



Työvuorojärjestelmän asiakas- tarpeiden kartoitus ja analy- sointi

Valtteri Virtanen

OPINNÄYTETYÖ
Toukokuu 2022

Konetekniikka
Tuotekehitys

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Konetekniikka
Tuotekehitys

VIRTANEN, VALTTERI:

Työvuorojärjestelmän asiakastarpeiden kartoitus ja analysointi

Opinnäytetyö 54 sivua, joista liitteitä 14 sivua
Toukokuu 2022

Sisäisten sijaisuuksien järjestely on yleinen päänvaivaa aiheuttava hallinnollinen haaste, joka muodostaa yrityksille ylimääräisiä kuluja. CrewCaster Oy tuottaa yrityksille sisäisten sijaisuuksien hallinnan haasteisiin ratkaisuja työvuorojärjestelmä -applikaatiolla. Haasteena on eri asiakkuuksien vaihtelevat tarpeet ja menetelmät sijaisuuksien järjestelyyn. Tämän vuoksi opinnäytetyön menetelmäksi muodostui kartoittava markkinatutkimus. Tavoitteena oli tuoda esille CrewCaster Oy:n potentiaalisten asiakkaiden tarpeita ja saada hyödynnettävää tietoa tuotekehitykselle. Opinnäytetyössä muodostettiin laadullinen tutkimus, jossa tutkittiin organisaatioiden sisäisten sijaisuuksien järjestelyiden haasteista. Tehtävänä oli siis kartoittaa asiakkaiden tyydyttyjä ja tyydyttämättömiä tarpeita, käyttäytymistä ja demografiaa. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselyä ja puhelinhaastattelua.

Tutkimuksen tulokset analysoitiin kvantitatiivisesti, luokitellen ja segmentoimalla erilaisiksi asiakasprofiileiksi. Vastaajia oli kuusi, joista puolet oli terveydenhuoltoalalta ja loput kaupan alalta. Tuloksista nousi esille, että erilaisia yhteydenotto-menelmiä käytettiin laajasti yritysten sisällä. Automaatioaste oli heikko terveydenhuollon puolella. Kaupan alalla automaatio oli yleisempää, muttei kuitenkaan laajasti käyttöön otettua. Päivittäinen ajankäyttö sijaisten hankintaan vaihteli alle 30 minuutin ja 30–60 minuutin välillä suurimmalla osalla vastaajista. Merkittävä osa vastaajista käytti ryhmäviestintää avuksi työvuoron ilmoittamisessa.

Eroavaisuuksia terveydenhuollon ja kaupan alan yritysten toiminnasta sijaisuuksien järjestelyssä on haastava luonnehtia matalalla vastausmäärällä. Yleistettävyyden tutkimuksessa matala, mutta suurempien organisaatioiden menetelmien arviointi ja kehitysideointi on mahdollista. Tarve kehittää sijaisten järjestelyprosessia ja yleistä yhteydenottomenetelmää on usein aiheellista. Kehittämisehdotuksena olisi tutkia järjestelyjen ajankäytön lisäksi vaikutusta työntekijöiden ja esimiesten jaksamiseen. Menetelmäksi soveltuisivat paremmin haastattelut, joissa saataisiin paremmin käsiteltyä tutkimusprosessia ja yhteydenottomenetelmien määriä.

Asiasanat: työvuorojärjestelmä, markkinatutkimus, kysely, luokittelu, segmentointi

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme of Mechanical Engineering
Product Development

VIRTANEN, VALTTERI:
Market Research of Customers Using Work Shift Systems

Bachelor's thesis 54 pages, appendices 14 pages
May 2022

The purpose for this thesis was to produce a qualitative study examining the challenges of organizing internal substitutes within companies. The objective was to identify the needs of potential customers of CrewCaster Ltd. Therefore, the task was to map customers' satisfied and unsatisfied needs, behavior, and demographics.

The method used was an internet survey that acquired information on contact methods, challenges faced by the supervisors, and time spent on the arrangements. The research results were analyzed quantitatively, by classifying and segmenting information.

There were six respondents. The results showed that the degree of automation is weak in the field of healthcare. In trade, automation is more common but not widely used. A significant proportion of respondents used group communication. The time the supervisors used varied between less than 30 minutes and 30–60 min for most respondents.

The generalizability for the research is low and results may have been particularly affected by the Covid-19 pandemic, the Russian invasion of Ukraine, and the Health Care strike. Development for future research would be to study the effects of connection methods on the well-being of employees and supervisors. Additionally, interviews would give a deeper understanding of the respondents' needs.

Key words: work shift system, market research, survey, classification, segmentation

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT	7
2.1	Tutkimustoiminta ja -tyypit.....	7
2.2	Tutkimusprosessi	9
2.3	Tiedonkeruumenetelmät	12
2.4	Markkinatutkimus	14
2.5	Asiakaskäyttäytyminen.....	15
2.6	Asiakassegmentoiminen ja analysointi.....	16
3	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	18
3.1	Tiedonhaku	18
3.2	Kyselylomake	19
3.2.1	Yhteydenottomenetelmä.....	20
3.2.2	Kysymykset	22
3.3	Aineiston analysointi	23
4	TUTKIMUSTULOKSET.....	24
5	TULOSTEN LUOKITTELU JA ASIAKASSEGMENTOIMINEN	28
6	YHTEENVETO	31
6.1	Tulokset ja kehitysideat.....	31
6.2	Tutkimuksen luotettavuus	33
6.3	Eettisyys.....	35
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	37
	LÄHTEET	39
	LIITTEET	41
	Liite 1. Kysely- ja haastattelumuodot (Heikkilä 2017, muokattu).....	41
	Liite 2. Saateteksti.....	42
	Liite 3. Kyselyn pohja.....	44
	Liite 4. Tulosten luokittelu ja pelkistys	54

1 JOHDANTO

Terveysthuollon ja kaupan alan työntekijät työskentelevät usein kriittisellä sektorilla ja poissaolon sattuessa työntekijän tilalle on tarve saada sijainen. Covid-19 pandemia on lisännyt sijaisuuksien järjestelyjä huomattavasti, jonka takia esimiehet ovat ylikuormittuneet työn määrästä. Yhtenä syynä ylikuormittumiselle on se, että osa organisaatioista ovat jääneet perinteisiin yhteydenottoihin sisäisten sijaisuuksien järjestelyissä. Järjestelyä ei ole automatisoitu, vaikka se mahdollistaisi ajankäytön ja resurssien vapautumisen muuhun organisaation toimintaan.

Opinnäytetyön tilaajana on CrewCaster Oy, joka tuottaa organisaation sisäisten sijaisuuksien hallintaan tarkoitettua sovellusta. Tämä vähentää esimiesten työkuormitusta sopivan sijaisen löytämiseksi automatisoinnin avulla. CrewCaster Oy tarvitsi sovelluksen tuotekehitysprosessissaan kartoittavaa markkinatutkimusta, joten opinnäytetyön aihe muodostui tämän tarpeen pohjalta.

Opinnäytetyön tavoitteena on saada hyödynnettävää tietoa asiakkaiden tarpeista CrewCaster Oy:n tuotekehitykselle. Tämä tuotettiin markkinatutkimuksen muodossa, jossa selvitetään potentiaalisia asiakkaita heidän käytäntöjen ja tarpeidensa mukaan. Erilaisten toimintojen tarpeellisuuden arviointi ja asiakkaiden yleisimpien haasteiden kartoitus edesauttaa kehittämään sovelluksen perusversiota soveltuvaksi monelle eri asiakkuudelle. Tarkoituksena oli tuottaa kysely, josta saadaan tietoa yritysten organisaation sisäisten sijaisuuksien yhteydenotto-menetelmistä, esimiesten kohtaamista haasteista, sijaisuuksien järjestelyihin kulutetusta ajasta ja esimiesten sijaisjärjestelyiden tarpeista sekä kehitysideoista.

Tutkimuksen tavoitteista ja tarkoituksesta muodostui opinnäytetyön tehtävä, joka on vastata kolmeen eri tutkimuskysymykseen:

- Minkälaisia ongelmia kohdataan sisäisten sijaisuuksien järjestelyissä kaupan ja terveydenhuollon alalla?
- Minkälaisia käytäntöjä on organisaation sisäisten sijaisten hankinnassa?

- Kuinka paljon organisaation sisäisten sijaisuuksien hankinnat työllistävät esimiehiä?

Yksittäisen yrityksen menetelmien kartoituksen saturaatiopiste on matala, sillä yritysten sisäiset menetelmät ovat usein samoja, joten pienen otannan omaava laadullinen tutkimus on sopiva tutkimusmuoto. Kuitenkin tutkimuskysymykset ovat sekoitus määrällisen ja laadullisen tutkimuksen periaatteista, joten tutkimus oli kannattavinta tuottaa menetelmätriangulaationa.

Opinnäytetyötä on rajattu tutkimaan Suomen yksityisten terveydenhuollon ja kaupan alan yritysten sisäisten sijaisuuksien järjestelyjen toimintatapoja. Syynä tälle on, että molemmat ovat aloja, joissa työntekijän työ on ajallisesti kriittinen, mutta korvaavan työntekijän toimesta hoidettavissa. Kriittisyydellä viitataan työn hetkeliseen luonteeseen, jolloin työtä ei voida siirtää myöhempään ajankohtaan. Lisäksi työkuvaan täytyy olla mahdollista myös muilta henkilöiltä, joten työtehtävät, jossa samankaltaista työkuva tekee monta henkilöä ovat pakollisia sijaisuuden perustalle. Tutkimus on rajattu käsittelemään organisaation sisäisiä sijaisuuksia johtuen markkinatilanteesta, jossa ulkoisten sijaisuuksien ulkoistus henkilöstöpalveluyrityksille on jo merkittävästi kilpailtu markkina-alue.

