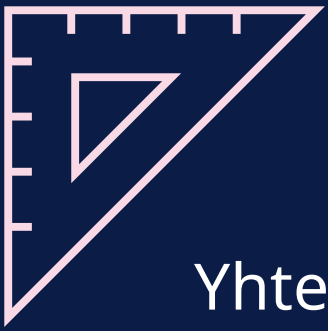


Yhteiskunnallisten yritysten
liiketoimintaedellytysten parantaminen
-koordinaatiohanke

Arviointi- ja vaikuttavuusosaaminen yritystoiminnassa - kartoituksen tulokset



Euroopan unionin
osarahoittama



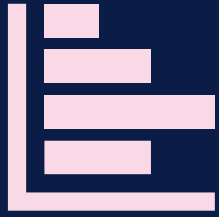
Yhteiskunnallisten yritysten arviointi- ja vaikuttavuuskoulutusta kartoitettiin lokakuussa 2024 nettikyselyllä ja puhelin- ja Teams haastatteluin.

- Haastattelun ja kyselyn runko suunniteltiin Webropoliin
- Haastattelut toteutettiin Teamsilla ja puhelinyhteydellä.
- Tulokset analysoitiin Powerpointiin esitykseksi.

Nettikyselyyn saatiin 2 viikossa vastauksia 24.

Haastatteluihin saimme kontaktoitua 14 yritystä.





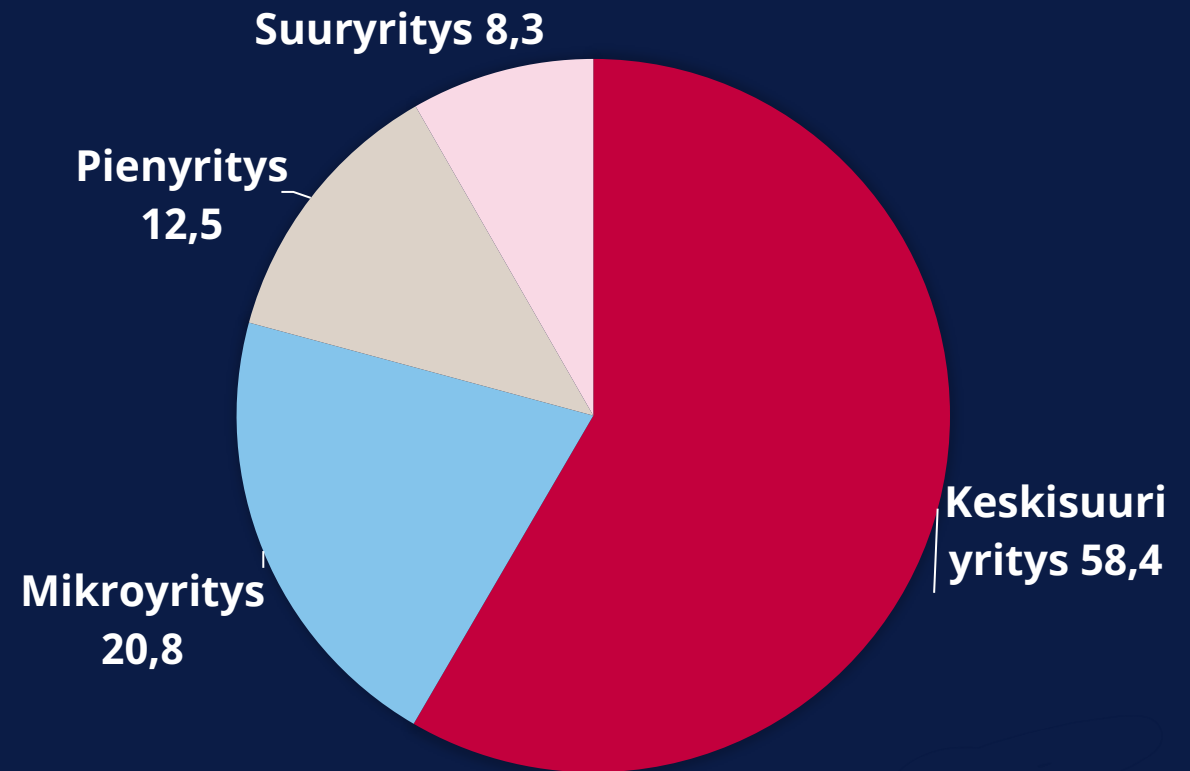
Nettikyselyn tulokset

Vastaajien tehtävä yrityksessä ja yrityksen koko

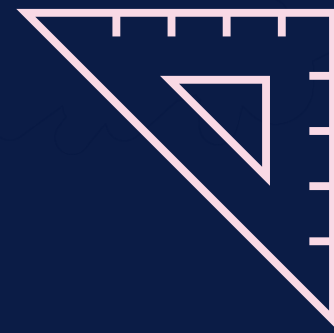
Vastaajan tehtävä yrityksessä: Suurin osa (22) vastanneista on yrityksen työntekijöitä ja 2 on yrittäjiä.

Yrityksen koko: (Mikroyrityksen palveluksessa on alle 10 henkeä, pienyrityksen alle 50, keskisuuren alle 250 ja suuren yli 250).

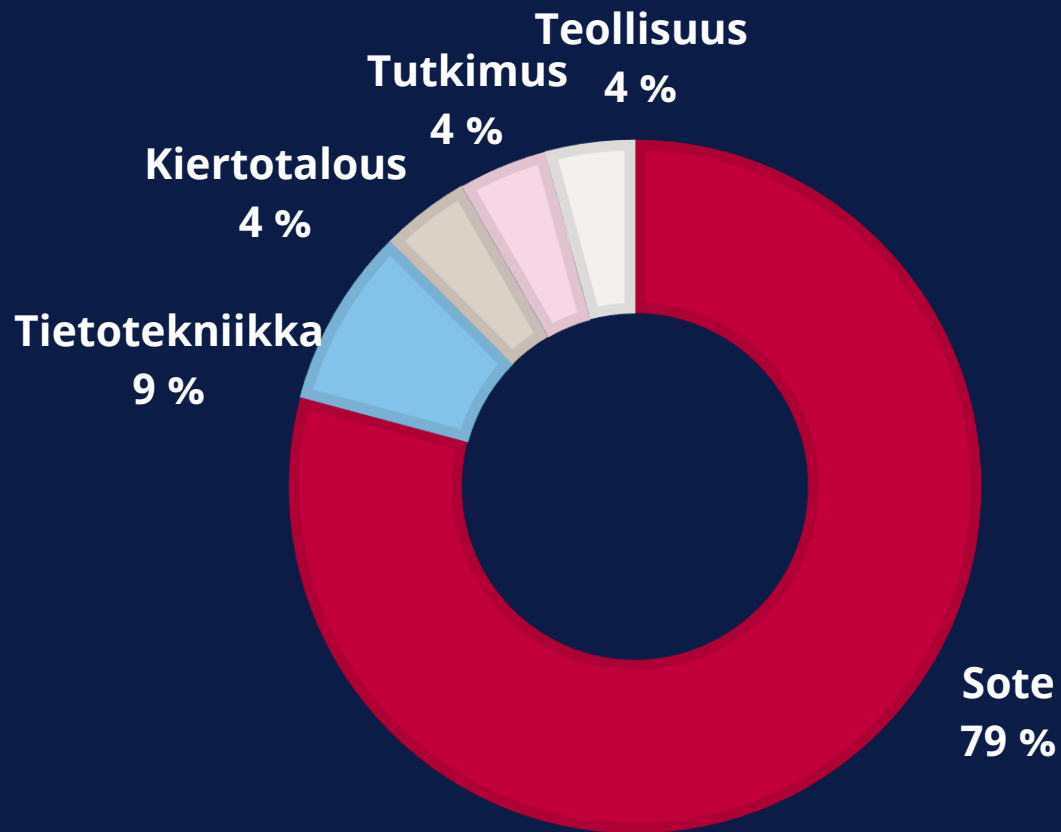
Keskisuuria yrityksiä on yli puolet, mikroyrityksiä noin neljäsosa (20,8%). Pienyrityksiä 12,5%, ja suuryrityksiä 8,3%.



