

Työnopastuksen digitalisointi CMB Ravintoloille

Henna Rasmus



Tekijä(t) Henna Rasmus	
Koulutusohjelma Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Työnopastuksen digitalisointi CMB Ravintoloille	Sivu- ja liitesivumäärä 49 + 10
<p>Tulevaisuudessa valtaosa työvoimasta tulee koostumaan millenniaaleista eli 1980- ja 2000-luvun välissä syntyneestä Y-sukupolvesta. Tämä Y-sukupolvi on kasvanut kehittyvän teknologian kanssa ja tästä syystä he vaativat myös teknologian hyödyntämistä yritysmaailmassa. Perehdytyksessä täytyy huomioida millenniaalien tarve jatkuvaan oppimiseen ja sitä kautta varmistaa, että tiedot ovat jatkuvasti saatavilla ajasta ja paikasta riippumatta. Tiedon digitalisointi ja erityisesti videoiden käyttö perehdytyksessä antaa työntekijöille mahdollisuuden vahvistaa oppimaansa työnopastuksen jälkeen.</p> <p>Opinnäytetyön päätavoite oli tutkia työnopastuksen digitalisoinnin ja erityisesti videoiden hyödynnettävyyttä CMB Ravintoloissa. Alatavoitteena oli tutkia, minkälainen on hyvä työnopastusvideo ja toteuttaa se työn produktina aiheesta oluthanan puhdistus Töölön Sävel Finbistrossa. Lisäksi alatavoitteena oli kerätä valmiista videosta palautetta, jotta pystyttäisiin arvioimaan videoiden toimivuutta ja hyödyllisyyttä. Työnopastusvideon käyttöönotto on rajattu pois tästä opinnäytetyöstä.</p> <p>Työssä keskityttiin työnopastukseen osana perehdytystä ja aihetta tarkasteltiin aikuisen perehdyttävän näkökulmasta. Tietoperustassa käsiteltiin myös digitalisointia, josta on tullut tehokas työväline yritysten perehdytysprosessin parantamiseen. Digitalisointi tarkoittaa tiedon muuttamista teknologian avulla sähköiseen muotoon ja tämä on osa suurempaa ilmiötä nimeltä digitalisaatio. Yhdessä määritelmässä digitalisaatio tarkoittaa nykypäivän teknologian hyödyntämistä yrityksissä.</p> <p>Opinnäytetyön produkti eli työnopastusvideo toteutettiin talvella 2018, jotta päätavoite saavuttaisiin, videosta kerättiin myös palautetta alkuvuodesta 2019. Tutkimustavaksi valittiin määrällinen tutkimusmenetelmä ja keräämiseen käytettiin Webropol-työkalua, joten kyseessä oli kyselytutkimus. Kohderyhmänä olivat CMB Ravintolan työntekijät, sillä heille työnopastusvideo oli suunnattu. Perusjoukoksi valittiin muutaman CMB Ravintoloiden toimipisteen työntekijät.</p> <p>Opinnäytetyön tulosten perusteella CMB Ravintoloiden kannattaa tutkia lisää ja hyödyntää videoiden käyttöä työnopastuksessa. Tietoperustan lähteet kannustivat digitalisoinnin hyötykäyttöä yrityksiensä toimintaprosessien kehittämisessä ja myös kyselylomakkeesta saatu palaute oli positiivista liittyen videoihin. Vastaajat kokivat, että videoita käytäisiin katso-massa melko usein ja CMB Ravintoloiden työntekijät saattaisivat olla kiinnostuneita osallistumaan videoiden tuottamiseen ja sitä kautta työnopastuksen kehittämiseen. Kyselyn perusteella voidaan todeta, että työnopastusvideo oli hyvin onnistunut tavoitteessaan opastamaan oluthanan puhdistus, sillä video oli tarpeeksi havainnollinen ja selkeä. Työn tulosten perusteella CMB Ravintoloiden kannattaa lähteä kokeilemaan videokonseptin toimivuutta laajemmassa mittakaavassa.</p>	
Asiasanat Perehdytys, työnopastus, digitalisointi, ravintola-ala	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Perehdytys ja työnopastus	4
2.1	Perehdytyksen merkitys ja tavoite	4
2.2	Työturvallisuuslaki.....	6
2.3	Perehdytysprosessi.....	6
2.4	Työnopastus	9
2.5	Aikuisen oppiminen	11
3	Digitalisointi ja videot nykypäivän työympäristössä.....	16
3.1	Digitalisoinnin hyötykäyttö perehdytyksessä.....	17
3.1.1	Videot.....	19
3.1.2	Tehokas video.....	20
3.2	Millenniaalit työympäristössä.....	23
4	Toimeksiantajan esittely	25
4.1	CMB Ravintoloiden historia	25
4.2	Toiminta-ajatus ja strategia	26
5	Produktin suunnittelu ja toteuttaminen.....	28
5.1	Suunnittelu.....	29
5.2	Kuvauspäivä	31
5.3	Videon editointi ja jakaminen.....	32
5.4	Kyselylomake.....	33
5.4.1	Kyselylomakkeen tulokset	36
6	Produktin arviointi.....	39
6.1	Opinnäytetyön tulokset ja johtopäätökset.....	39
6.2	Kehitysehdotukset.....	41
6.3	Opinnäytetyön arviointi.....	42
6.4	Oma oppiminen.....	43
	Lähteet	46
	Liitteet.....	50
	Liite 1. Produktikysymykset ravintolatoimenjohtajalle	50
	Liite 2. Videon käsikirjoitus	51
	Liite 3. Oluthanan puhdistusvideon otokset	52
	Liite 4. Webropol-kyselylomake.....	57

1 Johdanto

Muutamien vuosien sisällä työpaikoilla 75 prosenttia työntekijöistä koostuu Y-sukupolvesta eli millenniaaleista. Tämä sukupolvi on syntynyt 1980-luvun ja 2000-luvun välissä ja ovat todistaneet teknologian kehitystä ja kasvaneet sen mukana. Millenniaalit oppivat 2,5 kertaa todennäköisemmin uutta teknologiaa ja arvostavat uusia mahdollisuuksia kehittymiseen, jota teknologian kehitys tuo työpaikoille. Millenniaalien mielestä yrityksen ajatusmaailmaan täytyy kuulua innostus kehittää toimintaa ja pyrkiä mahdollisimman hyvään tulokseen. Yrityksen tulee tarjota työntekijöille kattava ja jatkuva perehdytys ja myös mahdollisuuksia edetä uralla uusia haasteita kohti. (Gutierrez 2016.)

Yrityksen kannalta kattava perehdytys ja siitä syntyvät hyvät tulokset voidaan nähdä kilpailuetuna. Perehdytys voi vähentää työntekijöiden tekemiä virheitä, joista syntyy kustannusmenetyksiä. (Kjelin & Kuusisto 2003, 20-22.) Parhaimmillaan tehokas perehdytys sitouttaa uuden työntekijän osaksi työympäristöä ja tekee uudesta työntekijästä yritykselle tehokkaan ja itsenäisen voimavaran. (Hokkanen, Mäkelä & Taatila 2008, 62-63.) Perehdyttämiseen kuuluu työnopastus, jonka kautta uusi työntekijä tutustuu työtehtäviinsä, työvälineisiinsä ja työympäristöönsä. Esimiehen täytyy antaa työnopastusta kaikille työntekijöilleen aina kun sille on tarvetta. Työnopastuksen kautta voi vähentää virheiden määrää ja myös ennaltaehkäistä vaaroja tai haittoja. Työturvallisuus ja työergonomian huomioiminen ovat yrityksen velvollisuuksia työnopastuksen suunnittelussa. (Eräsalo 2011, 67-68.)

Tehokkaassa työnopastuksessa kannattaa hyödyntää erilaisia apuvälineitä, jotta perehdytettävä pystyisi paremmin hahmottamaan oppimaansa. Työntekijä voi aina palata konkreettisiin materiaaleihin ja varmistaa oppimaansa. (Eräsalo 2011, 67-68.) Erityisesti yrityksen perehdytysprosessissa millenniaalit vaativat tiedon ja taidon digitalisointia, jotta ne olisivat jatkuvasti ja helposti saatavilla. (Gutierrez 2016.) Digitalisoinnilla tarkoitetaan jonkin tiedon tai prosessin siirtämistä paperiversiosta digitaaliseksi. Digitalisointi liittyy digitalisaatioilmiöön, joka on noussut tärkeäksi teemaksi yritysmaailmassa. (Sundström 2017.) Digitalisaatio tarkoittaa yritysmaailmassa digitaalisen teknologian hyödyntämistä toimintamallien kehittämisessä ja tällä tavoin kustannuksien vähennyksessä ja tulosten parantamisessa. (Gartner 2016.)

Opinnäytetyön päätavoite on tutkia työnopastuksen digitalisoinnin ja erityisesti videoiden hyödynnettävyyttä CMB Ravintoloissa. Alatavoitteena on tutkia, minkälainen on hyvä työnopastusvideo ja toteuttaa se työn produktina aiheesta oluthanan puhdistus Töölön Sävel Finbistrossa. Lisäksi alatavoitteena on kerätä valmiista videosta palautetta, jotta pystyttäisiin arvioimaan videoiden toimivuutta ja hyödyllisyyttä. Työnopastusvideon käyttöönotto

on rajattu pois tästä opinnäytetyöstä. Opinnäytetyö on siis produktiivinen, joka sisältää tietoperustan ja konkreettisen tuotoksen.

Tietoperustassa tutkitaan isoina aihe-alueina perehdyttämistä ja digitalisaatiota. Opinnäytetyön produkti eli video liittyy perehdyttämisen työnopastusosioon, joten työ on rajattu käsittelemään työnopastusta. Videokonsepti on suunniteltu CMB Ravintoloiden työntekijöille, joten työnopastus kohdistuu aikuisiin. Työnopastuksen tarkoitus on ohjeistaa työntekijälle oikeat toimintatavat turvallisuuden ja tehokkuuden parantamiseksi.

Jotta työnopastus olisi mahdollisimman tehokasta, on yrityksen huomioitava työntekijä yksilöllisenä oppijana. Työntekijät eivät kaikki opi samalla tavalla, vaan oppimistyyliä on monia kuten behavioristinen, kognitiivinen, humanistinen ja konstruktivinen oppimisnäkemys. Behavioristinen oppimisnäkemys on suorittamiskeskeinen oppimistyyli, missä koulutaja jakaa tietoa oppijalle, joka vastaanottaa sitä. Kognitiivinen oppimisnäkemyksessä oppija on itsenäinen toimija ja oppiminen tapahtuu kognitiivisten toimintojen kuten muistin ja ajattelun kautta. Tässä oppimistyyliä otetaan huomioon oppijan yksilöllisiä taipumuksia sisäistää ja käsitellä opittuja asioita. Humanistinen oppimisnäkemys puolestaan korostaa oppijan ja opettajan välistä vuorovaikutusta ja kokemusta. Tässä oppimistyyliä otetaan huomioon oppijan tarpeet biologiset, fyysiset, psyykkiset ja sosiaaliset tarpeet. Konstruktivisessa oppimisnäkemyksessä tiedon ja taidon sisäistäminen ja ymmärtäminen tapahtuvat ongelmatilanteita ratkottaessa. Tässä oppimisnäkemyksessä oppija on itse täysin vastuussa omasta oppimisestaan. (Kjelin & Kuusisto 2003, 40-44.)

Videon aiheeksi valitaan oluthanan puhdistuksen työnopastus, joten tämän työnopastuksen suullinen tieto ja taito siirrettiin digitalisoinnin avulla videoon. Digitalisointi on osa digitalisaatiota ja se on noussut tärkeäksi työkaluksi yrityksissä viime vuosikymmenen aikana ja sen tarkoitus on kehittää yrityksiä kilpailukykyisemmäksi teknologian avulla. Teknologian hyödyntämistä arvostavat erityisesti millennialit, jotka valtaavat työmarkkinat lähitulevaisuudessa.

Videoiden hyödyllisyyttä arvioidaan kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimusmenetelmän avulla ja kohderyhmäksi rajataan CMB Ravintolan työntekijät, sillä heille työnopastusvideo on tarkoitettu. CMB Ravintolan työntekijöistä valitaan perusjoukko ja kysely lähetetään vain muutamien CMB Ravintoloiden toimipisteisiin. Kysely toteutetaan kyselytutkimuksen muodossa ja apuna käytetään Webropol työkalua. Vastaukset annetaan nimettömästi ja kysely on suomenkielinen. Kyselyssä on yhteensä seitsemän kysymystä, joista neljä on avointa ja kolmeen kysymykseen annetaan vaihtoehdot. Kyselyn tarkoitus on myös tutkia oluthanan puhdistusvideon laatua ja onnistuneisuutta.

Tärkeimmät käsitteet opinnäytetyössä ovat *perehdytys*, *työnopastus*, *oppiminen*, *digitalisaatio* ja *millenniaalit*. *Perehdytyksen* tarkoitus on sopeuttaa uusi työntekijä osaksi työympäristöä, jotta työntekijästä tulee yritykselle tuottava voimavara. (Hokkanen ym. 2008, 62-63.) Uuden työntekijän on tutustuttava yrityksen liikeideaan, tavoitteisiin, työympäristöön, työtehtäviin ja työturvallisuuteen. *Perehdytys* on pitkä prosessi, johon liittyy monia tavoitteita ja toimenpiteitä ja *perehdytys* toteutetaan yrityksen työntekijöiden tarpeiden mukaan. (Kangas & Hämäläinen 2007, 2-3.) *Työnopastus* on osa *perehdytystä* ja sitä kautta uusi työntekijä tutustuu työnsä yksityiskohtiin kuten työtehtäviinsä, työympäristöönsä ja työvälineisiinsä. *Työnopastuksen* tavoite on varmistaa, että työntekijä oppii oikeat toimintatavat taatakseen työn turvallisuuden ja ergonomisuuden. (Eräsalo 2011, 67-68.) *Perehdytykseen* vaikuttaa suuresti *perehdyttäjän* ja myös *perehdytettävän* tapa oppia. *Perehdyttäjä* suunnittelee ja toteuttaa *perehdytyksen* usein aikaisempien tai oman kokemuksensa perusteella, vaikka *perehdytettävällä* voi olla erilainen tapa oppia. *Oppiminen* ja tiedon omaksuminen ovat oppijan omalla vastuulla olevia yksilöllisiä prosesseja. Ihminen prosessoii tietoja tiedostamatta ja tietoisesti ja kokoaa päässään näistä kokonaisuuksia, joita voi käyttää oikeissa tilanteissa. Aikaisempien tietojen ja kokemusten avulla ihminen tulkitsee ja soveltaa uusia tietoja ja kokemuksia. (Kokkinen, Rantanen-Väntsi, Tuomola & Breitenstein 2008, 10-12.)

Millenniaaleilla tarkoitetaan Y-sukupolvea, jotka ovat syntyneet 1980-luvun ja 2000-luvun välissä. Teknologian kanssa kasvanut sukupolvi valtaa muutamien vuosien sisällä 75 prosenttia työvoimasta maailmanlaajuisesti. *Millenniaalit* vaativat teknologian hyötykäyttöä erityisesti työmaailmassa. (Gutierrez 2016.) Nykypäivän digitaalisen teknologian hyötykäyttöä ja toimintamallien kehittämistä niiden avulla kutsutaan *digitalisaatioksi* business maailmassa. Tämän ilmiön avulla yritykset voivat tehostaa toimintaansa, vähentää kustannuksia ja parantaa tuloksia. (Gartner 2016.)

2 Perehdytys ja työnopastus

Perehdytyksen tarkoituksena on antaa kokonaisvaltainen kuva yrityksen liikeideasta, työyhteisöstä, toimintatavoista ja turvallisuudesta. Perehdytyksen suunnittelu ja toteutus riippuvat työyhteisöstä, tilanteista ja ihmisistä, joten perehdytyksen runko voi olla sama, mutta sitä muokataan tarpeen mukaan. Perehdytys sisältää laajan valikoiman toimenpiteitä ja tavoitteita. Konkreettisia materiaaleja kuten oppaita tai videoita voidaan käyttää tukemaan perehdytystä ja sen tavoitteita. (Kangas & Hämäläinen 2007, 2-3.)

2.1 Perehdytyksen merkitys ja tavoite

Eräsalon mukaan (2011, 60-61) monet yritykset antavat työn ohjata ja opettaa työntekijöitä; näin he mukautuisivat uuteen työympäristöönsä tekemällä. Usein työtehtävien tekeminen ja harjoittelu tuovat uusille työntekijöille varmuutta onnistumisien ja myös virheiden kautta. Kuitenkin uudet työntekijät tulkitsevat paljon ja tuovat aikaisempien työpaikkojen käytäntöjä mukanaan uuteen työpaikkaan ja nämä eivät välttämättä vastaa uuden yrityksen tavoitteita tai toimintatapoja. Perehdyttäminen alkaa jo uuden työntekijän rekrytoinnista ja perehdyttäminen jatkuu myös, kun uusi työntekijä on otettu vastaan työympäristöön. (Eräsalo 2011, 60-61.) Perehdytyksen dokumentointi eri vaiheissa takaa sen, että kaikki olennaiset asiat käydään läpi ja dokumentoinnin kautta voidaan myös selvittää mahdolliset puutteet perehdytyksessä. Yrityksissä voidaan esimerkiksi käyttää tarkistuslistaa, johon on kerätty työturvallisuuteen, työsuojeluun ja työhyvinvointiin liittyvät seikat. (Työterveyslaitos.)

Eräsalon (2011, 60-61) mukaan perehdytyksen päätavoitteena on ohjata ja kehittää työntekijän toimintatapoja ja tätä kautta vaikuttaa koko yrityksen tulokseen. Hokkanen, Mäkelä ja Taatila (2008, 62-63) ovat samaa mieltä Eräsalon (2011, 60-61) kanssa, että perehdyttämisen päätavoite on saada uusi työntekijä mukautumaan nopeasti osaksi tuottavaa työympäristöä. Työtehtävien ja tavoitteiden epäselvyys hidastaa ja häiritsee työntekijää keskittymään varsinaiseen työntekoon. Kankaan ja Hämäläisen (2007, 4-5) mukaan hyvän perehdytyksen ansiosta myös virheiden määrä vähenee eikä aikaa kuluteta niiden korjaamiseen. Nämä virheet voivat myös aiheuttaa onnettomuuksia tai tapaturmia, joten on tärkeää antaa tarvittavat perustiedot- ja taidot, jotta taataan turvallinen työskentely. Työturvallisuus on merkittävä osa työperehdytystä ja sitä pitää jatkuvasti tuoda esille työyhteisössä, jotta vanhatkaan työntekijät eivät unohda sen tarpeellisuutta.

Kjelin ja Kuusisto (2003, 20-22) tuovat esille, että perehdytys voidaan nähdä myös kilpailuetuna. Työpaikalla tapahtuvien virheiden vahingollisuus kohdistuu myös yrityksen tuottavuuteen. Huonosti perehdytetty työntekijä voi toiminnallaan hidastaa prosessien sujuvuutta, joka voi aiheuttaa aikataulujen viivästymisen. Erityisesti asiakkaiden kanssa tapahtuvat virheet voivat johtaa suoriin kustannusmenetyksiin esimerkiksi reklamaatiotilanteissa. Suorat perehdyttämiseen liittyvät kustannukset voidaan nähdä investointina, sillä ne poistavat virheistä koituvia kustannuksia. Virheiden takia asiakkaiden menetys voi johtaa yrityksen maineen huonontumiseen. On muistettava, että uuden asiakkaan hankkiminen on aina kalliimpaa, kun vanhan asiakassuhteen säilyttäminen ja vaaliminen. (Kjelin & Kuusisto 2003, 20-23.)

Yrityksen suhtautuminen uuteen työntekijään ja työperehdytykseen vaikuttaa uuden työntekijän päätökseen haluaako hän jatkaa työpaikassa vai ei. Yrityksen positiivinen asennoituminen on hyvä työkalu vahvistaa uuden työntekijän yhteenkuuluvuuden tunnetta työyhteisössä ja työmotivaatiota. Työmotivaatio on yksi tekijöistä, jotka vaikuttavat työntekijöiden poissaolojen määrään ja vaihtuvuuteen. (Kangas & Hämäläinen 2007, 2-3.) Myös Eräsalo (2011, 60-61) kokee myönteisen asennoitumisen osaksi perehdytystä ja sen avulla uusi työntekijä sitoutetaan yritykseen ja sen tavoitteisiin.

