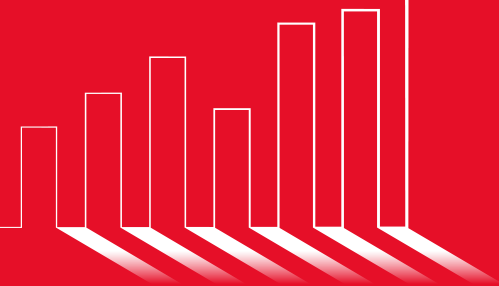


# VIESTINNÄN AMMATTILAISET 2015

ProCom, Viesti ry, Julkisen alan tiedottajat ry (JAT),

Kirkon tiedotuskeskus



# Raportin rakenne

**1** Keskeiset tulokset

**2** Tutkimuksen toteutus  
Vastaajien taustatiedot

**3** Työpaikka ja tehtävä

**4** Viestinnän asema ja resurssit  
organisaatiossa

**5** Viestinnän mittaaminen

**6** Työsuhde

**7** Työtyytyväisyys

**8** Viestintäkonsultit

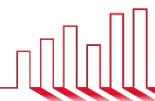
**9** Palkka ja luontaisedut

**10** Osaaminen jatkossa

**11** Yhteystiedot

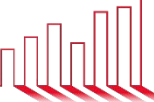
## KESKEISET TULOKSET 1(4)

- Valtaosa kaikista tutkimukseen vastanneista kuuluu joko ProComiin (58 %) tai Viesti ry:hyn (42 %). Selvästi harvempi (17 %) kuuluu JAT:iin tai Kirkon viestijöihin (6 %). Pääallekkäisyyttä on jonkin verran (21,9 %, 293/1339 vastaajaa).
- SUKUPUOLI JA IKÄ. Naisten osuus tutkimukseen vastanneista on vuosi toisena jälkeen pysynyt suurena (87 %-90 %). Viestintäammattilaisten ikärakenteessa ei ole tapahtunut suuria muutoksia; keski-ikä on 41,9 vuotta (2013: 41,0 v.).
- PERUSKOULUTUS. Kaksi kolmesta (68 %) viestintäalan ammattilaisesta on suorittanut ylemmän korkeakoulututkinnon ja lähes joka viides (17 %) ammattikorkeakoulututkinnon tai alemman korkeakoulututkinnon.
- VIESTINTÄALAN KOULUTUS. Enemmistö (70 %) viestinnän ammattilaisista on opiskellut viestintää joko pääaineena yliopistossa, korkeakoulussa tai sivuaineena korkeakoulussa tai avoimessa yliopistossa. Viestintäyksikön päälliköt, joilla on alaisia, on muita useammin suorittanut viestinnän opintoja pääaineena yliopistossa tai korkeakoulussa. Vastaavasti sellaiset viestintäyksikön esimiehet, joilla ei ole alaisia, ovat suorittaneet muita useammin viestinnän opintoja sivuaineena korkeakoulussa tai avoimessa yliopistossa. Nämä molemmat kohderyhmät korostuvat myös muita useammin viestinnän johtamisen koulutusohjelmien käyttäjinä.
- MISTÄ TEHTÄVISTÄ SIIRTUNYT VIESTINTÄTEHTÄVIIN. Viestintätehtäviin siirrytään useimmiten opintojen jälkeen (44% ). Osa on tullut viestintätehtäviin myös media-alalta (14 %), muista asiantuntijatehtävistä (12 %) ja myynnin tai markkinoinnin tehtävistä (10 %).
- KOKEMUS VIESTINTÄTEHTÄVISTÄ. Viestintäammattilaiset ovat toimineet nykyisessä toimensa hieman aiempaa pidempään (4,2 vuotta → 5,2 vuotta). Reilu kolmannes (37 %) on toiminut nykyisessä toimensa enintään kaksi vuotta. Viestintätehtävissä kaiken kaikkiaan on toimittu keskimäärin 11,9 vuotta (2013: 12,1 vuotta). Viestintäalan rittäjät/ammattinharjoittajat ovat olleet alalla keskimäärin 18 vuotta ja palkansaajat 12 vuotta.
- VIESTINTÄAMMATTILAISTEN JÄRJESTÄYTYNEISYYS. Kolme neljästä (76 %) viestintäalan ammattilaisesta kuuluu ammattiliittoon ja joka viides ainoastaan työttömyyskassaan. Tulos on pysynyt ennallaan viime vuosina.
- ORGANISAATIO JA TOIMIPAIKAN SIJAINTI. Lähes kaksi kolmesta (62 %) viestintäalan ammattilaisesta työskentelee organisaatiossa, jossa henkilöstömäärä on alle 500 henkilöä. Suurin osa (69 %) viestintäammattilaisten työpaikoista toimii pääkaupunkiseudulla.



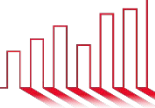
## KESKEISET TULOKSET 2(4)

- **PÄÄTEHTÄVÄT** Yhä edelleen sisällöntuotanto ja seuranta, mediaviestintä ja toimintaympäristön seuranta sekä työyhteisö- / sisäinen viestintä ovat viestinnän ammattilaisia eniten työllistäviä tehtäväalueita. Etenkin mediaviestintä ja toimintaympäristön seuranta on lisääntynyt (35 % → 52 %). Myös maineen ja brändin rakentaminen (18 % → 37 %) ja some-asiantuntijatehtävät / yhteisömanagerointi (37 %) ovat nousseet hyvin keskeiseen rooliin viestinnän ammattilaisten työnkuvassa. Tänä vuonna some-asiantuntijatehtävät kysyttiin ensimmäistä kertaa omana tehtävänä.
- **TEKEEKÖ VIESTINTÄTEHTÄVIÄ PÄÄTOIMISESTI** Valtaosa (85 %) viestintäammattilaisista tekee viestintätehtäviä päätoimisesti ja loput oman toimen ohella.
- **VIESTINNÄN RESURSSIT** Viestintä on hajautettu pieniin yksiköihin, sillä yli puolet työskentelee 1-5 henkilön viestintäyksikössä. Suuntaus näyttää kuitenkin kääntyvän, sillä pienten yksiköiden osuus on laskenut selvästi (2013: 59% → 41 %) ja vastaavasti suurempien yksiköiden osuus noussut. Etenkin yhden henkilön yksiköiden osuus on pienentynyt suhteellisesti paljon (20 % → 15 %). Reilu kaksi kolmasosaa (67 %) viestintäyksiköistä toimii enintään 500 000 euron vuosibudjetilla. Viestintäbudjetin keskikoko on hieman pienentynyt (350 781 euroa → 343 324 euroa). Vuosien 2011 ja 2013 välillä viestintäbudjetin koko supistui peräti 12 prosenttiyksikköä eli lähes 50 000 euroa.
- **JOHTORYHMÄN JÄSENYYS** Yli puolet (57 %) esimiesvastuullisista viestintäammattilaisista osallistuu täysivaltaisena jäsenenä organisaationsa johtoryhmän työskentelyyn. Lähes joka neljäs heistä osallistuu johtoryhmään asiantuntijana ja pienellä (10 %) osalla on oikeus olla läsnä siellä. Yksin viestinnästä vastaavien asema on selvästi heikompi.
- **VIESTINNÄN MITTAAMINEN** Viestinnän tulosten mittaamisessa hyödyllisimpinä mittareina pidetään sidosryhmä- ja mainetutkimuksia (59%), liiketoiminnallisia ja toiminnallisia tuloksia (49%) sekä käyttäjätilastoja ja muita määrällisiä mittareita (37%). Eniten liiketoiminnallisia ja toiminnallisia tuloksia hyödyntää yksityinen sektori ja viestintätoimistot. Kirkko, seurakunnat ja järjestöt, liitot sekä säätiöt hyödyntävät muita selvästi useammin käyttäjätilastoja ja muita kvantitatiivisia mittareita. Julkisella sektorilla hyödynnetään muita hieman useammin sidosryhmä- ja mainetutkimuksia.



## KESKEISET TULOKSET 3(4)

- **SOME-PÄIVYSTYS JA OIKEUS YLITYÖKORVAUKSIIN** Hyvin moni organisaatio (41%) järjestää jo some-päivystystä. Mitä suurempi viestintäyksikön koko on sitä varmemmin päivitys on järjestetty. Suurin osa (44 %) ei saa mitään korvausta some-päivystykseen käytetystä ajasta. Hyvin harva (5 %) saa siitä erikseen sovitun rahallisen korvauksen ja osalle (18 %) korvaus myönnetään vapaa-aikana. Lähes joka neljännelle (24 %) viestinnän ammattilaiselle ei korvata ylityötä vapaana eikä rahana.
- **TYÖLLISYYSTILANNE** Vakinaisessa työssä olevien viestinnän ammattilaisten osuus on pysynyt useita vuosia samalla korkealla tasolla (2011-2015: 86 %). Epävarmuus työn jatkumisesta on silti säilynyt ennallaan ja aiempaa useampi (8 % → 13% → 15%) pitää työn jatkumista melko epävarmana. Reilu kaksi kolmesta (69%) pitää työllisyystilannettaan nykyisessä toimessaan hyvin taattuna vuosiksi eteenpäin. Työttömänä viimeisen kahden vuoden aikana on ollut 8%. Viestintäalan palkansaajista määräaikaisessa työsuhteessa on 13 %, yhtä paljon kuin vuonna 2013.
- **TYÖPAIKANVAIHTOAIKEET** Joka kolmas (32 %) viestinnän ammattilainen on käynyt työpaikkahaastattelussa viimeisen vuoden aikana ja sama määrä (32 %) on jatkanut opintojaan tai aloittanut opinnot. Vakavasti siirtymistä toiselle alalle, pois viestinnästä on harkinnut myös joka kolmas (31 %). Hyvin harvaan (10 %) viestinnän ammattilaiseen on suoraan kotoisista ottanut yhteyttä viimeisen vuoden aikana – muita selvästi useammin näin on käynyt esimiesvastuussa oleville viestintäyksikön päälliköille (21 %).
- **PALKKATASO JA SEN KEHITYS** Viestintäammattilaisten palkat ovat nousseet. Palkansaajina työskentelevien mediaanipalkka on 3 820 euroa kuukaudessa, nousua on 4,9 % verrattuna vuoteen 2013. Suurimmat palkat ovat edelleen yksityisellä sektorilla (mediaanipalkka 4084 euroa). Julkisella sektorilla (3762 euroa) ja järjestöissä (3750 euroa) mediaanipalkat ovat samalla tasolla. Palkkojen kasvu on ollut kaikkein ripeintä kirkon ja seurakunnan piirissä (mediaanipalkka 2924 euroa + 8,3 %) ja maltillisinta viestintätoimistoissa (mediaanipalkka 3668 euroa, +2,6 %). Tämä on 0,8 %-yksikköä vähemmän kuin yksityisellä sektorilla.
- **LUONTAISEDUT** Lähes kaksi kolmesta (64 %) palkansaajasta on saanut luontaisetuja elokuussa 2015, keskiarvo 224 euroa kuukaudessa. Eri työnantajittain tarkasteltuna pörssiyritykset maksavat suurimmat rahamääräiset luontaisedut (302 euroa / luontaisetuja saanut vastaaja).



## KESKEISET TULOKSET 4(4)

- **BONUKSET** Tänä vuonna joka kolmas (2013: 36 % → 33 %) kaikista viestintäammattilaisista on saanut viimeisen vuoden aikana kertaluonteisen tulospalkkauserän tai bonuksen, joka on ollut keskimäärin 3 584 euroa. Se on 25 % enemmän kuin vuonna 2013. Suurempiin palkkaluokkiin kuuluvat viestintäammattilaiset saavat myös selvästi enemmän kertaluontoisia tulospalkkauseriä tai bonuksia kuin matalammin palkatut.
- **OPTIOT** Optio-ohjelmat tai osakepohjaiset kannustinjärjestelmät ovat käytössä melko harvassa (14 %) työpaikassa. Ne koskevatkin pääasiassa yksityisen sektorin viestintäammattilaisista (36 %) ja suurimpiin palkkaluokkiin kuuluvia. Viestintäkonsulteista 3 %:lla kuukausipalkka on osittain sidottu provisiopalkkaukseen.
- **MERKITTÄVIMMÄT OSAAMISALUEET** Keskeisimmät osa-alueet, joihin viestintäammattilaiset aikovat seuraavan kahden vuoden aikana panostaa ovat pääosin samat kuin viime kerralla; sosiaalisen median tuntemus ja osaaminen (52 %) - etenkin yli 50-vuotiaat selkeästi enemmän kuin nuoremmat. Hyvin moni aikoo panostaa myös strategiaviestintään ja viestinnän johtamiseen (34 %), visuaalisen viestinnän taitoihin (23 %) sekä markkinointiin ja ymmärrykseen integroidusta markkinointiviestinnästä (22 %).



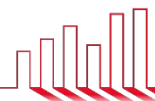
# Tutkimuksen toteutus

Tarkoitus	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Selvittää viestinnän työnkuvan ja palkkojen kehitystä sekä kartoittaa ammattiosaamista.</li> </ul>
Kohderyhmä	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ProComin, Viestin, Julkisen alan tiedottajien ja Kirkon tiedotuskeskuksen jäsenet.</li> <li>▪ Kukin järjestö vastasi oman rekisterien muodostamisesta ja toimitti Taloustutkimukselle sellaisten jäsenten yhteystiedot, joille löytyi sähköpostiosoite.</li> <li>▪ Rekisterin koko yhteensä 4582. Taloustutkimus poisti rekisteristä päällekkäisyydet (358 yhteystietoa).</li> </ul>
Toteutustapa	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sähköpostikysely 31.8.-16.9.2015 välisenä aikana</li> </ul>
Vastaajamäärä	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tutkimuskutsuja lähetettiin yhteensä 4224, joista virheellisiä tai toimimattomia yhteystietoja oli 29 kpl.</li> <li>▪ Vastausaikana lähetettiin kaksi muistutusviestiä (7.9. ja 16.9.). Lisäksi järjestöt muistuttivat jäseniään jäsenposteissa ja sosiaalisessa mediassa.</li> <li>▪ Yhteensä tutkimukseen vastasi 1339 alan ammattilaista (vastausprosentti 32 %) .</li> </ul>
Painotus	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tutkimuksen tuloksia ei ole painotettu.</li> </ul>
Raportointi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Peruseraportti ja järjestökohtaiset raportit (PP-raportti)</li> <li>▪ Taulukkoraportti (excel-tiedosto)</li> <li>▪ Vapaa muotoiset vastaukset ja muu-mikä –ryhmien vastaukset (excel-tiedosto).</li> </ul>
Muuta	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vastaavat tutkijat Taloustutkimuksessa: Katja Mikkonen ja Kari Niklander. Raportoinnissa on avustanut Tuomas Lehikoinen.</li> </ul>

- Tämän projektin tiedonkeruussa ei ole käytetty alihankkijoita.
- Taloustutkimus käsittelee aina kaikkia tutkimuksiin liittyviä, sekä asiakkailta saatuja että tutkimuksen yhteydessä syntyneitä, tietoja ehdottoman luottamuksellisina.
- Kenttätyön validointi: *”Kenttätyön validoinnin tarkoituksena on varmistaa, että kenttätyöntekijöiden suorittama tiedonkeruu on suoritettu projektiohjeiden mukaisesti sisältäen tutkimuslomakkeiden ja yleisten vaatimusten seuraamisen. Taloustutkimuksessa on kirjattu tarkat menettelyohjeet validoinnin toteuttamisesta eri tiedonkeruumenetelmien kohdalla. Validointeja seurataan sekä projekti- että haastattelijakohtaisesti.*

*Haastattelemalla tehdystä tiedonkeruusta 10 %:a uudelleen kontaktoidaan pääsääntöisesti puhelimitse ja/tai sähköisesti laadun varmistamiseksi. Haastatteluja voidaan tarkkailla myös kuuntelemalla 5 %:a haastatteluista vähintään 75 %:sesti. Muissa menetelmissä käytetään tietotallenteiden tarkastusta ja/tai valvontaa.”*

- SGS Fimko on myöntänyt Taloustutkimukselle sekä ISO 9001:2008 että ISO 20252 -laatusertifikaatit, ja tämän projektin kaikki vaiheet on toteutettu näiden standardien sekä Suomen lakien mukaisesti.
- Taloustutkimus on sitoutunut noudattamaan ESOMARin ja Kansainvälisen Kauppakamarin yhdessä julkaisemia tutkimusalan kansainvälisiä perussääntöjä.

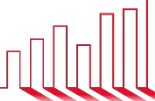




## Tutkimustulosten julkistaminen (ad hoc -tutkimukset)

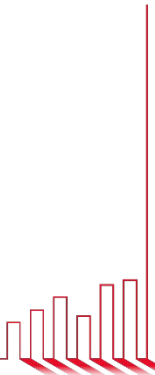
Tilaaajan toimeksiannosta toteutettujen tutkimusten (ad hoc -tutkimukset) tuloksia julkistettaessa on huomioitava seuraavat asiat:

- Tutkimuksen tilaaja voi julkistaa tilaamansa tutkimuksen tuloksia, kunhan julkaistut tulokset eivät ole harhaanjohtavia.
- Kun tutkimustuloksia julkaistaan, tulee selvästi erottaa tulokset ja niiden tulkinta. Vastuun tutkimustulosten julkaisemisen oikeellisuudesta ja asianmukaisuudesta kantaa yleensä tekijänoikeuden haltija.
- Julkistamisen yhteydessä on aina mainittava tutkimuksen nimi, toteutusaika ja tutkimuksen tekijä, Taloustutkimus Oy.
- Taloustutkimus Oy voi julkaista tutkimustulokset esimerkiksi alan konferensseissa, jos asiasta on sovittu tutkimusprojektin toimeksiantajan kanssa.
- Toivomme, että lähetätte suunnittelemanne julkaisun (lehtiartikkeli, verkossa julkaistava tiedote tms.) Taloustutkimus Oy:hyn tarkastettavaksi ennen sen julkaisemista. Lisäksi toivomme, että toimitatte meille tiedon siitä, missä ja milloin asia julkaistaan, jotta voimme vastata meille mahdollisesti tuleviin kysymyksiin.



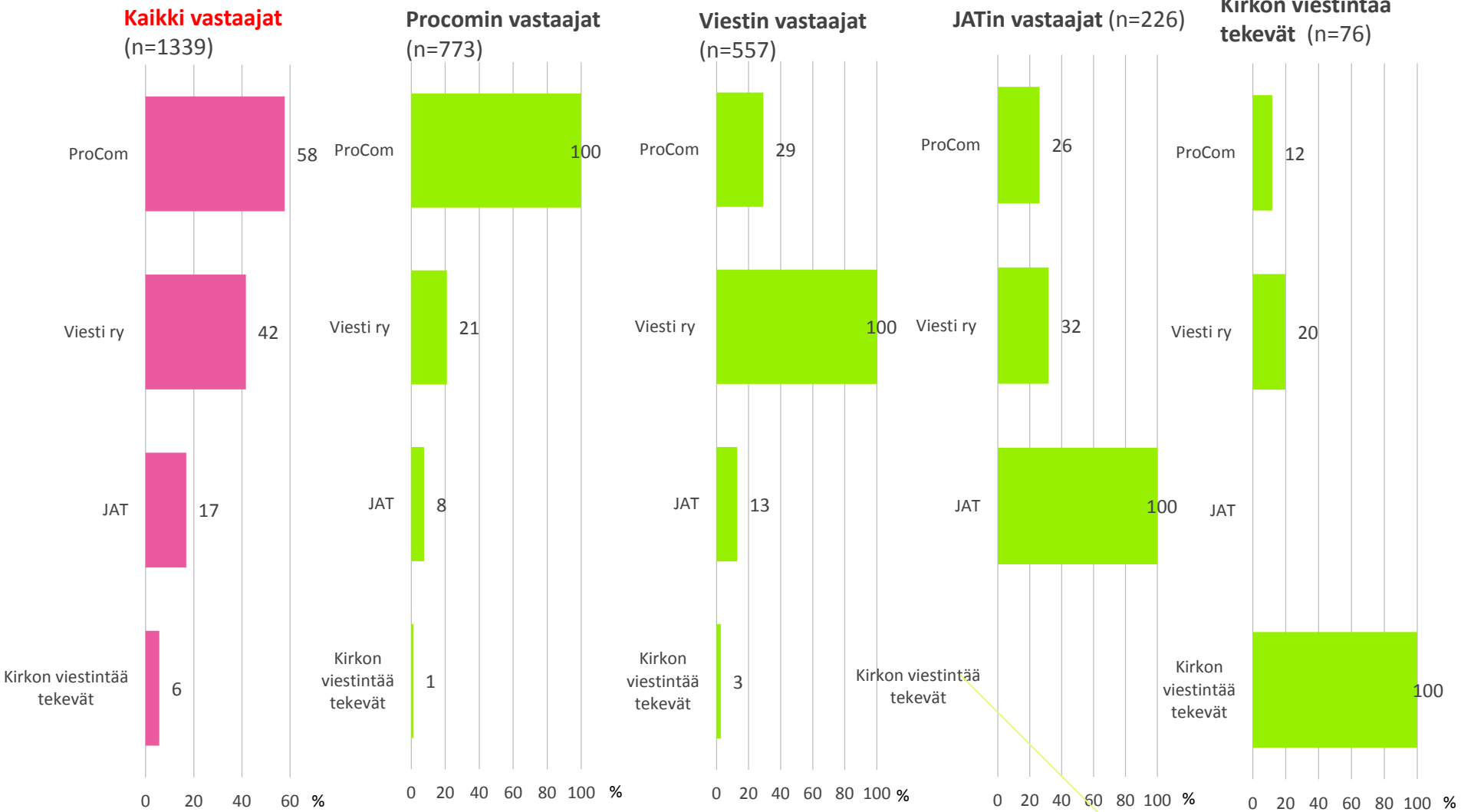
## Vastaajien taustatiedot

- Tutkimuksen taustataho, johon kuuluu
- Sukupuoli
- Asema viestintäyksikössä
- Koulutus ja ikäryhmä
- Minkälaista viestintäalan koulutusta on hankkinut
- Mistä tehtävistä siirtynyt aikoinaan viestinnän tehtäviin
- Rooli työelämässä ja työsuhteen tyyppi
- Toimiiko päätoimisesti...
  - yrityksen yhteisön viestintä-, markkinointi - tai IR-yksikössä
  - viestinnän tehtävissä osana muuta organisaatiota
  - palkansaajana viestintä , mainos- tai mediatoimistossa
  - viestintäalan yrittäjänä/ammattinharjoittajana
  - viestinnän opetustehtävissä oppilaitoksessa
  - tuottajana tai toimittajana kustannusyhtiössä
  - muissa kuin viestintätehtävissä (esim. johtamis- tai muissa tehtävissä)
- Toimipaikan sijainti
- Kuinka monta vuotta toiminut viestintätehtävissä
- Ammattiliiton / työttömyyskassan jäsenyys



# Mihin seuraavista tämän tutkimuksen taustatahoista kuuluu?

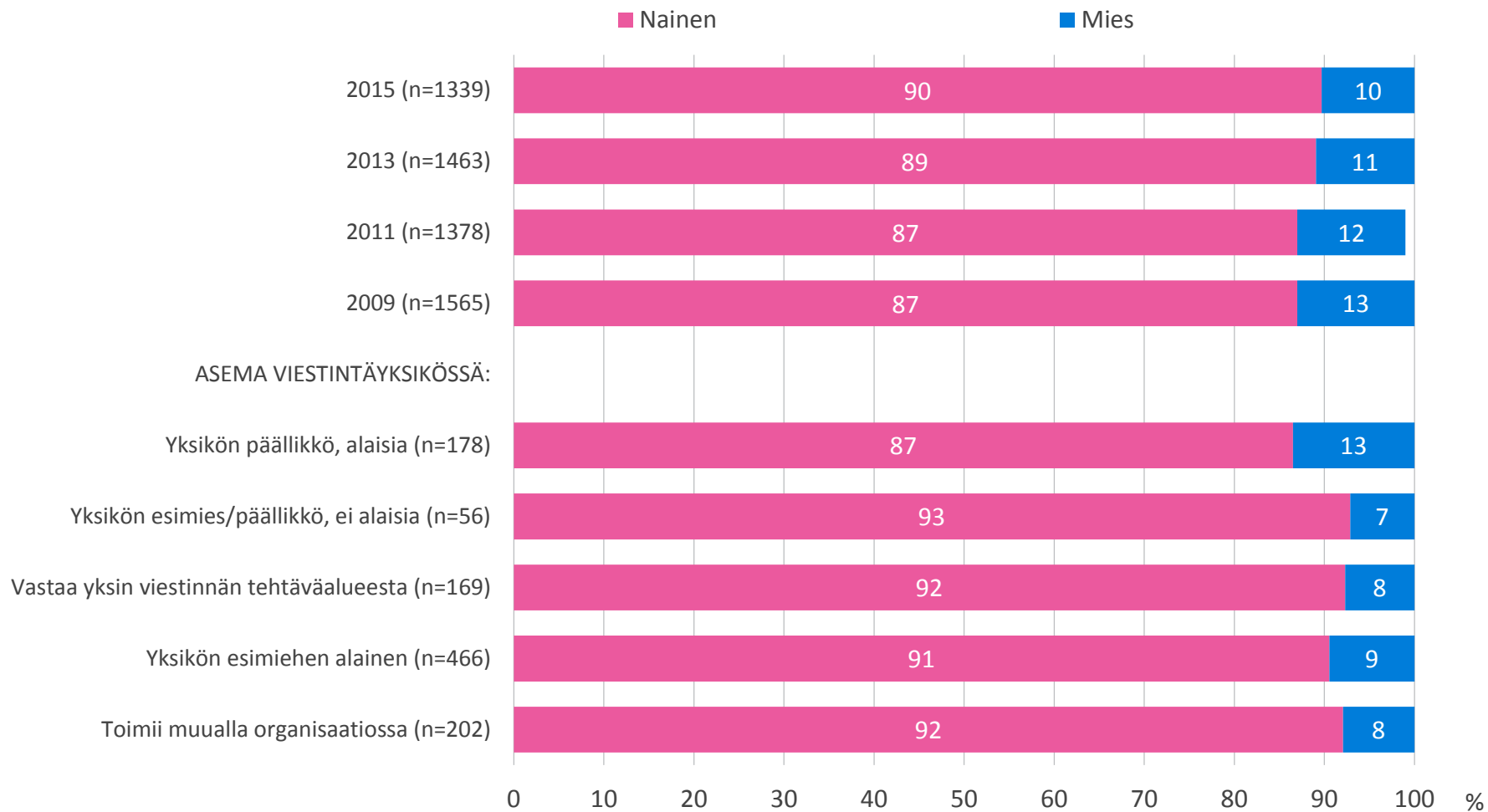
(voi valita useita vaihtoehtoja)



