



Tutkimus toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen houkuttelevuudesta työpaikkana ja työnantajamielikuvasta sosiaali- ja terveysalan opiskelijoiden näkökulmasta

Roosa-Maria Varpula





2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Tutkimus toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen
houkuttelevuudesta työpaikkana ja työnantajamielikuvasta
sosiaali- ja terveysalan opiskelijoiden näkökulmasta

Roosa-Maria Varpula
Liiketalous
Opinnäytetyö

12/2021

Roosa-Maria Varpula

Tutkimus toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen houkuttelevuudesta työpaikkana ja työnantajamielikuvasta sosiaali- ja terveysalan opiskelijoiden näkökulmasta

Vuosi

2021

Sivumäärä

55

Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Suomessa toimivalle sosiaali- ja terveyspalvelualan yritykselle. Työn tarkoituksena oli tutkia, miten houkuttelevana työpaikkana sosiaali- ja terveysalan opiskelijat näkevät toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelut, ja minkälainen työnantajamielikuva tutkittavilla on yrityksestä. Opinnäytetyön aihe valittiin toimeksiantajan tarpeiden perusteella.

Opinnäytetyön toteutettiin monimenetelmätutkimuksena, ja aineisto kerättiin verkkokyselylomakkeen muodossa. Tutkimuksen kohteena oli Laurea-ammattikorkeakoulun sosiaali- ja terveysalan opiskelijoita.

Tutkimustulosten perusteella opiskelijoiden ajatukset houkuttelevasta työpaikasta vastasivat pitkälti aiemmin aiheesta tehtyjen tutkimuksien tuloksia. Tuloksista käy myös ilmi, että toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen tunnettuutta olisi vielä mahdollista lisätä, koska noin kolmasosa vastaajista ei ollut kuullut yrityksen tarjoamista sosiaalipalveluista aiemmin. Opiskelijoiden omakohtaiset kokemukset yrityksessä työskentelystä olivat linjassa myös sellaisten opiskelijoiden mielikuvien kanssa, jotka eivät ole työskennelleet yrityksessä. Valtaosa niistä opiskelijoista, jotka eivät olleet työskennelleet kohdeyrityksen sosiaalipalveluissa eivät olleet koskaan hakeneet yritykseen töihin tai työharjoitteluun. Yksi tämän tutkimuksen keskeisistä huomioista oli se, että opiskelijoiden keskuudessa liikkuvalla kokemuspohjaisella tiedolla on suuri vaikutus työnantajamielikuvaan.

Tämän tutkimuksen täsmällisyyttä rajoitti oletus siitä, että kyselytutkimukseen hakeutuivat vastaamaan todennäköisemmin sellaiset opiskelijat, joilla oli toimeksiantajayrityksestä jotain painavaa sanottavaa. Näin ollen tutkimuksen tärkein anti päättyi olemaan aineiston hyödyntäminen kehitystyötä varten sen sijaan, että kohdeyrityksen houkuttelevuudesta ja työnantajamielikuvasta opiskelijoiden keskuudessa olisi pyritty muodostamaan varmuudella kokonaisvaltainen ja väritymätön kuva.

Asiasanat: työpaikan houkuttelevuus, työnantajamielikuva, rekrytointi, sosiaali- ja terveysala, sosiaalipalvelut.

Roosa-Maria Varpula

The client company's social services' attractiveness as a workplace and the employer image among students of social and health care

Year	2021	Pages	55
------	------	-------	----

This thesis was commissioned by a private medical center located in Finland. The purpose of this thesis was to find out if social and health care students see the social services offered by the client company as an attractive place to work in, and what kind of employer image students have of the client company. The topic of the thesis was chosen based on the client's needs.

Mixed methods research was chosen as the research method of the thesis study, and the material was collected in the form of an online questionnaire. The subject of the study was students of social and health care at Laurea University of Applied Sciences. A total of 176 students participated in the study.

The main findings of this thesis are as follows: the students' thoughts about an attractive workplace largely corresponded to the results of previous research on the topic. The results also show that it would still be possible to raise the profile of the client company's social services, as about a third of the respondents had not heard of the company's social services before. The students' personal experiences of working in the company were also in line with the perceptions of students who have not worked in the company. Most students who had not worked in the social services of the client company had never applied to the company for a job or internship. One of the key observations of this study was that the personal experience based information that is spread among students has a major impact on the employer image.

The accuracy of the survey was limited by the assumption that students who had something weighty to say were more likely to respond to the survey. Thus, the main contribution of the study ended up being collecting valuable data for development work, rather than an attempt to form a holistic and colorless picture of the attractiveness and employer image of the client company among students.

Keywords: Attraction of Workplace, Employer Image, Recruitment, Social and Healthcare Sector, Social Services.

Sisällys

1	Johdanto.....	8
1.1	Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite.....	8
1.2	Tutkimuskysymykset.....	9
1.3	Tutkimuksen rajaukset ja menetelmät.....	9
1.4	Opinnäytetyön viitekehys ja rakenne.....	10
2	Sosiaali- ja terveysalan markkinat Suomessa.....	11
3	Sosiaali- ja terveysalaan liittyviä rekrytointihaasteita.....	11
4	Toimeksiantajayritys.....	14
5	Työpaikan houkuttelevuus.....	15
6	Työnantajamielikuva.....	17
6.1	Työnantajamielikuvan muodostuminen.....	17
6.2	Miten haluttu työnantajamielikuva saavutetaan?.....	18
6.3	Työnantajamielikuvan tutkiminen.....	18
7	Kyselytutkimus sosiaali- ja terveysalan opiskelijoille.....	19
7.1	Tutkimustulokset.....	21
8	Tutkimustulosten yhteenveto.....	39
8.1	Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen tunnettuus opiskelijoiden keskuudessa 40	
8.2	Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työpaikkana.....	40
8.3	Toimeksiantajayrityksen työnantajamielikuva opiskelijoiden keskuudessa.....	41
9	Tutkimuksen luotettavuuden ja eettisyyden tarkastelu.....	42
10	Oma pohdinta.....	45
	LÄHTEET.....	47
	KUVIOT.....	50
	LIITTEET.....	51

1 Johdanto

Oikean kohderyhmän saavuttaminen, sen vakuuttaminen hakeutumaan yritykseen töihin sekä työnantajakilpailussa pärjääminen positiivisen työnantajamielikuvan avulla ovat tärkeitä tekijöitä rekrytoinnissa onnistumisessa. Tilanne on korostetun tärkeä sosiaali- ja terveysalan yrityksille, koska ala ja alalla toimivat yritykset kärsivät kroonisesta työvoimapulasta. Pula työnhakijoista lisää yritysten välistä kilpailua parhaista osajista. Laajemmassa mittakaavassa riittävät ja toimivat sosiaali- ja terveyspalvelut ovat olennaisia pohjoismaisen hyvinvointiyhteiskunnan elementtejä, ja toimialan osajapula on siten myös yksi merkittävimmistä yhteiskunnallisista haasteista.

”Tällä hetkellä alan osajista on jatkuva pula. Koko Suomessa sekä lähihoitajista että sairaanhoitajista on suuri puute ja hakijoita per avoin työpaikka on keskimäärin vain yksi. Alan opiskelijoita on tällä hetkellä hyvin vaikeaa tavoittaa. AMK-opiskelijoiden osalta tavoitettavuutta parantaa erilaiset järjestelmät kuten Jobiili, mutta silti tavoitamme heitä hyvin huonosti.” (Toimeksiantajayrityksen haastattelu 07.10.2021).

1.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite

Tämän opinnäytetyön teemoina ovat työpaikan houkuttelevuus sekä työnantajamielikuva. Englannin kielessä työnantajamielikuvasta käytetään termejä ”Employer Image” ja ”Employer Branding”. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia, minkälaisena työpaikkana toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelut koetaan sosiaali- ja terveysalan opiskelijoiden keskuudessa, ja minkälainen työnantajamielikuva opiskelijoille on muodostunut toimeksiantajayrityksestä. Työn toimeksiantaja on Suomessa toimiva yksityinen sosiaali- ja terveysalan yritys.

Tämän tutkimuksen keskiössä on työpaikan houkuttelevuuteen sekä työnantajamielikuvan muodostumiseen vaikuttavien tekijöiden kartoittaminen ja niiden ymmärtäminen. Jotta alan osajia voitaisiin houkutella yritykseen, täytyy tiedostaa ne tekijät tai ominaisuudet, jotka vaikuttavat työpaikan valintaan ratkaisevasti. Työpaikan valintakriteereiden selvittäminen on tärkeässä roolissa tässä tutkimuksessa; tavoitteena on selvittää opiskelijoiden tulevalle työpaikalleen asettamia kriteerejä. Tämän työn tarkoitus on myös selvittää, mitkä seikat vaikuttavat työnantajamielikuvan muodostumiseen, ja miten työnantajamielikuvaa voidaan tutkia. Työnantajamielikuvan luovat ulkoisten sidosryhmien lisäksi myös sisäiset sidosryhmät, eli esimerkiksi organisaation henkilöstö. Tämä tutkimus toteutetaan kuitenkin ennen kaikkea työnhakijan perspektiivistä katsottuna, eli painoarvo on työnantajamielikuvan ulkoisissa sidosryhmissä.

Opiskelijoiden ajatuksia houkuttelevasta työpaikasta ja toimeksiantajayrityksestä tullaan hyödyntämään jatkotutkimuksissa ja kehittämistyössä. Tämän opinnäytetyön toimeksiantajan

vastuuhenkilölle tehdyn haastattelun mukaan tutkimuksen tulokset antavat suuntaa toimeksiantajayrityksen työnantajamielikuvan kehittämistyöhön sekä opiskelijoiden kohtaamiseen. Työn avulla on myös mahdollista selvittää toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen tunnettuutta. ”Tämä tutkimus on tärkeä, jotta saamme tietoa omasta työnantajamielikuvastamme opiskelijoiden keskuudessa. Tällä hetkellä emme esimerkiksi tiedä mitä opiskelijat yleisesti ajattelevat yrityksemme sosiaalipalveluista tai kuinka hyvin he tuntevat meidät ja mitä voimme heille tarjota. Tutkimuksen tuloksia tullaan hyödyntämään suunniteltaessa uusia tapoja kohdata opiskelijoita sekä työnantajamielikuvan kehittämisessä.” (Toimeksiantajayrityksen haastattelu 07.10.2021).

Tämän opinnäytetyö on tutkimustyö, ja varsinainen kehittämistyö tehdään myöhemmin tutkimuksen tuloksia hyödyntäen. Tutkimukseen saadaan oleellista tutkimustietoa valitsemalla tutkittaviksi henkilöiksi kohdeyritykselle tärkeä kohderyhmä rekrytoinnissa, eli sosiaali- ja terveysalan korkeakouluopiskelijat.

1.2 Tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tutkimuskysymykset ovat:

- Miten houkuttelevana työpaikkana kohdeyrityksen sosiaalipalvelut nähdään sosiaali- ja terveysalan korkeakouluopiskelijoiden keskuudessa?
- Millainen kohdeyrityksen työnantajamielikuva on sosiaali- ja terveysalan korkeakouluopiskelijoiden näkökulmasta?

1.3 Tutkimuksen rajaukset ja menetelmät

Tämä opinnäytetyö on tutkimustyö, joka koostuu sekä määrällisestä että laadullisesta tutkimustiedosta. Tutkimusaineiston keruussa käytetään verkkokyselylomaketta, jossa on samat kysymykset kaikille vastaajille. Lomake sisältää monivalintakysymyksiä, arviointiasteikkoja ja avoimia kysymyksiä. Tämän vuoksi tutkimuksessa esiintyy sekä määrällisen (kvantitatiivisen) että laadullisen (kvalitatiivisen) tutkimusmenetelmän piirteitä. Määrällinen tutkimustieto helpottaa vastauksien keräämistä, ja laadullinen aineisto antaa syvempää tietoa määrällisen tutkimustiedon tueksi. Avoimista vastauksista on mahdollista löytää kokempohjaista tietoa, ja verrata sitä määrällisen tutkimuksen avulla saatuihin tuloksiin.

Tämä tutkimus rajataan Laurea-ammattikorkeakoulun sosiaali- ja terveysalan opiskelijoihin. Laurea-ammattikorkeakoulu toimii kuudella paikkakunnalla Uudellamaalla (Laurea. 2021). Tutkimus ei näin ollen anna maanlaajuista kuvaa työnhakijoista. Tutkimuksessa perehdytään

sosiaali- ja terveysalan opiskelijoiden ajatuksiin ja mielipiteisiin. Tutkimus ei siis anna yleispätevää kuvaa kaikkien alojen työnhakijoista. Tutkittavina henkilöinä ovat korkeakouluopiskelijat eli sairaanhoitajat, sosionomit, rikosseuraamusalan sosionomit, fysioterapeutit ja terveydenhoitajat. Tutkimuksesta on näin ollen rajattu pois esimerkiksi lähihoitajat. Kokemuksiin ja houkuttelevuuteen liittyvä tutkimus keskittyy ainoastaan kohdeyrityksen sosiaalipalveluihin, joten tutkimuksesta rajautuu pois esimerkiksi yrityksen lääkäripalvelut. Työnantajamielikuvaa tutkitaan kuitenkin koko yrityksen näkökulmasta, sillä työnantajamielikuva muodostuu koko yrityksen toiminnasta.

Tutkimukseen osallistuminen on opiskelijoille vapaaehtoista. Tutkittavien turvallisuus ja yksityisyys taataan, ja kysely toteutetaan anonyymisti. Kenenkään opiskelijan nimeä ei julkaista missään kohtaa tutkimusta. Kaikki kyselyyn osallistuvat jäävät nimettömiksi, ja kyselyn vastaukset julkistetaan identiteettiä paljastamatta. Kyselyn avulla saatavat tutkimustiedot ovat luottamuksellisia, eikä niitä luovuteta ulkopuolisille eikä käytetä muuhun kuin luvattuun tarkoitukseen. Näin taataan sekä tutkittavan yksityisyys että vastausten luotettavuus ja laajuus.

1.4 Opinnäytetyön viitekehys ja rakenne

Opinnäytetyön viitekehys jakautuu kahteen pääasialliseen teemaan: työpaikan houkuttelevuus ja työnantajamielikuva. Viitekehyksessä tutkitaan niitä tekijöitä, jotka houkuttelevat yleisellä tasolla työnhakijoita hakeutumaan työpaikkoihin. Viitekehyksessä tarkastellaan myös työnantajamielikuvan merkitystä ja työnantajamielikuvan muodostumiseen vaikuttavia tekijöitä. Työn teoriapohja koostuu aiemmin julkaistuista työpaikan houkuttelevuutta ja työnantajamielikuvaa käsittelevistä aineistoista, kuten tieteellisistä artikkeleista ja tutkimuksista.

Työn johdannossa ja luvussa 1 esitellään työn aihe ja tutkimuskysymykset sekä rajataan työn kehukset. Tässä luvussa myös asetetaan työlle tavoitteet, sekä määritellään tutkimusmenetelmä, jota voidaan hyödyntää tavoitteiden toteuttamisessa. Luvussa 2 tehdään pikakatsaus sosiaali- ja terveysalan markkinoihin, ja luvussa 3 pureudutaan joihinkin sosiaali- ja terveysalan rekrytointiongelmiin. Lukujen 2 ja 3 tarkoitus on tarjota lukijalle tutkittavasta aiheesta mahdollisimman laaja ja kokonaisvaltainen ymmärrys. Luvussa 4 esitellään muutamia perustietoja toimeksiantajayrityksestä. Luvussa 5 tarkastellaan työpaikan houkuttelevuuteen liittyviä asioita, kuten eri valintakriteereitä. Luvussa 6 käydään läpi työnantajamielikuvaa ja sen muodostumiseen vaikuttavia tekijöitä. Tässä luvussa esitellään myös tapoja, miten työnantajamielikuvaa voidaan tutkia. Teoriaosuutta seuraa luku 7, jossa selitetään tarkemmin toteutettavan tutkimuksen menetelmät, ja kuinka tutkimus toteutettiin. Luvussa 8 tehdään tutkimustuloksista yhteenveto. Luvussa 9 pohditaan tutkimuksen luotettavuutta ja

eettisyyttä. Lopuksi luvussa 10 tehdään pienimuotoinen tutkijan oma pohdinta tutkittavasta aiheesta.

2 Sosiaali- ja terveysalan markkinat Suomessa

Sosiaali- ja terveysalan palveluntuottajina toimii sekä julkisen että yksityisen sektorin palvelujen tuottajia. Yksityiseen sektoriin lasketaan joissakin tilastoissa mukaan sekä yritykset että kolmannen sektorin palvelujen tuottajat. Julkinen sektori on sosiaali- ja terveysalalla suurin työllistäjä. Kuitenkin monilla sosiaali- ja terveysalan alatoimialoilla yksityinen sektori työllistää enemmän kuin julkinen sektori. Yksityisen sektorin rooli on suurempi kuin julkisella sektorilla erityisesti sosiaalihuollon asumis- ja laitospalveluissa. (Tevameri, T. Työ- ja elinkeinoministeriö. 2021. 36; 40.)

Sosiaali- ja terveysalan markkinoita voidaan hahmottaa eri ulottuvuuksien kautta. Yritykset voivat osallistua julkisesti rahoitetuille markkinoille, jotka muodostuvat julkisen sektorin, kuten kuntien aikaansaamasta kysynnästä. Tämä voi tapahtua esimerkiksi ostopalvelujen, ulkoistusten tai palvelusetelien kautta. Yritykset voivat osallistua myös yksityisesti rahoitetuille markkinoille, eli kuluttajat voivat esimerkiksi hankkia sosiaali- ja terveyspalveluja maksamalla palvelun itse, tai vakuutuksen kautta. Julkinen sektori osallistuu kuitenkin joidenkin yksityisten palvelujen kuluihin maksamalla KELA-korvausta yksityisten palveluiden kuluttajille. (Tevameri, T. Työ- ja elinkeinoministeriö. 2020. 70.)

Yksityiset sosiaali- ja terveyspalvelut täydentävät julkisia palveluja. Yritykset, järjestöt ja säätiöt voivat myydä palvelujaan julkiselle sektorille tai suoraan asiakkaille. Yleisimpiä yksityisiä terveyspalveluja ovat fysioterapiapalvelut, lääkärin ja hammaslääkärin vastaanottotoiminta ja työterveyshuolto. Yleisimpiä yksityisiä sosiaalipalveluita ovat ikääntyneiden palveluasuminen, ikääntyneiden ja vammaisten kotipalvelut, lasten ja nuorten laitos- ja perhehoito sekä lasten päivähoito. (Sosiaali- ja terveysministeriö.)

On olemassa siis erilaisia tapoja, joilla julkinen sektori voi hankkia sosiaali- ja terveyspalveluja yksityiseltä sektorilta. Kunnat ja kuntayhtymät voivat ostaa sosiaali- ja terveyspalveluita yrityksiltä esimerkiksi niin, että yritys tuottaa palveluasumisen, ja sen rahoittajana toimii julkinen sektori. (Tevameri, T. Työ- ja elinkeinoministeriö. 2020. 71.)