Hokkasen ym. (2008, 34) näkemyksen mukaan motivoitunut työntekijä on valmis tekemään enemmän töitä tuntimäärällisesti ja myös pyrkii laadukkaaseen työnjälkeen. Jos työmotivaatio on hukassa, silloin yksinkertaisetkin työtehtävät saattavat tuntua raskailta. Kjelin ja Kuusisto (2003, 21) yhtyvät mielipiteeseen motivaation tärkeydestä ja siihen, miten perehdyttäminen vaikuttaa motivaatioon. Jos perehdyttämisessä keskitytään työnlaatuun ja annetaan yhteiset laatustandardit kaikille työntekijöille, niin silloin myös uusi työntekijä on motivoitunut saavuttamaan yhteiset tavoitteet.

Perehdytyksen laajuus ja syvyys riippuvat työntekijän työsuhteen pituudesta yrityksessä. Lyhyemmissä työsuhteissa esimerkiksi viikon tai kuukauden kestävässä, perehdytyksessä kannattaa pitäytyä perusasioissa. Tärkeimmät asiat tällaisessa perehdyttämisessä ovat työympäristön esittely, poissaolot, työajat ja tiivistetty työnopastus (koneet, työturvallisuus, menetelmä). Työntekijälle tueksi voi antaa materiaaleja, esimerkiksi oppaan, josta löytyvät tärkeimmät tiedot yrityksestä ja sen toimintatavoista. Olemassa olevat työntekijät ovat hyvä resurssi perehdyttämisessä ja se auttaa myös heitä valmistautumaan uuden työntekijän vastaanottoon. Hyvä tapa on määrätä työpari uudelle työntekijälle henkilöstöstä. Pitkäaikaisessa tai vakinaisessa työsuhteessa työntekijän perehdytys on perusteellisempaa ja syvempää ja siihen kannattaa yrityksen käyttää aikaa. Vakinaisessa työsuhteessa on

myös huomioitava, että perehdytys on jatkuvaa, jos esimerkiksi laitteisto tai toimintatavat muuttuvat. (Lahden ammattikorkeakoulu 15-16.)

2.2 Työturvallisuuslaki

Suomen laissa määrätty Työturvallisuuslaki 23.8.2002/738 on suunniteltu parantamaan työympäristöä ja työolosuhteita. Lain tarkoitus on vähentää ja/tai poistaa työtapaturmia, ammattitauteja ja muita haittoja, jotka kohdistuvat työntekijän fyysiseen tai henkiseen terveyteen. Työturvallisuuslain mukaan työnantajan täytyy antaa työntekijöille kaikki tarvittavat tiedot ja taidot liittyen työympäristöön ja työntekoon. Työ- ja tuotantomenetelmät, työvälineet ja niiden turvallinen käyttö ja työolosuhteet täytyy ottaa huomioon perehdyttämisessä. Opetus ja ohjaus annetaan säätö-, puhdistus- ja korjaustöiden sekä häiriö- ja poikkeustilanteiden takia. Työn haittojen ja vaarojen välttämiseksi perehdytys täytyy olla perusteellinen ja sitä täydennetään tarvittaessa. Laki on tarkoitettu sovellettavaksi työsopimuksen perusteella tehtäviin töihin ja virkasuhteisiin. Laki käsittelee työnantajan ja työntekijän velvollisuuksia ja myös muita työympäristöön ja työhön liittyviä säädöksiä. Pykälästä 14 löytyy neljä määräystä liittyen työntekijöille annettavaan opetukseen ja ohjaukseen.

1) työntekijä perehdytetään riittävästi työhön, työpaikan työolosuhteisiin, työ- ja tuotantomenetelmiin, työssä käytettäviin työvälineisiin ja niiden oikeaan käyttöön sekä turvallisiin työtapoihin erityisesti ennen uuden työn tai tehtävän aloittamista tai työtehtävien muuttuessa sekä ennen uusien työvälineiden ja työ- tai tuotantomenetelmien käyttöön ottamista;

2) työntekijälle annetaan opetusta ja ohjausta työn haittojen ja vaarojen estämiseksi sekä työstä aiheutuvan turvallisuutta tai terveyttä uhkaavan haitan tai vaaran välttämiseksi;

3) työntekijälle annetaan opetusta ja ohjausta säätö-, puhdistus-, huolto- ja korjaustöiden sekä häiriö- ja poikkeustilanteiden varalta; ja

4) työntekijälle annettua opetusta ja ohjausta täydennetään tarvittaessa.

2.3 Perehdytysprosessi

Hokkanen ym. (2008, 64) jakavat perehdyttämisen neljään osaan, joka muodostaa perehdyttämisen prosessin. Nämä neljä osaa ovat: ennen töiden aloittamista, ensimmäinen päivä, ensimmäinen viikko ja kolme kuukautta. Lopuksi seuraa myös perehdytyksen lopetus. Perehdyttämisen prosessi ei välttämättä aina kestä näin kauaa, jos työntekijän työsuhte on lyhytkestoinen. Toisin kuin Hokkanen ym. (2008, 64) Työterveyslaitos jakaa perehdytyksen

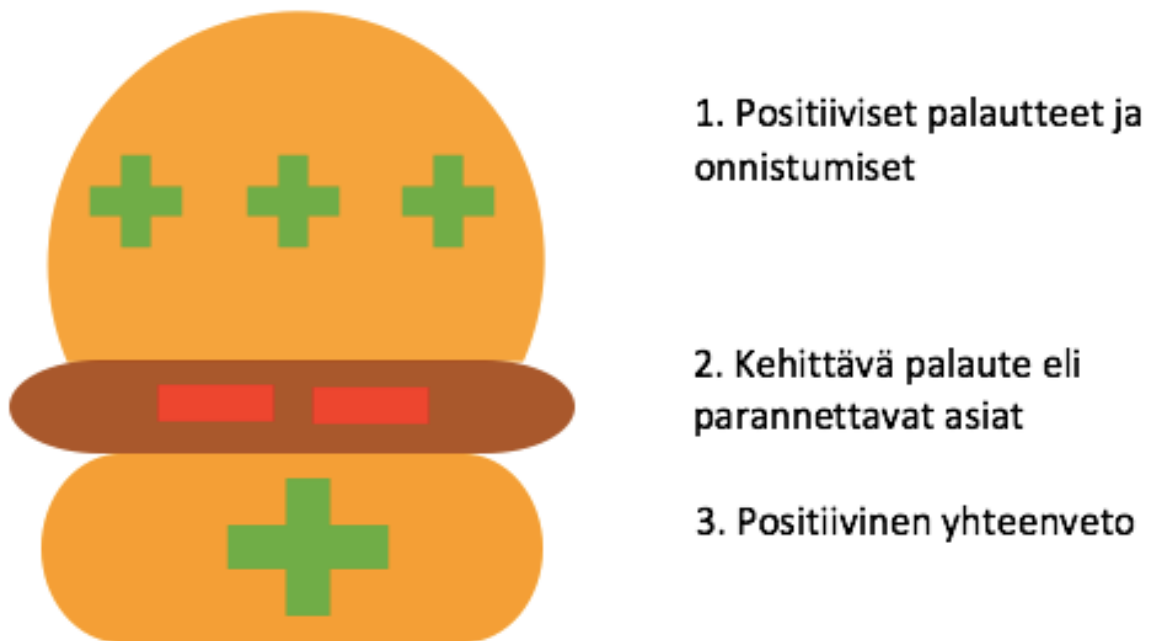
seitsemään eri vaiheeseen, johon kuuluu perehdytyksen suunnittelu, lähtötilanteen kartointus, perehdytys työpaikalla, työnopastus, itsenäinen työskentely, oppimisen varmistaminen ja lisäperehdytyksen tarpeen arviointi, perehdytysprosessin kehittäminen.

Hokkasen ym. (2008, 64-65) kehittämä perehdyttämisen prosessi alkaa jo ennen kuin uusi työntekijä astuu taloon. Alkuvaiheessa vastuu uuden työntekijän perehdyttämisestä on esimiehen. Esimies hoitaa kaikki hallinnolliset asiat kuten työsopimukset ja palkanmaksun järjestelyt, työtilojen ja työvälineiden hankkimisen uudelle työntekijälle ja myös työtehtävien ja -tavoitteiden suunnittelun. Esimies voi jakaa vastuuta jollekin vanhalle työntekijälle ja nimetä kummin uudelle työntekijälle. Innostunut uusi työntekijä motivoituu enemmän, jos kaikki asiat ovat hoidettu, kun hän saapuu työpaikalle. Myös vastaanottoa kannattaa suunnitella esimerkiksi tekemällä 'tervetuloa taloon' paketti, sillä tätä kautta uusi työntekijä saadaan sopeutumaan työyhteisöön paremmin ja nopeammin. (Hokkanen ym. 2008, 64-65.) Myös Psyconin seniorikonsultti ja rekrytointipalveluiden vastuukonsultti Calonius (2013) painottaa, että onnistuneen perehdytyksen ensiaskel on valmistautua uuden perehdytettävän tulon huolella. Näin varmistetaan, että perehdytys alkaa positiivisella otteella ja pätevä perehdyttäjä pystyy kokoamaan koko perehdytyksen kokonaisuudeksi, jonka uusi työntekijä voi omaksua. (Psycon 2013.)

Ensimmäinen työpäivä ei yleensä kestä koko päivää ja se käytetään perehdyttämiseen eikä itse työntekoon. Esimiehen tapaaminen päivän aluksi olisi tärkeää, mutta sen jälkeen esimies voi siirtää vastuun perehdyttämisestä ennalta määrätyleisille kummille. Ensimmäisenä päivänä tutustutaan työympäristöön, työtehtäviin ja kollegoihin. Myös tulevan perehdytysjakson sisältö kannattaa esitellä uudelle työntekijälle, jotta hän tietää mitä on odotettavissa. Jotta uusi työntekijä sopeutuisi myös työympäristön sosiaaliseen puoleen, on hyvä, että hänelle esitellään työpaikan harrastusmahdollisuudet ja sosiaaliset tapahtumat. Kun uusi työntekijä lähtee työpaikalta, hänen täytyy tietää reitti työpaikalle seuraavana aamuna ja mitä tulisi odottaa seuraavalta päivältä. (Hokkanen ym. 2008, 65.)

Hokkasen ym. (2008, 66) mielestä ensimmäisellä työviikolla olisi tärkeää, että työntekijä pääsisi kunnolla tekemään työtehtäviin ja samalla verkostoitumaan työympäristössään. Tällä viikolla päävastuu perehdyttämisestä jakautuu kummille ja perehdytettävälle. Kummin tulee suunnitella ja toteuttaa työnopastus ja myös mahdollistaa tarvittavat koulutukset. Perehdytettävän täytyy myös kantaa vastuu omasta oppimisestaan ja kehittymisestään. Tähän liittyy työtehtäviin tarttuminen, kysymysten esittäminen ja avun pyytäminen ongelma-tilanteissa. Kummin roolina on myös toimia perehdyttäjän esittelijänä esimerkiksi viikoittaisissa työ- ja sosiaalisissa tapaamisissa. (Hokkanen ym. 2008, 66.)

Ensimmäisen viikon jälkeen olisi hyvä järjestää palautekeskustelu esimiehen, kummin ja uuden työntekijän kesken. Tässä tapaamisessa perehdytettävä voi antaa palautetta perehdytyksestä ja myös kysyä kysymyksiä, joita on tullut mieleen viikon aikana. Perehdytettävä saa myös itse palautetta omasta toiminnastaan ja kehityksestään. Näillä ohjeilla perehdytys voi jatkua parempana, kun tiedetään minkälaisia odotuksia ja toiveita molemmilla osapuolilla on perehdytyksen suhteen. (Hokkanen ym. 2008, 66.) Kupias ja Peltola (2009,138) tuovat esille, että palautteen antaminen perehdytysprosessin aikana on edellytys perehdytettävän toiminnan kehittämiseksi. Rehellinen, yksilöity, konkreettinen ja perusteltu palaute auttaa perehdytettävää kiinnittämään huomiota puutteisiin ja korjattaviin kohtiin omassa toiminnassaan. Palautteen rakentamisessa ja antamisessa voi käyttää esimerkiksi hampurilaispalautetta (kuvio 1). Tässä on tarkoituksena ensin kertoa positiiviset seikat ja onnistumiset liittyen työntekijän työntekoon, sen jälkeen kerrotaan kehittävä palaute, jossa käydään läpi parannettavat asiat. Lopuksi tehdään positiivinen yhteenveto työntekijän työnteosta, jotta negatiivinen palaute ei jää viimeiseksi asiaksi palautteenannossa. Tällä tavalla varmistetaan, että työntekijälle jää keskustelusta positiivinen kuva. (Kupias & Peltola 2009, 138.)



Kuvio 1. Hampurilaispalaute (mukaillen Kupias & Peltola 2009)

Kolmen kuukauden aikana tavoite on antaa tarvittavat materiaalit ja ohjeistukset, jotta perehdytettävä voi omatoimisesti tutustua työpaikkaansa ja työtehtäviinsä. Perehdyttämisen tueksi voi esimerkiksi käyttää perusteellista tarkistuslistaa, josta perehdytettävä voi seurata mitä kaikkea hänen tulisi käydä läpi kolmen kuukauden aikana. Kummi voi tukea ja kannustaa uutta työntekijää perehdyttämisen edetessä, mutta kuitenkin päävastuu kehittämisestä on perehdytettävällä itsellään. Kolmen kuukauden jälkeen perehdytettävän tulisi tietää mahdollisimman monipuolisesti organisaatiosta ja varsinkin omista työtehtävistään ja tavoitteistaan. (Hokkanen ym. 2008, 67.) Tämä kolme kuukautta on yleensä koeaika, joka on mahdollisuus myös työntekijälle pohtia, onko työ ja yritys sopiva ja tarpeeksi kiinnostava. (Psycon 2013.)

Perehdyttämisen loppuvaiheessa on myös tärkeää päättää prosessi yhteisellä tapaamisella esimiehen, kummin ja uuden työntekijän kesken. Tässä tapaamisessa esimies ja kummi voi analysoida perehdytettävän kehitystä ja antaa mahdollisia kehitystarpeita. (Hokkanen ym. 2008, 69.) Tässäkin keskustelussa voidaan hyödyntää hampurilaispalaletta (kuvio 1). (Kupias & Peltola 2009, 138.) Näiden neuvojen avulla työntekijällä on vielä selkeämpi kuva mitä häneltä odotetaan tulevaisuudessa ja minkälainen rooli hänellä on organisaatiossa. On tärkeää, että myös perehdytettävän ideat, mielipiteet ja mahdolliset kysymykset otetaan huomioon. Perehdytettävä on ollut osa organisaatiota vasta hetken ja näkee asiat ulkopuolisen silmin. Hänen ideansa voivat olla kultakaivos yritykselle ja viedä yritystä eteenpäin kohti menestystä. Perehdytettävä myös sitoutuu vielä enemmän yritykseen, jos hänen mielipiteitään kuunnellaan ja arvostetaan. (Hokkanen ym. 2008, 69.)

2.4 Työnopastus

Työnopastukseen kuuluu yksityiskohtien selvittäminen liittyen työtehtäviin, työväliseisiin ja työympäristöön. Yrityksen on ohjeistettava työntekijälle oikeat toimintatavat, jotka ovat turvallisia ja työergonomisia. Työnopastukseen kuuluu osana myös harjoittelu, jotta työntekijä sisäistää oikeat toimintatavat ja jatkossa ne lähes automatisoituvat. Uusia asioita oppiessa kaikki ylimääräinen materiaali kuten ohjeet ja kuvat auttavat työntekijää hahmottamaan oppimaansa. Näihin konkreettisiin materiaaleihin työntekijä voi myös myöhemmin palata. (Eräsalo 2011, 67-68.)

Eräsalo (2011, 67-68) huomauttaa, että työnopastus ei liity pelkästään uusien työntekijöiden perehdytykseen. Työnopastusta tarvitaan myös silloin, kun jokin asia on uusi työntekijälle. Tähän liittyy uusien laitteiden tai aineiden käyttö tai jos työtehtävät tai menetelmät muuttuvat yrityksessä. Jos huomataan, että henkilöstö laiminlyö turvallisuusmääräyksiä tai poikkeaa sovitusta toimintatavoista, niin silloin esimiehen täytyy antaa työnopastusta.

Työntekijät jotka palaavat pitkiltä vapailta tai poissaolon jälkeen tarvitsevat työnopastusta tai vanhojen asioiden kertausta. Työnopastusta toimii yrityksissä ennaltaehkäisevänä työsuojeluna, sillä se vähentää tai jopa poistaa vaaroja ja haittoja. (Eräsalo 2011, 67-68.)

Kaikkein hankalinta työnopastuksessa on räätälöidä se uuden työntekijän tarpeisiin sopivaksi. Valmiiksi suunniteltu malli tai kaava ei päde jokaisessa opastustilanteessa, sillä opastettavat ovat kaikki erilaisia. Työnopastusta pitää soveltaa ja sen kautta saada mahdollisimman tehokkaat tulokset. Jokaisella uudella työntekijällä on erilainen työ- ja koulutushistoria ja sieltä jo opitut taidot, jotka pitää ottaa huomioon. Yritys saa selville parhaiten uuden työntekijän tiedot ja taidot tutustumalla opastettavaan perehdytysprosessin aikana. Konkreettisten tietojen ja taitojen lisäksi on ymmärrettävä opastettavan fyysiset ja psyykkiset ominaisuudet opastettavassa. Joku saattaa olla erittäin aktiivinen ja rohkea ja toinen taas on arka ja hiljainen. Näihin ominaisuuksiin liittyy myös oppimistyyli. Oppimistyyliä ovat näkeminen, kuuleminen ja tekeminen. Parantaakseen tehokkuutta työnopastuksessa, opastajan täytyy tunnistaa, minkälainen oppimistyyli opastettavalla on. Myös työmotivaatio ja asenteet vaikuttavat työnopastukseen. Motivoitunutta ja positiivista opastettavaa on helppo ohjata ja kannustaa, mutta opastajan täytyy myös varautua siihen, että työmotivaatio ei olekaan korkea ja asenteet ovat negatiivisia. Kulttuurilliset erot täytyy myös huomioida. Haastavinta ja myös tärkeintä on yhteisen kielen löytäminen. Havainnollistavat materiaalit kuten videot tai kuvat ovat hyvä lisä opastuksessa. (Kangas & Hämäläinen 2007, 13-14.)

Kangas ja Hämäläinen (2007, 13-15) kuvaavat työnopastusta viiden askeleen avulla. Ensimmäinen askel on opastustilanteen aloittaminen, toinen on opetus, kolmas on mielikuva-harjoittelu, neljäs on taidon kokeilu ja harjoittelu ja viides opitun varmistaminen. Näiden askelten suunnittelun ja toteuttamisen avulla työntekijät oppivat toimintatavat heti oikein. Tuloksena työn laatu ja tehokkuus paranevat. Myös Eräsalo (2011, 68) luettelee viisi työnopastuksen vaihetta. Vaiheiden avulla opastettava rakentaa itselleen työn sisäinen mallin opittavasta asiasta.

Hyvä työnopastus vaiheittain (Eräsalo 2011, 68):

1. Opastettavalle selitetään ja kuvataan työ tai tehtävä. Asetetaan tavoitteet ja välitavoitteet.
2. Opastaja näyttää työn, selostaa sanallisesti mitä tekee ja perustelee miksi niin tekee.
3. Opastettava harjoittelee ja samalla kuvailee mitä tekee. Opastaja antaa opastettavan itse yrittää, mutta neuvoo tarvittaessa ja kertoo ohjeita.
4. Kannustava palaute ja arviointi.
5. Opastettava suorittaa itse. Arviointi ja palaute. Opastustilanteen päättäminen

2.5 Aikuisen oppiminen

Ihminen tulkitsee ja arvioi jatkuvaa tiedon tulvaa tietoisesti ja tiedostamatta. Ihminen myös kokoaa päässään oppimistaan tiedoista ja taidoista kokonaisuuksia, jotta hän voi käyttää oikeita tietoja ja taitoja oikeissa tilanteissa. Myös aikaisempien tietojen ja kokemusten avulla ihminen tulkitsee ja soveltaa uutta tietoa. (Kokkinen ym. 2008, 10-12.)

Kjelinin ja Kuusiston (2003, 38) näkemyksen mukaan oppiminen on usein perehdyttämisen ytimessä. Yrityksissä vallitsee usein samankaltainen oppimisympäristö ja tavat jokaisessa yrityksen osassa, sillä oppimisen kautta jaetaan tietoa eteenpäin ja kehitetään osaamista. Perehdyttäjä, jolla ei ole tietoa ihmisten oppimisesta perustaa usein tietonsa aikaisempien henkilökohtaisten kokemustensa varaan. Nämä kokemukset voivat liittyä omiin oppimistapoihin, jotka voivat juontaa juurensa jopa koulunpenkille asti. (Kjelin & Kuusisto 2003, 38.)

