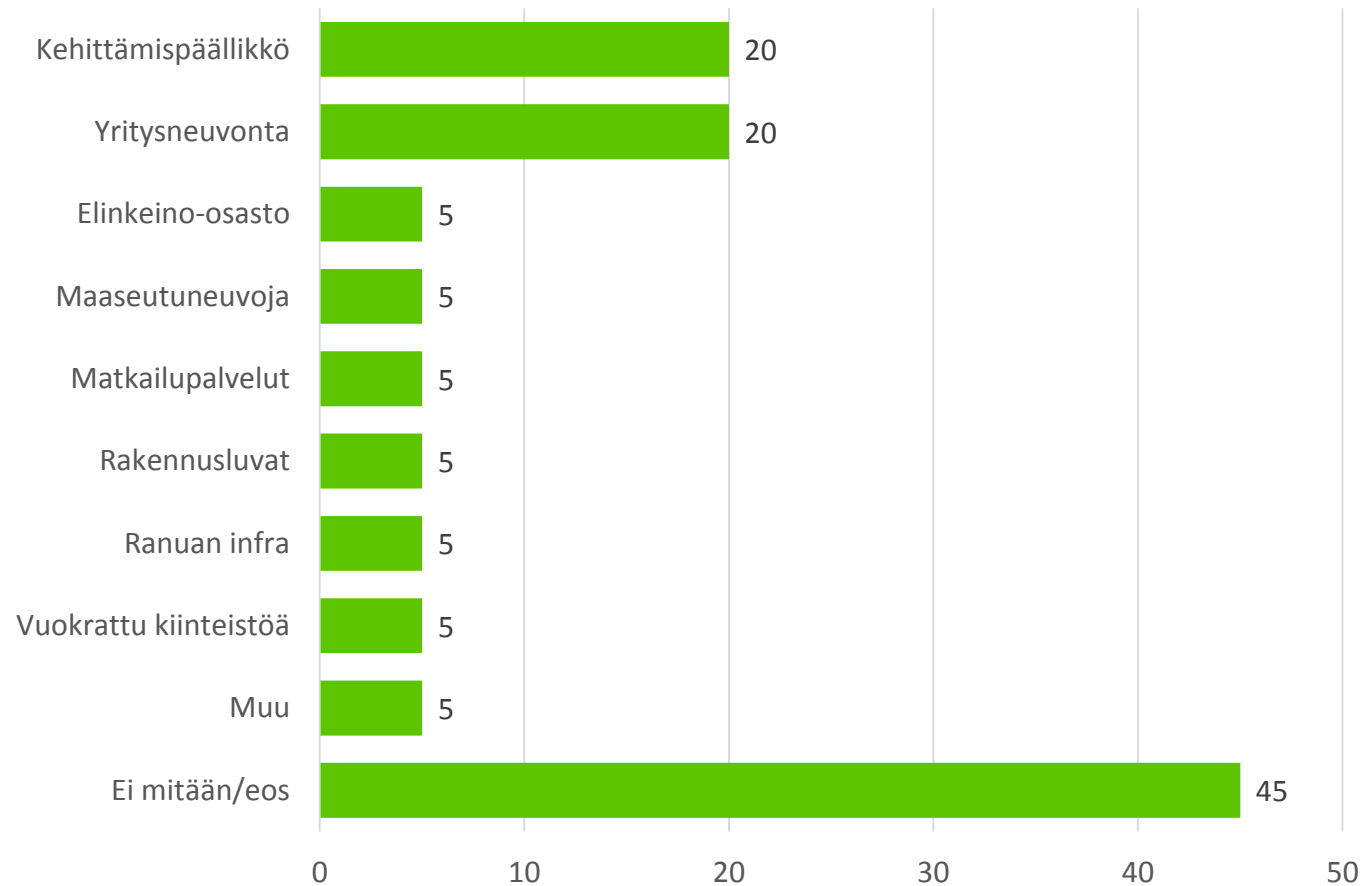
- Mitä kunnan yrityspalveluja yritys on käyttänyt viimeisen vuoden aikana?
- Strategiasta johdetut mittarit (Missä määrin olet samaa mieltä, 0=täysin eri mieltä, 10=täysin samaa mieltä)
 1. Olen kiinnostunut osallistumaan Ranuan kunnan ja yritysten välisen yhteistyön kehittämiseen
 2. Kunta tekee riittävän aktiivisesti yhteistyötä Ranuan yritysten kanssa
 3. Teen itse riittävän aktiivisesti yhteistyötä Ranuan kunnan kanssa
 4. Ranuan kunta edistää yritysten kasvua
 5. Ranuan yrityskanta on monipuolistunut
 6. Ranuan kunta edistää yritysten kansainvälistymistä
 7. Ranualla ja lähiseudulla on riittävästi ammattitaitoisia työntekijöitä yrityksemme tarpeita ajatellen
 8. Luotan yrityksemme tulevaisuuteen Ranualla, siksi olemme halukkaita investoimaan Ranualle
 9. Ranua kuntana houkuttelee muualla asuvia tulemaan töihin ja asettumaan kuntaan
 10. Ranuan kunta kehittää toimintaansa ja tarttuu uusiin ideoihin rohkeasti
 11. Sopivia ja kohtuuhintaisia yritystontteja ja -kiinteistöjä on Ranualla hyvin saatavilla
 12. Ranuan kuituyhteydet mahdollistavat joustavan sähköisten palvelujen tarjonnan ja etätyön
 13. Ranualla osataan hyödyntää arktista luontoa, hiljaisuutta ja puhtautta oikealla tavalla
 14. Olen tyytyväinen käyttämiini Ranuan kunnan yrityspalveluihin
- Olen kokonaisuudessaan tyytyväinen Ranuan kuntaan yrityksen sijaintipaikkana

