

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutus

Simo Lappalainen

PUHDAS ILO OY:N SISÄINEN TYÖNANTAJAMIELIKUVA

Opinnäytetyö
Toukokuu 2021



OPINNÄYTETYÖ
Toukokuu 2021
Liiketalouden koulutus

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
+358 13 260 600 (vaihde)

Tekijä(t)
Simo Lappalainen

Nimeke
Puhdas Ilo Oy:n sisäinen työnantajamielikuva

Toimeksiantaja
Puhdas Ilo Oy

Tiivistelmä

Työnantajamielikuvan merkitys korostuu yritysten toiminnassa yhä enemmän, kun työelämä on murroksessa ja työntekijäsukupolvi nuorentuu. Työnantajamielikuvalla vaikutetaan muun muassa henkilöstön viihtyvyyteen ja osaavan sekä ammattitaitoisen henkilöstön pysyvyyteen. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia joensuulaisen Puhdas Ilo Oy:n sisäisen työnantajamielikuvan tilaa työntekijäkokemukslähtöisesti.

Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin laadullisen ja määrällisen tutkimuksen keinoin. Tutkimusta varten suoritettiin teemahaastattelut yrityksen johdolle. Työntekijöille annettiin mahdollisuus vastata aiheeseen liittyvään sähköiseen Webropol-kyselytutkimukseen, jonka avulla saatiin sekä sanallista että numeraalista tietoa. Tutkimusten jälkeen tulokset raportoitiin ja niiden analysoinnissa hyödynnettiin työn teoriaosuuden työntekijäkokemusta ja työnantajamielikuvaa käsittelevää kirjallisuutta, artikkeleita ja verkkolähteitä.

Haastatteluiden ja kyselytutkimuksen avulla kerättyjä tutkimustuloksia verrattiin keskenään. Tulosten pohjalta voitiin todeta, että yrityksen työnantajamielikuva on jokseenkin hyvässä kunnossa ja siihen panostetaan monin eri keinoin. Eniten tyytyväisiä oltiin työn laadukkaan tekemisen mahdollisuuksiin. Kyselytutkimuksen perusteella eniten kehitettävää oli työntekijöiden sitoutumisessa yrityksen palvelukseen. Tutkimuksissa voitiin siis todeta myös kehitettäviä asioita, joilla työntekijäkokemusta voidaan parantaa, työnantajamielikuvaa kehittää ja viestiä siitä paremmin. Toimenpide-ehdotuksina annettiin muun muassa ”pikkuisen paremman palkan” ja henkilöstöetujen arvon havainnollistaminen nykyistä paremmin sekä esimiestyön vastuiden ja työnkuvien selkeyttäminen.

Kieli
suomi

Sivuja 94
Liitteet 4
Liitesivumäärä 11

Asiasanat
työnantajat, työntekijät, henkilöstöjohtaminen, mielikuvat, kehittäminen



THESIS
May 2021
Degree Programme in Business Economics

Tikkarinne 9
FI 80200 JOENSUU
FINLAND
Tel. +350 13 260 600 (switchboard)

Author(s)
Simo Lappalainen

Title
The Internal Employer Brand of Puhdas Ilo Oy

Commissioned by
Puhdas Ilo Oy

Abstract

The importance of the employer brand is becoming more and more important for companies, because of the transformation of work and the new generation of younger employees. The employer brand affects among other things, the well-being of employees and the commitment of skilled employees. The aim of this thesis was to study the internal employer brand of Puhdas Ilo Oy in Joensuu based on employee experience.

The research of the thesis was carried out by means of qualitative and quantitative research. In the first phase of the study, company executives were interviewed. Employees were given the opportunity to respond to an electronic Webropol survey related to the theme. The responses to the survey provided numerical and textual responses. After the research, the results were reported and their analysis utilized literature and articles which were associated on the employee experience and employer image. In the end the research materials collected through interviews and survey were compared.

Based on the results, it could be stated that the employer brand of the company is fairly good and it is invested in many different ways. Employee were most satisfied with the opportunities to do the work well. The most that needs to be developed is employee engagement. Thus, the employee experience and the employer brand can still be developed. The research also identified issues that could be developed to improve the employee experience, develop the employer brand and better communication. Proposals for action included, among other things, developing communication to better illustrate "a slightly better salary" and the value of employee benefits, as well as clarifying the responsibilities and job descriptions of supervisors.

Language
Finnish

Pages 94
Appendices 4
Pages of Appendices 11

Keywords
brands, employee experience, employers

Sisältö

1	Johdanto	6
1.1	Opinnäytetyön aihe ja rakenne	6
1.2	Aiemmat opinnäytetyöt	9
1.3	Opinnäytetyön lähtökohdat	11
1.4	Puhdas Ilo Oy yrityksenä	12
1.5	Opinnäytetyön tavoite	14
2	Viitekehys	15
2.1	Teoriatausta	15
2.2	Keskeisiä käsitteitä	16
2.3	Työnantajamielikuva	18
2.4	Työnantajalupaus	19
2.5	Työnantajamielikuvan merkitys yritykselle	20
2.6	Työnantajamielikuvan rakentuminen	21
2.6.1	Työnantajamielikuva rakentuu työntekijäkokemuksesta	21
2.6.2	Urakehitysmahdollisuudet	23
2.6.3	Työn kiinnostavuus	24
2.6.4	Työilmapiiri	25
2.6.5	Työhyvinvointi	26
2.6.6	Palkka, henkilöstöedut ja palkitseminen	27
2.6.7	Työntekijän vaikuttamis- ja kehittämismahdollisuudet	28
2.6.8	Esimiestyö ja johtaminen	29
2.7	Työnantajamielikuvan ja työntekijäkokemuksen johtaminen	31
3	Tutkimusmenetelmät ja luotettavuus	32
3.1	Kuvaileva ja selittävä tutkimus	32
3.2	Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus	33
3.3	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi	36
4	Tutkimustyön raportointi	37
4.1	Puhdas Ilo Oy:n johdon teemahaastattelut	37
4.1.1	Yleistä haastatteluista	37
4.1.2	Puhdas Ilon toimintakulttuuri ja johtaminen	38
4.1.3	Palveluohjaajat vastaavat työn päivittäisestä organisoinnista	41
4.1.4	Puhdas Ilossa panostetaan työntekijäkokemukseen	42
4.1.5	Millainen Puhdas Ilo on työpaikkana?	45
4.1.6	Puhdas Ilo sitouttaa työntekijöitä monin keinoin	46
4.1.7	Lukuisat henkilöstöedut palkitsevat työntekijää	47
4.1.8	Työnantajamielikuvaa halutaan kehittää aktiivisesti	48
4.2	Kyselytutkimus Puhdas Ilo Oy:n työntekijöille	48
4.2.1	Yleistä kyselytutkimuksesta	48
4.2.2	Mielikuva työnantajasta ja työsuhte- eduista	51
4.2.3	Esimiestyö ja johtaminen	55
4.2.4	Työ ja kehittyminen	56
4.2.5	Työyhteisö ja henkinen turvallisuus	58
4.2.6	Suosittelu ja sitoutuneisuus	60
4.2.7	Fiilis ja tulevaisuus	61
5	Tutkimustulosten analysointi	63
5.1	Näkemyks Puhdas Ilost työntantajana on yksimielinen	63
5.2	Yhtenäinen näkemys tärkeimmistä henkilöstöeduista	64
5.3	Esimiestyö, johtaminen ja osallistaminen kaipaa kehittämistä	66

5.4	Työssä viihdytään ja halutaan kehittyä	67
5.5	Puhdas Ilon työyhteisö koetaan turvalliseksi.....	69
5.6	Puhdas Iloa ollaan valmiita suosittelemaan työpaikkana	70
5.7	Puhdas Ilon työntekijöillä on hyvä fiilis	71
6	Pohdinta.....	72
6.1	Työnantajamielikuva on laaja kokonaisuus.....	72
6.2	Ajatuksia työnantajamielikuvan tutkimisesta ja kehittämisestä	73
6.3	Työelämän muutokset	76
6.4	Jatkotutkimusmahdollisuudet.....	76
6.5	Toimenpide-ehdotuksia työnantajamielikuvan kehittämiseksi.....	77
	Lähteet.....	81

Liitteet

Liite 1	Haastattelukysymykset johdolle
Liite 2	Saate Puhdas Ilon työntekijöille
Liite 3	Työntekijäkyselytutkimuksen kysymykset
Liite 4	Työnantajamielikuvamalli (RecRight)

1 Johdanto

1.1 Opinnäytetyön aihe ja rakenne

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia joensuulaisen Puhdas Ilo Oy:n sisäistä työnantajamielikuvaa. Työnantajamielikuvan selvittämiseksi tutkitaan yrityksen työntekijäkokemusta, jota verrataan yritysjohton näkemyksiin. Tulosten perusteella analysoidaan sisäisen työnantajamielikuvan tilaa ja listataan toimenpide-ehdotuksia, joita voidaan hyödyntää yrityksen toiminnassa. Listauksessa tuodaan esille yrityksen työntekijäkokemuksen ja työnantajamielikuvan kannalta olennaisimpia toimia, joita tutkimustulosten myötä havaitaan. Toimenpidelistausten avulla voidaan kehittää työntekijäkokemusta entistä paremmaksi ja viestiä työnantajamielikuvasta yhä laajemmin. Tutkimustulokset tukevat yrityksen johtoa sekä esimiehiä työnantajamielikuvan johtamisessa osana yrityksen päivittäistä toimintaa sekä yritystoiminnan kehittämistä.

Opinnäytetyö on saanut alkunsa halusta tutkia Puhdas Ilon työnantajamielikuvan todellista, tämänhetkistä tilaa. Yrityksen johdon näkemys on, että työntekijäkokemus on hyvä ja yrityksen työnantajamielikuva on hyvällä tasolla. Opinnäytetyössä tutkitaan tämän näkemyksen todenmukaisuutta. Tarkoituksena on selvittää kysely- ja haastattelututkimuksilla, millainen työntekijäkokemus yrityksen työntekijöillä on ja millainen työnantajamielikuva yrityksen työntekijöiden keskuudessa vallitsee. Tarkoituksena on verrata työntekijöiden kyselytutkimuksen tuloksia yrityksen johdon näkemyksiin, eli kuinka todenmukainen ja yhteneväinen käsitys johdolla on muun muassa työntekijöiden työtyytyväisyydestä ja työntekijäkokemuksesta.

Työ- ja esimieskokemukseni pohjalta muodostunut käsitykseni on, että työntekijäkokemukseen ja työnantajamielikuvaan vaikuttavia asioita ovat muun muassa palkka, muu palkitseminen ja työsuhte-edut sekä työn joustavuus ja mahdollisuus esimerkiksi etätööhön. Muita vaikuttavia asioita ovat mahdollisuus kehittää omaa osaamista, yrityksen johtamiskulttuuri ja esimiestyö sekä työyhteisö ja tiimihenki. Myös työn monipuolisuus sekä työntekijöiden vaikutusmahdollisuudet

yrittäjien toimintaan ja toimintatapoihin vaikuttavat työntekijäkokemuksen muodostumiseen. Näkemystäni tukee aiheeseen liittyvä laaja kirjallisuus, jota käsitellään tarkemmin luvussa kaksi.

Aihe on mielenkiintoinen ja ajankohtainen, sillä kesällä 2020 mediassa nousi esiin uutisointia siivousalan työntekijöiden kohtaamasta epäoikeudenmukaisuudesta ja hyväksikäytöstä muun muassa työaikoihin ja taukoihin liittyen (Teittinen 2020). Opinnäytetyön tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää koko siivous- ja puhtausalan kehittämisessä työpaikkana.

Tämä opinnäytetyö rakentuu Karelia-ammattikorkeakoulun (2021) opinnäytetyön ohjeen mukaisesti kahdeksasta osiosta. Opinnäytetyön osioita ovat johdanto (luku 1), viitekehys ja kirjallisuuskatsaus (luku 2), tutkimusmenetelmät ja luotettavuus (luku 3), tutkimusten toteuttaminen ja tulosten raportointi (luku 4), tulosten analysointi ja johtopäätökset (luku 5), pohdinta lähdekirjallisuuteen liittyen (luku 6). Opinnäytetyön loppuun on kirjattu lähdeluettelo sekä liitteet. Kuviossa 1 on havainnollistettu opinnäytetyön rakenne.

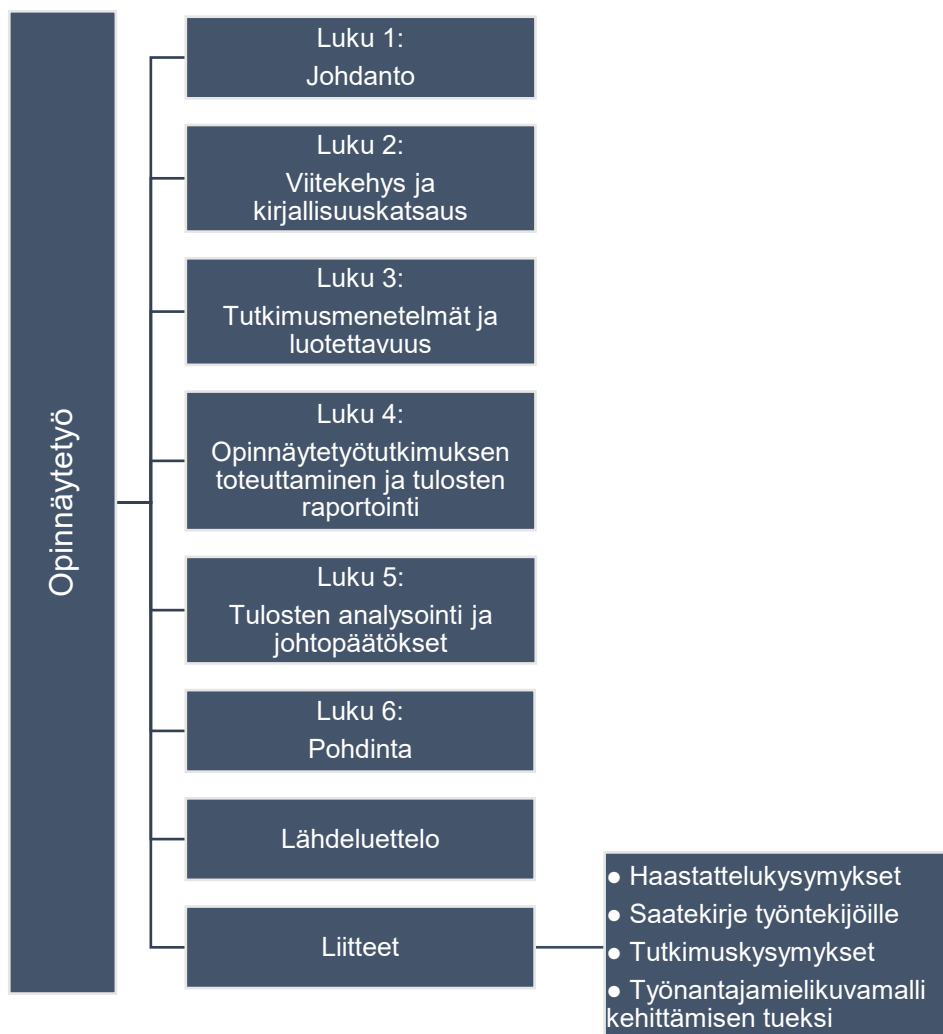
Ensimmäisenä osiona (luku 1) opinnäytetyössä on johdanto, jossa perehdytään työn aiheeseen aiempien opinnäytetöiden avulla. Johdannossa esitellään opinnäytetyön tavoite ja pohjustetaan, miksi tämä työ tehdään juuri työntekijäkokemukseen ja työnantajamielikuvaan liittyen. Lisäksi johdanto sisältää yritysesittelyn opinnäytetyön toimeksiantajayrityksestä. (Karelia-ammattikorkeakoulu 2021.)

Opinnäytetyön toisessa luvussa käydään läpi työn viitekehystä ja teoriaa, joiden avulla rajataan opinnäytetyön aihevalintaa sekä syvennytään aiheen lähteisiin ja kirjallisuuteen. Teoriaosuus käsittää kirjallisuuskatsauksen, jossa työntekijäkokemuksen ja työnantajamielikuvan teemoihin on tutustuttu tarkemmin kirjallisuuden, artikkeleiden sekä verkkolähteiden avulla.

Kolmannessa luvussa syvennytään eri tutkimusmenetelmiin ja kuvataan tämän opinnäytetyön kannalta relevantit tutkimusmenetelmät. Luvussa käydään läpi myös tutkimuksen luotettavuuden arviointia ja tutkimuksen relevanttiutta.

Luvussa neljä paneudutaan tutkimuksen toteuttamiseen aiemmin valittujen tutkimusmenetelmien pohjalta. Luvussa käydään läpi haastattelu- ja kyselytutkimusten toteuttamista sekä niiden tuloksia.

Luvussa viisi analysoidaan tutkimustuloksia ja käydään läpi tulosten raportointia. Osiossa syvennyttään toimeksiantajayrityksen työntekijäkokemuksen ja työnantajamielikuvan tilaan saatuja tulosten pohjalta ja esitetään niistä johtopäätöksiä.



Kuvio 1. Opinnäytetyön rakenne (mukaillen Karelia 2020).

Opinnäytetyön viimeisessä varsinaisessa luvussa (luku 6) pohditaan työntekijäkokemuksen ja työnantajamielikuvan kehittämistä pohjautuen aiemmissa luvuissa esille tulleisiin tuloksiin ja johtopäätöksiin. Luku sisältää kirjoittajan omaa pohdintaa aiheeseen liittyen, jossa hyödynnetään muun muassa luvun kaksi teoriaa. Viimeisessä luvussa myös listataan toimeksiantajayrityksen hyödynnettäväksi toimenpiteitä työntekijäkokemuksen parantamiseksi sekä työnantajamielikuvan kehittämiseksi ja viestimiseksi.

Opinnäytetyön loppuun on kirjattu työssä käytetyt lähteet ja työhön kuuluvat liitteet. Liitteinä ovat muun muassa tutkimuksessa käytetyt kysymykset ja esimerkki työnantajamielikuvamallista, jota voidaan hyödyntää työnantajamielikuvan kehittämisen tukena.

1.2 Aiemmat opinnäytetyöt

Oman opinnäytetyön aloittamisen tueksi olen perehtynyt aiemmin toteutettuihin opinnäytetöihin, jotka liittyvät työnantajamielikuvaan. Opinnäytetöihin perehtymällä olen muodostanut käsitystä tutkittavasta aihekokonaisuudesta ja lähestymiskulmasta. Opinnäytetöihin tutustuminen on kasvattanut tietoa myös itse opinnäytetyön tekemiseen liittyen, esimerkiksi mitä työtä tehdessä tulee huomioida. Aiemmin julkaistujen töiden avulla olen löytänyt myös aiheeseen soveltuvaa lähdemateriaalia, jota voin hyödyntää omassa työssäni. Seuraavassa käyn lyhyesti läpi muutamien aiheeseen liittyvien opinnäytetöiden sisältöä.

Mika Mattila on vuonna 2020 tutkinut it-alan yritys eTasku Solutions Oy:n sisäistä ja ulkoista työnantajamielikuvaa. Mattilan työn perustana on ajatus rekrytoinnin tulevaisuuden haasteista. Mattilan tutkimusongelmana on ollut selvittää toimeksiantajayrityksen työnantajamielikuvan tilaa. Yrityksen johdon näkemys on ollut, että eTasku Solutionsilla on hyvä ja vahva työnantajamielikuva. Tämän ajatuksen todenmukaisuutta kirjoittaja on työssään tutkinut. (Mattila 2020, 6.)

Mattila (2020) on tutkinut opinnäytetyössään, millainen merkitys työntekijäkokeumuksella on työnantajamielikuvan muodostumiseen ja millä tavoin tämä vaikuttaa rekrytoinnin onnistumiseen. Hän on selvittänyt kyselytutkimuksella toimeksiantajan sisäistä työnantajamielikuvaa yrityksessä pidempään työskennelleiden työntekijöiden joukossa. Uusien, vasta-aloittaneiden työntekijöiden kohdalla Mattila on selvittänyt, millainen mielikuva eTasku Solutionsista on yrityksen ulkopuolella. Mattila on käyttänyt tutkimusmenetelmänä kvantitatiivista eli määrällistä menetelmää ja toteuttanut kyselytutkimuksen. (Mattila 2020, 2, 5.)

Jenni Tapanila on vuonna 2020 tutkinut kantahämäläisen taloushallintoalan yrityksen työnantajamielikuvaa. Opinnäytetyön tutkimusongelmana oli selvittää, mitä työnantajamielikuvalla tarkoitetaan, mikä sen tila on ja kuinka sitä voidaan mitata ja kehittää. Toimeksiantajayrityksessä oli huomattu, kuinka haastavaa ammattitaitoisen henkilöstön rekrytointi alalla on ja kuinka huonosti työntekijät sitoutuivat yrityksen palvelukseen. (Tapanila 2020, 1.)

Tapanila (2020) toteutti opinnäytetyönsä tutkimuksen kvalitatiivisin eli laadullisin menetelmin teemahaastattelulla. Tapanila haastatteli yrityksen työntekijöitä, minkä avulla hän selvitti työnantajamielikuvaan vaikuttaneita tehtyjä toimia yrityksessä. Tapanila vertasi työntekijöiden haastattelututkimuksen tuloksia yrityksen toimitusjohtajan haastattelun avulla kerättyihin tietoihin. Tulosten perusteella Tapanila loi prosessimallin työnantajamielikuvan kehittämiseksi. (Tapanila 2020, 19.)

Anne Hilliaho tutki opinnäytetyössään vuonna 2019 toimeksiantona suomalaisen rakennusalan yrityksen sisäisen ja ulkoisen työnantajamielikuvan tilaa. Hilliaho (2019) tutki kvantitatiivisin menetelmin kyselytutkimuksella, millainen työntekijäkokemus yrityksen työntekijöillä työnantajasta on ja miten tämä on vaikuttanut työnantajamielikuvan rakentumiseen. Ulkoisen työnantajamielikuvan osalta hän toteutti kyselytutkimuksen toimeksiantajayrityksen asiakkaille. Hilliaho vertasi työntekijöiden ja asiakkaiden vastausten perusteella näiden kahden ryhmän työnantajamielikuvanäkemyksiä keskenään selvittääkseen, kohtaavatko sisäinen ja ulkoinen työnantajamielikuva keskenään ja sisältävätkö ne

yhtäläisyyksiä. Tutkimustulosten pohjalta hän on koonnut toimeksiantajalle toimenpide-ehdotuksia työnantajamielikuvan pitkäjänteisen kehittämisen tueksi. (Hilliaho 2019, 2, 6, 59.)

Aurora Toivanen on tutkinut vuonna 2020 kaupan alan yrityksen sisäisen työnantajamielikuvan tilaa sähköisellä kyselytutkimuksella ja verrannut sen tuloksia ulkoiseen työnantajamielikuvaan. Ulkoista työnantajamielikuvaa Toivanen on tutkinut kyselytutkimuksella merkonomiopiskelijoiden keskuudessa, jotka ovat yrityksen potentiaalisia työnhakijoita tulevina vuosina. Ulkoisen työnantajamielikuvan tutkimuksen tavoitteena Toivasella on ollut selvittää, mitä asioita merkonomit arvostavat työnantajissa ja kuinka heidät saataisiin houkuteltua töihin yrityksen palvelukseen. Kyselytutkimusten tulosten ja teoreettisen pohjatiedon perusteella Toivanen on laatinut opinnäytetyönsä lopuksi kehitysehdotuksia toimeksiantajayrityksen työnantajamielikuvan kehittämiseksi. (Toivanen 2020, 1–2, 38.)

Aiemmin toteutettuihin opinnäytetöihin tutustuessani tein havainnon, että monet työnantajamielikuvan tutkimiseen ja samaan aihepiiriin liittyneet työt ovat käsitelleet aihetta rekrytoinnin ja etenkin osaavan henkilöstön palkkaamisen haasteiden näkökulmasta. Vaikkakin työnantajamielikuva liitetään monesti etenkin juuri rekrytointiin, keskityn itse tutkimaan työntekijäkokemusta ja sen vaikutusta työnantajamielikuvan muodostumiseen sekä kuinka työntekijäkokemusta voidaan parantaa ja näin työnantajamielikuvaa kehittää. Tämän opinnäytetyön fokus on toimeksiantajayrityksen työntekijäkokemuksen tutkimisessa ja sisäisen työnantajamielikuvan määrittelyssä.

1.3 Opinnäytetyön lähtökohdat

Keskityn opinnäytetyössäni joensuulaisen puhtausalan, kotipalvelu- sekä pesulayritys Puhdas Ilo Oy:n työntekijäkokemuksen ja sisäisen työnantajamielikuvan tutkimiseen. Tutkimuksen ydinongelmana on selvittää, millainen Puhdas Ilon työntekijäkokemus on ja millainen sisäinen työnantajamielikuva yrityksestä on tämän perusteella muodostunut. Muita tutkittavia ongelmia ovat seuraavat:

mistä yrityksen työntekijäkokemus ja työnantajamielikuva muodostuvat ja miksi juuri kyseiset asiat koetaan tärkeiksi työntekijöiden kokemuksen muodostumisessa?

Tutkimustulosten pohjalta muodostetaan käsitys, mitkä työnantajamielikuvaan vaikuttavat seikat ovat hyvin, mutta toisaalta millä tavoin työntekijäkokemusta ja työnantajamielikuvaa voidaan kehittää ja ylläpitää. Tutkimuksen avulla pyritään muodostamaan käsitys siitä, mitkä asiat työntekijöiden keskuudessa koetaan tärkeiksi työnantajamielikuvan kannalta. Nämä voivat liittyä muun muassa johtamiseen, etuuksiin sekä työilmapiiriin.

1.4 Puhdas Ilo Oy yrityksenä

Puhdas Ilo Oy on koti- ja yrityssiivousta sekä pesulapalveluita ja kotiapua tarjoava joensuulainen yritys. Se on kasvanut vuosien varrella useiden yritysostojen myötä liki 70 henkilön työpaikaksi. Alkunsa Puhdas Ilo on saanut vuonna 2015, jolloin yrityksen silloiset omistajat yhdistivät liiketoimintansa yhteisen nimen alle. Yrityksen toiminta-alueena on Pohjois-Karjala. (Puhdas Ilo Oy 2021.)

Yrityksen toimintaa johtavat pehmeät ja ihmisläheiset arvot, joita kuvaavat laatu, välittäminen ja kehittyminen. Puhdas Ilon arvoja ovat: teemme puhdasta, me välitämme ja haluamme kehittyä. Arvot on esitelty kuviossa 2.



Kuvio 2. Puhdas Ilo Oy:n arvot (Puhdas Ilo Oy 2021).

Antrelan (2020) mukaan Puhdas Ilon toiminta perustuu ajatukseen ”asiat tehdään pikkuisen paremmin”. Yrityksen perustoiminnassa tämä tarkoittaa muun muassa sitä, että siivoojat panostavat työnsä lopputuloksessa puhtauteen, eivät vain siisteyteen. Puhdas Ilon työntekijät tekevät siivoustyötään yrityksen sertifioidujen laatustandardien mukaisesti, millä varmistetaan nimenomaisesti puhdas ja laadukas työn lopputulos. (Antrela 2020.)

Puhdas Ilo panostaa myös työntekijöidensä palkkaukseen maksamalla ”pikkuisen parempaa palkkaa”. Tämä tarkoittaa, että työehtosopimuksen mukaisen palkan lisäksi työntekijöille maksetaan siivouskohteen haastavuuden mukaista palkan lisä. Näin osaaminen ja ammattitaito sitoutetaan yrityksen käytettäväksi ja samalla pienennetään fluktuaatiota eli henkilöstön vaihtuvuutta. Maksamalla

työehtosopimusta parempaa palkkaa, tehdään siivousalasta entistä houkuttelevampi työpaikka ja samalla lisätään työn arvostusta. (Antrela 2020.)