3 Sosiaali- ja terveysalaan liittyviä rekrytointihaasteita

Sosiaali- ja terveysalalla osaajien saatavuushaasteet ovat monia muita toimialoja suuremmat. Sosiaali- ja terveysalalla on osaajista saatavuuspulaa jo nyt, mutta tulevaisuudessa tilanteen

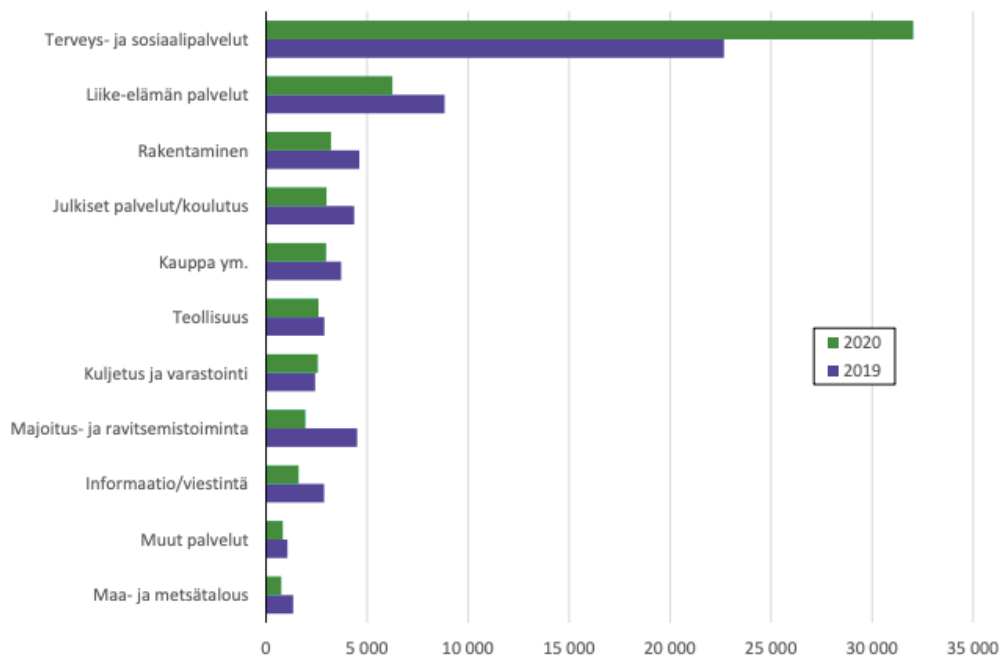
on ennustettu olevan vielä haasteellisempi; on arvioitu, että seuraavan 15 vuoden aikana tarvittavan jopa 200 000 uutta osaajaa, jotta palvelutarpeeseen pystytään tulevaisuudessa vastaamaan. (Tevameri, T. Työ- ja elinkeinoministeriö. 2020.)

Sosiaali- ja terveysalalta tulee eläköitymään suuri määrä alan ammattilaisia seuraavien vuosien kuluessa; vuoteen 2035 sosiaalipalveluissa eläköityy työvoimasta 48 prosenttia ja terveyspalveluissa 51 prosenttia. Sosiaali- ja terveysalan työn kuormittavuus voi altistaa alan ammattilaisia myös työkyvyttömyyseläkkeelle. Ikärakenteen muuttuminen vanhempaan suuntaan voi selittää osan työkyvyttömyyseläkekävyyden lisääntymiselle suurissa työntekijäryhmissä. Toisaalta esimerkiksi terveydenhoitajien ja hammashoitajien ikärakenne on pysynyt samana, mutta työkyvyttömyyseläkkeelle siirtyminen on silti ollut kasvussa. Sosiaali- ja terveysalalla esimerkiksi masennusdiagnoosiin liittyvä työkyvyttömyyseläköityminen on suurinta muun muassa henkilökohtaisten avustajien ja sosiaalialan hoitajien keskuudessa. Työn kuormittavuus voi olla siis sekä fyysistä että henkistä. Esimerkiksi sairaanhoitajien kokema fyysinen kuormittavuus oli erään tutkimuksen mukaan hyvin vähäistä, mutta sen sijaan muunlaiset tekijät lisäsivät työn kuormittavuutta. Esimerkiksi valtaosa erikoissairaanhoidossa työskentelevistä hoitajista kokevat, että työn kognitiivinen kuormitus on haitallista tai vakavaa. Näihin kognitiivisiin kuormitustekijöihin lukeutuvat muun muassa usean tehtävän yhtäaikainen tekeminen ja jatkuvat keskeytykset. Myös virheiden tekemisen pelko koetaan hoitajien keskuudessa kuormittavammaksi, kuin työn fyysinen kuormitus. Olisi tärkeää saada enemmän tutkimustietoa sosiaali- ja terveysalan työkyvyttömyyseläköitymiseen johtavista tekijöistä, jotta työkyvyttömyydestä johtuvaa eläköitymistä voitaisiin ennaltaehkäistä. (Tevameri, T. Työ- ja elinkeinoministeriö. 2021. 65; 67-68; 70; 73.)

Sosiaali- ja terveysalan työvoimatarpeeseen ei vaikuta ainoastaan pysyvät tai kokoaikaiset poissaolot. Työvoimaan ja työvoimatarpeisiin vaikuttavat myös esimerkiksi perhevapaat, vuorotteluvapaat, omaishoito, sairauspoissaolot ja työttömyys. Sosiaali- ja terveysalalla sairauspoissaolot ovat yleisiä, ja näissäkin laskennoissa huomioidaan pelkästään henkilön omasta sairaudesta johtuva poissaolo, eikä esimerkiksi lapsen sairastumisesta johtuva poissaolo. (Tevameri, T. Työ- ja elinkeinoministeriö. 2021. 70.) Kun vertaillaan toimialoja keskenään, sosiaali- ja terveysalalla oli suurin tarve rekrytoida työntekijöitä sijaisuuksien vuoksi vuonna 2020. (Peltonen, J. Työ- ja elinkeinoministeriö. 2021. 15). Ongelmana on se, että ammattitaitoista työvoimaa on huonosti saatavilla paikkaamaan sosiaali- ja terveysalan työtehtävien sijaisuuksia. Alan ammattilaisen sijaan voitaisiin palkata sijaiseksi myös opiskelija, mutta tässä tulee nopeasti vastaan alaa koskeva lainsäädäntö, jossa opiskelijoiden tilapäistä toimintaa terveydenhuollon ammattihenkilön tehtävissä rajoitetaan. Terveystieteiden ammattihenkilöstöstä annetun asetuksen (laki ja asetus terveydenhuoltoalan henkilöstöstä 559/1994 ja 564/1994) mukaan laillistettujen ammattihenkilöiden tehtäviin ei voida edes tilapäisesti palkata alan opiskelijaa, ellei hän ole

suorittanut opinnoistaan kahta kolmasosaa. Esimerkiksi sairaanhoitajan sijaiseksi voidaan palkata vähintään 140 opintopistettä suorittanut sairaanhoidon opiskelija (Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymä). Sosiaali- ja terveysalan lainsäädännön vuoksi opiskelijoille on siis tarjolla rajallisesti työtehtäviä. ”Opiskelijoille voimme tarjota rajallisesti työtehtäviä johtuen alan lainsäädännöstä. Yrityksemme sosiaalipalveluihin ei hakeuduta ensimmäisenä työpaikkana eikä opintojen aikana.” (Toimeksiantajayrityksen resurssipäällikön haastattelu 07.10.2021.)

Tilastokeskuksen Työ- ja elinkeinoministeriölle tuottaman vuosittaisen työnantajahaastattelututkimuksen mukaan työvoimaa haettiin eniten vuonna 2020 terveydenhuoltoon ja sosiaalialalle. Toimialoissa luokiteltuna sosiaali- ja terveysalojen rekrytoinnissa oli myös eniten haasteita vuonna 2020; sosiaali- ja terveysalan toimipaikoista 54 % kohtasi ongelmia hakiessaan tarvitsemaansa työvoimaa. Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan vuonna 2020 kaikkien alojen toimipaikoissa jäi saamatta yhteensä 58 000 työntekijää, joista ylivoimaisesti suurin osa työpaikoista jäi syntymättä sosiaali- ja terveydenhuollon toimialalle (kuvio 1). (Peltonen, J. 2021. Työ- ja elinkeinoministeriö. 7).



Kuvio 1: Saamatta jääneiden työntekijöiden lukumäärä toimialoittain vuosina 2019 ja 2020 (Peltonen, J. Työ- ja elinkeinoministeriö. 2021. 10).

Sosiaali- ja terveysalan työnhakijoiden vähäinen määrä on yhteiskunnallisesti erittäin merkittävä ongelma, johon tarvitaan kipeästi ratkaisuja. Työntekijäpulaan on haettu ratkaisua lisäämällä ammattikorkeakoulujen aloituspaikkoja syksyllä 2020. Näistä lisätyistä aloituspaikoista yli 40 % oli sosiaali- ja terveysalalle. (Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2021.) Aloituspaikkojen lisääminen on toki positiivinen asia itsessään, mutta opinnot kestävät

pitkään, eikä aloituspaikkojen lisääminen ratkaise sosiaali- ja terveysalan työvoimapulaa, ainakaan vielä lähivuosina.

Sosiaali- ja terveysalan rekrytoinnin ongelmat eivät liity pelkästään työnhakijoiden vähäiseen määrään. Hoitoalan työntekijät eivät ole korvattavissa tekniikalla, joten henkilöstön sitoutuminen työpaikkaan on erittäin tärkeää. Työvoimatarpeen turvaamiseksi on keksittävä keinoja, joilla työntekijöitä sitoutetaan työpaikkaan. Näitä keinoja sosiaali- ja terveysalalla ovat muun muassa työntekijän mahdollisuudet kehittää osaamistaan, huolellisesti toteutettu perehdytys ja opiskelijoiden reilu kohtelu työharjoitteluissa. (Surakka 2009, 10-11; 71.)

Näin haastavassa tilanteessa on oltava kilpailukykyinen työnantaja. Kilpailuvaltteina ovat muun muassa yrityksen näkyvyys, tasokas rekrytointiosaaminen ja hyvä työnantajamielikuva. (Surakka 2009, 45-46).

Edellä mainittujen lisäksi osaamiseen liittyvät tekijät ovat syynä työvoiman saatavuusongelmiin. Tarkasteltaessa saatavuusongelmien syitä sosiaali- ja terveysalalla hakijan koulutuksen ja kokemuksen puutteet ovat yhtä suuria haasteita, kuin hakijan vaatimukset työpaikkaa kohtaan. (Peltonen, J. Työ- ja elinkeinoministeriö. 2021. 14.)

Sosiaali- ja terveysala on muuttuva toimintaympäristö, ja luonnollisesti alan ammattilaisten osaamiskriteerit muuttuvat toimintaympäristön mukana. Koulutusjärjestelmän on kyettävä reagoimaan entistä nopeammin ja joustavammin osaamistarpeissa tapahtuviin muutoksiin, jotta hakijoiden osaaminen vastaisi paremmin osaamiskriteerejä työelämässä. (Lith, P. 2021. 66.)

4 Toimeksiantajayritys

Tämän opinnäytetyön kohdeyritys ja toimeksiantaja on yksityinen sosiaali- ja terveyspalveluiden tuottaja Suomessa. Yritys tarjoaa laaja-alaisesti sosiaali- ja terveyspalveluita, joihin kuuluvat:

- Yksityiset terveyspalvelut
 - lääkäripalvelut
 - diagnostiikka
 - suun terveydenhuolto
 - työelämäpalvelut
- Julkiset terveyspalvelut
 - vapaan asiakasvalinnan terveysasemat
 - ulkoistukset ja ostopalvelut
 - suun terveydenhoito
 - päivistys- ja henkilöstöpalvelut

- kotipalvelut
 - Julkiset sosiaalipalvelut
 - ikääntyneiden ja vammaisten asumispalvelu
 - mielenterveyskuntoutus
 - lastensuojelupalvelut
- (toimeksiantajayrityksen internet-sivut.)

5 Työpaikan houkuttelevuus

Kilpailu työntekijöistä kovenee. Työnhakijoiden valta työnhaussa suurenee, ja he voivat valikoida vapaammin, minkä työnantajan alaisuudessa he haluavat työskennellä. Tilanne johtaa siihen, että yritysten on laitettava aikaisempaa enemmän resursseja houkuttelevuuden lisäämiseen pärjätäkseen kilpailussa parhaista työntekijöistä. (Young Professional Attraction Index 2021. YPAI-raportti 2/2, 6).

Yritysten välinen kilpailu työnhakijoista ja työntekijöistä on kovaa sosiaali- ja terveysalalla. Toisesta työpaikasta (eli esimerkiksi toisesta yrityksestä) rekrytoitujen työntekijöiden osuus oli vuonna 2020 toimialoista suurinta sosiaali- ja terveysalalla (61 %). (Työ- ja elinkeinoministeriö). Kilpailuasetelma antaa työntekijälle enemmän tilaa miettiä olisiko nykyiselle työlle olemassa joku mielekkäämpi vaihtoehto, ja olisiko omien etujen mukaista siirtyä töihin nykyistä jollain tavalla paremmalle työnantajalle. Työnhakijoiden houkuttelemiseen liittyen on siis tärkeää ymmärtää, mitä osaajat haluavat työnantajaltaan (Young Professional Attraction Index 2021. YPAI-raportti 2/2, 6.)

Young Professional Attraction Index 2021 -tutkimuksessa on koostettu viisi tärkeintä trendiä (kuvio 2) kymmenestä työpaikalle asetetuista kriteereistä. Tutkimuksessa huomattiin, että nuoret ammattilaiset nostivat ensimmäistä kertaa Young Professional Attraction Index - tutkimuksen historiassa tärkeimmäksi asiaksi työpaikkaa valitessa palkan ja henkilöstöedut. Palkan on vastattava työn vaativuutta, ja tärkeäksi koetaan myös kattava terveydenhuolto, kertaluontoiset edut ja esimerkiksi ylimääräiset vapaapäivät. Tärkeäksi asiaksi koetaan myös työtehtävien luonne, eli se, että mitä tehdään ja miksi tehdään. Työtehtävien luonteen lisäksi tehtävien sopivuus omaan osaamiseen, sekä tehtävien motivoivuus ja haastavuus koetaan tärkeinä. Yrityskulttuuri tärkeänä trendinä on merkki siitä, että työnantajien on vaalittava ja tarvittaessa kehitettävä arvojaan. Yhteiskuntavastuuseen ja yrityksen rakenteisiin kiinnitetään entistä enemmän huomiota työnantajaa valittaessa. Tutkimuksen mukaan kukoistava työilmapiiri ja ihmisten kohtelu koetaan tärkeänä. Myös työn joustavuus nousee esiin tärkeänä trendinä. Vaikka tutkimuksen mukaan monet nuoret ammattilaiset pitävät palkkaa tärkeimpänä kriteerinä, ovat monet nuorista valmiita jopa vaihtamaan osan palkastaan joustavampaan, monipuolisempaan ja innostavampaan työhön. Työnantajien on

löydettävä luovia tapoja tarjota mielekästä ja palkitsevaa työtä. Kasvu- ja urakehitysmahdollisuudet koetaan tärkeänä, sillä tiedetään, että taitoja ja osaamista on ylläpidettävä ja kehitettävä jatkuvasti. Halutaan löytää työnantaja, joka on halukas investoimaan työntekijöiden osaamisen kehittämiseen. Myös yrityksen kehittäminen yhdessä muun tiimin kanssa koetaan tutkimuksen mukaan kiinnostavana mahdollisuutena.



Kuvio 2: Young Professional Attraction Index 2021. YPAI-raportti 2/2. 10 tärkeintä asiaa työnantajan valinnassa.

Duunitorille tekemäni haastattelun (2021) mukaan yrityksen kilpailuvaltit ja houkuttelevuustekijät vaihtelevat paljolti sen mukaan, mistä kohderyhmästä sosiaali- ja terveysalan sisällä puhutaan. Esimerkiksi henkilökohtaiset avustajat voivat arvostaa työnantajassa erilaisia asioita kuin esimerkiksi lääkärit;

”Toki näissä toistuu saman tyyppisiä elementtejä kuten yrityksen kulttuuri ja työilmapiiri, mutta painotukset voivat olla hyvin erilaisia. Esimerkiksi lääkärit arvostavat enemmän kouluttautumis- ja etenemismahdollisuuksia. Tässä kuitenkin listattuna tärkeimpiä, niin sanotusti yleispäteviä kilpailuvaltteja sosiaali- ja terveysalalla:

- Työilmapiiri
- Henkilökohtaisen työn sisältö
- Yrityksen kulttuuri
- Kouluttautumis- ja etenemismahdollisuudet
- Työssä saatava tuki ja esimiestyö

- Työn joustavuus ja sopivuus eri elämäntilanteisiin
- Laadukkaan työn mahdollistaminen (tämä tärkeää, että kokee aidosti tekevänsä merkityksellistä työtä)
- Palkkaus (erityisesti lääkärit)”
(Duunitorin haastattelu 9.11.2021).

6 Työnantajamielikuva

Kasvavan osaajapulan keskellä työnantajamielikuva on yrityksen voimakkain kilpailukeino. Hyvä työnantajamielikuva tarkoittaa sitä, että ihmisillä on positiivinen mielikuva yrityksestä sekä siitä, millaista yrityksessä on työskennellä. Hyvä työnantajamielikuva nopeuttaa rekrytointeja, sillä hyvämaineiseen yritykseen haetaan helpommin töihin, ja sen tuotteita ja palveluita suositellaan muille. Huono työnantajamielikuva voi johtaa siihen, että osaajien houkuttelu on vaikeaa, ja tehtävään saatetaan pahimmassa tapauksessa joutua palkkaamaan henkilö, joka ei vastaa täysin tavoiteltua. (Oikotie. 2019.)

Työnantajamielikuvan markkinointi on yksi merkittävimmistä moderneista trendeistä rekrytointialalla. Kilpailussa pärjäävät ne työnantajat, joilla on hyvä maine, ja jotka ovat valmiita uudistumaan. (Kansallinen rekrytointitutkimus 2020, 24.) ”Työnantajamielikuvan kehittäminen on välttämättömyys, ei vain lämpimästi suositeltu asia.” (Young Professional Attraction Index 2021. YPAI-raportti 1/2, 8.)

6.1 Työnantajamielikuvan muodostuminen

Yksi tapa hahmottaa työnantajamielikuvaa on eritellä sisäinen ja ulkoinen työnantajamielikuva. Sisäinen työnantajamielikuva muodostuu muun muassa yrityskulttuurin ja yrityksen työilmapiirin kautta sekä siitä, miten nykyiset työntekijät puhuvat työnantajasta ulospäin. Ulkoinen työnantajamielikuva tarkoittaa sitä, minkälainen mielikuva työnantajasta on muodostunut esimerkiksi potentiaalisille työnhakijoille. (Vaisto, L. 2020.). Työntekijöiden viihtyvyys ja tyytyväisyys työpaikalla näkyy ja kuuluu ulospäin, joten se vaikuttaa suoraan myös ulkoiseen työnantajamielikuvaan. Ulkoinen työnantajamielikuva muodostuu muun muassa työnantajaan liittyvien huhujen perusteella. (Oikotie. 2019.). Vaisto (2020) painottaa, että sisäisen ja ulkoisen työnantajamielikuvan erottaminen toisistaan on hieman keinotekoisia, sillä esimerkiksi yrityksen ulkoiseen työnantajamielikuvaan liittyvä viestintä näkyy väistämättä myös yrityksen nykyisille työntekijöille.

Työnantajamielikuva koostuu median ja henkilöstön kertomista asioista sekä työnantajan omasta tiedottamisesta. Hyvä työnantajamielikuva sosiaali- ja terveysalalla saadaan aikaiseksi sekä työntekijöiden että asiakkaiden reilulla kohtelulla. Työnantajamielikuvaan liittyvän

viestinnän tulee olla totuudenmukaista ja rehellistä, ja sitä on syytä myös suunnitella huolella. Jos työnhakija ei tavoita riittävästi työnantajalta lähtevää oikeaa ja totuudenmukaista tietoa työpaikkaa valittaessaan, hakija saattaa luottaa niin sanotusti puskaradion kautta kuulemiinsa tietoihin työnantajasta, ja mahdollisesti jättäytyä rekrytoinnista pois väärän tiedon perusteella. (Surakka 2009, 47-48.)

6.2 Miten haluttu työnantajamielikuva saavutetaan?

Toisin kuin muilla toimialoilla, sosiaali- ja terveysalalla ei ole yhtä vahvasti erottuvia työnantajabrändejä. Duunitorille tekemäni haastattelun (2021) mukaan sosiaali- ja terveysalan työnantajien kesken peli on tasaisempaa, kuin vaikka teollisuuden toimialalla, jossa on muutamia erottuvia työnantajabrändejä, kuten KONE. Sosiaali- ja terveysalalla työnantajat nähdään lähempänä toisiaan. Esimerkiksi selvää top 3 -yritystä työntantajana ei ole samalla tavoin kuin monella muulla toimialalla. (Duunitorin haastattelu 9.11.2021).