Tutkimuksen kysymykset

- Millaisille työntekijöille yrityksellä on tarvetta seuraavan 5 vuoden aikana?
- Millä tavalla haluaisit osallistua Ranuan kehittämiseen?
- Kun keskustelet Ranuasta muualla Suomessa toimivien yrittäjien kanssa, millainen on keskustelunne sävy yleensä?
- Kuinka todennäköisesti suosittelisit Ranuaa yrityksen sijaintipaikaksi muualla muualla toimiville yrittäjille? Ajattele nimenomaan Ranuan kuntaa yritysystävällisyyden näkökulmasta toimintaympäristönä, ei niinkään markkina-alueena. 0=en todennäköisesti suosittelisi, 10=suosittelisin erittäin todennäköisesti
- Taustakysymykset
 - Asema yrityksessä
 - Yrityksen päätoimiala
 - Yrityksen työntekijämäärä
 - Yrityksen päämarkkina-alue

Tulosgrafiikka

Mitä kunnan yrityspalveluja käyttänyt viimeisen vuoden aikana? Avoin kysymys

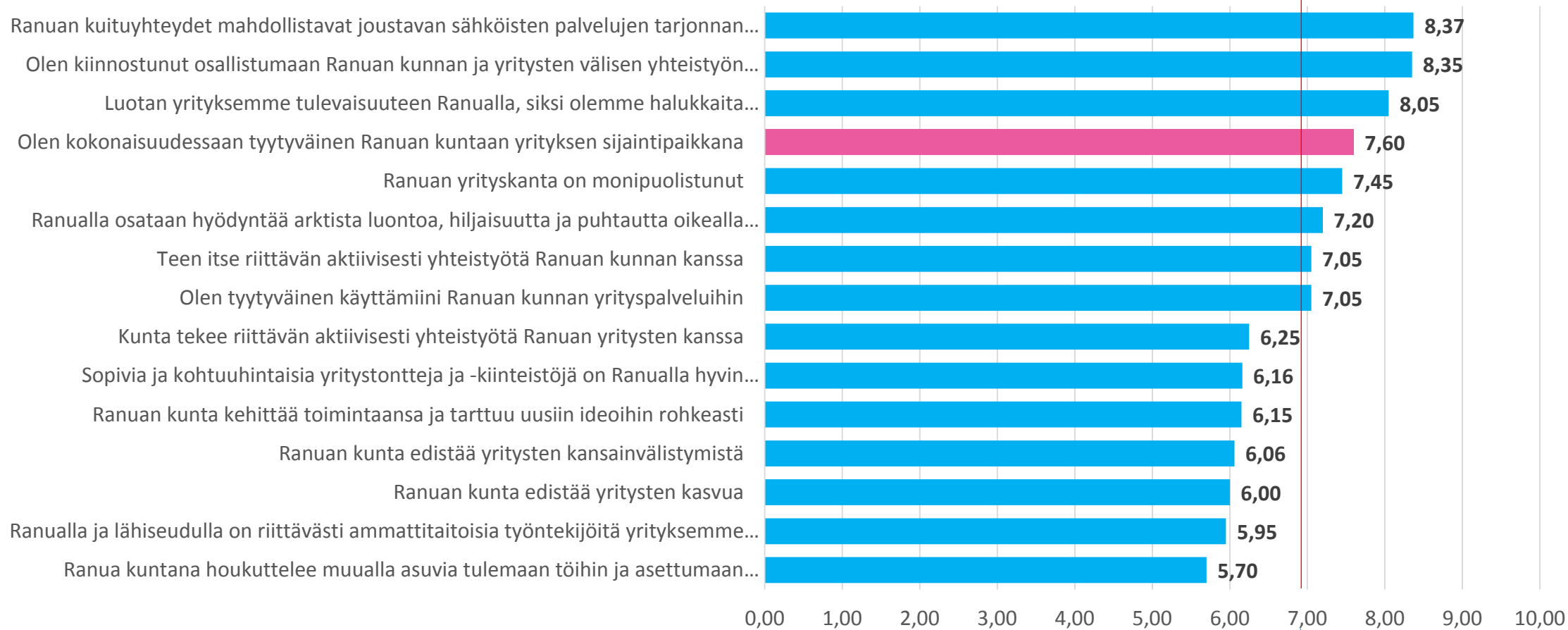


Kaikki vastaajat, n=20

- Ohessa esitetty 10 useimmin mainittua palvelua.
- Terveyspalvelut ovat yleisimmin käytetty palvelu Ranualla, myös kirjastoa on käytetty usein.
- Huomattavaa on, että liikuntapaikkojen lisäksi on mainittu myös liikuntapalvelut, joten kokonaisuudessaan kunnan liikuntapalveluita on käytetty myös usein.