Kupias ja Peltola (2009,126) tuovat esille oppimista edistäviä tekijöitä oppimiskukan avulla (kuva 1). Kupias ja Peltola (2009, 127) ovat samaa mieltä Kjelinin ja Kuusiston (2003,38) kanssa siitä, että aikaisemmat kokemukset ja osaamiset ovat yksi tekijä, joka vaikuttaa perehdyttäjään ja perehdytettävän oppimiseen ja sitä kautta perehdytyksen tehokkuuteen. Aikaisemmat kokemukset ja niistä saatu vanha tieto pitäisi ottaa huomioon, jotta vanhan tiedon linkittäminen uuteen tietoon olisi helpompaa perehdytettävälle. (Kupias & Peltola 2009,127.) Oppimiseen vaikuttaa myös asenteet ja roolit, sosiaalinen vuorovaikutus oppimistilanteessa ja opitun asian ymmärtäminen. Asenteisiin ja koettuihin rooleihin oppimistilanteessa oppijaa ohjaa myös arvot ja asenteet, jotka ovat vallassa hänen omassa elinympäristössään. (Kokkinen, ym. 2008, 12-14.) Kuten Kokkinen ym. (2008, 12-14) tuovat esille, että opitun asian ymmärtäminen on edellytys oppimiselle, niin Kupias ja Peltola (2009, 131) huomauttavat, että opitun asian jäsentely kokonaisuuksiin on yhtä tärkeää.



Kuvio 2. Oppimiskukka (mukaillen Kupias & Peltola 2009)

Sosiaalinen vuorovaikutus opettajan ja oppijan välillä voi luoda parhaimmillaan positiivisen ja avoimen ilmapiirin oppimiselle, mutta silti oppija on itse vastuussa omasta oppimisestaan. Varsinkin aikuisten kanssa toimimisessa opettaja ei voi pakottaa oppimaan, joten tiedon omaksuminen ja sen ymmärtäminen ovat oppijan vastuulla. Jotta opittua tietoa voi hyödyntää ja soveltaa parhaimmalla mahdollisella tavalla, on oppijan sisäistettävä se. (Kokkinen ym. 2008, 12-14.) Järvinen, Koivisto ja Poikela (2000, 103) kuvaavat myös kirjassaan oppimisprosessia autonomiseksi ja sosiaaliseksi. He ovat samaa mieltä Kokkisen ym. (2008, 12-14) kanssa siitä, että oppijaa ei voi pakottaa vaan oppiminen on autonomia eli opittavan asian sisäistämistä ja toimintaansa oppija kontrolloi itse. Kupias ja Peltola (2009, 136-141) kuvaavat ilmapiirin, vuorovaikutuksen ja palautteen osaksi oppimiskukkaa (kuvio 2). Perehdytystä voidaan tehostaa keskustelevalle ja kuuntelevalle vuorovaikutuksella ja ohjaamisella. Oppimista tehostaa perehdytettävän ja perehdyttäjän tasa-vertainen dialogi, jossa ratkotaan ongelmat yhdessä. (Kupias & Peltola 2009, 136-141.) Järvinen ym. (2000, 103) tuovat myös esille, että oppimiskokemus on sosiaalinen myös siinä mielessä, että työntekijät saattavat käsitellä oppimaansa yhdessä. Itse toiminta tai tekeminen ei tuota oppimista, vaan omien kokemusten jakaminen ja oman toiminnan reflektointi muiden työntekijöiden kanssa tukee oppimisprosessia. (Järvinen ym. 2000, 103.)

Ihminen vastaanottaa informaatiota erilaisilla havaintovälineillä ja aistimilla kuten näön, kuulon, maun tai tunnon kautta. Informaatiosta tulee tietoa vasta silloin, kun se tiedostetaan ja se koetaan merkittäväksi. Vaikka tieto koetaan merkittäväksi se ei välttämättä tarkoita sitä, että oppimista tapahtuisi. Oppiminen tapahtuu usein sosiaalisissa tilanteissa, joissa oppija kokee, että kyseinen opittava tieto on toiselle henkilölle tärkeä ja siitä syntyvä kiinnostus johtaa perehtymiseen ja oppimiseen. (Järvinen ym. 2000, 70-71.) Myös Kjelin ja Kuusisto (2003, 39) tunnistavat, että oppiminen tapahtuu usein vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa. Saman aikaisesti oppiminen myös laajentaa yksilön ajatusmalleja ja kehittää ymmärrystä.

Kjelin ja Kuusisto (2003, 40) tuovat esille behavioristinen tavan, joka on yksi käytetyimmistä metodeista perehdytyksessä. Yksinkertaisimmillaan selitettynä kouluttaja jakaa tietoa oppijalle, joka vastaanottaa sitä. Tässä tavassa ei oteta huomioon oppijan henkilökohtaisia oppimistapoja vaan perehdytyksessä korostetaan perehdytyksen suunnitelmaa ja tavoitteita. Toiselta nimeltään behavioristista mallia voidaan kutsua myös suorittamiskekseksi oppimiseksi, sillä kouluttaja on tässä mallissa keskittynyt tarkkailemaan käyttäytymistä, lopputulosta ja sitä miten oppija reagoi kokemaansa. Järvinen ym. (2000, 83-84) esittelevät myös behavioristisen suuntauksen, jonka ydin on, että oppija sopeutetaan ja sopeutuu uuteen ympäristöön ehdollistamisen avulla ja oppii sitä kautta. Tässä suuntauksessa oppija oppii ärsykkeen ja reaktion välisen suhteen avulla ja tätä kaavaa toistetaan, kunnes siitä tulee sisäinen malli.

Kognitiivinen oppimisenäkemyks korostaa erityisesti sitä, että oppija on itsenäinen toimija, jonka oppiminen tapahtuu kognitiivisten toimintojen kuten muistin ja ajattelun kautta. Tällaisessa oppimistilanteessa havaintaan erityisesti, miten oppija käsittää ja sisäistää opittavat asiat. Perehdytyksessä on tärkeää antaa kokonaisvaltainen kuva yrityksen toiminnasta, jotta koulutettava voi tehdä opittavista asioistaan kokonaisuuksia ja yhdistää niitä yritykseen. (Kjelin & Kuusisto 2003, 41.) Järvinen ym. (2000, 86-87) tukevat Kjelinin ja Kuusiston näkemystä kognitiivisesta oppimiskäsityksestä ja siitä, että se korostaa oppijaa yksilönä. Oppimiseen liittyy myös kognitiivisen näkemyksen mukaan vahvasti aikaisemmat kokemukset, jo olemassa olevat sisäiset mallia, aikaisempi tieto ja henkilökohtainen oppimistapa.

Kjelin ja Kuusisto (2003, 41) ja Järvinen ym. (2000, 91-92) tuovat kaikki esille humanistisen oppimisenäkemyksen, joka perustuu oppijan ja opettajan väliseen vuorovaikutukseen ja kokemukseen. Kjelin ja Kuusisto (2003, 41) sanovat, että motivaatio, tarpeet ja arvot kuuluvat vahvasti humanistiseen käsitykseen. Perehdyttäminen antaa pohjan tulevalle oppimiselle, mutta todellinen muutos syntyy, kun oppija pääsee tekemään ja toteuttamaan

oppimaansa. Oppijalle syntyy sykli, jossa ensin saadaan ajatusmalli, jota sitten testataan ja kokeillaan käytännössä ja sen jälkeen kokemusta pohditaan ja muokataan ja siitä saadaan taas uusi parannettu ajatusmalli. Järvinen ym. (2000, 92) tarkastelevat humanistista oppimisenäkemyksestä psykologiselta kannalta siten, että oppijan ensisijaiset tarpeet (biologiset, fyysiset, psyykkiset ja sosiaaliset) on tyydytettävä ensin ja sen jälkeen oppija pystyy tyydyttämään itsensä toteuttamisen tarvetta. Perehdyttämisessä humanistinen lähestymistapa antaa oppijalle työkaluja ja toimintatapoja, jotta yksilö voi muokata omat käsityksensä toiminnaksi tai muokata olemassa olevaa toimintaansa uusien mallien kautta. Kupiaksen ja Peltolan (2009, 126-129) oppimiskukassa tuodaan esille oppimistarpeet ja –tavoitteet ja myös motivaatio (kuvio 2). Oppimiskukassa tuodaan esille perehdytettävän omia oppimistarpeita ja –tavoitteita ja myös yrityksen tavoitteita ja niiden kytkemistä yhteen. Yrityksen ja työntekijän asettamat yhteiset tavoitteet voivat motivoida ja edistää oppimista, sillä ne sitouttavat työntekijää yritykseen. Motivaatio sisältää asiat kuten tekemisen tärkeyden itselle, onnistumisen todennäköisyyden ja tekemisestä saadun ilon suuruuden. Näiden asioiden vahvistaminen ylläpitää motivaatiota. (Kupias & Peltola 2009, 126-129.)

Viimeisenä oppimisenäkemyksenä Kjelin ja Kuusisto (2003, 43-44) tuovat esille konstruktivistisen suuntauksen. Oppimistilanteessa tiedon sisäistäminen ja ymmärtäminen tapahtuvat ongelmatilanteita ratkottaessa ja myös vuorovaikutustilanteissa. Oppija käsittelee tietoja henkilökohtaisesti, tilannekohtaisesti ja subjektiivisesti ja siksi oppija on kokonaan vastuussa omasta oppimisestaan. Kuitenkin oppimista tukee ulkopuolelta saatavat tuet tietokokonaisuuksien jäsentelyyn ja pohdintaan. Kokonaisuuksien hallinta on perehdyttämisessä tärkeämpää kuin yksityiskohtien hiominen. Järvinen ym. (2000, 88) korostavat konstruktivismissa erityisesti oppijan ja opettajan välistä vuorovaikutusta ja sen vuoksi oppiminen on riippuvainen tästä kanssakäymisestä. Järvinen ym. (2000, 89) tuovat esille myös eksperimentelismen, joka puolestaan keskittyy siihen, että oppiminen tapahtuu ongelmatilanteiden kautta.

Yksilön oppimiseen vaikuttavat monet tekijät ja yksi niistä vaikuttavista tekijöistä ovat havaintokanavat eli aistikanavat. Nämä kanavat ovat visuaalinen havaintokanava, auditiivinen havaintokanava ja kinesteettinen havaintokanava. Vaikka oppijan vahvuus olisikin visuaalisuus, se ei tarkoita sitä, että oppija ei oppisi muiden havaintokanavien kautta ollenkaan. Visuaalinen havaintokanava perustuu näköaistiin ja sen kautta oppija oppii näkemällä ja näkömielikuvilla. Tätä oppimistyyliä tukevat erilaiset konkreettiset materiaalit kuten videot, kuvat, taulukot tai kaaviot. Erilaisten visuaalisten keinojen kuten värien ja muistiinpanojen käyttö tukee oppimista. Auditiivinen havaintokanava perustuu kuuloaistiin, jolloin kuuleminen, äänet ja keskustelu ovat tärkeitä oppijalle. Tallaiselle oppijalle muistiinpa-

nojen tekeminen kuuntelemisen aikana saattaa olla haitaksi. Kuuntelemisen jälkeen keskustelu aiheesta muiden kanssa vahvistaa oppimista. Äänet ja rytmit (musiikki) saattavat tukea myös oppimisprosessia. Kinesteettinen havaintokanava perustuu tuntoaistiin, liikkeisiin ja tunteisiin. Oppijalle on tärkeää kokeminen, tekeminen, liike, lihasmuisti ja tunnistelu. Havaintomateriaalit, joissa oppija pystyy tekemään tai kokeilemaan asioita usein vahvistavat oppimista. Myös oppimisen aikana koettu tunnelma eli ”fiilis” vaikuttaa oppimiskemukseen, joten oppimisympäristö täytyisi olla mieluinen oppijalle. (Erialaisten oppijoiden liitto.)

3 Digitalisointi ja videot nykypäivän työympäristössä

Digitalisaatiolle ei ole tarkkaa määritelmää, sillä se on noussut esille vasta viime vuosikymmenen aikana. Digitalisaatiota voisi kuvata ilmiönä, jossa kehittyntä digitaalista teknologiaa käytetään mahdollisimman tehokkaasti hyödyksi liikemaailmassa. Digitalisaation myötä yritykset voivat harkita erilaisten teknologisten työkalujen hyödyntämistä parantaakseen toimintaprosesseja ja tiedon kulkua. (Irniger 2017.) Digitalisaatiota voidaan myös kuvata digitalisoinnin kautta. Nykyään yritykset digitalisoivat monia liiketoimintaprosessejaan, palveluitaan, asioita ja esineitä. Esimerkiksi ennen myytiin äänilevyjä, siitä nämä kehittyivät CD-levyiksi ja nyt ollaan päästy suoratoistopalveluihin. (Ilmarinen & Koskela 2015.)

Myös Arora (2018) on samaa mieltä Irnigerin (2017) kanssa siitä, että digitalisaation avulla yritykset voivat tehdä asioita paremmin, nopeammin ja halvemmin. Suunnitelmallisen digitaalisten työkalujen käytöllä voidaan uudistaa prosesseja, parantaa laatua ja edistää johdonmukaisuutta. Digitalisaation hyödyt eivät kuitenkaan liity pelkästään yritysmaailmaan. Digitaalisilla ratkaisuilla voidaan pelkistää ja tehostaa maan turvallisuus- ja tiedustelujärjestelmiä, parantaa taloutta ja infrastruktuuria, helpottaa vientiä ja tuontia maailmanlaajuisesti ja parantaa julkisia ja yksityisiä palveluita. Digitalisaation avulla pystytään kitkemään paremmin myös rahanpesua ja väärinkäytöksiä kuten petoksia. (Arora 2018.)

Digitalisaatiota pystytään tarkastelemaan eri tasoilla. Yrityksen tasolla digitalisaatio voi aiheuttaa muutoksen yrityksen strategioissa, tuotteissa/palveluissa, toimintamalleissa ja osaamisessa. Muutoksen, jonka digitalisaatio voi aiheuttaa yrityksissä, voi olla passiivista tai aktiivista. Yritys voi passiivisesti muuntautua toimintaympäristön mukana tai aktiivisesti etsiä kilpailukykyisiä toimintamalleja digitalisaation kautta. (Ilmarinen & Koskela 2015.) Ruukonen (2016) tuo esille, että mitä enemmän yrityksen digitalisoituvat, sitä enemmän he myös kiinnittävät huomiota työnhakijoiden digitaaliseen osaamiseen. Työnhakijat, jotka hallitsevat digitaalisen liiketoiminnan pystyvät käyttämään tätä omana valttikorttinaan. (Ruukonen 2016.)

Monet yritykset pitävät tällä hetkellä digitaalisuutta ainoastaan työkaluna ja esimerkiksi digitaaliset palvelut eivät korvaa oikeita palveluita. Digitaalisuutta käytetään enemmän prosessien tehokkuuden parantamiseen ja helpottamiseen. Yritykset, jotka kokeilevat miten digitaalisuutta voitaisiin käyttää hyödyksi, ratsastavat digitaalisuusilmiön harjalla ja hyödyntävät myös innovatiivisuutta ja luovuutta. Kuitenkin mitä pidemmälle mennään, sitä enemmän palvelut, tuotteet ja muut vastaavat digitalisoituvat ja tämä ilmiö voi korvata kokonaisia prosesseja tai sen yksittäisiä vaiheita yrityksissä. (Ruukonen 2016.) Myös IBM:n

toimitusjohtaja Haukkovaara (Digitalist Network) painottaa, että digitaalisuus on vain yksi työkalu muiden joukossa eikä siihen saa tukeutua täysin. Yritysten on pysyttävä muuntautumiskykyisenä ja määriteltävä toimintansa arvojen kautta eikä yksittäisten tuotteen tai palvelun. Yritykset voivat saavuttaa kilpailuetua sillä, että ne kykenevät uudistamaan toimintaa soveltamalla digitaalisuuden tuomia uusia etuja ja samalla pitämään yrityksen ydinperiaatteet ja arvot samoina. Digitaalisuudesta voi olla hyötyä sisäisessä viestinnässä, voidaan tuoda asiakkaille uusia palveluita tai helpottaa vanhoja palveluita ja se voi tuoda yrityksissä hurjia säästöjä. (Lehtovaara 2016.) Digitaalisten työkalujen hyötykäytön onnistuminen yrityksissä riippuu siitä, miten vaihtelevaisesti niitä käytetään ja miten hyvin yritys saa työntekijät osallistumaan ja sitoutumaan digitaalisiin muunnoksiin. (i-Scoop.)

3.1 Digitalisoinnin hyötykäyttö perehdytyksessä

Digitalisaatio on digitaalisen teknologian integroimista jokapäiväiseen elämään. Monelle työt ovat osa melkein jokapäiväistä elämään, joten on luonnollista, että teknologia esiintyy yrityksissä ja työntekijät tahtovat hyödyntää uutta teknologiaa työssään. (Otsolampi.) Yrityksien täytyy vastata työntekijöiden odotuksia innovatiivisesta ja edistyksellisestä perehdytysprosessista, sillä sen merkitys on huomattava, kun työntekijä pohtii uransa jatkoa kyseisessä yrityksessä. (VCreate 2017.) Yrityksen kannalta uuden työntekijän osaamisen ja pätevyyden kehittäminen tehokkaan perehdyttämisen avulla on avain yrityksen menestykselliseen tuloksentekoon. (Paul 2018.)

Teknologia ja internet ovat myös muuttaneet ihmisten tapaa muistaa. On helpompaa muistaa, mistä tiedot löytyvät kuin itse tiedon sisältöä. On totuttu siihen, että tietoa saa käsiin helposti ja nopeasti erilaisten digitaalisten laitteiden kautta. Digitaalisten lähteiden avulla yrityksissä voidaan paloitella perehdytystä pienempiin osiin, jotta perehdyttävän on helpompi prosessoida uutta tietoa. Kun uudet työntekijät kohtaavat haasteita työssään, digitaaliset lähteet ovat helposti saatavilla ja niistä voi varmistaa aikaisemmin opittua. (James 2017.) Luken ja Hogarthin (2011) tutkivat opastusvideoiden käyttöä ja hyötyjä opetuksessa ja oppilaiden itsenäisessä työskentelyssä. Heidän tuloksissa 84 prosenttia oppilaista kirjautui kurssille mukaan, jossa käytettiin videoita oppimisen tueksi. Monet oppilaat kävivät myös katsomassa videoita useaan otteeseen: videoiden katselukerrat olivat noin 2,5 yhtä oppilasta kohden. Katselukerrat sijoituivat yleensä ilta seitsemän ja aamu kahdeksan välille. Tänä aikana opettajat eivät olleet tavoiteltavissa, joten videot toimivat välineenä, joiden kautta oppilaat saivat tukea ongelmia ratkoessaan. Videot auttoivat myös oppilaita kehittämään itsenäistä ongelmaratkaisua ja oppimista. (Luke & Hogarth 2011.)

Luken ja Hogarthin (2011) tutkimuksessa myös kysyttiin opiskelijoilta videoiden hyödyllisyydestä opetuksessa. Palaute oli erittäin positiivista ja videoihin liittyviä hyötyjä löytyi monia. Tiedon saatavuus sähköisessä muodossa koettiin eritoten hyödylliseksi, sillä se auttoi oppilaita syventymään aiheisiin itsenäisesti silloin, kun opettajien apua ei ollut saatavilla. (Luke & Hogarth 2011.) Nykyään monet yritykset käyttävät sähköistä ”eLearning” -oppimisympäristöä, sillä koulutukset ja kurssit voidaan rakentaa ja tallentaa etukäteen ajan säästämiseksi. eLearning -oppimisympäristön avulla uusi työntekijä voi opiskella itsenäisesti oman tahtinsa mukaisesti ja asioihin voi myös palata tarvittaessa. ELearning -oppimisympäristöjen ei tarvitse olla tylsiä, sillä niihin voi lisätä erilaisia tehtäviä, kuvia ja tekstejä, live-lähetyksiä ja videoita. (Anthony-Pillai 2018.)

