

Kansalaiskysely SuomiAreenaan

TUTKIMUSRAPORTTI

EK, OAJ, Sivistystyönantajat

12.6.2019 / Taloustutkimus Oy

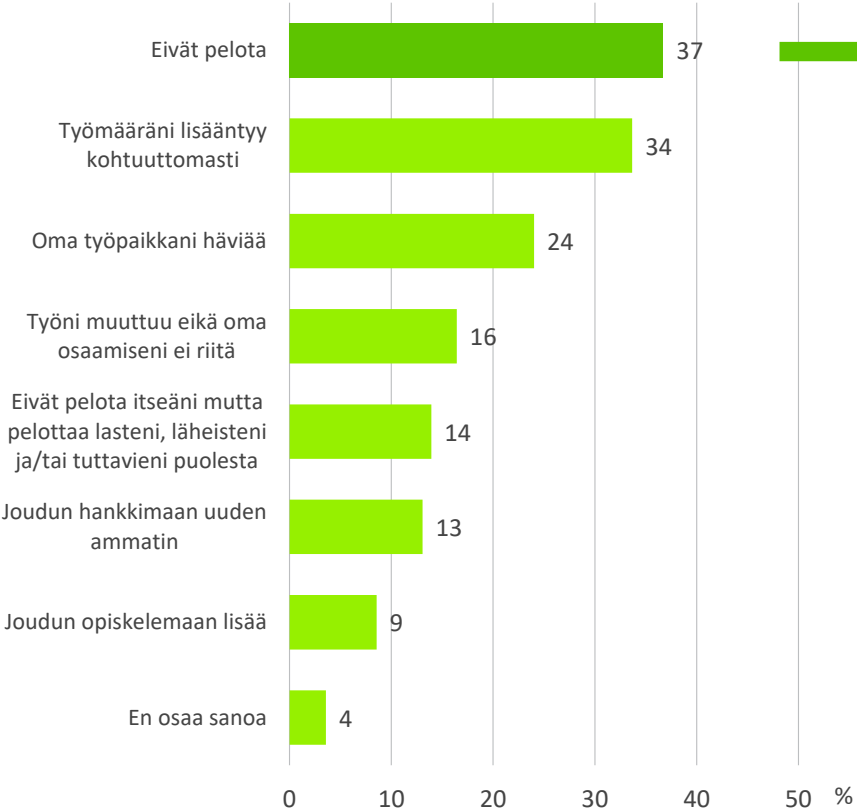
Yhteenvedo tuloksista

Yhteenvedo

- Työelämämurrokseen liittyvät asiat pelottavat reilua kolmannesta suomalaisista työssäkävivistä – sitä useammin mitä vanhemmasta vastaajasta on kyse.
- Useimmin pelätään sitä, että oma työmäärä lisääntyy kohtuuttomasti, tai että oma työpaikka häviää alta. 50 vuotta täyttäneillä kasvaa myös huoli omien lasten sekä muiden läheisten puolesta.
- Miksi työelämämurros ei sitten pelota? Suurin osa vastaajista sanoo, että on turha pelätä sellaista, minkä toteutumistavasta ei voi tietää. Omaan osaamiseen myös luotetaan, muutoksessakin. Vain harva uskoo, ettei työelämä tulisi muuttumaan.
- Puolet vastaajista uskoo, että nykyinen koulutus turvaa heille riittävän osaamisen työuran loppuun asti. Kolmannes suomalaisista työssäkävivistä ei sen sijaan usko tähän.
- Oman osaamisen päivittäminen onkin aika tavallista suomalaisten keskuudessa. Puolet vastaajista on osallistunut työnantajan järjestämään koulutukseen ja lähes yhtä usea kehittää itse osaamistaan jatkuvasti. Myös täydennysopiskelua/kurssittautumista on harjoittanut lähes kaksi viidestä vastaajasta. Etenkin nuoremmat vastaajat ovat myös vaihtaneet työtehtäviä oppiakseen uutta.
- Vain 10 % vastaajista sanoo, ettei omalla työpaikalla ole mahdollisuuksia uuden oppimiseen. Useimmiten mahdollisuuksina nähdään työnantajan järjestämät koulutukset, muilta oppimisen, omaehtoisen perehtymisen uusiin asioihin sekä ulkopuoliset koulutukset/uudet tutkinnot. Tehtäväkiertoa pitää tosin omalla työpaikallaan mahdollisena vain reilu viidennes vastaajista.
- Hyvin harva, vain 9 % vastaajista, ei olisi valmis kouluttautumaan johonkin muuhun työhön jos jäisi pitkäaikaistyöttömäksi. Toki puolella vastaajista on tähän uudelleen kouluttautumiseen jotain tiettyjä varauksia.
- Suomalaiset kokevat, että työntekijöiden uudelleen koulutuksen kustannukset tulisi maksaa joko yritykset tai yhteiskunta - yli 50-vuotiaiden mielestä jonkin verran useammin mieluummin yritykset kuin yhteiskunta. Työntekijän harteille uudelleen koulutuksen kustannuksia laittaisi vain viidennes työssäkävivistä.

