



SAVONIA

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALOUDEN JA HALLINNON ALA

KUINKA HYVIÄ POHJOISAVO- LAISET MIKROYRITTÄJÄT OVAT SOSIAALISEN MEDIAN HYÖDYN- TÄMISESSÄ VIESTINNÄSSÄ JA MARKKINOINNISSA:

Osaamistasojen ja merkitysten kvantitatiivinen analyysi kompe-
tenssikuilujen havaitsemiseksi

TE -
KIJÄ:

Tuija Kokkonen

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala		
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn tekijä(t) Tuija Kokkonen		
Työn nimi Kuinka hyviä pohjoisavolaiset mikroyrittäjät ovat sosiaalisen median hyödyntämisessä viestinnässä ja markkinoinnissa: Osaamistasojen ja merkitysten kvantitatiivinen analyysi kompetenssikuilujen havaitsemiseksi		
Päiväys	Sivumäärä/Liitteet	35/5
Ohjaaja(t) Tuomo Eskelinen ja Petteri Muuruvirta		
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Savon Yrittäjät Ry, Yritys oppii ja menestyy -hanke, Mia Hakulinen		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, miten hyvin pohjoisavolaiset mikroyrittäjät osaavat hyödyntää sosiaalista mediaa viestinnässä ja markkinoinnissa. Sosiaalisen median käyttöön liittyviä tutkimuksia on tehty vain yli kymmenen henkeä työllistäviin yrityksiin, vaikka suomalaisista yrityksistä yli 93% on mikroyrityksiä. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista, eli määrällistä menetelmää, sillä tutkimusaineisto sisälsi lukuarvoja ja vastaajia oli suuri määrä.</p> <p>Tutkimus tehtiin Savon Yrittäjät ry:n toimeksiannosta. Savon Yrittäjät ry:n hallinnoiman Yritys oppii ja menestyy -hankkeen toteuttamia osaamiskartoituksia haluttiin analysoida syvemmin. Osaamiskartoituksia oli toteutettu Pohjois-Savon alueella kahden vuoden aikana yli neljänsataan yritykseen, ja näistä mikroyrityksiä oli 296 kappaletta. Ennen kuin aineistoa pystyi analysoimaan, täytyi yrittäjien taustatietolomakkeille kerätyt tiedot ja yrittäjien osaamiskartoitusten tulokset koota samaan taulukkoon. Opinnäytetyö rajattiin koskemaan vain yhtä osaamiskartoituksen osaamisaluetta, eli sosiaalisen median hyödyntämisen osaaminen sisäisessä- ja ulkoisessa viestinnässä sekä markkinoinnissa.</p> <p>Teoriaosuudessa käsitellään osaamisen jaottelua, yritysluokitusta, sosiaalista mediaa, sisäistä- ja ulkoista viestintää sekä pienten yritysten markkinointia. Lisäksi käsitellään C&Q-osaamisenhallintajärjestelmää: (competence) osaaminen ja (qualifications) osaamistarve sekä kompetenssikuilu.</p> <p>Tutkimustyön konkreettisenä tuloksena selvisi pohjoisavolaisten mikroyrittäjien some-osaamisen kompetenssikuilut. Näillä tuloksilla on paljon merkitystä, koska mikroyrittäjien sosiaalisen median käyttöä markkinoinnissa ei ole aiemmin tutkittu. Tarkemmissa analyyseissä saatiin selville myös eroavaisuuksia yrittäjän sukupuolen, iän, yrityksen toimialan ja kotipaikan välillä.</p> <p>Yli seitsemälläkymmenellä prosentilla osaamiskartoituksiin osallistuneista mikroyrittäjistä oli some-osaamisessa kuilua. Jotta pienet yritykset pysyisivät sosiaalisen median kehityksessä mukana, on perusteltua järjestää heille tuettuja koulutuksia ja varmistaa näin, että yritykset menestyisivät yhä tiukkenevassa kilpailussa.</p>		
Avainsanat Mikroyrittäjä, mikroyritys, sosiaalinen media, toimialaluokitus, osaaminen, kompetenssikuilut, markkinointi, viestintä		

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business Administration			
Author(s) Tuija Kokkonen			
Title of Thesis How good are micro entrepreneurs in the northern Savo region at using social media for communication and marketing: Quantitative analysis of skill levels and gaps in the knowledge			
Date		Pages/Appendices	35/5
Supervisor(s) Tuomo Eskelinen ja Petteri Muuruvirta			
Client Organisation /Partners Savon Yrittäjät Ry, Company Learns and Succeeds –project, Mia Hakulinen			
<p>Abstract</p> <p>The aim of this thesis was to study how well micro entrepreneurs in the northern Savo region can utilize social media in their communication and marketing. Studies related to the use of social media have been made only at companies employing more than ten persons even though over 93 % of companies in Finland are small SMEs of less than 10 employees. In this study a quantitative research method was used because the research material included scalar data and the number of respondents was large.</p> <p>The study was made as an assignment from Savon Yrittäjät Ry (association of entrepreneurs in Savo). Savon Yrittäjät Ry administers a project called Company Learns and Succeeds, which has conducted a survey on competences and the association wanted to analyze the outcome of the survey more. The survey was conducted in the Northern Savo region among more than four hundred companies in the time period of two years 2016-2017. Of these companies 296 were microenterprises. Before analyzing the data, the background data of entrepreneurs and their results in competence surveys were summarized in one matrix. This thesis was limited to concern only one part of the competence survey: social media in internal and external communication and marketing.</p> <p>The theory part of the study elaborated divisions of competence, categorization of companies, social media, internal and external communication and marketing of small enterprises. Furthermore C&Q, the competence control system, with which the surveys were conducted, is discussed in this part.</p> <p>As a tangible result of this study, the competence gaps in the use of social media of microentrepreneurs in the northern Savo area were clarified. Since no previous studies on micro-SMEs and their use of social media in marketing or communication exist, this study has a lot of importance. In a more specific analysis differences were found based on gender, age, line of industry and residence of entrepreneurs.</p> <p>More than seventy percent of the entrepreneurs who took part in the competence survey had a gap in their social media competence. Based on this result, it would be well justified to organize and support training for small SMEs, to actually ensure social media skills and success in tightening competition.</p>			
<p>Keywords Microentrepreneur, microcompany, social media, industry classification, competence, competence gaps, marketing, communication</p>			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
1.1	Tutkimusongelma	7
1.2	Yritys oppii ja menestyy -hanke	7
2	TUTKIMUSMENETELMÄ.....	8
2.1	Kvantitatiivinen tutkimus	8
2.2	Liiketoimintaosaamisen kartoitus ja tutkimuskysymys.....	8
2.3	Tutkimuksen vaiheet	8
2.4	Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti.....	9
3	OSAAMINEN.....	10
3.1	C&Q -osaamisenhallintajärjestelmä	11
3.2	Osaamisen merkitykset	11
3.3	Osaamisen tasot	11
3.4	Kuilut	12
4	YRITYSLUOKITUS.....	13
5	SOSIAALINENMEDIA.....	14
5.1	Sosiaalisen median kanavat	14
5.2	Facebook ja WhatsApp.....	15
5.3	Instagram	15
5.4	Twitter	16
5.5	Viestintä sosiaalisessa mediassa.....	16
5.6	Sisäinen viestintä	16
5.7	Ulkoinen viestintä	16
6	PIENTEN YRITYSTEN MARKKINOINTI	18
6.1	Sosiaalinen media markkinointikanavana	18
6.2	Sosiaalisen median osuus markkinoinnista	18
7	TUTKIMUSPROSESSI	19
8	TULOKSET	20
8.1	Sukupuoli	20
8.2	Ikäryhmät	21
8.3	Toimiala	22
8.4	Vastaajat toimialoittain.....	22

8.5	Osaamisen merkitykset toimialoittain	24
8.6	Osaamisen kuilut toimialoittain	25
8.7	Yrityksen kotipaikan mukaan osaamisen merkitykset ja kuilut	26
9	JOHTOPÄÄTÖKSET	27
10	POHDINTA.....	29
10.1	Konkreettinen tulos.....	29
10.2	Osaamisen tasot ja kuilut	29
10.3	Oman työprosessin arviointi.....	29
	LÄHTEET	31
	LIITTEET	35

1 JOHDANTO

Sosiaalisen median kanavat kehittyvät jatkuvasti ja pienillä yrityksillä on vaikeuksia pysyä kehityksessä mukana. Sosiaalisen median hyödyntäminen on nykypäivänä vain korostunut liike-elämässä, ja yrityksen menestyminen voi olla myös sosiaalisen median hyödyntämisen taidosta kiinni. Markkinointi sosiaalisen median kanavissa on edullisempaa kuin lehti mainonta, sillä sosiaalisen median mainokset ovat kohdennettavissa tietyille asiakasryhmille ja mainosten teho on mitattavissa. Sosiaalisen median kautta voidaan myös tavoittaa asiakkaita huomattavasti laajemmalla alueella kuin lehdimainoksilla. Pienet yritykset tarvitsevat tukea, jotta heillä on menestymisen mahdollisuuksia nykyajan markkinoinnin kehityksen paineessa. Tarvitaan tutkittua tietoa pienten yritysten sosiaalisen median osaamisesta, jotta saadaan perusteluja niille kohdennettujen kehittämistoimenpiteiden tarpeellisuudesta tilanteen parantamiseksi.

Aiheeseen liittyvät Tilastokeskuksen tutkimukset on tehty vain yli kymmenen henkeä työllistäviin yrityksiin, vaikka suomalaisista yrityksistä yli 93 % on mikroyrityksiä. Mikroyritykset ovat siis merkittävässä roolissa Suomen yritys kentällä ja heidän tilanteesta ei tutkimustietoa juuri ole saatavilla.

Tämän tutkimustyön tarkoitus on selvittää, että kuinka hyviä pohjoissavolaiset mikroyrittäjät ovat sosiaalisen median hyödyntämisessä viestinnässä ja markkinoinnissa. Tutkimustyössä selvitetään mikroyrittäjien some-osaamisen tasot, kuilut sekä osaamisen tasojen eroavaisuudet mikroyrittäjien iän, sukupuolen, toimialan ja yrityksen kotipaikan välillä.

Tutkimustyön toimeksiantajana on Savon Yrittäjät Ry. Savon Yrittäjät Ry toimii Yritys oppii ja menestyy -hankkeen hallinnoijana. Tämä hanke aloitti toimintansa vuoden 2016 alussa tarkoituksenaan selvittää mikro- ja pk-yritysten liiketoimintaosaamisen tasoja ja tarjota räätälöityjä koulutuksia esille nousseisiin koulutustarpeisiin, jotta yritykset kehittyisivät ja menestyisivät.

Tietoperustana tutkimuksen analyysiin on Yritys oppii ja menestyy -hankkeen toteuttamat osaamiskartoitukset. Tammikuuhun 2018 mennessä oli pk-yrityksille suunnattuja osaamiskartoituksia tehty yli neljäänsataan yritykseen Pohjois-Savon alueella ja lähes kolmesataa näistä oli mikroyrityksiä. Osaamiskartoitukset on toteutettu Yritys oppii- ja menestyy -hankkeen maksuttomana palveluna. Kartoituksissa yrittäjiä on pyydetty antamaan merkitykset ja oman osaamisen tasot liiketoimintaosaamiseen liittyvistä osaamisalueista. Liiketoimintaosaamiseen liittyviä osaamisalueita kartoituksessa oli yhteensä 45 kappaletta, ja tähän tutkimustyöhön valittiin näistä yksi osaamisalue, eli sosiaalisen median hyödyntämisen osaaminen sisäisessä- ja ulkoisessa viestinnässä sekä markkinoinnissa. Tämä mahdollisti myös sen, että tutkimustyö ei kasvanut liian suureksi.

Tutkimustyön konkreettisena tuloksena saatiin selville pohjoissavolaisten mikroyritysten some-osaamisen kompetenssi kuilut. Yli seitsemälläkymmenellä prosentilla osaamiskartoituksiin osallistuneista mikroyrityksistä oli some-osaamisessa kuilua.

1.1 Tutkimusongelma

Tutkimusongelmana oli selvittää, että kuinka hyviä pohjoissavolaiset mikroyrittäjät ovat sosiaalisen median hyödyntämisessä sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä sekä markkinoinnissa, sillä aikaisempaa tietoa mikroyritysten some-osaamisen tasoista ja kuiluista ei ollut. Tilastokeskuksen tutkimukset oli suunnattu vain yli kymmenen henkeä työllistäviin yrityksiin. Lisäksi tutkimustyössä selvitettiin eroavaisuuksia some-osaamisen kuiluissa sekä osaamisen tasoissa mikroyrittäjien sukupuolen, iän, toimialan ja yrityksen kotipaikan välillä.

Sosiaalisenmedian kanavat kehittyvät jatkuvasti ja pienillä yrityksillä on vaikeuksia pysyä kehityksessä mukana. Sosiaalisen median hyödyntämisen taitoja pidetään nykyään tärkeänä liiketoimintaosaamisena. Tutkimuksen tuloksilla ja analyyseillä pystytään todentamaan, että pienille yritykselle suunnattuja tuettuja koulutuksia tarvitaan jatkossakin Pohjois-Savon alueella.

1.2 Yritys oppii ja menestyy -hanke

Yritys oppii ja menestyy -hanke on Savon Yrittäjien hallinnoima kehittämishanke Pohjois-Savon alueella. Hankkeen osatoteuttajat olivat Kehitysyhtiö SavoGrow, Navitas Kehitys ja Ylä-Savon koulutuskuntayhtymä. Hankeen rahoitus koostui Euroopan sosiaalirahaston tuesta sekä kuntien ja yritysten omarahoituksista. Hanke aloitti toimintansa marraskuussa 2015 ja päättyi 30.11.2018. (Eura 2014.)

Hankkeen kohderyhmänä olivat pohjoissavolaisten pk-yritysten yrittäjät ja heidän työntekijät. Hankkeen tarkoitus oli vahvistaa näiden liiketoimintaosaamista mukaan lukien sosiaalisenmedian hyödyntämisen osaamista sekä viestinnässä että markkinoinnissa. Hankkeen tavoite oli näin tukea yritysten kilpailukykyä, tuottavuutta ja yritysten kasvumahdollisuuksia. Hankkeen yritysytteyshenkilöt kiersivät pohjoissavolaisissa yrityksissä tekemässä osaamiskartoituksia. Osaamiskartoitusten avulla selvitettiin todelliset kehittämistarpeet ja suunniteltiin näihin tarpeisiin sopivia koulutuksia. (Savon Yrittäjät.)

2 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä. Pk-yrityksille suunnatut osaamiskartoitukset keräsivät numeraalisia arvoja, joita määrällisellä tutkimusmenetelmällä oli mahdollista analysoida. Taustatietotaulukon ja osaamiskartoitusten tulosten yhdistämisellä saatiin yksi taulukko, josta erilaiset analyysit oli mahdollista koostaa.

2.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen tutkimus tarkoittaa määrällistä menetelmää käyttävää tutkimusta. Tällä menetelmällä kuvataan ja tulkitaan ilmiöitä erilaisilla numeerisia tietoja keräävillä mittausmenetelmillä. Kvantitatiivinen tutkimus on mittaamista, jonka tuloksena syntyy havaintoaineisto, jossa on lukuarvoja. Näitä aineistoja analysoidaan mittaamisen jälkeen tilastollisin analyysimenetelmin. (Vilpas.)

Määrällisessä tutkimuksessa usein käytetään aineiston keräämisessä kyselyä. Kerättyä tietoa struktoidaan ja mitataan. Tietoa käsitellään ja esitetään numeroin. Lisäksi tällaiset tutkimukset ovat objektiivisiä ja vastaajia on ollut suuri määrä. (Vilka 2007.)

2.2 Liiketoimintaosaamisen kartoitus ja tutkimuskysymys

Yritys oppii ja menestyy -hankkeessa laadittiin liiketoimintaosaamista mittaava kysely heti hankkeen alussa. Kyselyn 45 eri osaamisaluetta valittiin aikaisemman Oppiva Yritys -hankkeen loppuraportissa esiin tulleista osaamisvajeista pohjoissavolaisissa pk-yrityksissä (Ryymän 2014). Liiketoimintaosaamisen nimet poimittiin C&Q-osaamisenhallintajärjestelmästä, johon kunkin haastateltavan antamat arvot syötettiin yhteenvetoraportointeja varten (Liite 2).

Yhtenä näistä liiketoimintaosaamisen kysymyksistä oli tähän tutkimustyöhön valittu osaaminen: sosiaalisen median hyödyntäminen sisäisessä- ja ulkoisessa viestinnässä, sekä markkinoinnissa. Vastaus tapahtui skaalakysymyksellä, eli asteikolla 5-1.

2.3 Tutkimuksen vaiheet

Aineistoa keräsi Yritys oppii ja menestyy- hankkeen yritysytteyshenkilöt yrityskäynnellään. Yrittäjän kanssa oli etukäteen sovittu tapaamiselle aika ja haastattelija toiminut yritysytteyshenkilö täytti arviointilomakkeet käsin haastattelun aikana. Yrityskäynnin jälkeen haastattelija syötti liiketoimintaosaamisen kartoituksen tulokset C&Q-järjestelmään ja lisäksi yrityksen tiedot hankkeen seuranta taulukoon. Osaamiskartoitukseen sai osallistua pk-yritys Pohjois-Savon alueelta. Kartoituksia markkinointiin Yritys oppii ja menestyy -hankkeen uutiskirjeissä, nettisivuilla ja yrityksille suunnatuissa tapahtumissa. Teknologia-alan suurimmat yritykset eivät kuuluneet hankkeen kohderyhmään, sillä niille oli suunnattu toisia kehittämishankkeita Pohjois-Savon alueella.