Vastaajat = 1339

# Vastaajien taustatiedot

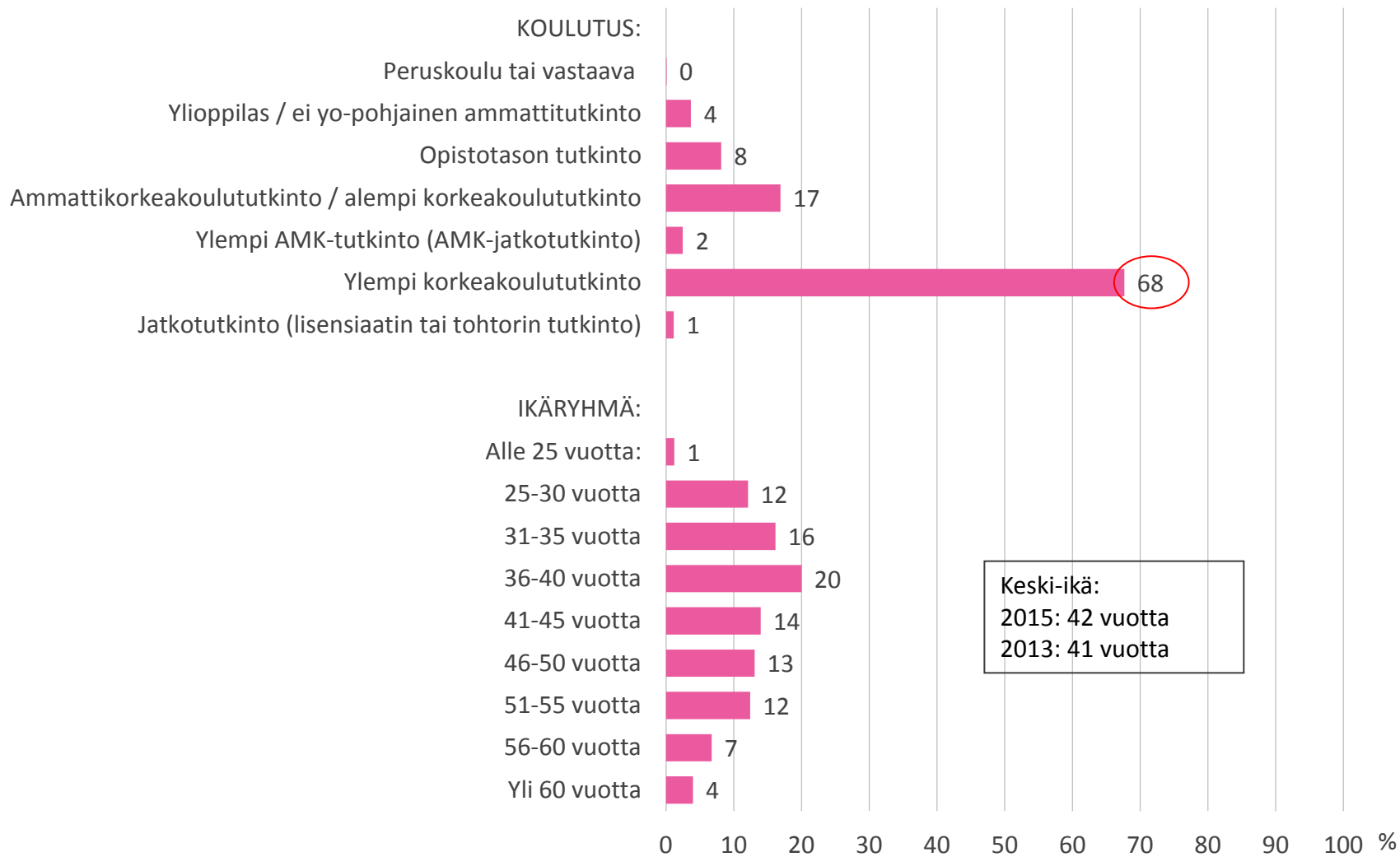
n= kaikki vastaajat



Vastaajat = 1339

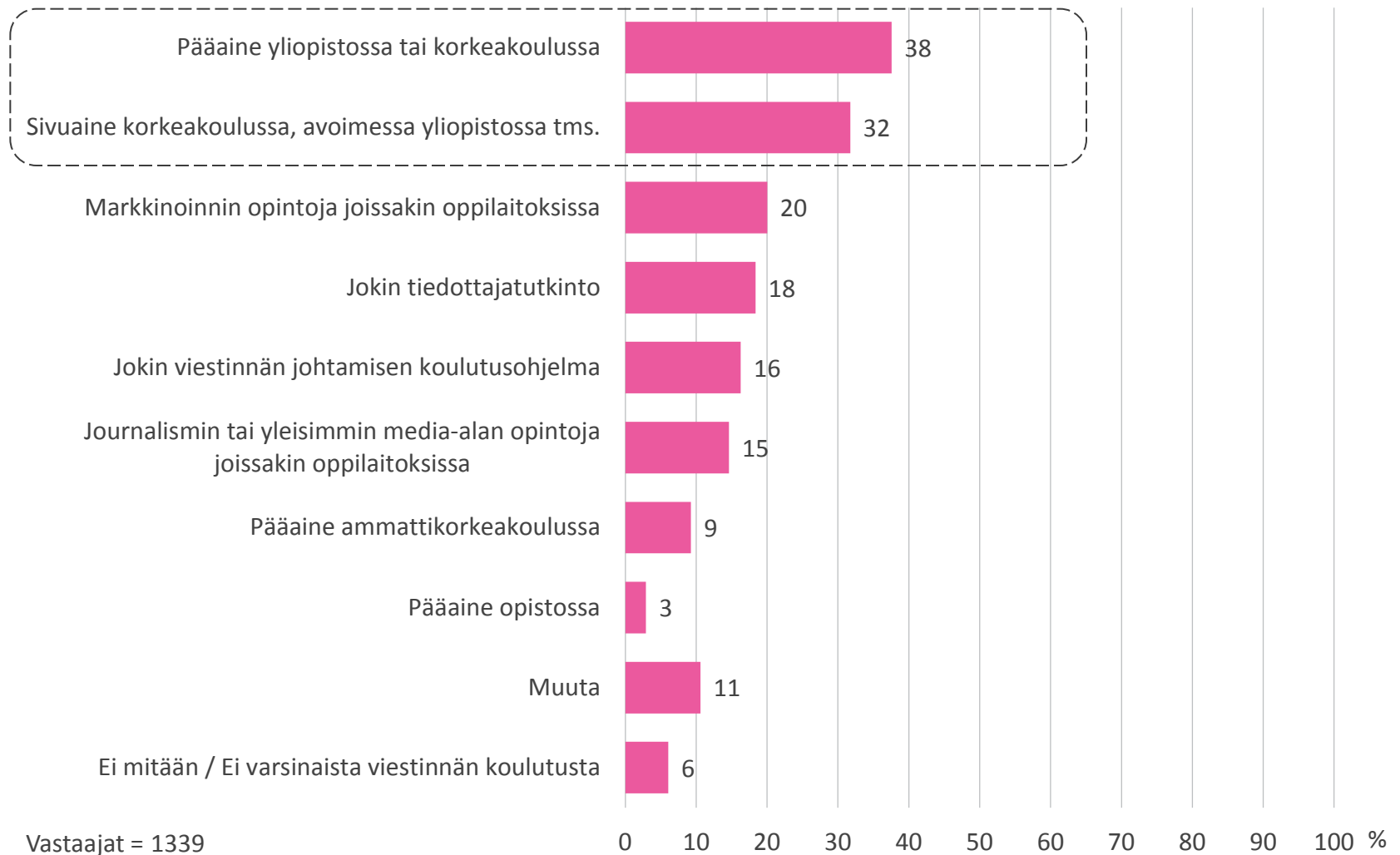
## Vastaajien taustatiedot

n= kaikki vastaajat



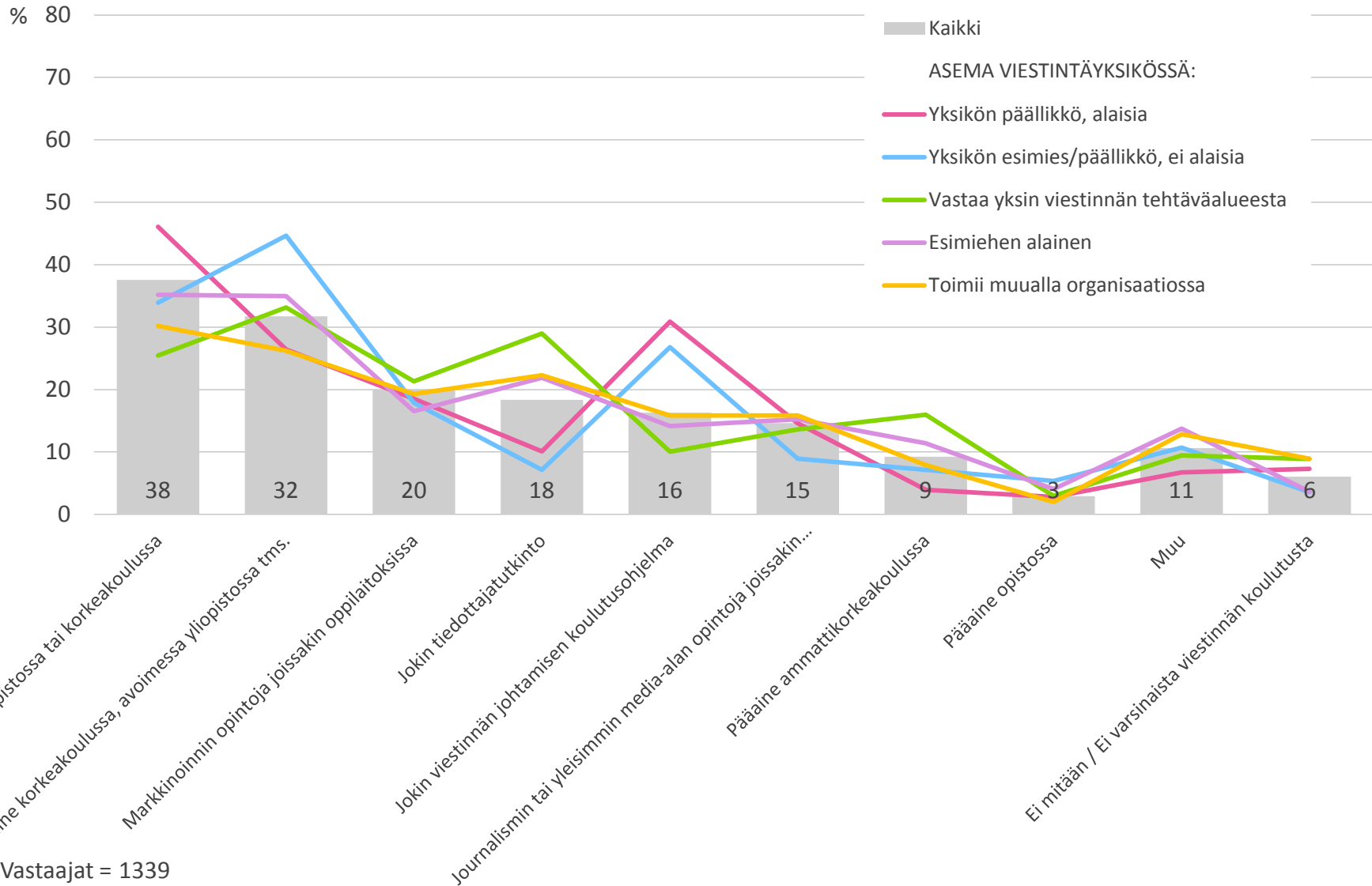
## Minkälaista viestinnän koulutusta on hankkinut

n= kaikki vastaajat



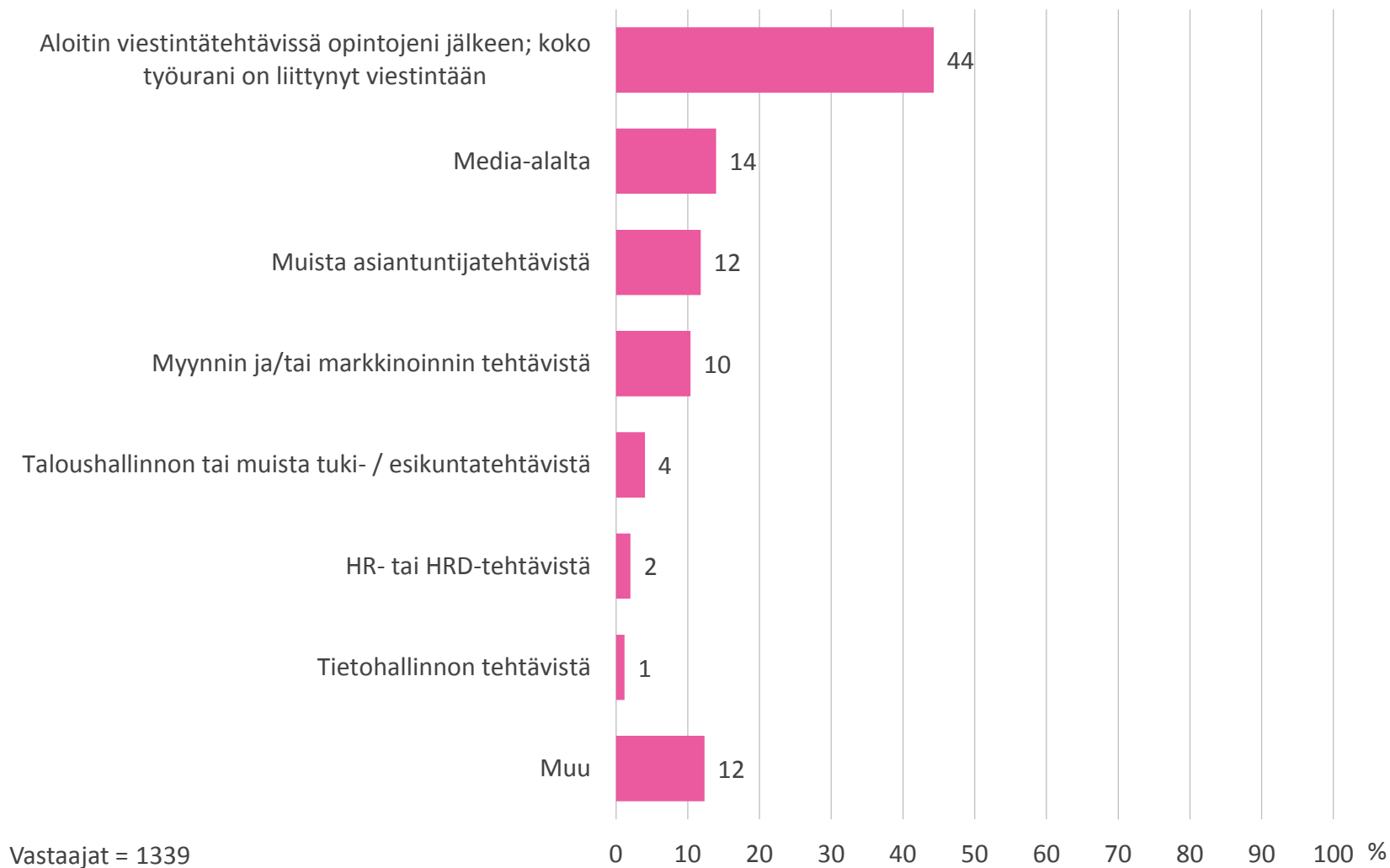
# Minkälaista viestinnän koulutusta on hankkinut taustaryhmittäin

n= kaikki vastaajat



## Mistä tehtävistä on siirtynyt aikoinaan viestinnän tehtäviin

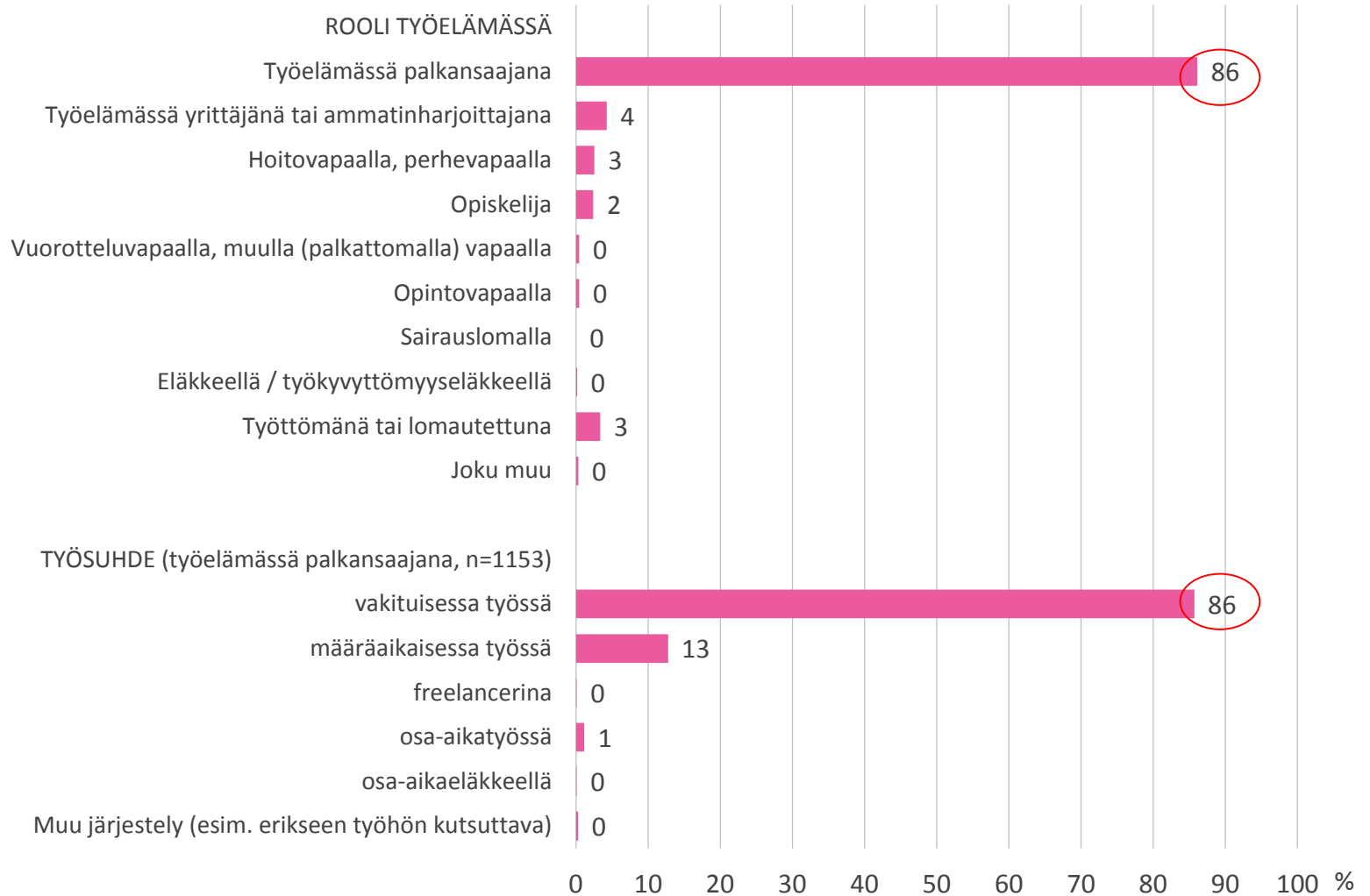
n= kaikki vastaajat





## Vastaajien taustatiedot

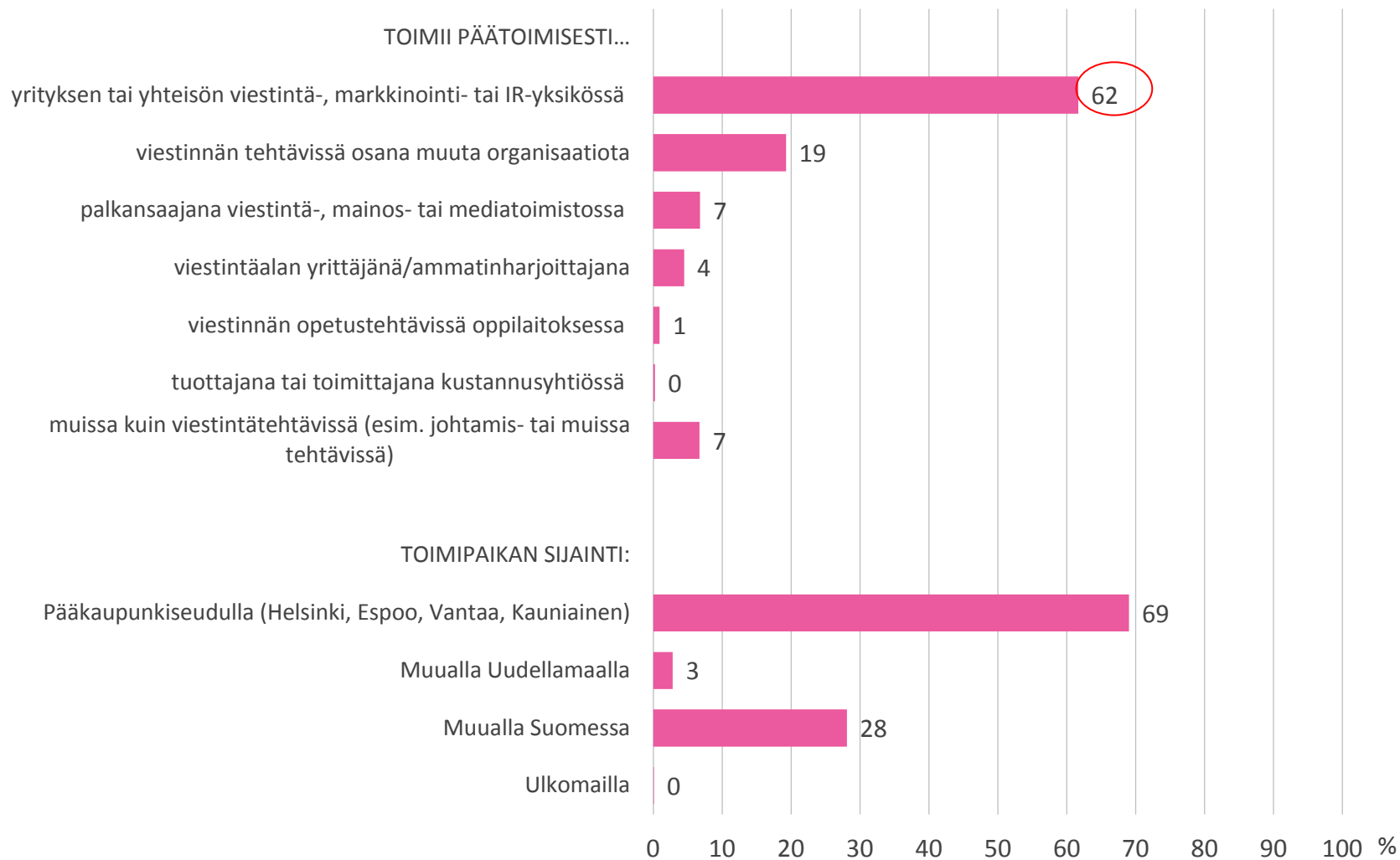
n= kaikki vastaajat



Vastaajat = 1339

## Vastaajien taustatiedot

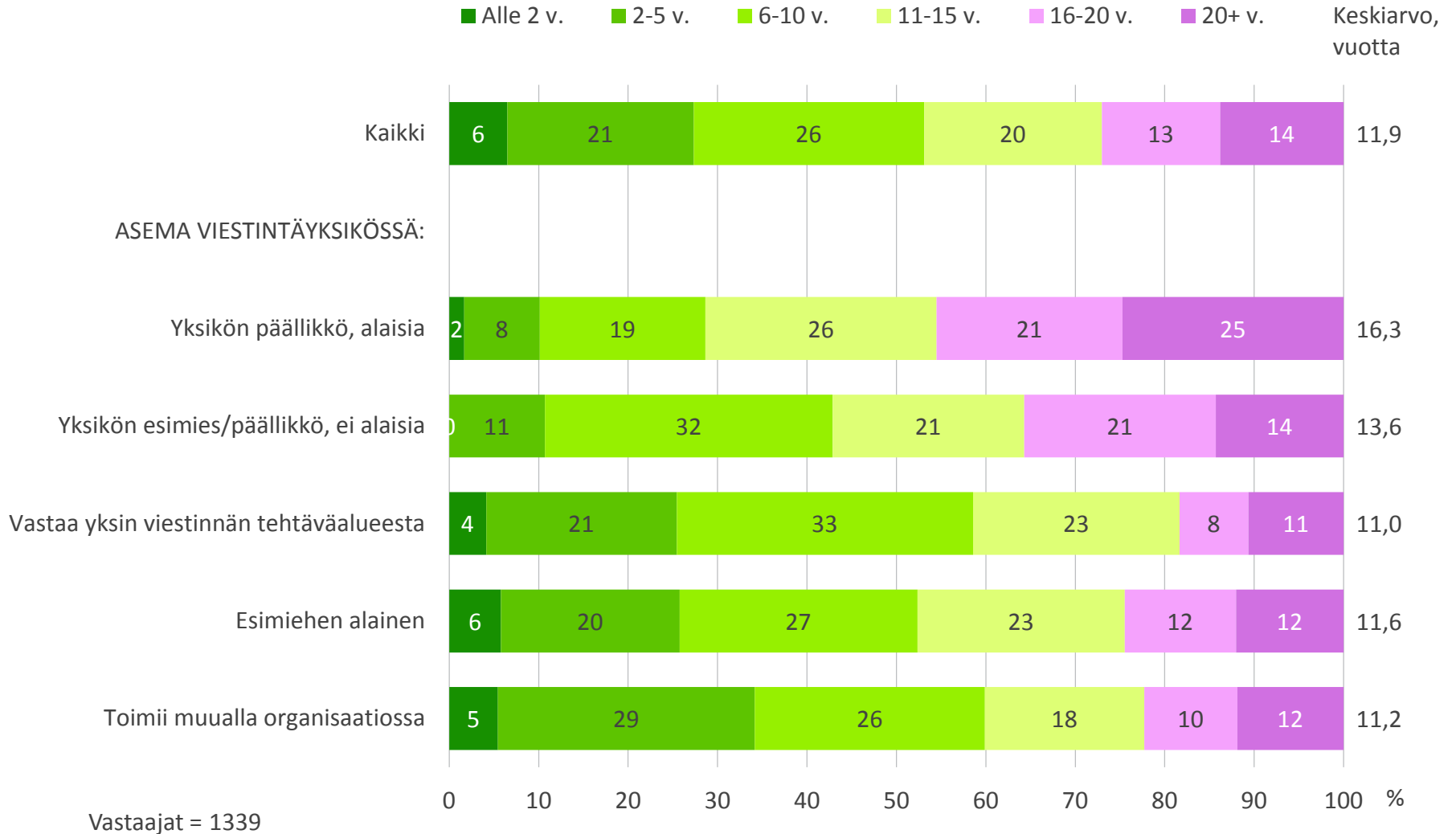
n= työelämässä



Vastaajat = 1210

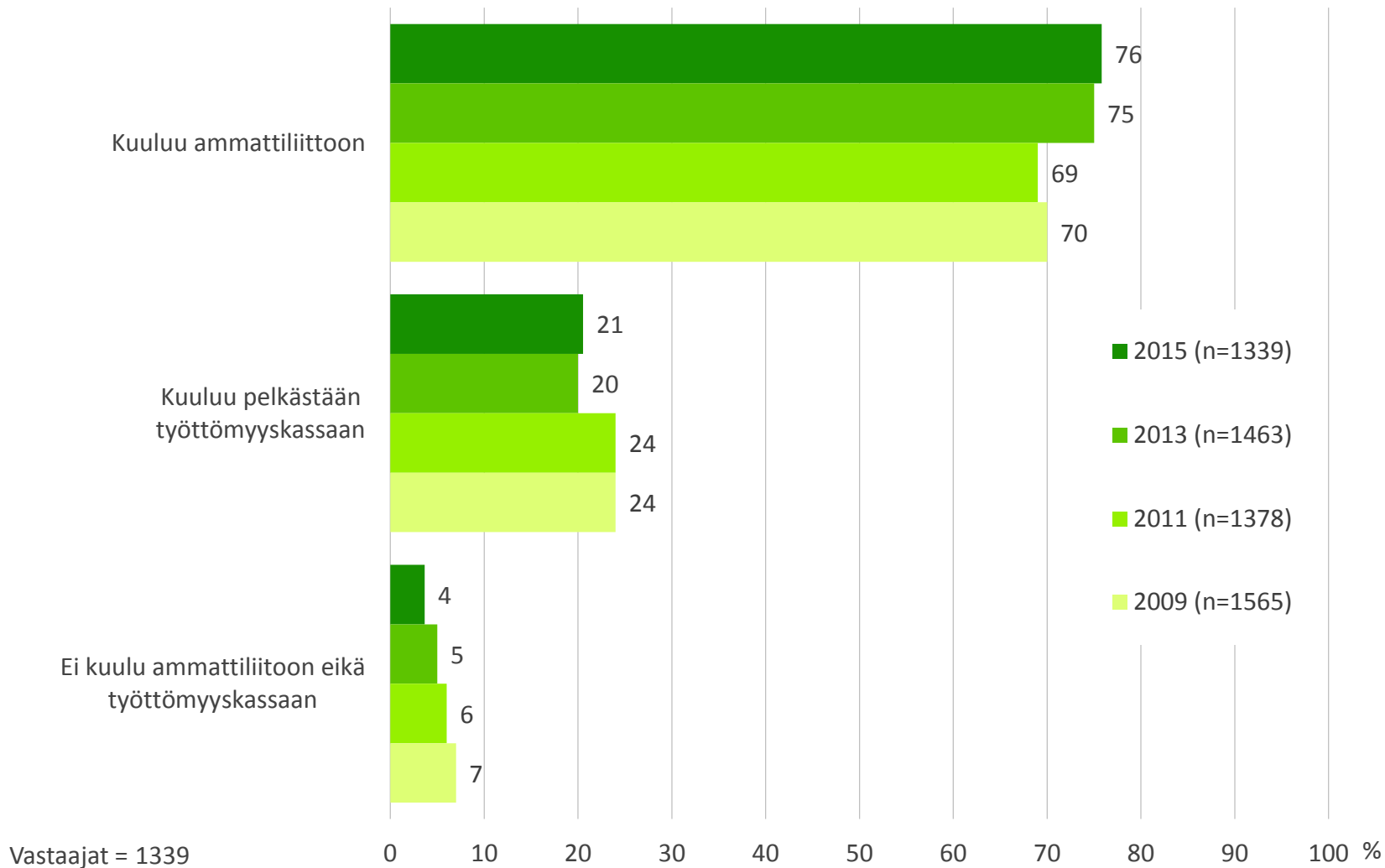
# Kuinka monta vuotta toiminut viestintätehtävissä

n= kaikki vastaajat



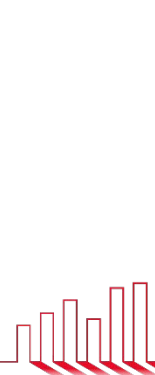
# Ammattiliiton tai työttömyyskassan jäsenyys

n= kaikki vastaajat



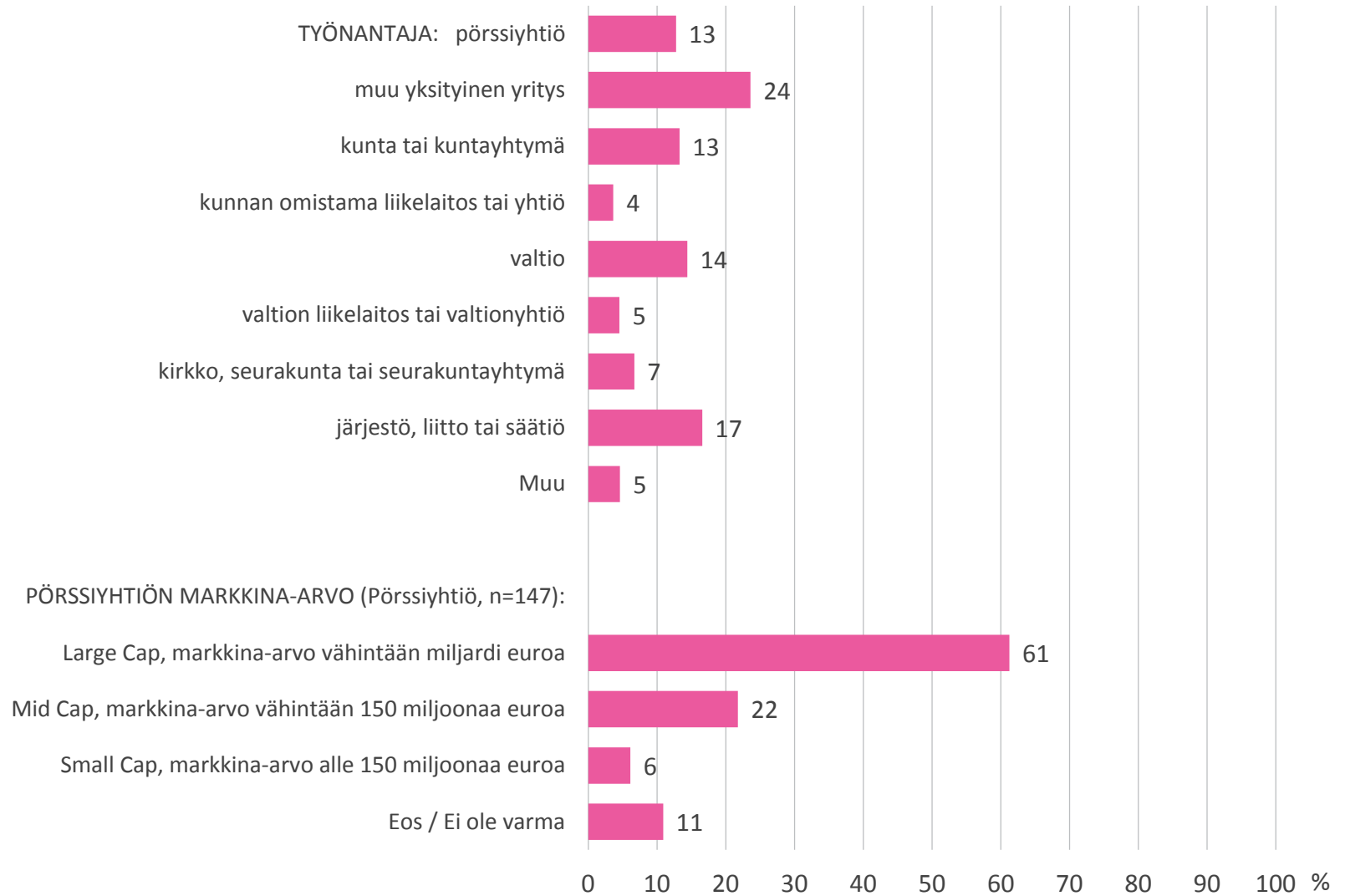
## Työpaikka ja tehtävä

- Työnantajasektori
  - Jos pörssiyritys: markkina-arvon mukainen suuruusluokka
  
- Ammattinimike
- Asema viestintäyksikössä
- Kuinka monta vuotta on ollut nykyisessä toimessa
- Tekeekö viestintätehtäviä päätoimisesti vai oman toimen ohella
- Kenelle raportoi
  
