

Yrityselinvoimatutkimus 2025

8.1.2026

Mikko Ulander • Wilhelm Noth • Anna Kilponen

bondata

Sisältö

- 01 Yleistä tutkimuksesta

- 02 Vastaajien taustatiedot

- 03 Tutkimustulokset

- 04 Yrityksen nykytila ja markkinanäkymä

- 05 Toimintaympäristön kehittäminen paremmin liiketoimintatarpeita vastaamaan

- 06 Tuusulan imago ja vetovoima

- 07 Tutkimuksen johtopäätökset ja suositukset



Tutkimukseenne toteutus

Tässä raportissa esitetään tutkimuksen päätulokset.

Kaikki tutkimuksen tulokset esitetään yksityiskohtaisesti raportointijärjestelmässä.

TAVOITE	<p>Tutkimuksen tavoitteina oli</p> <ul style="list-style-type: none">• selvittää Tuusulan yritysten tyytyväisyyttä, nykytilaa ja tulevaisuuden tavoitteita• selvittää Tuusulan vetovoimaisuutta lähialueiden yritysten näkökulmasta
TIEDONKERUU	<p>Tuusulan kaupunki on jakanut sähköistä kyselylinkkiä omissa kanavissaan ja lisäksi Bondata on tehnyt puhelinhaastatteluja (153 kpl). Tiedonkeruu toteutettiin loka-joulukuussa 2025. Tutkimus on soveltuvin osin seuranta vuoden 2024 ja tätä edeltäneille tutkimuksille.</p>
KOHDERYHMÄ & VASTAUSMÄÄRÄ	<p>Kohderyhmän muodostivat Tuusulassa (sisäiset) sekä lähikunnissa sijaitsevat (ulkoiset) yritykset.</p> <p>Tutkimus perustuu 213 vastaukseen, joista sisäisiltä yrityksiltä 112 kpl ja ulkoisilta 101 kpl.</p>
INNOLINKIN ASiantuntijat	<p>Mikko Ulander, tutkimuksen vastuullinen asiantuntija ja asiakkuudesta vastaava Petteri Halmela, tutkimuksen toinen vastuullinen asiantuntija Anna Kilponen, raportointi ja tulospäätökset Wilhelm Noth, projektinhallinta</p>

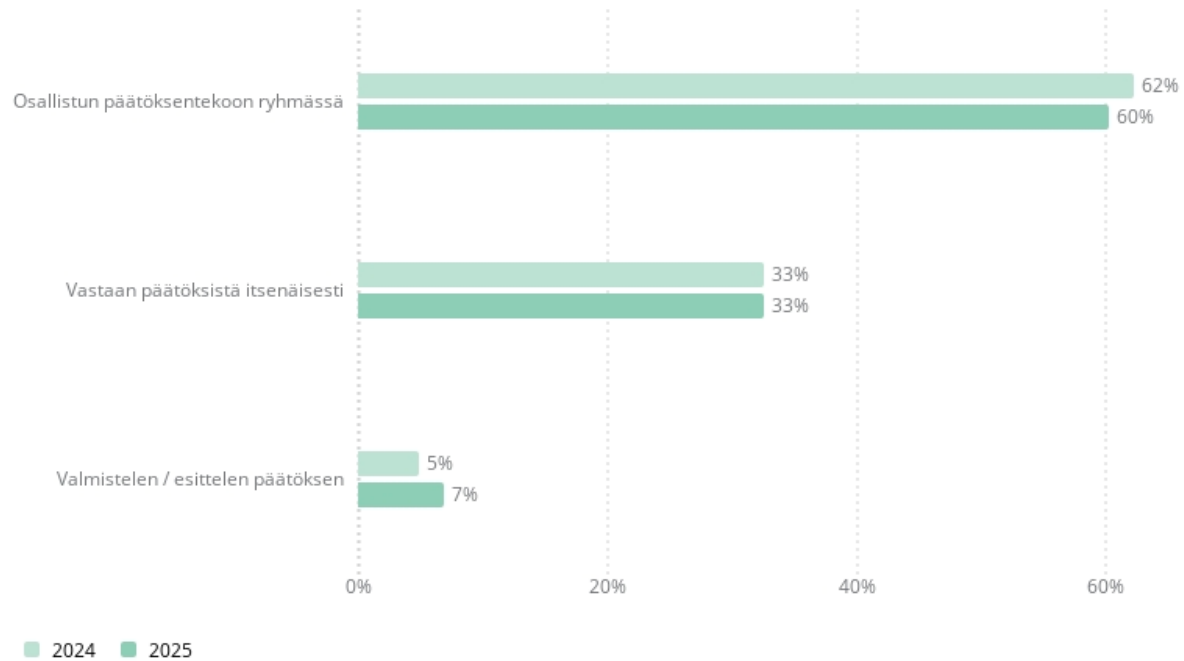
Taustatiedot



Rooli päätöksenteossa

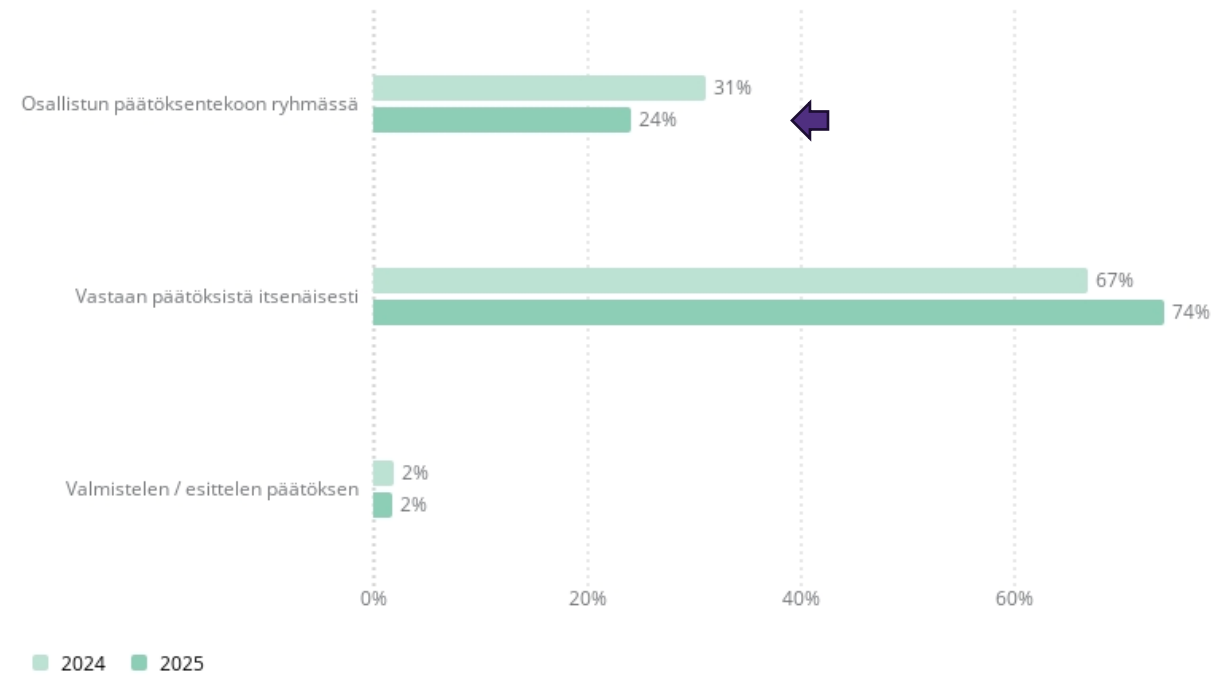
Ulkoinen:

Mikä on roolisi yrityksenne strategisessa päätöksenteossa, esim. toimipisteiden / tuotantoyksiköiden sijoittumiseen liittyen? 202



Sisäinen:

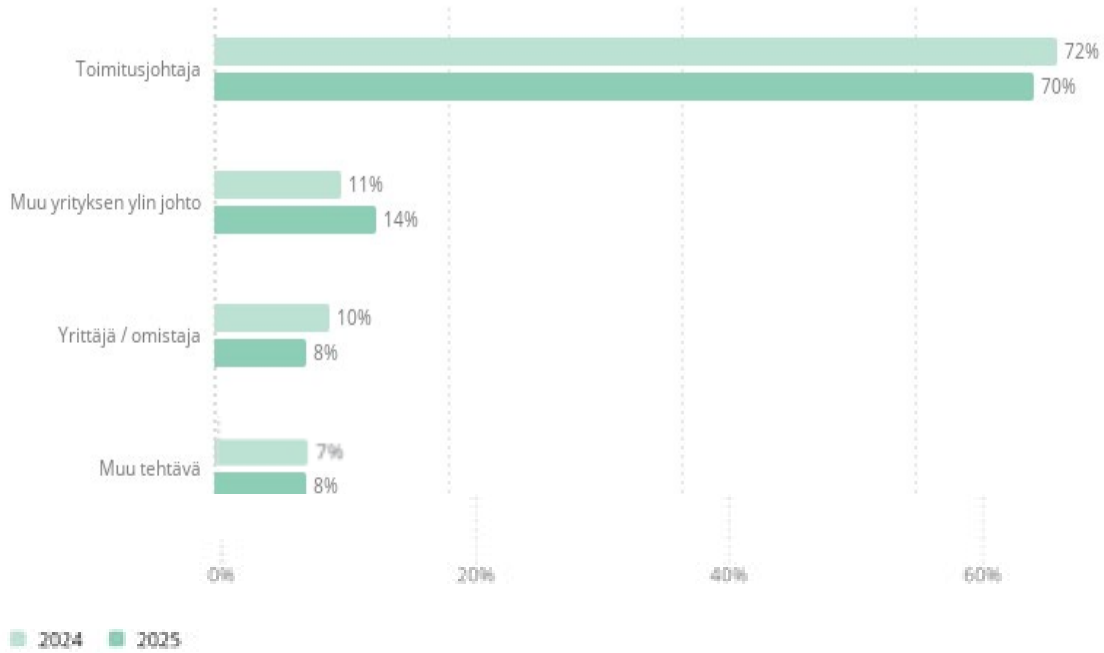
Mikä on roolisi yrityksenne strategisessa päätöksenteossa, esim. toimipisteiden / tuotantoyksiköiden sijoittumiseen liittyen? 218



Asema yrityksessä

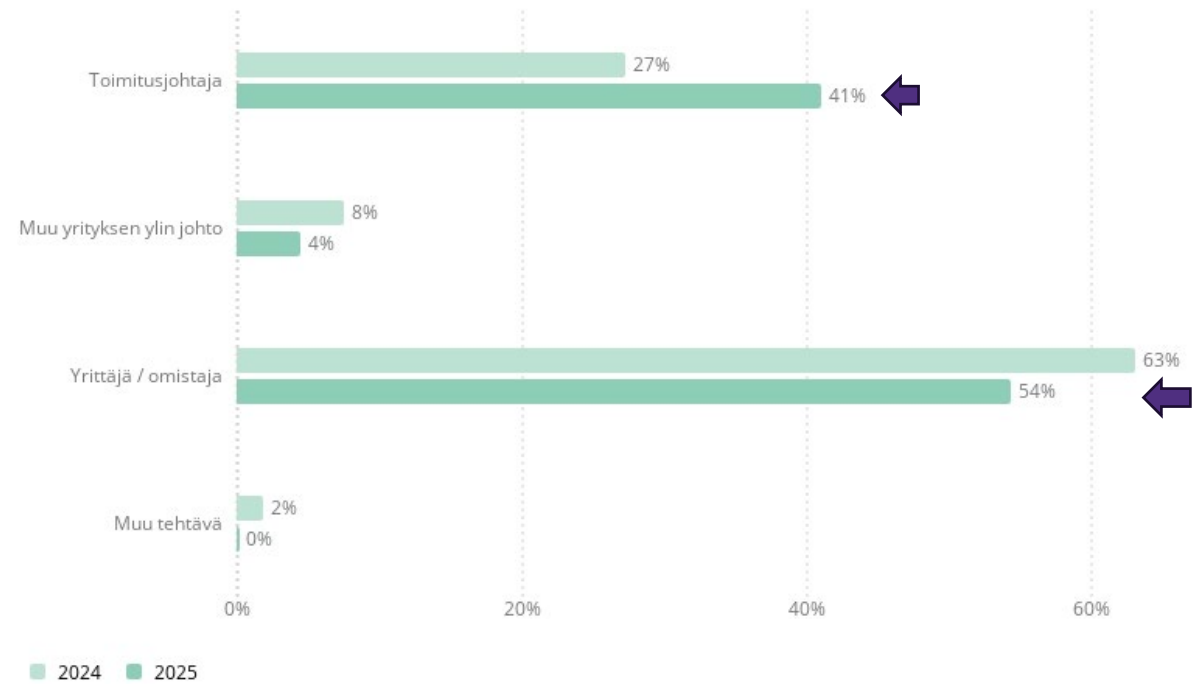
Ulkoinen:

Asemasi yrityksessä 202



Sisäinen:

Asemasi yrityksessä 218

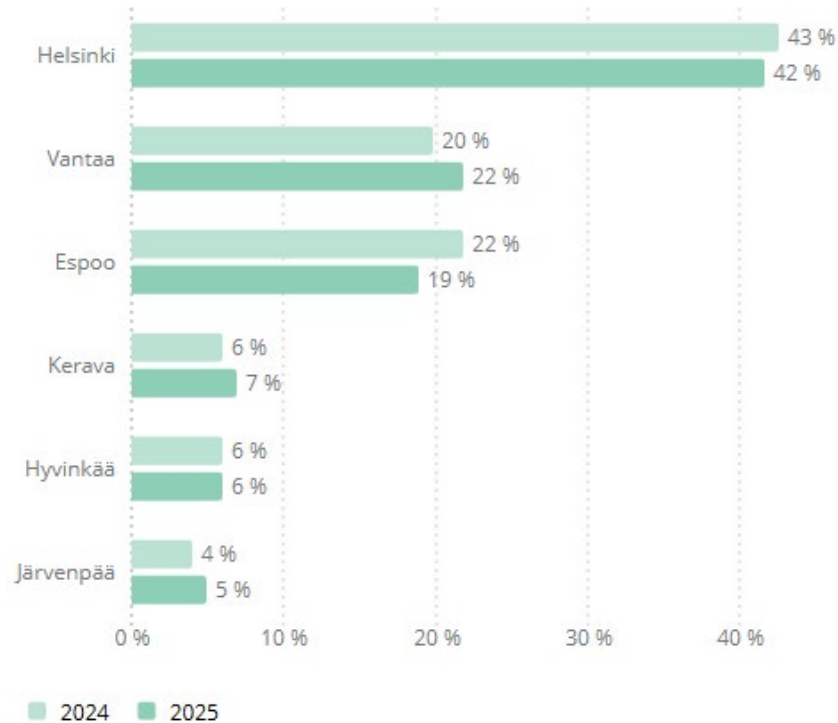


Kohderyhmäkohtaiset taustatiedot

Sisäisistä vastaajista on yksityrittäjiä tänä vuonna viime vuotta useampi. Suurempia 50+ hlön yrityksiä vähemmän mukana.

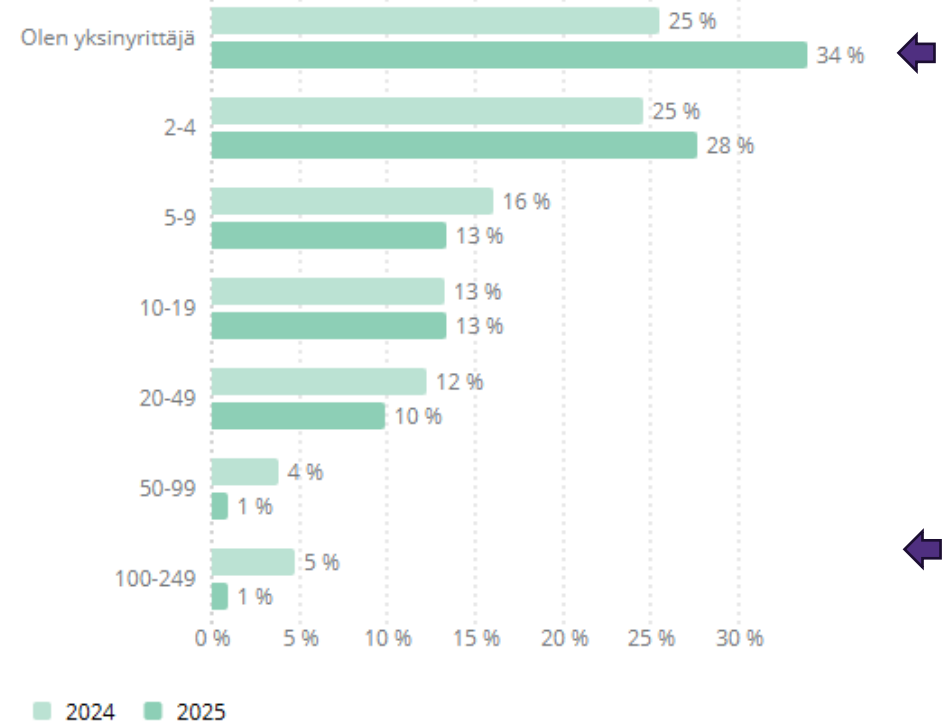
Ulkoinen:

Ulkoinen: Kunta 202



Sisäinen:

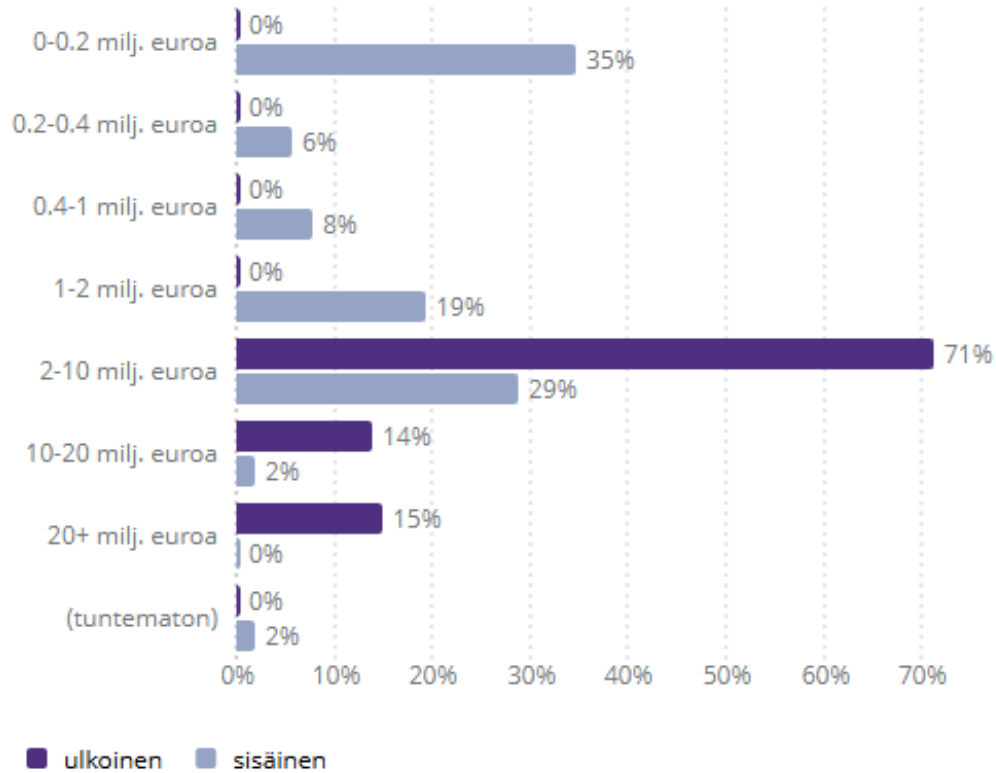
Sisäinen: Mikä on yrityksenne henkilöstömäärä? 218



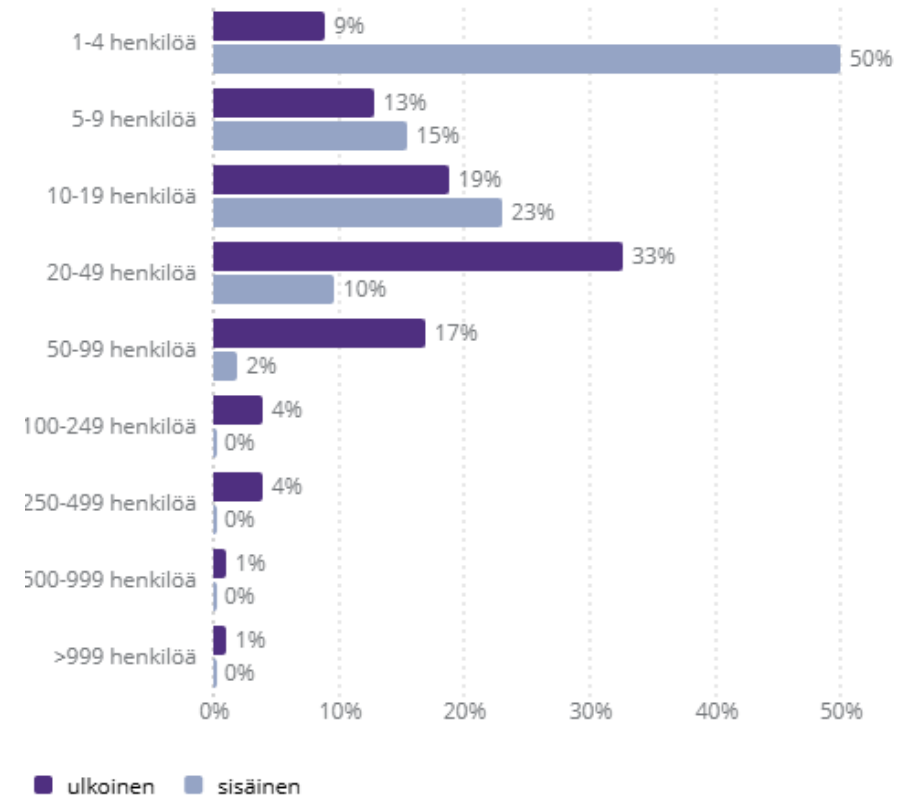
Taloustiedot 2025

Rekisteritiedot olemassa kaikilta ulkoisen kohderyhmän vastaajilta, mutta sisäisen kohderyhmän vastauksista vain puhelinhaastatelluilta.

Liikevaihtoluokka 153



Henkilökuntaluokka 153



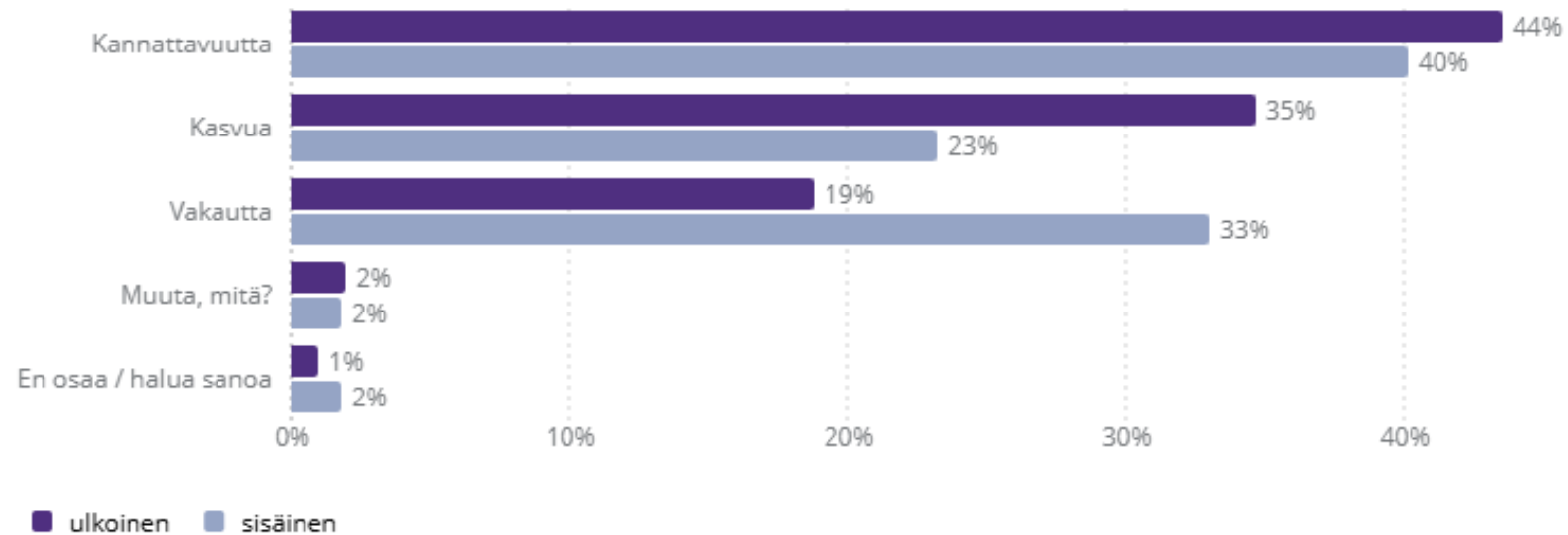
Yrityksen nykytila ja markkinanäkymä



Ulkoiset yritykset useammin kasvuhakuisia ja sisäisistä suurempi osa tavoittelee vakautta.