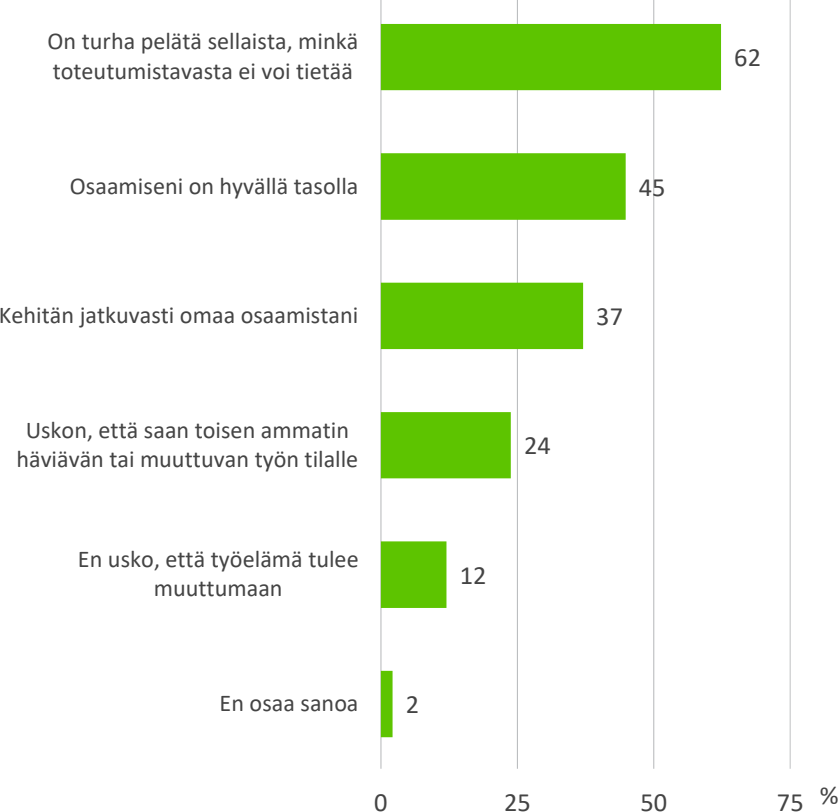
Tutkimusgrafiikka

Pelottavatko seuraavat työelämä- murrokseen liittyvät asiat sinua?



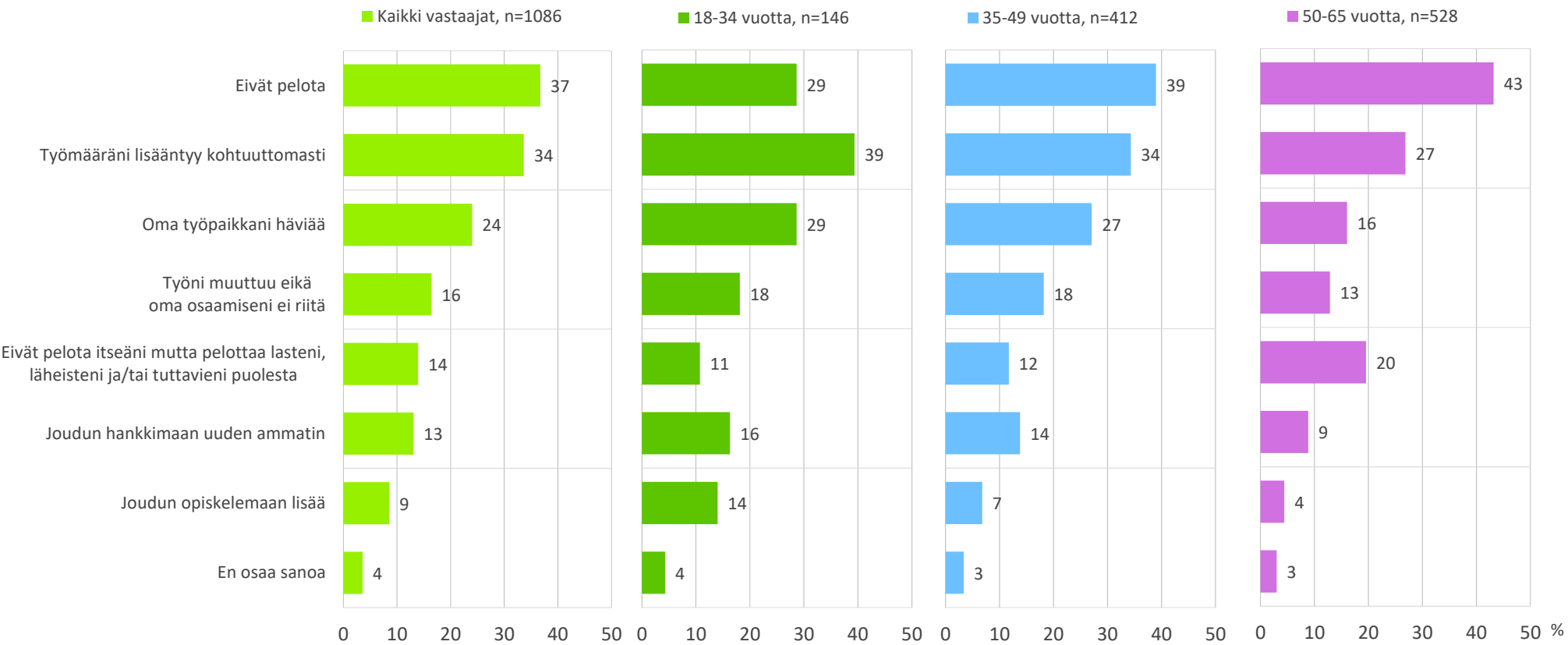
Kaikki vastaajat, n=1086

Miksi työelämäelämä- murros ei pelota sinua?