Fischer (2018) tuo esille, että yrityksillä on vain yksi mahdollisuus tehdä ensimmäinen vaikutelma uusiin työntekijöihin. Jopa 80 prosenttia uusista työntekijöistä päättää ensimmäisen puolen vuoden aikana, jääkö yritykseen vai ei. Digitaalisen perehdytyksen avulla yritykset houkuttelevat kaikkein pätevimpiä ja innokkaimpia työntekijöitä ja varmistavat työntekijöiden tyytyväisyyden kautta asiakkaiden tyytyväisyyttä. Fischer esittelee muutamia tapoja, jolla digitaalisuutta voidaan hyödyntää yrityksiensä perehdytyksessä ja sitä kautta yritys voi tehdä vaikutuksen uusiin työntekijöihin. Yksi tapa on myös helpottaa perehdytysprosessia siirtymällä paperisista asiakirjoista sähköisiin asiakirjoihin. Työympäristöön tutustuminen voi olla haastavaa, sillä se vaatii aikaa perehdyttävältä ja perehdyttäjältä. Esimerkiksi virtuaalitodellisuuden kautta uusi työntekijä voi rauhassa tutustua työympäristöön ja ottaa selvää itsenäisesti yrityksen kahvilan, vessojen tai kokoustilojen sijainnit.

Fischer (2018) kehottaa myös kohentamaan teknologian avulla sosiaalista kanssakäymistä työntekijöiden kesken. Erilaisten sosiaalisten medioiden avulla uusi työntekijä voidaan ottaa vastaan jo ennen työpaikalle tuloa. Näin varmistetaan, että uusi työntekijä kokee itsensä tervetulleeksi ja osaksi työpaikan tiimiä. Myös Jeanetta (2017) kehottaa yrityksiä hyödyntämään sosiaalisia medioita, sillä niiden totaalinen kieltäminen voi aiheuttaa enemmän haittaa kuin hyötyä. Esimerkiksi pienet henkiset tauot, joita työntekijät ottavat selailukseen mediaa, voivat auttaa työntekijää keskittymään paremmin työhönsä tauon jälkeen. Sosiaalisen median kautta voidaan myös luoda uusia työsuhteita ja mahdollisuuksia, joita voidaan hyödyntää. Jeanetta (2017) on samaa mieltä Fischerin (2018) kanssa siitä, että sosiaalisen median kautta työsuhteet vahvistuvat ja parantavat tiimihenkeä.

Helpottaakseen uuden työntekijän syventymistä työtehtäviin ja vaativampiin asioihin, on yrityksen järjestettävä kaikki valmiiksi työntekijää varten. Yritykset voivat tehdä perehdy-

tysprosessista sulavamman erilaisten ohjelmistojen avulla. Ohjelmistoihin voi lisätä erilaisia tarkistuslistoja ja yritys voi laatia kalenterin uudelle työntekijälle. Näin uusi työntekijä voi tarkistaa omat työtehtävänsä ja työpäivien ohjelmaa. (Fischer 2018.)

3.1.1 Videot

Kalturan (2014, 5) mukaan videot ovat sulautuneet osaksi ihmisten jokapäiväistä elämää. Videot ovat muuttaneet tapaamme kommunikoida, tehdä yhteistyötä, tehdä ostoksia, oppia, työskennellä, jakaa ja löytää viihdettä. Yritysten sisällä videot ovat tärkeä työkalu erityisesti markkinoinnissa ja myynnissä, sillä sitä kautta pystytään luomaan asiakkaille selkeä visuaalinen kuva ja viesti yrityksestä. Vastaajat olivat yhtä mieltä siitä, että videot tulisivat olemaan suuressa roolissa yrityksissä tulevaisuudessa. (Kaltura 2014, 5.) Anthony-Pillai (2018) tuo esille, että videoiden kautta yritykset saavat viestinsä selkeämmin ja tehokkaammin kohderyhmälleen kuin esimerkiksi pelkän tekstin avulla. Yksi syy tähän on se, että ihmisen aivot käsittelevät videoita 60 000 kertaa nopeammin kuin tekstiä. Ihminen oppii siis tehokkaammin ja nopeammin videoiden kuin tekstin kautta. (Anthony-Pillai 2018.)

Kaltura (2014, 10) sai selville tutkimuksessaan, että eniten videoita käytettiin tuotteiden markkinoinnissa, brändin promoamisessa ja henkilöstöpuolella koulutuksessa ja kommunikoinnissa. Yhteensä 75 prosenttia vastaajista joko on samaa mieltä tai on vahvasti samaa mieltä sen kanssa, että tulevaisuudessa tärkeässä roolissa olisi se, että videot pysyttäisiin helposti integroimaan osaksi yrityksen toimintaa. Toinen tutkimusväite oli se, että videot kasvattaisivat yritysten sosiaalisten foorumeiden käyttöä ja 66 prosenttia vastaajista oli joko samaa mieltä tai vahvasti samaa mieltä väitteen kanssa. (Kaltura 2014, 10.)

Kalturan (2014, 23) tutkimuksen vastaajat kertoivat, että monet heistä käyttävät videoita koulutuksessa. Haluttuja tuloksia videoiden käytöstä ovat esimerkiksi tehokkuuden ja sitoutuneisuuden parantaminen, tiedon säilyttäminen ja kustannuksien pienentäminen. Videot antavat mahdollisuuden katsella materiaaleja missä ja milloin tahansa. Videoiden visuaalisuuden kautta voidaan luoda selkeä ja johdonmukainen viesti ja kokemus katsojalle. Esimerkiksi uusia työntekijöitä kouluttaessa 80 prosenttia vastaajista kokivat, että videot voisivat olla hyödyllisiä. (Kaltura 2014, 23.) Myös VCreate (2017) oli samaa mieltä Kalturan tutkimuksen tuloksien kanssa siitä, että perehdytysprosessia voidaan elävöittää videoiden avulla monissa prosessin eri vaiheissa ja videot voivat myös vähentää kustannuksia. Anthony-Pillai (2018) vahvistaa VCreatin ja Kalturan johtopäätökset siitä, että videoi-

den hyötykäyttö yrityksissä voi alentaa perehdytykseen käytettäviä kustannuksia. Videoiden avulla pystytään saavuttamaan suuri yleisö esimerkiksi ilman matkustuskustannuksia. (Anthony-Pillai 2018.)

Perehdytyksessä videot myös puhuttelevat erilaisia oppijoita: visuaalisia, auditiivisia ja kinesteettisiä ja antavat mahdollisuuden oppijalle syventää ja kerrata oppimaansa muuallakin kuin työpaikalla. (The YourMembership Team 2017.) Luken ja Hogarthin (2011) tutkimuksen tulokset osoittavat myös, että videot palvelevat erilaisia käyttäjiä. Tutkimukseen vastanneet sanoivat, että videot tiivistävät ja tuovat esille paremmin olennaisimmat opittavat asiat kuin esimerkiksi kirjat. Vastaajat myös kertoivat oppivansa videosta eri tavalla, mutta silti jokainen koki, että videot täyttivät yksilölliset tarkoitukset. (Luke & Hogarth 2011.)

Videoiden kautta voidaan esitellä yrityksen henkilökuntaa ja ympäristöä uudelle työntekijälle, jotta työntekijän olisi helpompi lähestyä uutta työpaikkaansa. Videoille voidaan tehoaasti lisätä myös keskeisten työntekijöiden esittelyt, jos ensimmäisenä päivänä uusi työntekijä ei ehdi tavata kaikkia. (VCreate 2017.) Myös Kalturan (2014, 23) tutkimuksen mukaan 80 prosenttia vastaajista olivat samaa mieltä, että videot antaisivat äänen ja kasvot johdolle ja myös yrityksen työntekijöille. 70 prosenttia vastaajista koki, että videoiden avulla pystytään myös parantamaan sisäistä kommunikointia, tiedon siirtoa ja yhteistyötä. (Kaltura 2014, 23.)

3.1.2 Tehokas video

Niin kauan kuin videoformaattit ovat olleet olemassa, kouluttajat ovat käyttäneet niitä esimerkiksi luentojen tallentamiseen. Kuitenkin viimeisen vuosikymmenen aikana ilmaiset videopalvelut kuten YouTube ovat kehittyneet ja antaneet kouluttajille mahdollisuuksia jakaa online-videoita laajemmalle skaalalla. Videoiden jakamisesta on siis tullut helppoa, vaikka itse videoiden tuotanto voi olla erittäin kallista ja aikaa vievää. Videoita täytyy siis tutkia ja kehittää tulosten myötä, jotta saadaan tasapaino hyödyn ja kustannuksien välille. (Guo, Kim & Rubin,1.)

Videoilla kuvataan yleensä tarinaa tai tilannetta ja se tehdään kuvaamalla toimintaa. Jotta vältetään se, ettei kuvaamisen tulos olisi vain epämääräinen läjä materiaalia, toimintaa pitää tarkastella ja huomioida tärkeimmät kohdat, jotta se pystytään pilkkomaan kuvattaviin kohtauksiin. Kuvien täytyy välittää informaatiota parhaalla mahdollisella tavalla. Esimerkiksi lähikuvilla saadaan rajattu muut asiat pois ja korostettua siten olennaista asiaa. Muilla erilaisilla kuvakulmilla ja ihmisten reaktioilla toimintaan voidaan luoda tunnelmaa ja

saada katsoja mukaan. Otoksia kannattaa kuvata ainakin yli kymmenen sekunnin ajan ja käyttää paljon valoa kuvattaessa. Nämä asiat helpottavat editointia. (Laine 2016.) Guo ym. (2) tuovat myös esille, että videoiden esituotantovaihe eli suunnittelu vahvistavat videoiden tehokkuutta. Jopa yksinkertaiset luentojen taltioinnit kannattaa suunnitella etukäteen ja miettiä, miten kokonaisuudesta saa mahdollisimman mielenkiintoisen katsojalle. Jos videoiden ja aiheiden jaksottamista ei suunnittele, niin editointi voi olla erittäin haastavaa.

Opetusvideoiden hyödyllisyys opetuksessa määräytyy tavoitteen, kohderyhmän ja käyttötapojen kautta. (Opetusteknologiakeskus.) Elmokadem (2018) tuo esille, että tärkeintä on muistaa määrittää videon tarkoitus ja tavoite ja kenelle video on suunnattu.

Videoita voi käyttää missä tahansa opetuksen vaiheissa, kunhan ne ovat tarkoituksenmukaisia ja soveltuvat aiheen käsittelyyn. Erilaisia esimerkkejä videoiden käytöstä ovat demot/ohjeet, luento- ja tapahtumataltioinnit ja orientaatiovideot. Näissä opetusvideoissa täytyy ottaa huomioon videoteknologia, esiintyminen videoissa, videon julkaiseminen ja videon suunnittelu, jotta se olisi mahdollisimman tehokas. (Opetusteknologiakeskus.)

Videoiden pituudet vaihtelevat muutamista minuuteista yli tuntiin riippuen minkälaisesta videosta on kyse. Esimerkiksi luentotaltioinnit saattava olla yli tunnin mittaisia, mutta ne kannattaa jaksottaa enintään 20 minuutin osiin tai tehdä videon alle sisällysluettelo, jotta katsojan on helppo kelata haluamaansa kohtaan. Opetusvideot, jotka tukevat opittuja asioita esimerkiksi työpaikalla, pyritään tekemään mahdollisimman lyhyitä eli muutaman minuutin mittaisia, sillä katsojan tarkkaavaisuus on korkeimmillaan kuuden minuutin ajan ja se laantuu merkittävästi 11 minuutin jälkeen. Tällaisiin videoihin kannattaa sisällyttää vain yksi opittava asia, jotta videosta ei tule sekava tai liian pitkä. (Opetusteknologiakeskus.) Myös Guo ym. (4-5) huomioivat, että lyhyet videot ovat kaikkein tehokkaimpia. Opetusvideot kannattaisi jaotella 6minuutin kestäviin osiin, jotta katsojan mielenkiinto säilyy. Kuitenkin tutorial videoiden kohdalla pituus ei välttämättä ole ratkaiseva tekijä, sillä katsoja katsoo videota uudelleen ja etsii tärkeitä kohtia useammin kuin esimerkiksi luentotaltioinnista. Tämän vuoksi tutorial video voi olla pidempi, mutta editoinnissa pitää antaa katsojalle mahdollisimman helppo kokemus. Videoihin voidaan esimerkiksi lisätä "pisteitä" ja tekstejä jotka kertovat katsojalle, mitä asioita missäkin kohtaa videota käydään läpi.

Kaikissa opetusvideoissa suunnittelu- ja valmisteluvaiheet ovat samankaltaisia. Vaiheet voisivat olla esimerkiksi: suunnittele -> käsikirjoita -> kuvaa -> tallenna -> julkaise. Suunnittelussa videon tavoite ja kohderyhmä täytyy olla tiedossa, jotta voidaan tehdä oikean tyylinen video käytettäväksi. Myös toteutuksen käytännön asioita kuten paikka, aika, budjetti, tarvittava henkilöstö ja tarvikkeet selvitetään kuvauspäivää varten. Käsikirjoitusvai-

heessa materiaalien kautta videon rakenne koostetaan ja tehdään tarvittavat muistiinpanot/käsikirjoitukset, jotta videosta tulee selkeää ja se on helppo kuvata. Kuvauksessa videon suunnittelu toteutetaan kuvauspaikalla. Jotta tiedetään, että videon ääni ja kuva ovat tarpeeksi laadukkaita on tehtävä koetallennus jo kuvauspäivänä. Tallennusvaiheessa video voidaan leikata ja tallentaa sopivaan muotoon. Julkaisussa pitää miettiä, onko video täysin julkinen vai tietylle kohderyhmälle rajattu. Tätä kautta voidaan määrittää oikea julkaisukanava videolle. (Opetusteknologiakeskus.)

Kuvaamisessa kannattaa ottaa huomioon kuvaamiseen käytettävä valaistus ja tausta. Yksittäiseen videoon taustaksi kannattaa käyttää oikeita ympäristöjä, sillä näin säästyy rahaa. Jos kuitenkin tavoitteena on tehdä videoita jatkuvasti, niin rakennetun tausta avulla videoista saadaan yhdenmukaisia. Valaistuksena kannattaa käyttää pehmeää luonnonvaloa esimerkiksi pilvisenä päivänä tai ennen auringon nousua tai auringonlaskun jälkeen. Jos kuvaus tapahtuu sisällä, niin valaistus on huomioitava erityisesti. (Elmokadem 2018.)

On lukuisia erilaisia tapoja toteuttaa opetusvideoita ja ne vaihtelevat yksinkertaisista älypuhelimella kuvatuista videoista ammattimaisiin tuotantoprosesseihin, joihin sisältyy ammattikuvaajat ja äänittäjät. Ammattimaisissa videoissa laatu voi olla huippua, mutta sen kustannukset voivat olla todella korkeat ja itse prosessi voi kestää kauemmin. Omia videoita tehdessä on hyvä kiinnittää huomiota kuvausasetuksiin, jotta tallentamisvaiheessa ei tule ongelmia. Videot, jotka suunnataan verkkokäyttöön, pyritään kuvaamaan progressive-muodossa (lyhenne p-muodossa). Interlace -muoto eli lyhenne i- voi aiheuttaa digivideoissa tahdistus- ja raidoitusongelmia. Eli kuvaa muodossa 720p tai 1080p, ei koskaan muodossa 1080i. Videon laatu eli esimerkiksi bittivirta tai tiedostokoko kannattaa huomioida kuvauksen ja editoinnin aikana. Videota ei kannata pakata tiukkaan (tilansäästö) sillä se laskee videon laatua. Vasta viimeisessä vaiheessa kun video julkaistaan, niin itse julkaisupalvelu pakkaa video oikeaan kokoon. (Opetusteknologiakeskus.)

Katsojan mielenkiinto saattaa helposti herpaantua, jos videon äänenlaatu on huono ja esimerkiksi puheesta ei saa selvää. Äänenlaatuun vaikuttaa kuvauspaikka. Ulkona täytyy ottaa huomioon sää ja erityisesti tuuli ja sisällä täytyy ottaa kuvauspaikan meluisuus esimerkiksi julkisella paikalla. Äänenlaatua voidaan huomattavasti parantaa ulkoisella kädessä pidettävällä mikrofoniilla tai nappimikrofoniilla, joka kiinnitetään vaatteisiin. Editointi vaiheessa videoihin voi myös liittää tekstityksiä, jotka voivat tukea äänenlaatua. Pelkästään tekstitettyjä videoita ilman puhetta tai muita ääniä on myös mahdollista toteuttaa. (Laine 2016.) Guo ym. (5-6) huomattavat, että videot ovat tehokkaampia, jos niissä käytetään

myös oikeita ihmisiä ja ääniä pelkkien kuvien sijaan. Vaikka videoissa täytyy ottaa huomioon selkeä puhe ja artikulointi, tulisi videossa olevan esiintyjän puhua mahdollisimman luontevasti ja näyttää innostuneisuutta, jotta katsojan mielenkiinto säilyy yllä.

3.2 Millenniaalit työympäristössä

Gutierrezin (2016) mukaan vuoteen 2025 mennessä millenniaalit ovat täyttäneet 75 prosenttia työvoimasta globaalisti. Millenniaalit näkyvät erityisesti ravintola-, matkailu-, ja vapaa-ajan alalla, sillä lähes kolmasosa työvoimasta koostuu alle 26-vuotiasta nuorista aikuisista. (Mara 2013.) Millenniaaleja kutsutaan Y-sukupolveksi, jotka ovat syntyneet 1980-luvun ja 2000-luvun välissä. Millenniaalit arvostavat teknologian käyttöä työympäristössä ja he oppivatkin uutta teknologiaa jopa 2,5 kertaa todennäköisemmin kuin aikaisemmat sukupolvet. Millenniaalit ovat kasvaneet kehittyvän teknologian kanssa, joten he ovat hyvin tietoisia teknologian soveltuvuudesta työympäristössä. Tämä sukupolvi tarvitsee ”eLearning” oppimisympäristön, jossa tieto on nopeasti saatavalla ja joustavasti ajasta ja paikasta riippumatta. (Gutierrez 2016.)

Millenniaalit omaksuvat tietoa teknologian kautta paremmin kuin aikaisemmat sukupolvet, mutta silti tiedon täytyy olla tiivistä ja kokonaisuuksien pitää olla pieniä ja helposti hallittavia. Suuren tietomäärän omaksuminen yhdellä kertaa vaikeuttaa oppimista, joten sen vuoksi opittavat asiat pitää jakaa pienempiin kokonaisuuksiin. Millenniaalit toivovat jatkuvaa koulutusta, jossa asetetaan pienempiä tavoitteita motivaation ylläpitämiseksi. Millenniaalit vaativat syitä ja päämääriä omalle toiminnalleen ja oppimiselleen. Heille on tärkeää, että omalla toiminnalla on vaikutusta ja se tukee yrityksen suurempia tavoitteita. Jatkuva koulutus ja tiedon helppo saatavuus vaikuttavat selkeästi millenniaalien tyytyväisyyteen työhönsä ja tätä kautta yrityksen henkilökunnan vaihtuvuuteen. (Gutierrez 2016.)

West (2018) tekee selväksi, että yritysten täytyy olla avoimia uudistuksille ja pyrkiä kehittämään toimintaansa, sillä nämä asiat ovat millenniaaleille ratkaisevia tekijöitä työnhaussa tai tehdessään päätöstä yrityksessä jatkamisesta. Millenniaalit ovat innokkaita oppijoita ja odottavat yritysten olevan samankaltaisia, jotta yksilöllinen eteneminen ja kehittyminen olisi mahdollista yrityksen sisällä. Thiefels (2017) toteaa omassa artikkelissaan, että vain 16 prosenttia millenniaaleista näkee itsensä samassa yrityksessä kymmenen vuoden päästä, sillä he etsivät koko ajan tapoja edistää uraa ja kehittyä alalla.

Millenniaaleille yksi tärkeimmistä tavoista oppia ja saada tietoa on katsoa videoita. Nykyään melkein jokaisessa sosiaalisessa mediassa videoita käytetään tehostuskeinona. Hubspotin tutkimuksessa tutkittiin, minkälaiseen julkaistuun materiaaliin kiinnitettiin eniten

huomiota ja kuinka moni vain vilkaisee julkaistua materiaalia. Videoihin kiinnitettiin eniten huomiota: 55 prosenttia ihmisistä katsoi ja kiinnostui videoista ja 32 prosenttia ei kiinnittänyt videoihin huomiota. Sosiaalisen median julkaisut olivat toisena: 52 prosenttia ihmisistä katsoi ja kiinnostui ja 39 prosenttia ei kiinnittänyt huomiota. (Gutierrez 2016.)