Duunitorille tekemäni haastattelun (2021) mukaan ulkoisen työnantajamielikuvan kehittäminen on pitkä ja jatkuva prosessi. Se vaatii hyvän suunnitelman ja strategian sekä koko organisaation ja erityisesti johtoryhmän tiukan sitoutumisen strategiaan ja sen toteuttamiseen. ”Se, mitä viestitään ulospäin, täytyy olla aidosti todellisuutta myös sisäisesti.” (Duunitorin haastattelu 9.11.2021). Haastattelun perusteella halutun työnantajamielikuvan saavuttamiseen voidaan listata tärkeimpinä seuraavat asiat:

- Työnantajamielikuvastrategian luominen ja säännöllinen päivittäminen
- Erottuvan ja aidon työnantajan arvolupauksen määrittäminen
- Viestintäsuunnitelman laatiminen ja systemaattinen toteuttaminen, jotta kaikki ulkoinen viestintä tapahtuu samansuuntaisesti ilman ristiriitoja
- Omien kohderyhmien tunnistaminen ja määrittäminen mahdollisimman tarkasti, jotta tiedetään ketä ja miten kannattaa viestiä
- Aktiivinen ja aito ulkoinen viestintä kohderyhmälle räätälöidyillä ja kohdennetuilla viesteillä kohderyhmille relevanteissa kanavissa
- Jatkuva varmistaminen, että ulkoinen viestintä on linjassa sisäisen työntekijäkokemuksen kanssa.

6.3 Työnantajamielikuvan tutkiminen

Se mitä nuoret työnhakijat arvostavat työnantajassa vaihtelee toimialoittain ja ammattiryhmittäin. Työnantajamielikuvan kehittämisen näkökulmasta suunnitelmat ja viestintä täytyy mukauttaa haluttuun kohderyhmään sopivaksi. (Young Professional Attraction Index 2021. YPAI-raportti 2/2, 12.)

Ulkoista työnantajamielikuvaa tutkittaessa ei kannata poimia yleisluontoista mielipidettä keneltä sattuu. Tutkimukseen kannattaa valita nimenomaan yritykselle merkityksellinen kohderyhmä, ja kerätä mielipiteitä ainoastaan niiltä, joiden mielipiteistä on oikeasti kiinnostunut. Jos kohdennus on väärä tai liian laaja, tutkimustulokset voivat johtaa väärään suuntaan. Käyttökelpoisinta tietoa työnantajamielikuvatutkimukseen saadaan silloin, kun kysymykset on räätälöity työnantajan yksilöllisten tarpeiden mukaisesti. Tutkimukseen kannattaa ottaa mukaan myös kvalitatiivista dataa, jolloin tutkittavilta henkilöiltä saadaan spontaaneja näkemyksiä siitä, mitä heille tulee mieleen, kun kyseinen työnantaja mainitaan heille. (Vaisto, L. 2020.)

7 Kyselytutkimus sosiaali- ja terveystalouden opiskelijoille

Tutkimuksen toteutus aloitettiin tekemällä tutkimuslupahakemus Laurea-ammattikorkeakouluun. Tämän jälkeen hankittiin sosiaali- ja terveystalouden opiskelijoiden sähköpostiosoitteet kyselylomakkeen lähettämistä varten. Tutkimukseen valikoituivat kaikki Laurea-ammattikorkeakoulun sosiaali- ja terveystalouden opiskelijat, joihin lukeutuvat sairaanhoitaja-, fysioterapeutti-, terveydenhoitaja-, sosionomi ja rikosseuraamusalan sosionomiopiskelijat. Tutkimusaihe rajautuu vahvasti sosiaalialan puolelle. Tutkimukseen otettiin kuitenkin mukaan kaikki sosiaali- ja terveystalouden opiskelijat huolimatta siitä, mille alalle he ovat urallaan suuntautumassa. Suuntautumista olisi ollut vaikea selvittää etukäteen, joten kyselylomake lähetettiin kaikille sosiaali- ja terveystalouden opiskelijoille. Sähköpostiosoitteita saatiin 2872, mutta osaa sähköpostiosoitteista ei löytynyt hauista huolimatta, joten kyselylomake saatiin lähetettyä lopulta 2798 opiskelijalle. Heistä 176 opiskelijaa vastasi kyselyyn.

Aineistonkeruu aloitettiin lähettämällä opiskelijoiden koulusähköpostiin sähköinen linkki tutkimuksen kyselylomakkeeseen. Sähköpostiviestiin liitettiin saatekirje, jossa kerrottiin lyhyesti, mitä aihetta kyselyn avulla tutkitaan. Saatekirjeessä vakuutettiin, että kyselyyn vastataan anonymisti, ja vastaajien sähköpostiosoitteet kerätään pelkästään arvontaa varten; kaikkien vastanneiden kesken arvottiin toimeksiantajayrityksen tuotepaketteja. Sähköpostiosoitteet ja kyselyn vastaukset poistetaan järjestelmästä tutkimuksen päätyttyä.

Kyselyyn vastaaminen kesti vastaajasta riippuen 5-10 minuuttia. Linkki kyselylomakkeeseen umpeutui viikon kuluttua kyselyn alkamispäivästä, jonka jälkeen vastauksia alettiin käydä läpi.

Kyselylomakkeessa kerättiin tietoa toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen houkuttelevuudesta työpaikkana, mutta kyselylomake sisälsi kysymyksiä myös toimeksiantajayrityksestä laajemmalla tasolla. Kuten aiemmin mainittu, tutkimuksen

tarkoitus oli tutkia toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen houkuttelevuutta työpaikkana. Työnantajamielikuva rakentuu kuitenkin koko yrityksen toiminnasta, eli myös yrityksen muuhun palvelutarjontaan liittyvistä mielikuvista.

Jotta työnantajan houkuttelevuutta voitaisiin tutkia, on oleellista selvittää myös työnantajan tunnettuutta. Kyselylomakkeessa kysyttiin sen vuoksi esimerkiksi sitä, kuinka tuttuja toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen sloganit ovat. Kyselylomakkeessa esiteltiin myös esimerkiksi toimeksiantajayrityksen arvoja, ja pyydettiin vastaajaa peilaamaan arvoja omaan toimintaan työntekijänä. Erityisesti sellaisten vastaajien vuoksi, jotka eivät tiedä yrityksen palveluista ennestään, tai tieto niistä on vain vähäistä, on tärkeää kertoa toimeksiantajayrityksestä hieman taustatietoa, jotta vastaaminen olisi tutkittavalle henkilölle hieman helpompaa.

Tämän tutkimuksen lähestymistapaa voidaan kutsua termillä monimenetelmätutkimus. Englannin kielessä termi tunnetaan nimellä ”Mixed Methods Research (MMR)”. Ilmaisulla tarkoitetaan laadullisen ja määrällisen tutkimuksen yhdistämistä. Monimenetelmätutkimuksen tarkoitus ja tavoite on luoda parempaa ymmärrystä tutkimusongelmiin kuin laadullisen ja määrällisen tutkimuksen menetelmä yksinään. Laadullisia aineistonkeruumenetelmiä ovat esimerkiksi avoimet haastattelukysymykset ja määrällisiä aineistonkeruumenetelmiä ovat esimerkiksi strukturoidut kysymykset. (Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2017. Luku 2.5.) Tässä tutkimuksessa käytetään juuri näiden esimerkkien kaltaisia kysymyksiä. Laadullisen tutkimusmenetelmän keskeinen ominaispiirre on se, että saadut vastaukset perustuvat ihmisten subjektiiviseen kokemukseen ja näkemykseen tutkittavasta ilmiöstä. Määrällinen tutkimusaineisto saatetaan tutkimustuloksissa numeeriseen muotoon. (Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Luku II.) Määrällinen tutkimustieto esitellään tässä työssä suorina jakaumina; prosentteina ja kuvioina.

Osa tuloksista esitetään myös lukumäärinä niissä kysymyksissä, joissa sen koetaan olevan merkityksellistä, tai sen koetaan auttavan tulosten jakautumisen hahmottamisessa. Tutkimuksen laadullinen tutkimustieto kerätään vastaajan vapaalla sanalla kirjoitetuista vastauksista. Vastaukset käsitellään erittelemällä vastausten sisällöt. Vastaajien avoimet vastaukset esitellään työssä niin, että vastausten suurimmat yhteneväisyydet ja useimmiten toistuvat sisällöt on pyritty tuomaan esiin ensimmäisenä, ja vastaajien yksittäisiä, harvemmin toistuvia ajatuksia, mielipiteitä sekä kokemuksia on koottu yhteneväisten vastausten jälkeen. Jokainen saatu vastaus on tärkeä ja merkityksellinen, mutta kaikkia avoimia vastauksia ei tuoda työssä esille niiden suuren määrän vuoksi. Osa vastauksista esitellään suorana lainauksena. Työssä esitellään suorina lainauksina sellaisia vastauksia, joissa näkee selkeästi vastausten yhteneväisyyksiä. Suorina lainauksina esitellään myös joitakin erityisen mielenkiintoisia yksittäisiä ajatuksia. Erityisesti kaikki vastaajien omakohtaiset kokemukset

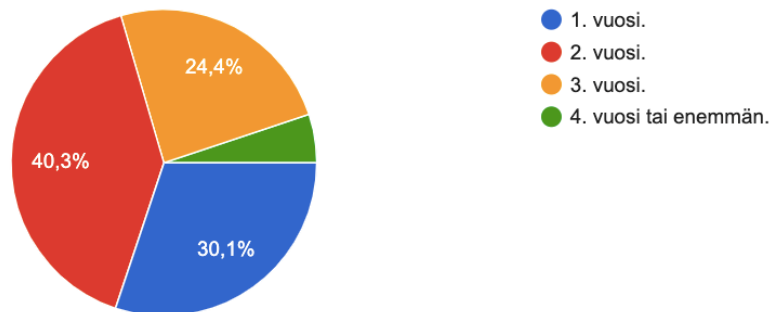
toimeksiantajayrityksestä on pyritty tuomaan tutkimuksessa esille. Kaikkiin avoimiin kysymyksiin vastaaminen oli vastaajalle vapaavalintaista.

Laadulliset ja määrälliset tutkimuskysymykset muodostavat tässä tutkimuksessa itsenäiset kokonaisuudet, mutta yhdessä ne muodostavat vahvemman kuvan tutkittavasta aiheesta. Kumpikin tutkimuksen menetelmä, sekä määrällinen että laadullinen, olisi toiminut myös itsenäisenä kokonaisuutena. Menetelmät kuitenkin pyritään yhdistämään, jotta saadaan mahdollisimman laaja ymmärrys tutkittavasta aiheesta.

Johtopäätöksiä muodostettaessa tärkein tehtävä oli löytää opiskelijoiden vastauksista yhteneväisyyksiä. Avoimista vastauksista poimittiin ylös myös yksittäisiä tai harvemmin tutkimustuloksissa toistuvia ajatuksia, jotka koetaan tärkeäksi työpaikkahoukuttelevuuteen ja työnantajamielikuvaan liittyvässä kehittämistyössä. Tutkimustuloksista tuodaan esille toimeksiantajayrityksen näkökulmasta tärkeimmät tutkimustulokset.

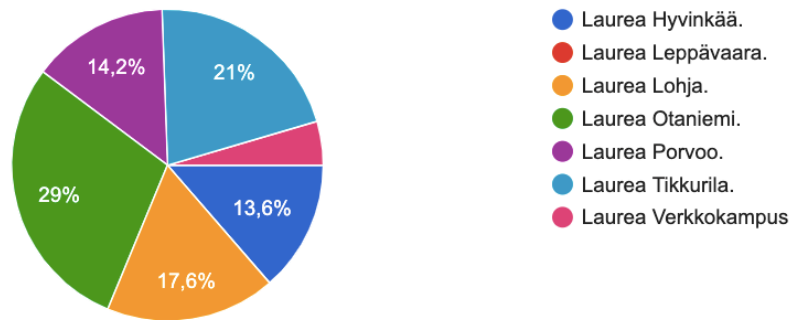
7.1 Tutkimustulokset

Vastaajista 40,3 prosentilla oli meneillään toinen opiskeluvuosi (kuvio 3). 30,1 prosenttia vastaajista oli ensimmäisen vuoden opiskelijoita. 24,4 prosenttia vastaajista oli kolmannen vuoden opiskelijoita, ja loput 5,1 prosenttia opiskeli neljättä tai useampaa vuotta.



Kuvio 3: Vastaajien meneillään oleva opiskeluvuosi.

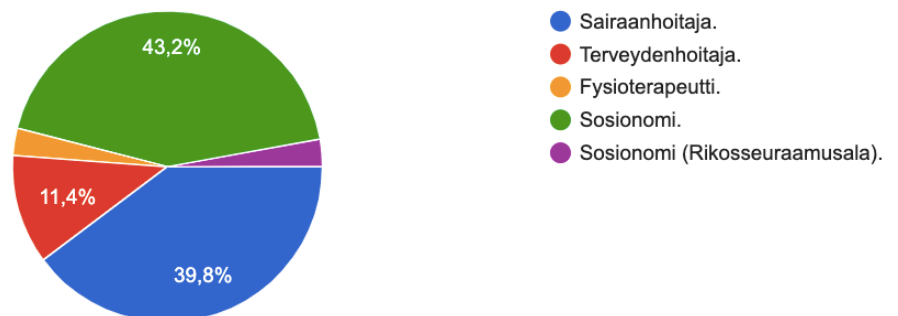
Eniten vastauksia (kuvio 4) saatiin Otaniemen kampukselta (29 %). Toiseksi eniten vastauksia saatiin Tikkurilan kampukselta (21 %) ja kolmanneksi eniten vastauksia saatiin Lohjan kampukselta (17,6 %). Vastaajista 14,2 % oli Porvoon kampukselta ja Hyvinkään kampukselta 13,6 % vastaajista. Verkkokampuksen opiskelijaksi ilmoitti itsensä pienin osa vastaajista, eli 4,5 % vastaajista.



Kuvio 4: Vastaajien jakautuminen kampuksittain.

Vastaajista suurin osa oli sosionomeja ja sairaanhoitajia (kuvio 5). Sosionomiksi opiskelevia tutkittavista oli 43,2 prosenttia ja sairaanhoitajaksi opiskelevia 39,8 prosenttia.

Terveystenhoitajaopiskelijoita vastanneista on 11,4 prosenttia. Pienin määrä vastauksia saatiin fysioterapeuteilta (2,8 %) ja rikosseuraamusalan sosionomeilta (2,8 %).



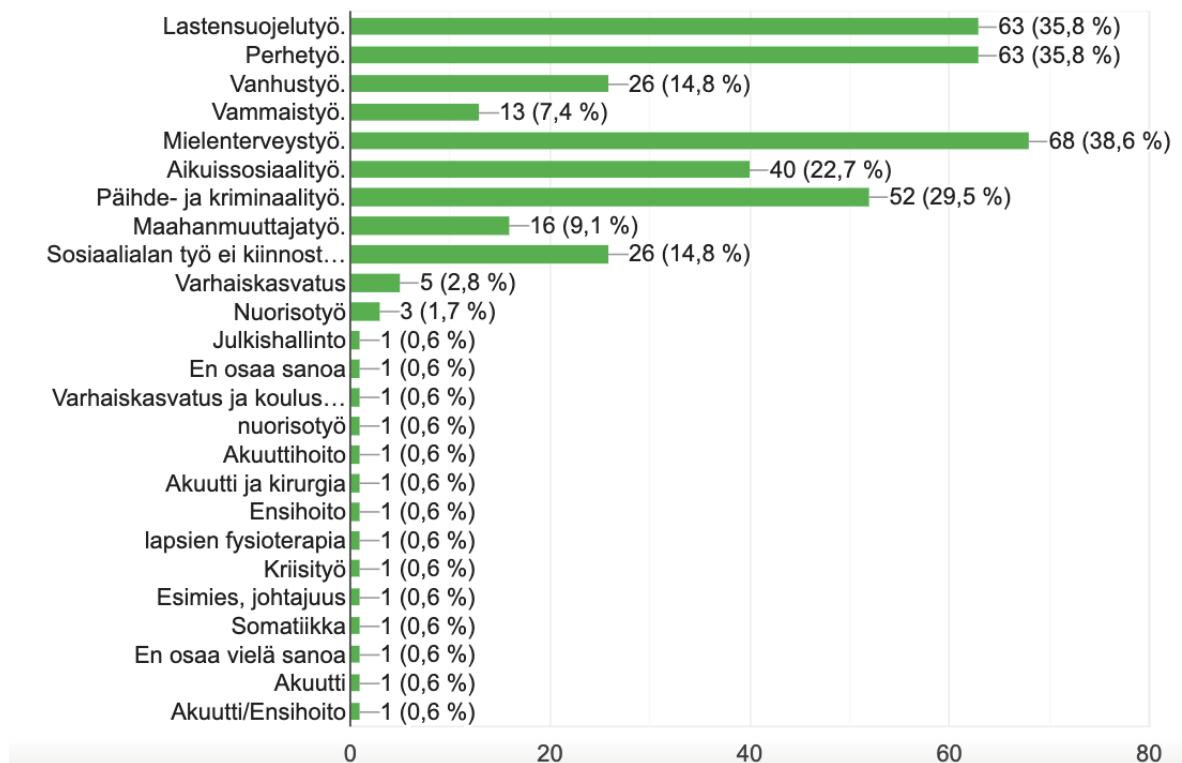
Kuvio 5: Vastanneiden meneillään oleva tutkinto.

Tiedusteltaessa vastanneilta, minkälainen sosiaalialan työ heitä kiinnostaa (kuvio 6), valmiista vaihtoehtoista sai valita yhden tai useita. Vastauksia saatiin yhteensä 389, mikä kertoo siitä, että ainakin osa vastaajista oli valinnut useamman kuin yhden vaihtoehdon. Vaihtoehtona oli myöskin vastata, että sosiaalialan työ ei kiinnosta, sillä kyselyä ei käytännön syistä lähetetty vain sellaisille opiskelijoille, jotka aikovat suuntautua sosiaalialan työtehtäviin. Vastaukseksi sai myöskin lisätä itseään kiinnostavia työtehtäviä, jos valmiista vastausvaihtoehtoista ei löytynyt sopivaa. Valmiita vastausvaihtoehtoja olivat lastensuojelutyö, perhetyö, vanhustyö, vammaistyö, mielenterveystyö, aikuissosiaalityö, päihde- ja kriminaalityö, maahanmuuttajatyö sekä ”sosiaalialan työ ei kiinnosta minua”.

Vastaajien joukossa eniten kiinnostusta löytyi mielenterveystyöhön (38,6 %). Tämän oli valinnut 68 vastaajaa. Lastensuojelutyö ja perhetyö saivat keskenään yhtä paljon vastauksia;

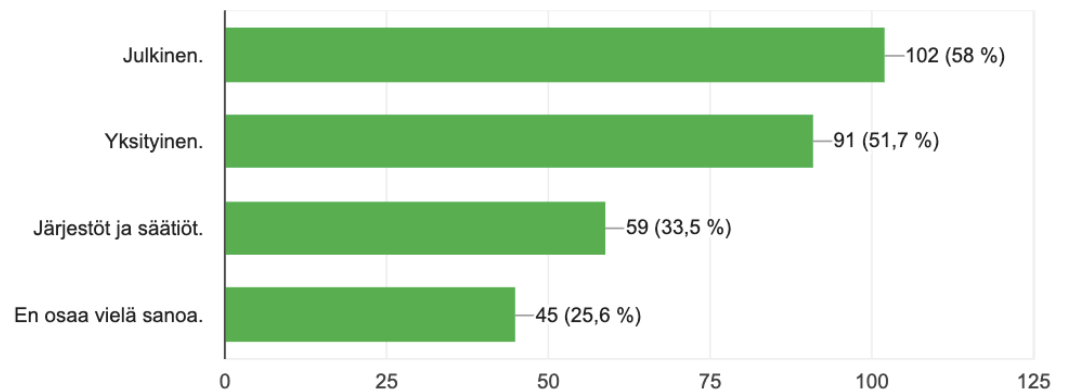
sekä lastensuojelutyön että perhetyön oli valinnut 63 opiskelijaa (35,8 %). Päihde- ja kriminaalityö koettiin myös useiden osalla kiinnostavaksi; tästä työstä oli kiinnostunut 52 vastaajaa (29,5 %). Aikuissosiaalityö kiinnosti 40 vastaajaa (22,7 %). Vanhustyöstä oli kiinnostunut 26 vastaajaa (14,8 %), maahanmuuttajatyöstä 16 vastaajaa (9,1 %) ja vammaistyöstä 13 vastaajaa (7,4 %). 26 vastaajaa (14,8 %) ei ollut kiinnostunut sosiaalialan työtehtävistä ollenkaan.