Ensimmäiseksi koottiin kaikkien yritysytteyshenkilöiden seurantataulukot yhteen taulukkoon. Seurantataulukoihin yritysten taustatiedot oli kerätty yhdenmukaisesti. Tämän jälkeen muokattiin taulukko niin, että kaikki sarakkeet oli kohdennettu oikein. Seuraavaksi seulottiin taulukosta vain mikroyritykset. Mikroyrityksiä oli tammikuun 2016 ja tammikuun 2018 välillä kartoitettu 296 kappaletta Pohjois-Savon alueelta.

Seuraavaksi poimittiin C&Q-järjestelmästä kunkin mikroyrityksen antamat arviot (merkitys, taso ja kuilu) Sosiaalisen median hyödyntämisestä sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä sekä markkinoinnissa -osaamisalueesta. Tämän jälkeen kerättiin eri taulukoihin suodattamalla omat koostetaulukot yritysten toimialojen, yrittäjien iän ja sukupuolen, sekä yritysten kotipaikan mukaan. Kun nämä olivat valmiit, koottiin yhteenvetosivu Exceliin, josta löytyi tiivistetyt tietotaulukot.

2.4 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

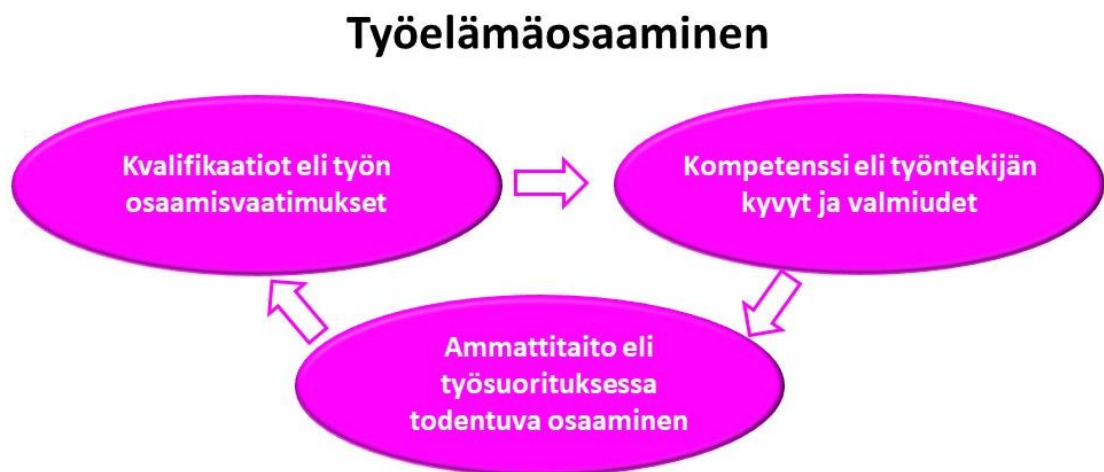
Osaamiskartoituksia, joista aineisto tutkimusta varten kerättiin, oli tehnyt kuusi eri henkilöä. Jokainen oli voinut vaikuttaa haastattelutilanteessa haastateltavan vastaukseen avaamalla annetun osaamisenalueen eri tavalla. Kartoituskysymys; Sosiaalisen median hyödyntäminen markkinoinnissa ja viestinnässä, on melko laaja ja ei välttämättä aukea kaikille vastaajille samalla tavalla.

Tutkimustulosten reliabiliteettia eli luetettavuutta parannettiin sillä, että ennen kartoitusten aloittamista haastattelijat koulutettiin tekemään osaamiskartoituksia C&Q-järjestelmällä. Samalla käytiin läpi myös liiketoimintaosaamiseen nostetut osaamisalueet ja pohdittiin yhdessä, että mitä kukin osaaminen tarkoittaisi yrittäjän näkökulmasta. Tämä ei silti sulje pois haastattelijoiden näkemyseroja eri osaamisalueiden tarkemmista sisällöistä. Reliabiliteettia paransi tutkimustuloksissa myös vastaajien suuri määrä (N=296) (Heikkilä 2014, 28).

Validiteettia tutkimuksessa vahvisti se, että luokitusjärjestelmä oli kaikille sama. Merkitys- ja osaamisen taso asteikko oli avattu myös sanallisesti, joten oman osaamisen arvioiminen oli helpompaa vastaajille. C&Q-järjestelmästä sai tulostettua yhteenvetotaulukoita ja näin virheiden määrää saatiin vähennettyä, kun käsin tehtäviä kirjauksia oli vähemmän. Perusjoukko rajattiin tarkemmin koskemaan vain mikroyrityksiä, joten tutkimuksen pätevyys parani tälläkin toiminnolla (Heikkilä 2014, 27).

3 OSAAMINEN

Taina Hanhinen on väitöskirjassaan kuvannut työelämäosaamisen (kuva 1). Työelämäosaaminen koostuu kompetenssista, eli työntekijän kyvyistä ja valmiuksista suoriutua työtehtävistään ja ammatitaidosta, eli työsuorituksessa todentuvasta osaamisesta. Lisäksi työelämäosaamiseen vaikuttavat kvalifikaatiot, eli työelämän suunnasta asetetut työn osaamisvaatimukset, joita työntekijän tulee hallita. (Hanhinen 2010, 96-97.)



KUVA 1. Taina Hanhisen väitöskirjassa kuvaama työelämäosaamisen osatekijät ja niiden väliset suhteet (Hanhinen 2010, 97).

Mika Kamensky (2015) jaotteli osaamisen perustan koostuvan tiedoista, taidoista ja lisäksi näkemyksestä, halusta ja rohkeudesta. Tietoa tarvitaan kaikenlaiseen toimintaan ja päätöksentekoon, ja tiedon hallinta on tullut yhä tärkeämmäksi osaamiseksi. Taidot karttuvat vasta työelämässä. Lisäksi näkemysosaamista pidetään kriittisenä osaamisen elementtinä. Näkemys on kykyä nähdä asiakokonaisuuksia ja niiden osat sekä ymmärtää, että mistä on kysymys. Ihmisellä on oltava myös halua (motivaatiota), jotta hän saa jotain aikaan. Rohkeutta ei paljon ole nostettu esille osaamisena, mutta sitäkin tarvitaan, jotta tuloksia saavutetaan. (Kamensky 2015, 159-169.)

Osaaminen voidaan jakaa Pyykön mukaan kokonaisvaltaiseen tai erottelevan osaamiseen. Erottelevassa osaamisnäkökulmassa osaamisen kokonaisuus pilkotaan osiksi. Erotteleva osaaminen on tekemistä, ja sitä voidaan esim. tunnistaa, määrittää ja arvioida. Lisäksi sitä voidaan ennustaa, johtaa, kehittää sekä jakaa. Tämä on suurissa yrityksissä hyödyllistä. Erotteleva osaaminen voidaan vielä jakaa minimivaatimuksiin ja erinomaisuutta kuvaaviin kompetensseihin. Kokonaisvaltainen osaaminen on enemmänkin tajuamista, että tietää mitä tekee. Tästä voidaan erottaa vielä merkitysosaamista eli oivaltamista ja tilannelukua eli tiedon päivittämistä. Kirjassa tuli myös esille, että esim. yrittäjän kannattaisi kehittää sitä osaamista mitä hänellä jo on, ja että todelliset osaamisvaatimukset tulevat esille, kun ymmärtää tilanteita uudella ja erilaisella tavalla. (Pyykkö 2015, 231-236.)

3.1 C&Q -osaamisenhallintajärjestelmä

Filosofian tohtori Taina Hanhinen on kehittänyt osaamisenhallintajärjestelmää vuodesta 1996. Työ alkoi osaamisen ennakoinnin kehittämistyöstä, ja tänä päivänä hallintajärjestelmällä on tehty yli neljä tuhatta osaamiskartoitusta. C&Q-Systemsin osaamisenhallintajärjestelmästä löytyy tällä hetkellä yli 22 000 osaamisaluetta, jotka on luokiteltu ainutlaatuisella tavalla. (CQSystems 2018.)

Tästä luokitusjärjestelmästä Taina Hanhinen teki väitöskirjansa Työelämäosaaminen – Kvalifikaatioiden luokitusjärjestelmän konstruointi vuonna 2010. Hanhinen kirjoittaa väitöskirjassaan, että kompetenssi on kvalitatiivinen (laadullinen) käsite. Tätä voidaan myös kuvata, mitata ja arvioida kvantitatiivisin termein. (Hanhinen 2010, 73.)

Osaamisenhallintajärjestelmällä selvitetään esim. miten henkilöstön kompetenssi (Competence) tulisi vastata yrityksen osaamistarpeita (Qualifications). Näiden välille syntynyt kuilu ohjaa yritystä lisäämään henkilöstönsä osaamista. (CQSystems 2018.)

3.2 Osaamisen merkitykset

C&Q-osaamiskartoituksessa on osaamisen merkitystasot luokiteltu numeraalisesti ja sanallisesti. Osaamisen merkitys kertoo kunkin osaamisalueen tärkeyden yrityksen/organisaation liiketoiminnan kannalta. Osaamisen tasot on jaettu viiteen eri tasoon: 5 Erittäin merkittävä, 4 Merkittävä, 3 Jonkin verran merkittävä, 2 Vähäinen merkitys, 1 Ei merkitystä. Lisäksi on 0, jos merkitystasoa ei ole valittu. (C&Q-Systems.)

5 Erittäin merkittävä
4 Merkittävä
3 Jonkin verran merkittävä
2 Vähäinen merkitys
1 Ei merkitystä
0 Ei valittu

KUVA 2. Merkitystason jaottelu C&Q -osaamisenhallintajärjestelmässä (C&Q-Systems).

3.3 Osaamisen tasot

Osaamisalueen tason arvioimisen luokituksena on C&Q-järjestelmässä kahdeksanportainen arvoasteikko. Asteikko on osaamisen kartoitukseen luotu asteikko, jota käytetään osaamisen tason mittaamiseen. Arvoasteikossa on numeraalinen arvo ja sanallinen arvio (Kuva 3). Paras osaamisen tason arvio on 5 Erinomainen osaaminen ja siitä alaspäin 4 Hyvä osaaminen, 3 Kohtalainen osaaminen, 2 Tyydyttävä osaaminen, 1 Heikko osaaminen ja 0 Ei osaamista. Lisäksi vastaaja voi jättää vastaamatta, jolloin tulee viiva (-). Vastausvaihtoehtoina myös X Ei osaa sanoa ja Z Ei tarvetta/Ei kuulu työtehtäviin. (C&Q-Systems.)

5 Erinomainen osaaminen
4 Hyvä osaaminen
3 Kohtalainen osaaminen
2 Tyydyttävä osaaminen
1 Heikko osaaminen
- Ei vastattu
X Ei osaa sanoa
Z Ei tarvetta / Ei kuulu työtehtäviin
0 Ei osaamista

KUVA 3. Osaamisen tasojen luokitukset C&Q-järjestelmässä (C&Q -Systems).

3.4 Kuilut

Kuilu-arvossa verrataan henkilön osaamistasoa osaamistarpeen (kvalifikaation) merkitystasoon, eli osaamisen tasosta (kompetenssi) vähennetään osaamisen merkityksen taso. Kuilu osaamisen tasosta kvalifikaation voi olla maksimissaan -5. (Hanhinen 2010.)

Jos vastaaja on valinnut joko: Ei osaa sanoa, Ei tarvetta/ Ei kuulu työtehtäviin, ei nämä vaikuta osaamisen kuilun suuruuteen. Ammattitaidon mittaaminen syventää siis tietoa, että miten hyvin osaaminen hallitaan. (Hanhinen 2010.)

4 YRITYSLUOKITUS

Yritystoiminnan tyyppiluokitus on määritelty Suomessa EU:n PKS-luokituksen mukaan. Tilastokeskuksen yritystoiminnan tyyppiluokituksina ovat mikroyritys, pieniyritys, keskiuuriyritys, suuryritys ja määrittelemätön. Näihin luokkiin jakautuminen tapahtuu palkansaajien lukumäärän sekä liikevaihdon ja/tai taseen loppusumman sekä konsernisuhteen perusteella. (Tilastokeskus.)

EU -hankkeissa tilastoissa käytetään pk-yritysten kokoluokituksena henkilöstömääriä: 0—1 henkilö, 2—9 henkilöä, 10—49 henkilöä tai 50—249 henkilöä. Näistä kokoluokituksista mikroyrityksiksi tässä analyysissä luettiin ne yritykset, joilla on alle 10 henkeä palveluksessa (0-1 ja 2-9 henkilöä). (EU-komissio.)

PKS-luokituksen mukaan, jota Tilastokeskus käyttää, mikroyritykseksi lasketaan yritys, joka työllistää alle kymmenen henkeä ja liikevaihto sekä tase ovat alle 10 miljoonaa euroa. Pienyritykseksi luetaan yritys, jonka palveluksessa on vähemmän kuin viisikymmentä työntekijää ja jonka liikevaihto tai taseen loppusumma on vuodessa enintään 10 miljoonaa euroa. Keskiuureksi yritykseksi lasketaan yritykset, jotka työllistävät vähemmän kuin 250 työntekijää. Lisäksi niiden vuosiliikevaihto on enintään 50 miljoonaa euroa, tai taseen loppusumma on enintään 43 miljoonaa euroa. Suuryritykseksi luetaan yritykset, joissa on yli 250 työntekijää, liikevaihto vähintään 40 miljoonaa euroa ja taseen loppusumma yli 20 miljoonaa euroa. Näistä kriteereistä on vielä täytyttävä kaksi kolmesta, jotta yritys luetaan suuryritykseksi. (Tilastokeskus).

5 SOSIAALINENMEDIA

Sosiaalinenmedia käsitteenä on varsin tuore. Aikaisempi nimike sosiaaliselle medialle oli yhteisöllinen media. Käsite otettiin käyttöön vuonna 2009 Suomessa ja se tapahtui hieman muuta maailmaa aikaisemmin. Jotta voidaan puhua sosiaalisesta mediasta, on käyttäjien välillä tapahduttava vuorovaikutusta. Tämän lisäksi tuotetaan sekä jaetaan sisältöjä. Sosiaalisiksi mediaksi voidaan siis luokitella hyvin monet verkkoalustat. (Pönkä 2014, 34; Forsgård ja Frey 2010, 30; Sponder ja Khan 2017, 57)

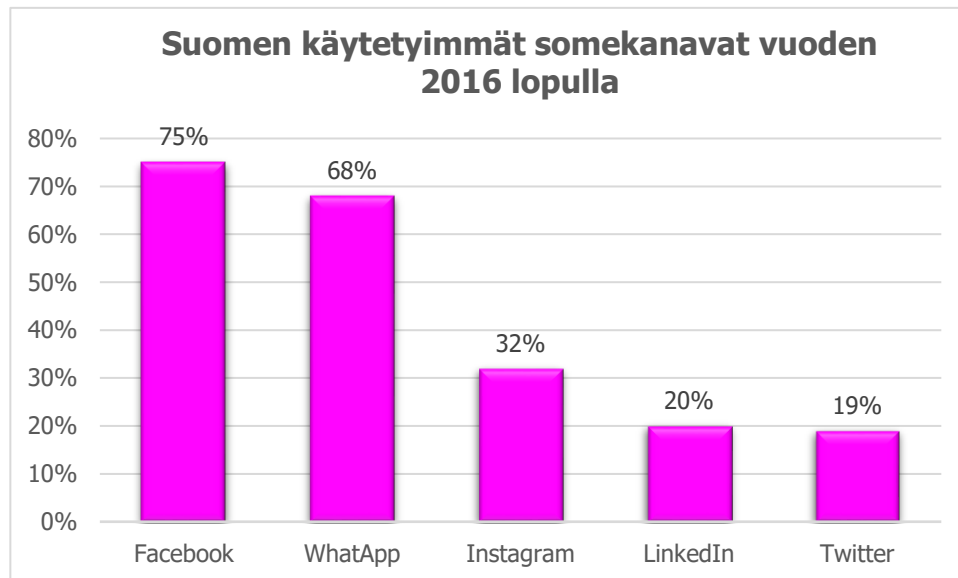
Sosiaalisen median sisällöksi luokitellaan kuvat, videot, esitykset, animaatiot ja dokumentit. Lisäksi erilaiset testit, tiedon jakaminen ja vastaanotto sekä pelit ja kilpailut. Käyttäjän on pystyttävä osallistumaan siihen sekä kommentoimaan ja jakamaan sitä. (Leino 2012, 114.) Sanastokeskus TSK:n mukaan sosiaalinen media on ”tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita” (Sanastokeskus TSK).

Suomen Yrittäjien laatiman selvityksen mukaan digityökaluista suurin pienissä yrityksissä on yrityksen omat internetsivut ja toiseksi käytetyin on sosiaalinen media (Yrittäjät 2016). Tässä selvityksessä sosiaalista mediaa käytettiin toiseksi eniten myös markkinointikanavana. Viljavan (2017) tekemän haastattelututkimuksen mukaan mikroyritykset olivat tehokkaammin ottaneet käyttöönsä sosiaalisen median kanavat kuin suuremmat pk-yritykset.