- Päätehtävät viestinnässä
  - Viisi tärkeintä
  - Vuosina 2015 ja 2013
  - Sektoreittain



# Vastaajien taustatiedot

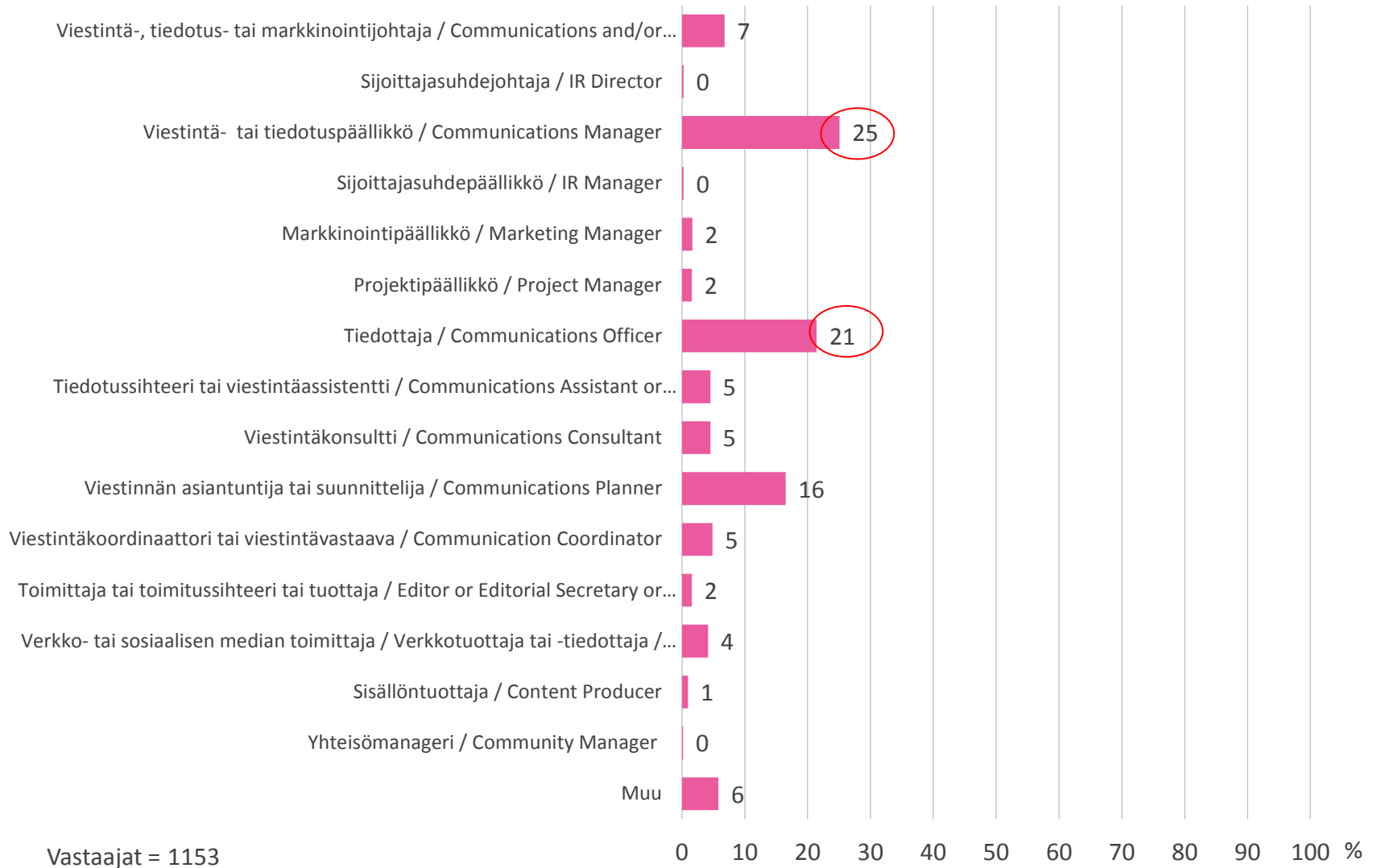
n= työelämässä palkansaajana



Vastaajat = 1153

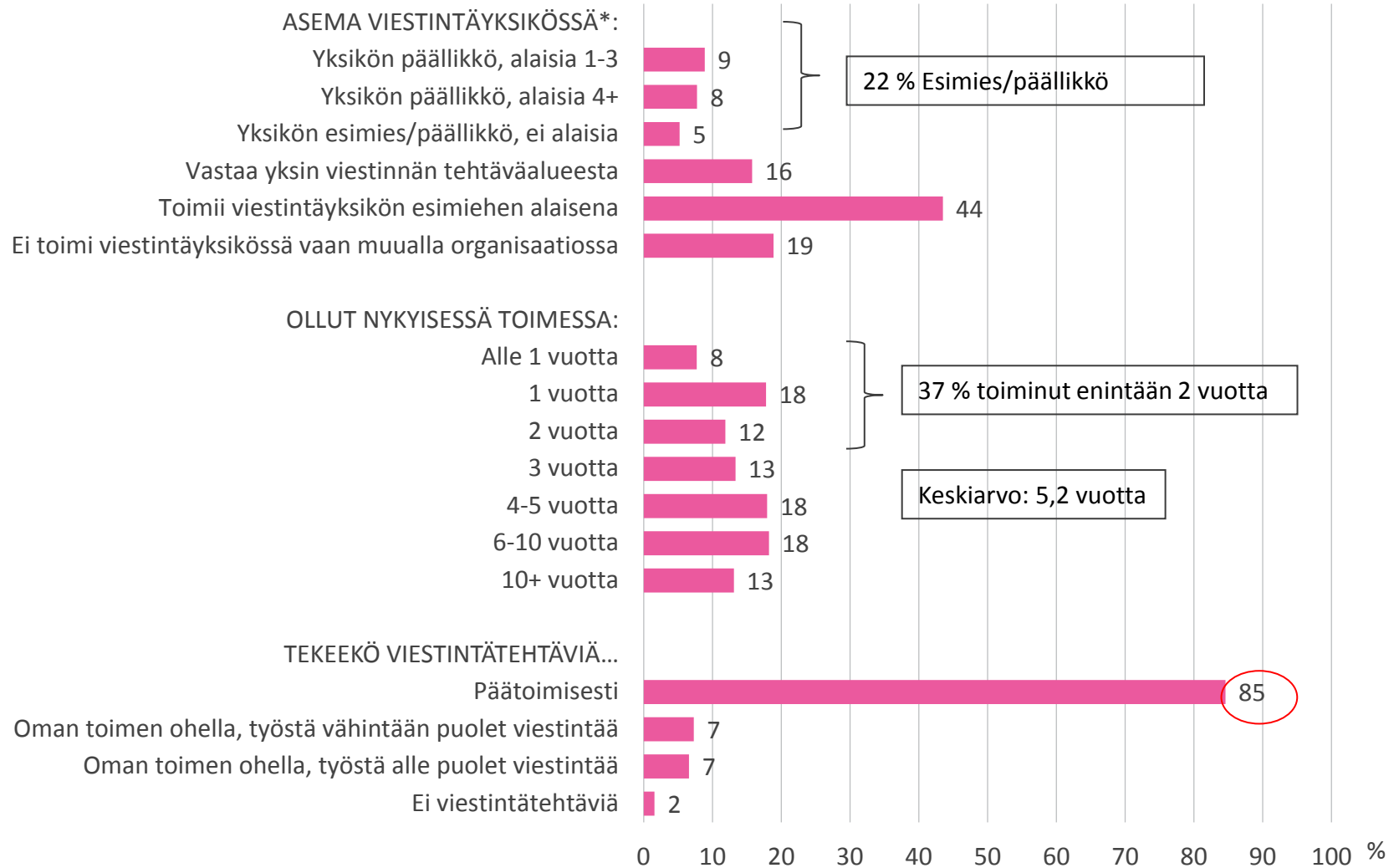
# Viestintäammattilaisten ammattinimikkeet

n= työelämässä palkansaajana



## Vastaajien taustatiedot

n= työelämässä palkansaajana



Vastaajat = 1153

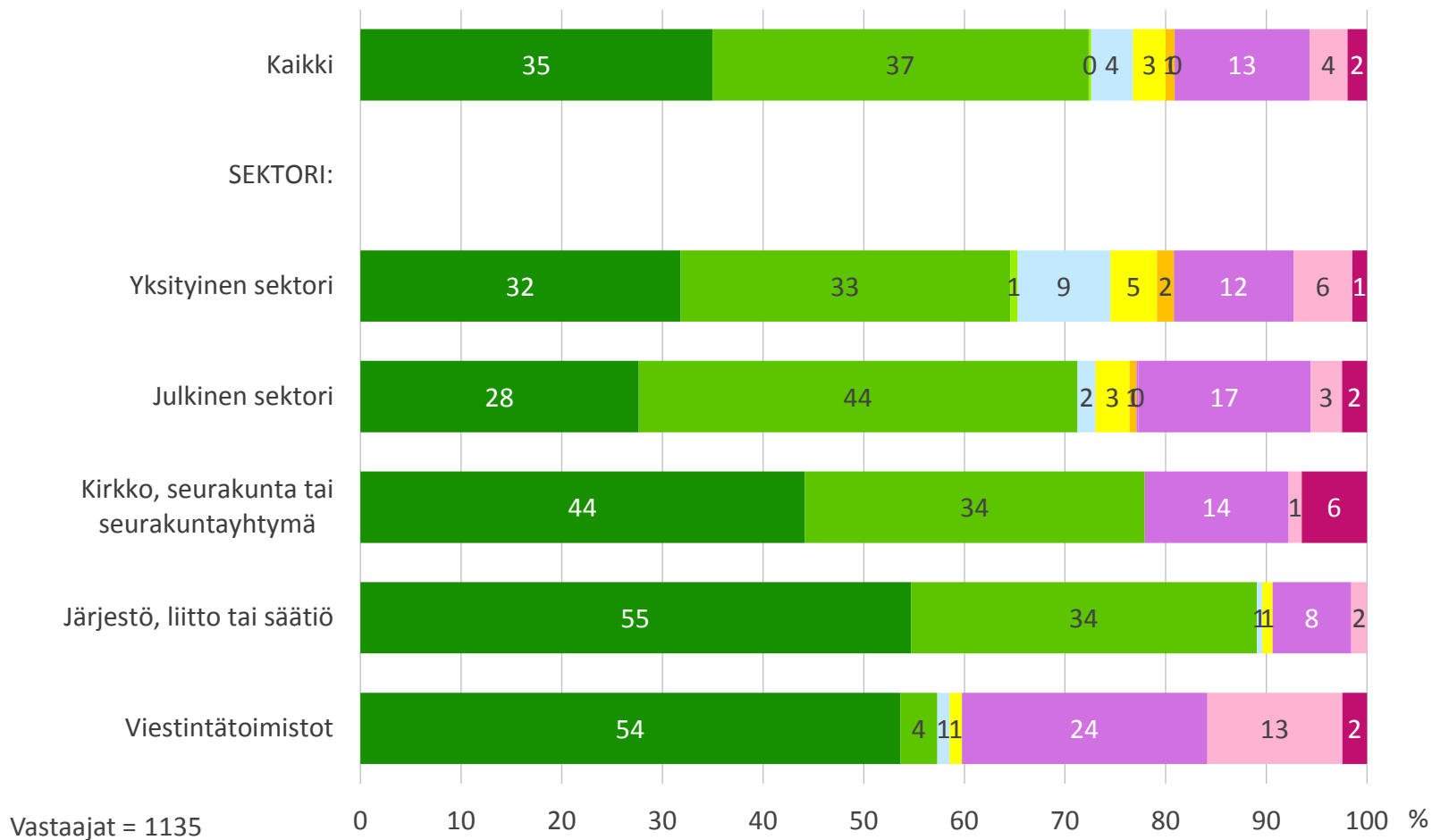
\*ei mukana viestintä-, mainos- tai mediatoimistossa työskentelevät, n=1071



# Kenelle raportoi

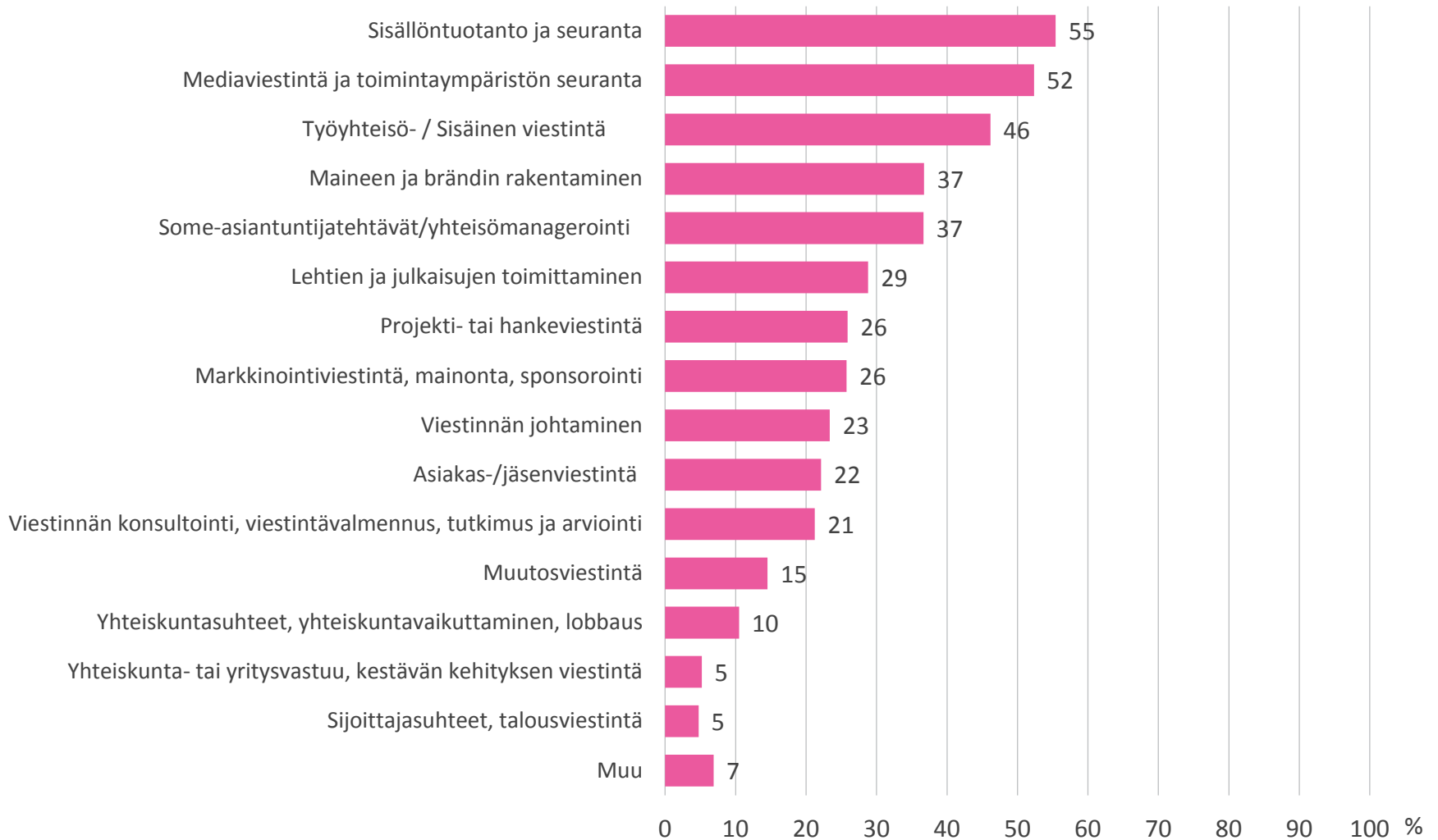
n= työelämässä palkansaajana viestintätehtävissä

- Organisaationi ylimmälle johdolle
- Viestintäjohdolle
- IR-johdolle
- Markkinointijohdolle
- Henkilöstö- tai hallintojohdolle
- Talusjohdolle
- Lakiasian johdolle
- Omalle substanssiesimiehelle
- Muulle taholle
- Ei kenellekään



## Päätehtävät viestinnässä (max 5 tärkeintä)

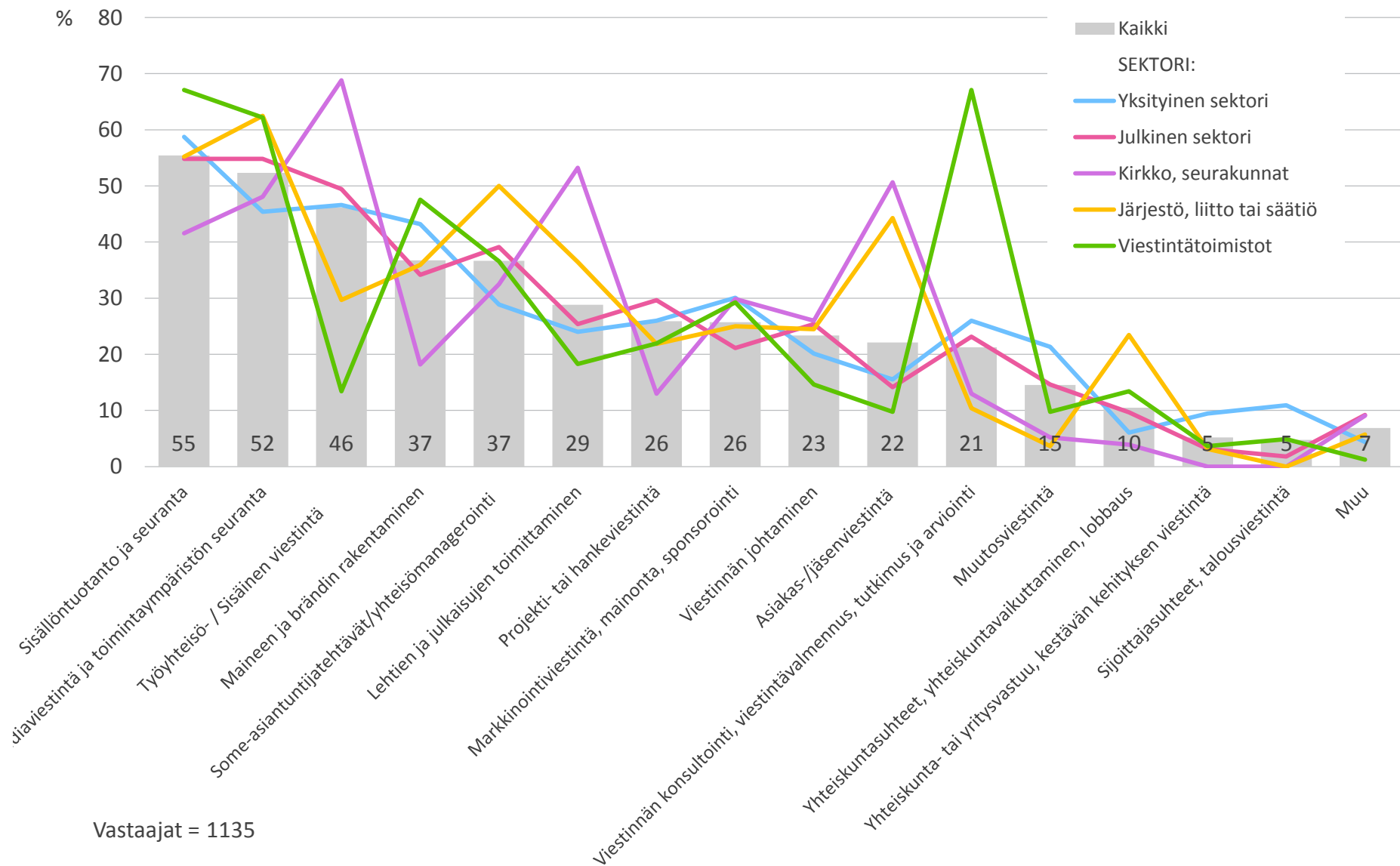
n= työelämässä palkansaajana viestintätehtävissä



Vastaajat = 1135

# Päätehtävät viestinnässä (max 5 tärkeintä)

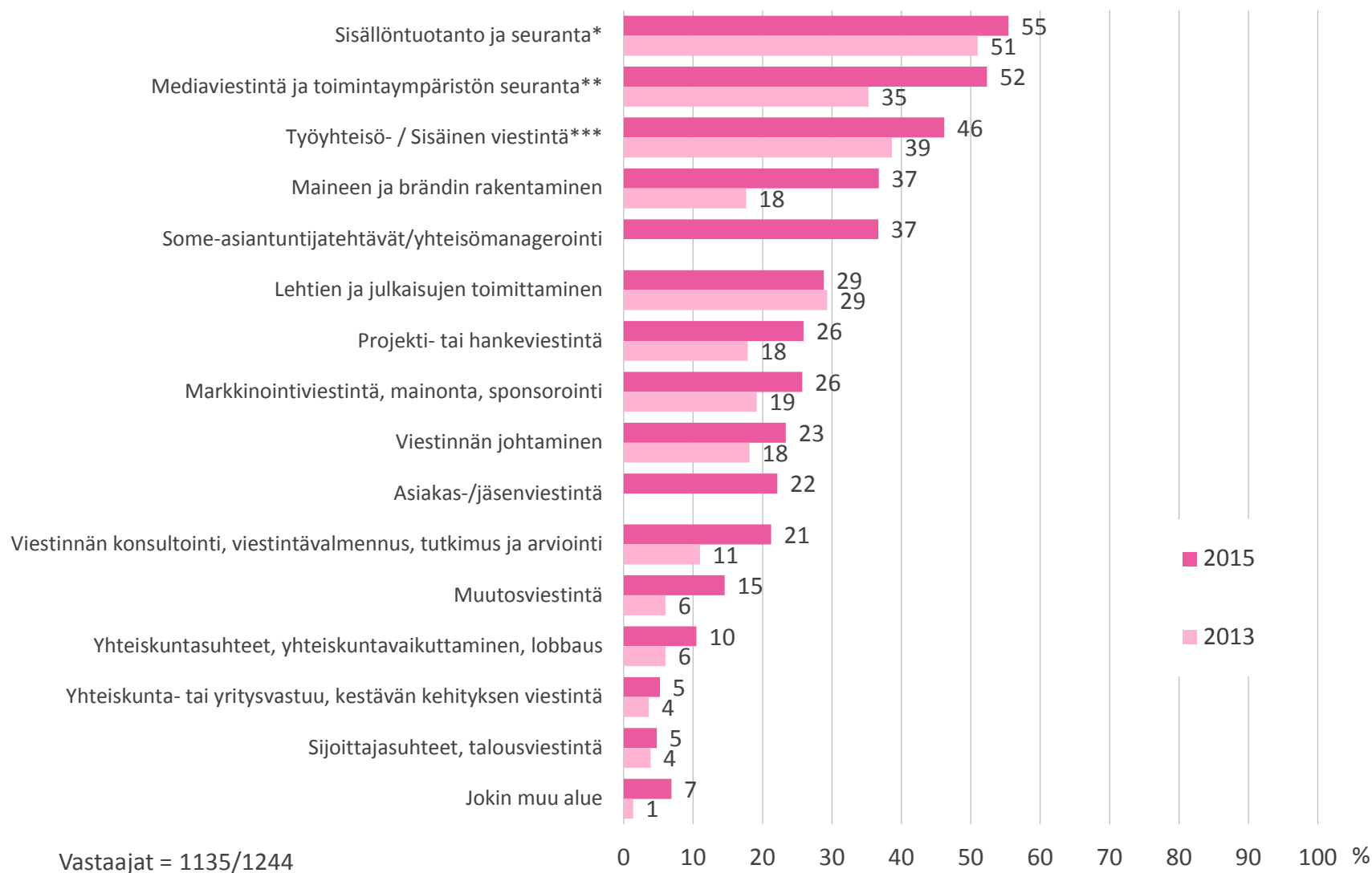
n= työelämässä palkansaajana viestintätehtävissä



Vastaajat = 1135

# Päätehtävät viestinnässä 2015 ja 2013

n= työelämässä palkansaajana viestintätehtävissä



2013: \*Verkkosivujen/sosiaalisen median kanavien sisällöntuotanto ja seuranta yhdistetty, \*\* Mediaviestintä (mediasuhteet ja -seuranta), \*\*\*Sisäinen viestintä

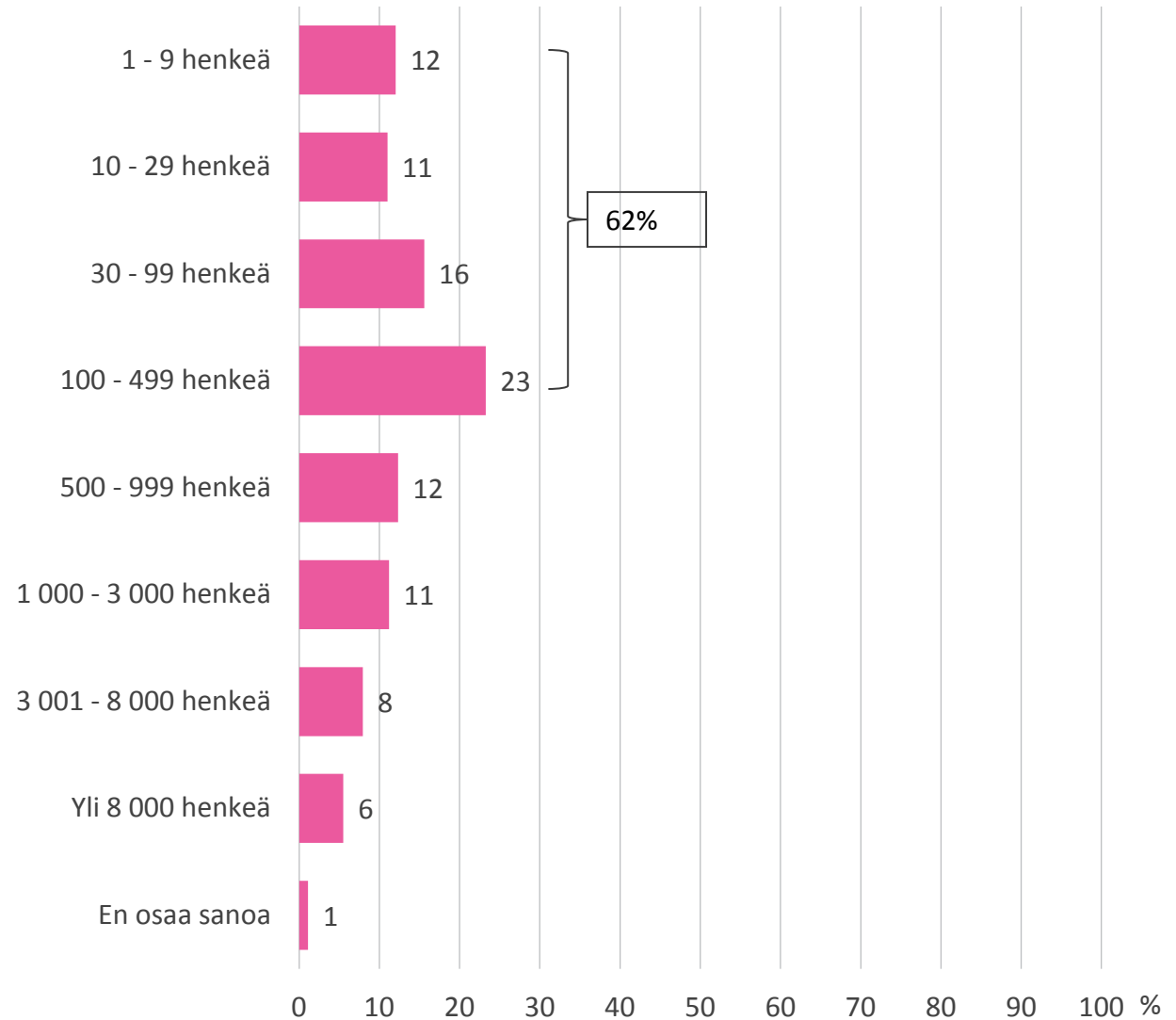
## Viestinnän asema ja resurssit organisaatiossa