Tämän hetken tavoitteet

Mitä seuraavista yrityksenne tavoittelee ensisijaisesti tällä hetkellä? 213

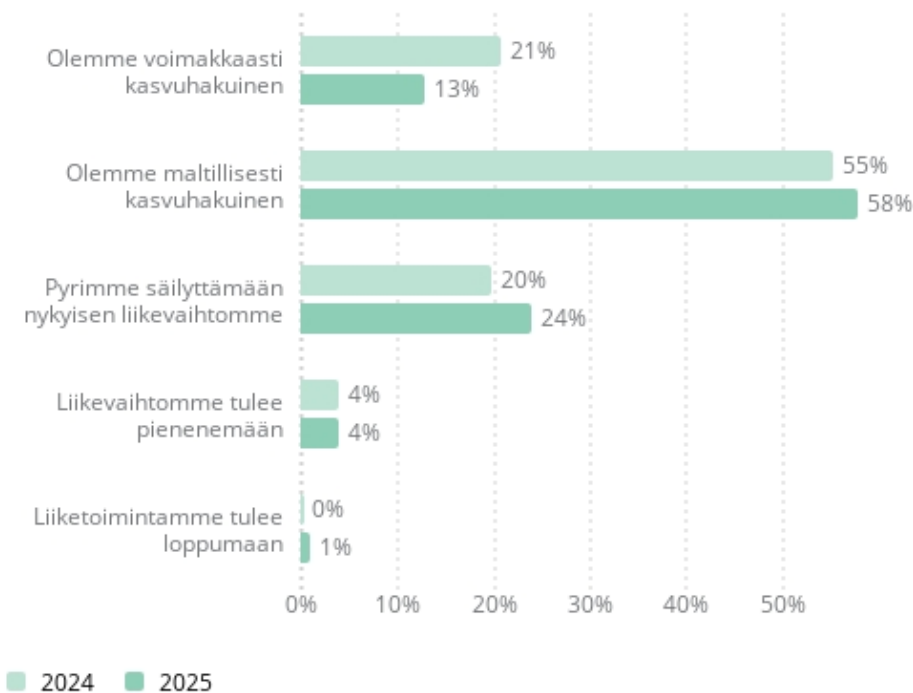


Lähtitulevaisuuden tavoitteet

Kasvuhakuisuus on sisäisillä yrityksillä maltillisesti viime vuotta alempi. Toisaalta myös laskevia liikevaihtoja / loppuvia liiketoimintoja on vähemmän.

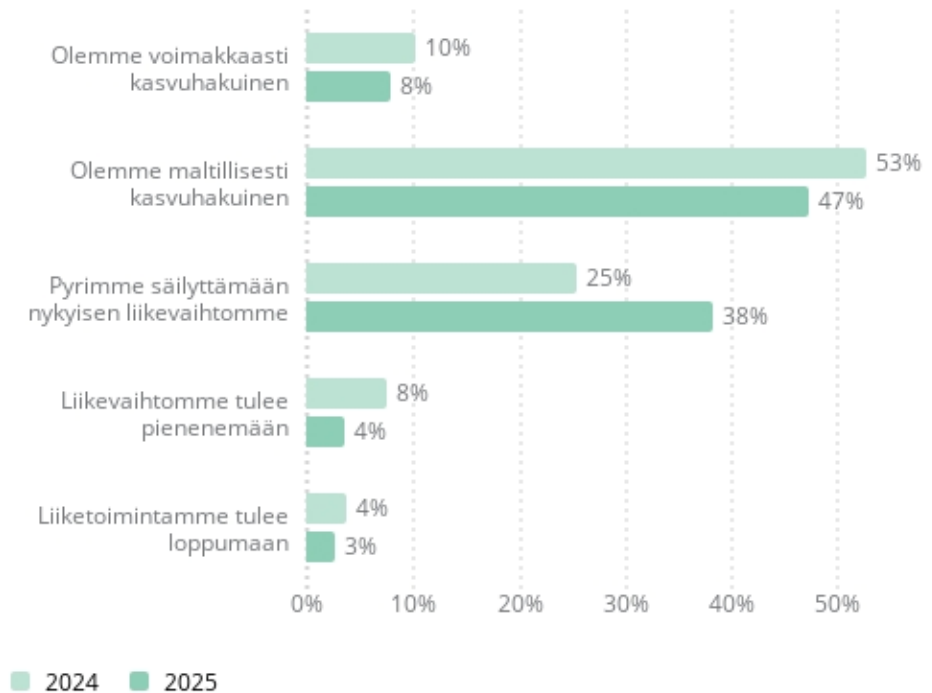
Ulkoinen:

Mikä seuraavista kuvaa parhaiten yrityksenne lähitulevaisuuden kaupallisia tavoitteita? 201



Sisäinen:

Mikä seuraavista kuvaa parhaiten yrityksenne lähitulevaisuuden kaupallisia tavoitteita? 218

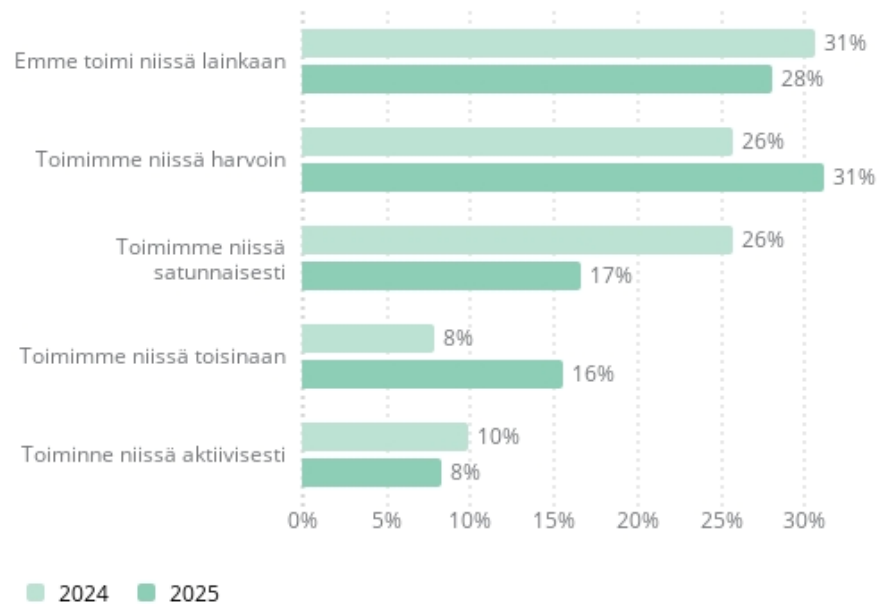


Vähintään satunnaisesti aktiivisten osuus laskenut ulkoisissa vastaajissa 44 % → 41 % ja sisäisissä noussut 36% → 37%.

Toiminta kunnan yritysverkostoissa

Ulkoinen:

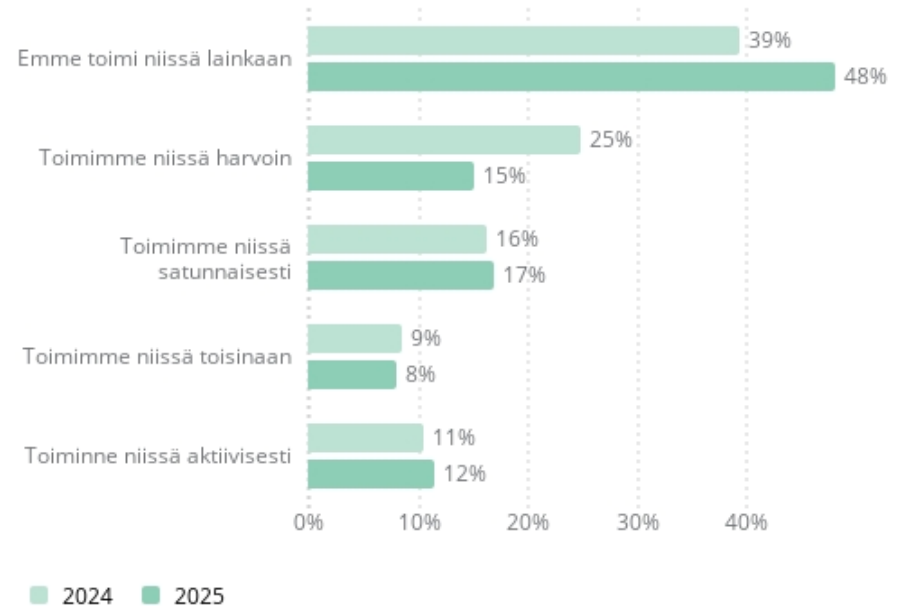
Mikä seuraavista kuvaa parhaiten yrityksenne toimintaa kuntasi yritysverkostoissa? (esim. yritysyhdistykset ja kauppakamari) 197



Vuonna 2025 suurista yrityksistä 84 % toimi yritysverkostoissa vähintään satunnaisesti, kun vastaava osuus keskisuurista on 50%, pienistä 40% ja mikroyrityksistä 20%.

Sisäinen:

Mikä seuraavista kuvaa parhaiten yrityksenne toimintaa kuntasi yritysverkostoissa? (esim. yritysyhdistykset ja kauppakamari) 216



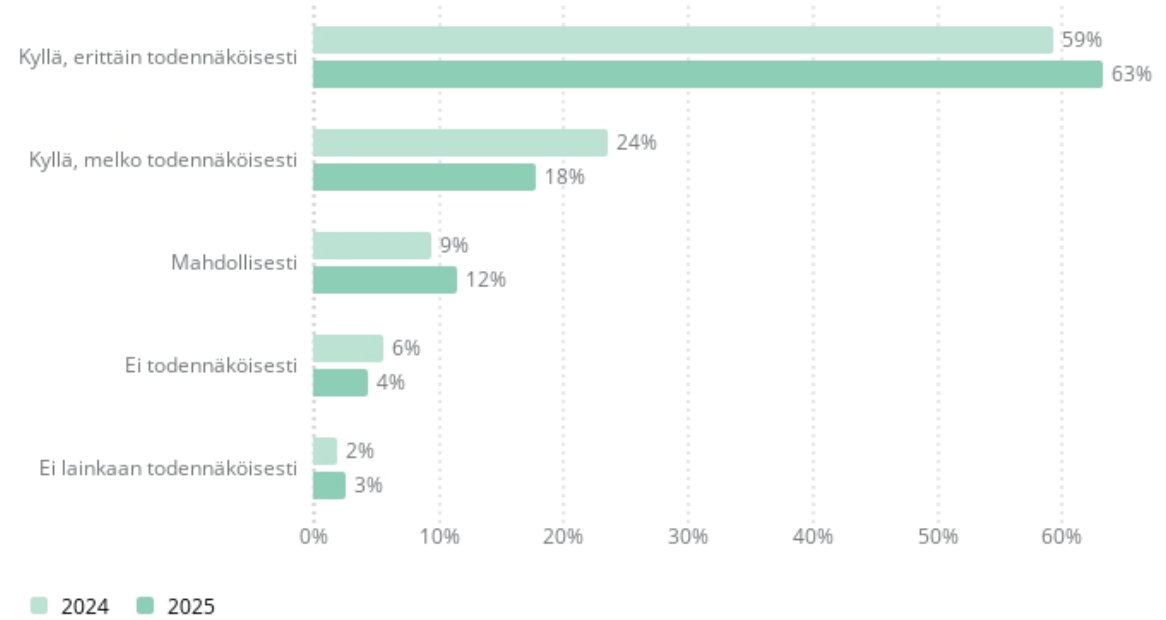
Vuonna 2025, 35% pienistä yrityksistä ja 27% mikroyrityksistä toimi yritysverkostoissa vähintään satunnaisesti. Keskisuurien yritysten vastauksia 1kpl. Voimakkaasti kasvuhakuisista vain 1 vastaaja toimii aktiivisesti ja 1 toisinaan, 2 harvoin ja loput eivät lainkaan.