5.1 Sosiaalisen median kanavat

Sosiaalisen median kanavat ovat erikoistuneita riippuen aiheesta, alueesta tai tarpeesta, josta siellä keskustellaan. Palveluja on luotu tyydyttämään monenlaisia tarpeita. Yhtä totuutta ei ole, että mikä sopisi kullekin käyttäjälle, vaan jokaisen yksilön tai organisaation kannattaa rohkeasti etsiä itselle sopivin palvelu tai toimintapa. Eri maiden välillä on myös suuria eroja, että mitkä sosiaalisen median kanavat ovat suosituimpia. Lisäksi muutos sosiaalisen median palvelujen kentällä on jatkuvaa. (Forsgård ja Frey 2010.)

Käytetyimmät viisi sosiaalisen median kanavaa vuoden 2016 lopulla Suomessa oli skandinaavisen tutkimuksen mukaan Facebook, WhatsApp, Instagram, LinkedIn ja Twitter (Kuva 1). WhatsAppin suosio Suomessa oli vuonna 2016 huomattavasti korkeampi kuin muissa maissa. Suomalaiset käyttävät keskimäärin 3,2 eri somekanavaa. (AudienceProject Insights 2016.)



KUVIO 1. Suomalaisten viisi käytetyintä somekanavaa vuonna 2016 (AudienceProject Insights 2016).

Vuonna 2018 on WhatsApp jo noussut Facebookin edelle käytetyimpänä sosiaalisen median kanavana Suomessa. Lisäksi Snapchat on noussut ohi Twitterin. (Yle uutiset 2018.)

5.2 Facebook ja WhatsApp

Facebook-palvelun toiminta perustuu erilaisiin sisältöihin kuten teksteihin, valokuviiin, videoihin ja linkkeihin, joita käyttäjät tuottavat tai jakavat (Pönkä 2014, 84-85). WhatsApp on Facebookin omistama pikaviestisovellus, joka on korvannut puhelimien tekstiviestit maksuttomuudellaan (WhatsApp 2018).

WhatsApp sovellukseen on tullut jatkuvasti uusia ominaisuuksia ja nykyään sillä voi välittää niin tekstiä, kuvia kuin videoita. Lisäksi sillä on helppo jakaa myös dokumentteja ja sijainti tietoja sekä soittaa maksutta äänipuheluita. Sovellus tarvitsee toimiakseen vain internet-yhteyden. (WhatsApp 2018.)

5.3 Instagram

Instagram on kuvanjako- ja yhteistöpalvelu, jolla käyttäjät voivat jakaa kuvia tai videoita. Kuvien muokkaus on myös helppoa sovelluksella. Instagram-tili voi olla yksityinen tai julkinen, jolloin kuka vain voi seurata käyttäjän julkaisuja. (Pönkä 2014, 107-109.)

Työelämään on kehitelty LinkedIn-palvelu, joka toimii hyvänä verkostoitumis- tai rekrytointikanavana. Jokainen käyttäjä luo oman profiilin palveluun ja se toimii kuin käyntikortti ja siihen voi liittää myös tietoja omasta koulutus- ja työhistoriasta. (Pönkä 2014, 107-109.)

5.4 Twitter

Lyhytviestipalveluna tunnetaan myös Twitter, eli globaali uutisverkosto. Twitter erottuu muista sillä, että käyttäjät voivat seurata ketä vain tässä palvelussa ja viesteihin voi kirjoittaa vain 140 merkkiä. Nämä myös vaikuttavat palvelun suosioon reaaliaikaisena mikroblogipalveluna. (Pönkä 2014, 97-100.)

5.5 Viestintä sosiaalisessa mediassa

Sosiaalisessa mediassa ei voida käyttää vain yksisuuntaista viestintää, vaan viestintä edellyttää vuorovaikutteisuutta (Isotalus ja Rajalahti 2017, 157). Sosiaalista mediaa käytetään nykyään työelämässä ja vapaa-ajalla viestinnän työkaluna. Tämä vaatii myös aktiivista avoimuutta, jotta niistä saisi kaiken hyödyn. (Aalto 2012, 7.)

Organisaatioiden viestinnässä on työntekijöistä tullut myös viestinnän tekijöitä, sillä sosiaalinen media on mahdollistanut tämän. Työntekijöiden viestintä ei keskity pelkästään sisäiseen viestintään vaan työntekijät saavat nykyään viestiä myös ulospäin organisaatiosta. Työntekijöiden viestiminen ulospäin pitää kuitenkin olla organisaation strategian mukaista ja siitä on johdon huolehdittava. (Isotalus ja Rajalahti 2017, 55-57.)

5.6 Sisäinen viestintä

Sisäiseksi viestinnäksi luetaan yrityksen johdon ja esimiesten viestintää henkilöstölleen sekä työntekijöiden välistä viestintää keskenään. Viestit voivat koskea päivittäistä työviestintää esimiehiltä alaisilleen, ja ne voi liittyä yrityksen tavoitteisiin, strategiaan tai päätöksiin. Viestintävälineenä käytetään usein yrityksen intranettiä, sähköpostia, puheluita tai sisäistä henkilöstölehteä. Sisäinen viestintä vahvistaa myös henkilöstön yhteenkuuluvuutta ja sitoutuneisuutta. (Pesonen 2012.)

Sisäinen viestintä luetaan yrityksen sisäiseksi toiminnaksi myös sosiaalisessa mediassa. Yritysten on ohjeistettava työntekijät tarkkaan, että mitä sosiaalisen median kanavia käytetään ja mistä sisäisistä asioista näissä kanavissa saa viestiä. (Isokangas ja Kankkunen 2011.)

5.7 Ulkoinen viestintä

Yritysten ulkoista viestintää on viestintä yrityksen ulkopuolisiin yhteisöihin, vaikuttajiin ja yrityksen asiakkaisiin. Ulkoinen viestintä voi olla kirjoitettua, suullista tai sähköisessä muodossa. Ulkoinen viestintä luo myös mielikuvaa yrityksestä ulkopuolisille. Viestintäkanavina voivat olla esim. yrityksen kotisivut, tiedotteet, tiedotustilaisuudet tai asiakaslehdet. Markkinointi ja mainonta luetaan myös tietynlaiseksi ulkoiseksi viestinnäksi yrityksestä, ja niillä viestitään yrityksen palveluista sekä tuotteista. (Pesonen 2012.)

Sosiaalisessa mediassa ovat ihmiset kiinnostuneempia yksilöiden viestinnästä kuin organisaation viestinnästä (Isotalus ja Rajalahti 2017, 180). Viestinnästä puuttuu persoonallisuus, jos viestinnän hoitaa ulkopuolinen yritys, eikä yrityksen edustaja, ja näin myös viestiminen ontuu ulospäin (GAIL 2017). On tärkeää sopia etukäteen, että miten organisaatiosta viestitään ulospäin. Organisaation edustajat ovat usein yksityisenä henkilönä sosiaalisen median eri kanavissa, ja on tärkeää, että heidän käyttäytyminen siellä on linjassa organisaation tavoista edustaa. (Forsgård ja Frey 2010, 96.)

Mika Kamensky yhdistää Facebookin, Twitterin ja LinkedInin Online-verkoksi. Nämä teknologiat ovat mahdollistaneet uuden verkottumisen mahdollisuuden ja ovat parhaimmillaan silloin kun halutaan viestiä nopeasti, jakaa tietoa yrityksestä ja lisätä tunnettuutta (Kamensky 2015, 210). Kurion julkaisussa vuoden 2016 lopulla, asiantuntijat nostivat esille, että ulkoinen viestintä tulee enenevässä määrin tapahtumaan pikaviestipalveluissa, kuten WhatsApp:ssa (Kurio 2017, 6).

6 PIENTEN YRITYSTEN MARKKINOINTI

Pienissä yrityksissä usein markkinointia ajatellaan hyvin kapeasti vain taktiikoiksi ja menetelmiksi, eikä kukaan ole yrityksessä siitä erityisesti vastuussa. Markkinointisuunnitelmatkin ovat usein vain lyhyelle aikavälille suunniteltuja. Pienten yritysten markkinointiin vaikuttava tärkein tekijä on omistajan oma asenne, kokemus ja osaaminen. Yhdysvaltalaisessa tutkimuksessa vuodelta 2016 todettiin, että pienet yritykset budjetoivat markkinointiin todella vähän. He eivät myös ymmärrä, että miten markkinointi ja mainonta voisivat hyödyntää heitä. Tutkimukseen osallistuneista yrityksistä vain 44 % hyödynsi digitaalista markkinointia. (Bodlaj ja Rojsek 2014; Patrick 2016.)

6.1 Sosiaalinen media markkinointikanavana

Sosiaalinen media on tehokas markkinointikanava ja voi toimia myös rahanteon välineenä. Parasta sisällön jakamista on sosiaalisessa mediassa se, kun sisällön jakaminen on kohdennettua, eli se tavoittaa ne ihmiset, jotka ovat aidosti sisällöstä kiinnostuneita. Yrityksen toiminnasta tulee näin myös läpinäkyvämpää kuluttajille. (Ruukonen 2016, 137-141.)

Pienten yritysten on tärkeää hyödyntää sosiaalista mediaa markkinoinnissa, sillä heillä on huomattavasti vähemmän varoja käyttää markkinointiin kuin suurilla yrityksillä. Keinoja, joilla pienet yritykset oppivat kehittämään sosiaalisen median osaamistaan, ovat tietotekniset laitteiden käyttötaidot, eli laitteet, joilla sosiaalisia mediakanavia käytetään, kilpailijoiden luoma paine ja organisatoriset valmiudet eli markkinoinnin hallinta ja innovaatiotoiminta. Innovatiiviset yritykset ottavat sosiaalisen median avuksi kehittämistoimintaansa. Esimerkiksi näin asiakkaat saavat ideoida ja antaa palautetta kehitettävistä tuotteista ja palveluista. (Braojos-gomez, Benitez-amado and llorens-montes 2015, 8)

6.2 Sosiaalisen median osuus markkinoinnista

Yhdysvaltalaisessa tutkimuksessa vuodelta 2016 todettiin, että ne pienet yritykset, jotka aloittavat digitaalisen markkinoinnin, aloittavat sen ensimmäiseksi sosiaalisesta mediasta. Tutkimukseen osallistuneista yrityksistä sosiaalista mediaa käytti markkinoinnissa jo 60 %. (Patrick 2016.)

Sosiaalisella medially on mahdollisuus vaikuttaa ja luoda yhteisöllisyyttä. Tämä on myös suurimpana erona perinteisen median, verkkomedian ja sosiaalisen median välillä (Mäkinen). Sosiaalisessa mediassa tapahtuvan markkinoinnin on oltava tunnistettavissa markkinoinniksi ja näin myös lain määräämiä mainonnan sääntöjä on noudatettava. Työntekijät ovat useimmissa sosiaalisenmedian kanavissa yksityisinä henkilöinä, joten heitä ei voi velvoittaa viestiä yrityksestä. (Isokangas ja Kankkunen 2011.)

7 TUTKIMUSPROSESSI

Tutkimusprosessi sai alkunsa siitä, että Yritys oppii ja menestyy -hanke oli kerännyt laajan aineiston pohjoissavolaisten yritysten liiketoimintaosaamisista. Kartoitustuloksia hyödynnettiin hankkeen koulutusten suunnittelussa, ja heräsi myös ajatus, että voisiko kartoituksista saada esille tarkempia analyysejä. Alun perin suunniteltiin mikroyritysten digiosaamisen analysointia, mutta tämä analyysi olisi paisunut liian laajaksi. Päätettiin kaventaa tutkimusaluetta mahdollisimman kapeaksi ja näin päädyttiin analysoimaan vain yhtä kartoituksen osaamisaluetta, eli Sosiaalisen median hyödyntämisen osaamista sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä sekä markkinoinnissa.

Sosiaalisen median hyödyntäminen on yrityksissä koettu erittäin tärkeäksi ja sen osaamisen kasvatamiseksi oli Yritys oppii ja menestyy -hankkeessa järjestetty useita aiheeseen liittyviä koulutuksia. Tammikuuhun 2018 mennessä oli hankkeessa kartoitettu yli neljänsadan pk-yrityksen osaaminen. Kohderyhmäksi tässä tutkimuksessa rajattiin mikroyritykset, jotka EU-hankkeiden luokituksen mukaan olivat alle kymmenen henkeä työllistäviä yrityksiä.

Ensimmäisessä vaiheessa koottiin kaikkien yritys yhteyshenkilöiden seurantataulukot yhteen taulukoon. Tämän jälkeen C&Q-järjestelmästä poimittiin kunkin yrityksen antamat arviot (merkitys, taso ja kiilu) Sosiaalisen median hyödyntämisen osaamisessa sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä sekä markkinoinnissa. Seuraavassa vaiheessa taulukosta suodatettiin omiin taulukoihin yritysten toimialat, yrittäjien iät, yrittäjien sukupuolet ja yrityksen kotipaikkakunnat. Viimeisenä vaiheena vedettiin yhteen vetosivulle Exceliin kaikki tiivistetyt tietotaulukot ja näistä vielä maksimi, minimi, keskihajonta, mediaani ja keskiarvo.

8 TULOKSET

Mikroyrittäjien liiketoimintaosaamisen kartoituksesta tehtyjen analyysien mukaan 72,6 %:lla kartoituksiin osallistuneista mikroyrittäjistä (n=296) oli some-osaamisessa kuilua -1 tai enemmän. 53,1 %:lla oli kuilua yli -2 tai enemmän. Some-osaamisen kuilun mediaani oli -2 ja keskiarvo -1,4. (Taulukko 1).

TAULUKKO 1. Mikroyrittäjien osaamisen tasot

Osaamisen taso	kpl	%
5	0	0,0 %
4	0	0,0 %
3	1	0,3 %
2	10	3,4 %
1	17	5,7 %
0	44	14,9 %
-1	58	19,6 %
-2	95	32,1 %
-3	45	15,2 %
-4	15	5,1 %
-5	2	0,7 %
X Ei osaa sanoa,	1	0,3 %
Z Ei tarvetta / Ei kuulu työtehtäviin	8	2,7 %
Mediaani		-2
Keskiarvo		-1,4

Tarkemmissa analyyseissä selvitettiin vielä mahdollisia eroavaisuuksia some-osaamisessa mikroyrittäjien sukupuolten, ikäryhmien, toimialojen ja yritysten kotipaikkojen välillä. Lisäksi eroavaisuuksia selvitettiin osaamisen merkityksissä, osaamisen tasoissa ja kuilussa.

8.1 Sukupuoli

Taustatietojen perusteella, analyysiin mukaan valituista mikroyrittäjistä, oli naisia 57 % ja miehiä 43 % (Taulukko 2). Naiset antoivat suuremman (4,23) merkityksen some-osaamiselle kuin miehet (3,66). Eroa osaamisen merkityksellä oli 0,57. Osaamisen taso oli myös naisilla korkeampi (2,81) kuin miehillä (2,31). Ero osaamisen tasossa oli 0,5. Osaamisen kuilu (osaamisen merkityksestä vähennetään osaamisen taso) oli naisilla -1,43 ja miehillä -1,45. Miesten osaamisen kuilu oli vain 0,02 pienempi.

TAULUKKO 2. Vastaajien sukupuolen jakautuminen ja osaamisen merkitykset ja tasot

Sukupuoli	yht.	%	Osaamisen merkitys	Osaamisen taso	Kuilu
Nainen	168	57 %	4,23	2,81	-1,43
Mies	128	43 %	3,66	2,31	-1,45
	296	100 %	3,94	2,56	-1,44

8.2 Ikäryhmät

Osaamiskartoituksissa vastaajat oli jaoteltu neljään eri ikäryhmään alle 25-vuotiaat, 25–29 -vuotiaat, 30–54 -vuotiaat ja yli 54-vuotiaat (Taulukko 3). ESR-rahoitteisissa hankkeissa on jokaisesta hankkeeseen osallistuvasta kerättävä pakolliset tiedot kuten ikä, sukupuoli, työllisyystilanne, koulutusaste ja kotitalouden tilanne, joten näin saimme myös jaoteltua jokainen vastaajan omaan ikäryhmäänsä analyyseja varten. (Rakennerahasto.)

TAULUKKO 3. Vastaajien ikäryhmät, osaamisen merkitykset ja tasot.

Ikäryhmä	yht.	%	Merkitys	Taso	Kuilu
alle 25 v	5	2 %	4,40	3,40	-1,00
25-29 v	19	6 %	4,47	3,21	-1,26
30 -54 v	184	62 %	3,96	2,70	-1,29
yli 54 v	88	30 %	3,88	2,16	-1,84
	296	100 %	4,18	2,87	-1,35

Vastaajien ikäryhmistä yli puolet (62 %) oli 30-54 -vuotiaita ja vähiten (2 %) alle 25-vuotiaita. Toiseksi suurin ryhmä oli yli 54-vuotiaat (30 %) ja toiseksi pienen ryhmä 25-29 -vuotiaat (6 %). Suurimman merkityksen some-osaamiselle (4,47) antoivat 25-29 -vuotiaat ja pienimmän (3,88) merkityksen yli 54-vuotiaat. Korkein osaamisen taso (3,4) oli alle 25-vuotiailla ja heikoin osaamisen taso yli 54-vuotiailla. Parhaimman ja heikoimman osaamisen tason ero oli 1,24. Suurin osaamisen kuilu (-1,84) löytyi yli 54-vuotiailta.