Yritysmuodot ja toimialat



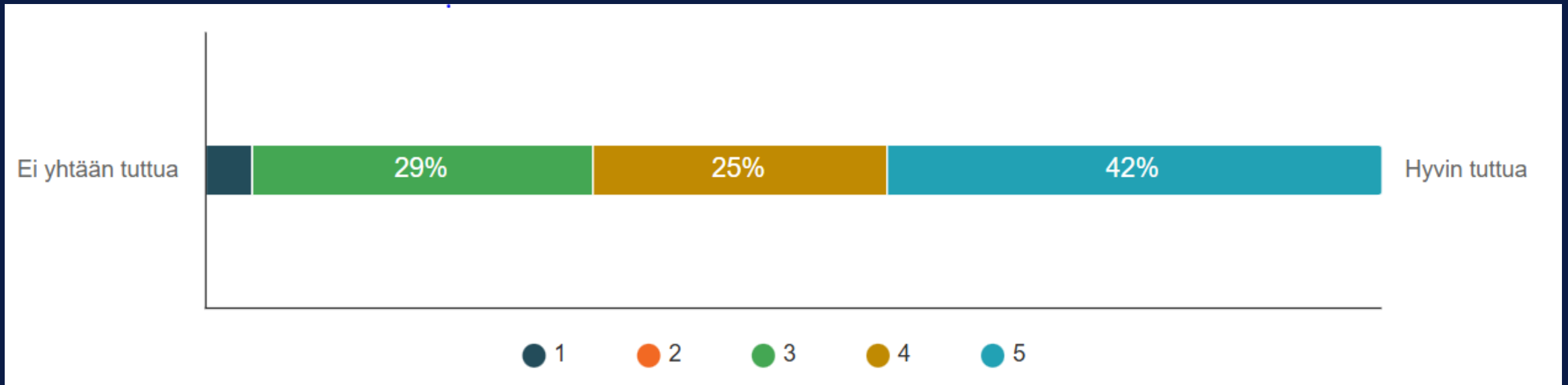
Yritysmuodot: Vastaajista neljäsosa on yhdistyksiä ja loput jakautuvat tasaisesti osakeyhtiöihin ja säätiöihin.



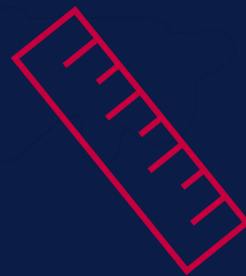
Toimi-ala: Suurin vastaajaryhmä on sote-alalta, joihin sisältyy mm. kasvatus-, työllisyys-, ruoka-, asumis-, ja kiinteistöpalveluiden sekä yleishyödyllisen toiminnan tuottajia. Loput ovat tietotekniikan, kiertotalouden, tutkimuksen, ja teollisuuden aloilta.

Miten tuttua on vaikuttavuus?

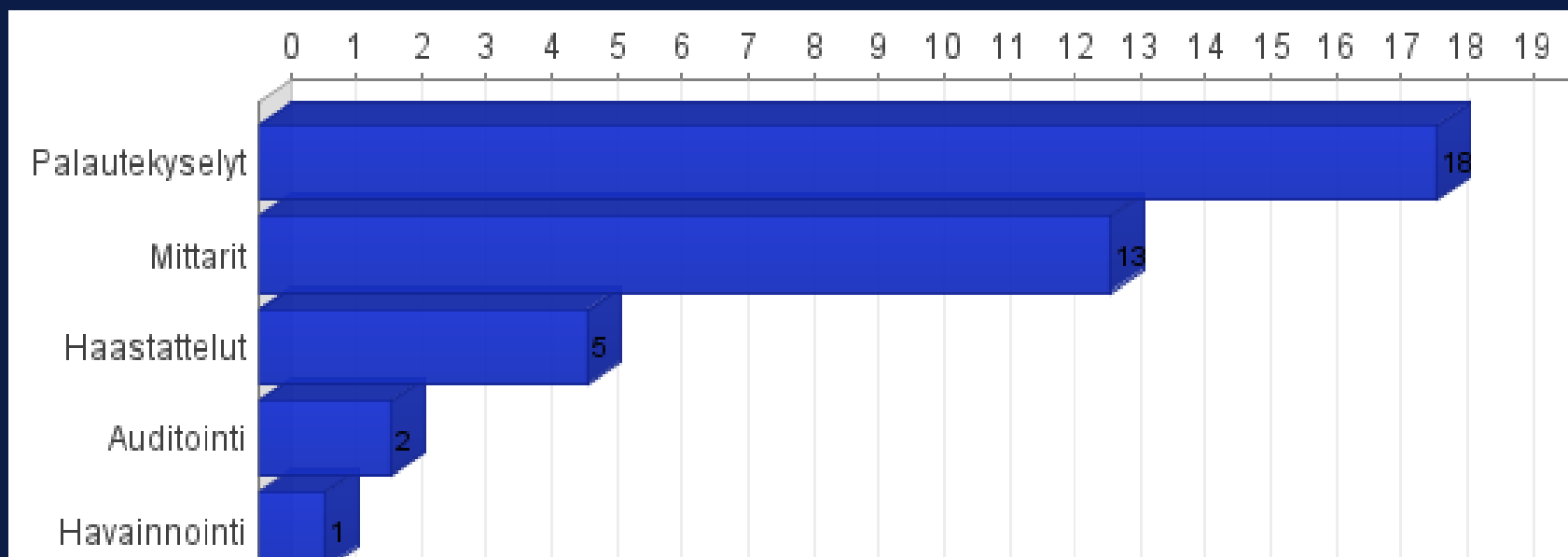
Miten tuttua vaikuttavuus yritystoiminnassa on sinulle? Vaikuttavuus on hyvin tuttua 42% vastaajista. 25% antaa 4 ja 29% 3 vaikuttavuuden tuttuudelle. Loput 4% vastaavat, että vaikuttavuus ei ole yhtään tuttua.



Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden selvittäminen



Selvitätkö yrityksenne palveluiden tai tuotteiden vaikutuksia jollain tavalla? Melkein kaikki vastaajista (92%) selvittävät vaikuttavuutta jollakin tavalla. 8% vastaa ei.



Millä tavalla?
Palautekyselyt on suosituin tapa selvittää vaikuttavuutta. Mittareita käyttävät 54% vastaajista ja haastatteluja 21%. Myös auditointi ja havainnointi mainitaan.