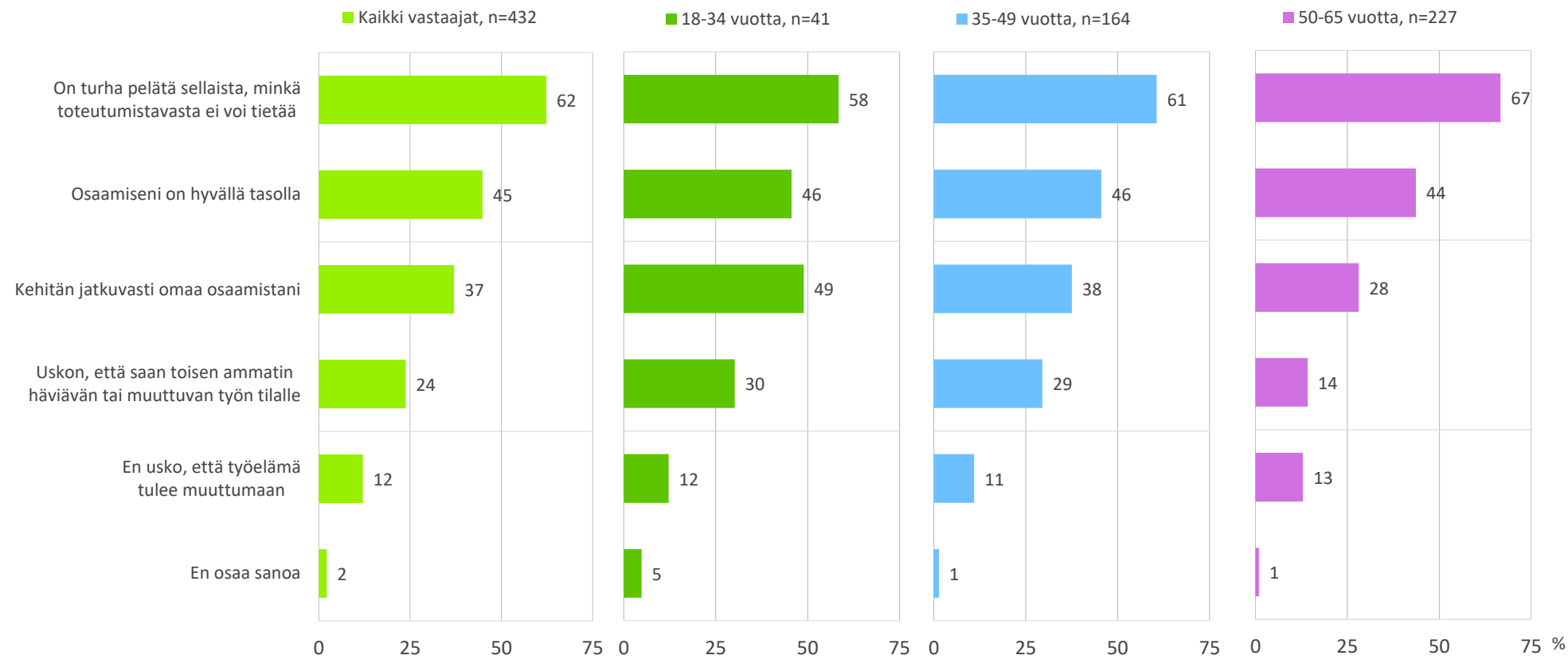
Eivät pelota, n=432

Pelottavatko seuraavat työelämämurrokseen liittyvät asiat sinua?



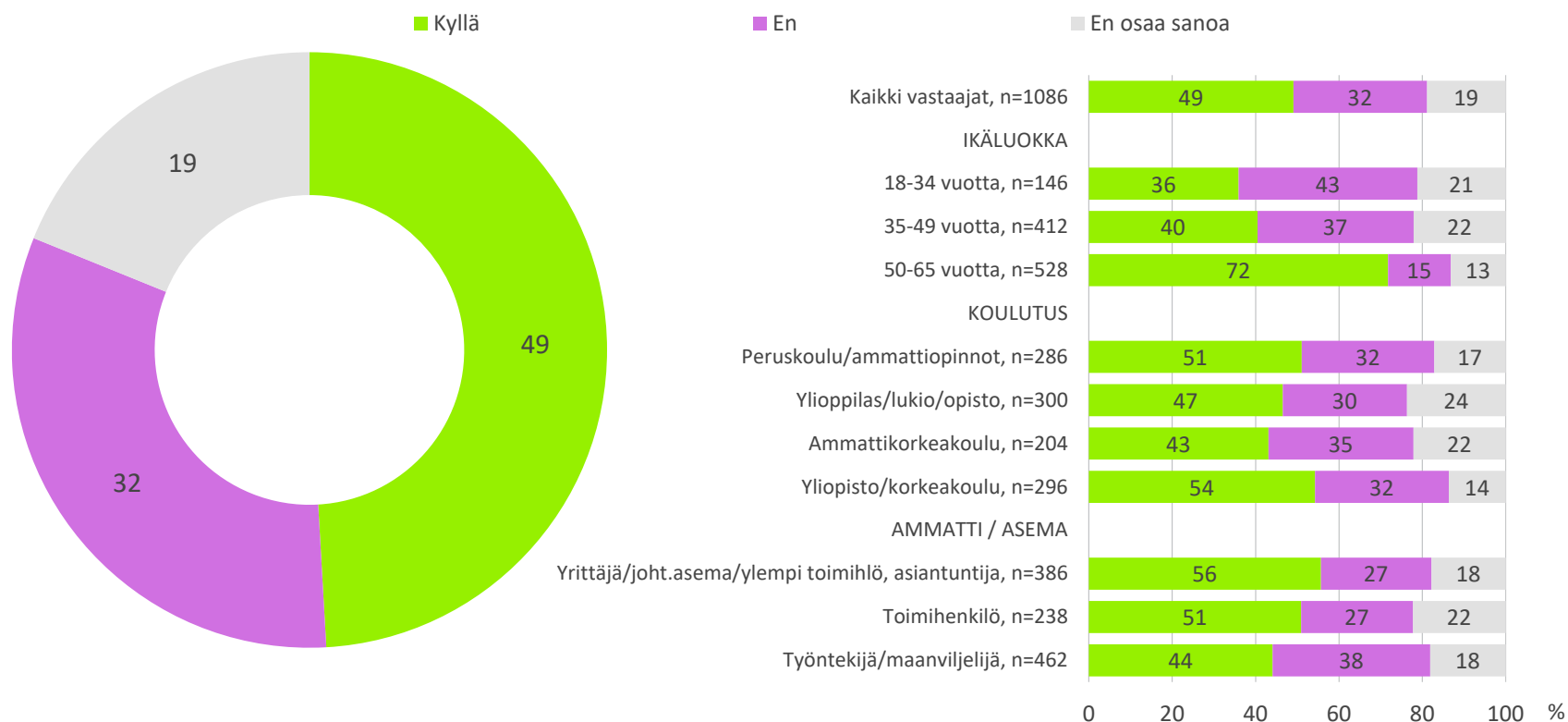
n=kaikki vastaajat

Miksi työelämäelämämurros ei pelota sinua?