1.5 Opinnäytetyön tavoite

Opinnäytetyössä tutkitaan Puhdas Ilo Oy:n työntekijäkokemusta ja siitä muodostuvaa työnantajamielikuvaa. Kyselytutkimuksen avulla selvitetään työntekijöiden kokemuksia ja näkemyksiä siitä, millaiseksi he kokevat Puhdas Ilon työnantajana ja työpaikkana. Tavoitteena on selvittää, mitkä seikat vaikuttavat työssä viihtymiseen ja mikä sitouttaa työntekijät yritykseen. Lisäksi kysely- ja haastattelututkimusten avulla selvitetään näkemyksiä siitä, miksi työntekijät haluavat olla juuri Puhdas Ilossa töissä ja miksi he esimerkiksi suosittelisivat yritystä työpaikkana. Kyselytutkimus toteutetaan siten, että kaikilla yrityksen työntekijöillä on mahdollisuus vastata siihen.

Ennen työntekijöille suoritettavaa kyselytutkimusta haastatellaan yrityksen toimivaa johtoa, johon kuuluvat toimitusjohtaja, myynti- ja markkinointijohtaja sekä talous- ja henkilöstöjohtaja. Heistä kaksi ensimmäistä toimii yrittäjinä. Haastatteluiden avulla selvitetään johdon näkemyksiä yrityksen työntekijöiden kokemuksesta ja sisäisestä työnantajamielikuvasta. Työntekijöille suoritettavan kyselytutkimuksen vastauksia verrataan johdon vastauksiin ja näin pyritään löytämään yhtäläisyyksiä sekä eroavaisuuksia.

Tutkimusten lopuksi tulokset kootaan ja niitä analysoidaan. Lopuksi tehdään listaus työntekijäkokemuksen ja työnantajamielikuvan ylläpitämiseksi ja kehittämiseksi. Listauksessa voidaan tuoda esille kyselytutkimuksessa nousseita kehitettäviä asioita tai uusia toimenpide-ehdotuksia toiminnan kehittämiseksi.

Lopputuotoksessa otetaan kantaa siihen, mitkä voisivat olla olennaisia kehitettäviä asioita yrityksen toiminnan kannalta. Näiden kehittämiseksi pyritään antamaan vinkkejä siihen, kuinka työntekijäkokemusta ja työnantajamielikuvaa voitaisiin yhä kehittää ja kuinka siitä voitaisiin viestiä onnistuneemmin.

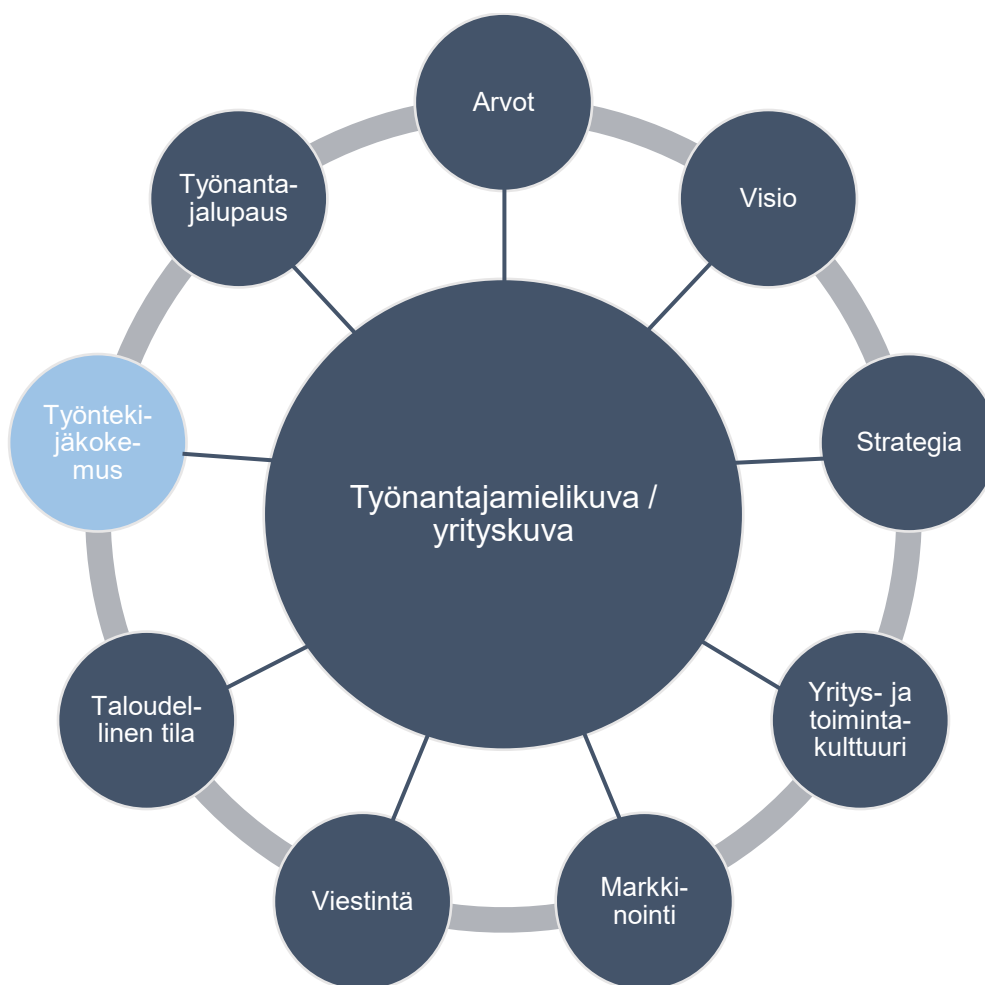
2 Viitekehys

2.1 Teoriatausta

Tämän opinnäytetyön viitekehys pohjautuu työntekijäkokemukseen sekä työnantajamielikuvaan liittyvään kirjallisuuteen, artikkeleihin ja verkkolähteisiin. Perehdyn aiheeseen monipuolisesti ja laajasti tausta- ja lähdemateriaalia hyödyntäen.

Työnantajamielikuva on laaja käsite, joka pitää sisällään monia eri teemoja. Työnantajamielikuva koostuu monesta yksittäisestä asiasta, jota on pyritty kuvaamaan kuviossa 3. Kuvioon on kerätty tämän opinnäytetyön lähde- ja taustamateriaalista työnantajamielikuvaan sekä työntekijäkokemukseen vaikuttavia asioita, joita on listattu kuvion ulkokehällä. Kuvion avulla voi huomata, kuinka laajasta ja yrityksen menestymisen kannalta tärkeästä asiasta on kyse puhuttaessa työnantajamielikuvasta. Kuvioista käy ilmi myös se, kuinka tiiviisti työnantajamielikuva ja yrityskuva ovat sidoksissa toisiinsa.

Tässä opinnäytetyössä keskitytään tutkimaan toimeksiantajayrityksen sisäistä työnantajamielikuvaa työntekijäkokemuskähtöisesti. Näin ollen työnantajamielikuvaa ei käsitellä tässä opinnäytetyössä kaikista näkökulmista käsin.



Kuvio 3. Työnantajamielikuva on kokonaisuus, joka rakentuu monesta eri osa-alueesta ja tekijästä (mukaillen opinnäytetyön teoriatausta).

Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2009) kirjoittavat, ettei aiheen kannalta kaikkea olennaista voida havainnoida ennen tutkimuksen tekoa. Kuitenkin aiheen rajaamisen kannalta olennaista on tutustua tarkasteltavaan aiheeseen eli tämän opinnäytetyön osalta työnantajamielikuvaa ja työntekijäkokemusta käsitteleviin artikkeleihin, kirjallisuuteen sekä verkkolähteisiin ja aiempaan käytettävissä olevaan tutkimustietoon. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 85.)

2.2 Keskeisiä käsitteitä

Työnantajabrändillä tarkoitetaan sitä mielikuvaa ja tunnettuutta, joka yrityksestä muodostuu työntekijöille ja -hakijoille. Työnantajabrändin tarkoituksena on

kuvata, millainen työpaikka ja työnantajayritys on. Työnantajabrändi rakentuu kuluttajabrändin tavoin ja on yhtä herkkä maineen kolhuille. Jokaisen yrityksen tavoitteena on varmastikin mahdollisimman hyvä ja laadukas työnantajabrändi, koska sillä houkutellaan osaavia ja lahjakkaita työnhakijoita ja -tekijöitä. Hyvä työnantajabrändi myös sitouttaa yrityksen jo olemassa olevan henkilöstön ja osaamisen osaksi yritystä. Tällä tavoin osaavasta henkilöstöstä tulee osa yrityksen pääomaa. (Mosley & Schmidt 2017, luku 1.)

Työnantajamielikuvasta puhuttaessa voidaan tarkoittaa sisäistä tai ulkoista työnantajamielikuvaa. Voidaan puhua myös **työnantajakuvasta**. Sisäinen työnantajamielikuva tarkoittaa yrityksen palveluksessa olevan henkilöstön mielikuvaa ja käsitystä yrityksestä työnantajana, joka muodostuu työntekijöiden kokemuksista. Ulkoinen työnantajamielikuva taas tarkoittaa sitä, millaisena yrityksen ulkopuoliset henkilöt, kuten esimerkiksi mahdolliset työnhakijat, asiakkaat tai kilpailevan yrityksen työntekijät kokevat ja näkevät yrityksen työnantajana. Ulkoisen työnantajamielikuvan rakentumiseen vaikuttavat muun muassa kokemukset asiakkaana, huhut ja yrityksen julkisuuskuva. Näin ollen ulkoinen työnantajamielikuva syntyy yrityksen sisältä. (Oikotie 2019.) Työnantajakuva siis muodostuu käsityksistä ja viestii siitä, millainen yritys on työnantajana (Viitala 2021, 51).

Työntekijäkokemus muodostuu yrityksen työntekijälle kaikesta siitä, mitä hän työpaikalla kokee ja tuntee. Työntekijäkokemukseen vaikuttavat esimerkiksi yrityksen toimintatavat, johtamiskulttuuri, työvälitteet, vaikuttamismahdollisuudet työtehtävien sisältöön ja työpaikan toimintakulttuuriin, palkka ja työsuhte-edut sekä työilmapiiri. Työnantajamielikuva muodostuu muun muassa työntekijäkokemuksesta (kuviokuva 3). Mitä parempi työntekijäkokemus on, sitä paremmin se sitouttaa työntekijän yrityksen palvelukseen. Vastavuoroisesti työntekijän kohdassa työssään vääryyttä ja epäoikeudenmukaisuutta voi työntekijäkokemus huonontua. Tämä taas vaikuttaa negatiivisesti kyseisen työntekijän mielikuvaan työnantajasta. (Viitala 2021, 51.)

2.3 Työnantajamielikuva

Yksinkertaisuudessaan työnantajamielikuva on sitä, millaista yrityksessä on olla töissä (Piha & Poussa 2012, 146). Kun puhutaan työnantajamielikuvasta, voidaan lähtökohtaisesti tarkoittaa kahta asiaa. Yleinen työnantajamielikuva käsittää yrityksen maineen eli millainen yleinen käsitys yrityksestä on. Toisena puhutaan strategisesta työnantajamielikuvasta, joka liittyy rekrytointien onnistumiseen. Tällä tarkoitetaan sitä, löydetäänkö yrityksen toiminnan kannalta oikeanlaisia työnhakijoita ja onko valittavilla työntekijöillä riittävästi kompetenssia eli osaamista tai kelpoisuutta työtehtävien laadukkaaseen hoitamiseen. (Toivola 2019, 135.)

Työnantajakuva on osa yrityksen kokonaiskuvaa, ja nämä kaksi vaikuttavat vahvasti toistensa muodostumiseen ja kehittymiseen. Kehitettäessä yrityskuvaa ja viestittäessä siitä vaikuttaa se samalla työnantajakuvan kehittymiseen. Kun taas kehitetään työnantajakuva, on sillä yhtäläinen vaikutus yrityskuvan yleiseen kehittymiseen. (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 66–67.)

Yleisesti työnantajamielikuvasta puhuttaessa tarkoitetaan sitä, millaista yrityksessä on olla töissä ja millä tavoin tämä näkyy työntekijöille ja yritykseen töihin hakeutuville. Tämän lisäksi työnantajamielikuva viestii yrityksen ulkopuolelle muun muassa siitä millaista henkilökuntaa yrityksen palveluksessa on, kuinka he viihtyvät ja miksi he suosittelisivat yritystä työpaikkana. Jotta työnantajamielikuvaa voidaan pitää luotettavana ja se on määrätietoisesti johdettua, tulee sen perustua yrityksen toiminnan ytimeen eli arvoihin sekä visioon. (Mäkinen 2019.)

Luotettavan ja kestäväen työnantajabrändin eli kokonaisvaltaisen työnantajamielikuvan rakentaminen on pitkäjänteistä työtä. Se vaatii niin yrityksen johdon sitoutumisen kuin työntekijöiden kuulemisen ja osallistamisen koko yritystoiminnan kehittämiseen. Työnantajabrändäys eli strategisen työnantajamielikuvan rakentaminen ei ole nopeaa pikavoittojen tavoittelua, eikä sitä voi rakentaa ilman laadukasta ja hyvin johdettua suunnitelmaa. (Duunitori 2021.)

Työnantajamielikuva tai vaihtoehtoisesti työnantajabrändi on osa yrityksen pääomaa. Kuten jo aiemmin on todettu, hyvä ja kestävä työnantajamielikuva rakentuu yrityksen arvopohjalle. Tämä tarkoittaa sitä, että hyvää työnantajamielikuvaa johdetaan strategisesti yrityksen arvoihin perustuen. Näin työnantajamielikuvan johtaminen tulee osaksi arkipäiväistä yrityksen toimintaa.

Työntekijöiden viihtyvyyden ja hyvinvoinnin näkökulmien lisäksi hyvän työnantajamielikuvan avulla voidaan muodostaa pitkäaikaisia ja kestäviä strategisia yhteistyökumppanuuksia sekä asiakassuhteita. Rekrytointimedia Duunitorin (2021) mukaan hyvää työnantajamielikuvaa pidetäänkin vahvan tuotebrändin omaisena. Sen avulla voidaan houkutella uutta yleisöä ja sitouttaa jo olemassa olevia asiakkaita entistä vahvemmin yritykseen. (Duunitori 2021.)

2.4 Työnantajalupaus

Työnantajamielikuvan yksi tärkein osa on yrityksen antama työnantajalupaus. Työnantajalupaus kuvastaa sitä, mitä aineellista tai aineetonta arvoa työnantaja antaa vastineeksi työntekijän työpanokselle ja tehdyille työlle. Tällä ei suoraan tarkoiteta rahallista vastinetta. (Luukka 2019, 129.)

Yrityksen tulee miettiä työnantajalupaukseen, että siitä voidaan pitää kiinni ja se kuvastaa mahdollisimman hyvin yrityksen arvoja, yrityskulttuuria ja toimintaa yrityksessä. Parhaimpia työnantajalupauksia ovat konkreettiset ja selkeästi ymmärrettävät lupaukset, jotka yrityksen on mahdollista lunastaa. (Luukka 2019, 129.)

Yrityksillä, jotka ovat antaneet työnantajalupauksen, lupauksia voi olla yksi tai useampia. Esimerkiksi Lidl Suomi tuo työnantajalupauksessaan esille ihmiset, rohkeuden ja vastuun. Yritys lupaa työnantajalupauksessaan huolehtia toisistaan ja maailmasta, joilla viitataan muun muassa työntekijöiden kehittymiseen ja vastuullisiin tekoihin. (Lidl Suomi Ky 2021.) Sähköyhtiö Caruna puolestaan tuo työnantajalupauksessaan esille viestin työn ja vapaa-ajan tasapainottamisesta.

Lupauksessaan yhtiö lupaa mahdollistaa myös henkilöstön ammatillisen kasvun. (Caruna 2021.)

2.5 Työnantajamielikuvan merkitys yritykselle

Positiivinen työnantajamielikuva antaa lähtökohdan menestyksekkäälle ja kannattavalle liiketoiminnalle. Kuten edellä on jo mainittu, työnantajamielikuva vaikuttaa moneen eri asiaan yrityksen toiminnassa. (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 76.)

Työnantajamielikuva vaikuttaa muun muassa rekrytointien onnistumiseen. Kun työnantajamielikuva on kunnossa, yritys saa laadukkaita työhakemuksia ja osaavia hakijoita. Todennäköisesti hakijamäärä on suhteessa enemmän kuin yrityksessä, joka ei panosta työnantajamielikuvaan. Kun yrityksellä on hyvä työnantajamielikuva, siitä tulee työnhakijoiden keskuudessa haluttu työpaikka, jolloin yrityksen näkökulmasta rekrytointi helpottuu. (Korpi ym. 2012, 76.) Onnistunut rekrytointi säästää kustannuksia. Alusta loppuun saakka hyvin valmisteltu ja toteutettu rekrytointi maksaa keskimäärin noin 4 000 euroa. Hinta-arviossa on huomioitu työpaikkailmoituksen julkaiseminen ja markkinointi eri rekrytointipalveluissa, hakemusten käsittely ja hakijoiden sekä referenssien kontaktointi, kaksi haastattelukierrosta, henkilöarvioinnit ja loppukontaktointit. Kokonaiskustannusarviossa on huomioitu muun muassa prosessiin käytetystä työajasta muodostuvat kustannukset. (Eilakaisla 2021.) Näin ollen esimerkiksi alhaisesta hakijamäärästä ja ammattitaidottomasta hakijakunnasta johtuvan virherekrytointin kulut voivat kasvattaa kokonaiskustannuksia entisestään ja vaikuttaa heikentävästi yritystoimintaan pitkälläkin aikavälillä.

Työnantajamielikuvalla on suuri merkitys koko alaa ja ammattikuntaa kohtaan. Työntekijäkokemuksen kautta syntynyt työnantajamielikuva vaikuttaa muun muassa siihen, kuinka houkuttelevaksi ala koetaan ja kuinka houkuttelevana alaan liittyvää koulutusta pidetään. Tällä on suuri vaikutus koulutustarjonnan laajuuteen sekä ammattitaitoisen ja osaavan henkilöstön saantiin tulevaisuudessa. (Lappalainen 2019.)

2.6 Työnantajamielikuvan rakentuminen

2.6.1 Työnantajamielikuva rakentuu työntekijäkokemuksesta

Työnantajamielikuvasta puhuttaessa on huomioitava, että kyseessä on nimensä mukaisesti mielikuva, eli millä tavoin ihmiset ajattelevat ja millainen käsitys heille on muodostunut. Kyseessä ei siis välttämättä ole totuuteen pohjautuva tieto tai nykyhetken tila, sillä mielikuvaan voivat vaikuttaa esimerkiksi vanhat ja vääristyneet käsitykset. (Piha & Poussa 2012, 146.)

Työnantajamielikuva rakentuu työntekijäkokemuksesta ja yrityksen julkisuuskuvasta eli yrityskuvasta. Yrityskuva peilaa yrityksen toimintaa sekä sen taloudellista ja toiminnallista tilaa. Nämä muovaavat yrityksen brändiä. (Luukka 2019, 135–137.) Yrityskuvaan vaikuttaa kaikki se, mitä yrityksessä tapahtuu ja kuinka yritys toimii. Yrityskuvan merkitys liiketoiminnalle on suuri. Mitä uskottavampi ja luotettavampi yrityksen julkisuuskuva on, sitä houkuttelevampi toimija se on markkinoilla. Tämä vaikuttaa yrityksen kilpailukykyyn ja kannattavuuteen. Yrityskuvaan vaikuttavia asioita ovat muun muassa yrityksen arvot ja toimintakulttuuri, taloudellinen tila ja asiakaskokemus sekä toiminnan eettisyys ja vastuullisuus. Myös logo, tuotteet ja toimitilat voivat vaikuttaa yrityskuvan muodostumiseen. (Osuustoimintakeskus Pellervo ry 2003.)

Työnantajamielikuvan rakentaminen lähtee visiosta, millainen työnantaja haluaa olla ja miten se haluaa näyttäytyä työntekijöilleen. Monesti nämä johdetaan yrityksen arvoista ja visiosta. Tämän pohjalta rakennetaan jo aiemmin mainittuja työnantajalupauksia. Työnantajalupauksia pohdittaessa ja niistä päätettäessä on kuitenkin tärkeää muistaa, että niiden toteuttamisen on oltava mahdollista ja niistä on pystyttävä aidosti pitämään kiinni. Muuten pohja työnantajamielikuvan pitkäjänteiseltä ja määrätietoiselta rakentamiselta puuttuu. (Piha & Poussa 2012, 146–147.)

Työnantajamielikuva muodostuu jo aiemmin mainitusta yrityksen työntekijöiden työntekijäkokemuksesta, jolla on kokonaisuuteen nähden suuri merkitys. Työntekijäkokemuksen muodostumiseen vaikuttaa kaikki, mitä yrityksessä tapahtuu

ja miten yrityksessä toimitaan. Näitä ovat muun muassa palkkaus ja työsuhde-edut, se miten yrityksessä johdetaan, ammatillisen kehittymisen mahdollisuus ja yrityksen tarjoamat ammatilliset haasteet sekä työilmapiiri. (If 2021.) Työntekijäkokemukseen vaikuttavia asioita käydään tarkemmin läpi seuraavissa alaluvuissa.

Työnantajamielikuvaa rakennettaessa on rohkeasti ja avoimesti tunnistettava yrityksen työntekijäkokemukseen vaikuttavat vahvuudet ja heikkoudet. Työnantajamielikuvan rakentaminen ja siitä viestiminen voidaan aloittaa vahvuuksista. On kuitenkin tärkeää tunnistaa ja tunnustaa myös heikkoudet. Heikkouksistakin on hyvä viestiä avoimesti ja kehityshakuisesti. Heikkouksia on tärkeää kehittää määrätietoisesti, jotta niistä saadaan ennen pitkää vahvuuksia. Ongelmat ja niiden peittely voivat riskeerata hyvän työnantajamielikuvan helposti ja sen korjaaminen myöhemmin on haasteellista, sillä kyseessä on myös yrityksen maine. (Korpi ym. 2012, 68–69.)

Työntekijäkokemus ja työnantajamielikuva välittyvät yrityksen ulkopuolelle muun muassa sosiaalisen median kautta. Sen lisäksi viesti kulkee niin sanotun puskaradion ja kuulopuheen välityksellä. Mikäli työpaikalla jokin työntekijäkokemukseen vaikuttava asia on huonosti, leviää tieto nopeasti. Lisäksi työntekijäkokemuksia jaetaan helposti ja osin huomaamattakin perhe- ja ystäväpiirissä. Nämä toimivat ulkoisen työnantajamielikuvan rakennustarvikkeina. (Korpi ym. 2012, 68–69.)

Korpi ym. (2012, 69–73) kertovat vuonna 2005 toteutetussa australialaisessa tutkimuksessa käyneen ilmi, että eniten työnantajamielikuvaan vaikuttavat työntekijäkokemuksenkin muodostavat urakehitysmahdollisuus, työn kiinnostavuus, työilmapiiri, oman työn kehittämismahdollisuus sekä kokonaispalkkaus. Nämä myös sitouttavat työntekijää yrityksen palvelukseen (Viitala 2021, 45–46).

Viitalan (2021) mukaan hyvän työntekijäkokemuksen saavuttamiseksi ja työnantajamielikuvan luomiseksi tärkeintä on kehittää yrityksen johtamiskulttuuria ja työolosuhteita, kuten työvälineitä ja työskentelytiloja. Hän korostaa työntekijöi-

den arvostamisen tärkeyttä ja viestinnän merkitystä. (Viitala 2021, 51.) Näin olen työntekijäkokemuksen ja työnantajamielikuvan tutkiminen ja rakentaminen kannattaa aloittaa näistä edellä mainituista kokonaisuuksista.

Seuraavissa alaluvuissa syvennytään hieman tarkemmin keskeisiin työntekijäkokemukseen vaikuttaviin asioihin. Edellä esitetyn mukaisesti näillä on suuri merkitys työnantajamielikuvan muodostumiseen.

2.6.2 Urakehitysmahdollisuudet

Uralla etenemisen mahdollisuus on yksi tärkeä osa työntekijäkokemusta. Pätevän ja osaavan työntekijän mahdollisuus edetä urallaan yrityksen palveluksessa, kasvattaa työntekijän itseluottamusta ja uskoa omaan ammattitaitoonsa. (Korpi ym. 2012, 70.) Uralla kehittyminen voi tarkoittaa myös työntekijän siirtymistä toiselle alalle tai uuden työnantajan palvelukseen (Viitala 2021, 143).

Urapolkua voidaan johtaa ja sitä nimitetäänkin urajohtamiseksi. Urajohtaminen lähtee osittain työntekijän itsensä kyvyistä ja halusta edetä omalla urakehityspolullaan. Tätä voidaan kuitenkin tukea johdon ja esimiesten toimesta. Urakehittyminen ei aina tarkoita siirtymistä ylemmän positiotason tehtäviin, vaan kyseessä voi olla niin sanottu vaakasuuntainen urakehitys eli siirtyminen rinnakkaispositioon. (Viitala 2021, 143.) Uralla kehittymisessään työntekijä hyödyntää omaa henkistä pääomaansa. Henkisellä pääomalla tarkoitetaan työntekijän osaamista, tietotaitoa sekä kykyjä, jotka vaikuttavat hänen suoriutumiseensa työssä. Jotta urakehittyminen on mahdollista urajohtamisen keinoin, tulee työnantajan ja esimiehen tukea näitä työntekijän ominaisuuksia ja valmiuksia. (Gratton 2011, 198.)

Ne, jotka haluavat edetä urallaan uusiin tehtäviin, ovat Pihan ja Poussan (2012) mukaan kehittymishaluisia luottopelaajia, joille elämän yksi tärkeä osa on työssä menestyminen. Urakehittyjille palkka ei ole tärkein motivaattori. Palkkaa tärkeämmäksi koetaan muun muassa kouluttautumismahdollisuus sekä laaja

työnkuva ja monipuoliset kokemukset erilaisista tehtävistä. Kirjoittajien mainitsemat luottopelaajat ovat yritykselle äärimmäisen tärkeitä juuri heidän korkean osaamisensa ja ammattitaitonsa vuoksi. (Piha & Poussa 2012, 165.)

Urakehitysmahdollisuudet ja niistä viestiminen koetaan tärkeiksi työnantajamielikuvan osiksi myös uusien työntekijöiden kohdalla. Monesti työpaikan vaihtamista harkittaessa kandidaatti punnitsee työn luonteen ja palkan lisäksi omia uralla etenemismahdollisuuksiaan yrityksen palveluksessa, johon hän on haakeutumassa töihin. Urakehittyvät punnitsevat myös tarkasti sen, mitä lisäarvoa toiseen tehtävään siirtyminen tai työnantajan vaihtaminen tuo omalle uralle. (Lappalainen 2019.)

2.6.3 Työn kiinnostavuus

Työn mielenkiintoisuus vaikuttaa työntekijän motivaatioon ja työssä viihtymiseen. Mitä motivoituneempi työntekijä työssään on, sitä parempaa ja laadukkaampaa työn jälkeä hän tuottaa. Työn kiinnostavuuteen vaikuttavat monet asiat. Yhtenä tekijänä voidaan pitää työn merkityksellisyyttä ja sitä, mikä merkitys työllä ylipäänsä on tekijälleen. Työ koetaan usein mielekkääksi, kun työtehtävät haastavat työntekijää sopivasti ja työntekijä pääsee hyödyntämään osaamistaan ja ammattitaitoaan työtehtävien hoitamisessa. Työ koetaan mielenkiintoiseksi silloin, kun sen vaatimukset ja edellytykset vastaavat työntekijän kykyjä ja osaamista. (Viitala 2021, 41–42.)