Lisätyistä työtehtävistä varhaiskasvatus oli sellainen, johon saatiin eniten vastauksia (5 vastaajaa). Nuorisotyöstä oli kiinnostunut yhteensä 4 vastaajaa (lisätty kaksi kertaa, joten vastauksia 3+1=4). Kaikkiin seuraaviin opiskelijoiden itse lisäämiin työtehtäviin saatiin yksi vastaaja: ”julkishallinto”, ”varhaiskasvatus ja koulusosiaalityö”, ”akuuttihoito”, ”akuutti ja kirurgia”, ”ensihoito”, ”lapsien fysioterapia”, ”kriisityö”, ”esimies ja johtajuus”, ”somatiikka”, ”akuutti” ja ”akuutti ja ensihoito”. Kaikki lisätyt työtehtävät eivät ole sosiaalialan työtehtäviä, joten kyselyyn on vastannut myöskin sellaisia opiskelijoita, jotka eivät ole kiinnostuneita sosiaalialan työtehtävistä, tai vaihtoehtoisesti osa vastanneista on kiinnostunut myös muista työtehtävistä sosiaalialan työtehtävien lisäksi. Vastaajan itse lisäämänä vaihtoehtona oli myös ”en osaa vielä sanoa”, vaikka se löytyikin jo valmiista vastausvaihtoehdoista, ja siihen oli vastannut yksi vastaaja. Myös muihin työtehtäviin oli yksi vastaaja lisännyt ” en osaa sanoa”, joten kokonaisuudessaan kaksi vastaajaa (1+1=2) ei vielä ole varmoja, minkälaiseen työtehtävään haluaisivat suuntautua.



Kuvio 6: Sosiaalialan (ja muiden alojen) työtehtävien kiinnostavuus.

Tiedusteltaessa eri sektorien kiinnostavuutta työnantajana (kuvio 7), sai vastata useampaan kuin yhteen valmiiseen vastausvaihtoehtoon. Vastauksia tuli yhteensä 297, joten osa vastaajista valitsi useamman kuin yhden vaihtoehdon. Vastaajista enemmistö eli 102 opiskelijaa (58 %) vastasi olevansa kiinnostunut työskentelemään julkisella sektorilla. 91 opiskelijaa (51,7 %) vastasi olevansa kiinnostunut työskentelemään yksityisellä sektorilla. Järjestöt ja säätiöt kiinnostivat 59 opiskelijaa (33,5 %). 44 vastanneista (25,6 %) ei osannut vielä sanoa, millä sektorilla olisivat kiinnostuneita työskentelemään.



Kuvio 7: Sektoreiden kiinnostavuus työnantajana.

Ensimmäisessä avoimessa kysymyksessä vastaajalle esiteltiin toimeksiantajayrityksen kaksi arvoparia ”tieto ja taito” ja ”välittäminen ja vastuunotto”. Kysymyksen avulla haluttiin kerätä alan opiskelijoiden ajatuksia siitä, miten he tulkitsevat näitä toimeksiantajalle tärkeitä arvoja, ja peilaavat niitä itseensä työntekijänä sosiaali- ja terveysalalla. Toimeksiantajayritykselle tämän kysymyksen vastaukset antavat merkityksellistä tietoa siitä, miten alan opiskelijat tulkitsevat näitä toimeksiantajayritykselle tärkeitä arvoja. Toimeksiantajayritys voi hyödyntää näitä tietoja työpaikkahoukuttelevuuteen ja työnantajamielikuvaan liittyvässä kehitystyössä. Kysymykseen saatiin vastauksia odotettua paljon enemmän; jopa 140.

”Tieto ja taito” oli hyvin monessa vastauksessa ajateltu liittyvän vahvasti koulutukseen, ja teorian ja käytännön ymmärtämiseen. Koulutuksen tulisi olla oikeanlaista ja riittävää. Sanat ”ammattitaito” ja ”vahva ammattitaito” mainittiin useasti. Useissa vastauksissa luki, että ammattitaidon kehittämisen tulisi olla jatkuvaa, ja alan uusimpiin tutkimuksiin perustuvaa tietoa tulisi seurata aktiivisesti. Tutkinon suorittamisen lisäksi tärkeäksi koettiin siis myös jatkuva itsenäinen opiskelu muun muassa hankkimalla täydennyskoulutusta ja osallistumalla kursseille. Jatkuva itsensä kehittäminen ammattilaisena koettiin niin tärkeäksi, että vastauksissa mainittiin jopa, että ”jos tietoa ei löydy, se hankitaan”. ”Tieto ja taito” tulkittiin vastauksissa kahdesta eri näkökulmasta; osa ajatteli tiedon ja taidon liittyvän omaan tietoon ja osaamiseen, ja osa ajatteli sen osittain tai täysin työnantajan näkökulmasta.

Joidenkin vastausten perusteella ammattitaidon kehittymisen ajateltiin olevan todella vahvasti työnantajan vastuulla, kun taas omakohtaisesta opiskelusta ei ollut mainintaa. Useissa vastauksissa ajateltiin, että työnantajan on mahdollistettava työntekijöiden tiedon ja taidon lisääminen järjestämällä koulutusmahdollisuuksia työntekijöilleen.

”Välittäminen ja vastuunotto” tarkoitti vastaajille erilaisia asioita, vaikkakin samankaltaisuuksia löytyi paljon. Välittämisen ja vastuunoton ajateltiin suurimmassa osassa vastauksissa olevan jotakin sellaista, mikä kuuluu sosiaali- ja terveysalan työntekijän ominaispiirteisiin. Monen vastaajan mielestä välittäminen ja vastuunotto tuo turvaa ja luottoa potilaalle sekä mahdollistaa potilaan ja työntekijän välisen oikeanlaisen kohtaamisen. Useissa vastauksissa välittämisen kerrottiin olevan jotakin heille itselleen ominaista; jotain sellaista mikä tulee heiltä luonnostaan. Tässä yhteydessä mainittiin monesti sana ”empatia”. Välittämisen ajateltiin koskevan sekä potilaita ja asiakkaita että myös työntekijöitä, kollegoita ja työnantajia. Osassa vastauksista välittämisen tulkittiin tarkoittavan sitä, että työnantajan ja yrityksen arvona kuuluu olla työntekijöistään välittäminen.

Vastuunotto liitettiin vastauksissa monesti välittämisen kanssa samaan osioon, eikä kovin moni vastaajista kirjoittanut vastuunotosta ajatuksia erikseen. Muutamassa vastauksessa vastuunottoa kuitenkin pohdittiin erikseen, ja niissä vastauksissa tulkinnat olivat hyvin samankaltaisia keskenään. Vastuunoton ajateltiin olevan muun muassa itsevarmaa päätöksentekoa. Vastuunoton ajateltiin myös tarkoittavan sitä, että tiedon tai taidon puuttuessa täytyy osata pyytää apua esimerkiksi kollegalta; vastuunottamista olisi se, että myöntää sen, kun omat tiedot tai taidot eivät riitä, eikä ryhdy toimeen epävarmassa tilanteessa. Näin voisi välttää virheiden tekemistä. Mutta mikäli virheitä sattuisi, vastuunottamista olisi se, että työntekijä ottaa vastuun tekemistään virheistä, ja on myös valmis korjaamaan virheet. Välittämisen ja vastuunoton sanottiin olevan ”erittäin tärkeitä arvoja kaikille sosiaalialan toimijoille”, ”äärimmäisen tärkeää tulevassa ammatissani” ja ”ykkösarvoja sosiaali- ja terveysalalla”. Tässä muutamia poimintoja opiskelijoiden ajatuksista arvopareista ”Tieto ja taito” ja ”Välittäminen ja vastuunotto”:

”Tieto ja taito - ammatillisuutta, osaamista. Välittäminen ja vastuunotto - huomioidaan yksilölliset tarpeet ja kannetaan vastuu päätöksistä.”

”Kattava tietotaito-osaaminen koulutuksen ja jatkuvan itsenäisen opiskelun ja tutkimisen seurauksesta. Jokainen potilas ja asiakas tulee huomioida yksilönä ja varmistaa että hän kokee olonsa kuulluksi ja välitetyksi. Varmistetaan että aina seuraavan tapaamisen ajankohta on sovittu.”

”Tieto ja taito kuvaavat minulle vahvaa ammattitaitoa ja ammatillisuutta. Olettaisiin työnantajan, jonka arvoihin nämä kuuluvat, olevan hyvin koulutusmyönteinen. Välittäminen ja vastuunotto edellyttävät työnantajalta järkevää resursointia, työntekijältä alustaitoja.”

”Työntekijöille annetaan mahdollisuuksia laajentaa/parantaa omaa osaamistaan.”

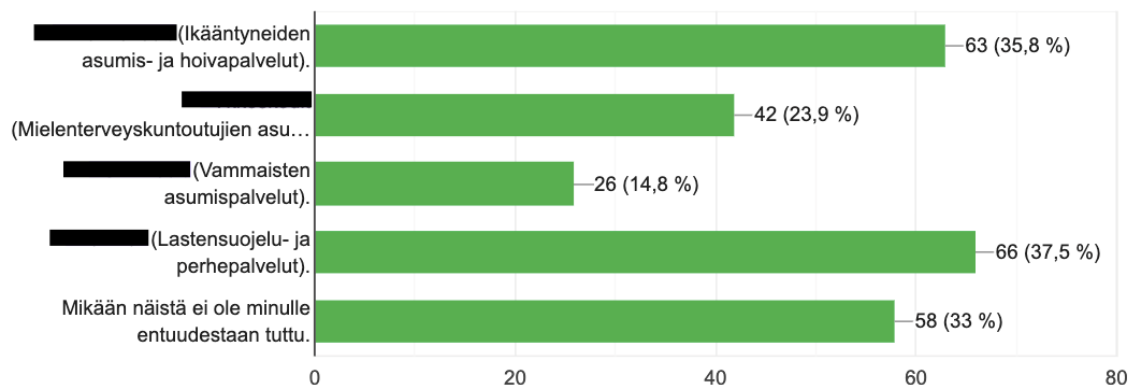
”Tieto ja taito kulkevat käsi kädessä hoitoalalla: oppimiani tietoja pystyn hyödyntämään työssäni ja näin tarjoamaan asiakkaille hyvää palvelua. Omia taitoja pystyy kehittämään työssä ja näin täydentämään omaa tietämystä. Välittäminen on sitä, että asiakkaaseen luodaan tärkeä suhde ja hänen asioistaan on todella kiinnostunut. Asiakas koetaan yksilönä, jolle tarjotaan myös hänelle itselleen yksilöllistä palvelua. Vastuunotto on sitä, että kaikkia asiakkaita tulee hoitaa ja ottaa vastuu heidän terveydestään, jolloin häntä voidaan auttaa.”

”Vastuunottoa on jatkuva ammattitaidon ylläpitäminen, koulutukset, itseopiskelu.”

”Tieto ja taito - organisaatiossa pysytään ajankohtaisen tiedon mukana. Henkilökunta on koulutettua ja myös yritys huolehtii henkilökunnan kouluttamisesta ja osaamisen päivittämisestä.”

”Tieto ja taito: Tarkoittaisi minulle sitä, että kehitän omaa osaamistani arjessa jatkuvasti ja työnantajani mahdollistaa ammatillisen kehittymiseni sekä tukee siinä. Välittäminen ja vastuunotto: Tarkoittaisi sitä, että välitämme asiakkaistamme ja toisistamme työyhteisössä, sekä otamme vastuun tekemästämme työstä sekä omasta ja työyhteisömme työhyvinvoinnista.”

Kyselyssä esiteltiin toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelut lyhyesti, jonka jälkeen tiedusteltiin niiden tunnettuutta opiskelijoiden keskuudessa (kuvio 8). Kaikista tunnetuin palvelu vastaajien keskuudessa oli toimeksiantajayrityksen lastensuojelu- ja perhepalvelut; 66 vastaajaa tunsi palvelun entuudestaan (37,5 %). Toiseksi tunnetuin palvelu vastaajien keskuudessa oli ikääntyneiden asumis- ja hoivapalvelut; 63 vastaajaa tunsi palvelun entuudestaan (35,8 %). Mielensterveys- ja päihdekuntoutujien asumispalvelut oli entuudestaan tuttu 42 vastaajalle (23,9 %). Vammaisten asumispalvelut oli tuttu 26 vastaajalle (14,8 %). 58 vastaajaa (33 %) ei tuntenut entuudestaan mitään näistä toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluista.



Kuvio 8: Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen tunnettuus opiskelijoiden keskuudessa.

Toisessa avoimessa kysymyksessä opiskelijat saivat vapaalla sanalla kertoa, mitä ajatuksia heille herää toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen asiakaslupauksista. Tarkoituksena oli peilata asiakaslupauksia työntekijän osaamiseen. Kysymyksenä oli: ”Minkälaista osaamista työntekijällä on mielestäsi oltava, jotta toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen lupaukset toteutuvat?” Vastauksia tähän avoimeen kysymykseen saatiin yhteensä yhdeksältäkymmeneltäviideltä opiskelijalta. Suuressa osassa vastauksista korostui empaattisuuden sekä aidon kiinnostuksen ja välittämisen tärkeys. Moni vastaajista kertoi, että aito motivaatio työtään kohtaan on tärkeää. Eettisyys sekä lainsäädännön tunteminen mainittiin hyvin useassa vastauksessa. Suuri osa vastaajista painotti yksilöllisyyden tunnistamista; asiakas on aina kohdattava yksilönä, ja jokainen yksilö ansaitsee tulla kuulluksi. Monissa vastauksissa mainittiin sosiaalisten taitojen tärkeyttä. Sosiaaliin taitoihin lukeutuivat vastauksissa muun muassa erilaisten ihmisten kanssa toimeen tuleminen, kuuntelu- ja keskustelukyky, reagointikyky, tilannetaju, kannustaminen, kyky olla läsnä, kyky olla aito. Tässäkin kysymyksessä moni vastaaja painotti ammattitaitoa, jatkuvaa kouluttautumista ja uusimman tutkimustiedon hankkimista; kattavat tiedot ja taidot niin teoriassa kuin käytännössä. Vastauksissa mainittiin myös, että työntekijän on hyvä hahmottaa liiketoimintaa kaiken toiminnan ja työn taustalla. Tässä muutamia poimintoja opiskelijoiden ajatuksista liittyen siihen, minkälaista osaamista työntekijällä tulisi olla, jotta toimeksiantajayrityksen asiakaslupaukset toteutuvat:

”Työntekijän on kaiken tiedon ja osaamisen lisäksi oltava asiakaslähtöinen. Asiakkaan kuunteleminen ja kunnioittaminen ovat laadukkaan palvelun kulmakiviä. Asiakasta kohdellaan oman elämänsä asiantuntijana ja hänen kokemuksiaan ei vähätellä. Työntekijä on valmis kehittämään omaa osaamistaan ja keräämään lisää tietoa esimerkiksi koulutusten avulla. Lisäksi työntekijä osaa siirtää koulutuksissa opitun tiedon käytäntöön.”

”Vahvan ammattitaidon ohella aito halu auttaa, sillä sen oikeasti näkee tuloksissa. Lisäksi kyky olla läsnä hetkessä ja kohdata jokainen omana yksilönä, jotta yksilö kokee olevansa arvokas ja tärkeä.”

”Halu auttaa ihmisiä ja näkemällä heidät yksilöinä: jokainen ihminen on erilainen ja heille tulee antaa yksilöllistä hoitoa. Pitkäjänteisyys: työ voi olla niin fyysisesti kuin myös henkisesti raskasta. Positiivinen asenne ja oikeanlainen näkemys: avarakatseisuus, ei ennakkoluuloja.”

”Kyky kohdata jokainen yksilönä jolla on yksilölliset tarpeet ja tavoitteet, menetelmiä ja työkaluja yhteisölliseen ja osallistavaan toimintaan. Turvallisuus voi näkyä rauhallisuutena ja luotettavuutena, asiakas kokee olevansa turvallisessa paikassa ja tietää että hänen asiansa hoituu ja hän saa tukea.”

”Halu sitoutua pitkäjänteiseen työhön, kyky toimia pienillä resursseilla.”

”Kohdella asiakkaita yksilöinä ja empaattisesti. He ovat keskiössä. On oltava osaamista ja kärsivällisyyttä kohtaamisissa, jotta pystyy antamaan asiakkaiden tarvitsemaa tukea, ohjausta ja hoitoa.”

”Kukin palvelu vaatii hyvin laajaa ja monipuolista osaamista. Juuri luetellut asiakkaat kuuluvat riskiryhmiin monella tapaa ja heitä on helppo käyttää hyväkseen. Rehellinen ja asiakaslähtöinen toiminta on kaiken a ja o.”

”Tietoa ja taitoa, eettistä ”selkärankaa”.”

”Sairaanhoitajan eettiset arvot ovat tärkeä pitää mielessä. Jokainen asiakas tulee kohdata kokonaisvaltaisesti ja ainutlaatuisena yksilönä.”

”Alan ammattitaitoa sekä mahtavat sosiaaliset taidot sekä vahva eettisyys.”

”Lakien tuntemusta, hyviä vuorovaikutustaitoja, ammatillisen kehittymisen halua ja ammatillista rohkeutta.”

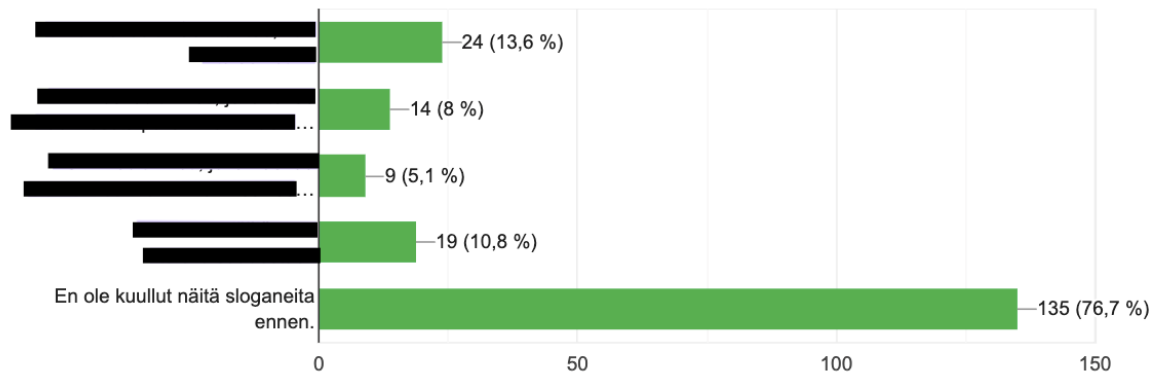
”Sosiaalialan tai terveydenhoitoalan koulutus. Täytyy olla palveluhenkinen, ihmisten kanssa toimeen tuleva ja pitää osata tiimissä työskennellä. Sosiaalialan lakia pitää hallita hyvällä tasolla. Myös palveluohjaus on tärkeä.”

”Kiinnostusta tärkeään työhön. Halu tehdä työtä ja auttaa ihmisiä. Vuorovaikutustaitoja. Tulee toimeen erilaisten ihmisten kanssa.”

”Asiakaslähtöinen työote, avoin mieli, ajatus jatkuvasta oppimisesta.”

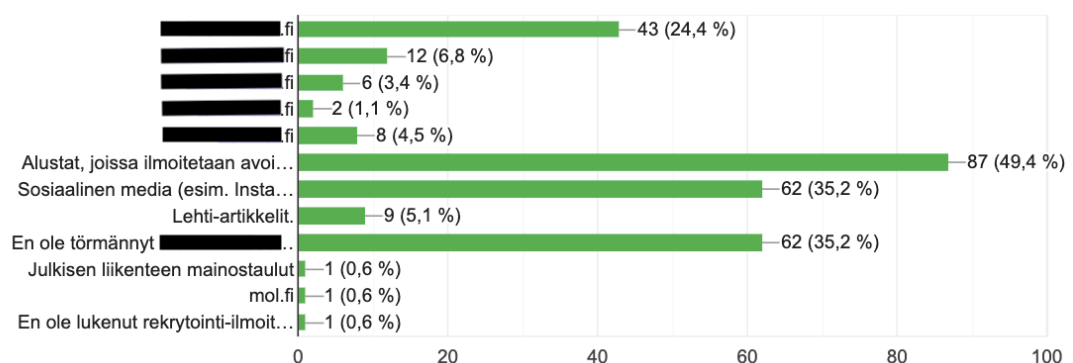
”Työntekijän pitää ymmärtää myös yrityksen liiketoimintaa.”