Strategiaväittämät

0=täysin eri mieltä – 10=täysin samaa mieltä

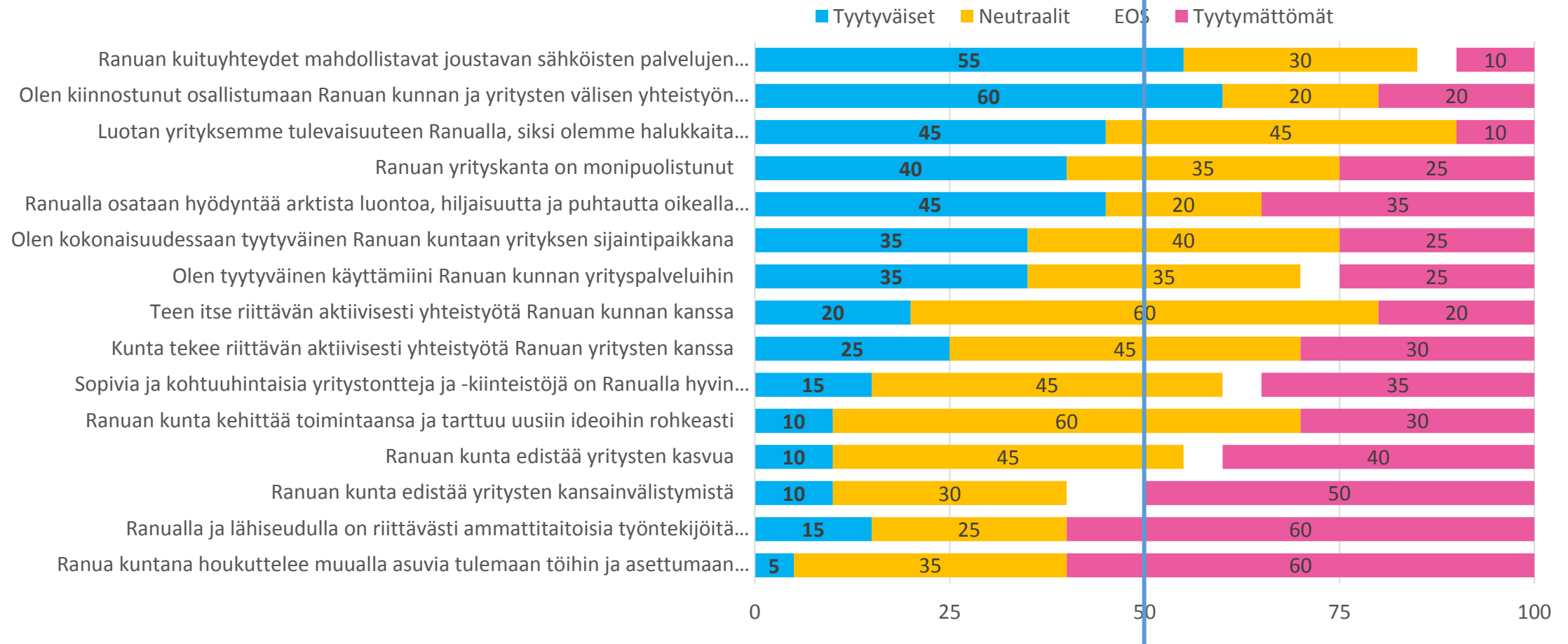


Kaikki vastaajat, n=20

Väittämien keskiarvo 6,89

Strategiaväittämät

Tyytyväisten (9-10), Neutraalien (7-8) ja Tyytymättömien (0-6) osuudet (%)