- Organisaation palveluksessa työskentelevän henkilöstön määrä
- Viestintätehtävissä työskentelevän henkilöstön määrä viestintäyksikössä tai muualla organisaatiossa
- Viestintäbudjetin koko
- Viestinnän osallistuminen johtoryhmän työskentelyyn



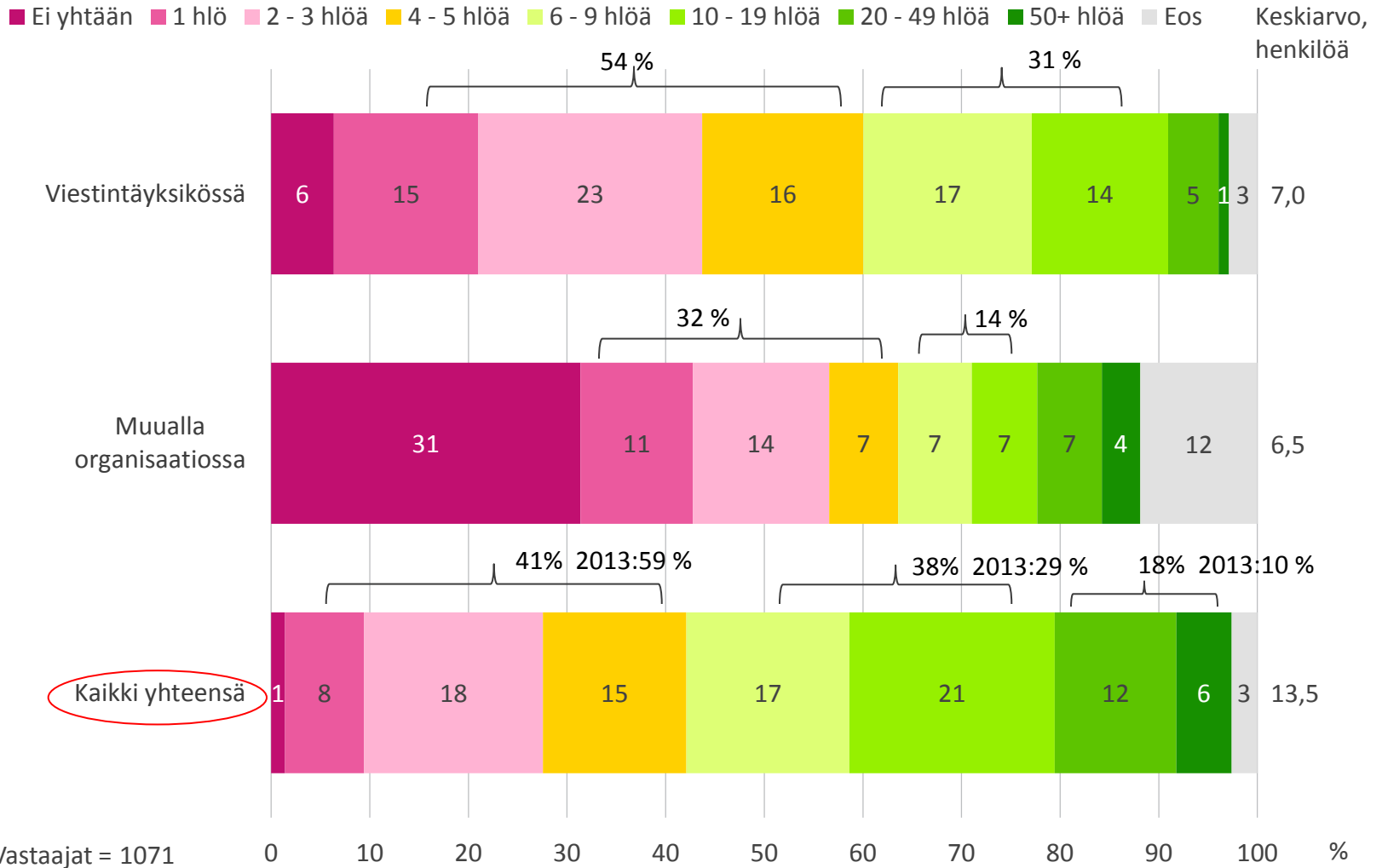
# Organisaation palveluksessa työskentelevän henkilökunnan määrä

n= palkansaajana työelämässä (ei viestintä-, media- tai mainostoimistossa)



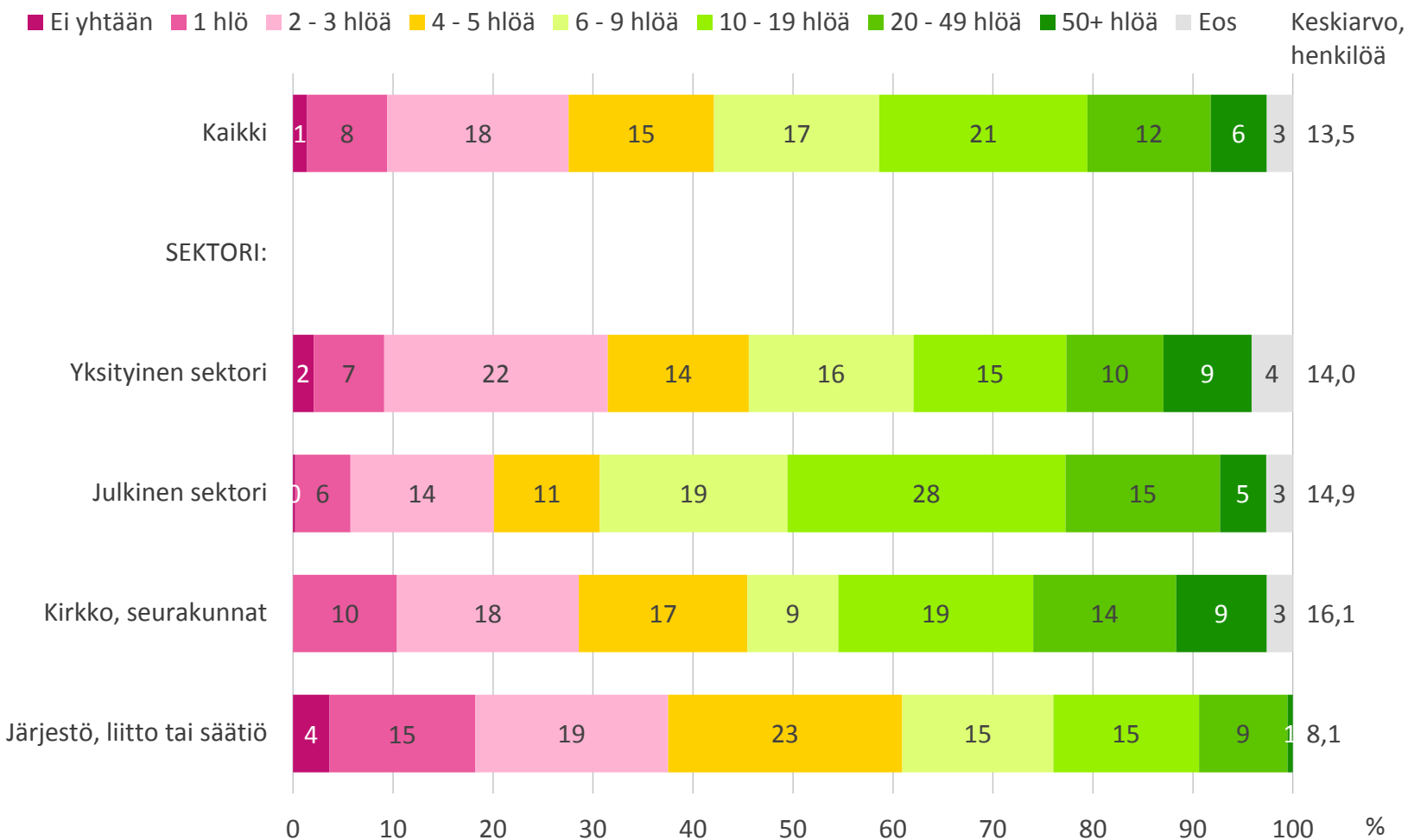
# Organisaation viestinnässä työskentelevän henkilökunnan määrä

n= palkansaajana työelämässä (ei viestintä-, media- tai mainostoimistossa)



# Organisaation viestintätehtävissä työskentelevän henkilökunnan määrä\*

n= palkansaajana työelämässä (ei viestintä-, media- tai mainostoimistossa)



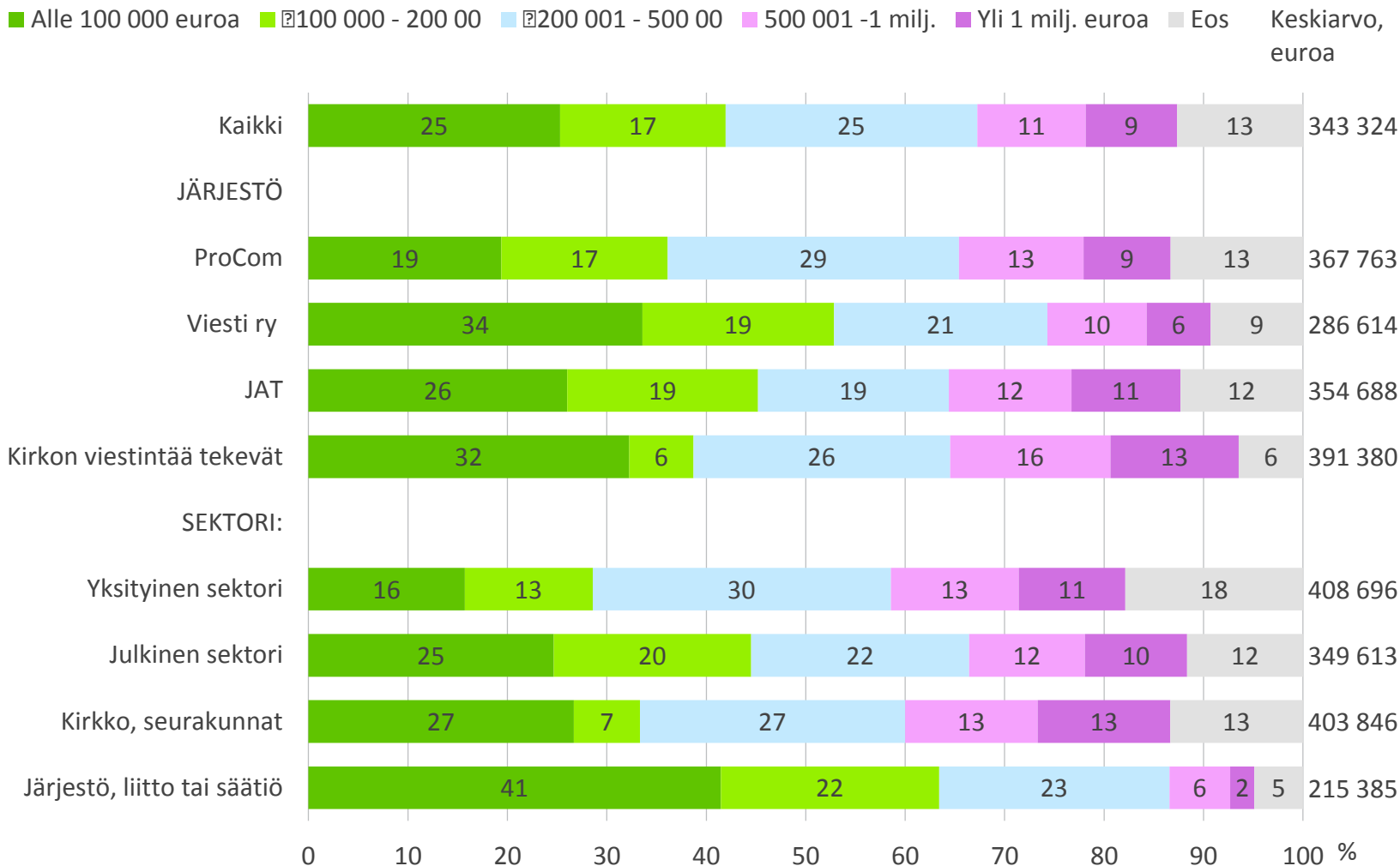
Vastaajat = 1071

\*Sekä viestintäyksikössä että muualla organisaatiossa yhteensä



## Viestintäbudjetin koko

n=viestintäyksikön esimies/viestintävastaava (ei viestintä , mainos- tai mediatstossa työskentelevät):

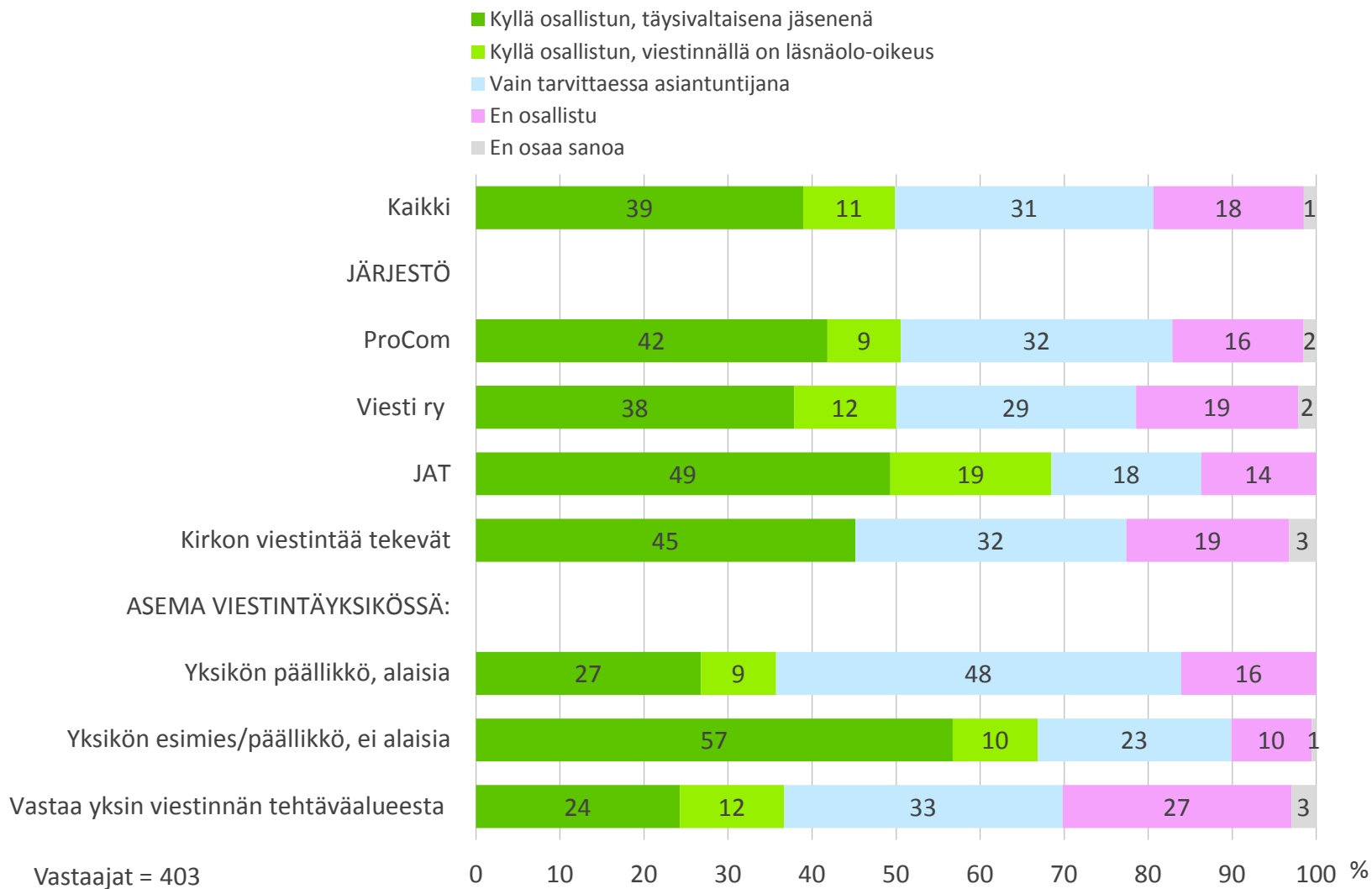


Vastaajat = 403

Ei vertailtavissa aiempiin mittauskertoihin (eri kohderyhmä)

# Osallistuuko liiketoiminta- / toimintastrategiasta päättävän johtoryhmän työskentelyyn

n=viestintäyksikön esimies/viestintävastaava (ei viestintä , mainos- tai mediatstossa työskentelevät)



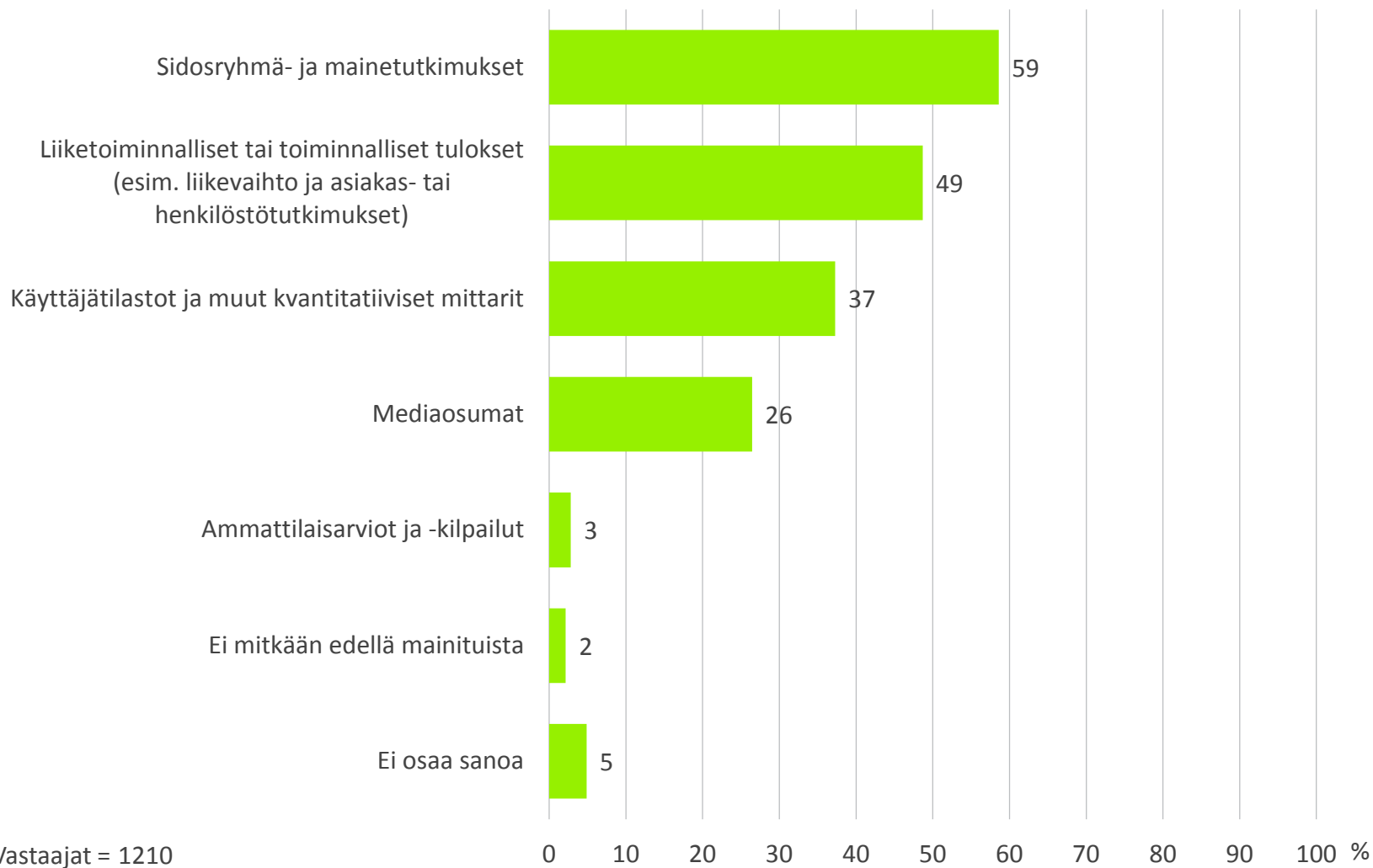
## Viestinnän mittaaminen

- Hyödyllisimmät viestinnän mittarit
  - Valittiin 1-2 vaihtoehtoa
  - Sektoreittain
  
- Vastausvaihtoehtojen lukumäärä on selvästi pienempi kuin 2013, tästä syystä tulos ei ole vertailukelpoinen edelliseen mittauskertaan.



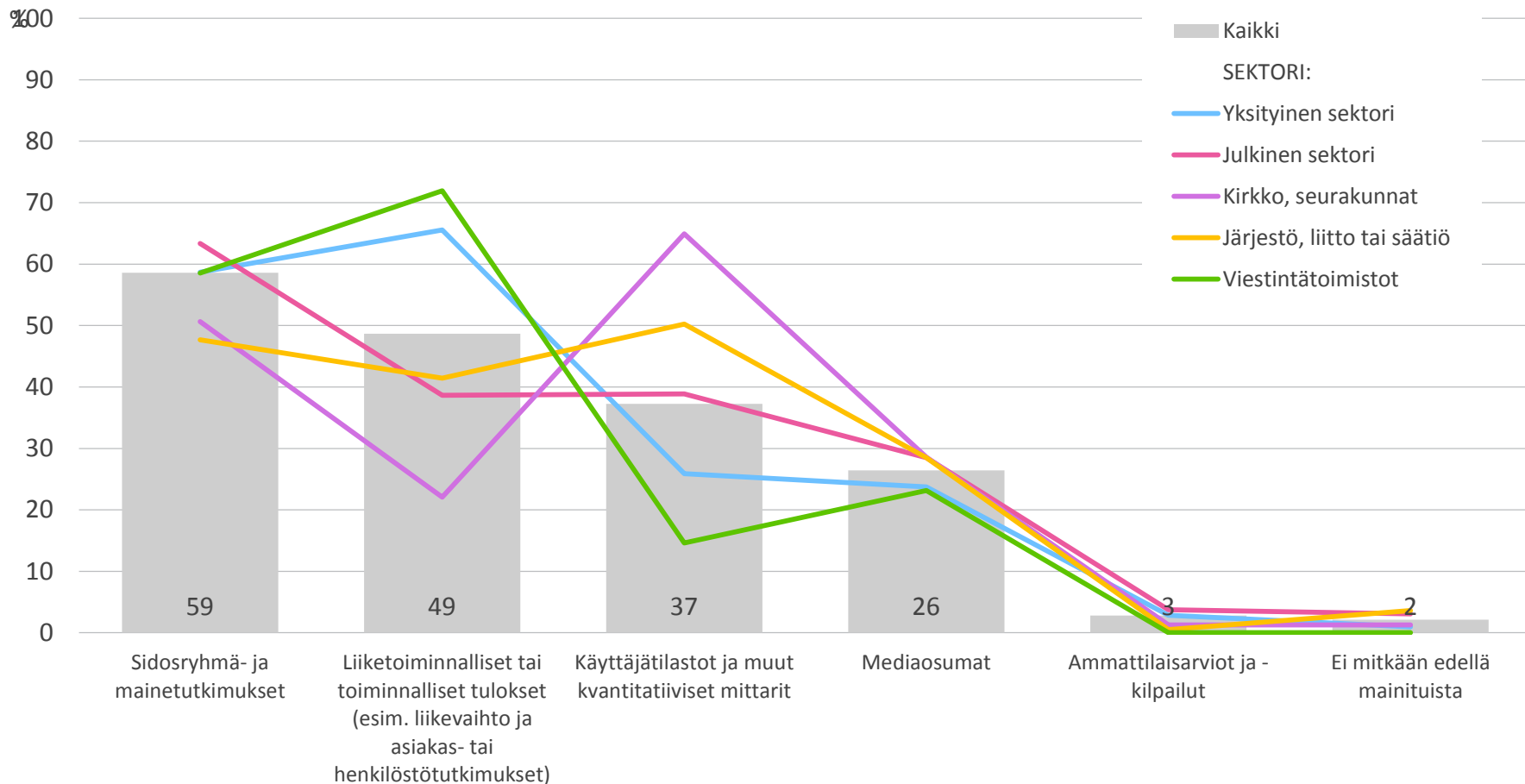
# Hyödyllisimmät viestinnän mittarit

n=työelämässä



# Hyödyllisimmät viestinnän mittarit sektoreittain

n=työelämässä



Vastaajat = 1210

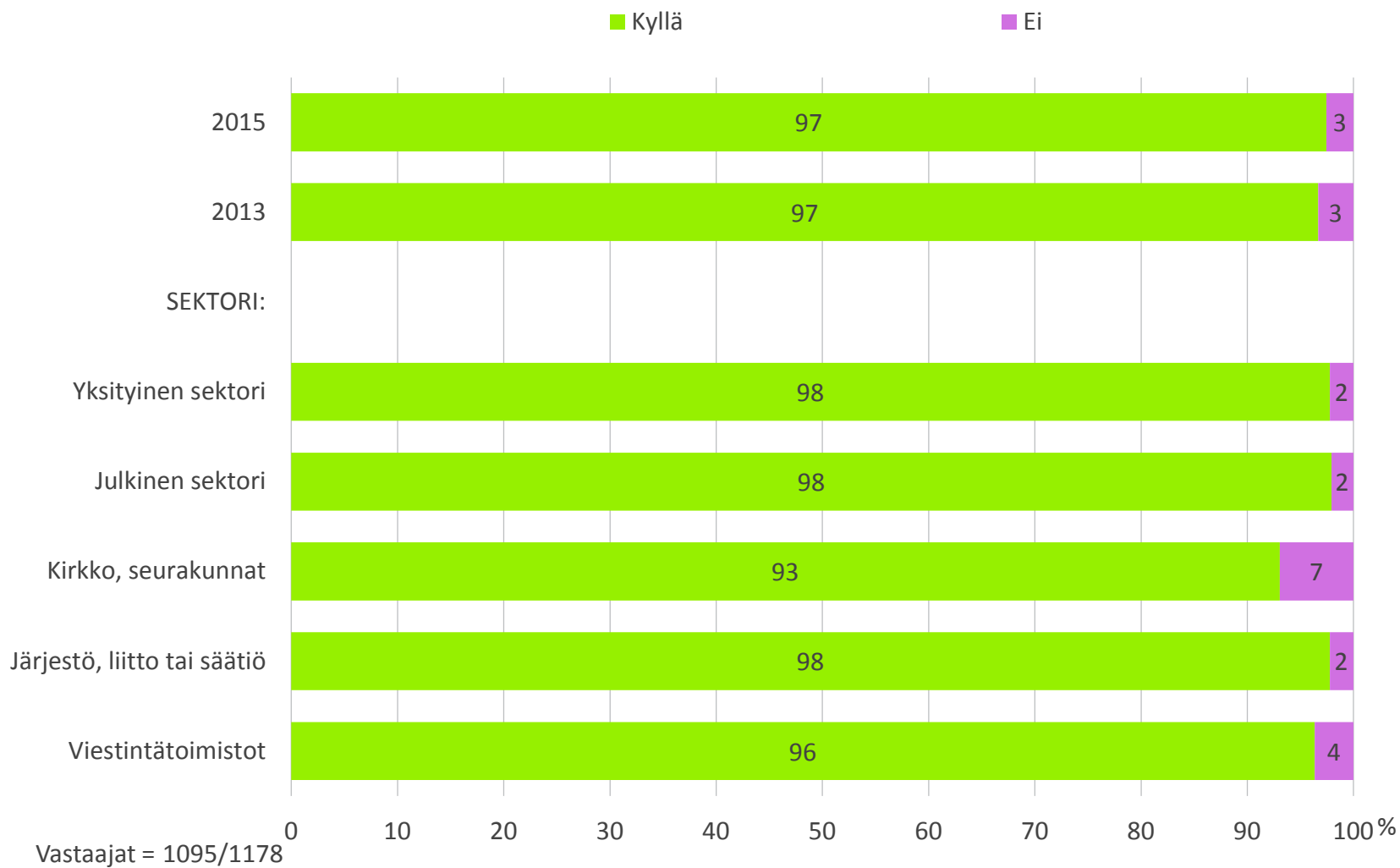
## Työsuhde

- Kirjallinen työsopimus tai nimittämiskirja
- Työ-/virkaehtosopimuksen noudattaminen työsuhteessa
- Saako pitää vapaana normaalin työajan ylittävät työtunnit
- Ylityökorvaukset
  - Tämän vuoden tutkimuksessa on aihealueesta kaksi kysymystä
    - saako pitää vapaana normaalin työajan ylittävät työtunnit ja ylityön korvaaminen
    - ylitöiden tekemisen sanamuotoa on tarkennettu: ylityöllä tässä tarkoitetaan esimiehen kanssa etukäteen sovittua työn tekemistä
    - tulos ei ole vertailukelpoinen aikaisempaan mittauskertaan
- Some-päivystyksen järjestäminen ja käytetyn ajan korvaaminen
- Arvio tulevaisuuden työllisyystilanteesta nykyisessä toimessa
- Työttömyys tai lomautus kahden viime vuoden aikana
- Yhtäjaksoisten määräaikaistensa kesto nykyisessä työpaikassa



