

Viestinnän ammattilaiset 2009



KIRKON TIEDOTUSKESKUS



Viestinnän ammattilaiset -tutkimus

- Suomen laajin viestinnän ammattilaisten työnkuvan kartoitus.
- Toistettu 13 kertaa vuodesta 1983*.

Tutkimuksen tavoitteena on...

- Tarkistaa tiedottajien **palkkataso** ja selvittää palkkaan voimakkaimmin vaikuttavat tekijät.
- Selvittää tiedottajien **työn sisältö** ja siinä tapahtuneet **muutokset**.
- Arvioida tiedottajien **työllisyyttä, työtyytyväisyyttä** ja **jaksamista**.
- Arvioida yhteisöviestinnän **tulevaisuuden näkymiä** ja ennakoida resurssien muutoksia.
- Yhtenäistää ja **vahvistaa viestinnän ammattilaisten ammattikuvaa**.

*Julkaistu aiemmin nimillä Yhteisöviestintätutkimus ja STiLin jäsentutkimus.

Tutkimusaineisto

- Nettikysely elo-syyskuussa 2009
- Kohderyhmä: 3311 yritys- ja yhteisöviestinnän ammattilaista
- Vastaaajia 1565, vastausprosentti: 47 %

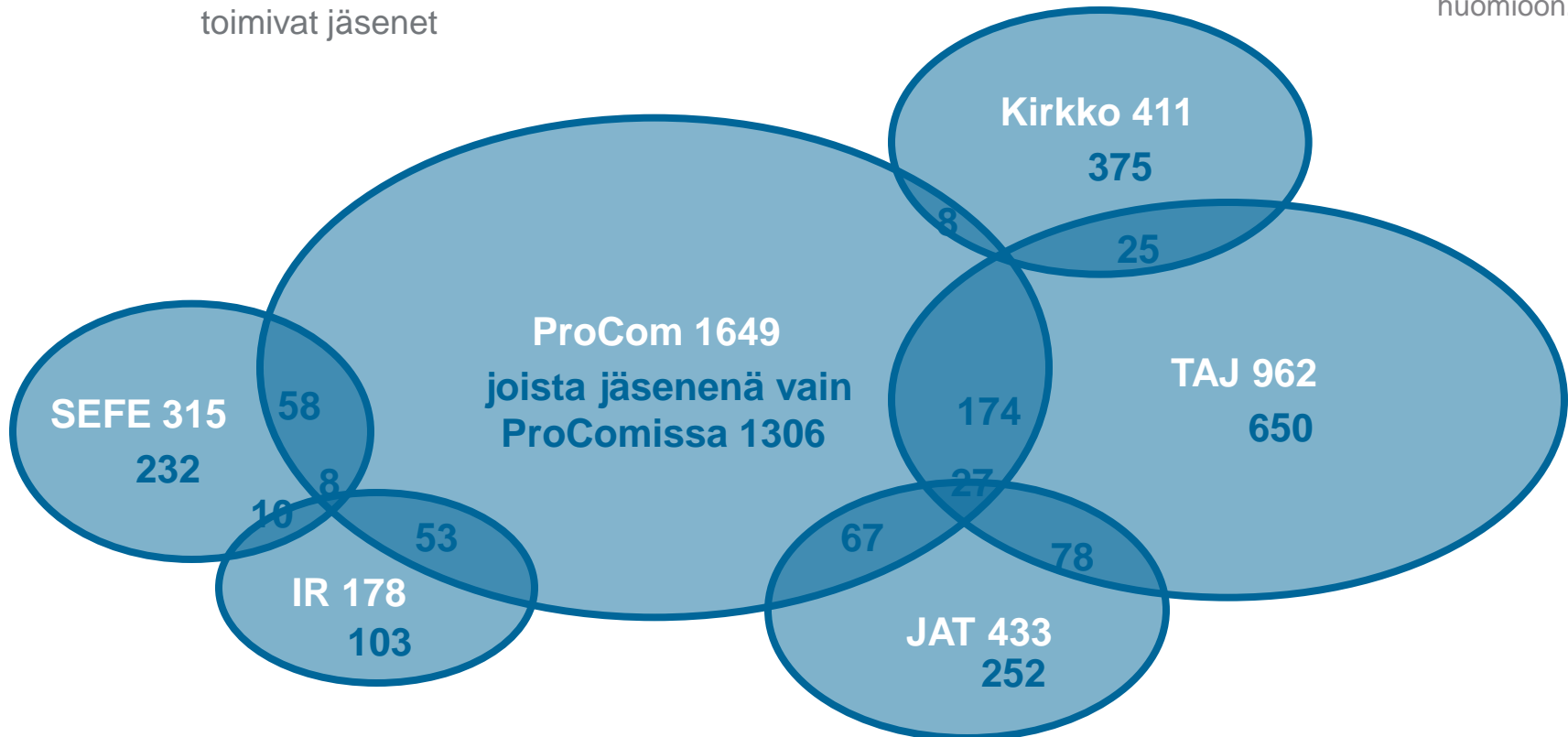
	Lähti	Vastasi	Vastaus%	V% 2007
Procom	1649	898	54,5	44,9
JAT	433	253	58,4	57,3
TAJ	962	490	50,9	48,4
Kirkon viestijät	411	162	39,4	64,5
IR-yhdistys	178	80	44,9	51,2
Ekonomiliitto	315	151	47,9	-
Yhteensä	3311	1565	47,3	48,4
Vuonna 2007	2847	1378	48,4	

Vrt. Sveriges Informationsförening teki jäsentutkimuksen kesäkuussa 2009. Vastaaajia oli Ruotsissa 1420 (yhdistyksessä on jäseniä 4610), vastausprosentti 31 %.

Tutkimuksen kohderyhmät

- Tutkimus kattaa seuraavien järjestöjen jäsenet:
 - ProCom
 - Julkisen Alan Tiedottajat (JAT)
 - Tiedotusalan ammattijärjestö (TAJ)
 - Kirkon ja seurakuntien viestintävastaavat
 - Suomen IR-yhdistys (FIRS)
 - Suomen Ekonomiliiton viestintätehtävissä toimivat jäsenet

Tutkimuksen kohderyhmä on noin 3 300 viestintäammattilaista, kun päällekkäisyydet otetaan huomioon.



Keskeisiä tuloksia (1)

- 1. Merkittävät rakennemuutokset ovat tiivistäneet johdon otetta viestintään.** Puolet yritysten ja julkisen sektorin organisaatioista on kohdannut merkittävän rakennemuutoksen viimeisten 5 vuoden aikana. Johto on ottanut entistä aktiivisemmän otteen viestintään.
- 2. Moni suuryritys on leikannut viestintäbudjettiaan.** Resurssien leikkaaminen on ollut yleisintä tieto- ja viestintäalan yrityksissä ja teollisuudessa. Yritysten toimipaikoilla kuudessa kymmenestä on vähennetty resursseja. Pörssiyritysten viestinnässä toimivista 13 prosenttia on ollut lomautettuina ja kolme prosenttia työttöminä viimeisten kahden vuoden aikana.
- 3. Viestinnän resursseja on lisätty kirkossa, järjestöissä ja julkisella sektorilla sekä viestintätoimistoissa.**
- 4. Epävarmuus on lisääntynyt.** Joka kymmenes (11 %) eli lähes 400 viestinnän ammattilaista arvioi työnsä jatkumisen epävarmaksi. Epävarmoja on suhteellisesti eniten viestintätoimistoissa (14 %) sekä tieto- ja viestintäaloilla (15 %).

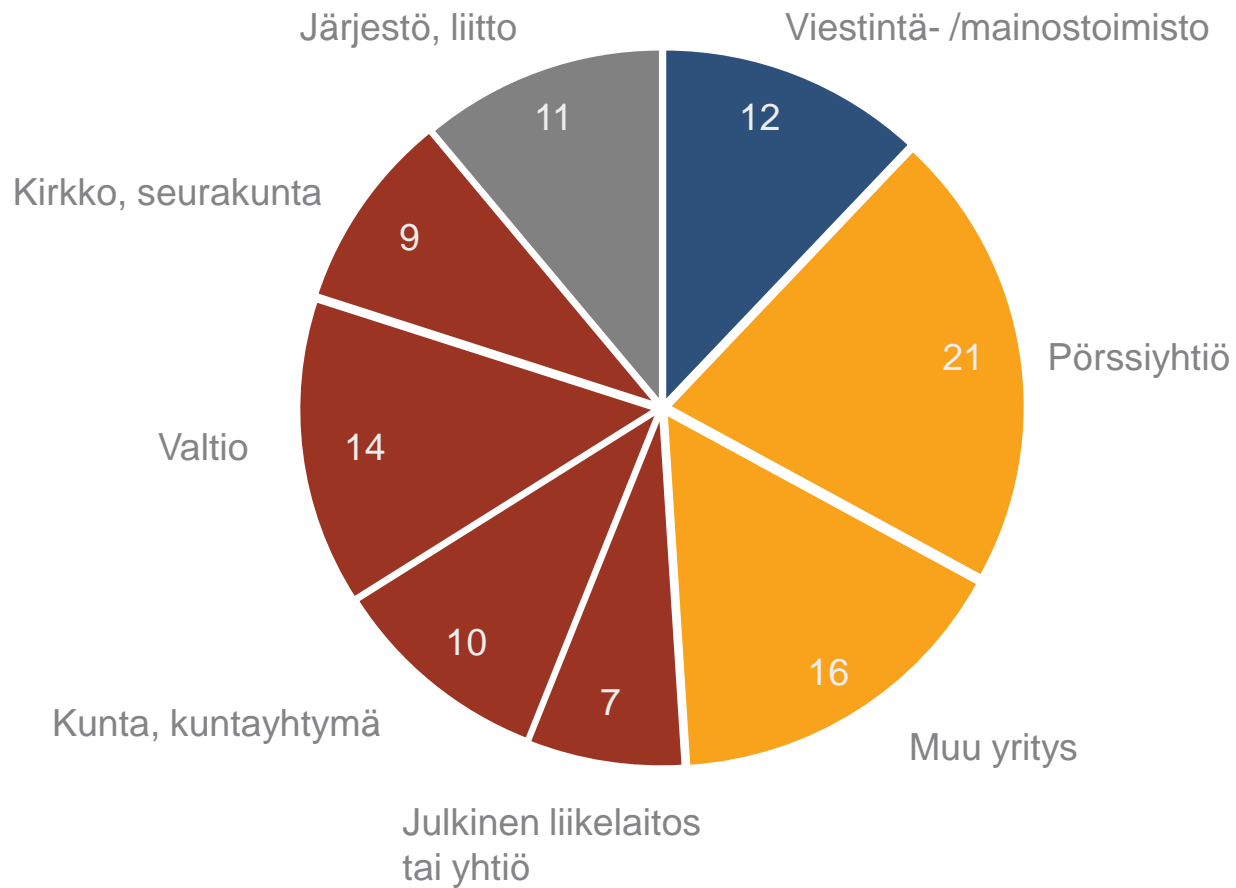
Keskeisiä tuloksia (2)

- 5. Talouden taantuma lähentää viestintä- ja markkinointiorganisaatioita.** Yhteisten viestintä- ja markkinointiosastojen osuus on kaksinkertaistunut suuryrityksissä yhdeksästä prosentista 18 prosenttiin.
- 6. Strategiaviestinnän taidoille on kysyntää yritysviestinnässä.** Viidennes viestinnän ammattilaisista pitää strategiaviestintää ja strategian jalkauttamista tärkeimpänä työnkuvaansa viime vuosina muuttaneena tehtäväalueena.
- 7. Sosiaalisen median osaaminen ja hyödyntäminen on suurin haaste etenkin järjestöissä, kirkon piirissä, julkisella sektorilla sekä konsulttitoimistoissa.**
- 8. Viestinnän palkat ovat nousseet lähes viisi prosenttia vuodessa.** Viestinnän ammattilaisen keskiansio on 3515 euroa kuukaudessa. Yksityisellä sektorilla keskiansio on 4005 euroa / kk ja julkisella sektorilla 3300 euroa / kk.
- 9. Uuden työpaikan saanti on vaikeinta assistenteille.** Rotaatio jatkuu viestintätehtävissä voimakkaana. Yrityspuolella 44 prosenttia on vaihtanut työtä viimeisen kahden vuoden aikana. Kahdella kolmesta työpaikkaa hakeneista assistenteista on ollut vaikeuksia uuden työpaikan saamisessa.



Viestinnän ammattilaisten työnantajat

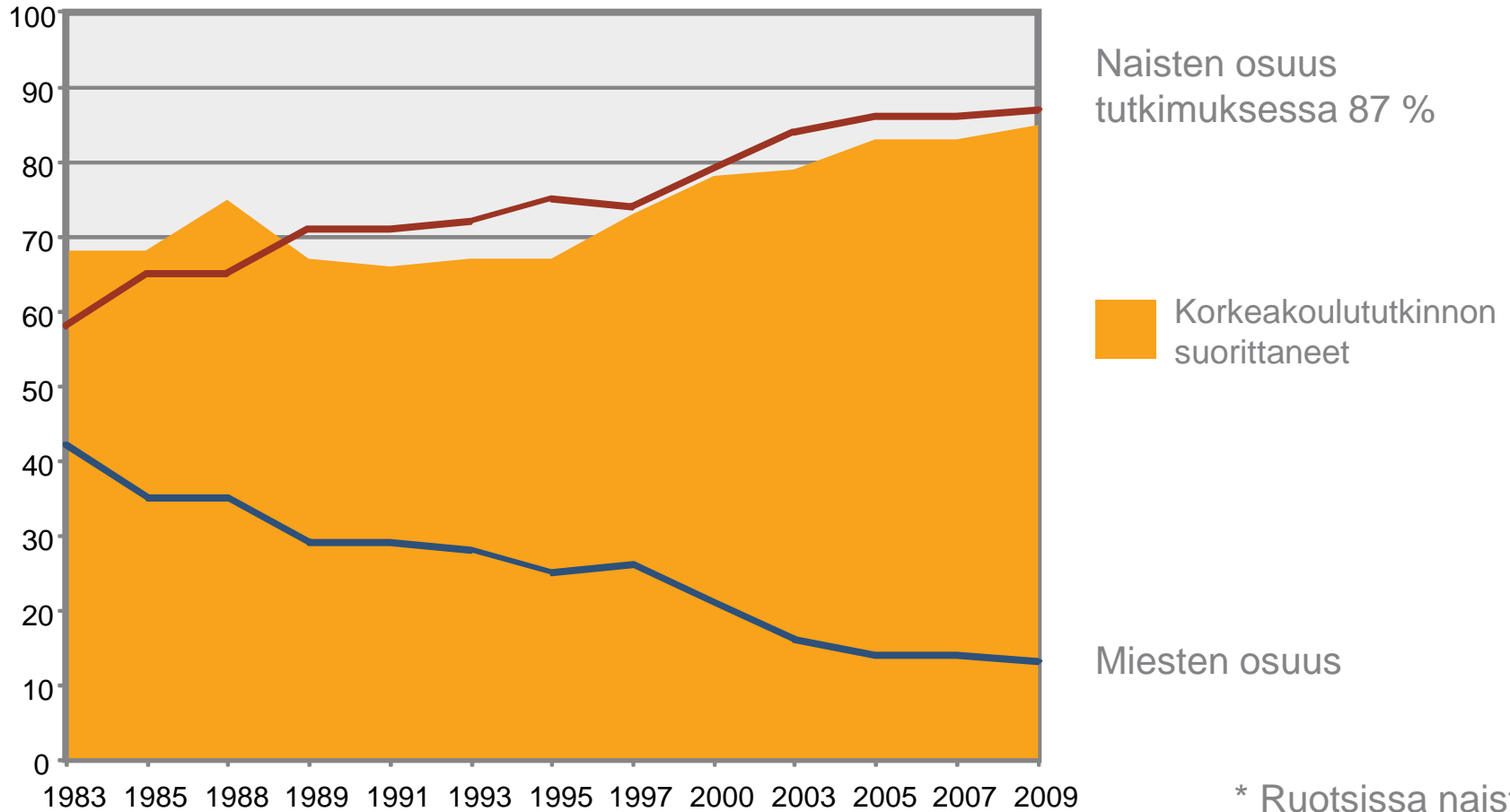
Viestintäammattilaisten työnantajat (% , n=1450)





Viestinnän ammattilaisen profiili

Yhteisöviestinnän ammattilaiset (%)

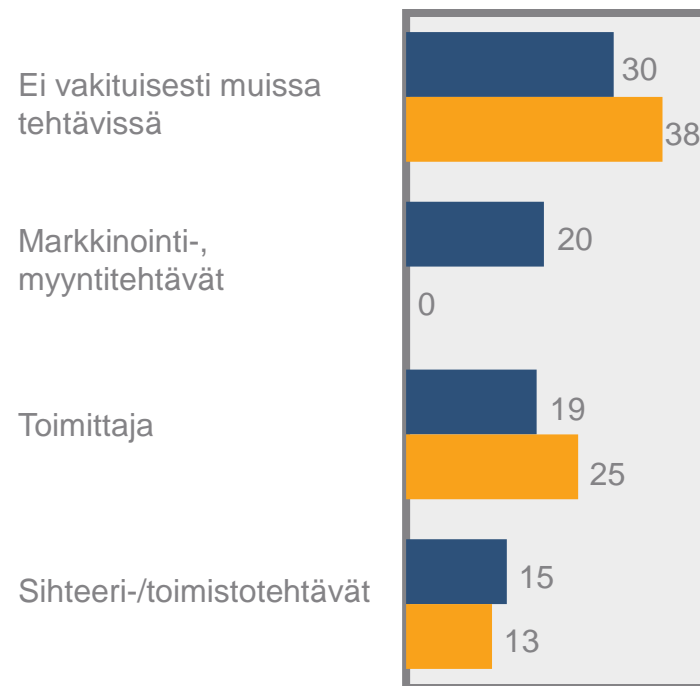


* Ruotsissa naisten osuus on 80 %.