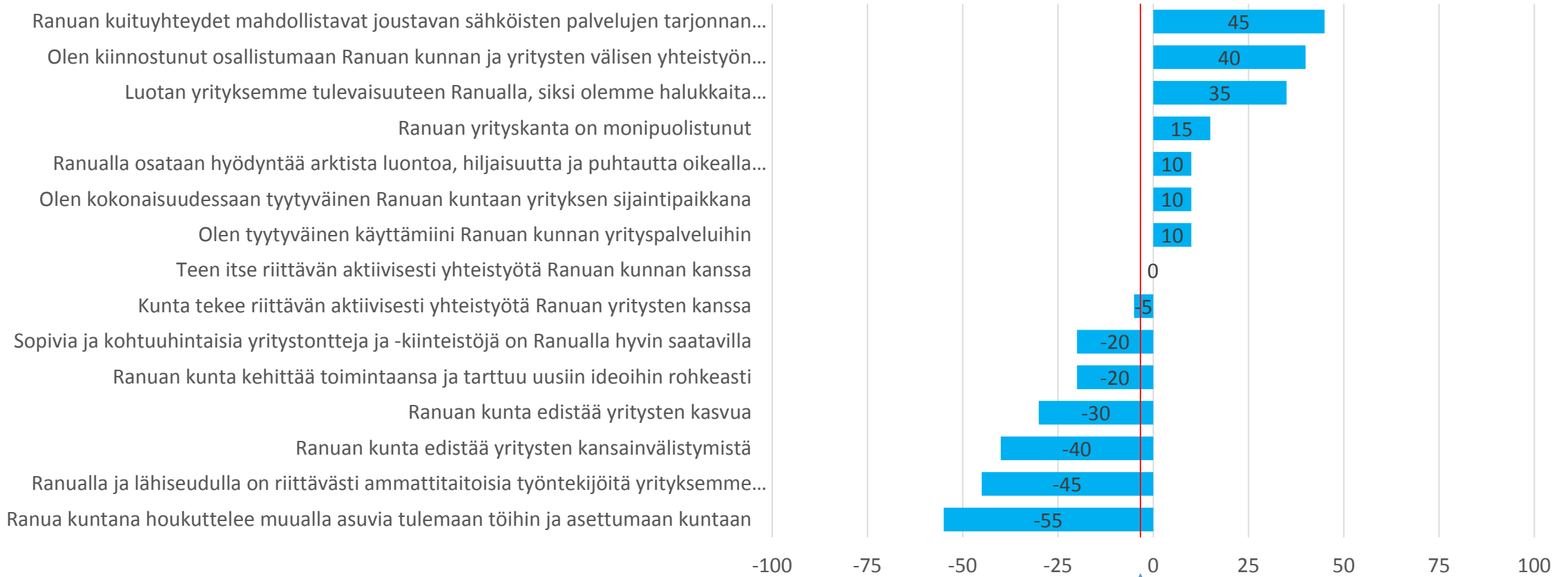


Kaikki vastaajat, n=20

Strategiaväittämät

Tyytyväisyysindeksi = Tyytyväiset (9-10) – Tyytymättömät (0-6)