Työn kiinnostavuuteen vaikuttavia muita asioita voivat olla palkka ja etuisuudet, työtehtävän luoma status esimerkiksi tittelin tai nimikkeen kautta ja yleinen arvostus tehtävää ja työtä kohtaan (Viitala 2021, 42). Korpi ym. (2012) kertovat teoksessaan, että työn kiinnostavuuteen vaikuttavat myös muun muassa työvälineet ja työskentelytavat, joita organisaatiossa käytetään. Tätä tukee myös aiemmin esille tuotu Viitalan (2021, 51) näkemys asiassa. Osa arvostaa joustavia työaikoja sekä monipaikkaisuutta ja etätömahdollisuutta, jotka osaltaan voivat olla merkittävässä asemassa mitattaessa työn kiinnostavuutta (Korpi ym. 2012, 70).

Luukka (2019) esittää mielenkiintoisen väitteen motivaatioon liittyen. Luukka väittää, ettei ihmistä oikeasti edes pysty motivoimaan, sillä on ihmisen itsensä päätettävissä, motivoituuko hän vai ei. Luukan ajatuksen mukaan yrityksen ainoa keino on mahdollistaa tila ja ympäristö motivaation syntymiselle. (Luukka 2019, 145.) Luukan (2019) väitettä tukee Pipelife Finland Oy:n toimitusjohtajan Kimmo Kedonpään huomio Martelan ja Jarenkon (2015) teoksessa. Kedonpää huomauttaa, että ihmistä ei voi pakottaa motivoitumaan. Pakottaminen päinvastoin johtaa motivaation heikentymiseen ja lannistaa ihmistä. Sen sijaan ihmisen kiinnostuksen ja innostuksen ruokkiminen ja kasvattaminen nostavat ja synnyttävät motivaatiota. (Martela & Jarenko 2015, 155.)

Olipa motivointi suoraan mahdollista tai ei, on kuitenkin tärkeää muistaa, että ihmiset ovat erilaisia ja motivoituvat hyvinkin erilaisista asioista ja erilaisin keinoin. Sen vuoksi motivaation johtamisen on hyvä olla määrätietoista ja strukturoitua eli on hyvä tietää yleisimmät motivointikeinot, ja myös mitkä asiat työntekijän motivaatiota laskevat. Työmotivaation syntymiseen ja sen ylläpitämiseen vaikuttava tärkeä seikka on se, mikä merkitys työllä tekijälleen on ja onko työntekijällä mahdollisesti jokin tavoiteltava päämäärä (Viitala 2021, 41–42.)

2.6.4 Työilmapiiri

Työilmapiirin luomiseen vaikuttavat organisaation yleiset toimintamallit ja työntekijöiden keskinäiset suhteet. Työilmapiiri on tärkeä osa työntekijäkokemuksen muodostumista. Työilmapiiri kuvastaa sitä, millaista tiimissä tai yrityksessä on työskennellä, ja tämä näkyy myös yrityksen ulkopuolelle. Työilmapiiri vaikuttaa muun muassa työntekijän motivaatioon ja työssä viihtymiseen sekä jaksamiseen. Huono ja tulehtunut työilmapiiri saa työntekijät herkästi hakeutumaan töihin muualle, ja tiimiin voi olla hankalaa rekrytoida uusia päteviä työntekijöitä. (Viitala 2021, 47.)

Avoimessa ja työntekijöitä tukevassa sekä kannustavassa työilmapiirissä työskentely on usein tuottoisampaa ja tehokkaampaa. Tällöin työntekijä voi olla oma itsensä ja tuoda omia ajatuksiaan sekä ideoitaan esille työyhteisössä. Hyvästä

työilmapiiristä on tärkeää huolehtia, sillä se välittyy tiimin ulkopuolelle. Esimerkiksi asiakkaat aistivat herkästi työilmapiirin tilan. (Korpi ym. 2012, 70–71.)

Hyvän työilmapiirin saavuttamiseksi ja sen ylläpitämiseksi on tärkeää tutkia säännöllisesti työilmapiirin tilaa esimerkiksi erilaisten henkilöstökyselyiden avulla. Näin työilmapiirissä tapahtuvia muutoksia voidaan analysoida ja tuloksia voidaan verrata keskenään. Hyvää työilmapiiriä voidaan vaalia ja kehittää panostamalla lähiesimiestyöhön ja tiimien sekä organisaation avoimeen vuorovaikutukseen ja viestintään. Muita keskeisiä työilmapiiriin vaikuttavia seikkoja ovat työtehtävien ja toimenkuvien selkeys, työyhteisön jäsenten tasavertaisuus ja yhdenmukaisuus sekä henkilöstön osallistaminen toiminnan kehittämiseen. (Viitala 2021, 176.)

2.6.5 Työhyvinvointi

Työhyvinvointi on työssä jaksamista henkisellä ja fyysisellä tasolla. Sosiaali- ja terveysministeriö (STM) on määritellyt, että työhyvinvointi on kokonaisuus, joka muodostuu työstä ja sen mielekkyydestä. Tämän lisäksi siihen vaikuttavat merkittävästi työhön liittyvät terveys, turvallisuus ja hyvinvointi. Kun työssä voidaan hyvin ja työssäjaksaminen on kunnossa, tuottavuus sekä sitoutuminen kasvavat. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2021.)

Työterveyslaitoksen (TTL) (2021) mukaan työhyvinvointi on työntekijän ja työnantajan yhteisvastuullinen asia. Sen ylläpitämisestä ja kehittämisestä vastaavat työntekijä ja työnantaja yhdessä. (Työterveyslaitos 2021.) Työsuojelun näkökulmasta työturvallisuuteen ja työsuojeluun liittyvästä työhyvinvoinnista vastaavat kuitenkin esimies ja työnantaja (Työturvallisuuslaki 738/2002, 8 §).

On kuitenkin muistettava, että hyvinvointi ja tässä tapauksessa työhyvinvointi, ovat yksilöllisesti koettavia asioita. Hyvinvoinnin tunteen kokemiseen vaikuttavat muun muassa henkilön persoonalliset ominaisuudet ja piirteet sekä esimerkiksi elämäntilanne. Tätä kuvastaa hyvin se, että toinen henkilö voi nauttia kiireestä

ja työn aiheuttamasta paineesta, kun taas toiselle nämä voivat olla sietämättömiä ja uuvuttavia tuntemuksia, jotka pahimmassa tapauksessa johtavat työpumukseen ja jopa masennukseen. (Mäkikangas, Feldt, Huhtala & Hyvönen 2017, 169, 182–183.)

Työterveyslaitos (2021) on määritellyt muutamia hyvinvoivan työyhteisön peruseriaatteita. Hyvinvoivassa työyhteisössä muun muassa tehdään yhteistyötä ja puhalletaan yhteen hiileen. Näiden lisäksi hyvinvoivassa työyhteisössä huolehditaan työntekijöiden asiallisesta ja kohtuullisesta työmäärästä, toimitaan avoimesti ja keskustellaan myös ongelmallisista asioista. Työterveyslaitoksen mukaan hyvinvoiva työntekijä on motivoitunut ja hän onnistuu ja innostuu työssään. Näillä seikoilla on merkittävä rooli työntekijäkokemuksen muodostumiseen. (Työterveyslaitos 2021.)

2.6.6 Palkka, henkilöstöedut ja palkitseminen

Palkka on osa palkitsemisen kokonaisuutta, johon sisältyvät myös työsuhdeedut ja aineeton palkitseminen. Palkan lisäksi muita työsuhde-etuisuuksia voivat olla esimerkiksi aloite- ja erikoispalkkiot, auto-, puhelin- ja asuntoetu, laaja työterveyshuolto, työssä kehittymisen mahdollisuus, työstä saatu kiitos ja arvostus sekä työsuhteen vakaus ja turvallisuus. (Viitala 2021, 105.)

Palkan merkitys työntekijäkokemuksen muodostumiseen on alati vähenevä. Palkan ja ansioiden arvotus riippuu pitkälti siitä, mitkä työntekijän lähtökohdat työn tekemiselle ovat. Mikäli työntekijä tekee työtä ainoastaan rahan vuoksi, on palkan merkitys tällöin suurempi kuin työntekijällä, jonka päämääränä on kehittyä ja edetä urallaan. Jälkimmäisen työntekijän kohdalla rahan ja palkan merkitys on vähäisempi. Tällöin se ei ole ensisijainen vaikuttava asia työntekijäkokemuksen muodostumiseen. (Piha & Poussa 2012, 72.)

Pohjoismaiden johtava rekrytointiyritys Studentwork toteuttaa vuosittain Nuoret työelämässä -tutkimuksen. Tutkimukseen osallistuu vuosittain noin 1 000–1 200 18-vuotta täyttänyttä suomalaista ja ruotsalaista nuorta osaajaa. Tutkimuksen

teemat vaihtelevat tutkimusvuosittain ja vuonna 2017 se tutki palkan merkitystä nuorille. Tutkimustuloksista kävi ilmi, että 88 % vastaajista arvosti työn merkityksellisyttä rahapalkkaa enemmän. Yli puolet vastaajista (52 %) olivat vähintään jokseenkin eri mieltä väitteestä ”raha ja taloudelliset hyödyt ovat minulle tärkeimmät asiat työmotivaation kannalta”. (Studentwork 2017, 2.)

Leidenschaft Oy:n vuonna 2017 toteuttamassa Siqni®-henkilöstökyselyssä kävi ilmi, että 5 700 suomalaisesta vastaajasta 30 % kokee palkan oikeudenmukaisuuden merkitykselliseksi asiaksi. Oikeudenmukaisuudella tarkoitetaan tässä sitä, että palkka vastaa työntekijän työpanosta ja osaamista. Lisäksi oikeudenmukaisuudella tarkoitetaan, että samaa työtä tekevät henkilöt saavat yhtä suuren korvauksen tehdystä työstä. (Luukka 2019, 122.)

Tutkimusten perusteella voitaneen olettaa, että rahapalkan merkitys tulevaisuudessa on yhä toisarvoisempaa työntekijäkokemuksen kannalta. Entistä enemmän korostuvat tasavertaisuus ja yhdenmukaisuus, työn merkityksellisyys sekä vapaa-ajan ja työelämän tasapaino. (Studentwork 2017, 2.)

2.6.7 Työntekijän vaikuttamis- ja kehittämismahdollisuudet

Työn mielekkyyteen ja näin työntekijäkokemukseen vaikuttavia asioita ovat muun muassa työntekijän mahdollisuudet vaikuttaa työpaikan toimintaan, toimintatapoihin sekä työtehtävän sisältöön ja työskentelytapoihin (Piha & Pousa 2012, 40). Myös itsensä ja oman ammattitaitonsa kehittäminen tehtävänkuvaa vastaavaksi ja ajantasaiseksi koetaan merkityksellisenä oman työn kehittämisen kannalta. Käytännössä tämä voi tarkoittaa kouluttautumista työn ohessa tai laajentamalla tietopohjaa erilaisten kurssien, verkkokoulutusten ja webinaarien avulla. Työn mielekkyyttä lisää ja motivaatiota ylläpitää mahdollisuus jakaa opitua tietoa tai toimintatapaa myös muulle tiimille ja kollegoille. Näin koko työyhteisön ammattitaito kehittyy ja tehokkuus sekä tuottavuus voivat kasvaa. (Korpi ym. 2012, 71.)

On tutkittu, että mukautumiskykyiset ja kehittymishakuiset organisaatiot ja tiimit menestyvät paremmin kuin vahvasti hierarkisesti ja autoritäärisesti johdetut. Mukautumiskykyisillä organisaatioilla on kyky reagoida nopeasti muuttuvissa tilanteissa, ja ne pystyvät paremmin pikaisestikin mukauttamaan toimintaansa. Viitala (2021) kirjoittaa, että tutkimusten mukaan tällaiset organisaatiot ovat tehtäväsuuntautuneita. Tämä tarkoittaa, että työn tuloksia sekä työntekijöitä arvioidaan. Tehtäväsuuntautuneessa organisaatiossa myös ylläpidetään kehittävää palautteenantokulttuuria sekä johdetaan osallistaen ja valmentaan. (Viitala 2021, 47.)

Työterveyslaitos osallistui vuonna 2017 pohjoismaiseen hankkeeseen, jossa selvitettiin työntekijän vaikutusmahdollisuuksien merkitystä työntekijän työhyvinvointiin. Tutkimuksessa tarkasteltiin sitä, millainen merkitys työntekijän vaikutusmahdollisuuksilla on varhaisiin työkyvyttömyyseläköitymisiin. (Härmä 2017.) Kuten luvussa 2.5.4 todettiin, on työhyvinvoinnilla suuri merkitys työntekijäkokemukseen, joka osaltaan muodostaa työnantajamielikuvan. Työkyky ja työssäjaksaminen taas vaikuttavat merkittävästi työntekijän työhyvinvointiin (Viitala 2021, 156).

Työterveyslaitoksen tutkimuksessa todettiin, että työntekijän vaikutusmahdollisuuksilla työtehtävän sisältöön ja suunnitteluun sekä esimerkiksi työaikojen suunnitteluun, vahvistettiin työhyvinvointia ja näin vähennettiin riskiä työkyvyttömyyseläkkeeseen. Tutkimuksen mukaan 18 tutkimusta 24:sta osoittivat, että työntekijällä oli kohonnut riski joutua työkyvyttömyyseläkkeelle, mikäli työntekijän työhön vaikuttamismahdollisuudet olivat huonot ja niihin ei oltu panostettu. (Härmä 2017.)

2.6.8 Esimiestyö ja johtaminen

Johtamisesta puhuttaessa voidaan tarkoittaa yrityksen ja organisaation yleistä ja kokonaisvaltaista eli strategista johtamista tai operatiivista johtamista eli kohdennetumpaa esimiestyötä eli lähiesimiestyötä. Esimiehiä ovat ne yrityksen

henkilöt, joilla on johdettavanaan alaisia eli työntekijöitä. Lähiesimiestyöstä voidaan käyttää myös termejä lähijohtaminen tai esihenkilötyö. (Viitala 2021, 49.)

Johtaminen on yksi keskeinen osa menestyvää ja organisoitua yritystoimintaa. Näin ollen johtamisella ja esimiestyöllä on suuri vaikutus työntekijäkokemuksen rakentumiseen. Hyvä johtaminen edesauttaa hyvän työntekijäkokemuksen muodostumista. Lähijohtamista pidetäänkin yhtenä merkittävimpänä osana yrityksen henkilöstövoimavaroja. Onkin tutkittu, että esimiestyöllä on suurimmat vaikutukset työntekijöiden työtyytyväisyyteen sekä työhyvinvointiin, jotka olennaisesti vaikuttavat työntekijäkokemuksen muodostumiseen. (Viitala 2021, 36, 49–50.)

Piha ja Poussa (2012) tuovat esille Aalto yliopiston opiskelijoiden näkemyksiä siitä, millainen on hyvä johtaja ja esimies. Hyvän esimiehen piirteinä nähdään helposti lähestyttävyyys ja avoimuus. Esimiehen kanssa on voitava puhua vaikeistakin, työhön liittyvistä asioista. Muita hyvän esimiehen piirteitä opiskelijoiden mukaan ovat kannustavuus, rentous, reiluus ja oikeudenmukaisuus sekä luotettavuus. Hyvä esimies antaa palautetta ja toimii laadukkaan ja hyvän työn mahdollistajana. Hän uskaltaa puuttua työyhteisön ongelmatilanteisiin ja toimii ratkaisuhakuisesti. Hyvän esimiehen ehdottomana edellytyksenä pidetään hyviä viestintä- ja kommunikointitaitoja. Lisäksi hän on saavutettavissa ja läsnä, opiskelijat listaavat. (Piha & Poussa 2012, 131–132.)

Aalto yliopiston opiskelijoiden näkemyksiä tukee Luukan (2019, 306) toteamus, että esimieheltä odotetaan määrätietoista ja selkeää johtamista, joka huomioi ihmiset ja asiat, eli esimies on kiinnostunut ja osoittaa sen. Edellä mainittuja seikkoja vahvistavat myös Työterveyslaitoksen vuonna 2014 laaditut hyvän johtamisen kriteerit, joissa korostetaan luottamuksen ja avoimuuden ilmapiiriä, yhteistyön ja verkostojen merkitystä sekä monimuotoisuuden ja yksilöllisyyden huomioimista. Lisäksi osaamisen sekä kehittymisen ja kehittämisen roolia sekä uudistumista ja osallistamista pidetään tärkeinä onnistuvassa johtamisessa. (Työterveyslaitos 2021.)

2.7 Työnantajamielikuvan ja työntekijäkokemuksen johtaminen

Työnantajamielikuvaa johdettaessa tulee pohjatyön olla kunnossa. Työnantajamielikuvaan vaikuttavat työntekijäkokemuksen lisäksi muun muassa yrityksen taloudellinen tilanne ja menestyminen, arvot sekä vastuullisuus. Jotta työnantajamielikuvaa voidaan johtaa, tulee yrityksessä tunnistaa ja tiedostaa vahvuudet yrityksenä ja työnantajana. Pitkän tähtäimen vision ja sitä johtavan strategian tulee olla hyvin harkittu ja kunnossa. On tiedettävä, mihin yritys tulevaisuudessa pyrkii. Nämä seikat vaikuttavat siihen, kuinka yritystä johdetaan ja kuinka yrityksessä johdetaan. Ne vaikuttavat työntekijäkokemuksen muodostumiseen. Kun visio ja strategia ovat kunnossa, on tunnistettava ja analysoitava yrityksen vahvuudet sekä heikkoudet. Vahvuuksia on pyrittävä entisestään vahvistamaan, ja ne tulee tuoda selkeästi esiin. Heikkouksia taas on kehitettävä ja ne on pyrittävä kääntämään vahvuuksiksi. Työntekijäkokemuksen kannalta olennaisinta kuitenkin on, että yrityksessä toimitaan rehellisesti ja avoimesti. Kun taustatekijät tunnustetaan ja tunnetaan, on työnantajamielikuvan johtamista helpompaa suunnitella ja kehittää päämäärätietoisesti ja tuloksettaasti. (Duunitori 2020.)

Työnantajamielikuvaa johdetaan muun muassa työntekijäkokemuksen kautta. Työntekijäkokemukseen vaikuttavat jo aiemmin mainittu kaikki toiminta yrityksessä, jonka työntekijä kokee ja tuntee merkitykselliseksi (Fambition 2021). Näin ollen työnantajamielikuvan kokonaisvaltaisen johtamisen tulee perustua aiemminkin esille tuotuihin yrityksen arvoihin, toimintakulttuuriin ja strategiaan. Jotta työnantajamielikuvaa voidaan johtaa määrätietoisesti, tavoitteellisesti ja tuloksettaasti, tulee siihen sitoutua kaikkien yrityksen keskeisten toimijoiden aina yritysjohdosta esimiehiin. (Räsänen 2019.)

Työnantajamielikuvan johtaminen on ylimmän johdon, HR-osaston sekä viestinnän ja markkinoinnin osaajien yhteistoimintaa. Kun edellä mainitut tahot ovat luoneet strategian työnantajamielikuvan johtamiselle ja kehittämiselle, tulee se onnistuneesti jalkauttaa organisaatiossa aina työntekijätasolle saakka. Näin on mahdollista ulosmitata siitä saatava paras mahdollinen hyöty. On kuitenkin muistettava, että työntekijäkokemuksen ja työnantajamielikuvan johtaminen sekä kehittäminen ovat päivittäistä toimintaa, jonka tulee olla osa esimiestyötä

ja yrityksen arkea. Muuten työnantajakuvan perusta ei ole vakaa. (Räsänen 2019.)

Työnantajamielikuvan rakentamisen ja kehittämisen yksi tärkeimmistä työkaluista on onnistunut ja tavoittava viestintä. Viestinnällä rakennetaan avoimuutta, ja avoimuus on luottamuksen perusta. Sen vuoksi viestinnän merkitystä ei voi liiaksi korostaa työnantajabrändäyksen onnistumisessa. Viestinnän tulee olla kaksisuuntaista, ei ainoastaan ylhäältä eli johtoportaasta alaspäin saneltua. Viestinnän avulla johdetaan työnantajamielikuvaa, mutta sillä on myös suuri vaikutus työntekijäkokemuksen muodostumiseen. (Piha & Poussa 2012, 147.)

Jotta työnantajamielikuvaa voidaan johtaa määrätietoisesti ja sen avulla saadaan mahdollisimman paljon positiivisia tuloksia, tulee selkeästi suunnitella, mihin yrityksessä halutaan panostaa. Toisin sanoen yrityksessä on luotava työnantajamielikuvastrategia. On tarkkaan pohdittava ja analysoitava, mitä asioita on tarkoituksenmukaista tuoda esiin hyvän työnantajamielikuvan saavuttamiseksi ja sen ylläpitämiseksi. Kuten jo aiemmin on tuotu esille, nykyisin raha ei puhuttele enää yhtä merkittävästi etenkin nuorempaa työikäistä väestöä, vaan monilla muilla ja etenkin arvoihin liittyvillä asioilla on huomattavasti enemmän painoarvoa. Toki palkan tulee olla kilpailukykyinen tehtävänkuvaan ja kilpailuun suhteutettuna. Muita tärkeitä ja huomionarvoisia asioita ovat muun muassa työajan joustavuus, etä- ja monipaikkatyön mahdollisuus, työvälineiden ja ohjelmistojen laatu ja toimivuus sekä mahdollisuus kouluttautua ja kansainvälistyä. (If 2021.)

3 Tutkimusmenetelmät ja luotettavuus

3.1 Kuvaileva ja selittävä tutkimus

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä tutkitaan toimeksiantajayritys Puhdas Ilo Oy:n työntekijäkokemusta ja sisäistä työnantajamielikuvaa. Työnantajamieli-

kuvaa tutkittaessa syvennyttään yrityksen työntekijöiden työntekijäkokemukseen, josta työnantajamielikuva osin rakentuu. Opinnäytetyössä sovelletaan sekä kuvailevaa että selittävää tutkimusta.

Kuvailevan tutkimuksen tavoitteena on selvittää, minkälainen jokin tietty asia on. Tämän opinnäytetyön tapauksessa selvitetään työnantajamielikuvan tilaa. Selittävä tutkimus taas kertoo, miksi asia on tietyllä tavalla. (Hirsjärvi ym. 2009, 129.) Tämän opinnäytetyön osalta tutkitaan, miksi työnantajamielikuva on tietynlainen, jota selvitetään tutkimalla yrityksen henkilöstön työntekijäkokemusta.

Kuvailevan tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millaiseksi työntekijät kokevat työnantajan toiminnan ja näin hahmottaa työnantajamielikuvaan vaikuttavia työntekijäkokemuksen elementtejä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 139). Tässä opinnäytetyössä tutkimuskysymys voisi olla, kokeeko työntekijä esimiehensä kannustavan ja tukevan tätä työssä kehittymisessään tai antaako työnantaja riittävät ja laadukkaat työvälineet sekä ohjeet työtehtävien toteuttamiseksi? Kuvailevan tutkimuksen tavoitteena on saada yksityiskohtaista ja tarkkaa tietoa tutkittavasta aiheesta. (Hirsjärvi ym. 2015, 139.)

Selittävällä tutkimuksella syvennyttään kuvailevan tutkimuksen tuloksiin ja vastauksissa esille nousseisiin huomioihin. Selittävän tutkimuksen avulla pyritään saamaan tietoa siitä, miksi asioita koetaan kuvailevan tutkimuksen tulosten mukaisiksi. Tämän opinnäytetyön osalta voidaan esimerkiksi kysyä, miksi johtamista pidetään hyvänä tai miksi palkitseminen koetaan sitouttavana. Selittävän tutkimuksen tulosten myötä saadaan työkaluja työnantajamielikuvan johtamisen kehittämiseksi. (Hirsjärvi ym. 2015, 138.)

3.2 Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus

Koska tutkimuskysymys on laaja, toteutetaan tutkimus kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen ja kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän keinoin. Nämä kaksi tutkimustapaa täydentävät toisiaan, ja näin tutkimusongelmaan liittyen saadaan enemmän ja tarkempaa tietoa. Tässä opinnäytetyössä

kvalitatiivisen tutkimuksen keinoin paneudutaan tutkimusongelmaan yrityslähtöisesti. (Hirsjärvi ym. 2015, 136.) Tutkimuksen avulla pyritään selvittämään työnantajamielikuvaan ja työntekijäkokemukseen vaikuttavia asioita yrityksen johdon näkökulmasta Puhdas Ilo Oy:ssä.

Aluksi yrityksen johdolle suoritettavan kvalitatiivisen haastattelututkimuksen keinoin kartoitetaan näkemyksiä työntekijäkokemuksen ja työnantajamielikuvan nykytilasta (Hirsjärvi ym. 2009, 138). Yrityksen johtoon kuuluvat toimitusjohtaja, myynti- ja markkinointijohtaja sekä talous- ja henkilöstöjohtaja, joista kaksi ensimmäistä toimivat myös yrittäjinä. Haastattelukysymykset liittyvät muun muassa johtamiseen, työhyvinvointiin ja palkitsemiseen. Haastatteluiden avulla saatavia vastauksia hyödynnetään työntekijöille tehtävässä kyselytutkimuksessa. Johdolle suoritettavien haastatteluiden avulla voidaan pyrkiä löytämään hypoteesi, jota testataan työntekijöillä kvantitatiivisessa kyselytutkimuksessa (Hirsjärvi ym. 2015, 158).

Toisena toteutettavan kvantitatiivisen kyselytutkimuksen avulla pyritään selvittämään työnantajamielikuvan tilaa ja mittaamaan työntekijäkokemukseen vaikuttavia asioita. Kuviossa 4 havainnollistetaan tutkimuksen eteneminen ja tutkimusvaiheiden järjestys sekä niiden sisältö.

Kvantitatiivinen kyselytutkimus on tarkoitus toteuttaa kokonaistutkimuksena, jossa kaikille yrityksen työntekijöille annetaan vastausmahdollisuus. Hirsjärven ym. (2009) mukaan näin otanta on mahdollisimman laaja ja vastaukset todennukaisimpia. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa esitetään sanallisia kysymyksiä ja väitteitä liittyen työntekijäkokemukseen vaikuttaviin asioihin ja mahdolliseen hypoteesiin. (Hirsjärvi ym. 2009, 180.) Vastaaaja vastaa väitteisiin ja esitettyihin kysymyksiin numeroasteikolla 1–5 tai 1–3, jossa yksi on täysin eri mieltä tai erittäin huono ja viisi täysin samaa mieltä tai erittäin hyvä. Numeraalista mittaristoa käyttäen voidaan kysymyksille ja väitteille laskea keskiarvotulokset, joita hyödynnetään loppuvaiheen analysoinnissa ja tulevaisuuden tavoiteasetannassa (Vehkalahti 2014, 13). Lopuksi vastaustuloksia verrataan mahdolliseen hypoteesiväitteeseen (Hirsjärvi ym. 2009, 180).



Kuvio 4. Opinnäytetyötutkimuksen rakenne.

Kyselytutkimus toteutetaan sähköisenä ja anonyyminä verkkokyselynä. Kyselyyn vastanneet ohjataan kyselylomakkeen täyttämisen jälkeen erilliselle sivustolle, jossa on mahdollisuus osallistua tuotepalkintoarvontaan. Arvonnan avulla vastaajia pyritään houkuttelemaan mahdollisimman kattavasti osallistumaan kyselytutkimukseen ja samalla huolehditaan anonyymiteetin säilymisestä. Järjestely mahdollistaa sen, ettei kyselytutkimuksen vastauksia voida yhdistää arvontaa varten annettuihin tietoihin.

Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen tuloksia analysoimalla muodostetaan käsitys yrityksen työnantajamielikuvasta ja siihen vaikuttavasta työntekijäkokemuksesta. Lopuksi listataan hyvät ja kehittämistä vaativat seikat toimenpide-ehdotuksineen, jotka vastausten perusteella nähdään tarpeellisina työntekijäkokemuksen ja työnantajamielikuvan kannalta.

3.3 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Tutkimusongelmaa tutkittaessa on varmistettava, että tuloksia voidaan arvioida luotettavasti ja tutkimustuloksia voidaan pitää luotettavina. Siitä huolimatta, että tutkimusta tehtäessä ja tuloksia tulkittaessa pyritään välttämään virheitä, vaihtelevat niiden luotettavuus ja pätevyys. Näin ollen tutkimuksen reliiäbelius tulee varmistaa, eli tutkimus tulee voida toistaa uudelleen ja yhtäläisissä olosuhteissa päätyä samoihin tuloksiin. Mikäli tutkimustulokset ovat yhteneväiset eri tutkimuskertojen osalta, voidaan tutkimusta näin ollen pitää luotettavana. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.)

Jotta kysely antaa mahdollisimman todenmukaisen kuvan nykytilanteesta ja sitä voidaan pitää luotettavana, on huomioitava kysymysasetannan ymmärrettävyys ja selkeys. Kyselyyn vastaajien on ymmärrettävä yhtäläisesti, mitä kysymyksellä tarkoitetaan. Tarvittaessa termejä on selitettävä kysymysten yhteydessä, jolla poissuljetaan mahdollinen väärinymmärtäminen. Tämän lisäksi kysymykset on esitettävä sellaisessa muodossa, etteivät ne johdattele vastaajaa totuutta vääristelevään vastaukseen, joka voisi vääristää tulosten luotettavuutta. Vastausvaihtoehtojen tulee olla sellaiset, että niiden avulla saadaan luotettava ja todenmukainen kuva selvitetävästä aiheesta. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.)

Toinen tutkimuksen luotettavuuden arviointiin merkittävästi liittyvä huomio on tutkimuksen validius. Validiudella tarkoitetaan, että tutkimus mittaa ja analysoi juuri sitä, joka tutkimusongelman kannalta on relevanttia. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.) Näin ollen tutkimukseen osallistuvien vastaajien on ymmärrettävä kysymykset samalla tavoin, kuin miten kysyjä niistä ajattelee. Validiteetti tulee huo-

mioida jo tutkimuskysymyksiä suunniteltaessa, jotta tutkimuksen tuloksia voidaan arvioida luotettavasti. Tutkimuskysymyksiä suunniteltaessa tulee ottaa huomioon, että ne peilaavat laajasti koko tutkimusongelmaa. (Vilkkä 2015, 123–124.) Tämän opinnäytetyön osalta validius varmistetaan kysymysten johtamisella viitekehuksesta. Tutkimuskysymyksissä voidaan hyödyntää mukailusti apuna saatavilla olevaa kyselytutkimusmateriaalia. Kysymyksiä arvioidaan yhdessä opinnäytetyötä ohjaavan lehtorin kanssa.

4 Tutkimustyön raportointi

4.1 Puhdas Ilo Oy:n johdon teemahaastattelut

4.1.1 Yleistä haastatteluista

Opinnäytetyön tutkimukseen haastateltiin Puhdas Ilo Oy:n toimivaa johtoa. Yrityksen johto koostuu toimitusjohtajasta, myynti- ja markkinointijohtajasta sekä talous- ja henkilöstöjohtajasta, joista kaksi ensimmäistä toimivat yrittäjinä. Haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina Teams-ohjelman avulla siten, että ne tallioitiin. Haastateltavat eivät ennalta tienneet haastattelukysymyksiä, ja näin ollen he eivät etukäteen pystyneet valmistautumaan vastauksissaan.

Haastatteluiden jälkeen niistä tehtiin yhteenveto, jonka pohjalta seuraava haastatteluraportointi on toteutettu. Haastattelukysymykset löytyvät liitteestä 1.

Haastatteluiden tavoitteena oli muodostaa käsitys siitä, millaiseksi johto näkee yrityksen työnantajamielikuvan ja mistä asioista tämä heidän käsityksensä mukaan muodostuu. Haastatteluissa esiin nousseita työnantajamielikuvaan liittyviä seikkoja tutkittiin ja mitattiin myöhemmin työntekijöille suoritettavalla kyselytutkimuksella.

Haastateltavat olivat melko yksimielisiä vastauksissaan, ja monissa niistä tuotiin esille samoja asioita. Vastaajien mielipiteiden ja ajatusten kesken ei juurikaan

esiintynyt eroavaisuuksia. Tämän vuoksi vastauksista on tehty yhteenveto. Raportissa tuodaan kuitenkin esille yksittäisiä lainauksia haastateltavien vastauksista syventämään tutkittavia aiheita.

4.1.2 Puhdas Ilon toimintakulttuuri ja johtaminen

Puhdas Ilon johto luonnehtii haastatteluissa yrityksen toimintakulttuuria ihmisläheiseksi. Työntekijät kohdataan ihmisinä eikä heitä arvoteta taustan, sukupuolen tai minkään muun henkilötékijän mukaan. Johtokolmikko luonnehtii toimintakulttuuria välittömäksi ja työntekijästä ja hänen hyvinvoinnistaan huolehtivaksi. Tämän mahdollistaa yrityksen matala hierarkia, jossa johto on helposti lähestyttävä ja työntekijöitä varten. Keskeisessä asemassa yrityksen toimintaa ja johtamista ovat työntekijät. Johdon tavoite on, että työntekijät ovat tyytyväisiä. Näin taataan laadukas työn lopputulos sekä tyytyväiset asiakkaat. Tämä on elinehto yrityksen olemassaololle, ja tämä tiedostetaan johtokolmikossa hyvin.

No se on toisaalta meillä tietysti palvelualan yrityksenä ni, jos ei se olis näin, niin niin, me voitais lyödä lappu luukulle ja sanoo, että so-ronoo, että eihän tässä niin ku, koska eihän, ei palvelualan yritys voi lähtä siitä, mitä me (yrityksenä) halutaan vaan mitä asiakkaat haluaa ja miten me saahan ne asiakkaat tyytyväisinä pidettyä meillä, niin sehän se on se kaiken perusta. – – ja sitten, että meillä on hyvin toimiva henkilökunta – henkilöstö, joka edesauttaa sitä niin niin sehän on se meidän toinen voimavara, että jos ei meillä ole sitä henkilökuntaa, niin ihan turhaa mekään täällä niin ku johdetaan itteemme ja mietitään, että mitäs tässä sitten seuraavaks niin ku tehtäis – –. (Haastateltava A 2021.)

Puhdas Ilo haluaa olla yritys, jossa työntekijä saa olla työyhteisön jäsen turvallis-
sin mielin ja omana itsenään. Työn tekemiselle halutaan taata riittävät resurssit,
jotta jokainen voi kokea onnistumisen tunnetta työssään. Resursseista puhutta-
essa tarkoitetaan muun muassa asianmukaisia ja laadukkaan työn jäljen mah-
dollistavia välineitä ja laitteita sekä siivous- ja puhdistusaineita. Yrityksen toimin-
nassa halutaan viljellä ajatusta, ettei työntekijän tarvitse pelätä virheitä ja että
hän voi olla luottavaisin mielin työn jatkuvuuden suhteen. Yritystä pyritään johta-
maan määrätietoisesti ja selkeästi. Tällä luodaan ennakoitavuutta, joka taas tuo
turvallisuuden tunnetta.

Turvallisuuden ja osallisuuden tunnetta lisätään kuulemalla työntekijöitä ja ottamalla heidän ajatuksiaan ja ideoitaan huomioon toiminnan kehittämässä. Työyhteisössä esiin nousevat epäkohdat halutaan aidosti käsitellä ja ratkaista. Johdon mukaan työntekijöistä välitetään. Heidän huoliaan sekä murheitaan ollaan valmiita kuuntelemaan, ja johto sekä esimiehet pyrkivät löytämään niihin apua ja ratkaisuja.

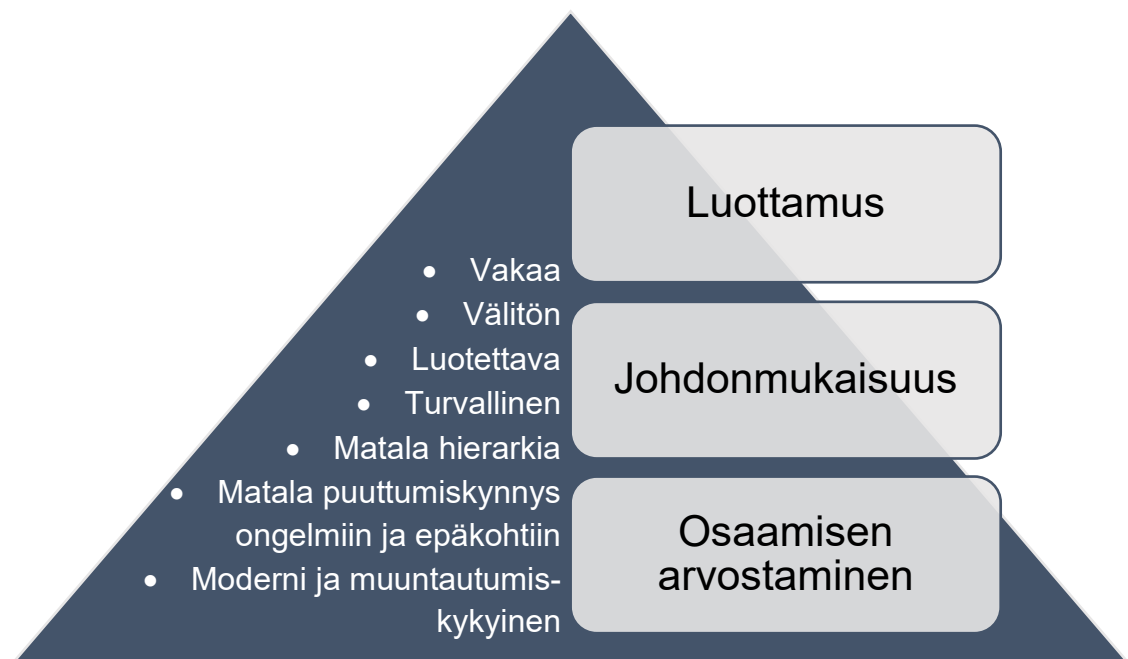
Määrätietoisen johtamisen perustaksi on määritelty kolme johtamisfilosofiaa, jotka kuvastavat yrityksen arvoja ja toimintakulttuuria.

Puhtaalla lollahan on ollut arvot alusta lähtien, mutta nyt nää saatiin jotenki niin ku puristettuu vielä ihan tälleen tietyllä tavalla konkreettiseksi ja ja sitten tässä arvotyöskentelyssä oli meillä myös henkilökunta mukana eli eli me osalliste, osallistutettiin meidän omaa porukkaa ja sieltä ikään ku tavallaan kaivettiin sellanen yhteenveto ja sanotettiin nämä niin ku yheksi. – – Nää arvoina nivoutuu sekä siihen meidän johtamisfilosofioihin, mutta sitten niinku myös kaikkien tän yrityksen toimintaan. (Haastateltava A 2021.)

Haastateltavien mukaan johtamisfilosofiat on nostettu päivittäisestä toiminnasta, joten ne istuvat yrityksen toimintaan erinomaisesti. Johtamisfilosofioiden kautta tuetaan yrityksen arvojen toteutumista päivittäisessä työssä. Tutkimushetkellä johtamisfilosofiat olivat melko tuoreita ja niitä jalkautettiin parhaillaan organisaatiossa. Haastateltava C:n (2021) mukaan johtamisfilosofiat rakentuvat luottamuksesta, johdonmukaisuudesta sekä osaamisen arvostamisesta. Luottamuksella halutaan viestiä, että jokainen voi toteuttaa itseään ja virheiden tekeminen on sallittua eikä niitä tarvitse pelätä. Virheistä opitaan ja niiden avulla kehitetään ja muutetaan toimintatapoja. Puhdas Ilon toiminta- ja johtamiskulttuuriin vaikuttavia keskeisiä asioita on esitetty tarkemmin kuviossa 5.

Ihan hirveen vaikeita asioita pukkee sanoiks, kun sen tuntee vaan jotenki niin ku sydämessään. – – Myö ollaan jopa määritelty tämmöset meidän johtamisfilosofiat – – meillä on kolme sellasta johtamisfilosofiaa, jotka myö on yhdessä mietitty, et mitä myö niin ku halutaan johtamiselta ja miten myö halutaan niin ku johtaa. Ja tää on mulle niin ku ollu tän koko historian aikana tosi tärkeä juttu, että myö jotenki niin ku on sellanen yhtenäinen käsitys johtamisesta. (Haastateltava C 2021.)

Yrityksen johtamistavat ja toimintakulttuuri nähdään yritysjohdon keskuudessa merkittävänä asiana. Johtaminen on kokonaisuus, jossa yhdistyvät yrityksen arvot ja toimintatavat. Keskeisessä asemassa ovat yrityksen asiakkaat, heille tarjottavien palveluiden laatu sekä henkilöstön hyvinvointi.

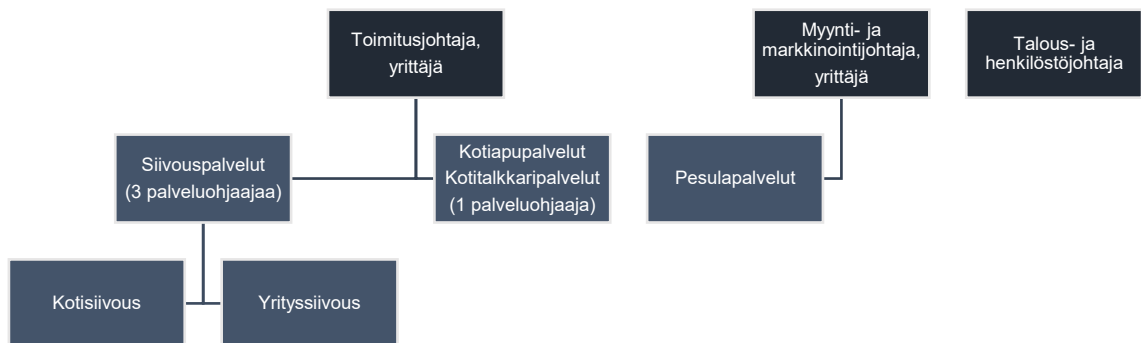


Kuvio 5. Puhdas Ilo Oy:n toiminta- ja johtamiskulttuuriin vaikuttavat keskeiset asiat (Haastateltava C 2021).

Johdonmukaisen ja suunnitelmallisen toiminnan avulla varmistetaan järjestelmällisyys, joka luo tehokkuutta, tulosta ja hyvinvointia. Toiminta on mahdollisimman pitkälle ennalta mietittyä ja strukturoitua, jolloin kaikille mahdollistetaan menestyminen omassa työssään. Lisäksi halutaan panostaa työntekijöiden ammattitaitoon. Ammattitaitoa lisätään perehdyttämällä työntekijät yrityksen toimintatapoihin ja kehittämällä jatkuvasti heidän osaamistaan parhaan lopputuloksen saavuttamiseksi. Näin varmistetaan laadukas asiakaspalvelu ja työn jälki. Tällä tavoin ylläpidetään myös ammatillista kehittymistä ja ammattikunnan arvostusta.

4.1.3 Palveluohjaajat vastaavat työn päivittäisestä organisoinnista

Haastatteluissa tuli esille, että Puhdas Ilon organisaation johtamis- ja esimiesvastuissa on hieman kehitettävää. Osalle työntekijöistä organisaatorakenteen ja esimiesvastuiden hahmottaminen voi olla hankalaa, ja tämä tulisi tehdä selkeämmäksi. Siivouksen ja kotiapupalvelun työntekijöiden esimiehenä on toimitusjohtaja, vaikkakin palveluohjaajat vastaavat työn päivittäisestä organisoinnista. Pesulapalveluiden esimiehenä toimii myynti- ja markkinointijohtaja. Yrityksen organisaatorakennetta on kuvattu tarkemmin kuviossa 6. Palveluohjaajia on neljä, joista jokainen vastaa omasta osa-alueestaan koti- ja yritys- siivouksen sekä kotiapupalvelun toimintasektoreilla. Palveluohjaajat muun muassa suunnittelevat työvuorolistat ja toimivat työntekijöiden yhteyshenkilöinä. Palveluohjaajat kuitenkin työskentelevät ilman varsinaista esimiesvastuuta.



Kuvio 6. Puhdas Ilo Oy:n organisaatiokaavio (Puhdas Ilo Oy 2021).

Palveluohjaajat ovat edenneet nykyiseen tehtävänsä siivoojan tehtävästä, joten siivoojien arkiset työtehtävät ja työn kulku ovat heille tuttuja. Johtokolmikko luonnehtii, että palveluohjaajat operoivat päivittäistä toimintaa mutkattomasti. Yrityksen johto voi luottaa siihen, että toiminta onnistuu myös heidän poissa ollessaan. Heidän näkemyksensä mukaan työntekijät voivat luottaa siihen, että palveluohjaajilta saa tarvittaessa apua työtehtävissä kohdattaviin haasteisiin ja että heidän ovensa ovat konkreettisesti avoinna työntekijöille. Palveluohjaajia luonnehditaan läsnä oleviksi, avuliaiksi ja kuunteleviksi.

Nyt me saatiin vängettyä ängettyä, siellä on esimerkiks palveluohjaajilla öö viikkopalaveri, et he käy asioita siellä – – – – mut et siinä kokoustamisessa on vielä sellanen opettelukulttuuri. Jollain aikavälillä enemmän ehkä öö mieltisin, että se ois jotenkin tiimimäisempää se työ myöskin se siivoojat ja palveluohjaajat, toki se on hiivatin kallista, että siellä kuuskymmentä ihmistä istuu puoli tuntia ja meillä on kerran kuukaudessa semmonen palaveri, mut että oisko siihen, että olisi jotaki semmosia enemmän vaikka vastuullisia asioita siivoojista, sitäki on mietitty paljon – –. (Haastateltava C 2021.)

Yrityksessä on panostettu viime aikoina palveluohjaajien tiedonkulkuun, jota kehitetään yhä. Viikkopalaverien myötä palveluohjaajien toiminnan kerrotaan ammattimaistuneen, mikä tuo selkeyttä myös siivoojien työhön. Kehitettävää on kuitenkin yhä strukturoiduissa toimintatavoissa, kuten kalenterin ja ajanhallinnan käytössä sekä asiakaslähtöisen toiminnan juurruttamisessa henkilöstötyöhön. Tavoitteena onkin luoda yhtenäiset prosessit ja toimintatavat esimiestyöhön ja johtamiseen, jotka osaltaan tuovat selkeyttä toimintaan ja vastuisiin. Muita kehittämisen kohteita ovat muun muassa palautteen antamisen ja vastaanottamisen taidot.

4.1.4 Puhdas Ilon johtokolmikko kokee, että yritys nähdään ja koetaan hyvänä työnantajana

Puhdas Ilon johtokolmikko kokee, että yritys nähdään ja koetaan hyvänä työnantajana. Keskeisiä syitä tälle heidän mielestään on, että yritys välittää työntekijöistä, on sitoutunut heihin ja on turvallinen sekä ihmisläheinen paikka olla töissä. Haastatteluissa kävikin ilmi, että yritys panostaa työntekijöihinsä ja työn tekemiseen monin eri tavoin.

Haastateltavien mukaan työntekijöistä välittäminen näkyy konkreettisina toimina yrityksen arjessa. Esimiehet ja yrityksen johto ovat aidosti olemassa työntekijöitä varten. Haastateltavien mukaan heitä voi lähestyä matalalla kynnyksellä ja heidän kanssaan voi keskustella turvallisesti sekä luottavaisin mielin mieltä askarruttavista asioista. Esimiehet ja yritysjohto kysyvät aktiivisesti työntekijöiden kuulumisia ja pyrkivät tukemaan jokaista, niin työhön kuin henkilökohtaiseen elämään liittyvissä asioissa. He jalkautuvat viikoittain elleivät jopa päivittäin työntekijöiden toimitiloihin ja ovat läsnä muun muassa yhteisissä kahvihetkissä.

Haastatteluissa korostettiin, että työntekijät kohdataan ja heitä arvostetaan ihmisinä. Voisikin sanoa, että yrityksessä ihmisarvo on ymmärretty johtoa myöten, eikä työntekijöitä nähdä pelkkinä tuottavina toimijoina.

No me tunnetaan kaikki meidän työntekijät. Mun mielestä se on sellanen tärkeä asia. Muistetaan nimet ja suurin piirtein syntymäpäivät ja lapsenlapset jaa mitä ihmiset tekee. Musta se on sellanen asia, että tunnetaan ih, vaikkei tunneta heitä henkilökohtasella tasolla, mutta kuitenkin se on mun mielestä sellanen lähtökohta. Mie muistan mitä vaivaa ja kremppaa sillä on ja ja – –. (Haastateltava B 2021.)

Yrityksessä panostetaan työn tekemiseen. Tämä näkyy siten, että työskentelyvälineet ovat asianmukaiset ja kunnossa. Esimerkiksi siivousvälineistä pidetään huolta, ja ne uusitaan säännöllisesti sekä puhdistetaan ja huolletaan yrityksen pesulassa. Yrityksen toimintaperiaatteena on tehdä siivoojien työ mahdollisimman helpoksi. Monista kilpailijoista poiketen Puhdas Ilossa varasto- ja pesulatyöntekijät valmistelevat siivousvälineet käyttövalmiiksi siivoojille. Esimerkiksi pesuaineliukset ja kostutetut siivousliinat odottavat vuoroon tulevia siivoojia valmiina. Näin he pääsevät välineiden kanssa suoraan kohteisiin. Välineiden lisäksi työohjeet on mietitty tarkkaan ja mahdollisimman pitkälle. Työohjeiden laadinnassa on hyödynnetty runsasta siivousalan kokemusta, jota yrityksen toimitusjohtajalle on kertynyt muun muassa alan opetustehtävien parissa. Mikäli ohjeistuksen jälkeen työntekijälle jokin asia on epäselvä, löytyy yrityksestä useampi asiantunteva henkilö antamaan tarvittaessa lisäohjeistusta ja apua. Ohjeistusten lisäksi henkilöstön perehdyttämiseen ja kouluttamiseen käytetään runsaasti resursseja. Ohjeistuksen lisäksi yrityksessä panostetaan perehdyttämiseen ja kouluttamiseen. Yrityksessä on käytössä oma C-Lean-sertifikaatti, joka ohjaa työn tekemistä ja laatua. Sertifikaatin myötä yritykseen on rakennettu koulutusjärjestelmä, jonka avulla varmistetaan työntekijöiden ajantasainen osaaminen ja laadukas työn jälki.

Myö yritetään tehdä niistä (ohjeista) vähän täsmällisempiä, että toki siellä voi lukea ihan hyvin, että normaali kodin yps (ylläpitosiivous) öö, mutta kiinnitä huomiota tähän ja tuohon ja siellä on asiakkaan tämmönen ja tämmönen ja niin edelleen, että vähän niin ku enemmän sitä ohjeistusta yritetään aina antaa ihmisille. Sen lisäksi, jos ne ei selviä sen ohjeen perusteella tai ne on jotenki niin ku puutteel-

lisiä tai muuta, niin meillä on neljä ihmistä, joilta voi mennä kysymään, että hei mikä tää oli tai miten mie tulkitseen tän, onko koiraa jne – –. (Haastateltava C 2021.)

Muita hyvään työntekijäkokemukseen vaikuttavia asioita ovat kattava työterveyshuolto, sairauskuluvakuutus, työehtosopimusta parempi palkkaus, työntekijöiden palkitseminen ja muistaminen sekä arvostuksen ja kunnioituksen osoittaminen. Yrityksessä järjestetään säännöllisiä yhteisiä kokoontumisia ja tapahtumia koko henkilökunnalle. Kokoontumisten kautta henkilöstöä osallistetaan yrityksen toiminnan kehittämiseen. Työntekijöiden asianmukaisesta työpukeutumisesta huolehditaan tarjoamalla kattava valikoima erilaisia ja eri työkohteisiin soveltuvia työvaatteita. Fyysistä hyvinvointia tuetaan tarjoamalla henkilökohtaisia apuvälineitä, kuten ranne- ja niveltukia.

Kaiken kaikkiaan Puhdas Ilon toiminnassa keskeisintä on haastateltavien mukaan työntekijän ja asiakkaan tyytyväisyys. Yrityksen tavoitteena on muodostaa työntekijään tunnejälki, jonka avulla vahvistetaan oman ammatin arvostusta ja ammattiyllpeyttä. Yritysjohdon mukaan hyvinvoiva ja tyytyväinen työntekijä näkyy asiakkaalle, mikä maksaa itsensä takaisin ja synnyttää tulosta.

Kysyttäessä haastatteluissa johtokolmikolta siitä, kuinka he haluaisivat Puhdas Ilon erottautuvan kilpailijoistaan työnantajina, nousivat esille samaiset asiat kuin miksi Puhdas Ilo koetaan hyvänä työpaikkana. Erottavina tekijöinä lueteltiin välittämisen kulttuuri, palkka sekä muut etuudet, joista mainittiin ennen kaikkea kattava työterveyshuolto sekä sairauskuluvakuutus. Tärkeinä tekijöinä pidettiin myös yrityksen koulutusjärjestelmää sekä osaamisen ja ammattitaidon ylläpitämistä ja kehittämistä, laadukkaita työvälineitä ja toimivia työskentelymenetelmiä. Myös strukturoidut toimintatavat sekä jokaiselle työntekijälle kuuluva työpuhelin nostettiin esille. Maininnan sai myös yrityksen auton käyttömahdollisuus siivouskohteisiin siirtymisessä. Työnantajan panostaminen monipuolisiin ja erilaisiin työkohteisiin soveltuviin työvaatteisiin tuotiin esille yhtenä tärkeänä erottautumisen keinona. Työvaatteiden avulla halutaan viestiä myös ammatillisuudesta, kun työntekijöiden ei tarvitse tehdä työtä omissa vaatteissaan. Työvaatteiden avulla lisätään näkyvyyttä – ei niinkään yrityksen, vaan ammattikunnan ja ammatillisuuden. Maininnan saivat myös yrityksessä käytössä oleva varhaisen

tuen toimintamalli fyysisen jaksamisen ja kunnon ylläpitämiseksi sekä panostaminen työyhteisön yhteisiin hetkiin, kuten brunssihin ja parafiinihellyshoitoihin.

4.1.5 Millainen Puhdas Ilo on työpaikkana?

Yhtenä haastattelukysymyksenä oli, mitkä kolme adjektiivia yrityksen johtokolmikko haluaisi työntekijöille tulevan mieleen, kun Puhdas Iloa kuvaillaan työnantajana. Kysymys osoittautui yllättävän haastavaksi pohtia ilman ennakkovalmistautumista. Lopulta esiin nousseita adjektiiveja olivat

- iloinen
- moderni
- kehittyvä
- reilu
- luotettava (kaksi mainintaa)
- välittävä
- turvallinen
- helposti lähestyttävä.

Edellä mainittuja adjektiiveja testataan työntekijöille tehtävässä kyselytutkimuksessa. Tutkimuksen avulla verrataan työntekijöiden näkemyksiä ja sitä, kuinka hyvin johdon ja työntekijöiden näkemykset kohtaavat.