2 TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

2.1 Tutkimustoiminta ja -tyypit

Tutkimusta voi käsitellä kehittyvänä prosessina, sillä tutkimuksen menetelmät voivat muuttua tutkimuksen aikana. On mahdollista, että tutkijan näkökulmat ja tulkinnat kehittyvät tutkimuksen edetessä ja onkin tärkeätä, että tutkijalla on valmiudet pitää tutkimusta myös oppimistapahtumana. Tutkimuksen edetessä esimerkiksi aineistonkeruu ja aineiston analyysin menetelmät voivat muuttua, kun tutkimuksen ympärillä olevat ongelmat selkeytyvät. Tutkimusprosessi ja -tehtävät toimivat käsi kädessä aineistonkeruun ja tutkimusmenetelmien kanssa, joten muutokset yhteen osa-alueeseen vaativat usein muutoksia myös toisiin. Tällöin tutkimuksen tutkijana on tärkeätä tutkimuksen ajan kasvattaa tietoisuutta tutkimuksen ilmiöistä ja siihen vaikuttavista tekijöistä, jotta muutokset toiminnassa ovat korrekkeja ja kontrolloituja. (Valli & Aaltola 2018, 62–67.)

Tutkimuksen toiminta jaetaan kahteen eri pääkategoriaan, jotka ovat empiirinen tutkimus ja teoreettinen tutkimus. Teoreettinen tutkimus keskittyy olemassa oleviin tietomateriaaleihin, kun taas empiirinen havainnoitaviin asioihin ja tapahtumiin. Kuitenkin empiirisen tutkimuksen pohjana on teoreettisen tutkimuksen myötä kehittyneet menetelmät. Empiiristä tutkimusta voidaan jakaa kahteen eri tutkimusotteeseen, kvantitatiiviset tutkimukset ja kvalitatiiviset tutkimukset, joiden suurimmat eroavaisuudet nähdään taulukossa 1. (Heikkilä 2017, 12.)

TAULUKKO 1. Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen oleelliset erot (Heikkilä 2017, muokattu)

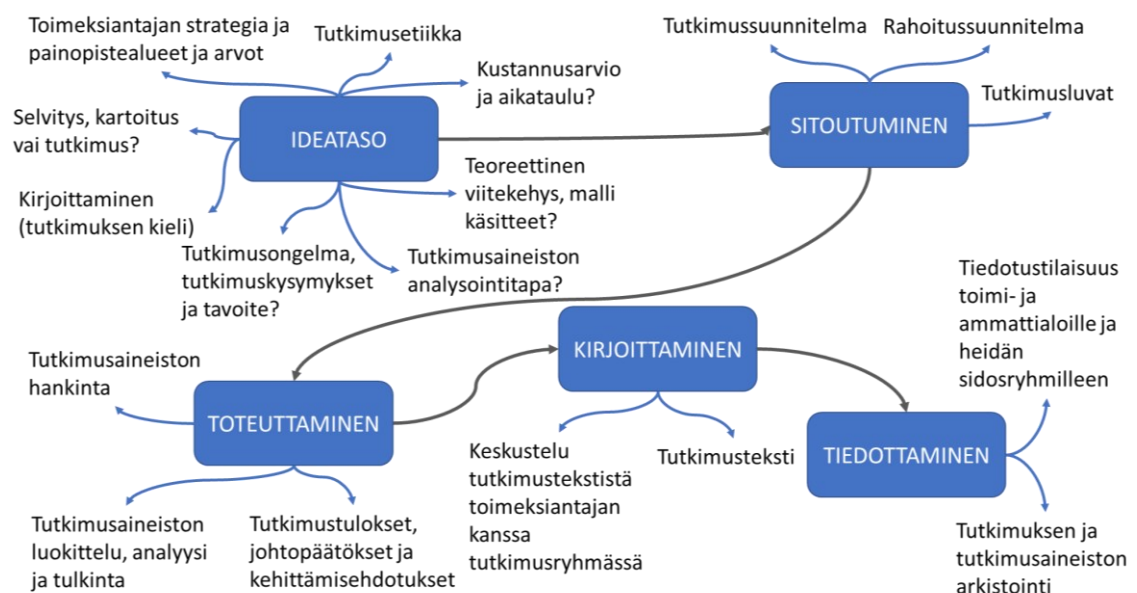
Kvantitatiivinen (määrällinen)	Kvalitatiivinen (laadullinen)
Vastaa kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein	Vastaa kysymyksiin miksi, miten ja millainen
Numeerisesti suuri, edustava otos	Suppea, harkinnanvaraisesti koottu näyte
Ilmiön kuvaus numeerisen tiedon pohjalta	Ilmiön ymmärtäminen pehmeän tiedon pohjalta

Lisäksi empiiriset tutkimukset voidaan jakaa moneen eri tyyppiin tutkimuksen tarkoituksen, aikaperspektiivin, tutkimusotteen tai tiedonkeruumenetelmän mukaan. Kartoittava tutkimus on tarkoitukseltaan vapaamuotoinen tutkimus, joka on usein esitutkimus ennen laajempaa tutkimusta. Tutkimukset jakautuvat kahteen eri aikaperspektiiviin: poikkileikkaustutkimuksiin, joissa keskitytään yhteen hetkeen ja pitkittäistutkimuksiin, joissa tutkimus suoritetaan eri ajankohtina. Tutkimusasetelma voi olla intensiivinen, jolloin yhtä tai muutamaa asiaa tutkitaan syvällisesti. Tai se voi puolestaan olla ekstensiivinen, jossa tutkimus on laaja, mutta pintapuolinen. (Heikkilä 2017, 13–14.)

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on edesauttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta ja selittämään sen käyttäytymisen sekä päätösten syitä. Usein kvalitatiivinen tutkimus on intensiivinen, jolloin vain pieni määrä tapauksia tutkitaan perusteellisesti. Tällöin tutkittavat valitaan tarkoituksen mukaisesti, eikä tavoitteena ole tilastollisesti yleistettävää tietoa. Tarkoituksena on usein selvittää kohteen arvot ja asenteet tai tarpeet ja odotukset, jolloin voidaan kerätä tarpeellista tietoa asiakasmarkkinoinnille tai tuotekehitykselle. (Heikkilä 2017, 14–15.)

2.2 Tutkimusprosessi

Vilkaan (2021b, 49) mukaan tutkimusprosessi itsessään voidaan jakaa viiteen eri vaiheeseen, jotka ovat ideataso, sitoutuminen, toteuttaminen, kirjoittaminen ja tiedottaminen (kuvio 1). Jokaisessa vaiheessa on omat merkittävät osa-alueensa, jotka vaikuttavat tutkimuksen kulkuun ja onnistumiseen. Vilka (2021b) jatkaa, että muutokset tutkimuksessa tapahtuvat neljän ensimmäisen vaiheen aikana, kun taas ratkaisevat päätökset muodostuvat ideatason ja sitoutumisen aikana. Varsinkin ihmisiin kohdistuvat laadulliset tutkimusmenetelmät ovat alttiita muutoksille. (Vilka 2021b, 49.)



KUVIO 1. Tutkimuksen kulun eri vaiheet (Vilka 2021b)

Ideatason tarkoituksena on selventää ja rajata tutkimusta, joka tapahtuu tutkijan ja toimeksiantajan yhteisellä keskustelulla tutkimuksen tarpeesta, tavoitteista, strategiasta, painopistealueista ja toiminnan arvoista. Toimeksiantajalla on usein laajoja hahmotelmia siitä mitä he tarvitsevat. Tästä muodostuu tarkempi tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoitteet. Tutkimusryhmän tehtävänä on täsmentää mitä ollaan tutkimaan ja toimeksiantajan kanssa tarkentaa, mitä osa-aluetta tutkittavasta ilmiöstä käsitellään. Pohjana tutkimukselle onkin selkeästi määritelty tutkimusongelma, ja siitä johdetut teoreettiset tutkimuskysymykset. Kysymykset

ovat ongelmia, joita tutkitaan erilaisilla tutkimusmenetelmillä. Ilman tutkimusongelman ja -kysymysten selkeää rajausta tutkimus voi olla tuloksiltaan merkityksetön. (Vilkkä 2021b, 50–52.)

Ideatasolla päätetään, onko kyseessä selvitys, kartoitus vai tutkimus. Selvityksessä selitetään, selostetaan tai kuvataan tutkimusaineistoa käyttäen, miten, mitä tehtiin tai minkälainen asia on. (Vilkkä 2021b, 51–52.) Kartoitus on Heikkilän (2017, 14) mukaan vapaamuotoisempi tutkimus, joka ei sisällä systemaattista tietojen keruuta tai analyysia. Kun taas tutkimuksessa Vilkkään (2021b, 52) mukaan mennään pintaa syvemmälle ja analysoidaan jotakin sellaista, jota ei nähdä välittömästi paljaalla silmällä.