Vahvin sitoutuminen Tuusulaan vahvistunut hieman. Vähintään "mahdollisesti" vastanneiden osuus 92 % → 93 %.

Toiminnan jatkaminen Tuusulassa

Sisäinen:

Sisäinen: Kuinka todennäköisesti yrityksenne jatkaa toimintaansa Tuusulan alueella seuraavan kolmen vuoden ajan? 218



Muuttokiinnostuksen suunta

Jos harkitsee muuttamista (sisäinen kohderyhmä):

Minne yrityksenne harkitsisi toiminnan laajentamista / siirtämistä ja miksi? (n=49)

Nykyisin Tuusulassa toimiminen: Useat vastaajat mainitsivat, että heillä ei ole aikeita laajentaa tai siirtää toimintaansa ja, että he pysyvät nykyisissä tiloissaan.

Vantaalle laajentaminen: Vantaalle siirtymistä suunnitellaan erityisesti tilojen saatavuuden vuoksi. Perhesyyt ovat myös merkittäviä tekijöitä.

Kunnalliset syyt: Joissain tapauksissa yritykset harkitsevat muuttoa lähemmäs liiketoiminta-alueita tai kaupungin keskustoja, jotta asiakasvirta voisi nousta.

Muut vaihtoehdot: Helsinki, Espoo, Nurmijärvi ja Kerava mainitaan useasti vaihtoehtoisina paikkoina, joissa yritykset voisivat löytää järkevän kokoisia toimitiloja.

Erytistarpeet: Johtuen esimerkiksi sähkönjakelun hinnoittelusta ja logistiikkaongelmista, jotkut vastaajat ovat kiinnostuneita siirtymään alueille, joissa on paremmat edellytykset liiketoiminnalle.

Konkurssi tai muutokset toimintakentässä: Joillakin vastaajilla on myös sellaisia huolia, että toiminta saattaisi loppua, mikäli sopivia tiloja ei löydy.

Yhteenvetona voidaan todeta, että vaikka monet yritykset eivät suunnittele muutoksia, kyselyssä esiintyy myös kiinnostusta siirtyä Vantaalle, Helsinkiin tai muualle, mikäli tilat ja muut olosuhteet sen sallivat. Jatkuva epävarmuus vuokrasopimuksista ja toimitilojen saatavuudesta vaikuttaa päätöksiin.

Elinkeinopalveluiden viestinnän kehittäminen

Miten kunnan elinkeinopalveluiden viestintää voitaisiin mielestäsi kehittää? (sisäinen kohderyhmä) (n=53)

Suuri osa tyytyväisiä nykyiseen viestintään tai eivät muuten vain kaipaa muutosta.

Kohdennettu viestintä: Tietoisuuden lisääminen kunnan tarjoamista palveluista, kuten verkostoitumismahdollisuuksista, nousi esiin. Vastaajat toivoivat tarkempaa viestintää, esimerkiksi kohdennettua tietoa tiettyjen palvelujen, kuten Hilma-hankkeiden, ympäriltä.

Tuki yrittäjille: Useat vastaajat korostivat, että viestinnässä tulisi ottaa paremmin huomioon erityisesti pienyrittäjät ja tarjota heille lisätietoa mahdollisuuksista sekä ajankohtaisista asioista, kuten työvoimapalveluista ja kunnan hankinnoista.

Digitaaliset viestintäkanavat ja viestinnän aktiivisuus: Ehdotuksissa nousi esiin digitaalisten kanavien, kuten sosiaalisen median ja uutiskirjeiden, hyödyntäminen viestinnässä, jotta tieto saavuttaa myös passiiviset kuntalaiset ja yrittäjät. Useampi vastaaja painotti tarvetta aktiivisempaan viestintään yrittäjien kanssa.

Yhteistyö ja osallistuminen: Yhteistyön lisääminen yrittäjien kanssa ja heidän aktivoiminen osaksi keskustelua oli tärkeä teema. Vastaajat toivoivat enemmän tilaisuuksia, joissa voisi vaihtaa ideoita ja saada vertaistukea.

Toimintaympäristön kehittäminen



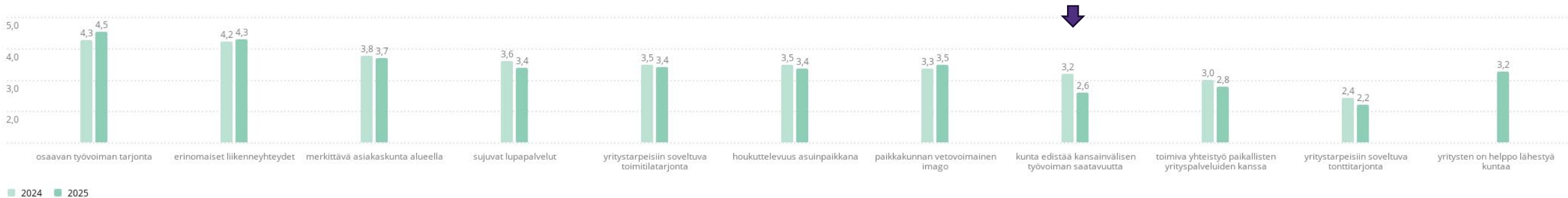
Ominaisuuksien merkitys

Asteikko:
1 = ei lainkaan merkitystä
... 5 = erittäin tärkeä

Arvioi asteikolla 1-5, **miten merkittäviä** seuraavat ominaisuudet ovat yrityksesi liiketoimintaympäristölle:

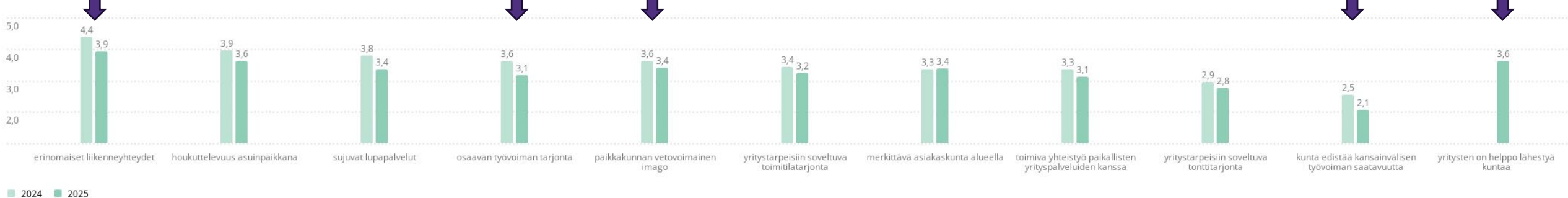
Ulkoinen:

Arvioi asteikolla 1-5, miten merkittäviä seuraavat ominaisuudet ovat yrityksesi liiketoimintaympäristölle. 191 ⓘ



Sisäinen:

Arvioi asteikolla 1-5, miten merkittäviä seuraavat ominaisuudet ovat yrityksesi liiketoimintaympäristölle. 215 ⓘ



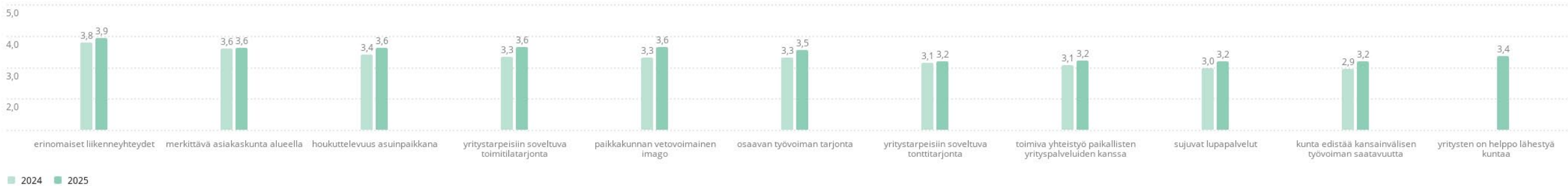
Nykyisen kunnan onnistuminen 1/2

Asteikko:
1 = onnistunut erittäin
huonosti ... 5 = onnistunut
erittäin hyvin

Arvioi myös miten yrityksenne nykyisessä kunnassa on onnistuttu näissä asioissa:

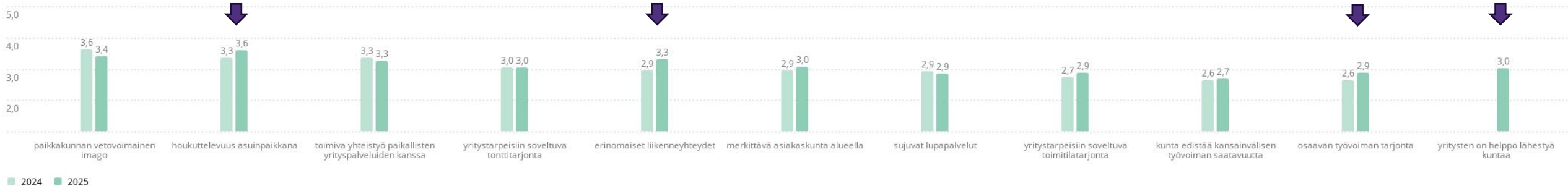
Ulkoinen:

Arvioi myös miten yrityksenne nykyisessä kunnassa on onnistuttu näissä asioissa. 187 ⓘ



Sisäinen:

Arvioi myös miten yrityksenne nykyisessä kunnassa on onnistuttu näissä asioissa. 213 ⓘ



Nykyisen kunnan onnistuminen 2/2

Asteikko:
1 = onnistunut erittäin
huonosti ... 5 = onnistunut
erittäin hyvin

Arvioi myös miten yrityksenne nykyisessä **kunnassa on onnistuttu** näissä asioissa:

	Sisäinen 2025	Ulkoinen 2025	Erotus
Liikenneyhteydet	3,3	3,9	-0,6
Asiakaskunta	3,0	3,6	-0,6
Asuminen houkuttelee	3,6	3,6	0
Toimitilatarjonta	2,9	3,6	-0,7
Imago	3,4	3,6	-0,2
Työvoimatarjonta	2,9	3,5	-0,6
Tonttitarjonta	3,0	3,2	-0,2
Yrityspalvelut	3,3	3,2	0,1
Lupapalvelut	2,9	3,2	-0,3
Kv-työvoiman edistys	2,7	3,2	-0,5
Kunnan lähestyttävyyys	3,0	3,4	-0,4

Peilaa kilpailuetu,
kilpailukyky vs.
kilpailuhaitta
suhteessa lähikuntiin.