Työntekijöille suoritettavan kyselytutkimuksen vastausten perusteella muodostetaan keskiarvo, joka kuvaa Puhdas Ilon työnantajamielikuvan tilaa. Kysyttäessä arviota yrityksen johdolta, muodostui vastausten keskiarvoksi 3,8. Arvio perustuu kokonaisuuteen, jota tässä raportissa on edellä käyty läpi. Merkittävimmiksi arvioon vaikuttaneiksi seikoiksi lueteltiin työn fyysisyys, palkka, työskentelytilat ja -välineet, työn joustavuus elämäntilanteet huomioiden ja työn merkittävyys. Myös työpaikan varmuus ja sen tuoma vakaus työntekijän elämässä nostettiin yhtenä merkittävänä arvioon vaikuttavana tekijänä esille.

4.1.6 Puhdas Ilo sitouttaa työntekijöitä monin keinoin

Puhdas Ilon toimitusjohtaja, myynti- ja markkinointijohtaja sekä talous- ja henkilöstöjohtaja kokevat, että yrityksen työntekijät ovat sitoutuneet työhönsä ja työpaikkaansa hyvin. Lähtökohtaisesti yrityksessä solmitaan ainoastaan vakituisia, toistaiseksi voimassa olevia työsopimuksia, ja näin ollen määräaikaista työntekijöitä on vähän. Määräaikaista työsopimuksia tehdään ainoastaan työntekijän niin pyytäessä.

Mä sanosin, että vakituiset työsuhteet (sitouttaa), meillähän ei ole käytännössä määräaikaista työsuhteita muussa tapauksessa kuin, jos työntekijällä on joku syy siihen, että hän haluaa vaikka määräaikaisen työsuhteen, et tekee vaikka jotain toista – – työtä. Mutta meillähän on siis vakinaiset työsopimukset käytännössä kaikilla ja sitten se semmonen sitoutuminen niihin tuntimääriin on varmaan niin ku yks, mikä sitouttaa meille väkeä. Palkka, palkka-asia ja sitten nää muut edut, mitä meillä pääsääntöisesti työntekijöille tarjotaan (sitouttaa). (Haastateltava A 2021.)

Kysyttäessä johtokolmikolta, mitkä tekijät sitouttavat työntekijöitä Puhdas Ilon palvelukseen, sain lukuisia vastauksia. Yrityksen ilmapiiriä pidetään hyvänä ja kuten jo aiemmin on tullut esille, ovat esimiehet ja johto helposti lähestyttäviä. Tämä luo välittömyyttä ja yhtenäisyyttä, jotka taas vahvistavat henkisen turvallisuuden tunnetta. Myös Puhdas Ilon maksama ”pikkuisen parempi palkka” ja muut kilpailukykyiset henkilöstöedut sitouttavat työntekijää yritykseen.

Onpa vaikke tääkkii. – – No se mitä mie oon kuullu, niin tuotaa öö, öö ö öö, niin ku mitä positiivista palautetta me on saatu työntekijöiltä – – ne liittyy näihin niin ku tähän ilmapiiriin ja siihen välittömyyteen, että miten niin ku myö ollaan niin ku johtajina ja esimiehinä tuolla niin ku ihmisiä, ihmisten seassa ja jotenki niin ku siihen puoleen liittyy ne sitoutumisasiat, no niihän ne tietysti liittyki. Ilmapiiri ja sitten tällanen niin ku, et johtajat ja esimiehet on helposti lähestyttäviä ja niin ku me kuunnellaan, heitä kuunnellaan, tämmöstä mie oon niin ku kuullu. (Haastateltava C 2021.)

Yhtenä tekijänä todetaan myös niin sanottu työn tekemisen helppous. Tällä viitataan siihen, että työn tekemiseen panostetaan huolehtimalla välineiden asianmukaisuudesta ja käyttökelpoisuudesta, sekä siivoojien työvälineiden esivalmistelulla varasto- ja pesulatyöntekijöiden toimesta. Yhdessä haastattelussa tuotiin

esille, että etenkin pitkäaikaisten työntekijöiden sitoutuminen yritykseen voi vies-
tiä pitkästä historiasta yrityksen palveluksessa ja lojaaliudesta toimitusjohtajaa
kohtaan. Tällä viitataan siihen, että toimitusjohtajan osaamista ja työhistoriaa ar-
vostetaan. Hänen kanssaan on muodostunut pitkän yhteisen historian aikana
läheinen side, jota kunnioitetaan.

4.1.7 Lukuisat henkilöstöedut palkitsevat työntekijää

Puhdas llossa työntekijöitä palkitaan monilla työsuhde-eduilla. Kuten jo aiemmin
on tullut esille, maksetaan yrityksessä ”pikkuisen parempaa palkkaa”. Tämä tar-
koittaa sitä, että työntekijöiden palkka on työehtosopimusta korkeampaa ja sii-
hen vaikuttaa muun muassa siivouskohteen haastavuus. Palkan lisäksi yhtenä
tärkeimmistä eduista pidetään kattavaa työterveyshuoltoa, jossa voi hoidattaa
myös työhön liittymättömiä sairauksia ja vaivoja. Matalapalkkaisella alalla eh-
dottoman tärkeitä työsuhde-etuja ovat myös vapaa-ajan tapaturmavakuutus ja
sairauskuluvarakuutus, joista on mahdollista korvata vapaa-ajalla sattuneista ta-
paturmista koituvia kustannuksia ja esimerkiksi sairauden hoitoon tarvittavia
lääkkeitä.

Muita henkilöstöetuja ovat muun muassa työpuhelin, jonka kerrotaan olevan
harvinainen alan yrityksissä. Työpuhelimella työntekijän ei tarvitse olla yh-
teydessä asiakkaisiin omalla puhelimellaan. Näin myöskään asiakkaiden yh-
teystietoja ei tarvitse säilyttää oman puhelimen tiedoissa. Myös monipuolinen
työvaatetus saa maininnan yhtenä tärkeänä henkilöstöetuna, sillä tämänkään ei
kerrota olevan itsestäänselvyys alalla. Työvaatteita on laaja valikoima, josta löy-
tyvät eri työkohteisiin soveltuvat ja suojaavat vaatteet. Myös henkilökunnalle
säännöllisesti järjestettäviä yhteisiä hetkiä pidetään tärkeinä henkilöstöetuina.
Yhteisissä hetkissä voidaan nauttia brunssia tai lounasta yhdessä ja viettää eri-
laisia teemapäiviä, kuten vappua.

4.1.8 Työnantajamielikuvaa halutaan kehittää aktiivisesti

Yrityksen johto kertoo haastatteluiden lopuksi haluavansa kehittää työnantajamielikuvaa yhä jatkossakin. Sen eteen on tehty paljon töitä jo nyt, mutta tulevaisuudessa se halutaan tehdä entistä näkyvämmäksi ja tuoda osaksi markkinointia. Yrityksessä on tarkoitus lanseerata #puhdasilolaisuus, jonka myötä markkinoinnin keinoin viestitään siitä, mitä puhdasilolaisuus on, mitä se tarkoittaa ja millaista yrityksessä on olla töissä. Hyvän työntekijäkokemuksen ja työnantajamielikuvan markkinoimiseksi tehdään tällä hetkellä suunnittelua, johon tämäkin opinnäytetyö ottaa kantaa ja antaa ideoita.

Hmm, oi kauhheeta. No joo, no kyllä se koulutuspuoli ja se osaamisen kehittämisen puoli on yks semmonen, mitä pitäs kehittää ja kehitetäänkin eli, että meijät nähtäs työnantajana, joka joka kouluttaa oikeesti ja meillä voi niin ku lisätä osaamistaan ja se näkyy käytännössä ja niin edelleen. No sit on se puhdasilolaisuus, että se niin ku jotenkin se semmonen, mitä kaikkee se pitää sisällään ja mitkä kaikki liittyy siihen puhdasilolaisuuteen, niin se. (Haastateltava C 2021.)

Puhdas Ilossa tullaan tulevien vuosien aikana kehittämään entisestään perehdyttämistä, ammattitaidon ylläpitämistä ja henkilöstön kouluttamista. Tavoitteena on erottautua alalla työnantajana, joka panostaa henkilöstön osaamiseen sekä osaamisen ja toimintatapojen kehittämiseen. Tämän avulla siivousalasta pyritään tekemään nykyistä vahvempi ammatillinen vaihtoehto. Myös työn sisältöä ja työtehtäviä pyritään kehittämään yhä enemmän, jotta työstä saataisiin monipuolisempaa.

4.2 Kyselytutkimus Puhdas Ilo Oy:n työntekijöille

4.2.1 Yleistä kyselytutkimuksesta

Puhdas Ilon työntekijöille toteutettiin kyselytutkimus johdon haastatteluiden jälkeen. Kyselytutkimuksen avulla oli tarkoitus selvittää työntekijöiden näkemyksiä

yrityksen työnantajamielikuvasta. Työnantajamielikuvaa tutkittiin kyselyssä työntekijäkokemuslähtöisesti. Tutkimus toteutettiin anonyyminä, ja se oli mahdollista täyttää työajalla. Kyselyyn vastaaminen kesti noin kymmenen minuuttia. Työntekijöitä motivoitiin vastaamaan kyselyyn arvonnalla. Arvonnassa oli jaossa kolme palkintoa: hierontalahjakortti ja kaksi kahvilalahjakorttia, jotka toimeksiantajayritys sponsoroit.

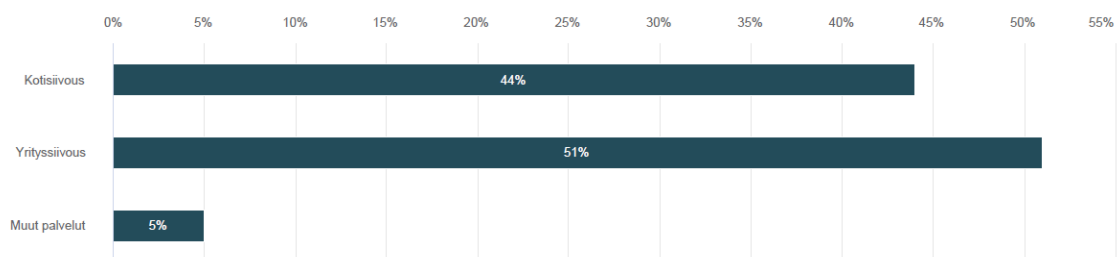
Puhdas Ilon työntekijöille annettiin mahdollisuus vastata sähköiseen Webropol-kyselytutkimukseen, jonka tavoitteena oli selvittää työnantajamielikuvaa työntekijäkokemusta tutkimalla. Kysely oli avoinna 11 vuorokautta 6.4.–16.4.2021 välisenä aikana. Työntekijöille kirjoitettu saatekirje kyselytutkimukseen liittyen löytyy liitteestä 2. Liite 3 sisältää työntekijäkyselytutkimuksen kysymykset.

Kyselyyn vastasi yhteensä 39 työntekijää, joista 17 työskenteli kotisiivouksessa, 20 yritys siivouksessa ja kaksi muissa palveluissa, kuten pesulassa, varastossa tai kotipalveluissa. Kuviossa 7 on esitetty graafisesti vastaajien jakautuminen eri tiimeihin. Kyselyn kokonaisvastausprosentiksi muodostui 65 %.

2. Missä tiimissä työskentelet?

Mikäli työskentelet useamman eri palvelun toiminnossa, valitse tiimi sen mukaan jossa suurin osa työajastasi tapahtuu.

Vastaajien määrä: 39



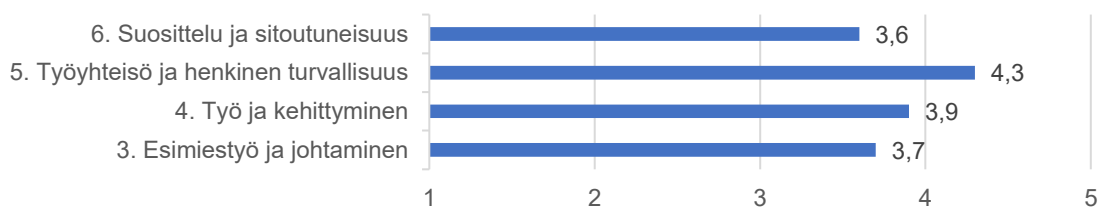
Kuvio 7. Vastaajien jakautuminen työtehtävän mukaan.

Kysely rakentui 16 kohdasta, joista osa sisälsi avoimia kysymyksiä ja osa väittämiä. Väittämäkysymyksissä vastaaja arvioi väittämää asteikolla 1–5, jossa yksi oli erittäin huono/ei lainkaan samaa mieltä ja viisi erittäin hyvä/täysin samaa mieltä. Arvosana 3 ilmaisi neutraalin kannan.

Kysymykset jakoutuivat seitsemään eri teemaan:

1. Taustatiedot
2. Kysymykset liittyen mielikuvaan työnantajasta ja työsuhde-etuihin
3. Esimiestyö ja johtaminen
4. Työ ja kehittyminen
5. Työyhteisö ja henkinen turvallisuus
6. Suosittele ja sitoutuneisuus
7. Fiilis ja tulevaisuus (osio sisälsi myös avoimia kysymyksiä).

Teemoista 3–6 on tulosten perusteella laskettu keskiarvotulokset, joita voidaan pitää onnistumisen mittareina. Nämä tulokset on esitelty kuviossa 8, jossa yksi on erityisen huono ja viisi erityisen hyvä arvosana. Kokonaisuudessaan näiden neljän teeman keskiarvoksi muodostui 3,9, jota voidaan pitää jokseenkin hyvänä tuloksena. Teemojen 2–7 tuloksia käydään läpi tässä raportissa omissa luvuissaan.



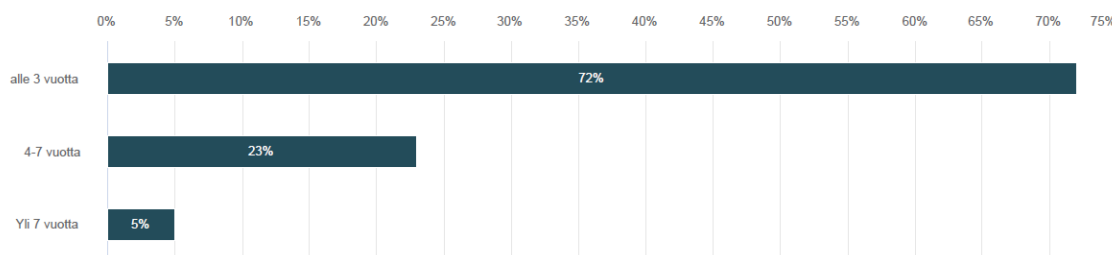
Kuvio 8. Kyselytutkimuksen teemojen 3–6 keskiarvotulokset.

Kysely toteutettiin siten, että se on toistettavissa uudelleen. Toteutettaessa kysely uudelleen voidaan tutkimuskauden tuloksia verrata keskenään ja tarkastella niiden kehittymistä. Puhdas Ilon on mahdollista toteuttaa esimerkiksi vuosittainen työnantajamielikuvatutkimus hyödyntämällä laatimaani kyselytutkimuspohjaa. Kyselytutkimuksen avulla saadaan arvokasta tietoa työntekijöiden työhyvinvoinnista ja työtyytyväisyydestä, joita on mahdollista huomioida yrityksen toimintaa kehitettäessä.

3. Kuinka kauan olet työskennellyt Puhdas Ilossa?

Mukaan luettuna yritysostojen myötä liittyneet yritykset.

Vastaajien määrä: 39



Kuvio 9. Vastaajien työssäoloaika Puhdas Ilo Oy:n palveluksessa.

Kyselyyn vastanneista selvä enemmistö oli työskennellyt Puhdas Ilossa alle kolmen vuoden ajan. Vain kaksi vastaajaa ilmoitti työskennelleensä yrityksessä yli seitsemän vuotta. Työssäoloaikaan Puhdas Ilon palveluksessa laskettiin myös mahdollinen työskentely yritysoston myötä mukaan tulleissa yrityksissä. Kuviossa 9 on esitetty vastaajien jakautuminen palveluvuosien perusteella. Kyselyyn vastanneista työntekijöistä 30,8 % (12 henkilöä) ei ollut työskennellyt aiemmin muussa siivous- ja puhtausalan yrityksessä.

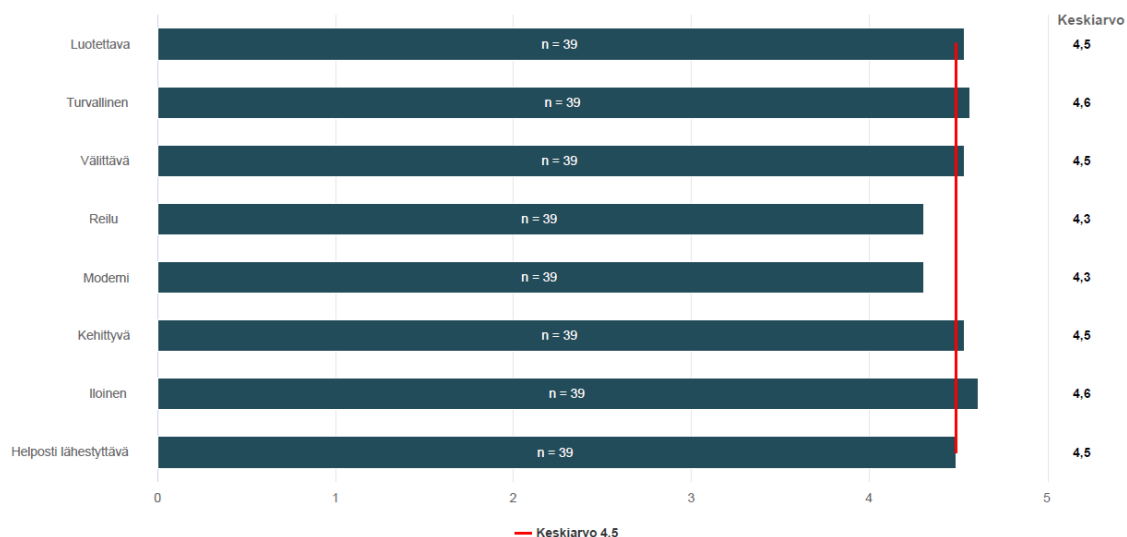
4.2.2 Mielikuva työnantajasta ja työsuhde-eduista

Kyselyn toisessa osiossa selvitettiin työntekijöiden mielikuvaa Puhdas Ilostä työnantajana. Työntekijöiden tuli kuvata Puhdas Iloa kolmella adjektiivilla sen mukaan, millaisena he kokevat ja näkevät yrityksen työnantajana. Tämän lisäksi vastaajat arvioivat johdon haastatteluiden perusteella esiin tulleita adjektiiveja, jotka ovat listattuina luvussa 4.1.4. Vastaajat eivät nähneet valmiiksi listattuja adjektiiveja pohtiessaan vastauksiaan osion ensimmäisessä vaiheessa.

Toisen osion viimeisessä kohdassa työntekijöiden tuli arvottaa yrityksen työsuhde-edut itselle mieluisimpaan tärkeysjärjestykseen. Puhdas Ilossa on yhteensä 10 henkilöstöetua, joista jokaiselle tuli määritellä sija siten, että kaikki kymmenen sijaa tulivat käytettyä. Yhdellä sijalle pystyi sijoittamaan vain yhden työsuhde-edun.

6. Kuinka hyvin seuraavat adjektiivit mielestäsi kuvaavat Puhdas Iloa työnantajana?

Vastaajien määrä: 39



Kuvio 11. Työntekijöiden arvio yritysjohdon listaamista adjektiiveista.

Työntekijöillä testattiin kyselyssä adjektiiveja, jotka tulivat yrityksen johdon haastatteluissa esille. Johtokolmikosta kukin henkilö sai listata kolme adjektiivia, jotka toivoivat tulevan työntekijöille mieleen heidän kuvaillessaan työnantajansa. Sanoja arvioitiin asteikolla 1–5, jossa yksi tarkoitti ei kuvaa lainkaan ja viisi kuvaa erittäin hyvin. Valmiiksi annetuista kuvailuvaihtoehdoista parhaiten työntekijöiden mielestä Puhdas Iloa työnantajana kuvaavat adjektiivit iloinen ja turvallinen. Kuitenkin kaikki kahdeksan adjektiivia arvioitiin vähintään jokseenkin hyvin kuvaaviksi. Tulokset on esitetty kuviossa 11.

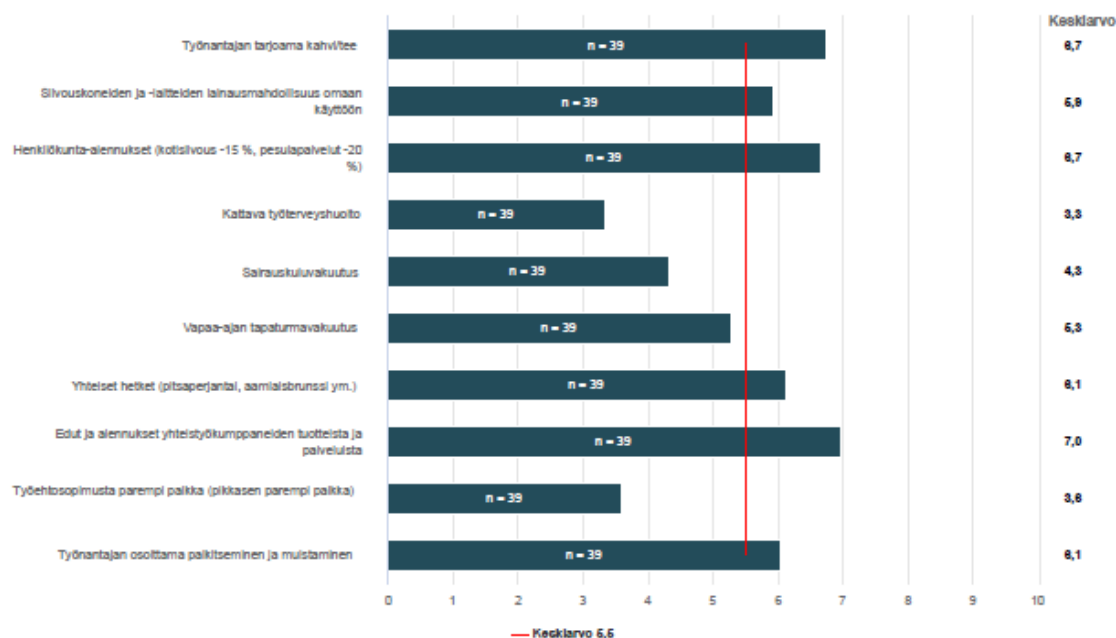
Työsuhde-etujen tärkeyttä määritettäessä vastausvaihtoehtojen välinen hajonta kyselyn kysymysten osalta oli suurinta. Selkeästi tärkeimmiksi työsuhde-eduiksi arvioitiin kattava työterveyshuolto, jota yli 40 % vastaajista piti tärkeimpänä sekä työehtosopimusta parempi palkkaus, jonka tärkeimmäksi eduksi arvioi kolmasosa vastaajista. Myös työnantajan tarjoama sairauskuluvakuutus koettiin tärkeäksi, ja puolet vastaajista arvioi sen vähintään kolmanneksi tärkeimmäksi eduksi. Vapaa-ajan tapaturmavakuutusta arvostivat selkeästi eniten vanhimmat yli 46-vuotiaat, kun taas nuoremmissa ikäryhmissä sitä ei koettu yhtä tärkeäksi. Henkilöstöeduista vähiten arvostettiin henkilökunta-alennusta kotisiivous- ja pesulapalveluista, etuja ja alennuksia yhteistyökumppaneiden tuotteista ja palveluista sekä työnantajan tarjoamaa kahvia ja teetä. Vastaajista vähintään puolet

arvotti nämä edut kolmanneksi viimeisimmälle tai sitä huonommalle sijalle. Kysymyskohdan tulokset on esitetty kuviossa 12.

7. Seuraavassa on lueteltu Puhdas Ilon henkilöstöetuja. Aseta edut mieleiseesi tärkeysjärjestykseen!

1 on sinulle eniten tärkein, 2 toiseksi tärkein jne. Yhtä numeroa voit käyttää aihoastaan kerran.

Vastaajien määrä: 39



Kuvio 12. Henkilöstöetujen tärkeysjärjestyksen arviointi.

Kattavaa työterveyshuoltoa ja sairauskuluvakuutusta arvostettiin eniten vanhimmassa ikäryhmässä eli yli 47-vuotiaissa ja vähiten tärkeimmäksi nuorimmassa alle 30-vuotiaiden ikäryhmässä. Työehtosopimusta parempaa palkkaa arvostettiin eniten 31–45-vuotiaiden työntekijöiden joukossa.

Työsuhde-edut listattuina tärkeysjärjestykseen vastausten perusteella:

1. Kattava työterveyshuolto
2. Työehtosopimusta parempi palkkaus
3. Sairauskuluvakuutus
4. Vapaa-ajan tapaturmavakuutus
5. Siivouskoneiden ja -laitteiden lainausmahdollisuus omaan käyttöön
6. Yhteiset hetket ja työnantajan osittama palkitseminen ja muistaminen
7. Henkilökunta-alennukset ja työnantajan tarjoama kahvi/tee
8. Edut ja alennukset yhteistyökumppaneiden tuotteista ja palveluista.

4.2.3 Esimiestyö ja johtaminen

Kyselytutkimuksen kolmannessa osiossa työntekijöiden tehtävänä oli arvioida yrityksen esimiestyötä ja johtamista. Kysymysväittämissä pyydettiin vastaajia arvioimaan muun muassa palautteen saamiseen ja esimiehen lähestyttävyyteen liittyviä väittämiä. Niitä arvioitiin asteikolla 1–5, jossa yksi oli täysin eri mieltä ja viisi täysin samaa mieltä. Esimiestyö ja johtaminen -osion kokonaiskeskiarvoksi muodostui 3,7.

Kuten kuvioista 13 käy ilmi, huonoiten menestyivät väitteet liittyen palautteen saamiseen ja vaikutusmahdollisuuksiin yrityksen toiminnassa. Näiden vastausten keskiarvo jäi alle 3,5:n ja oli lähinnä neutraalia arviota. Jokseenkin samaa mieltä 4,1:n keskiarvolla oltiin väittämistä, jotka liittyivät työssäjaksamiseen ja esimiehen kanssa käytäviin luottamuksellisiin keskusteluihin.

8. Vastaa seuraaviin väittämiin.

Esimiehellä tarkoitetaan tässä kyselyssä henkilöä, joka organisoii päivittäistä työtäsi ja toimii yhteishenkilönäsi työpaikalla.

Vastaajien määrä: 39



Kuvio 13. Esimiestyö ja johtaminen -osion tulokset.

Yli 23 % vastaajista oli vähintään jokseenkin eri mieltä ensimmäisen väittämän kohdalla, jossa arvioitiin säännöllisen palautteen saamista, kun taas 35 % vastaajista oli väittämän kanssa jokseenkin samaa mieltä. Palautetta saaneista työntekijöistä selvä enemmistö eli 71,8 % koki palautteen olleen vähintään jokseenkin positiivista.

Yli 74 % vastanneista työntekijöistä koki, että esimies tukee vähintään jollain keinoin työssäjaksamista ja että esimiehen kanssa voi käydä keskustelua myös vaikeistakin asioista. Alle kolme vuotta työskennelleistä vastaajista 73 % ilmoitti olevansa jokseenkin tai täysin samaa mieltä väitteestä ”voin puhua esimiehelleni vaikeistakin asioista”. Yli neljä vuotta työskennelleistä yli 63 % oli vain jokseenkin samaa mieltä väittämästä.