Sitoutumisvaiheessa tuotetaan tutkimus- ja rahoitussuunnitelma sekä tutkimusluvut. Tutkimussuunnitelman tarkoituksena on tuoda esille tutkimuksen aihe ja tutkimuskäytännöt, jotka on tuotettu kirjallisena sopimuksena koko tutkimusryhmälle. Suunnitelmaa käytetään myös rahoitusta tai lupahakemuksia varten. (Vilkkä 2021b, 62–63.) Tutkimussuunnitelmassa tarvittavat tiedot ovat:

- aiheen tausta ja kuvaus
- toimeksiantaja ja yhteistyökumppanit
- tutkimusongelmat ja -kysymykset
- tavoite ja tarkoitus
- viitekehys ja keskeiset käsitteet
- tutkimusmenetelmä
- aineiston keräämismenetelmä
- analyysitapa
- tutkittavat (informantit)
- kustannusarvio
- aikataulu ja tulosten julkaisu.

Tutkimussuunnitelmassa päätetään menetelmät, joita noudatetaan tutkimuksen ajan. Toteuttamisen vaiheessa siis seurataan tutkimussuunnitelman neljää eri toteuttamisen pääkohtaa, jotka ovat tutkimusaineiston hankinta, tutkimusaineiston

luokittelu tai ryhmittely, tutkimusaineiston analyysi keskeisten käsitteiden avulla ja tutkimustulosten, johtopäätösten ja kehittämis- tai toimintaehdotuksien esittäminen. (Vilkka 2021b, 64.) Tämä myös lisää tutkimuksen luotettavuutta, joka on tärkeä osa jokaista tutkimusta. Luotettavuudella tarkoitetaan tutkijan kykyä tuoda esille ammattitaitonsa uskottavin perusteluin, sekä tuoda esille oikeat lähestymistavat ja menetelmät tutkimusongelman ja tutkimuksen toteutuksen aikana. (Puusa & Juuti 2020, 167–168.)

Kirjoittamisen vaihe on tutkimuksen jokaisessa vaiheessa, sillä tekstiä tuotetaan eri käyttötarkoituksia varten. Muistiinpanot, tutkimusmateriaalit ja erilaiset raportit kuuluvat kirjoittamisen alle ja ne ovat tärkeää säilöä myöhempää tarkastelua varten. (Vilkka 2021b, 65–67; Eskola & Suoranta 1998, 170.) Lisäksi työpapereita tuotetaan koko tutkimuksen ajan. Niissä käsitellään tutkimuksessa käytettyjä menetelmiä, havaintoja, luokitteluja, päätöksiä ja myös pohdintoja. Itsessään kirjoittaminen on oma prosessinsa, jossa on hyvä käsitellä järjestelmällisesti jokaista vaihetta. Myös eri tiedonlähteet ovat tarpeellista merkitä muistiin, sekä onko kyseessä suora lainaus, referaatti, oma tulkinta vai kommentti. (Vilkka 2021b, 65–67.) Varsinkin laadullisissa tutkimuksissa kirjoittamisen tärkeys korostuu huomattavasti, sillä yksi arviointikriteeri onnistuneelle tutkimukselle on kirjoittamisen selkeys. (Eskola & Suoranta 1998, 170.)

Tiedottamisen osuus vaihtelee tutkimuksen tyyppin ja laajuuden mukaan. Kuitenkin Vilkkaan (2021b) mukaan tutkimushanke loppuu, kun tutkimuksen ja sen tuloksista tuotetaan tiedotustilaisuus. Tähän tilaisuuteen kutsutaan eri tahoja, kuten toimeksiantaja, rajoittajat, tutkimuksen aiheeseen sidonnaiset elinkeinon edustajat sekä aiheeseen soveltuvat oppilaitoksen edustajat. Lisäksi voidaan kutsua soveltuvia poliittisia tahoja, jos aihepiirillä on mahdollisia poliittisia vaikutuksia. (Vilkka 2021b, 69.) Heikkilä (2017) tuo esille myös tietosuojan merkityksen. Tuloksia raportoitaessa on otettava huomioon jokaisen tutkimuksessa olleen oikeus yksityisyyteen sekä turvaan, ettei liike- tai ammattisalaisuutta vaaranneta. Käytännössä yksittäinen vastaaja, eli henkilö tai yritys, ei saa olla tunnistettavissa tutkimuksen kautta. (Heikkilä 2017, 29.)

2.3 Tiedonkeruumenetelmät

Ari Pitkärannan (2014, 90, 96) mukaan tutkimuksissa käytettäviä tiedonkeruumenetelmiä ovat haastattelu, kysely, havainnointi ja kirjalliset materiaalit. Laadullisessa tutkimuksessa erilaiset haastattelutavat ovat yleisin tiedonkeruumenetelmä (Puusa & Juuti 2020, 99; Pitkäranta 2014, 90; Vilkkä 2021a, 50). Yhdessä tutkimuksessa voidaan käyttää joko yhtä tai useampaa eri tiedonkeruumenetelmää. Monen tiedonkeruumenetelmän käyttäminen tutkimuksessa on menetelmätriangulaatiota, jonka hyötynä on monipuolisempi kuva tutkimuskohteesta. (Vilkkä 2021a, 70.) Puusa ja Juuti (2020, 177) lisää triangulaation pyrkimykseksi lisätä luotettavuutta hyödyntämällä monia tiedonlähteitä.

Tiedonkeruumenetelmänä haastattelulle on ominaista joustavuus, sillä kysymys voidaan toistaa. Lisäksi tutkija pystyy oikaisemaan väärinkäsityksiä ja selventää ilmausten sanamuotoa, sekä keskustella haastateltavan kanssa. Huomioitavana etuna voidaan pitää tutkijan mahdollisuutta lisätä muistiinpanoihin vastauksen lisäksi muita havainnointeja, kuten kuinka haastateltava vastasi. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 63–64.)

Paradis ym. (2016, 263) kuitenkin huomauttaa, että haastatteluissa on mahdollista silti esiintyä väärinkäsityksiä käsiteltävässä aiheessa sekä toisen ymmärryksessä. Haastattelun vaatimuksena on, että haastateltava pystyy vastaamaan konkreettisiin kysymyksiin ilman, että hänellä olisi tutkijaa vastaava käsitys teoreettisista kohdista. Mahdollista on kuitenkin haastattelun aikana molempien selittää ja tarkentaa sanomaansa. (Puusa & Juuti 2020, 101.)

Kyselyissä käytetään avoimia ja suljettuja kysymyksiä, joiden erona on vastausvaihtoehdot. Avoimessa kysymyksessä vastaaja voi itse kirjoittaa halutun vastauksen, mutta tyypillisiä ongelmia vastaustyyppille ovat työläs käsiteltävyys, vastaamatta jättäminen ja sanallisten vastausten luokiteltavuus. Avoimet kysymykset ovat aiheellisia, kun vastausvaihtoehdot eivät ole tarkkaan tiedossa tai halutaan tuoda esille vastaajan mielipiteitä ja ajatuksia. (Heikkilä 2017, 47–48.) Onnistunut

avoin kysymys on tasapainottelua laajuuden ja spesifiyden kanssa. Tarpeeksi spesifi kysymys tuottaa yhtenäisiä vastauksia, mutta samalla kysymyksen täytyy olla tarpeeksi laaja, jotta kysymykselle tulisi vastauksia. (Paradis ym. 2016, 263.)

Suljetut kysymykset sisältävät valmiit vastausvaihtoehdot, joista valitaan joko yksi tai monta vastausta. Ominaista suljetuille kysymyksille on nopea vastaaminen ja tulosten tilastollinen käsittely on nopeaa. Tärkeää on kuitenkin tutkia vastausvaihtoehtojen valintaa, sillä jokainen vastausvaihtoehto täytyy olla toisensa poissulkeva, jokaiselle vastaajalle löytyy vähintään yksi valinta ja vaihtoehtoja ei saa olla liikaa. Suljetun kysymyksen haasteena on laatia kaikki mahdolliset vastausvaihtoehdot, joten tilanteessa, jossa on epävarmuutta kaikista mahdollisista vastausvaihtoehdoista, on mahdollista käyttää sekamuotoista kysymystä. Tällöin kysymyksen suljettujen vastausvaihtoehtojen lisäksi on yleisesti yksi avoin vastausvaihtoehto. Usein tämä on tuotu esille vastausvaihtoehdolla ”muu, mikä?”. (Heikkilä 2017, 49–50.)

Tiedonkeruumenetelmän yhteydessä annetaan tutkittavalle saatekirje. Saatekirjeellä tuodaan esille tutkimuksen tärkeys ja oleelliset tiedot. Tekstin perusteella yhteyshenkilö tai tutkittava voi arvioida tutkimusta ja tehdä näillä tiedoilla päätöksen tutkimukseen osallistumisesta. (Vilka 2021b, 150) Saatekirjeessä on Tietoarkiston (2021) ja Heikkilän (2017, 59) mukaan sisällöltään seuraavat asiat:

- mikä tutkimus kyseessä
- tutkimuksen toteuttaja ja rahoittajat
- tutkimuksen tavoite ja tarpeellisuus
- tutkimustietojen käyttötapa
- vastaajien valintatapa
- vastaamisen aikataulu
- tulosten aikataulu
- vastaajan tietosuoja ja mitä tietoa jaetaan
- kiitos vastaamisesta
- yhteystiedot lisätiedolle.