4 Toimeksiantajan esittely

CMB Ravintolat muodostuu 17 eri toimipaikasta ja tässä joukossa toimii kuusi erillistä osakeyhtiötä. Ryhmään kuuluu myös tilitoimisto, joka hallinnoi kaikkien yhtiöiden tilitoimistaja palkanlaskentapalveluita. Kaikkien CMB Ravintoloiden liikevaihto on noin 19 miljoonaa euroa ja se työllistää noin 180 henkilöä. Petteri Lieminen, joka toimii konsernin toimitusjohtajana ja Juuso Kokko joka on hallituksen puheenjohtaja, omistavat CMB ravintolat. Varatoimitusjohtajana toimii Jari Nieminen ja ravintolatoimenjohtajana toimii Maarit Karjalainen. (Karjalainen 13.11.2018.)

4.1 CMB Ravintoloiden historia

CMB Ravintoloiden toiminta lähti alun perin vuonna 1993 kahden opiskelukaverin ideasta ryhtyä ravintolayrittäjiksi Ravintola Sorbettiin. Tätä ennen kaverukset olivat opiskelleet Haagassa restonomeiksi ja päätyneet opiskelemaan lisää Surreyn Yliopistoon Englantiin. Vuonna 1993 yhtiönä toimi Wankersit Oy, joka nykyään on otettu osaksi CMB Catering emoyhtiötä. Helsingin Kannelmäestä löytyi sopiva liiketila, joka oli toiminut lounasravintolana, mutta laman vuoksi asiakkaat olivat hävinneet. Kuitenkin yrittäjäkaksikko sai 44 paikallisen ravintolan toimimaan mukavasti jo vuonna 1994, joten yrityksen laajentaminen alkoi. Kolmannen Haagan restonomin avulla syntyi Frutti Di Mare pizzeriaketju, jossa toimi lopulta neljä ravintolaa samalla idealla. (Karjalainen 13.11.2018.)

Kolme vuotta aloittamisen jälkeen eli 1996 ryhmään otettiin osaksi Lahdessa toimiva Santa Fe. Yhtiökumppaniksi ja yrittäjäksi tuli mukaan Haagasta tuttu mies, joka lähti hoitamaan ravintolaa Lahteen. Nykyään Santa Fe toimii Lahdessa torin laidalla, johon se siirtyi jo vuonna 1998. Laajentamisen myötä yrittäjien huomio keskittyi laajentuvaan pizzeriaketjuun, joten alkuperäisestä Ravintola Sorbetista oli luovuttava. CMB Catering Oy perustettiin myös vuonna 1996 ja siitä tuli muutamassa vuodessa emoyhtiö, jonka alle kaikki liike-toiminta keskittyi. (Karjalainen 13.11.2018.)

2000-luvulta tähän päivään asti CMB ravintoloiden toiminta on muuttunut huomattavasti. Ensimmäinen suuri muutos oli luopua Frutti Di Mare -konseptista ja sen paikalle kehiteltiin erilaisia muita ravintoloita ja baareja. Mikonkadulla toimii Maya Bar & Grill ja Hämeentiellä Ravintola Sävel. Myös Bar Loose oli alun perin vanhan Frutti Di Mare pizzerian paikalla, mutta nykyään se on toiminut Fredrikinkadulla vuodesta 2002 lähtien. Lahteenkin avattiin 2001 Ravintola Jackalope, jonka tarkoituksena oli toimia ruokakonseptin ja yökerhon yhdistelmältä, mutta nykyään sen toiminta keskittyy täysin yökerhoon. (Karjalainen 13.11.2018.)

Helpottaakseen sidosryhmien ja yhteistyökumppaneiden viestintää ja yhteydenpitoa CMB Ravintola nimitys lanseerattiin 2000 -luvun puolivälissä. Asiakkaan näkökulmasta CMB Ravintoloiden toimipaikat ovat yksilöllisiä ja osassa, kuten U.Kalevassa, Töölön Sävelessä ja Aussibareissa, toimivat osakkaat vetäjinä. 2010 luvulla vähemmistöosakkaaksi CMB päätyi mm. Son of Bunchiin, Miro Kurvisen Kung Fu ravintolaan sekä Konalassa Helsingissä toimivaan 8-Bit Brewing pienpanimoon. CMB Ravintolat haluavat myös tukea uusia yrittäjiä ja ovat olleet mukava erilaisissa Start-Up yrityksissä. (Karjalainen 13.11.2018.)

4.2 Toiminta-ajatus ja strategia

CMB Ravintoloiden toiminta-ajatus on tuottaa taloudellista hyötyä omistajille asiakaslähtöisten ravintolapalveluiden kautta. Toiminta on tuloskeskeistä, mutta samalla kiinnitetään huomiota myös siihen, että luodaan työntekijöille innostava, laadukas ja iloinen työyhteisö. Missio on yksinkertaisesti tyydyttää asiakkaiden tarpeet tietyillä ravintolasegmenteillä kilpailijoita paremmin. Visioksi CMB Ravintolat tiivistävät menestyksen pienyrittäjälähtöisesti ravintolamarkkinoilla ja tämän voi saavuttaa spesialisoitumalla omaperäisiin liikeideoihin ja toimintamalleihin. (Karjalainen 13.11.2018.)

CMB rajaa arvomaailmansa neljään eri arvoon. Ensimmäinen arvo on menestyminen. Tällä voidaan turvata liiketoiminnan jatkuvuus ja myös sen kehitys, sillä CMB pyrkii alan keskiarvoa parempaan kannattavuuteen. Seuraava arvo on Yhdessä tekeminen, johon CMB pyrkii matalalla hierarkialla kaikilla toiminnan osa-alueilla. CMB kokee tärkeäksi toiminnan kannalta, että johto, osakkaat, esimiehet, henkilöstö ja yhteistyökumppanit puhaltavat yhteen hiileen ja luovat hyvän yhteishengen. Kolmas arvo on Luottamus, johon liittyy asiakkaan ja myös henkilökunnan luottamuksen saavuttaminen. Asiakkaan kanssa pyritään luomaan työntekijöiden monipuolisen osaamisen avulla hyvä asiakassuhde ja luottamus. Henkilöstöpuolelle CMB haluaa antaa henkilöstölle vastuun ja vapauden tehdä itsenäisiä päätöksiä, sillä ne sitouttavat henkilöstön osaksi yrityksen toimintaa ja luovat motivaatiota ja luottamusta. Viimeisin arvo on Persoonallisuus. Persoonallisen henkilöstön ja liikeideoiden kautta CMB pystyy erottumaan kilpailijoistaan omalla segmentillään. CMB arvostaa innovatiivisia ja erilaisia johtamistapoja ja toimintamalleja. (Karjalainen 13.11.2018.)

CMB Ravintoloiden yhteinen tavoite strategiassa on tehdä mahdollisimman hyvää käyttökattetta. Jotta tämä saavutettaisiin CMB:n on keskittynyt neljään eri osa-alueeseen strategiassaan. Ensimmäinen osa-alue on asiakaslähtöinen toimintatapa, jonka avulla pyritään

laadukkaaseen palveluun ja sitä kautta kasvatetaan myyntiä ja parannetaan imagoa. Toisena CMB Ravintolat huomioivat tärkeäksi voimavaraksi henkilöstön. Motivoituneen ja tyytyväisen henkilöstön avulla parannetaan myyntejä, sitoutetaan työntekijät yritykseen ja saadaan enemmän uskollisia asiakkaita. Kolmantena keskitytään tiukkaan kulukontrolliin, jotta parannetaan käyttökatteita ja tuloksia. Viimeisenä huomioidaan myös fyysiset puitteet. Näin varmistetaan asiakkaiden ja henkilöstön viihtyvyys ja luodaan samalla hyvä imago yritykselle. (Karjalainen 13.11.2018.)

5 Produktin suunnittelu ja toteuttaminen

Opinnäytetyön päätavoite oli tutkia työnopastuksen digitalisoinnin ja erityisesti videoiden hyödynnettävyyttä CMB Ravintoloissa. Alatavoitteena oli tutkia, minkälainen on hyvä työnopastusvideo ja toteuttaa se työn produktina aiheesta oluthanan puhdistus Töölön Sävel Finbistrossa. Lisäksi alatavoitteena on kerätä valmiista videosta palautetta, jotta pystyttäisiin arvioimaan videoiden toimivuutta ja hyödyllisyyttä. Työnopastusvideon käyttöönotto on rajattu pois tästä opinnäytetyöstä. Produktin vaiheet (kuvio 3) eteni prosessina tietoperusta aina valmiiseen videoon ja palautteen keräämiseen asti.

Ensimmäisessä vaiheessa (kuvio 3), ennen produktin eli työnopastusvideon toteuttamista, kerättiin tietoa perehdyttämisestä ja erityisesti työnopastuksesta, sillä videot liittyisivät siihen. Iso osa työnopastusta on myös oppiminen, joten työssä tutkitaan myös tätä aihetta aikuisen perehdyttävän näkökulmasta, sillä CMB Ravintoloissa työskentelee ja perehdytetään aikuisia. Videot ovat osana digitalisaatiota, sillä niiden kautta yritykset voivat muuttaa tietoa pysyvämpään muotoon ja samalla tehostaa yrityksen toimintaprosesseja. Tästä syystä työssä kerättiin tietoa digitalisoinnista ja videoista. Produktin toteuttamiseen tarvitsin myös tietoa siitä, minkälainen on hyvä opastusvideo ja mitä kannattaa ottaa huomioon videoita kuvattaessa. Videon toteuttamisen ensimmäinen vaihe kesti noin kahden kuukauden ajan loka-marraskuussa 2018.

Produktin toteuttamisen toisessa vaiheessa otettiin yhteyttä toimeksiantajaan ja produktin toteuttamista aloitettiin suunnittelemaan. Tärkeintä oli määritellä videon tavoite, aihe ja käytännön asiat. Toinen vaihe kesti marraskuun 2018. Kolmannessa vaiheessa käytiin kuvaamassa materiaalit videota varten ja neljännessä vaiheessa video editointiin ja päätettiin sopiva jakelukanava. Kuvaukset ja editointi tapahtuivat 29.11-30.11.2018 (kuvio 3). Viidennessä vaiheessa videoon liittyvä kyselylomake tehtiin marraskuun alussa ja sen avulla kerättiin palautetta 10.12.2018-23.01.2019 (kuvio 3). Viimeisessä eli kuudennessa vaiheessa arviointiin koko produktin kulkua ja opinnäytetyön onnistuneisuutta. Kuudes vaihe kesti helmikuun ajan 2019.



Kuvio 3. Produktin suunnittelun ja toteutuksen vaiheet

5.1 Suunnittelu

Produktin suunnittelu aloitettiin ottamalla yhteyttä CMB Ravintoloiden ravintolatoimenjohtajaan Maarit Karjalaiseen. Muutamien sähköpostien ja puhelun jälkeen, tapaaminen sovittiin torstaille 13.11.2018 klo10.00. Tapaamispaikaksi sovittiin Ravintola Lönkka, ja tapaaminen kesti noin puoli tuntia. Tapaamisessa käytiin läpi opinnäytetyöni rakennetta,

käytännönasioita liittyen videoiden tuottamiseen ja koko projektin aikataulua ja tavoitteita. Vastaukset kysymyksiin, jotka ravintolatoimenjohtaja oli saanut liitteenä (liite 1) sähköpostin kautta selviteltiin tapaamisessa.

Alkuperäisen suunnitelman mukaan videoiden kuvaukset toteutettaisiin Töölön Sävel -ravintolassa ja sen vuoksi ravintolatoimenjohtaja otti yhteyttä ravintolapäällikköön. Tuli esille, että ravintoloihin on tullut uusi Sinebrychoffin Draughtmaster -hanaolutjärjestelmä, joten se voisi olla videon aihe. Tämän järjestelmän puhdistaminen on hiukan haastavaa ja siihen video voisi olla hyödyllinen työnantajalle ja työntekijälle. Jos video kohdistuisi tähän aiheeseen, niin olisi hyödyllistä myös saada palautetta Sinebrychoffilta. Ravintolatoimenjohtaja esittely myös CMB Ravintoloiden sovelluksen, joka on tarkoitettu auttamaan työntekijöitä. Tämä voisi olla hyvä videon jakelukanava.

Seuraavaksi yhteyttä otettiin Ari Zerzaan, joka on Töölön Sävel -ravintolan ravintolapäällikkö, ja tapaaminen sovittiin hänen kanssaan perjantaille 21.11.2018 klo 15.00. Puhe- lussa kävi ilmi, että Töölön Sävelen Draughtmaster -hanaolutjärjestelmän puhdistamiseen on asennettu automaatti puhdistus, joten videon aiheeksi tämä ei olisi hyödyllinen, joten tapaamisessa pitäisi ideoida jokin muu aihe videolle. Ravintolapäällikkö ehdotti perjantain tapaamisessa, että yksi mahdollinen videon aihe voisi olla yhden oluthanan puhdistus, joka ei kuulunut Sinebrychoffin Draughtmaster -hanaolutjärjestelmään. Tämän oluthanan putkiston puhdistaminen olisi tehtävä manuaalisesti ja sen vuoksi työnopastusvideo olisi hyödyllinen. Tapaamisen aikana ravintolapäällikkö näytti pikaisesti, miten oluthanan puhdistus tapahtuisi. Sovittiin, että kuvaukset järjestettäisiin torstaina 29.11.2018 kello 8.30 alkaen. Ravintolassa aukeaa lounas klo 11.00, joten olisi tärkeää, että kuvaukset etenisivät pitkälle ennen sitä, jotta se ei häiritsisi.

Ennen kuvauspäivää videon toteuttamista ja käsikirjoitusta (liite 2) piti suunnitella tietope- rustan avulla. Suunnitteluvaiheessa päätin, että video tulisi olemaan muutaman minuutin mittainen, jotta katsojan mielenkiinto pysyisi yllä. Jotta katsojan mielenkiinto pysyisi yllä koko videon aikana, videon pituus täytyy olla alle kuusi minuuttia. Kuuden minuutin jäl- keen katsojan tarkkaavaisuus alkaa laskea. (Guo ym. 4-5.) Tärkeää oli myös varmistaa, että videossa oleva äännet olisivat selkeät, sillä epäselvä puhe voi haitata katsojan tarkkaa- vaisuutta huomattavasti. (Laine 2016.) Tämän vuoksi itse kuvattu materiaali olisi äännetön ja ohjeet äänitettäisiin erikseen ja lisättäisiin videoon editointivaiheessa. Tämän avulla vi- deoon ei tulisi taustamelua eikä tarvitse hankkia erillistä mikrofonia puhumiseen. Eri työ- vaiheet jaksotettiin eri otoksiin, sillä se selkeyttää koko työtehtävän kulkua. Videossa käy-

tetään paljon lähikuvia, jotta katsoja näkee selkeästi, miten työvaiheet toteutetaan. Tärkeimmät yksityiskohdat voidaan tuoda vielä tekstien avulla esille editointivaiheessa. (Laine 2016.)

5.2 Kuvauspäivä

Videoon tarvittu materiaali kuvattiin torstaina 29.11. kello 8.30 Töölön Sävel ravintolassa. Ensimmäiseksi tutustuttiin oluthanaan ja olueen, jonka putkiston puhdistaisimme. Olut oli Töölön Sävelen oma Sävelen IPA, joka on tuotettu yhdessä Stadin Panimon kanssa. Vaihe vaiheelta jokainen työtehtävä kuvattiin järjestyksessä ja kuvaamiseen käytettiin Nikonin Coolpix A900 digikameraa. Mikrofonia ei erikseen tarvittu, sillä ohjeet äänitettiin jälkeenpäin ja lisättiin editointivaiheessa videoon. Oluthana sijaitsee ravintolan yläkerrassa baaritiskillä ja oluttynnyri eli keg sijaitsee alakerran varastossa. Myös puhdistukseen tarvittava pesutankki ja pesuaine säilytettiin alakerran varastossa. (Zerza 29.11.2018.)

Kuvaaminen aloitettiin pesutankin ja pesuaineen käytöstä. Pesutankkiin lisättiin tuopillinen pesuainetta ja haaleaa vettä kunnes tankki oli täynnä. Ravintolapäällikkö kertoi, että tankkien säilytystila eli varasto täytyy pitää puhtaana, sillä esimerkiksi tankin puhdistuksessa lattiasta voi irrota bakteereja tai hiivaa joka pilaa oluen, jos se pääsee oluthanan putkistoon. Varaston lämpötila täytyisi olla myös hiukan viileämpi kuin ravintolan lämpötila (noin 15-17 astetta), sillä lämmin ilma voi vahingoittaa oluen laatua. (Zerza 29.11.2018.)

Seuraava otoksessa kuvattiin, kun astialiitin irrotettiin kegistä ja liitettiin pesutankkiin. Ravintolapäällikkö huomautti, että astialiitin pitää kiinnittää tarkasti, sillä hiilihapon avulla luodaan painetta tankkiin, joka nostaa nestettä putkistoa pitkin ylöspäin kohti hanaa. Astialiittimen liittämisen jälkeen hanasta piti valuttaa loput oluet pois, jotta pesuvesi pääsee vaikuttamaan koko putkistoon. Neste vaihtuu oluen keltaisesta väristä kirkkaaseen pesuaineveteen ja siitä tietää, että kaikki olut on valunut putkista ulos. Pesuaineen vaikuttaminen putkissa kesti noin 15 minuuttia. Kun ensimmäinen erä pesuvettä oli vaikuttanut putkissa, se valutettiin hanan kautta pois ja toinen erä pesuvettä annettiin vaikuttaa putkissa uudelleen 15 minuuttia. Vaikuttamisen jälkeen kaikki pesuvedet valutettiin ulos putkista. Pesuainetankissa oli noin 20 litraa pesuvettä ja putkistoon mahtui noin kahdeksan litraa nestettä. Ravintolapäällikkö valutti pesuvettä ämpäriin, jotta tiesi, kuinka paljon nestettä valutettiin yhdellä kertaa. (Zerza 29.11.2018.)

Pesuveden valuttamisen jälkeen pesuainetankkiin täytyi vaihtaa puhtaat vedet. Tankki piti puhdistaa huolellisesti ja täyttää haalealla vedellä. Tärkeää astialiittimen irrottamisen jälkeen oli päästää tankista paineet ulos. Tämä tapahtui nostamalla tankissa olevaa sokkaa.

Jos painetta ei poisteta, niin tankin kannen avaaminen on melkein mahdotonta ja erittäin vaarallista. Jos kannen saa auki voimalla, niin paine saattaa purkautua räjähdysmäisesti ja tämä voi aiheuttaa vaaratilanteen. (Zerza 29.11.2018.)

Kun tankki oli täynnä haaleaa vettä, niin astialiitin liitettiin takaisin tankkiin ja varmistettiin, että paine saatiin takaisin tankkiin. Puhdas vesi valutettiin putkistoon hanan kautta ja annettiin vaikuttaa siellä noin kymmenen minuuttia. Lopuksi vielä loput puhtaat vedet valutettiin kokonaan hanan kautta ulos. Vielä yhden kerran tankki täytettiin vedellä ja valutettiin puhtaat vedet suoraan hanan kautta ulos. Tällä varmistettiin, että putkistoon ei jää pesuainetta. Viimeiseksi astialiitin kiinnitettiin takaisin kegiin, ja olut valutettiin takaisin putkistoon. Oluen laadun eli maun ja ulkonäön varmistaminen oli tärkeää, että tiedettiin onnistuiko puhdistus. Jokaisessa työvaiheessa välineitä eli tankkeja ja astialiitintä piti puhdistaa liinalla, ettei niihin jää pesuainetta, hiivaa tai muuta likaa. Myös tankkien vaihtojen yhteyksissä pitää seurata paineita erillisen ilmanupin avulla. (Zerza 29.11.2018.)

Ravintolapäällikkö koki tärkeäksi manuaalisen oluthanan puhdistuksen, vaikka jokaisessa pesussa olutta menee hukkaan noin kahdeksan litraa. Manuaalisessa puhdistuksessa voi itse seurata oluen laatua ja sitä kautta määrittää, kuinka usein putkistoa pitää puhdistaa. Automaattisissa puhdistus tapahtuu noin neljän viikon välein. Vaikka manuaalisessa puhdistuksessa on paljon työvaiheita ja nesteiden vaikuttaminen vie aikansa, niin jokaisen vaiheen välissä aikaa voi käyttää muiden asioiden hoitamiseen. Ravintolapäällikkö kertoi, että puhdistus tapahtuu yleensä aamulla, sillä vaiheiden välissä olevaa aikaa voi käyttää lounaan valmisteluun. (Zerza 29.11.2018.)