Tyytyväisyysindeksi

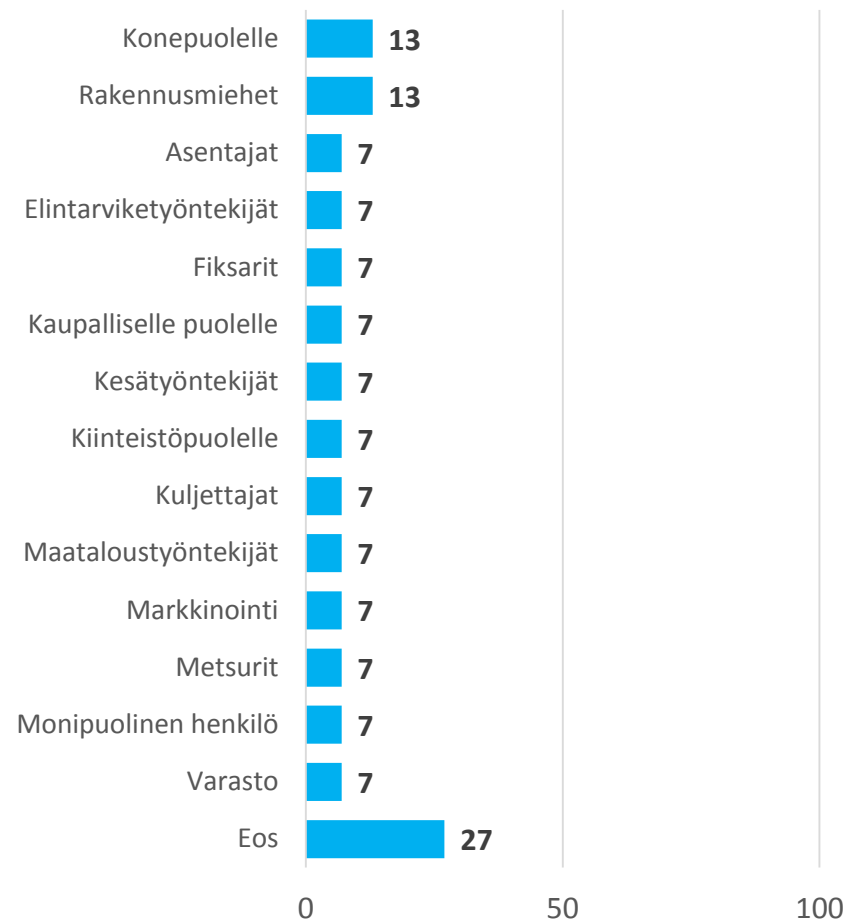


Väittämien keskiarvo/
tyytyväisyysindeksi -3,3

Kaikki vastaajat, n=200

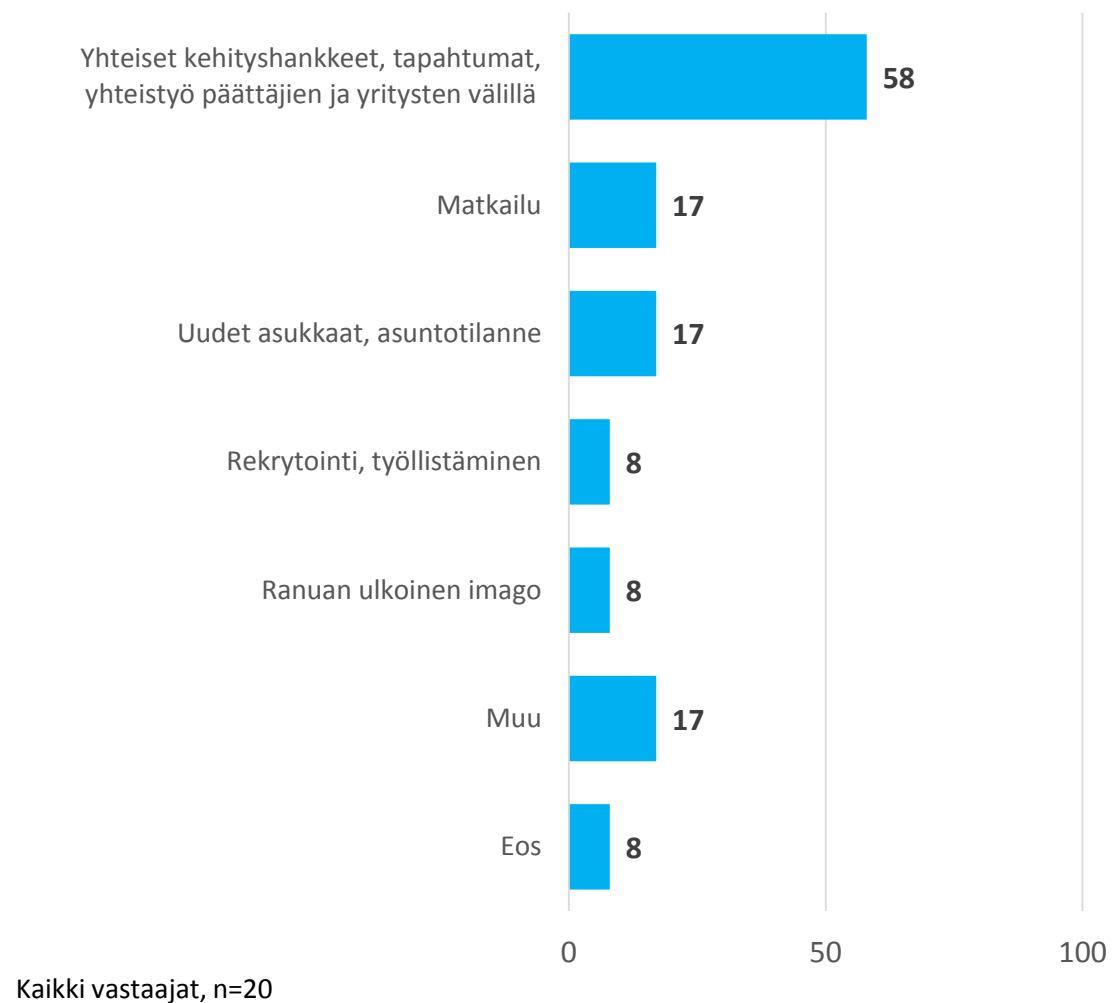
Millaisille työntekijöille yrityksellänne on tarvetta seuraavan 5 vuoden aikana?

Yritykset, jotka ovat tyytymättömiä työvoiman saatavuuteen Ranualta tai lähialueilta