Laadullisella tutkimusmenetelmällä aineiston määrällä ei ole väliä. Merkittävänä tekijänä pidetään laatua, sillä tutkimusaineiston tavoitteena on toimia apuvälineenä tutkittavan ilmiön tai teorian ymmärtämisessä. Tarkoituksena on joko aikaisempaan tietoon perustuvan ajatusmallin haastaminen eli emansipatorinen tiedonintressi tai ilmiön selittäminen ymmärrettävään muotoon eli hermeneuttinen tiedonintressi. Laadullisessa tutkimuksessa saturaatio muodostuu pienemmällä aineistomäärällä. Saturaatiopisteessä tutkimusaineisto toistaa itseään eikä lisäaineisto tuo lisää tutkimukselle tarpeellista tietoa. Kuitenkin saturaatiopisteen määrittäminen vaatii tutkijalta tietoa mitä tutkimusaineistoltaan vaatii sekä kriteerit, joiden perusteella saturaatiopisteeseen on päästy. (Vilkkä 2021b, 121–122.)

Tutkimukselle keskeistä on päättää sopiva tiedonkeruumenetelmä. Menetelmän valintaan vaikuttaa tutkimuksen tavoite, laatu, tutkimusasetelma, tietosisältö, otanta, vastausprosentti ja kustannukset. (Tilastokeskus n.d.) Kvantitatiivinen tutkimus sisältää usein numeerista tietoa ja kvalitatiivinen taas sanallista tietoa. Jokaiselle tiedonkeruumenetelmälle on omat etunsa ja rajoituksensa (Paradis ym. 2016, 263–264; Heikkilä 2017, 15.)

Esimerkiksi kysely- ja haastattelumuotojen ominaisuuksien kokoaminen (liite 1) voi helpottaa aineistonkeruumenetelmän valintaa. Heikkilä (2017, 17) kuitenkin huomauttaa, että vaikka kysely- ja haastattelumuodoissa on eroja, eivät tulokset vaihtelee merkittävästi toisistaan. Menetelmät ovat enemmänkin sidonnaisia tutkimusasetelmaan ja tutkimuskysymyksiin. Luotettavuutta tutkiessa on tarkkailtava ilmiön ja valitun tutkimusmenetelmän yhteensopivuutta. (Puusa & Juuti 2020, 174.)

2.4 Markkinatutkimus

Markkinatutkimus on systemaattinen, tarkasti suunniteltu ja tietyn tavoitteen omaava tutkimus, jonka tavoitteena on kerätä mahdollisimman luotettavaa ja käyttökelpoista tietoa asiakkaista sekä kilpailijoista. Jotta saatua markkinatietoa

voidaan hyödyntää, täytyy tieto kerätä, jalostaa ja analysoida. Analysoinnin jälkeä tietoa käytetään yritysjohton päätösten tueksi. (Hague, Hague & Morgan 2013, 15; Puusa, Reijonen, Juuti & Laukkanen 2015, 82–83.)

Ajallisesti markkinatutkimukset jakautuvat kertaluonteiseen, jaksoittaiseen tai jatkuvaan. Kertaluonteinen markkinatutkimus suoritetaan kerran, jolloin tarkoituksena ei ole kerätä ajallisesti säilyvää tietoa. Tästä seuraava on jaksoittainen markkinatutkimus, joka suoritetaan tietyn aikavälein samoilla kysymyksillä tai toimintatavoilla. Tämän avulla pystytään vertailemaan jaksoittaisessa tutkimuksessa mitattavien vastausten muutoksia ajan myötä. Jatkuvan tutkimuksen periaate on koko ajan kerättävä tieto kohderyhmästä, joka voi olla laaja tai pieni osa kuluttajia, kotitalouksia tai yrityksiä. (Puusa ym. 2015, 83.)

2.5 Asiakaskäyttäytyminen

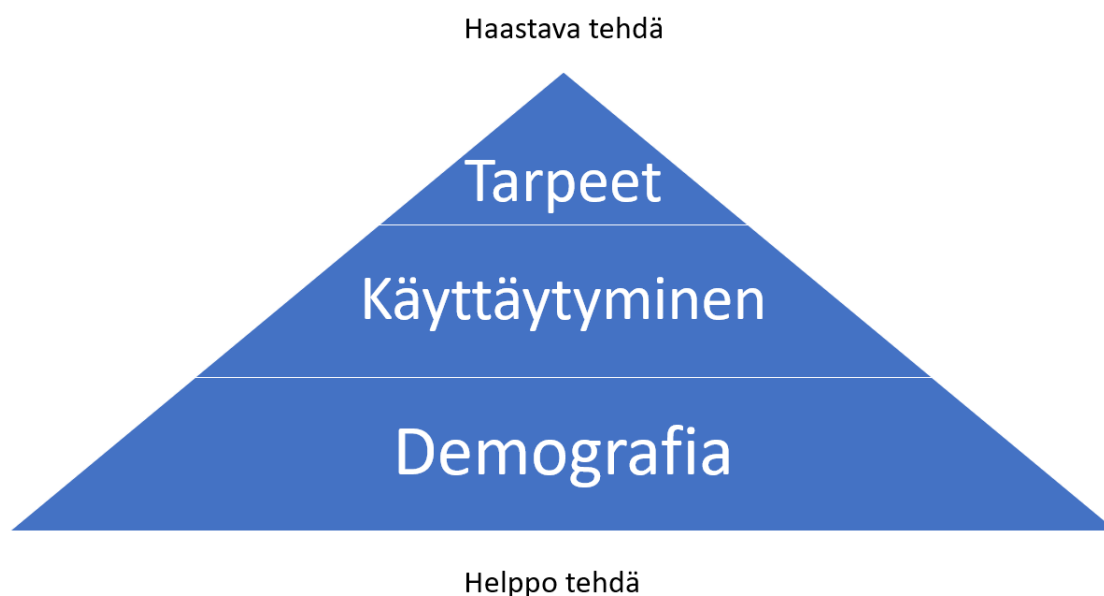
Markkinoijan täytyy tuntea yksityis- ja yrityskuluttajien asiakaskäyttäytyminen, sillä se ohjaa asiakkaan valintoja. Näitä ovat esimerkiksi perusteet, joiden pohjalta valintoja tehdään, mitä, mistä ja miten ostetaan sekä eri tekijät asiakastyytyväisyydelle. Asiakaskäyttäytymisen ohjaavia tekijöitä ovat ulkopuoliset ärsykkeet ja asiakkaan omat ominaisuudet. Ulkopuolisia tekijöitä voivat olla esimerkiksi taloudellinen tilanne ja kulttuuri. (Bergström & Leppänen 2021, 80.) Yritysten markkinat ovat kuitenkin huomattavasti laajemmat kuin kuluttajien. Kuluttajien ja yritysten markkinoinnin erojen tunnistaminen on ensimmäinen askel toimivan markkinatutkimuksen teossa. (Zimmerman & Blythe 2018, 3.)

Organisaation tarpeet ja ostopäätökset ovat usein rationaalisempia kuin kuluttajan ja ostopäätöksen taustalla on löytää ratkaisu ongelmaan. Organisaation ja kuluttajan ostopäätösten pohjana on tarpeen tyydyttäminen. Erona organisaatiolle on suunnitelmallisempi ostopäätös, usein ennakoitu tarve ja tarkat laskelmat. (Bergström & Leppänen 2021, 108–109.)

2.6 Asiakassegmentoiminen ja analysointi

Asiakassegmentoimisen periaate on jakaa asiakkaita erilaisiin ryhmiin ja tutkia miten yrityksen tuotteet tai palvelut voidaan paremmin kohdistaa kyseisiin ryhmiin. Tämän avulla tutkitaan myös asiakassegmenttien ryhmien merkittävyyttä, joka edesauttaa kohdistamaan resursseja merkittäviin asiakkuuksiin ja vähentää kustannuksia ei tarpeellisiin. (Hague ym. 2013, 19.)

Segmentoiminen toimii jakamalla asiakkuudet kolmeen eri päätekijään (kuvio 2). Päätekijät jakautuvat haastavuudeltaan. Helppoisimpana on demografia, joka sisältää iän, sukupuolen, tulot, sijainnin ja muut helposti tunnistettavat fyysiset ominaisuudet. Seuraavaksi haastavin on käyttäytyminen, sillä käyttäytymiseen liittyvä tieto ei ole julkista tietoa. Käyttäytymisen ymmärtäminen helpottaa valitsemaan ihmisryhmille soveltuvia tuotteita tietyille ajankohdille heidän tarpeidensa mukaan. Haastavin päätekijä on tarpeet, jossa käsitellään asiakkaalla jo tyydytettyjä sekä tyydyttämättömiä tarpeita. Tarpeet ovat usein sekoitus erilaisia vaatimuksia tuotteelle, joten asiakkuuksien jaottelu tarpeiden mukaan vaatii laajaa tietämystä asiakkaasta. (Hague ym. 2013, 19–20.)



KUVIO 2. Kolme eri asiakassegmentoimisen tasoa (Hague ym. 2013, muokattu)

Laadullisen tutkimuksen aineistojen analyysitavat on usein sekoitus erilaisia analyysimenetelmiä. Jokaisella menetelmällä tuodaan esille tiettyjä ominaisuuksia aineistosta. Analyysin tarkoituksena on muodostaa aineistoista selkeä kokonaisuus, josta voidaan esittää perusteltu tutkinta ja johtopäätökset ilmiöstä. (Puusa & Juuti 2020, 141–143.) Esimerkiksi asiakkuuksien jaotteluun ja profilointiin voidaan käyttää kvantifioimista, tematisointia ja luokittelua. Jokaisesta menetelmästä saadaan esille tiettyä haluttua tietoa aineistosta.

