

Toimiala Online -tietopalvelun laatu- ja hyödynnettävyydetutkimus 2012

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu
Konserni
50/2012



TYÖ- JA ELINKEINOMINISTERIÖ
ARBETS- OCH NÄRINGSMINISTERIET
MINISTRY OF EMPLOYMENT AND THE ECONOMY

TUULI MIKONAHO

Toimiala Online -tietopalvelun laatu- ja hyödynnettävyydestutkimus 2012

Tekijät Författare Authors		Julkaisuaika Publiceringstid Date	
Tuuli Mikonaho		Joulukuu 2012	
		Toimeksiantaja(t) Uppdragsgivare Commissioned by	
		Työ- ja elinkeinoministeriö Arbets- och näringsministeriet Ministry of Employment and the Economy	
		Toimielimen asettamispäivä Organets tillsättningsdatum Date of appointment	
Julkaisun nimi Titel Title			
Toimiala Online -tietopalvelun laatu- ja hyödynnettävyystutkimus 2012			
Tiivistelmä Referat Abstract			
Tämän tutkimuksen tavoitteena oli tutkia Toimiala Online -palvelun tietoaineiston ja kuvakannan hyödynnettävyyttä sekä tietojärjestelmän toimivuutta. Lisäksi kartoitettiin kiinnostusta palvelua kohtaan sekä sen potentiaalisia kehittämistarpeita. Tutkimuksen tarkoituksena on edesauttaa Toimiala Onlinen kehitystä entistä asiakaslähtöisempään suuntaan ja tarjota kehitysehdotuksia palvelun kohtaamiin ajankohtaisiin haasteisiin. Tulokset osoittavat, että Toimiala Onlinen laatu ja hyödynnettävyys ovat hyvällä tasolla. Myös viimeisen kahden vuoden aikana tapahtuneeseen kehitykseen ollaan oltu tyytyväisiä. Aineistoiden vapautumisen myötä Toimiala Onlinen käyttäjistä suurin osa kuuluu ulkoisiin asiakkaisiin, ja vapaasti saatavien aineistojen hyödynnettävyys on erittäin hyvä ka 9,1. Yleisesti yli 92 % vastaajista on valmis suosittelemaan tietopalvelun, ja laatutasoa on kohonnut hyvälle tasolle ka. 8,2. Tietopalvelun tunnettuus on vielä heikko. Uusien asiakkaiden tavoittamiseksi tulisi kiinnittää huomiota viestintään ja koulutuksen lisäämiseen. Lisäksi tulisi pyrkiä kasvattamaan nykyisten käyttäjien käyttöaktiivisuutta. Tutkimustuloksiin pohjautuen on pyritty kartoittamaan suuntaa, johon Toimiala Onlinen kaltaiset tietopalvelut ovat tulevaisuudessa menossa. Vapaasti saatavien tietoja tulisi ensivaiheessa lisätä. Kehitysehdotuksissa on myös pyritty huomioimaan tulevaisuuden näkymät, ja osa niistä onkin mahdollista toteuttaa vasta pidemmällä aikavälillä.			
TEM:n yhdyshenkilö: Tieto-osasto/Toimialapalvelu/Esa Tikkanen, s-posti: esa.tikkanen(at)tem.fi, puh. 050 040 5459			
Asiasanat Nyckelord Key words			
Toimiala Online, Toimialapalvelu, laatu, hyödynnettävyys, kuvakanta, tietoaineisto			
ISSN		ISBN	
1797-3554		978-952-227-726-8	
Kokonaissivumäärä Sidoantal Pages		Kieli Språk Language	
72		Suomi, Finska, Finnish	
		Hinta Pris Price	
		18 €	
Julkaisija Utgivare Published by		Kustantaja Förläggare Sold by	
Työ- ja elinkeinoministeriö Arbets- och näringsministeriet Ministry of Employment and the Economy		Edita Publishing Oy / Ab / Ltd	

Esipuhe

Työ- ja elinkeinoministeriön Toimialapalvelun tehtävänä on koordinoida ja kehittää pk-yritystoimintaan keskittynyttä toimialapäälliköiden työskentelyä sekä tietopalvelua. Toimialapalvelu ylläpitää myös Toimiala Online -tietojärjestelmää, joka tarjoaa laajan ja ajantasaisen tilastoaineiston yritystoiminnan ja talouden kehityksestä. Tiedontuottajina toimivat muun muassa Tilastokeskus, Suomen Asiakastieto Oy, Tulli, EK, ETLA, VM ja TEM.

Toimiala Onlinea ja siihen liittyviä toimintoja, kuten kuvakantaa pyritään kehittämään jatkuvasti, jotta se vastaisi entistä paremmin käyttäjiensä tarpeita. Asiakaslähtöisessä kehitystyössä on pyritty kartoittamaan systemaattisesti käyttäjien laatu- ja hyödynnettävyysarvioita, joiden pohjalta on määritelty kehittämistarpeet. Edellisen kerran Toimiala Onlinen käyttöä on tutkittu vuonna 2010.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on määrittää Toimiala Onlinen tietoaineistojen sekä kuvakannan koettu laatu ja hyödynnettävyys. Lisäksi kiinnitetään huomiota tietojärjestelmän toimivuuteen, uudistuksiin, puutteisiin sekä ajankohtaisiin haasteisiin. Tutkimuksen tulokset perustuvat laajaan kyselytutkimukseen ja puhelinhaastatteluihin.

Tutkimustuloksista saatu tieto eri käyttäjäryhmien mielipiteistä ja kokemuksista on ensiarvoisen tärkeää tietojärjestelmän kehityksen kannalta. Se auttaa erityisesti suunnittelemaan ja toteuttamaan niitä muutoksia, jotka ovat palvelun kannalta ajankohtaisia. Tulosten pohjalta esitellään kehitysehdotuksia Toimiala Online -tietojärjestelmään sekä sen markkinointiin ja viestintään.

Tutkimuksen on laatinut yliopistoharjoittelija Tuuli Mikonaho Turun kauppakorkeakoulusta. Työn ohjaajana on toiminut neuvotteleva virkamies Esa Tikkanen työ- ja elinkeinoministeriön tieto-osaston Toimialapalvelusta.

Sisältö

Esipuhe.....	5
1 Johdanto.....	9
1.1 Tutkimuksen tausta.....	9
1.1.1 TEM Toimialapalvelu ja Toimiala Online	9
1.1.2 Aikaisemmat tutkimukset.....	9
1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma	10
1.3 Tutkimuksen toteutus	10
1.4 Tutkimuksen rakenne	11
2 Käyttäjäryhmät ja vastaajien taustatiedot.....	12
2.1 Ulkoiset asiakkaat	12
2.2 Sisäiset asiakkaat.....	13
2.3 Organisaatioiden toiminta-alue ja koko.....	14
2.4 Toimiala Onlineen tutustuminen	14
2.4.1 Potentiaalisten uusien käyttäjien kiinnostus palvelua kohtaan.....	15
2.4.2 Ensivaikutelma Toimiala Onlinesta.....	15
2.5 Vastaajien käyttöaktiivisuus.....	16
2.6 Toimiala Onlinen käyttö vuosissa.....	17
2.7 Vapaata ja maksullista aineistoa hyödyntävät käyttäjät	17
3 Toimiala Onlinen rooli tiedonhaun välineenä	19
3.1 Keskeisimmät työssä käytetyt tiedonlähteet	19
3.2 Toimiala Onlinen rooli eri tehtävissä	20
4 Toimiala Onlinen koettu laatu ja hyödynnettävyys	22
4.1 Laatu ja hyödynnettävyys	22
4.2 Kehitys.....	23
4.3 Tietoaaineistojen koettu hyödyllisyys.....	24
4.3.1 Tietoaaineistolisäykset.....	24
4.3.2 Mahdolliset lisäaineistot.....	26
4.4 Maksullisen aineiston tuottama lisäarvo	26
4.4.1 Eniten lisäarvoa tuottavat maksulliset aineistot.....	27
4.5 Kuvakanta	28
4.5.1 Kuvakantaan tutustuminen.....	28
4.5.2 Kuvakannan hyödynnettävyys	29
4.6 Toimiala Onlinen käytön opittavuus	30
4.6.1 Hankaluudet.....	30

5	Uudistukset.....	32
5.1	Toteutuneet uudistukset.....	32
5.1.1	Aineistojen vapaa saatavuus.....	33
5.1.2	Uutiskirje.....	33
5.1.3	Kieliversiot.....	33
5.1.4	Muut uudistukset.....	33
5.2	Kaavailut uudistukset.....	34
6	Tunnettuus ja suositeltavuus.....	36
6.1	Toimiala Onlinen suositeltavuus.....	36
6.2	Tunnettuus.....	37
6.2.1	Tunnettuuden kasvattamisen keinot.....	37
6.3	Tietoisuus ESR-hankkeesta.....	37
6.3.1	ESR-hankkeeseen tutustuminen.....	37
6.3.2	Tärkeimmät tavoitteet ja vaikutukset.....	38
7	Haastattelut.....	39
7.1	Toimiala Onlinen kehitys.....	39
7.2	Koulutus ja sen järjestäminen.....	40
7.3	Näkyvyyden lisääminen.....	41
7.4	Tulevaisuuden näkymät.....	43
8	Johtopäätökset ja kehitysehdotukset.....	45
8.1	Koettu laatu ja hyödynnettävyys.....	45
8.1.1	Tietoaineistojen hyödynnettävyys.....	45
8.1.2	Kuvakannan hyödynnettävyys.....	46
8.1.3	Hankaluudet käytettävyydessä.....	46
8.2	Uudistukset.....	47
8.3	Koulutus.....	48
8.4	Viestintä.....	48
8.4.1	Brändin vahvistaminen.....	49
8.4.2	Digitaalinen markkinointi.....	50
8.4.3	Yhteistyö oppilaitosten kanssa.....	51
8.4.4	Printtimainonta.....	51
8.4.5	Tapahtumat ja messut.....	52
8.5	Tulevaisuuden näkymät.....	52
9	Yhteenveto.....	53
Liitteet		56

1 Johdanto

1.1 Tutkimuksen tausta

1.1.1 TEM Toimialapalvelu ja Toimiala Online

TEM Toimialapalvelu on työ- ja elinkeinoministeriön asiantuntijatoiminto, joka kokoaa, analysoi ja välittää tietoa ensisijaisesti suomalaisen yritystoiminnan edistämiseksi – tavoitteena yritysten menestyminen, kasvu ja kansainvälistyminen.

TEM Toimialapalvelu käynnisti toimintansa vuonna 1993 julkaisemalla ensin toimialaraportteja. Kymmenen vuotta myöhemmin otettiin käyttöön Toimiala Online -tietopalvelu, joka on työ- ja elinkeinoministeriön ylläpitämä Internetissä toimiva tilastotietojärjestelmä. Toimiala Onlinen tehtävänä on tarjota ajankohtaista tilastotietoa yrityksistä ja niiden liiketoimintaympäristöstä sekä ennusteita yritystoiminnan, talouden ja työllisyyden kehityksestä. Palveluun on tehty merkittäviä uudistuksia säännöllisin väliajoin: vuonna 2005 otettiin käyttöön vektorigrafikat, ja vuonna 2008 lisättiin kuvakantatoiminto.

Toimiala Online tarjoaa nykyään yhä runsaammin vapaasti saatavaa, ilmaista tietoa, mutta osa tilastoaineistosta on maksullista ja vain tunnusten sekä salasanojen haltijoiden hyödynnettävissä. Maksulliseen aineistoon käsiksi pääseminen on ollut mahdollista ainoastaan julkisella sektorilla. Ensisijaisia käyttäjäorganisaatioita ovat ELY-keskukset, TE-toimistot, ministeriöt, Finnvera, maakuntaliitot sekä Yritys-Suomi-palveluorganisaatiot.

Toimiala Online -palvelu ei tuota itse tietoa. Sen ensisijaisena tarkoituksena onkin tilastotiedon yhdisteleminen ja kokoaminen yhteen paikkaan kohderyhmän tiedonhaun ja työn helpottamiseksi. Tiedontuottajina toimivat muun muassa Tilastokeskus, Finnvera, Elinkeinoelämänkeskusliitto (EK), Elinkeinoelämän tutkimuslaitos (ETLA), työ- ja elinkeinoministeriö (TEM), valtiovarainministeriö (VM) ja Tullihallitus.

1.1.2 Aikaisemmat tutkimukset

Toimiala Onlinen koettua laatua ja asiakastyytyväisyyttä on kartoitettu säännöllisin väliajoin erilaisilla kyselytutkimuksilla. Viimeisin toteutettiin vuonna 2010 Mikko Nivaron ”Käyttäjälähtöinen suunnittelu – Kehittämismahdollisuudet Toimiala Online -tietopalvelussa” -opinnäytetyön yhteydessä. Tämän tutkimuksen kannalta oleellisia ovat myös Antti Hynnisen (2008) ja Johannes Vuorensolan (2007) kyselytutkimuksen tulokset, jotka toimivat hyvänä vertailupohjana yhdessä Mikko Nivaron opinnäytetyön tulosten kanssa. Vaikka kyselyt eivät olekaan olleet yhtä laajoja, voidaan kuitenkin muodostaa melko kattava käsitys siitä, millaista Toimiala Onlinen kehitys on ollut viime vuosina ja mihin suuntaan se on menossa.

Toimiala Onlinea on tutkittu myös osana Toimialapalvelua käsittelevää kvalitatiivista tutkimusta, jonka Reino Hjerppe toteutti toimeksiantona työ- ja elinkeinoministeriölle vuonna 2009. Hjerppen tutkimuksen laadullisesta luonteesta johtuen, tuloksia ei tuoda merkittävästi esiin tämän tutkimuksen yhteydessä.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää Toimiala Online -palvelun tietoa-aineiston ja kuvakannan hyödynnettävyyttä sekä tietojärjestelmän toimivuutta. Lisäksi kartoitetaan kiinnostusta palvelua kohtaan ja sen potentiaalisia kehittämistarpeita. Tutkimusongelmiksi voidaan muodostaa seuraavat kysymykset:

- Mikä on Toimiala Online -palvelun tämänhetkinen koettu laatu?
- Kuinka hyödylliseksi Toimiala Onlinen tietoa-aineisto sekä kuvakanta koetaan, ja miten niitä hyödynnetään?
- Kuinka hyödylliseksi käyttäjät kokevat toteutuneet ja kaavaillut uudistukset?
- Miten palvelua tulisi vielä kehittää, jotta se vastaisi kohderyhmän tarpeita mahdollisimman hyvin?
- Mitkä ovat Toimiala Online -palvelun ongelmakohtia ja puutteita?
- Mitkä ovat jatkokehityksen haasteita ja miten näihin vastataan?
- Miten Toimiala Onlinen tunnettua voitaisiin kehittää?

Tutkimuksen tavoitteena on edesauttaa Toimiala Online -palvelun kehittämistä entistä asiakaslähtöisempään suuntaan. Kehitysehdotukset pohjautuvat tutkimustuloksiin sekä haastatteluihin.

1.3 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin Internet-pohjaisena Digium Enterprise -kyselytutkimuksena. Kysely lähetettiin sähköpostilinkkinä laajalle joukolle Toimiala Onlinen nykyisiä käyttäjiä sekä potentiaalisia uusia käyttäjiä, joiden kohdalla kartoitettiin kiinnostusta palvelua kohtaan. Kyselystä tiedotettiin melko laajasti, esimerkiksi Toimiala Onlinen kevätseminaarissa sekä kesän ajankohtaistiedotteessa. Linkki kyselyyn löytyi myös Toimiala Onlinen kotisivuilta.

Kyselyyn pystyi vastaamaan 4.6.–23.6.2012, jolloin vastaanotettiin yhteensä 246 vastauslomaketta. Kohderyhmää kannustettiin kertomaan mielipiteensä anonymi- mina – kaikki vastaukset käsiteltiin täysin luottamuksellisesti, eikä vastaajien henkilöllisyys tullut missään kohtaan esiin. Vastajaat saivat halutessaan jättää erikseen yhteystietonsa arvontaa varten.

Tulokset rekisteröityivät automaattisesti Digium Enterprise -ohjelmistoon, jossa niistä oli mahdollista tehdä suodatuksia, ristiintaulukointeja sekä graafeja analyysin tueksi. Tutkimusraportin kaavioita muokattiin ulkoasultaan erikseen Microsoft Excelillä.

Internet-kyselyn lisäksi tehtiin kolme haastattelua, joilla saatiin syvällisempää näkökulmaa kysymyksiin. Haastatteluista kaikki olivat olleet tekemisissä Toimiala Onlinen kanssa työnsä puolesta. Haastattelut toteutettiin puhelimitse käyttäen apuna haastattelurungon mukaisia kysymyksiä. Kaikki keskustelut nauhoitettiin, jonka jälkeen ne litteroitiin.

1.4 Tutkimuksen rakenne

Tutkimusraportti jakautuu kaiken kaikkiaan yhdeksään päälukuun. Aluksi, luvussa kaksi selvitetään tarkemmin tutkimuksen kohderyhmät ja vastaajien taustatiedot. Vastaajat ryhmitellään ulkoisiin ja sisäisiin asiakkaisiin sekä kartoitetaan heidän tehtäviään organisaatiossa. Lisäksi perehdytään vastaajien Toimiala Onlinen käytötottumuksiin yleisesti.

Luvussa kolme käsitellään Toimiala Onlinen roolia tiedonhaun välineenä ja tarkastellaan sitä, miten palvelu sijoittuu suhteessa kilpailijoihinsa. Lisäksi kartoitetaan, millaisiin tehtäviin palvelua hyödynnetään.

Neljännessä luvussa mitataan Toimiala Onlinen tämänhetkistä koettua laatua, hyödynnettävyyttä sekä tapahtunutta kehitystä. Lopuksi perehdytään syvällisemmin siihen, kuinka hyödylliseksi tietokannan eri aineistot sekä kuvakantatoiminto koetaan.

Viidennessä luvussa käydään läpi jo toteutettuja sekä vasta suunnitteilla olevia uudistuksia. Uudistusten tarpeellisuutta tarkastellaan niistä syntyvän koetun hyödyllisyyden kautta.

Kuudennessa luvussa tutkitaan Toimiala Onlinen suositeltavuutta sekä palvelun tunnettuutta. Keskeisinä nousevat esiin keinot, joilla tunnettuutta voitaisiin lisätä. Lopuksi käsitellään Toimiala Onlinen osalta käynnistynyttä ESR-hanketta. Tarkoituksena on kartoittaa käyttäjien tietoisuus projektista sekä hankkeen keskeisimmät tavoitteet.

Seitsemännessä luvussa perehdytään haastatteluihin, joiden kautta pyritään saamaan laajempaa näkemystä aikaisemmissa luvuissa käsiteltyihin aihepiireihin. Näkemykset perustuvat haastateltavien henkilökohtaisiin mielipiteisiin.

Luvussa kahdeksan esitellään johtopäätökset ja kehitysehdotukset. Viimeisessä luvussa vedetään yhteen tutkimuksen keskeisimmät tulokset. Haastattelurunko sekä kooste tutkimustuloksista esitetään liitteinä tutkimuksen lopussa.

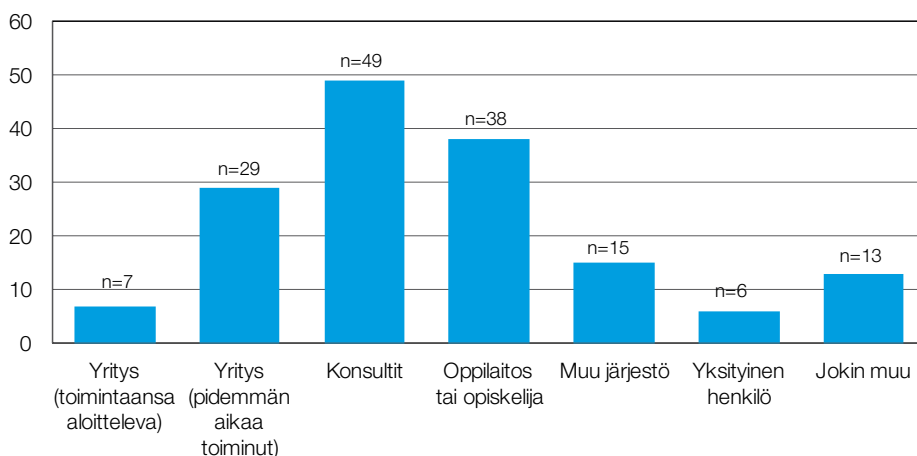
2 Käyttäjärühmät ja vastaajien taustatiedot

Toisessa luvussa tarkastellaan käyttäjärühmien taustatietoja. Lisäksi analysoidaan vastaajien käyttöaktiivisuutta sekä selvitetään, kuinka hyvin he tuntevat palvelun entuudestaan. Lopuksi kartoitetaan, miten maksullisen ja vapaan aineiston käyttäjät jakautuvat prosentuaalisesti.

2.1 Ulkoiset asiakkaat

Toimiala Onlineen suurin käyttäjärühmä koostuu ulkoisista asiakkaista, kuten yrityk-
sistä, konsulteista, oppilaitoksista, järjestöistä sekä yksityisistä henkilöistä. Vastaa-
jista (n=246) 157 (63,8 %) ilmoitti kuuluvansa Toimiala Onlineen ulkoisiin asiakkaai-
siin. Heistä jopa 31,2 prosenttia vastasi työskentelevänsä konsultointiyrityksessä tai
muussa yritysneuvontaan keskittyneessä organisaatiossa. Toisen merkittävän käyt-
täjäryhmän muodostavat oppilaitokset ja opiskelijat (24,2 %). Myös yritykset kuulu-
vat Toimiala Onlineen aktiivisiin käyttäjiin (22,9 %). Suurin osa yrityksistä on toimi-
nut jo pidempään, mutta joukkoon mahtui myös vasta toimintaansa aloittelevia yri-
tyksiä. Vastaajien keskuudessa oli vähiten edellä mainitsemattomissa, muissa jär-
jestöissä työskenteleviä henkilöitä (9,6 %) sekä yksityisiä henkilöitä (3,8 %). Lisäksi
8,3 prosenttia ilmoitti työskentelevänsä muualla, kuten esimerkiksi kunnalla, elin-
keinokehitysyhtiössä tai pääomasijoittajana (Kuva 1).

Kuva 1. Ulkoiset asiakkaat



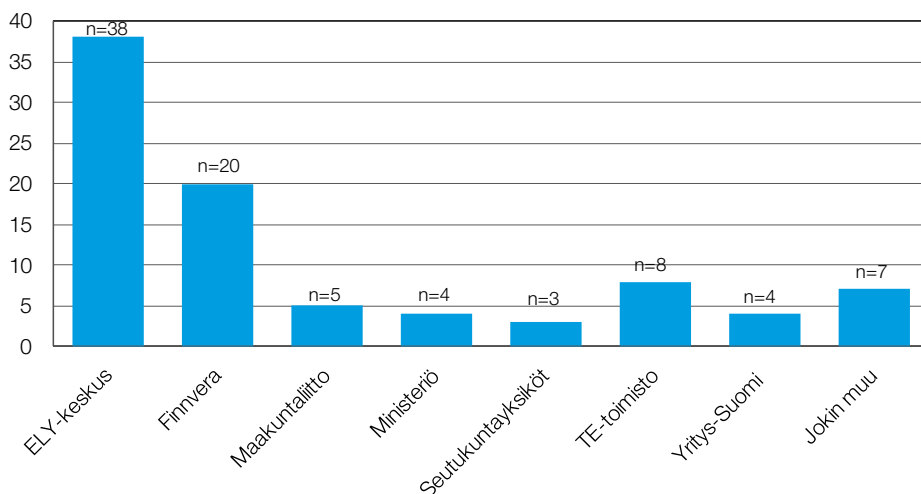
Ulkoisilta asiakkailta kysyttiin heidän tehtävänsä organisaatiossa. Kysymykseen vastanneista (n=151) asiantuntijatehtävissä työskenteli 37,1 prosenttia, omistajia, toimitusjohtajia tai muissa johtotehtävissä työskenteleviä oli 28,5 prosenttia, opettajan tai kouluttajan tehtävissä 11,3 prosenttia, markkinointi- ja kehittämistehtävissä 6,6 prosenttia, opiskelijoita 6,6 prosenttia, hallinnon tehtävissä 5,3 prosenttia, tutkimustehtävissä 2 prosenttia, tuotantovastaavan tehtävissä 1,3 prosenttia sekä muissa tehtävissä 1,3 prosenttia.