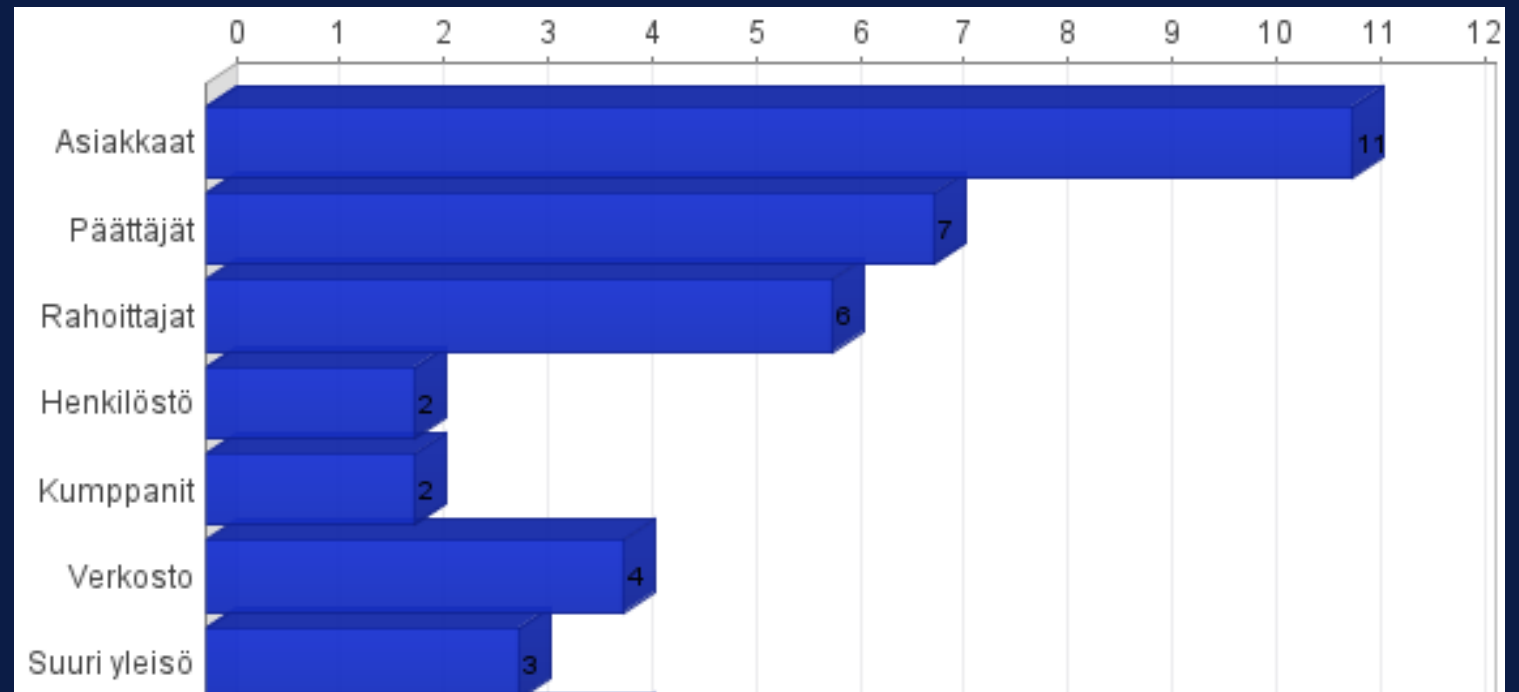
Vaikutuksista viestiminen: Kohderyhmät

Viestittekö yrityksenne toiminnan vaikutuksista yhteiskuntaan tai ympäristöön? Kolme neljäsosaa vastaajista (72%) vastaa viestivänsä vaikutuksista ja 21% ei.

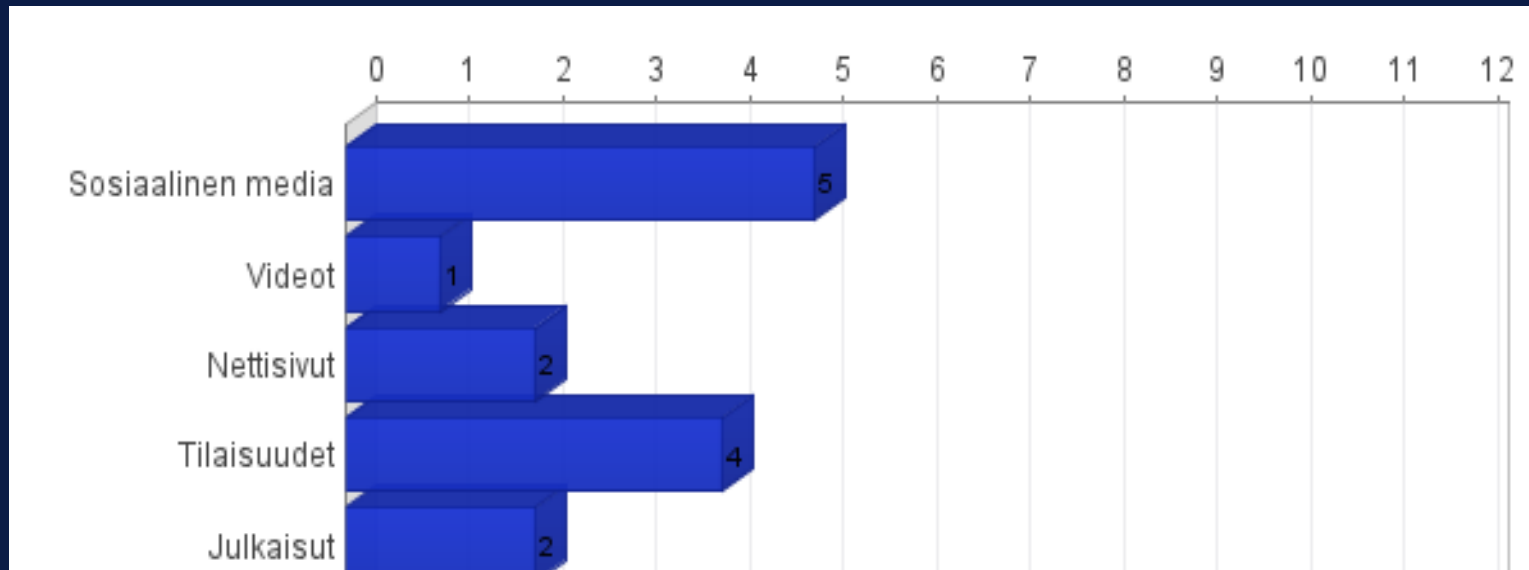
Keille kohdennatte viestintää?

Asiakkaat, päättäjät ja rahoittajat ovat yleisimpiä kohderyhmiä vaikutuksista viestinnästä.

Verkostoille viestitään myös jonkin verran.



Vaikutuksista viestiminen: Kanavat

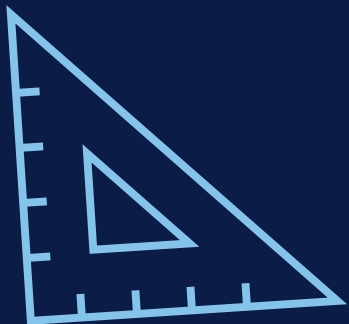


Mitä viestintäkanavia käytätte?

Suurin osa vastaa viestivänsä sosiaalisen median kautta.