Kvantifioiminen on määrällinen analyysi, jossa tuodaan esille määriä, prosentteja, luokkia ja vertailuja aineistosta. Kvantifioiminen tuo toisenlaista näkökulmaa laadullisille tutkimuksille. Haasteena kuitenkin on laadullisen tutkimuksen aineiston pieni koko, jolloin kvantifiointi ei tuo uutta näkökulmaa tai lisätietoa tutkimuksesta. (Puusa & Juuti 2020, 148–149; Tuomi & Sarajärvi 2018, 100–101.)

Tematisointi on tutkimusongelmaan liittyvien aiheiden esille tuomista. Aineistosta valitaan keskeiset aiheet ja ne pelkistetään esitettäväksi kokonaisuudeksi, jossa tuodaan esille teemoja. Ennen tematisointia voidaan aineisto alustavasti ryhmitellä esimerkiksi iän tai sukupuolen suhteen. (Puusa & Juuti 2020, 149–150; Tuomi & Sarajärvi 2018, 79.)

Luokittelu on yksinkertaisempi aineiston järjestelemisen muoto. Käytännössä aineistosta muodostetaan luokkia, joista käsitellään luokkiin yhteydessä olevat aihepiirit. Näitä aihepiirejä voidaan myös luokitella, jolloin luokittelu on porrastettua pää- ja alaluokkiin. Tärkeää on huomioida aineiston tiivistyminen, sillä yksittäisiä tekijöitä yhdistetään yleisempiin käsitteisiin. (Puusa & Juuti 2020, 149; Tuomi, Sarajärvi 2018, 79, 93.)

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

3.1 Tiedonhaku

Alustava tiedonhaku muodostui Andor-hakupalvelun avulla, jossa hakutuloksia voidaan muokata erilaisilla kriteereillä. Alustava tiedonhaku muodostui tuottamalla erilaisia hakutermejä ja operaattoreita. Hakutermit, joita käytettiin: laadullinen, kvalitatiivinen, määrällinen, kvantitatiivinen, tutkimus, kysely, markkina, markkinatutkimus, segmentointi, asiakassegmentointi, analysointi, tiedonkeruu, tutkimusprosessi, research process, market research, survey ja research analysis. Andor -tietokannassa voi helposti yhdistellä hakutermejä Boolean operaattoreilla AND, OR ja NOT. Operaattoreilla muodostetaan ehtoja, joilla voidaan rajata tuloksia. Lisäksi on *-operaattori, jolla katkaistaan hakutermi halutusta kohdasta ja haetaan sanan kaikki muodot katkaisun jälkeen. Taulukossa 2 nähdään, miten Andor-hakupalvelussa on muodostettu hakutermeistä Boolean operaattoreilla tiedonhaku.

TAULUKKO 2. Esimerkki laadullisen tutkimuksen kyselyn teorian tiedonhausta

Tietokanta	Käytetyt hakutermit	Hakutulokset
Andor	kvalitatiivi* OR laadull* AND tutkimus AND kysely	Hakutulokset yhteensä: 144 Otsikon avulla valittu: 8 Abstraktin avulla valittu: 6 Soveltuvat lähteet: 6

Hakutermin ja operaattorien lisäksi saatuja hakutuloksia rajattiin kriteereillä. Kriteerit muodostuivat tutkimuksen kannalta luotettavuuden tai tutkijan tarpeiden mukaisesti. Andor-hakupalvelussa käytetyt sisäänotto- ja poissulkukriteerit ovat esitetty taulukossa 3.

TAULUKKO 3. Aineistoa rajaavat kriteerit

SISÄÄNOTTOKRITEERIT	POISSULKUKRITEERIT
Julkaisukieli suomi tai englanti	Julkaisukieli on muu kuin suomi tai englanti
Julkaistu 2012 jälkeen	Julkaistu ennen 2012
Teksti on saatavilla ilmaiseksi tietokannasta	Teksti on maksullinen tietokannassa
Käsittelee teoreettisen viitekehyksen aiheita	Ei käsittele teoreettisen viitekehyksen aiheita
Aineisto on saatavilla verkosta	Aineisto ei ole saatavilla verkosta

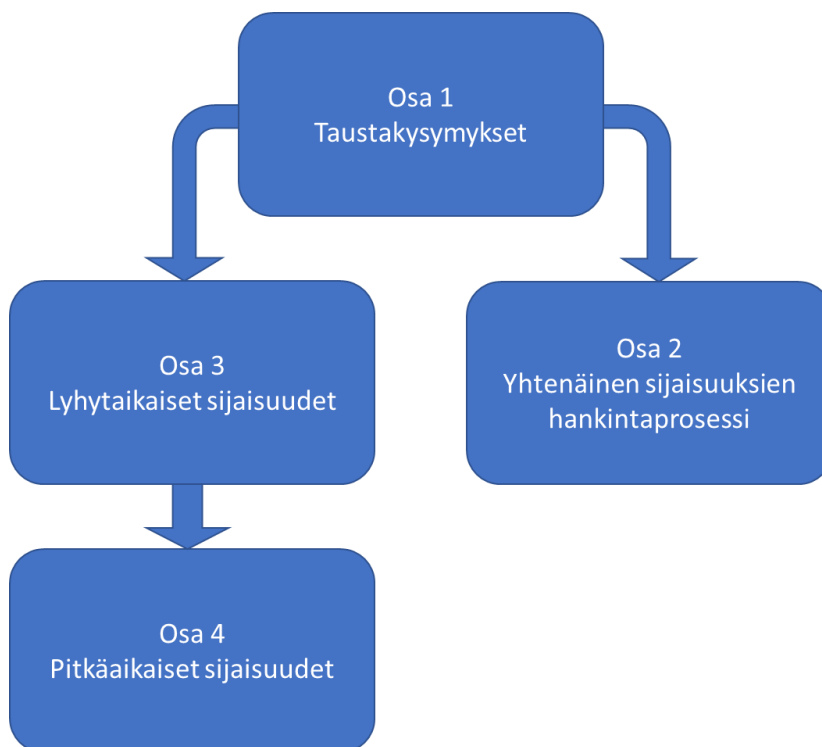
3.2 Kyselylomake

Tiedonkeruumenetelmän valintaan vaikutti tutkimuksen tavoite, laatu, tutkimusasetelma, tietosisältö, otanta, vastausprosentti ja kustannukset. Tavoitteen ollessa sekoitus laadullisia ja määrällisiä ominaisuuksia, sekä tutkimuskohteiden vaihtelevuuden vuoksi, oli lopullinen valinta kysely. Kyselyn etuna voitiin pitää nopeaa vastausten saantia ja selkeätä rajausta vastausvaihtoehdoista. Kuitenkin tutkimuksen edetessä vastausprosentti oli matala, joten toiseksi tiedonkeruumenetelmäksi lisättiin puhelinhaastattelu. Tämän avulla saatiin muutama vastaus lisää haastattelemalla henkilö puhelimitse ja samalla täyttäen kyselylomake.

Kysely muodostettiin Microsoft Forms -sovelluksella, josta pystyttiin tuottamaan kyselylle polkuja vastausvaihtoehdoille, muokkaamaan kyselyn ulkonäköä miellyttäväksi ja seuraamaan saatuja vastauksia. Lisäksi vastauksista muodostui automaattisesti erilaisia tilastoja ja vastaukset pystyttiin lataamaan suoraan Exceliin. Hyvänä etuna oli myös mahdollisuus päivittää kyselyä, jos tekstissä oli kirjoitusvirheitä.

Kyselyn pohjaksi muodostui neliosainen kysely (liite 3), jossa ensimmäinen osa sisälsi taustakysymykset. Ensimmäisen osan viimeinen taustakysymys määritteli,

onko vastaajalla eriävä järjestelyprosessi lyhyt- ja pitkäaikaisille sijaisuuksille. Vastauksen perusteella kysely jakaantui kahteen eri osaan. Jos vastaajalla oli yhtenäinen järjestelyprosessi lyhyt- ja pitkäaikaisille sijaisuuksille, siirtyi vastaaja osaan kaksi, jossa kysymykset oli tarkoitettu yhtenäiselle järjestelylle. Tilanteessa, jossa vastaajalla ei ollut yhtenäinen järjestelyprosessi, hän siirtyi taustakysymyksistä osaan kolme ja neljä. Osien jakautumista on havainnoitu kuviossa 3.



KUVIO 3. Kyselyn jakautuminen neljään eri osaan

3.2.1 Yhteydenottomenetelmä

Kyselylomakkeen jakamisessa on tärkeitä arvioida luotettavuutta. Tämän vuoksi kohdistettu kyselyn jakaminen oli tärkeitä, sillä näin pystyttiin kontrolloimaan paremmin vastaajien sopivuutta. Haasteena kuitenkin oli löytää sopivien henkilöiden yhteystietoja. Terveystieteiden alalla sijaisuuksia järjestävät usein osas-

tonhoitajat. Kuitenkin kaupan alalla sijaisuuksia järjestelevät esimiehet ovat vaihtelevilla nimikkeillä. Pienemmissä kaupoissa kauppiaat voivat hoitaa sijaisuuksien järjestelyjä, mutta suuremmissa kaupoissa järjestelyjä voi hoitaa erilaiset osastoesimiehet tai päälliköt. Epävarmuus sijaisuuksien järjestelyjen vastaavasta henkilöstä vaikeutti yhteydenottoa. Tämä kuitenkin huomioitiin saatekirjeessä, jossa painotettiin kyselyn koskevan esimiehiä, jotka järjestelevät sijaisuuksia. Jos kirje kohdistui ylempään esimieheen, niin toivottiin, että hän jakaisi kyselyn henkilölle, jonka vastuuna organisaatiossa on sijaisuuksien järjestely. Saateteksti on kokonaisuudessaan esitetty liitteessä 2.