Kyselyssä kartoitettiin myös toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen sloganeiden tunnettuutta. Vastauksia tähän kysymykseen saatiin yhteensä 201, joten osa vastaajista oli valinnut yhden tai useamman entuudestaan kuullun sloganin, mutta suurin osa vastaajista oli kuitenkin valinnut vaihtoehdon ”En ole kuullut näitä sloganeita ennen” (kuvio 9). Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen sloganeiden tunnettuus oli opiskelijoiden keskuudessa siis melko vähäistä. 135 vastaajaa eli (76,7 %) ei ollut kuullut sloganeita ennen. Tunnetuin oli vanhusten asumis- ja hoivapalveluiden slogan, jonka oli kuullut 24 opiskelijaa, (13,6 %). Toiseksi tunnetuin oli lastensuojelu- ja perhepalveluiden slogan, jonka oli kuullut 19 opiskelijaa, (10,8 %). Mielenterveys- ja päihdekuntoutujien asumispalvelujen sloganin oli kuullut 14 opiskelijaa (8 %). Vammaisten asumispalvelujen sloganin oli kuullut 9 vastaajaa (5,1 %).



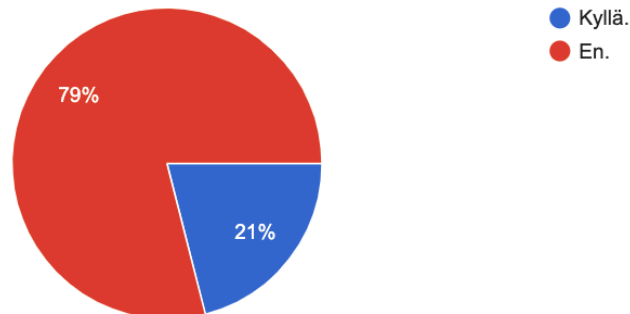
Kuvio 9: Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen sloganeiden tunnettuus opiskelijoiden keskuudessa.

Vastaajista suurin osa eli 87 vastaajaa (49,4 %) oli törmännyt toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen rekrytointi-ilmoitukseen alustoilla (kuvio 10), joissa ilmoitetaan avoimista työpaikoista (esim. Duunitori, Oikotie, Mol.fi). Seuraavaksi eniten työpaikkailmoitukseen oli törmätty sosiaalisessa mediassa (esim. Instagram, Facebook). Näin oli vastannut 62 opiskelijaa (35,2 %). Toimeksiantajayrityksen omilta Internet-sivuilta oli löytänyt työpaikkailmoituksia 43 opiskelijaa (24,4 %). Lehtiartikkeleista 9 opiskelijaa (5,1 %) oli löytänyt toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen työpaikkailmoituksia. Sosiaalipalvelujen omilla Internet-sivuilla oli törmätty vähäisesti työpaikkailmoitukseen; vanhus- ja hoivapalvelut 12 opiskelijaa (6,8 %), lastensuojelu- ja perhepalvelut 8 opiskelijaa (4,5 %), mielenterveys- ja päihdekuntoutujien asumispalvelut 6 opiskelijaa (3,4 %) ja vammaisten asumispalvelut 2 opiskelijaa (1,1 %). Vastaajista 62 opiskelijaa eli (35,2 %) ei ollut törmännyt toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen työpaikkailmoitukseen ollenkaan. Opiskelijoiden itse lisäämiä vaihtoehtoja olivat ”julkisen liikenteen mainostaulut”, johon oli vastannut yksi opiskelija (0,6 %), ”mol.fi”, johon oli vastannut 1 opiskelija (0,6 %) sekä ”En ole lukenut rekrytointi-ilmoituksia”, johon oli siihenkin vastannut 1 opiskelija (0,6 %).



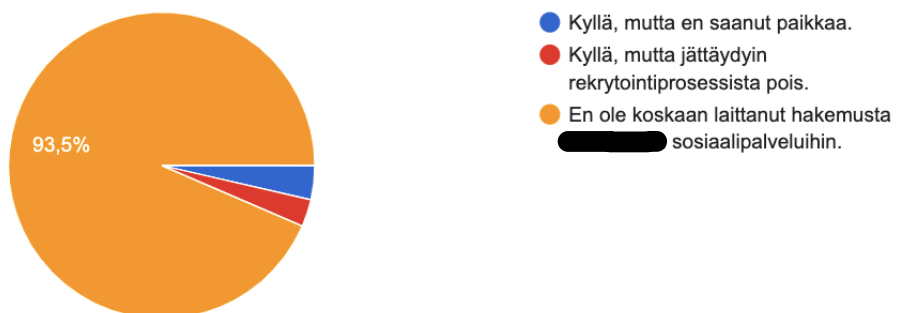
Kuvio 10: Alustat ja paikat, joissa opiskelijat ovat törmänneet toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen rekrytointi-ilmoitukseen.

Vastaajista suurin osa eli 79 prosenttia ei ole ollut toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluissa töissä tai työharjoittelussa (kuvio 11). Jäljelle jäävät 21 prosenttia vastaajista on ollut toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluissa töissä tai työharjoittelussa.



Kuvio 11: Vastaajien jakautuminen kysymykseen ”Oletko ollut toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluissa töissä tai työharjoittelussa?”

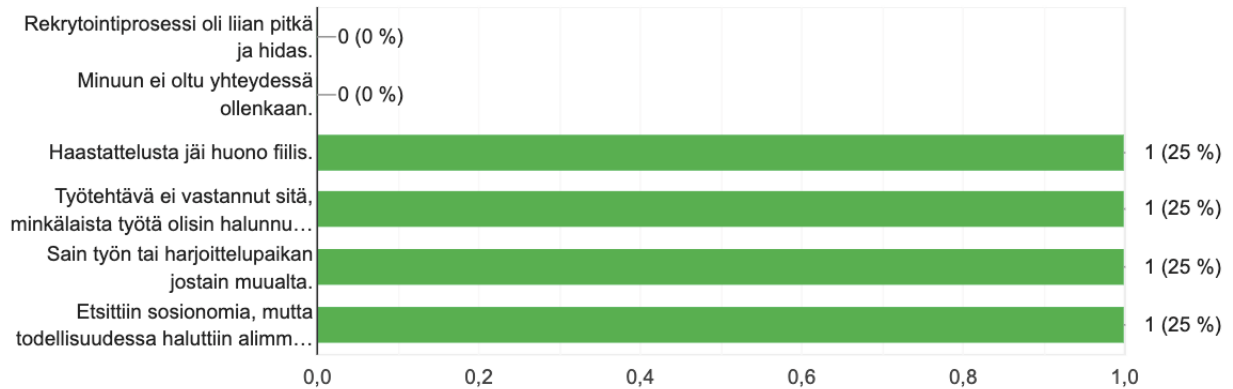
Niistä vastaajista, jotka eivät ole työskennelleet tai olleet työharjoittelussa toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluissa, valtaosa eli 93,5 prosenttia ei ole koskaan edes laittanut työ- tai työharjoitteluhakemusta toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluihin (kuvio 12). 3,6 prosenttia tähän jatkokysymykseen vastanneista on joskus laittanut hakemuksen, muttei ollut saanut paikkaa. 2,9 prosenttia jatkokysymykseen vastanneista on laittanut hakemuksen, mutta jättäytyi kesken pois rekrytointiprosessista.



Kuvio 12: Jatkokysymys edelliseen: vastaajien jakautuminen sen mukaan, ovatko he koskaan laittaneet työhakemusta toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluihin (jatkokysymys niille vastaajille, jotka eivät ole koskaan työskennelleet toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluissa).

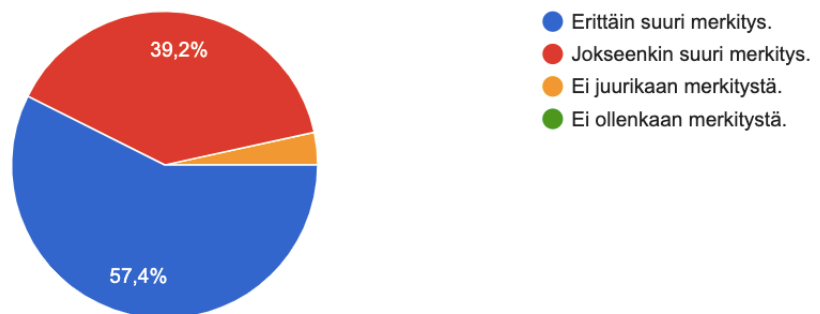
Niistä vastaajista (4 vastaajaa), jotka jättäytyivät rekrytointiprosessista kesken pois, valitsivat kaikki syyksi eri syyn (kuvio 13). Yhdelle vastaajista (25 %) jäi huono fiilis haastattelusta. Yhdelle vastaajista (25 %) työtehtävä ei vastannut sitä, minkälaista työtä olisi halunnut päästä tekemään. Yksi vastaajista (25 %) sai työ- tai harjoittelupaikan muualta. Yksi

vastaajista (25 %) lisäsi oman syyn, jonka vuoksi jättäytyi pois rekrytoinnista: ”Etsittiin sosionomia, mutta todellisuudessa haluttiin alimman palkkaluokan työntekijä tekemään likaisin hoitotyö”. Kukaan vastaajista ei kokenut, että rekrytointiprosessi olisi ollut liian pitkä eikä syynä kenellekään vastaajista ollut myöskään se, ettei heihin oltu yhteydessä.



Kuvio 13: Jatkokysymys edelliseen: vastaajien syyt rekrytoinnista pois jäämiseen.

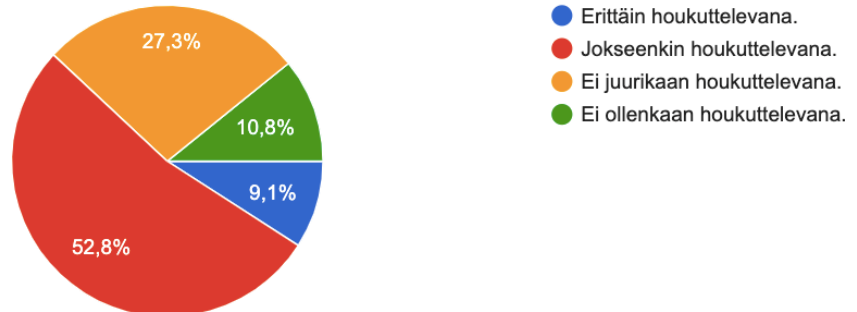
Vastaajien mielipide siitä, miten paljon työnantajamielikuva vaikuttaa heidän hakiessaan töitä vaihteli enimmäkseen kahden vaihtoehdon välillä; sillä oli joko erittäin suuri merkitys tai jokseenkin suuri merkitys (kuvio 14). Erittäin suuri merkitys työnantajamielikuvalla oli 57,4 prosentille vastaajista ja jokseenkin suuri merkitys 39,2 prosentille vastaajista. Työnantajamielikuvalla töitä hakiessa ei ole juurikaan merkitystä 3,4 prosentille vastaajista. Kukaan vastaajista ei ajatellut, että työnantajamielikuvalla ei ole ollenkaan merkitystä.



Kuvio 14: Vastaajien mielipide työnantajamielikuvan merkityksestä töitä hakiessa.

Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työpaikkana nähtiin vastaajien kesken eri tavoin. 52,8 prosenttia vastaajista, eli vastaajista suurin osa, piti toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluja jokseenkin houkuttelevana työpaikkana (kuvio 15). 27,3 prosenttia vastaajista ei pitänyt toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluja juurikaan houkuttelevana työpaikkana. 10,8 prosenttia vastaajista ei pitänyt toimeksiantajayrityksen

sosiaalipalveluja ollenkaan houkuttelevana työpaikkana, ja 9,1 prosenttia vastaajista piti näitä palveluja erittäin houkuttelevana työpaikkana.



Kuvio 15: Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen houkuttelevuus vastaajien kesken.

Niille vastaajille, jotka vastasivat toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen houkuttelevuuteen työpaikkana ”ei juurikaan houkuttelevana” ja ”ei ollenkaan houkuttelevana” (yhteensä 67 vastaajaa) kyselyssä seurasi jatkokysymys, jossa kysyttiin syitä siihen, miksi toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelut eivät ole heidän mielestään houkutteleva työpaikka. Osa vastaajista ei kokenut, että heille olisi näissä palveluissa heitä itseään kiinnostavaa työtä. Vastauksissa ilmeni paljon sellaisia mielipiteitä ja ajatuksia, jotka perustuvat kuultuun ja huhuihin. Monissa tällaisissa vastauksissa otettiin kantaa yrityksen maineeseen:

”Yrityksen palvelujen maine on heikko.”

”Yrityksellä on huono maine, mieleen tulee työntekijäpula, haamuhoitajat ja säästöt, jotka vaikuttavat asiakkaiden arkeen.”

”Yrityksen maineen vuoksi: kodinomaisten, yksilöllisten, pienten yritysten ostaminen, työntekijöiden ja asiakkaiden riistäminen.”

”Olen kuullut yrityksen hoivakodeista vain huonoa palautetta, enkä tämän vuoksi haluaisi työskennellä yrityksessä.”

Moni vastaajista perusteli valintaansa mielikuvien perusteella. Opiskelijoiden mielikuvat liittyivät vahvasti siihen, miten he näkevät yksityiset sosiaali- ja terveystaloiden tuottajat ja suuret yritykset ylipäätään:

”Mielikuva isosta pörssissä olevasta yrityksestä on väistämättä erilainen, kuin esimerkiksi yhteiskunnallisesta yrityksestä. Toteutuuko aito asiakaslähtöisyys vai tapahtuuko toiminta rahan ehdoilla?”

”Mielikuva ahneesta ja työntekijöitä ja asiakkaita hyväksi käyttävästä yhtiöstä.”

”Mielikuva yrityksestä on se, että se tavoittelee voittoa asiakkaiden kustannuksella. Liian vähän resursseja laadukkaaseen hoitoon.”

”Jostain syystä yksityisestä työnantajasta on jäänyt hieman epävarma kuva ylipäättänsä. Toisaalta kokeilemalla saisi oikean kuvan.”

”Tulee tunne, että koska on iso ketju niin raha ratkaisee.”

”Pidän (jostain syystä) kunnan paikkoja varmempina ja parempi palkkaisina.”

”Koska mielikuva yrityksen terveystalvuuksista on hyvin kielteinen ja se heijastuu yrityksen sosiaalipalvelujen houkuttelevuuteen kielteisesti.”

Osa vastauksista taas perustui omaan työkokemukseen tai työharjoittelukokemukseen tai esimerkiksi kavereiden tai puolison kokemuksiin työnantajasta. Näissä vastauksissa korostuivat työilmapiiriin, esihenkilötyöskentelyyn ja työhyvinvointiin liittyvät kokemukset.

”Yrityksen palvelujen maine on heikko. Kaverini on myös ollut yrityksen kotihoidossa töissä ja häneltä olen kuullut paljon siellä olevista epäkohdista. Tulee tunne, ettei hoitajilla ole riittävää osaamista, lähes kuka tahansa otetaan töihin, kun on pula hoitajista ja asiakkaat saavat heikkoa hoitoa ja lääkevirheitä sattuu.”

”Kuullut huonoja kokemuksia yrityksessä työskenteleviltä, tullut kuva että raha ja tuotot ratkaisevat, jolloin työntekijöiden palkkaus ja hyvinvointi sekä joskus asiakkaidenkin hyvinvointi on toissijainen asia. Myös lähiesimiestyöskentelyä on kuvattu joissain tapauksissa puutteelliseksi.”

”Harjoittelun kautta näin että siellä on huono työilmapiiri, työntekijät ovat uupuneita, liian vähän henkilökuntaa, asiaton käytös esimiehiltä ja myöhemmin muilta opiskelijoilta sote alalta jotka kokivat samaa.”

”Ollessani työharjoittelussa koin, ettei työntekijät saaneet tukea esihenkilöiltään.”

”Nykyinen työnantaja, eikä ole antanut itsestään hyvää kuvaa millään osa-alueella.”

”Mahdollisuus tehdä asioille jotain oli olematon. Ei ollut laitteita edes verensokerin mittaamiseen. Henkilökunta ei ollut kiinnostunut kokonaisvaltaisesta hoidosta. Haavahoidon ammattimaisuutta ei näkyvissä. Asukkaiden itsemääräämisoikeus sananhelinää.”

”Mieheni työskentelee yrityksessä henkilökohtaisena avustajana ja asiat eivät ole sujuneet asiakkaiden tai työntekijöiden kannalta usein ihanteellisesti. Tämä saa hieman itsellä karvat

pystyy yritystä työnantajana pohtiessa. Tosin sosiaalipuolella en tiedä miten siellä asiat ovat toimineet.”

Hyvin monessa vastauksessa otettiin kantaa palkkaukseen. Opiskelijat olivat sitä mieltä, että yritys ei tarjoa kilpailukykyistä palkkaa:

”Palkkaus. Vaihtuvat esimiehet. Koko yrityksen rakenne. Liikaa väliportaita organisaation kehittämisen seurauksena.”

”Matala palkkataso ja yksiköt eivät vaikuta mielenkiintoisilta.”

”Palkkaus on kuulemma huonompi kuin muualla.”

”Yksityisen huonompi palkkaus, edut ja lomat. Tarkoitus tehdä vain rahaa osakkailleen.”

”Itse sain kohtuu hyvää palkkaa, mutta esim. osa kollegoista sai huonoa palkkaa kun eivät vaatineet enempää, ja osa sai todella suuria hälyrahoja, jotka eivät olleet oikeudenmukaisia.”

”Työntekijälle asetetut vaatimukset/toiveet eivät ole sopusuhteessa sen kanssa, mitä työntekijä saa vastineeksi. Esim palkka alan kehnoimpia, muut etuisuudet alan minimin mukaan.”

”Palkkaus on aliarvoinen, ei ollenkaan hoitajan arvolle sopiva eikä kulje käsi kädessä työtehtävien vaatimusten takia. Lisäksi kokemukset yrityksestä työnantajana eivät kentällä ole todellakaan mairittelevia (kiire, hoitajamitoituksen toteutumattomuus, ”haamuhoitajat” listoilla, paljon kouluttamattomia hoitajia töissä, sijaisten huono kohtelu ja perehdytys...).

Joissakin vastauksissa perusteltiin omaa vastaustaan edelliseen kysymykseen sillä, ettei ole tarpeeksi tietoa toimeksiantajasta ja sen sosiaalipalveluista. Osa opiskelijoista ei siis pystynyt pitämään toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluja houkuttelevana työpaikkana, sillä eivät olleet koskaan kuullut palveluista tai tieto niistä on vähäinen:

”Tunnen kovin huonosti yrityksen sosiaalipalveluja ja koen, että minua ei ole myöskään opiskelijana tavoiteltu aktiivisesti heidän taholtaan. Vrt. esim tradenomiksi opiskellessani työnantajat olivat aktiivisemmin yhteydessä sekä ennen että jälkeen valmistumisen.”

”Minulle aivan tuntematon, en oikeastaan osaa sanoa mitään.”

Opiskelijoilla oli samankaltaisia ajatuksia siitä, miten toimeksiantajayrityksen houkuttelevuutta työpaikkana voitaisiin parantaa, tosin muutamia yksittäisiäkin ideoita ja kommentteja vastausten seasta löytyi. Tähän avoimeen kysymykseen saatiin vastaus

neljätkymmeneltäseitsemältä opiskelijalta. Valtaosassa vastauksissa mainittiin palkka, työntekijöiden lisääminen ja työolojen parantaminen.

”Käytännön teot. Työntekijöiden palkkojen parantaminen ja työntekijöiden lisääminen yrityksen voittojen kustannuksella olisivat hyviä kohtia aloittaa. Yksityisen sosiaalialan palkat ovat heikommalla kuin kunnalla, joten työntekijöiden vähyyttä on sinällään turha ihmetellä.”

”Korkeammalla palkalla ja riittävällä henkilöstömäärällä. Kukaan ei halua työskennellä kiireessä, paineen alla vajaalla miehityksellä.”

”Suurempi palkka.”

”Rahaa lisää. Henkilöstöasiat kuntoon.”

”Enemmän resursseja, paremmat palkat, aikaa asiakkaan laadukkaaseen hoitoon.”

”Perusasiat kuntoon. Palkka ajallaan ja esihenkilöiksi sellaisia ihmisiä, jotka osaavat johtaa henkilöstöä eivätkä välttele vastuutaan ja vaikeita asioita.”

”Palkkaus ja työolot kuntoon.”