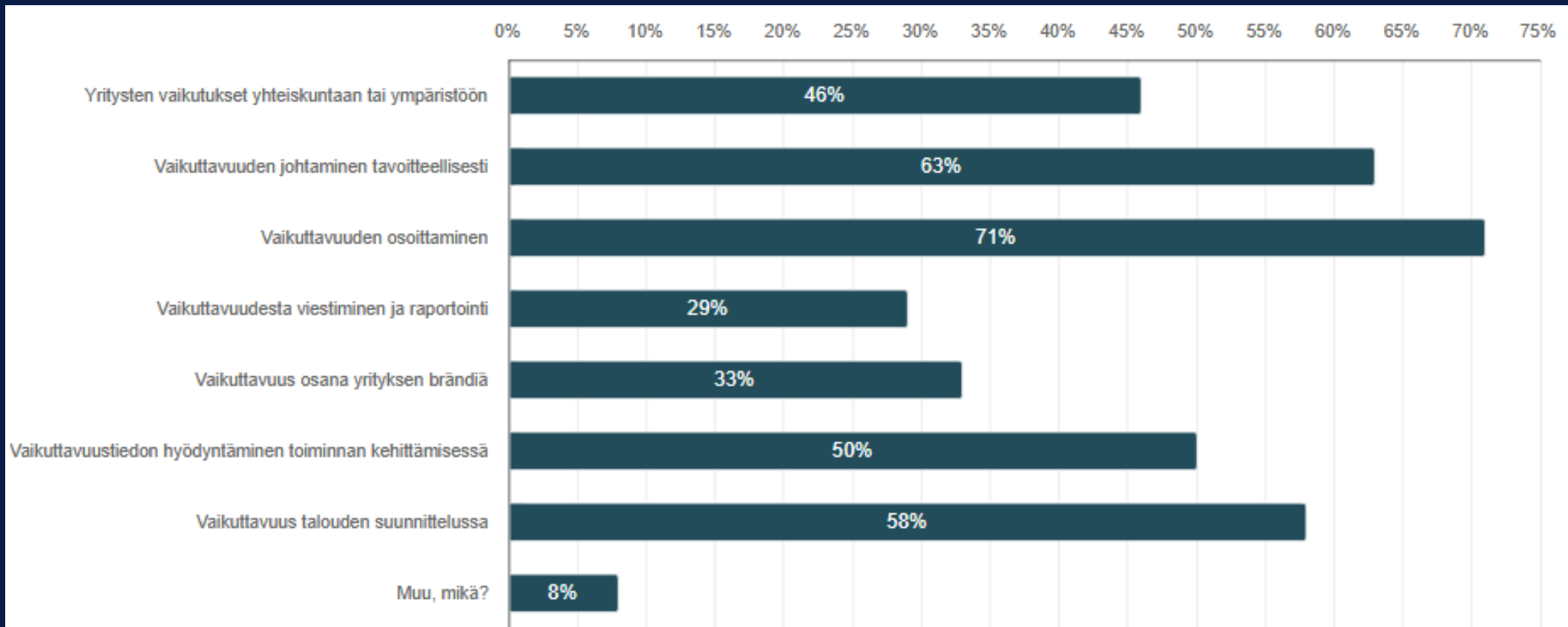
Erilaiset tilaisuudet ovat toiseksi suosituimpia.

Loput viestintätavat ovat nettisivut, julkaisut ja videot.



Vaikuttavuuden osa-alueet

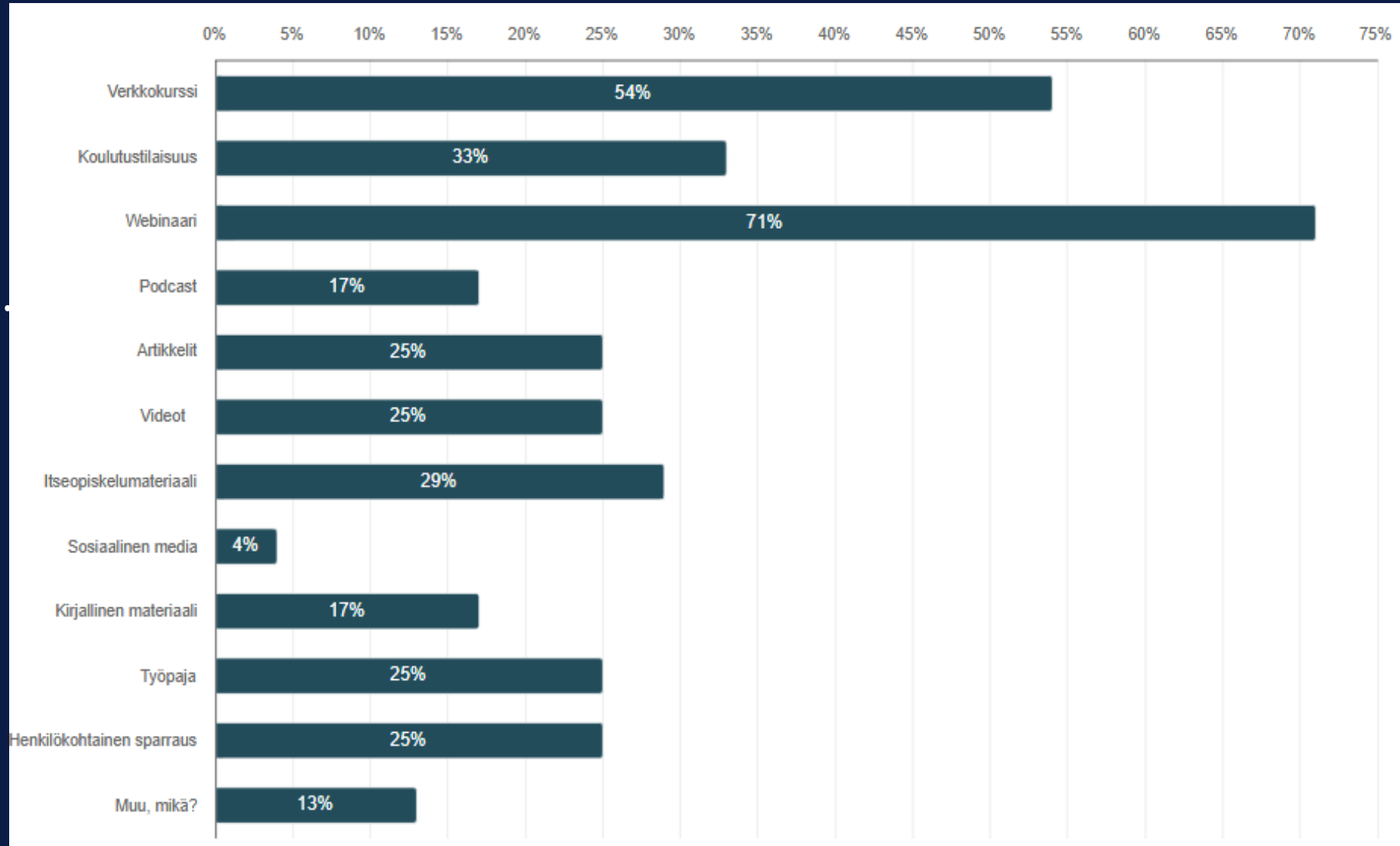
Mistä vaikuttavuuden osa-alueesta olisit kiinnostunut oppimaan lisää? Kiinnostusta näkyy useasta eri osa-alueesta. Kiinnostavimpia teemoja ovat vaikuttavuuden osoittaminen ja johtaminen. Muu vastaus sisältää toiveen tekoälyn ja koneoppimisen mahdollisuuksista.



Mieluisimmat tavat oppia

Mikä olisi mieluisin tapa oppia aihepiiristä?
Webinaarit ja verkkokurssit ovat suosituimpia tapoja.

Muu vastaus sisältää toiveen ryhmäsparrauksesta ja yrityskohtaisesta työpajasta.



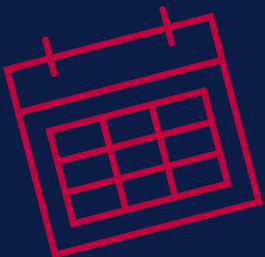
Tapahtumiin osallistuminen

Osallistuisitko mieluiten lähinä vai etänä? Suurin osa vastaajista on etäosallistumisen kannalla. Kuitenkin "Ei merkitystä" -vastaus sisältää myös läsnä osallistumisen mahdollisuuden, joten läsnä tapahtumien järjestämistä ei pidä unohtaa.

	n	Prosentti
Etänä	14	58,3%
Läsnä	3	12,5%
Ei merkitystä	7	29,2%

Milloin arkena olisi paras osallistua tapahtumiin? Vastaajista melkein kaikki painottavat virka-ajan sisällä osallistumista. Aamu ja erityisesti aamupäivä (klo 8.00-12.00) ovat suosituimpia.