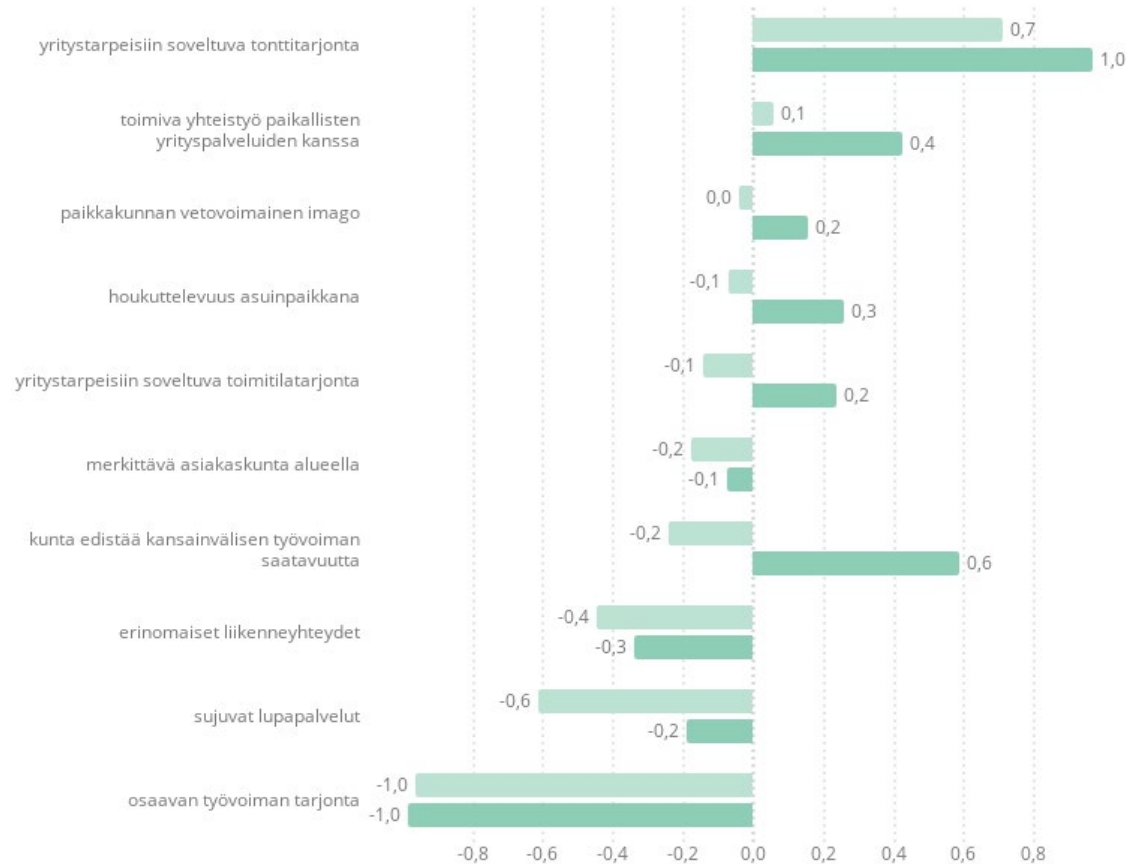
Kuiluanalyysin kuvaus

- Kuiluanalyysin avulla voidaan tutkia vastaajien tyytyväisyyteen vaikuttavia toiminnan tekijöitä. Kuiluanalyysi kertoo, kuinka hyvin tarkasteltu organisaatio on onnistunut vastaamaan vastaajien odotuksiin.
- Pylväs kuvaa annetun onnistumisarvosanan ja merkitysarvosanan erotusta (kuilua).
- Positiiviset (oikealle osoittavat) pylväät osoittavat tekijät, joissa onnistuminen on arvioitu korkeammaksi kuin merkitys. Nämä saattavat olla ylipanostustekijöitä.
- Negatiiviset (vasemmalle osoittavat) pylväät osoittavat tekijät, joissa onnistuminen on arvioitu heikommaksi kuin merkitys. Mitä pidemmälle vasemmalle pylväs ulottuu, sitä kriittisempi tekijä on kyseessä.
- Tutkimusraportissa toiminnan tekijät luokitellaan kuiluanalyysin perusteella kolmeen luokkaan seuraavasti:
 - **Onnistuneet tekijät** = kuilu $-0,4$ tai parempi
 - **Parantamisen varaa -tekijät** = kuilu $-0,5$ - $-0,9$
 - **Kriittiset tekijät** = kuilu $-1,0$ tai heikompi

Kuuluanalyysi

Ulkoinen:

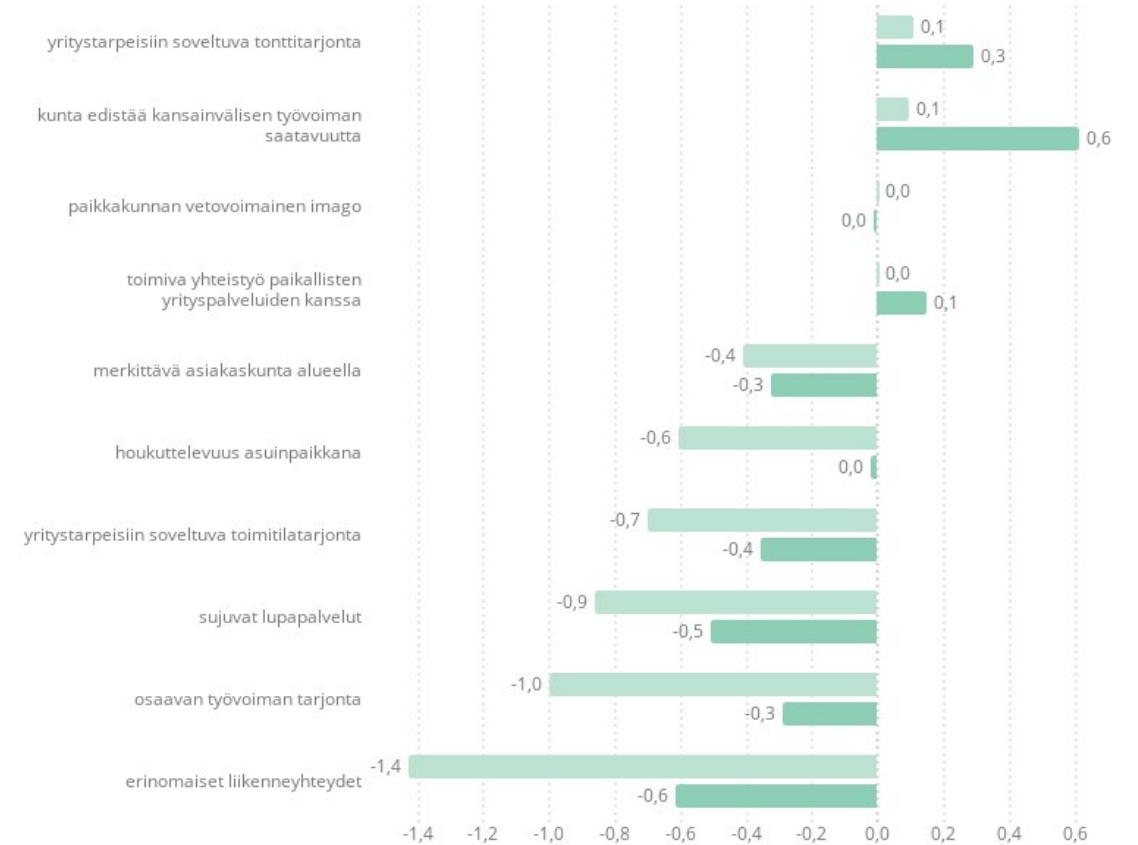
Kuuluanalyysi ⓘ



■ 2024 ■ 2025

Sisäinen:

Kuuluanalyysi ⓘ



■ 2024 ■ 2025

Nykyisen sijainnin haasteet: teemat

Ulkoinen: Mitkä ovat mielestäsi yrityksenne nykyisen sijainnin haasteet ja millaista parannusta niihin toivoisit? (n=96)

Kokonaisuudessaan suurin osa vastaajista on tyytyväisiä nykyisiin sijainteihinsa, mutta parannusta toivotaan erityisesti julkisissa liikennepalveluissa ja infrastruktuurissa.

Esiin nostettuja haasteita:

- Julkisen liikenteen toimivuus
- Pysäköintimahdollisuudet ja liikennejärjestelyt
- Alueen siisteys
- Palveluita työntekijöille (esim. ravintolat)

Sisäinen: Mitkä ovat mielestäsi yrityksenne nykyisen sijainnin haasteet ja millaista parannusta niihin toivoisit? (n=80)

Haasteita ei kaikissa sijainneissa nähdä. Liikenneyhteyksien, pysäköinnin ja infrastruktuurin parantaminen on kuitenkin yleisesti toivottavaa.

Esiin nostettuja haasteita:

- Julkisen liikenteen toimivuus
- Pysäköintimahdollisuudet
- Infrastruktuurin kehittäminen (tietoliikenneyhteydet ja teollisuusalueet)
- Työvoiman saatavuus/houkuttelu

Tärkeimmät kehittämistoimenpiteet: teemat

Ulkoinen: Mitkä ovat tärkeimpiä asioita, joihin kuntasi tulisi panostaa seuraavien vuosien aikana? (n=87)

- 1.Liikenneyhteydet:** Monissa vastauksissa korostettiin hyvien liikenneyhteyksien kehittämistä, mukaan lukien julkisen liikenteen parantaminen, sujuva liikenne ja riittävät pysäköintimahdollisuudet.
- 2.Elinkeinopoliittikka ja yritysten tuki:** Yritysten elinvoiman tukeminen ja byrokratian vähentäminen nostettiin esiin. Erityisesti pienille yrityksille toivottiin enemmän tukea ja joustavuutta toiminnan aloittamisessa.
- 3.Infrakapasiteetti:** Huoli infrastruktuurin kunnosta ja ajantasaisuudesta, mukaan lukien sähkö- ja tietoliikenneverkot, oli yleinen teema. Tarve parantaa myös rakennusten ja toimitilojen laatua.
- 4.Työvoiman saatavuus:** Osaavan työvoiman saatavuuden parantaminen ja työpaikkojen luonti olivat merkittäviä asioita, joita vastaajat toivoivat.
- 5.Alueen kehittäminen ja asuinolosuhteet:** Alueen yleinen viihtyvyys, turvallisuus sekä asuinolosuhteiden parantaminen mainittiin tärkeitä tekijöitä asukkaiden houkuttelemisessa.
- 6.Markkinointi ja kansainväliset yhteydet:** Kansainvälisten osaajien houkuttelu ja markkinoinnin parantaminen saivat huomiota, erityisesti kansainvälisten kulkuyhteyksien kehittämisen kautta.
- 7.Ekologisuus ja energiatehokkuus:** Yritysten ja kunnan tuli myös kiinnittää huomiota ekologisiin näkökulmiin sekä energiatehokkuuteen.

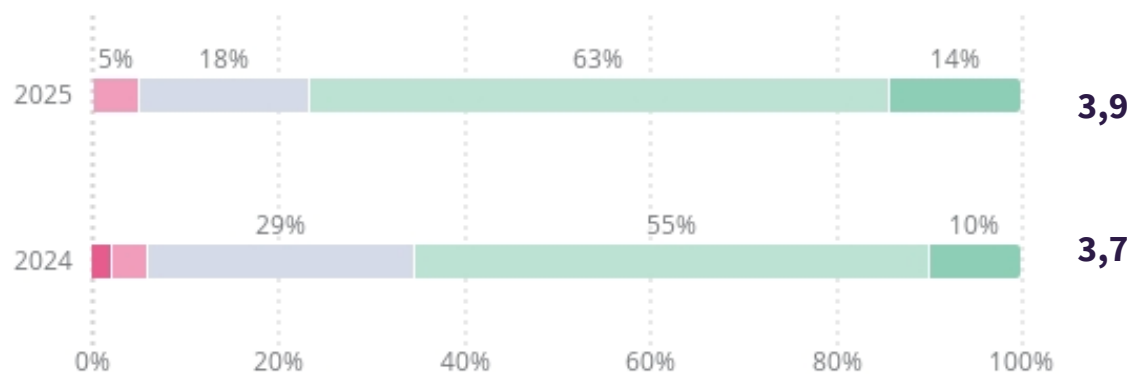
Sisäinen: Mitkä ovat tärkeimpiä asioita, joihin Tuusulan kunnan tulisi panostaa seuraavien vuosien aikana? (n=76)

- 1.Hyvinvoinnin ja elinvoiman lisääminen:** Vastaajat pitivät tärkeänä alueen yleistä hyvinvointia ja elinvoimaisuutta, mikä voi sisältää paremman palvelutarjonnan ja liiketoimintamahdollisuuksien kehittämisen.
- 2.Joukkoliikenteen ja liikenneyhteyksien parantaminen:** On toivottu, että joukkoliikenteen toimivuutta ja tiestön kuntoa voitaisiin parantaa, jotta se vastaisi kasvavaa asukasmäärää ja liikenteen tarpeita.
- 3.Rakentaminen ja kaavoitus:** Vastaajat toivovat järkevää kaavoitusta, joka mahdollistaa kohtuuhintaisten tonttien tarjoamisen sekä vähentää liian tiivistä rakentamista, mikä vaikuttaa asumisviihtyvyyteen.
- 4.Yritystoiminnan tukeminen:** On toivottu enemmän tukitoimia, kuten verkostoitumismahdollisuuksia ja tilojen saatavuutta, pienille ja paikallisille yrityksille.
- 5.Kunnan imagon ja näkyvyyden kehittäminen:** Kunnan tunnettavuuden parantaminen ja houkuttelevuuden lisääminen asuinpaikkana ovat myös tärkeitä teemoja, samoin kulttuurin ja paikallisten palveluiden edistäminen.