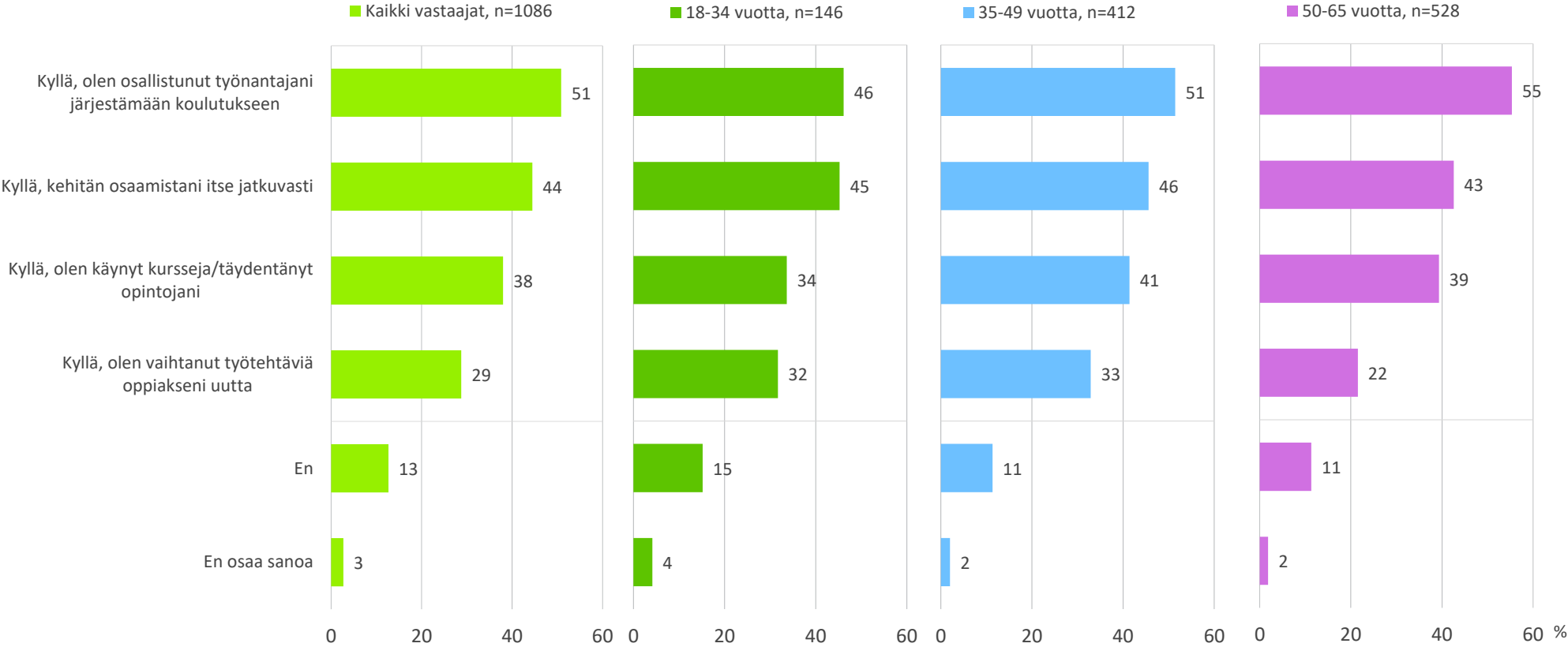
n=eivät pelota

Uskotko, että nykyinen koulutuksesi turvaa sinulle riittävän osaamisen työuran loppuun asti?