Mistä tehtävistä siirtynyt viestintätehtäviin (% , n=1 552)



Mistä tehtävistä viestintäjohtajat ovat tulleet (%)

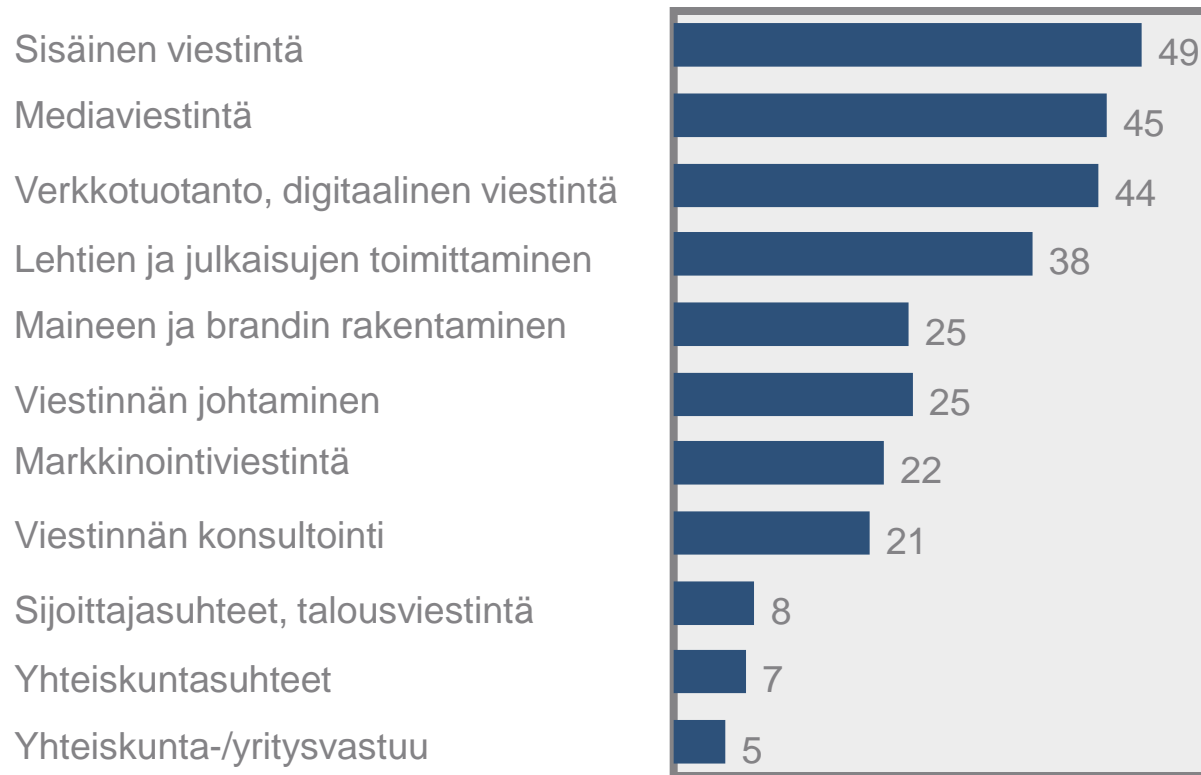


■ Yksityinen sektori / johtaja (n=89)
■ Julkinen sektori / johtaja (n=16)



Työn sisältö ja muutokset

Viestinnän ammattilaisten päätehtävät (% , n=1 400)



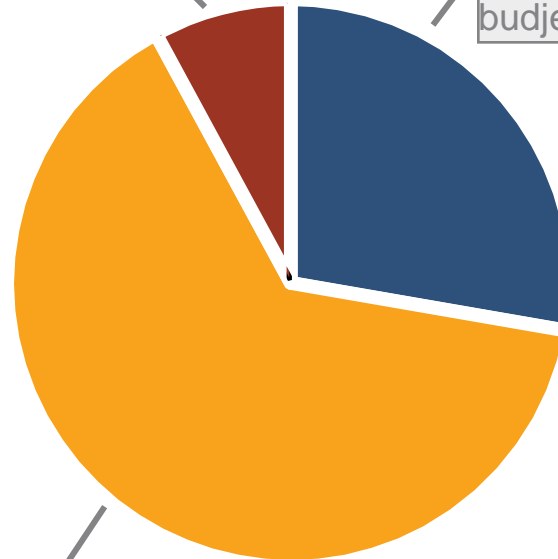
Minkä tason tehtäviä enimmäkseen tekee (% , n=1417)

Suorittava taso 8%

Assistentin tehtäviä, kuten verkkosivujen ylläpito, osoiterekisterit, vierailujen järjestäminen

Päällikötaso 28 %

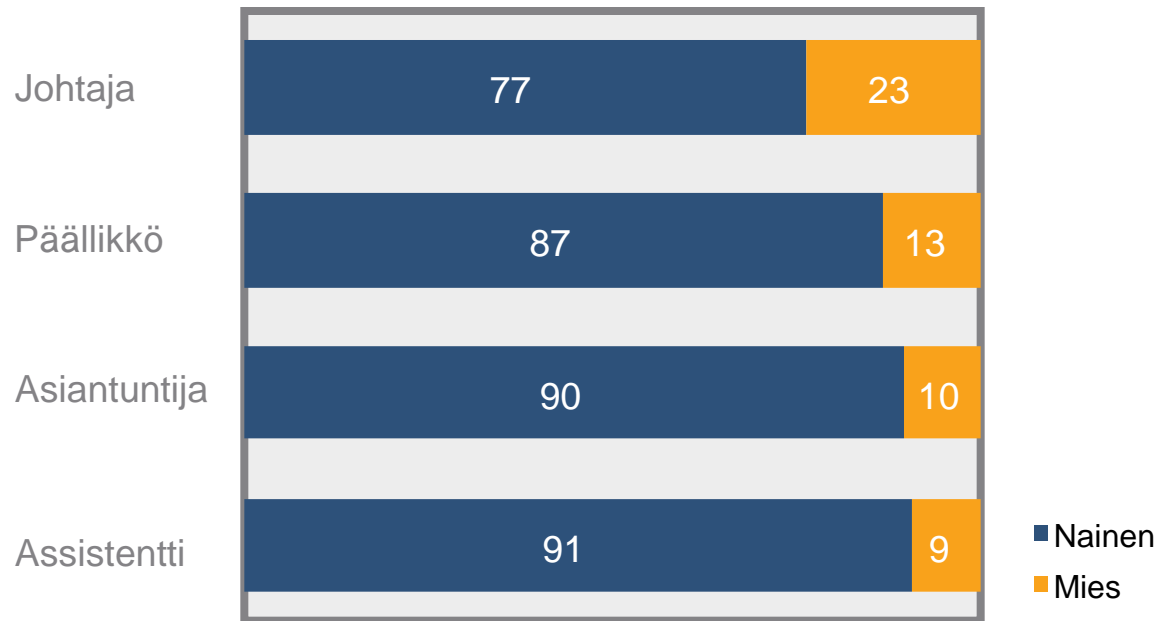
Strategian mukainen viestinnän suunnittelu, johtaminen ja kehittäminen, budjetti-, johto- tai esimiesvastuu



Asiantuntijataso 64 %

Itsenäinen suunnittelu ja toteutustyö, viestinnän koulutus ja konsultaatio, ym.

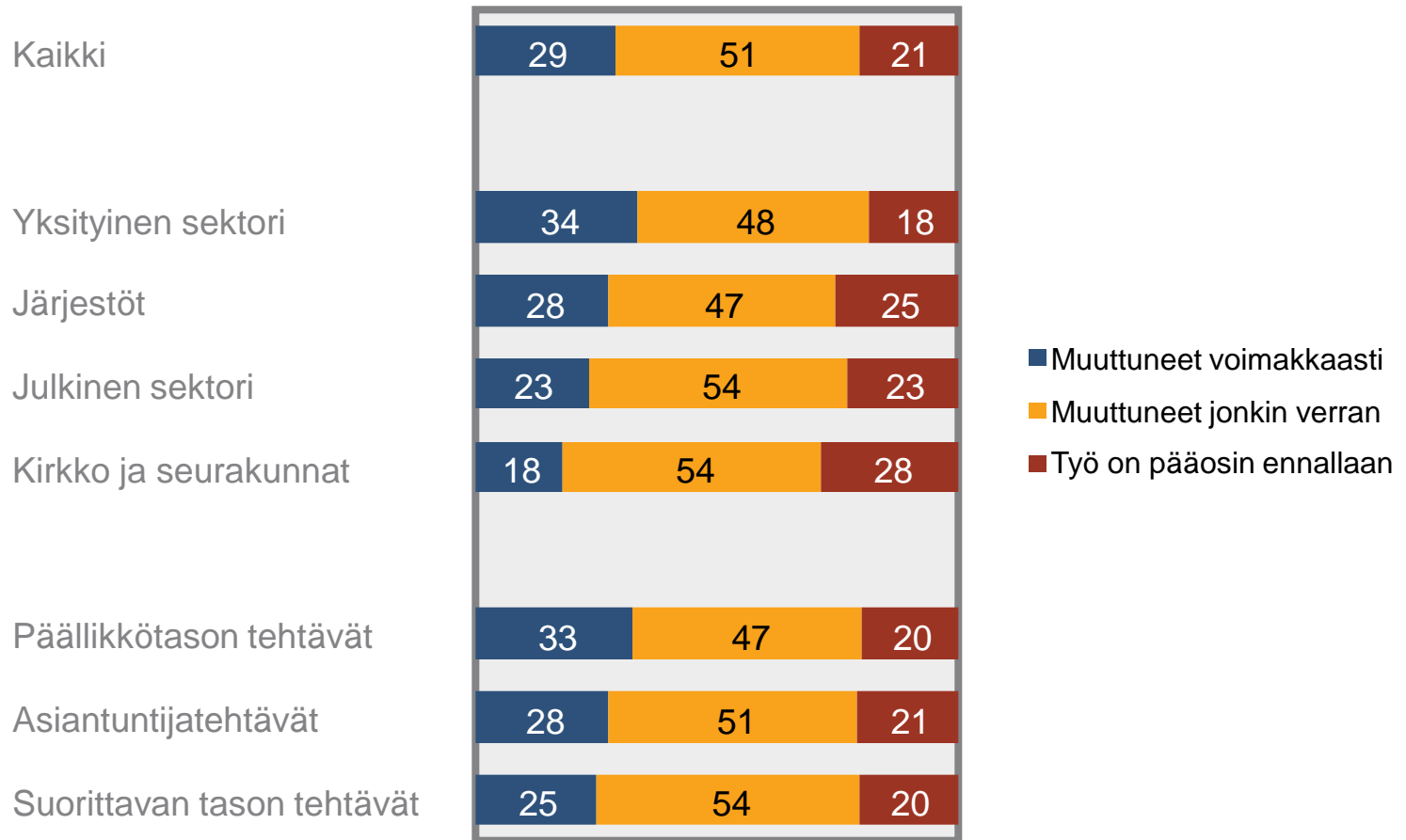
Naisten ja miesten osuus eri asemissa (%)



Naisten osuus viestinnän esimiehistä

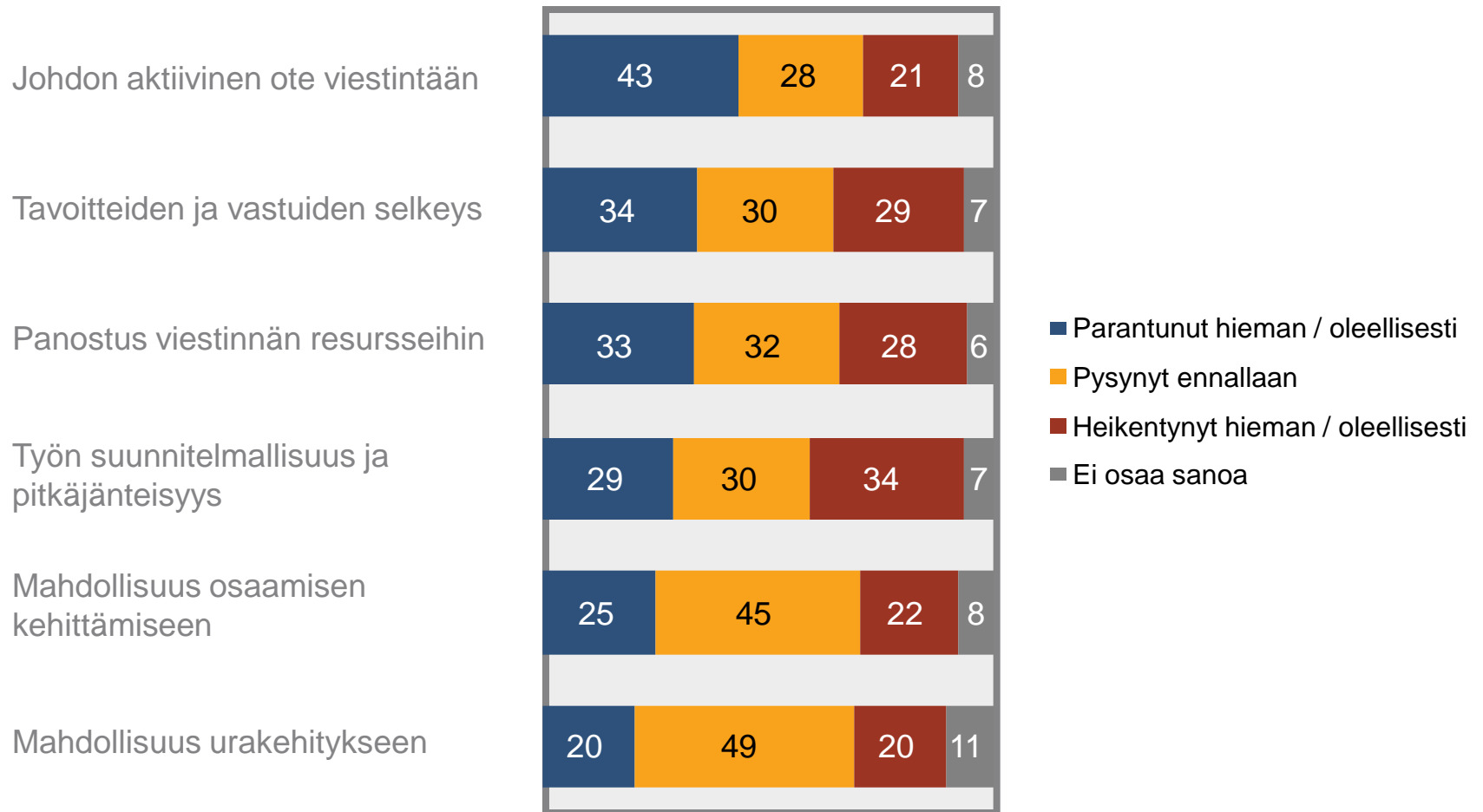
1997	64 %
2000	74 %
2003	73 %
2005	74 %
2007	76 %
2009	82 %