2.2 Sisäiset asiakkaat

Toisena asiakkuusmuotona voidaan nähdä sisäiset asiakkaat, joihin kuuluvat ministeriöt tai muihin yhteistyötahoihin kuuluvat organisaatiot sekä niiden jäsenet. Yhteensä 89 kyselyyn osallistuneista vastasi kuuluvansa sisäisiin asiakkaisiin (36,2 %).

ELY-keskuksissa työskenteleviä oli huomattavasti eniten (42,7 %). Myös Finnvera erottui selkeästi (22,5 %). Loput sisäiset asiakkaat jakautuivat melko tasaisesti muissa organisaatioissa, kuten maakuntaliitossa (5,6 %), ministeriöissä (4,5 %), Yritys-Suomi-palveluorganisaatiossa (4,5 %), seutukuntayksiköissä (3,4 %) sekä TE-toimistoissa (9,0 %) työskenteleviin. Kaiken kaikkiaan 7,9 prosenttia ilmoitti työskentelevänsä muualla kuin edellä mainituissa organisaatioissa, joihin lukeutuivat muun muassa Finpro, Tekes, PKT-säätiö, Tukes sekä Suomen Kuntaliitto (Kuva 2).

Kuva 2. Sisäiset asiakkaat



Sisäisistä asiakkaista (n=89) jopa 25,8 prosenttia työskenteli rahoitukseen liittyvissä tehtävissä. Myös johdon- ja päättäjätason tehtävissä työskenteli suhteellisen suuri osuus vastaajista (21,4 %). Lisäksi 19,1 prosenttia toimi projekti- tai

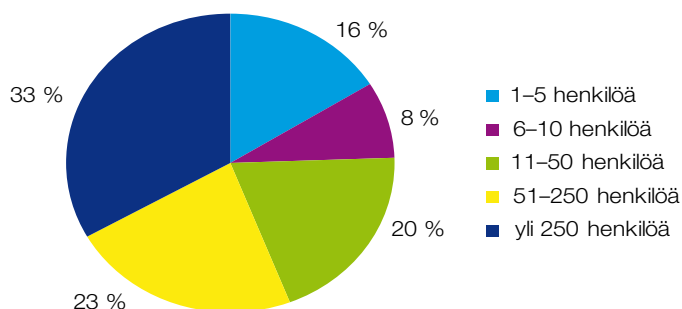
asiantuntijatehtävissä, 12,4 prosenttia ennakointitehtävissä, 9 prosenttia neuvontatehtävissä ja 5,6 prosenttia yritysten kehittämis- tai koulutustehtävissä. Loput 6,7 prosenttia ilmoittivat, että heidän työnkuvansa koostuu muista kuin edellä mainituista. Avoimissa selvennyksissä mainittiin muun muassa toimistotyö, viestintä ja pk-yritysten kansainvälistäminen.

2.3 Organisaatioiden toiminta-alue ja koko

Vastaajista (n=230) 53,5 prosenttia ilmoitti organisaationsa tai yrityksensä toimivan alueellisesti. Loput organisaatioista ja yrityksistä toimivat valtakunnallisesti (28,7 %), kansainvälisesti (10 %) tai paikallisesti (7,8 %).

Vastaajilta (n=229) kysyttiin henkilökunnan määrää organisaatiossa, jossa he työskentelevät (Kuva 3). Heistä 33,2 prosenttia vastasi määrän ylittävän 250 henkeä. 22,7 prosenttia vastasi henkilömäärän olevan 51–250 henkeä, 19,7 prosenttia 11–50 henkeä, 8,3 prosenttia 6–10 henkeä ja 16,2 prosenttia 1–5 henkeä. Vastausten ja organisaatioiden kokoluokittelun perusteella voidaan päätellä, että Toimiala Online on suhteellisesti tunnetumpi suurempien, yli 250 henkilöä työllistävien organisaatioiden keskuudessa. Toisaalta, jos tehdään karkeampi jako laskemalla alle kymmenen hengen mikroyritykset, pienet sekä keskisuuret yritykset yhteen, muodostuu näiden organisaatioiden kokonaisprosenttiluvuksi 66,9. Tästä näkökulmasta tarkasteltuna suurin osa Toimiala Onlinen kohderyhmään kuuluvista henkilöistä työskentelee alle 250 henkilön organisaatioissa.

Kuva 3. Henkilöstön lukumäärä

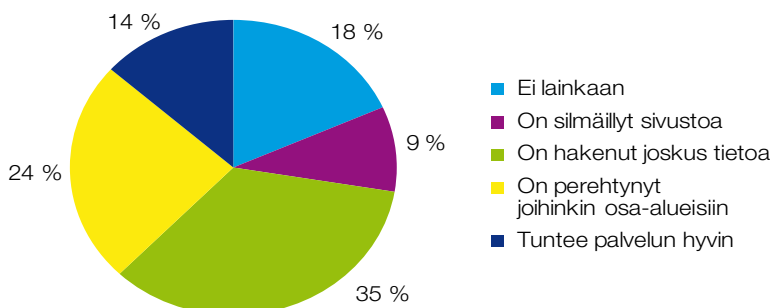


2.4 Toimiala Onlineen tutustuminen

Tutkimuksessa kartoitettiin, kuinka hyvin vastaajat ovat tutustuneet Toimiala Onlineen (Kuva 4). Tuloksista (n=246) ilmenee, että suurin osa vastaajista oli hakenut ainakin joskus tietoa Toimiala Onlinesta (34,6 %), 24,4 prosenttia kertoi perehtyneensä tarkemmin joihinkin osa-alueisiin ja 13,4 prosenttia tunsipa palvelun hyvin. Lisäksi 9,4 prosenttia vastasi silmäilleensä sivustoa.

Vastaajien joukossa oli myös henkilöitä, jotka eivät tunteneet Toimiala Onlinea olleenkaan entuudestaan (18,3 %). Seuraavassa kappaleessa 2.4.1 tarkastellaan lähemmin sitä, kuinka kiinnostavaksi he kokivat palvelun omalta kannaltaan.

Kuva 4. Tutustuminen Toimiala Onlineen



2.4.1 Potentiaalisten uusien käyttäjien kiinnostus palvelua kohtaan

Sen lisäksi, että tutkimuksessa haluttiin tavoittaa Toimiala Onlinen nykyinen kohde-ryhmä, kysely lähetettiin potentiaalisille uusille käyttäjille. Näin ollen heidän ei oletettukaan tuntevan palvelua entuudestaan, vaan tarkoituksena oli kartoittaa heidän kiinnostustaan sitä kohtaan. Vastauksista selvisi, että heistä (n=45) 84,4 prosenttia oli kiinnostunut saamaan lisätietoa Toimiala Onlinesta ja hieman pienempi määrä (67,6 %) haluaisi saada myös sähköisen uutiskirjeen.

Sisäiset asiakkaat olivat suhteellisesti hieman kiinnostuneempia saamaan lisätietoa Toimiala Onlinesta kuin ulkoiset asiakkaat. Sisäisistä asiakkaista (n=13) jopa 92 prosenttia vastasi kuulevansa mielellään lisää palvelusta, kun taas ulkoisten asiakkaiden (n=32) kohdalla vastaava luku oli 81 prosenttia. Sen sijaan uutiskirjeelle oli huomattavasti enemmän kysyntää ulkoisten asiakkaiden (n=25) keskuudessa: heistä 76 prosenttia haluaisi saada sen. Sisäisistä asiakkaista (n=12) puolet ilmaisivat kiinnostuksensa uutiskirjettä kohtaan.

2.4.2 Ensivaikutelma Toimiala Onlinesta

Vastaajia, jotka eivät vielä tunteneet Toimiala Online -palvelua hyvin mutta olivat kiinnostuneita saamaan lisätietoa, pyydettiin kertomaan PDF-esitteestä saamastaan ensivaikutelmasta. Suhtautuminen oli melko myönteistä. Seuraavat avoimet kommentit tiivistävät Toimiala Onlinen ensikertalaisen silmin:

- *"Ilman muuta positiivinen, mikäli on ilmainen."*
- *"Näyttää selkeältä ja asialliselta, kiinnostava."*

- *"Palvelu vaikuttaa mielenkiintoiselta. Olen käyttänyt vain toimialaraportteja työssäni, mutta täytynee joskus tutustua myös muuhun ilmaisaineistoon."*
- *"Tieto selkeästi saatavilla tahoille, jotka sitä tarvitsevat."*
- *"Kiinnostavaa tietoa. Vaatii kuitenkin enemmän aikaa paneutua sivustoihin, että niistä saadaan jonkinlainen hyöty irti."*

Vastaajien joukossa oli muutamia, jotka eivät olleet kiinnostuneita kuulemaan lisää Toimiala Onlinea tällä hetkellä. Yleisimmät perustelut liittyivät siihen, ettei vastaaja kokenut palvelua tarpeelliseksi omalta kannaltaan tai välttämättömäksi työtehtävissään.

2.5 Vastaajien käyttöaktiivisuus

Vastaajilta kysyttiin, kuinka usein he käyttävät Toimiala Onlinea. Tulokset (n=201) osoittivat, että vain hieman vajaa yhdeksän prosenttia käytti palvelua viikoittain, 30,4 prosenttia muutaman kerran kuussa ja reilusti yli puolet vastaajista harvemmin (60,7 %).

Tässä tutkimuksessa pyrittiin kartoittamaan jo alkuvaiheessa ne käyttäjät, jotka eivät käytä Toimiala Onlinea ollenkaan. Tämän vuoksi viimeinen "En koskaan" -vaihtoehto tiputettiin kokonaan pois kyselystä. Taulukossa 1 esitetyt tulokset eivät ole siis täysin vertailukelpoisia keskenään, mutta niitä voidaan pitää suuntaa antavina. Voidaan nähdä, että käyttöaktiivisuus on laskenut. Viikoittain ja päivittäin käyttävien määrä on vähentynyt, ja muutaman kerran kuussa tai harvemmin käyttävien määrä kasvanut.

Taulukko 1. Käyttöaktiivisuus

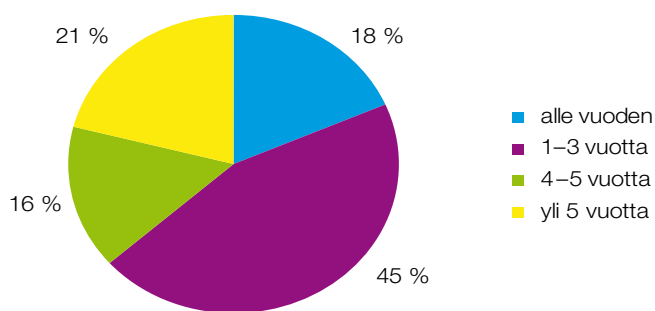
	2007	2008	2010	2012
Päivittäin	2,82 %	3,90 %	6,12 %	0 %
Viikoittain	26,76 %	16,88 %	32,65 %	8,96 %
Pari kertaa kuussa	28,17 %	32,47 %	24,49 %	30,35 %
Harvemmin	28,17 %	35,06 %	28,57 %	60,70 %
En koskaan	14,08 %	11,69 %	8,16 %	

Aktiivisimmat käyttäjät olivat ELY-keskusten palveluksessa työskenteleviä henkilöitä. Mikko Nivaro havaitsi saman tutkimuksessaan vuonna 2010. Harvemmin palvelua käyttävien ryhmä koostui sen sijaan suurimmaksi osaksi ulkoisista asiakkaista, kuten konsulteista, oppilaitoksista sekä yrityksistä. Tulosta ei voida vertailla aikaisempiin vuosiin, sillä tähän ei ole otettu kantaa.

2.6 Toimiala Onlineen käyttö vuosissa

Kysyttäessä sitä, kuinka kauan vastaajat (n=200) arvioivat käyttäneensä Toimiala Onlinea, oli yleisin vastaus 1–3 vuotta (45,0 %). Sen lisäksi 18,5 prosenttia kertoi käyttäneensä palvelua alle vuoden, 15,5 prosenttia 4–5 vuotta ja 21 prosenttia kuului pitkäaikaisiin käyttäjiin, jotka arvioivat hyödyntäneensä tietojärjestelmää jo yli viisi vuotta (Kuva 5). Kysymykseen kehoitettiin vastaamaan, vaikka palvelua käytäisikin vain harvoin, joten käyttäjien aktiivisuus saattaa vaihdella hyvin paljon eri ryhmien sisällä. Näin ollen käyttöaika vuosissa ei välttämättä korreloi käyttöaktiivisuuden kanssa.

Kuva 5. Toimiala Onlineen käyttö vuosissa



Uusimmat käyttäjät ovat pääasiassa ulkoisia asiakkaita – jopa 83,8 prosenttia alle vuoden ja 65,6 prosenttia 1–3 vuotta käyttäneistä kuuluvat kyseiseen ryhmään. Sisäisistä asiakkaista vasta viime vuosina palvelun käyttöönottoneita on huomattavasti vähemmän.

Pidempiaikaisten asiakkaiden käyttöä tarkasteltaessa, voidaan havaita, että 4–5 vuotta palvelua käyttäneistä suurin osa on sisäisiä asiakkaita (54,8 %). Kuitenkaan ero ulkoisiin asiakkaisiin ei ole suuri. Mielenkiintoista on, että yli viiden vuoden kohdalla käyttö jakaantuu prosentuaalisesti aivan tasan sisäisten ja ulkoisten asiakkaiden kesken. Näistä pitkäaikaisimmista käyttäjäryhmistä suurimpia ovat ELY-keskukset ja Finnvera (sisäiset asiakkaat) sekä konsultit, oppilaitokset ja opiskelijat sekä muut järjestöt (ulkoiset asiakkaat).

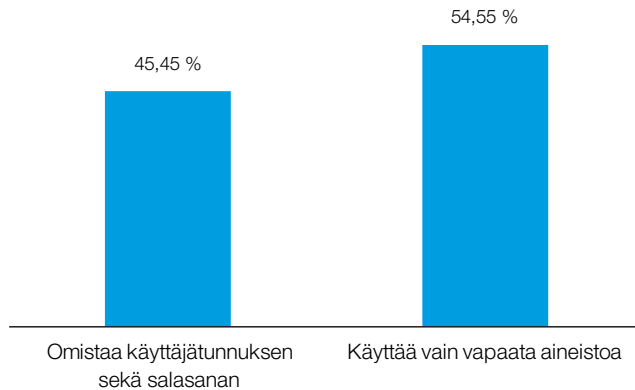
2.7 Vapaata ja maksullista aineistoa hyödyntävät käyttäjät

Tutkimuksessa haluttiin kartoittaa Toimiala Onlineen maksullista sekä vapaata aineistoa käyttävien asiakkaiden jakautuminen, sillä aikaisemmin aineisto oli ainoastaan niiden käytössä, jotka omistivat käyttäjätunnukset ja salasanan palveluun. Vuoden 2011 alussa käynnistyneen ESR-hankkeen myötä osa aineistosta tuli

vapaasti hyödynnettäväksi, mutta koko sisältöä ei pääse vielääkään näkemään kirjautumatta palveluun.

Vastaajilta kysyttiin, omistavatko he tunnukset ja salasanan Toimiala Onlineen vai käyttävätkö he vain vapaasti saatavilla olevaa aineistoa (Kuva 6). Kysymykseen vastasi yhteensä 198 henkilöä, joista hieman yli puolet (54,6 %) kertoi käyttävänsä vain vapaasti saatavissa olevaa aineistoa. Vastaajista 45,5 prosenttia omisti käyttäjätunnukset, joilla pääsee hyödyntämään myös maksullista aineistoa.

Kuva 6. Toimiala Onlineen vapaata ja maksullista aineistoa hyödyntävät käyttäjät



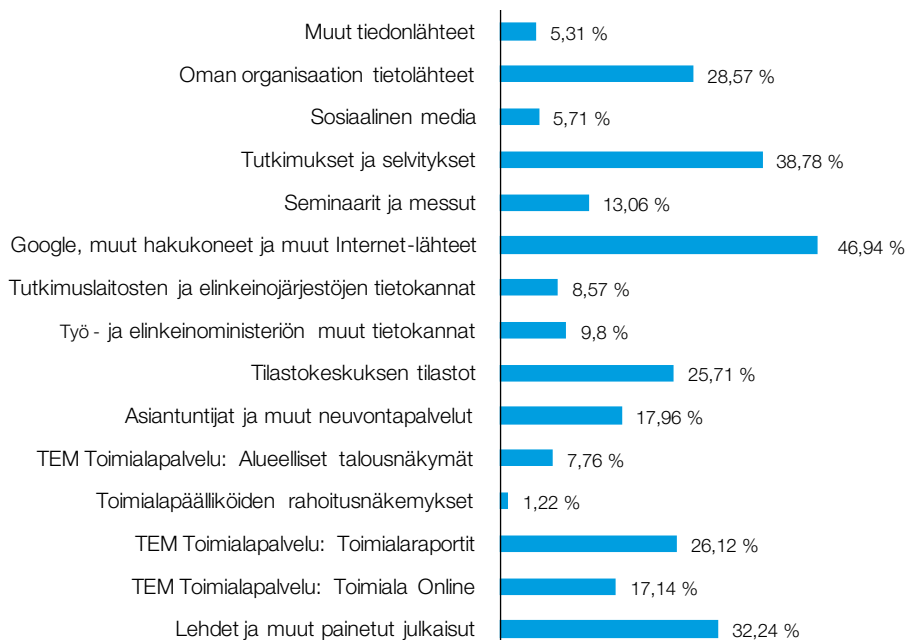
3 Toimiala Onlineen rooli tiedonhaun välineenä

Kolmannessa luvussa keskitytään Toimiala Onlineen rooliin tiedonhaun välineenä. Tavoitteena on saada käsitys siitä, millainen asema Toimiala Onlineella on kilpailijoihinsa nähden. Tämän lisäksi selvitetään, mihin eri tehtäviin tietopalvelua pääasiassa käytetään.

3.1 Keskeisimmät työssä käytetyt tiedonlähteet

Kysyttäessä vastaajien kahta-kolmea ensisijaisesti työssään käyttämää tiedonlähdetä jopa 46,9 prosenttia kertoi hyödyntävänsä Googlea, muita hakukoneita sekä erilaisia Internet-lähteitä (Kuva 7). Tutkimukset ja selvitykset koettiin myös hyödyllisiksi (38,8 %). Melko keskeisiä tietolähteitä oli useampia: 32,2 prosenttia vastasi hakevansa tietoa lehdistä ja muista painetuista julkaisuista, oman organisaation tietolähteisiin luotti peräti 28,6 prosenttia, toimialaraportteihin 26,1 prosenttia ja Tilastokeskuksen tilastoihin 25,7 prosenttia.

Kuva 7. Keskeisimmät tiedonlähteet



Kyselyyn vastanneista 17,1 prosenttia piti Toimiala Onlinea yhtenä keskeisimmistä tiedonhaun välineistä. Toimiala Online sijoittui vastausten perusteella lähestulkoon samalle viivalle asiantuntijoiden ja muiden neuvontapalveluiden kanssa (17,96 %). Myös Toimiala Onlinen alapuolelle jäi vielä runsaasti vaihtoehtoisia tiedonhaun välineitä, kuten seminaarit ja messut (13,1 %), työ- ja elinkeinoministeriön muut tietokannat (9,8 %) tutkimuslaitosten ja elinkeinojärjestöjen tietokannat (8,6 %) sekä sosiaalinen media (5,7 %).

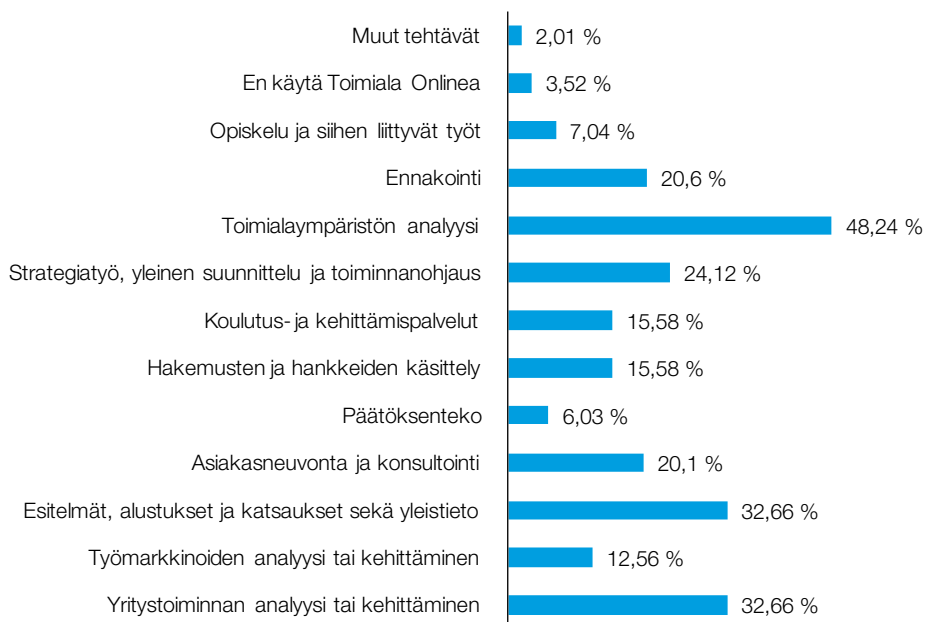
Aikaisempiin tuloksiin verrattuna Internetin osuus on kasvanut edelleen ja tiedonhaku lehdistä ja muista painetuista julkaisuista on pikku hiljaa vähentynyt. Vielä vuosien 2007 ja 2008 tutkimustuloksissa painetut julkaisut olivat suosituimpia toimialatiedon lähteitä, vaikka Internetin osuus olikin jo kasvanut huomattavasti. Toimiala Onlinen kannalta oleellinen huomio aikaisempiin tuloksiin nähden on se, että sen rooli tiedonhaun välineenä on laskenut. Se on sijoittunut aikaisemmin selvästi kärkijoukkoon. Täytyy kuitenkin muistaa, että myös kyselyn kohderyhmä on ollut aikaisemmin suppeampi.

3.2 Toimiala Onlinen rooli eri tehtävissä

Vastaajia pyydettiin nimeämään kaksi-kolme keskeisintä tehtävää, joissa he hyödyntävät Toimiala Onlinea (Kuva 8). Lähestulkoon puolet (48,2 %) vastasi käyttävänsä palvelua toimialaympäristön analyysissä sekä alueellisessa tai toimialakohteisessa seurannassa. Yhtenä keskeisenä tehtävänä nousi esiin esitelmien, alustusten ja katsausten valmistelu sekä yleistiedon hankinta (32,7 %). Saman verran vastasi käyttävänsä palvelua yritystoiminnan analyysissä ja kehittämisessä; 24,1 prosenttia strategiatyössä, yleisessä suunnittelussa sekä toiminnanohjauksessa; 20,6 prosenttia ennakoinnissa; 20,1 prosenttia asiakasneuvonnassa ja konsultoinnissa; 15,6 prosenttia koulutus- ja kehittämispalveluissa sekä saman verran hakemusten ja hankkeiden käsittelyssä.

Toimiala Onlinea käytettiin vähiten opiskelussa ja siihen liittyvissä töissä (7,0 %) sekä päätöksenteossa (6,0 %). Vastaajista 2 prosenttia kertoi käyttävänsä palvelua muihin kuin edellä mainittuihin tehtäviin, kuten tutkimuksiin, lehtiartikkeleiden kirjoittamiseen sekä ELY-keskusten tulosohtaukseen. Pieni osuus vastaajista (3,5 %) ei käyttänyt Toimiala Onlinea lainkaan tehtävissään.