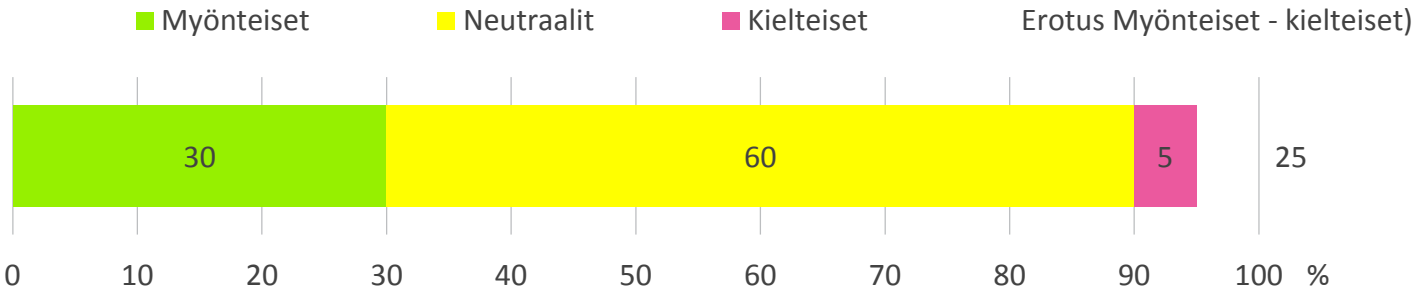
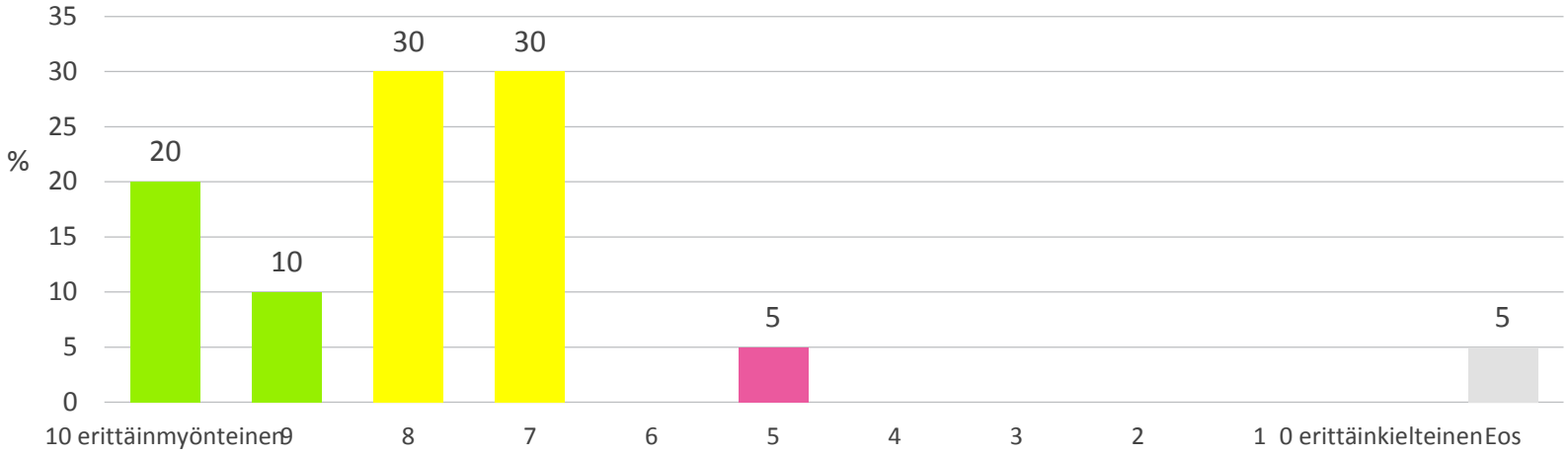