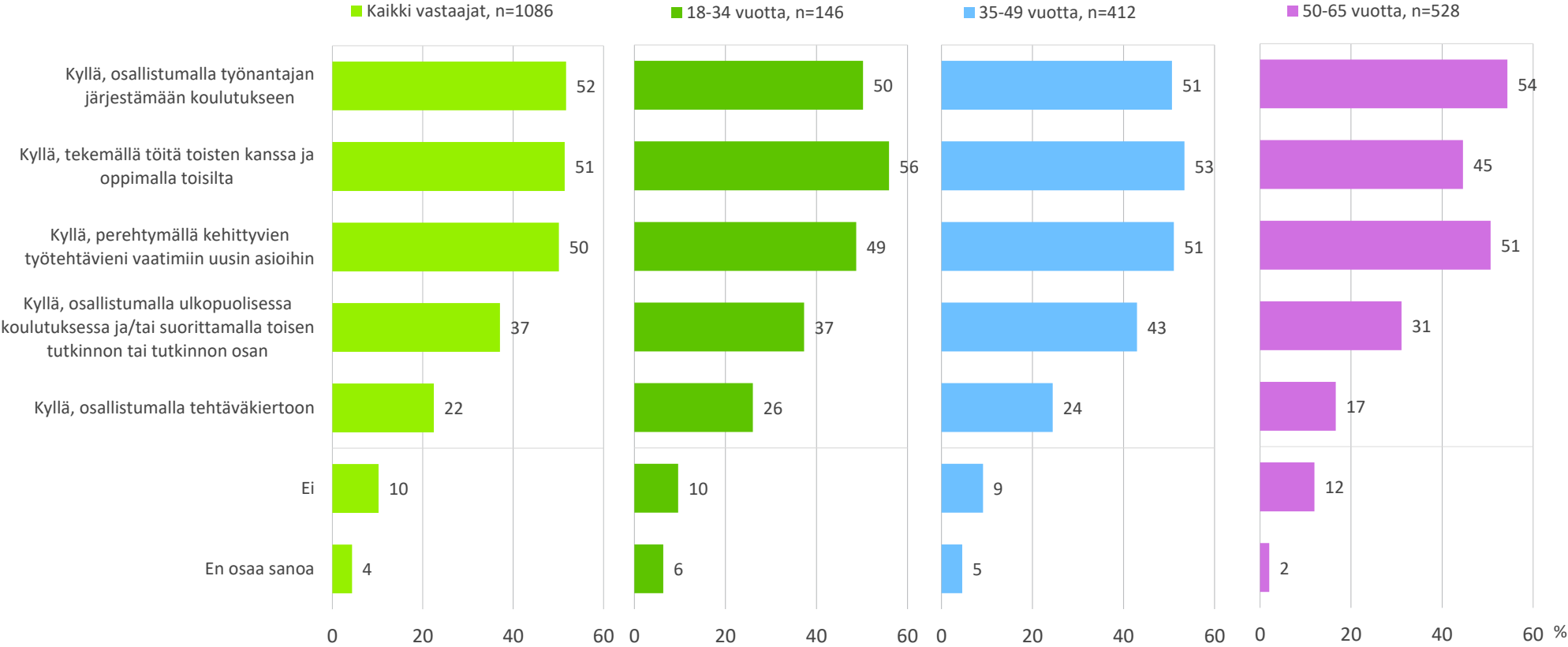
Kaikki vastaajat, n=1086

Oletko päivittänyt osaamistasi työelämässäsi?



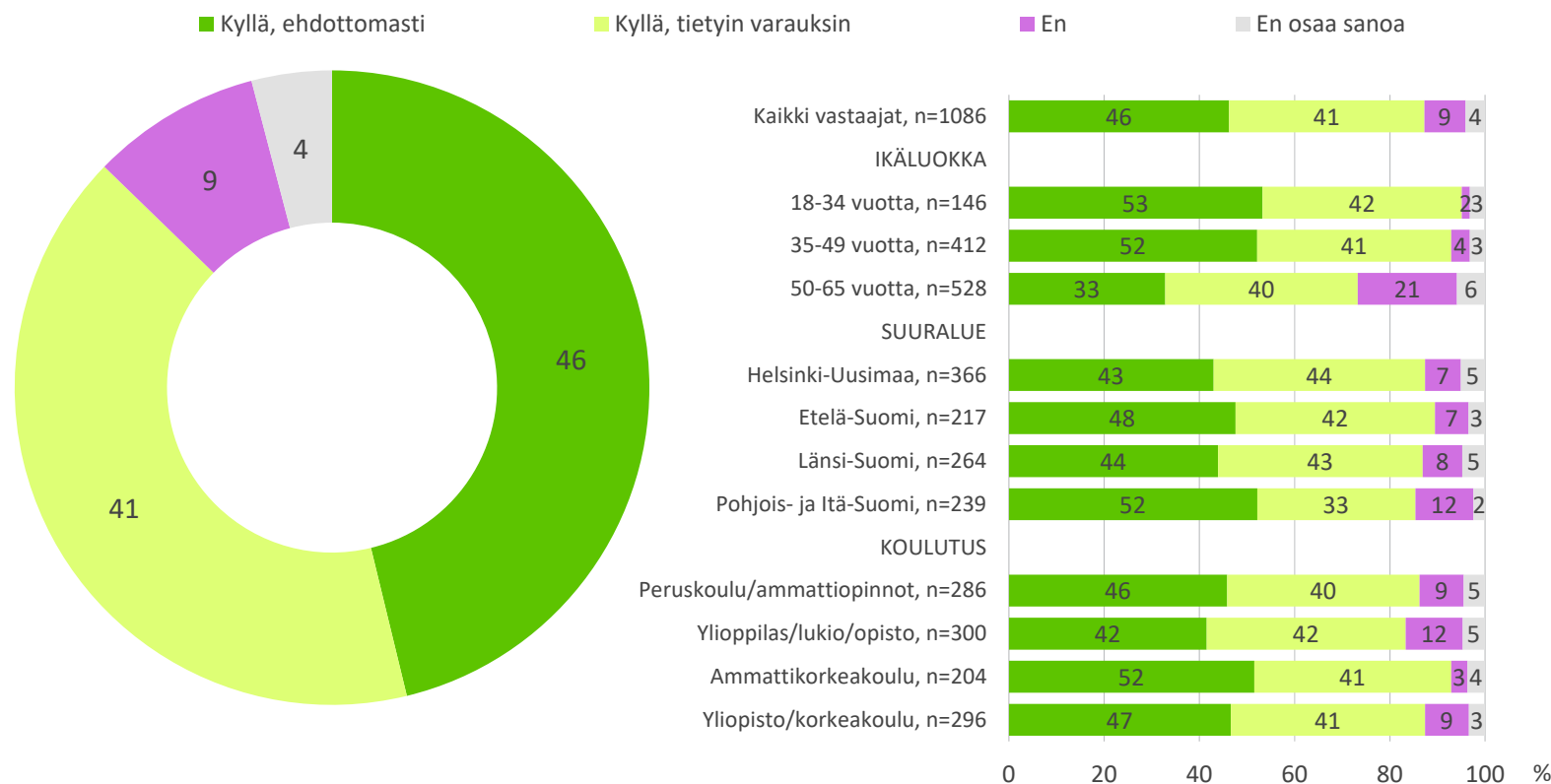
n=kaikki vastaajat

Onko sinulla työpaikallasi mahdollisuuksia uuden oppimiseen?