”Lähdetään siitä palkasta.”

”Palkat kuntoon ja työntekijöiden olot kuntoon! Puskaradio ja nykyisten hoitajien mielipiteet kiirivät kyllä pitkälle. Lisäksi panostaisin paljon sijaisten vastaanottoon; kattavat perehtymishojeet, vaikka edes kansiot asiakkaista ja käytännöistä ja aikaa perehtyä niihin.”

”Sijainti, riittävä palkkaus ja viihtyisä työympäristö houkuttelevat varmaan ketä tahansa.”

”Työoloja paremmaksi. Luvattua laatua pitäisi pystyä tarjoamaan. Ihmisten hoitaminen ei voi olla bisnestä.”

”Tukemalla jaksamista. Lisäämällä joko palkkaa, kannustimia tai työvoimaa.”

Osa vastaajista ehdotti aktiivisempaa viestintää etenkin opiskelijoille. Vastaajien mielestä olisi tärkeää kuulla yrityksistä ja työtehtävistä jo opiskeluiden aikana. Mainostaminen ja tunnettuuden lisääminen mainittiin monessa vastauksessa. Myös maineen parantaminen nousi monessa vastauksessa esiin.

”Lisäämällä tunnettuutta ja luomalla kontaktia sosionomiopiskelijoihin (etenkin aikuisopiskelijoihin) jo opintojen aikana.”

”Ehkä selkeä mainostus siitä, kuinka työntekijät otetaan huomioon (lisäkoulutusmahdollisuudet, työsuhte-edut, vaikutus mahdollisuudet).”

”En oikein osaa tähän vastata, sillä en tiedä miten näitä työpaikkoina tällä hetkellä kuvataan tai mainostetaan. Mutta tietenkin positiiviset asiat sekä asiakkaiden näkemykset (neg ja pos) on kiva tietää etukäteen. Myös työn kuormittavuus sekä haastavuus on hyvä tietää ennen töihin hakemista.”

”Kertoa enemmän työnkuvasta.”

”Tuomalla omaa brändiä selvästi erilleen konseptin ”yritys” alta. Somemainontaa parantamalla.”

”Varmastikin siten, että lupaukset mitä sosiaalipalvelut antavat toteutuisi.”

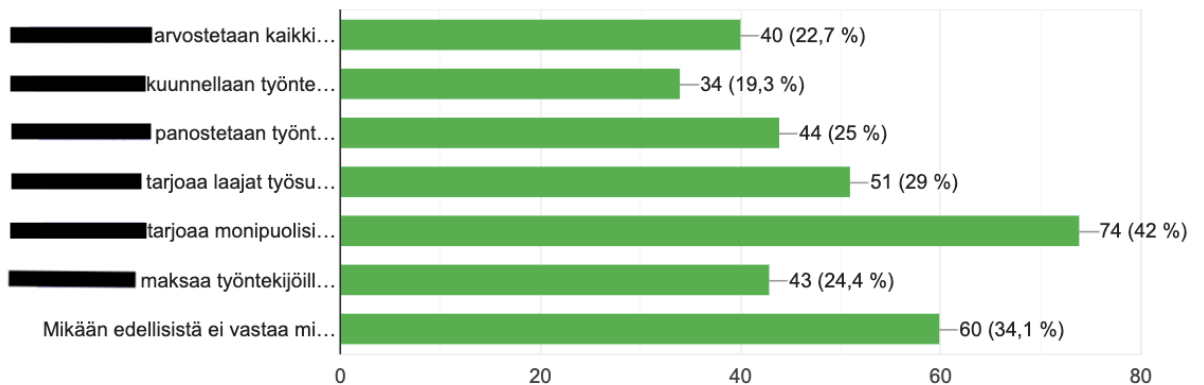
”Täytyisi ainakin tehdä itseään tunnetummaksi.”

”En itse tunne yhtään yrityksen sosiaalipalveluja. Huonoja kokemuksia terveys- ja avustajapuolelta kuulleena päässä soi pieni epäily kannattaako yritykseen hakea vaikken tiedäkään millaista se olisi sosiaalipuolella.”

”Osoittamalla käytännössä olevansa ja toimivansa arvojen mukaisesti. Lisäksi haluaisin kuulla muilta hyvää palautetta, kun olen kuullut valitettavasti paljon paljon huonoa.”

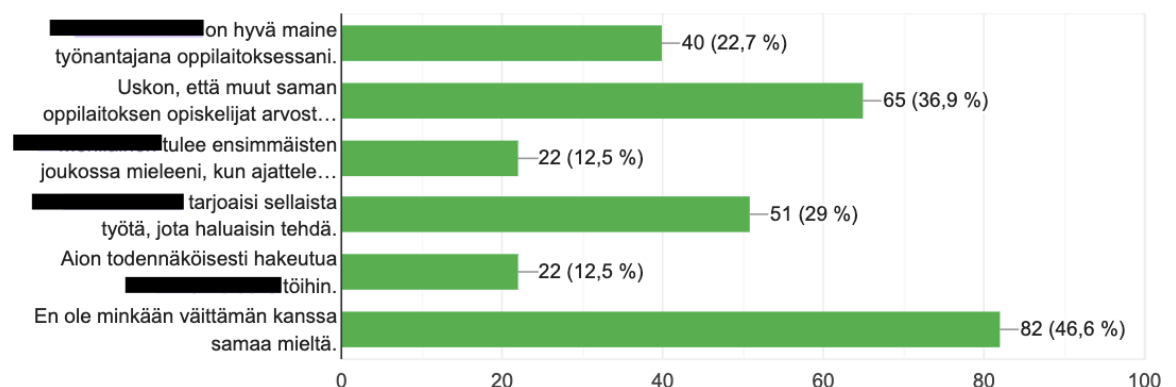
”Parantamalla mainetta konkreettisten tekojen kautta.”

Hahmotettaessa toimeksiantajayrityksen työnantajamielikuvaa opiskelijoiden keskuudessa kyselyyn oli sisällytetty muutamia perusaiheita, jotka liitetään työnantajamielikuvan muodostumiseen. Näistä vaihtoehtoista opiskelija sai valita yhden tai useamman, tai vaihtoehtoisesti vastausvaihtoehdon ”mikään edellisistä ei vastaa mielikuvaani yrityksestä työnantajana”. Vaihtoehtoja oli ruksittu yhteensä 346 kertaa, joten ainakin osa vastaajista oli valinnut useamman kuin yhden vaihtoehdon (kuvio 16). Kaikista eniten vastaajat uskoivat siihen, että toimeksiantajayritys tarjoaa monipuolisia urapolkuja. Näin oli ajatellut 42 prosenttia vastaajista. Seuraavaksi eniten kannatusta oli saanut vaihtoehto ”mikään edellisistä ei vastaa mielikuvaani yrityksestä työnantajana”. Näin oli vastannut 60 opiskelijaa, eli 34,1 prosenttia vastaajista. Suhteellisen tasaisesti ääniä olivat keränneet seuraavat työnantajamielikuvaan liittyvät asiat: ”tarjoaa laajat työsuhde-edut” (29 %), ”panostetaan työntekijöiden kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin” (25 %), ”maksaa työntekijöilleen kilpailukykyistä palkkaa” (24,4 %) sekä ”arvostetaan kaikkia työntekijöitä ja esihenkilöitä tasavertaisesti” (22,7 %). Vähiten vastaajien keskuudessa uskottiin siihen, että toimeksiantajayrityksessä kuunnellaan työntekijöiden ja esihenkilöiden toivomuksia, ja pyritään toteuttamaan niitä” (19,3 %).



Kuvio 16: Vastaajien mielikuva toimeksiantajayrityksestä työnantajana.

Hahmottaessa muun muassa toimeksiantajayrityksen mainetta ja houkuttelevuutta työpaikkana oli, kuten edellisessäkin kysymyksessä, muutama aihepiiriin liittyvä väittämä. Näistä väittämistä sai valita yhden tai useamman, jonka kanssa oli samaa mieltä, tai vaihtoehtoisesti vastata ”en ole minkään väittämän kanssa samaa mieltä”. Vastauksia oli ruksittu 282 kertaa, eli osa vastaajista oli valinnut enemmän kuin yhden vaihtoehdon (kuvio 17). Eniten vastauksia keräsi ”en ole minkään väittämän kanssa samaa mieltä”. Näin vastasi 82 opiskelijaa, eli 46,6 prosenttia vastaajista. 36,9 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että uskovat muiden saman oppilaitoksen opiskelijoiden arvostavan toimeksiantajayritystä yrityksenä. 29 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että toimeksiantajayritys tarjoaisi sellaista työtä, jota haluaisi tehdä. 22,7 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että toimeksiantajayrityksellä on hyvä maine oppilaitoksessaan. 12,5 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että toimeksiantajayritys tulee ensimmäisten joukossa mieleen, kun ajattelee mahdollista tulevaa työnantajaansa, ja saman verran vastaajista (12,5%) oli sitä mieltä, että aikoo todennäköisesti hakeutua toimeksiantajayritykseen töihin.



Kuvio 17: Toimeksiantajayrityksen maine ja houkuttelevuus työpaikkana.

Viimeisessä kysymyksessä tiedusteltiin opiskelijoiden työpaikalle asetettuja kriteerejä, ja vastaaja sai halutessaan myös kertoa omin sanoin, minkälainen olisi hänen mielestään unelmien työpaikka. Tähän avoimeen kysymykseen saatiin 136 vastausta. Vastauksissa toistuivat usein seuraavat asiat: kilpailukykyinen palkka, kouluttautumismahdollisuudet, työuralla eteneminen, kattavat työsuhde-etuudet ja hyvä työilmapiiri. Tärkeänä pidettiin helposti lähestyttävää esimiestä, joka pitää työntekijöiden puolia. Suuri osa vastaajista toivoo vakituista työsuhdetta, kun taas osa vastaajista työskentelisi mieluummin keikkaluontoisesti tai osa-aikaisesti. Isona plussana pidettiin sitä, että voisi itse vaikuttaa omiin työvuoroihin. Asiakas- ja arvolähtöinen toiminta mainittiin useassa vastauksessa.

Tässä muutamia poimintoja vastaajien työpaikalle asetetuista kriteereistä ja unelmatyöpaikasta. Opiskelijat toivat esiin ajatuksia työsuhteen muodosta; osa arvostaisi vakituista työsuhdetta, kun osa taas toivoisi työsuhteeseen joustavuutta elämäntilanteiden mukaan (keikkatyö tai osa-aikatyö). Suuri osa vastaajista toivoisi lisäkoulutusmahdollisuuksia ja uralla etenemistä. Kilpailukykyinen palkka ja kattavat työsuhde-etuudet koettiin hyvin tärkeäksi. Omasta työpanoksesta ja onnistumisista toivottaisiin jonkinlaista palkitsemista, jotta kokisi olevansa tärkeä ja arvostettu työntekijä. Työilmapiirin merkitys on opiskelijoille suuri. Hyvä työilmapiiri koetaan työmotivaatiota nostattavaksi tekijäksi:

”Vakituinen työsuhde, kilpailukykyinen palkka, mahdollisuus edetä yrityksen sisällä, hyvä työporukka, oman ammattitaidon arvostus työpaikalla, kouluttautumismahdollisuus.”

”Vakituinen sopimus, mahdollisuus uralla etenemiseen, mahtava työporukka, oikeudenmukainen ja hyvä esimies, mahdollisuus saada vastuuta erityisosaamisesta, mahdollisuus rahallisiin palkkioihin hyvästä työsuorituksesta, työyhteisö ja esimies huomioi hyvät saavutukset, työyhteisön tavoitteellisuus.”

Arvolähtöinen, asiakaslähtöinen, kehittyvä, nopeasti muuttuva ja mukautuva. Omaa kehittymistä ja itseohjautuvuutta tukeva, hyvä työsuhde-edut oman jaksamisen ja terveyden näkökulmasta, työnteon joustavuus.”

”Tässä elämäntilanteessa arvostan työsuhteen vapautta, sitä että pääsee keikkatöihin ja saa testata eri uramahdollisuuksia. Toisaalta kauempana tulevaisuudessa arvostan mahdollisuutta edetä uralla samassa työpaikassa ja olla osana vaikka joitain projekteja. Työilmapiiriin tulisi olla kunnossa ja hyvän työilmapiirin ylläpidon pitäisi olla yksi kehityksen- ja ylläpidon kohteista aina. Esihenkilöstön tulisi olla helposti lähestyttävä, samaistuttava ja luotettava. Työsuhde-edut viestisivät, että olen työntekijänä tärkeä ja auttaisivat minua tulevan työni toteuttamisessa.”

”Sijainti, työmatkan sujuvuus, pysäköintimahdollisuus. Työsuhde olisi vakituinen, vuorotyö tai mahdollisesti yötyö. Työ tarjoaa haasteita. Itsenäinen työvuorosuunnittelu on plussaa.

”Ilmainen työpaikkaruokailu olisi paras etu. lounasseteli kakkosena, Virikeseteli sekä työpaikan virkistäytymisillat/pikkujoulut yms. Työpaikan yhteishenki tärkeä.”

”Hyvästä työstä palkitaan, etenemismahdollisuudet, työsuhde-edut.”

”Työolosuhteiden turvallisuus, kilpailukykyinen (oikeasti) sosionomin palkka, työn palkitsevuus, esihenkilöiden johtamistaidot.”

”Työpaikkaviihtyvyys ja palkka.”

”Riittävä perehdytys, riittävä henkilöstön määrä, hyvät työsuhde-edut, mahdollisuudet edetä uralla, mahdollisuus kouluttautua lisää. Työntekijöiden hyvinvointiin panostaminen. Ei kiitoskorteilla, vaan konkreettisilla teoilla.”

”Voittoa tavoittelematon. Kunta, järjestö tai säätiö.”

”Minut halutaan sinne töihin ja hyvästä työntekijästä myös halutaan pitää kiinni, mikä näkyy kannustamisena, kiittämisenä ja kouluttautumisena. Palkka on kilpailukykyinen. Molemminpuolinen jousto (esim. työaika). Etenemismahdollisuudet halukkaille, osaamisen kehittäminen. Tiimihengen tietoinen vahvistaminen.”

”Hyvä ilmapiiri, työnantajaa kiinnostaa aidosti työntekijöiden hyvinvointi ja ongelmat otetaan vakavasti ja pyritään selvittämään pikimmiten. Palkalla ja eduilla ei ole yhtä paljon väliä kuin työn mielekkyydellä ja työyhteisön ilmapiirillä.”

”Mahdollisuus vaikuttaa työvuoroihin, työkuvan mukainen palkkaus, monipuoliset työsuhde-edut (etenkin liikunta- ja kulttuuriedut), avoin ilmapiiri, jossa epäkohtiin puututaan, mahdollisuus vaikuttaa ja kehittyä työssään. Siinä ainakin muutamia, mitä tulee mieleen. Niin ja ymmärtäväinen esimies, joka tietää mitä ”kenttätyöläisten” työ oikeasti on.”

”No unelmien työpaikka olisi semmoinen että esimiehet olisivat kunnolla koulutettuja ja osaisivat pitää työntekijät hyvällä mielellä ja puuttua epäkohtiin.”

8 Tutkimustulosten yhteenveto

Tämän kyselytutkimuksen tuloksista tehdään yhteenveto, jossa käsitellään toimeksiantajayrityksen kannalta merkittävimmät näkökulmat. Yhteenvedossa keskitytään vahvasti tutkimusaineiston yhteneväisyyksiin.

8.1 Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen tunnettuus opiskelijoiden keskuudessa

Opiskelijat kehottivat tämän tutkimuksen toimeksiantajayritystä viestimään aktiivisemmin yrityksen palveluista ja sen tarjoamista työtehtävistä opiskelijoille. Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen tunnettuutta olisi hyvä siis lisätä opiskelijoiden keskuudessa, jotta koulutuslaitoksista saataisiin valmistuneita ammattilaisia toimeksiantajan rekrytointeihin mukaan enemmän.

Avoimista vastauksista selvisi, että yrityksen sosiaalipalvelut ovat täysin tuntemattomia osalle vastaajista, eivätkä sen vuoksi osanneet ottaa kantaa esimerkiksi siihen, olisiko yrityksen sosiaalipalvelut heille potentiaalinen tuleva työpaikka. Yrityksen sosiaalipalvelujen sloganien tunnettuus oli yleisesti ottaen vähäistä opiskelijoiden keskuudessa; vastaajista valtaosa ei ollut koskaan kuullut yrityksen sosiaalipalvelujen sloganeja ennen.

8.2 Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työpaikkana

Suurin osa vastaajista koki, että toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelut ovat jokseenkin houkutteleva työpaikka. Houkutteleva työpaikka tarkoittaa jokaiselle ihmiselle eri asioita, mutta jos peilataan tästä tutkimuksesta saatuja tutkimustietoja aiemmin tehtyihin tutkimuksiin aiheesta, voidaan todeta, että samat teemat houkuttelevasta työpaikasta toistuvat.

Yksi suurimmista kriteereistä on palkkaus ja henkilöstöedut. Opiskelijat kokivat, että alalla palkka ei vastaa useinkaan työn vaativuutta. Tässä voidaan kuitenkin pohtia sitä, että koska alalla ylipäätään palkan koetaan olevan liian matala työn vaativuuteen nähden, kohdistuuko kritiikki puhtaasti toimeksiantajayrityksen palkkatasoihin vai alan palkkatasoon yleisesti.

Henkilöstöedut koettiin opiskelijoiden keskuudessa tärkeiksi, ja hyvät henkilöstöedut tarkoittivat eri vastaajille erilaisia asioita. Työhyvinvointiin liittyvät panostukset nähdään tärkeänä, mutta myöskin jotkin vapaa-ajalle ulottuvia etuja toivottiin, kuten kulttuuri- ja liikuntaetuja.

Työtehtävien tulisi opiskelijoiden mielestä vastata omaa osaamista, ja työtehtäviä pitäisi olla mahdollista tehdä omien kiinnostusten mukaan. Jatkuva osaamisen kehittäminen ja syventäminen omien kiinnostusten mukaan koettiin tärkeäksi. Houkutteleva työnantaja tarjoaisi koulutusmahdollisuuksia ja mahdollisuuksia edetä urallaan. Tiedusteltaessa toimeksiantajayritykseen liittyviä mielikuvia vastaajat olivat eniten sitä mieltä kaikista väittämistä, että uskovat toimeksiantajayrityksen tarjoavan monipuolisia urapolkuja.

Joustava työnantaja koettiin vastaajien keskuudessa houkuttelevaksi tekijäksi työpaikkaa valitessa. Joustavuus tarkoittaisi vastaajille muun muassa sitä, että työvuoroihin saisi vaikuttaa itse, ja työtä voisi tehdä joustavasti eri elämäntilanteiden mukaan.

Yrityskulttuurin tärkeys nousi opiskelijoiden vastauksissa usein, ja erityisesti asiakaslähtöinen yritystoiminta koettiin erittäin tärkeäksi. Opiskelijoiden mielestä työnantajan arvojen tulisi vastata totuutta, ja tarvittaessa arvoja tulisi kehittää. Opiskelijoiden mielestä tärkeää on, että luvattua laatua tarjotaan.

Opiskelijoiden vastauksissa nousi erittäin usein työilmapiirin vaikutus työn mielekkyyteen. Työntekijöiden kohtelu on opiskelijoiden mielestä merkittävä tekijä työpaikassa viihtymiseen, ja heidän mielestään työnantajan tulisi kiinnittää huomiota ilmapiiriin ja tarvittaessa puuttua asiaan. Joissakin vastauksissa kerrottiin omakohtaisia kokemuksia toimeksiantajayrityksestä, esimerkiksi työharjoittelun kautta saadun kokemuksen perusteella. Nämä vastaajat kokivat, että toimeksiantajayrityksen työilmapiirissä olisi parannettavaa. Työyhteisön ilmapiiri koettiin vastaajien joukossa niin tärkeäksi tekijäksi työpaikkahoukuttelevuuteen liittyen, että erittäin tärkeäksi koetusta kilpailukykyisestä palkasta ja kattavista työsuhde-etuuksista oltaisiin valmiita jopa luopumaan, jos vain ilmapiiri työpaikalla olisi hyvä.