Kuva 8. Toimiala Onlineen hyödyntäminen eri tehtävissä



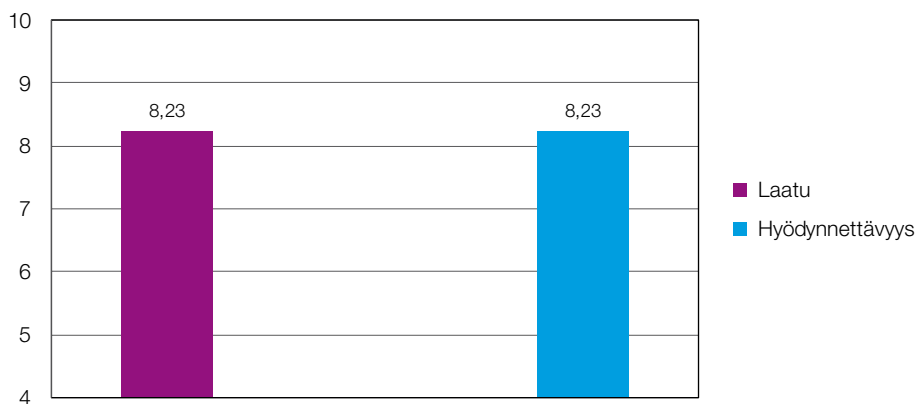
4 Toimiala Onlinen koettu laatu ja hyödynnettävyys

Neljännessä luvussa tarkastellaan Toimiala Onlinen tämänhetkistä koettua laatua sekä hyödynnettävyyttä. Lisäksi analysoinnin kohteena on viimeisen kahden vuoden aikana tapahtunut kehitys. Lopuksi perehdytään syvällisemmin siihen, kuinka hyödyllisiksi tietokannan eri aineistot sekä kuvakantatoiminto koetaan.

4.1 Laatu ja hyödynnettävyys

Vastaajia (n=194) pyydettiin antamaan arvosana (4-10) Toimiala Onlinen laadulle sekä hyödynnettävyydelle (Kuva 9). Kaikkien vastaajien antama yleisarvosana laadulle oli 8,23. Myös hyödynnettävyyden keskiarvoksi saatiin 8,23. Samat keskiarvot saattavat johtua siitä, että useat vastaajat ovat antaneet saman tai ainakin toisiaan lähellä olevan arvosanan molemmille tekijöille, sillä käsitteiden merkitykset eivät ole tässä asiayhteydessä kovin kaukana toisistaan.

Kuva 9. Koettu laatu ja hyödynnettävyys



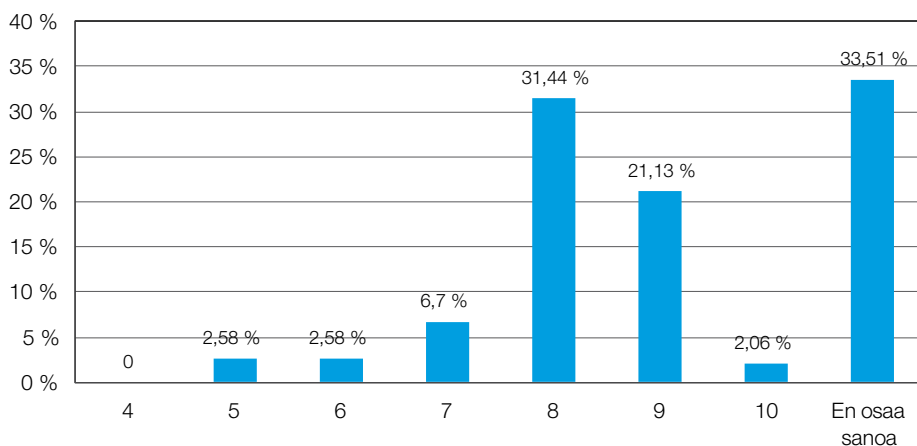
Koettua laatua ja hyödynnettävyyttä voidaan pitää hyvänä. Sisäisten ja ulkoisten asiakkaiden antamat arvosanat poikkesivat toisistaan vain vähän. Vaikka ero ei ollut suuri, olivat ulkoisten asiakkaiden antamat arvosanat kuitenkin parempia. Vertailtaessa käyttäjätunnuksilla kirjautuvia ja vain vapaata aineistoa käyttäviä asiakkaita, jälkimmäiset kokivat laadun ja hyödynnettävyyden aavistuksen keskiarvoa paremmaksi.

Huomiota kiinnitettiin myös siihen, että pidempään palvelua käyttäneiden silmissä laatu ja hyödynnettävyys olivat korkeammalla tasolla verrattuna uudempiin käyttäjiin; koettu laatu alle vuoden Toimiala Onlinea käyttäneiden keskuudessa oli 7,94, sen sijaan 4–5 vuotta käyttäneet ajattelivat sen olevan jopa 8,45. Hyödynnettävyydelle annetut laatuarvosanat eivät eronneet toisistaan yhtä merkittävästi.

4.2 Kehitys

Vastaajia (n=194) pyydettiin arvioimaan viimeisen kahden vuoden aikana tapahtunutta kehitystä antamalla sille arvosana (4–10). Keskiarvoksi saatiin 8,09. Yksikään vastaaja ei ollut sitä mieltä, ettei kehitystä olisi tapahtunut lainkaan. Suurin osa vastaajista antoi kehitykselle hyvän arvion: 31,4 prosenttia oli arvioinut tapahtuneen kehityksen numerolla 8 ja 21,1 prosenttia numerolla 9. Sen lisäksi 2,1 prosenttia oli sitä mieltä, että Toimiala Online on kehittynyt todella paljon. Tuloksista voidaan päätellä, että kehityksen arviointi oli melko hankalaa, sillä jopa 33,5 prosenttia vastaajista ei osannut arvioida sitä lainkaan (Kuva 10).

Kuva 10. Viimeisen kahden vuoden aikana tapahtunut kehitys



Aikaisemmin kappaleessa 3.4 kävi ilmi, että suurin osa vastaajista käyttää vain vapaata aineistoa, joka on tullut saataville vasta vuoden 2011 alussa käynnistyneen ESR-hankkeen myötä. Tällä voidaan selittää osittain myös sitä, että arvosanan antaminen kahden viime vuoden aikana tapahtuneelle kehitykselle on ollut osalle vastaajista hankalaa tai jopa mahdotonta. Tuloksiin ja toteutuneeseen kehitykseen voidaan kuitenkin olla tyytyväisiä, vaikka jatkuvaan palvelun kehittämiseen tulisi toki kiinnittää edelleen paljon huomiota.

4.3 Tietoaaineistojen koettu hyödyllisyys

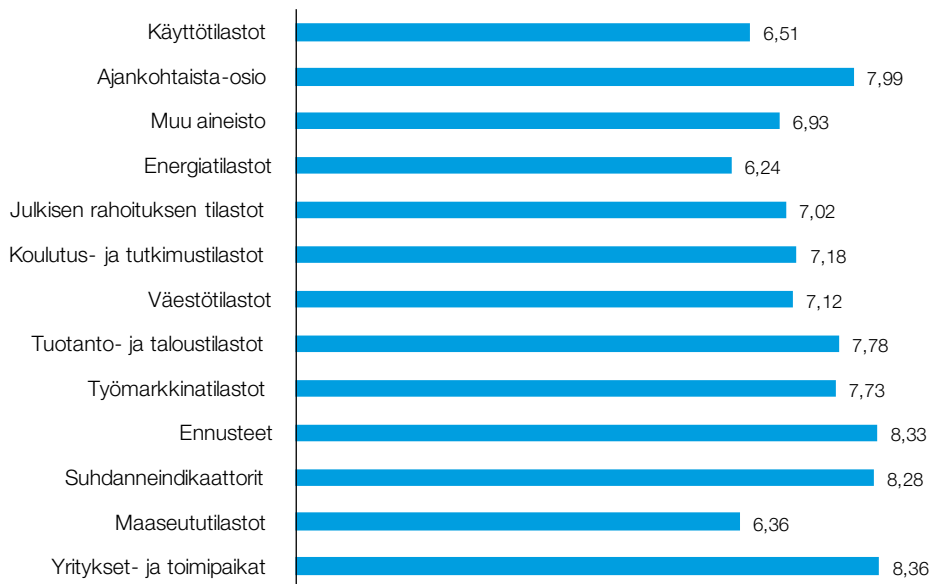
Tutkimuksessa selvitettiin tietoaaineistojen hyödyllisyyttä vastaajien kannalta (Kuva 11). Arviointi tapahtui asteikolla 4-10 (4=ei lainkaan hyödyllinen..10=erittäin hyödyllinen). Tarkastelun kohteeksi valittiin Toimiala Onlinen aineistot pääkategorialuokittain. Kolmen hyödyllisimmän joukkoon nousivat:

- yritys- ja toimipaikka-aineistot (ka.8,36)
- ennusteet (ka.8,33) sekä
- suhdanneindikaattorit (ka.8,28)

Reippaasti tyydyttävän keskiarvon yläpuolelle ylsivät ajankohtaisia asioita sisältävä osio (ka.7,99), tuotanto- ja taloustilastot (ka.7,78) sekä työmarkkinatilastot (ka.7,73). Myös koulutus- ja tutkimustilastot (ka.7,18), väestötilastot (ka.7,12) sekä julkiseen rahoitukseen liittyvät tilastot (ka.7,02) ylittivät tyydyttävän tason.

Hieman heikommin vertailussa pärjäsivät muita aineistoja, kuten ICT-tilastoja, OSKE-osaamisklustereita sekä yritystukitiedostoja, sisältävä osio (ka.6,93), käyttötilastot (ka.6,51), maksulliseen aineistoon lukeutuvat maaseututilastot (ka.6,36) sekä energiatilastot (ka.6,24).

Kuva 11. Tietoaaineistojen koettu hyödyllisyys



4.3.1 Tietoaaineistolisäykset

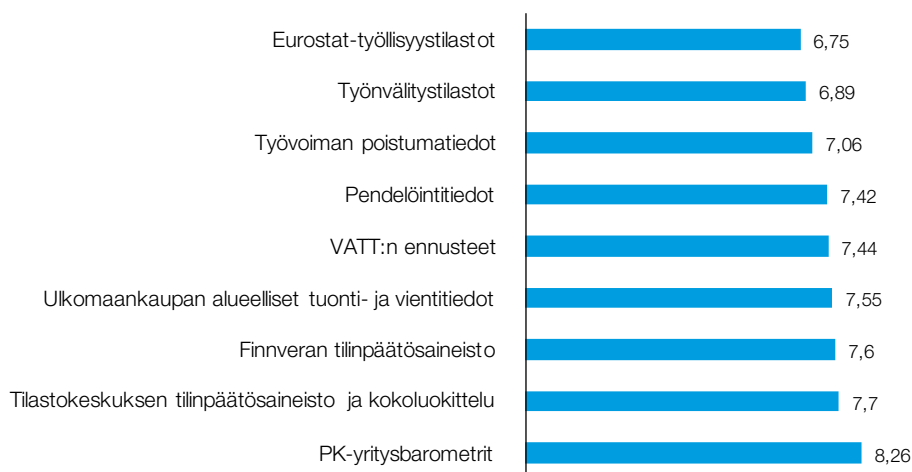
Toimiala Onlineen on tehty viimeisen kahden vuoden aikana erilaisia tietoaainelisiä sekä vapaisiin että maksullisiin aineistokategorioihin. Ne haluttiin nostaa

tutkimuksessa esiin, jotta saataisiin selville, mitkä niistä ovat tuottaneet eniten hyötyä käyttäjille (Kuva 12). Seuraavat aineistot koettiin kaikista hyödyllisimmiksi:

- PK-yritysbarometrit (ka.8,26),
- Tilastokeskuksen tilinpäätösaineisto ja kokoluokittelu (ka.7,70) sekä
- Finnveran tilinpäätösaineisto (ka.7,60).

Muiden aineistojen hyödyllisyyttä pidettiin vähintäänkin kohtalaisena, eikä välimatka kolmen kärkeen ollut suurimmalla osalla pitkä. Ulkomaankaupan alueelliset tuonti- ja vientitiedot saivat arvosanan 7,55; VATT:n ennusteet 7,44; maksullisella puolella olevat pendelöintitiedot 7,42; työvoiman poistumatiedot 7,06; työnvälitystilastot 6,89 ja Eurostat-työllisyystilastot 6,75.

Kuva 12. Tietoaineistolisäysten koettu hyödyllisyys[mikä on toiseksi viimeisen kohdan otsikko?]



Kysymyksen yhteydessä oli mahdollista kommentoida avoimesti, mitä kokonaan uusia tai täydennettäviä tietoaineistolisäyksiä vastaajat haluaisivat lisättävän palveluun. Kunta- ja seutukohtaisen tiedon tarpeellisuus korostui vastauksissa. Lisäksi yksittäisissä vastauksissa kaivattiin vientitietoja Venäjälle alueellisesti, maaseudun kehittämiseen ja ympäristöasioihin liittyvää aineistoa, yritysten täydellisiä tilinpäätöstietoja, kattavampaa väestötilastoa, aikasarjamahdollisuuksia barometreihin, alueittaisia ikärakenteita työvoimatutkimukseen, rakennetietokantoja, jolloin toimialan kustannusrakennetta voisi tarkastella aikasarjana yksittäisten tunnuslukujen sijaan, sekä lisää aineistoa maksuttomaan käyttöön. Kuvamateriaaliin ehdotettiin valmiita viiden vuoden kehitysennustekuvaaajia sekä karttoja infrastruktuurin kehityshankkeista valmistusajankohtineen.

4.3.2 Mahdolliset lisäaineistot

Vastaajilta kysyttiin, kuinka hyödyllisiksi he kokevat aineistot, jotka on suunniteltu lisättävän lähiaikoina Toimiala Onlineen. Parhaat arvot saavuttivat seuraavat kaksi aineistoa:

- toimialaryhmäkohtaiset barometritiedot (ka.8,72)
- kasvuyritystiedot (ka.8,25)

Myös muut lisäaineistot koettiin melko hyödyllisiksi. Näistä yritysrahoituskysely (ka.7,78) koettiin aavistuksen verran hyödyllisemmäksi kuin yritystukitietokanta (ka.7,63). Aineistojen vastaanotto oli yleisesti melko hyvä, vaikka koettu hyödyllisyys vaihtelikin aineistokohtaisesti.

Vastaajille annettiin mahdollisuus ehdottaa itse muita lisäaineistoja sekä arvioida niiden hyödyllisyyttä. Ehdotelmissa mainittiin EU-maiden pk-yritysten toimialakohtaiset vertailutiedot, tuoreet toimialaraportit, palveluvientitilastot alueittain sekä maaseudun kehittäminen. Vastaajat kokivat kyseiset muut lisäaineistot erittäin hyödyllisiksi (ka.9,67). Suurin osa vastaajista oli kuitenkin valinnut ”en osaa sanoa” -vaihtoehdon sen sijaan, että olisi tuonut omia toivomuksiaan esiin kysymyksen yhteydessä. Edellisessä kappaleessa 4.3.1 sivuttiin samaa aihetta avointen kommenttien yhteydessä.

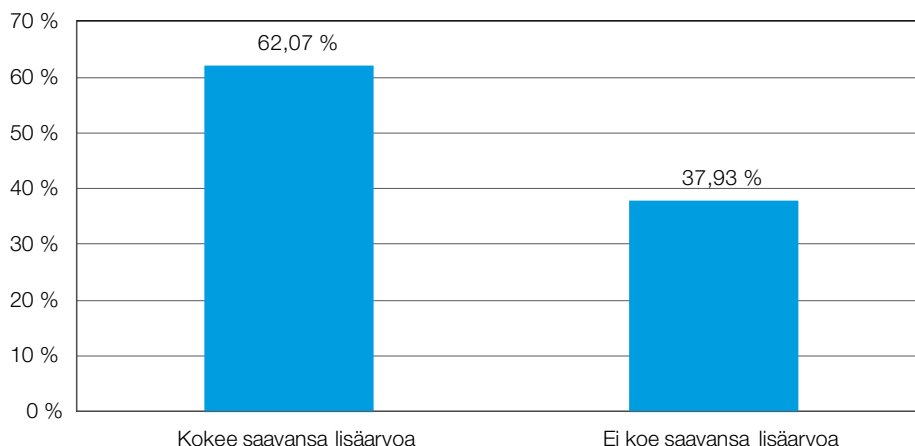
Käyttäjätunnukset omaavien sekä pelkkää vapaata aineistoa käyttävien vastaukset erosivat hieman toisistaan. Vapaata aineistoa käyttävät kokivat kaikki lisäaineistot hyödyllisemmiksi omalta kannaltaan kuin maksullisia aineistoja käyttävät.

4.4 Maksullisen aineiston tuottama lisäarvo

Maksulliseen aineistoon käsiksi pääseviltä käyttäjiltä (n=87) tiedusteltiin, kokevatko he saavansa lisäarvoa aineistosta ja sen käyttöominaisuuksista, kuten kuvakannasta. Reilusti yli puolet (62,1 %) vastaajista koki maksullisen aineiston tuottavan heille lisäarvoa ilmaisen aineiston rinnalla (Kuva 13).

Loput 37,9 prosenttia olivat sitä mieltä, ettei maksullinen aineisto tuota heille suurta lisäarvoa. Suurin osa näistä ei syystä tai toisesta käyttänyt maksullista aineistoa tai ollut ehtinyt tutustua siihen tarkemmin, vaikka heillä olikin tunnukset. Jotkut käyttäjät kertoivat, että heidän aiemmin käyttämänsä aineistot olivat siirtyneet maksulliselta vapaalle puolelle, eivätkä he olleet vielä tutustuneet maksullisen puolen aineistouudistuksiin.

Kuva 13. Maksullisen aineiston tuottama lisäarvo vastaajille

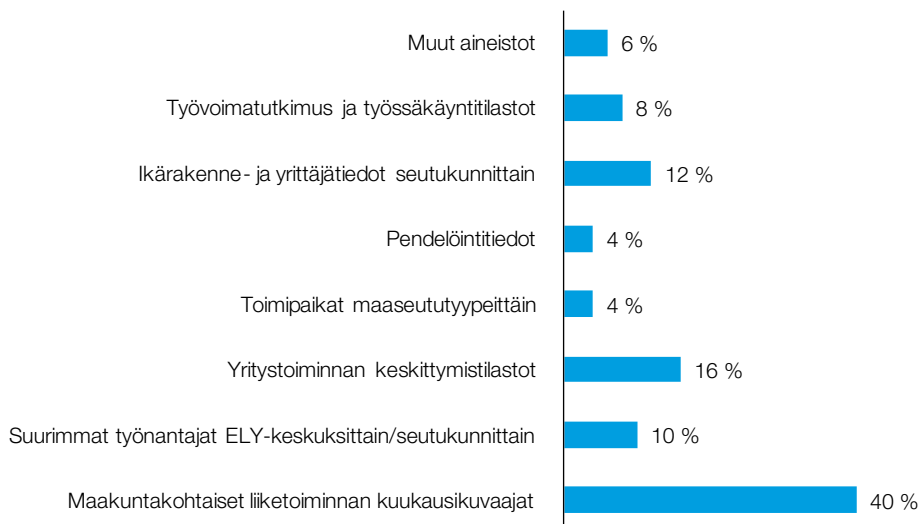


Muutamista avoimista kommenteista kävi ilmi, että osa käyttäjistä saa muualta tarvitsemansa tiedot tai ei ole löytänyt niiden toimialojen ja aihealueiden tietoja, joita on etsinyt. Sen lisäksi kantaa otettiin tiedon sisältöön: tiedon ajantasaisuudessa koettiin olevan parantamisen varaa tai se koettiin liian yleiseksi tuottaakseen tarpeeksi lisäarvoa. Perustelut olivat kuitenkin järkeviä, eikä avointen kommenttien joukosta löytynyt suurempia kritiikin aiheita.

4.4.1 Eniten lisäarvoa tuottavat maksulliset aineistot

Vastaajia (n=50) pyydettiin arvioimaan myös sitä, mikä maksullinen aineisto tuottaa heille eniten lisäarvoa (Kuva 14). Ensimmäisiksi nousivat maakuntakohtaiset liiketoiminnan kuukausikuvaajat – jopa 40 prosenttia vastaajista piti niitä tärkeimpinä. Yritystoiminnan keskittymistilastot (16 %) sekä ikärakenne- ja yrittäjätiedot seutukunnittain (12 %) olivat vastaajien keskuudessa seuraavaksi suosituimpia. Muita lisäaineistoja olivat suurimmat työnantajat ELY -keskuksittain ja seutukunnittain (10 %), työvoimatutkimus- ja työssäkäyntitilastot (8 %), toimipaikat maaseututyypeittäin (4 %) ja pendelöintitiedot (4 %). Vastaajista 6 prosenttia piti muita kuin edellä mainittuja aineistoja eniten lisäarvoa tuottavina. Tässä yhteydessä mainittiin Keski-Suomeen tilattu pk-yritysbarometri sekä kuvakantojen luonti.

Kuva 14. Eniten lisäarvoa tuottavat aineistot



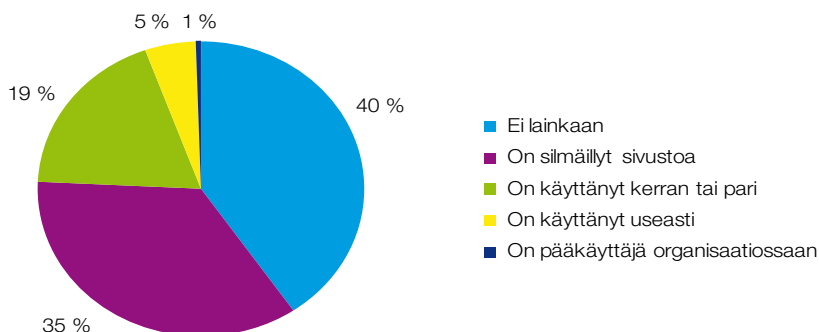
4.5 Kuvakanta

Toimiala Onlinein kuvakanta sisältää automaattisesti päivittyviä tilastokuvia keskeisimpien toimialojen, yritysten ja liiketoimintaympäristön tunnusluvuista. Aluekuvakanta kokoaa yhteen kaikki TEM-kuvakannan aluekuvat sekä jokaisen ELY-keskusalueen ja maakunnan selauskuvasarjat. Kuvakanta on vapaassa käytössä, joten käyttäjän ei tarvitse kirjautua sivuille.

4.5.1 Kuvakantaan tutustuminen

Tutkimuksessa haluttiin selvittää, kuinka hyvin käyttäjät ovat tutustuneet kuvakantatoimintaan (Kuva 15). Vastauksista (n=198) käy ilmi, ettei kuvakantaa vielä ole hyödynnetty kovinkaan aktiivisesti vastaajien keskuudessa. Heistä jopa 40,4 prosenttia myönsi, ettei ole tutustunut kuvakantaan ollenkaan, 35,4 prosenttia vastasi silmäilleensä sivustoa ja 18,7 prosenttia oli käyttänyt kuvakantaa kerran tai pari. Vain 5,1 prosenttia kyselyyn vastanneista sanoi käyttävänsä kuvakantaa useasti, ja 0,5 prosenttia vastasi olevansa kuvakannan pääkäyttäjä organisaatiossaan.

Kuva 15. Tutustuminen kuvakantaan

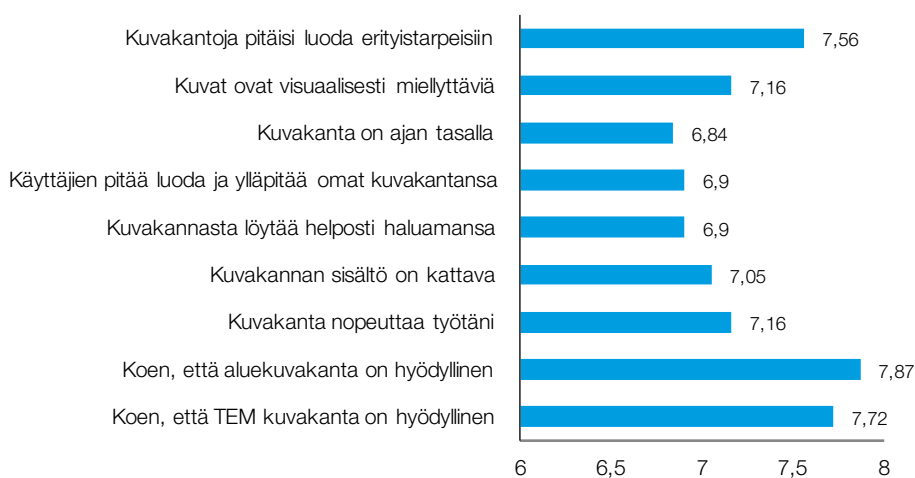


4.5.2 Kuvakannan hyödynnettävyys

Kaikille niille vastaajille, jotka olivat vähintään silmäilleet sivustoa, esitettiin jatkokysymyksiä kuvakannasta mielipideväittämin (4=täysin eri mieltä...10=täysin samaa mieltä) (Kuva 16). Keskitetysti tarjottu aluekuvakanta koettiin kaikista hyödyllisimmäksi, ja sen arvo oli 7,87. TEM kuvakanta jäi vain niukasti jälkeen arvolla 7,72.