n=kaikki vastaajat

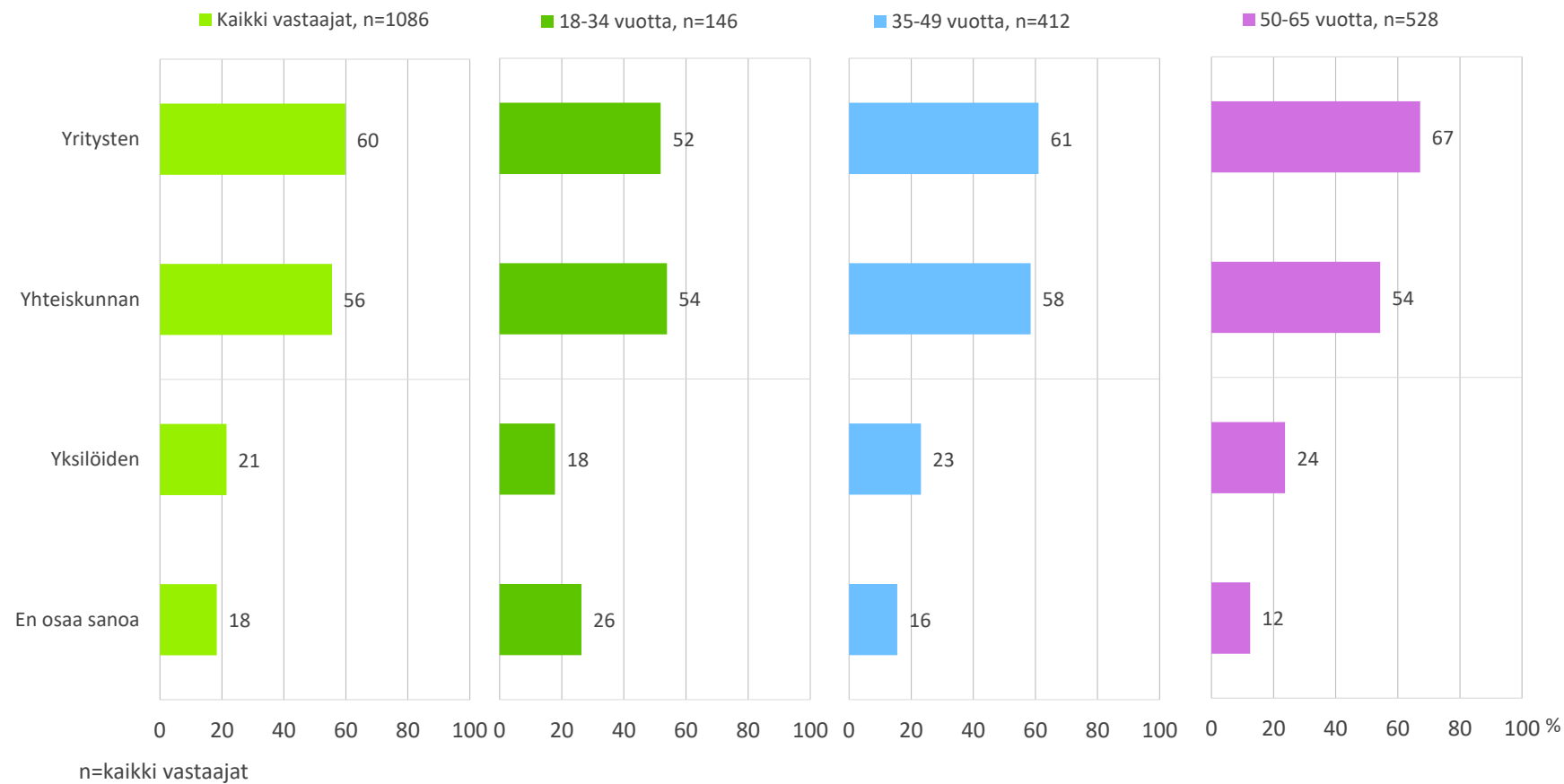
Olisitko itse valmis kouluttautumaan johonkin muuhun työhön, jos jäisit pitkäaikaistyöttömäksi?



Kaikki vastaajat, n=1086

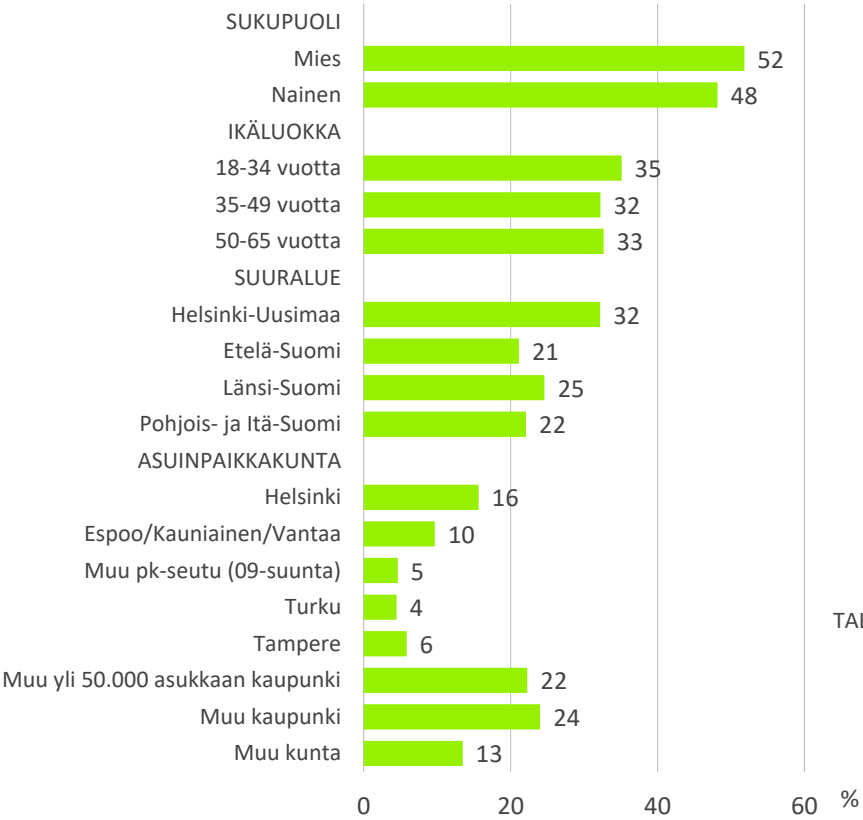
Kenen tulisi maksaa työntekijöiden uudelleenkoulutus?