Saatu tutkimusaineisto vastaa pitkälti aiemmin tehtyjen tutkimusten tuloksia. Houkutteleva työpaikka tarjoaa kilpailukykyisen palkan ja kattavat työsuhde-etuudet sekä mahdollisuuden lisätä osaamista ja edetä uralla. Houkuttelevassa työpaikassa työyhteisön ilmapiiri kukoistaa sekä työnantaja ja esihenkilöt ovat työntekijöiden tukena. Houkuttelevan työnantajan arvot vastaavat totuutta, asiakkaita kohdellaan tasa-arvoisesti ja yksilöllisesti sekä heille tarjotaan laadukasta hoitoa ja apua.

8.3 Toimeksiantajayrityksen työnantajamielikuva opiskelijoiden keskuudessa

Valtaosalla tutkimukseen osallistuneista ei ole omakohtaista kokemusta toimeksiantajayrityksessä työskentelystä. Tämä kertoo siitä, että suurin osa kyselylomakkeen vastauksista koskien toimeksiantajayrityksen työnantajamielikuvaa perustuvat johonkin muuhun kuin omiin kokemuksiin yrityksestä. Näitä muita tekijöitä, jotka muodostavat mielikuvia yrityksestä voivat olla muun muassa huhut ja puskaradio. Vastaajien mielikuvat toimeksiantajayrityksestä voivat olla muodostuneet myös esimerkiksi siitä, millaisena henkilö näkee yksityiset sosiaali- ja terveyspalvelujen tuottajat yleisesti tai vaikkapa minkälaisena henkilö näkee suuret yritykset työnantajana. Osa vastaajista oli jopa sitä mieltä, että suuri yksityinen yritys ei voi tuottaa sosiaali- ja terveyspalveluja asiakaslähtöisesti, sillä yrityksillä on ensisijaisena tavoitteena tehdä rahaa osakkailleen. Siltikin vastaajat jakautuivat hyvin tasaisesti, kun kyselylomakkeessa tiedusteltiin eri sektoreiden kiinnostavuutta työnantajana; julkinen ja yksityinen sektori nähtiin vastaajien kesken melkein yhtä kiinnostavina.

Työnantajamielikuvan selvityksen apuna kyselylomakkeessa kerrottiin muutamia väittämiä toimeksiantajayrityksestä. Väittämät perustuivat sellaisiin seikkoihin, joilla voidaan mitata työnantajamielikuvia. Nämä väittämät liittyivät työntekijöiden ja esihenkilöiden arvostamiseen ja kuuntelemiseen, työntekijöiden ja esihenkilöiden työhyvinvoinnin

panostamiseen, työsuhte-etuuksien tarjoamiseen, urapolkujen monipuolisuuteen ja palkkauksen kilpailukykyyn. Vastajat uskoivat eniten siihen, että toimeksiantajayritys tarjoaa työntekijöilleen monipuolisia urapolkuja.

Työnantajamielikuvan selvityksessä käytettiin apuna myös sellaisia väittämiä, jotka kertovat siitä, miten potentiaalisena työpaikkana toimeksiantajayritys nähdään sekä minkälainen maine toimeksiantajayrityksellä on. Väittämien avulla selvitettiin, minkälainen maine toimeksiantajayrityksellä on työnantajana omassa oppilaitoksessa, ja arvostavatko muut opiskelijat toimeksiantajayritystä yrityksenä. Väittämien avulla haluttiin myös tietoa siitä, tuleeko toimeksiantajayritys ensimmäisten joukossa vastaajan mieleen, kun hän ajattelee tulevaa työnantajaa, tarjoaisiko toimeksiantajayritys sellaista työtä, jota vastaaja haluaisi päästä tekemään ja että aikooko vastaaja todennäköisesti hakeutua toimeksiantajayritykseen töihin. Eniten näistä edellä mainituista väittämistä uskottiin, että muut saman oppilaitoksen opiskelijat arvostavat toimeksiantajayritystä yrityksenä, ja että toimeksiantajayritys tarjoaisi sellaista työtä, jota haluaisi tehdä.

Valtaosalla tutkimukseen osallistuneista opiskelijoista ei ole kokemusta toimeksiantajayrityksessä työskentelystä, eivätkä ole suorittaneet harjoittelua toimeksiantajayrityksessä, joten suurin osa vastauksista perustuu opiskelijoiden mielikuviin. Suurimmalle osalle vastaajista työnantajamielikuvan merkityksellä työnhakuun on erittäin tai jokseenkin suuri merkitys. Tämä tieto on linjassa sen kanssa, miten opiskelijat olivat vastanneet kyselylomakkeen työnantajamielikuvaan liittyviin kysymyksiin. Ne vastaajat, joiden mielestä toimeksiantajayrityksen työnantajamielikuva ei vastaa heidän toiveitaan, eivät myöskään uskoneet hakeutuvansa toimeksiantajayritykseen töihin tulevaisuudessa. Tätä tukee myös se tieto, että ylivoimaisesti merkittävin osa niistä opiskelijoista, joilla ei ole kokemusta yrityksestä, ei ole koskaan laittanut työ- tai työharjoitteluhakemusta toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluihin.

Työnantajamielikuvan selvitys oli tämän tutkimuksen suurimpia tavoitteita, joten opiskelijoiden mielikuvat, olivat ne sitten muodostuneet mistä tahansa lähteestä, ovat merkityksellisiä jatkotutkimusten ja työnantajamielikuvaan liittyvän kehitystyön kannalta.

9 Tutkimuksen luotettavuuden ja eettisyyden tarkastelu

Kyselylomakkeen tavoitteena on kerätä tutkimukseen tarkoituksenmukaista tietoa, ja virheiden osuus tutkimuksen toteutuksessa pyritään minimoimaan. Keskeiset virhelähteet on tunnistettava ja raportoitava, jotta myös lukija pystyy arvioimaan virheiden vaikutuksen tutkimuksen luotettavuuteen. (Taanila, A. 2019.)

Tutkimusmenetelmien luotettavuutta käsitellään yleensä validiteetin ja reliabiliteetin käsittein. Validiteetti käsittää sen, että tutkimuksessa on tutkittu sitä, mitä on luvattu ja reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten toistettavuutta. (Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2017. Luku 6.1.) Seurauksena on huono validiteetti, mikäli tutkimuksen kyselylomakkeen kysymykset eivät mittaa sitä, mitä niiden olisi tarkoitus mitata. Kyselylomakkeen vastauksissa esiintyvät virheet heikentävät mittaamisen reliabiliteettia. Näitä virheitä voi syntyä esimerkiksi väärin ymmärretyistä kysymyksistä, väärin kirjatusta vastauksista tai epärehellisistä vastauksista. Mikäli reliabiliteetti on heikko, niin myös validiteetti on heikko; virheellisillä vastauksilla ei voida mitata luotettavasti sitä, mitä on tarkoitus mitata. Kuitenkin, jos mittaamisen validiteetti on heikko, reliabiliteetti voi olla silti vahva. Eli kyselylomakkeen vastaukset voivat olla täysin totuuden mukaisia ja virheettömiä, mutta tutkimuksen validiteetti onkin heikko siksi, että on kyselylomakkeen kysymykset eivät vastaa sitä, mitä haluttiin tutkia. (Taanila, A. 2019.)

Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa muun muassa tutkimuksessa käytetyt menetelmät. Tutkijan on kyettävä perustelemaan tutkimuksessa käytettyjä menetelmiä; onko siis käytetty menetelmä luotettava keino tutkimusongelman ratkaisemiseen tai tutkimuksen toteuttamiseen. (Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Luku V.) Kaikki kyselylomakkeen kysymykset käytiin ennen kyselylomakkeen lähettämistä tutkittaville läpi toimeksiantajayrityksen kanssa. Lopullinen kyselylomake sai hyväksynnän toimeksiantajalta, ja lopputulema oli se, että kysymykset vastaavat sitä, mitä tutkimustietoa kyselylomakkeen avulla halutaan saada. Jokaiselle kyselylomakkeen kysymykselle löytyy perustelu ilmiökeskeisyydestä, viitekehuksesta ja jo tiedetystä tiedosta. Tutkimuksen kyselylomake myös testattiin ennen kyselyn lähettämistä tutkittaville. Kyselyn testauksessa eikä varsinaisessa tutkimuksessa paljastunut virhetulkintoja kysymysten sisällöstä, vaan kysymyksiin oli vastattu johdonmukaisesti.

Tutkimusaineisto kerättiin Google Forms -ohjelmalla, joka luo määrällisestä tutkimusaineistosta valmiit kuviot, jossa näkee vastausten jakautumisen prosenttein. Kuviot kertovat siis totuudenmukaisesti sen, miten vastaajat ovat kysymyksiin vastanneet, ja miten vastaukset jakautuvat.

Laadullisen tutkimusaineiston luotettavuudessa nousee nopeasti kysymykset totuudesta, objektiivisuudesta ja puolueettomuudesta. Laadullisen tutkimusaineiston tulkitsemisessa tutkijan oma subjektiivinen näkemys ei saisi vaikuttaa tutkimustulosten tulkitsemiseen liikaa. Tutkijan puolueettomuus näkyy siinä, onko tutkija pyrkinyt ymmärtämään vastauksia niin kuin ne on tarkoitettu, vai suodattuuko saatu tutkimustieto tutkijan oman kehysten läpi; vaikuttaako esimerkiksi tutkijan ikä, poliittinen asenne tai virka-asema siihen, miten hän tulkitsee tutkittavaa ilmiötä, ja siihen saatuja tutkimustietoja. (Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2017. Luku 6.1.) Tämän tutkimuksen laadullisessa tutkimusaineistossa on pyritty pitämään

mielessä koko ajan se, että saatuja vastauksia ei tule linkittää toisiinsa liikaa ja automaattisesti. Jokainen vapaalla sanalla kirjoitettu vastaus on luettu huolellisesti läpi, ja pyritty pääsemään vastaajan ajatuksiin kiinni mahdollisimman yksilöllisesti. Myöskin määrällisen ja laadullisen tutkimusaineiston yhteneväisyyksiä poimieissa kiinnitettiin huomiota siihen, ettei vastauksista tehty liian nopeasti päätelmiä yhteneväisyyksien löytämiseksi.

Kyselylomake lähetettiin liki 3000 sosiaali- ja terveystieteiden opiskelijalle. Vastausaikaa oli viikko kyselyn lähettämisestä. Puolesta välissä viikkoa kaikille lähetettiin vielä muistutusviesti kyselyn voimassaolosta sen varmistamiseksi, että vastaajia saadaan tutkimukseen mahdollisimman paljon. Vastauksia saatiin vielä noin neljäntäkymmeneltä opiskelijalta pian muistutusviestin lähettämisen jälkeen. Tutkimuksen vastausprosentti jää alhaiseksi, mutta vastaajamäärällä saadaan kuitenkin kattava tutkimusaineisto. Vastauksia saatiin 167 opiskelijalta.

Kyselylomakkeen avoimiin kysymyksiin vastaaminen oli vapaaehtoista. Perustelu sille, miksi avoimet kysymykset jätettiin vapaavalintaisiksi, on se, että kaikille vastaajille ei välttämättä tule mieleen mitään, mitä he haluaisivat kertoa. Kirjoittaminen vie vastaajalta myös enemmän aikaa kyselyyn vastaamiseen, joten kyselylomaketta muodostettaessa on oletettu, etteivät kaikki vastaajat halua vastata avoimiin kysymyksiin. Kyselyyn vastaaminen voisi jopa keskeytyä kokonaan sen vuoksi, jos olisi pakko kirjoittaa jotakin. Vastaukset voisivat olla silloin tuulesta temmattuja tai kiireellisesti keksittyjä. Avoimiin kysymyksiin vastattiin kuitenkin ahkerasti, ja niistä saatiin kattava aineisto. Tutkimuksen luotettavuuteen voi vaikuttaa kuitenkin se, että tutkija ei tiedä, mitä vastaamatta jättäneet olisivat vastanneet, jos kysymykseen olisikin pakko ollut vastata. Olisivatko heidän vastauksensa muuttaneet tutkimuksen tuloksia suuntaan tai toiseen?

Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa on otettava huomioon se, että mielikuviin, maineeseen ja kokemuksiin liittyvään kyselytutkimukseen osallistuvat todennäköisemmin sellaiset opiskelijat, joilla on kenties jotakin painavaa sanottavaa tutkimuksen toimeksiantajaan liittyen. Tämän tutkimuksen kohdalla on mahdollista esittää hypoteesi, että avoimiin kysymyksiin hakeutuivat vastaamaan sellaiset henkilöt, joilla oli negatiivinen mielikuva toimeksiantajayrityksestä. Tutkimukseen on voitu jättää osallistumatta sen vuoksi, että mielikuvat yrityksestä ovat esimerkiksi neutraaleja tai positiivisia. Tämä on kuitenkin vain tutkijan oletus, eikä vastaamatta jättäneiden opiskelijoiden mielipiteitä ja ajatuksia voida mitenkään tietää. Kritiikki ja negatiiviset mielikuvat saattavat myös liittyä julkisten sosiaalipalvelujen tarjoajiin yleisemmällä tasolla.

Avointen kysymysten vastauksia on tuotu tutkimustulosten esittelyssä esille niitä muuttelematta. Ainoastaan toimeksiantajayrityksen nimi on korvattu käyttämällä sanaa ”yritys”, jotta toimeksiantajayritys pysyy koko tutkimuksen ajan anonyymina. Avoimia

vastauksia on pyritty tulkitsemaan ilman liiallisia omia tulkintoja. Avoimista vastauksista on pyritty huolellisesti poimimaan samankaltaisuuksia, ja myös yksittäisiä ajatuksia. Kaikki saadut vastaukset on otettu johtopäätöksiä tehdessä huomioon.

Tutkimuksen luotettavuutta vahvistaa se, että tutkimukseen valikoitui toimeksiantajayritykselle tärkeä kohderyhmä eli sosiaali- ja terveysalan opiskelijat. Heidän ajatuksillaan, mielipiteillään ja kokemuksillaan on merkitystä tämän tutkimuksen tutkimuskysymysten selvittämiseksi, toisin kuin jos tutkittaviksi olisi valittu jokin toimeksiantajalle ei-merkityksellinen kohderyhmä. Tutkimus vastaa sitä, mitä haluttiin tutkia, ja tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää työpaikkahoukuttelevuuteen ja työnantajamielikuvaan liittyvissä jatkotutkimuksissa ja kehittämistyössä.

Koko tutkimuksen aikana on noudatettu hyvää tieteellistä käytäntöä ja tutkimusetiikkaa. Hyvään tieteelliseen käytäntöön kuuluu muun muassa se, että tutkija noudattaa rehellisyyttä ja yleistä huolellisuutta. Nämä seikat pätevät itse tutkimustyöhön, tulosten tallentamiseen ja esittämiseen. Hyvään tieteelliseen käytäntöön kuuluu myös se, että tutkija soveltaa tieteellisen tutkimuksen kriteerien mukaisia sekä eettisesti kestäviä tiedonhankinta- ja tutkimusmenetelmiä. Tutkijan on oltava avoin tutkimuksensa tuloksia julkaistessaan. Hyvän tieteellisen käytännön kriteereihin kuuluu myös se, että aiemmin tehtyjen tutkimusten tuloksia kunnioitetaan omassa tutkimuksessa. Tutkimusetiikalla tarkoitetaan eettisesti vastuullisten ja oikeiden toimintatapojen noudattamista tutkimustoiminnassa. (Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2017. Luku 5.2.) Nämä kaikki hyvän tieteellisen käytännön ja tutkimusetiikan seikat on otettu tutkimusta tehdessä huomioon, ja niihin kuuluvat ehdot täytyvät.

10 Oma pohdinta

Sosiaali- ja terveysalan maine kaipaa nostetta. Tulevaisuuden haasteena sosiaali- ja terveysalalla on muun muassa alan heikko vetovoima. Riittämätön työolojen huomiointi, matala palkka ja sekä henkisesti että fyysisesti rankka työ on noussut alan ammattilaisten ja opiskelijoiden keskuudessa esiin eri tutkimuksissa. Julkisessa keskustelussa olisi hyvä tuoda enemmän esiin sosiaali- ja terveysalan onnistumistarinoita, sillä iso osa ammattilaisista kuitenkin viihtyy työssään erittäin hyvin ja kokee työnsä merkitykselliseksi.

Sosiaali- ja terveysalan opiskelijat toivovat, että he voisivat tehdä merkityksellistä työtään sellaisessa ympäristössä, jossa sekä asiakkaiden että työntekijöiden olisi hyvä olla. Asiakaslähtöinen toiminta takaa sen, että asiakkaat saavat laadukasta hoitoa, ja työtään voi siten tehdä ylpeydellä. Se tuntuu olevan sosiaali- ja terveysalan opiskelijoille ja ammattilaisille erittäin tärkeää. Hyvän työilmapiirin ylläpidon pitäisi olla yksi kehityksen- ja

ylläpidon kohteista aina. Huono työyhteisön ilmapiiri voi johtaa siihen, ettei työ tunnu mielekkäältä, ja tällä taas voi olla seurauksia jopa työn laatuun ja asiakaskokemukseen.

Työntekijäkokemus on erittäin merkittävässä roolissa työnantajamielikuvan muodostumisessa. Opiskelijoiden työharjoittelukokemus voi muodostaa jopa lopullisen mielikuvan yrityksessä työskentelystä. Hyvällä esihenkilötyöskentelyllä, kattavalla perehdytyksellä ja opiskelijan harjoittelussa tukena olemisella saataisiin luotua opiskelijoille positiivinen kuva siitä, minkälaista yrityksessä työskenteleminen on. Omia kokemuksiaan työharjoittelusta ja työpaikoista jaetaan usein saman alan opiskelijoiden ja työnhakijoiden kesken, ja muun muassa näistä kertomuksista työnantajamielikuvat muodostuvat.

Toimeksiantajayrityksellä on vielä varaa saada lisää työnhakijoita edesauttamalla työpaikkailmoitusten kulkeutumista opiskelijoille asti, koska yli kolmasosa kyselytutkimukseen vastaajista ei ollut törmännyt missään kanavassa yrityksen sosiaalipalvelujen rekrytointi-ilmoituksiin. Toimeksiantajayrityksessä työskentelyn kautta saadut negatiiviset kokemukset vastasivat tässä tutkimuksessa monelta osin sellaisten ihmisten mielikuvaa yrityksestä, jotka ei eivät ole koskaan työskennelleet yrityksessä. Tämän perusteella työnantajamielikuvaa kehittäessä on erittäin tärkeää puuttua myös tarjottavan työn sisältöön ja ominaisuuksiin sen sijaan, että mielikuvia yrityksestä yritettäisiin luoda ensisijaisesti markkinoinnin tai viestinnän keinoin.

LÄHTEET

Painetut:

Surakka, T. 2009. Hyvä työpaikka hoitoalalla - näin haetaan ja sitoutetaan osaajia. Tammi. Viitattu 12.10.2021.

E-kirjat:

Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. E-kirja. Gaudeamus.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2017. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. E-kirja. Tammi.

Sähköiset:

Toimeksiantajayrityksen internet-sivut. Viitattu 03.10.2021.

Duunitori 2020. Kansallinen 2020 rekrytointitutkimus. Viitattu 10.10.2021.

<https://www.hrmpartners.fi/content/uploads/2020/06/2020-Kansallinen-Rekrytointitutkimus-Duunitori.pdf>

Duunitori 2021. Kansallinen 2021 rekrytointitutkimus. Viitattu 10.10.2021.

<https://drive.google.com/file/d/1BhtiY2gBEkyM9BfMZzHxc9WQSQR4yFx-/view>

Lith, P. 2021. Sote-alojen työvoimamarkkinat ja koulutuksen vetovoima. Suunnittelu- ja tutkimuspalvelut Pekka Lith Projektering och Analys Pekka Lith. Viitattu 7.11.2021.

<https://www.hyvinvointiala.fi/raportti-sote-alojen-tyovoimamarkkinat-ja-koulutuksen-vetovoima-pekka-lith/>

Opiskelijat ja keikkatyö. Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymä. Viitattu 12.10.2021

<https://www.phhyky.fi/fi/toihin-meille/keikkatyo/opiskelijat-ja-keikkatyo/>

Peltonen, J. 2021. Työvoiman hankinta toimipaikoissa vuonna 2020. TEM-analyyseja 106/2021. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 13.10.2021.