Kysyttäessä, pitäisikö kuvakantoja luoda erityistarpeisiin esimerkiksi hankekohdaisesti, arvoksi saatiin 7,56. Muut kuvakannan ominaisuuksiin liittyvät väitteet saivat arvoja 6,84–7,16. Parhaat arvot saivat väitteet ”Kuvakanta nopeuttaa työtäni” (ka.7,16) sekä ”Kuvat ovat visuaalisesti miellyttäviä” (ka.7,16). Kuvakannan sisällön kattavuus sai arvon 7,05. Väitteille ”Kuvakannasta löytää helposti haluamansa” sekä ”Käyttäjien pitää luoda ja ylläpitää omat kuvakantansa” arvoiksi annettiin 6,90. Vähiten samaa mieltä oltiin kuvakannan ajantasaisuudesta (ka.6,84).

Kuva 16. Kuvakannan hyödynnettävyys



Vapaiden kommenttien joukossa todettiin, että kuvakanta kaipaisi opastusta ja siitä pitäisi tiedottaa enemmän, sillä sitä ei tunneta riittävästi. Vaikka Toimiala Online olisikin palveluna käyttäjälle tuttu, saattaa kuvakantatoiminto kuitenkin jäädä huomioimatta. Sama nähdään myös aikaisemmista tuloksista: 40,4 prosenttia käyttäjistä ei ollut tutustunut kuvakantaan ollenkaan.

Kuvakanta sai myös positiivista palautetta. Sen automaattista päivittymistä pidettiin yhtenä parhaana ominaisuutena. Visuaaliseen ilmeeseen kaivattiin kuitenkin enemmän moderniutta. Yhtenä toivomuksena oli myös se, että käyttäjällä olisi mahdollisuus vaikuttaa enemmän kuvien ulkoasuun.

4.6 Toimiala Onlinen käytön opittavuus

Tutkimuksessa selvitettiin, miten käyttäjät kokevat Toimiala Onlinen käytön opittavuuden. Käyttäjät olivat eniten samaa mieltä siitä, että perustoiminnot ovat niin helppoja, ettei niihin tarvitse erillistä ohjausta (ka.8,21). Lisäksi arvioinnin kohteena oli käyttöohjeiden saatavuus (ka.7,81), koulutustoiminnan riittävyys (ka.7,38) ja sen tarpeellisuus (ka.6,78) sekä lähiyhteisön tarjoama koulutus ja tuki (ka.7,26).

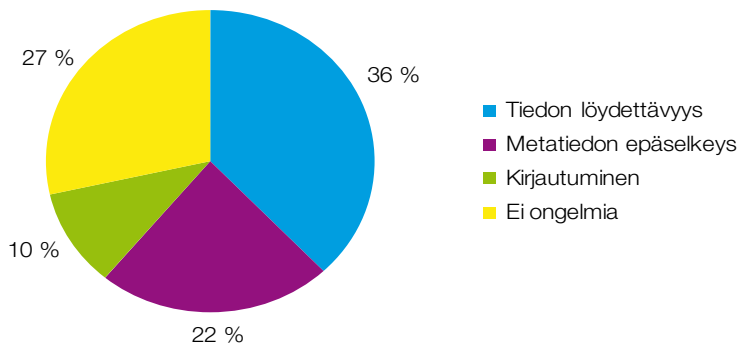
Käytön opittavuuteen liittyvien kommenttien perusteella erillinen koulutus Toimiala Onlinesta koettiin tarpeelliseksi ja toivomuksena oli, että sitä olisi tarjolla vieläkin enemmän. Osa vastaajista piti tiedon löytymistä hankalana joissain tapauksissa. Myös perustietojen hakemiseen suunniteltua ”karttaa” ehdotettiin etusivulle, jotta palvelu olisi entistä selkeämpi.

Vastaajista (n=198) vain 7,6 prosenttia kertoi ottaneensa yhteyttä Toimiala Onlinen etäneuvontaan. Määrä oli vähäinen ja avoimista kommentteista kävi ilmi, etteivät kaikki olleet tietoisia kyseisestä mahdollisuudesta. Avun pyytämisen kynnsä saattaisi olla matalampi, jos etäneuvonnan mahdollisuudesta viestittäisiin enemmän asiakkaille.

4.6.1 Hankaluudet

Tutkimuksessa kartoitettiin tekijöitä, joiden koettiin aiheuttavan eniten ongelmia Toimiala Onlinen käytössä (Kuva 17). Tulokset osoittavat, että tiedon löydettävyys tuotti eniten hankaluuksia – jopa 35,6 prosenttia vastaajista oli tätä mieltä. Lisäksi 21,7 prosenttia vastaajista koki metatiedon epäselkeyden tuottavan eniten ongelmia, ja 9,8 prosenttia:n mielestä palveluun kirjautuminen oli hankalinta. Positiivista on se, että jopa 26,8 prosenttia vastaajista koki Toimiala Onlinen käytön täysin ongelmattomaksi.

Kuva 17. Käytön hankaluudet



Avoimista kommenteista kävi ilmi, että ongelmia esiintyi jonkin verran myös omien hakujen tallentamisessa, hakutekijöiden yhdistämisessä ja valitsemisessa sekä tiedon hyödyntämisessä. Lisäksi hankalaksi koettiin se, ettei taulukoihin voi linkata suoraan, vaan niihin on siirryttävä aina vasenta valikkoa pitkin.

5 Uudistukset

Viidennessä luvussa selvitetään viimeisimpien toteutuneiden sekä kaavailtujen uudistusten koettua hyödyllisyyttä. Vastaajia pyydettiin antamaan arvionsa yleisellä tasolla, sillä subjektiivisesta näkökulmasta tarkasteltuna esimerkiksi kieliver-sioiden hyödyllisyyttä olisi ollut hankala mitata.

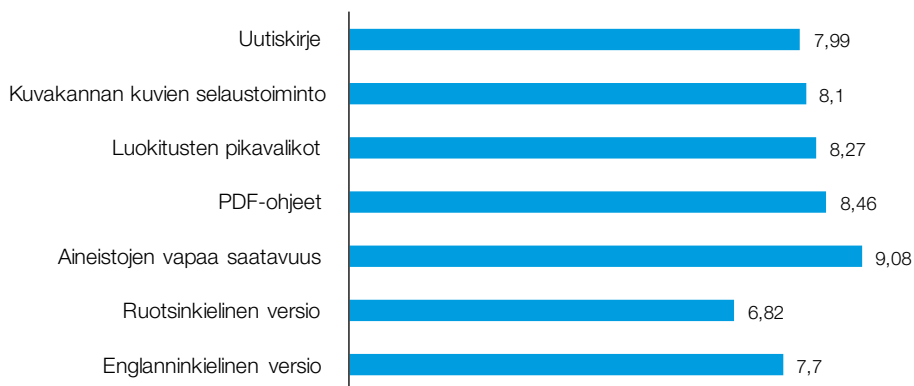
5.1 Toteutuneet uudistukset

Toimiala Onlineen on tehty viime vuosien aikana merkittäviä uudistuksia. Toteutu-neisiin uudistuksiin voidaan lukea:

- aineistojen vapaa saatavuus
- ohjeet PDF-muodossa
- luokitusten pikavalikot
- kuvakannan kuvien selauskuvatoiminto
- uutiskirje
- englannin- ja ruotsinkieliset versiot

Vastaajia pyydettiin arvioimaan uudistusten hyödyllisyyttä asteikolla 4-10 (4=ei lain-kaan hyödyllinen...10=erittäin hyödyllinen). Jotta uudistusten hyödyllisyyksiä pys-tyttiin vertailemaan keskenään, tarkastelun kohteeksi otettiin vastauksien keskiar-vot (Kuva 18). Seuraavissa kappaleissa kerrotaan tarkemmin uudistuksista.

Kuva 18. Toteutuneiden uudistusten hyödyllisyys



5.1.1 Aineistojen vapaa saatavuus

Yksi merkittävistä uudistuksista on aineistojen vapaa saatavuus ilman tunnuksia. Suuri osa aineistoista tuli ilmaiseksi 1.1.2011 käynnistyneen ESR-hankkeen myötä. Myös kyselyyn vastanneet kokivat kyseisen uudistuksen ehdottomasti hyödyllisimmäksi (ka.9,08).

Ne vastaajat, jotka käyttävät pelkästään vapaata aineistoa pitivät uudistusta erittäin tärkeänä (ka.9,37). Mutta mielenkiintoista oli huomata, että myös käyttäjätunukset omistavat vastaajat pitivät uudistusta hyödyllisenä (ka.8,72).

5.1.2 Uutiskirje

Informaation avoimuuden lisäämiseksi käyttöön on otettu uutiskirje, jossa kerrotaan Toimiala Onlinen ajankohtaisista asioista – aina aineistolisäyksistä uusiin käyttöominaisuuksiin. Uutiskirjeen tarkoituksena on informoida käyttäjiä säännöllisin väliajoin ja pitää heidät ajan tasalla mahdollisista muutoksista.

Uutiskirjeen yleiseksi arvosanaksi annettiin 7,99. Ero ulkoisten ja sisäisten asiakkaiden antamilla arvoilla oli merkittävä: ulkoiset asiakkaat arvostivat uutiskirjeen huomattavasti korkeammalle (8,39) kuin sisäiset asiakkaat (7,39). Tuloksista kävi ilmi, että uutiskirjeelle on paljon kysyntää ulkoisten asiakkaiden, kuten yritysten ja oppilaitosten keskuudessa.

5.1.3 Kieliversiot

Toimiala Online -palvelua on pyritty kehittämään kansainvälisempään suuntaan tarjoamalla useampia kieliversioita. Suomen kielen lisäksi palvelua voi käyttää englanniksi ja ruotsiksi. Englanninkielinen versio sai arvon 7,70 ja ruotsinkielinen 6,82. Tulokset osoittivat, että kieliversioita ei pidetty aivan välttämättöminä ja ruotsinkieliselle versiolle oli vielä vähemmän tarvetta kuin englanninkieliselle. Vaikka vastaajia pyydettiin arvioimaan uudistuksia yleisellä tasolla, täytyy muistaa, että kysely tehtiin suomeksi. Näin ollen ei saatu välttämättä mielipiteitä varsinaiseen kohderyhmään kuuluvilta.

Vertailtaessa ulkoisten ja sisäisten asiakkaiden vastauksia, kävi ilmi, että ensin mainitut pitivät kieliversioita merkittävästi hyödyllisempinä kuin jälkimmäiset. Esimerkiksi englanninkielinen versio sai heiltä arvion 8,11, kun taas sisäisiltä asiakailta vain 7,02.

5.1.4 Muut uudistukset

Aikaisemmin mainittujen uudistusten lisäksi, on tehty myös muutamia pienempiä uudistuksia helpottamaan Toimiala Onlinen käyttöä. Sivuille on lisätty käyttöohjeet PDF-muodossa sekä luokitusten pikavalikot ja kuvakannan kuvien selaustoiminto.

Luokitusten pikavalikoiden avulla käyttäjä voi suodattaa haluamansa tiedot rajaamalla eri vaihtoehtoja. Toiminto koettiin vastaajien keskuudessa hyödylliseksi (ka.8,27). Myös kuvakannan kuvien selauskuvatoiminnon (ka.8,10) ja PDF-ohjeiden (ka.8,46) ajateltiin olevan hyvä lisä Toimiala Onlineen.

5.2 Kaavaillut uudistukset

Kyselyssä selvitettiin potentiaalisten uudistusten koettua hyödyllisyyttä. Toimiala Onlineen suunnitteilla olevat lisäuudistukset ovat

- karttagrafiikka
- linkitykset eri aineistoihin, tutkimuksiin sekä tietokantoihin
- metatiedon kerääminen yhdeksi kokonaisuudeksi sen lisäksi, että se on jokaisen aineiston kohdalla
- Dreambroker-ohjevideot

Vastaajia pyydettiin arvioimaan listattujen lisäuudistusten hyödyllisyyttä yleisesti. Linkitykset suoraan Tilastokeskuksen Statfin tietokantaan koettiin kaikista hyödyllisimmiksi (ka.8,65). Myös linkitykset tutkimuksiin tietoaaineistojen yhteydessä saivat hyvän vastaanoton (ka.8,41).

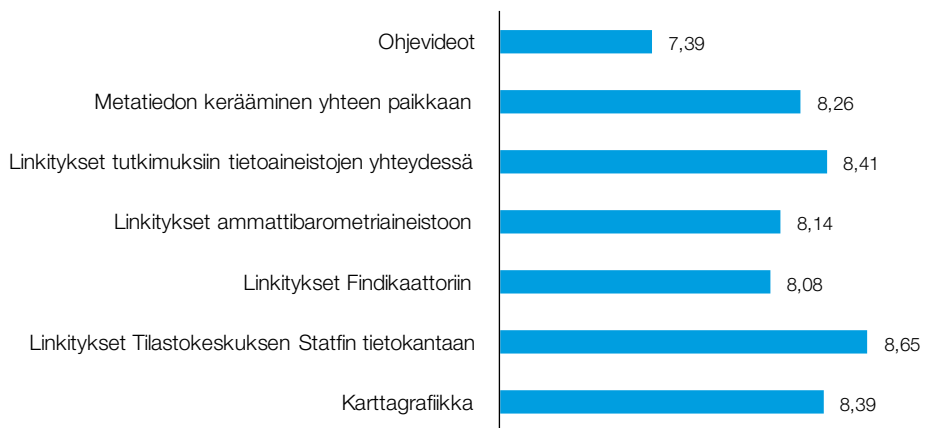
Kolmanneksi hyödyllisimmäksi koettiin karttagrafiikka (ka.8,39), jonka avulla käyttäjä voi hahmottaa helposti haluamansa toimipaikkatiedot niin maakunnittain, kunnittain kuin seutukunnittainkin koko Suomesta. Avoimissa kommentteissa oli tuotu esiin, että vaikka karttagrafiikalla on suuri potentiaali, niin sanottuun karvalakkimalliin ei kannata kuitenkaan käyttää resursseja, sillä silloin tuotettaisiin käyttäjille vain pettymys.

Aiemmin mainittujen linkitysten lisäksi kartoitettiin myös sitä, kuinka hyödylliseksi vastaajat kokevat linkitykset ammattibarometriaineistoon (ka.8,14) sekä Findikaattoriin (ka.8,08). Kyseisiä linkityksiä ei koettu aivan yhtä hyödyllisiksi kuin linkityksiä Tilastokeskuksen Statfin tietokantaan ja tutkimuksiin. Ne saattaisivat kuitenkin olla hyvä lisä Toimiala Onlineen ja muodostaa yhdessä muiden linkitysten kanssa toimivan kokonaisuuden, jonka osat tukevat ja täydentävät toisiaan.

Tällä hetkellä metatieto on näkyvissä jokaisen aineiston kohdalla erikseen. Jotta se olisi entistä paremmin löydettävissä, ratkaisuksi on mietitty sen keräämistä yhteen paikkaan tiiviiksi kokonaisuudeksi. Vastaajat pitivät mahdollista uudistusta hyödyllisenä (ka.8,26).

Lisäuudistuksista vähiten hyödyllisiksi koettiin Dreambroker-ohjevideot (ka.7,39), joiden tarkoituksena on opastaa käyttäjää etenemään vaihe vaiheelta Toimiala Onlineen käytössä. Videot tullaan jaottelemaan aihepiireittäin, mikä mahdollistaa sen, että käyttäjä voi keskittyä haluamaansa aihealueeseen. Ohjevideoiden hyvänä puolena on, että käyttäjällä on mahdollisuus nähdä toimenpiteet yksityiskohtaisesti ilman, että hänen täytyy käyttää aikaansa ohjetekstin lukemiseen. Lähtökohtana on videoiden tuominen perinteisemmän PDF-ohjeen rinnalle – käyttäjän päätettäväksi jää kumman vaihtoehdon hän kokee parhaimmaksi.

Kuva 19. Kaavailtujen uudistusten hyödyllisyys



6 Tunnettuus ja suositeltavuus

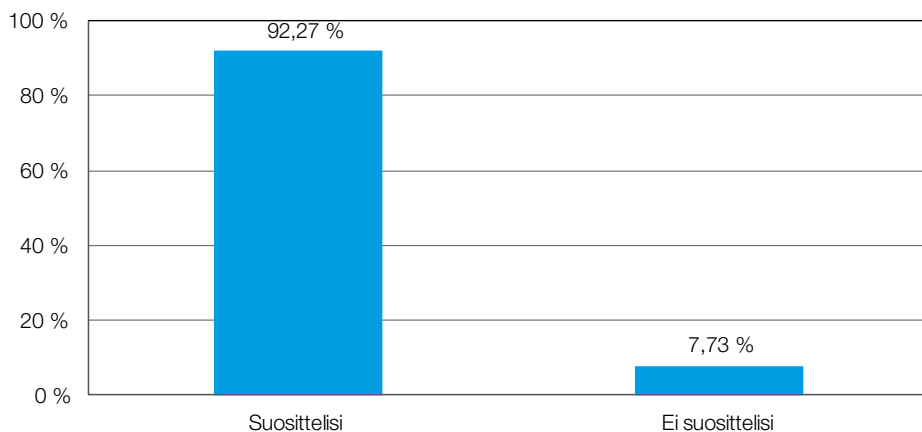
Kuudennessa luvussa tarkastellaan Toimiala Onlineen suositeltavuutta, tunnettuutta ja asiakkaiden tietoisuutta ESR-hankkeesta. Käyttäjien halukkuutta suositella palvelua eteenpäin verrataan aikaisempien vuosien vastaaviin tuloksiin.

6.1 Toimiala Onlineen suositeltavuus

Jopa 92,3 prosenttia kyselyyn vastanneista (n=194) suosittelisi Toimiala Onlinea eteenpäin (Kuva 20). Loput 7,7 prosenttia, jotka eivät olisi valmiita puhumaan palvelun puolesta, vetosivat muun muassa siihen, etteivät osaa käyttää tai tunne palvelua riittävän hyvin itsekään, Toimiala Online ei tuota heidän mielestään riittävästi lisäarvoa muihin tietolähteisiin tai tieto on vaikeasti löydettävissä.

Vastaajista (n=177) hieman yli puolet (51,4 %) kertoi jo suositelleensa Toimiala Onlinea. Avomista kommenteista nousi esiin, että monet olivat kertoneet palvelusta kollegoilleen, yhteistyökumppaneilleen tai opiskelijoille. Myös muun muassa asiakkaat, yritysneuvojat, asiantuntijat, järjestöt, yritykset sekä kehittämistoimijat mainittiin samassa yhteydessä.

Kuva 20. Toimiala Onlineen suositeltavuus vastaajien keskuudessa



Toimiala Onlineen suositeltavuus oli jo vuonna 2007 hyvällä tasolla, sillä jopa 90 prosenttia vastaajista olisi ollut valmis suosittelemaan palvelua ja heistä 42,9 prosenttia kertoi jo suositelleensa palvelua eteenpäin. Vuoden 2007 kyselyyn (n=60) verrattuna vastaajien halukkuus suositella Toimiala Onlinea on siis kasvanut 2,3 prosenttia. Myös palvelua jo suositteleiden määrä on noussut jopa 8,5 prosenttia aikaisemmasta tuloksesta.

6.2 Tunnettuus

Vastaajia pyydettiin arvioimaan Toimiala Onlinen tunnettuutta arvosanalla (4–10). Yleisarvosanaksi muodostui 6,59. Tuloksen perusteella voidaan todeta, että tunnettuutta tulisi vielä parantaa melkoisesti, sillä taso on tyydyttävän alapuolella. Kahdeksannen luvun johtopäätöksissä esitellään kehitysehdotuksia tunnettuuden parantamiseksi.

6.2.1 Tunnettuuden kasvattamisen keinot

Vastaajia pyydettiin valitsemaan yksi tai kaksi heidän mielestään keskeisintä keinoa, joiden avulla tunnettuutta voitaisiin kasvattaa parhaiten. Jopa 40 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että tavoite saavutettaisiin mainonnalla muissa Internet-palveluissa, kuten Yritys-Suomessa. Lähes yhtä paljon kannatusta saivat alueelliset esittelytilaisuudet (39,5 %), joiden tarkoituksena on tutustuttaa etenkin potentiaaliset uudet käyttäjät palveluun sekä sen ominaisuuksiin. Vastaajista 32,1 prosenttia piti hyvänä ideana eri järjestöjen hyödyntämistä mainonnan apuna; 23,7 prosenttia ajatteli, että perinteisempi mainonta esimerkiksi alan lehdissä voisi toimia tehokkaasti; 22,6 prosenttia painotti lähituen aktiivisen tiedottamisen ja neuvonnan merkitystä ja 17,9 prosenttia piti sosiaalista mediaa hyvänä kanavana näkyvyyden lisäämiseksi. Lisäksi 4,7 prosenttia ehdotti muita keinoja, joista voisi harkita esimerkiksi seuraavia:

- *selosteet Yrityselämän julkaisuihin*
- *Toimiala Onlinen näkyvyys yritysneuvontapisteissä*
- *yhteistyön lisääminen oppilaitosten ja opettajien kanssa*
- *yhteistyö ammattiliittojen kanssa*
- *toimialakohtaisesti suunnattujen julkaisujen hyödyntäminen*
- *kohdennettu mainonta printti- tai sosiaalisessa mediassa*
- *nykyisen käyttäjäkunnan sitouttaminen käyttökoulutuksen kautta*

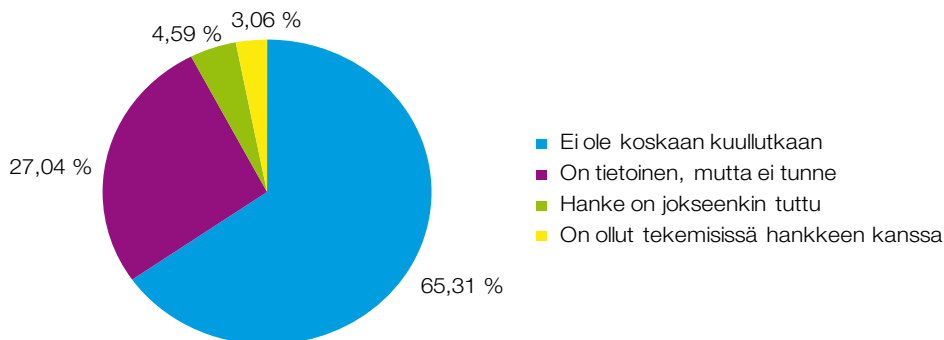
6.3 Tietoisuus ESR-hankkeesta

Toimiala Online -tietopalvelun Yrittäjyyden ja työmarkkinoiden kehittämistä tukeva tietohuolto ja ennakointi -hanke vuosille 2011–2013 käynnistyi 1.1.2011. Projektin tavoitteena on vapaiden tietoineistojen käytön lisääminen yritysten sekä näitä palvelevien sidosryhmien keskuudessa. Tutkimuksessa haluttiin kartoittaa lyhyesti, ovatko käyttäjät tietoisia kyseisestä hankkeesta ja mitkä nähdään sen tärkeimpinä tavoitteina.

6.3.1 ESR-hankkeeseen tutustuminen

Vastaajilta kysyttiin, kuinka tietoisia he ovat tällä hetkellä käynnissä olevasta ESR-hankkeesta. Kysymykseen vastanneista (n=196) jopa 65,3 prosenttia ilmoitti, ettei ollut kuullut hankkeesta aikaisemmin. Loput 27,0 prosenttia oli tietoinen hankkeesta, 5,0 prosenttia vastasi sen olevan heille jokseenkin tuttu ja 3,1 prosenttia oli itse ollut tekemisissä projektin kanssa.