Omat työtehtävät kahden viime vuoden aikana (%)



Rakennemuutosten vaikutus viestintään (% , n=616)

Organisaatiot, joissa on toteutettu merkittävä rakennemuutos viimeisten 5 vuoden aikana



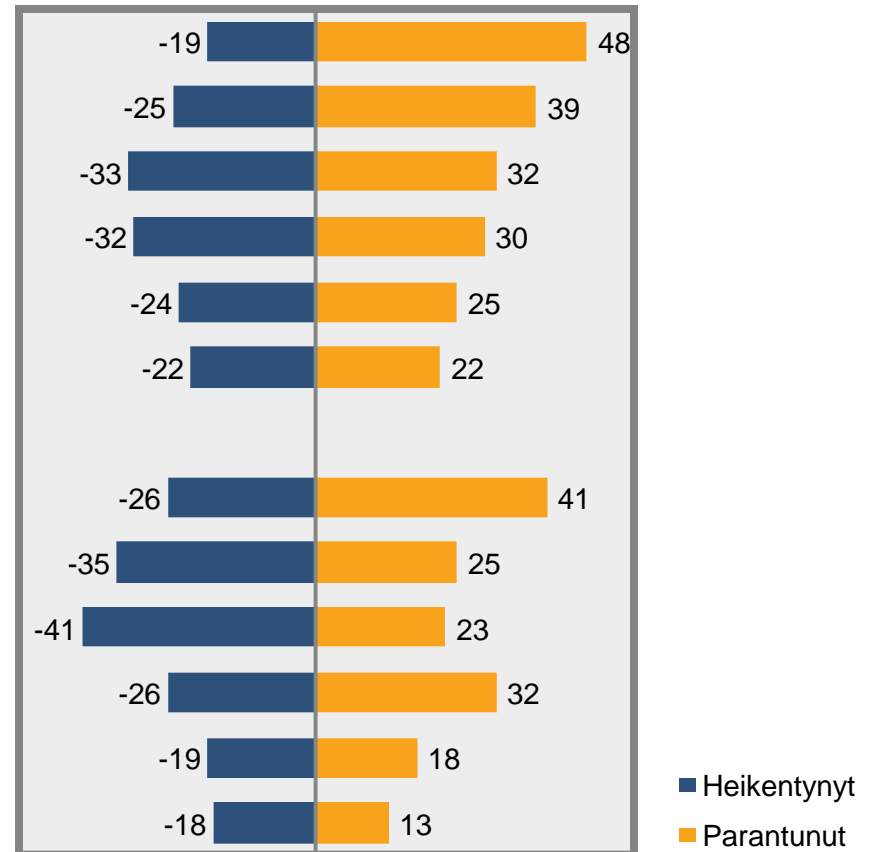
Rakennemuutosten seuraukset yksityisellä ja julkisella sektorilla (%, n=321, 154)

Yksityinen sektori

Johdon aktiivinen ote viestintään
Tavoitteiden ja vastuiden selkeys
Työn suunnitelmallisuus ja pitkäjänteisyys
Panostus viestinnän resursseihin
Mahdollisuus osaamisen kehittämiseen
Mahdollisuus urakehitykseen

Julkinen sektori

Johdon aktiivinen ote viestintään
Tavoitteiden ja vastuiden selkeys
Työn suunnitelmallisuus ja pitkäjänteisyys
Panostus viestinnän resursseihin
Mahdollisuus osaamisen kehittämiseen
Mahdollisuus urakehitykseen



Tärkein työnkuvaa muuttanut alue (% , n=1 237)

Sosiaalisen median osaaminen ja hyödyntäminen

Strategiaviestintä ja strategian jalkautus

Liiketoiminnan syvempi ymmärrys ja osallistuminen tuloksentekoon

Muutosvalmennus ja viestintäkoulutus organisaation sisällä

Maineenhallinta ja siihen liittyvät riskianalyysit

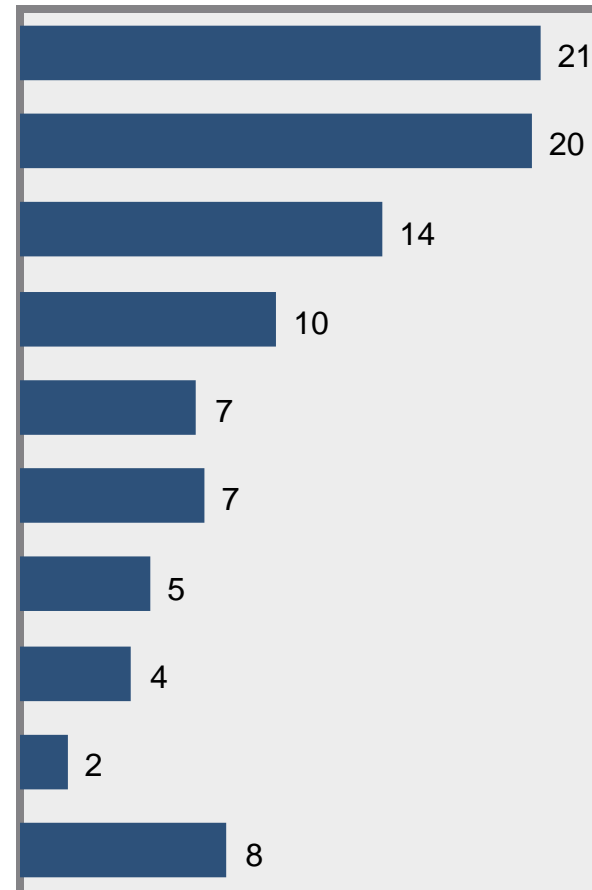
Kansalaisviestintä; yhteiskuntavastuu, yritysvastuu

Kansainväliset sidosryhmäsuhteet ja kulttuurien erilaiset viestintäkäytännöt

Lobbyaustaidot / yhteiskuntavaikuttaminen

YT-menettelyihin osallistuminen

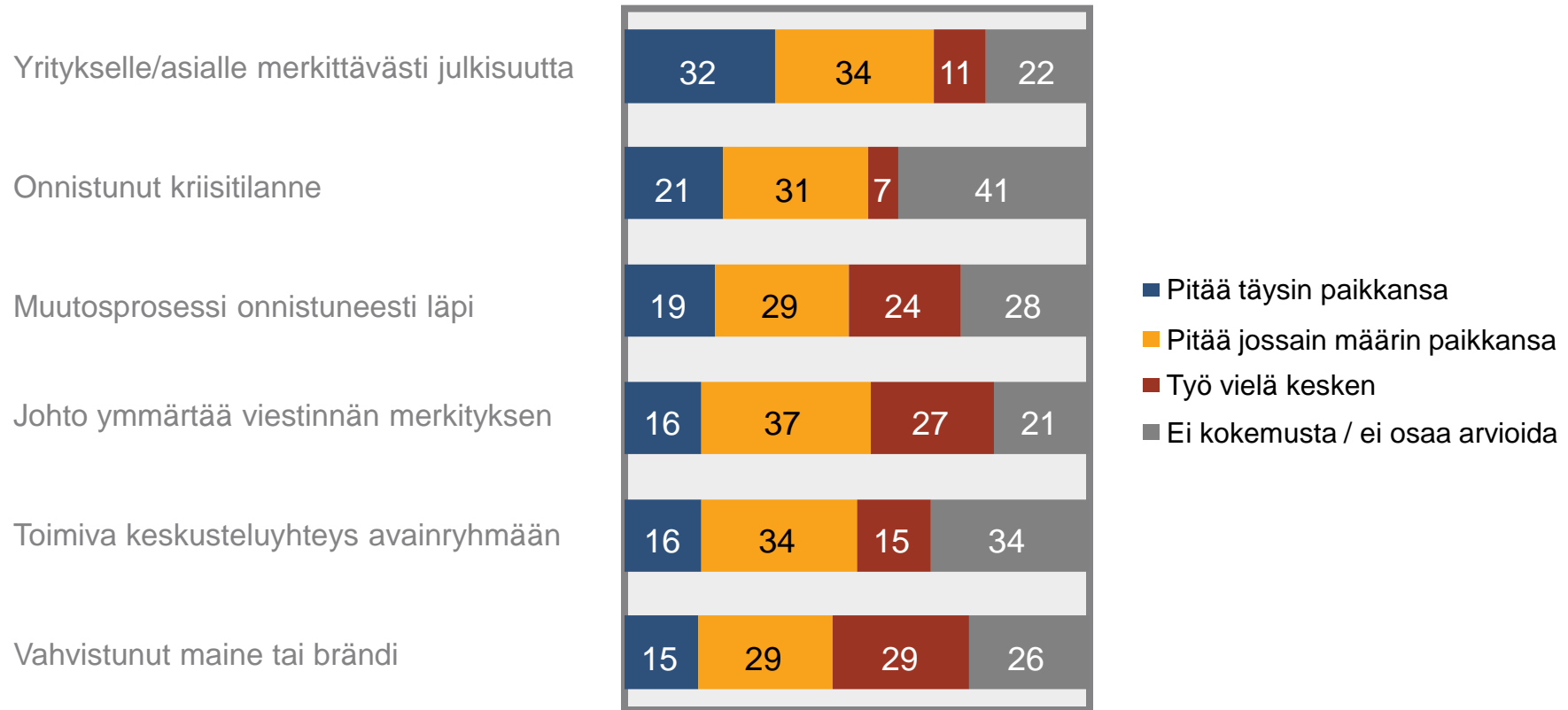
Muu





Viestintäammattilaisten saavutukset

Viestinnän saavutukset (% , n=1 366)

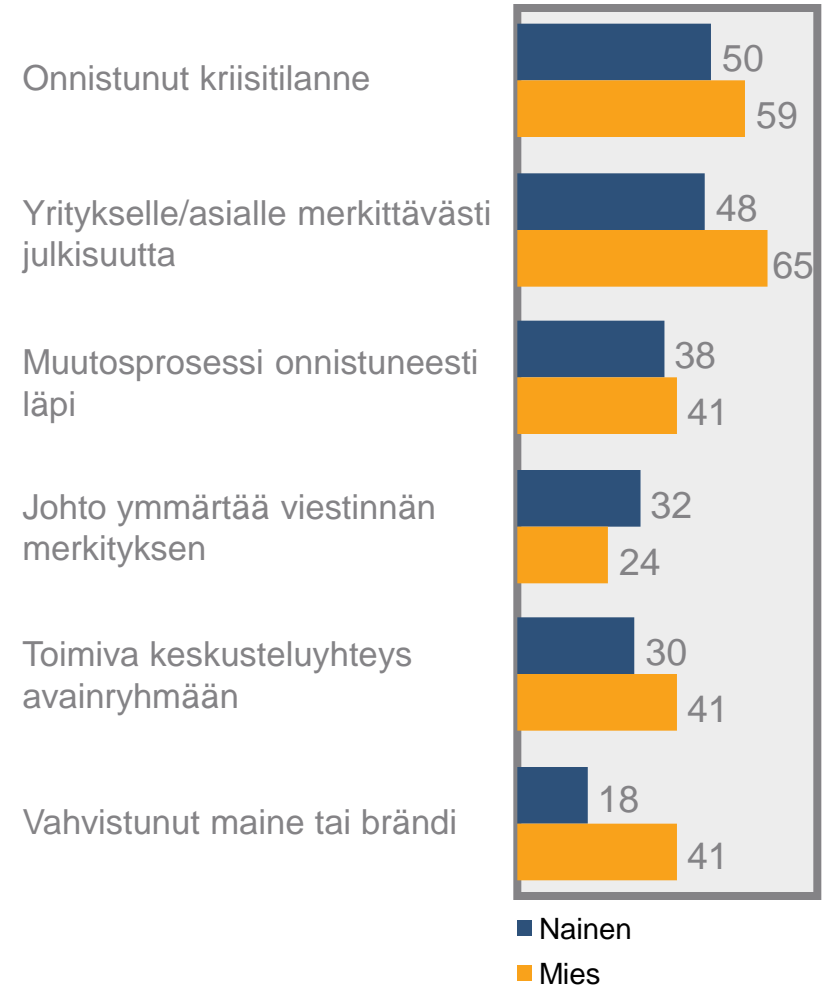


Viestinnän saavutukset (%)

Johtajien saavutukset julkisella ja yksityisellä sektorilla



Mies- ja naisjohtajien saavutukset yksityisellä sektorilla

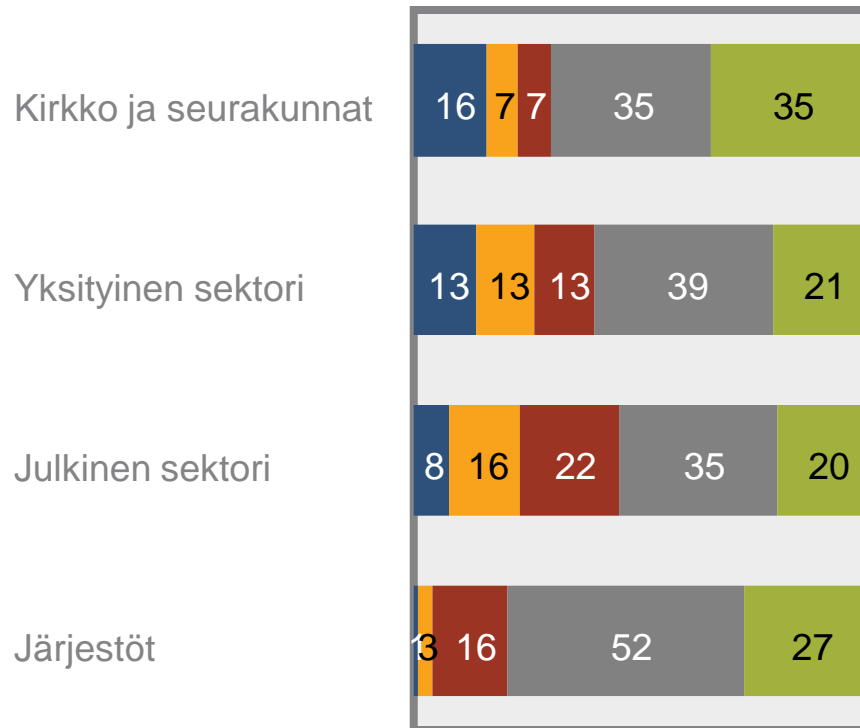




Viestinnän resurssit ja niiden kehitys

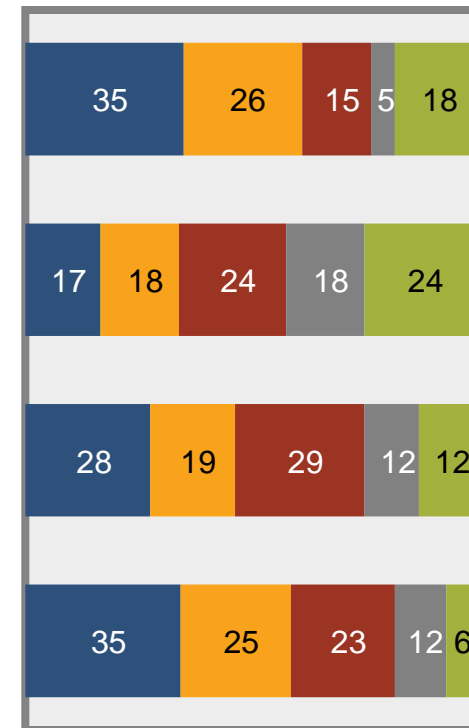
Viestintäyksikön koko ja viestintäbudjetin suuruusluokka (%)