TAULUKKO 4. Ikäryhmän mukaan merkitys- ja osaamisen tasojen maksimi, minimi, keskihajonta, mediaani ja keskiarvo.

Ikäryhmä	Merkitys	Taso	Kuilu
Maksimi	4,47	3,40	-1,00
Minimi	3,88	2,16	-1,84
Keskihajonta	0,30	0,56	0,35
Mediaani	4,18	2,96	-1,28
Keskiarvo	4,18	2,87	-1,35

Keskihajonta on alle 0,8 niin osaamisen merkityksen tasoissa kuin kuilussa, joten suurta hajontaa vastausten välillä ei ole (Taulukko 4). Mediaani on sama kuin keskiarvo merkitys kohdassa ja 0,09 suurempi osaamisen tason kohdassa. Kuilussa oli eroa 0,7 mediaanin ja keskiarvon välillä.

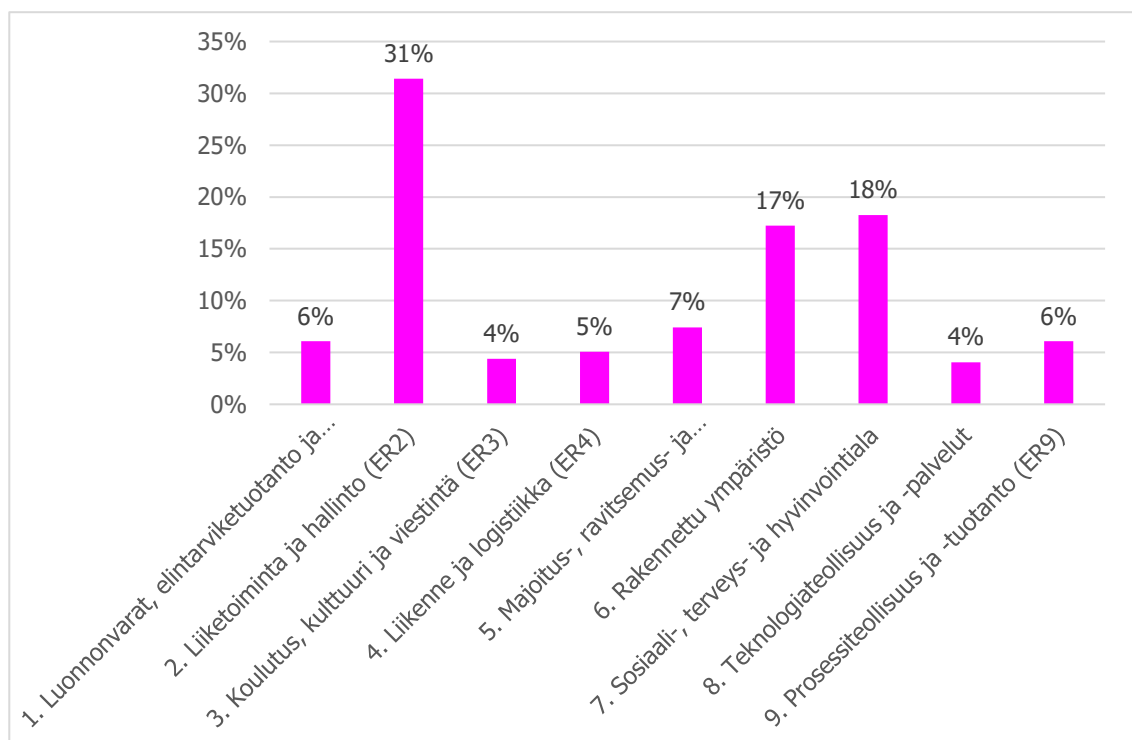
8.3 Toimiala

Yleisenä toimialaluokituksena käytetään Tilastokeskuksen julkaisemaa talouteen liittyvää luokitusta Toimialaluokitus 2008 (TOL 2008). Toimialaluokitus TOL 2008 taas perustuu EU:n toimialastandardiin NACE Rev. 2:een. NACEn nelinumerotaso on vielä tarkennettu kansallisia tarpeita varten viidennellä numerolla TOL 2008-luokituksessa. Toimialat ovat TOL 2008 -luokitusjärjestelmällä jaoteltu seitsemääntoista eri luokkaan. (Tilastokeskus 2018.)

Toimialaluokituksena käytetään tässä tutkimustyössä Osaamisen ennakointifoorumin (OEF) toimialaluokitusta vuodelta 2017 (Liite 1). Osaamisen ennakointifoorumi on perustettu Opetus- ja kulttuuriministeriön ja Opetushallituksen yhteiseksi koulutuksen ennakoinnin asiantuntijaelimeksi. Ennakointifoorumin tavoite on myös edistää koulutuksen ja työelämän vuorovaikutusta yhteistyössä opetus- ja kulttuuriministeriön sekä Opetushallituksen kanssa. (Oph 2018.)

OEF:n toimialaluokituksella tässä analyysissä saatiin toimialat tiivistettyä yhdeksään eri toimialaan, kun muuten eri toimialaoja olisi ollut mukana seitsemääntoista. Näin saatiin myös jokaiseen toimialaan ryhmiteltyä yli kymmenen yritystä mukaan.

8.4 Vastaajat toimialoittain



KUVIO 2. Vastaajien toimialojen jakauma OEF toimialaluokituksen mukaan (Liite 1).

Vastaajista noin joka kolmas (31 %) kuului liiketoiminta- ja hallinto -alaan (Kuvio 2). Tähän toimialaluokitukseen kuluvat tukkukauppa sekä vähittäiskauppa ja kaupan yhteydessä tarjottavat palvelut. Lisäksi myös rahoitus- ja vakuutusala, erilaiset liike-elämän palvelut, lainopillinen ja taloudellinen konsultointi, markkinointi- ja mainospalvelut sekä henkilöstön hankintaan ja taloushallintoon liittyvät

palvelut. Myös erilaiset julkiseen hallintoon liittyvät tehtävät kuten julkishallinnon organisaatioiden yleishallinnollinen toiminta sekä yhteiskunnan ja talouden ohjaus kuuluvat tähän toimialaluokkaan. (Liite 1.)

Melkein joka viides (18 %) vastaajista kuului sosiaali-, terveys- ja hyvinvointi alaan (Kuvio 2). Tähän toimialaan kuuluvat kaikki sosiaalihuollon laitos- ja avo-, terveyspalvelut sekä kampaamo-, kauneudenhoito-, urheilu- ja virkistyspalvelut ja muut henkilökohtaiset palvelut. (Liite 1.)

Kolmanneksi eniten, noin viides osa (17 %) vastaajista kuului rakennettu ympäristö -toimialaan (Kuvio 2). Tähän toimialaan kuuluvat talon rakentaminen, vesihuolto, energian tuottaminen ja jakelu, maa- ja vesirakentaminen sekä erilaiset isännöintiin ja kiinteistöhoitoon sekä kiinteistöjen rakentamiseen ja vuokraukseen liittyvät toiminnot. Lisäksi siihen kuuluvat myös ympäristöhuolto sekä siivous- ja turvallisuuspalvelut. (Liite 1.)

Lähes joka kymmenes (7 %) vastaajista kuului majoitus-, ravitsemis- ja matkailupalvelut -toimialaan (Kuvio 2). Tähän toimialaluokitukseen kuuluvat majoitus-, ravitsemis- ja matkailupalvelut ja niitä palveleva toiminta. (Liite 1.)

Alle joka kymmenes (6 %) vastaajista kuului Luonnonvarat, elintarviketuotanto ja ympäristö -toimialan alle (Kuvio 2). OEF-luokittelun mukaan tähän otetaan mukaan maa-, puutarha- ja kalatalous-talous, alkutuotannon yhteydessä ja teollisesti tapahtuva elintarvikkeiden valmistus, metsätalous ja puunkorjuu, luontoon liittyvät muut elinkeinot ja luonnon- ja ympäristönsuojelu. Toimialaan kuuluvat lisäksi myös maa- ja metsätaloudesta saatavien raaka-aineiden tuotanto ja korjuu energiatuotantoa, biopohjaisten materiaalien valmistusta ja muita uusia käyttömuotoja varten. (Liite 1.)

Prosessiteollisuus ja -tuotanto toimialaan kuului vastaajista myös alle joka kymmenes (6 %) (Kuvio 2). Tähän toimialan lasketaan mukaan puutuotteiden, paperin ja paperituotteiden, huonekalujen, kemiallisten tuotteiden, tekstiilien ja vaatteiden teollinen valmistaminen ja muu valmistava teollisuus, joka ei kuulu teknologiateollisuuden piiriin. (Liite 1.)

Kahdeskymmenesosa (5 %) vastaajista kuuluivat liikenne ja logistiikka -toimialan alle (Kuvio 2). Tähän ryhmään kuuluvat maa-, vesi- ja ilmaliikenne, posti- ja kuriiritoiminta, erilaiset liikennettä palvelevat toiminnot sekä ajoneuvojen kauppa, huolto ja korjaus. (Liite 1.)

Koulutus, kulttuuri ja viestintä -toimialaan kuului vähiten (4 %) vastaajista (Kuvio 2). Tähän toimialaan luetaan OEF:n mukaan varhaiskasvatus ja siihen liittyvät palvelut, perusopetus ja lukio, taiteen ja musiikin koulutus, vapaa sivistystyö sekä elinikäisen ohjauksen palvelut. Lisäksi siihen luetaan myös käsi- ja taideteollisuus, kuvataide, musiikki, teatteri ja tanssi sekä erilaisten kulttuurilaitosten toiminta. Myös radio- ja tv-toiminta sekä kirjojen, lehtien, äänitteiden ja musiikin kustantaminen ja tuottaminen, painaminen ja tallenteiden tekeminen eri menetelmin kuuluvat tähän toimialaan. (Liite 1.)

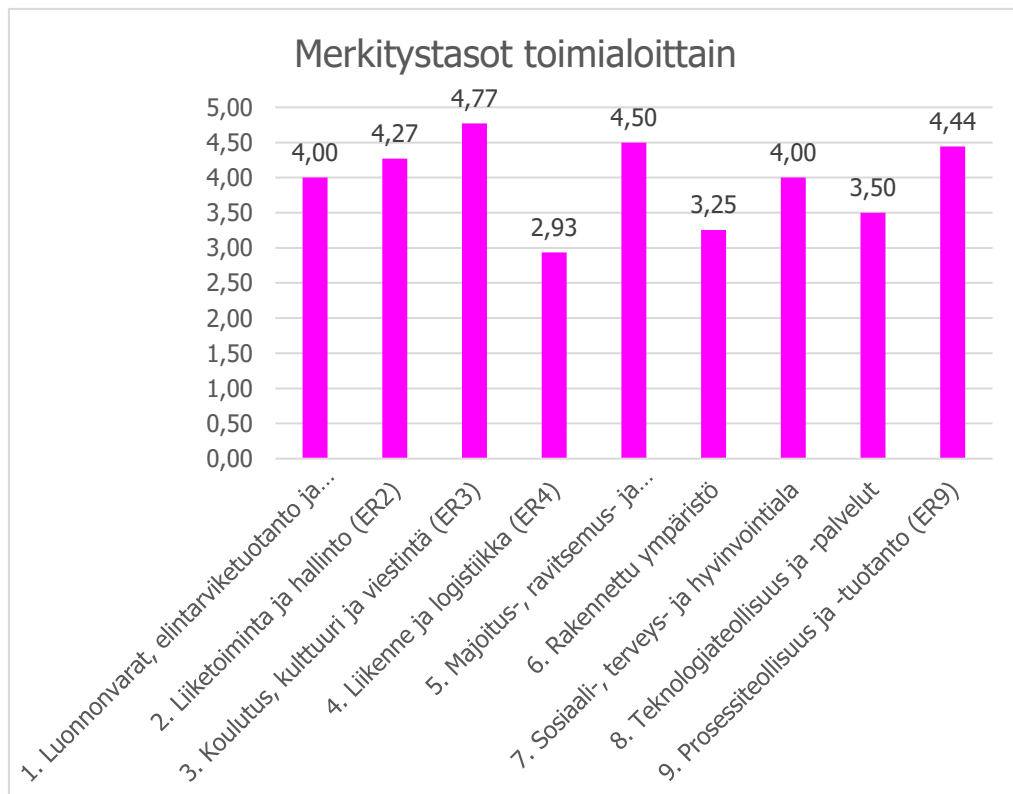
Myös pienimään ryhmään (4%) vastaajista kuului teknologiateollisuus ja -palvelut -toimiala (Kuvio 2). Tähän kuuluvat metallien jalostus sekä metallituotteiden, koneiden ja laitteiden ja kulkuneuvojen valmistus. Lisäksi siihen kuuluvat myös elektroniikka- ja sähköteollisuus, televiestintä, ohjelmisto- ja tietojenkäsittelypalvelut sekä muut tekniset palvelut kuten tekninen konsultointi, testaus sekä analysointi. Pieni prosenttiosuus selittyy myös sillä, että Yritys oppii ja menestyy hankkeessa teknologiateollisuuden toimijat eivät kuuluneet pää kohderyhmäämme. (Liite 1.)

8.5 Osaamisen merkitykset toimialoittain

Suurimman merkityksen some-osaamiselle (4,77) antoivat koulutus-, kulttuuri- ja viestintäalan yritykset (Kuvio 3). Seuraavaksi suurimman (4,50) merkityksen antoivat majoitus-, ravitsemis- ja matkailupalvelut -toimialaan kuuluvat yritykset. Kolmanneksi suurimman merkityksen (4,44) antoivat prosessiteollisuus ja -tuotanto toimialaan kuuluvat.

4,27 merkityksen antoivat liiketoiminta- ja hallinto -alaan kuuluvat toimialat (Kuvio 3). Kaksi toimialaa: luonnonvarat, elintarviketuotanto ja ympäristö -toimiala sekä sosiaali-, terveys- ja hyvinvointi alaan kuuluvat yritykset antoivat merkitykseksi 4,0.

Alhaisempia merkityksiä antoivat teknologiateollisuus ja -palvelut -toimiala (3,50) ja rakennettu ympäristö -toimiala (3,25) (Kuvio 3). Pienimmän merkitystason (2,93) some-osaamiselle antoi liikenne ja logistiikka ala.



KUVIO 3. Some-osaamisen merkitystasot toimialoittain.

8.6 Osaamisen kuilut toimialoittain

Osaamisen tason kuilu saadaan vähentämällä osaamisen tasosta osaamisen merkitys. Kun kuilu on suuruudeltaan yli yksi, on kyseessä jo osaamisen vaje, johon pitäisi puuttua. (C&QSystems 2018.)

TAULUKKO 5. Toimialakohtaiset osaamisen merkitykset, -tasot ja -kuilut.

(OEF) toimialaluokituksen mukaan	yht.	%	Merkitys	Taso	Kuilu
1. Luonnonvarat, elintarviketuotanto ja ympäristö	18	6 %	4,00	2,82	-1,12
2. Liiketoiminta ja hallinto	93	31 %	4,27	2,58	-1,69
3. Koulutus, kulttuuri ja viestintä	13	4 %	4,77	3,00	-1,77
4. Liikenne ja logistiikka	15	5 %	2,93	1,93	-1,14
5. Majoitus-, ravitsemus- ja matkailupalvelut	22	7 %	4,50	2,95	-1,55
6. Rakennettu ympäristö	51	17 %	3,25	2,37	-1,09
7. Sosiaali-, terveys- ja hyvinvointi ala	54	18 %	4,00	2,79	-1,19
8. Teknologiateollisuus ja -palvelut	12	4 %	3,50	2,42	-1,08
9. Prosessiteollisuus ja -tuotanto	18	6 %	4,44	2,41	-2,24
	296	100 %	3,96	2,59	-1,43

Analyysin tuloksissa kaikilla toimialoilla oli kuilu yli yhden (Taulukko 5). Suurin kuilu osaamisessa on prosessiteollisuuden ja -tuotannon toimialalla (-2,24). Toiseksi suurin kuilu (-1,77) on koulutus, kulttuuri ja viestintä alalla. Kolmanneksi suurin kuilu (-1,69) on liiketoiminnan ja hallinnon toimialalla. Neljänneksi suurin (-1,55) majoitus-, ravitsemus- ja matkailupalvelujen toimialalla. Pienin kuilu (-1,08) on Teknologiateollisuuden ja -palvelut toimialalta.

TAULUKKO 6. Toimialan mukaan merkitys- ja osaamistasojen maksimi, minimi, keskihajonta, mediaani ja keskiarvo.

Toimiala (OEF)	Merkitystaso	Osaamistaso	Kuilu
Maksimi	4,77	3,00	-1,08
Minimi	2,93	1,93	-2,24
Keskihajonta	0,62	0,34	0,41
Mediaani	4,00	2,58	-1,19
Keskiarvo	3,96	2,59	-1,43

Keskihajonta on alle 0,8 niin merkityksessä tasossa kuin kuilussa, joten suurta hajontaa vastausten välillä ei ollut (Taulukko 6). Mediaani oli vain 0,04 suurempi kuin keskiarvo merkitys kohdassa ja 0,01 pienempi osaamisen tason kohdassa. Kuilussa oli suurin ero (0,24) mediaanin ja keskiarvon välillä.