Fiilis liiketoiminnan arjen sujumisesta

Ulkoinen:

Kerro millainen fiilis sinulle tulee liiketoimintanne arjen sujumisesta tällä hetkellä? Asteikko: 1=erittäin huono....5=erittäin hyvä 200

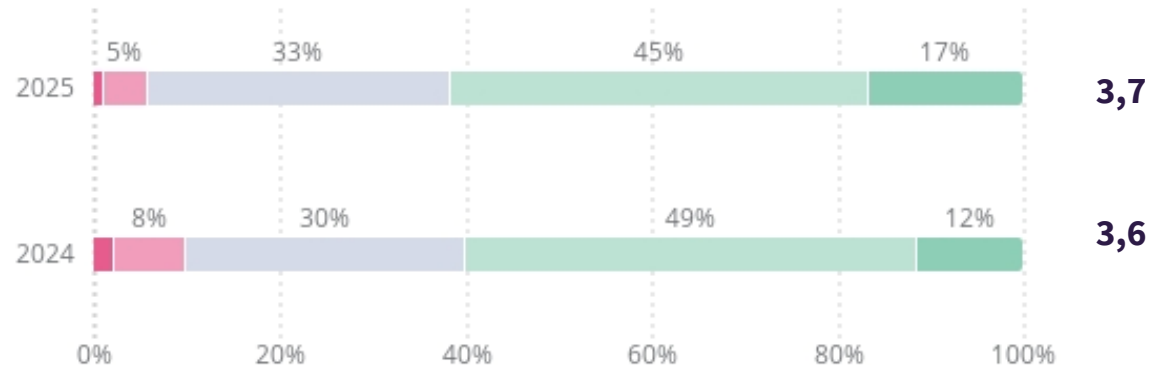


1 2 3 4 5

Kokoluokan mukaan	Fiilis
mikro (alle 10 hlöä)	3,8
pieni (alle 50 hlöä)	3,9
keskisuuri (alle 250 hlöä)	3,8
suuri (yli 250 hlöä)	3,8

Sisäinen:

Kerro millainen fiilis sinulle tulee liiketoimintanne arjen sujumisesta tällä hetkellä? Asteikko: 1=erittäin huono....5=erittäin hyvä 210



1 2 3 4 5

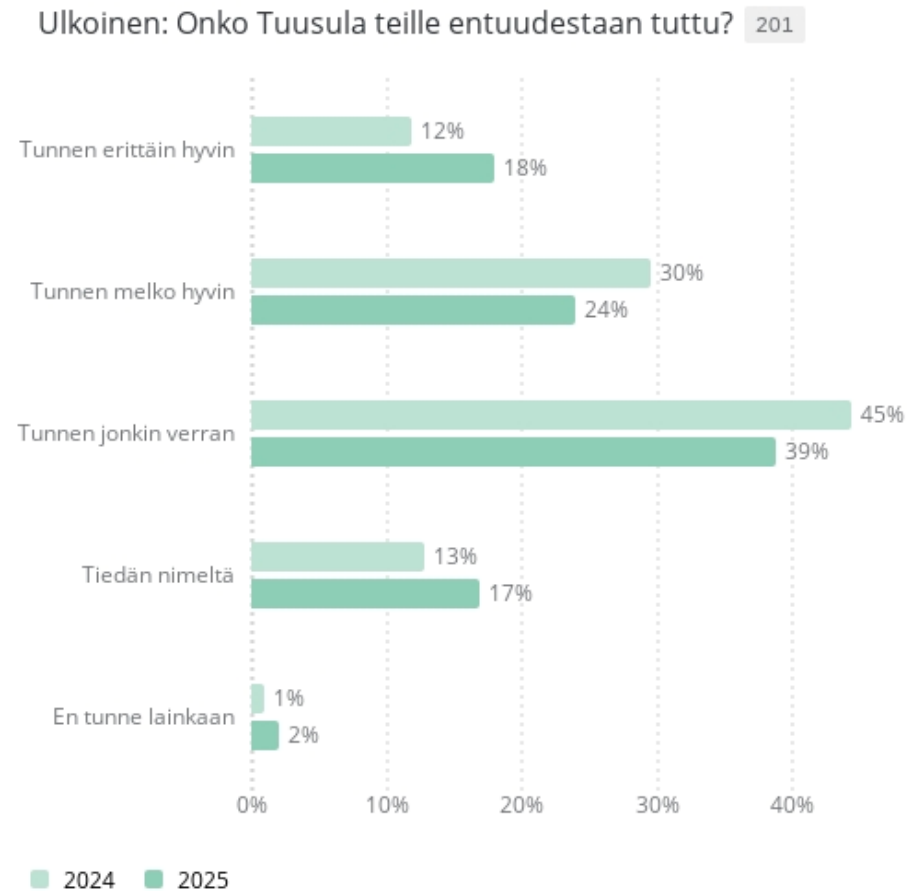
Kokoluokan mukaan	Fiilis
mikro (alle 10 hlöä)	3,9
pieni (alle 50 hlöä)	4,0
keskisuuri (alle 250 hlöä)	4,0

Tuusulan imago ja vetovoima



Tuusulan tunteminen

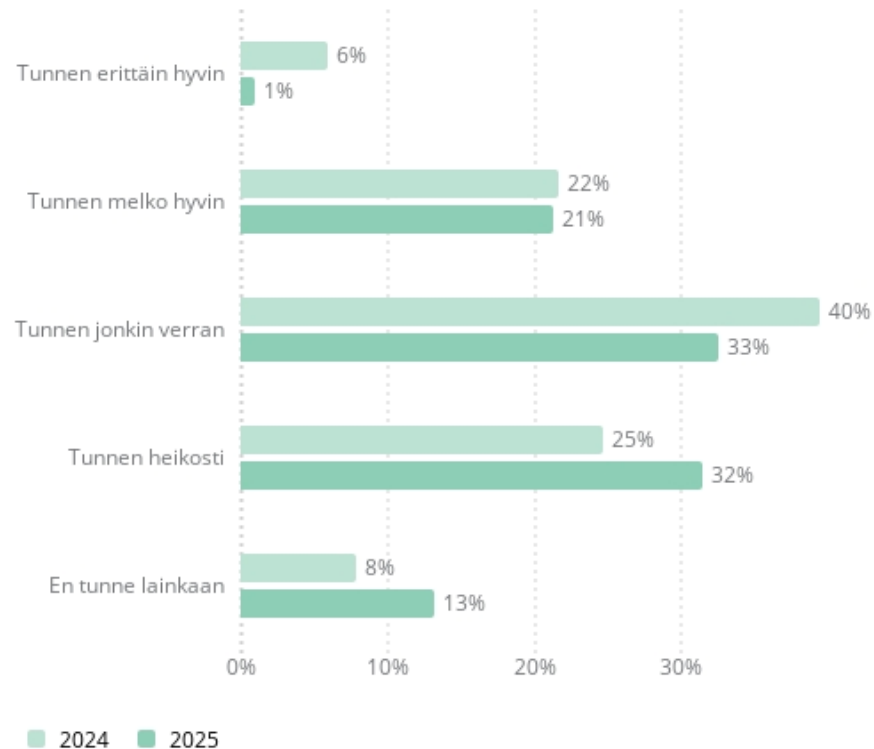
Ulkoinen:



Nykyisen kunnan tarjoaminen palveluiden tunteminen

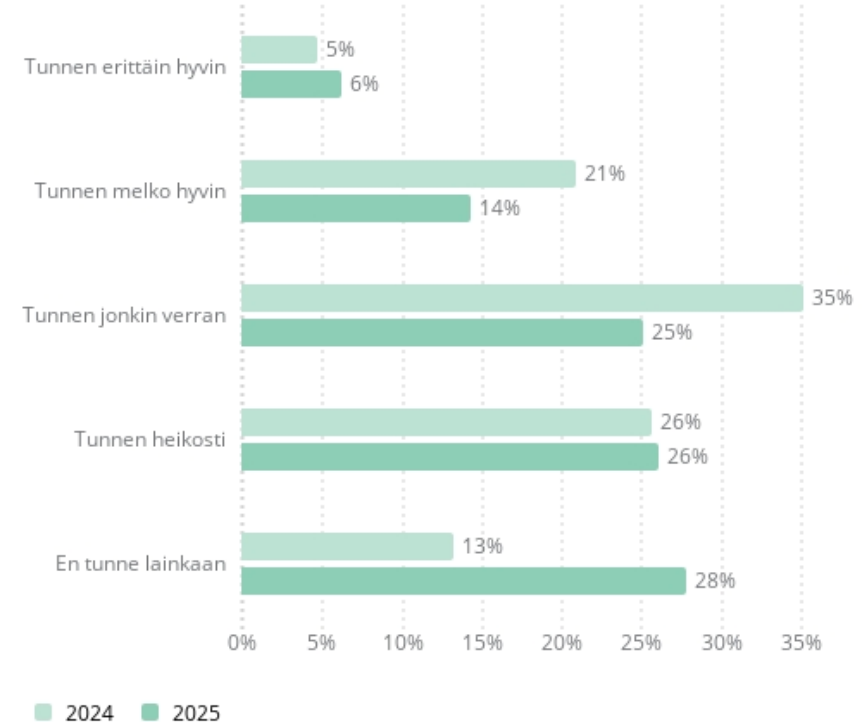
Ulkoinen:

Ulkoinen: Kuinka hyvin tunnet nykyisen kuntasi yrityksille tarjoamia palveluita? 199



Sisäinen:

Kuinka hyvin tunnet Tuusulan yrityksille tarjoamia palveluita? 216

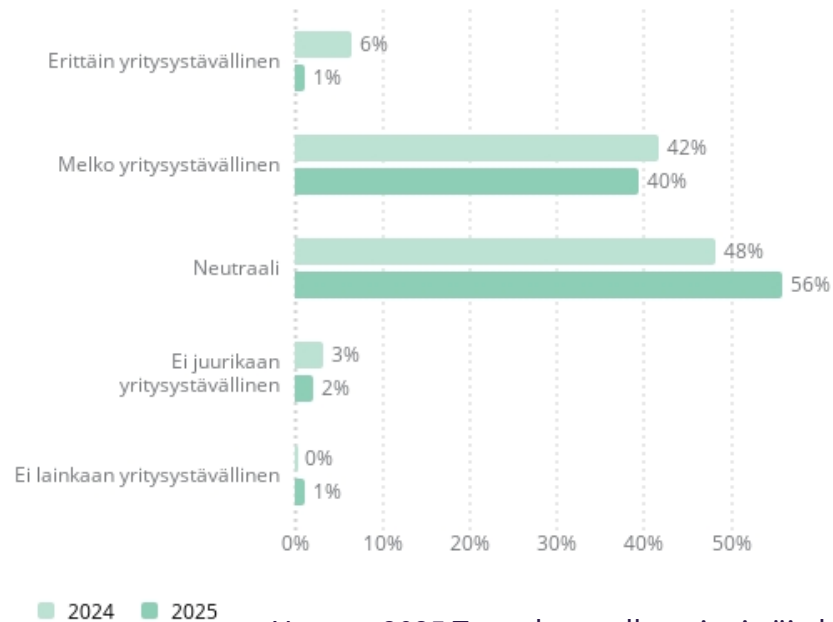


Vuonna 2025 palvelut melko tai erittäin hyvin tuntevia oli enemmän pienissä (6 %) tai mikroyrityksissä (18 %) kuin keskiuurissa yrityksissä (0 %).