# Onko työsopimusta tai vastaavaa

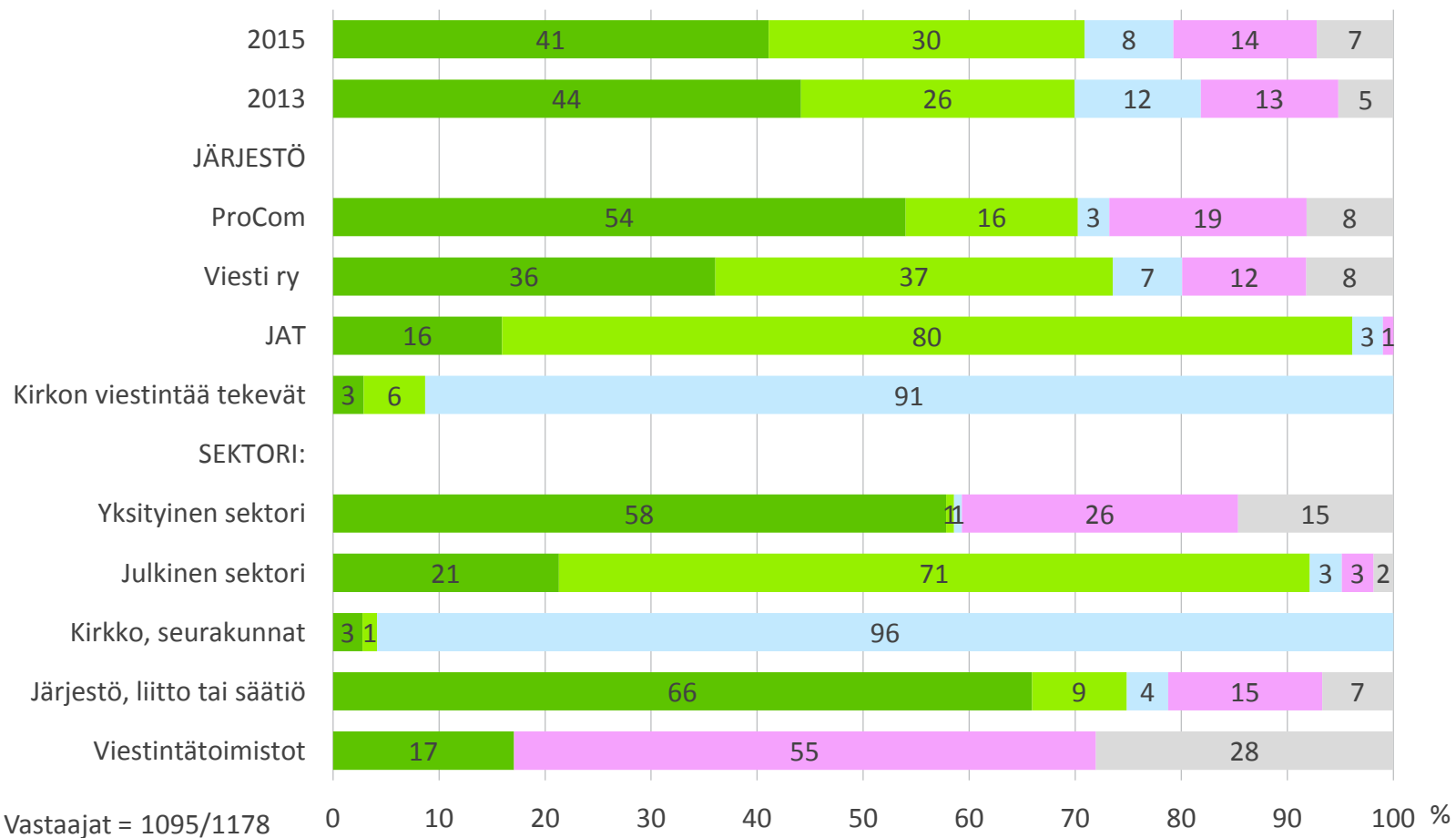
n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät)



# Noudatetaanko työsuhteessa...

n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät)

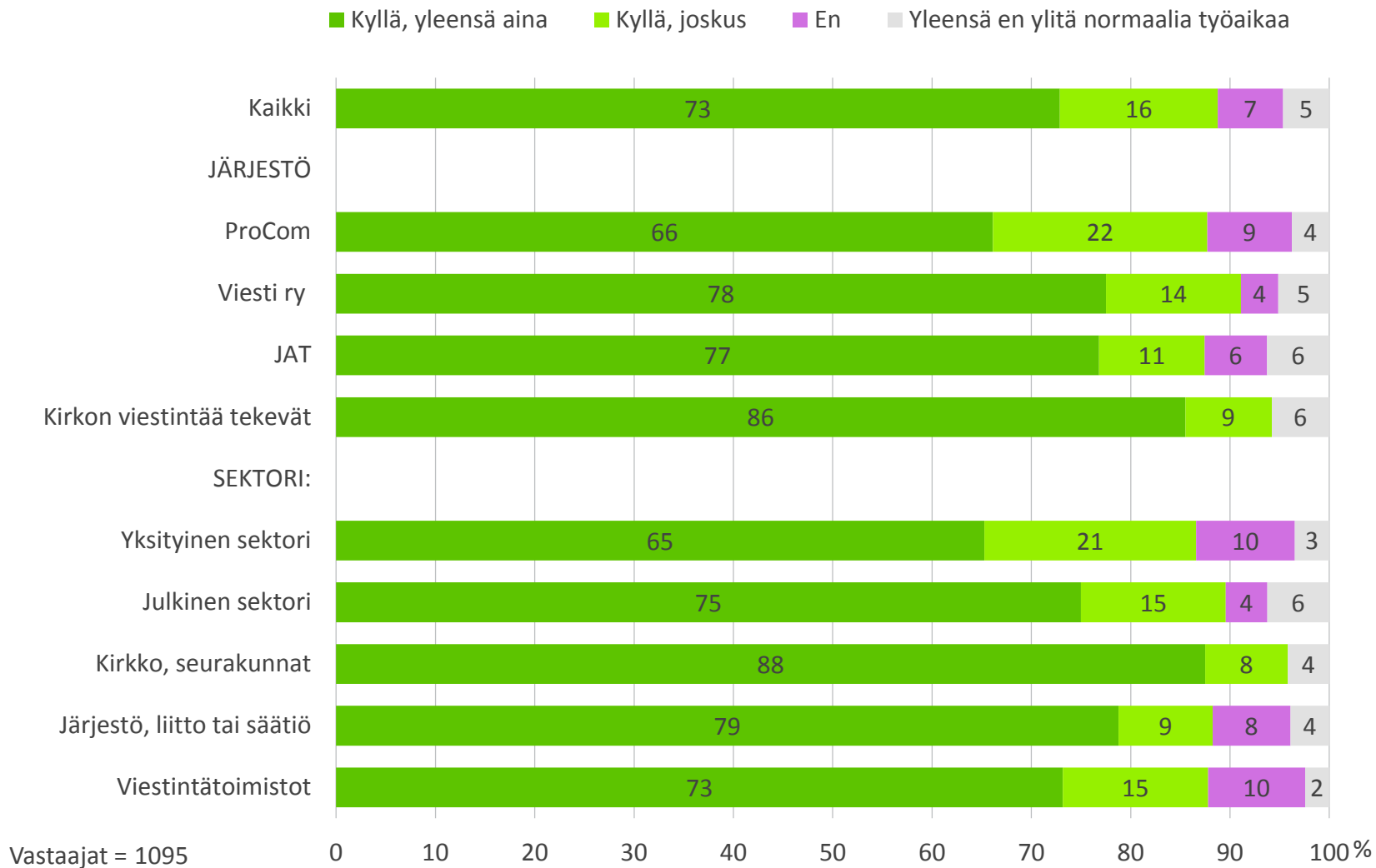
- jonkin toimialan työehtosopimusta (TES)
- julkisen alan virkaehtosopimusta (VES/KVTES)
- muu, esim. seurakuntien työ- ja virkaehtosopimus VES/KVTES
- ei noudateta
- en osaa sanoa noudatetaanko työ-/virkaehtosopimusta





# Saako pitää vapaana normaalin työajan ylittävät työtunnit

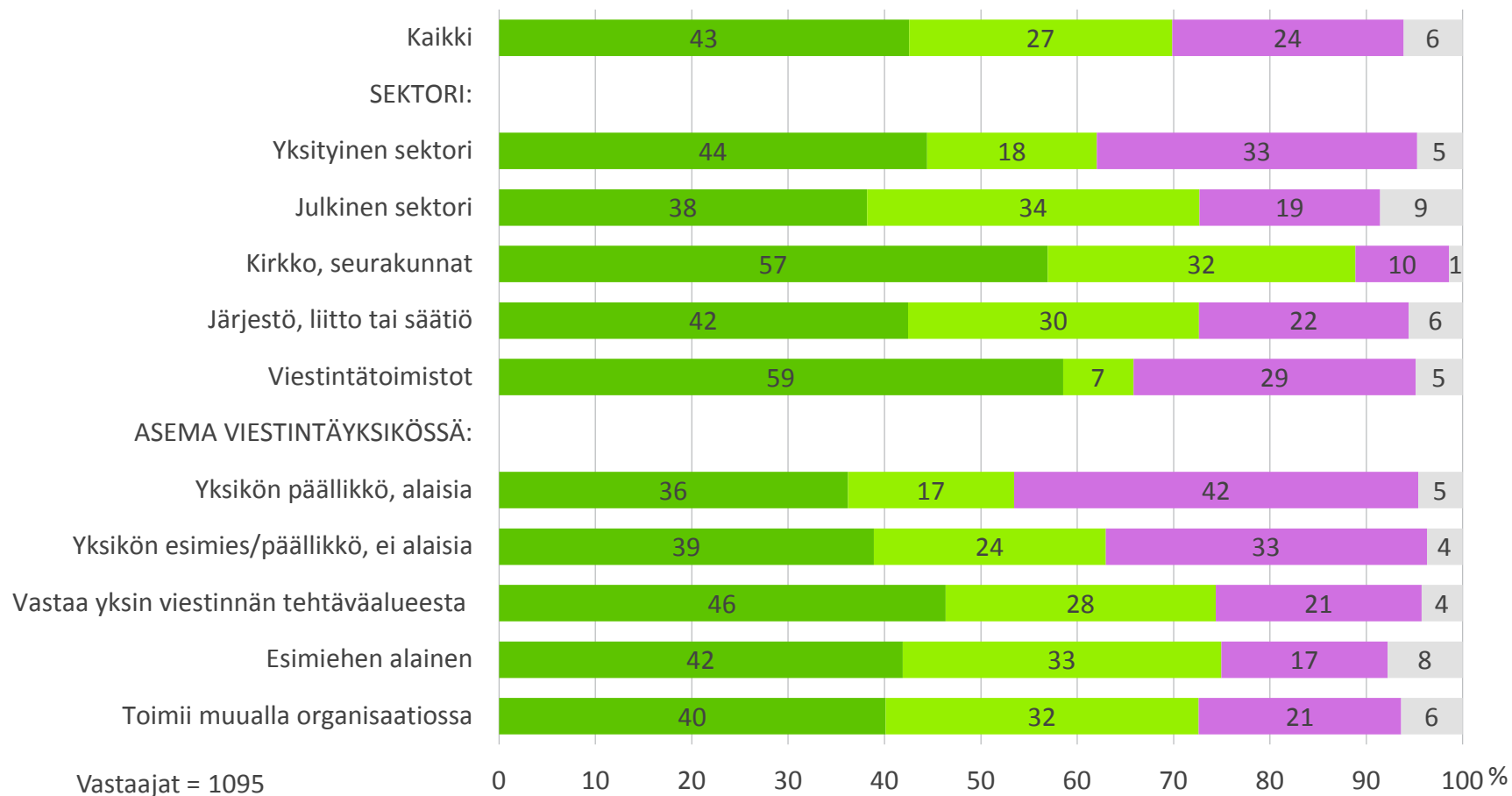
n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät)



# Onko oikeutta ylityökorvauksiin

n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät)

- Kyllä, saan korvattua ne vapaa-aikana tai rahana yksi yhteen
- Kyllä, saan korvattua ne vapaa-aikana tai rahana lain/TESin mukaisesti
- Ylitöistä ei makseta erilliskorvausta
- En osaa sanoa



Vastaaajat = 1095

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100%

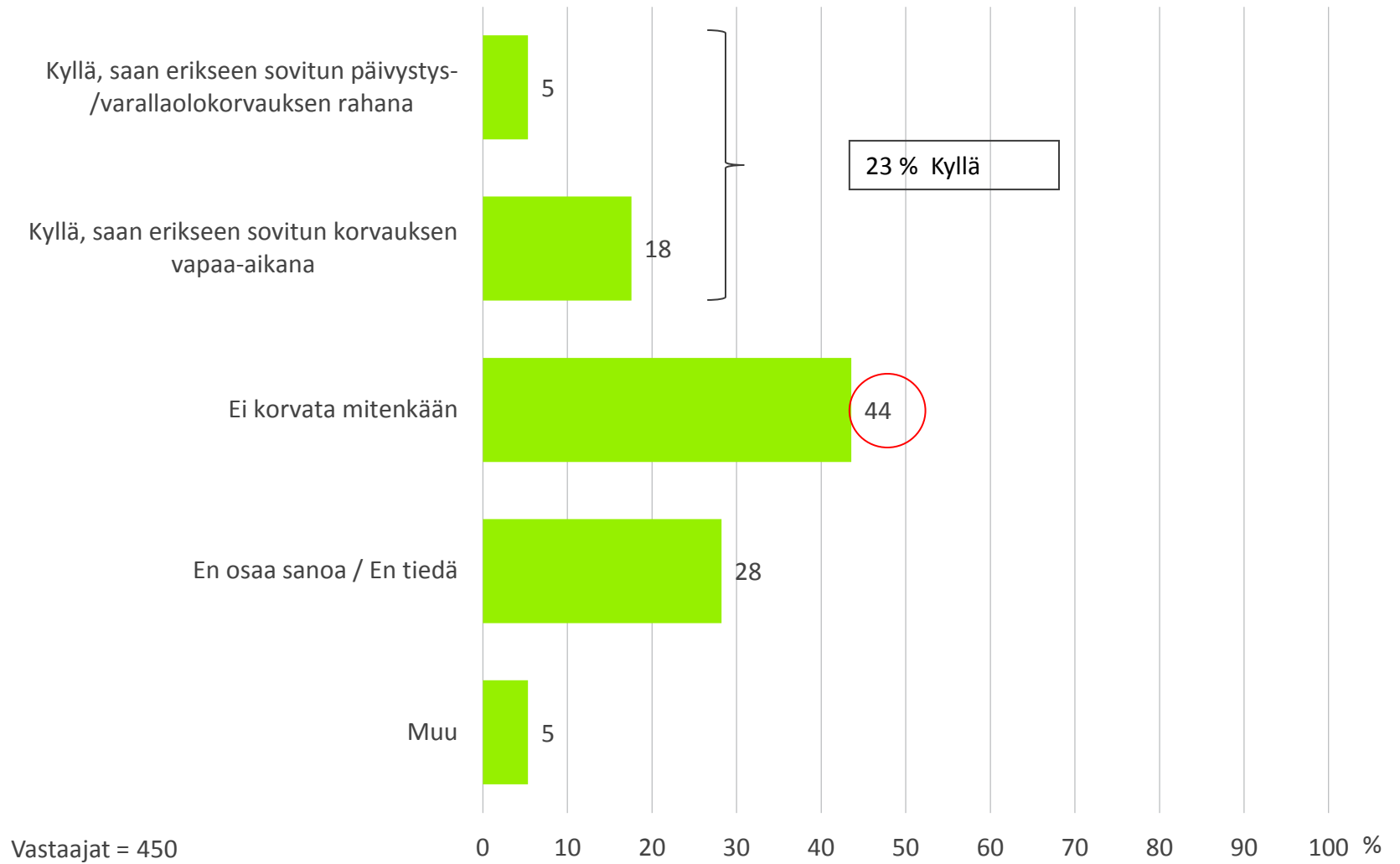
# Onko organisaatiossa järjestetty some-päivystys

n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät)



# Korvataanko some-päivystykseen käytetty aika jotenkin

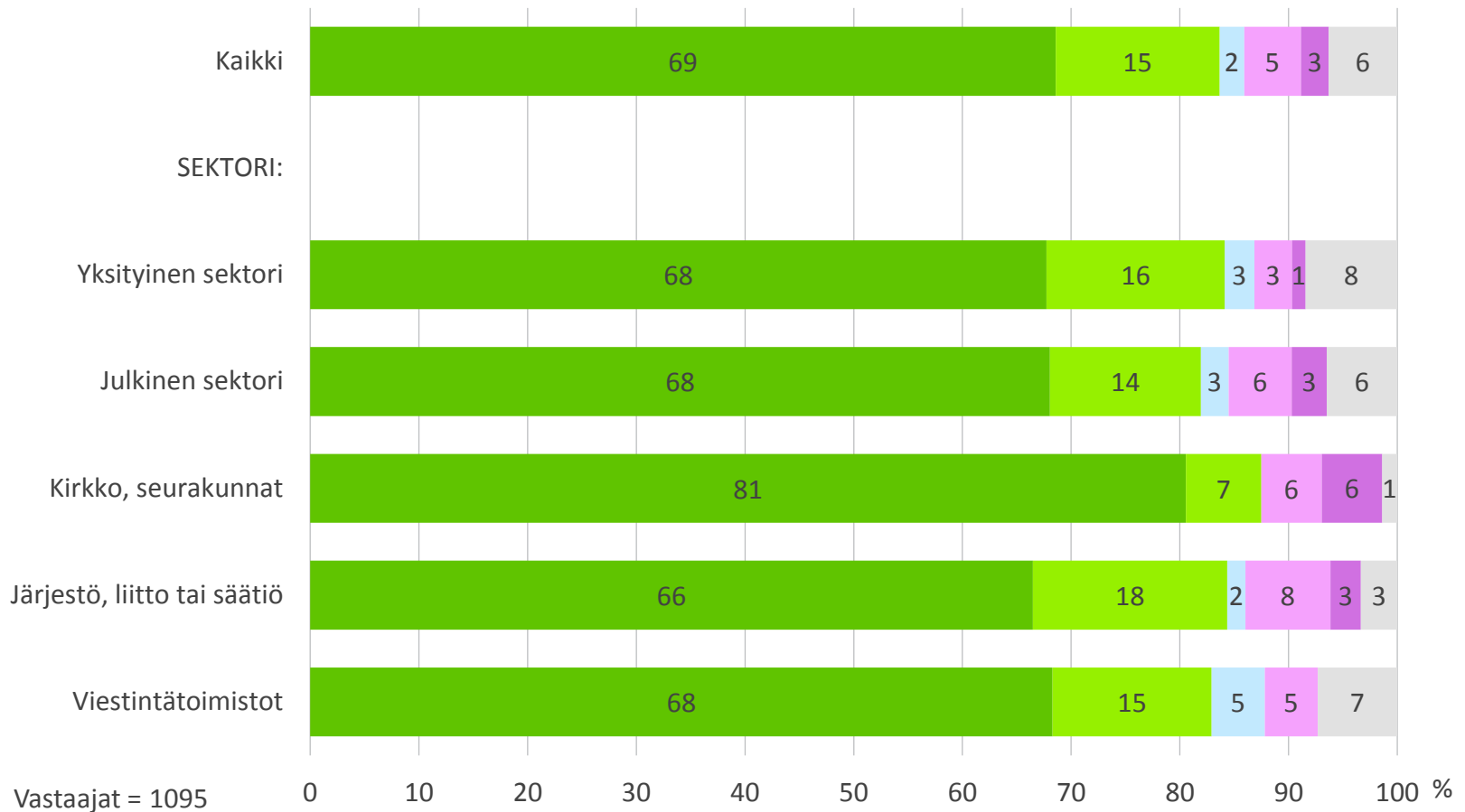
n=some-päivystys järjestetty



# Työllisyystilanne tulevaisuudessa nykyisessä toimessa

n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät)

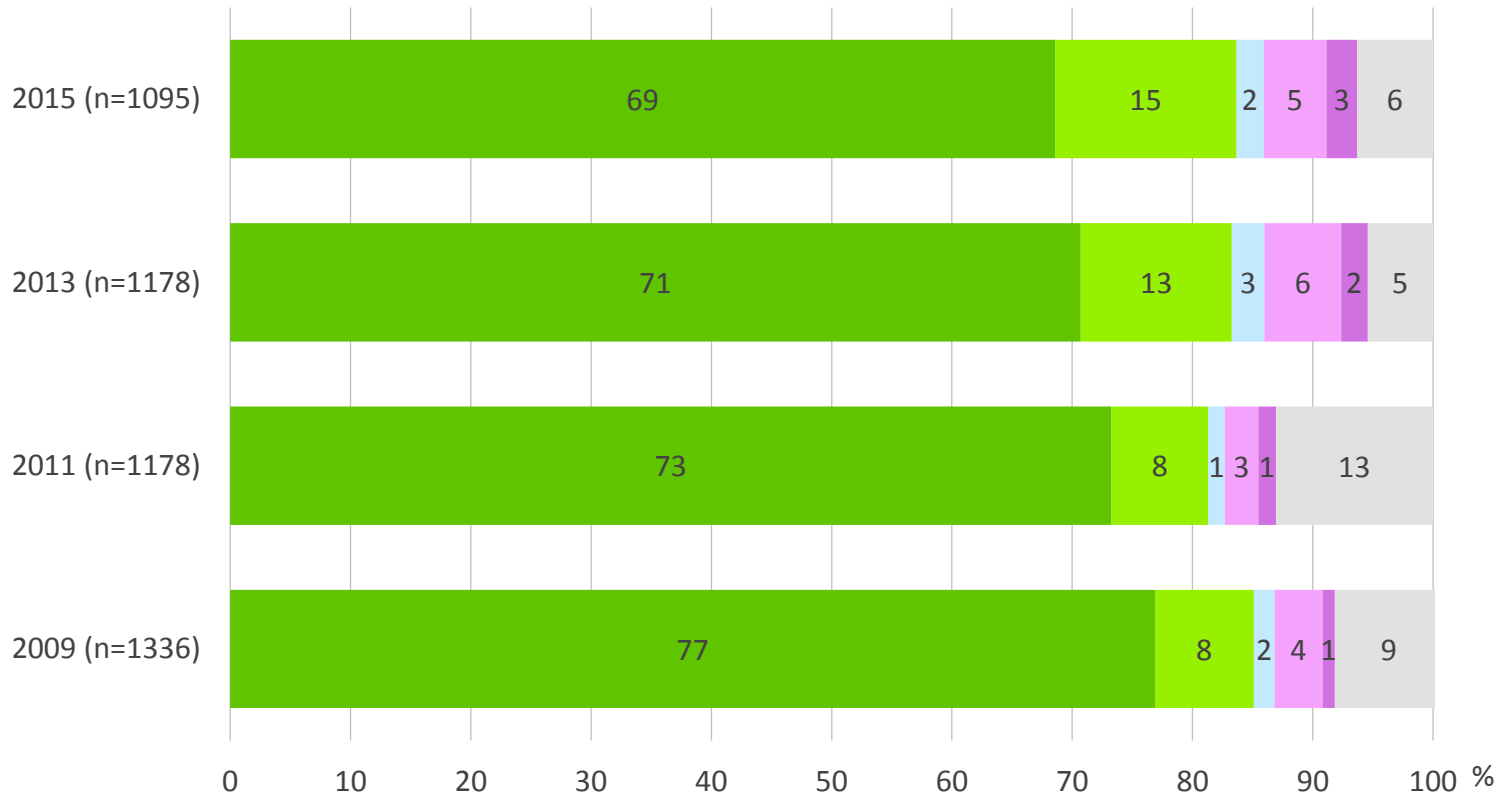
- Työllisyystilanteeni on melko hyvin taattu useaksi vuodeksi eteenpäin
- Työni jatkuminen pitempään on melko epävarmaa
- Työni loppuu todennäköisesti lähitulevaisuudessa
- Määräaikainen työsuhteeni on päättymässä
- Olen siirtymässä eläkkeelle seuraavien noin kahden vuoden aikana
- En osaa arvioida



# Työllisyystilanne tulevaisuudessa nykyisessä toimessa

n= viestintäalan ammattilaiset (ei yrittäjät)

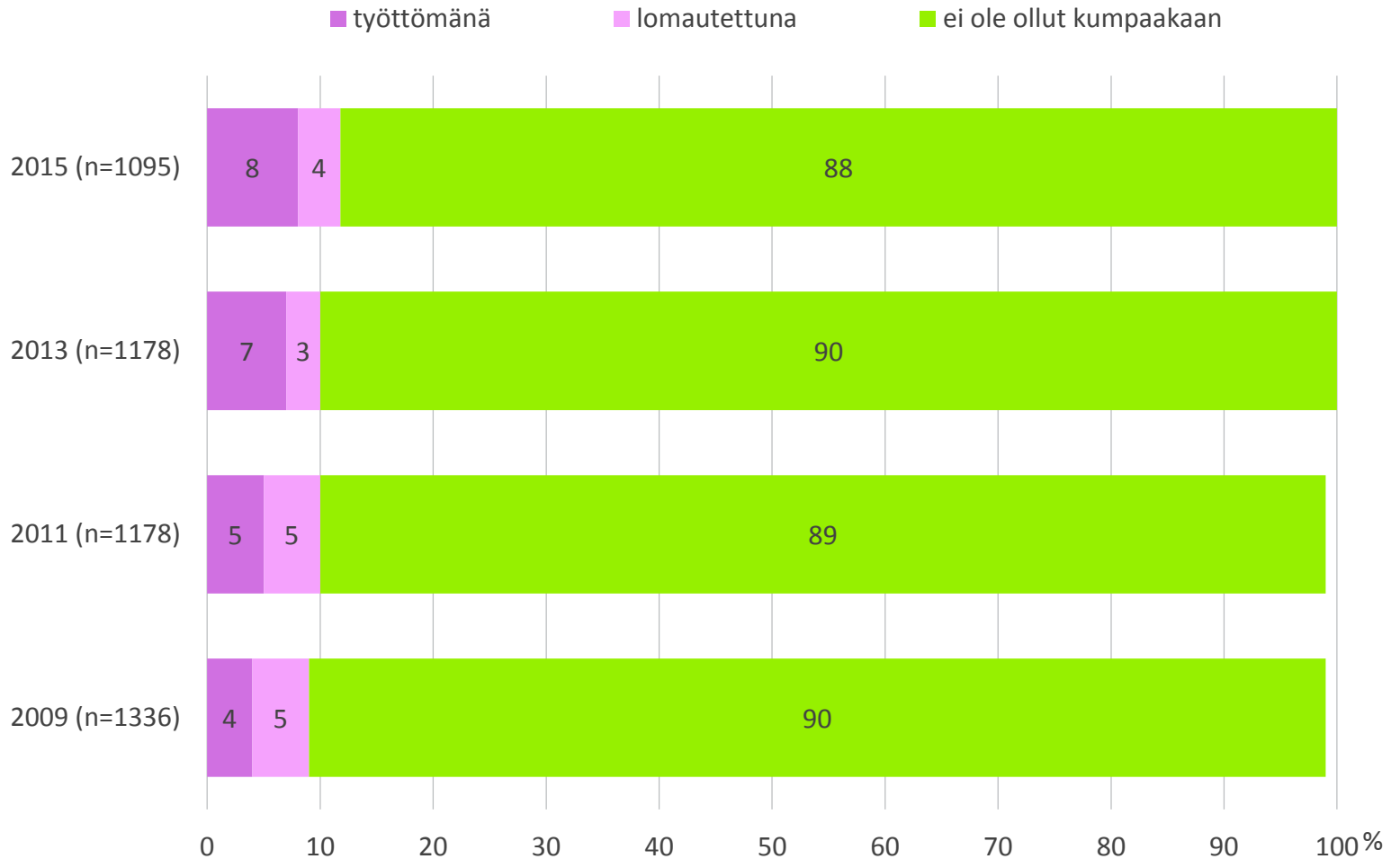
- Työllisyystilanteeni on melko hyvin taattu useaksi vuodeksi eteenpäin
- Työni jatkuminen pitempään on melko epävarmaa
- Työni loppuu todennäköisesti lähitulevaisuudessa
- Määräaikainen työsuhteeni on päättymässä
- Olen siirtymässä eläkkeelle seuraavien noin kahden vuoden aikana
- En osaa arvioida