8.7 Yrityksen kotipaikan mukaan osaamisen merkitykset ja kuilut

TAULUKKO 7. Paikkakunnat, joissa tehty osaamiskartoituksia kymmenen kappaletta tai yli.

10 tai yli kartoituksia, N=259

Paikkakunta	yht.	%	Merkitys	Taso	Kuilu
Vieremä	12	5 %	3,92	2,75	-1,17
Varkaus	31	12 %	4,26	2,17	-2,31
Iisalmi	62	24 %	3,87	2,55	-1,42
Suonenjoki	10	4 %	3,60	2,50	-1,10
Sonkajärvi	15	6 %	2,93	2,60	-0,33
Sillinjärvi	21	8 %	4,10	2,37	-1,63
Rautalampi	11	4 %	4,73	2,00	-2,73
Lapinlahti	22	8 %	3,82	2,57	-1,29
Kuopio	48	19 %	4,33	2,77	-1,64
Kiuruvesi	13	5 %	3,38	2,77	-0,62
Keitele	14	5 %	4,43	3,14	-1,29

259 100 %

Paikkakuntakohtaiseen vertailuun (Taulukko 7) otettiin mukaan vain ne paikkakunnat, joihin on tehty kymmenen osaamiskartoitusta tai enemmän (n= 259 kpl). Korkeimman merkitystason antavat Rautalammilla sijaitsevat mikroyritykset (4,73) ja alimman merkitystason sonkajärveläiset (2,93). Osaamisen tason arvioivat korkeimmaksi Keiteleellä sijaitsevat yritykset ja heikoimman osaamisen tason rautalampilaiset. Suurin kuilu merkitystason ja osaamistason välillä syntyi näin rautalampilaisilla yrityksillä (-2). Pienin kuilu on sonkajärveläisillä mikroyrityksillä (-0,33).

TAULUKKO 8. Paikkakunnan mukaan merkitys- ja osaamistasojen maksimi, minimi, keskihajonta, mediaani ja keskiarvo.

	Merkitys	Taso	Kuilu
Maksimi	4,73	3,14	-0,33
Minimi	2,93	2,00	-2,73
Keskihajonta	0,51	0,31	0,68
Mediaani	3,92	2,57	-1,29
Keskiarvo	3,94	2,56	-1,41

Keskihajonta (Taulukko 8) on alle 0,8 niin merkityksessä tasossa kuin kuilussa, joten suurta hajontaa vastausten välillä ei ollut. Mediaani oli vain 0,02 pienempi kuin keskiarvo merkitys kohdassa ja 0,01 ero tason kohdassa. Kuilussa oli suurin ero (0,12) mediaanin ja keskiarvon välillä.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Some-osaaminen koetaan merkittävänä osaamisena yritysmaailmassa nykypäivänä. Some-osaamisesta on kirjoitettu paljon teoksia. Sosiaalisen median sovellukset kehittyvät jatkuvasti ja uusia sovelluksia tulee käyttöön nopeassa tahdissa. Vaatii todella paljon innostusta yrittäjältä, että hän pysyy edes jotenkin kehityksessä mukana. Kuten espanjalaisessa tutkimuksessa (2017) todettiin, on pienillä yrityksillä paremmat mahdollisuudet ottaa sosiaalisesta mediasta hyöty irti kuin suuremmilla yrityksillä, sillä pienillä yrityksillä on parempi ja nopeampi mahdollisuus kehittää sosiaalisen median osaamistaan. (Braojos-Gomez, Jose Benitez-Amado ja Llorens-Montes 2017.)

Mikroyritysten some-osaamisesta ei ole ollut aikaisempaa Tilastokeskuksen tutkimustietoa Suomessa. Tilastokeskuksen tutkimuksissa on otettu huomioon vain yrityksiä, joissa on yli kymmenen työntekijää, vaikka Suomen yrityskannasta vuonna 2016 oli 93,3 prosenttia mikroyrityksiä (Tilastokeskus 2016). Tämän tutkimuksen otanta, 296 mikroyritystä, oli jo kattava otanta, kun vertailee muihin vastaaviin tutkimuksiin valtakunnankin tasolla.

Tämän tutkimuksen mukaan Sosiaalisen median hyödyntäminen viestinnässä ja markkinoinnissa on mikroyrittäjille merkittävä osaaminen. Kaikkien tutkimukseen osallistuneiden mikroyrittäjien antama merkitys sosiaalisen median hyödyntämiselle oli keskiarvoltaan 3,94, eli merkittävä. Osaamisessa oli kuilua 72,6 %:lla mikroyrittäjistä.

Yrittäjän sukupuolien välillä oli myös eroa some-osaamisen merkityksessä. Naiset olivat antaneet osaamisen merkitykseksi 4,23 ja miehet hieman vähemmän 3,66. Eroa oli 0,57. Osaamisen tasoissa oli myös pientä eroa naisten ja miesten välillä. Naiset pitivät osaamisensa tasoa (2,81) myös 0,5 korkeampana kuin miehet (2,31). Osaamisen kuiluissa ei kuitenkaan tullut eroa kuin 0,02.

Yli puolet tutkimuksen vastaajista oli 30-54 -vuotiaita ja vähiten (8 %) oli nuoria alle kolmekymmentä vuotiaita mikroyrittäjiä. Mikroyrittäjien ikäjakauma noudatti melkein samaa jakaumaa, kun Tilastokeskuksen tekemä tutkimus vuodelta 2015. (Tilastokeskus 2015.)

Yrittäjien ikäjakauman mukaan tuli myös hajontaa osaamisen tasoissa. Keskiarvoksi iän mukainen osaamisen merkitys oli 4,18. Suurimman merkityksen (4,47) antoivat 25-29 -vuotiaiden ikäryhmään kuuluvat ja pienimmän merkityksen (3,88) antoivat yli 54-vuotiaat mikroyrittäjät. Suurimman ja pienimmän merkityksen välillä oli eroa 0,59.

Osaamisen tasoissa suurimman osaamisen (3,4) antoivat alle 25-vuotiaat mikroyrittäjät. Sosiaalisen median käyttö on tälle ikäluokalle luontevampaa kuin vanhemmille yrittäjille. Pienimmän osaamisen tason (2,16) antoivat yli 54-vuotiaat mikroyrittäjät. Osaamisen tasoissa näin isoimman ja pienimmän välille tuli eroa 1,24. Osaamisen kuiluissa myös nuorimmilla yrittäjillä, eli alle kolmekymmentävuotiailla, oli pienimmät kuilut. Suurimmat osaamisen kuilut olivat yli 54-vuotiailla.

Toimialojen jaottelu Osaamisen ennakointifoorumin (OEF) toimialaluokituksen mukaan tiivisti toimialat sopiviin kokonaisuuksiin. Näin saatiin useampia mikroyrityksiä yhden toimialan alle. Toimialojen antamaksi keskiarvoksi tuli 3,96. Koulutus-, kulttuuri- ja viestintäala antoi suurimman merkityksen sosiaalisen median hyödyntämisen osaamiselle. Eroa suurimman ja pienimmän (liikenne- ja logistiikka-ala) merkityksen välille tuli 1,84, eli hajonta oli merkittävä. Kuusi toimialaa yhdeksästä antoi merkitykseksi neljä tai enemmän. Osaamisen taso oli myös parasta koulutus-, kulttuuri- ja viestintäalalla (3,0) ja huonoin taso (1,93) liikenne- ja logistiikka-alalla. Muiden toimialojen osaamisen taso oli kahden ja kolmen välillä. Suurin osaamisen kuilu (-2,24) syntyi kuitenkin prosessiteollisuus- ja -tuotantoalalla.

Paikkakuntien välisessä vertailussa tuli suuria eroja some-osaamisen merkityksen kohdalla. Merkitykseltään suurimman (4,73) antoivat rautalampilaiset mikroyrittäjät ja pienimmän (2,93) sonkajärveläiset, eroa tuli 1,8. Sonkajärveläisten mikroyrittäjien osaamisen taso oli kuitenkin keskitasoa, joten heille tuli osaamisen kuiluksi pienin (-0,33). Rautalampilaisilla oli osaamisen taso myös alhaisin, joten heille tuli osaamisen kuiluksi kaikista suurin (-2,73).

10 POHDINTA

Yhdistämällä Yritys oppii ja menestyy -hankkeen osaamiskartoitusten mikroyrittäjistä kerätyt taustatiedot ja heidän osaamiskartoitusten vastaukset, saatiin aineisto siihen muotoon, että sitä oli helppompaa lähteä analysoimaan tarkemmin mikroyrittäjien some-osaamisen tasoja. Suomesta ei mikroyrittäjien sosiaalisen median osaamisesta löytynyt tilastollista tutkimustietoa. Tilastolliset tutkimukset pohjautuvat työnantajayrityksiin, joissa on vähintään kymmenen henkeä töissä. Joitakin gradu-tutkimuksia aiheesta löytyi, mutta niissä mikroyritysten otanta oli todella pieni. Esimerkiksi Viljavan (2017) tekemässä tutkimuksessakin oli ollut mukana vain kolme mikroyrityksen edustajaa.

10.1 Konkreettinen tulos

Konkreettisenä tuloksena selvisi, että osaamiskartoituksiin osallistuneiden pohjoissavolaisten mikroyrittäjien some-osaamisessa oli kuilua 72,6 %:lla. Otannan suurella määrällä (296 mikroyritystä) voidaan tulosta pitää luotettavana tietona mikroyritysten some-osaamisen tasosta Pohjois-Savossa. Eroavaisuuksia some-osaamisessa löytyi vielä tarkemmissa analyyseissä yrittäjän sukupuolen, iän, yrityksen toimialan ja kotipaikan mukaan.

Mikroyrittäjien antama korkea merkitys sosiaalisen median hyödyntämisestä niin markkinoinnissa kuin viestinnässä kertoo siitä, että tämä osaaminen on tärkeää heidän yrityksien liiketoiminnan kannalta. Alhainen osaamisen taso ja yli yhden menevät kuilut kertoivat taas myös sen, että mikroyrittäjillä on todellakin vajetta some-osaamisessa. Tarve some-osaamisen kehittämiseksi oli näin ilmeinen tulosten perusteella ja tämän osaamisen kehittämiseen on tarvetta järjestää koulutuksia.

10.2 Osaamisen tasot ja kuilut

Analyyseissä nuoret mikroyrittäjät näkevät merkitykseltään tärkeämmäksi some-osaamisen hyödyntämisen viestinnässä ja markkinoinnissa kuin vanhemmat yrittäjät. Nuorten yrittäjien some-osaaminen on myös korkeammalla tasolla kuin vanhempien yrittäjien ja osaamisen kuilu myös pienin verrattuna muihin ikäryhmiin.

Tiivistyksenä suurimpien kuilujen mukaan, some-osaaminen oli heikointa yli 54-vuotiailla miehillä, jotka asuvat Rautalammilla ja toimialana heillä on prosessiteollisuus ja -tuotanto. Näille ryhmille erityisesti sosiaalisen median koulutuksia kannattaisi kohdentaa, jotta osaaminen saataisiin oikealle tasolle ja yritykset pysyisivät nykykehityksessä mukana.

10.3 Oman työprosessin arviointi

Aloitin lopputyöni aiheen suunnittelun keväällä 2017. Syksyllä 2017 aihealue alkoi hahmottumaan. Päädyin tekemään tutkimustyön osaamiskartoituksista, joita Yritys oppii ja menestyy -hankkeessa oli tehty vuoden 2016 alusta lähtien. Tutkimustyöni tilaaja oli Yritys oppii ja menestyy -hankkeen hallinnoija Savon Yrittäjät Ry. Toimin kyseisen hankkeen yhtenä yritysyhteyshenkilönä vuosina 2016-

2018. Savon Yrittäjät pyysivät minua analysoimaan tarkemmin osaamiskartoituksista saatuja tuloksia. Koko liiketoimintaosaamisen kartoituksen analysointi olisi ollut liian laaja, joten aluksi suunniteltiin kartoittavani pk-yritysten digiosaamisen tasoja ja kuiluja. Tämäkin todettiin liian laajaksi alueeksi syksyn 2017 lopputöiden ohjaustunnilla. Lopulta päädyttiin rajamaan tutkimustyö koskemaan osaamiskartoituksista vain yhtä osaamisaluetta, eli sosiaalisen median hyödyntämistä viestinnässä ja markkinoinnissa.

Tammikuussa 2018 keräsin aineiston kokoon. Otin mukaan tutkimusaineistoon siihen mennessä tehdyt osaamiskartoitukset, joita oli kerätty vuoden 2016 alusta lähtien. Rajasin mukaan vain mikroyritykset, joita aineistoon oli kertynyt 296 kappaletta. Kevään 2018 aikana muokkasin eri yritysryhmittäisten henkilöiden keräämät taustatietotaulukot yhdenmukaiseksi ja liitin yhteen osaamiskartoituksista saatujen tietojen kanssa. Tämän jälkeen kokosin taulukot eri rajauksin kuten yrittäjän iän, sukupuolen, yrityksen kotipaikan ja toimialan mukaan. Kokoamani aineistot ja analyysit luovutin tutkimustyöni tilaajalle huhtikuussa 2018.

Keväällä aloitin keräämään tietoa teorialähteistä ja kokosin opinnäytetyöni runkoa. Syksy 2018 meni teorialähteisiin perehtyessä ja teoriaosuuden kirjoittamisessa. Teorialähteinä käytettyjä tutkimustietoja tuli uudempia julki ja otin niitä myös mukaan lopputyöhöni. Tammikuussa 2019 lähetin lopputyöni ensimmäisen kerran ohjaavalle opettajalle kommentoitavaksi. Saatujen palautteiden myötä jatkoin lopputyöni viimeistelyä.

Tämän tutkimustyön aineiston kokoaminen on ollut todella antoisaa. Erilaisten analyysien ja yhteenvedojen kokoaminen aineistoista oli mielenkiintoista, ja osaaminen erilaisten analyysien tekemiseen kasvoi. Teorialähteisiin tutustuminen opetti itselleni paljon esim. viestinnästä ja sosiaalisen median kehittymisestä sekä merkityksestä yritysten menestymisen kannalta. Haastavimpana osuutena huomasin lopputyön viimeistelyn. Kun projekti oli venynyt yli vuoden mittaiseksi tuli halu jo luovuttaa. Kiitos kannustavan ohjauksen, saatiin tämäkin lopputyö päätökseen.

Tutkimustyöni alanyyseyttä oli apua Yritys oppii ja menestyy -jatkohankkeen tarpeellisuuden perusteluissa rahoittajille ja niitä pystyttiin hyödyntämään myös ensimmäisen hankkeen loppuraportoinnissa. Yritys oppii ja menestyy -jatkohanke sai myöntävän rahoituspäätöksen kesäkuussa 2018 ja syksyllä varmistui, että minun työni jatkohankkeessa alkaisi vuoden 2019 alusta.

LÄHTEET

Aalto, Tuija 2012. Kuinka olla avoin, työelämän uudet viestintätaidot. Oy Finn Lectura Ab

AudienceProject Insights 2016. Social Media & Apps in the Nordics. Saatavissa: https://www.audienceproject.com/wp-content/uploads/social_media_and_apps_nordics.pdf

BRAJOS-GOMEZ, J, BENITEZ-AMADO, J, LLORENS-MONTES, F 2015. How do small firms learn to develop a social media competence? International Journal of Information Management [Viitattu 2018-12-10.] 446. Saatavissa: <https://www.sciencedirect-com.ezproxy.savonia.fi/science/article/pii/S0268401215000390?via%3Dihub>

BODLAJ, Mateja ja ROJSEK, Ica. Marketing in small firms: the case of Slovenia. [Verkojulkaisu.] [Viitattu 2018-12-03.] Saatavissa: <https://search-proquest-com.ezproxy.savonia.fi/docview/1627753725/>

C&Q SYSTEMS 2018. Osaamisen hallintajärjestelmä. [Viitattu 2018-04-15.] Saatavana: <http://cqsystems.fi/>

EURA 2014, Yritys oppii ja menestyy hankekuvaus. [Viitattu 2018-10-21.] Saatavissa: <https://www.eura2014.fi/rrtiepa/projekti.php?projektkoodi=S20579>

EUROOPAN KOMISSIO 2018. Komission hyväksymä mikroyritysten sekä pienten ja keskisuurten yritysten määritelmä. [Verkojulkaisu.] [Viitattu 2018-11-07.] Saatavissa: http://publications.europa.eu/resource/cellar/79c0ce87-f4dc-11e6-8a35-01aa75ed71a1.0007.01/DOC_1

Forsgård, Christina ja Frey, Juha 2010. Suhde, sosiaalinen media muuttaa johtamista, markkinointia ja viestintää. Vantaa: Hansaprint Oy.

GAIL, Martin 2017. The essential social media marketing handbook: a new roadmap for maximizing your brand, influence, and credibility. Saatavana: Savonia-AMK Sähköinen aineisto <http://proquest.safaribooksonline.com.ezproxy.savonia.fi/9781632650924>

HEIKKILÄ, Tarja 2014. Tilastollinen tutkimus. Porvoo: Edita Publishing Oy.