5.3 Videon editointi ja jakaminen

Kuvatun materiaalin editointi aloitettiin samana päivänä, kun kuvaukset olivat eli torstaina 29.11.2018 ja editointi kesti noin neljä tuntia. Editointi jatkettiin seuraavana päivänä tunnin verran, kun huomattiin, että video oli hiukan liian pitkä ja sitä lyhettiin viidestä minuutista vähän alle neljään minuuttiin. Otosten kestoa leikattiin, jotta videosta tuli myös nopeampoisempi ja mielenkiintoisempi. Vielä viimeiseksi 7.12.2018 ravintolatoimenjohtajan pyynnöstä videoon lisättiin teksti, jossa huomioitiin suojaimien käyttö pesuaineiden käytön yhteydessä.

Materiaalin editoinnissa hyödynnettiin tietokoneen eli Applen iMovie -editointiohjelmaa. Ohjelma ladattiin koneelle ja sieltä luotiin uusi projekti eli elokuva. Kuvattu materiaali siirrettiin kamerasta USB-piuhan avulla koneelle ja liikutettiin sen jälkeen iMovie ohjelmaan. Otokset oli kuvattu järjestyksessä, joten ne oli helppo siirtää editointi aikajanelle oikeaan

järjestykseen. Editointi oli helppoa, mutta aikaa vievää. Yksi syy tähän oli se, että kuvattua materiaalia oli yli 30 minuuttia, joten sen läpikäyminen vei aikaa. Ensin otoksista tehtiin yksi kokonaisuus ja äänitettävät ohjeet suunniteltiin sanasta sanaan otoksien päälle. Otoksien välillä kokeiltiin erilaisia siirroksia ja erilaisia tekstejä. Sopivan siirroksen ja tekstin löytäessä, päätettiin käyttää niitä samoja koko videossa, jotta video visuaalisuus olisi yhtenäinen.



Kuva 1. iMovie editointi -ohjelma

Videon jakaminen tuotti aluksi hankaluuksia. Ensimmäiseksi video ladattiin koneen työpöydälle, jotta sen siirtäminen olisi helpompaa. Koneelle lataaminen kesti noin 30 minuuttia. Aluksi suunnitelma oli, että video jaettaisiin sähköpostin avulla tarvittaville henkilöille, mutta tiedosto olikin liian iso sähköpostilla jaettavaksi. Tämän sijaan päädyttiin käyttämään YouTube -alustaa, jonne video saatiin ladattua helposti. Videon lataaminen YouTube -kanavalle kesti noin tunnin. Video pidettiin piilotettuna YouTube -kanavalla, mutta palautteen keräämisen ajaksi se laitettiin julkiseksi.

5.4 Kyselylomake

Työnopastusvideoiden hyödyllisyyden arvioinnin kannalta oli tärkeää, että videosta myös kerättiin palautetta. Palautteen avulla haluttiin selvittää kaksi asiaa liittyen videoihin. Ensimmäiseksi selvitettiin, oliko video laadulta hyvä ja onnistuiko se tehtävässään opastaa oluthanan puhdistus selkeästi. Toisena asiana haluttiin selvittää, minkälaisia mielipiteitä vastaajilla oli videoiden käytöstä osana työnopastusta. Työssä päädyttiin käyttämään kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää, sillä kohderyhmä oli CMB Ravintoloiden työntekijät, joilta kerättiin kyselytutkimuksen avulla palautetta. Henkilöt, jotka antoivat

palautetta, oli valittu ei-satunnaisesti, sillä kysely lähetettiin ravintolatoimenjohtajalle, joka lähetti kyselyä eteenpäin tiettyjen ravintoloiden ravintolapäälliköille. Ravintolapäälliköiden tehtävänä oli saada työntekijöitä vastaamaan kyselyyn. Vastauksia tuli yhteensä yhdeksän kappaletta ja vastaukset annettiin nimettömästi ja suomenkielellä. Palautteen kerääminen tapahtui Webropol-kyselyn (liite 4) muodossa 10.12.2018-23.01.2019 välisenä aikana.

Kyselylomake käsitti pienen selostuksen vastaajille tutkimuksen tarkoituksesta ja opinnäytetyön aiheesta. Ensimmäiseksi vastaajan täytyi katsoa oluthanan puhdistusvideo YouTube -linkin kautta. Video kesti kolme minuuttia 50 sekuntia ja sen jälkeen vastaaminen kyselyyn kesti noin viisi-kymmenen minuuttia. Kysely koostui yhteensä neljästä avoimesta kysymyksestä ja kolmesta, joissa on vastausvaihtoehdot.

Ensimmäisenä kyselyssä vastaajan täytyi arvioida videon ominaisuuksia: selkeys, havainnollisuus, kuvan laatu, äänenlaatu, videon pituus ja tekstien tarpeellisuus. Arviointias- teikko oli: erittäin huono, melko huono, melko hyvä, erittäin hyvä. Erityisesti selkeys ja havainnollisuus olivat tärkeitä ominaisuuksia, sillä ne määrittävät sen, kuinka hyvin videon katsoja ymmärtää videon viestin tai opetuksen. Videon täytyy olla hyvin rytmitetty ja johdonmukainen korostaen olennaista asiaa, jotta oppiminen on vaivatonta. Videossa olevien otoksien täytyy olla hyvin valotettu ja kuvaajan kannattaa käyttää paljon lähikuvia, jotta oppiminen on helppoa eikä kuvan laatu häiritse katsojaa. (Laine 2016.) Guo ym. (5-6) tuovat esille, että katsojan mielenkiinto herää ja todennäköisesti säilyy paremmin, kun kuulee oikean ihmisen selkeää puhetta videolla, mutta jos videossa kuultu ääni on epäselkeää, niin silloin se häiritsee katsojaa. Laine (2016) kertoo, että parhaimmillaan hyvin tuotetut tekstit korostavat videossa tärkeimpiä asioita, mutta jos tekstiä on liikaa ja se vaihtuu liian nopeasti, niin se vain häiritsee katsojaa. Myös kuvan ja äänenlaatu vaikuttavat katsomiskokemukseen, sillä katsojan keskittyminen voi herpaantua, jos ääni ei kuulu tai videon yksityiskohdat eivät näy kunnolla. Opetusvideoiden pituus kannattaisi olla korkeintaan kuuden minuuttia, sillä sen ajan katsojan tarkkaavaisuus on korkeimmillaan ja 11 minuutin kohdalla tarkkaavaisuus laantuu huomattavasti. (Opetusteknologiakeskus.) Tämän vuoksi oli tärkeää saada tietää, pitääkö katsoja oluthanan puhdistusvideon pituutta sopivana.

Eräsalo (2011, 60-68) mukaan perehdyttäminen on pääasiassa uuden työntekijän tutustuttamista yrityksen toimintatapoihin ja tavoitteisiin. Työn yksityiskohtiin eli tehtäviin, välineisiin ja ympäristöön kuuluu tutustua työnopastusvaiheessa. Jos tarvittavat opastukset ja ohjeet ovat epäselkeitä tai niitä ei anneta, niin silloin työn tekeminen vaikeutuu uudelle työntekijälle. (Eräsalo 2011, 60-68.) Kangas ja Hämäläinen (2007, 4-5) arvioivat, että hyvä

perehdytys laskee virheiden määrää ja aikaa ei kulu niiden korjaamiseen. Kyselyn toisessa kysymyksessä eli ”Miten mielestäsi video onnistui tavoitteessaan opastaa oluthanan puhdistus?” selvitettiin CMB työntekijöiden mielipidettä siihen, tapahtuuko oluthanan puhdistus samalla tavalla käytännössä kuin videolla ja onko video tarpeeksi selkeä, jotta työntekijä pystyy oppimaan sen avulla oluthanan puhdistuksen.

Kolmannen kysymyksen eli ”Minkä työtehtävien työnopastukseen videot mielestäsi sopisivat?” tarkoitus oli selvittää, olisiko kyseisestä digitalisoinnin muodosta eli tiedon siirtämisestä videoihin hyötyä CMB Ravintoloille. Kysymyksen ideana oli tutkia, löytyisikö CMB Ravintoloista lisää aiheita, jotta selviää, miten suuri tarve videoille on. IBM:n toimitusjohtaja Haukkovaara (Digitalist Network) huomauttaa, että digitalisointi ei ole tapa määrittää yrityksen kaikkia toimintaprosesseja ja tavoitteita, vaan se on pikemminkin työkalu muiden joukossa. Tiedon digitalisoinnilla pyritään mahdollisimman tehokkaisiin toimintatapoihin ja se voi tuoda yritykselle hurjia säästöjä. (Digitalist Network.) Guo ym. (1.) tuovat esille, että videoiden teko voi olla kallista ja aikaa vievää, joten videoista saatava hyöty ja kustannukset pitävät olla tasapainossa.

Jos CMB Ravintolat päättäisivät käyttää videokonseptia, niin silloin pitäisi selvittää, mitä kautta videoiden katsominen olisi työntekijöille helpointa. Siksi kyselyyn lisättiin neljäs kysymys eli ”Mitä kautta työntekijöiden olisi helpoin katsoa videoita?”. Opetusteknologiakeskus- Helsingin Yliopisto tuo esille, että opetusvideoiden jakamisessa erityisesti pitää huomio kohdeyleisö, jotta voidaan määrittää sopiva jakelukanava.

Viides kysymys kyselyssä oli ”Kuinka usein luulet, että kävisit katsomassa työnopastus videoita?”. Vastausvaihtoehdot tässä kysymyksessä olivat: todella usein, melko usein, melko harvoin, todella harvoin. Tällä kysymyksellä selvitettiin, miten paljon videoita katsotaisiin ja kokevatko työntekijät, että videoista voisi olla paljonkin hyötyä työssä. Eräsalo (2011, 67-68) kokee, että työnopastuksessa konkreettiset materiaalit kuten ohjeet ja kuvat voivat auttaa työntekijää hahmottamaan oppimaansa ja näitä työntekijä voi tutkia milloin vain. Westin (2018) mielestä Millenniaaleille on tärkeää työelämässä yksilöllinen oppiminen ja kehittyminen. Millenniaalit kokevat, että omalle kehittymiselle ja oppimiselle täytyy olla erilaisia kanavia yrityksen sisällä ja tämä on ratkaiseva tekijä työnhaussa tai tehdesään päätöstä yrityksessä jatkamisesta.

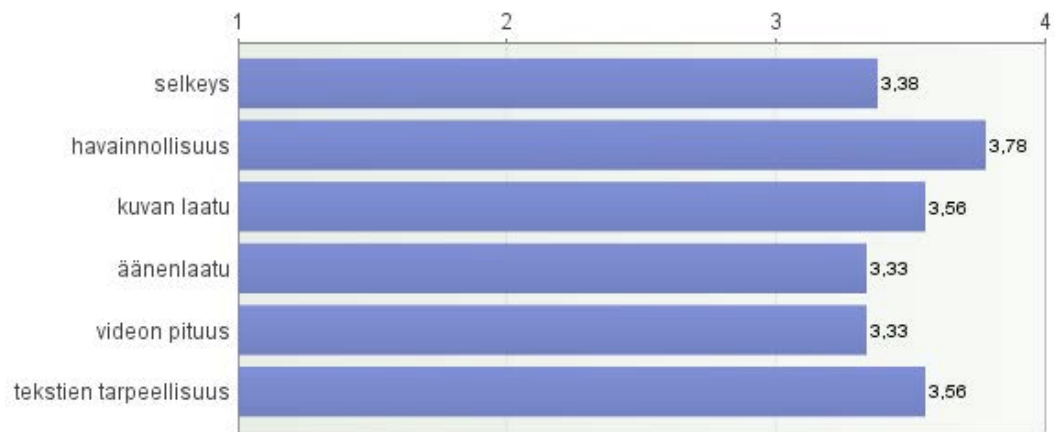
Kuudes kysymys oli ”Luuletko, että CMB Ravintoloiden työntekijöitä löytyisi kiinnostusta osallistua videoiden tuottamiseen?” ja vastausvaihtoehdot olivat: kyllä, ei, ehkä. Kysymyksen tarkoitus oli selvittää miten helppoa video konseptin luominen olisi CMB Ravinto-

loissa. Kyselyn kuudennen kysymyksen kautta voi myös arvioida videosta koituvia kustannuksia, sillä jos CMB työntekijät eivät ole kiinnostuneita osallistumaan videoiden tuottamiseen, niin silloin kustannukset kasvavat, jos CMB palkkaa yrityksen ulkopuolelta tekijän. Gutierrezin (2016) mukaan vuoteen 2025 mennessä 75 prosenttia työvoimasta maailmanlaajuisesti olisi millenniaaleja, jotka ovat kasvaneet teknologian ympäröimänä ja jotka arvostavat yritystä, joka tukee teknologista kehitystä. He ovat myös tietoisia teknologian soveltuvuudesta ja oppivat uutta teknologiaa jopa 2,5 kertaa nopeammin kuin muut sukupolvet. Kiinnostus uuden oppimiseen ja oman tiedon ja taidon kehittämiseen on suuri ja siksi millenniaalit myös haluavat, että oman toiminnan kehittäminen on mahdollista yrityksissä. (Gutierrez 2016.)

Viimeiseksi kyselyyn lisättiin myös kohta ”Muita kehitysideoita, kommentteja tai huomioitavaa” jonka kautta kyselyyn vastaaja voi vielä kertoa, jos jotain muuta tuli mieleen videosta tai videokonseptista.

5.4.1 Kyselylomakkeen tulokset

Ensimmäisessä kysymyksessä arvoitiin videon laatua ja ominaisuuksia: selkeys, havainnollisuus, kuvan laatu, äänenlaatu, videon pituus ja tekstien tarpeellisuus. Kokonaisuudessaan videon laatu sai keskiarvoltaan 3,49. Videon selkeyttä arvioi 8/9 vastaajista ja selkeys sai keskiarvoksi 3,38. Suurin osa vastaajista eli viisi vastaajaa olivat sitä mieltä, että selkeys videossa oli melko hyvä. Havainnollisuutta arvoivat kaikki vastaajat ja keskiarvoksi tuli 3,78. Seitsemän vastaajaa arvioivat havainnollisuuden videossa erittäin hyväksi. Kuvan laatu sai keskiarvoksi 3,56 ja tätä arvoivat kaikki vastaajat. Viisi vastaajaa arvioi, että kuvan laatu oli videossa erittäin hyvä. Äänenlaatu ja videon pituus saivat molemmat keskiarvoksi 3,33. Suurin osa eli kahdeksan vastaajaa koki äänenlaadun joko melko hyväksi tai erittäin hyväksi. Kuusi vastaajaa arvioi videon pituuden melko hyväksi ja loput eli kolme vastaajaa arvioi pituuden erittäin hyväksi. Tekstien tarpeellisuus sai keskiarvoksi 3,56 ja viisi vastaajaa koki tekstien tarpeellisuuden erittäin hyvänä.



Kuvio 4. Arvioi seuraavia videon ominaisuuksia. (n=9)

Toinen kysymys oli avoin kysymys, missä vastaajat saivat arvioida, miten hyvin video onnistui tavoitteessaan opastaa oluthanan puhdistus. Kahdeksan vastaajaa koki, että video oli hyvin onnistunut tavoitteessaan, sillä se oli informatiivinen ja sen avulla pystyisi puhdistamaan oluthanat. Kaksi vastaajaa toi ilmi, että videossa pitäisi huomioida paremmin turvallisuuteen liittyvät asiat kuten myrkyllisiä pesuaineita käsitellessä pitäisi muistaa käyttää suojavälineitä. Yksi vastaajista toivoi, että videossa olisi käyty hitaammin ja selkeämmin läpi kegin käyttö.

Kolmas kysymys oli avoin kysymys, jossa tiedusteltiin vastaajien mielipidettä siihen, mihin työtehtävien perehdyttämiseen videot sopisivat. Kolme vastaajaa kertoi, että videot sopisivat erityisesti siivous- ja ylläpitotehtäviin. Kaikki vastaajat toivat esille toistuvia ja mekaanisia työtehtäviä kuten ravintolan avaus- ja sulkuprosessit, kassojen hallinta ja hanajärjestelmiin liittyvät tehtävät. Videoita voisi hyödyntää erityisesti salin puolella, mutta myös keittiön puolella videoita voisi hyödyntää esimerkiksi annosten valmistamiseen annoskorttien mukaisesti, jotta tuote olisi aina samanlainen.

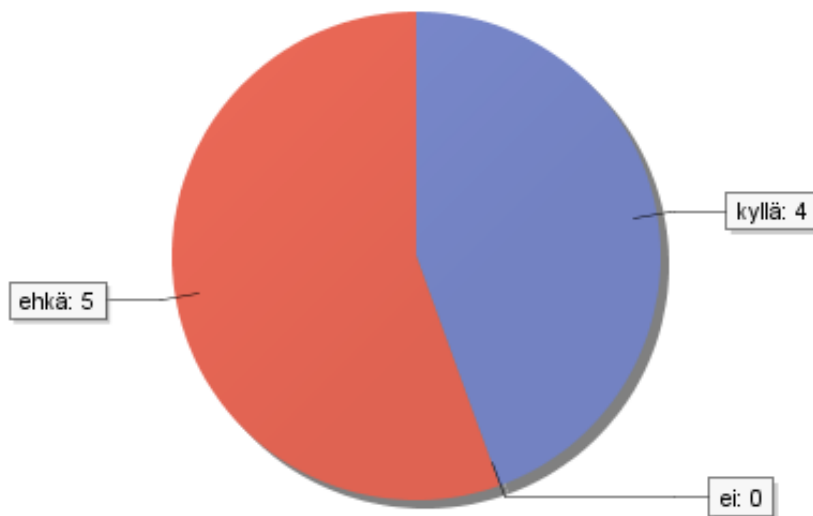
Neljännessä avoimessa kysymyksessä kysyttiin, mitä kautta vastaajien mielestä videoita olisi helpoin katsoa. Kuusi vastaajaa arvioi, että YouTube olisi helpoin kanava, sillä se on kaikkien ulottuvilla. Vastaajat toivat myös esille, että helpointa videoita olisi katsoa puhelimesta, joten linkki esimieheltä tai linkki Whatsapp -ryhmään olisi hyvä.

Viidennessä kysymyksessä kysyttiin vastaajilta, kuinka usein he kävisivät katsomassa työnopastusvideoita ja vaihtoehdot tähän kysymykseen olivat: todella usein, melko usein, melko harvoin, todella harvoin. Yli puolet vastaajista koki, että kävisi katsomassa videoita melko usein.



Kuvio 5. Kuinka usein luulet, että kävisit katsomassa työnopastusvideoita? (n=9)

Kuudennessa kysymyksessä vastaajat arvioivat löytyisikö CMB Ravintoloiden työntekijöiltä kiinnostusta osallistua videoiden tuottamiseen. Vastausvaihtoehdot olivat kyllä, ei ja ehkä. Viisi vastaajaa vastasi ehkä ja neljä vastasi kyllä.



Kuvio 6. Luuletko, että CMB Ravintoloiden työntekijöiltä löytyisi kiinnostusta osallistua videoiden tuottamiseen? (n=9)

Seitsemännen kysymys oli avoin kysymys, jonne vastaajat saivat vapaasti antaa muuta kommentoitavaa tai kehitysideoita. Tähän kohtaan vain yksi vastaaja kommentoi, että videossa mainitaan usein termi haalea vesi ja olisi pitänyt saada tarkempi kuvaus minkä lämpöistä haalea vesi on.

6 Produktin arviointi

Opinnäytetyön päätavoitteena oli tutkia työnopastuksen digitalisoinnin ja erityisesti videoiden hyödynnettävyyttä CMB Ravintoloissa. Alatavoitteena oli tutkia, minkälainen on hyvä työnopastusvideo ja toteuttaa se työn produktina työnopastusvideo aiheesta oluthanan puhdistus Töölön Sävel Finbistrossa. Lisäksi alatavoitteena oli kerätä valmiista videosta palautetta, jotta pystyttäisiin arvioimaan videoiden toimivuutta ja hyödyllisyyttä. Tässä luvussa käydään läpi tärkeimpiä tuloksia ja johtopäätöksiä ja ehdotetaan kehitysideoita videoiden ja koko projektin parantamiseen. Viimeiseksi luvussa tutkija arvioi koko opinnäytetyön sujuvuutta ja onnistuneisuutta ja tuo esille omia oppimiskokemuksia työn aikana.