Viestintäyksikön koko



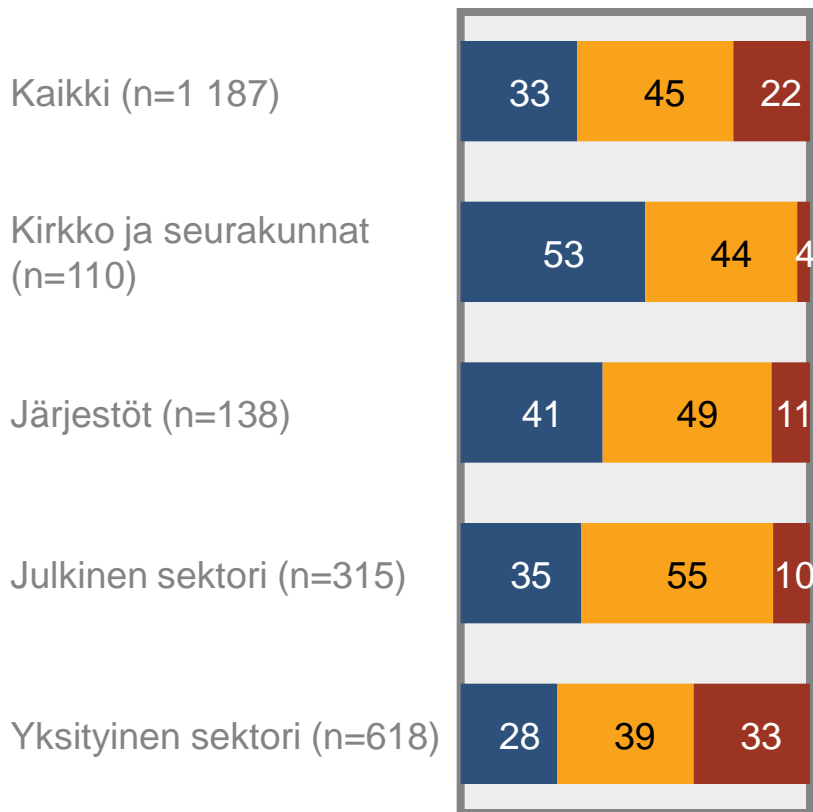
- Yli 20 henkeä
- 11 - 20 henkeä
- 6 - 10 henkeä
- 2 - 5 henkeä
- 1 henki

Viestintäbudjetin suuruusluokka

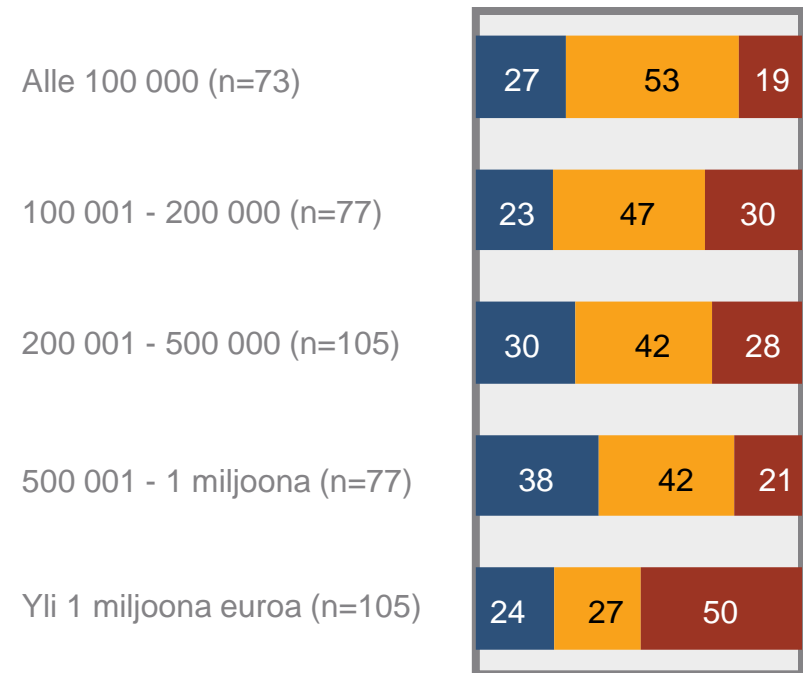


- Alle 100 000
- 100 001 - 200 000
- 200 001 - 500 000
- 500 001 - 1 miljoona
- Yli 1 miljoona

Muutokset resursseissa kahden viime vuoden aikana (%)

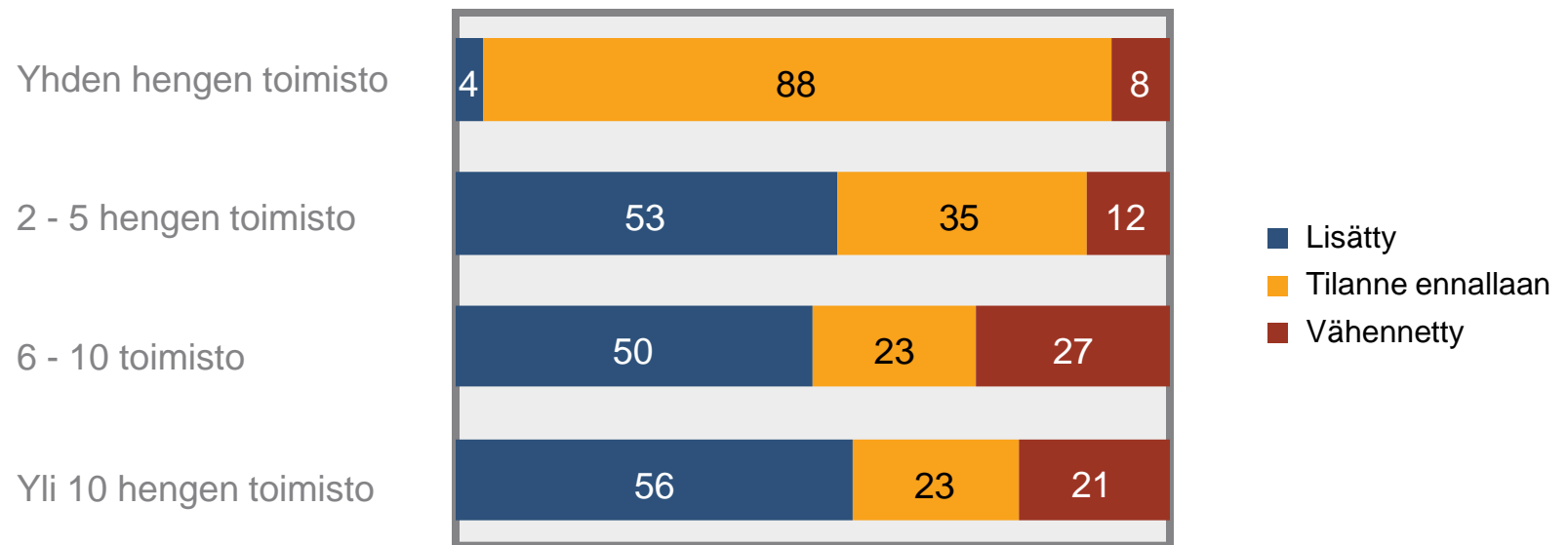


Muutokset yksityisellä sektorilla



■ Lisätty ■ Tilanne ennallaan ■ Vähennetty

Viestintätoimistojen henkilöstömäärän muutokset kahden viime vuoden aikana (%)



Viestintäammattilaisten työtilanne ja työllisyysnäkymät (%)

Tutkimushetken aikainen työtilanne

	2009	2007
Vakinaiset	83 %	85 %
Määräaikaiset	9 %	9 %
Työttömät	2 %	1 %

Järjestöt 13 %
Julkinen sektori 14 %
Seurakunnat 15 %

Viimeisen kahden vuoden aikana työttömänä ja lomautettuna olleet

	2009
Työttömänä	6 %
Lomautettuna	5 %

Teollisuus 13 %
Pörssiyritykset 13 %

Yksityinen sektori / johtajat
ja asiantuntijat 10 %

Työllisyysnäkymät

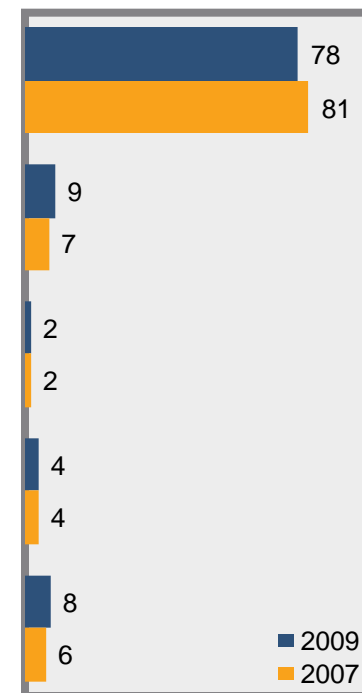
Työllisyys melko hyvin taattu useaksi vuodeksi eteenpäin

Työn jatkuminen pitempään melko epävarmaa

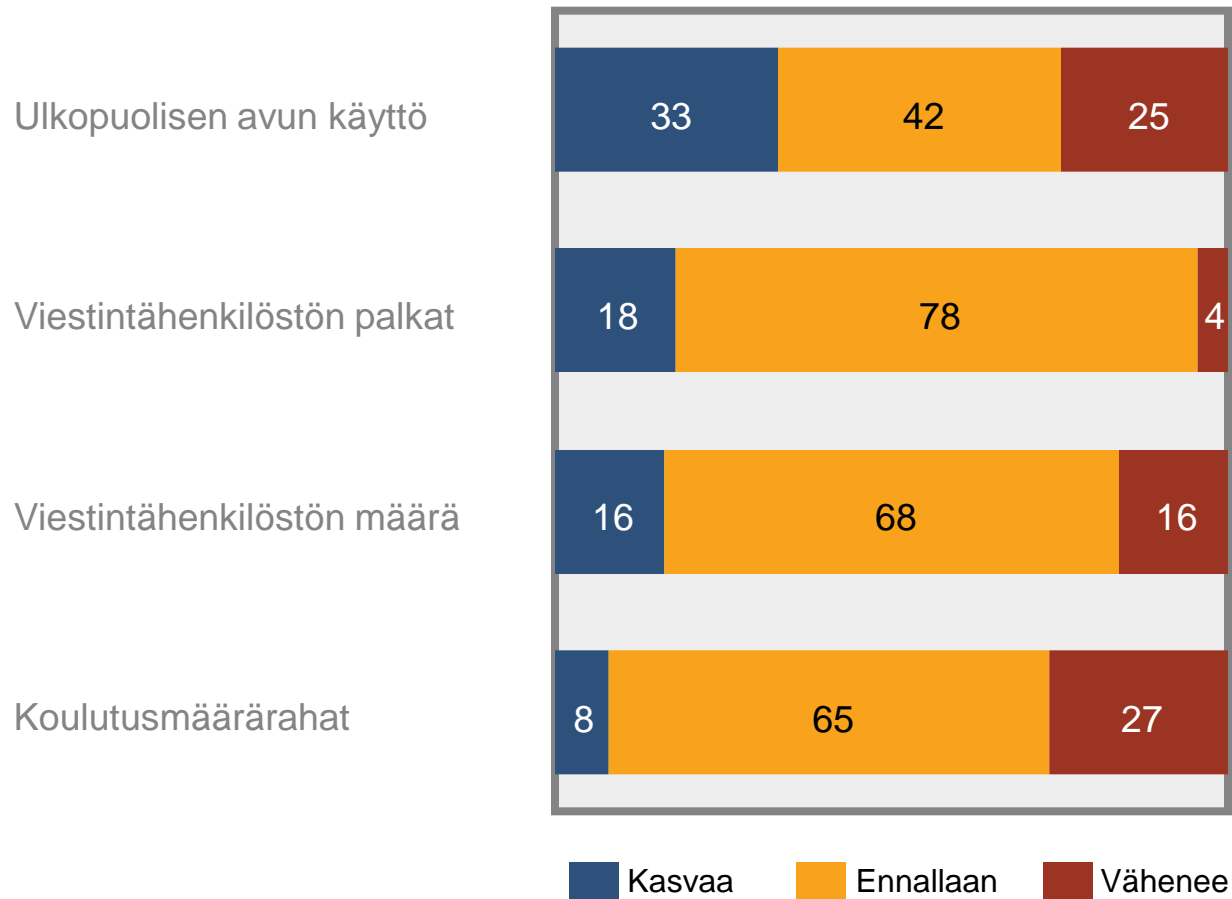
Työ loppuu todennäköisesti lähitulevaisuudessa

Määräaikainen työsuhde päättyy / siirtyä eläkkeelle

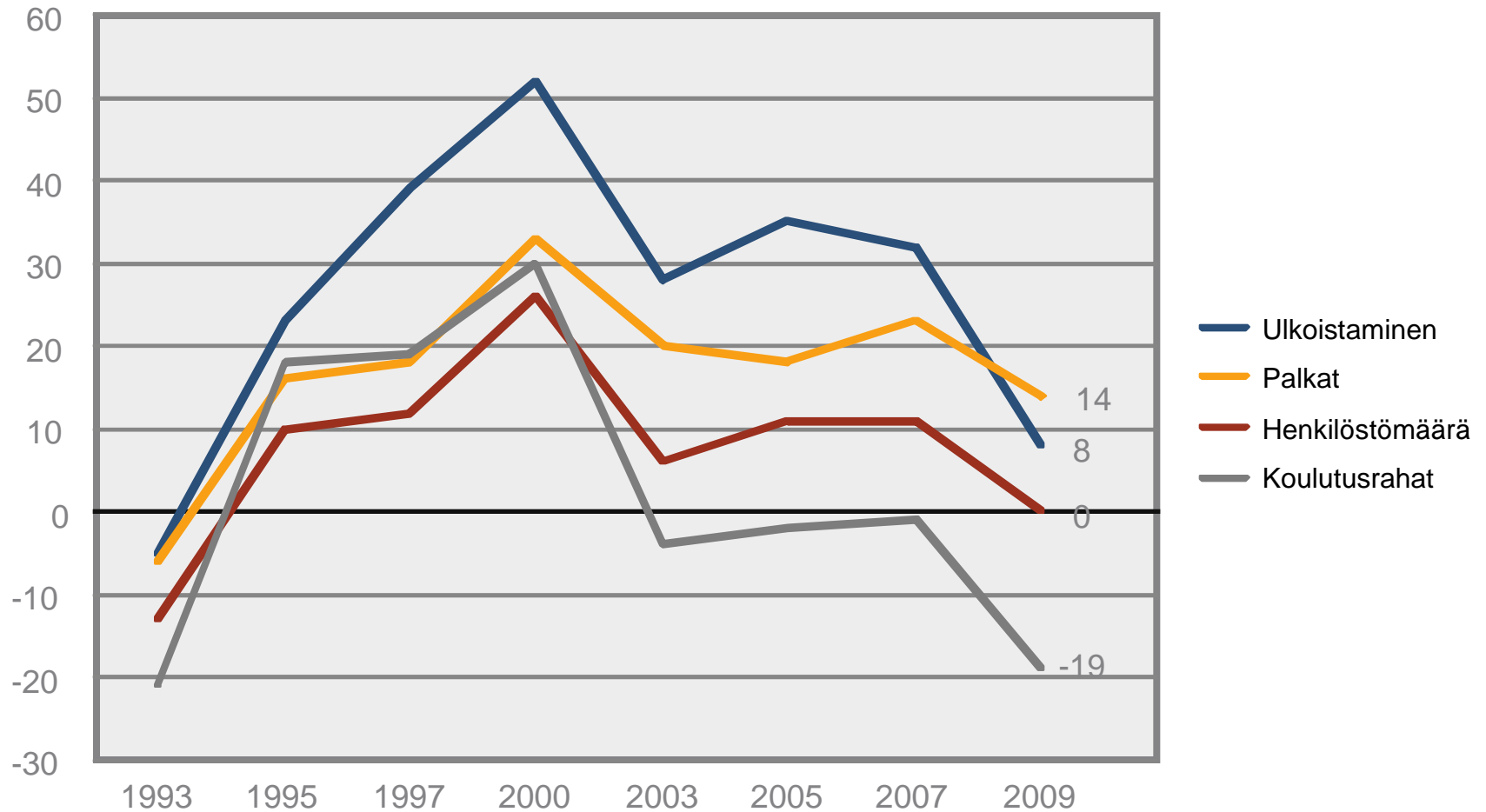
Ei osaa arvioida tilannetta



Viestinnän kehityssuunnat 2009 (%)