Yhteystietoja etsittiin yritysten nettisivuilta, uusista uutisartikkeleista, rekryointisivuilta ja myös lähipiirin kontakteista. Joidenkin yritysten sopivien esihenkilöiden yhteystietoja ei ollut netistä saatavilla. Useimmiten yhteystiedot olivat sähköpostiosoitteen muodossa, joten puhelinnumeroja saatiin lopulta vähän. Rekryointisivuilta löytyi paremmin kaupan alan esimiesten puhelinnumeroita, ja rekryointi-ilmoitusten yhteystiedot olivat yleisesti soveltuvampia tutkimuksen yhteydenottoa varten.

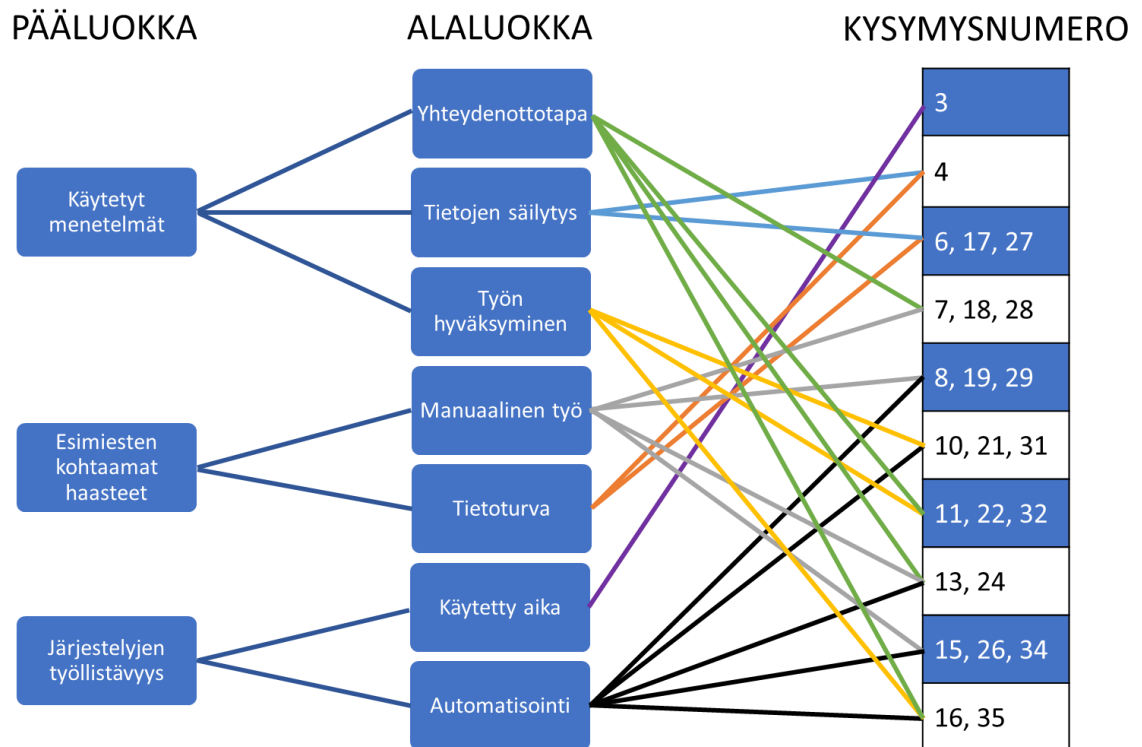
Perusteena yhteydenotolle oli yhteystietojen saatavuus ja yrityksen soveltuvuus. Soveltuvia yrityksiä haettiin vaihtelevin hakusanoin Google-hakupalvelulla. Saadut yhteystiedot lisättiin Excel-tiedostoon, jossa määriteltiin yritys, toimialue, nimi, työtehtävä, sähköposti ja yhteydenottopäivä. Terveystietojen ja kaupan alan yhteystiedot jaettiin eri taulukoihin, jotta yhteystietojen seuranta olisi helpompaa.

Kaupan alalle yhteydenottoja oli 32 sähköpostitse ja seitsemän puhelimitse. Suuri osa yhteydenottokohteista oli kauppiaita, osaston esimiehiä tai ryhmäpäälliköitä. Terveystietojen yhteydenottoja oli 24 sähköpostitse. Merkittävä osa yhteydenottokohteista oli yksikönjohtajia, sillä osastonhoitajien tai muiden tutkimukseen vastaajiksi sopivien esihenkilöiden yhteystietoja ei ollut saatavilla. Yleisesti ottaen kohdejoukko oli suurimmalta osalta ylempiä esimiehiä, sillä lähiesimiesten yhteystietoja ei usein ollut julkisesti saatavilla. Otantaan hyväksyttiin kaikki terveydenhuollon ja kaupan alan työnjohtajat, jotka käsittelivät työvuorojärjestelyjä.

3.2.2 Kysymykset

Kyselylomakkeen kysymykset muodostettiin tutkimuskysymysten pohjalta. Menetelmät, joita käytetään sijaisuuksien järjestelyissä, kartoitettiin sekakysymyksillä. Syynä tälle oli epävarmuus kaikista mahdollisista vastausvaihtoehdoista, joten mahdollisuus avoimelle vastaukselle edesauttoi saamaan kaikki mahdolliset vastaukset. Esimiesten kohtaamat haasteet sijaisten hankinnassa tuotiin esille kahdella tapaa. Ensimmäinen tapa oli kartoitus järjestelyjen menetelmistä, jotka toisivat esille manuaalisen työn määrää tai tietoturvaongelmia. Toinen oli avoin kysymys, johon esimies pystyi tuomaan esille omia ehdotuksiaan järjestelyjen parantamiseksi. Työllistävyys mitattiin kuusiportaisella asteikolla, jossa arvioitiin ajallisesti sisäisten sijaisuuksien järjestelyihin kuluva aikaa.

Tutkimuskysymykset muodostivat kolme pääluokkaa, joista muodostettiin alaluokat. Alaluokat toimivat kriteereinä kysymysten muodostamisessa, jokainen kartoittava kysymys, joka ei ole taustakysymys, täytyy kuulua vähintään yhteen alaluokkaan. Tutkimuksen kysymysten korrelaatio alaluokkiin ja pääluokkiin on esitetty kuviossa 4. Lisäksi kuviossa 4 tuodaan esille eri osien samat kysymykset. Esimerkiksi kysymykset 6, 17 ja 27 ovat samat muuten, mutta kysymys käsitellään eri sijaisuuspituuksilla. Kysymys 6 käsittelee vastaajaa, jolla on yhtenäinen järjestelyprosessi lyhyt- ja pitkäaikaisille sijaisuuksille. Kysymys 17 taas käsittelee asiaa lyhyen sijaisuuden järjestelyn näkökulmasta, kun 27 on pitkäaikaisen sijaisuuden tilanteet. Kaikki kysymykset on esitetty liitteessä 3.



KUVIO 4. Tutkimuskysymyksiin vastaavien kysymysten kategoriointi

3.3 Aineiston analysointi

Aineiston analysointi muodostui kvantifioimalla saadut vastaukset, joko vertailemalla terveydenhuollon ja kaupan alan eroavaisuuksia tai tuomalla esille määriä ja prosentteja. Saaduista vastauksista muodostettiin asiakasryhmiä, jonka avulla saatiin alustavaa asiakassegmentointia. Käytännössä kyselyllä kartoitettiin asiakkaiden demografiaa, käyttäytymistä ja tarpeita, jotka ovat asiakassegmentoimista varten oleellista tietoa. Avoimet kysymykset kyselyn lopussa analysoitiin avainsanoilla, eli tutkittiin vastaajan esille tuomat ongelmat ja tarpeet.

Saatu aineisto luokiteltiin lisäksi tutkimuskysymysten mukaan eri ryhmiin, eli saaduista vastauksista muodostettiin kokonaisuuksia kuvion 4 kolmen pääluokan ja alaluokkien mukaan. Kyseisten luokkien vastaukset tutkittiin alaluokan näkökulman mukaan ja jaoteltiin terveydenhuollon ja kaupan alan pelkistykset erinäisiksi. Luokittelun avulla saadaan selkeämpi kokonaisuus yleisistä trendeistä.