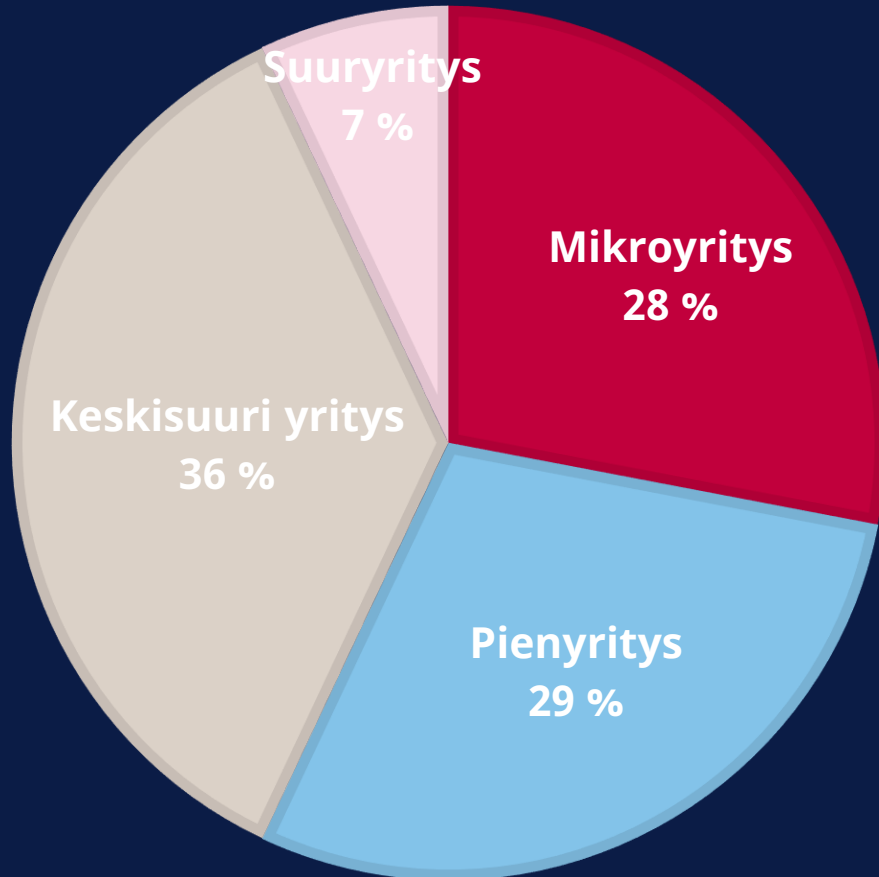
Mikä olisi sopiva kesto tapahtumalle? Suosituin kesto tapahtumalle on 1-2 tuntia. 25% vastaajista on kuitenkin valmis osallistumaan puolen päivän eli 4 tunnin mittaiseen tapahtumaan.





Haastattelujen tulokset

Vastaajien tehtävä yrityksessä ja yrityksen koko



Tehtävä yrityksessä: Vastaajista enemmistö (10) on yrityksessä työskenteleviä, mutta myös itse yrittäjiä (4) saatiin mukaan vastaamaan.

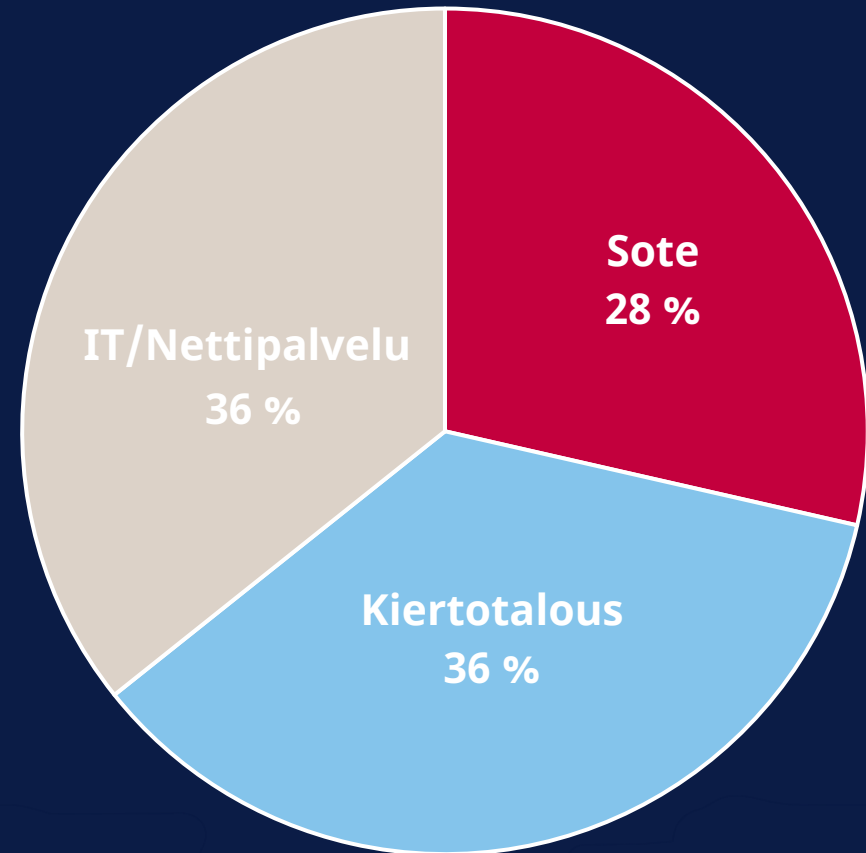
Yrityksen kokoluokka: Vastaajista keskisuuria yrityksiä on eniten. Pien- ja mikroyrityksiä on melko saman verran. Suuryrityksiä on loput 7%.

Yritysmuodot ja toimialat

Yritysmuodot: Osakeyhtiöitä vastaa eniten (64,5%) haastatteluun. Yhdistyksiä vastaa 29% ja loput ovat säätiöitä 7%.

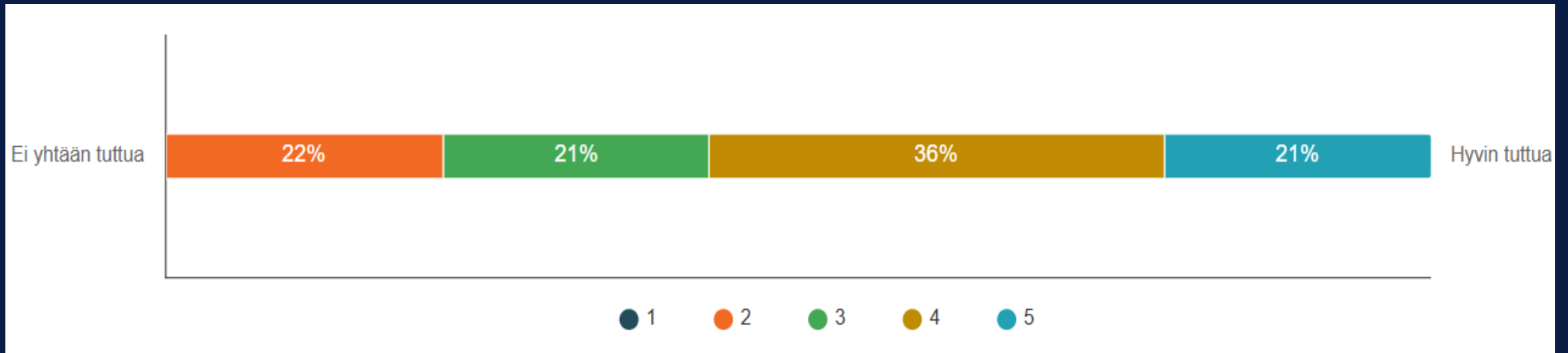
Millä alalla yritys toimii?