6.1 Opinnäytetyön tulokset ja johtopäätökset

Opinnäytetyössä suunniteltiin ja toteutettiin yksi työnopastusvideo aiheesta oluthanan puhdistus ja valmiista videosta kerättiin palautetta CMB Ravintoloiden työntekijöiltä kyselytutkimuksen avulla Webropolia käyttäen. Kyselyyn vastanneet arvoivat videon selkeäksi ja havainnolliseksi ja se myös saavutti tavoitteensa opastamaan oluthanan puhdistus katosjalle. Vastaajat myös kertoivat, että työnopastusvideot sopisivat mekaanisiin työtehtäviin, ja CMB Ravintoloiden työntekijät saattaisivat olla kiinnostuneita osallistumaan videoiden tuottamiseen. CMB Ravintoloiden työntekijät kävisivät melko usein katsomassa videoita ja helpoin tapa olisi käyttää YouTube -alustaa videon jakamiseen.

Opinnäytetyön tärkeimmäksi tulokseksi nousi se, että CMB Ravintoloille työnopastusvideot ovat hyödyllisiä apuvälineitä tehostamaan työntekijöiden oppimista. Tietoperustassa lähteiden asennoituminen digitalisointia ja videoita kohtaan oli erittäin positiivinen ja monet lähteet nostivat digitalisaation myönteiseksi ilmiöksi, jonka avulla pystytään kehittämään yritysten toimintaa tehokkaammaksi. Monissa lähteissä kannustettiin yrityksiä hyötykäyttämään digitalisointia erityisesti markkinoinnissa ja henkilöstöhallinnossa. Kyselylomakkeen palaute myös tuki sitä, että videot ovat hyödyllisiä apuvälineitä työnopastuksessa. Suurin osa palautteesta koskien videon laatua ja sen onnistuneisuutta oli erittäin positiivista ja myös palaute liittyen videoiden käyttöön työnopastuksessa oli kannustavaa. Palautteen perusteella voisi sanoa, että vastaajat kokivat, että videoita käytäisiin katsomassa melko usein ja CMB Ravintoloiden työntekijät saattaisivat olla kiinnostuneita osallistumaan videoiden tuottamiseen ja sitä kautta työnopastuksen kehittämiseen. Opinnäytetyön tuloksia ei voida kuitenkaan yleistää muihin ravintoloihin, sillä kyselylomake ja vastaajamäärä ovat liian suppeat. Myös työn luotettavuuteen ja tulosten yleistämiseen vaikuttaa työn tietoperustan suppeus ja erityisesti digitalisaatiota ja digitalisointia olisi pitänyt syventää tutkimusartikkeleiden avulla.

Kyselytutkimuksen tulosten perusteella videon laatu oli vastaajien mielestä melko hyvä. Produkti toteutettiin pienellä suunnittelulla, tavallisella digikameralla ja editointiin käytettiin tietokoneen ilmaista sovellusta iMovie, ja video jaettiin ilmaisen kanavan eli YouTuben kautta. Videon tekijä ei ole ammattokuvaaja, eikä tekijällä ole aikaisempaa kokemusta videon teosta tai editoinnista. Tästä voi päätellä, että selkeitä ja havainnollisia videoita saa aikaan myös esimerkiksi CMB Ravintoloiden työntekijä, joka on kiinnostunut aiheesta. Palautteen perusteella video onnistui hyvin tavoitteessaan ja videon avulla työntekijät pystyivät itsenäisesti puhdistamaan oluthanan.

Gutierrez (2016) tuo esille, että muutamien vuosien sisällä suurin osa työvoimasta koostuu millenniaaleista. He vaativat yrityksiltä kykyä kehittää prosesseja ja toimintamalleja teknologian avulla, sillä millenniaalit jotka ovat kasvaneet uuden teknologian avulla kuostavat uusien haasteiden ja itsensä kehittämisen kautta. (Gutierrez 2016.) Videokonseptin avulla CMB Ravintolat voivat hyödyntää teknologian kautta saatavia mahdollisuuksia parantamaan perehdytystä ja erityisesti työnopastusta ja tämän kaltaista kehitystä millenniaalit odottavat yrityksiltä. Kyselytutkimuksen kautta saadun tiedon mukaan vastaajat pitivät mahdollisena, että CMB Ravintoloiden työntekijät voisivat olla kiinnostuneita videoiden tuottamisesta. Kiinnostuneille työntekijöille uusi projekti voi tuoda mahdollisuuksia kehittää omaa osaamistaan ja tämä voi kasvattaa työmotivaatiota. CMB Ravintoloiden strategian (Karjalainen 13.11.2018) toisessa kohdassa tuodaan esille henkilöstön tärkeys yrityksen voimavarana. CMB Ravintoloiden mielestä motivoitunut ja tyytyväinen henkilöstö vaikuttaa asiakkaiden tyytyväisyyteen ja sitä kautta yrityksen tulokseen. Myös Hokkanen, ym. (2008, 34) ovat samaa mieltä siitä, että työntekijän motivaatio vaikuttaa työn laatuun ja tyytyväisyyteen.

Millenniaalit myös kokevat, että suuren tietomäärän omaksuminen vaikeuttaa oppimista, joten tiedon täytyy olla saatavilla koko ajan. (Gutierrez 2016.) Tutkimuksessa yli puolet vastaajista kertoi, että kävisi katsomassa työnopastusvideoita melko usein, jos siihen olisi mahdollisuus. Tutkimuksessa kävi myös ilmi, että toistuvia mekaanisia työtehtäviä, joihin videot olisivat hyödyllisiä, löytyi paljon salin puolelta ja muutamia myös keittiön puolelta. Tästä voi päätellä, että tiedon ja taidon siirtäminen sähköiseen muotoon hyödyttäisi työntekijöitä, sillä oppimisesta voisi tulla jatkuva prosessi ilman henkilökohtaisen työnopastuksen asettamia rajoja.

Oluthanan puhdistus oli erittäin toimiva esimerkki työnopastusvideoon, sillä puhdistus on monivaiheinen, aikaa vievä työtehtävä ja se tehdään vain kerran kuussa. James (2017) toi

esille sen, että digitalisaatio ja teknologia on muuttanut ihmisten tapaa muistaa. On helpompaa muistaa, mitä kautta voi etsiä tarvittavaa tietoa kuin muistaa itse tieto. Voisi sanoa, että oluthanan puhdistusta on melkein mahdotonta muistaa ensimmäisen kerran jälkeen, joten on hyödyllistä, että tieto digitalisoidaan. Tällöin työntekijä voi tarkistaa ajasta ja paikasta riippumatta työvaiheiden kulkua ja yksityiskohtia jälkeenpäin. Itse oluthanan puhdistuksen hyötyä videossa on vaikea määrittellä, sillä ei ole tietoa, miten monessa ravintolassa on videossa esitelty manuaalinen puhdistus ja miten monesta ravintolasta löytyy automaattinen puhdistusjärjestelmä.

Erilaisten oppijoiden liitto toi esille kolme erilaista havaintokanaviin perustuvaa oppimistyyliä: Visuaalinen havaintokanava, auditiivinen havaintokanava ja kinesteettinen havaintokanava. Ihmisen vahvimpana oppimistyylinä voi olla jokin tietyn havaintokanavan kautta oppiminen, mutta se ei tarkoita, etteikö tietoa voi omaksua jokaisen havaintokanavan kautta. Video palvelee jokaista havaintokanavaa jonkin verran. (Erilaisten oppijoiden liitto.) Visuaaliselle ihmiselle kuvat auttavat oppimista, auditiiviselle ihmiselle äänitetyt ohjeet auttavat oppimista ja kinesteettiselle liikkeitä videolla ja työtehtävien konkreettinen näyttäminen vahvistavat oppimista. Tästä voi päätellä, että videot ovat yksi hyödyllisimpiä oheismateriaaleja työnopastuksen tukemiseksi, mitä yritys voi antaa työntekijöilleen.

6.2 Kehitysehdotukset

Kyselytutkimuksessa vastaajat toivat esille, että videossa ei käsitelty tarpeeksi turvallisuuden liittyviä ohjeita. Tämän vuoksi seuraavissa videoissa olisi huomioitava paremmin se, että videota katsovat työntekijät joille aihe ei ole tuttu, joten videolla täytyy kiinnittää huomiota myös yksityiskohtiin ja erityisesti turvallisuusasioihin. Vastaajat toivat esille myös, että nopeatempoiset toimenpiteet jäivät hiukan epäselviksi. Jatkossa nopeasti tapahtuvat toimenpiteet voidaan jakaa useampaan otokseen, jotta katsoja näkisi selkeämmin ja yksityiskohtaisemmin toimenpiteet.

Guo ym. (1) tuovat esille, että videoiden toteuttaminen saattaa olla kallista ja aikaa vievää, joten yrityksen pitää tutkia, ovatko kustannukset ja hyöty tasapainossa. CMB Ravintoloiden (Karjalainen 13.11.2018) toiminta on tuloskeskeistä, joten kulujen kontrolli on tärkeää. Jos CMB Ravintolat aikovat toteuttaa videokonseptin laajemmassa mittakaavassa on suurin kuluerä videoiden tekijän palkka, sillä videot voi kuvata tavallisella digikameralla ja editoida ja jakaa ilmaisilla ohjelmilla. Kuluerän pienentämiseksi CMB Ravintoloiden kannattaa hyödyntää työntekijöidensä kiinnostusta ja toteuttaa produktit työajalla omilla työntekijöiden kanssa. Näin yritys välttää ulkopuolisen kuvaajan palkkaamisen. On myös tärkeää,

että projektille määrätään vastuuhenkilö. Videoiden tekoon voi ottaa muutamia työntekijöitä mukaan, mutta koko projektista ja varsinkin sen etenemisestä on vastuussa vain yksi henkilö.

Jotta videokonseptia voisi yleistää muissakin CMB Ravintoloiden toimipisteissä, niin silloin olisi tärkeää selvittää, olisiko ravintoloissa samankaltaisia koneita tai muita mekaanisia työtehtäviä. Jos ravintoloista löytyy esimerkiksi samankaltainen astianpesukone, niin silloin tämän käyttöön voi tehdä yhden videon ja käyttää sitä kaikkien ravintoloiden työno-
pastuksessa. Työtehtävien kartoittamisen avulla voidaan maksimoida videoiden hyöty ja minimoida kustannukset.

Jos jatkossa CMB Ravintolat päättävät panostaa työno-
pastusvideoihin, niin tutkimuksen tulosten perusteella CMB Ravintoloiden kannattaa perustaa oma henkilökohtainen YouTube -kanava. Tutkimuksessa vastaajat olivat yhtä mieltä siitä, että YouTube -kanava on helpoin tapa katsoa videoita, sillä videot saa helposti jaettua linkin avulla ja myös katsottua älypuhelimelta. YouTube -kanavalla videot voi piilottaa, jotta vain henkilöt jotka ovat CMB Ravintoloiden työntekijöitä, voivat nähdä videon linkin avulla.

6.3 Opinnäytetyön arviointi

Opinnäytetyön tavoitteet saavutettiin ja työssä onnistuttiin luomaan havainnollistava työno-
pastusvideon oluthanan puhdistuksesta. Työssä tehty kyselylomake ja vastaajamäärä olivat kuitenkin suppeat ja sen vuoksi työn tuloksia ei pystytä yleistämään ja videon arvi-
oinnin luotettavuus kärsii myös näistä asioista. Pää tavoitteeseen liittyen Webropol-kyselyä olisi pitänyt laajentaa, jotta palautteen analysoinnin kautta johtopäätöksiä videoiden hyö-
dyllisyydestä olisi pystytty tekemään paremmin. Toimeksiantajalta saatu palaute työno-
pastusvideosta oli erittäin positiivista.

Tietoperusta on työssä tällä hetkellä hyvä, mutta sitä olisi voitu syventää enemmän erilais-
ten ja kansainvälisten lähteiden kautta. Perehdytys on aiheena erittäin laaja ja siitä löytyy paljon lähteitä, joten aiheeseen olisi voitu lisätä erilaisia näkökulmia, jotta lähteiden vuoro-
puhelu olisi ollut syvempää. Digitalisaatio oli aiheena hankala, sillä sitä ei ole tutkittu ko-
vinkaan paljon. Luotettavia lähteitä oli hankala löytää, joten lähteet ovat suurimmaksi osaksi blogeja. Tietoperustaa rakentaessa hyödyllistä olisi ollut käyttää enemmän aikaa englanninkielisten tutkimusartikkeleiden lukemiseen ja niiden käyttämiseen. Digitalisaation ja perehdyttämisen linkittäminen toisiinsa jäi vajaaksi tietoperustassa.

Yhteistyö toimeksiantajan kanssa sujui ongelmitta työn edetessä. Työn tekeminen oli pää-
osin itsenäistä työskentelyä ja vain muutaman otteeseen otettiin yhteys toimeksiantajaan.

Työn alkuvaiheessa oli tärkeää, että toimeksiantaja oli samaa mieltä työn tavoitteista ja etenemisestä. Kuitenkin toimeksiantaja oli avoin ja tyytyväinen jo tehtyyn alustavaan suunnitelmaan, joten työ eteni nopeasti sen avulla. Toimeksiantaja oli luottavainen ja antoi valtuudet tehdä työtä tutkijan haluamalla tavalla. Kuitenkin tehtiin selväksi se, että apua ja tukea saa tarvittaessa myös toimeksiantajalta.

Videon suunnittelu ja teko edistyivät sujuvasti. Tietoperustan avulla pystyttiin määrittämään mahdolliset ongelmat liittyen videon tekoon ja ennaltaehkäisemään virheitä. Eniten ongelmia aiheutti se, että aihe oli tuntematon kuvaajalle ja työnopastuksen vaiheet esiteltiin samaan aikaan, kun videon otoksia kuvattiin. Tämän vuoksi tarkkaa käsikirjoitusta ei voitu tehdä etukäteen. Jos aikaa olisi ollut enemmän, niin hyödyllistä olisi ollut käydä kaksi kertaa kuvaamispaikalla katsomassa oluthanan puhdistus. Ensimmäisellä kerralla olisi voitu tehdä muistiinpanot puhdistuksen vaiheista ja seuraavalla kerralla kuvata yksityiskohtaisen käsikirjoituksen avulla materiaalit. Ensimmäisellä kerralla olisi myös voinut havaita, että toisen kuvauspaikalla eli kellarissa oli todella huonot valot. Tämä ratkaistiin paikalla erillisen valon avulla, mutta jos kuvaamista ja otoksia olisi suunniteltu etukäteen käsikirjoituksen avulla, niin tähän asiaan olisi voitu löytää parempi ratkaisu. Tämä vaikutti videon laatuun, sillä kellarissa kuvattu materiaali oli hiukan epäselkeää jossain otoksissa, koska erillinen valo heilui hiukan.

Kuten aikaisemmin mainittiin kyselylomakkeeseen olisi voitu käyttää enemmän aikaa työn loppuvaiheessa. Kyselylomakkeen tekeminen oli yksinkertaista, sillä Webropol on helppo työkalu kyselyn rakentamiseen ja siihen oli myös helppo lisätä linkki videoon. Kuitenkin jos kyselyä olisi laajentanut ja olisi saatu enemmän vastaajia, niin tulosten kautta olisi voitu selkeämmin nähdä CMB Ravintoloiden työntekijöiden mielipiteitä videoiden käyttämiseen ja sitä kautta myös pohtia videoiden hyötyä työnopastuksessa. Kuitenkin huomioon ottaen koko työn laajuus ja aikaraja, niin kyselylomake oli hyvä lisä ja se antoi vilkaisun työntekijöiden näkökulmaan videoiden hyödyllisyydestä.

6.4 Oma oppiminen

Opin työn aikana prosessin ja ison kokonaisuuden hallintaa itsenäisen työskentelyn ohella. En ole ollut aikaisemmin vastuussa yksin näin isosta projektista ja sen valmistumisesta. Tämä projekti opetti erityisesti taidon tehdä työtä kärsivällisesti eteenpäin pala palalta ja pitää motivaatiota yllä ja tavoitteet mielessä koko prosessin ajan. Opin myös, että olen erittäin kykeneväinen ottamaan haasteeksi isoja projekteja tulevaisuudessakin. Olin erityisen tyytyväinen omaan suunnitelmallisuuteeni projektin teossa ja sain rajattua työtäni kokonaisuudeksi, jota oli helppo hallita. Suunnitelmallisuus auttoi stressinsietoa ja koin,

että projektin aikana ilmestyneet vastoinkäymiset ja haasteet eivät tuntuneet ylipääsemättömiltä. Suunnitelmallisuuden avulla nautin oppinäytetyön teosta suurimmaksi osin, sillä olin koko ajan perillä siitä mitä pitäisi tehdä ja mitä olen jo tehnyt.

Työn alkuvaiheessa olin todella hermostunut, sillä tiesin, että työ tulisi olemaan vaativin ja aikaa vievin projekti mitä olen tehnyt. Kuitenkin työn edetessä huomasin, että produktiivinen työ oli minulla paras vaihtoehto. Produktia tehtäessä työ meni eteenpäin vaivattomasti ja koin, että produktin aikana sain käyttää omia vahvuksiani hiukan hyödyksi eli luovuutta ja taiteellisuutta. Jos aikaraja ei olisi tullut vastaan, niin olisin voinut syventää työtäni tekemällä työnopastusvideosarjan ja tehnyt laajemman tutkimuksen ja kerännyt palautetta kaikista CMB Ravintoloiden toimipaikoista. Tällä tavalla CMB Ravintolat olisi saanut valmiin tuotoksen, jota he olisivat voineet mahdollisesti käyttää välittömästi työnopastuksessa. Myös isommassa projektissa olisin päässyt hyödyntämään paremmin oppimiani asioita videoiden kuvaamisesta ja editoinnista.

Olin yllätynyt, että itse produktin eli videon kuvaaminen ja editointi onnistuivat muutamassa päivässä ja tämänkin vuoksi pohdin, että videosarja olisi mielenkiintoinen toteuttaa. Olen kuitenkin tyytyväinen, että en lisännyt videoita työhöni, sillä aliarvioin kirjoittamistyön määrää ja siihen käytettävää aikaa. Koko produktin tuottamisen prosessin auki kirjoittaminen oli työlästä ja tekstiä piti työstää monia kertoja. Tähän syynä oli se, että en ollut ennen työn aloittamista ottanut tarpeeksi selvää mitä itse oppinäytetyö pitää sisällään ja minkälainen on kirjoitustyyli työssä. Jos olisin ottanut selvää näistä asioista työn rakentaminen ja kirjoittaminen olisi ollut helpompaa. Oli hyvä, että minulla oli todella joustava aikataulu työn suhteen, joten pystyin työstämään tekstiä kauemmin kuin olin suunnitellut. Aikataulullisesti työni valmistuminen kesti pidempään kuin olin suunnitellut. En ollut varautunut siihen, että ajatustyö jonka kävisin läpi työhön liittyen, olisi näinkin työläs ja aikaa vievä.

Tiedon keräämistä ja lähteiden selailua en ollut aikaisemmin tehnyt näin laajassa mitta-kaavassa ja se olikin erittäin haastavaa, mutta palkitsevaa. Uskonkin, että tästä taidosta tulee olemaan kaikkein eniten hyötyä tulevaisuudessa, ja tämän projektin avulla taitoni kerätä tietoa eri lähteistä kehittyi huomattavasti aikaisempaan verrattuna. Produktia toteuttaessa huomasin, miten suuri merkitys lähteiden tutkimisella ja suunnittelulla oli työni onnistumisen kannalta. Tutkin etukäteen ohjeita videon kuvaamiseen ja editointiin liittyen ja pyrin toteuttamaan produktin niiden kautta. Huomasin, että pystyin eliminoimaan monia ongelmia suunnittelun kautta, joita olisi myöhemmin ilmaantunut. Myös asiallinen kirjoitustyyli kehittyi kirjoittamisen ja oman tekstin analysoinnin kautta. Suuren eron huomasin jopa pienillä muutoksilla, kuten muuttaessani kirjoitustyyliäni ensimmäisestä persoonasta kolmanteen persoonaan tai passiivimuotoon.

Kehitin myös teknistä osaamistani liittyen videon kuvaamiseen, editoimiseen ja jakamiseen. Videon suunnittelussa tuli paljon uusia asioita joita en olisi ottanut huomioon aikaisemmin kuten se, että videot kannattaa kuvata otoksissa ja yksi vaihe kerrallaan. En ollut aikaisemmin myöskään käyttänyt iMovie -editointiohjelmaa ja mitä pidemmälle editointi meni, sen paremmin osasin käyttää hyödyksi ohjelman erilaisia ominaisuuksia. Uskon, että jos tekisin nyt lisää videoita, niin editoiminen olisi vaivattomampaa ja nopeampaa. YouTube -kanavalle videon jakaminen ja tilin hallinnointi, oli myös uusi taito minkä opin työtäni tehdessä.