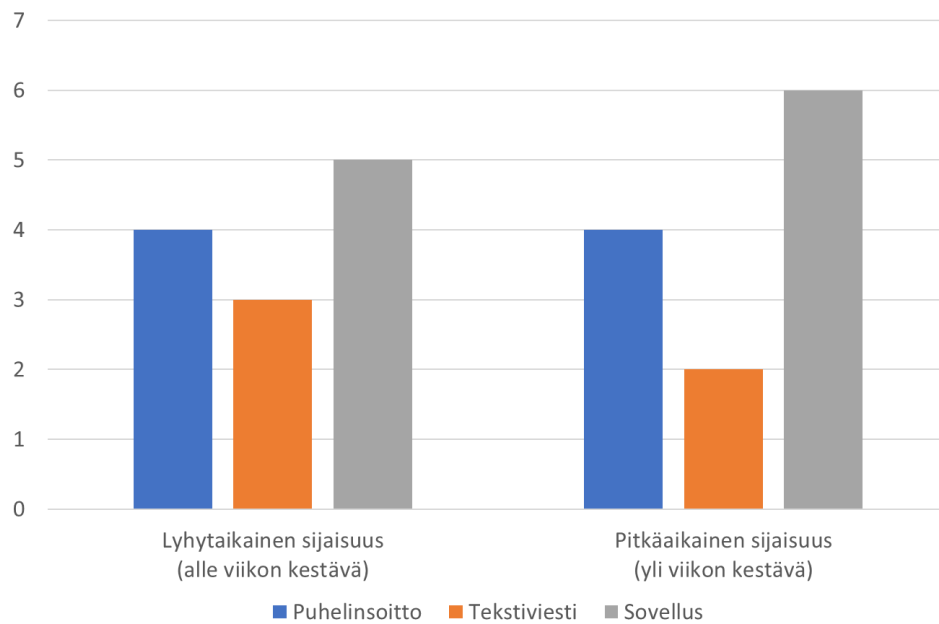
4 TUTKIMUSTULOKSET

Kyselystä saatiin yhteensä kuusi vastausta, joista kolme oli terveydenhuoltoalalta ja loput kolme kaupan alalta. Näistä sähköpostilla saatiin viisi vastausta ja puhelimitse vain yksi. Yhteydenottoja oli yhteensä 63, jolloin vastausprosentti oli 9,5 %. Tämän kappaleen tuloksia esiteltäessä, jos lauseen keskellä on esitetty numero sulkeilla, viitataan tällöin vastaajamäärään. Esimerkiksi viisi vastaajaa on merkitty (5).

Yritykset ylläpitivät yhteystietoja sijaisista pääsääntöisesti (5) sähköisesti, jossa yhteystiedot olivat osa henkilöstönhallintaohjelmiston toimintoja. Yksi vastauksista käytti vuokranvälityspalvelua, joten yhteystietojen säilytys ei ollut tiedossa. Sijaisten pätevyudet ja luvat olivat kaikki (6) sähköisesti talletettu osana ohjelmiston toimintoa lyhyissä ja pitkäaikaisissa sijaisuuksissa.

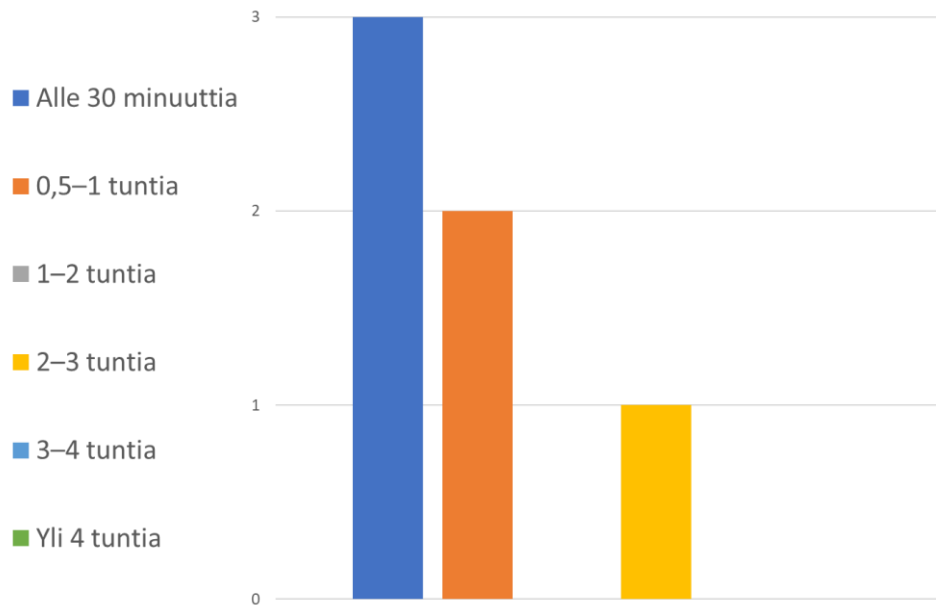
Sijaisten yhteydenottomenetelmän vaihtoehtoiksi annettiin soittaminen, tekstiviesti, sovellus ja avoin vastausvaihtoehto muu. Vastaukseksi pystyi antamaan monta vaihtoehtoa ja keskivertovastausmäärä oli molemmissa sijaisuuksien pituuksissa 2. Yhteydenottomenetelmien jakautuminen ja määrä on esitetty kuviossa 5. Yleisin vaihtoehto oli sovelluksen käyttäminen, tämän jälkeen soittaminen ja viimeisenä pidettiin tekstiviestiä.

Muutos lyhytaikaisesta pitkäaikaiseen sijaisuuteen vaikutti työnantajan yhteydenottomenetelmissä tekstiviestien laskuna 33 % ja sovelluksen käytön nousuna 20 %. Ryhmäyhteydenottoa tapahtui 80 % lyhytaikaisissa ja 60 % pitkäaikaisissa sijaisuuksissa. Tuloksista nousi esille, että työnantajat käyttävät ensisijaisesti tekstiviestiä tai sovellusta työilmoitusta varten, mutta jatkavat yhteydenottoa myös muilla yhteydenottomenetelmillä. 67 % terveydenhuoltoalan esimiehistä lähettivät viestejä, kun vain 33 % kaupan alan esimiehistä käyttivät tätä menetelmää. Sijaiset ottivat kaikilla yhteydenottomenetelmillä yhteyttä eri yrityksissä, mutta tapojen suhdetta määrällisesti ei ole tiedossa.



KUVIO 5. Työnantajan yhteydenottomenetelmien määrä lyhyt- ja pitkäaikaisissa sijaisuuksissa

Vastaajien päivittäinen ajankäyttö oli arvioitu kuusiportaisella asteikolla (kuvio 6). Suurin osa vastaajista (5), käytti järjestelyihin aikaa alle tunnin päivässä. Kuitenkin yksi vastaaja terveydenhuollon puolelta käytti aikaa 2–3 tuntia päivittäin järjestelyihin. Aika-arvio perustui henkilön omaan arvioon siitä, kuinka paljon hänellä kuluu aikaa päivittäin sijaisuuksien järjestelyihin.



KUVIO 6. Sijaisuuksien järjestelyihin käytetty aika

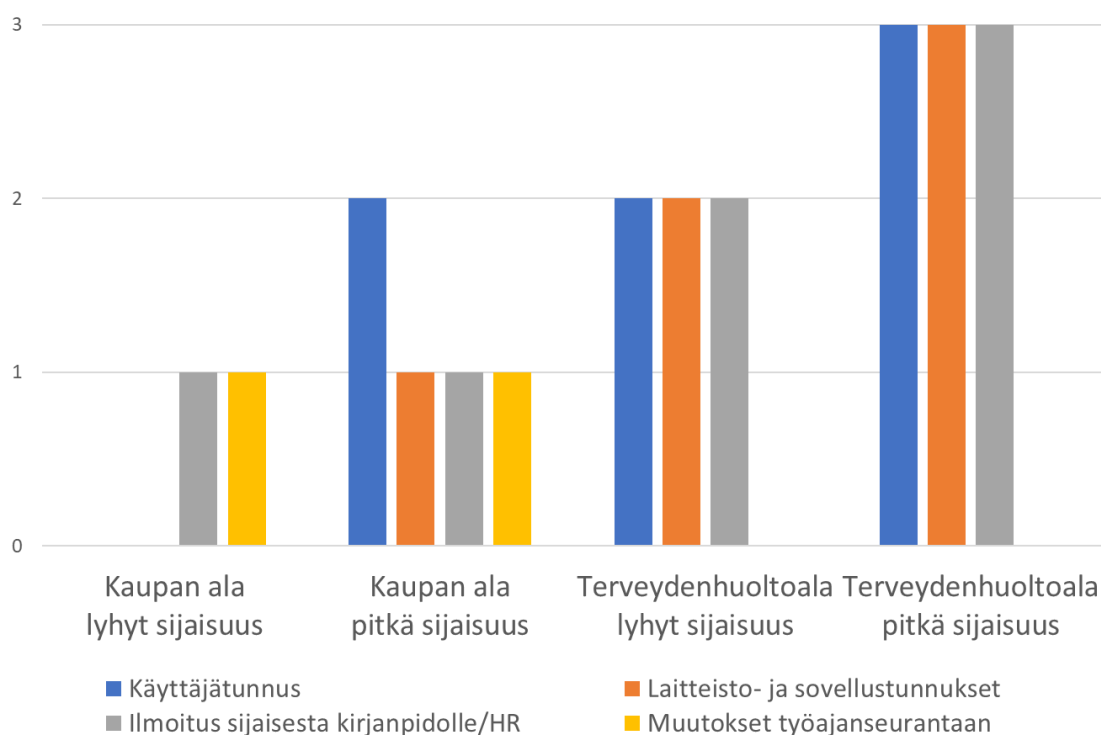
Toimeksiannon automatisointia oli 50 %:lla vastaajista. Yhdellä vastaajista oli kaikki automatisaatio vaihtoehdot valittuna ja muu kohtaan oli lisätty valintaperusteet automatisoinnin alle. Toinen vastaaja oli valinnut lyhytaikaisen toimeksiannon automaattisen täytön, nopean työn vastaanoton ja automatisoidut kirjaukset työvuoroista käytetyiksi toiminnoiksi. Kolmannella vastaajalla ainoastaan pitkäaikaisten sijaisuuksien toimeksianto oli automaattisella täytöllä.