Haastatteluihin vastanneet yritykset jakautuvat melko tasaisesti soten, kiertotalouden ja IT/nettipalvelun aloihin.

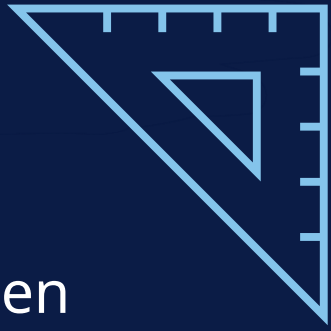


Miten tuttua on vaikuttavuus?

Miten tuttua vaikuttavuus yritystoiminnassa on sinulle? Vastausten mukaan vaikuttavuus on tuttua 4 vastauksen tasolla. Vastauksen 5, 3 ja 2 on valinnut sunnilleen saman verran.



Vaikuttavuus yrityksissä



Mitä vaikuttavuus on teidän yrityksessänne? Vaikuttavuuden tuttuuteen verrattuna yritysten vaikuttavuuden ymmärtämisessä on ristiriitaisuuksia kuvausten perusteella. Vastaukset kertovat esimerkiksi vaikuttamisesta eri kohderyhmiin:

"Pyrimme vaikuttamaan mm. ministeriötasolla, koska esim. hallituksen leikkaukset ovat vaikeuttaneet työntekijöiden hakeutumista ja lähtemistä palkkatuettuihin työsuhteisiin. Ministeriöstä myös vierailtu yrityksessä."

"Ammattilaisiin vaikuttamista tietoiskujen ja koulutusten avulla. Muihin vähäosaisiin vaikuttamista mm. tarjoamalla aktiviteetteja ja ruokapalveluita, joihin joillain ei ole mahdollisuutta."

"Tärkeää meille on hyvä asiakaskokemus, ja toimintamme tärkeyden ymmärtämisen levittäminen asiakkaille."

Vaikuttavuus yrityksissä

Mitä vaikuttavuus on teidän yrityksessänne? Seuraavat vastaukset kertovat enemmän vastuullisuudesta kuin vaikuttavuudesta:

"Meidän on tarkoitus toimia niin, että mitä isommaksi me kasvetaan, niin automaattisesti kasvaa myös positiivinen vaikutus eikä niin kuin perinteisesti, että kun toiminta kasvaa niin haitat kasvaa, mutta hyöty pysyy vakiona."

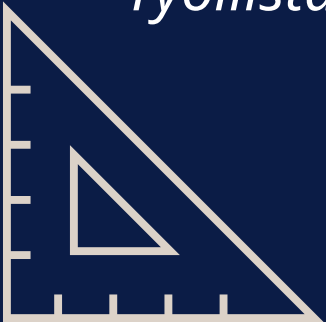
"Ei arvioida oman toiminannon yhteiskunnallisia vaikutuksia, tai sosiaalisia vaikutuksia toki. Taloudellista vaikuttavuutta katsotaan, mutta ihan tuloksenteekokyvyn näkökulmasta."

Vaikuttavuus yrityksissä

Mitä vaikuttavuus on teidän yrityksessänne? Vain parilla vastaajalla tuntui olevan oikeanlainen ymmärrys siitä, mitä vaikuttavuus yritystoiminnassa tarkoittaa:

"Halutaan lisätä yritysten edellytyksiä kasvuun ja se on se vaikutus, joka tällä meidän prosessilla ja ydintekemisellä on. Konsepti on vuosien saatossa kehittynyt ja perusprosessi on säilynyt yli 10 vuotta samana."

"Erittäin tärkeää. Vaikuttavuus on lähtökohtana yrityksessä. Työllistäminen, kiertotalouden edistäminen ja ympäristöasioista huolehtiminen."



Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden selvittäminen

Selvitätkö yrityksenne palveluiden tai tuotteiden vaikutuksia jollain tavalla? Vain yksi vastaajista vastaa ei ja yksi vastasi, että ovat aloittamassa vaikutusten selvittämisen. Muut vastaavat kyllä.

Millä tavalla? Monet vastasivat käyttävänsä mittareita ja asiakaspalaute- ja tyytyväisyyskyselyjä. Erityisesti kiertotalousyrityksillä oli monia erilaisia mittareita ja tapoja vaikuttavuuden seurantaan.

"Omat raportit mm. tuotteiden myynnistä ja vastaanottamisesta, luonnonvaralaskentaa, työllistämispuolella kyselyt ja haastattelut, työllistämispalvelun asiakkaan tilanteen seuranta kuntoutusjakson aikana, asiakaskyselyt tuotteiden ostajille."

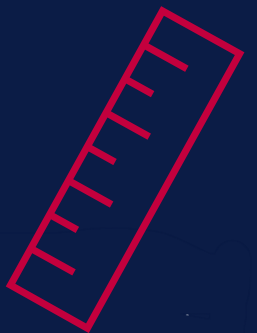
"Seurataan ja mitataan monilla eri mittareilla myyntiä, tavaravirtoja tuoteryhmittäin, henkilöstömääriä, työntekijöiden jatkopolkuja vapaille markkinoille, hiilijalanjälkiä, tavaravirtaa kiloina, kannattavuutta, kustannuksia."

Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden selvittäminen

Millä tavalla? Vastaajat kertoivat myös, että eivät selvitä vaikuttavuuttaan kovin johdonmukaisesti tai tieteellisesti:

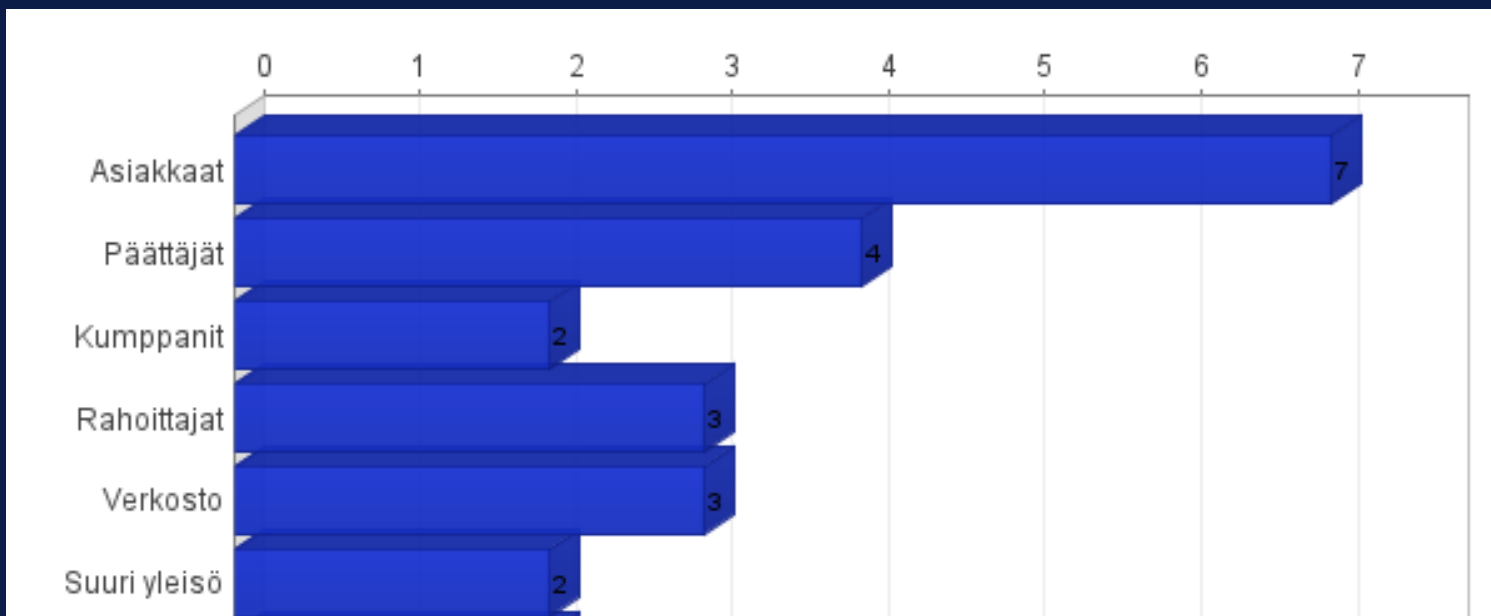
"Kaikin puolin pyritään vähentämään hävikkiä ja miettimään sitä kautta ekologisia näkökulmia, mutta meillä ei semmoista systemaattista arviointityökalua niihin ole."