Kaikki vastaajat, n=15

Millä tavalla olet kiinnostunut osallistumaan Ranuan kehittämiseen

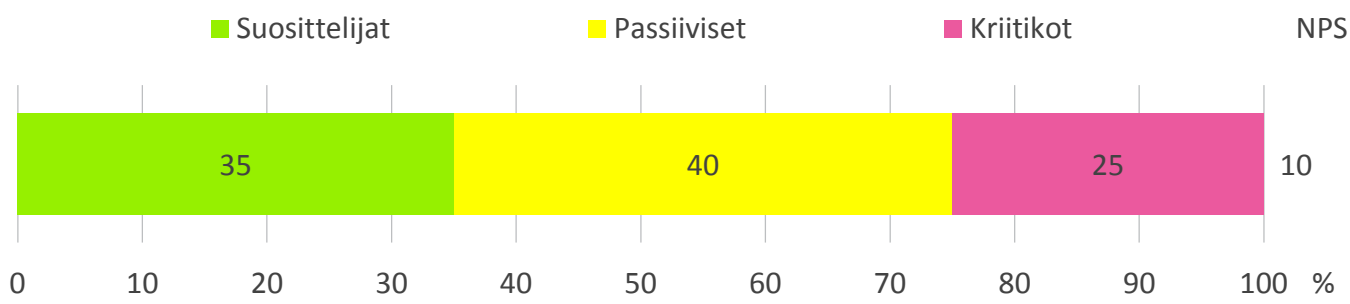
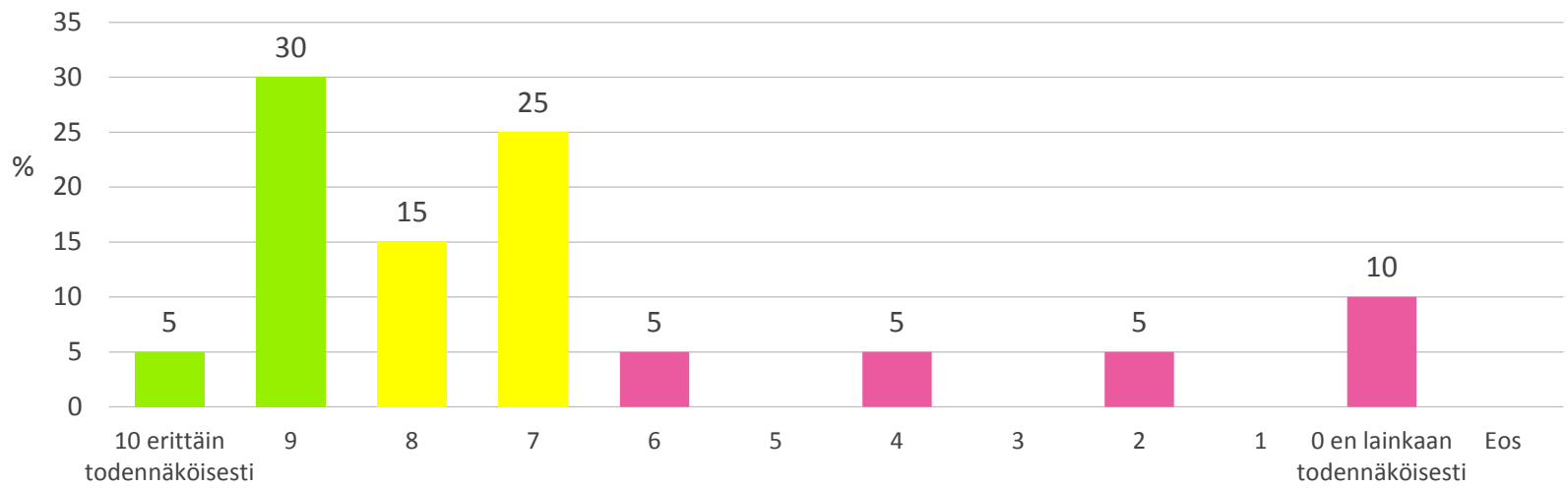


Kun keskustelet Ranuasta muualla Suomessa toimivien yrittäjien kanssa, millainen on keskustelunne sävy yleensä?



Kaikki vastaajat, n=20

Kuinka todennäköisesti suosittelisit Ranuaa yrityksen sijaintipaikaksi muualla toimiville yrittäjille? Ajattele nimenomaan Ranuan kuntaa yritysystävällisyyden näkökulmasta toimintaympäristönä, ei niinkään markkina-alueena.



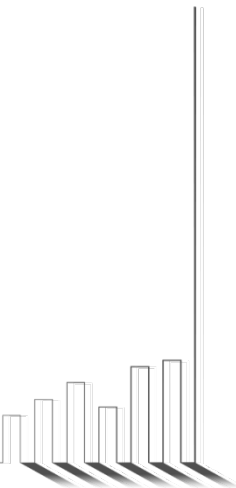
Kaikki vastaajat, n=20

Laadunvarmistus Taloustutkimuksessa

- SGS Fimko on myöntänyt Taloustutkimukselle ISO 20252 -toimialasertifikaatin, ja tämän projektin kaikki vaiheet on toteutettu tämän standardin sekä 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

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 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.