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163354/Ty%C3%B6voiman%20hankinta%20toimipaikoissa%20vuonna_2020.pdf

Runsaat 10 000 aloituspaikkaa lisää korkeakouluihin vuosina 2020-2022. Opetus- ja

kulttuuriministeriö. Viitattu 12.10.2021. <https://minedu.fi/-/runsaat-10-000-aloituspaikkaa-lisaa-korkeakouluihin-vuosina-2020-2022>

Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö. Yksityiset sosiaali- ja terveystieteiden palvelut. <https://stm.fi/yksityiset-sotepalvelut>

Taanila, A. 2019. Akin menetelmäblogi. Kyselytutkimuksen luotettavuus. Blogi-kirjoitus. Viitattu 2.11.2021. <https://tilastoapu.wordpress.com/2012/03/13/kyselytutkimuksen-luotettavuus/>

Teuvo, S.; Roto, H.; Sulonen, T.; Vikberg-Aaltonen, P.; Sankelo, M. (2017). Terveystieteiden opiskelijoiden kielteiset kokemukset harjoittelun aikana. Tutkiva hoitotyö 15:1, 10 - 17. Viitattu 12.10.2021. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/134385/Teuvo_Roto_Sulonen_Vikberg-Aaltonen_Sankelo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tevameri, T. 2020. Toimialaraportit. Sosiaali- ja terveystieteiden palvelut. Missä mennään sote-toimiala? Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 5.11.2021. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161994/TEM_2020_01.pdf

Tevameri, T. 2021. Toimialaraportit. Katsaus sote-alan työvoimaan - Toimintaympäristön ajankohtaisten muutosten ja pidemmän aikavälin tarkastelua. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 2.11.2021. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162852/TEM_2021_02_t.pdf

Työnantajakuvan tutkiminen tarjoaa työkaluja tulevaan. 2019. Oikotie. Viitattu 12.10.2021. <https://tyopaikat.oikotie.fi/tyonantajalle/artikkelit/tyonantajakuvan-tutkiminen-tarjoaa-tyokaluja-tulevaan>

Vaisto, L. 15.11.2020. Johda työnantajabrändiä: Employer Brand Management tutuksi. LinkedIn. Viitattu 14.10.2021. <https://www.linkedin.com/pulse/johda-ty%C3%B6nantajabr%C3%A4ndi%C3%A4-employer-brand-management-tutuksi-vaisto/>

Young Professional Attraction Index 2021 -tutkimus. YPAI-raportti 1/2. Vuoden 2021 houkuttelevimmat työnantajat Suomessa! Academic Work. Viitattu 13.10.2021. https://publications.academicwork.fi/YPAI_2021_Suomen_houkuttelevimmat_tyonantajat/?utm_source=hubspot&utm_medium=email&utm_campaign=21-client-ypai_2021-report_1&utm_content=paid-email_header_ypai_2021_600x200-button_link&hsenc=p2ANqtz-jylCx7rwWKS6FQ6LbFxXhdIYSv6xYXFYFxyQIAbBSVr7sg6mhaL486Od4TMPGdJsX0my-zfUlRBTnNygAl47fausqlS_7GV8tf_773wCU97v-8GA#page=1

Young Professional Attraction Index 2021 -tutkimus. YPAI-raportti 2/2. Academic Work. Miten tulla houkuttelevaksi työnantajaksi? Viitattu 13.10.2021. https://publications.academicwork.fi/YPAI_2021_Miten_tulla_houkuttelevaksi_tyonantajaksi/?utm_source=hubspot&utm_medium=email&utm_campaign=21-client-ypai_2021-

KUVIOT

Kuvio 1: Saamatta jääneiden työntekijöiden lukumäärä toimialoittain vuosina 2019 ja 2020 (Peltonen, J. Työ- ja elinkeinoministeriö. 2021. 10).

Kuvio 2: 10 tärkeintä asiaa työnantajan valinnassa. Young Professional Attraction Index 2021. YPAI-raportti 2/2.

Kuvio 3: Vastaaajien meneillään oleva opiskeluvuosi.

Kuvio 4: Vastaaajien jakautuminen kampuksittain.

Kuvio 5: Vastanneiden meneillään oleva tutkinto.

Kuvio 6: Sosiaalialan (ja muiden alojen) työtehtävien kiinnostavuus.

Kuvio 7: Sektoreiden kiinnostavuus työnantajana.

Kuvio 8: Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen tunnettuus opiskelijoiden keskuudessa.

Kuvio 9: Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen sloganeiden tunnettuus opiskelijoiden keskuudessa.

Kuvio 10: Alustat ja paikat, joissa opiskelijat ovat törmänneet toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen rekrytointi-ilmoituksiin.

Kuvio 11: Vastaaajien jakautuminen kysymykseen ”Oletko ollut toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluissa töissä tai työharjoittelussa?”

Kuvio 12: Jatkokysymys edelliseen: vastaajien jakautuminen sen mukaan, ovatko he koskaan laittaneet työhakemusta toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluihin (jatkokysymys niille vastaajille, jotka eivät ole koskaan työskennelleet toimeksiantajayrityksen sosiaalipalveluissa).

Kuvio 13: Jatkokysymys edelliseen: vastaajien syyt rekrytoinnista pois jäämiseen.

Kuvio 14: Vastaaajien mielipide työnantajamielikuvan merkityksestä töitä hakiessa.

Kuvio 15: Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen houkuttelevuus vastaajien kesken.

Kuvio 16: Vastaaajien mielikuva toimeksiantajayrityksestä työnantajana.

Kuvio 17: Toimeksiantajayrityksen maine ja houkuttelevuus työpaikkana.

LIITTEET

Liite 1: Sensuroitu kyselytutkimuslomake sosiaali- ja terveysalan opiskelijoille

13.10.2021 15.10

Kyselytutkimus: [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva

Kyselytutkimus: [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva

Kiitän sinua opinnäytetyöni tutkimuksen ja valmistumiseni edistämisestä.

Tässä kyselytutkimuksessa tutkin [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuutta työnantajana ja työnantajamielikuvaa sosiaali- ja terveysalan opiskelijoiden näkökulmasta. Tutkimuksen kohteena ovat Laurea ammattikorkeakoulun sosiaali- ja terveysalan opiskelijat. Vastaukset kerätään anonyymisti ja ne käsitellään luottamuksellisesti.

Kyselyyn vastaamiseen menee aikaa alle 10 minuuttia.

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on [REDACTED] Oy.
Kaikkien vastaajien kesken arvotaan [REDACTED] tuotepaketteja! Sähköpostiosoitteesi kerätään arvontaa varten, ja kaikki sähköpostitiedot poistetaan arvonnin jälkeen Google Forms -ohjelmasta.

Vastausaika päättyy su 17.10.2021 klo 23.

*Pakollinen

1. Sähköposti *

2. Monesko on meneillään oleva opiskeluvuotesi tämänhetkisessä koulutuksessasi? *

Merkitse vain yksi soikio.

1. vuosi.
2. vuosi.
3. vuosi.
4. vuosi tai enemmän.

13.10.2021 15.10

Kyselytutkimus: [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva

3. Millä Laurean kampuksella opiskelet? *

Merkitse vain yksi soikio.

- Laurea Hyvinkää.
- Laurea Leppävaara.
- Laurea Lohja.
- Laurea Otaniemi.
- Laurea Porvoo.
- Laurea Tikkurila.
- Laurea Verkkokampus

4. Mihin tutkintoon valmistut? *

Merkitse vain yksi soikio.

- Sairaanhoidtaja.
- Terveystenhoitaja.
- Fysioterapeutti.
- Sosionomi.
- Sosionomi (Rikosseuraamusala).

5. Minkälainen sosiaalialan työ kiinnostaa sinua eniten? Voit valita useita. *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Lastensuojelutyö.
- Perhetyö.
- Vanhustyö.
- Vammaistyö.
- Mielensterveystyö.
- Aikuisssosiaalityö.
- Päihde- ja kriminaalityö.
- Maahanmuuttajatyö.
- Sosiaalialan työ ei kiinnosta minua.

Muu: _____

13.10.2021 15.10

Kyselytutkimus: [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva

6. Mikä sektori sinua kiinnostaa työnantajana? *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Julkinen.
- Yksityinen.
- Järjestöt ja säätiöt.
- En osaa vielä sanoa.

[REDACTED] on tuottanut sosiaalipalveluita kuntien kumppanina pitkälti toistakymmentä vuotta.

[REDACTED] arvot ohjaavat vahvasti [REDACTED] sosiaalipalvelujen toimintaa. [REDACTED] mahdollistaa sosiaalipalveluiden asiakkaiden ja heidän läheisensä tuomisen tiiviisti mukaan toiminnan kehittämiseen. Asiakaskokemus on laadun keskiössä, ja heiltä saatua palautetta hyödynnetään palveluiden kehittämisessä.



Kuva 1
Tietopaketti toimeksiantajayrityksen arvoista

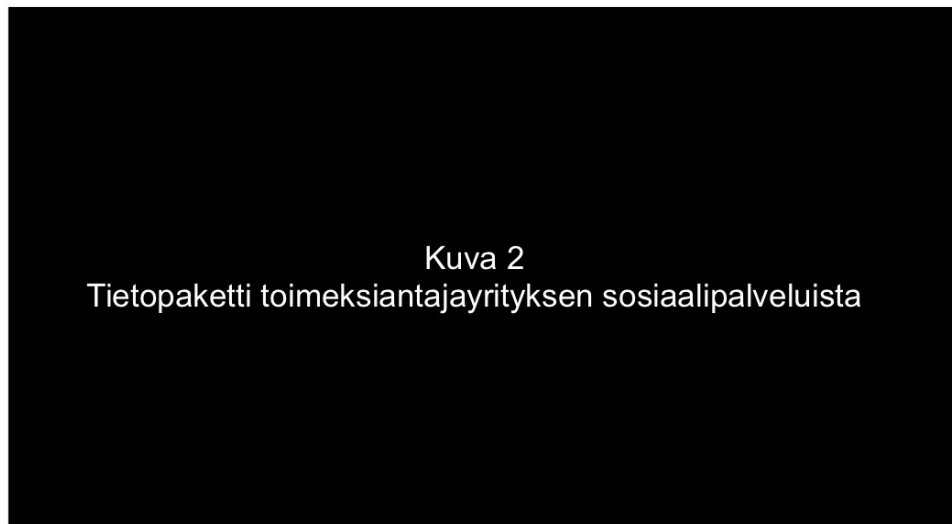
13.10.2021 15.10

Kyselytutkimus: [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva

7. Mitä mielestäsi "tieto ja taito" sekä "välittäminen ja vastuunotto" tarkoittavat sinulle, jos mietit itseäsi työntekijänä omalla alallasi? Voit kuvata ajatuksiasi vapaamuotoisesti!

[REDACTED] sosiaalipalvelut.

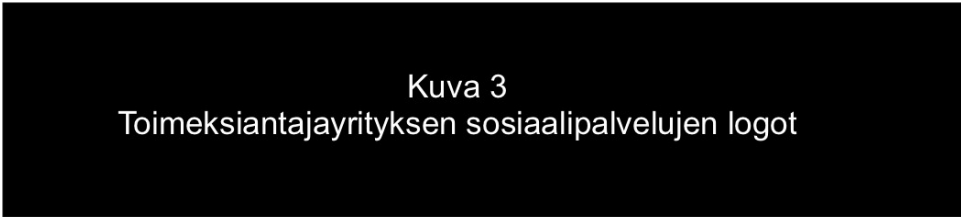
[REDACTED] sosiaalipalvelut lyhyesti.



13.10.2021 15.10

Kyselytutkimus: [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva

8. Mitkä [REDACTED] sosiaalipalveluista ovat sinulle entuudestaan tuttuja? *




Kuva 3
Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen logot

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- [REDACTED] (Ikääntyneiden asumis- ja noivapalvelut).
- [REDACTED] (Mielenterveyskuntoutujien asumispalvelut).
- [REDACTED] (Vammaisten asumispalvelut).
- [REDACTED] (Lastensuojelu- ja perhepalvelut).
- Mikään näistä ei ole minulle entuudestaan tuttu.

[REDACTED] missiona on luoda parempaa hoivaa Suomeen mahdollistamalla jokaiselle asukkaalle yksilöllinen ja hyvä elämä. Panostamme [REDACTED] laadukkaaseen hoivaan, hoitoon ja ohjaukseen, maukkaaseen ruokaan, turvallisuuteen, yhteisöllisyyteen sekä siihen, että jokaisella asukkaalla on oma viihtyisä koti. [REDACTED] brändin symboli, [REDACTED] kuvaa koko elämän kirjoa iloineen ja suruineen.




Kuva 4
Logo

13.10.2021 15.10


Kyselytutkimus: [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva

[REDACTED] tarjoamme yksilöllistä kuntoutusta ja kodin, josta voi ponnistaa jälleen kohti itsenäisempää elämää. Tarjoamme tukea tarvitsevalle kodin, jossa häntä autetaan kuntoutumaan ja saamaan ote itsenäisestä elämästä. Toimintamme keskiössä on laadukas hoito ja tuki, joita ohjaavat asukkaan yksilölliset tarpeet, toiveet sekä kuntoutuspolku, jota kuljemme yhdessä hänen kanssaan.



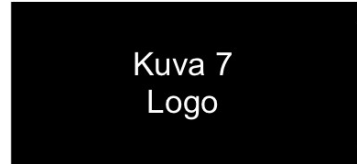
Kuva 5
Logo

[REDACTED] tarjoamme tukea tarvitsevalle kodin, jossa hän voi elää mahdollisimman antoisaa ja turvallista arkea. Panostamme yksilöllisyyteen sekä laatuun ja palvelumme lähtökohdانا ovat aina asukkaan omat ainutlaatuiset ominaisuudet, vahvuudet, mielenkiinnon kohteet sekä tuen tarpeet.



Kuva 6
Logo

[REDACTED] on kaikilla mittareilla johtava yksityinen lastensuojelupalvelujen tuottaja. Tarjoamme lapsille ja heidän perheilleen monipuolisia ja vaikuttavia palveluita aina kevyestä avohuollon tukihenkilö- ja perhetyöstä erityistason laitoshoitoon. Visiomme on olla suomalaisen lastensuojelun edelläkävijä.



Kuva 7
Logo

13.10.2021 15.10

Kyselytutkimus: [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva

9. Minkälaista osaamista työntekijällä on mielestäsi oltava, jotta nämä [REDACTED] sosiaalipalvelujen lupaukset toteutuvat? Voit kuvata ajatuksiasi vapaamuotoisesti!

10. Ovatko [REDACTED] sosiaalipalvelujen sloganit sinulle tuttuja ennestään? *

Kuva 8 Toimeksiantajayrityksen sosiaalipalvelujen logot

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- [REDACTED] - [REDACTED]
- [REDACTED] - [REDACTED]
- [REDACTED] - [REDACTED]
- [REDACTED] - [REDACTED]
- [REDACTED] - [REDACTED]
- En ole kuullut näitä sloganeita ennen.

Rekrytointi.

13.10.2021 15.10

Kyselytutkimus: [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva

11. Missä kanavissa olet törmännyt [REDACTED] sosiaalipalvelujen rekrytointi-ilmoituksiin ([REDACTED], [REDACTED], [REDACTED], [REDACTED])? *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- [REDACTED].fi
 [REDACTED].fi
 [REDACTED].fi
 [REDACTED].fi
 [REDACTED].fi
 Alustat, joissa ilmoitetaan avoimista työpaikoista (esim. Oikotie.fi, Mol.fi, Duunitori.fi).
 Sosiaalinen media (esim. Instagram, Facebook).
 Lehti-artikkelit.
 En ole törmännyt [REDACTED] sosiaalipalvelujen ilmoituksiin avoimista työtehtävistä.

Muu: _____

Rekrytointi.

12. Oletko ollut [REDACTED] sosiaalipalveluissa ([REDACTED], [REDACTED], [REDACTED], [REDACTED]) töissä tai työharjoittelussa? *

Merkitse vain yksi soikio.

- Kyllä. Siirry kysymykseen 15
 En. Siirry kysymykseen 13

En.

13. Oletko kuitenkin joskus laittanut hakemusta [REDACTED] sosiaalipalveluihin ([REDACTED], [REDACTED], [REDACTED], [REDACTED])? *

Merkitse vain yksi soikio.

- Kyllä, mutta en saanut paikkaa. Siirry kysymykseen 15
 Kyllä, mutta jättäydyin rekrytointiprosessista pois. Siirry kysymykseen 14
 En ole koskaan laittanut hakemusta [REDACTED] sosiaalipalveluihin.
 Siirry kysymykseen 15

Kyllä.

13.10.2021 15.10

Kyselytutkimus: [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva

14. Miksi jättäydyit pois kesken rekrytoinnin? *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Rekrytointiprosessi oli liian pitkä ja hidas.
- Minuun ei oltu yhteydessä ollenkaan.
- Haastattelusta jäi huono fiilis.
- Työtehtävä ei vastannut sitä, minkälaista työtä olisin halunnut tehdä.
- Sain työn tai harjoittelupaikan jostain muualta.

Muu: _____

[REDACTED] sosiaalipalvelujen
houkuttelevuus työnantajana sekä
[REDACTED] työnantajamielikuva.

Työnantajamielikuva tarkoittaa sitä, millaisena yritys näyttäytyy sen työntekijöille ja työnhakijoille.

15. Kuinka suuri merkitys työnantajamielikuvalla on hakiessasi töitä? *

Merkitse vain yksi soikio.

- Erittäin suuri merkitys.
- Jokseenkin suuri merkitys.
- Ei juurikaan merkitystä.
- Ei ollenkaan merkitystä.

16. Miten houkuttelevana työpaikkana pidät [REDACTED] sosiaalipalveluja ([REDACTED], [REDACTED], [REDACTED], [REDACTED])? *

Merkitse vain yksi soikio.

- Erittäin houkuttelevana. *Siirry kysymykseen 19*
- Jokseenkin houkuttelevana. *Siirry kysymykseen 19*
- Ei juurikaan houkuttelevana. *Siirry kysymykseen 17*
- Ei ollenkaan houkuttelevana. *Siirry kysymykseen 17*

En koe [REDACTED] sosiaalipalveluja kovin/ollenkaan houkuttelevaksi työpaikaksi.

13.10.2021 15.10

Kyselytutkimus: [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva

17. Miksi [REDACTED] sosiaalipalvelut eivät ole mielestäsi houkutteleva työpaikka?

18. Miten [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuutta työpaikkana voitaisiin mielestäsi parantaa? Voit kuvata ajatuksiasi vapaamuotoisesti!

[REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva.

19. Laita raksit niihin väittämiin, jotka vastaavat mielikuvaasi [REDACTED] työnantajana. *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- [REDACTED] arvostetaan kaikkia työntekijöitä ja esihenkilöitä tasavertaisesti.
- [REDACTED] kuunnellaan työntekijöiden ja esihenkilöiden toivomuksia, ja pyritään toteuttamaan niitä.
- [REDACTED] panostetaan työntekijöiden ja esihenkilöiden kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin.
- [REDACTED] tarjoaa laajat työsuhte-edut.
- [REDACTED] tarjoaa monipuolisia urapolkuja.
- [REDACTED] maksaa työntekijöille ja esihenkilöille kilpailukykyistä palkkaa.
- Mikään edellisistä ei vastaa mielikuvaani [REDACTED] työnantajana.

13.10.2021 15.10

Kyselytutkimus: [REDACTED] sosiaalipalvelujen houkuttelevuus työnantajana sekä [REDACTED] työnantajamielikuva

20. Laita raksit niihin väittämiin, joista olet samaa mieltä. *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- [REDACTED] on hyvä maine työnantajana oppilaitoksessani.
- Uskon, että muut saman oppilaitoksen opiskelijat arvostavat [REDACTED] yrityksenä.
- [REDACTED] tulee ensimmäisten joukossa mieleeni, kun ajattelen mahdollista tulevaa työnantajaani.
- [REDACTED] tarjoaisi sellaista työtä, jota haluaisin tehdä.
- Aion todennäköisesti hakeutua [REDACTED] töihin.
- En ole minkään väittämän kanssa samaa mieltä.

Työpaikalle asetetut kriteerit

21. Minkälaisia kriteerejä asetat tulevalle työpaikallasi? Minkälainen työnantaja sinua houkuttelee? Voit kuvata ajatuksiasi vapaamuotoisesti. (Voit miettiä esim. näiden seikkojen kautta: työsuhteen muoto, uralla eteneminen, työsuhde-edut, työpaikkaviihtyvyys). Kerro vaikka minkälainen olisi unelmiesi työpaikka!

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.

Google Forms