"Meillä ei ole tieteellisiä metodeja käytössä, mutta seurataan konkreettisia asioita, kuten vaikkapa mahdollistettu vapaaehtoistyötuntien määrä, auttamisen kautta tapahtuneet kohtaamiset, sellaiset kvantitatiiviset tiedot, mitä ollaan mahdollistettu meidän käyttäjille ja asiakkaille. Niistä johdettua tietoa, niin sitä meillä ei vielä niin paljon ole."



Vaikutuksista viestiminen: Kohderyhmät

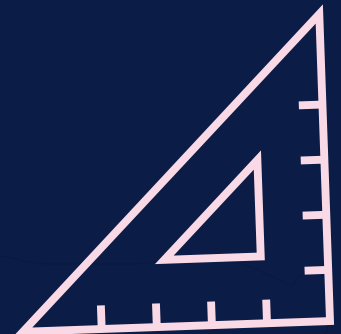
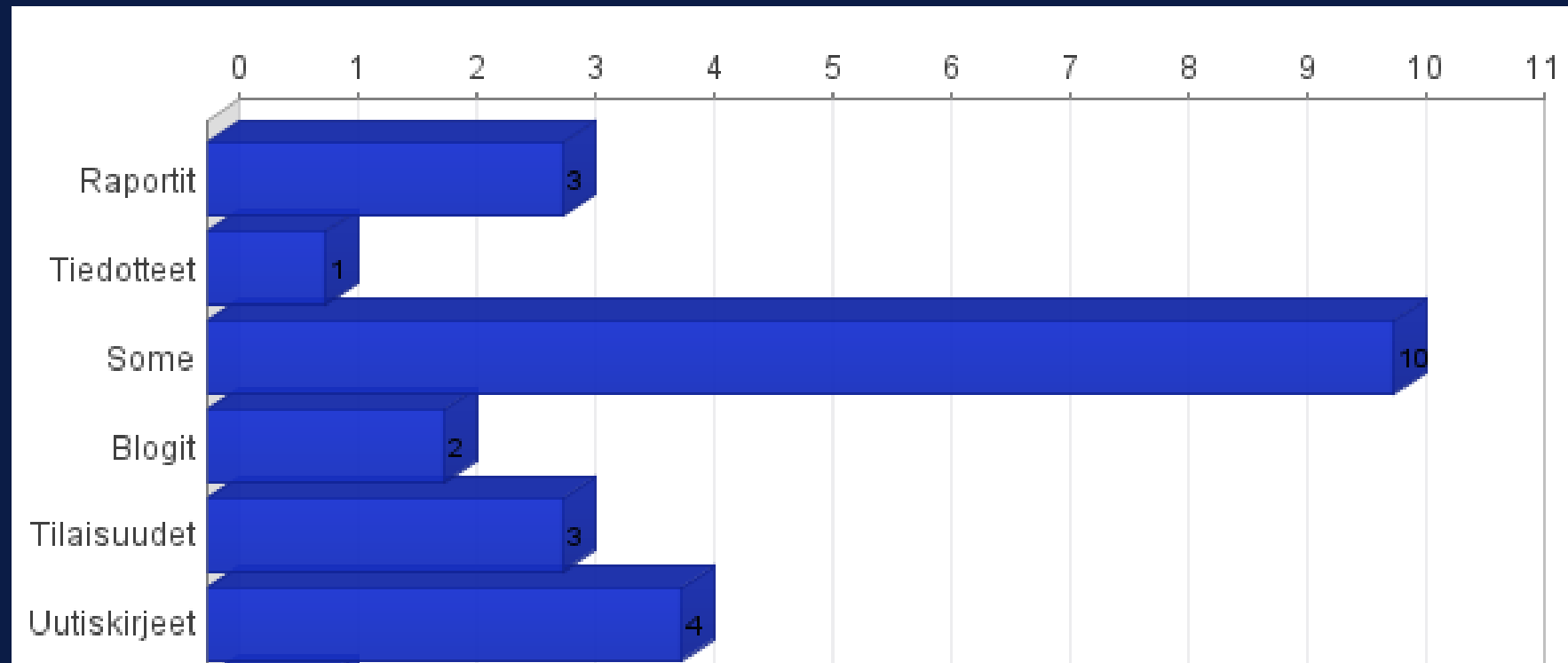
Viestittekö yrityksenne toiminnan vaikutuksista yhteiskuntaan tai ympäristöön? Suurin osa viestii, mutta yksi vastasi ei.



Keille kohdennatte viestintää? Selkein kohderyhmä on asiakkaat. Päätäjille viestii kolmasosa. Noin puolet viestii rahoittajille ja verkostolle. Loput kohderyhmät ovat kumppanit ja suuri yleisö.

Vaikutuksista viestiminen: Tavat

Miten viestitte vaikutuksista? Some on ehdottomasti suosituin viestintätapa. Uutiskirjeitä käyttää vähän alle puolet. Muutamat viestivät raportein ja tilaisuuksia järjestämällä. Pari vastaa käyttävänsä blogeja ja tiedotteita.