HANHINEN, Taina 2010. Työelämäosaaminen: kvalifikaatioiden luokitusjärjestelmän konstruointi. [Viitattu 2018-04-05] Saatavana: <http://tampub.uta.fi/handle/10024/66674>

ISOKANGAS, Antti ja KANKKUNEN, Petteri 2011. Suora yhteys: näin sosiaalinen media muuttaa yritykset. [Verkojulkaisu.] [Viitattu 2018-12-11] Saatavissa: <https://www.eva.fi/wp-content/uploads/2011/05/Suora-yhteys.pdf>

ISOTALUS, P. ja RAJALAHTI, H. 2017. Vuorovaikutus johtajan työssä. Liettua: Talentum Media Oy

KAMENSKY, Mika 2015. Menestyksen timantti: strategia, johtaminen, osaaminen, vuorovaikutus. Helsinki: Talentum.

KURIO 2017. Somemarkkinoinnin trendit. [Verkkajulkaisu] Saatavana: <http://kurio.fi/kurio/wp-content/uploads/2016/12/Raportti-Somemarkkinoinnin-trendit-2017-Kurio.pdf>

LEINO, A. 2012. Sosiaalinen NETTI ja menestyvän pk-yrityksen mahdollisuudet. Infor Oy

MÄKINEN, Marco. Näin käytät sosiaalista mediaa markkinoinnissa. [Verkkajulkaisu] [Viitattu 2019-01-03.] Saatavissa: <http://www.bonnierpro.fi.ezproxy.savonia.fi/fi/app/markkinointi/nain-kaytat-sosiaalista-mediaa-markkinoinnissa>

OJALA, A-P. 2017. Suosituimmat sosiaalisen median kanavat Suomessa 2017. [Viitattu 2018-10-22.] Saatavissa: <https://www.linkedin.com/pulse/suosituimmat-sosiaalisen-median-kanavat-suomessa-2017-ari-pekka-ojala>

OPH 2018, Osaamisen ennakointifoorumin esittely. [Verkkajulkaisu.] [Viitattu 2018-11-04] Saatavissa: https://www.oph.fi/tietopalvelut/ennakointi/osaamisen_ennakointifoorumi

Patrick, Sarah 2016. Small Business Digital Marketing & Social Media Habits in 2016: A Survey [Viitattu 2019-01-03] <https://clutch.co/agencies/resources/small-business-digital-marketing-and-social-media-habits-survey-2016>

PESONEN, Pirkko 2012. Yritysviestinnän säännöt. Helsinki: Edita, 145-155.

PYYKKÖ, Manne 2015. Onnistu kasvuyrittäjänä. Viro: Helsingin kauppakamari Oy, 231-241.

PÖNKÄ, H. 2014. Sosiaalisen MEDIAN käsikirja. Jyväskylä: Docendo Oy, 11-34.

RAKENNERAHASTO. Ohjeet hanketoteuttajille. [Viitattu 2018-11-28.] Saatavissa: <https://www.rakenerahastot.fi/documents/10179/630592/1.+ESR+Henkil%C3%B6n+k%C3%A4ytt%C3%B6hje+hanketoteuttajille/>

RUOKONEN, Mika 2016. Biteistä bisnestä! Digitaalisen liiketoiminnan käsikirja. Jyväskylä: Decando Oy, 137-141.

RYYMIN. Petra 2014, Oppiva Yritys -hankkeen toimenpiteiden vaikuttavuus kohdeyrityksissä. [Viitattu 2017-12-10.] Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/72547/Ryymin_Petra.pdf?sequence=1

SANASTOKESKUS TSK, Terminologiset sanastot. [Viitattu 2018-10-21.] Saatavissa:

<http://www.tsk.fi/tepa/fi/haku/sosiaalinen%20media>

SAVON YRITTÄJÄT, Yritys oppii ja menestyy -palvelu. [Viitattu 2018-5-18.] Saatavissa:

<https://www.yrittajat.fi/savon-yrittajat/a/hankkeet-ja-edustukset/yritys-oppii-ja-menestyy-yom-palvelu-yrityksille-325807#>

SPONDER, Marshalla ja KHAN, Gohar F. 2017. Digital Analytics for Marketing. New York: Routledge

SUOMEN YRITTÄJÄT 2016. Yrittäjyys Suomessa. [Viitattu 2018-12-16.] Saatavissa:

<https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/yrittajyys-suomessa-316363>

SUOMEN YRITTÄJÄT 2016. Digitaalisesti suuntautuneiden pienten yritysten menestystekijät. [Verkkojulkaisu] Saatavana: https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/digiselvityksen_raportti2016.pdf

TILASTOKESKUS 2015. Yrittäjistä joka neljäs yli 54-vuotias. [Viitattu 2018-12-16.] Saatavissa:

https://www.stat.fi/til/tyokay/2014/03/tyokay_2014_03_2015-12-11_tie_001_fi.html

TILASTOKESKUS 2017. Sosiaalinen media laajasti yritysten käytössä. Sosiaalisen median käyttö

2013-2016 [Viitattu 2018-10-22.] Saatavissa: http://www.stat.fi/til/icte/2017/icte_2017_2017-11-30_tie_001_fi.html

TILASTOKESKUS 2018. Käsitteet, mikroyritys, yritysluokitus. [Viitattu 2018-10-27.] Saatavissa:

<https://www.stat.fi/meta/kas/haku.html?aihealue=&q=mikroyritys> tai <https://www.stat.fi/tup/yritysrekisteri/tietoseloste.html>

TILASTOKESKUS 2018. Toimialaluokitus 2008. [Viitattu 2018-11-04.] Saatavissa:

<https://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/index.html>

VILKKA, Hanna 2007. Tutki ja mittaa - Määrällisen tutkimuksen perusteet. [Verkkojulkaisu.] [Viitattu

2018-12-11] Saatavissa: https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/98723/Tutki-ja-mittaa_2007.pdf

VILJAVA, Salla 2017. Pienyritykset ja sosiaalinen media: liiketoimintakäytön tavat, syyt, hyödyt ja

haasteet [Verkkojulkaisu.] [Viitattu 21.11.2017.] [Saatavana] <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/100950/GRADU-1492759210.pdf?sequence=1>

VILPAS, Pertti. Kavantitatiivinen tutkimus. [Verkkojulkaisu.] [Viitattu 2018-12-11] Saatavissa:

<https://users.metropolia.fi/~pervil/kvantsu/Moniste.pdf>

WHATSAPP 2018. Tietoja WhatsApp-sovelluksesta. [Viitattu 2018-10-27] Saatavissa:

<https://www.whatsapp.com/about/>

YLE UUTISET 2018. Whatsappia käytetään eniten, Instagramia suosivat naiset. [Viitattu 2018-09-18]

Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10148277>

LIITTEET

LIITE 1. OSAAMISEN ENNAKOINTIFOORUMIN (OEF) TOIMIALALUOKITUS VUODELTA 2017 (TOL 2008)

LIITE 2. LIIKETOIMINTAOSAAMISEN KYSELYLOMAKE

LIITE 3. TAUSTATIETOLOMAKE EURA-JÄRJESTELMÄÄN

LIITE 4. OSAAMISKARTOITUSLOMAKE

LIITE 5. KYSELYJEN TULOSTEN KOONTITAUUKKO

LIITE 1. OSAAMISEN ENNAKOINTIFOORUMIN (OEF) TOIMIALALUOKITUS VUODELTA 2017 (TOL 2008)

Osaamisen ennakointifoorumi (OEF) jaettuna toimialaluokittain (TOL 2008) (HaSa 18062017)

1. Luonnonvarat, elintarviketuotanto ja ympäristö (ER1)

Ennakointiryhmän vastuualoja ovat maa-, puutarha- ja kalatalous, alkutuotannon yhteydessä ja teollisesti tapahtuva elintarvikkeiden valmistus, metsätalous ja puunkorjuu, luontoon liittyvät muut elinkeinot ja luonnon- ja ympäristönsuojelu. Vastuualoihin kuuluvat myös maa- ja metsätaloudesta saatavien raaka-ainneiden tuotanto ja korjuu energiatuotantoa, biopohjaisten materiaalien valmistusta ja muita uusia käyttömuotoja varten.

Koodi	Taso	Nimike
01	2	Kasvinviljely ja kotieläintalous, ristikasvitys ja niihin liittyvät palvelut
011	3	Yksivuotisten kasvien viljely
012	3	Monivuotisten kasvien viljely
013	3	Taimien kasvatusta ja muu kasvien lisääminen
014	3	Kotieläintalous
015	3	Yhdistetty kasvinviljely ja kotieläintalous (sekatilat)
016	3	Maataloutta palveleva toiminta
017	3	Metsästyksen ja sitä palveleva toiminta
02	2	Metsätalous ja puunkorjuu
021	3	Metsänhoito
022	3	Puunkorjuu
023	3	Luonnon tuotteiden keruu (pl. poittopuu)
024	3	Metsätaloutta palveleva toiminta
03	2	Kala- ja vesiviljely
031	3	Kala- ja vesiviljely
032	3	Vesiviljely
10	2	Elintarvikkeiden valmistus
101	3	Teurastus, lihan säilyvyyskäsittely ja lihatuotteiden valmistus
102	3	Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä
103	3	Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä
104	3	Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus
105	3	Maitotaloustuotteiden valmistus
106	3	Myyli- ja tärkkelystuotteiden valmistus
107	3	Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus
108	3	Muiden elintarvikkeiden valmistus
109	3	Eläinten ruokien valmistus
11	2	Juomien valmistus
110	3	Juomien valmistus
12	2	Tupakkatuotteiden valmistus
120	3	Tupakkatuotteiden valmistus
75	2	Eläinlääkintäpalvelut
750	3	Eläinlääkintäpalvelut

2. Liiketoiminta ja hallinto (ER2)

Ennakointiryhmän vastuualoihin kuuluu tukkukauppa sekä vähittäiskauppa ja kaupan yhteydessä tarjottavat palvelut. Lisäksi vastuualoihin kuuluvat rahoitus- ja vakuutusala, erilaiset liike-elämän palvelut, lainopillinen ja taloudellinen konsultointi, markkinointi- ja mainospalvelut sekä henkilöstön hankintaan ja taloushallintoon liittyvät palvelut. Vastuualoihin kuuluvat myös erilaiset julkiseen hallintoon liittyvät tehtävät kuten julkishallinnon organisaatioiden yleishallinnollinen toiminta sekä yhteiskunnan ja talouden ohjaus.

46	2	Tukkukauppa (pl. moottorijoneuvojen ja moottoripyörien kauppa)
461	3	Agentuuritoiminta
462	3	Maatalousperäisten raaka-ainneiden ja elävien eläinten tukkukauppa
463	3	Elintarvikkeiden, juomien ja tupakan tukkukauppa
464	3	Taloustavaroiden tukkukauppa
465	3	Tieto- ja viestintätekniisten laitteiden tukkukauppa
466	3	Muiden koneiden, laitteiden ja tarvikkeiden tukkukauppa
467	3	Muu erikoistunut tukkukauppa
469	3	Muu tukkukauppa
47	2	Vähittäiskauppa (pl. moottorijoneuvojen ja moottoripyörien kauppa)
471	3	Vähittäiskauppa erikoistumattomissa myymälöissä
472	3	Elintarvikkeiden, juomien ja tupakan vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
473	3	Ajoneuvojen poistoaineiden vähittäiskauppa
474	3	Tieto- ja viestintätekniisten laitteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
475	3	Muiden kotitaloustavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
476	3	Kulttuuri- ja vapaa-ajan tuotteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
477	3	Muiden tavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
478	3	Tori- ja markkinakauppa
479	3	Vähittäiskauppa muualla kuin myymälöissä (pl. tori- ja markkinakauppa)
64	2	Rahoituspalvelut (pl. vakuutus- ja eläkevakuutuslaitosten toiminta)
641	3	Pankkitoiminta
642	3	Rahoitusalan holdingyhtiöiden toiminta
643	3	Rahastotoiminta
649	3	Muut rahoituspalvelut (pl. vakuutus- ja eläkevakuutuslaitosten toiminta)
65	2	Vakuutus-, jälleenvakuutus- ja eläkevakuutuslaitosten toiminta (pl. pakollinen sosiaalivakuutus)
651	3	Vakuutuslaitosten toiminta
652	3	Jälleenvakuutuslaitosten toiminta
653	3	Eläkevakuutuslaitosten toiminta

66	2	Rahoitusta ja vakuuttamista palveleva toiminta
661	3	Rahoitusta ja vakuuttamista palveleva toiminta (pl. vakuutus- ja eläkevakuutus toiminta)
662	3	Vakuutus- ja eläkevakuutus toimintaa avustava toiminta
663	3	Omaisuuksien hoitotoiminta
69	2	Lakiasian- ja laskentatoimen palvelut
691	3	Lakiasianpalvelut
692	3	Laskentatoimi, kirjanpito ja tilintarkastus; veroneuvonta
70	2	Pääkonttorien toiminta; liikkeenjohdon konsultointi
701	3	Pääkonttorien toiminta
702	3	Liikkeenjohdon konsultointi
72	2	Tieteellinen tutkimus ja kehittäminen
721	3	Luonnontieteiden ja tekniikan tutkimus ja kehittäminen
722	3	Yhteiskuntatieteellinen ja humanistinen tutkimus ja kehittäminen
73	2	Mainostointi ja markkinatutkimus
731	3	Mainostointi
732	3	Markkina- ja mielipidetutkimukset
74	2	Muut erikoistuneet palvelut liike-elämälle
741	3	Taideteollinen muotoilu ja suunnittelu
742	3	Valokuvaustoiminta
743	3	Kääntäminen ja tulkkaukset
749	3	Muualla luokittelemattomat erikoistuneet palvelut liike-elämälle
77	2	Vuokraus- ja leasingtoiminta
771	3	Moottoriajoneuvojen vuokraus ja leasing
772	3	Henkilökohtaisien ja kotitaloustavaroiden vuokraus ja leasing
773	3	Koneiden ja laitteiden vuokraus ja leasing
774	3	Henkisen omaisuuden ja vastaavien tuotteiden leasing (pl. tekijänoikeuden suojaamat teokset)
78	2	Työllistämistoiminta
781	3	Työnvälitystoiminta
782	3	Työvoiman vuokraus
783	3	Muut henkilöstön hankintapalvelut
82	2	Hallinto- ja tukipalvelut liike-elämälle
821	3	Hallinto- ja toimistopalvelut
822	3	Puhelinpalvelukeskusten toiminta
823	3	Messujen ja kongressien järjestäminen
829	3	Muu liike-elämää palveleva toiminta
84	2	Julkisen hallinto ja maanpuolustus; pakollinen sosiaalivakuutus
841	3	Julkisen hallinto
842	3	Ulkoasiain hallinto, maanpuolustus ja järjestystoimi
843	3	Pakollinen sosiaalivakuutus toiminta
92	2	Rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut
920	3	Rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut
94	2	Järjestöjen toiminta
941	3	Elinkeinoelämän, työnantaja- ja ammattialajärjestöjen toiminta
942	3	Ammattiyhdistysten toiminta
949	3	Muiden järjestöjen toiminta
95	2	Tietokoneiden, henkilökohtaisien ja kotitaloustavaroiden korjaus
951	3	Tietokoneiden ja viestintälaitteiden korjaus
952	3	Henkilökohtaisien ja kotitaloustavaroiden korjaus
97	2	Kotitalouksien toiminta kotitaloustyöntekijöiden työnantajina
970	3	Kotitalouksien toiminta kotitaloustyöntekijöiden työnantajina
98	2	Kotitalouksien eriyttämätön toiminta tavaroiden ja palvelujen tuottamiseksi omaan käyttöön
981	3	Kotitalouksien eriyttämätön toiminta tavaroiden tuottamiseksi omaan käyttöön
982	3	Kotitalouksien eriyttämätön toiminta palvelujen tuottamiseksi omaan käyttöön
99	2	Kansainvälisten organisaatioiden ja toimielinten toiminta
990	3	Kansainvälisten organisaatioiden ja toimielinten toiminta

3. Koulutus, kulttuuri ja viestintä (ER3)

Ennakointiryhmän vastuualoja ovat varhaiskasvatusta ja siihen liittyvät palvelut, perusopetus ja lukio, taiteen ja musiikin koulutus, vapaa sivistystyö sekä elinikäisen ohjauksen palvelut.

Vastuualoja ovat käsi- ja taideteollisuus, kuvataide, musiikki, teatteri ja tanssi sekä erilaisten kulttuurilaitosten toiminta.

Vastuualoja ovat radio- ja tv-toiminta sekä kirjojen, lehtien, äänitteiden ja musiikin kustantaminen ja tuottaminen, painaminen ja tallenteiden tekeminen eri menetelmin.