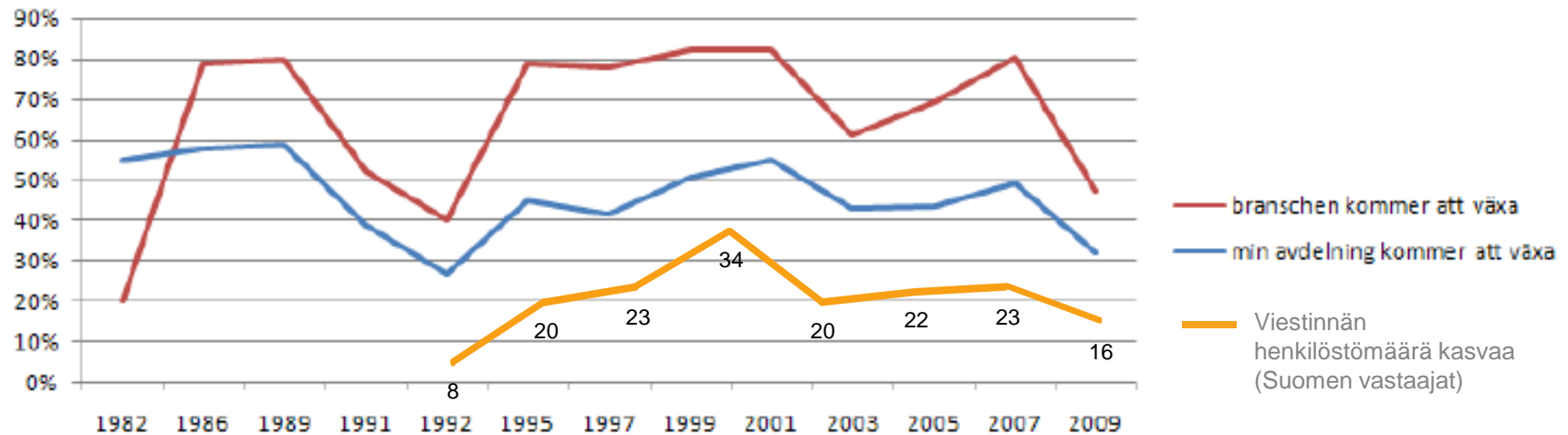


Viestinnän kehityssuunnat (%; erotus: kasvaa-vähenee)



Alan tulevaisuudennäkymät ovat kääntyneet varauksellisemmiksi myös Ruotsissa

Konjunkturen påverkar framtidstron

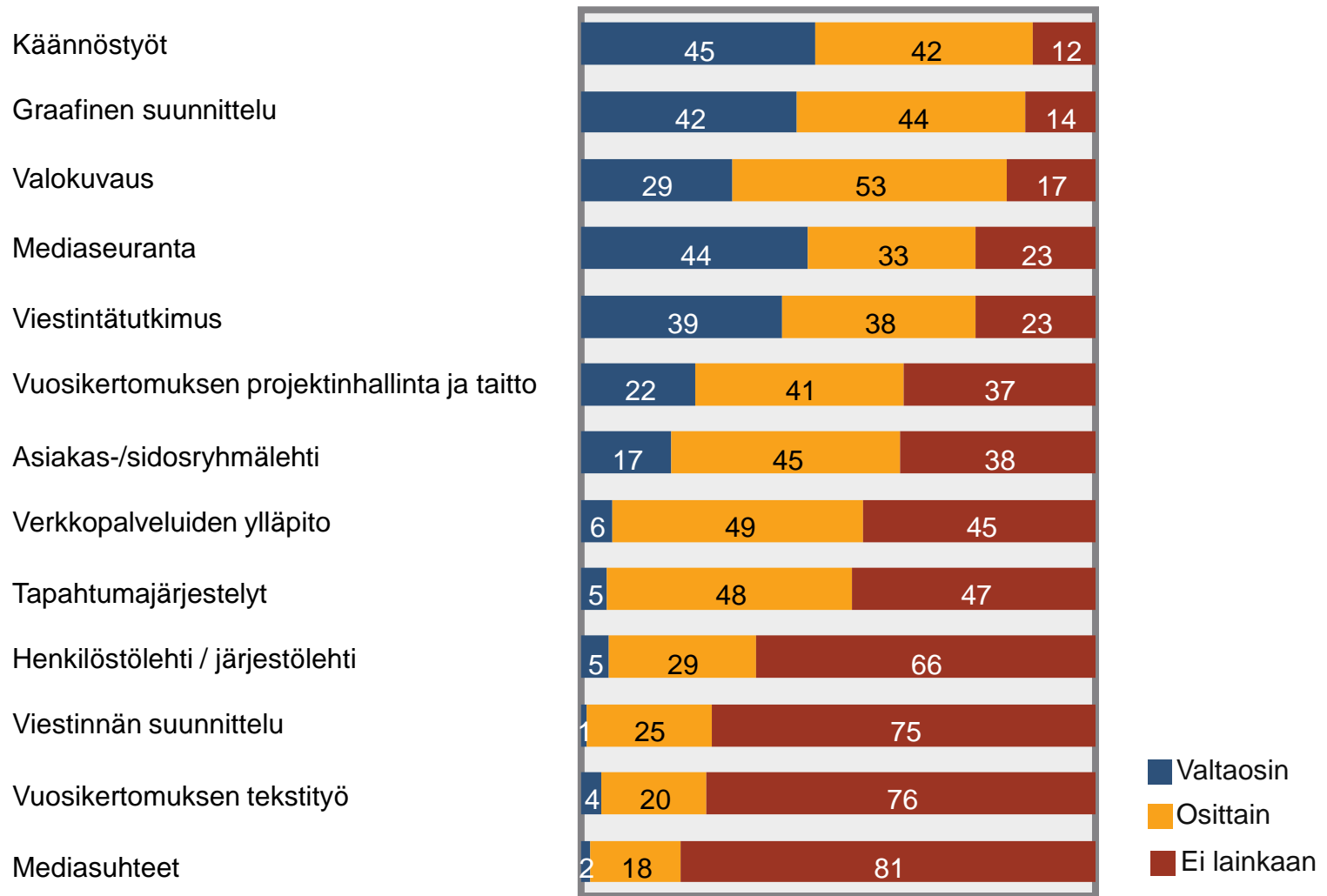


Lähde: Info 2009, Sveriges Informationsfrenings Medlemstudie, elokuu 2009

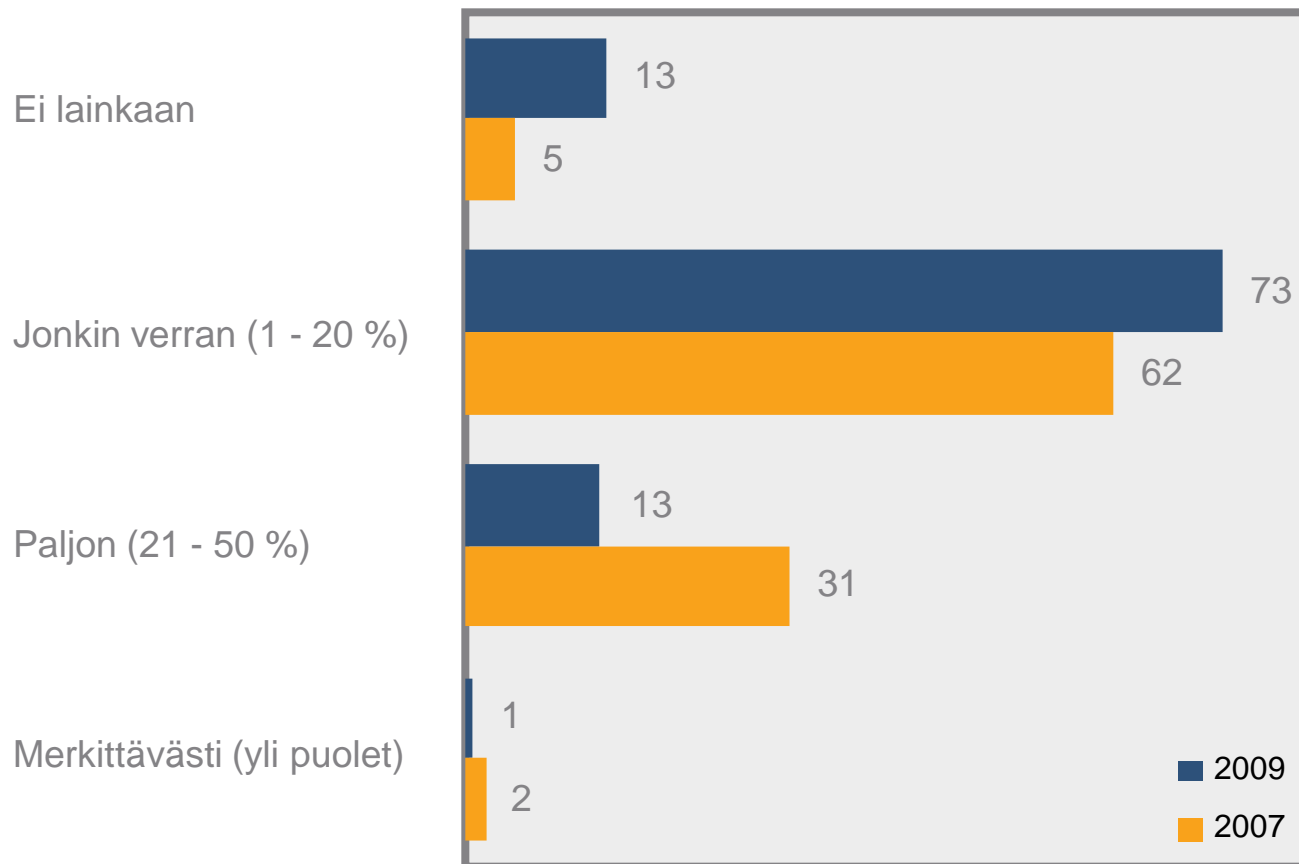


Toimintojen ulkoistaminen

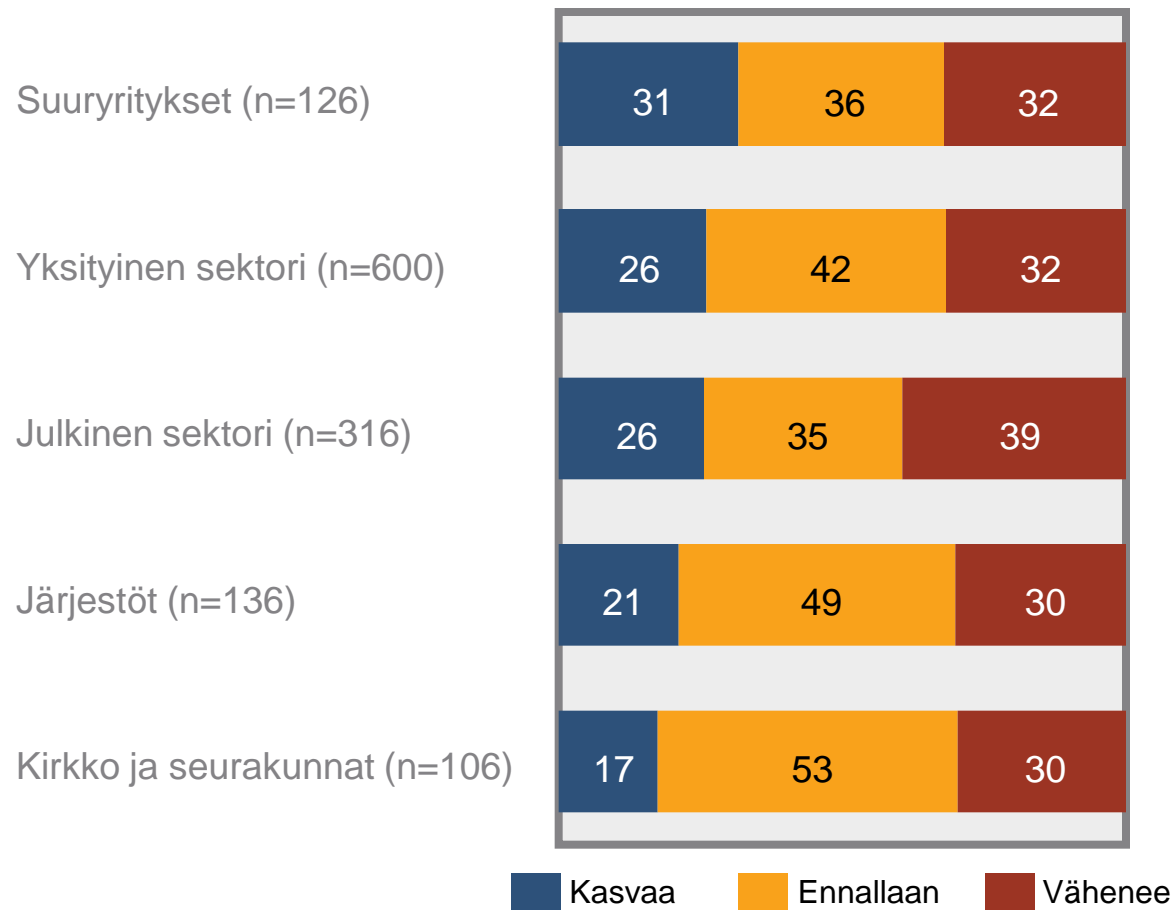
Paljonko eri toimintoja on ulkoistettu (% , n=1 209)



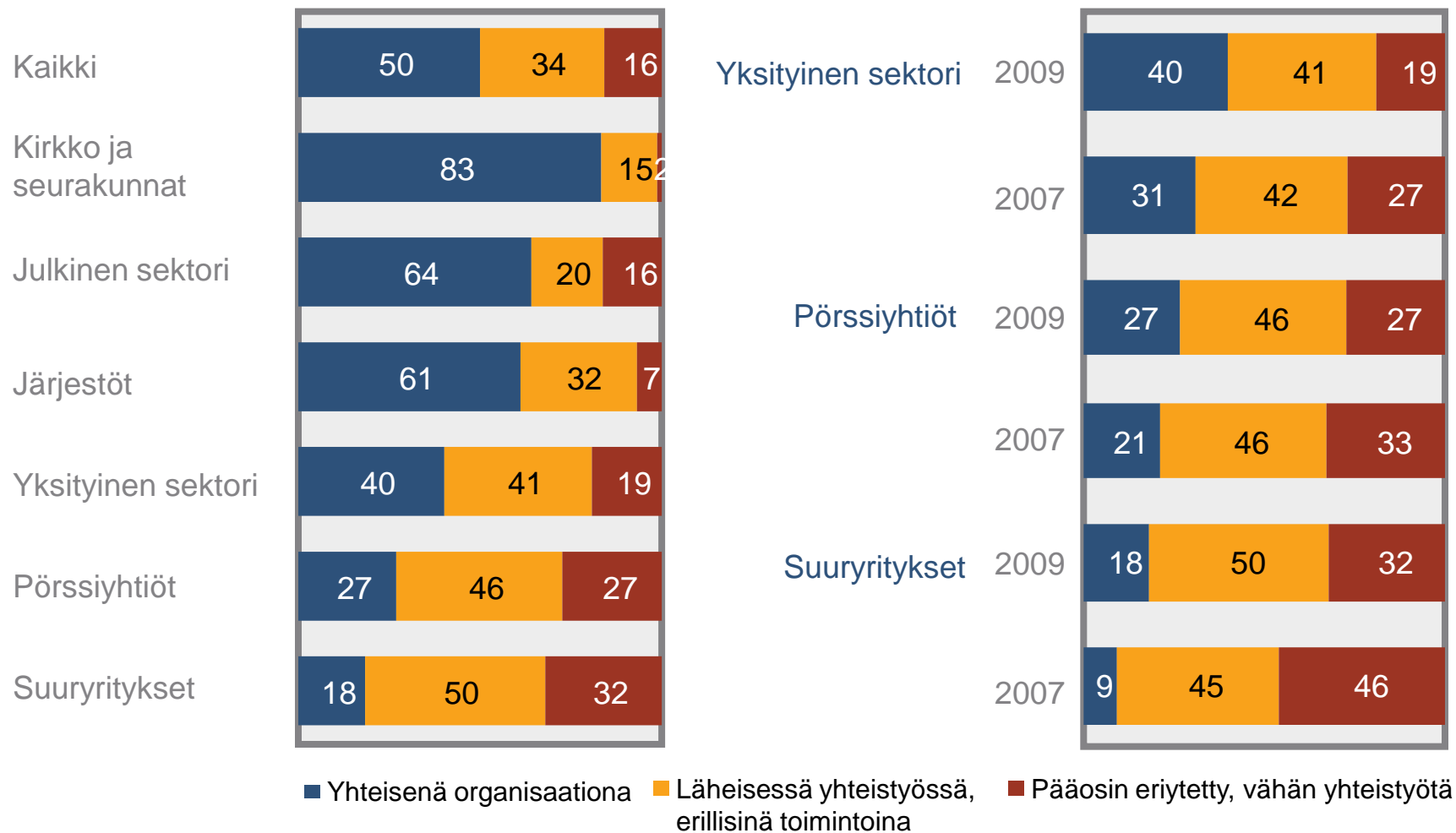
Kuinka suuri osa viestinnästä on ulkoistettu (%)