Tuusulan yritysystävällisyys

Ulkoinen:

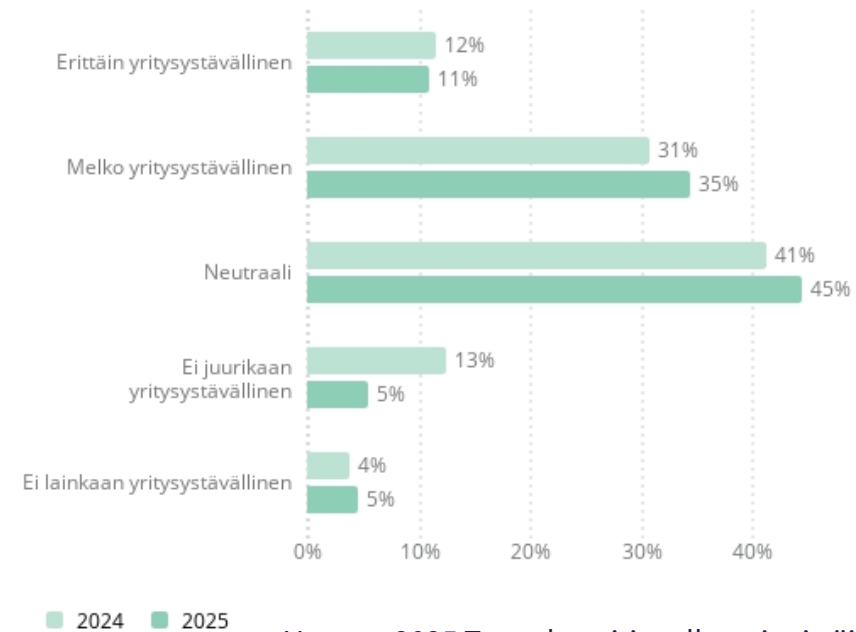
Kuinka yritysystävällinen Tuusula mielestäsi on? Mieti esim. houkuttelevuus asuinpaikkana, imago, työvoima-, toimitila-, ja tonttitarjontaa, liikenneyhteyksiä, yhteistyötä työ- ja elinkeinopalveluiden kanssa. 184



Vuonna 2025 Tuusulan melko tai erittäin hyvin tuntevista 43% piti Tuusulaa melko yritysystävällisenä ja 3% erittäin yritysystävällisenä.

Sisäinen:

Kuinka yritysystävällinen Tuusula mielestäsi on? Mieti esim. houkuttelevuus asuinpaikkana, imago, työvoima-, toimitila-, ja tonttitarjontaa, liikenneyhteyksiä, yhteistyötä työ- ja elinkeinopalveluiden kanssa. 214

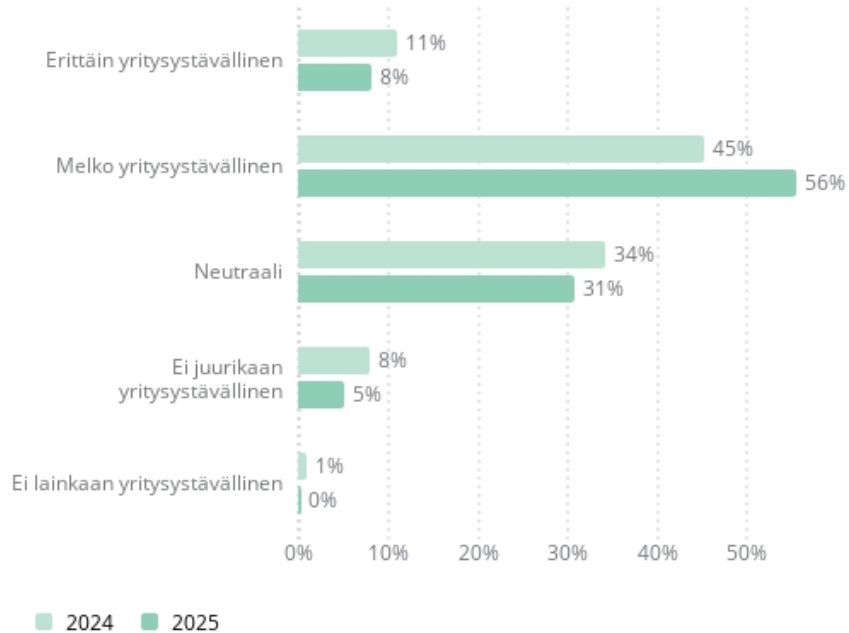


Vuonna 2025 Tuusulaa piti melko tai erittäin yritysystävällisenä 53% pienistä ja 57% mikroyrityksistä.

Nykyisen kunnan yritysystävällisyys

Ulkoinen:

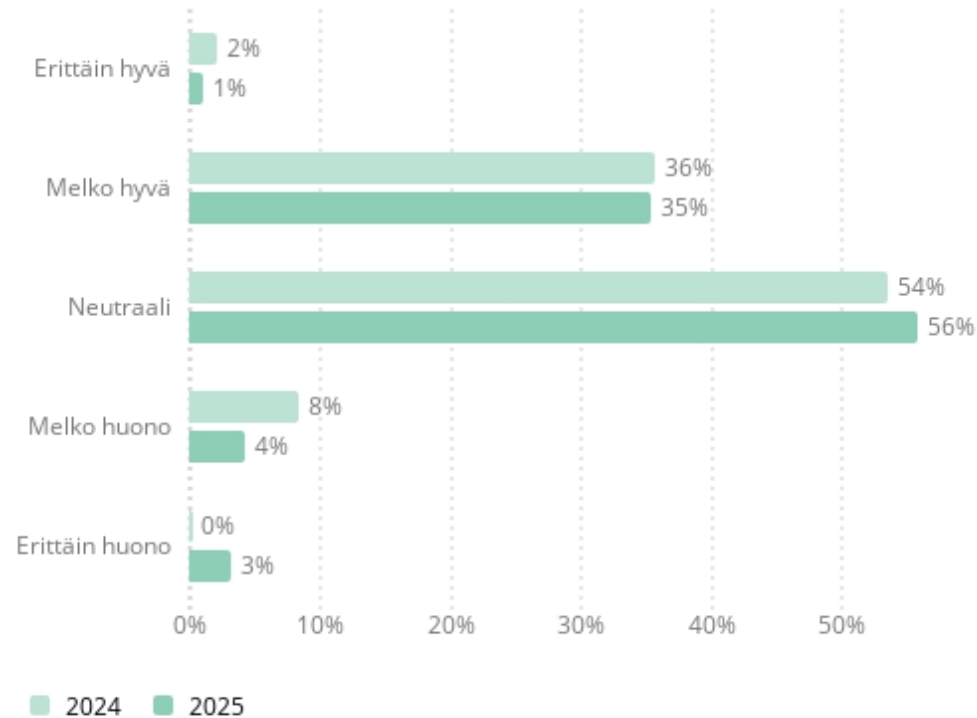
Ulkoinen: Kuinka yritysystävällinen nykyinen kuntasi mielestäsi on? Mieti esim. houkuttelevuus asuinpaikkana, imago, työvoima-, toimitila-, ja tonttitarjontaa, liikenneyhteyksiä, yhteistyötä työ- ja elinkeinopalveluiden kanssa. 196



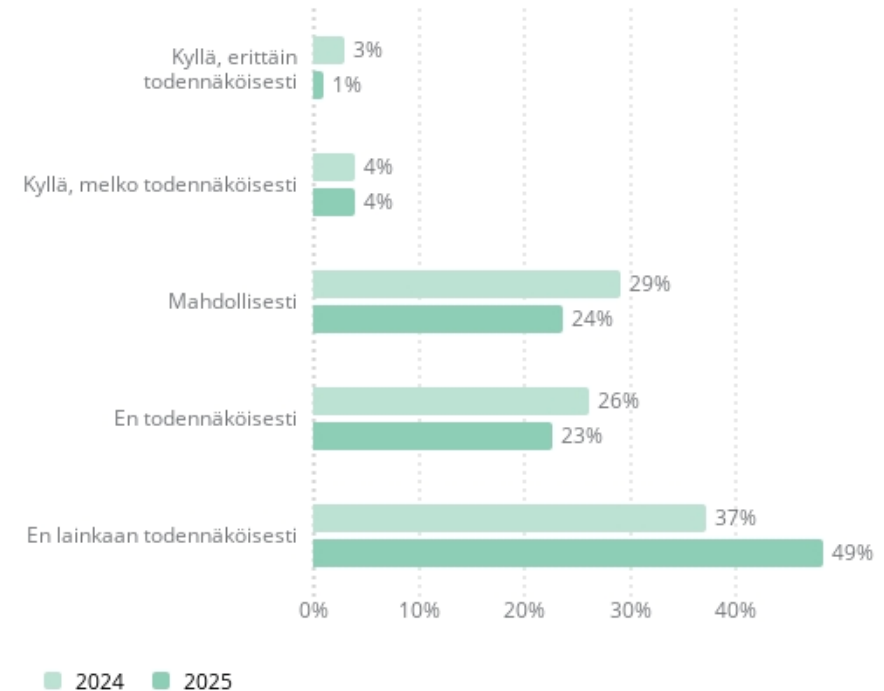
Tuusulan vetovoima ja harkinta muutosta tai laajennuksesta

Ulkoinen:

Ulkoinen: Minkälainen vetovoima Tuusulalla on mielestäsi yritystoiminnan harjoittamisen paikkana? 188



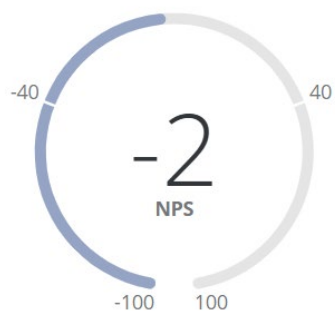
Ulkoinen: Voisitko harkita, että yritystoimintanne siirtyisi tai laajentuisi Tuusulan kuntaan lähitulevaisuudessa? Perusteleten vastauksesi. 200



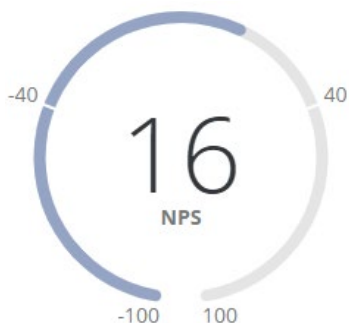
Net Promoter Score

Ulkoinen: Kuinka todennäköisesti suosittelisit nykyistä kuntaasi yrittämisen paikkana esim. liikekumppaneillesi? (n=95)

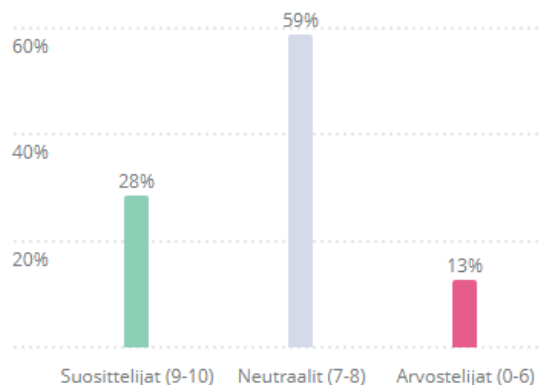
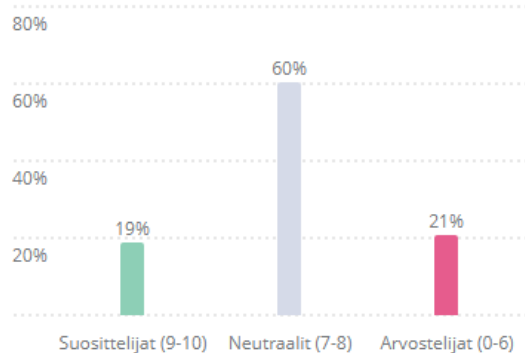
2024:



2025:

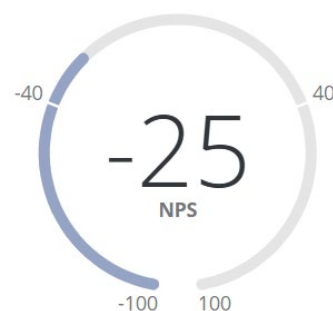


Kokoluokan mukaan	NPS
mikro (alle 10 hlöä)	19
pieni (alle 50 hlöä)	12
keskisuuri (alle 250 hlöä)	37
suuri (yli 250 hlöä)	-33



Sisäinen: Kuinka todennäköisesti suosittelisit nykyistä kuntaasi yrittämisen paikkana esim. liikekumppaneillesi? (n=108)

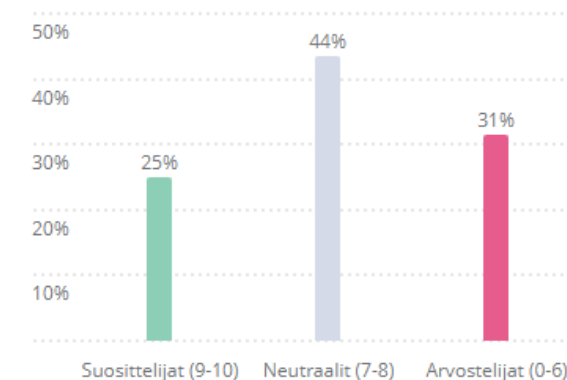
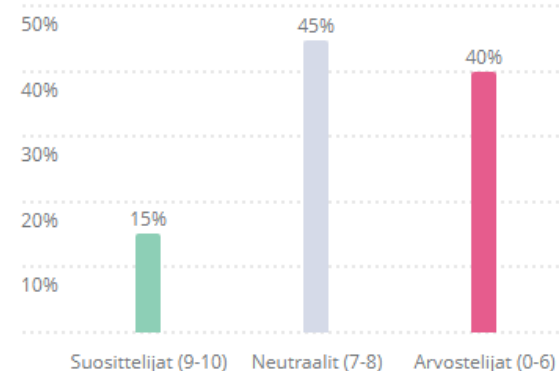
2024:



2025:



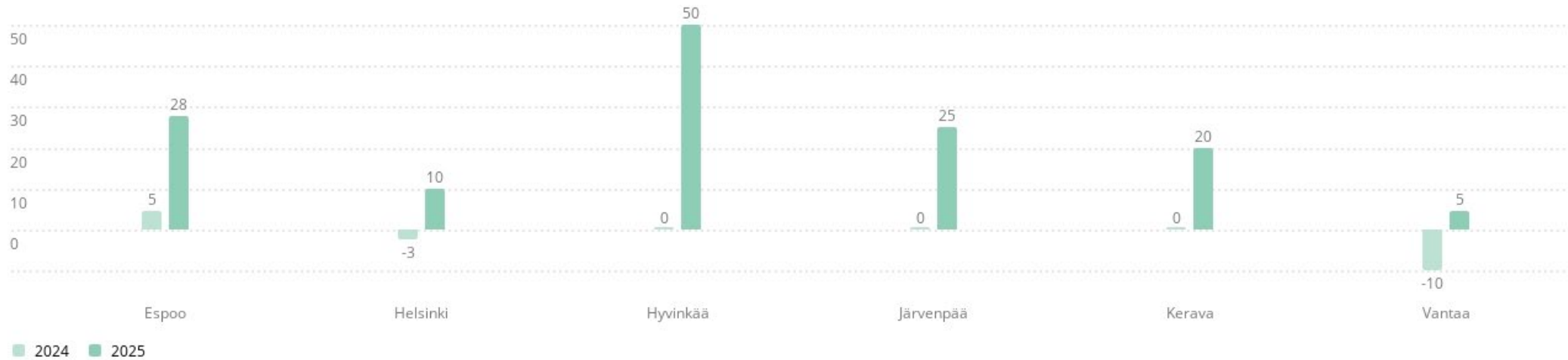
Kokoluokan mukaan	NPS
mikro (alle 10 hlöä)	-4
pieni (alle 50 hlöä)	-15
keskisuuri (alle 250 hlöä)	0



NPS ulkoisen kotikunnan mukaan

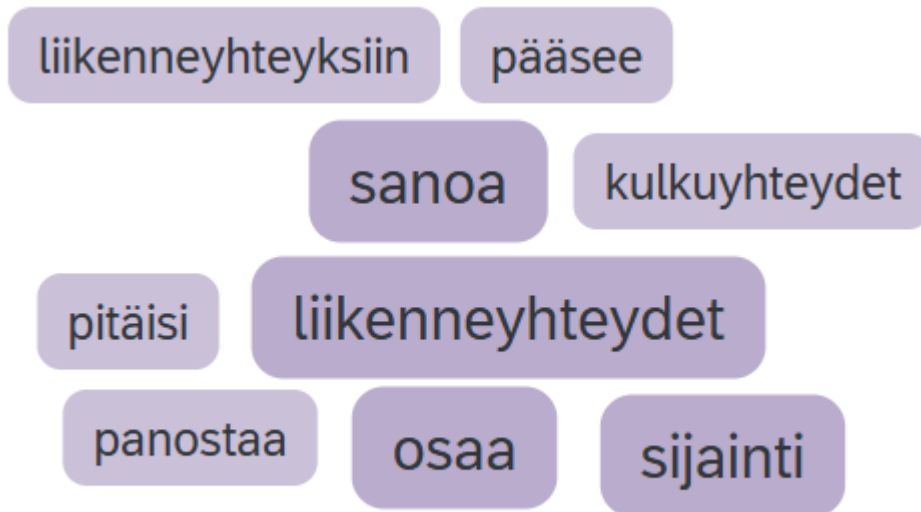
Ulkoinen:

Ulkoinen: NPS kunnan mukaan 191 



Houkuttelevuutta parantavat teemat

Ulkoinen: Mihin toimenpiteisiin tai teemoihin Tuusulan pitäisi lähitulevaisuudessa toiminnassaan ensisijaisesti panostaa, jotta se vahvistaisi houkuttelevuuttaan yrityksellenne? (n=62)



1.Liikenneyhteydet: Monilla vastaajilla oli huolenaiheita kulkuyhteyksistä ja niiden parantamisesta. Erityisesti julkisen liikenteen kehittäminen ja sujuva kulkeminen suurilta pääväyliltä on tärkeää.

2.Sijainti ja infrastruktuuri: Vastaajat korostivat, että hyvä sijainti on keskeinen seikka, mutta se tulee yhdistää riittävään infrastruktuuriin, kuten toimitilojen ja tonttitarjonnan parantamiseen. Sijainnin houkuttelevuus voi myös parantua, jos asukasmäärä ja rakentaminen kasvavat.

3.Avoimuus ja läpinäkyvyys: Vastaajat halusivat parempaa läpinäkyvyyttä kunnalliseen päätöksentekoon ja nopeampaa reagoitua yrittäjien kyselyihin.

4.Markkinointi ja yrityspalvelut: Parempi markkinointi, tehokkaampi yrityslähtöisten palvelujen tarjoaminen sekä yrittäjille suunnattujen tonttien ja toimitilojen saatavuus nähdään tarpeellisina toimenpiteinä.

5.Yhteistyö ja verkostot: Yhteistyön ja verkostojen lisääminen eri toimijoiden kesken on nähty tärkeäksi. Tämä voisi myös edistää kansainvälistymistä.

6.Sähköautojen latausinfrastruktuuri: Vastaajat mainitsivat, että sähköautojen latausinfra tulisi kehittää.

Vastausten analysoinnissa hyödynnetty tekoälyä (Bondatawise).

Tutkimuksen keskeisiä tuloksia



Tutkimuksen keskeisiä tuloksia

Sisäiset:

3,7 /5

fiilis liiketoiminnan arjen sujumisesta tällä hetkellä

20 %

tuntee Tuusulan yrityksille tarjoamia palveluita melko tai erittäin hyvin

46 %

pitää Tuusulaa melko tai erittäin yritysystävällisenä

Ulkoiset:

3,9 /5

fiilis liiketoiminnan arjen sujumisesta tällä hetkellä

22 %

tuntee nykyisen kuntansa yrityksille tarjoamia palveluita melko tai erittäin hyvin

41 %

pitää Tuusulaa melko tai erittäin yritysystävällisenä

Parhaiten onnistuneet Tuusulaan liittyvät tekijät (sisäiset):

1. Houkuttelevuus asuinpaikkana (ka. 3,6 / 5,0)
2. Paikkakunnan vetovoimainen imago (3,4)
Toimiva yhteistyö paikallisten
3. yrityspalveluiden kanssa & erinomaiset liikenneyhteydet (3,3)

Heikoimmin onnistuneet Tuusulaan liittyvät tekijät (sisäiset):

1. Kunta edistää kansainvälisen työvoiman saatavuutta (ka. 2,7 / 5,0)
2. Sujuvat lupapalvelut (2,9)
3. Osaavan työvoiman tarjonta & yritystarpeisiin soveltuva toimitilatarjonta (2,9)

Tutkimuksen johtopäätökset

- **NPS** kokonaistyytyväisyys on kehittynyt selkeästi positiivisesti (-25 → -6). Arvostelijoita on tänä vuonna 31%. *Liiketoiminnan arjen fiilis* on kasvanut 0,1 pisteyksikköä tasosta 3,6 tasoon 3,7 (ulkoinen verrokki 3,9).
- **Korkeimmat onnistumisarvosanat tuloksissa** liittyvät asuinpaikan houkuttelevuuteen (3,6/5), paikkakunnan imagoon (3,4/5) sekä yhteistyöhön paikallisten yrityspalveluiden kanssa (3,3/5). Toisaalta heikoimmin onnistuneet alueet koskevat kansainvälisen työvoiman saatavuutta (2,7/5) ja lupapalvelujen sujuvuutta (2,9/5).
- **Kuilinearvoina tarkasteltuina** kehitystarpeet ovat kehittyneet positiivisesti elinvoimateemoja poikkileikkaavasti. Vahvimmat (0,5 – 0,8) arvoiset tuloskehitykset nähdään neljässä teemassa: Kunta edistää kansainvälisen työvoiman saatavuutta, Houkuttelevuus asuinpaikkana, Osaavan työvoiman tarjonta sekä Erinomaiset liikenneyhteydet. Osin vastauksissa saattaa heijastua tutkimukseen tälle vuodelle valikoitunut vastaajakunta, jossa on viime vuotta enemmän yksinyrittäjiä.
- **Yritysten muuttohalukkuudessa** sitoutuminen on kasvanut hienoisesti vahvinta sitoutumista indikoivassa vastauskategoriassa. Merkittävin osin yritykset eivät suunnittele muutoksia nykyisissä toimipisteissään, mutta tietyissä tapauksissa, kuten tilojen saatavuuden vuoksi, ajatellaan laajentamista, joka voisi kohdentua esimerkiksi Vantaalle. Avoimessa palautteessa välittyy mainintoina lisäksi huoli mm. julkisen liikenteen toimivuudesta, pysäköintimahdollisuuksista, työvoiman saatavuudesta, infrasta (mm. tietoliikenne), ja vuokrasopimusten sekä toimitilojen saatavuudesta.
- **Elinkeinopalveluilta** toivotaan tärkeimpinä kehittämistoimenpiteinä alueen yleisen hyvinvoinnin lisäämistä liiketoimintaympäristönä, joukkoliikenteen ja liikenneyhteyksien parantamista, järkevän ja asumiselle viihtyisän kaavoituksen, yritystoiminnan tukemisen (mm. verkostot, tilat) sekä kunnan imagon ja tunnettuuden nostoa.

Varmistetaan yhdessä tulosten hyödyntäminen



MIKKO ULANDER

Johtaja, public
Mikko.ulander@bondata.fi
+358 45 358 6815

Ollaan yhteydessä - vastaan mielelläni kysymyksiinne sekä autan tulosten hyödyntämisessä.

Seuraa meitä verkossa [bondata.fi](https://www.bondata.fi) ja sosiaalisessa mediassa
#bondata



**Kiitos,
bondataan!**

bondata

Sähköpostimme ovat etunimi.sukunimi@bondata.fi