Tekoälyn kehittymisen ja käyttöönoton myötä useiden ammattien sisällöt muuttuvat Suomessa.

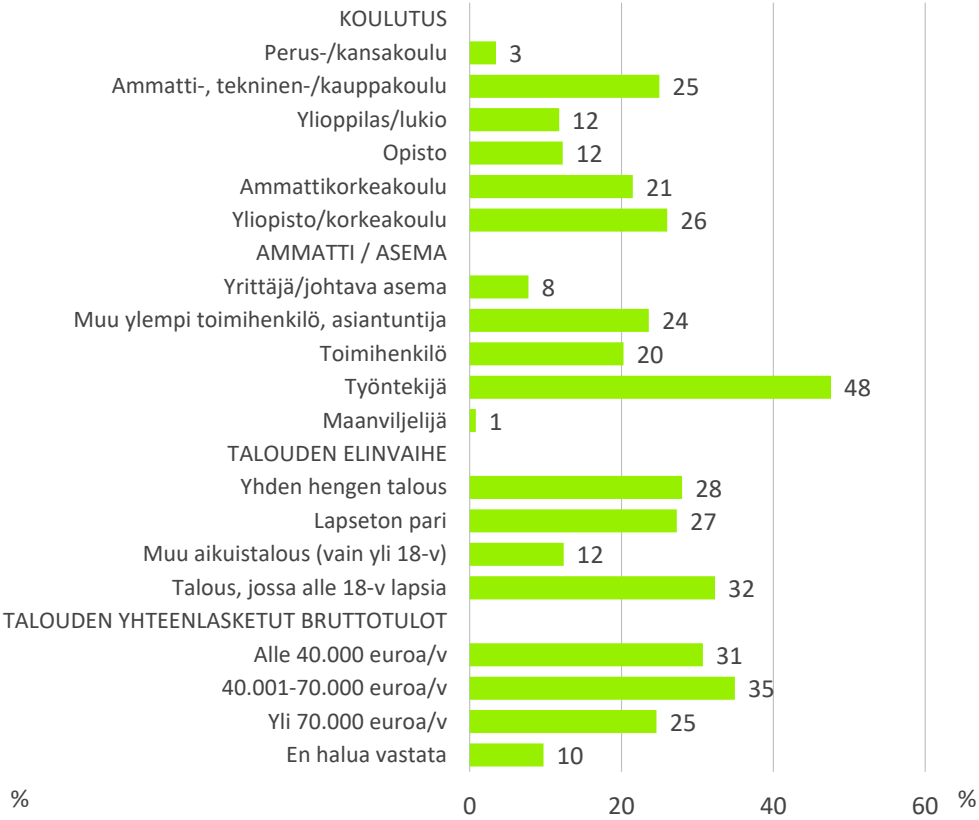


Vastaajarakenne

Vastaajien taustatiedot



Kaikki vastaajat, n=1086



Miten tutkimus tehtiin

Miten tutkimus tehtiin

- Tutkimus toteutettiin internetkyselynä Taloustutkimuksen Internet-paneelissa 23.-29.5.2019.
- Tutkimukseen osallistui kaikkiaan 1355 suomalaista, joista 1086 oli mukana työelämässä ja vastasi kaikkiin kysymyksiin hyväksytysti.
- Tutkimusaineisto painotettiin vastaamaan Manner-Suomen 18-65-vuotiasta väestöä iän, sukupuolen ja asuinalueen mukaan.
- Internet-paneelimme on värvätty monikanavaisesti sekä offline- että online-ympäristöissä. Mahdollisimman korkean vastausten laadun ja edustavuuden varmistamiseksi kaikki offline-jäsenet on rekrytoitu Suomen väestöä (pl. Ahvenanmaa) edustavien puhelin- tai ovelta ovelle -tutkimusten yhteydessä tai muilla satunnaistetuilla puhelin- ja kirjekampanjoilla. Online-värvätyt jäsenet on puolestaan rekrytoitu mahdollisimman useita ja erilaisia sähköisiä kanavia käyttäen (mm. sähköpostisuorat, ilmoitukset verkkomedioissa sekä Facebook-mainonta).
- Tutkimusotokset muodostetaan ohjelmallisesti satunnaispoimintana tutkimukseen toivotun väestö- sekä paneelikohderyhmän perusteella. Otanta voidaan siis suorittaa tilaajan toiveesta myös pelkästään offline- tai online-värvätyn paneeliosan sisällä. Oletuksena käytämme otantoihin koko paneelia.
- Paneeliamme hallinnoidaan aktiivisesti; seuraamme mm. vastausten laatua, paneelin käyttöastetta, panelistien osallistumisaktiivisuutta ja erilaisia rekrytointiprosessimittareita. Passiiviset panelistit poistetaan paneelistä.
- Paneeliamme käytetään ainoastaan markkinatutkimustarkoituksiin. Kaikki informaatio, mukaan lukien tutkimusvastaukset, ovat ehdottoman luottamuksellisia eikä vastaajien nimiä tai muita yhteystietoja yhdistetä tutkimusvastauksiin ilman vastaajakohtaista kirjallista lupaa. Emme myy panelistiemme nimi- tai yhteystietoja millekään kolmannelle osapuolelle. Edellytämme myös, etteivät panelistit tai heidän perheenjäsenensä työskentele markkinatutkimusyrytyksessä tai vastaavissa tehtävissä muissa organisaatioissa.

”*Useimmin työelämämurroksessa pelätään sitä, että oma työmäärä lisääntyy kohtuuttomasti.*”

LISÄTIETOJA

Kari Roose
tutkimusjohtaja
p. 010 7585 11
kari.roose@taloustutkimus.fi

www.taloustutkimus.fi



Liitteet

Laadunvarmistus Taloustutkimuksessa

- SGS Fimko on myöntänyt Taloustutkimukselle ISO 20252 -toimialasertifikaatin, ja tämän projektin kaikki vaiheet on toteutettu kyseisen standardin ja Suomen lakien mukaisesti.
- Taloustutkimus käsittelee aina kaikkia tutkimuksiin liittyviä, sekä asiakkailta saatuja että tutkimuksen yhteydessä syntyneitä, tietoja ehdottoman luottamuksellisina.
- Taloustutkimus on sitoutunut noudattamaan ESOMARin ja Kansainvälisen Kauppakamarin yhdessä julkaisemia tutkimusalan kansainvälisiä perussääntöjä.
- Taloustutkimus ei ole käyttänyt alihankkijoita tässä tutkimuksessa.