Viestinnän kehitysnäkymät: ulkopuolisen avun käyttö (%)



Markkinoinnin ja viestinnän organisointi (%)

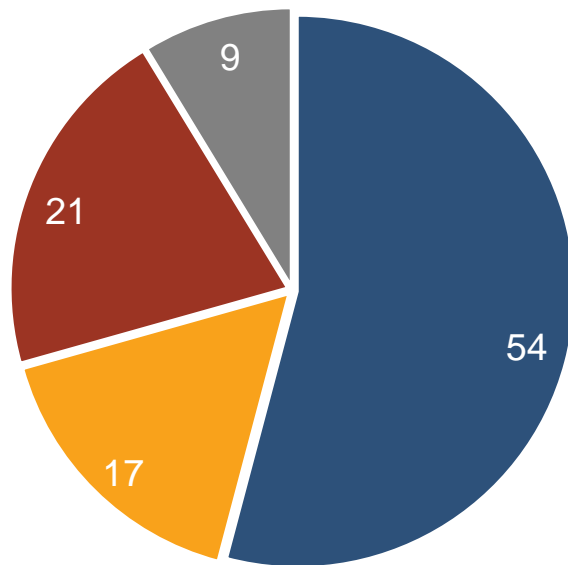




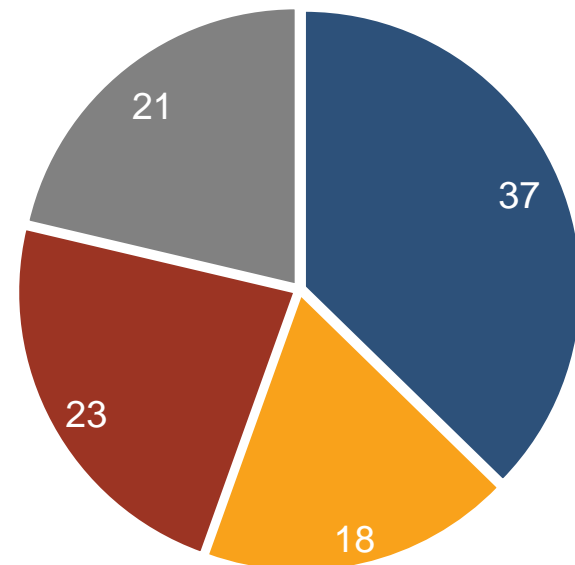
Viestinnän asema suhteessa johtoon

Viestinnän edustaja johtoryhmässä (%)

Viestinnän esimiehet (n=218)

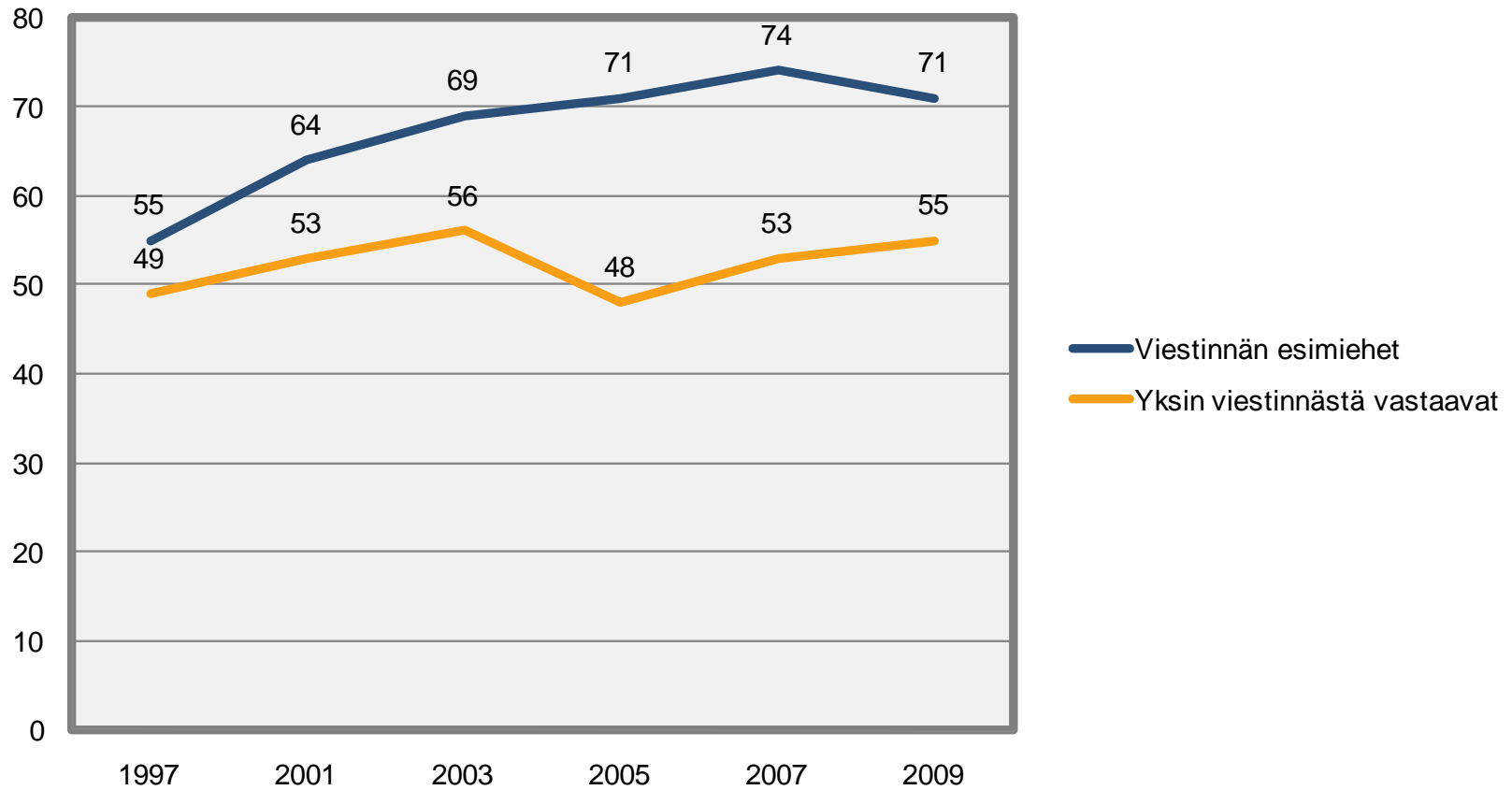


Yksin viestinnästä vastaavat (n=319)



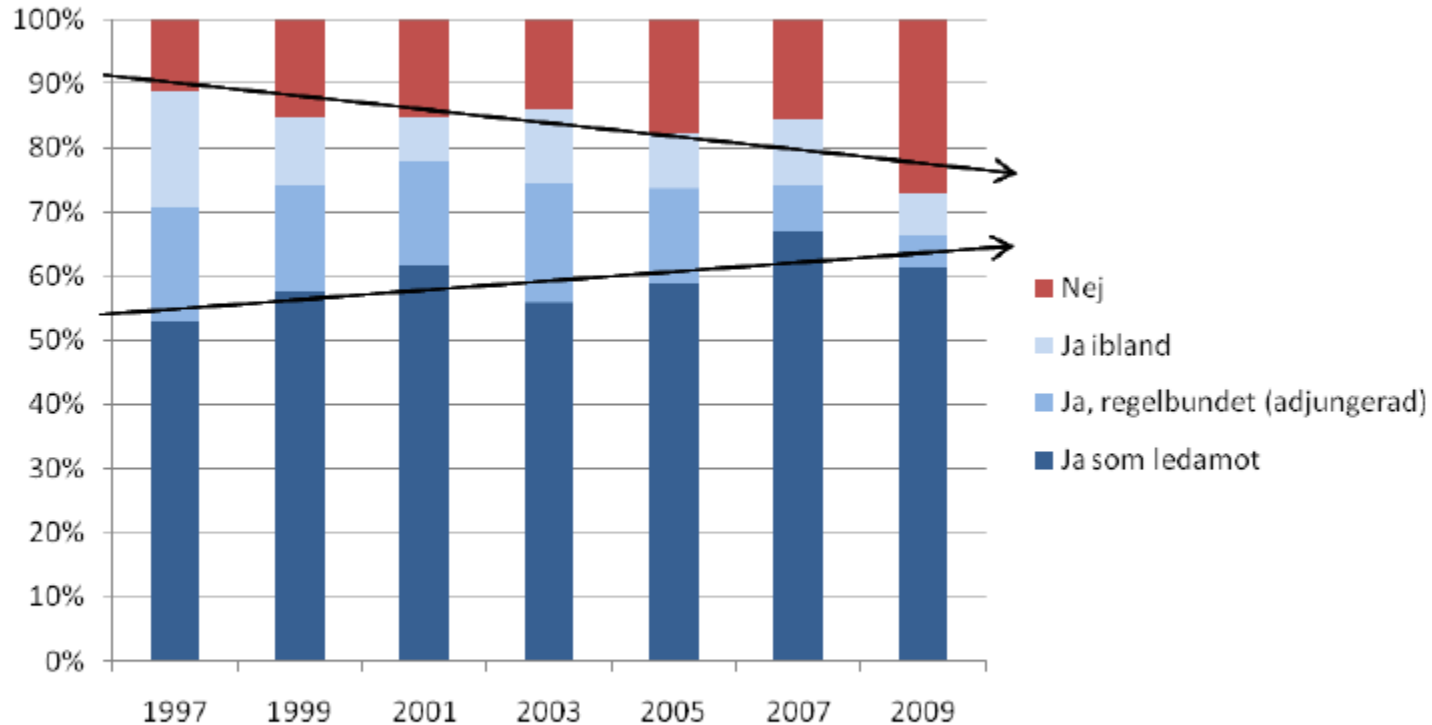
- Täysivaltainen jäsen
- Tarvittaessa asiantuntijana
- Läsnäolo-oikeus
- Ei

Viestinnän edustaja johtoryhmässä: trendi



Ruotsissa johtoryhmään osallistumisen trendi on laskeva, mutta niiden osuus kasvaa, jotka ovat johtoryhmän varsinaisia jäseniä

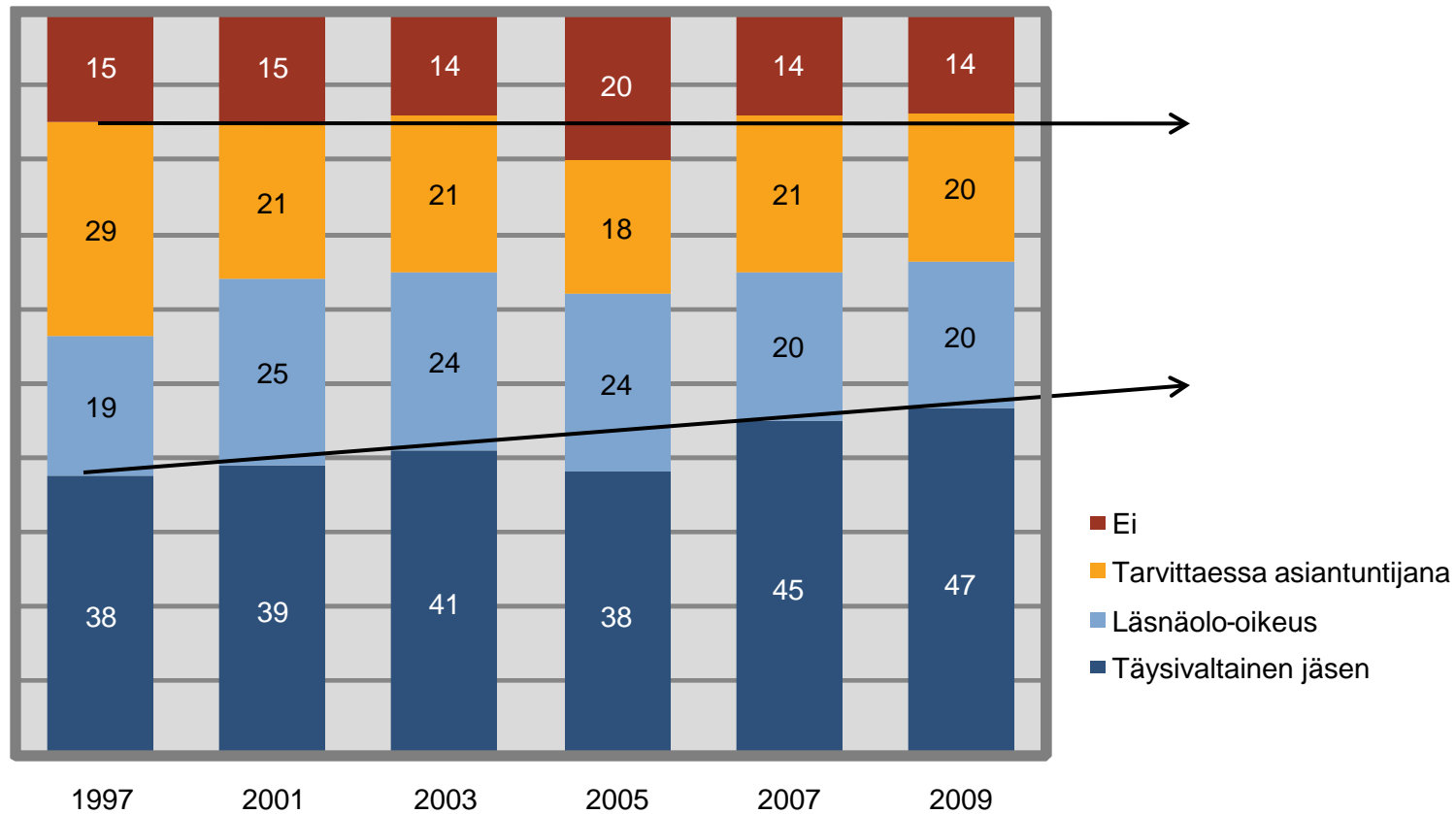
Färre ingår i ledningsgruppen, men ...