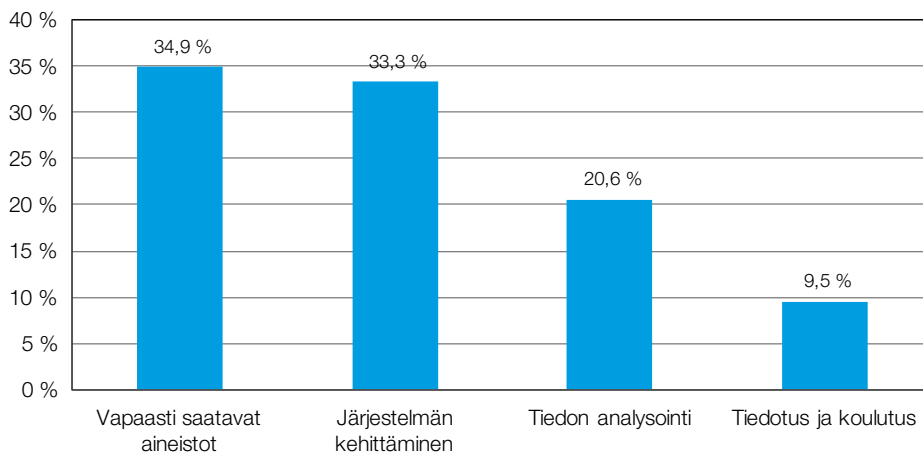
Kuva 21. Tutustuminen ESR-hankkeeseen



6.3.2 Tärkeimmät tavoitteet ja vaikutukset

Vastaajista, jotka olivat ainakin joskus kuulleet ESR-hankkeesta (n=63), 34,9 prosenttia oli sitä mieltä, että sen tärkein tavoite tulisi olla vapaasti saatavien aineistojen hankinta ja jakelu; 33,3 prosenttia piti tärkeimpänä järjestelmän teknistä kehittämistä sekä käytettävyyden parantamista; 20,6 prosenttia vastasi, että tiedon analysointiin ja tulkintaan tulisi keskittää eniten huomiota ja 9,5 prosenttia piti tärkeimpänä tavoitteena tiedotuksen ja koulutuksen lisäämistä.

Kuva 22. ESR-hankkeen tavoitteet



Tutkimuksessa kartoitettiin lyhyesti myös sitä, millaisia vaikutuksia ESR-hankkeella on ollut vastaajien mielestä. Avomista kommenteista selvisi, että kehitystoiminta oli aktivoitunut montaa asiaa kommentoinutta. Myös läpinäkyvyyden lisääntyminen ja rahoituksen takaaminen mainittiin. Osa kommentoijista ei osannut sanoa, mikä oli mahdollisesti aiheutunut hankkeen ja mikä jonkun muun seurauksena.

7 Haastattelut

Internet-kyselyn tueksi tehtiin haastatteluja, joilla saatiin syvällisempi katsaus Toimiala Onlinen ajankohtaisiin asioihin. Kysymykset koskivat Toimiala Onlinen kehitystä, koulutuksen järjestämistä, tunnettuuden lisäämistä sekä tulevaisuutta – haasteineen ja mahdollisuuksineen.

Tutkimusta varten haastateltiin kolmea henkilöä, jotka toimivat ELY-keskuksessa, Uudenmaan liitossa sekä TE-keskuksessa. Toimiala Online oli heille entuudestaan tuttu. Haastateltavilta kysyttiin liitteenä olevan haastattelurungon mukaiset kysymykset puhelimitse. Vastauksiin otetaan enemmän kantaa seuraavassa luvussa, joka käsittelee johtopäätöksiä ja kehitysehdotuksia.

7.1 Toimiala Onlinen kehitys

Kuten jo aikaisemmin on tullut esiin, yksi tärkeimpiä kehityksessä otettuja askeleita on aineistoiden siirtyminen vapaaseen käyttöön. Haastateltavilta kysyttiin, onko sillä ollut vaikutusta heidän omaan käyttöönsä ja uskovatko he, että vaikutus on levinnyt myös laajemmalle. Seuraavat kommentit on poimittu vastauksista:

"Ei sillä ole ollut sinällään vaikutuksia ainakaan omaan käyttööni mitenkään."

"Vapaasti saatavuus on kaikkien etu. Tässä suhteessa Suomessa ollaan muuta maailmaa kai kohta jäljessäkin. En tiedä onko sillä ollut minuun suurta vaikutusta, kun meillä on kuitenkin lisenssi käytössä. Mutta periaatteessa tällainen julkinen tieto tulisi vapauttaa, koska se on kuitenkin yhteisin varoin kerättyä."

"Aikaisemmin käytiin tunnuksilla, mutta siihen mitä olen tämän vuoden puolella tarvinnut, on riittänyt ihan nämä vapaana olevat tiedot. – On helpottanut sen verran, ettei tarvitse muistella salasanoja ja voi vain kurkata nopeasti jonkun asian."

Haastateltavilta tiedusteltiin myös, minkä tulisi olla Toimiala Onlinen kehityksen tärkein painopiste.

"Hyvä kysymys. Katson nyt maakunnanliiton kannalta asiaa. Meillähän tiedon käytettävyyttä lisää se, jos siellä on sopivat aluejaot, eli tämä klusterilähestyminen on yksi tapa. Mutta mitä enemmän saadaan maakunnallisia ja tavallaan sitten myös seutukuntatietoa tai sellaista tietoa, että käyttäjä itse pystyisi muodostamaan esimerkiksi summausalueita, niin se olisi tosi kätevää. Sitten tietysti tällaiset automaattisesti päivittyvät tilasto- ja karttakuviot – olisi todella mukava, että niitä pystyisi linkittämään esimerkiksi omille kotisivuille. Ja siinä on ollut yksi este – se, että Toimiala Onlinen sopimukset ja muut ovat olleet ikään kuin rajoittamassa eli silloin se vapaan tiedon kysymys tulee esiin. Plus se perinteinen ihmeellinen ominaisuus, eli Toimiala Online ei ole ollut aikaisemmin ainakaan kuntien käytössä. Eli kyllä julkinen puoli pitäisi saada kokonaisuudessaan tällaisten hyvien palveluiden käyttäjäksi."

"Tietysti meitä kiinnostaisivat ennusteet. Niitähän siellä nyt jonkin verran on, mutta vielä on sitten muidenkin tekemiä ennusteita, joita tässä ei nyt vielä ole. Sellaisia, jos saisi vielä tämän saman palvelun taakse. Se helpottaisi omaa käyttöä ajatellen. Ja sitten tietysti, jos olisi nopeammin päivittyvää tietoa, mutta nämä ilmeisesti menevät jo siinä maksimissa, miten näitä voidaan päivittää."

"Sanotaan näin, että kun joka vuosi tulee niitä toimialaraportteja, niin laajempaa tietoa eri toimialoista."

Tietoaineistoja ja mahdollisia lisäaineistoja käsiteltiin aikaisemmin luvussa neljä. Haastatelluilta kysyttiin, tuleeko heille mieleen jotain tiettyä aineistoa Tilastokeskuksen Statfin-palvelusta, jonka olisi hyvä olla myös Toimiala Onlinessa.

"Ei suoraan. Täytyy muistaa, että Tilastokeskuksen aineistoissa ja muissa on aina tietyt marginaalierot. Eri työmarkkina-alueilla sen toimialan tilanteet vaihtelevat. Esimerkiksi Rovaniemellä ja Helsingissä saattaa olla aivan päinvastaiset tilanteet ja niitä pitäisi sitten päästä peilailemaan. Ehkä se hyödynnettävyys voisi olla toisaalta myös sitä, että kun kysytään, millaiset näkymät siellä on pitkällä aikavälillä esimerkiksi vaikka kirjanpitäjistä Rovaniemen seudun alueella, jossa hakijamäärät ja työpaikkojenkin määrät ovat aivan erilaisia – pystytään sitten tavallaan vertailemaan sitä barometritietoa. Mutta kyllä näkisin, että Toimiala Online on hyvä, mutta sitä tulisi kehittää koko ajan vain eteenpäin. Enemmän sellaista tietoa, josta on hyötyä."

"Nykyäänhän on sellainen tilanne, että jos kaipaa jotain yleis-, väestö-, työpaikkatietoja, niin voi olla, että osan tiedoista voi hakea Tilastokeskuksen sivuilta maksuttomista tai maksullisista palveluista, osa haetaan esimerkiksi Toimiala Onlinesta ja osa vielä kolmannesta lähteestä. Se, kuinka perustiedot saataisiin yhteen luokkuun ja olisiko se mahdollista, siinä on hyvä kysymys. Veikkaan, että nykyteknologia antaisi periaatteessa mahdollisuuden ikään kuin tällaiseen tiedon louhintaan ja avoimen tiedon käyttöön eri palveluissa ilman suurempia ongelmia. Siinä on tietysti rajansa, että kuinka paljon sitä pitäisi ristiin linkittää ja kuinka paljon sitä pitäisi tuoda. Kyllä se olisi ihan kätevää, että sellaista perus väestö-, työpaikka-, taloustietoa olisi jonkinlainen setti itse Toimiala Onlinessakin."

7.2 Koulutus ja sen järjestäminen

Kappaleessa 4.5 käsiteltiin käytön opittavuutta ja koulutuksen tarpeellisuutta. Jotta saataisiin konkreettisempaa näkemystä siihen, miten koulutus tulisi järjestää, kysyttiin tätä myös haastateltavilta.

"En tiedä, mikä sitten on paras vaihtoehto, mutta toimistokohtaisestikin se voidaan järjestää niin, että olisi tietty määrä henkilöitä, jotka sitten oikeasti oppisivat sitä käyttämään. – Mutta kyllä voisi silti olla näitä alueellisia koulutustilaisuuksia, joissa nämä yhdyshenkilöt käyvät ja esimerkiksi jotkut muutkin. Nimettäisiin tietty määrä henkilöitä ja sitä kautta ruvettaisiin enemmän hyödyntämään sitä tietoa, mitä tietokannasta on saatavissa. Pelkät seminaarit, joita järjestetään Helsingissä ja, jotka ovat yhdestä toimialasta, eivät hirveästi anna. Tiedon levittäminen on ehkä se haasteellisin asia."

"Koulutus, mikä periaatteessa on ollut tähän saakka tällaista, sanotaan nyt pari kertaa vuodessa järjestettävä koulutusiltapäivä, on ihan hyvä. Sen lisäksi jollain tavalla pitäisi pystyä järjestämään myös sellaista lähivierihoidtoa, mikäli esimerkiksi on tällaisia omille sivuille rakennettavia automaattisia kuvioita. Eli siinä tavallaan kaipaisi henkilöä, joka näyttää, että näin se kätevimmin tehdään. Plus sitten jonkunlainen netistä ladattava ohjekirja tai ohjeisto on aina hyvä olla. Kolme eri tapaa lähestyä tätä ovat oikeastaan kaikki tarpeellisia."

"Varmasti meillä olisi monellakin käyttöä näille tilastoille, jos koulutus tehtäisiin sillä tavalla helpoksi, että meillä olisi täällä vaikka kahden tai kolmen tunnin tilaisuus. Näin tavoitettaisiin useampi. Jos järjestetään Toimiala Online koulutus Helsingissä, niin sinne ei mene kuin yksi henkilö meidän koko virastosta. Monikin voisi hyödyntää omassa työssään tätä, mutta ei ole tottunut käyttämään. Sellainen pieni infotilaisuus isommissa organisaatioissa voisi olla paikallaan."

Toimiala Online kannalta ihanteellinen tilanne olisi, jos tulevaisuudessa jokaisessa yksikössä olisi palvelun käyttöön koulutettu tukihenkilö, jonka puoleen muut työntekijät voisivat kääntyä. Haastateltavat ottivat kantaa tavoitteeseen:

"Jos ajatellaan ihan toimistotasolla tai vaikka ELY-alueellakin, niin varmasti voisi olla, että tietyille henkilöille järjestettäisiin koulutusta. -- Toimistotasolla tietysti haasteellinen homma on se, että jos yksi ihminen yksinään rupeaa kouluttamaan, miten sieltä löytää tietoa ja, miten sitä voi hyödyntää omassa työssään, sitoo se hieman ja on huonompi järjestää. En siihen ehkä lähtisi ensimmäisenä. Tosiaan jossakin alueella, missä on hyvät puitteet järjestettäisiin tällainen koulutustilaisuus ja sitä kautta päästäisiin sitä tekemään."

"Periaatteessa hyvä, jos resurssit riittävät. Se on sitten kysymys oikeastaan näiden yksiköiden henkilöresursseista. On tietysti ideaalista, että löytyisi sellainen henkilö läheltä, joka osaisi, pysyisi kärryllä ja ottaisi selvää. Ei se kuitenkaan poista näiden muiden tapojen tarpeellisuutta. Ja toisaalta, jos on hyviä ajan tasalla olevia ohjekirjoja ladattavissa PDF:nä tai muuten, niin niillä sitten jonkin verran potkii eteenpäin."

"Kyllä sellaiselle varmaan olisi käyttöä. Me olemme toimineet ehkä vähän sellaisina, vaikka meitä ei olekaan siihen varsinaisesti nimetty. Kun ihmiset ovat kuulleet, että olemme käyttäneet tätä, niin meiltä on tätä kyseltykin. Mutta jos siihen olisi vielä joku sellainen koulutus, että pysyisimme itse ajan tasalla vielä paremmin, niin miksei joku voisikin tällaiseksi yhteyshenkilöksi ruveta."

7.3 Näkyvyyden lisääminen

Toimiala Online tunnettuutta ja keinoja sen lisäämiseksi käsiteltiin aikaisemmin kappaleessa 6.3. Haastateltavia pyydettiin arvioimaan sitä, miten Toimiala Online saisi parhaiten näkyvyyttä ympäristössä, jossa sitä ei vielä tunneta entuudestaan.

"Yritykset ovat aika hyvin löytäneet seminaarit, vaikka Toimiala Online on ollut maksullinen palvelu heille. Ainakin keskisuuret yritykset ja toimijat ovat löytäneet sen sellaisena paikkana, mistä ne saavat hyödyllistä tietoa toimintaansa. Se on se positiivinen

puoli. Mutta sitten taas paikallistasolla, miten sitä levitetäisiin, niin kyllä se varmaan on, että jonkinlaisena brändinä se näkyisi kaikessa muunkinlaisessa toiminnassa, mitä me tehdään. Jos puhutaan esimerkiksi ennakoinnista, niin samalla kerrottaisiin, että tällainenkin palvelu on olemassa ja sitä voidaan hyödyntää. Mutta kyllä enemmän ehkä erilaisissa tilaisuuksissa se tulisi ottaa jollain tavalla mukaan ja kaikkiin sellaisiin aineistoihin, jotka ovat yrityksille tarkoitettu. PK-sektorin yrittäjätkin ehkä sitten löytäisivät tämän palvelun.”

”Voi sanoa näin, että sellainen hyvä tuote myy itsensä. Se on varmaan sellainen, että sitä ei jokainen tai kaikki halua tai pysty, eikä pidäkään oppia käyttämään. Luultavasti jokaisessa organisaatiossa, joka tämän alan kanssa on tekemisissä, on sitten enemmän ihmisiä, jotka pelaavat näiden tietopalveluiden kanssa ja ovat sitten ikään kuin neuvomassa muita tarpeen vaatiessa. Jos väärille henkilöille yrittää sanoa, että tämä on hyvä tuote, mutta se tuntuu heistä monimutkaiselta, voi olla, että into saattaa syyttää lopahtaakin.”

”Yksi olisi nämä meidän omat asiakaslehdet (Pirkanmaan ELY-keskuksella Oiva-lehti), jossa tiedotetaan meidän yrittäjille elinkeinoelämän asioista ja kerrotaan yrityscaseja. Yrittäjien suuntaan voitaisiin tässä meidän omassa sidosryhmälehdessä tätä nostaa esiin. Tämä olisi yksi viestintäkanava, mikä menee heti tuhansille yrittäjille ja henkilöstölle.”

Seuraavaksi haastateltavilta kysyttiin, miten Toimiala Onlineen näkyvyyttä voitaisiin lisätä edelleen ympäristössä, jossa palvelu on jo jokseenkin tuttu.

”Sanotaan näin, että tietysti tuotteen kehittäjät, ylläpitäjät ja maksajat voisivat omissa tuotteissaan, raporteissaan ja jossain infoboksissa tuoda tätä Toimiala Online-palvelua esiin, jotta se tulisi tutuksi. Tietysti, jos on joku hyvin rakennettu demosivu, saattaisi se palvella, jos asiaa tuntematon voisi katsoa jonkun videopätkän, miten tämä toimii ja millaista tietoa saa. Tällaiset tietoiskut ehkä saattaisivat toimia. Mutta kyllä sanoisin, että jollain tavalla sen tietoisuuden tekeminen, että on olemassa tällainen palvelu – se on edelleenkin ja ikuisesti varmaan sellainen kysymys. Sitten on tällainenkin, kuin Helsinki Region Infoshare -avoimen datan portaali Helsingin tietokeskuksessa. Tällaisten kanavien hyväksikäyttö, jossa olisi mainittu lähteen nimi, voisi myös johdattaa käyttäjiä Toimiala Onlineen. Muitakin olemassa olevia tietoportaatteja tulisi tarkastella. – Pitäisi tarkistaa, että se on muistettu linkittää asianmukaisesti rinnakkaispalveluihin.”

”Ehkä sitten, jos tulee jotain uusia ominaisuuksia Toimiala Onlineen, niin postituslistat ja niiden pitäminen ajan tasalla, ettei se jää vain siihen, että kerran on asialle jotain tehty. Tämä on yksi väylä. Pelkät markkinointikirjeet eivät asiassa auta. Joillain muilla medioilla sitten lähestyttäisiin niitä, jotka ovat olleet jo aktiivisia käyttäjiä.”

”Varmaan ihan nettisivut, meidän organisaatioidenkin omat.”

7.4 Tulevaisuuden näkymät

Haastateltavilta tiedusteltiin heidän näkemystään siitä, mihin suuntaan Toimiala Onlineen kaltainen tietopalvelutoiminta on menossa tulevaisuudessa.

"Tulevaisuudessa tällä toimialatiedolla on kysyntää, totta kai. Ja kuten sanoin niin klusteriajattelun rinnalle tulisi olla riittävästi alueeseen sidottua tietoa. Ennakointitiedolla on suuri kysyntä ja kansainvälisillä vertailutiedolla – se on myös sellainen systeemi, missä periaatteessa olisi kysyntää tällaisilla indikaattoreilla. – Ja sitten tällainen tiedon hyvä yksinkertainen esittäminen, automaattisesti päivittyvän tilastodatan, kuvioiden, karttojen avulla tuotu analyysi on aina houkuttelevampaa kuin se, että jos asioita esitetään pelkinä numeroina. Myös ikään kuin analysoitu, pureksittu tieto, että tietoon liitetään jotain tulkintaa, sillä on kysyntää."

"Jos verrataan ammattibarometrin tekemiseen, sehän on lyhyen aikavälin ennakointia. Toimiala Onlineenkin pitäisi saada enemmän, että pystyttäisiin tekemään jollain tavalla myös pitkän aikavälin ennusteita toimialan tulevaisuuden näkymistä. Eli sieltä pitäisi löytyä paljon sellaista barometritietoa."

"Kun on useampi tällainen tilastoportaali, minkä kautta näitä tietoja pääsee katsomaan, niin pystyisikö niitä yhdistämään tai ainakin, että niillä olisi näkyvyyttä toinen toistensa sivuilla. Kaikkea ei välttämättä tarvitse saada saman sivuston alle, mutta saisi niitä vähän ketjutettua toisiinsa. Toisaalta ehkä vielä, jos ajatellaan pidemmälle tulevaisuuteen voisiko tässä olla myös sitä tiedon pureksintaa ja pohdintaa? Olisi mahdollisuus kysyä jotenkin ja näkyisi vaikka ihmisten kommentteja tai tulkintoja tilastoista. Jos tarjotaan pelkät tilastot, tulkinta jää jokaiselle itselleen, eikä tiedetä, mitä muut ovat asiasta tulkinneet."

Yksi tutkimuksen pääkysymyksistä koski tulevaisuuden haasteita sekä sitä, miten niihin tulisi vastata.

"Ensinnäkin tämä resurssien riittävyys; huolehditaan Toimiala Onlineen jatkuvuudesta ja resursoidaan siihen riittävästi niin, että se säilyy laadukkaana. Toinen kysymys on infoähky ja kolmas kysymys on tietosuoja, tiedon avoimuus ja ilmaisen tiedon saatavuus. Pitäisi näkyä, jakaa hyvää, analysoitua, vetävää tietoa ja mielellään ilmaiseksi. Pitäisi löytää oma reitti tietotulvan viidakossa, ettei esitä sitä, mitä muualla on jo pullollaan."

"Jos ajatellaan TEM:n näkökulmasta, on iso haaste, kun tilastoja hankitaan eri paikoista ja eri toimijoilta. Sitten, kun ne pitäisi yhteen sovittaa johonkin järjestelmään, niiden vertailukelpoisuus on haaste. Kyllä se laajempimittainen ja ehkä jopa globaalisti hyödyntäminenkin on tulevaisuuden haaste. Ja se, että pystyttäisiin vaikka jopa koko Euroopan markkinoita katsomaan joltain tietyltä toimialalta."

"En tiedä meneekö liian korkealentoiseksi, mutta kun nykyään puhutaan crowdsourcingista ja sosiaalisesta mediasta, niin se miten Toimiala Onlineen saisi näissä käyttäjien näkyville. Sekä yleisestikin talouden turbulenssit – tapahtuu niin paljon lyhyessä ajassa."

Lopuksi haastateltavilta kysyttiin sitä, mitä mieltä he olisivat Toimiala Online -mobiilisovelluksesta.

"Toimiala Online ei ole yksin mobiilihaasteen edessä, mutta se on sellainen asia mikä tulisi pikimmiten korjata. Yhä enemmän tietoa kaivataan poissa työpaikan tietokoneelta, kiinteästä verkosta. Tietoa kaivataan junassa, autossa, kokouksessa, ties missä. Silloin, jos puhelin ei taivu tähän sivustolle, se on kiusallista. Tietysti puhelimetkin kehittyvät, mutta tämä on sellainen pointti, mikä on nykypäivää. Pitäisi päästä mobiilisti."

"Nythän se toimii verkossaan tuollaisenaan. Mutta, jos joku haluaa sitä pienimuotoisemmin käyttää, niin mikä ettei. Jos vaan pystytään tekemään se sellaisella sovelluksella, että se olisi sitten nopea ja helppo käyttää. Ehkä se voisi myös lisätä palvelun käyttäjiä tavallisen kansankin keskuudessa."

"Kyllä siihen ollaan menossa."

8 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Tässä luvussa esitetään kirjoittajan johtopäätöksiä tutkimustuloksista alussa esiteltyjen tutkimuskysymysten valossa. Johtopäätösten pohjalta ehdotetaan kehittämissuhteita, joita voidaan hyödyntää Toimiala Onlineen jatkokehityksessä.

8.1 Koettu laatu ja hyödynnettävyys

Tutkimuksen yhtenä päätarkoituksena oli selvittää Toimiala Onlineen koettu laatu ja hyödynnettävyys. Molemmat osoittautuivat hyviksi (ka.8,23). Myös suositeltavuudesta saatu tulos oli erittäin positiivinen: jopa 92,3 prosenttia olisi valmis suosittelemaan Toimiala Onlinea eteenpäin. Suurin osa perusteluista vastaajien haluttomuudesta suositella palvelua, liittyi siihen, ettei käyttäjä tuntenut itse palvelua riittävän hyvin suositellakseen sitä muille. Jotta suositeltavuutta voitaisiin parantaa entisestään, tulisi kasvattaa palvelun tunnettuutta ja huolehtia siitä, että koulutusta on tarjolla riittävästi.

8.1.1 Tietoaineistojen hyödynnettävyys

Tietoaineistoista kaikista hyödyllisimmiksi aihekokonaisuuksiksi koettiin yritys- ja toimipaikka-aineistot (ka.8,36), ennusteet (ka.8,33) sekä suhdanneindikaattorit (ka.8,28). Viimeisimmistä yksittäisistä aineistolisäyksistä parhaimmat arvot saivat PK-yritysbarometrit (ka.8,26), Tilastokeskuksen tilinpäätösaineisto ja kokoluokittelu (ka.7,70) sekä Finnveran tilinpäätösaineisto (ka.7,60). Mahdollisista uusista tietoaineistolisäyksistä nousivat selkeimmin esiin toimialaryhmäkohtaiset barometritiedot (ka.8,72) sekä kasvuyritystiedot (ka.8,25). Myös yritysrahoituskysely (ka.7,78) ja yritystukitietokanta (ka.7,63) saivat melko hyvän vastaanoton, joten niidenkin lisäämistä Toimiala Onlineen tulisi ehdottomasti harkita aineistouudistusten yhteydessä.