18	2	Painaminen ja tallenteiden jäljentäminen
181	3	Painaminen ja siihen liittyvät palvelut
182	3	Ääni-, kuva- ja ätk-tallenteiden tuotanto
58	2	Kustannustoiminta
581	3	Kirjojen ja lehtien kustantaminen ja muu kustannustoiminta
582	3	Ohjelmistojen kustantaminen
59	2	Elokuva-, video- ja televisio-ohjelmatuotanto, äänitteiden ja musiikin kustantaminen
591	3	Elokuva-, video- ja televisio-ohjelmatuotanto
592	3	Äänitysstudiot; äänitteiden ja musiikin kustantaminen
60	2	Radio- ja televisiotuotanto
601	3	Radio-ohjelmien tuottaminen ja lähettäminen
602	3	Televisio-ohjelmien tuottaminen ja lähettäminen
639	3	Muu tietopalvelutoiminta
85	2	Koulutus
851	3	Esiasteen koulutus
852	3	Alemmän perusasteen koulutus
853	3	Ylemmän perusasteen ja keskiasteen koulutus

854	3	Korkea-asteen koulutus
855	3	Muu koulutus
856	3	Koulutusta palveleva toiminta
8891	4	Lasten päivähoitopalvelut
90	2	Kulttuuri- ja viihdetoiminta
900	3	Kulttuuri- ja viihdetoiminta
9001	4	Esittävät taiteet
9002	4	Esittäviä taitteita palveleva toiminta
9003	4	Taiteellinen luominen
9004	4	Taidelaitosten toiminta
91	2	Kirjastojen, arkistojen, museoiden ja muiden kulttuurilaitosten toiminta
910	3	Kirjastojen, arkistojen, museoiden ja muiden kulttuurilaitosten toiminta

4. Liikenne ja logistiikka (ER4)

Ennakoitiryhmän vastuualoja ovat maa-, vesi- ja ilmailukenne, posti- ja kurliritoiminta, erilaiset liikennettä palvelevat toiminnot sekä ajoneuvojen kauppa, huolto ja korjaus.

45	2	Moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien tukku- ja vähittäiskauppa sekä korjaus
451	3	Moottoriajoneuvojen kauppa
452	3	Moottoriajoneuvojen huolto ja korjaus (pl. moottoripyörät)
453	3	Moottoriajoneuvojen osien ja varustelien kauppa
454	3	Moottoripyörien sekä niiden osien ja varustelien myynti, huolto ja korjaus
49	2	Maailiikenne ja putkijohtokuljetus
491	3	Rautateiden henkilöliikenne, kaukoliikenne
492	3	Rautateiden tavaraliikenne
493	3	Muu maailikenteen henkilöliikenne
494	3	Tieliikenteen tavarankuljetus ja muuttopalvelut
495	3	Putkijohtokuljetus
50	2	Vesiliikenne
501	3	Meri- ja rannikkovesiliikenteen henkilökuljetus
502	3	Meri- ja rannikkovesiliikenteen tavarankuljetus
503	3	Sisävesiliikenteen henkilökuljetus
504	3	Sisävesiliikenteen tavarankuljetus
51	2	Ilmailiikenne
511	3	Matkustajalentoliikenne
512	3	Lentoliikenteen tavarankuljetus ja avaruusliikenne
52	2	Varastointi ja liikennettä palveleva toiminta
521	3	Varastointi
522	3	Liikennettä palveleva toiminta
53	2	Posti- ja kurliritoiminta
531	3	Postin yleispalvelu
532	3	Muu posti-, jakelu- ja kurliritoiminta

5. Majoitus-, ravitsemis- ja matkallupalvelut (ER5)

Ennakoitiryhmän vastuualoja ovat majoitus-, ravitsemis- ja matkallupalvelut ja niitä palveleva toiminta.

55	2	Majoitus
551	3	Hotellit ja vastaavat majoitusliikkeet
552	3	Lomakylät, retkelymajat yms. majoitus
553	3	Leirintäalueet, asuntovaunu- ja matkailuvaunualueet
559	3	Muu majoitus
56	2	Ravitsemistoiminta
561	3	Ravintolat ja vastaava ravitsemistoiminta
562	3	Ateriapalvelut ja muut ravitsemispalvelut
563	3	Baarit ja kahvilat
79	2	Matkatuomistojen ja matkanjärjestäjien toiminta; varauspalvelut
791	3	Matkatuomistojen ja matkanjärjestäjien toiminta
799	3	Varauspalvelut, matkaoppaiden palvelut ym.

6. Rakennettu ympäristö (ER6)

Ennakoitiryhmän vastuualoihin kuuluvat talonrakentaminen, vesihuolto, energian tuottaminen ja jakelu, maa- ja vesirakentaminen sekä erilaiset isännöintiin ja kiinteistöhoitoon sekä kiinteistöjen rakennuttamiseen ja vuokraukseen liittyvät toiminnot. Vastuualoina ovat myös ympäristöhuolto sekä silvous- ja turvallisuuspalvelut.

35	2	Sähkö-, kaasu- ja lämpöhuolto, jäähdytysliiketoiminta
351	3	Sähkövoiman tuotanto, siirto ja jakelu
352	3	Kaasun tuotanto; kaasumaisien polttoainelaiden jakelu putkiverkossa
353	3	Lämmön ja kylmän tuotanto ja jakelu
36	2	Veden otto, puhdistus ja jakelu
360	3	Veden otto, puhdistus ja jakelu
37	2	Viemäri- ja jätevesihuolto
370	3	Viemäri- ja jätevesihuolto
38	2	Jätteen keruu, käsittely ja loppusijoitus; materiaalien kierrätys
381	3	Jätteen keruu
382	3	Jätteen käsittely ja loppusijoitus
383	3	Materiaalien kierrätys
39	2	Maaperän ja vesistöjen kunnostus ja muut ympäristöhuolto- ja palvelut
390	3	Maaperän ja vesistöjen kunnostus ja muut ympäristöhuolto- ja palvelut

41	2	Talonrakentaminen
411	3	Rakennuttaminen ja rakennushankkeiden kehittäminen
412	3	Asuin- ja muiden rakennusten rakentaminen
42	2	Maa- ja vesirakentaminen
421	3	Teloiden ja rautateiden rakentaminen
422	3	Yleisten jakeluverkkojen rakentaminen
429	3	Muu maa- ja vesirakentaminen
43	2	Erikolstunut rakennustoiminta
431	3	Rakennusten ja rakennelmien purku ja rakennuspalkan valmistelutyöt
432	3	Sähkö-, vesijohto- ja muu rakennusasennus
433	3	Rakennusten ja rakennelmien viimeistely
439	3	Muu erikolstunut rakennustoiminta
68	2	Kilintelstöalan toiminta
681	3	Omien kilintelstöjen kauppa
682	3	Omien tal leasing-kilintelstöjen vuokraus ja hallinta
683	3	Kilintelstöalan toiminta paikkio- tal sopimusperusteisesti
71	2	Arkkitehti- ja insinööripalvelut; tekninen testaus ja analysointi
711	3	Arkkitehti- ja insinööripalvelut ja niihin liittövä tekninen konsultointi
712	3	Tekninen testaus ja analysointi
80	2	Turvallisuus-, vartiointi- ja etelöpalvelut
801	3	Yksityiset turvallisuuspalvelut
802	3	Turvallisuusjärjestelmät
803	3	Etsivötoiminta
81	2	Kilintelstön- ja malsemanhoito
811	3	Kilintelstönhoito
812	3	Silvöuspalvelut
813	3	Malsemanhoitöpalvelut

7. Sosiaali-, terveys- ja hyvinvointiala (ER7)

Ennakointiryhmän vastuualoja ovat sosiaalihuollon laitöspalvelut ja avopalvelut, terveyspalvelut sekä kampaamo-, kauneudenhoito-, urheilu- ja virkistöpalvelut ja muut henkilökohtaiset palvelut.

86	2	Terveyspalvelut
861	3	Terveysdenhuollon laitöspalvelut
862	3	Lääkäri- ja hammaslääkäripalvelut
869	3	Muut terveysdenhuotöpalvelut
87	2	Sosiaalihuollon laitöspalvelut
871	3	Sosiaalihuollon hoitölaitökset
872	3	Kehitysvammaisten sekä mielenterveys- ja päihdeongelmaisten asumispaalvelut
873	3	Vanhusten ja vammaisten asumispaalvelut
879	3	Muut sosiaalihuollon laitöspalvelut
88	2	Sosiaalihuollon avopalvelut
881	3	Vanhusten ja vammaisten sosiaalihuollon avopalvelut
8810	4	Vanhusten ja vammaisten sosiaalihuollon avopalvelut
889	3	Muut sosiaalihuollon avopalvelut
8899	4	Muualla luokittelemattomat sosiaalihuollon avopalvelut
93	2	Urheilu- ja virkistötoiminta sekä huvi- ja virkistöpalvelut
931	3	Urheilu- ja virkistötoiminta
932	3	Huvi- ja virkistötoiminta
96	2	Muut henkilökohtaiset palvelut
960	3	Muut henkilökohtaiset palvelut
9601	4	Pesulöpalvelut
9602	4	Kampaamo- ja kauneudenhoitöpalvelut
9603	4	Hautautötoimistöjen palvelut
9604	4	Kytpöyötoimistö, saunat, solariumit yms. palvelut
9609	4	Muualla luokittelemattomat henkilökohtaiset palvelut
96011	5	Pesulöpalvelut yrityksille
96012	5	Pesulöpalvelut kotitalouksille
96021	5	Parturit ja kampaamot
96022	5	Kauneudenhoitöpalvelut
96030	5	Hautautötoimistöjen palvelut
96040	5	Kytpöyötoimistö, saunat, solariumit yms. palvelut
96090	5	Muualla luokittelemattomat henkilökohtaiset palvelut

8. Teknolögiöteollisuus ja -palvelut (ER8)

Ennakointiryhmän vastuualoihin kuuluvat metallien jalostus sekä metallituotteiden, koneiden ja laitteiden ja kulkuneuvojen valmistus. Lisäksi vastöisiin kuuluvat elektrönikka- ja sähköteollisuus, televestintä, ohjelmistö- ja tietöjenkäsitteilypalvelut sekä muut tekniset palvelut kuten tekninen konsultointi, testaus sekä analysointi.

05	2	Kivihillien ja ruskohillien kalvu
051	3	Kivihillien kalvu
052	3	Ruskohillien kalvu
06	2	Raakaöljyn ja maakaasun tuotanto
061	3	Raakaöljyn tuotanto
062	3	Maakaasun tuotanto
07	2	Metallimalmien louhinta
071	3	Rautamalmien louhinta
072	3	Värimetallimalmien louhinta

08	2	Muu kaivostoiminta ja louhinta
081	3	Kiven louhinta, hiekan ja saven otto
089	3	Muu mineraalien kaivu
09	2	Kaivostoimintaa palveleva toiminta
091	3	Raakaöljyn ja maakaasun tuotantoa palveleva toiminta
099	3	Muuta kaivostoimintaa ja louhintaa palveleva toiminta
24	2	Metallien jalostus
241	3	Raudan, teräksen ja rautaseosten valmistus
242	3	Putkien, profiiliputkien ja niihin liittyvien tarvikkeiden valmistus teräksestä
243	3	Muu teräksen jalostus
244	3	Jalometallien ja muiden värimetallien valmistus
245	3	Metallien valu
25	2	Metallituotteiden valmistus (pl. koneet ja laitteet)
251	3	Metallirakenteiden valmistus
252	3	Metallisäiliöiden ja -alttaiden yms. valmistus
253	3	Höyrykattiloiden valmistus (pl. keskuslämmityslaitteet)
254	3	Aseiden ja ammusten valmistus
255	3	Metallin takominen, puristaminen, meistäminen ja valssaus; jauhemetallurgia
256	3	Metallien käsittely, päällystäminen ja työstö
257	3	Ruokailu- ja leikkuuvälineiden yms. sekä työkalujen ja rautatavaran valmistus
259	3	Muu metallituotteiden valmistus
26	2	Tietokoneiden sekä elektronisten ja optisten tuotteiden valmistus
261	3	Elektronisten komponenttien ja piirilevyjen valmistus
262	3	Tietokoneiden ja niiden ohjelmien valmistus
263	3	Viestintälaitteiden valmistus
264	3	Viihde-elektronikan valmistus
265	3	Mittaus-, testaus- ja navigointivälineiden ja -laitteiden valmistus; kellot
266	3	Satelliittilaitteiden sekä elektronisten lääkintä- ja terapeuttilaitteiden valmistus
267	3	Optisten instrumenttien ja valokuvausvälineiden valmistus
268	3	Tallennevälineiden valmistus
27	2	Sähkölaitteiden valmistus
271	3	Sähkösäätöjärjestelmien, generaattorien, muuntajien sekä sähköjakelu- ja valvontalaitteiden valmistus
272	3	Paristojen ja akkujen valmistus
273	3	Sähköjohtojen ja kytkentälaitteiden valmistus
274	3	Sähkölamppujen ja valaisimien valmistus
275	3	Kodinkoneiden valmistus
279	3	Muiden sähkölaitteiden valmistus
28	2	Muiden koneiden ja laitteiden valmistus
281	3	Yleiskäyttöön tarkoitettujen voimakoneiden valmistus
282	3	Muiden yleiskäyttöön tarkoitettujen koneiden valmistus
283	3	Maa- ja metsätalouskoneiden valmistus
284	3	Metallin työstökoneiden ja konetyökalujen valmistus
289	3	Muiden erikoiskoneiden valmistus
29	2	Mootoriajoneuvojen, perävaunujen ja puoliperävaunujen valmistus
291	3	Mootoriajoneuvojen valmistus
292	3	Mootoriajoneuvojen korien valmistus; perävaunujen ja puoliperävaunujen valmistus
293	3	Osien ja tarvikkeiden valmistus mootoriajoneuvoihin
30	2	Muiden kulkuneuvojen valmistus
301	3	Laivojen ja veneiden rakentaminen
302	3	Raideliikenteen kulkuneuvojen valmistus
303	3	Ilma- ja avaruusalusten ja niihin liittyvien koneiden valmistus
304	3	Taliteluajoneuvojen valmistus
309	3	Muualla luokittelematon kulkuneuvojen valmistus
33	2	Koneiden ja laitteiden korjaus, huolto ja asennus
331	3	Metallituotteiden, teollisuuden koneiden ja laitteiden korjaus ja huolto
332	3	Teollisuuden koneiden ja laitteiden ym. asennus
61	2	Televiestintä
611	3	Langallisen verkon hallinta ja palvelut
612	3	Langattoman verkon hallinta ja palvelut
613	3	Satelliittiviestintä
619	3	Muut televiestintäpalvelut
62	2	Ohjelmistot, konsultointi ja siihen liittyvä toiminta
620	3	Ohjelmistot, konsultointi ja siihen liittyvä toiminta
63	2	Tietopalvelutoiminta
631	3	Tietojenkäsittely, palvelintilan vuokraus ja niihin liittyvät palvelut; verkkoportaalit

9. Prosessiteollisuus ja -tuotanto (ERS)

Ennakointiryhmän vastuualoihin kuuluvat puutuotteiden, paperin ja paperituotteiden, huonekalujen, kemiallisten tuotteiden, tekstiilien ja vaatteiden teollinen valmistaminen ja muu valmistava teollisuus, joka ei kuulu teknologiateollisuuden piiriin.

13	2	Tekstiilien valmistus
131	3	Tekstiilikuitujen valmistelu ja kehruu
132	3	Kankaiden kudonta
133	3	Tekstiilien viimeistely
139	3	Muiden tekstiilituotteiden valmistus
14	2	Vaatteiden valmistus
141	3	Vaatteiden valmistus (pl. turkisvaatteet)
142	3	Turkisvaatteiden ja -tuotteiden valmistus
143	3	Neulevaatteiden ja sukkiin valmistus
15	2	Nahan ja nahkatuotteiden valmistus
151	3	Nahan parkitseminen ja muokkaus; matka- ja käsilaukkujen, satuloiden ja

		vajaiden valmistus; turkisten muokkaus ja värjäys
152	3	Jalkineiden valmistus
16	2	Sahatavaran sekä puu- ja korkkituotteiden valmistus (pl. huonekalut); oiki- ja punontatuotteiden valmistus
161	3	Puun sahaus, höyläys ja kyllästys
162	3	Puu-, korkki-, oiki- ja punontatuotteiden valmistus
17	2	Paperin, paperi- ja kartonkituotteiden valmistus
171	3	Massan, paperin, kartongin ja pahvin valmistus
172	3	Paperi-, kartonki- ja pahvituotteiden valmistus
19	2	Koksin ja jalostettujen öljytuotteiden valmistus
191	3	Koksuotteiden valmistus
192	3	Jalostettujen öljytuotteiden valmistus
20	2	Kemikaalien ja kemiallisten tuotteiden valmistus
201	3	Peruskemikaalien, lannoitteiden ja tyyppyhdisteiden, muovilainneiden ja synteettisen kumiraaka-aineen valmistus
202	3	Torjunta-ainneiden ja muiden maatalouskemikaalien valmistus
203	3	Maalien, lakain, painovärien yms. valmistus
204	3	Saippuan, pesu-, puhdistus- ja kyllöstysainneiden; hajuvesien ja hygieniatuotteiden valmistus
205	3	Muiden kemiallisten tuotteiden valmistus
206	3	Tekokuitujen valmistus
21	2	Lääkeainneiden ja lääkkeiden valmistus
211	3	Lääkeainneiden valmistus
212	3	Lääkkeiden ja muiden lääkevalmisteluiden valmistus
22	2	Kumi- ja muovituotteiden valmistus
221	3	Kumituotteiden valmistus
222	3	Muovituotteiden valmistus
23	2	Muiden ei-metallisten mineraalituotteiden valmistus
231	3	Lasin ja lasituotteiden valmistus
232	3	Tuulenkestävien keraamisten tuotteiden valmistus
234	3	Muiden posilni- ja keramiikkatuotteiden valmistus
235	3	Sementin, kalkin ja kipsin valmistus
236	3	Betoni-, kipsi- ja sementtituotteiden valmistus
237	3	Kiven leikkaaminen, muotoilu ja viimeistely
239	3	Hiontatuotteiden ja muualla luokittelemattomien ei-metallisten mineraalituotteiden valmistus
31	2	Huonekalujen valmistus
310	3	Huonekalujen valmistus
32	2	Muu valmistus
321	3	Korujen, kultasepäntuotteiden ja muiden vastaavien tuotteiden valmistus
322	3	Soitinten valmistus
323	3	Urheiluvälineiden valmistus
324	3	Pellen ja leikkikalujen valmistus
325	3	Lääkintä- ja hammaslääkintäinstrumenttien ja -tarvikkeiden valmistus
329	3	Muualla luokittelematon valmistus
00		Toimiala tuntematon

LIITE 2. LIIKETOIMINTAOSAAMISEN KYSELYLOMAKE

Yritys oppii ja menestyy (YOM) - hanke

Yritys: _____
 Yrittäjä: _____
 Pvm: _____

Tämän hetken osaamisen taso yrityksessä

Merkitystasoja asetettaessa arvioidaan siitä näkökulmasta, miten merkittäviä ko. osaamisalueet ovat yrityksen (liike-)toiminnan kannalta.