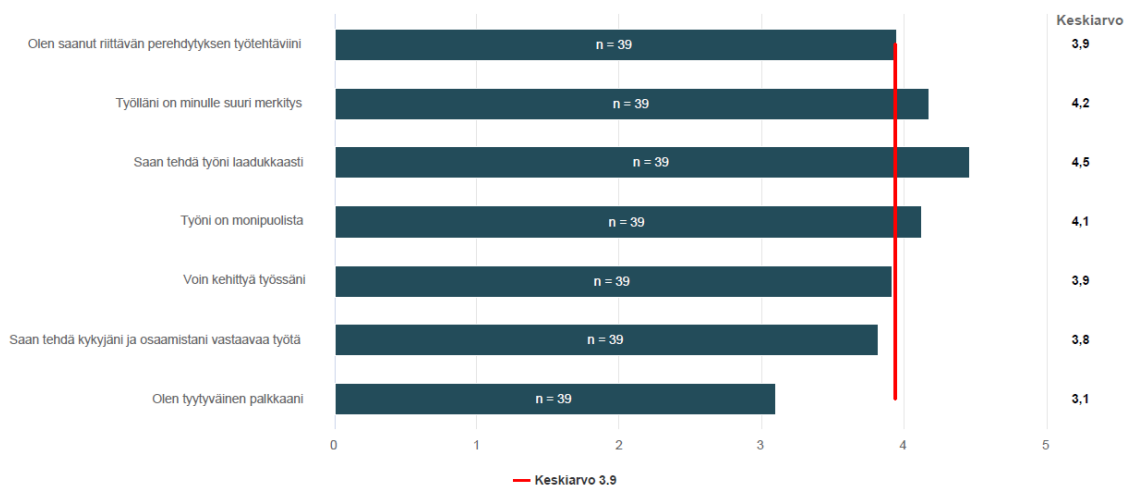
Vastaajista 43,6 % koki voivansa vaikuttaa yrityksen toimintaan ja toimintatapoihin edes jossain määrin. Alle kolme vuotta työskennelleiden osalta 13,5 % vastaajista koki olevansa vähintään jokseenkin eri mieltä kyseisestä väittämästä. Yli neljä vuotta työskennelleiden osalta neutraalin vastauksen antoi yli 63 %, ja jokseenkin samaa mieltä väittämästä oli reilut 36 % vastanneista työntekijöistä.

4.2.4 Työ ja kehittyminen

Neljännessä osiossa vastaajat arvioivat omaan työhönsä ja työssä kehittymiseen liittyviä väittämiä. Ne liittyivät palkkaan, perehdytykseen, osaamisen kehittämisen mahdollisuuksiin ja työn merkityksellisyyden kokemiseen. Lisäksi työntekijät arvioivat työn monipuolisuutta ja laadukkaan tekemisen mahdollisuutta. Väittämiä arvioitiin asteikolla 1–5, jossa yksi oli täysin eri mieltä ja viisi täysin samaa mieltä. Työ ja kehittyminen -osion kokonaiskeskiarvotulokseksi muodostui 3,9 (kuvio 14).

9. Vastaa seuraaviin väittämiin.

Vastaajien määrä: 39



Kuvio 14. Työ ja kehittyminen -osion tulokset.

Kyselyyn vastanneista työntekijöistä 97,4 % oli vähintään jokseenkin samaa mieltä väittämästä ”saan tehdä työni laadukkaasti”. Täysin samaa mieltä oli alle 30-vuotiaista työntekijöistä puolet. Täysin samaa mieltä 31–45-vuotiaiden osalta oli 62,5 % ja yli 46-vuotiaista yli 38 % vastanneista.

Kyselyyn vastanneista työntekijöistä 48,7 % oli jokseenkin samaa mieltä väitteiden ”olen saanut riittävän perehdytyksen työtehtäviini” ja ”työni on monipuolista” kanssa. Kuitenkin keskimäärin noin 15 % alle 30-vuotiaista ja 31–45-vuotiaista vastaajista koki perehdytyksen olleen jokseenkin riittämätöntä. Yli puolet kaikista vastaajista koki voivansa edes jossain määrin kehittyä työssään.

Työn merkityksellisyyden kokonaisarvioksi muodostui 4,2. Yli 46-vuotiaista vastaajista kaikki kokivat työnsä vähintään jokseenkin merkitykselliseksi ja heistäkin yli 46 % koki olevansa täysin samaa mieltä väitteestä ”työlläni on minulle suuri merkitys”.

Kyselyyn vastanneista työntekijöistä ainoastaan alle 13 % oli täysin tyytyväisiä palkkukseensa. Kolmasosa vastaajista oli palkkukseen liittyvän väittämän osalta vähintään jokseenkin eri mieltä. Nuorten alle 30-vuotiaiden vastaajien keskuudessa palkkukseen liittyvän kysymyksen vastauksissa oli eniten hajontaa. Ikäryhmä oli ainoa, jossa vastaukset hajaantuivat koko vastausasteikolle 1–

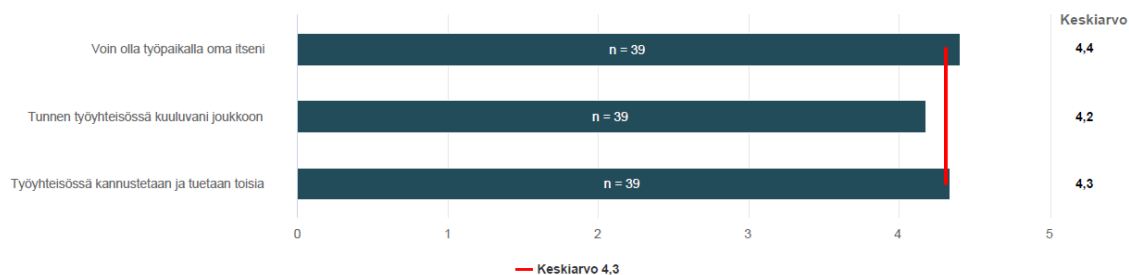
5. Heidän osaltaan 22,2 % prosenttia oli täysin tyytymättömiä ja 27,8 % täysin tyytyväisiä palkkaansa. Yli 46-vuotiaiden osalta 38,4 % oli jokseenkin tyytyväisiä omaan palkkaansa.

4.2.5 Työyhteisö ja henkinen turvallisuus

Työyhteisö ja henkinen turvallisuus -osiossa kyselyyn vastanneet työntekijät arvioivat työyhteisön keskinäiseen toimintaan ja työilmapiiriin liittyviä väittämiä. Niitä arvioitiin asteikolla 1–5, jossa yksi oli täysin eri mieltä tai erittäin huono(sti) ja viisi täysin samaa mieltä tai erittäin hyvä/hyvin. Työyhteisö ja henkinen turvallisuus -osion kokonaiskeskiarvotulokseksi muodostui 4,3. Tulos oli korkein ja näin ollen paras, vertailtaessa eri osioiden tuloksia keskenään.

10. Vastaa seuraaviin väittämiin.

Vastaajien määrä: 39



Kuvio 15. Työyhteisö ja henkinen turvallisuus -osion tulokset 1/2.

11. Vastaa seuraaviin väittämiin.

Vastaajien määrä: 39



Kuvio 16. Työyhteisö ja henkinen turvallisuus -osion tulokset 2/2.

Kyselyyn vastanneista työntekijöistä yli puolet ilmaisivat olevansa täysin samaa mieltä väittämästä ”voin olla työpaikalla oma itseni” (kuvio 15). 31–45-vuotiaista vastaajista liki 13 % ilmaisi olevansa väittämän osalta jokseenkin eri mieltä, kun taas muut ikäryhmät ilmaisivat vähintään neutraalin kannan. Myös työpaikan ilmapiiriä pidettiin vastaajien keskuudessa vähintään neutraalina, sillä vastausvaihtoehdot yksi ja kaksi eivät keränneet yhtään vastaajaa.

Joukkoon kuuluvuuden tunnetta mitattaessa liki 8 % vastaajista kertoi tuntevansa vähintään jokseenkin ulkopuolisuutta työyhteisössä. Tämänkin väittämän kohdalla 31–45-vuotiaiden osalta hajonta oli suurinta. Heistä 25 % vastasi tuntevansa itsensä vähintään jokseenkin ulkopuoliseksi, ja näistäkin vastaajista puolet tunsivat itsensä täysin ulkopuoliseksi työyhteisössä. Ikäryhmästä kuitenkin puolet oli täysin samaa mieltä väittämästä ”tunnen työyhteisössä kuuluvani joukkoon”.

Alle 46-vuotiaista työntekijöistä puolet oli täysin samaa mieltä väittämästä ”työyhteisössä kannustetaan ja tuetaan toisia”. Yli neljä vuotta työskennelleistä vastaajista liki 10 % oli jokseenkin eri mieltä asiasta.

Ilmapiiri työpaikalla koettiin erittäin hyväksi alle 46-vuotiaiden työntekijöiden kohdalla, sillä heistä yli 65 % oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Myös alle kolme vuotta työskennelleiden osalta yli 53 % oli täysin samaa mieltä asiasta.

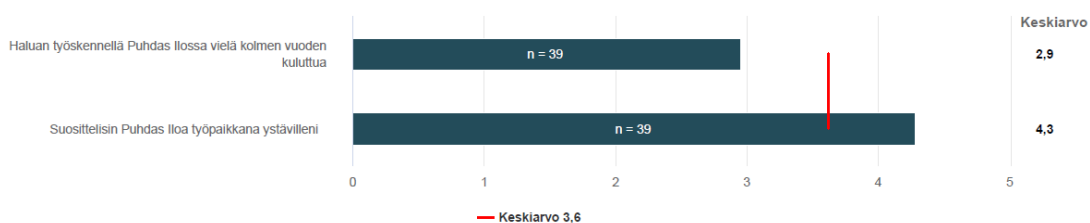
Kaikkein huonoimmin työssään viihtyvät 31–45-vuotiaiden ikäryhmä. Heistä 12,5 % vastasi viihtyvänsä jokseenkin huonosti työssään. Yli neljä vuotta yrityksessä työskennelleistä liki 10 % koki samoin. Yli 46-vuotiaista vastaajista enemmistö eli liki 77 % ilmoitti viihtyvänsä jokseenkin hyvin. Ikäryhmästä vain hieman yli 15 % ilmoitti viihtyvänsä erittäin hyvin. Nuorimmat alle 30-vuotiaat työntekijät ilmoittivat viihtyvänsä työssään parhaiten, sillä heistä liki 39 % oli sitä mieltä, että viihtyy työssään erittäin hyvin. Samoin on alle kolme vuotta yrityksessä työskennelleiden osalta, joista liki 40 % ilmoitti viihtyvänsä erittäin hyvin. Ilmapiiriä ja työssä viihtyvyyttä kuvaavat tulokset on esitetty kuviossa 16.

4.2.6 Suosittele ja sitoutuneisuus

Suosittelu ja sitoutuneisuus -osiossa mitattiin henkilöstön sitoutuneisuutta yrityksen palvelukseen. Vastausten perusteella voidaan arvioida ja ennakoida fluktuatiota eli vaihtuvuutta. Sitoutuneisuutta mitattiin väittämällä ”haluan työskennellä Puhdas Ilossa vielä kolmen vuoden kuluttua”. Yrityksen vetovoimaisuutta mitattiin väittämällä ”suositteaisin Puhdas Iloa työpaikkana ystäväilleni”. Vastausten kokonaiskeskiarvoksi suosittelu ja sitoutuneisuus -osiosta muodostui 3,6, joka on alhaisin tulos vertailtaessa eri osioiden pistetuloksia keskenään.

12. Vastaa seuraaviin väittämiin.

Vastaajien määrä: 39



Kuvio 17. Suosittele ja sitoutuneisuus -osion tulokset.

Kuten kuviosta 17 käy ilmi, on sitoutuneisuutta mittaavan väittämän tulos alle neutraalin raja-arvon sen ollessa 2,9. Peräti 33 % vastaajista ilmoitti, ettei välttämättä halua työskennellä yrityksen palveluksessa kolmen vuoden kuluttua. Ainoastaan 7,7 % vastaajista oli täysin samaa mieltä väittämästä. Vastausten perusteella selkeästi huonoiten työnantajan palvelukseen ovat sitoutuneet alle 30-vuotiaat työntekijät, joista yli 55 % ilmaisi olevansa vähintään jokseenkin eri mieltä väittämästä. Myös kotisiivouksen työntekijöistä yli 41 % ilmaisi olevansa jokseenkin eri mieltä asiasta. Yli 46-vuotiaat ja yli neljä vuotta työskennelleet työntekijät ovat sitoutuneet yritykseen työntekijöinä vahvimmin.

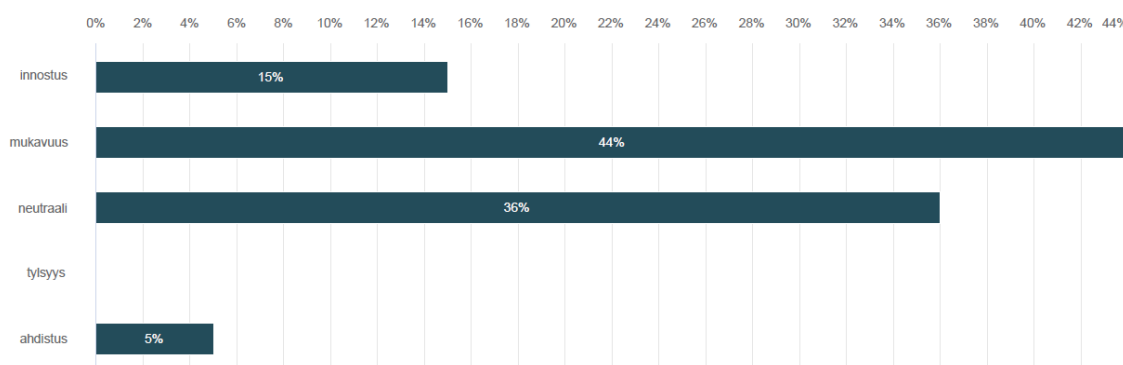
Kysyttäessä suositteluvalmiudesta ystäville ikäryhmä, tiimi ja työssäolovuodet huomioon ottaen yhtä ryhmittymää lukuun ottamatta tulokset olivat selvästi yli neljän ja tulokset olivat melko tasaiset. Vahvimmin yritystä työpaikkana suosittelisivat yli neljä vuotta yrityksen palveluksessa olleet työntekijät. Heistä liki 73 % oli väittämän kanssa täysin samaa mieltä.

4.2.7 Fiilis ja tulevaisuus

Fiilis ja tulevaisuus -osion tavoitteena oli selvittää vastaajan syvintä tunnetta työntekijänä ja selvittää, mitkä tekijät muodostavat Puhdas Ilosta hyvän työnantajan. Osiossa oli mahdollista antaa kehitysideoita, joilla työssä viihtymistä voitaisiin kehittää tulevaisuudessa. Fiilistä mitattiin mittarilla, joka pohjautuu muokailusti Mäkikankaan ja Hakasen (2017) artikkelissaan esille tuotuun Peter Warrin (1990) kehittämään tunneperäisen työhyvinvoinnin eri ulottuvuuksien mittaamiseen. Fiilismittarin vastausvaihtoehtoina olivat innostus, mukavuus, neutraali, tylsyys ja ahdistus.

13. Mitä seuraavista koet tällä hetkellä eniten työssäsi?

Vastaajien määrä: 39



Kuvio 18. Fiilismittauksen tulokset.

Kuten kuviosta 18 käy ilmi, suurin osa Puhdas Ilon kyselyyn vastanneista työntekijöistä kokee työssään mukavuutta, mutta kaksi vastaajaa kokee myös ahdistuksen tunnetta. Selkeästi eniten tunnetta innostus tuntevat valinnan tehneistä vastaajista yrityssiivouksessa työskentelevät henkilöt ja vähiten kotisiivouksessa työskentelevät vastaajat. Mukavuutta tuntevista vastaajista liki 70 % oli yli 46-vuotiaita. Yli neljä vuotta yrityksessä työskennelleistä ja mukavuutta tuntevista työntekijöistä oli vastaajissa peräti 55 %. Puolet neutraalia tunnetta tuntevista olivat iältään 31–45-vuotiaita.

Kysymyksessä 14 vastaajien oli mahdollisuus kertoa avoimesti ”mikä tekee Puhdas Ilosta hyvän työnantajan?” Avoimia vastauksia jätettiin 39 kappaletta.

Monissa vastauksissa tuotiin esille esimiestyöhön ja johtamiseen liittyviä seikkoja sekä palkkaan ja työolosuhteisiin liittyviä asioita. Seuraavassa on poimittu esimerkkejä kysymykseen annetuista vastauksista:

Työvälineet, työvaatteet, välittävä johtoporras. – – Esimies kuuntelee ja on empaattinen. Reilu ollakseen 2020 vuoden yritys. Paras siivousfirma työntekijälle. – – Joustavuus ja yksilöllisyys, jokaisen elämäntilanne yms huomioidaan listoja tehdessä, vahvuudet jne. – – kaikki on järjestetty hyvin. Välineet, koneet ym. – – Parempi palkkataso ja se, että työntekijöistä todella välitetään ja heitä kohdellaan hyvin. Yleinen ilmapiiri on todella mukava. – – Töitä riittää ja työolosuhteet kunnossa. – – Epäkohtiin rohkeasti puuttuminen, kannustava asenne työntekijöitä kohtaan. – – Puhtaassa llossa perehdytykseen on mielestäni panostettu sekä laadun että määrän osalta. Työntekijöitä kuunnellaan ja heidät kohdataan tasavertaisina työyhteisön jäseninä. – – Ihana ilmapiiri!!! Koen, että työtäni arvostetaan. – – Palkka tulee ajallaan. – – Avoin ilmapiiri ja siivoojan työn ymmärtäminen. Annetaan tilaa uuden oppimiselle ja virheiden tekemiset hyväksytään. – – Hyvä porukka, jotka kuuntelee ja auttaa aina jos tarvii. Esimiehet aina työntekijän puolella. – – Porukan henki.

Kysymyksessä 15 kartoitettiin työhyvinvointiin liittyviä kehitysideoita. Kysymykseen ”mitä työssä viihtymiseen liittyviä asioita toivoisit eniten kehitettävän seuraavan vuoden aikana?” vastasi 28 kyselyyn osallistunutta työntekijää. Vastaukset liittyivät laajasti eri aiheisiin, kuitenkin kaksi asiaa tuli esille useammassa kuin yhdessä vastauksessa. Pareittain työskentelyn mahdollisuutta toivottiin lisäävän, jotta tutustuminen muihin tiimiläisiin olisi mahdollista. Vastauksissa ehdotettiin yhdessä työskentelyn mahdollisuutta järjestettävän muutaman kerran kuukaudessa. Toinen useamman maininnan saanut vastaus oli kohtaamotilaisuuksien tai muiden yhteisten tapahtumien määrän lisääminen yhteisöllisyyden tunteen kasvattamiseksi. Kohtaamoista toivottiin myös aiempaa liikuntapainotteisempia.

Koulutusta ja osaamisen kehittämistä työvälineiden, aineiden ja työskentelymenetelmien osalta toivottiin nykyistä enemmän. Kommenteissa todettiin kehitettävää myös työskentelyaikataulujen suhteen. Osa vastaajista kokee annetut aika-ramit eri työkohteissa toimimiselle ja kohteiden välillä siirtymiselle liian tiukoiksi, jolloin esimerkiksi päivän tauot voivat jäädä pitämättä. Työpäivän kohteita toivottiin sijoitettavan maantieteellisesti samalle alueelle. Aikatauluista joh-

tuvia sekaannuksia toivottiin vältettävän, koska ne aiheuttavat uupumuksen tunnetta ja tekevät työpäivistä raskaita. Myöskin esimiesten vastuita toivottiin selkiytettävän nykyisestä. Lisäksi palkanmaksun oikeellisuus ja työn sijaisjärjestelyt nostettiin yhdeksi kehitettäväksi asiaksi.

Viimeisessä kysymyksessä vastaajien oli mahdollista antaa avointa palautetta liittyen omaan työhönsä tai toteutettuun kyselyyn liittyen. Vastauksia jätettiin kaikkiaan 16 kappaletta. Pääosin vastauksissa keuhuttiin työnantajaa ja työkavereita. Esille tuotiin myös huomiota oman auton käytön kalleudesta ja perehdyttämiseen panostamisesta.

Palkkaan suhteutettuna työ on todella raskasta. Vaikkakin työ ihan mukavaa onkin, on työpäivien jälkeen energiat niin vähissä, ettei jaksakaan tehdä enää mitään. Palkka on älyttömän huono, mikä ei tietysti ole työnantajan vika, mutta kyllä se vain vaikuttaa viihtyvyyteen, todettiin eräässä palautteessa.

Kyselyn osalta palautetta annettiin kysymyksestä numero 7, jossa vastaajan tuli asettaa yrityksen henkilöstöedut itselle mieluisimpaan tärkeysjärjestykseen.

Tuo numerointi tehtävä (1-10) oli vaikea tehdä kännykällä. Muuten hyvä paketti, tsemppiä työhön! – – Kuinka kauan olet ollut töissä puhtaalla ilolla kohdassa vaihtoehdot alle 3 vuotta tai 4-6? Olen ollut yli kolme vuotta, mutta alle 4, joten ei sopivaa vaihtoehtoa. Kysymykseen, jossa piti asettaa asiat tärkeysjärjestykseen, olisi voinut miettiä helpomman tavan vastata (tulee vaikuttamaan tutkimuksen luotettavuuteen). Muuten mukavan selkeä ja lyhyt kysely.

Muutoin kyselyä pidettiin mielenkiintoisena ja sitä keuhuttiin kivaksi.

5 Tutkimustulosten analysointi

5.1 Näkemys Puhdas Ilosta työnantajana on yksimielinen

Puhdas Ilon johdolle ja työntekijöille suoritettavien haastattelu- ja kyselytutkimusten tulosten perusteella voitaneen todeta, että yrityksessä panostetaan monin eri keinoin hyvään työntekijäkokemukseen. Kuten luvussa 2.1 on todettu,

työnantajamielikuva on kokonaisuus, joka muodostuu monesta eri seikasta, ja työntekijäkokemus on yksi tärkeimmistä sisäisen työnantajamielikuvan osista.

Kysyttäessä millainen Puhdas Ilo Oy on työpaikkana, tuli työntekijöiden ja yrityksen johtokolmikron vastauksissa esille monia yhtäläisyyksiä. Työpaikkaa kuvattiin samoilla adjektiiveilla, joista eniten yhtäläisyyksiä saivat iloinen, luotettava, välittävä ja reilu. Työnantajaa kuvaavat adjektiivit ovat osin samoja, joita Pihan ja Poussan (2012, 131–132) Aalto-yliopiston opiskelijoille toteuttamassa tutkimuksessa tuli esille, kun tehtävänä oli kuvata hyvää esimiestä ja johtajaa. Työntekijäkokemus muodostuu muun muassa esimiestyöstä ja johtamisesta, joten tuohon tutkimukseen pohjaten voidaan johtamisen todeta olevan jokseenkin kunnossa. Esimiestyön ja johtamisen tuloksia tarkastellaan tarkemmin luvussa 5.3.

Työntekijöille suoritetun kyselyn kysymyksessä 6 vastaajien tuli arvioida johdon nimeämiä työnantajaa kuvailevia adjektiiveja. Tuloksia tarkasteltaessa voidaan todeta, että hajontaa vastauksissa oli hyvin vähän. Keskiarvotulos oli 4,5, ja mediaanivastaukset olivat neljän ja viiden välillä. Voikin varmasti todeta, että yrityksen johto tuntee työntekijänsä vähintään hyvin ja osaa tulkita heidän ajatuksiin. Muutoin ei varmastikaan olisi päädytty näin yhtäläisiin tuloksiin. Yhtäläisyyttä vastauksissa oli myös kokonaiskeskiarvon osalta, joka työntekijöiden kyselytutkimuksessa muodostettiin teemojen 3–6 tuloksista. Työntekijöille suoritetun kyselytutkimuksen osalta tulos oli 3,9 ja johdon arvioima tulos oli 3,8. Tästä voidaan siis päätellä, että yrityksen johto tuntee työntekijänsä ja yrityksen työnantajamielikuvan tilanteen hyvin.

5.2 Yhtenäinen näkemys tärkeimmistä henkilöstöeduista

Yrityksen johto arvioi haastatteluissaan tärkeimmiksi henkilöstöeduiksi muun muassa alan työehtosopimusta paremman palkkauksen, sairausturvavakuutuksen ja kattavat työterveyshuollon palvelut. Myös työvaatteet ja työpuhelin sekä yhteiset hetket tuotiin haastatteluvastauksissa esille.

Työntekijöille suoritettussa kyselytutkimuksessa vastaajat saivat arvottaa henkilöstöedut itselleen tärkeimpään järjestykseen. Huomattavaa yhtäläisyyttä on havaittavissa myös tämän kysymyksen osalta johdon ja työntekijöiden vastauksissa, sillä työntekijöiden mielestä kiistatta kolme tärkeintä etua ovat kattava työterveyshuolto, sairausturvavakuutus ja alaa parempi palkkaus. Vähäisin merkitys työntekijöille vastausten perusteella on henkilökunta-alennuksilla yrityksen tuotteista ja palveluista, yhteistyökumppaneiden tarjoamilla eduilla ja työnantajan tarjoamalla maksuttomalla kahvilla ja teellä.

Tuloksista voidaan tehdä yhteenvetoa, että rahallisesti arvokkaat henkilöstöedut koetaan yrityksen henkilöstön keskuudessa merkityksellisimpinä ja tämä korostui etenkin vanhempien vastaajien joukossa, vaikkakin vastaajista suurin osa oli nuoria alle 30-vuotiaita työntekijöitä. Tämä on mielestäni ymmärrettävää, kun tulokset suhteutetaan alan yleiseen ansiotasoon. Sairastumisesta ja tapaturmasta aiheutuvat kustannukset voivat olla toisinaan suuret, jolloin työnantajan terveyden- ja hyvinvoinnin tarjoamat palvelut ovat merkittävässä roolissa.

Nuoret alle 30-vuotiaat työntekijät arvostivat vanhempia työntekijöitä enemmän niin sanottuja pehmeitä työsuhde-etuja, kuten työnantajan osoittamaa palkitsemista ja muistamista sekä yhteisiä hetkiä erilaisten hellittelyhoitojen ja ruoan ääressä. Nuorten osalta tulokset ovat yhtäläisiä nykytrendiin, jossa nuoret arvostavat yhä enemmän työn merkityksellisyyttä sekä työn ja vapaa-ajan tasapainoa (Luukka 2019, 122). Toki palkan osalta tässä tutkimuksessa ei löydetty yhteneväisyyttä tämänhetkiseen trendiin, jossa palkalla ei olisi nuorille työntekijöille suurta merkitystä (Studentwork 2017, 2). Palkan merkitys kaikkien ikäryhmien osalta tässä kyselytutkimuksessa oli yhtä tärkeä ja se sijoittui listauksen kärkipäähän, kolmen tärkeimmän asian joukkoon. Tämäkin on mielestäni hyvin ymmärrettävää ja liittyy aiemmin mainittuun alan yleiseen matalapalkkaisuuteen.

Palkan arvottaminen riippuu myöskin siitä, minkä päämäärän eteen työntekijä työtä tekee. Mikäli työn perimmäinen tarkoitus on varmistaa elanto, koetaan palkka silloin tärkeäksi. Piha ja Poussa (2012) kuvaavat kehittymishaluisia työntekijöitä urakehittyjiksi, joille taas palkka ei ole se ensisijainen tärkeä osa työtä.

Sitä enemmän arvostetaan ammattilaisena kehittymistä ja uralla etenemisen mahdollisuutta. (Piha & Poussa 2012, 165.)