Tulosten pohjalta voidaan tehdä suunnitelma, mitä Toimiala Onlineen kannattaa sisällyttää jatkossa. Toisaalta pitää muistaa, että tulokset ovat vain suuntaa antavia ja todellisen hyödynnettävyyden selvittäminen saattaa vaatia laajempaa kartoitusta. Esimerkiksi jotkut pienemmät käyttäjäryhmät saattavat käyttää vain yhtä aineistoa, joka on heille todella tarpeellinen, etenkin jos tietoa ei saada muualta. Tuloksia tulisi tämän vuoksi tarkastella kriittisesti ja punnita aineistojen tarpeellisuutta monista eri näkökulmista ennen kuin toimenpiteitä tehdään.

ESR-hankkeen mahdollistama aineistojen siirtyminen osittain vapaaseen käyttöön heijastuu selkeästi tutkimustuloksiin: vapaiden aineistoiden käyttäjiä (54,55 %) on tällä hetkellä enemmän kuin palvelun maksulliselle puolelle kirjautuvia asiakkaita

(45,45 %). Tulosten valossa voidaan olettaa, että Toimiala Onlinen asiakaskunta on laajentunut, mikäli on onnistuttu säilyttämään alkuperäisten käyttäjätunnusten omistavien asiakkaiden määrä suurin piirtein samalla tasolla kuin aiemmin.

Tuloksista kävi ilmi, että vapaata aineistoa hyödyntävät kokivat kaikki aineistot hieman hyödyllisemmiksi omalta kannaltaan kuin maksulliseen aineistoon käsiksi pääsevät. Jotta hyödynnettävyys saavuttaisi parhaan mahdollisen tason, tulisi pyrkiä panostamaan aineistojen vapaaseen saatavuuteen myös tulevaisuudessa. Lisäksi asiakashankintaan ja etenkin ulkoisiin kohderyhmiin tulisi kiinnittää enemmän huomiota, sillä aineistojen vapautumisen myötä myös potentiaalisten käyttäjien määrä on kasvanut melkoisesti.

Jos osa aineistosta päätetään pitää edelleen maksullisena, tulisi miettiä, miten niiden avulla voidaan tuottaa lisäarvoa käyttäjille. Myös maksavat asiakkaat tulisi pitää tyytyväisinä. Tuloksista nähdään, että tällä hetkellä 62,1 prosenttia koki saavansa maksullisista aineistoista lisäarvoa, mutta vastaavasti jopa 37,9 prosenttia koki päinvastoin.

Kappaleessa 2.5 tehtiin havainto, että käyttöaktiivisuudessa on tapahtunut muutoksia. Päivittäisten ja viikoittaisten käyttäjien määrä on laskenut, sen sijaan satunnaisempi käyttö on lisääntynyt. Ilmiötä voidaan selittää luultavasti osittain sillä, että tällä hetkellä suurin osa käyttäjistä on ulkoisia asiakkaita, joista suurimmat käyttäjäryhmät ovat konsultteja, yrityksiä ja oppilaitoksia sekä oppilaita. On luonnollista, että kyseiset toimijat eivät tarvitse Toimiala Onlinea päivittäin. Käyttöaktiivisuutta voitaisiin pyrkiä kasvattamaan esimerkiksi mobiilisovelluksen avulla, mikä mahdollistaisi pääsyn palveluun ja tiedon nopean saatavuuden paikasta riippumatta. Myös haastattelut tukivat oletusta mobiilisovelluksen tarpeellisuudesta.

8.1.2 Kuvakannan hyödynnettävyys

Kuvakannan hyödyllisimpinä toimintoina pidettiin aluekuvakantaa (ka.7,87) ja TEM kuvakantaa (ka.7,72). Myös kuvakantojen luominen eri tarpeisiin sai melko hyvän vastaanoton (ka.7,56). Tuloksen valossa voidaan todeta, että tällaisia kuvakantoja kannattaisi harkita ainakin tapauskohtaisesti ja mahdollisuuksien mukaan.

Eniten huomiota tulisi kiinnittää kuvakannan ajantasaisuuteen (ka.6,84) ja tunnettuuden kasvattamiseen. Jopa 40 prosenttia käyttäjistä vastasi, että he eivät olleet tutustuneet toimintoon vielä ollenkaan. Kappaleessa 9.4 ehdotetaan keinoja, joiden avulla kuvakannasta voidaan viestiä näkyvämmiin asiakkaille.

8.1.3 Hankaluudet käytettävyydessä

Vastaajat kokivat tiedon löydettävyyden (35,6 %) tuottavan eniten ongelmia Toimiala Onlinen käytössä. Avoimissa kommentteissa oli ehdotettu jonkinlaisia ”karttaa”, jotta aineistoihin ei tarvitsisi siirtyä aina vasenta valikkoa pitkin. Palvelun sivuja tulisi pyrkiä selkeyttämään, niin että käyttäjä näkee helposti, mistä saa

tarvitsemansa tiedon. Olisi hyvä, jos käyttäjä pystyisi hakemaan aineistoja esimerkiksi aakkosjärjestyksessä tai hänellä olisi mahdollisuus nähdä Toimiala Onlinen koko sisältö samalla sivulla nykyisen valikon lisäksi.

Toiseksi eniten ongelmia tuotti metatiedon epäselkeys (21,7 %). Ratkaisuna voisi toimia jo aikaisemmin suunniteltu uudistus, jossa metatieto kerättäisiin yhteen paikkaan yhdeksi kokonaisuudeksi sen lisäksi, että se on jokaisen aineiston yhteydessä. Myös vastaajat pitivät mahdollista uudistusta melko hyödyllisenä (ka.8,26).

Vastaajista 9,8 prosenttia piti kirjautumista hankalimpana. Kirjautumiseen tehtiin muutoksia ja sitä selkeytettiin hiljattain, tämän kyselyn toteuttamisen jälkeen. Nykyään käyttäjä pystyy näkemään oman tunnuksensa, jolla hän on kirjautunut sekä kirjautumaan erikseen ulos palvelusta "logout"-painikkeen avulla.

Positiivista oli se, että 26,8 prosenttia vastasi Toimiala Onlinen käytön sujuvan ongelmitta. Tulosta voidaan pitää hyvänä, vaikka ongelmakohtiin tulisikin kiinnittää huomiota myös jatkossa.

8.2 Uudistukset

Uudistuksista hyödyllisimmäksi koettiin aineistoiden vapaa saatavuus (ka.9,08). Myös maksullista aineistoa hyödyntävät käyttäjät pitivät uudistusta hyödyllisenä. Tulos tukee olettamusta, että tulevaisuudessa kannattaa panostaa yhä enemmän aineistojen vapaaseen saatavuuteen.

Myös suurin osa muista uudistuksista koettiin tarpeellisiksi. Näihin lukeutuvat ohjeet PDF-muodossa (ka.8,46), luokitusten pikavalikot (ka.8,27), kuvakannan kuvien selauskuvatoiminto (ka.8,10) sekä uutiskirje (ka.7,99). Erityisesti ulkoiset asiakkaat kokivat uutiskirjeen hyödylliseksi. Jatkossa tulisi pyrkiä siihen, että tieto kulki tehokkaasti myös heille.

Vähiten hyödylliseksi koettiin kieliversiot (englanti ka.7,70 ja ruotsi ka.6,82). Jotta niiden käyttö kasvaisi, Toimiala Onlinen kansainvälistä tunnettuutta tulisi parantaa sekä kartoittaa palvelun kysyntää Suomen lisäksi esimerkiksi muissa Pohjoismaissa. Toki kansainvälisempään toimintaympäristöön siirtyminen vaatii valtavasti resursseja, ja koko tietopalvelun sisältöä tulisi muokata kohderyhmälle sopivaksi. Jotta laajentaminen olisi mahdollista, sopivien yhteistyökumppaneiden hankkiminen olisi lähes välttämätöntä. Ensin tulisi kuitenkin keskittyä tietoisuuden kasvatamiseen kotimaan markkinoilla ja tietojärjestelmä toimivuuteen. Tämän jälkeen katse voidaan siirtää kauemmas.

Mahdollisista lisäuudistuksista kaikista hyödyllisimmiksi koettiin linkitykset Tilastokeskuksen Statfin tietokantaan (ka.8,65), linkitykset tutkimuksiin (ka.8,41) sekä karttagrafiikka (ka.8,39). Jos linkitykset päätetään ottaa käyttöön, tulisi huolehtia siitä, että ne pysyvät ajan tasalla. Myös karttagrafiikan käyttöönotto tulisi suunnitella huolellisesti etukäteen, jotta sitä päästäisiin heti hyödyntämään mahdollisimman tehokkaasti. Tämän jälkeen käyttöä jatkettaisiin todennäköisesti tulevaisuudessakin aktiivisesti.

8.3 Koulutus

Tulosten valossa voidaan todeta, että koulutusta tulisi lisätä entisestään. Tällä hetkellä koulutuksen määrä koettiin yleisesti tyydyttävää paremmaksi, mutta se ei vielä kuitenkaan saavuttanut hyvää tasoa. Toisaalta erillisen koulutuksen tarvetta ei koettu aivan välttämättömäksi ja perustoiminnot koettiin yleisesti melko helpoiksi. Lähiyhteisön tarjoamaa koulutusta ja tukea tulisi myös lisätä. Näin erilliseen koulutukseen ei tarvitsisi välttämättä käyttää niin paljon resursseja, mutta voitaisiin taata se, että apua on tarjolla tarvittaessa.

Haastatteluissa tuotiin esiin, että olisi toivottavaa järjestää koulutuksia esimerkiksi ELY-keskuksittain, jotta työntekijöiden ei tarvitsisi matkustaa pääkaupunkiseudulle asti. On totta, että menemällä itse potentiaalisten käyttäjien luokse tavoitettaisiin enemmän kuulijoita. Tällä hetkellä suunnitelmissa onkin, että Toimiala Onlinea mennään esittelemään suurimmille paikkakunnille. Jatkossa myös varsinaista koulutusta voisi järjestää samaan tapaan. Olisi hyvä, jos myös lähialueiden organisaatioista saataisiin paikalle mahdollisimman paljon ihmisiä. Joku heistä voisi pitää koulutustilaisuuden omassa organisaatiossaan jälkikäteen, jos kaikkia ei tavoiteta.

Ideaalitilanne olisi, jos jokaisessa työympäristössä olisi ainakin yksi vastuuhenkilö, jonka puoleen voisi kääntyä Toimiala Onlineen liittyvissä asioissa. Haastatteluissa nousi esiin, että yhden työntekijän toimiminen perehdyttäjänä saattaa olla liian sitovaa. Ratkaisuna voisi toimia vastuunjako useamman henkilön kesken. He voisivat vuorotella koulutuksissa käynnissä ja muiden henkilöiden perehdyttämisessä. Mikäli vastuuhenkilöt tai muut työntekijät eivät itse pääse paikalle tulisi huolehtia, että heidän tietonsa päivitetettäisiin välittömästi varsinaisen koulutustilaisuuden jälkeen.

Jotta koulutustilaisuuksiin saataisiin houkuteltua paljon ihmisiä, niiden yhteydessä voitaisiin käsitellä myös muita tärkeitä ajankohtaisia asioita tai tarjota lisäksi rennompaa ohjelmaa. Tilaisuuden voisi järjestää esimerkiksi Tallinnan-risteilyllä ruokailuineen tai muun kiinnostavan tapahtuman puitteissa.

Myös sähköisiä käyttöohjeita pidettiin hyvänä lisänä varsinaisen koulutuksen rinnalla. PDF-ohjeiden hyödyllisyydelle kyselystä saatiin arvosana 8,46, minkä lisäksi niiden tarpeellisuus nousi esiin haastateltavien kanssa käydyissä keskusteluissa.

8.4 Viestintä

Toimiala Onlineen yksi suurimmista haasteista on se, ettei sitä tunneta tarpeeksi hyvin potentiaalisten käyttäjien keskuudessa. Kuitenkin kiinnostusta löytyy, ja siihen tulisi osata tarttua. Toimiala Onlinesta tulisi tiedottaa aktiivisemmin sekä nykyisille että potentiaalisille uusille käyttäjille. Lisäksi Toimiala Onlineen ominaisuuksia tulisi tuoda selkeämmin esille. palvelun yksi hyödyllisimmistä ominaisuuksista on kuvakanta, ja kuten jo aikaisemmin tuli esiin jopa 40 prosenttia kyselyyn

vastanneista käyttäjistä ei ollut tutustunut siihen lainkaan. Välttämättä edes kaikki Toimiala Onlinen pidempiaikaisemmatkaan käyttäjät eivät ole perehtyneet sen tarjoamiin mahdollisuuksiin.

Jotta tiedotuksessa päästäisiin alkuun ja myös kuvakannan käyttöä saataisiin lisättyä, olisi hyvä, että koulutusta ja tiedotusta järjestettäisiin esimerkiksi seminaarien yhteydessä entistä enemmän. Erityisesti haastatteluissa nousi esiin, että alueellisia esittelytilaisuuksia kaivataan ja niiden kautta tavoitettaisiin enemmän ihmisiä kuin esimerkiksi vain pääkaupunkiseudulle keskittyvissä tapahtumissa. Myös kyselytutkimuksen tulokset tukivat alueellisten esittelytilaisuuksien tarpeellisuutta – jopa 39,5 prosenttia vastaajista piti niitä hyvänä keinona kasvattaa tunnettua.

Kuvakannasta ja jatkossa myös sen kaltaisista uusista toiminnoista voitaisiin liittää Toimiala Onlinen etusivuille Dreambroker-ohjevideon tyyppinen tietoisuus, jossa tuodaan esiin toiminnon käyttöominaisuuksia ja hyötyjä. Video voisi olla liitteenä myös uutiskirjeessä, jotta mahdollisimman monet tutustuisivat siihen. Näin saataisiin helposti lisättyä näkyvyyttä.

Uutiskirjeeseen tulisi panostaa entistä enemmän, jotta tieto välittyisi käyttäjille ja he pysyisivät ajan tasalla Toimiala Onlinea koskevista asioista. Tuloksista kävi ilmi, että ESR-hanke ei ollut kovin tuttu suurimmalle osalle vastaajista; 65,3 prosenttia ei ollut koskaan kuullut siitä. Hankkeista ja niiden etenemisestä voisi tiedottaa uutiskirjeen yhteydessä. Myös yritysten ja organisaatioiden Intranettiä ja omia sivuja voitaisiin käyttää hyödyksi.

8.4.1 Brändin vahvistaminen

Jotta Toimiala Onlinen tunnettuuden parantaminen onnistuisi, tulisi ihmisten tietoisuutta palvelusta kasvattaa niin, että jatkossa he yhdistäisivät brändin ja tuotteen vaivattomasti toisiinsa. Haasteena on, että vähemmän Toimialapalveluun perehtyneet saattavat sekoittaa Toimiala Onlinen helposti muihin palveluihin ja julkaisuihin, kuten toimialaraportteihin. Käytännössä palvelut ovat kuitenkin erillisiä. Etenkin markkinoinnin kohdistaminen eri kohderyhmille sujuisi luontevammin, jos ero olisi selkeämpi.

Toimiala Onlinella on tällä hetkellä toimiva logo. Ongelmaksi saattaa kuitenkin muodostua, ettei se erotu tarpeeksi esimerkiksi Toimialaraporttien logosta, joka on käytännössä samanlainen, mutta erivärinen. Palvelut ja julkaisut voidaan toki käsitellä rinnakkaisiksi ja samaan tuotepereheeseen kuuluviksi, mutta se ei esimerkiksi estä, että jopa logoja voidaan haluttaessa muokata radikaalistikin toisistaan poikkeaviksi. Toisaalta sekään ei välttämättä ole tarpeen, jos nettisivuja saadaan hiottua vieläkin selkeämmiksi, jotta käyttäjälle ei jää varaa sekaannukseen.

8.4.2 Digitaalinen markkinointi

Toimiala Onlinen käyttäjistä jopa 63,8 prosenttia ilmoitti kuuluvansa ulkoisiin asiakaisiin. Kuten jo aikaisemmin tuli esiin, suurimmat käyttäjäryhmät ovat konsulttiyritykset, oppilaitokset ja opiskelijat sekä yritykset. Voidaan myös olettaa, että tulevaisuudessa suuri osa potentiaalisista uusista asiakkaista on näistä ryhmistä. Jotta asiakashankinta onnistuisi, tulisi markkinointiin panostaa entistä enemmän.

Verkkomainonta on kasvanut huikeasti viime vuosina. Koska Toimiala Online on Internet-pohjainen palvelu, voisi digitaalinen markkinointi toimia ensi alkuun paremmin kuin mainonta esimerkiksi printtamediassa. Myös 40 prosenttia vastaajista piti hyvänä markkinointikanavana muita Internet-palveluita, kuten Yritys-Suomea.

Vaikka digitaalinen markkinointi on paljon enemmän, on banner-mainonta yksin tunnettu muoto. Bannereiden eli erikokoisten kuvallisten mainospainikkeiden avulla voidaan houkutellessa käyttäjä suoraan Toimiala Onlinen sivuille tai kasvattaa sen tunnettuutta ja näkyvyyttä. Yksi banner-mainonnan eduista on, että pelkkien klikkausmäärien lisäksi, voidaan selvittää myös, miten mainokselle altistuneet ovat käyttäytyneet mainostajan sivuilla. Banner-mainontaa voitaisiin käyttää perinteisten linkitysten tukena. Esimerkiksi lehtien Internet-sivuilla mainospainikkeet voisivat saada paremmin näkyvyyttä, kun taas yhteistyökumppaneiden sivuilla yksinkertaisempi linkitys voi toimia.

Sosiaalisen median hyödyntäminen markkinoinnin kanavana on verkkomainonnan lailla kasvanut räjähdysmäisesti. Vaikka sosiaalinen media tarjoaakin monia mahdollisuuksia, tulee kuitenkin harkita tarkkaan, ovatko valmiudet riittävät Toimiala Onlinen viemiseksi sinne. Ensiksi tulisi laatia hyvä sosiaalisen median strategia ja selvittää, tavoitetaanko kohderyhmään kuuluvat ylipäättään tehokkaasti tätä kautta.

Jotta suunnitelmat voidaan toteuttaa, olisi hyvä, että tätä varten valittaisiin vastuhenkilö, joka pystyisi sitoutumaan pitkäjänteisesti projektiin ja jolla olisi vankka kokemus eri kanavista, kuten esimerkiksi Facebookista, Twitteristä ja LinkedInistä. Ei riitä, että Toimiala Online ainoastaan viedään sosiaalisen median pelikentälle, vaan jonkun täytyy huolehtia näkyvyydestä jatkossakin. Vaikka tähän liittyy paljon haasteita, voi sosiaalisen median hyödyntäminen olla hyvä ja nopea keino kohderyhmän kanssa kommunikointiin, brändin kehittämiseen sekä sidosryhmä- ja asiakassuhteiden vahvistamiseen.

Crowdsourcing eli joukkoistaminen on sosiaalisen median mahdollistama tuotanto- ja ongelmanratkaisu malli, jossa käytetään hyödyksi yhteisön osaamista ja tietotaitoa. Loppukädessä päättävältä toteutettavista ehdotuksista ja toimenpiteistä on toimeksiantajalla. Myös Toimiala Onlinen kohdalla voitaisiin tulevaisuudessa hyödyntää joukkoistamista esimerkiksi markkinointiin tai tuotekehitykseen liittyvissä pulmissa. Yksinkertaisimmillaan joukkoistaminen voidaan järjestää esimerkiksi ideakilpailuna tai äänestyksenä Internetissä, mutta sen avulla voidaan löytää ratkaisu jopa vaativiin teknologisiin ongelmiin. Myöskään perinteisesti

organisaation sisällä suoritettun tehtävän ulkoistaminen ei ole tavatonta. Hyvänä esimerkkinä on Internetissä toimiva InnoCentive-palvelu, joka tuo yhteen tuhansia päteviä ongelmanratkaisijoita ja yrityksiä.

Haastatteluiden yhteydessä nousi esiin se, että valmiiksi analysoidulle tiedolle saattaisi olla tulevaisuudessa kysyntää. Tiedon analysointi veisi kuitenkin paljon aikaa, joten ratkaisuna voisi toimia myös esimerkiksi blogi, jossa käsiteltäisiin tarkemmin ajankohtaisia trendejä tai foorumi, jossa käyttäjät voisivat esittää kysymyksiä ja keskustella keskenään aineistoihin liittyvistä asioista. Voisihan apuna käyttää myös aikaisemmin esiteltyä joukkoistamistakin, mikäli käyttäjien keskuudesta löytyy innokkaita vapaaehtoisia analysoimaan tietoa ja jakamaan sitä muille.

8.4.3 Yhteistyö oppilaitosten kanssa

Toimialapalvelu voisi hyödyntää korkeakouluopiskelijoita Toimiala Onlinen markkinoinnin apuna ja esimerkiksi markkinointikampanjoiden tai brändiin liittyvien toimenpiteiden suunnittelussa. Yliopistoissa ja ammattikorkeakouluissa tehdään paljon case-ryhmätöitä, joissa oppilaiden tehtävänä on löytää yhteistyökumppanille sopiva ratkaisu tehtävänannon mukaan ja kurssin aihepiiriin liittyen. Tämän päivän opiskelijoilla on käytössään paljon ajantasaista tietoa etenkin pääaineestaan sekä erinomaisia työkaluja. Parhaassa tapauksessa yhteistyöstä jää käteen paljon innovatiivisia toteuttamiskelpoisia ideoita, joita ei ole tullut aikaisemmin mieleen talon sisällä. Yhteistyön myötä kurssin oppilaat tutustuisivat automaattisesti samalla itse palveluun – tunnettuus kasvaisi myös tätä kautta.

Toimiala Onlinea kannattaisi muutenkin markkinoida enemmän oppilaitoksille, sillä sille löytyisi luultavasti käyttöä opiskelijoiden keskuudessa. On myös hyvä muistaa, että tämän päivän opiskelijat siirtyvät pian työelämään ja Toimiala Onlinen käyttö saattaa viimeistään silloin olla ajankohtaista. Jos heillä olisi mahdollisuus perehtyä palveluun jo opiskeluaikoina, he voisivat saada siitä enemmän irti myös tulevaisuudessa.

8.4.4 Printtimainonta

Printtimainonnalla voidaan saavuttaa helposti näkyvyyttä. Kyselyyn vastanneista 23,7 prosenttia piti perinteisempiä keinoja, kuten lehtimainontaa tehokkaana tunnettuuden lisäämiseksi. Toimiala Onlinen mainostaminen voitaisiin aloittaa haastattelussakin mainitun pk-yrityksille suunnatun Oiva-lehden kaltaisten julkaisujen kautta. Levikiltään pienempien lehtien avulla voidaan saavuttaa tarkemmin rajattu kohderyhmä ja testata samalla printtimainonnan toimivuutta suhteellisen alhaisilla kustannuksilla. Jos kaikki toimii suunnitelmien mukaan, voidaan myöhemmin harkita mainostilan ostamista suuremmista lehdistä, kuten esimerkiksi Kauppalehdestä ja Talouselämästä.

8.4.5 Tapahtumat ja messut

Toimiala Onlinea voitaisiin mainostaa esimerkiksi erilaisissa kohderyhmälle suunnatuissa tapahtumissa, kuten yrittäjien ja asiantuntijoiden messuilla. Tapahtumissa potentiaaliset asiakkaat voitaisiin kohdata henkilökohtaisesti. Toisaalta tapahtumiin osallistuminen saattaa vaatia paljon aikaa ja panostusta, mutta jos esimerkiksi Toimiala Onlinen esitteille saataisiin tätä kautta jakelukanava, yhteistyötä eri tapahtumajärjestäjien kanssa voitaisiin harkita.

Mahdollisuuksien mukaan tapahtumissa voitaisiin järjestää myös käyttökoulutusta ja sisällyttää Toimiala Online osaksi jopa virallista ohjelmaa. Usein messu- ja tapahtumavierailloilla on mahdollisuus valita erilaisten seminaarien ja luentojen joukosta heidän kannaltaan kiinnostavimmat. Olisi hyvä, jos halukkaille annettaisiin mahdollisuus saada kattavaa tietoa palvelusta ja sen ominaisuuksista.

Toimiala Onlinen esille tuominen tapahtumissa voitaisiin toteuttaa helposti myös perinteisemmällä tavalla pystyttämällä ständi, jonka yhteydessä olisi mahdollisuus kertoa palvelusta ja jakaa esitteitä. Asiantuntijoille suunnattujen tapahtumien rinnalla voitaisiin palvelua markkinoida myös oppilaitoksille suunnatuissa tapahtumissa sekä Tervetuloa valtionhallintoon! -päivillä, jotka järjestetään vuosittain Helsingissä uusille harjoittelijoille.