Vastaajat = 1095

## Onko ollut kahden viime vuoden aikana...

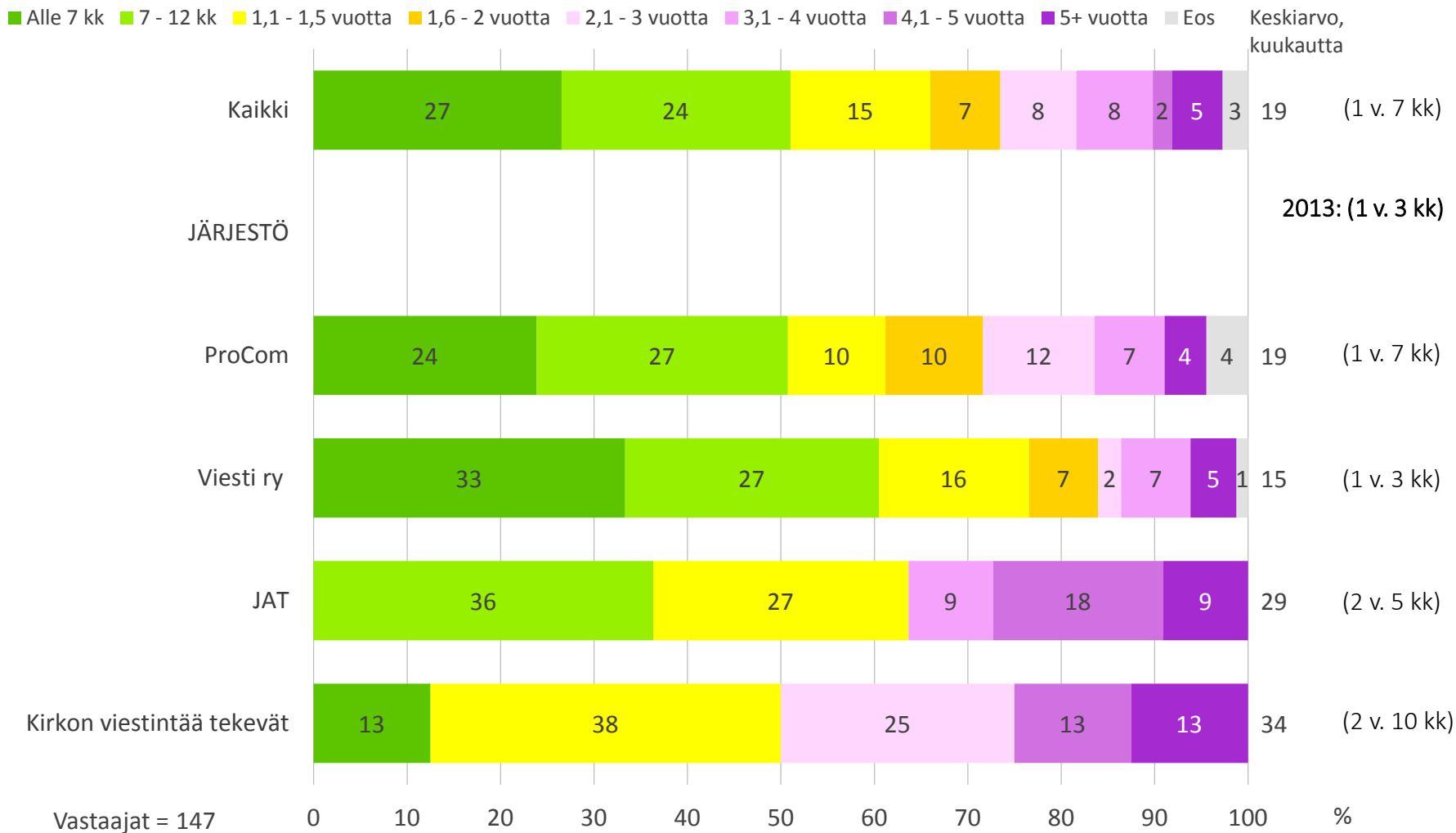
n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät)



Vastaajat = 1095

# Kuinka monta vuotta on tehnyt yhtäjaksoisesti määräaikaisuuksia nykyisessä työpaikassa

n= työelämässä, määräaikaisessa työsuhteessa





## Työtyytyväisyys

- Onko käynyt työpaikkahaastattelussa viimeisen vuoden aikana
- Opintojen jatkaminen/aloittaminen
- Suorahakutoimistojen yhteydenotot
- Alan vaihtoaikheet



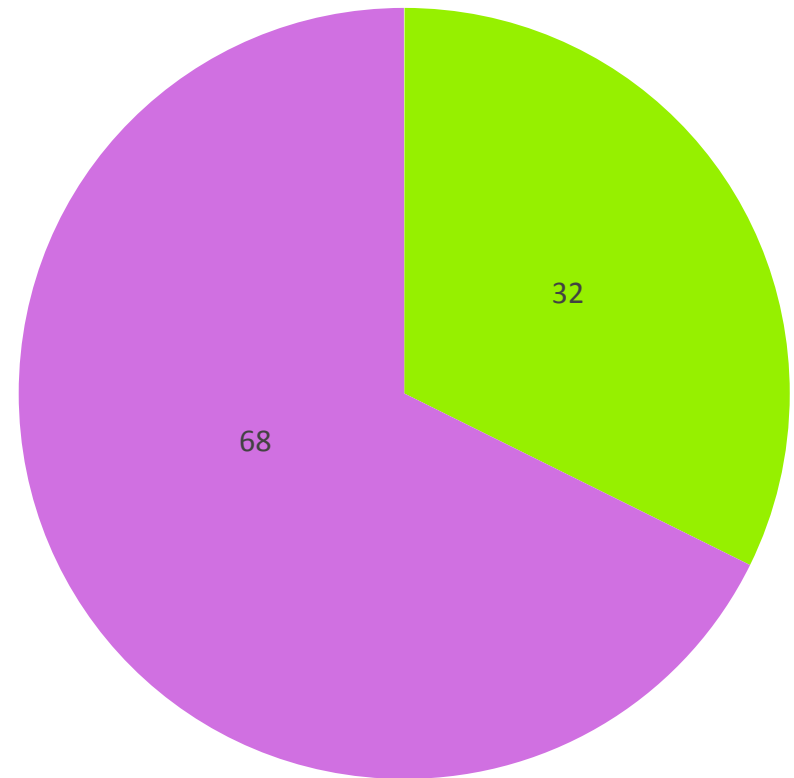
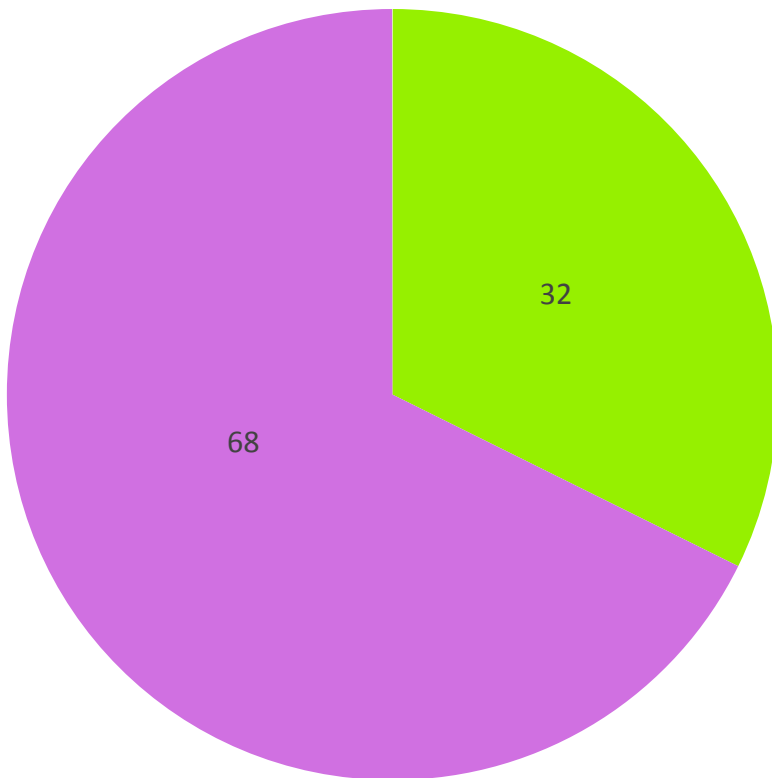
## Onko käynyt viimeisten 12 kk:n aikana työpaikkahaastattelussa

n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät)

## Onko jatkanut opintoja / aloittanut uusia opintoja

■ Kyllä

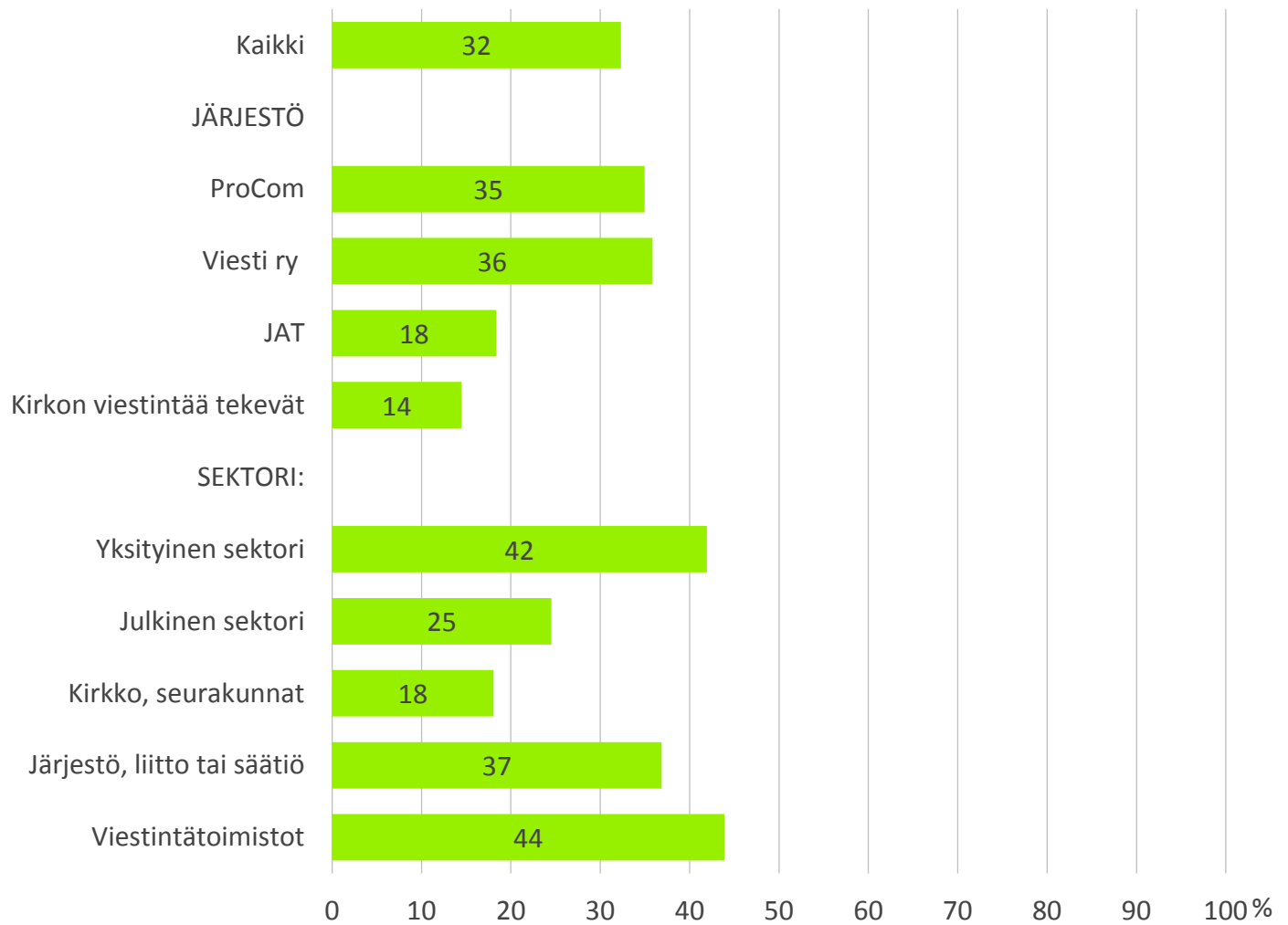
■ Ei



Vastaajat = 1095

## On käynyt viimeisten 12 kk:n aikana työpaikkahaastattelussa

n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät) / Kyllä-vastaukset

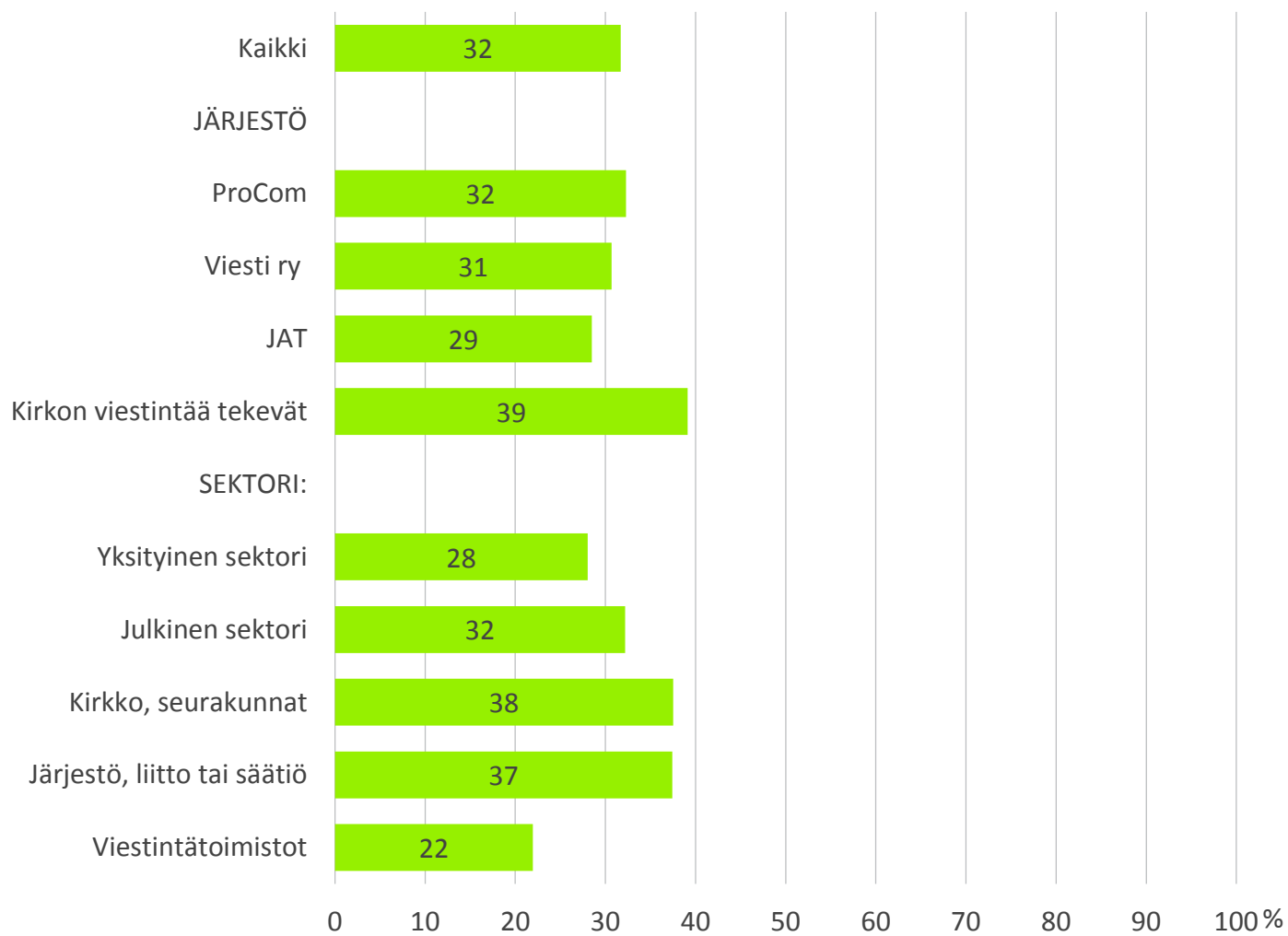


Vastaaajat = 1095

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100%

## Onko jatkanut opintoja / aloittanut uusia opintoja

n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät) / Kyllä-vastaukset

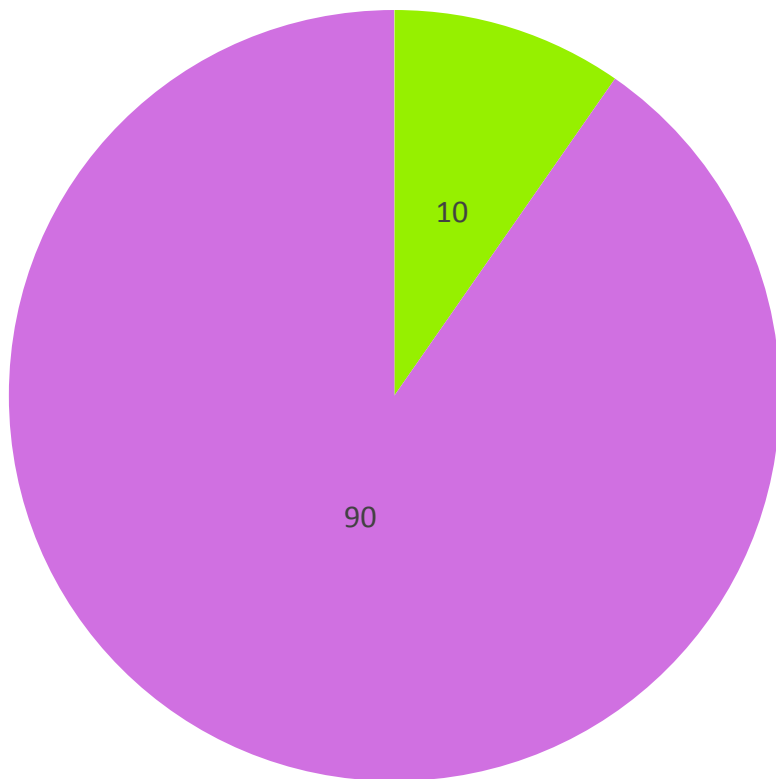


Vastaaajat = 1095

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100%

## Onko suoramarketoimisto ottanut yhteyttä viimeisten 12 kk:n aikana

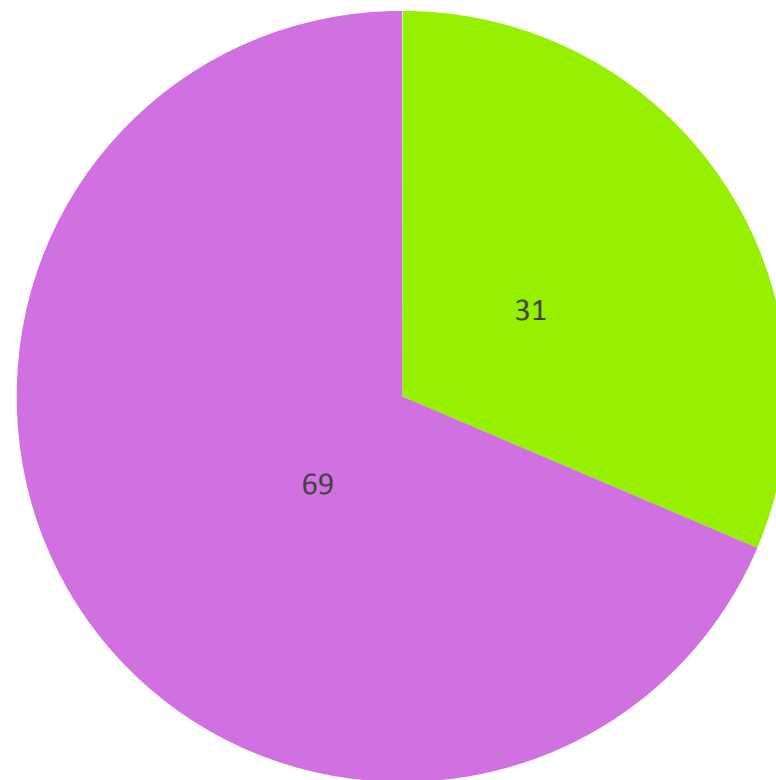
n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät)



## Onko vakavasti harkinnut siirtymistä toiselle alalle, pois viestinnästä

■ Kyllä

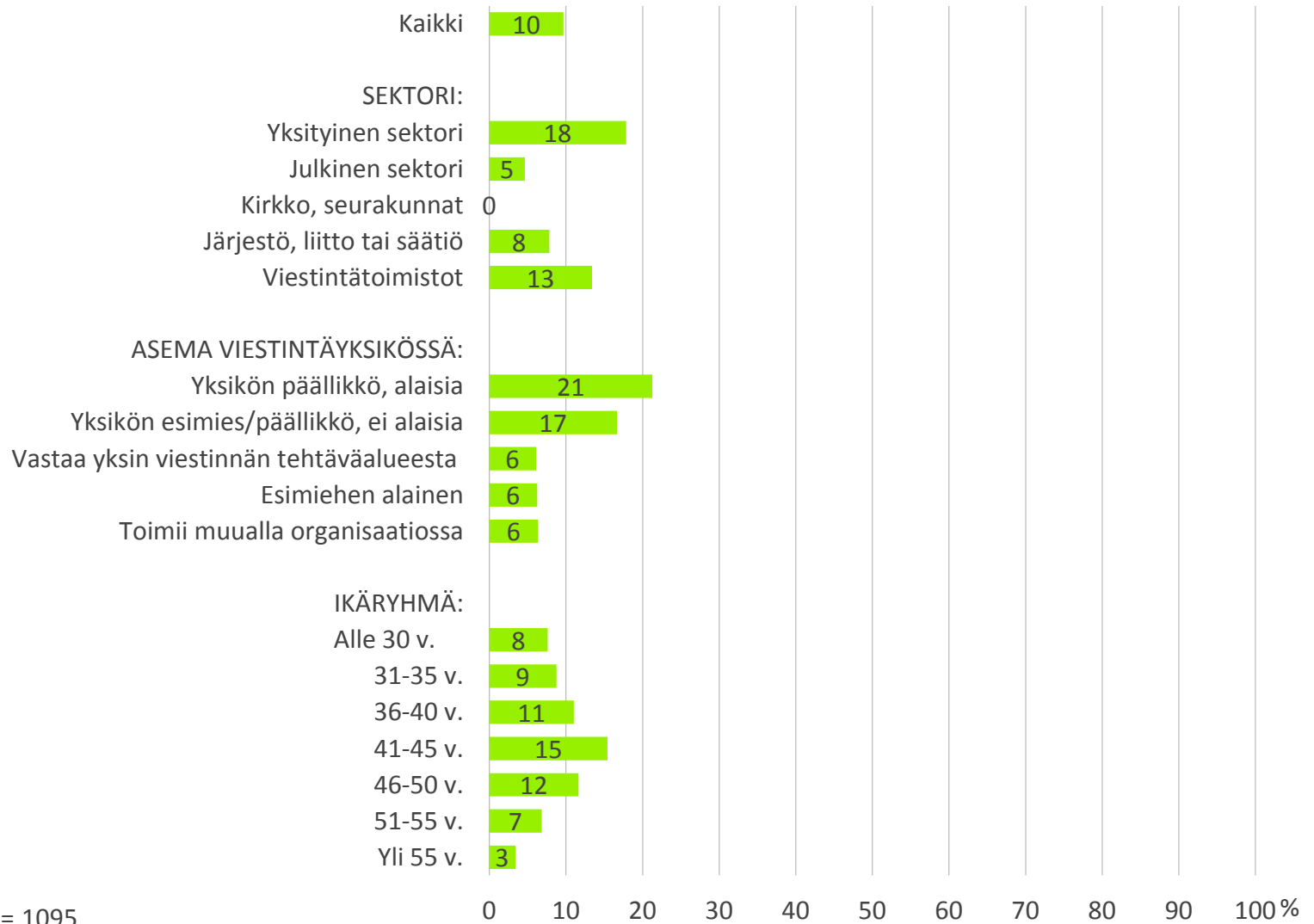
■ Ei



Vastaajat = 1095

# Onko suorahakutoimisto ottanut yhteyttä viimeisten 12 kk:n aikana

n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät) / Kyllä-vastaukset

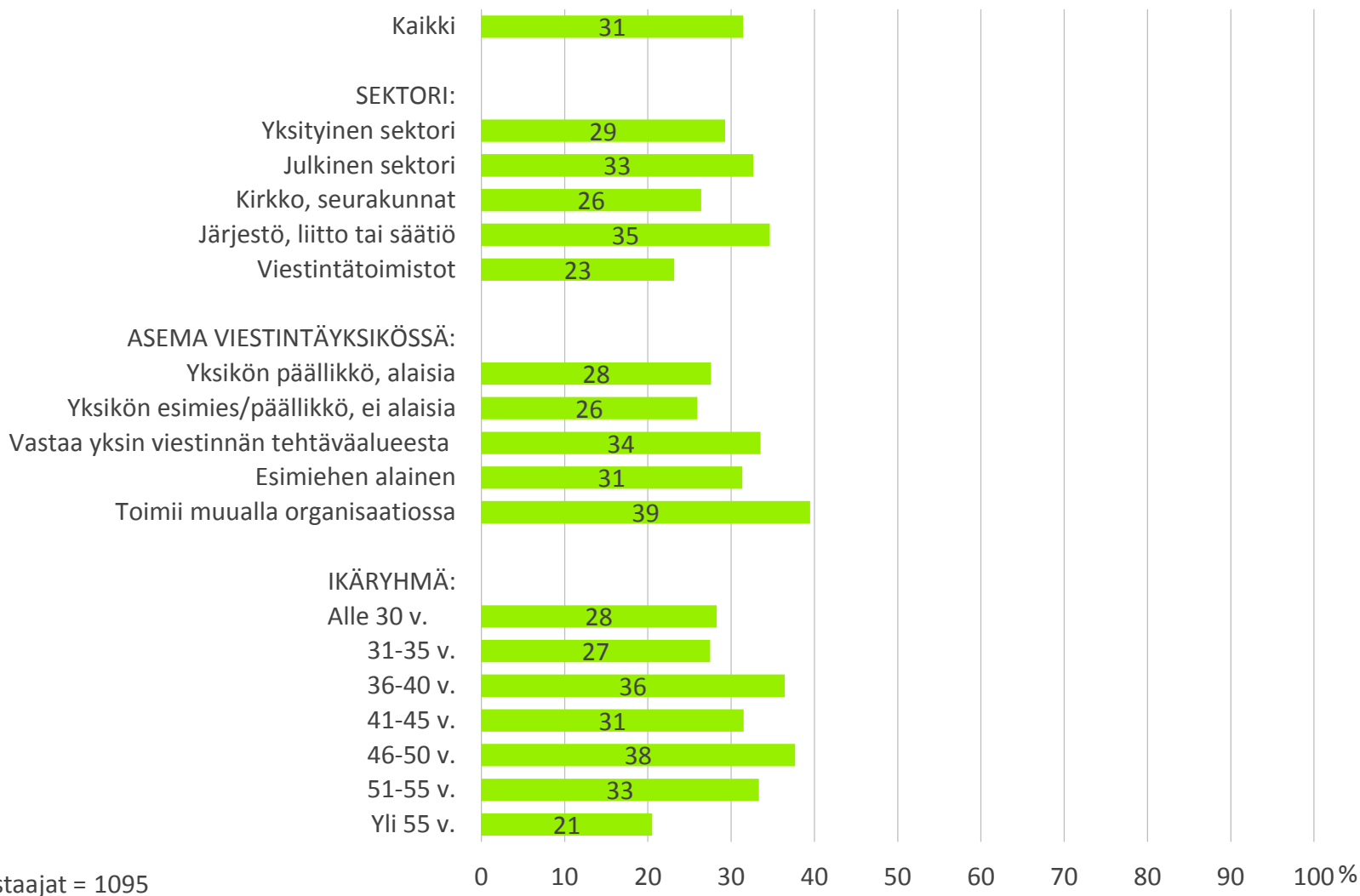


Vastaajat = 1095

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100%

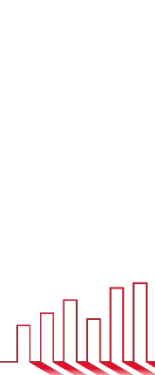
# On vakavasti harkinnut siirtymistä toiselle alalle, pois viestinnästä

n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät) / Kyllä-vastaukset



## Viestintäkonsultit

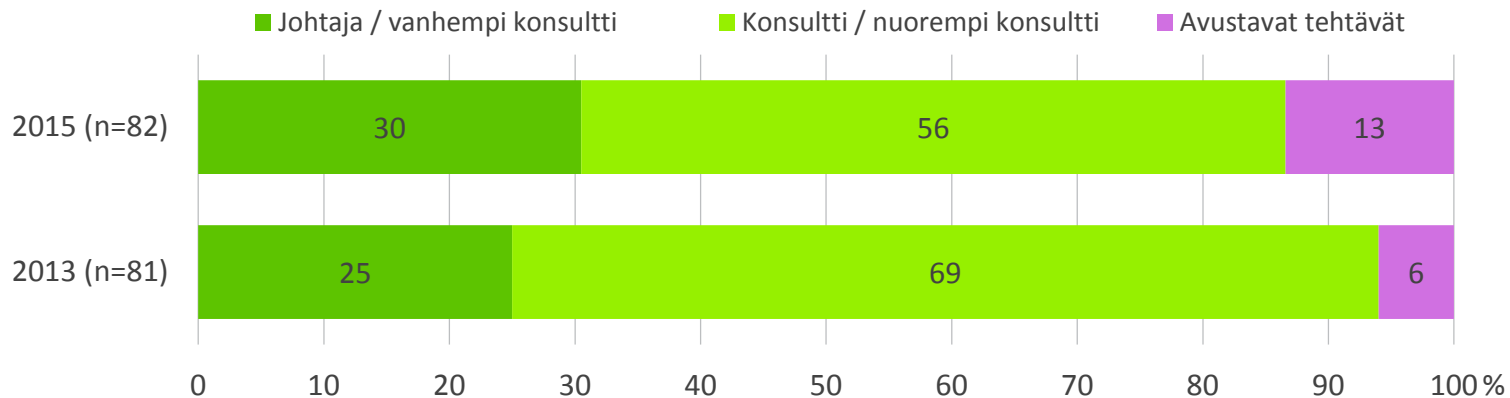
- Asema organisaatiossa
- Toimiiko asiakasvastaavana
- Toimiston henkilöstömäärä
- Toimiston henkilöstömäärän muutos kahden vuoden aikana
- Onko osa palkasta sidottu myyntiin tai myyntikatteeseen (provisiopalkkiot)