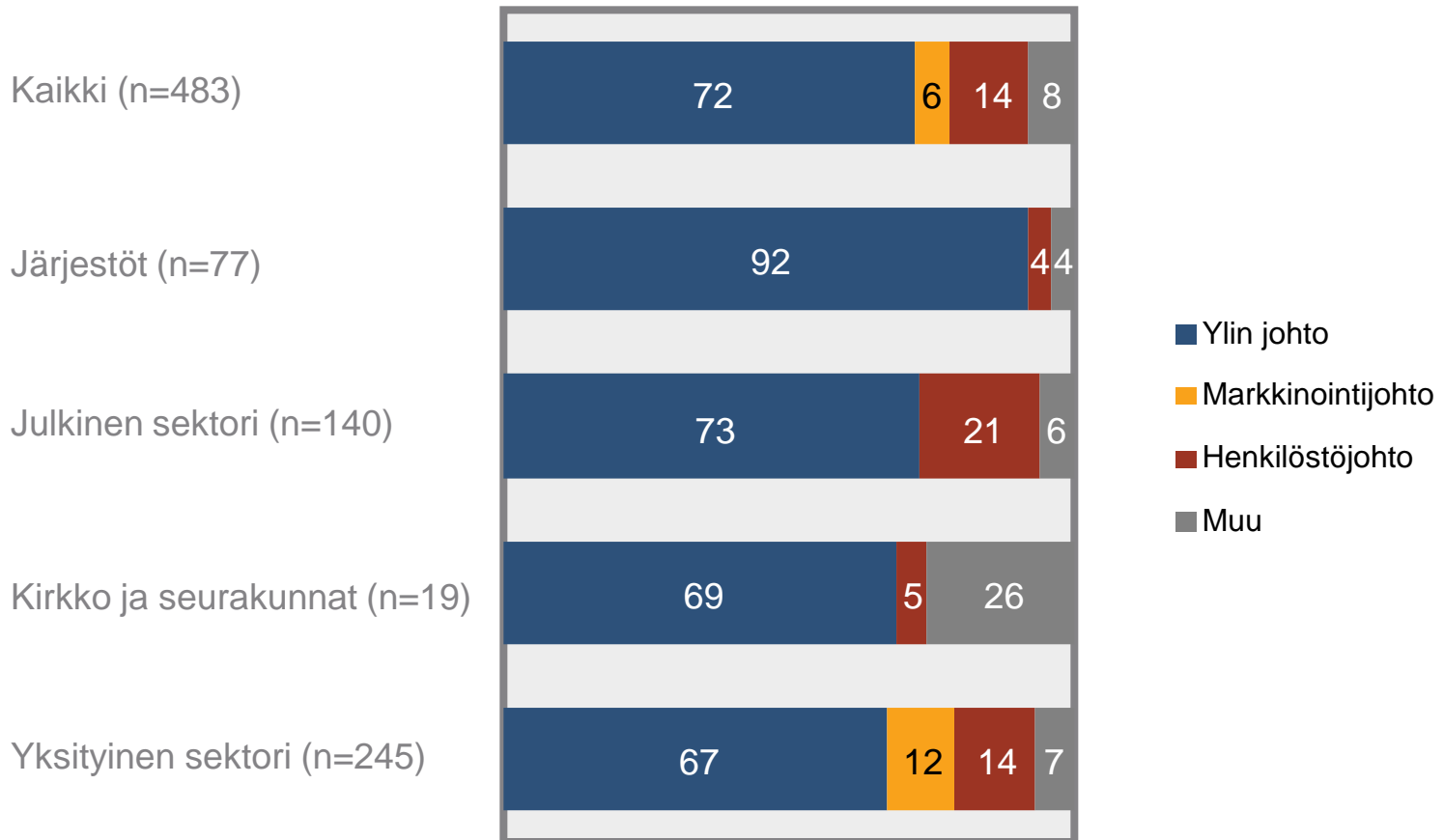
Fråga: "9. Ingår den som är högst ansvarig för informationsverksamheten (t.ex. informationsdirektör eller informationschef) i ledningsgruppen?"

Lähde: Info 2009, Sveriges Informationsfrenings Medlemstudie, elokuu 2009

Osallistuuko viestintä johtoryhmään (% , kaikki vastanneet)



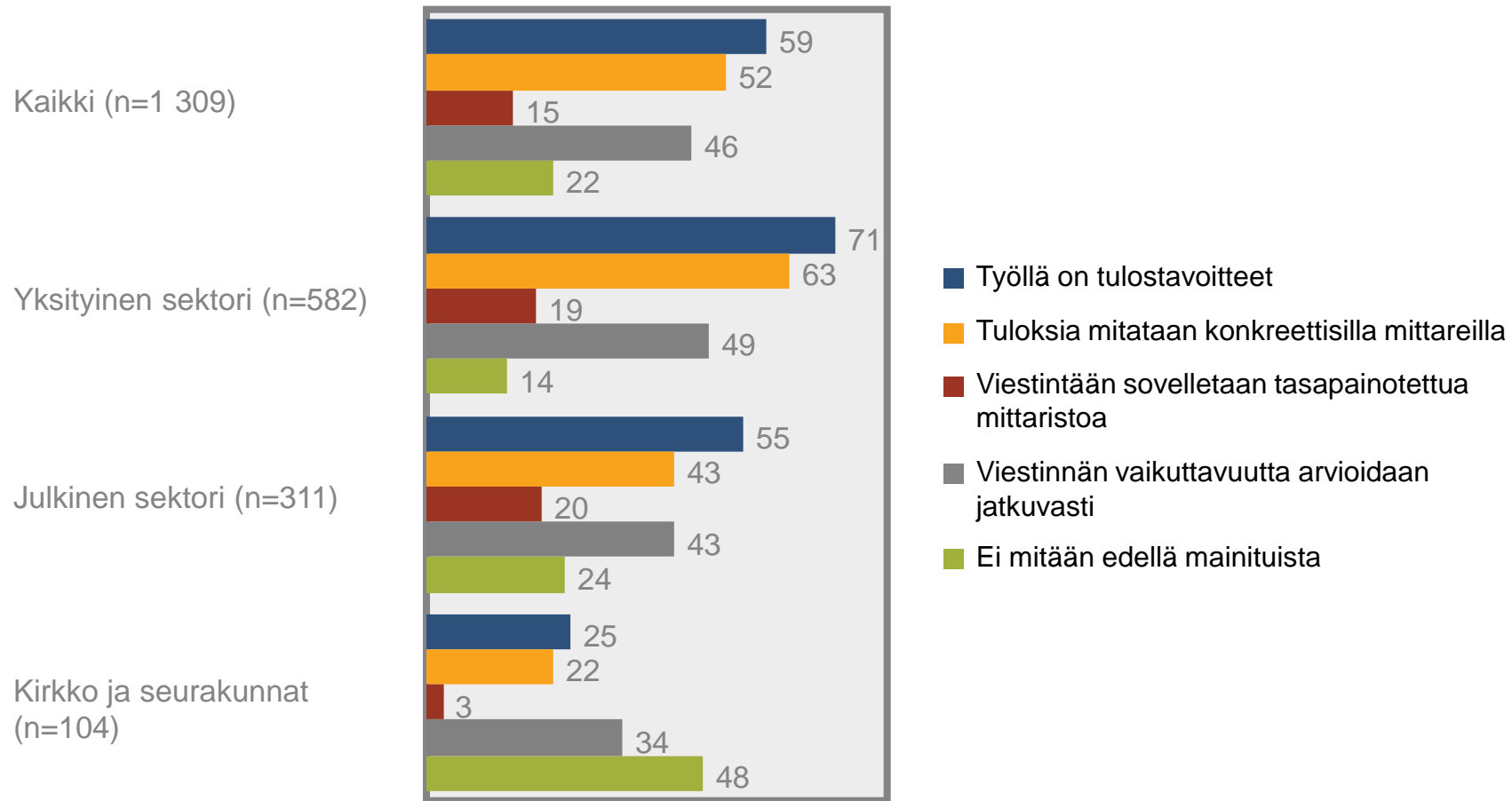
Kenelle viestintä raportoi (% , viestinnän esimiehet ja yksin vastaavat)



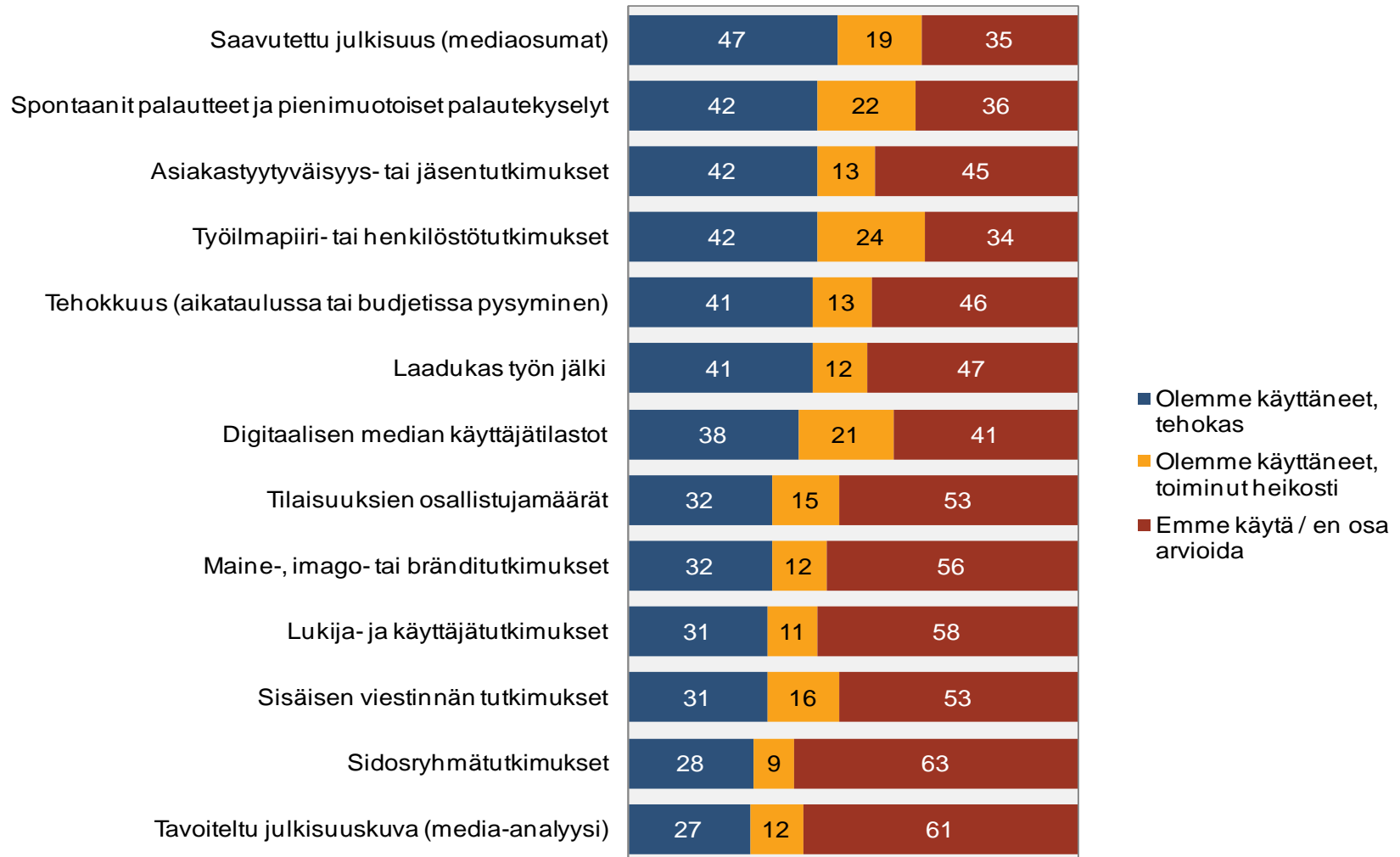


Viestinnän mittarit

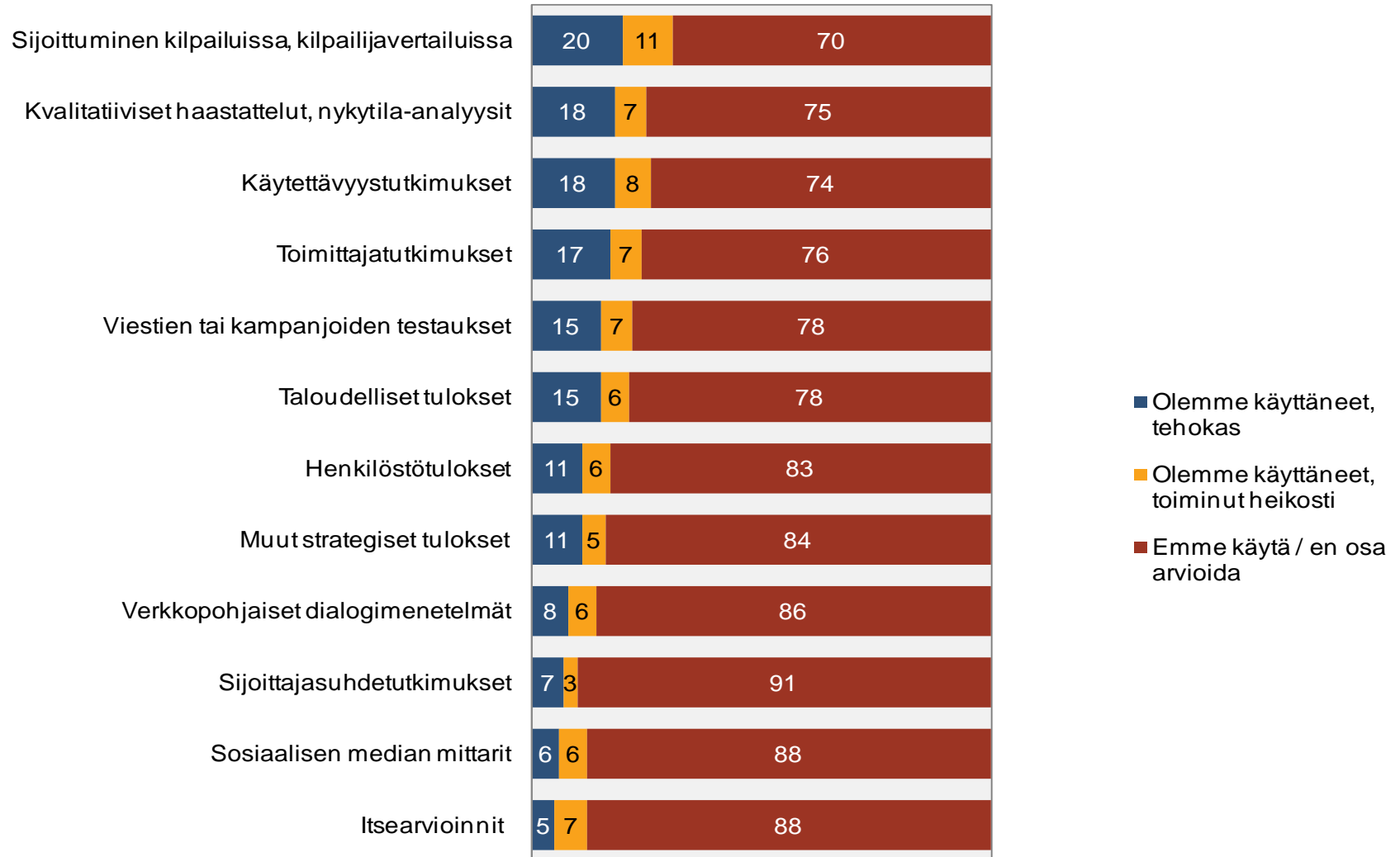
Kuinka tulosjohdettua yhteisön viestintä on (%)