8.5 Tulevaisuuden näkymät

Toimiala Onlinen tulevaisuuden näkymiä pohdittiin haastatteluiden yhteydessä. Vastausten valossa, voidaan todeta toimialatiedolla olevan mitä todennäköisimmin tulevaisuudessakin paljon kysyntää. Tieto muuttuu entistä analysoidummaksi pelkien numeroiden ja kuvioiden sijaan. Myös aluekohtaisen, kansainvälisen ja vapaan tiedon saatavuutta tulisi edistää. Lisäksi olisi tärkeää, että ennakointia kyettäisiin tekemään pidemmälläkin aikavälillä.

Suurimmiksi haasteiksi nähtiin se, että resurssit saadaan riittämään kehityksen ja laadun takaamiseksi. Tähän tulee kiinnittää erityistä huomiota, sillä kilpailu kiristyy entisestään. Tiedon vapaa saatavuus on yleistymässä ja sama tieto, mitä Toimiala Onlinessa on nyt, saattaa tulevaisuudessa löytyä useammastakin paikasta. On yhä tärkeämpää löytää vahva kilpailuetu, jonka avulla erottaudutaan muista.

Nopeat muutokset taloudessa ja jatkuva teknologian kehittyminen aiheuttavat omat paineensa – tulisi pystyä toimimaan joustavasti ja mukautumaan nopeasti muutoksiin. Ennakoinnin merkitys kasvaa, ja erilaisiin tilanteisiin tulisi osata varautua entistä paremmin.

Tulevaisuudessa Toimiala Onlinen hyödynnettävyyttä ja laatua tulee kartoittaa säännöllisin väliajoin, jotta pystytään kehittämään palvelua entisestään. Tutkimus kannattaisi tehdä vähintään kahden vuoden välein laajemmassa mittakaavassa, sillä siinä ajassa monet asiat ehtivät jo muuttua. Suuntaa antavia kyselyitä olisi hyvä toteuttaa ainakin kerran vuodessa esimerkiksi Internet-kyselyllä.

9 Yhteenveto

TEM Toimialapalvelu on työ- ja elinkeinoministeriön asiantuntijatoiminto, joka kokoaa, analysoi ja välittää tietoa ensisijaisesti suomalaisen yritystoiminnan edistämiseksi. Toimiala Online tehtävänä on tarjota ajankohtaista tilastotietoa yrityksistä ja niiden liiketoimintaympäristöstä sekä ennusteita yritystoiminnan, talouden ja työllisyyden kehityksestä. Toimiala Online tarjoaa nykyään yhä runsaammin vapaasti saatavaa, ilmaista tietoa, mutta osa tilastoaineistosta on maksullista ja vain tunnusten sekä salasanojen haltijoiden hyödynnettävissä.

Tutkimuksen tausta

Tutkimus käynnistettiin kesäkuussa Internet-pohjaisena kyselytutkimuksena, joka lähetettiin Toimiala Online nykyisille sekä potentiaalisille uusille käyttäjille. Vastauksia saatiin yhteensä 246 kappaletta. Vastaajista 63,8 prosenttia oli ulkoisia asiakkaita ja 36,3 prosenttia sisäisiä asiakkaita. Kyselytutkimuksen tueksi tehtiin kolme puhelinhaastattelua. Haastateltavat työskentelivät ELY-keskuksessa, Uudenmaan liitossa sekä TE-toimistossa.

Toimiala Online rooli tiedonhaun välineenä

Vastaajista 17,1 prosenttia piti Toimiala Onlinea yhtenä keskeisenä tiedonhaun välineenä työssään. Tuloksen perusteella Toimiala Online sijoittui lähes keskivaiheille muihin vaihtoehtoihin tiedonhaun välineisiin verrattuna. Googlea, muita hakukoneita ja Internet-lähteitä hyödynnettiin kaikista eniten – jopa 46,97 prosenttia valitsi kyseisen vaihtoehdon yhdeksi tärkeimmistä.

Toimiala Onlinea käytettiin eniten toimialaympäristön analyysiin (48,24 %), esitelmiin, alustuksiin, katsauksiin sekä yleistiedon hankintaan (32,66 %) ja yritystoiminnan analyysiin ja kehittämiseen (32,66 %). Vastausten perusteella vähiten tilastojärjestelmää käytettiin muihin tehtäviin (2,01 %), päätöksentekoon (6,03 %) sekä opiskeluun ja siihen liittyviin töihin (7,04 %).

Toimiala Online laatu ja hyödynnettävyys

Toimiala Online koettiin laadukkaaksi ja myös sen hyödynnettävyys koettiin hyväksi. Molempien keskiarvoksi saatiin 8,23. Viimeisen kahden vuoden aikana tapahtunutta kehitystä arvioitiin yleisarvosanalla 8,09 – suurin osa vastaajista antoi kehitykselle arvosanan 8 tai 9. Yksikään vastaaja ei ollut sitä mieltä, ettei kehitystä olisi tapahtunut lainkaan.

Tietoaaineistot

Tutkimuksessa selvitettiin nykyisten sekä mahdollisten lisäaineistojen hyödyllisyyttä. Nykyisistä tietoaaineistoista hyödyllisimmiksi koettiin yritys- ja

toimipaikkatilastot (ka.8,36), ennusteet (ka.8,33) ja suhdanneindikaattorit (ka.8,28). Yksittäisistä tietoaaineistoihin tehdyistä lisäyksistä esille nousivat PK-yritysbarometrit (ka.8,26), Tilastokeskuksen tilinpäätösaineisto ja kokoluokittelu (ka.7,70) sekä Finnveran tilinpäätösaineisto (ka.7,60).

Mahdollisten lisäaineistojen vastaanotto oli hyvä. Toimialaryhmäkohtaiset barometritiedot saivat erinomaisen arvosanan (ka.8,72) ja myös kasvuyritystietoja pidettiin hyödyllisinä (ka.8,25). Yritysrahoituskyselylle annettiin yleisarvosana 7,78 ja yritystukitietokannalle 7,63.

Kuvakanta

Kuvakantaan oli tutustunut jollain tasolla yli puolet vastaajista. Heistä 5 prosenttia vastasi käyttäneensä toimintoa useasti ja 0,5 prosenttia ilmoitti olevansa pääkäyttäjä organisaatiossaan. Loput olivat käyttäneet kuvakantaa kerran tai pari (19 %) tai silmäilleet sivustoa (35 %). Tuloksista kävi ilmi, että 40 prosenttia vastaajista ei ollut tutustunut toimintoon vielä ollenkaan.

Kuvakannan hyödyllisimpinä ominaisuuksina pidettiin aluekuvakantaa (ka.7,87) sekä TEM-kuvakantaa (ka.7,72). Myös väitteestä ”kuvakantoja pitäisi luoda erityistarpeisiin” oltiin melko samaa mieltä (ka.7,56). Eniten vastaajien mielestä kehitettävää olisi kuvakannan ajantasaisuudessa (ka.6,84).

Käytön opittavuus

Toimiala Onlineen käyttö koettiin melko helpoksi, mutta kuitenkin toivottiin, että koulutusta lisättäisiin entisestään. Erityisesti alueellisia tilaisuuksia kaivattiin enemmän.

Toimiala Onlineen käytössä hankalimmaksi koettiin tiedon löydettävyyks (35,6 %). Lisäksi vastaajista 21,7 prosenttia piti metatiedon epäselkeyttä ongelmallisena ja 9,8 prosenttia koki palveluun kirjautumisessa vaikeuksia. Kuitenkin 26,8 prosenttia oli sitä mieltä, että käyttö sujuu ongelmitta.

Uudistukset

Viime aikoina toteutuneista uudistuksista aineistojen vapaata saatavuutta pidettiin ylivoimaisesti hyödyllisimpänä (ka.9,08). Myös muut uudistukset, joihin lukeutuvat ohjeet PDF-muodossa (ka.8,46), luokitusten pikavalikot (ka.8,27), kuvakannan kuvien selaustoiminto (ka.8,10) sekä uutiskirje (ka.7,99) saivat hyviä arvosanoja. Kie-liversiot pärjäsivät vertailussa heikoiten – englanninkielisen version saadessa arvosanan 7,70 ja ruotsinkielisen 6,82.

Kaavaillaista uudistuksista tärkeimpinä pidettiin linkityksiä Tilastokeskuksen Statfin tietokantaan (ka.8,65), linkityksiä tutkimuksiin (ka.8,41) sekä karttagra-fikkaa (ka.8,39). Metatiedon keräämistä yhteen paikkaan kokonaisuudeksi pidettiin myös hyvänä ideana (ka.8,26). Aikaisemmin mainittujen linkitysten lisäksi muutkin linkitykset saivat hyvän vastaanoton. Suunnitteilla on ollut linkitykset

ammattibarometriaineistoon (ka.8,14) sekä Findikaattoriin (ka.8,08). Ohjevideoille annettiin arvosana 7,39.

Tunnettuus ja suositeltavuus

Toimiala Online suosittelavuus on hyvällä tasolla, sillä jopa 92,3 prosenttia vastaajista suosittelee palvelua eteenpäin. Heistä 51,41 prosenttia vastasi jo suositelleensa palvelua esimerkiksi kollegoilleen tai asiakkaalle. Yksi syy, miksi osa vastaajista ei olisi valmis suosittelemaan palvelua, johtui siitä, etteivät he tunteneet sitä itsekään tarpeeksi hyvin.

Tuloksista selvisi, että tunnettuudessa olisi vielä melkoisesti parantamisen varaa – sille annettiin yleisarvosana 6,59. Tunnettuuden parantamiseksi tulisi viestintään ja markkinointiin panostaa yhä enemmän. Jopa 40 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että mainonta muissa Internet-palveluissa voisi toimia hyvin. Myös alueellisia esittelytilaisuuksia pidettiin lähestulkoon yhtä kannattavina (39,5 %). Tämän lisäksi voitaisiin käyttää apuna järjestöjä (32,1 %), mainostaa esimerkiksi alan lehdistä (23,7 %), hyödyntää lähituen aktiivista tiedottamista ja neuvontaa (22,6 %) sekä sosiaalista mediaa (17,9 %). Markkinointia käsiteltiin tarkemmin johtopäätösten ja kehitysehdotusten yhteydessä.

ESR-hanke

Toimiala Online -tietopalvelun Yrittäjyyden ja työmarkkinoiden kehittämistä tukeva tietohuolto ja ennakointi -hanke vuosille 2011–2013 käynnistyi 1.1.2011. Vastaajista 65,3 prosenttia ei ollut kuullut hankkeesta aiemmin, 27,0 prosenttia oli tietoinen siitä, 5,0 prosenttia vastasi sen olevan jokseenkin tuttu ja 3,1 prosenttia oli ollut itse tekemisissä projektin kanssa.

Monet pitivät ESR-hankkeen tärkeimpänä tavoitteena vapaasti saatavien aineistoiden hankintaa ja jakelua (34,9 %). Myös järjestelmän tekniselle kehittämiselle sekä käytettävyyden parantamiselle annettiin painoarvoa (33,3 %). Tiedon analysointia ja tulkintaa (20,6 %) kaivattiin suhteellisen paljon ja tiedotuksen ja koulutuksen (9,5 %) lisäämistä jonkin verran.

Luettelo suosituksista

Suositus 1: Tulisi kartoittaa, mitkä aineistot ovat oleellisia ja mitä tulisi vielä lisätä palveluun. Päätökset tulisi muodostaa mahdollisimman kattavan pohdinnan tulokseksi ja eri näkökulmia tulisi vertailla keskenään.

Suositus 2: Aineistojen vapaaseen saatavuuteen tulisi panostaa myös tulevaisuudessa ja määrää lisätä mahdollisuuksien mukaan, jotta hyödynnettävyys saavuttaisi parhaan mahdollisen tason.

Suositus 3: Potentiaaliset käyttäjäryhmät tulisi kartoittaa tarkasti ja asiakashankintaa lisätä aktiivisella tiedottamisella ja markkinoinnilla. Erityisesti tiedonkulkuun ulkoisille asiakkaille tulisi kiinnittää huomiota.

Suositus 4: Maksavien asiakkaiden kokemaa hyötyä tulisi kasvattaa tai miettiä, olisiko mahdollista antaa kaikki aineistot vapaasti käytettäväksi.

Suositus 5: Käyttöaktiivisuuden kasvattamiseen tulisi pyrkiä. Sen edesauttamiseksi voitaisiin ottaa käyttöön Toimiala Online -mobiilisovellus, jolloin palveluun pääsisi paikasta ja ajasta riippumatta.

Suositus 6: Kuvakannan ajantasaisuuteen tulisi kiinnittää huomiota ja siitä tulisi tiedottaa aktiivisemmin sekä nykyisille että potentiaalisille käyttäjille. Kuvakannasta voitaisiin tehdä esimerkiksi Dreambroker-ohjevideon kaltainen tietoisuutta linkittää se Toimiala Onlinen etusivuille sekä uutiskirjeeseen.

Suositus 7: Kuvakantoja voitaisiin luoda eri tarpeisiin, esimerkiksi hankekohtaisesti, päätöksenteon tueksi.

Suositus 8: Toimiala Online -palvelun sivustoa tulisi selkeyttää entisestään, jotta tiedonhaku helpottuisi. Aineistoja voisi etsiä aakkosjärjestyksessä ensimmäisen kirjaimen mukaan tai antaa käyttäjälle mahdollisuus nähdä koko sisältö samalla sivulla päävalikon lisäksi.

Suositus 9: Koulutusta tulisi lisätä entisestään ja pyrkiä siihen, että lähiyhteisössä olisi tukea tarjolla tarvittaessa. Tilaisuuksia tulisi järjestää myös alueellisesti ja tehdä niistä mahdollisimman houkuttelevia.

Suositus 10: Toimiala Onlinen tunnettuutta tulisi kasvattaa, brändiä kehittää ja pyrkiä vahvistamaan siihen liittyviä mielikuvia kohderyhmien keskuudessa.

Suositus 11: Tunnettuuden lisäämiseksi tulisi aloittaa markkinointikampanja. Siinä voidaan hyödyntää monia kanavia, kuten Internetiä, alueellisia esittelytilaisuuksia, muita tapahtumia sekä printtimainontaa. Myös organisaatioiden omia Internet-sivuja ja lehtiä voidaan käyttää hyödyksi.

Suositus 12: Sen lisäksi, että palvelua esiteltäisiin oppilaitoksille aktiivisesti, voitaisiin yhteistyötä heidän kanssaan lisätä.

Suositus 13: Tietoa voitaisiin tuottaa entistä analysoidummassa muodossa. Liikelle voidaan lähteä esimerkiksi blogista, jossa käsitellään ajankohtaisia trendejä, tai perustaa käyttäjille keskustelupalsta, jossa he voivat kommunikoida keskenään aineistoihin liittyvistä asioista.

Liite 2

Kyselytutkimuksen tulokset

Valitkaa asiakkuusmuoto:

Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1. Sisäiset asiakkaat (TEM-konserniin, ministeriöön tai muihin yhteistyötahoihin kuuluvat organisaatiot)	89	36,18%					
2. Ulkoiset asiakkaat (yritykset, konsultit, oppilaitokset, järjestöt, yksityiset henkilöt ym.)	157	63,82%					
Yhteensä	246	100%					

Missä organisaatiossa työskentelette?

Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1. ELY-keskus	38	42,70%					
2. Finnvera	20	22,47%					
3. Maakuntaliitto	5	5,62%					
4. Ministeriö	4	4,49%					
5. ProAgria	0	0,00%					
6. Seutukuntayksiköt	3	3,37%					
7. TE-toimisto	8	8,99%					
8. Yritys-Suomi-palveluorganisaatio	4	4,49%					
9. Jokin muu, mikä?	7	7,87%					
Yhteensä	89	100%					

Valitkaa sopivin asiakastyyppi:

Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1. Yritys (toimintaansa aloitteleva)	7	4,46%					
2. Yritys (pidemmän aikaa toiminut)	29	18,47%					
3. Konsultti- tai muu yritysneuvontaorganisaatio	49	31,21%					
4. Oppilaitos tai opiskelija	38	24,20%					
5. Muu järjestö	15	9,55%					
6. Yksityinen henkilö	6	3,82%					
7. Jokin muu, mikä?	13	8,28%					
Yhteensä	157	100%					

Mikä on pääasiallinen tehtävänne organisaatiossa?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Johto- tai päättäjätehtävät	19	21,35%					
2.	Neuvontatehtävät	8	8,99%					
3.	Ennakointitehtävät	11	12,36%					
4.	Yritysten kehittämis- tai koulutustehtävät	5	5,62%					
5.	Projekti- tai asiantuntijatehtävät	17	19,10%					
6.	Rahoitukseen liittyvät tehtävät	23	25,84%					
7.	Jokin muu, mikä?	6	6,74%					
	Yhteensä	89	100%					

Mikä on tehtävänne organisaatiossa?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Omistaja, toimitusjohtaja tai muut johtotehtävät	43	28,48%					
2.	Asiantuntijatehtävät	56	37,09%					
3.	Tuotantovastaavan tehtävät	2	1,32%					
4.	Markkinointi- ja kehittämistehtävät	10	6,62%					
5.	Hallinnon tehtävät	8	5,30%					
6.	Tutkimustehtävät	3	1,99%					
7.	Opettajan tai kouluttajan tehtävät	17	11,26%					
8.	Opiskelijan tehtävät	10	6,62%					
9.	Jokin muu, mikä?	2	1,32%					
	Yhteensä	151	100%					

Mikä on keskeisin toimintatasonne tai yrityksenne markkina-alue?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Paikallinen	18	7,83%					
2.	Alueellinen	123	53,48%					
3.	Valtakunnallinen	66	28,70%					
4.	Kansainvälinen	23	10,00%					
	Yhteensä	230	100%					

Mikä on organisaationne henkilökunnan lukumäärä?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	1–5 henkilöä	37	16,16%					
2.	6–10 henkilöä	19	8,30%					
3.	11–50 henkilöä	45	19,65%					
4.	51–250 henkilöä	52	22,71%					
5.	yli 250 henkilöä	76	33,19%					
	Yhteensä	229	100%					

Mitkä ovat ensisijaiset työssänne käyttämät tiedonlähteet? Valitkaa 2–3 keskeisintä

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Lehdet ja muut painetut julkaisut	79	32,24%					
2.	TEM Toimialapalvelu: Toimiala Online	42	17,14%					
3.	TEM Toimialapalvelu: Toimiala-raportit	64	26,12%					
4.	TEM Toimialapalvelu: Toimialapäälliköiden rahoitusnäkykset	3	1,22%					
5.	TEM Toimialapalvelu: Alueelliset talousnäkykset	19	7,76%					
6.	Asiantuntijat ja muut neuvontapalvelut	44	17,96%					
7.	Tilastokeskuksen tilastot	63	25,71%					
8.	Työ- ja elinkeinoministeriön muut tietokannat	24	9,80%					
9.	Tutkimuslaitosten ja elinkein järjestöjen tietokannat	21	8,57%					
10.	Google, muut hakukoneet ja muut edellä mainitsemattomat Internet-lähteet	115	46,94%					
11.	Seminaarit ja messut	32	13,06%					
12.	Tutkimukset ja selvitykset	95	38,78%					
13.	Sosiaalinen media	14	5,71%					
14.	Oman organisaation tietolähteet	70	28,57%					
15.	Jokin muu, mikä?	13	5,31%					
	Yhteensä							

Kuinka hyvin olette tutustuneet Toimiala Onlineen?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	En lainkaan	45	18,29%					
2.	Olen silmäillyt sivustoa	23	9,35%					
3.	Olen hakenut joskus tietoa	85	34,55%					
4.	Olen perehtynyt joihinkin osa-alueisiin	60	24,39%					
5.	Tunnen palvelun hyvin	33	13,41%					
	Yhteensä	246	100%					

Valitkaa yksi seuraavista vaihtoehtoista:

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Minulla on käyttäjätunnukset, joilla pääsen hyödyntämään Toimiala Onlinen maksullista aineistoa.	90	45,45%					
2.	Käytän vain Toimiala Onlinen vapaasti saatavissa olevaa aineistoa.	108	54,55%					
	Yhteensä	198	100%					

Kuinka usein käytätte Toimiala Onlinea?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Päivittäin	0	0,00%					
2.	Viikoittain	18	8,96%					
3.	Pari kertaa kuussa	61	30,35%					
4.	Harvemmin	122	60,70%					
	Yhteensä	201	100%					

Kuinka pitkään arvioitte käyttäneenne Toimiala Onlinea (vastatkaa, vaikka olisittekin käyttäneet vain harvoin)?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	alle vuoden	37	18,50%					
2.	1–3 vuotta	90	45,00%					
3.	4–5 vuotta	31	15,50%					
4.	yli 5 vuotta	42	21,00%					
	Yhteensä	200	100%					

Mihin tehtäviin käytätte Toimiala Onlinea? Valitkaa 1–3 keskeisintä

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Yritystoiminnan analyysi tai kehittäminen	65	32,66%					
2.	Työmarkkinoiden analyysi tai kehittäminen	25	12,56%					
3.	Esitelmien, alustusten ja kat- sausten valmistelu sekä yleis- tiedon hankinta	65	32,66%					
4.	Asiakasneuvonta ja konsul- tointi	40	20,10%					
5.	Päätöksenteko	12	6,03%					
6.	Hakemusten ja hankkeiden käsittely (esim. yritystuki- ja rahoituspäätökset)	31	15,58%					
7.	Koulutus- ja kehittämispalvelut	31	15,58%					
8.	Strategiatyö, yleinen suunnitte- lu ja toiminnanohjaus	48	24,12%					
9.	Toimialaympäristön analyysi sekä alueellinen tai toimiala- kohtainen seuranta	96	48,24%					
10.	Ennakointi	41	20,60%					
11.	Opiskelu ja siihen liittyvät työt	14	7,04%					
12.	En käytä Toimiala Onlinea	7	3,52%					
13.	Jokin muu, mikä?	4	2,01%					
	Yhteensä							

Arvioikaa seuraavia käytön opittavuuteen liittyviä väittämiä.

	Täysin eri mieltä (Arvo: 4)	5 (Arvo: 5)	6 (Arvo: 6)	7 (Arvo: 7)	8 (Arvo: 8)	9 (Arvo: 9)	Täysin samaa mieltä (Arvo: 10)	En osaa sanoa (Arvo: 0)	Yhteensä
Perustoiminnot ovat niin helppoja, ettei niihin tarvita erillistä ohjausta (avg: 8,23)									100 %
Käyttöohjeet ovat helposti saatavissa (avg: 7,81)									100 %
TEM:n Toimiala Onlineen liittyvä koulutustoiminta on ollut riittävää (avg: 7,38)									100 %
Erillinen koulutus Toimiala Onlineen käyttöön on tarpeellista (avg: 6,78)									100 %
Koen, että lähiyhteisössäni on tarjolla riittävästi käyttökoulutusta ja tukea (avg: 7,26)									100 %
Yhteensä	4 %	7 %	9 %	14 %	18 %	16 %	9 %	22 %	

Oletteko ottaneet yhteyttä Toimiala Onlineen etäneuvontaan avun saamiseksi?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Kyllä	15	7,58%					
2.	En	183	92,42%					
	Yhteensä	198	100%					

Arvioikaa seuraavia väittämiä Toimiala Onlineen hyödyllisyydestä ja käytettävyydestä.

	Täysin eri mieltä (Arvo: 4)	5 (Arvo: 5)	6 (Arvo: 6)	7 (Arvo: 7)	8 (Arvo: 8)	9 (Arvo: 9)	Täysin samaa mieltä (Arvo: 10)	En osaa sanoa (Arvo: 0)	Yhteensä
Koen, että Toimiala Online on hyödyllinen (avg: 8,54)									100 %
Etsimänsä tiedon löytää vaivattomasti (avg: 7,62)									100 %
Sivuston rakenne on selkeä ja looginen (avg: 7,48)									100 %
Hakutoiminto toimii hyvin (avg: 7,69)									100 %
Olen tyytyväinen tilastotaulukon ulkoasuun (avg: 7,76)									100 %
Kuviaita on helppo piirtää ja muokata (avg: 7,47)									100 %
Sivusto on visuaalisesti miellyttävä (avg: 7,24)									100 %
Yhteensä	2 %	4 %	10 %	18 %	27 %	20 %	6 %	14 %	

Mikä seuraavista tuottaa eniten hankaluuksia käyttäessänne Toimiala Onlinea?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Tiedon löydettävyyys	69	35,57%					
2.	Palveluun kirjautuminen	19	9,79%					
3.	Metatiedon selkeys (liitännäistiedot koskien tietoaineistoa)	42	21,65%					
4.	En koe mitään hankalaksi	52	26,80%					
5.	Jokin muu, mikä?	12	6,19%					
	Yhteensä	194	100%					

Arvioikaa Toimiala Online eri tietoaisteiden hyödyllisyyttä omalta kannaltanne (vapaa aineisto).