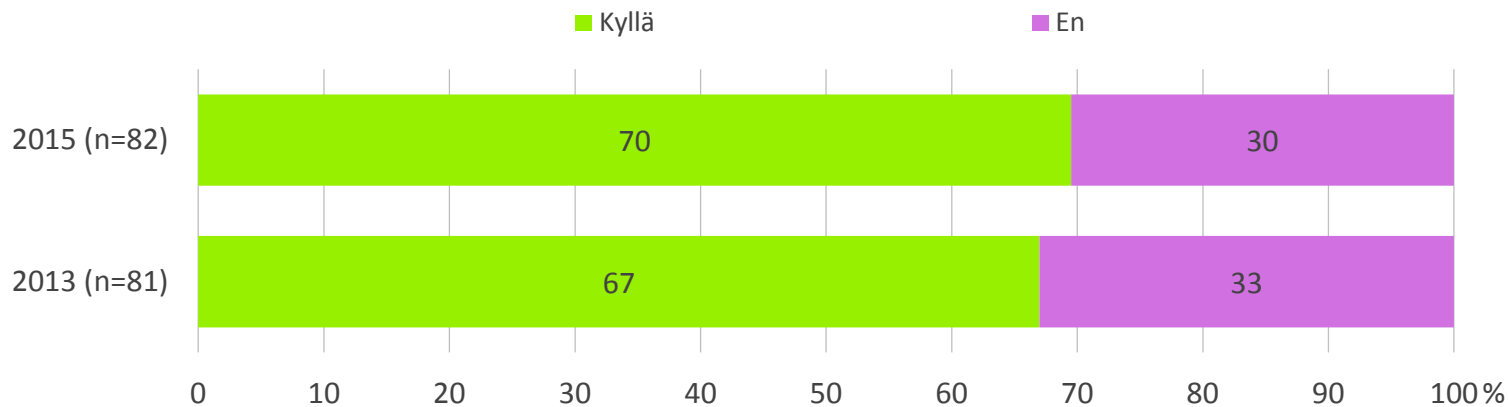


## Asema organisaatiossa

n=viestintäkonsultit

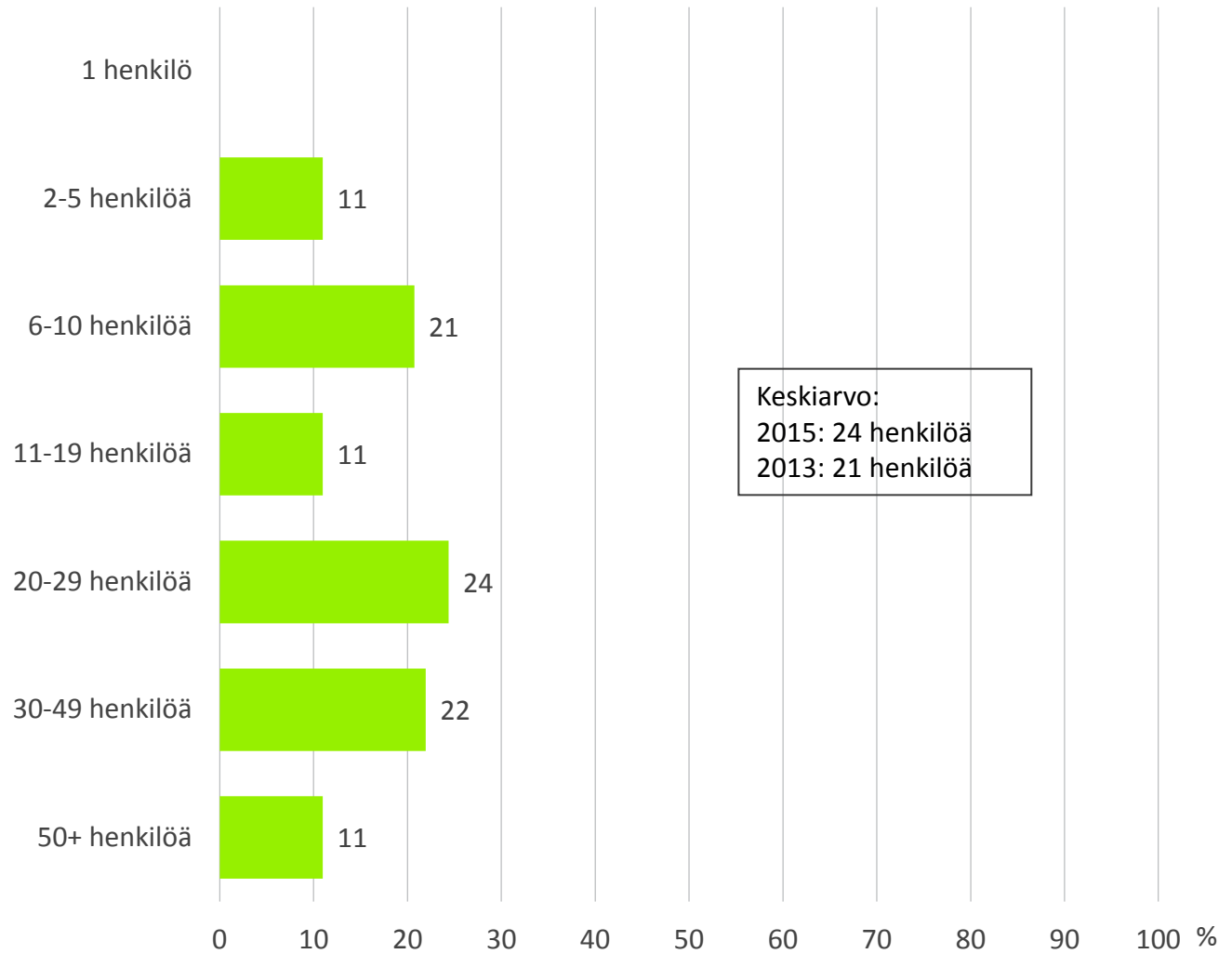


## Toimiiko asiakasvastaavana



## Viestintätoimiston henkilöstömäärä

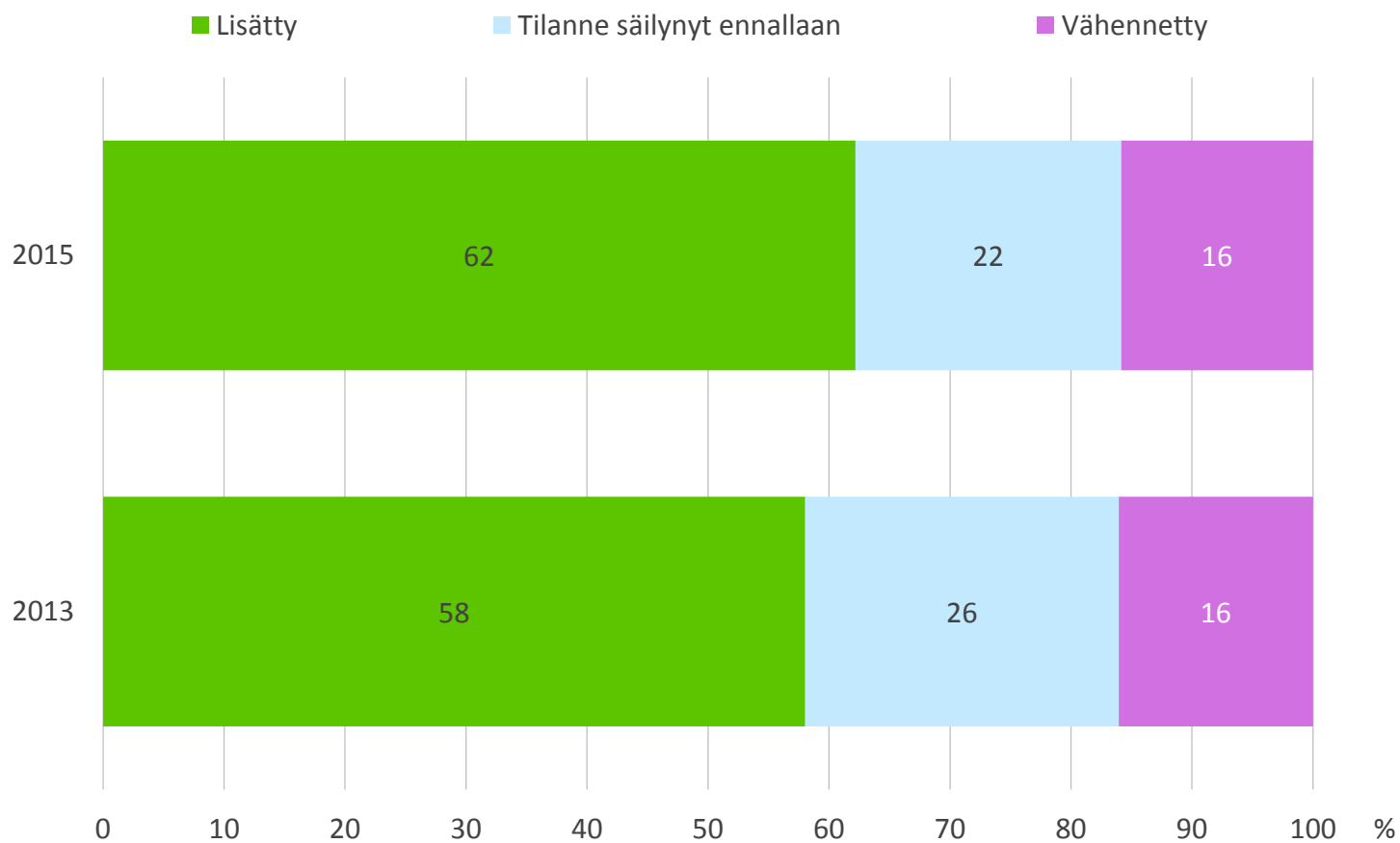
Viestintäkonsultit, n=82



Vastaaajat = 82

# Onko viestintätoimiston henkilöstöä viimeisten kahden vuoden aikana...

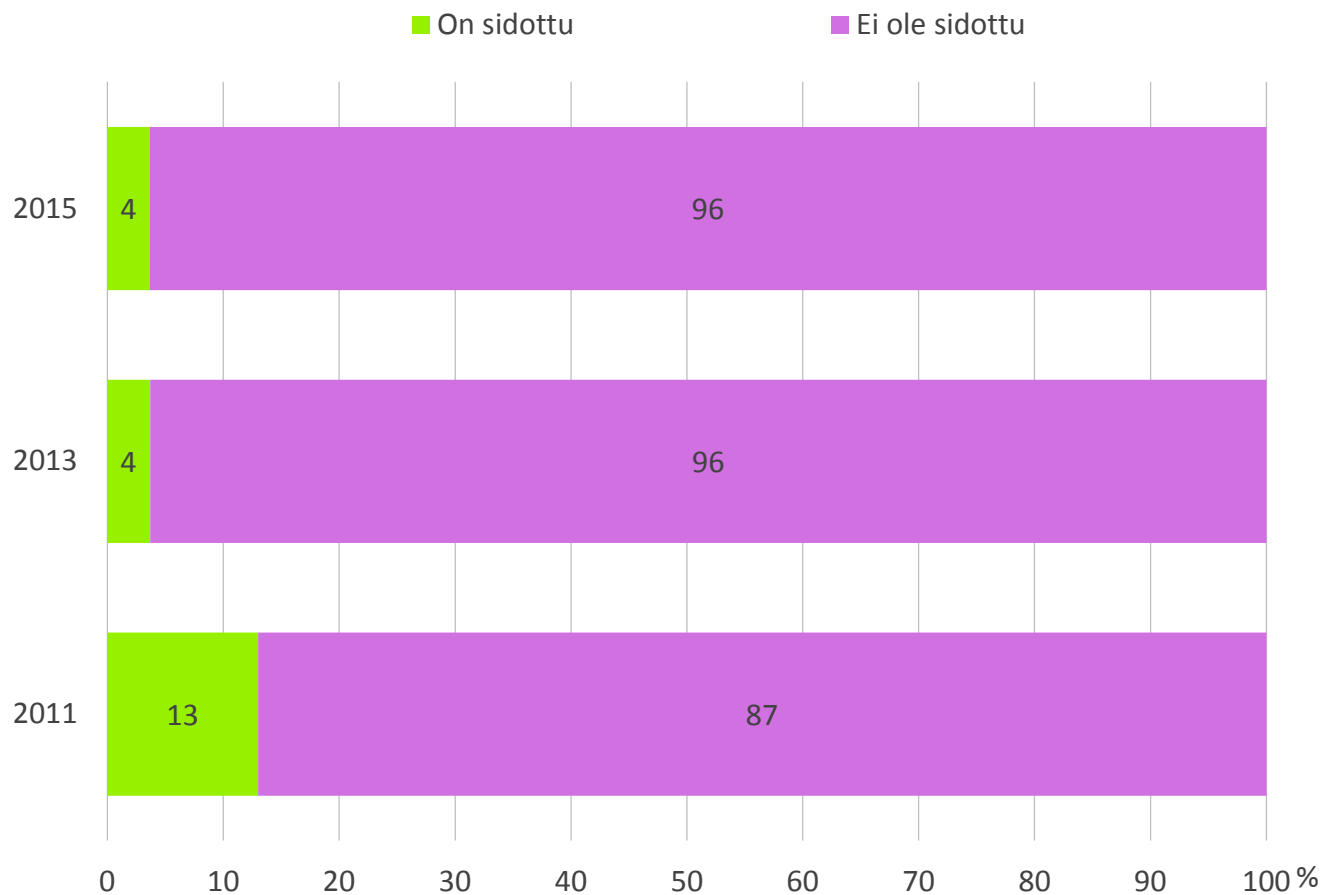
n=viestintäkonsultit



Vastaaajat = 82/81

# Onko osa palkasta sidottu myyntiin tai vastuulla olevien asiakkaiden myyntikatteeseen (provisiopalkkiot)

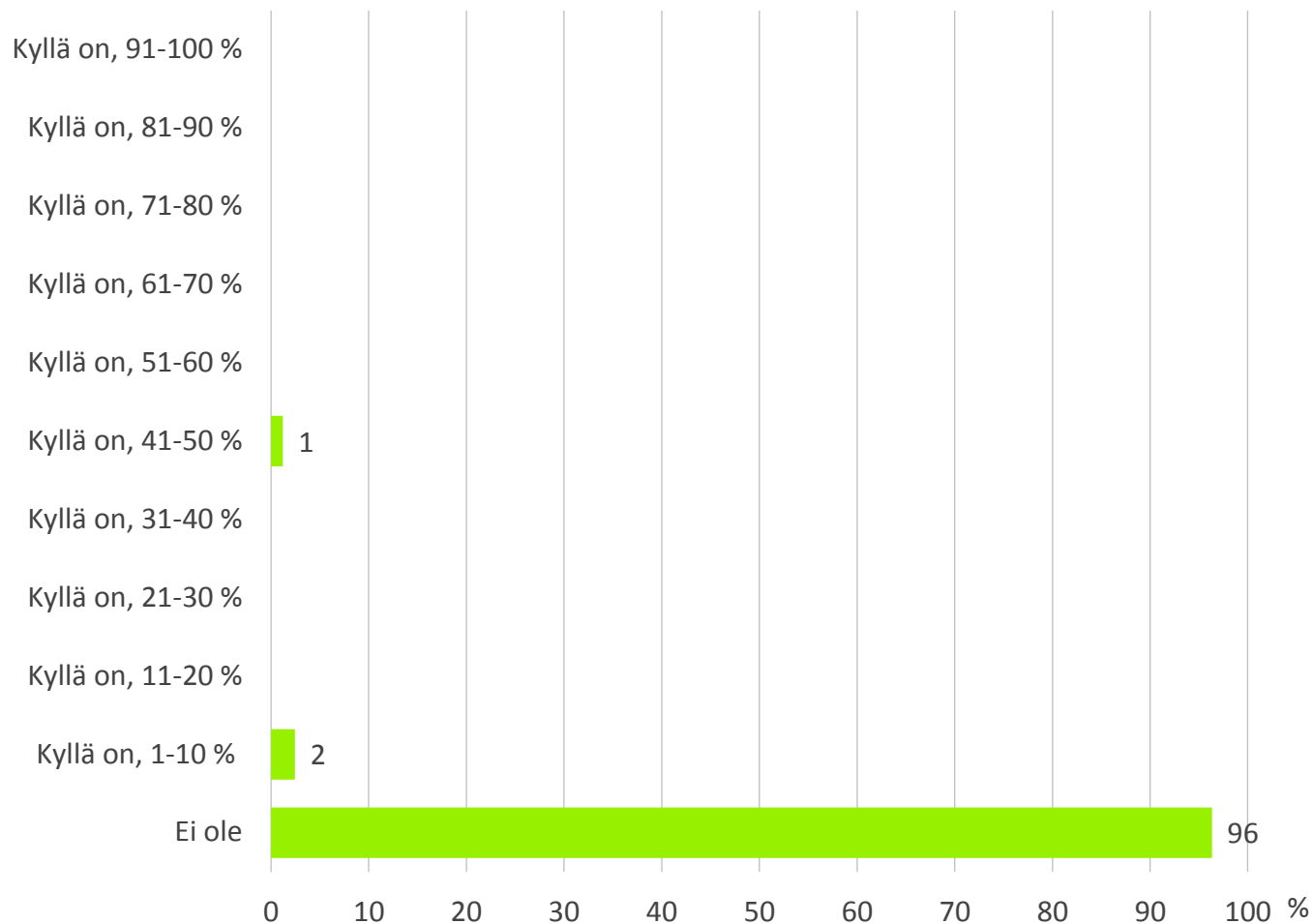
n=viestintäkonsultit



Vastaajat = 82/81/115

# Onko osa palkasta sidottu myyntiin tai vastuulla olevien asiakkaiden myyntikatteeseen (provisiopalkkiot)

Viestintäkonsultit, n=82



Vastaajat = 82

## Palkka ja luontaisedut

- Palkansaajilta kysyttiin:
  - Kuukausiansiot veroja vähentämättä elokuussa 2015
    - Bruttopalkka ikälisineen
    - Luontaisedujen raha-arvo (=verotusarvo)
  - Kertaluonteinen tulospalkkauserä viimeisen vuoden aikana
  - Onko yrityksessä optio-ohjelmaa tai osakepohjaista kannustusjärjestelmää

### PALKKATUTKIMUKSEN TERMEJÄ

**Keskipalkka:** summa, joka saadaan, kun aineiston kaikki vastaukset lasketaan yhteen ja jaetaan vastaajien määrällä

**Mediaanipalkka:** summa, jota pienempää ja suurempaa palkkaa saa yhtä monta henkilöä vastanneista

**Yläkvartiili:** luku, jota pienempiä arvoja aineistossa on 75 prosenttia

**Alakvartiili:** luku, jota pienempiä arvoja aineistossa on 25 prosenttia



# Mediaanipalkka

Mediaani on suuruusjärjestyksessä keskimäinen palkka.



Mediaanipalkat - järjestö ja sektori		Mediaani	F10	F25	F75	F90
Kaikki	1 Kaikki vastaajat	3820	2723	3200	4586	5750
Järjestö	1 ProCom	4170	3120	3580	5120	6233
	2 Viesti ry	3400	2400	2900	4100	4920
	3 JAT	3850	3061	3310	4500	5524
	4 Kirkon viestintää tekevät	3000	2282	2700	3550	4600
Sektori	1 Yksityinen sektori	4084	2970	3483	5100	6520
	2 Julkinen sektori	3762	2800	3200	4420	5425
	3 Kirkko, seurakunnat, seurakuntayhtymä	2924	2320	2638	3410	4250
	4 Järjestö, liitto, säätiö	3750	2490	3100	4320	5370
	5 Muu	4140	2920	3357	5135	8500

**F10** on taitepiste, jota pienempiä palkkoja on 10 prosentilla ko. ryhmään kuuluvista. **F75:n** yläpuolelle jää yksi neljäsosa havainnoista.

## Mediaanipalkka eri vuosina

Mediaanipalkat 2009 - 2015		Mediaani	Mediaani	Mediaani	Mediaani	Muutos 2013→2015
		2009	2011	2013	2015	
<b>Kaikki</b>	Kaikki vastaajat (palkansaajat 2013-)	3515	3800	3640	3820	4,9 %
<b>Järjestö</b>	1 ProCom	4000	4150	4095	4170	1,8 %
	2 Viesti ry	3194	3475	3342	3400	1,7 %
	3 Julkisen alan tiedottajat (JAT)	3400	3693	3800	3850	1,3 %
	4 Kirkon viestintää tekevät	2500	2880	2907	3000	3,2 %
<b>Sektori</b>	1 Yksityinen sektori	4005	4139	3950	4084	3,4 %
	2 Julkinen sektori	3300	3600	3648	3762	3,1 %
	3 Kirkko, seurakunnat	2500	2880	2700	2924	8,3 %
	4 Järjestöt	3245	3920	3555	3750	5,5 %
	Viestintätoimistot (ei yrittäjät 2013)	3485	3835	3575	3668	2,6 %



## Mediaanipalkat ammattinimikkeittäin

Mediaanipalkat - ammattinimike	n=	Mediaani	F10	F25	F75	F90
<b>Kaikki vastaajat</b>	<b>1095</b>	<b>3820</b>	<b>2723</b>	<b>3200</b>	<b>4586</b>	<b>5750</b>
1 Viestintä-, tiedotus- tai markkinointijohtaja / Communications and/or Marketing Director	72	6635	4500	5562	8510	12000
2 Sijoittajasuhdejohtaja / IR Director	2					
3 Viestintä- tai tiedotuspäällikkö / Communications Manager	281	4600	3800	4150	5220	5920
4 Sijoittajasuhdepäällikkö / IR Manager	3					
5 Markkinointipäällikkö / Marketing Manager	19	4050	3100	3665	4805	5324
6 Projektipäällikkö / Project Manager	16	3720	3270	3505	4085	5300
7 Tiedottaja / Communications Officer	245	3420	2723	2980	3800	4090
8 Tiedotussihteeri tai viestintäassistentti / Communications Assistant or Secretary	48	2500	2000	2237	2770	3300
9 Viestintäkonsultti / Communications Consultant	50	3975	3085	3520	4585	5360
10 Viestinnän asiantuntija tai suunnittelija / Communications Planner	183	3520	2800	3198	4000	4420
11 Viestintäkoordinaattori tai viestintävastaava / Communication Coordinator	53	3250	2490	2900	3550	3844
12 Toimittaja tai toimitussihteeri tai tuottaja / Editor or Editorial Secretary or Producer	18	3219	2100	2950	3920	4300
13 Verkko- tai sosiaalisen median toimittaja / Verkkotuottaja tai -tiedottaja / Web or Social Media / Editor/Officer/Produc	47	3450	2680	2970	3900	4547
14 Sisällöntuottaja / Content Producer	11	3124	3000	3000	3670	3811
15 Yhteisömanageri / Community Manager	2					

## Mediaanipalkat

Mediaanipalkat - kokemus, asema, koulutus, sukupuoli ja ikäryhmä		n=	Mediaani	F10	F25	F75	F90
<b>Kaikki vastaajat</b>		<b>1095</b>	<b>3820</b>	<b>2723</b>	<b>3200</b>	<b>4586</b>	<b>5750</b>
Kokemus viestintätehtävistä	1 Alle 3 vuotta	98	2941,5	2120	2420	3400	4220
	2 3-9 vuotta	376	3520	2660	3020	4049,5	4750
	3 9+ vuotta	621	4152	3067	3520	5120	6200
Asema viestintäyksikössä	1 Yksikön päällikkö, alaisia	174	5200	3800	4300	6200	8450
	2 Esimies/päällikkö, ei alaisia	54	4520	3638	4170	5370	6100
	3 Vastaan yksin alueesta	164	3410	2430	2910	3985	4650
	4 Esimiehen alainen	463	3620	2700	3100	4180	4900
	5 Muualla organisaatiossa	157	3606	2440	3050	4220	5255
Peruskoulutus	1 Yo/opisto	123	3550	2620	3020	4220	4620
	2 Amk	185	3550	2450	2965	4140	5020
	3 Ylempi AMK-/KK-tutkinto	786	3920	2850	3280	4800	6000
Sukupuoli	1 nainen	986	3815,5	2690	3200	4540	5700
	2 mies	109	3830	2900	3198	4950	7220
Ikäryhmä	1 Alle 36 vuotta	302	3400	2400	2870	3840	4400
	2 36-50 vuotta	544	3920	2900	3400	4835	6050
	3 Yli 50 vuotta	249	4184	2900	3400	5100	6520
Uusi nuori	1 Alle 31-v, 0-3 vuotta alalla	73	2890	2200	2430	3200	3745

## Mediaanipalkat

Mediaanipalkat - Päätehtävät		n=	Mediaani	F10	F25	F75	F90
Kaikki vastaajat		1095	3820	2723	3200	4586	5750
Päätehtävät viestinnässä	1 Lehtien ja julkaisujen toimittaminen	316	3631	2643	3071	4250	5155
	2 Markkinointiviestintä, mainonta, sponsorointi	281	3515	2430	3000	4270	5243
	3 Maineen ja brändin rakentaminen	400	4074	2950	3450	5120	6385
	4 Mediaviestintä ja toimintaympäristön seuranta	580	3920	2800	3270	4750	6141
	5 Työyhteisö- / Sisäinen viestintä	505	3687	2700	3080	4377	5520
	6 Sijoittajasuhteet, talousviestintä	54	4650	3220	3791	6020	7520
	7 Sisällöntuotanto ja seuranta	612	3620	2620	3070	4200	5100
	8 Some-asiiantuntijatehtävät/yhteisömanagerointi	402	3520	2600	3000	4100	4750
	9 Viestinnän johtaminen	253	4728	3260	4040	5900	8100
	10 Viestinnän konsultointi, viestintävalmennus, tutkimus ja arviointi	236	4000	3000	3488	4835	5680
	11 Yhteiskuntasuhteet, yhteiskuntavaikuttaminen, lobbaus	105	4640	3015	3650	5867	8700
	12 Yhteiskunta- tai yritys vastuu, kestävän kehityksen viestintä	53	4620	3400	3700	6450	9100
	13 Projekt- tai hankeviestintä	285	3850	2851	3340	4520	5620
	14 Muutosviestintä	160	4340	3200	3610	5338	6295
	15 Asiakas-/jäsenviestintä	240	3525	2396	2955	4110	4820
	17 Muu	71	3797	2900	3244	4320	5050

# Mediaanipalkat

Mediaanipalkat - koko, sijainti, viranomaiset, viestintätoimistot ja yritykset		n=	Mediaani	F10	F25	F75	F90
Kaikki vastaajat		1095	3820	2723	3200	4586	5750
Organisaation koko	1 Alle 8 000 henkeä	943	3800	2720	3195	4550	5720
	2 Yli 8 000 henkeä	58	4415	3050	3720	5520	8620
Toimipaikan sijainti	1 Pk-seutu	758	4000	3000	3470	4820	5990
	2 Muualla Suomessa	337	3270	2370	2900	4050	5020
Viranomaiset	1 Kunta	187	3372	2650	2950	4090	4800
	2 Valtio	215	4000	3100	3515	4900	5830
Viestintätoimistot	Viestintätoimistot (ei yrittäjät)	82	3667,5	2600	3086	4265	5300
Yritykset	1 pörssiyritys	144	4420	3300	3785	5625	7050
	2 muu yksityinen yritys	260	3842	2670	3362	4710	5840
	3 kunta tai kuntayhtymä	147	3300	2600	2950	3945	4728
	4 kunnan omistama liikelaitos tai yhtiö	40	3692	2791	3112	4413	5315
	5 valtio	165	4000	3100	3520	4750	5800
	6 valtion liikelaitos tai valtionyhtiö	50	4009	3135	3500	4920	6025
	7 kirkko, seurakunta tai seurakuntayhtymä	72	2924	2320	2638	3410	4250
	8 järjestö, liitto, säätiö tai yhdistys	179	3750	2490	3100	4320	5370
	9 yliopisto, korkeakoulu	30	3500	2415	3020	4000	5100
	10 muu	8	4140	2920	3357	5135	8500

## Kertaluonteiset tulospalkkauserät 2015

Kertaluonteisen tulospalkkauserän (bonus, tulospalkkio, ylimääräinen kuukausipalkkaerä, ym.) 2015 saaminen viimeisen vuoden aikana					
			Saaneet		
		n	Saanut	n	Keskiarvo euroa
Kaikki vastaajat		1095	33%	426	3584
Järjestö	ProCom	635	43%	333	4354
	Viesti ry	427	25%	113	1985
	Julkisen alan tiedottajat (JAT)	207	22%	54	1194
	Kirkon viestintää tekevät	69	9%	12	286
Sektori	Yksityinen sektori	403	54%	265	4848
	Julkinen sektori	432	22%	98	1597
	Kirkko, seurakunnat	72	10%	12	388
	Järjestöt	179	17%	44	1569
	Viestintätoimistot	82	30%	22	4662
Työnantaja	pörssiyhtiö	143	66%	131	6869
	muu yksityinen	260	48%	134	3328
	kunta/-yhtymä	147	24%	34	1061
	kunnan liikelaitos/yhtiö	40	23%	9	1078
	valtio	165	13%	22	1044
	valtion liikelaitos/ -yhtiö	50	50%	30	3072
	kirkko, srk	72	10%	12	388
	järjestö tms	179	17%	44	1569
	yliopisto/kk	30	20%	3	1380