5.3 Esimiestyö, johtaminen ja osallistaminen kaipaa kehittämistä

Puhdas Ilon esimiestyötä ja johtamista voidaan pitää kohtalaisen hyvänä, vaikkakaan arvosana ei yllä täysin jokseenkin hyvään eli neljään. Teema sai kokonaisarvosanan 3,7. Työntekijöiden mielestä eniten kehitettävää on palautteen antamisessa tai pikemminkin sen saamisessa. Pääosin saatu palaute kyselytutkimuksen vastausten perusteella on kuitenkin positiivista, jota voidaan pitää yhtenä onnistumisen mittarina. Palautetaidot tulivat esille myös johdon haastattelussa, jossa ne nimettiin yhdeksi kehitettäväksi asiaksi yrityksen toiminnassa.

Esimiestyöhön ja johtamiseen liittyen työntekijöiden avoimissa palautteissa tuli esille esimiestyön selkeyden lisääminen. Vastuita ja toimintoja toivottiin selkiytettävän, jotta työntekijän on helpompi tunnistaa, kenelle mikäkin asia yrityksessä kuuluu ja kuka vastaa mistäkin osa-alueesta. Esimiestyötä ja johtamista selkeyttämällä ja määrätietoistamalla voidaan osa-alueen tuloksia kehittää parempaan suuntaan. Esimiestaidoilla ja organisointikyvyllä on suuri merkitys muun muassa työhyvinvoinnin kannalta, kuten luvussa 2.6.7 kävi ilmi. Viitalan (2021, 36, 49–50) mukaan etenkin lähijohtaminen eli lähiesimiestyö on yksi merkittävimmistä voimavaroista yrityksen toimintaa ja tällä johtamisella edesautetaan hyvän työntekijäkokemuksen muodostumista. Hän nimeää johtamisen yhdeksi keskeiseksi menestystekijäksi yrityksessä, ja hyvin organisoitu toiminta on osa hyvää johtamista. (Viitala 2021, 36, 49–50.) Esimiestyö nimettiin myös johdon haastattelussa yhdeksi kehitettäväksi kohteeksi. Johtokolmikossa on tunnistettu nykyiset haasteet ja suunnittelua toiminnan kehittämiseksi on jo tehty. On todettava, että hyvällä ja suunnitelmallisella johtamisella on suuri merkitys myös yrityksen liiketoimintaan eikä sen merkitystä voida arvioida ainoastaan työnantajamielikuvan näkökulmasta.

Työntekijät arvioivat osiossa myös omia vaikuttamismahdollisuuksiaan yrityksen toiminnassa. Kysymyksen arvosana oli 3,4, joka on hieman yli neutraalin arvion.

Työntekijöille on tärkeää luoda vaikuttamismahdollisuuksia, jonka myötä merkityksellisyyden tunne kasvaa ja niin sanottu työn imu voi lisääntyä. Kuten luvussa 2.6.6 kävi ilmi, on työntekijöiden vaikuttamismahdollisuuksilla yrityksen toimintaan, toimintatapoihin ja työn sisältöön suora vaikutus työn mielekkyyteen. (Piha & Poussa 2012, 40.) Vaikutusmahdollisuuksia lisäämällä kehitetään myös työhyvinvointia, kuten Työterveyslaitoksen vuonna 2017 toteutettu tutkimus osoitti (Härmä 2017). Avoimissa kommentteissa työntekijät toivoivat muun muassa parityöskentelyn mahdollisuutta ja kohtaamo-tilaisuuksien sisällön monipuolistamista. Työntekijöiden vaikuttamismahdollisuuksia voidaan lisätä esimerkiksi osallistamalla heitä näiden toimintojen suunnitteluun.

5.4 Työssä viihdytään ja halutaan kehittyä

Työ ja kehittyminen -teeman kokonaisarvosanaksi muodostui 3,9, jota voidaan pitää jokseenkin hyvänä. Seitsemästä väittämästä ainoastaan kahden arvio jäi alle osion kokonaiskeskiarvon, joista osaamista vastaavaa työtä käsitelleen väittämän osalta muutaman desimaalin verran. Kysymys on tärkeä, sillä Viitalan (2021, 51) mukaan työntekijän henkilökohtaiset kyvyt ja osaamista vastaava työ ovat yksittäinen merkittävä osa työntekijäkokemuksen muodostumisesta. Väittämän tulosten analysointi jää kuitenkin melko kapeaksi, koska kyselytutkimuksen avulla ei päästy pureutumaan tulosten juurisyihin. Väittämän arviointiin vaikuttaa useampi asia, kuten esimerkiksi se, onko työntekijän koulutus joltakin toiselta alalta. Avoimissa palautteissa tuotiin esille yrityksen opiskelijajystävällisyyttä, josta voidaan päätellä yrityksessä työskentelevän useampia työntekijöitä opintojensa ohella. Tällöin voidaan kokea, ettei työ vastaa omaa osaamista ja ammatitaitoa, vaikka siihen olisikin saanut perehdytyksen.

Yllättävää oli palkkaan liittyvän väittämän tulos. Väittämän keskiarvotulokseksi muodostui 3,1, joka tarkoittaa neutraalia suhtautumista. Puhdas llo tuo esille maksavansa työehtosopimusta parempaa palkkaa, joka tuotiin myös johdon haastatteluissa esille. Toki palkan suhteen ollaan varmastikin harvoin täysin tyytyväisiä, mutta on silti yllättävää, että yrityksessä, jossa palkkaan panostetaan, on työntekijöiden tyytyväisyys vain keskiluokkaa. On mahdollista, että työnteki-

jöiden keskuudessa palkkaa arvioidaan yleisesti alalla, sillä avoimessa kommentissa kritisoitiin yleisesti alan palkkausta suhteessa työn fyysisyyteen ja ras-
kauteen. Kommentissa tuotiin kuitenkin esille huomio, ettei asia ole yksistään
työnantajan käsissä. Osin tulokseen voi vaikuttaa yleinen mielikuva alan palk-
kauksesta. Tähän vastatakseen yrityksen tulisi viestinnässään korostaa enem-
män tarjoamaansa korkeampaa palkkausta.

Kysymysosion parhaimman arvion sai työn tekemisen laadukkuuteen liittyvä
väittäjä, joka keräsi keskiarvovastauksen 4,5 ja oli samalla parhaan arvion
saanut yksittäinen kyselytutkimuksen väittäjä. Johdon haastatteluissa jokainen
haastateltava toi esille yrityksen panostuksen työn tekemiseen muun muassa
perehdytyksen, välineiden, laitteiden ja koneiden sekä menetelmien osalta.
Haastatteluiden ja kyselytutkimuksen tulokset vastaavat hyvin toisiaan, mikä
viestii asian strategisesta merkityksestä yrityksen toiminnassa. Tulokseen tuo
syvyyttä avoimissa kommentteissa esille nostetut työn tekemiseen liittyvät kom-
mentit. Monissa vastauksissa tuotiin esille tilojen, välineiden ja vaatetuksen asi-
anmukaisuutta. Tätä voidaan pitää yrityksessä jopa erittäin hyvin onnistuneena,
sillä Korpi ym. (2012, 70) kirjoittavat, että asianmukaisilla työvälineillä ja työ-
kentelytiloilla on erityisen suuri vaikutus työntekijäkokemuksen muodostumi-
seen.

Panostamalla työn tekemiseen muun muassa asianmukaisilla välineillä, oikein
valituilla ja testatuilla työmenetelmillä sekä henkilöstön perehdyttämisellä luo-
daan ammatin ja työn arvostusta. Näillä vaikutetaan työntekijäkokemuksen
muodostumiseen. Työn tekemisen mahdollisuuksiin panostaminen mahdollistaa
myös tilan ja ympäristön motivaation syntymiselle ja sen ruokkimiselle. Jokainen
voi kuvitella tilanteen, jossa työtä joutuisi tekemään rikkinäisillä tai työhön sovel-
lumattomilla välineillä ja millainen merkitys näillä olisi työn tekemisen motivaati-
oon kyseisen toimijan palveluksessa. (Luukka 2019, 145.)

Yrityksen panostaessa edellä mainittuihin asioihin, luodaan kuvaa yrityksen toi-
minnasta. Yritys luo samalla mielikuvaa koko alasta, joka vaikuttaa muun mu-
assa sen houkuttelevuuteen työpaikkana. (Lappalainen 2019.)

5.5 Puhdas Ilon työyhteisö koetaan turvalliseksi

Kyselytutkimuksessa työyhteisö ja henkinen turvallisuus -osio keräsi koko tutkimuksen parhaimman arvosanan, ollen 4,3. Osio muodostui viidestä työhyvinvointiin liittyvästä väittämästä, joilla mitattiin työilmapiiriä, yhteishenkeä ja työyhteisön avoimuutta. Kaikki väittämät saivat tulokseksi vähintään arvosanan 4, jota voidaan pitää jokseenkin hyvänä tuloksena.

Työilmapiirin muodostumiseen ja sen muovaantumiseen vaikuttavat monet eri tekijät. Suurimmassa roolissa ovat yrityksen johto, esimiehet ja työntekijät sekä kaikkien heidän keskinäinen kanssakäyminen. Ihmisten lisäksi työilmapiiriin vaikuttavat yrityksen toimintatavat ja -kulttuuri. (Viitala 2021, 47.) Kun näitä mainittuja asioita peilataan tutkimuksen tuloksiin, voidaan todeta monen asian olevan kunnossa. Kuten yritysjohton haastatteluissa kävi ilmi, yrityksen toimintatavat ovat pääosin johdonmukaiset ja niitä kehitetään jatkuvasti vastaamaan tehokasta toimintaa ja laadukasta lopputulosta. Yrityksessä työskentelevien henkilöiden välit ovat pääosin kunnossa, toisiin luotetaan, apua uskalletaan pyytää ja sitä annetaan, ristiriidat ja epäkohdat käsitellään nopeasti sekä rakentavassa yhteishengessä, aivan kuten avoimessa ja toisiaan kannustavassa työyhteisössä kuuluukin. Korven ym. (2012) mukaan näin liiketoiminnasta saadaan tuottoisaa ja tehokasta. Silloin se myös kannustaa työntekijöitä tuomaan ajatuksiinsa ja ideoitaan esille (Korpi ym. 2012, 70–71).

Nyt kun työilmapiiriä on tutkittu ja se on voitu osoittaa hyväksi, on tärkeää jatkaa sen ylläpitämistä ja kehittämistä. Sitä on tutkittava säännöllisesti ja mahdollisia muutoksia on pyrittävä tunnistamaan ja nimeämään. Viitalan (2021) mukaan työhyvinvointia ja -ilmapiiriä on mahdollista kehittää monin eri tavoin. Esimerkiksi lähiesimiestyöhön panostaminen ja toimenkuvien selkeyttäminen voivat lisätä työhyvinvoinnin tuntemista (Viitala 2021, 176). Nämä ovat tulleet esille kehitettävänä asioina johdon haastatteluissa, mutta myös työntekijät toivoivat kyselytutkimuksen avoimessa palauteosiossa kiinnitettävän näihin huomiota.

Työhyvinvointiin panostettaessa mahdollistetaan myös motivaation ylläpitäminen ja ruokkiminen. Voisikin sanoa, että Puhdas Ilossa työntekijöiden motivaation ruokkiminen on helpompaa, kun perusta eli työhyvinvointi on kunnossa.

Hyvä motivaatio ja työhyvinvointi näkyvät myös yrityksen ulkopuolelle muun muassa asiakaspalvelun välityksellä. (Viitala 2021, 47.)

5.6 Puhdas Iloa ollaan valmiita suosittelemaan työpaikkana

Kyselyyn vastanneista Puhdas Ilon työntekijöistä liki 75 % olisi valmiita suosittelemaan yritystä työpaikkana ystävilleen. Neutraalin kannan ilmaisi 23 % vastanneista. Suosittelua mitattiin tutkimuksessa perinteisen eNPS-mittauksen sijaan samalla 1–5 arviointiasteikoilla, jolla vastaajat arvioivat muitakin väittämiä. Tulosta voidaan pitää hyvänä, ja se kertoo siitä, että kokonaisvaltaisesti työntekijäkokemus yrityksen työntekijöillä on hyvä. Näin voidaan arvioida myös yrityksen työnantajamielikuvan olevan hyvällä tasolla, vaikkakin sen osalta on löydetty myös kehitettäviä kohteita.

Hyvä suositteluaste antaa varmuutta työnantajamielikuvan johtamiseen ja sen määrätietoiseen kehittämiseen. Viesti huonosta työntekijäkokemuksesta kiirii nopeasti puskaradion välityksellä ystäväpiirissä ja sosiaalisen median kanavissa. Kun suositteluaste on hyvällä tasolla, voidaan luottaa siihen, että siihen vaikuttavat asiat ovat kunnossa ja näin vältytään imagoon ja brändiin negatiivisesti vaikuttavilta puheilta. (Korpi ym. 2012, 68–69.)

Työntekijöiden sitoutuneisuutta yritykseen voidaan pitää tulosten pohjalta heikkona. Tämä voi osittain johtua siitä, että osa työntekijöistä työskentelee yrityksessä opintojen ohella. Sitoutuneisuutta mitattiin väittämällä ”haluan työskennellä Puhdas Ilossa vielä kolmen vuoden kuluttua”. Sitoutuneisuuden tulos jäi alle neutraalin raja-arvon, ollen 2,9 ja samalla koko kyselytutkimuksen huonoin yksittäinen tulos. Kysymyksen perusteluiden juurisyihin ei kyselytutkimuksella päästy kiinni, koska kohdassa ei ollut mahdollista jättää avointa palautetta. Syitä ei tullut esille myöskään kyselyn lopussa, avoimissa kohdissa.

Vastauksissa tuli esille, että nuorin alle 30-vuotiaiden ikäryhmä on sitoutunut kaikista heikoiten työnantajansa palvelukseen. Heistä yli puolet ilmaisi olevansa vähintään jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa. Kotisiivouksessa työskentelevien vastaajien osalta luku oli hieman alhaisempi eli 41 %. Sitoutuneisuuteen

voisi kenties panostaa monipuolisemmalla työnkuvalla ja mahdollisuudella työskennellä vaihtelevasti eri tiimeissä, toisin sanoen tehtäväkierrossa.

Nuorten alhaista sitoutuneisuutta ei voida pitää yllätyksenä, sillä Viitalan (2021) mukaan yhä enenevässä määrin nuorten liikkuminen työelämässä eri työnantajien palveluksessa on kasvava trendi. Pitkä ura yhden ja saman työnantajan palveluksessa ei ole enää itseisarvo. (Viitala 2021, 143.)

5.7 Puhdas Ilon työntekijöillä on hyvä fiilis

Työntekijöiltä kysyttiin kyselytutkimuksessa sen hetkistä fiilistä, eli mitä he tuntevat työssään. Vastausvaihtoehtoja oli viisi, joista jokaisen vastaajan oli mahdollista valita yksi. Viidestä vaihtoehdosta neljä sai valintoja. Vaihtoehtoina olivat innostus, mukavuus, neutraali ja ahdistus sekä tylsyys, jota yksikään työntekijä ei valinnut.

Kysymysasetannassa hyödynnettiin mukaillen Peter Warrin (1990) kehittämää mallia tunneperäisen työhyvinvoinnin eri ulottuvuuksien mittaamisesta (Mäki-kangas & Hakanen 2017, 104–106). Tulosten perusteella voidaan todeta, että suurin osa kyselyyn vastanneista Puhdas Ilon työntekijöistä on työssään innostuneita tai he kokevat mukavuuden tunnetta. Huomionarvoista mielestäni on, että vanhimpaan ikäryhmään kuuluvista sekä pisimpään yrityksessä työskennelleistä suurin osa tunsu mukavuuden tunnetta, joka osaltaan kertoo, että yrityksessä on hyvä olla töissä.

Fiilis ja tulevaisuus -osiossa oli mahdollista jättää avointa palautetta työhön tai toteutettuun kyselyyn liittyen. Saatu palaute oli pääosin positiivista ja yhdenmuukaista tuloksissa esille tulleiden huomioiden kanssa. Joitakin yksittäisiä rakentavia palautteita oli myös jätetty. Palautteissa toivottiin muun muassa poissaoloihin varautumista riittävällä resurssoinnilla ja sijaisjärjestelyillä. Lisäksi alan matalapalkkaisuutta tuotiin esille vaikkakin ymmärrettiin, ettei työnantajalla juurikaan ole mahdollista vaikuttaa koko alaa koskevaan palkkapolitiikkaan. Esille

nousseita kehitysideoita on tuotu esille luvussa 6.5, jossa on listattuna toimenpide-ehdotuksia Puhdas Ilon johdon hyödynnettäväksi toiminnan kehittämisessä.

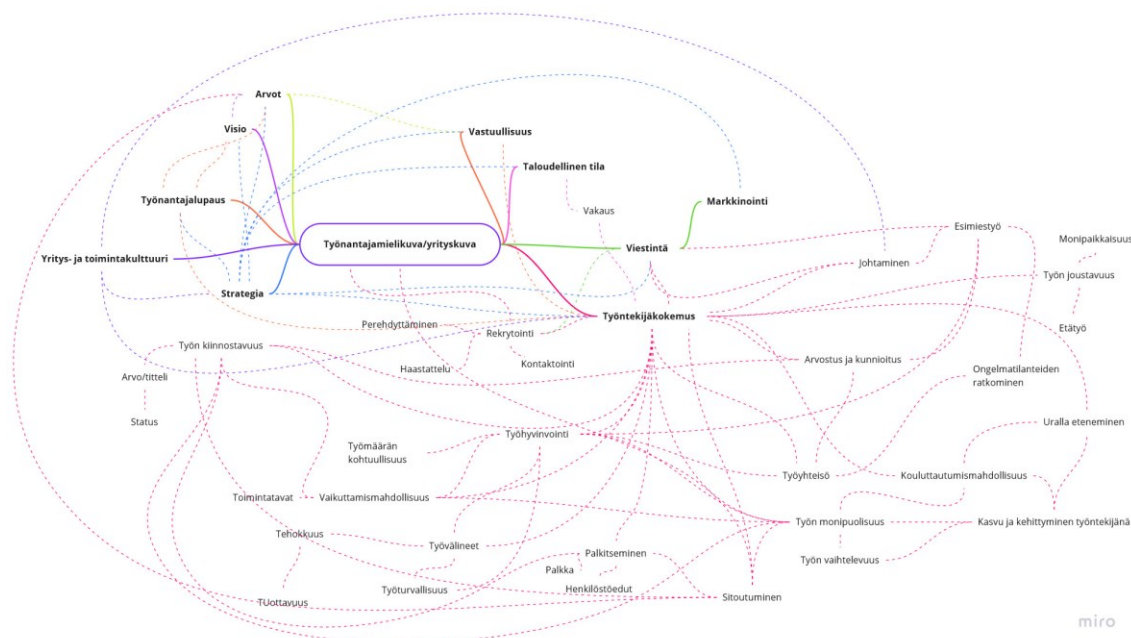
Kyselytutkimuksen tuloksia raportoitaessa, itse kyselytutkimukseen liittyen nousi esille eräs tekninen huomio. Kysymyksessä 3 vastaajien tuli valita työssääolo-aika. Vastausvaihtoehdot olivat alle kolme vuotta, 4–7 vuotta ja yli seitsemän vuotta. Näin ollen vastaajien, jotka olivat työskennelleet yli kolme, mutta alle neljä vuotta, saattoi olla hankalaa valita vastausvaihtoehto. Tällä ei kuitenkaan ole kyselytutkimuksen lopullisen tuloksen kannalta merkitystä.

6 Pohdinta

6.1 Työnantajamielikuva on laaja kokonaisuus

Kuten aiemmassa tekstissä on käynyt ilmi, on työnantajamielikuva laaja kokonaisuus. Työnantajamielikuvasta puhuttaessa puhutaan yrityksen työnantajabrändistä, mikä jokaisella yrityksellä on olemassa riippumatta siitä, panosteetaanko siihen vai ei. On tärkeää muistaa, että työnantajamielikuva ja yrityskuva kulkevat käsi kädessä. Toista kehitettäessä myös toinen kehittyy, ja toisinaan voikin olla jopa hankalaa erotella työnantajamielikuvan ja yrityskuvan eroavaisuudet.

Työn alkuvaiheessa työnantajamielikuvan kokonaisuuden hahmottamiseksi rakensin käsitekartan (kuvio 19), josta mielestäni käy hyvin ilmi aiheen laajuus. Käsitekartan avulla oli helpompaa lähteä kirjoittamaan työnantajamielikuvasta juuri työntekijäkokemukslähtöisesti, jota tässä opinnäytetyössä on käyty läpi.



Kuvio 19. Työnantajamielikuva rakentuu monesta asiasta (mukailleen opinnäyte-työn teoriataustamateriaali).

Käsittekarttaa laatiessani ymmärsin yhä paremmin sen, ettei työnantajamielikuvaa voida kehittää kiinnittämällä huomiota ainoastaan yhteen asiaan. Työnantajamielikuvan kehittämisessä on ymmärrettävä kokonaisuus ja mistä se muodostuu, sillä kaikki yrityksessä tapahtuvat asiat vaikuttavat työntekijäkokemukseen. Mikäli jokin työntekijäkokemukseen vaikuttava asia on huonosti, heikentää se koko työnantajamielikuvaa. Niinpä työnantajamielikuvan määrätietoinen ja strateginen kehittäminen on avain onnistuneeseen ja menestyksekkääseen työnantajabrändiin.

6.2 Ajatuksia työnantajamielikuvan tutkimisesta ja kehittämisestä

Perehtyessäni työnantajamielikuvaan teoria- ja lähdemateriaalin avulla sekä tutustumalla aiemmin aiheesta tehtyihin opinnäytetöihin huomasin yllätyksekseni, että niissä on pääosin keskitytty ulkoisen työnantajamielikuvan tutkimiseen ja sen merkitykseen yrityksen toiminnassa. Monesti aihetta tarkasteltiin rekrytointin näkökulmasta, jolloin haasteena on ollut saada ammattitaitoista ja sitoutunutta väkeä yritykseen töihin. Viime aikoina ja etenkin koronapandemian tuomissa poikkeuksellisissa olosuhteissa on yhä enemmän kiinnitetty huomiota

myös sisäisen työnantajamielikuvan merkitykseen. Itse ajattelenkin, että yrityksissä tuodaan tulevaisuudessa yhä enemmän esille työntekijäkokemusta ja työnantajamielikuvaa esille markkinoinnissa. Näin kyetään vetoamaan ihmisten – asiakkaiden – tunteisiin ja tuomaan muun muassa vastuullisuuteen liittyviä asioita konkreettisemmin esille.

Kuten teoriaosuudessa tuotiin esille, muodostuu työnantajamielikuva aina yrityksen sisältä ja sen kehittäminen tai kehittämättä jättäminen vaikuttaa aina myös ulkoisen työnantajamielikuvan tilaan. Oma näkemykseni on, että sisäistä työnantajamielikuvaa tutkittaessa saadaan tietoa työntekijöiden kokemuksista ja vain näin työnantajamielikuvaa voidaan kehittää määrätietoisesti ja tuloksekkaasti. On siis tunnettava nykytilanne ja tunnistettava siihen vaikuttavat seikat, jotta suunnitelmallinen ja määrätietoinen kehittäminen on mahdollista. Kun tämä pohjatyö on kunnossa, voidaan asioista viestiä esimerkiksi markkinoinnin keinoin. Näin vaikutetaan myös yrityksen ulkoiseen työnantajamielikuvaan ja yrityskuvaan.

Työnantajamielikuvan ja työntekijäkokemuksen tutkiminen on ollut mielenkiintoista. Jo ennestään tiesin, että toimeksiantajayrityksessä on panostettu työntekijäkokemukseen monin eri tavoin. Juuri tämän vuoksi oli mielenkiintoista haastatella yrityksen johtoa ja kuulla heidän ajatuksiaan yrityksen työnantajamielikuvan tilasta. Haastatteluiden perusteella saaduissa vastauksissa ei itselleni tullut juurikaan mitään uutta, mutta pääsin syventämään aiemmin hankkimaani tietoa yrityksen toiminnasta ja toimintatavoista. Haastatteluiden myötä minulle vahvistui kuva siitä, että toimeksiantajayrityksessä aidosti välitetään henkilöstöstä. Kuten haastatteluraportissa kävi ilmi, tämä toteutuu monin eri keinoin. Omalla kohdallani eniten huomioni kiinnittyi työn laadukkaan tekemisen mahdollistamiseen, jota edesautetaan muun muassa työvälinevalmistelulla ja joka lähdeteorian mukaan on yksi merkittävimmistä työntekijäkokemukseen vaikuttavista asioista. Toinen huomionarvoinen panostus on mielestäni työntekijöiden kattava työterveyshuolto ja sairauskuluvakuutus.

Työntekijöille tehdyssä kyselytutkimuksessa ei mielestäni noussut esille juuri-kaan mitään yllättävää. Tuntiessani yrityksen toimintaa jo ennalta, olivat kyselytutkimuksen tulokset melko odotettuja. Ne vastasivat hyvin myös johdon haastatteluissa esille tulleita seikkoja. Eniten huomioni kiinnittyi henkilöstön sitoutuneisuuteen, jonka tulos oli kaikista kyselytutkimuksen tuloksista heikoin, jääden alle neutraalin tuloksen raja-arvon eli alle kolmen. Tuloksia tulkittaessa on huomattavissa, että Puhdas Ilo panostaa työntekijöiden hyvinvointiin ja viihtymiseen. Vaikka moni asia on jo hyvällä tasolla, on työntekijäkokemuksessa ja työnantajamielikuvassa silti kehitettävää. Työntekijät toivat kyselyn avoimissa kentissä esille omia näkemyksiään toiminnan kehittämiseksi. On toki tiedostettava, ettei kaikkea toivottua voi toteuttaa – ei ainakaan kerralla, mutta palaute ja ideat on hyvä ottaa huomioon toiminnan kokonaisvaltaisessa ja pitkän tähtäimen suunnittelussa. Näin työntekijöillä on ollut aito mahdollisuus vaikuttaa oman työpaikan toimintaan. Tällä tavoin mahdollistetaan osallistuminen ja luodaan osallisuuden tunnetta. Näin on mahdollista lisätä myös merkityksellisyyden tunnetta työssä.

Tätä opinnäytetyötä on ollut todella mielenkiintoista tehdä. Aihe on ollut laaja kokonaisuus, jota tutkittaessa on tullut huomioida monia asioita. Työnantajamielikuva aiheena pitää sisällään monia keskeisiä henkilöstön kehittämisen (HRD) teemoja ja voisikin sanoa, että tämän opinnäytetyön päätteeksi minulla on entistäkin laajempi ja kattavampi kuva sekä tieto-osaaminen henkilöstöhallinnon tehtäväkentästä. Toki työnantajamielikuvaan liittyy myös henkilöstöjohtamisen (HRM) elementtejä, kuten työsopimussuhteisiin liittyviä asioita. Parhaan työntekijäkokemuksen saavuttamiseksi sekä HRD:n että HRM:n näkökulmasta asioiden tulee olla kunnossa.

Uskon, että tätä opinnäytetyötä on mahdollista hyödyntää yrityksissä sisäisen työnantajamielikuvan tutkimisessa ja kehityskohteiden havainnoimisessa. Opinnäytetyö antaa kattavan kuvan siitä, mitä työnantajamielikuvaa kehitettäessä tulee huomioida ja mitkä asiat siihen liittyvät. Näin ollen tätä tutkielmaa voidaan pitää pienehkönä oppaana työnantajamielikuvan maailmaan.