Erillistutkimuksen tulosten julkaiseminen ja edelleen luovuttaminen

- Tutkimuksen tilaaja voi julkistaa tilaamansa tutkimuksen tuloksia, kunhan julkaistut tulokset eivät ole harhaanjohtavia.
- Kun tutkimustuloksia julkaistaan, tulee selvästi erottaa tulokset ja niiden tulkinta.
- Julkistamisen yhteydessä on aina mainittava tutkimuksen nimi, toteutusaika ja tutkimuksen tekijä, Taloustutkimus Oy.
- Toivomme, että lähetätte suunnittelemanne julkaisun (lehtiartikkeli, verkossa julkaistavat tiedot ym.) Taloustutkimus Oy:hyn tarkastettavaksi ennen julkaisemista. Lisäksi toivomme, että toimitatte meille tiedon siitä, missä ja milloin asia julkaistaan, jotta voimme vastata meille mahdollisesti tuleviin kyselyihin.
- Olemme mielellämme avuksi viestinnässänne.



LUOTETTAVUUSRAJATAULUKKO 95 %:N TASOLLE

% -luku, joka tuli tulokseksi	VASTAAJAMÄÄRÄ															
	25	50	75	100	150	200	250	300	400	500	600	800	1000	2000	3000	5000
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
2 tai 98	±5,6	±4,0	±3,2	±2,8	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±1,1	±0,98	±0,9	±0,61	±0,51	±0,4
3 tai 97	±6,8	±4,9	±3,9	±3,4	±2,8	±2,4	±2,2	±2,0	±1,7	±1,5	±1,4	±1,2	±1,1	±0,75	±0,62	±0,49
4 tai 96	±7,8	±5,6	±4,5	±3,9	±3,2	±2,8	±2,5	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±0,86	±0,71	±0,56
5 tai 95	±8,7	±6,2	±5,0	±4,4	±3,6	±3,1	±2,7	±2,5	±2,2	±2,0	±1,8	±1,5	±1,4 1	±0,96	±0,79	±0,62
6 tai 94	±9,5	±6,8	±5,5	±4,8	±3,9	±3,4	±3,0	±2,8	±2,4	±2,1	±2,0	±1,7	±1,5	±1,0	±0,87	±0,68
8 tai 92	±10,8	±7,7	±6,2	±5,4	±4,4	±3,8	±3,4	±3,1	±2,7	±2,4	±2,2	±1,9	±1,7	±1,2	±0,99	±0,77
10 tai 90	±12,0	±8,5	±6,9 3b	±6,0	±4,9 3a	±4,3	±3,8	±3,5	±3,0	±2,7	±2,5	±2,1	±1,9	±1,3	±1,1	±0,85
12 tai 88	±13,0	±9,2	±7,5	±6,5	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,3	±2,9	±2,7	±2,3	±2,1	±1,4	±1,2	±0,92
15 tai 85	±14,3	±10,1	±8,2	±7,1	±5,9	±5,1	±4,5	±4,1	±3,6	±3,2	±2,9	±2,5	±2,3	±1,6	±1,3	±1,0 2
20 tai 80	±16,0	±11,4	±9,2	±8,0	±6,6	±5,7	±5,0	±4,6	±4,0	±3,6	±3,3	±2,8	±2,5	±1,8	±1,4	±1,1
25 tai 75	±17,3	±12,3	±10,0	±8,7	±7,1	±6,1	±5,5	±5,0	±4,3	±3,9	±3,6	±3,0	±2,8	±1,9	±1,6	±1,2
30 tai 70	±18,3	±13,0	±10,5	±9,2	±7,5	±6,5	±5,8	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,2	±2,9	±2,0	±1,7	±1,3
35 tai 65	±19,1	±13,5	±11,0	±9,5	±7,8	±6,8	±6,0	±5,5	±4,8	±4,3	±3,9	±3,3	±3,1	±2,1	±1,7	±1,4
40 tai 60	±19,6	±13,9	±11,3	±9,8	±8,0	±7,0	±6,2	±5,7	±4,9	±4,4	±4,0	±3,4	±3,1	±2,2	±1,8	±1,4
45 tai 55	±19,8	±14,1	±11,4	±9,9	±8,1	±7,0	±6,2	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4
50 tai 50	±20,0	±14,2	±11,5	±10,0	±8,2	±7,1	±6,3	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4

Esimerkki 1 Jos tuhannesta vastaajasta 5 % on ostanut tuotetta, on virhemarginaali ±1,4 prosenttiyksikköä. Koko väestössä on siis 95 %:n luotettavuustason mukaan 3,6–6,4 % tuotetta ostaneita.	Esimerkki 2 Oletetaan ennen tutkimusta, että tuotteen markkinaosuus on noin 15 %. Halutaan selvittää asia ±1 prosenttiyksikön tarkkuudella. Tutkimukseen tarvitaan 5000 vastaajaa.	Esimerkki 3 a) Tuhannen vastaajan joukossa 15–19-vuotiaita on 150, ja näistä 10 % ilmoittaa ostavansa säännöllisesti tuotetta X. Todellinen ostajien osuus 95 %:n luotettavuustasolla on 10 % ±4,9 eli 5,1–14,9 %. b) Jos otoskoko olisi puolta pienempi eli 500, 15–19-vuotiaita vastaajia olisi 75 ja todellinen ostajien osuus olisi 10 % ±6,9 eli 3,1–16,9 %.
---	--	--