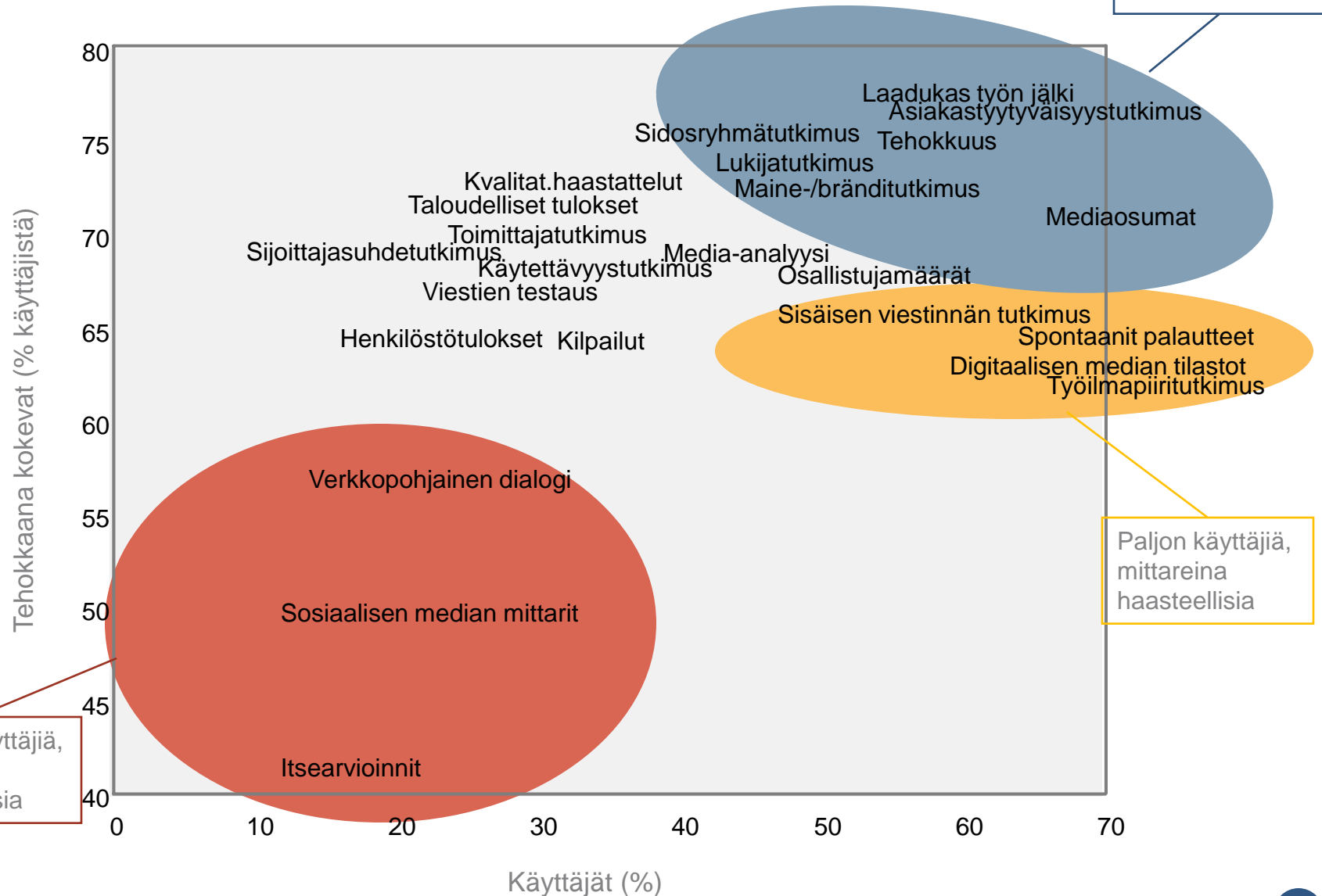
Yleisimmin käytetyt ja tehokkaiksi osoittautuneet viestinnän mittarit (% , n=1320)



Vähiten hyödynnetyt viestinnän mittarit (% , n=1320)



Mittareiden käytön yleisyys ja tehokkuus



Paljon käyttäjiä, mittareina tehokkaita

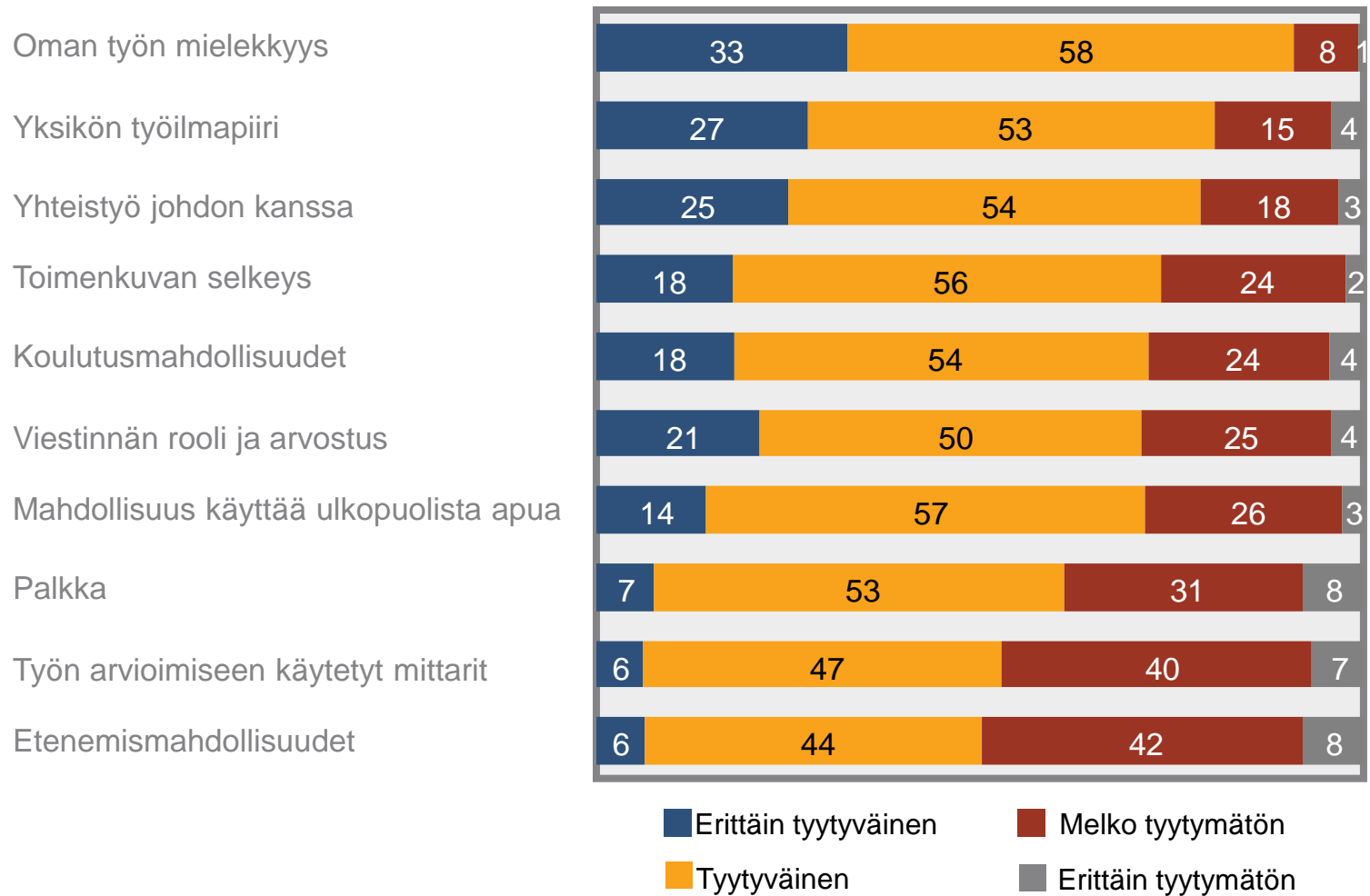
Vähän käyttäjiä, mittareina haasteellisia

Paljon käyttäjiä, mittareina haasteellisia

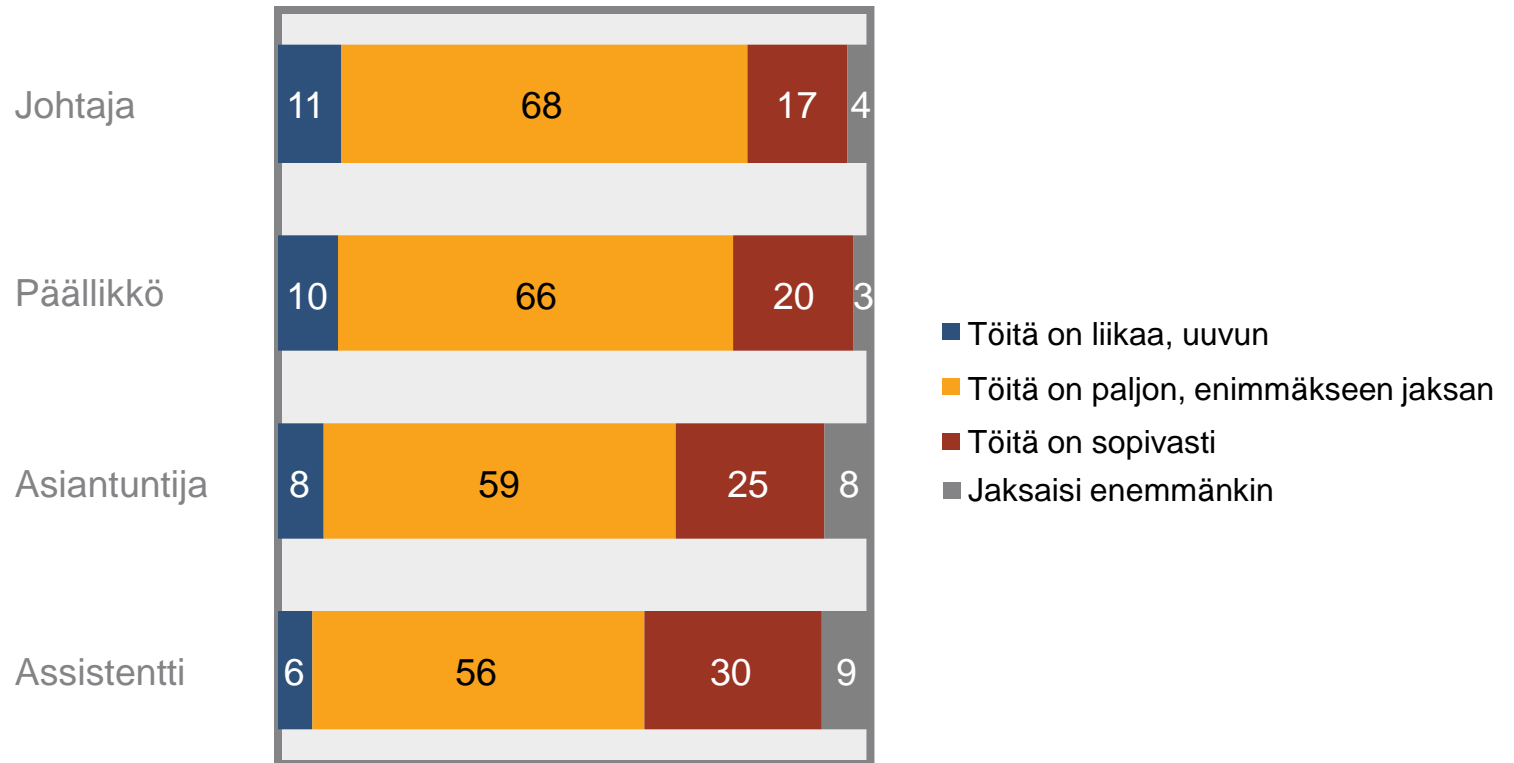


Työtyytyväisyys

Työtyytyväisyys (% , n=1 392)



Työ suhteessa jaksamiseen (%)





Palkka

Palkkatulo = bruttopalkka + luontaisedut

Mediaanipalkat ja keskimääräiset vuosikorotukset

	Mediaani		Vuotuinen muutos
	2009	2007	
KAIKKI YHTEENSÄ	3 515	3 200	4.8 %
Yksityinen sektori	4 005	3 530	6.5 %
Julkinen sektori	3 300	3 020	4.5 %
Kirkko ja seurakunnat	2 500	2 420	1.6 %
Järjestöt	3 245	3 145	1.6 %
Viestintätoimistot	3 485	3 620	-1.9 %

	Vuotuinen korotus					
	Mediaani	2007 - 2009	2005 - 2007	2003 - 2005	2000 - 2003	1997 - 2000
ProCom	4 000	6.6 %	3.8 %	3.3 %	2.2 %	2.0 %
Julkisen Alan Tiedottajat	3 400	5.9 %	0.5 %	3.1 %	5.2 %	2.8 %
Tiedotusalan ammattijärjestö	3 194	4.9 %	3.3 %	-	-	-
Kirkon viestintää tekevät	2 500	1.6 %	2.1 %	-	-	-
Suomen IR-yhdistys	5 520	4.9 %	4.0 %*	4.0 %*	-	-
Ekonomiliitto	4 025	-	-	-	-	-

Viestinnän palkat

(mediaani ja vaihteluväli, johon puolet palkoista sijoittuu)

	Yksityinen sektori		Julkinen sektori	
	Mediaani	F25 - F75	Mediaani	F25 - F75
Päällikötaso				
Pääkaupunkiseudulla	5 200	4 383 - 7 020	4 505	3 700 - 5 400
Muulla Suomessa	4 230	3 870 - 4 613	3 620	3 463 - 4 175
Asiantuntijataso				
Pääkaupunkiseudulla	3 800	3 255 - 4 350	3 300	3 000 - 3 700
Muulla Suomessa	3 170	2 720 - 3 620	2 900	2 600 - 3 200
Suorittava taso				
Pääkaupunkiseudulla	3 025	2 463 - 3 540	2 475	2 263 - 2 975
Muulla Suomessa	2 918	2 512 - 4 020	2 372	2 098 - 2 975

Viestinnän palkat

(mediaani ja vaihteluväli, johon puolet palkoista sijoittuu)

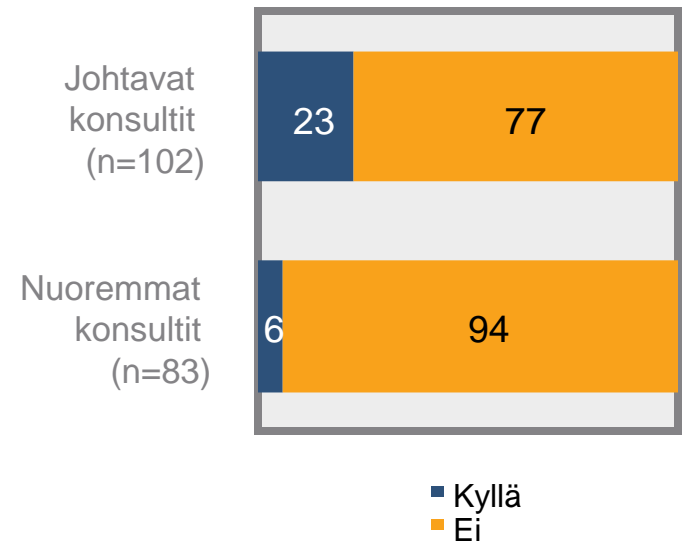
	Kirkko ja seurakunnat		Järjestöt	
	Mediaani	F25 - F75	Mediaani	F25 - F75
Päällikötaso				
Pääkaupunkiseudulla	4 280	3 650 - 4 700	4 635	4 119 - 6 018
Muulla Suomessa	3 245	2 772 - 3 400	3 645	-
Asiantuntijataso				
Pääkaupunkiseudulla	3 000	2 588 - 3 275	3 170	2 875 - 3 760
Muulla Suomessa	2 382	2 258 - 2 764	2 500	2 100 - 3 000
Suorittava taso				
Pääkaupunkiseudulla	2 200	2 083 - 2 280	2 960	2 476 - 3 235
Muulla Suomessa	2 280	2 194 - 2 421	2 050	-

Viestinnän palkat

(mediaani ja vaihteluväli, johon puolet palkoista sijoittuu)

Viestintätoimistot		
	Mediaani	F25 - F75
Päällikkötaso		
Pääkaupunkiseudulla	4 885	3 955 - 6 205
Muualla Suomessa	4 420	3 425 - 7 820
Asiantuntijataso		
Pääkaupunkiseudulla	3 420	3 000 - 4 250
Muualla Suomessa	2 910	2 322 - 3 403
Suorittava taso		
Pääkaupunkiseudulla	2 204	2 020 - 2 670
Muualla Suomessa	2 330	-

Osa palkasta sidottu tuloksiin tai asiakkuuksiin (%)





Viestinnän ammattilaiset



Julkisen alan tiedottajat ry



KIRKON TIEDOTUSKESKUS



POHJOISRANTA