Vaikuttavuuden osa-alueet

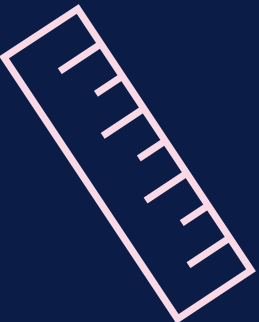
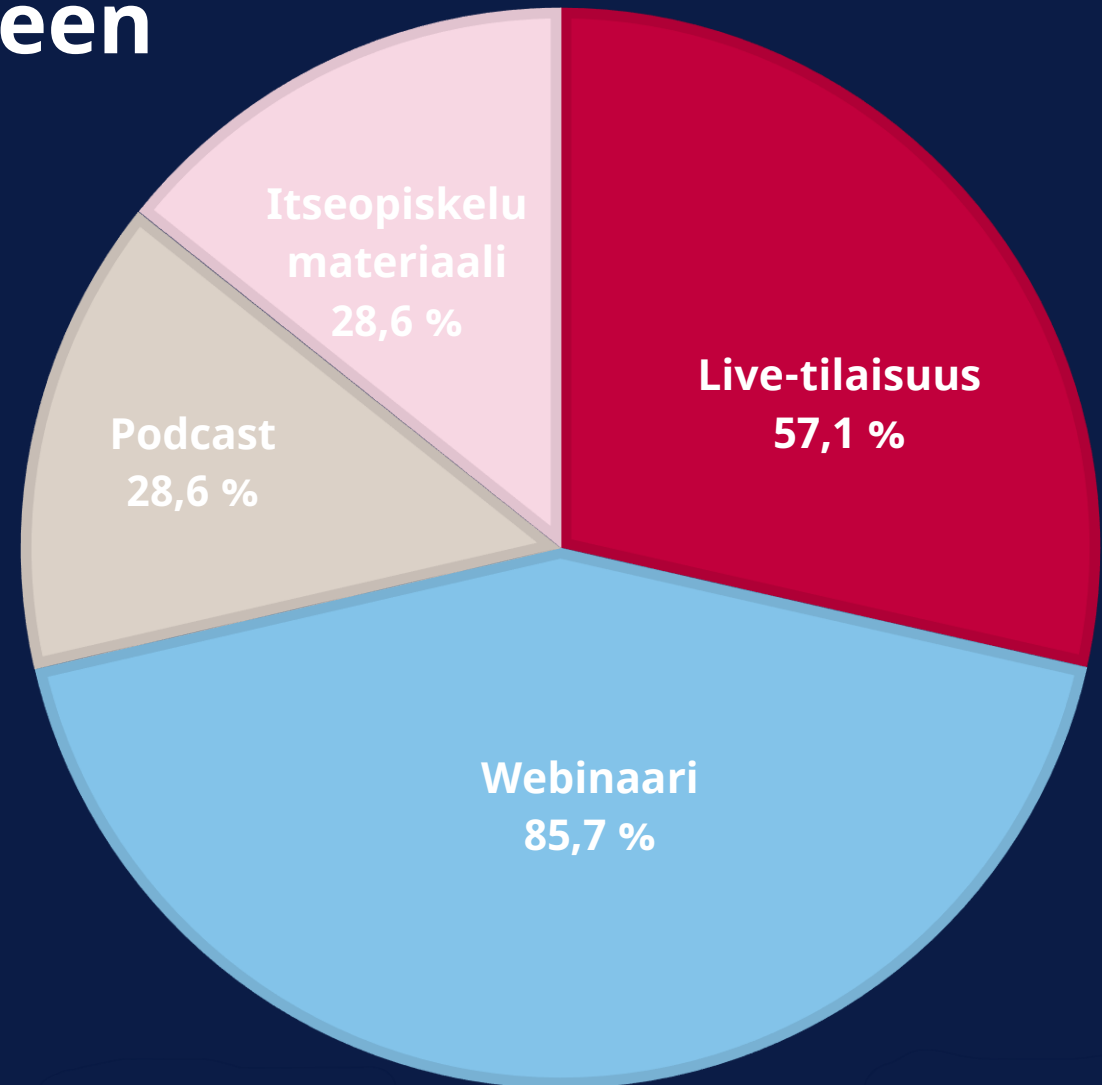


Mistä vaikuttavuuden osa-alueista haluaisit oppia lisää?

Vaikuttavuuden osoittaminen ja vaikuttavuudesta viestiminen ovat yleisimmät osa-alueet, jotka vastaajat kokevat tarpeellisina uuden oppimiselle. Myös johtaminen nähdään tärkeänä.

Mieluisimmat tavat koulutukseen osallistumiseen

Mikä olisi mieluisin tapa osallistua? Webinaari on suosituin osallistumistapa. Live-tilaisuuksia toivotaan kohtaamiseen ja verkostoitumiseen, myös paikan päällä. Podcast ja itseopiskelumateriaali ovat tasavertaisesti kiinnostavia kouluttautumistapoja.



Tapahtumiin osallistuminen

Osallistuisitko mieluiten etänä vai läsnä? Suurin osa vastaajista puoltaa etäosallistumista. Neljälle vastaajalle (28,6%) tällä ei ole merkitystä. Läsnä-osallistumista toivoi kaksi vastaajaa.

	n	Prosentti
Etänä	8	57,1%
Läsnä	2	14,3%
Ei merkitystä	4	28,6%

Milloin arkena olisi parhain aika osallistua? Melkein kaikki vastaajat haluavat osallistua tapahtumiin virka-aikana. Erityisesti aamupäivä (klo 9-12) on suosittu ajankohta (71%) ja aikaista aamua (klo 8-9) toivoi 57%. Kaksi vastaajaa kannattaa ilta-aikaa (klo 17-20).

Mikä olisi sopiva kesto? Vastaajista melkein 80% on tunnin keston kannalla. 3/4 vastaavat 1,5 tuntia. Vastaukset jaottuvat lisätiedoissa myös niin, että kun tarkoitetaan etäosallistumista, olisi hyvä kesto noin 2h, mutta mahdolliset lähitapahtumat voisivat olla puoli päivää (4h) tai koko päivän (8h).

Loppuyhteenvedo ja johtopäätökset

Vaikuttavuuden tuttuus yritystoiminnassa oli sekä kyselyssä että haastatteluissa 3-5 tasolla.

Kyselyssä ja haastatteluissa vastaajat kertoivat yritystensä vaikuttavuudesta enemmänkin vaikutuksilla ja vastuullisuudella, joten yritystoiminnan vaikuttavuuden ymmärtäminen voidaan olettaa olevan vähäistä.

Kyselyn ja haastattelujen osalta melkein kaikki vastaajat selvittivät vaikuttavuuttaan jollain tavalla. Yleisimpiin tapoihin kuului erilaiset palautekyselyt ja mittarit. Erityisesti kiertotalousyrityksissä mainittiin erilaisten mittareiden käytöstä.



Melkein kaikki viestivät vaikutuksista jollakin tavalla. Tässä merkittävimpinä kohderyhminä olivat asiakkaat ja päättäjät.

Sosiaalinen media oli selkeästi yleisin tapa vaikutuksista viestimiseen.

Kiinnostavista vaikuttavuuden osa-alueista eniten vastauksia nettikyselyssä sai vaikuttavuuden osoittaminen, johtaminen ja hyödyntäminen talouden suunnittelussa.

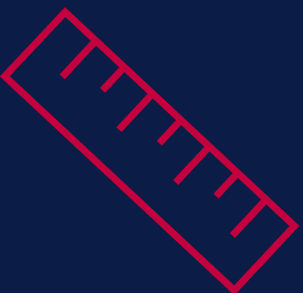
Haastatteluissa korostettiin vaikuttavuuden osoittamista ja vaikuttavuudesta viestintää laajemmin yhteiskuntaan.

Webinaarit, verkkokouluttaminen ja koulutustilaisuudet olivat suosituimpia koulutuksiin osallistumistapoja.

Etänä osallistumista painotettiin enemmän, mutta jonkun verran myös paikan päällä pidettäviä tapahtumia puollettiin, syinä verkostoitumisen ja jakamisen mahdollisuus.

Tapahtumien järjestämisen aikataulun toivottiin pysyvän virka-ajan sisällä. Aamupäivä oli suosituin ajankohta tapahtumille.

Tapahtuman kestosta vastattiin enemmän lyhyitä 1-2 tunnin mittaisia aikoja, mutta jonkun verran tuli myös puolen päivän tai päivän (4-8h) vastauksia, jotka voi olettaa olevan lähitapahtumia toivovien vastauksia.



Yhteiskunnallisten yritysten
liiketoimintaedellytysten parantaminen
-koordinaatiohanke

KIITOS!



Euroopan unionin
osarahoittama