## Kertaluonteiset tulospalkkauserät 2013 ja 2015

Kertaluonteisen tulospalkkauserän (bonus, tulospalkkio, ylimääräinen kuukausipalkkaerä, ym.) 2015									
	n	Saaneet				Keskiarvo			
		%	Muutos 2013 → 2015 (%-yks.)	n	Muutos 2013 → 2015 (n)	euroa	Muutos 2013 → 2015 (euroa)	Muutos 2013 → 2015 (%)	
Kaikki vastaajat	1095	33%	-4%	357	-69	3584	725	25 %	
Järjestö	ProCom	635	43%	-6 %	273	-60	4354	1039	31 %
	Viesti ry	427	25%	-3 %	107	-6	1985	284	17 %
	Julkisen alan tiedottajat (JAT)	207	22%	-6 %	46	-8	1194	-234	-16 %
	Kirkon viestintää tekevät	69	9%	-2 %	6	-6	286	147	105 %
Sektorit	Yksityinen sektori	403	54%	-4 %	218	-47	4848	1512	45 %
	Julkinen sektori	432	22%	-3 %	95	-3	1597	-811	-34 %
	Kirkko, seurakunnat	72	10%	1 %	7	-5	388	249	178 %
	Järjestöt	179	17%	-6 %	30	-14	1569	198	14 %
	Viestintätoimistot	82	30%	3 %	25	3	4662	2872	160 %
Työnantaja	pörssi-yhtiö	143	66%	-7 %	94	-37	6869	3449	101 %
	muu yksityinen	260	48%	0 %	125	-9	3328	76	2 %
	kunta/-yhtymä	147	24%	-3 %	35	1	1061	-154	-13 %
	kunnan liikelaitos/yhtiö	40	23%	0 %	9	0	1078	-1560	-59 %
	valtio	165	13%	-1 %	21	-1	1044	-440	-30 %
	valtion liikelaitos/ -yhtiö	50	50%	-3 %	25	-5	3072	-1319	-30 %
	kirkko, srk	72	10%	1 %	7	-5	388	249	178 %
	järjestö tms	179	17%	-6 %	30	-14	1569	198	14 %
	yliopisto/kk	30	20%	5 %	6	3	1380	-	-

## Palkansaajien luontaisedut 2015

Palkansaajien luontaisedut elokuussa 2015					
		Saaneet			
		n	%	n	Keski-arvo euroa
Kaikki vastaajat		1095	64%	701	224
Järjestö	ProCom	635	82%	521	249
	Viesti ry	427	53%	226	145
	Julkisen alan tiedottajat (JAT)	207	43%	89	193
	Kirkon viestintää tekevät	69	26%	18	184
Sektorit	Yksityinen sektori	403	90%	363	257
	Julkinen sektori	432	41%	177	192
	Kirkko, seurakunnat	72	24%	17	193
	Järjestöt	179	77%	138	190
	Viestintätoimistot	82	93%	76	137
Työnantaja	pörssi-yhtiö	143	95%	136	302
	muu yksityinen	260	88%	229	230
	kunta/-yhtymä	147	38%	56	182
	kunnan liikelaitos/yhtiö	40	53%	21	126
	valtio	165	53%	87	213
	valtion liikelaitos/ -yhtiö	50	78%	39	232
	kirkko, srk	72	24%	17	193
	järjestö tms	179	77%	138	190
	yliopisto/kk	30	23%	7	99

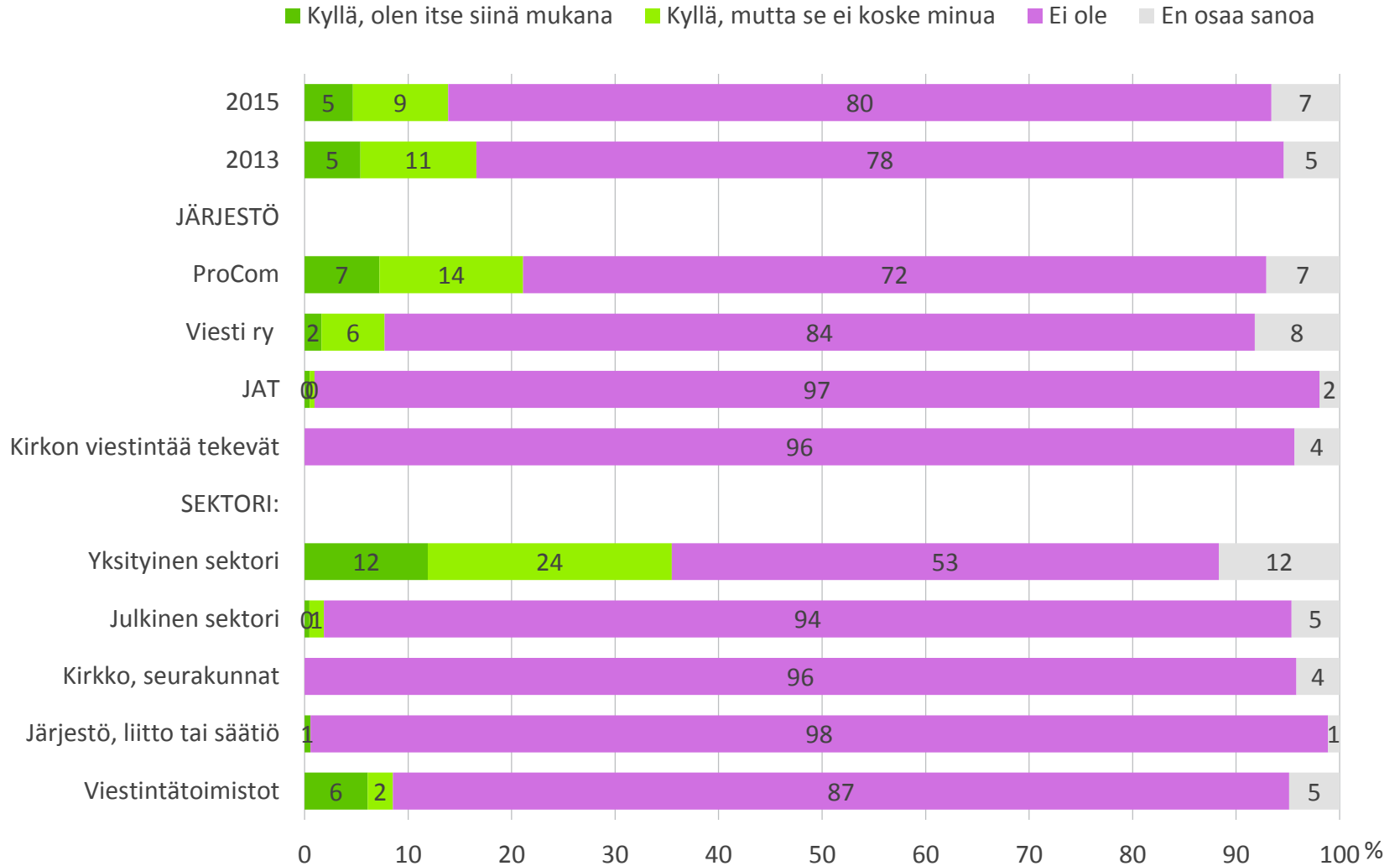
## Palkansaajien luontaisedut 2013 ja 2015

	n (2015)	On saanut (2013)	On saanut (2015)	Muutos 2013→2015 (%-yks.)	Saaneet (2013) n	Saaneet (2015) n	Muutos 2013→2015 n	Keski-arvo euroa (2013)	Keski-arvo euroa (2015)	Muutos 2013→2015
Kaikki vastaajat	1095	57%	64%	7 %	676	701	25	138	224	86
Järjestö										
ProCom	635	75%	82%	7 %	506	521	15	160	249	89
Viesti ry	427	46%	53%	7 %	187	226	39	108	145	37
Julkisen alan tiedottajat (JAT)	207	40%	43%	3 %	79	89	10	132	193	61
Kirkon viestintää tekevät	69	16%	26%	10 %	17	18	1	50	184	134
Sektori										
Yksityinen sektori	403	82%	90%	8 %	374	363	-11	137	257	120
Julkinen sektori	432	37%	41%	4 %	143	177	34	145	192	47
Kirkko, seurakunnat	72	16%	24%	8 %	21	17	-4	48	193	145
Järjestöt	179	70%	77%	7 %	134	138	4	149	190	41
Viestintätoimistot	82	70%	93%	23 %	57	76	19	117	137	20
Työnantaja										
pörssi-yhtiö	143	91%	95%	4 %	163	136	-27	150	302	152
muu yksityinen	260	76%	88%	12 %	211	229	18	127	230	103
kunta/-yhtymä	147	35%	38%	3 %	44	56	12	54	182	128
kunnan liikelaitos/yhtiö	40	69%	53%	-16 %	27	21	-6	193	126	-67
valtio	165	26%	53%	27 %	39	87	48	263	213	-50
valtion liikelaitos/ -yhtiö	50	58%	78%	20 %	33	39	6	88	232	144
kirkko, srk	72	16%	24%	8 %	21	17	-4	48	193	145
järjestö tms	179	70%	77%	7 %	134	138	4	149	190	41
yliopisto/kk	30	-	23%	-	-	7	-	-	99	-



# Onko yrityksessä optio-ohjelmaa tai osakepohjaista kannustusjärjestelmää

n= viestintäammattilaiset (ei yrittäjät)



Vastaajat = 1095/1178

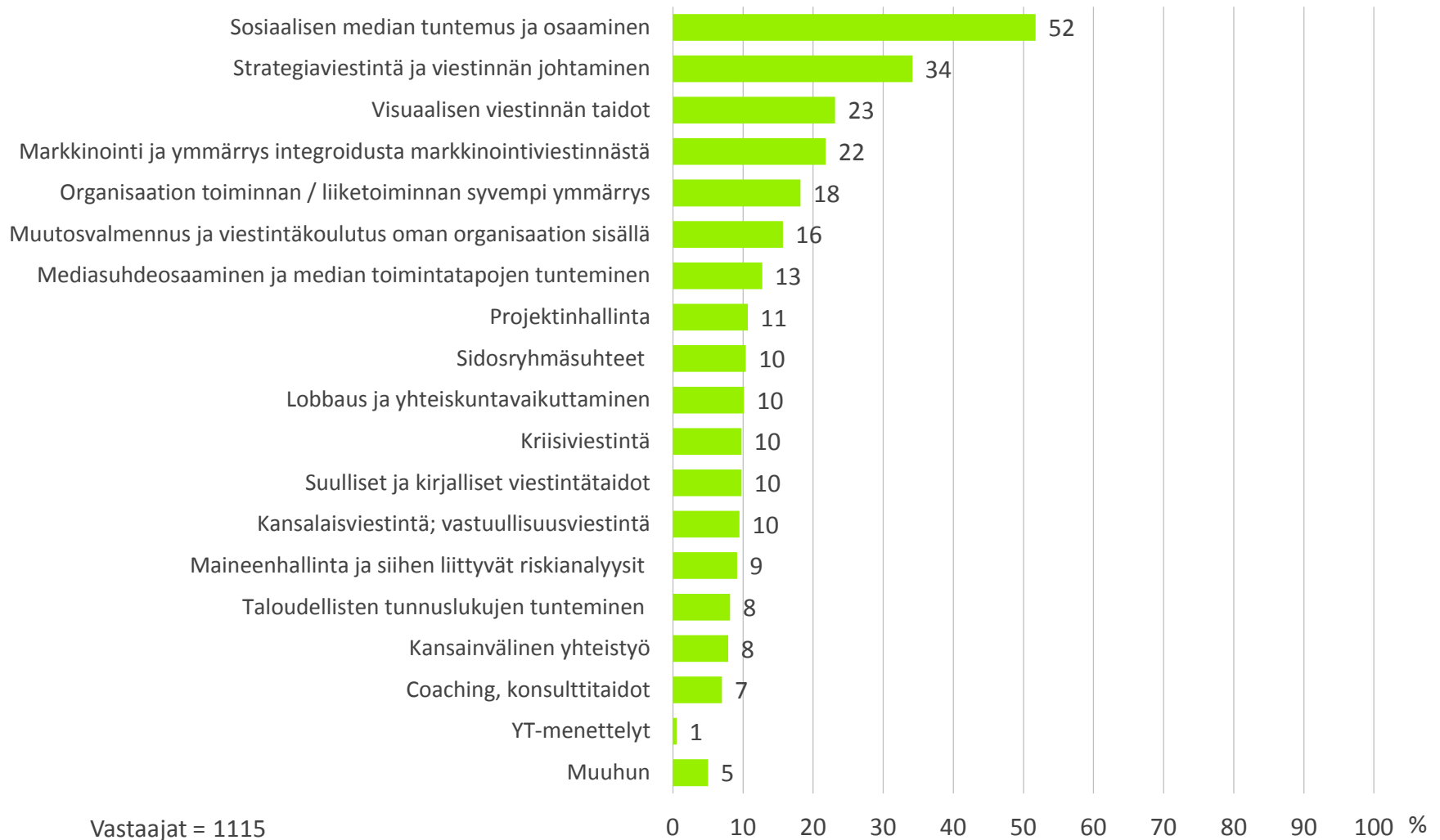
## Osaaminen jatkossa

- Osaamisalueet, joihin aiotaan panostaa seuraavien kahden vuoden aikana
  - Vuosina 2015 ja 2013
  - Sektoreittain
  - Järjestöittäin



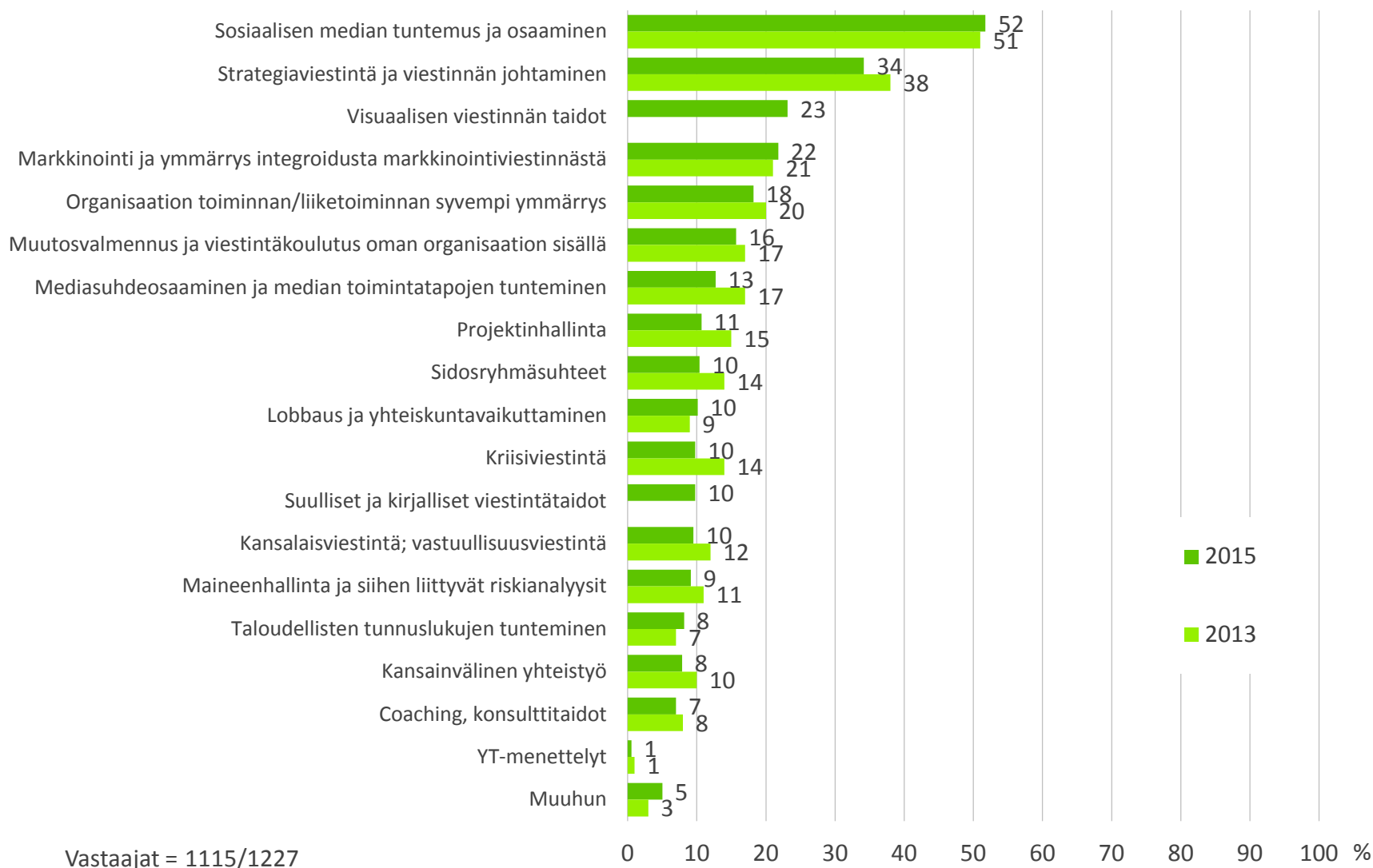
# Mihin osa-alueeseen aikoo panostaa seuraavien kahden vuoden aikana (max 3 tärkeintä)

n= viestintätehtävissä toimivat palkansaajat ja yrittäjät



# Mihin osa-alueeseen aikoo panostaa seuraavien 2 vuoden aikana

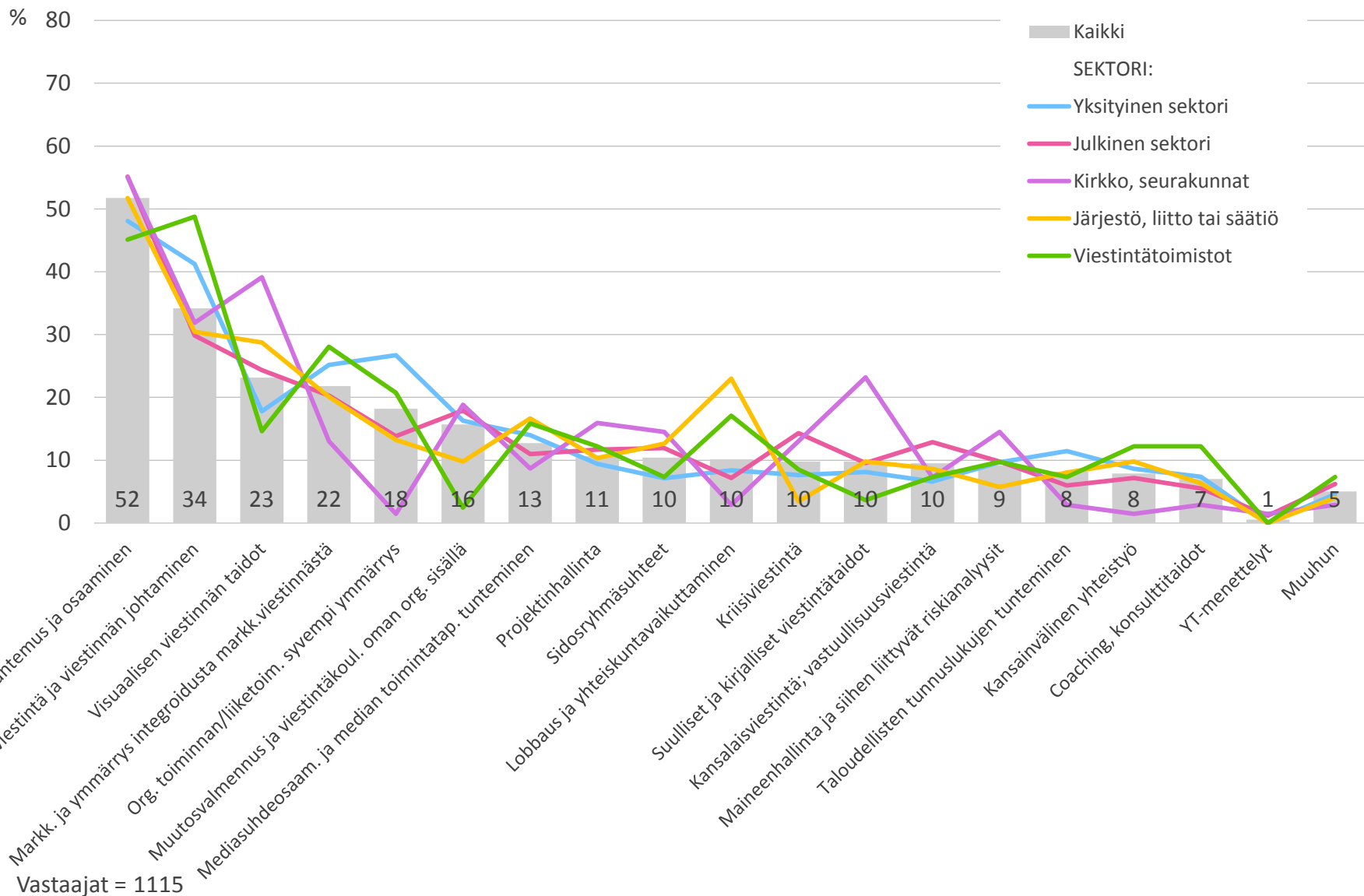
n= viestintätehtävissä toimivat palkansaajat ja yrittäjät



Vastaaajat = 1115/1227

# Mihin osa-alueeseen aikoo panostaa seuraavien 2 vuoden aikana

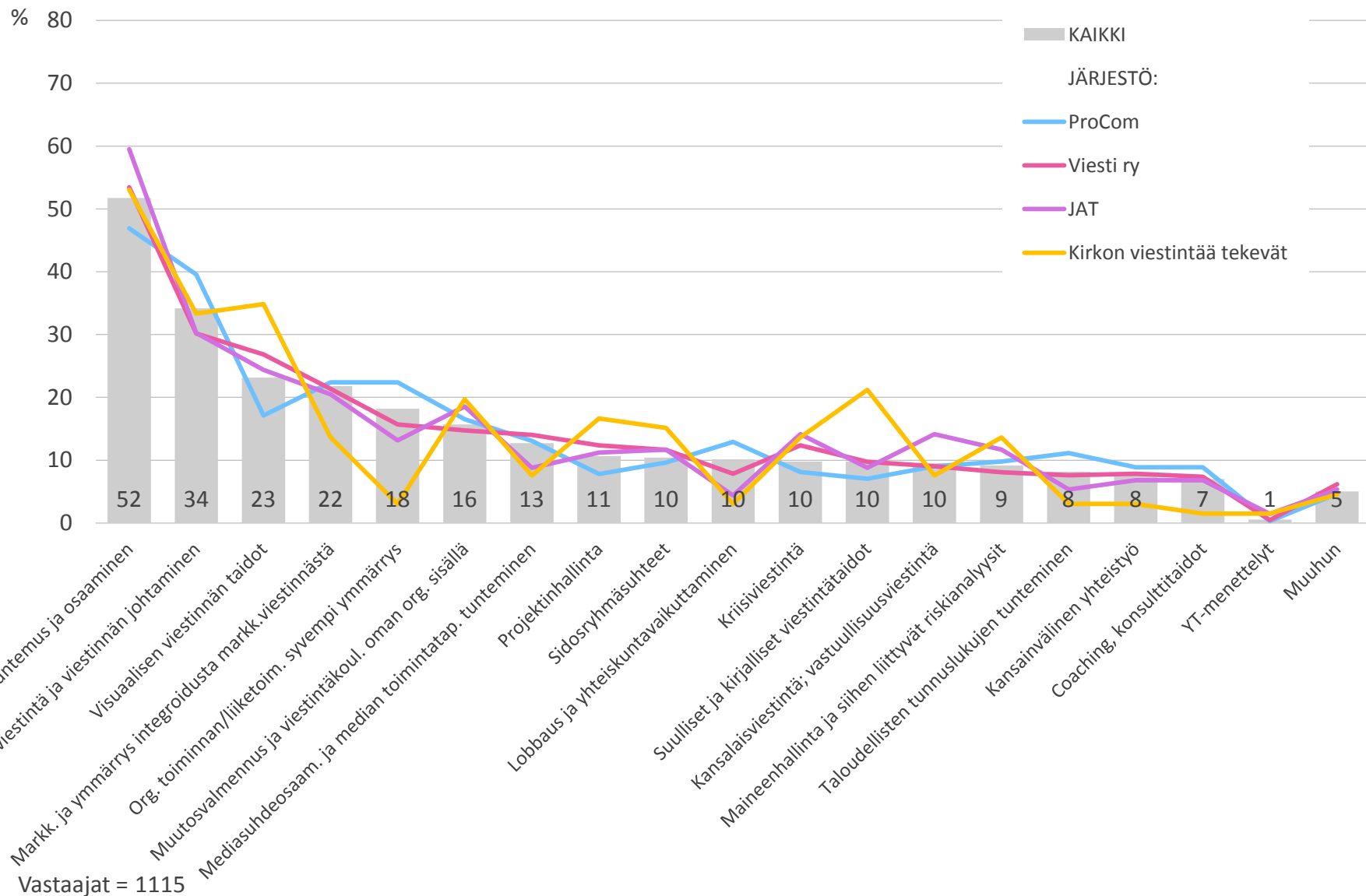
n= viestintätehtävissä toimivat palkansaajat ja yrittäjät



Vastaajat = 1115

# Mihin osa-alueeseen aikoo panostaa seuraavien 2 vuoden aikana

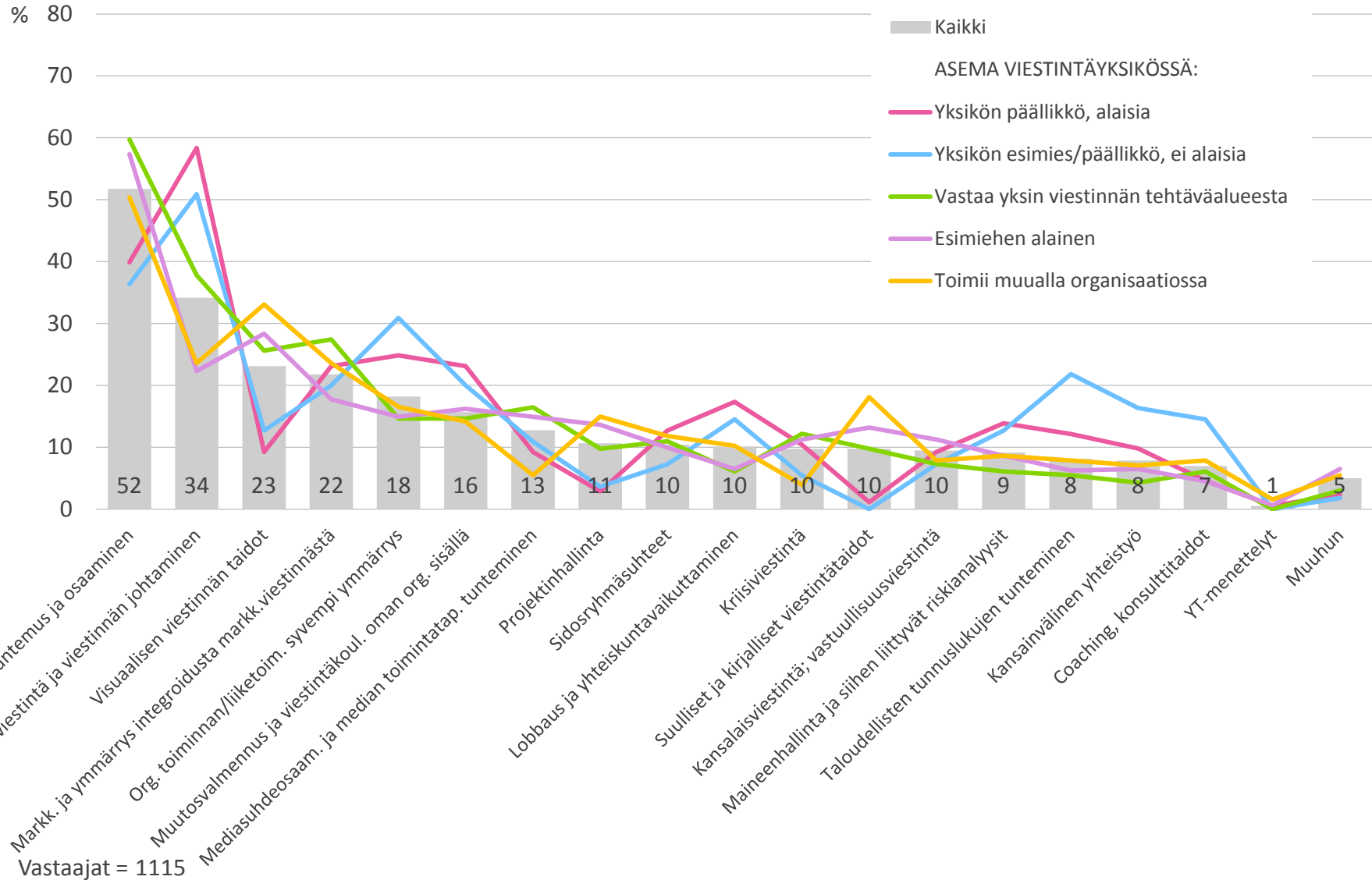
n= viestintätehtävissä toimivat palkansaajat ja yrittäjät



Vastaajat = 1115

# Mihin osa-alueeseen aikoo panostaa seuraavien 2 vuoden aikana

n= viestintätehtävissä toimivat palkansaajat ja yrittäjät



Vastaajat = 1115

KIITOS.  
KERROMME MIELELLÄMME LISÄÄ.

Katja Mikkonen  
Kari Niklander  
[etunimi.sukunimi@taloustutkimus.fi](mailto:etunimi.sukunimi@taloustutkimus.fi)  
puh. 010 758 511