Lähteet

Anthony-Pillai, C. 2018. 5 Pros To Educating Through Video Based Learning. Luettavissa: http://blog.learnhownow.com/2018/03/27/5-great-reasons-to-educate-through-video-learning/?utm_source=blog&utm_medium=Elearning&utm_campaign=Elearning. Luettu: 4.2.2019.

Anthony-Pillai, C. 2018. Why eLearning Is The Perfect Tool For Onboarding New Staff. Luettavissa: <https://elearningindustry.com/elearning-for-onboarding-new-staff-perfect-tool>. Luettu: 4.2.2019.

Arora, D. 2018. What Is The Role Of Digitalisation In Business Growth? Luettavissa: <https://digitalagencynetwork.com/what-is-the-role-of-digitalisation-in-business-growth/>. Luettu: 7.2.2019.

Digitalist Network. Digitalisaation keskellä pysyvää yritykselle ovat vain arvot. Luettavissa: <http://digitalistnetwork.com/digitalisaation-keskella-pysyvaa-yritykselle-arvot/> . Luettu: 11.1.2017.

Elmokadem, P. 2018. 8 Beginners Tips for Making a Professional-Looking Videos. Luettavissa: <https://visme.co/blog/video-tips/>. Luettu: 31.1.2019.

Erilaisten oppijoiden liitto. Havaintokanavista lyhyesti. Luettavissa: http://www.erilaistenoppijoidenliitto.fi/?page_id=869 . Luettu: 24.09.2018.

Eräsalo, U. 2011. Käytännön henkilöstöjohtaminen majoitus- ja ravintola-alalla. Restamark. Helsinki.

Fischer, M. 2018. Digital Onboarding: Happier Hires, Greater Productivity. Luettavissa: <https://www.digitalistmag.com/future-of-work/2018/01/25/digital-onboarding-happier-hires-greater-productivity-05790042>. Luettu: 7.2.2019.

Gartner 2019. Digitalization. Luettavissa: <https://www.gartner.com/it-glossary/digitalization/>. Luettu: 1.2.2019.

Guo, J., Kim, J. & Rubin, R. How Video Production Affects Student Engagement: An Empirical Study of MOOC Videos. Luettavissa: http://pgbovine.net/publications/edX-MOOC-video-production-and-engagement_LAS-2014.pdf . Luettu: 1.11.2018.

Gutierrez, K. 2016. Training Millennials: 7 Things You Should Do Right Now. Luettavissa: <https://www.shiftelearning.com/blog/training-millennials-elearning> . Luettu: 10.12.2018.

Hokkanen, S. Mäkelä, T. & Taatila, V. 2008. Alan johtajaksi. WSOY. Helsinki.

Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio. Talentum. Luettavissa: [Irniger, A. 2017. Difference between Digitazation, Digitalization and Digital Transformation. Luettavissa: <https://www.coresystems.net/blog/difference-between-digitization-digitalization-and-digital-transformation>. Luettu: 2.2.2019.](https://ezproxy.haaga-helia.fi:2285/teos/IACBGXC-TEB#kohta:2((20)MIT((c4)((20)ON((20)DIGITALISAATIO?((20):2.1((20)DIGITALISAA-TIO((20) . Luettu: 12.09.2018.</p></div><div data-bbox=)

i-Scoop. Digital transformation: online guide to digital business transformation. Luettavissa: <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/>. Luettu: 3.2.2019.

James, D. 2017. How Can Technology Help The Onboarding Process. Luettavissa: <https://elearningindustry.com/induction-and-onboarding-with-digital-technology-help-process>. Luettu: 30.01.2019.

Jeanetta, A. 2017. 7 Reasons Social Media in the Workplace can Help Employees. Luettavissa: <https://theolsongroup.com/5-reasons-social-media-workplace-can-help-employees/>. Luettu: 7.2.2019.

Järvinen, A. Koivisto, T. & Poikela, E. 2000. Oppiminen työssä ja työyhteisössä. WSOY. Helsinki.

Kaltura. 2014. The State Of Video In The Enterprise. Luettavissa: <http://site.kaltura.com/rs/kaltura/images/The%20State%20of%20Enterprise%20Video%202014%20-%20Kaltura%20Report-%20Final.pdf> . Luettu: 11.12.2018.

Kangas, P. & Hämäläinen, J. 2007. Perehdyttämisen suunnittelu ja toteutus. Työturvallisuuskeskus. Helsinki.

Karjalainen, M. 13.11.2018. Ravintolatoimenjohtaja. CMB Ravintolat. Sähköposti.

Kjelin, E. & Kuusisto, P. 2003. Tulokkaasta tuloksetekijäksi. Talentum. Helsinki.

Kokkinen, A. Rantanen-Väntsi, L. Tuomola, A. & Breitenstein, J. 2008. Aikuisen oppijan kirja. Kirjapaja. Helsinki.

Kupias, P. & Peltola, R. 2009. Perehdyttämisen pelikentällä. Palmenia. Helsinki.

Laine, M. 2016. Opettaja: näillä ohjeilla teet hyvän video – katso Yle Uutisluokan opetusvideot. Luettavissa: https://yle.fi/uutiset/osasto/uutisluokka/opettaja_nailla_ohjeilla_teen_hyvan_videon_katso_yle_uutisluokan_opetusvideot/9347161 . Luettu: 30.10.2018.

Luke, B. & Hogarth, K. 2011. Developing and enhancing independent learning skills: Using video tutorials as a means of helping students help themselves. Luettavissa: <https://www-emeraldinsight-com.ezproxy.haaga-helia.fi/doi/full/10.1108/10309611111187019#>. Luettu: 19.2.2019.

Mara 2013. Alan vetovoima on hyvä. Luettavissa: <https://mara.fi/alan-vetovoima-on-hyva>. Luettu: 11.2.2019.

Opetusteknologiakeskus-Helsingin Yliopisto. Opetusvideot. Luettavissa: <https://blogs.helsinki.fi/opetusvideot/> . Luettu: 29.10.2018.

Otsolampi, H. Digitalization- the first true revolution in business history. Luettavissa: <https://www.avaus.fi/en/blog/digitalization-the-first-true-revolution-in-business-history/>. Luettu: 30.01.2019.

Paul, E. 2018. Impact of Digitization on New Hire Onboarding Business Processes. Luettavissa: <https://www.empitrust.com/blog/impact-of-digital-in-new-hire-onboarding>. Luettu: 3.2.2019.

Psycon. 2013. Onnistunut perehdytys sitouttaa. Luettavissa: <https://www.psycon.fi/blogi/onnistunut-perehdytys-sitouttaa>. Luettu: 4.2.2019.

Ruokonen, M. 2016. Biteistä Bisnestä!: digitaalisen liiketoiminnan käsikirja. Decendo. Jyväskylä.

Sunström, J. 2017. Digitalisointi= Digitointi! = Digitalisaatio. Luettavissa: <https://www.verkkoasema.fi/blogiarkisto/digitalisointi-digitointi-digitalisaatio/>. Luettu: 1.2.2019.

The YourMemberShip Team. 2017. 5 benefits of video-based learning. Luettavissa: <https://www.yourmembership.com/blog/5-benefits-of-video-based-learning/>. Luettu: 30.01.2019.

Thiefels, J. 2017. 5 Ways To Make Onboarding Training More Engaging With Videos. Luettavissa: <https://www.shiftelearning.com/blog/onboarding-training-video> . Luettu: 10.12.2018.

Työterveyslaitos. Huhtikuu: Tervetuloa uudet työntekijät. Luettavissa: <https://www.ttl.fi/tyoymparisto/tyoturvallisuus/ymparistohuoltoalan-turvallisuuden-vuosikello/huhtikuu-tervetuloa-uudet-tyontekijat/>. Luettu: 6.2.2019.

Työturvallisuuslaki 23.8.2002/738

Töölön Sävel Finbistro. Luettavissa: <https://toolonsavel.fi/?lang=fi>. Luettu: 13.09.2018.

VCreate. 2017. Onboarding in the Digital-Age – Why Personalised Video is the Secret to Success. Luettavissa: <https://www.vcreate.tv/news/Onboarding-in-the-Digital-Age---Why-Personalised-Video-is-the-Secret-to-Success>. Luettu: 30.01.2019.

West, S. 2018. Meeting Millennial Expectations In These Four Areas Of Technology. Luettavissa: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2018/06/28/meeting-millennial-expectations-in-these-four-areas-of-technology/#7ed978a14ffc> . Luettu: 10.12.2018.

Zerza, A. 29.11.2018. Ravintolapäällikkö. Töölö Sävel Finbistro. Haastattelu. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Produktikysymykset ravintolatoimenjohtajalle

Opinnäytetyö ”Työnopastuksen digitalisointi”

Tekijä: Henna Rasmus

Työni päätavoite on tutkia ja kokeilla miten hyödyllisiä videot olisivat työnopastuksessa ja toimeksiantajana toimii CMB ravintolat. Alustavan suunnitelman mukaan toteuttaisin videoiden kuvaukset Töölö Sävel Finbistrossa marraskuun-joulukuun aikana. Kuvaukset kestäisit muutaman päivän korkeintaan. Tekisin noin 2-3 videota, jotka olisivat kestoiltaan 2-5minuuttia. Videoiden aiheet olisivat käytännönläheisiä ja mekaanisia toimintoja kuten esimerkiksi kassakoneen käyttö, kahvikoneen puhdistaminen/käyttö, keittiössä olevan laitteiden käyttö yms. Videoissa voisi esiintyä Töölön Sävel Ravintolan henkilökuntaa (1-2 henkilöä).

Kysymyksiä ja pohdittavia asioita liittyen toimeksiantajaan ja tuotteisiin

1. Toimeksiantajan salassapito opinnäytetyössä
 - Voiko opinnäytetyöhön kirjoittaa yritysesittelyn
 - Miten paljon koko produktin toteutuksesta ja yritykseen liittyvistä asioista toimeksiantaja haluaa salata
 - Videoiden salassapito
2. Missä ja milloin
 - Sopiiko toimeksiantajalle, että videoiden kuvaaminen tapahtuu Töölö Sävel ravintolassa, vai onko toimeksiantajalla jokin parempi kohde mielessä
 - Onko mahdollista, että videot kuvataan marraskuun/joulukuun aikana. Yritetään sopia aikatauluja
3. Henkilöt ja työtehtävät videoissa
 - Onko mahdollista, että saataisiin joku henkilö ketjun sisältä esiintymään videoissa
 - Onko toimeksiantajalla ideoita mihin työtehtäviin videot voisivat olla mahdollisimman hyödyllisiä (ideat esim. Kahvikoneen käyttö tai puhdistus, kassakoneen käyttö, tiskikoneen käyttö, jokin siivoamiseen liittyvä jne.)
 - Keitä henkilöitä toimeksiantaja toivoo, että on paikalla videoita tehtäessä
4. Palaute
 - Onko mahdollista saada toimeksiantajan palaute ja mietteet videoista kasvotusten tai sähköpostin avulla
 - Onko mahdollista kerätä esimerkiksi ravintolan työntekijöiltä palaute/mietteet videoista jollain tavalla (paikan päällä esitetään ja otan kommentit vastaan tai sähköpostin avulla)
5. Muita tuotteisiin liittyviä asioita
 - Toimeksiantajan toiveet/huomiot liittyen käytännönasioihin
 - Toimeksiantajan odotukset, miten projekti saadaan kasaan ja mitä sillä yritetään saavuttaa

Liite 2. Videon käsikirjoitus

Oluthanan puhdistusvideon käsikirjoitus

Kuvaukset!

Paikka: Ravintola Töölö Sävel

Aika: 29.11.2018 klo8.30-12.00

Aihe: Oluthanan puhdistus

Kuvauksiin tarvittavat asiat:

- Kamera: Nikon Coolpix A900
- Kuvaaja: Tomi Mustonen
- Muistiinpanovälineet (Ota ylös ohjeistukset mitä tulee videon jokaiseen otokseen/ puhdistusvaiheeseen)
- Läppäri ja USB piuha (siirrä kuvattu materiaali koneelle)

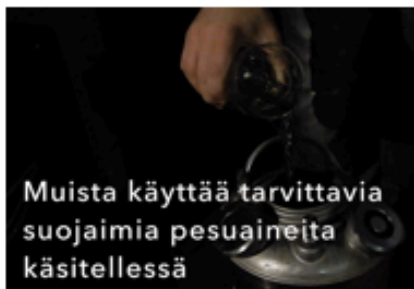
Ennen kuvauksia varmistetaan, että kuvauspaikalla on tarpeeksi valoa ja myös kuvauskulmat ovat hyviä. Kamera ei saa liikkua kauheasti kuvaamisen yhteydessä, joten vaiheet kuvataan lyhyissä otoksissa. Puhdistus kuvataan järjestyksessä vaihe vaiheelta. Yhden vaiheen jälkeen kirjoitan ylös ohjeistukset jotka tulevat kuvan päälle nauhoitettuna. Varmista ravintolapäälliköltä oikeat termit ohjeistukseen.

Kuvausvaiheet:

1. Kuvataan alkuotos eli yksi kuva, jonka päälle voi laittaa tekstin ”Oluthanan puhdistus”, jotta video alkaa selkeästi ja katsoja tietää mitä aihetta videon käsittelee.
2. Kuvataan puhdistukseen liittyvä ensimmäinen vaihe. Puhdistukseen käytettävät pesuaineet ja välineet esitellään.
3. Putkiston puhdistaminen pesuaineella.
4. Putkisto huuhdellaan vedellä.
5. Oluen laittaminen takaisin putkistoon.
6. Viimeiseksi varmistetaan, että olut on kunnossa ja sitä voi tarjoilla asiakkaille.

Liite 3. Oluthanan puhdistusvideon otokset

Oluthanan puhdistusvideon otokset



1. Aloituskuva, jossa kerrotaan katsojalle videon aihe. Rauhallinen ja selkeä aloitus videolle.
2. Puhdistus aloitetaan avaamalla puhdistukseen käytettävää pesutankkia vetämällä aluksi sokasta ylöspäin, jotta tankissa oleva paine saadaan purettua. Näin kannen avaaminen on turvallista ja helppoa.
3. Mittaa oluthanan puhdistukseen käytettävää pesuainetta tuoppiin.
4. Kaada sitten pesuaine pesutankkiin.
(Teksti: Muista käyttää tarvittavia suojaimia pesuaineita käsitellessä)
5. Lopuksi täytä pesutankki haalealla vedellä.



6. Irrota liitin kegistä ja liitä se sitten pesuainetankkiin. Varmista että kansi ja liitin ovat tiukasti paikoillaan. Sen jälkeen paina liittimen kahva alas, jotta paine saadaan pesuainetankkiin.



7. Valuta loput oluet putkista ämpäriin. Odota niin kauan, että hanasta tulee pelkkää kirkasta pesuvettä. Anna pesuveden vaikuttaa putkissa noin 15 minuutin ajan. (Teksti: Vaikutusaika noin 15 minuuttia.)



8. Pesuaine irrottaa putkissa olevaa hiivaa ja muuta likaa, joten valuta uudestaan pesuvettä niin kauan, että putkistoon vaihtuu uusi pesuvesi. Anna taas pesuveden vaikuttaa putkissa. (Teksti: vaikutusaika noin 15 minuuttia.)



9. Vaikuttamisen jälkeen valuta loput pesuvedet ulos. Voit kokeilla sormilla valuvaa vettä, jotta tunnistat pesuaineen vedessä.



10. Ota liitin pois pesuainetankista ja puhdista liinalla ettei liittimeen tai tankkiin jää hiivaa tai muuta likaa. Tämän jälkeen vapauta paineet pesuainetankista sokan avulla ja avaa kansi.



11. Huuhtelee pesuainetankki huolellisesti ja täytä se sitten haalealla vedellä.



12. Kytke liitin vesitankkiin ja paina liittimen kahvasta, jotta paine saadaan takaisin tankkiin. (Teksti: Muista puhdistaa liitintä ja suuttimia aina kun käsittelet niitä)



13. Valuta vettä hanasta niin kauan, että hanasta tulee vain puhdasta vettä eikä pesuainetta. Kokeile valuvaa vettä, tunnet sormilla, kun vedessä ei ole enää pesuainetta. Anna puhtaan veden vaikuttaa noin 10 minuuttia ja valuta se sitten kokonaan pois hanasta. (Teksti: Pesuaine voi tuntua sormissa limaiselta)



14. Täytä tankki uudelleen vedellä ja valuta puhdas vesi vielä kertaalleen hanasta läpi. Näin varmistat, ettei putkeen jää pesuainetta.



15. Kun liitin vaihdetaan vesitankista takaisin kegiin muista päästää paineet vesitankista. Voit kokeilla avaamalla tankin kannen, jos painetta on vielä tankissa, kansi ei avaudu. Puhdistuksen jälkeen asenna liitin takaisin kegiin.



Kun hanassa oli pesuvesi



Kun pesuvesitankki vaihdettiin kegiin



Puhdistuksen vaiheet lyhyesti

1. Täytä pesutankki vedellä ja pesuaineella
 2. Liitä se oluthanajärjestelmään liittimen avulla
 3. Valuta oluet putkista ulos ja anna pesuveden vaikuttaa 15 min

4. Valuta vanhat pesuvedet ja anna uusien vesien vaikuttaa 15 min ja sen jälkeen valuta kaikki pesuvedet
 6. Täytä pesuvesitankki vedellä ja liitä se järjestelmään ja anna puhtaan veden vaikuttaa 10 min

7. Täytä tankki uudelleen vedellä ja valuta puhdas vesi suoraan hanasta ulos
 8. Kiinnitä liitin takaisin kegiin
 9. Valuta hanasta niin kauan, että sieltä tulee pelkästään olutta

16. Muista tarkistaa paineet tankkien vaihtojen yhteyksissä erillisen ilmanupin avulla. (Teksti: Kun hanassa oli pesuvettä ja Teksti: Kun pesuvesitankki vaihdettiin kegiin)

17. Valuta hanaa niin kauan, että sieltä tulee pelkästään puhdasta olutta. Varmista vielä lopuksi, että puhdistus on onnistunut ja olut maistuu siltä miltä pitääkin.

18. Puhdistuksen vaiheet lyhyesti

1. Täytä pesuvesitankki vedellä ja pesuaineella
2. Liitä se oluthanajärjestelmään liittimen avulla
3. Valuta oluet putkista ulos ja anna pesuveden vaikuttaa 15 min ajan
4. Valuta vanhat pesuvedet ja anna uusien vesien vaikuttaa 15 min ja sen jälkeen valuta kaikki pesuvedet
5. (puuttuu/numero hypätty yli)
6. Täytä pesuvesitankki vedellä ja liitä se järjestelmään ja anna puhtaan veden vaikuttaa 10 min
7. Täytä tankki uudelleen vedellä ja valuta puhdas vesi suoraan hanasta ulos
8. Kiinnitä liitin takaisin kegiin
9. Valuta hanasta niin kauan, että sieltä tulee pelkästään olutta

Liite 4. Webropol-kyselylomake

Oluthanan puhdistusvideo ja kysely

Hei!

Olen Haaga-Helian restonomiopiskelija ja tein työnopastusvideon oluthanan puhdistuksesta opinnäytetyötäni varten. Opinnäytetyöni tavoitteet ovat tutkia videoiden hyödyllisyyttä työnopastuksessa ja tutkia hyvän työnopastusvideon ominaisuuksia.

Kuulisin mielelläni kommentteja ja mielipiteitä tämän videon laadusta ja työnopastusvideoiden käytettävyydestä CMB Ravintoloissa.

Vastaathan oheiseen kyselyyn videon katsomisen jälkeen. Kyselyyn vastaaminen vie noin 10 minuuttia.

Kiitos jo etukäteen!

Avaa linkki uudessa välilehdessä
https://youtu.be/IPn_zDWQf9Y

-Henna Rasmus

1. Arvioi seuraavia videon ominaisuuksia

erittäin huono melko huono melko hyvä erittäin hyvä

selkeys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
havainnollisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kuvan laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
äänenlaatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
videon pituus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tekstien tarpeellisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Miten mielestäsi video onnistui tavoitteessaan opastaa oluthanan puhdistus?

–

–

–

3. Minkä työtehtävien perehdyttämiseen videot mielestäsi sopisivat?

–

–

–

4. Mitä kautta työntekijöiden olisi helpoin katsoa videoita?

–

–

–

5. Kuinka usein luulet, että kävisit katsomassa työnopastusvideoita?

- todella usein
- melko usein
- melko harvoin
- todella harvoin

6. Luuletko että CMB Ravintoloiden työntekijöiltä löytyisi kiinnostusta osallistua videoiden tuottamiseen?

- kyllä
- ei
- ehkä

7. Muita kehitysideoita, kommentteja tai huomioitavaa

-

-

-