	Ei lainkaan hyödyllinen (Arvo: 4)	5 (Arvo: 5)	6 (Arvo: 6)	7 (Arvo: 7)	8 (Arvo: 8)	9 (Arvo: 9)	Erittäin hyö- dyllinen (Arvo: 10)	En osaa sanoa (Arvo: 0)	Yhteensä
Yritykset- ja toimipaikat (avg: 8,30)									100 %
Suhdanneindikaattorit (avg: 8,23)									100 %
Ennusteet (avg: 8,34)									100 %
Työmarkkinatilastot (avg: 7,76)									100 %
Tuotanto- ja taloustilastot (avg: 8,11)									100 %
Väestötilastot (avg: 7,12)									100 %
Koulutus- ja tutkimustilastot (avg: 7,46)									100 %
Julkisen rahoituksen tilastot (avg: 7,16)									100 %
Energiatilastot (avg: 6,75)									100 %
Muu aineisto (mm. ICT-tilastot) (avg: 6,88)									100 %
Ajankohtaista-osio (avg: 7,99)									100 %
Käyttötalastot (avg: 6,53)									100 %
Yhteensä	3 %	7 %	10 %	13 %	23 %	18 %	9 %	17 %	

Arvioikaa Toimiala Online eri tietoaisteiden hyödyllisyyttä omalta kannaltanne (maksullinen aineisto).

	Ei lainkaan hyödyllinen (Arvo: 4)	5 (Arvo: 5)	6 (Arvo: 6)	7 (Arvo: 7)	8 (Arvo: 8)	9 (Arvo: 9)	Erittäin hyödyllinen (Arvo: 10)	En osaa sanoa (Arvo: 0)	Yhteensä
Yritykset- ja toimipaikat (avg: 8,41)									100 %
Suhdanneindikaattorit (avg: 8,33)									100 %
Ennusteet (avg: 8,32)									100 %
Työmarkkinatilastot (avg: 7,70)									100 %
Tuotanto- ja taloustilastot (avg: 7,80)									100 %
Väestötilastot (avg: 7,12)									100 %
Koulutus- ja tutkimustilastot (avg: 7,18)									100 %
Maaseututilastot (avg: 6,36)									100 %
Julkisen rahoituksen tilastot (avg: 6,88)									100 %
Energiatilastot (avg: 6,24)									100 %
Muu aineisto (mm. ICT-tilastot, OSKE Osaamisklusterit, Yritystutkimustiedot, Tekesin innovaatio- ja tutkimustilastot) (avg: 6,97)									100 %
Ajankohtaista-osio (avg: 7,99)									100 %
Käyttötalastot (avg: 6,49)									100 %
Yhteensä	5 %	7 %	13 %	16 %	22 %	17 %	7 %	13 %	

Arvioi viimeisten kahden vuoden aikana tehtyjen tietoaineistolisäysten hyödyllisyyttä omalta kannaltanne (maksullinen aineisto).

	Ei lainkaan hyödyllinen (Arvo: 4)	5 (Arvo: 5)	6 (Arvo: 6)	7 (Arvo: 7)	8 (Arvo: 8)	9 (Arvo: 9)	Erittäin hyödyllinen (Arvo: 10)	En osaa sanoa (Arvo: 0)	Yhteensä
PK-yritysbarometrit (avg: 8,31)									100 %
Finnveran tilinpäätösaineisto (avg: 7,66)									100 %
Tilastokeskuksen tilinpäätösaineisto ja kokoluokittelu (avg: 7,68)									100 %
Työmarkkinat: Pendelointitiedot (avg: 7,42)									100 %
Eurostatin työllisyystilastot (avg: 6,51)									100 %
Työnvälitystilastot (avg: 6,78)									100 %
Työvoiman poistumatiedot (avg: 7,15)									100 %
VATT:n ennusteet (avg: 7,36)									100 %
Ulkomaankaupan alueelliset tuonti- ja vientitiedot (avg: 7,47)									100 %
Yhteensä	7 %	7 %	12 %	18 %	19 %	18 %	9 %	10 %	

Arvioi viimeisen kahden vuoden aikana tehtyjen tietoaineistolisäysten hyödyllisyyttä omalta kannaltanne. (vapaa aineisto)

	Ei lainkaan hyödyllinen (Arvo: 4)	5 (Arvo: 5)	6 (Arvo: 6)	7 (Arvo: 7)	8 (Arvo: 8)	9 (Arvo: 9)	Erittäin hyödyllinen (Arvo: 10)	En osaa sanoa (Arvo: 0)	Yhteensä
PK-yritysbarometrit (avg: 8,21)									100 %
Finnveran tilinpäätösaineisto (avg: 7,53)									100 %
Tilastokeskuksen tilinpäätösaineisto ja kokoluokittelu (avg: 7,72)									100 %
Eurostatin työllisyystilastot (avg: 6,99)									100 %
Työnvälitystilastot (avg: 6,99)									100 %
Työvoiman poistumatiedot (avg: 6,97)									100 %
VATT:n ennusteet (avg: 7,51)									100 %
Ulkomaankaupan alueelliset tuonti- ja vientitiedot (avg: 7,63)									100 %
Yhteensä	6 %	5 %	10 %	17 %	16 %	16 %	9 %	21 %	

Arvioi mahdollisten uusien lisäaineistojen hyödyllisyyttä omalta kannaltanne.

	Ei lainkaan hyödyllinen (Arvo: 4)	5 (Arvo: 5)	6 (Arvo: 6)	7 (Arvo: 7)	8 (Arvo: 8)	9 (Arvo: 9)	Erittäin hyödyllinen (Arvo: 10)	En osaa sanoa (Arvo: 0)	Yhteensä
Kasvuyritystiedot (avg: 8,25)									100 %
Yritysrahoituskysely (avg: 7,78)									100 %
Toimialaryhmäkohtaiset barometritiedot (avg: 8,72)									100 %
Yritystutkitietokanta (avg: 7,63)									100 %
(avg: 9,67)									100 %
Yhteensä	3 %	4 %	6 %	11 %	22 %	25 %	16 %	13 %	

Kuinka hyvin olette tutustuneet kuvakantatoimintoon?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	En lainkaan	80	40,40%					
2.	Olen silmäillyt	70	35,35%					
3.	Olen käyttänyt kuvakantaa kerran tai pari	37	18,69%					
4.	Olen käyttänyt kuvakantaa useasti	10	5,05%					
5.	Olen kuvakantapääkäyttäjää organisaatiossani	1	0,51%					
	Yhteensä	198	100%					

Arvioi seuraavia kuvakantaan liittyviä väittämiä.

	Täysin eri mieltä (Arvo: 4)	5 (Arvo: 5)	6 (Arvo: 6)	7 (Arvo: 7)	8 (Arvo: 8)	9 (Arvo: 9)	Täysin samaa mieltä (Arvo: 10)	En osaa sanoa (Arvo: 0)	Yhteensä
Koen, että keskitetty TEM KUVAKANTA on hyödyllinen (avg: 7,72)									100 %
Koen, että keskitetysti tarjottu ALUE-KUVAKANTA on hyödyllinen (avg: 7,87)									100 %
Kuvakanta nopeuttaa työtäni (avg: 7,16)									100 %
Kuvakannan sisältö on kattava (avg: 7,05)									100 %
Kuvakannasta löytää helposti haluumansa (avg: 6,90)									100 %
Käyttäjien pitää luoda ja ylläpitää omat kuvakantansa (avg: 6,90)									100 %
Kuvakanta on ajan tasalla (avg: 6,84)									100 %
Kuvat ovat visuaalisesti miellyttäviä (avg: 7,16)									100 %
Kuvakantoja pitäisi luoda erityistarpeisiin (esim. TUJO-prosessit, hankekohtaiset jne.) (avg: 7,56)									100 %
Yhteensä	3 %	4 %	9 %	18 %	15 %	11 %	2 %	37 %	

Arvioikaa Toimiala Onlineen äskettäin tehtyjen uudistusten hyödyllisyyttä yleisellä tasolla.

	Ei lainkaan hyödyllinen (Arvo: 4)	5 (Arvo: 5)	6 (Arvo: 6)	7 (Arvo: 7)	8 (Arvo: 8)	9 (Arvo: 9)	Erittäin hyödyllinen (Arvo: 10)	En osaa sanoa (Arvo: 0)	Yhteensä
Englanninkielinen versio (avg: 7,70)									100 %
Ruotsinkielinen versio (avg: 6,82)									100 %
Aineistojen vapaa saatavuus ilman tunnuksia (avg: 9,08)									100 %
Ohjeet PDF-muodossa (avg: 8,46)									100 %
Luokitusten pikavalikot (avg: 8,27)									100 %
Kuvakannan kuvien selaustointo (avg: 8,10)									100 %
Uutiskirje (avg: 7,99)									100 %
Yhteensä	4 %	2 %	5 %	10 %	16 %	18 %	17 %	28 %	

Arvioikaa mahdollisten tulevien uudistusten hyödyllisyyttä yleisellä tasolla.

	Ei lainkaan hyödyllinen (Arvo: 4)	5 (Arvo: 5)	6 (Arvo: 6)	7 (Arvo: 7)	8 (Arvo: 8)	9 (Arvo: 9)	Erittäin hyödyllinen (Arvo: 10)	En osaa sanoa (Arvo: 0)	Yhteensä
Karttagrafiikka (avg: 8,39)									100 %
Linkitykset suoraan Tilastokeskuksen Statfin tietokantaan (avg: 8,65)									100 %
Linkitykset Findikaattoriin (avg: 8,08)									100 %
Linkitykset ammattibarometriaineistoon (avg: 8,14)									100 %
Linkitykset tutkimuksiin tietoaaineistojen yhteydessä (avg: 8,41)									100 %
Metatiedon kerääminen yhteen paikkaan yhdeksi kokonaisuudeksi (sen lisäksi, että se on jokaisen aineiston kohdalla) (avg: 8,26)									100 %
Ohjevideot (avg: 7,39)									100 %
Yhteensä	3 %	3 %	5 %	11 %	21 %	22 %	17 %	19 %	

Minkä arvosanan (4–10) antaisitte Toimiala Onlineen laadulle ja hyödynnettävyydelle?

	Todella huono (Arvo: 4)	5 (Arvo: 5)	6 (Arvo: 6)	7 (Arvo: 7)	8 (Arvo: 8)	9 (Arvo: 9)	Erinomainen (Arvo: 10)	En osaa sanoa (Arvo: 0)	Yhteensä
Laatu (avg: 8,23)									100 %
Hyödynnettävyys (avg: 8,23)									100 %
Yhteensä	0 %	2 %	4 %	10 %	40 %	31 %	8 %	4 %	

Kuinka paljon Toimiala Online on mielestänne kehittynyt viimeisen kahden vuoden aikana?
(4=EI lainkaan...10=Todella paljon)

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	4	0	0,00%					
2.	5	5	2,58%					
3.	6	5	2,58%					
4.	7	13	6,70%					
5.	8	61	31,44%					
6.	9	41	21,13%					
7.	10	4	2,06%					
8.	En osaa sanoa	65	33,51%					
	Yhteensä	194	100%					

Koetteko saavanne lisäarvoa Toimiala Online maksullisesta aineistosta ja käyttöominaisuuksista
(mm. kuvakanta)?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Kyllä	54	62,07%					
2.	En, miksi?	33	37,93%					
	Yhteensä	87	100%					

Mikä maksullinen aineisto tuottaa eniten lisäarvoa omalta kannaltanne?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Maakuntakohtaiset liiketoiminnan kuukausikuvaajat	20	40,00%					
2.	Suurimmat työnantajat ELY-keskuksittain/seutukunnittain	5	10,00%					
3.	Yritystoiminnan keskittymistilastot	8	16,00%					
4.	Toimipaikat maaseututyypeittäin	2	4,00%					
5.	Pendelöintitiedot	2	4,00%					
6.	Ikärakenne- ja yrittäjätiedot seutukunnittain	6	12,00%					
7.	Työvoimatutkimus ja työssäkäyntitilastot	4	8,00%					
8.	Jokin muu, mikä?	3	6,00%					
	Yhteensä	50	100%					

Arvioikaa Toimiala Onlineen tunnettuutta asteikolla 4–10. (4=Todella huono...10=Erinomainen)

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	4	4	2,07%					
2.	5	28	14,51%					
3.	6	60	31,09%					
4.	7	64	33,16%					
5.	8	27	13,99%					
6.	9	9	4,66%					
7.	10	1	0,52%					
	Yhteensä	193	100%					

Miten tunnettuutta voisi mielestänne kehittää? Valitkaa 1–2 keskeisintä

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Lähtien aktiivisella tiedottamisella ja neuvonnalla	43	22,63%					
2.	Alueellisilla esittelytilaisuuksilla	75	39,47%					
3.	Lehtimainonnalla (esim. Kaupalehti ja Talouselämä)	45	23,68%					
4.	Mainonnalla muissa Internet-palveluissa (esim. Yritys-Suomi)	76	40,00%					
5.	Hyödyntämällä eri järjestöjä tiedottamisen apuna	61	32,11%					
6.	Hyödyntämällä sosiaalista mediaa (esim. Facebook ja Twitter)	34	17,89%					
7.	Muulla keinolla, millä?	9	4,74%					
	Yhteensä							

Suosittelisitteko Toimiala Onlinea muille?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Kyllä	179	92,27%					
2.	En, miksi?	15	7,73%					
	Yhteensä	194	100%					

Oletteko jo suositelleet Toimiala Onlinea muille?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	En	86	48,59%					
2.	Kyllä, kenelle ja missä tilanteessa?	91	51,41%					
	Yhteensä	177	100%					

Kuinka tietoinen olette Toimiala Onlineen 1.1.2011 käynnistyneestä ESR-hankkeesta?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	En ole koskaan kuullutkaan ESR-hankkeesta	128	65,31%					
2.	Olen tietoinen ESR-hankkeesta, mutta en tunne sitä hyvin	53	27,04%					
3.	ESR-hanke on minulle joksinkin tuttu	9	4,59%					
4.	Olen ollut tekemisissä ESR-hankkeen kanssa	6	3,06%					
Yhteensä		196	100%					

Minkä tulisi mielestänne olla ESR-hankkeen tärkein tavoite?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Järjestelmän tekninen kehittäminen ja käytettävyyden parantaminen	21	33,33%					
2.	Vapaasti saatavien aineistojen hankinta ja jakelu	22	34,92%					
3.	Tiedotus ja koulutus	6	9,52%					
4.	Tiedon analysointi ja tulkinta	13	20,63%					
5.	Jokin muu, mikä?	1	1,59%					
Yhteensä		63	100%					

Oletteko kiinnostuneita Toimiala Onlinesta ja haluaisitteko saada siitä lisätietoa?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Kyllä	38	84,44%					
2.	En, miksi?	7	15,56%					
Yhteensä		45	100%					

Haluaisitteko saada Toimiala Onlineen sähköisen uutiskirjeen?

	Vastaus	Lukumäärä	Prosentti	20%	40%	60%	80%	100%
1.	Kyllä	25	67,57%					
2.	En	12	32,43%					
Yhteensä		37	100%					

Haastattelurunko

Kehitys

1. Mitä mieltä olet siitä, että osa aineistosta on tullut vapaasti saatavaksi? Onko sillä ollut vaikutuksia omalla kohdallasi? Millaisia?
2. Minkä tulisi mielestäsi olla Toimiala Onlineen tärkein kehittämisen painopiste?
3. Onko tilastokeskuksen Statfin-palvelussa sellaisia tilastoja, jotka pitäisi olla myös Toimiala Onlineessa?

Koulutus

4. Miten Toimiala Onlineen liittyvä koulutus tulisi mielestäsi järjestää?
5. Mitä mieltä olet tavoitteesta, jossa tulevaisuudessa jokaisessa yksikössä olisi Toimiala Onlineen käyttöön koulutettu henkilö (yksi työntekijöistä), jonka puoleen voisi kääntyä ongelmien ilmaantuessa?

Tunnettuus

6. Miten Toimiala Online saisi parhaiten näkyvyyttä omassa toimintaympäristössään, jos sitä ei vielä tunnettaisi entuudestaan?
7. Miten tämän hetkistä näkyvyyttä voitaisiin lisätä entisestään?

Tulevaisuus

8. Mihin suuntaan Toimiala Onlineen kaltainen tietopalvelutoiminta on mielestäsi menossa?
9. Mitkä ovat mielestäsi suurimpia tulevaisuuden haasteita Toimiala Onlineen kannalta? Miten Toimiala Onlineen tulisi mielestäsi vastata haasteisiin?
10. Kuinka hyödylliseksi kokisit mahdollisuuden Toimiala Onlineen käyttöön älypuhelimessa/kännykässä (mobiiliapplikaatio tms)?

Tekijät Författare Authors		Julkaisuaika Publiceringstid Date			
Tuuli Mikonaho		December 2012			
		Toimeksiantaja(t) Uppdragsgivare Commissioned by			
		Työ- ja elinkeinoministeriö Arbets- och näringsministeriet Ministry of Employment and the Economy			
		Toimielimen asettamispäivä Organets tillsättningsdatum Date of appointment			
Julkaisun nimi Titel Title					
Undersökning av informationstjänsten Toimiala Onlines kvalitet och användbarhet 2012					
Tiivistelmä Referat Abstract					
Syftet med denna undersökning var att studera hur användbart informationsmaterialet och bildbasen på Toimiala Online är och hur datasystemet fungerar. Dessutom kartlades intresset för tjänsten och de potentiella utvecklingsbehoven. Avsikten med undersökningen var att främja utvecklingen av Toimiala Online i en mer kundorienterad riktning och erbjuda utvecklingsförslag för de aktuella utmaningar som tjänsten ställs inför. Resultaten visar att Toimiala Onlines kvalitet och användbarhet är på en god nivå. Användarna har också varit nöjda med den utveckling som skett under de senaste två åren. I och med att materialet har blivit fritt är största delen av Toimiala Onlines användare externa kunder och det fritt tillgängliga materialets användbarhet är mycket bra, medeltal 9,1. Allmänt taget är över 92 % av svararna redo att rekommendera informationstjänsten och kvalitetsnivån har höjts till en god nivå, medeltal 8,2. Kännedomen om informationstjänsten är fortfarande svag. För att nya kunder ska nås bör man fästa uppmärksamhet vid att kommunikationen och utbildningen utökas. Dessutom bör man sträva efter att öka de nuvarande användarnas användningsaktivitet. Med stöd av undersökningsresultaten har man försökt kartlägga i vilken riktning informationstjänster av typ Toimiala Online i fortsättningen kommer att gå. I första hand bör den fritt tillgängliga informationen utökas. I utvecklingsförslagen har också framtidsutsikterna beaktats, och en del av förslagen är i själva verket möjliga att genomföra först under en längre period. Kontaktperson vid ANM: Avdelningen för kunskapshantering/Branschtjänst/Esa Tikkanen, e-post: esa.tikkanen@tem.fi, tfn 050 040 5459					
Asiasanat Nyckelord Key words					
Toimiala Online, Branschtjänst, kvalitet, användbarhet, bildbas, informationsmaterial					
ISSN		ISBN			
1797-3554		978-952-227-726-8			
Kokonaissivumäärä Sidoantal Pages		Kieli Språk Language		Hinta Pris Price	
72		Suomi, Finska, Finnish		18 €	
Julkaisija Utgivare Published by		Kustantaja Förläggare Sold by			
Työ- ja elinkeinoministeriö Arbets- och näringsministeriet Ministry of Employment and the Economy		Edita Publishing Oy / Ab / Ltd			

Tekijät Författare Authors		Julkaisuaika Publiceringstid Date	
Tuuli Mikonaho		December 2012	
		Toimeksiantaja(t) Uppdragsgivare Commissioned by	
		Työ- ja elinkeinoministeriö Arbets- och näringsministeriet Ministry of Employment and the Economy	
		Toimielimen asettamispäivä Organets tillsättningsdatum Date of appointment	
Julkaisun nimi Titel Title			
Quality and usability survey of the Sector Online information service 2012			
Tiivistelmä Referat Abstract			
The purpose of this survey was to examine the usability of the data material and image database of the Sector Online service, and the functionality of the data system. In addition, interest in the service and any potential development needs were charted. The survey aims to further the development of the Sector Online service in a more customer-focused direction, while providing development proposals to meet the topical challenges posed to the service. The results indicate that the quality and usability of the service are good. Development in the last two years has been met with satisfaction. Since materials have become freely available, most Sector Online users have been external customers and the usability of freely available materials is extremely good, at 9.1 on average. In general, more than 92 per cent of respondents are prepared to recommend the service, and the quality standard has risen to a good level, 8.2 on average. The information service is still not widely known. In order to reach new customers, attention should be paid to communications and the enhancement of training. In addition, current users should be encouraged to use the service more actively. Research results have been used as a basis for charting the future direction of information services like Sector Online. In the first instance, more information should be made freely available. Development proposals also strive to take account of future prospects and some proposals can only be implemented in the long term.			
Contact person at the Ministry of Employment and the Economy: Knowledge Management Department/Business Sector Services/Esa Tikkanen, e-mail: esa.tikkanen(at)tem.fi, Tel. +358 50 040 5459			
Asiasanat Nyckelord Key words			
Toimiala Online, Sector Online, Business sector service, quality, usability, image database, information material			
ISSN		ISBN	
1797-3554		978-952-227-726-8	
Kokonaissivumäärä Sidoantal Pages		Kieli Språk Language	Hinta Pris Price
72		Suomi, Finska, Finnish	18 €
Julkaisija Utgivare Published by		Kustantaja Förläggare Sold by	
Työ- ja elinkeinoministeriö Arbets- och näringsministeriet Ministry of Employment and the Economy		Edita Publishing Oy / Ab / Ltd	

Toimiala Online -tietopalvelun laatu- ja hyödynnettävyytystutkimus 2012

Tutkimuksessa on kartoitettu työ- ja elinkeinoministeriön Toimialapalvelun ylläpitämän Toimiala Online -tietopalvelun laatua ja hyödynnettävyyttä merkittävien käyttäjäryhmien näkökulmasta. Yhdeksi tarkastelun kohteeksi on otettu potentiaaliset uudet käyttäjäryhmät, joiden kiinnostusta palvelua kohtaan selvitetään.

Tutkimuksen tulokset perustuvat laajaan kyselytutkimukseen sekä haastatteluihin. Tulosten pohjalta voidaan todeta, että laatu ja hyödynnettävyys ovat säilyneet yleisesti hyvinä. Myös viimeisen kahden vuoden aikana tapahtuneeseen kehitykseen voidaan olla tyytyväisiä.

Yksi merkittävimmistä uudistuksista on aineistojen siirtyminen vapaasti saataviksi vuonna 2011 käynnistyneen ESR-hankkeen myötä. Tämän seurauksena myös Toimiala Onlinen potentiaalinen käyttäjäryhmä on kasvanut. Jotta heidät tavoiteltaisiin, tulisi asiakashankintaan ja markkinointiin panostaa entistä enemmän. Tunnettuuden kasvattaminen mahdollisuuksineen ja haasteineen on yksi tutkimuksen keskeisistä kysymyksistä.

Tätä julkaisua myy:
Netmarket
Edita Publishing Oy
www.edita.fi/netmarket
asiakaspalvelu.publishing@edita.fi
Puhelin 020 450 05
Faksi 020 450 2380

Painettu
ISSN 1797-3554
ISBN 978-952-227-726-8

Verkkojulkaisu
ISSN 1797-3562
ISBN 978-952-227-727-5



TYÖ- JA ELINKEINOMINISTERIÖ
ARBETS- OCH NÄRINGSMINISTERIET
MINISTRY OF EMPLOYMENT AND THE ECONOMY