Merkitys:
 5: Erittäin merkittävä
 4: Merkittävä
 3: Jonkin verran merkittävä
 2: Vähäinen merkitys
 1: Ei merkitystä

Taso:
 5: Ennollainen osaaminen
 4: Hyvä osaaminen
 3: Kohtalainen osaaminen
 2: Tyydyttävä osaaminen
 1: Heikko osaaminen
 - Ei vastattu
 X Ei osaa sanoa
 Z Ei tarvetta
 E Ei osaamista

	Osaamisen merkitys		Yrittäjän arvio omasta osaamisesta
	Osaamisen merkitys	Yrittäjän arvio omasta osaamisesta	
Osaamisalue			
1	Sosiaalisen median (some) hyödyntäminen sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä sekä markkinoinnissa		
2	Tietoturvasuosioiden huomioiminen ja merkityksen ymmärtäminen, tietoturvasuosioiden perusosaaminen		
3	Valmiudet hyödyntää älypuhelin ja tablettitietokonetta työssä		
4	Lean-ajattelun tuntemus ja -laatuökalun hallinta		
5	Toimiminen uhka- ja vaaratilanteiden hallinta		
6	Monikanavaisen kaupankäynnin markkinointiin liittyvä osaaminen		
7	Ryhmän johtamistaidot		
8	Strategiaosaaminen ml. ennakointi, kilpailu-, muutostilanteiden ja kehitystrendien huomioiminen		
9	Operatiivinen johtamistaito, kyvyt päivittäisen toiminnan johtamiseen		
10	Tavoitteiden asettaminen toiminnalle		
11	Työn, töiden suunnittelu ja järjestely, toiminnan organisointi		
12	Liiketoiminnan kansainvälistymiseen liittyvä osaaminen		
13	Taloulosaaminen, talouden hallintaan liittyvät tiedot ja taidot		
14	Sopimusjuridiikan tuntemus		
15	Verkostojen rakentaminen ja niiden hyödyntäminen, sopivien sidosryhmien ja kumppanien löytäminen		
16	Palvelujen sähköistämisen, digitalisoinnin mahdollisuuksien ymmärtäminen strategian luomisessa tai päivittäisessä		
17	Digitaaliossa kehityksessä mukana pysyminen		
18	Palvelualltius, asiakaspalvelutaidot		
19	Asiakasihtöinen toimintatapa, asiakasihtöisyyden ymmärtäminen, tarpeiden ja odotusten tunnistus		
20	Tietous tehokkaasta markkinoinnista		

	Osaamisen merkitys	Osaamisen taso
21	Erialaisten markkinointiviestinnän keinojen tuntemus ja käyttö	
22	Eri medioiden kontaktointiin, yhteydenottojen hallinta	
23	Erialaisten markkinointikanavien suunnittelu (suoramarkkinointi, lehti-ilmoitukset, nettimarkkinointi, ym.)	
24	Digitaaliseen markkinointiin liittyvä osaaminen	
25	Myyntitaidot, kaupantekotaito, myyntitekniiikan, myyntityön hallinta	
26	Erialaisten myyntitekniiikoiden tuntemus ja hallinta	
27	Asiakkaan tarpeiden herättämisen taito	
28	Lisämyynnin tekemiseen liittyvä osaaminen	
29	Pitchin, hissipuheen rakentamistaito ja ko. myyntipuheen hallinta	
30	Sähköiseen markkinointiin, nettimarkkinointiin, internet-, verkkokauppaan liittyvä osaaminen	
31	Asiakasrekisterien ylläpito	
32	Online-asiakaspalvelujärjestelmän käytön hallinta	
33	Henkilöstön johtamistaidot	
34	Esimiestaidot, kyky toimia esimiehenä	
35	Motivointi-, innostamis- ja kannustamiskyky	
36	Työntekijöiden, alaisten sitouttamiseen, ohjaukseen ja tukemiseen liittyvä osaaminen	
37	Ikäjohtamisen osaaminen	
38	Muutosjohtamisen osaaminen	
39	Johtajuusviestinnän osaaminen (sis. digitaalisen johtajuusviestinnän)	
40	Työhön liittyvien lupien, lakien ja viranomaismääräysten sekä sopimusjuridiikan tuntemus	
41	Motivaatio, aktiivinen ja myönteinen asenne omaan työhön	
42	Omasta työhyvinvoinnista ja työssäkäymisestä huolehtiminen	
43	Tuotevalikoiman, palveluvalikoiman kehittämiseen liittyvä osaaminen	
44	Palvelutarjonnan laajentamiseen liittyvä osaaminen	
45	Yrityksen kasvu- ja kansainvälistymispotentiaalin ymmärtäminen	

LIITE 3. TAUSTATIETOLOMAKE EURA-JÄRJESTELMÄÄN

Kestävää kasvua ja työtä 2014-2020

ESR-hankkeiden osallistujakohtainen seurantatietolomake

Erityistavoitteet 6.1, 7.1 ja 8.1

OSALLISTUJAN TIEDOT ALOITUSTILANTEESSA

(Kaikki kohdat on täytettävä. Perehdy täyttöohjeeseen)

Vipuvoimaa
EU:lta
2014-2020Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahastoSALASSA PIDETTÄVÄ
Suojaustaso III
JulkL (621/1999) 24.1 §:n 25-k ja 32-k

<i>(Hanketoteuttaja täyttää)</i>			
Hankekoodi			
Yritys oppii ja menestyy hanke (YOM)			
Päivämäärä, jolloin osallistuja aloitti hankkeessa (pp.kk.vvvv)			
Perustietoni (kaikki tiedot täytettävä, KIRJOITA TIKKUKIRJAIMIN)			
Yritys		y-tunnus	
Syntymäpäivä (pp.kk.vvvv)		Henkilötunnus	
Etunimi			
Sukunimi			
Sukupuoli		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> N	
Katuosoite			
Postinumero		Postitoimipaikka	
Puhelinnumero		<input type="checkbox"/>	Ei ole puhelinta
Sähköpostiosoite		<input type="checkbox"/>	Ei ole sähköpostiosoitetta
Työllisyystilanteeni (valitse vain yksi vaihtoehto)			
	Työttömänä alle 6 kk	<input type="checkbox"/>	
	Työttömänä 6-12 kk	<input type="checkbox"/>	
	Työttömänä yli 12 kk	<input type="checkbox"/>	
	Työelämän ulkopuolella	<input type="checkbox"/>	
	Opiskelemassa/koulutuksessa	<input type="checkbox"/>	
	Työssä	<input type="checkbox"/>	
	Työnantaja		Ammatti- luokka
	Kunta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Muu julkinen taho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Yrittäjänä tai itsenäisenä ammatinharjoittajana	<input type="checkbox"/>	
Koulutusasteeni (valitse vain yksi vaihtoehto)			
	Alempi perusaste	<input type="checkbox"/>	
	Ylempi perusaste	<input type="checkbox"/>	
	Keskiaste	<input type="checkbox"/>	
	Keskiaste, erikoisammattitutkinnot	<input type="checkbox"/>	
	Alin korkea-aste	<input type="checkbox"/>	
	Alempi korkeakouluaste	<input type="checkbox"/>	
	Ylempi korkeakouluaste	<input type="checkbox"/>	
	Tutkijakoulutusaste	<input type="checkbox"/>	
	Koulutusaste tuntematon	<input type="checkbox"/>	
Kotitalouteni tilanne (voit valita useamman vaihtoehdon)			
	Kotitaloudessani asuvat ovat kaikki työttömiä tai työelämänsä alkuun saaneita	<input type="checkbox"/>	Kyllä <input type="checkbox"/> Ei <input type="checkbox"/>
	Kotitaloudessani on huollettavia lapsia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Kotitaloudessani on vain yksi aikuinen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muut taustatekijät (voit valita useamman vaihtoehdon)			
	Olen ulkomaalaistaustainen tai kuulun johonkin vähemmistöön	<input type="checkbox"/>	Kyllä <input type="checkbox"/> Ei <input type="checkbox"/> En halua vastata <input type="checkbox"/>
	Minulla on vammaisetuuteen oikeuttava tai muu vamma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Olen jostain muusta syystä heikossa asemassa työmarkkinoilla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Olen asunnon tai asunnottomuusuhan alainen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olen perehtynyt täyttöohjeeseen ja suostun henkilötietojeni rekisteröimiseen ja käyttämiseen ESR-toimista säädettyllä tavalla.			
Päiväys ja osallistujan allekirjoitus			
Tarvittaessa huoltajan allekirjoitus			
<i>(Hanketoteuttaja täyttää)</i>			
Tiedot vastaanottanut taho (osahanke)			
Tallennettu ESR Henkilö -järjestelmään (pvm)			

LIITE 4. OSAAMISKARTOITUSLOMAKE



YRITYSHAASTATTELULOMAKE

LUOTTAMUKSELLINEN


 Vipuvoimaa
 EU:lta
 2014-2020

Yrityshaastattelun tarkoitus ja alkuinfo

Yrityshaastattelulla selvitetään yritysten tämän hetken ja tulevaisuuden osaamis-, rekrytointi- ja kehittämistarpeita. Tavoitteena on tuottaa tietoa, jonka avulla koulutusta voidaan suunnitella entistä paremmin työelämän todellisiin tarpeisiin. Kartoitettavat yritykset voivat vaikuttaa osaltaan työelämälähtöiseen koulutussuunnitteluun.

- Informaatio ennen kartoitusta**

- Yrityshaastattelun arvioitu kesto on noin 1½ tuntia.
- Yrityshaastattelun tiedot tallennetaan C&Q-tietojärjestelmään. Tietoja käsitellään luottamuksellisesti.
- Lomakkeen tallentamisessa käytetään tietojärjestelmässä valmiina olevaa osaamisalueiden luokitusjärjestelmää, joten vastaajan kertomat osaamistarpeet saattavat tulosteessa olla ilmaistuna toisilla sanoilla.
- Haastattelulle henkilölle lähetetään raportti tallennetuista tiedoista. Jos tulosteessa on muutettavaa, tiedot voidaan korjata.

Haastattelijan nimi:	Puh.	Toimipaikka:	Kartoituspäivämäärä:
Perustiedot			
Organisaation nimi/Yksikön nimi		y-tunnus	Katuosoite/Postilokero
Postinumero/Postitoimipaikka		Puhelinnumero	www-sivut
Perustamisvuosi		Toimiala	Kunta
Vastaajan nimi		Ammatti	Sähköposti
Puhelinnumero			
Lisätiedot			
Henkilöstön määrä		Kasvuhakuisuus	
Henkilöstön suurin ikäryhmä		<input type="checkbox"/> Selvä, <input type="checkbox"/> Maltillinen, <input type="checkbox"/> Ei erityisesti, <input type="checkbox"/> Toiminta vähenevä	
<input type="checkbox"/> alle 30 v. <input type="checkbox"/> 30-50 v. <input type="checkbox"/> yli 50 v.		Päätuotteet ja -palvelut	
Pääasiakasryhmät		Yhteistyöoppilaitokset	
Liikevaihto viime vuonna	€		
Yrityksen toimintaa ja sen muutoksia koskevat lisätiedot (esim. omistajanvaihdos suunnitelmat, rahoitustarpeet):			
Henkilöstöä koskevat huomiot (mahdolliset suuremmat muutokset):			
Toiminta-ajatus, arvot ja visio:			

LIITE 5. KYSELYJEN TULOSTEN KOONTITAUUKOT

Pohjoissavolaisten mikroyrittäjien some-osaaminen										
Merkitys	kpl	%	Taso	kpl	%	Kuilu	kpl	%		
5	131	44 %	5	8	3 %	5	0	0,0 %		
4	81	27 %	4	53	18 %	4	0	0,0 %		
3	43	15 %	3	104	35 %	3	1	0,3 %		
2	18	6 %	2	63	21 %	2	10	3,4 %		
1	20	7 %	1	48	16 %	1	17	5,7 %		
			0	8	3 %	0	44	14,9 %		
			X Ei osaa sanoa,		1	0,3 %	-1	58		19,6 %
			Z Ei tarvetta / Ei kuulu työtehtäviin		8	2,70 %	-2	95		32,1 %
							-3	45		15,2 %
							-4	15		5,1 %
							-5	2		0,7 %
						X Ei osaa sanoa,		1	0,3 %	
						Z Ei tarvetta / Ei kuulu työtehtäviin		8	2,7 %	
								72,6 %		oli kuilua
Mediaani	4		Mediaani	3		Mediaani	-2			
Keskisarvo	3,93		Keskisarvo			Keskisarvo	-1,40			

Toimiala	yht	Merkitys	Taso	Kuilu				
A Maatalous, metsätalous ja kalatalous (T2008)	11	3,64	2,9	-0,6				
B Kaivostoiminta ja louhinta (T2008)	2	3	2	-1				
C Teollisuus	33	4,09	2,38	-1,81				
F Rakentaminen	28	3,14	2,19	-1,12				
E Vesihuolto, viemäri- ja jätevesinhallinta (T2008)	1	3	4	1				
G Tukku- ja vähittäiskauppa sekä ravintola- ja catering-toiminta (T2008)	65	4,23	2,50	-1,78				
H Kuljetus ja varastointi (T2008)	8	2,75	1,75	-1,00				
I Majoitus- ja ravitsemistoiminta (T2008)	18	4,39	3,06	-1,33				
J Informaatio ja viestintä (T2008)	6	4,33	2,67	-1,67				
L Kiinteistöalan toiminta (T2008)	3	4	2,33	-0,67				
M Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta (T2008)	35	4,11	2,66	-1,46				
N Hallinto- ja tukipalvelutoiminta (T2008)	18	3,78	2,22	-1,63				
P Koulutus (T2008)	8	5	3,25	-1,75				
Q Terveys- ja sosiaalipalvelut (T2008)	23	3,57	2,83	-0,74				
R Taiteet, viihde ja virkistys (T2008)	9	4,89	2,78	-1,75				
S Muu palvelutoiminta (T2008)	27	4,11	2,63	-1,48				
T Kotitalouksien toiminta työnan	1	3	4	1				
	296							

Toimiala	Merkitys	Taso	Kuilu
Maksimi	5,00	4,00	1,00
Minimi	2,75	1,75	-1,81
Keskiahajonta	0,67	0,61	0,87
Mediaani	4,00	2,66	-1,33
Keskisarvo	3,83	2,71	-1,05

Sukupuoli	yht	%	Merkitys	Taso	Kuilu
Nainen	168	57 %	4,23	2,81	-1,43
Mies	128	43 %	3,66	2,31	-1,45
	296	100 %	3,94	2,56	-1,44

Ikäryhmä	yht	%	Merkitys	Taso	Kuilu
alle 25 v	5	2 %	4,40	3,40	-1,00
25-29 v	19	6 %	4,47	3,21	-1,26
30-54 v	184	62 %	3,96	2,70	-1,29
yli 54 v	88	30 %	3,88	2,16	-1,84
	296	100 %	4,18	2,87	-1,35

Ikäryhmä	Merkitys	Taso	Kuilu
Maksimi	4,47	3,40	-1,00
Minimi	3,88	2,16	-1,84
Keskiahajonta	0,30	0,56	0,35
Mediaani	4,18	2,96	-1,28
Keskisarvo	4,18	2,87	-1,35

10 tai yli kartoituksia, N=259						Paikkakunta 10 tai yli kartoitusta			
Paikkakunta	Yht		Merkitys	Taso	Kuulu		Merkitys	Taso	Kuulu
Vieremä	12	5 %	3,92	2,75	-1,17	Maksimi	4,73	3,14	-0,33
Varkaus	31	12 %	4,26	2,17	-2,31	Minimi	2,93	2,00	-2,73
Iisalmi	62	24 %	3,87	2,55	-1,42	Keskihajonta	0,51	0,31	0,68
Suonenjoki	10	4 %	3,60	2,50	-1,10	Mediaani	3,92	2,57	-1,29
Sonkajärvi	15	6 %	2,93	2,60	-0,33	Keksiarvo	3,94	2,56	-1,41
Siilinjärvi	21	8 %	4,10	2,37	-1,63				
Rautalampi	11	4 %	4,73	2,00	-2,73				
Lapinlahti	22	8 %	3,82	2,57	-1,29				
Kuopio	48	19 %	4,33	2,77	-1,64				
Kiuruvesi	13	5 %	3,38	2,77	-0,62				
Keitele	14	5 %	4,43	3,14	-1,29				
	259	100 %							