6.3 Työelämän muutokset

Tällä hetkellä työelämä on murroksessa. Sukupolvien nuorentuessa työelämä muuttuu ja odotukset työn suhteen muuttuvat. Tutkimusten mukaan nuoret arvostavat yhä enemmän palkan sijaan työn merkityksellisyyttä sekä vapautta eli työelämän ja henkilökohtaisen elämän yhteensovittamista. Paikkariippumaton työ ja mahdollisuus etätyöhön ovat yksi olennainen osa tätä muutosta.

Työntekijäkokemuksella on suuri merkitys työntekijän sitoutumiseen. Mikäli työntekijä kokee huonoa kohtelua tai ei koe tulleensa arvostetuksi työyhteisössä, on kynnys työpaikan vaihtamiseen matala. Myös huonot vaikutusmahdollisuudet oman työtehtävän sisältöön tai yrityksen toimintaan voivat lisätä halua siirtyä toisen työnantajan palvelukseen. Suuri henkilöstön vaihtuvuus taas lisää yrityksen henkilöstökustannuksia ja voi vaikuttaa negatiivisesti yrityksen toimintaan.

Luvussa 2.5.6. mainitun perusteella voitaneenkin olettaa, että mukautumiskykyisessä ja kehittymishakuisessa organisaatiossa, jossa työntekijällä on mahdollisuus vaikuttaa työyhteisön toimintatapoihin ja toimintakulttuuriin, työntekijät viihtyvät ja ovat sitoutuneet työnantajan palvelukseen. Vaikuttamis- ja kehittämismahdollisuudet ylläpitävät ja kasvattavat työntekijän motivaatiota, joka vaikuttaa työntekijäkokemukseen. Tällä tavoin hyvää työnantajamielikuvaa kehitetään ja ylläpidetään.

Voidaankin siis sanoa, että tänä päivänä työntekijän on edes jossain määrin voitava vaikuttaa työtehtävän sisältöön ja työn tekemiseen. Työn merkityksellisyyttä tunteakseen työntekijän on voitava kokea mahdollisuutta vaikuttaa omaan työhön ja yrityksen toimintaan. Tällä tavoin ruokitaan motivaatiota ja ylläpidetään työn mielekkyyttä.

6.4 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Työtä olisi voinut jatkaa työntekijöille tehdyn kyselytutkimuksen jälkeen työntekijöille toteutettavalla teemahaastattelulla, jossa olisi ollut mahdollisuus syventyä tarkemmin tutkimustuloksissa nousseisiin huomioihin. Haastattelun avulla olisi

mahdollista saada yksityiskohtaisempaa ja tarkempaa tietoa sisäisen työnantajamielikuvan tilaan vaikuttavista asioista. Haastattelussa olisi voitu perehtyä tarkemmin kyselytutkimuksessa esille nousseisiin yllättäviin tuloksiin eli alhaiseen sitoutumiseen ja tyytyväisyyteen palkasta. Tässä opinnäytetyössä päätettiin kuitenkin rajata tämä toinen haastattelu pois aikataulullisista ja tutkimuksen laajuuteen liittyvistä syistä.

Haastatteluiden ja kyselytutkimuksen tulosten myötä olisi ollut mahdollista toteuttaa yksityiskohtainen ja yrityksen toiminnan kannalta strategiaa tukeva suunnitelma työnantajamielikuvan johtamiseksi. Suunnitelman olisi voinut laatia esimerkiksi seuraavan vuoden ajalle, jossa olisi ollut aikataulutettuna kehitettäviä asioita ja niihin liittyviä kehitystoimenpiteitä, sekä kuka mistäkin toimenpiteestä vastaa. Suunnitelmassa olisi mahdollista tuoda esille myös työkaluja toiminnan kehittämisen arvioimiseksi.

Opinnäytetyön tutkimusta olisi ollut mahdollista jatkaa myös tutkimalla puhtaus- ja siivousalan työnantajamielikuvaa valtakunnallisesti. Tutkimuksen avulla olisi ollut mahdollista muodostaa kokonaiskäsitys alan työnantajamielikuvan tilasta ja verrata niitä tuloksia tämän opinnäytetyön tuloksiin. Näin olisi ollut mahdollista verrata, kuvastaako Puhdas Ilon sisäinen työnantajamielikuva yleisesti alasta muodostunutta mielikuvaa.

Neljäntenä jatkotutkimusvaihtoehtona olisi ollut tutkia yrityksen ulkoista työnantajamielikuvaa. Tutkimuksen olisi voinut toteuttaa esimerkiksi yritykseen hakeutuvien työnhakijoiden keskuudessa tai yritys- ja kuluttaja-asiakkaiden keskuudessa.

6.5 Toimenpide-ehdotuksia työnantajamielikuvan kehittämiseksi

Tähän lukuun on listattuna tutkimuksen päätteeksi esille nousseita ajatuksia yrityksen käyttöön työntekijäkokemuksen vahvistamiseksi ja työnantajamielikuvan kehittämiseksi sekä sen hyödyntämiseksi markkinoinnissa:

- Työntekijälähteläiden nimeäminen ja kouluttaminen.

- Blogikirjoitukset, joissa tuodaan esille työn sisältöä ja työn tekemiseen liittyviä asioita. Voidaan kertoa myös, millaista on työskennellä Puhdas Ilossa.
- My day -videot sosiaalisen median kanavissa työkohteista ja työpäivien sisällöstä. Voidaan tuoda esille myös sitä, millä tavoin Puhdas Ilossa panostetaan työn tekemiseen ja millaisia erilaisia tehtäviä yrityksessä on.
- ”Pikkuisen paremman palkan” havainnollistaminen. Esimerkiksi kuinka paljon pikkuisen parempi palkka näkyy keskimäärin yhden työntekijän kuukausipalkassa ja kuinka iso panostus tämä on yritykseltä vuositasolla.
 - Sisäisesti ja ulkoisesti.
- Esimiesten ja johdon toimenkuvien selkeyttäminen.
 - Viestiminen henkilöstölle.
- Palauteantokulttuurin kehittäminen ja edistäminen.
 - Esimiesten kouluttaminen palautteen antamiseen.
- Työsuhde-etujen arvon havainnollistaminen. Tuodaan myös esille se, kuinka laaja valikoima erilaisia työsuhde-etuja yrityksessä on. Osalle työntekijöistä voi olla vierasta ajatella jotakin yksittäistä henkilöstöetua työsuhde-etuna.
 - Yhteisten ruokailu- ja hyvinvointihetkien nimeäminen esimerkiksi arjen tähtihetkiksi, jolloin työntekijälle muodostuu selkeämpi kuva, että nämäkin hetket lukeutuvat työsuhde-etuihin.
 - Listaus työsuhde-eduista ja siitä, kenellä on oikeus mihin etuun (sopimustuntimäärän merkitys).
 - Selkeä toimintatapamalli palkitsemisemis- ja muistamiskäytännöstä, joka on myös työntekijöiden nähtävillä.
- Työsuhde-etujen pohtiminen yhdessä työntekijöiden kanssa. Esimerkiksi työntekijät saisivat yhdessä äänestää seuraavalle vuodelle mieleisensä työsuhde-edun työnantajan tarjoamasta valikoimasta, joka tukee työntekijöiden hyvinvointia ja yrityksen strategian mukaista toimintaa.
- Työnantajalupausten määrittely kyselytutkimuksen tulosten pohjalta, joita tuodaan esille yritysesityksessä, yrityksen kotisivuilla sekä esimerkiksi sähköpostiviestien allekirjoituksessa asiakaslupauksen yhteydessä.

- Kyselytutkimuksen tulosten hyödyntäminen yrityksen markkinoinnissa ja viestinnässä.
- Kokonaisvaltaisen kyselytutkimuksen toteuttaminen säännöllisesti, esimerkiksi vuosittain ja osatutkimuksen toteuttaminen esimerkiksi puolivuosittein. Osatutkimuksessa voidaan kysyä fiilikseen ja työhyvinvointiin liittyviä asioita. Kyselytutkimuksena voidaan hyödyntää tässä opinnäytetyössä toteutettua kyselytutkimuspohjaa.
- Työntekijöiden listaamien adjektiivien hyödyntäminen yrityksen markkinoinnissa ja viestinnässä, eli millainen Puhdas Ilo on työpaikkana ja työnantajana. Tässä voidaan hyödyntää kuviota 10.
 - Kuviota voidaan hyödyntää yrityksen logona silloin, kun puhutaan rekrytoinnista tai työnantajuuteen ja työntekijöihin liittyvistä asioista. Kuvaa päivitetään vuosittain vastaamaan ajankohtaisia tuloksia.
- Työntekijöiden kokemuksen hyödyntäminen yrityksen markkinoinnissa ja viestinnässä. Sisältönä voi hyödyntää tutkimuskysymyksen mikä tekee Puhdas Ilostä hyvän työnantajan? -vastauksia.
- Urasivujen perustaminen yrityksen kotisivuille. Urasivuilla esitellään yrityksessä olevia tehtäviä, toimintakulttuuria ja työntekijöitä. Urasivujen tehtävänä on lisätä kiinnostusta yritystä ja alaa kohtaan. Urasivut luovat työnhakijoille ja yrityksen sivustolla vieraileville mielikuvan Puhdas Ilostä työpaikkana.
- Työntekijäkokemuksen merkityksen ja työnantajamielikuvan merkityksen kouluttaminen esimiehille (palveluohjaajille). Näin havainnollistetaan oman toiminnan merkitys organisaatiossa.

Työnantajamielikuvan kehittämiseksi on olemassa runsaasti tukimateriaalia. Myös monet konsultti- ja henkilöstöpalveluyritykset tarjoavat erilaisia paketteja työnantajamielikuvan kartoittamiseksi ja kehittämiseksi. Yksi selkeä ja yksinkertainen työnantajamielikuvan kehittämisen työkalu on työnhaun sovelluslustoja tarjoavan RecRight-yrityksen työnantajamielikuvamalli (liite 4), josta on mahdollista rakentaa huoneentaulu työnantajamielikuvan kehittämiseksi. RecRightin työkalussa voi hyödyntää tämän opinnäytetyön kyselytutkimuksen avulla saa-

tuja vastauksia sekä tässä luvussa esittämiäni kehitysideoita. Kehittämisen tueksi ja huoneentaulun täyttämisen avuksi löytyy yrityksen kotisivuilta myös työnantajamielikuva rekrytoinnin apuna -käsikirja (RecRight 2021). Kun työnantajamielikuvaan on kerran alettu panostaa, on sen kehittäminen ja johtaminen tulevaisuudessa entistä helpompaa.

Lähteet

- Antrela, K. 2020. Myynti- ja markkinointijohtaja. Puhdas Ilo Oy. Haastattelu 27.10.2020.
- Antrela, K. 2021. Myynti- ja markkinointijohtaja. Puhdas Ilo Oy. Haastattelu 25.3.2021.
- Caruna Oy. 2021. Carunan työnantajalupaus. <https://www.caruna.fi/tietoa-meista/tyonhakijalle/tyonantajalupaus>. 24.4.2021.
- Duunitori. 2021. Employer Branding. <https://duunitori.fi/rekrytointi/palvelut/employer-branding>. 9.2.2021.
- Eilakaisla. 2021. Rekrytoinnin kustannukset -laskuri. <https://www.eilakaisla.fi/mita-uuden-tyontekijan-rekrytointi-maksaa-laskuri>. 9.2.2021.
- Fambition Consulting Oy. 2021. Työntekijäkokemus – palvelukokonaisuus. <https://fambition.fi/tyontekijakokemus/>. 3.3.2021.
- Gratton, L. 2011. The Shift: The Future of Work is Already Here. London: HarperCollins Publishers.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2015. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Härmä, M. 2017. Hyvät vaikutusmahdollisuudet työhön vähentävät työkyvyttömyyseläkkeitä. Työterveyslaitos. <https://www.ttl.fi/hyvät-vaikutusmahdollisuudet-tyohon-vahentavat-tyokyvyttomyyselakkeita/>. 3.3.2021.
- If. 2021. Miten rakennan positiivisen työnantajamielikuvan? <https://www.if.fi/yritysasiakkaat/vakuutukset/henkilovakuutukset/huolehdi-henkilostosi-hyvinvoinnista/positiivinen-tyonantajamielikuva>. 11.2.2021.
- Karelia-ammattikorkeakoulu. 2021. Karelian opinnäytetyön ohje: Raportin rakenne. <https://libguides.karelia.fi/c.php?g=679019&p=4838892>. 2.3.2021.
- Korpi, T., Laine, T. & Soljasalo, J. 2012. Suhteellinen rekrytointiteoria. Helsinki: Management Institute of Finland MIF Oy.
- Lappalainen, E-L. 2021. Toimitusjohtaja. Puhdas Ilo Oy. Haastattelu 24.3.2021.
- Lappalainen, J. 2019. Puheenvuoro: Työnantajamielikuva toimii rekrytoinnin tukena. <https://www.kainuunsanomat.fi/artikkeli/puheenvuoro-tyonantajamielikuva-toimii-rekrytoinnin-tukena-173314625/>. 22.2.2021.
- Lidl Suomi Ky. 2021. Iloinen, inspiroiva ja rohkea työpaikka – Me lupaamme. <https://tyopaikat.lidl.fi/lidl-tyopaikkana/tyoenantajalupaus>. 24.4.2021.
- Luukka, P. 2019. Yrityskulttuuri on kuningas. Helsinki: Alma Talent Oy.
- Martela, F. & Jarenko K. 2015. Draivi: voiko sisäistä motivaatiota johtaa? Helsinki: Alma Talent Oy. Alma Talent. <https://bit.ly/2OWXYUJ>. 19.2.2021.
- Mattila, M. 2020. Työnantajamielikuva - Case Etasku Solutions Oy. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020052714390>. 3.2.2021.
- Mosley, R. & Schmidt, L. 2017. Employer Branding For Dummies. O'Reilly. <https://learning.oreilly.com/library/view/employer-branding-for/9781119071648/?ar>. 18.2.2021.
- Mäkikangas, A. & Hakanen, J. 2017. Työstä hyvinvointia, mutta millaista? Teoksessa Mäkikangas, A., Mauno, S. & Feldt, T. (toim.). Tykkää työstä. Työhyvinvoinnin psykologiset perusteet. Jyväskylä: PS-Kustannus, 103–125.

- Mäkikangas, A., Feldt, T., Huhtala, M. & Hyvönen, K. 2017. Persoonallisuuden merkitys työhyvinvoinnissa. Teoksessa Mäkikangas, A., Mauno, S. & Feldt, T. (toim.). Tykkää työstä. Työhyvinvoinnin psykologiset perusteet. Jyväskylä: PS-Kustannus, 169–191.
- Mäkinen, O. 2019. 4 syytä panostaa työnantajamielikuvan kehittämiseen. aTalent Recruiting. <https://atalent.fi/blog/tyonantajakuvalla-talentit-tas-kuun>. 9.2.2021.
- Oikotie. 2019. Työnantajakuvan tutkiminen tarjoaa työkaluja tulevaan. <https://ty-opaikat.oikotie.fi/tyonantajalle/artikkelit/tyonantajakuvan-tutkiminen-tarjoaa-tyokaluja-tulevaan>. 18.2.2021.
- Osuustoimintakeskus Pellervo ry. 2003. Uusi osuustoiminta. Erotutko eduksesi? – Yrityskuvasta menestystekijä. <https://www.pellervo.fi/otlehti/uotneuvonta/liitteet03/1yrityskuva.htm>. 15.3.2021.
- Piha, K. & Poussa, L. 2012. Dialogi paremman työelämän puolesta. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Puhdas Ilo Oy. 2021. Yritys. <https://puhdasilo.fi/yritys/>. 9.3.2021.
- RecRight. 2021. Työnantajamielikuva rekrytoinnin apuna -käsikirja. <https://blog.recright.com/tyonantajamielikuvamalli>. 19.4.2021.
- Räsänen, M. 2019. Kenen harteilla on työnantajabrändi? aTalent Recruiting. 1.5.2019. Blogi. <https://atalent.fi/blog/kenen-harteilla-on-tyonantaja-brandi>. 3.3.2021.
- Soikkeli, S. 2021. Talous- ja henkilöstöjohtaja. Puhdas Ilo Oy. Haastattelu 23.3.2021.
- Sosiaali- ja terveysministeriö. 2021. Työhyvinvointi. <https://stm.fi/tyohyvinvointi>. 23.2.2021.
- Studentwork. 2017. Nuoret osaajat työelämässä 2017-tutkimus. <https://docplayer.fi/60195115-Nuoret-osaajat-tyoelamassa-2017.html>. 22.2.2021.
- Tapanila, J. 2020. Työnantajamielikuvan kehittäminen. Hämeen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020111522892>. 17.2.2021.
- Teittinen, P. 2020. Siivoton ala. Helsingin Sanomat 5.7.2020. <https://dynamic.hs.fi/a/2020/siivotonala/>. 2.3.2021.
- Toivanen, A. 2020. Yritys X:n työnantajamielikuva. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Liiketalouden tutkinto-ohjelma. Opinnäytetyö. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020052413189>. 18.2.2021.
- Toivola, J. 2019. Työnantajamielikuvan kehittämisessä yksinkertainen on kaunista. Blogi. <https://www.juhotoivola.fi/tyonantajamielikuvan-kehittamisessa-yksinkertainen-on-kaunista/>. 9.2.2021.
- Työterveyslaitos. 2021. Hyvän johtamisen kriteerit. <https://www.ttl.fi/tyoyhteiso/hyvan-johtamisen-kriteerit/>. 23.2.2021.
- Työterveyslaitos. 2021. Työhyvinvointi. <https://www.ttl.fi/tyoyhteiso/tyohyvinvointi/>. 23.2.2021.
- Työturvallisuuslaki 738/2002.
- Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Helsingin yliopisto. Helda. <https://bit.ly/3bgdK5G>. 5.3.2021.
- Viitala, R. 2021. Henkilöstöjohtaminen. Helsinki: Edita.
- Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-kustannus. Ellibs Library. <https://www.ellibslibrary.com/book/9789524517560>. 24.2.2021.

Väistö, L. 2020. Miten johtaa työnantajabrändiä? Kysy ensin itseltäsi nämä 7 kysymystä. Duunitori. <https://duunitori.fi/tyoelama/eb-opas-tyonantajakuvan-johtaminen>. 5.3.2021.

Haastattelukysymykset johdolle

1) Millainen Puhdas Ilon yrityskulttuuri on?

a) Miten teillä johdetaan?

b) Kohtaavatko yrityksen toimintakulttuuri ja arvot?

Yrityskulttuurista puhuttaessa tarkoitetaan sitä millainen yritys on, miten yrityksessä johdetaan, millä tavoin yrityksessä kohdataan henkilöstö. Yrityskulttuuri on olemassa, vaikka siihen ei erikseen panostetaisi tai kiinnitettäisi huomiota. Yrityskulttuuri rakentuu yrityksessä toimivista henkilöistä ja yrityksen arvoista sekä strategiasta.

2) Mikä on mielestäsi tärkein asia, joka tekee Puhdas Ilosta hyvän työnantajan? Miksi?

a) Miten tämä näkyy yrityksenne toiminnassa?

3) Miten haluaisitte/toivoisitte erottautuvanne työnantajana kilpailijoistanne?

4) Mitkä kolme adjektiivia haluaisitte työntekijöillenne tulevan ensimmäisenä mieleen, kun he kuvailevat Puhdas Iloa työnantajana?

5) Asteikolla 1-5 (1=erittäin huono 5=erittäin hyvin), miten ajattelette työntekijöiden viihtyvän yrityksen palveluksessa?

a) Miksi ajattelet näin?

b) Mitkä asiat tähän vaikuttavat?

6) Millaiseksi ajattelet työntekijöidenne kokevan yrityksenne esimiestyön ja johtamisen?

a) Mitä hyvää?

b) Mitä kehitettävää?

7) Mitkä asiat/seikat sitouttavat työntekijänne Puhdas Ilon palvelukseen sinun mielestäsi?

8) Mitkä ovat mielestäsi yrityksen tärkeimpiä henkilöstöetuja? (3 tärkeintä)

9) Missä työnantajamielikuvaan liittyvässä asiassa teidän tulisi vielä kehittyä?

10) Mitä muuta työnantajamielikuvaan liittyvää sinulle tulee mieleen, minkä haluat tuoda esille tässä haastattelussa.

Saate Puhdas Ilon työntekijöille

Hyvä Puhdas Ilon työntekijä!

Opiskelen Karelia-ammattikorkeakoulussa liiketaloutta ja teen tällä hetkellä opinnäytetyötä Puhdas Ilon työnantajamielikuvan selvittämiseksi. Opinnäytetyön tavoitteena on muodostaa käsitys Puhdas Ilosta työpaikkana, jonka selvittämiseksi tutkin yrityksen työntekijäkokemusta.

Olen tehnyt sähköisen kyselylomakkeen Puhdas Ilon työntekijöille, johon toivoisin teidän kaikkien vastaavan. Näin annatte arvokasta tietoa opinnäytetyöni tutkimukseen ja yrityksen toiminnan kehittämiseksi.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 10 minuuttia ja vastaaminen on mahdollista tehdä työajalla. Kysely toteutetaan anonyymisti eli henkilöllisyyttäsi ei ole mahdollista saada selville vastausten perusteella!

Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan yksi hierontalahjakortti sekä kaksi kahvilalahjakorttia. Palkinnot sponsoroi Puhdas Ilo Oy. Arvontaan osallistutaan kyselytutkimuksen jälkeen erillisellä verkkosivulla, johon saat linkin kyselytutkimuksen päätteeksi. Arvonnassa keräytyjä yhteystietoja ei voida yhdistää kyselytutkimuksen vastauksiin eikä niitä luovuteta muuhun käyttöön.

Vastausaikaa on 6.4.-16.4. Vastaathan siis mahdollisimman pian.

Suuret kiitokset jo etukäteen!

Linkki ja QR-koodi kyselyyn: <https://link.webropolsurveys.com/S/02E739976FC3B368>

Ystävällisin terveisin,

*Simo Lappalainen
liiketalouden amk-opiskelija
Karelia-ammattikorkeakoulu*





Opinnäytetyöhön liittyvä kysely Puhdas Ilo Oy:n työntekijöille

1. Mihin ikäryhmään kuulut? *

- alle 30 vuotta
- 31-45
- yli 46 vuotta

2. Missä tiimissä työskentelet? *

Mikäli työskentelet useamman eri palvelun toiminnoissa, valitse tiimi sen mukaan jossa suurin osa työajastasi tapahtuu.

- Kotisiivous
- Yrityssiivous
- Muut palvelut

3. Kuinka kauan olet työskennellyt Puhdas Ilossa? *

Mukaan luettuna yritysostojen myötä liittyneet yritykset.

- alle 3 vuotta
- 4-7 vuotta
- Yli 7 vuotta

4. Oletko työskennellyt muussa siivous- ja puhtausalan yrityksessä? *

- Kyllä
- En



Opinnäytetyöhön liittyvä kysely Puhdas Ilo Oy:n työntekijöille

5. Mitkä kolme adjektiivia kuvaavat mielestäsi parhaiten Puhdas Iloa työnantajana? *

Adjektiivilla kuvataan, millainen jokin asia on.

Seuraava

14% Valmis



Opinnäytetyöhön liittyvä kysely Puhdas Ilo Oy:n työntekijöille

6. Kuinka hyvin seuraavat adjektiivit mielestäsi kuvaavat Puhdas Iloa työnantajana? *

	1 ei lainkaan	2 jokseenkin huonosti	3 neutraali	4 jokseenkin hyvin	5 erittäin hyvin
Luotettava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turvallinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Välittävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reilu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moderni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kehittyvä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iloinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Helposti lähestyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Seuraavassa on lueteltu Puhdas Ilon henkilöstöetuja. Aseta edut mieleiseesi tärkeysjärjestykseen! *

1 on sinulle eniten tärkein, 2 toiseksi tärkein jne. Yhtä numeroa voit käyttää ainoastaan kerran.

Työnantajan tarjoama kahvi/tee	Valitse
Siivouskoneiden ja -laitteiden lainausmahdollisuus omaan käyttöön	Valitse
Henkilökunta-alennukset (kotisiivous -15 %, pesulapalvelut -20 %)	Valitse
Kattava työterveyshuolto	Valitse
Sairauskuluvakuutus	Valitse
Vapaa-ajan tapaturmavakuutus	Valitse
Yhteiset hetket (pitsaperjantai, aamiaisbrunssi ym.)	Valitse
Edut ja alennukset yhteistyökumppaneiden tuotteista ja palveluista	Valitse
Työehtosopimusta parempi palkka (pikkasen parempi palkka)	Valitse
Työnantajan osoittama palkitseminen ja muistaminen	Valitse

Seuraava

29% Valmis



Opinnäytetyöhön liittyvä kysely Puhdas Ilo Oy:n työntekijöille

8. Vastaa seuraaviin väittämiin. *

Esimiehellä tarkoitetaan tässä kyselyssä henkilöä, joka organisoii päivittäistä työtäsi ja toimii yhteyshenkilönäsi työpaikalla.

	1 täysin eri mieltä	2 jokseenin eri mieltä	3 neutraali	4 jokseenkin samaa mieltä	5 täysin samaa mieltä
Saan säännöllisesti palautetta työhöni liittyen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työstäni saama palaute on pääosin positiivista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voin puhua esimiehelleni vaikeistakin asioista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esimieheni tukee työssäjaksamistani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voin vaikuttaa yrityksen toimintaan ja toimintatapoihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Seuraava

43% Valmis



Opinnäytetyöhön liittyvä kysely Puhdas Ilo Oy:n työntekijöille

9. Vastaa seuraaviin väittämiin. *

	1 täysin eri mieltä	2 jokseenkin eri mieltä	3 neutraali	4 jokseenkin samaa mieltä	5 täysin samaa mieltä
Olen saanut riittävän perehdytyksen työtehtäviini	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työlläni on minulle suuri merkitys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan tehdä työni laadukkaasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työni on monipuolista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voin kehittyä työssäni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan tehdä kykjäni ja osaamistani vastaavaa työtä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen tyytyväinen palkkaani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Seuraava

57% Valmis



Opinnäytetyöhön liittyvä kysely Puhdas Ilo Oy:n työntekijöille

10. Vastaa seuraaviin väittämiin. *

	1 täysin eri mieltä	2 jokseenkin eri mieltä	3 neutraali	4 jokseenkin samaa mieltä	5 täysin samaa mieltä
Olen saanut riittävän perehdytyksen työtehtäviini	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työlläni on minulle suuri merkitys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan tehdä työni laadukkaasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työni on monipuolista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voin kehittyä työssäni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan tehdä kykjäni ja osaamistani vastaavaa työtä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen tyytyväinen palkkaani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Seuraava

71% Valmis



Opinnäytetyöhön liittyvä kysely Puhdas Ilo Oy:n työntekijöille

11. Vastaa seuraaviin väittämiin. *

	1 täysin eri mieltä	2 jokseenkin eri mieltä	3 neutraali	4 jokseenkin samaa mieltä	5 täysin samaa mieltä
Haluan työskennellä Puhdas Ilossa vielä kolmen vuoden kuluttua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suosittelisin Puhdas Iloa työpaikkana ystäväilleni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Seuraava

86% Valmis



Opinnäytetyöhön liittyvä kysely Puhdas Ilo Oy:n työntekijöille

12. Mitä seuraavista koet tällä hetkellä eniten työssäsi? *

- innostus
- mukavuus
- neutraali
- tylsyys
- ahdistus

13. Mikä tekee Puhdas Ilosta hyvän työnantajan? *

14. Mitä työssä viihtymiseen liittyviä asioita toivoisit eniten kehitettävän seuraavan vuoden aikana?

15. Tässä sinulla on mahdollisuus jättää avointa palautetta liittyen työhön tai tähän kyselyyn.

Lähetä

100% Valmis