Tietotekniset työt ilmoituksen jälkeen sijaisuutta varten vaihteli kaupan alalla sijaisuuden pituuden mukaan. Tämä ei koskenut vastaajaa, jolla toiminta oli automatisoitu kokonaan. Lyhyen ajan sijaiset tarvitsivat pelkästään muutokset työajanseurantaan (1) tai ilmoituksen sijaisesta henkilöhallinnolle (1). Pitkäaikaiset sijaiset tarvitsivat lyhytaikaisen sijaisuuden tietoteknisten muutosten lisäksi muutoksia käyttäjä- (2) ja sovellustunnuksiin (1).

Tietotekniset työt ilmoituksen jälkeen terveydenhuollon alalla oli laajemmat kuin kaupan alalla. Kaikilla terveydenhuollon alan vastaajilla työilmoituksen jälkeisiä tietoteknisiä töitä olivat käyttäjä-, laitteisto- ja sovellustunnukset ja ilmoitus sijaisuudesta henkilöstöhallinnolle. Yhden vastaajista ei tarvinnut lyhytaikaisissa

sijaisuuksissa tehdä tietoteknisiä töitä. Terveysthuollon ja kaupan alan vastausmäärät tietoteknisistä töistä on esitetty kuviossa 7.

Kyselyn lopussa saatiin kaksi vapaaehtoista kehitysehdotusta. Ensimmäinen ehdotus toi esille kiireellisen sijaistamisen työntarjoamisvelvoitteen haasteet. Työnantaja on velvoitettu tarjoamaan työtä ensin yksikön osa-aikaisille työntekijöille, ennen kuin tarjoaa muille työntekijöille työvuoroa. Tämä vaikeuttaa kiireellisissä tapauksissa sopivan henkilön löytämistä, kun kaikkiin toimijoihin ei voida ottaa yhteyttä samaan aikaan. Toinen ehdotus oli sijaispoolista, josta olisi helppo löytää sopivat sijaiset. Lisäksi tähän ehdotettiin välineitä lähestyä kaikkia yhtä aikaa.



KUVIO 7. Kaupan ja terveysthuollon eroavaisuudet tietoteknisten töiden määrässä lyhyt- ja pitkäaikaisissa sijaisuuksissa

5 TULOSTEN LUOKITTELU JA ASIAKASSEGMENTOIMINEN

Tulokset luokiteltiin kolmesta eri näkökulmasta, jotka ovat käytetyt menetelmät, esimiesten kohtaamat haasteet ja järjestelyjen työllistyvyys. Ne perustuvat tutkimuskysymyksiin, joten aikaisemmin kuviossa 4 esille tuodut luokat ovat samat. Luokista muodostuneiden kysymysten tulokset tuodaan esille pelkistetysti jokaisen alaluokan näkökulmasta. Terveystieteiden ja kaupan alan tulokset on esitetty erillään. Nämä luokitellut ja pelkistetyt tulokset ovat nähtävissä liitteessä 4.

Asiakassegmentoiminen muodostettiin yritysten käyttäytymisen ja tarpeiden mukaan. Demografia ei ollut niin merkittävässä roolissa, sillä palvelu on netin välityksellä toiminnallinen koko Suomessa. Tutkimuksessa ei myöskään käsitelty Suomen ulkopuolella olevia tekijöitä. Demograafisina tietoina kerättiin yrityksen nimi ja vastaajan paikkakunta. Käyttäytymistä tutkittiin jo olemassa olevien toimintojen käyttöä eli automatisoinnin määrää sekä yhteydenottotapoja. Tarpeita tutkittiin käytetyn ajan, kehitysehdotuksien ja tietoturvan näkökulmasta.

Yritykset segmentoitiin neljän tekijän mukaan. Nämä tekijöiden tulokset oli esitetty joko sopivalla asteikolla tai kyllä ja ei vaihtoehdoilla. Taulukossa 4 on esitetty segmentointitekijät, käytetyt esitystavat ja tulos järjestyksessä asteikolla huonosta parempaan.

TAULUKKO 4. Segmentointitekijät ja tulosten esitystavat

Tekijä	Tuloksen esitystapa
Automatisointi	Kyllä 3 tai enemmän; Kyllä alle 3; Ei
Ryhmäviestintä	Kyllä; Ei
Käytetty aika	Alle 1 h; 1–2 h; 2–3 h; yli 3 h
Tietoturva (yhteystietojen ja lupien talletus)	Hyvä (osa ohjelmiston toimintoa); Heikko (erillinen tiedosto tai paperi)

Segmentoinnissa tehdään erilaisia profileja, joka sisältää tietyt segmentointitekijät. Esimerkiksi korkean hyödyn profiili omaisi matalan automatisoinnin, ei ryhmäviestintää, korkean käytetyn ajan ja heikon tietoturvan. Tutkimuksen pohjalta muodostettiin neljä profiilia. Nämä olivat viestittelijät, automatisoijat, kiireelliset ja optimoijat. Jokaisen profiilin tekijät ja tutkimukseen osallistuneiden yritysten profiili on esitetty taulukossa 5. Tietoturvan ja yrityskilpailun vuoksi yritysten nimiä ei esitetä julkisesti.

TAULUKKO 5. Segmentointiprofiilin tekijät ja tutkimuksen yritysten profiilit

Profiili	Automa- tisointi	Ryhmä- viestintä	Käytetty aika	Tieto- turva	Yritykset
Viestittelijät	< 3	Kyllä	-	Hyvä	A, B, F
Automatisoijat	≥ 3	Kyllä	Yli 1 h	Hyvä	
Pelkistetyt	Ei	Ei	-	-	C
Optimoijat	≥ 3	Kyllä	Alle 1 h	Hyvä	D, E

Asiakkuuden potentiaalia voidaan hahmotella jakamalla tekijöiden tulokset raja-arvoihin. Raja-arvon valintaan vaikuttaa tuloksen esitystapojen määrä, arvio tekijän merkittävyydestä ja tilastot sekä kvantitatiiviset arvot, joihin verrata. Käytetty aika sijaisten järjestelyssä on kvantitatiivinen arvo, jota voidaan käyttää avuksi tutkiessa palvelun hyödyllisyyttä asiakkaalle. Kuluja voidaan verrata järjestelijän henkilöstömäärään ja palvelun hintaan, josta saadaan muodostettua kaava saadusta hyödystä. Tunnin raja-arvo muodostuu kaavasta (1), jossa verrataan yrityksen esimiehen henkilöstökuluja sijaisten järjestelyssä palvelun hyötyyn ja kuluihin.

$$P \cdot A \cdot 22 > P \cdot A \cdot 22 \cdot H - M \cdot T \quad (1)$$

jossa P on esimiehen tuntipalkan kustannus työnantajalle, A on esimiehen käytetty aika sijaisten järjestelyssä, 22 on työpäivien määrä kuukaudessa, H on hyötyaste, joka on 0,5 ellei automatisointiaste ole 3 tai enemmän, jolloin arvo on 0,25, M on CrewCaster Oy:n palveluhinta ja T on järjestelijän alaiset. Kuvitteellinen

esimerkki kuluista ja saaduista hyödyistä on esitetty taulukossa 6, joka on laskettu koko yrityksen näkökulmasta. Esimerkissä tuntipalkan kustannuksissa on huomattu muut työntekijäkustannukset palkan lisäksi. Esimiesten määrän suhde työntekijöihin on arvio, joka todellisuudessa vaihtelee merkitsevästi yrityksissä ja eri aloilla.

TAULUKKO 6. Kuvitteellinen esimerkki CrewCaster Oy:n palvelun hyödystä

Järjestelevän esimiehen tuntipalkan kustannus työnantajalle	30 €
Esimiehen käyttämä aika päivässä (keskiarvo)	0,5 tuntia
Järjestelevien esimiesten määrä	15
Automatisointiaste	alle kolme
Palveluhinta per asiakas	5 €
Henkilöstömäärä	150
Asiakkaan kokonaiskustannukset sijaisten järjestelyissä ilman CrewCaster Oy:n palvelua (Tuntipalkka x käyttämä aika x esimiesten määrä x työpäiviä kuukaudessa)	4950 €
CrewCaster palvelun kulut kuukaudessa (Henkilöstömäärä ja esimiehet x palveluhinta)	825 €
Yrityksen saama hyöty palvelun avulla kuukaudessa (Kokonaiskustannukset x hyötyaste – palvelun kulut)	1650 €

6 YHTEENVETO

6.1 Tulokset ja kehitysideat

Tutkimuksesta saadut tulokset ovat hyödynnettävää tietoa tuotekehitykselle, sillä vastaajista monet ovat osa laajempaa organisaatiota. Monet suuremmat organisaatiot ovat kehittäneet samankaltaiset prosessit eri toimipisteille. Kuitenkin markkinatutkimuksena vastaajien määrä on matala ja laajempaa kuvaa varten tarvittaisiin enemmän kvalitatiivista ja kvantitatiivista tietoa. Mahdollisesti yksilöhaastattelut tai organisaation sisällä jaetut kvantitatiiviset kyselyt toimisivat hyvänä tiedon pohjana.

Eroja terveydenhuollon ja kaupan alan yritysten prosesseissa on haastava luonnehtia matalalla vastausmäärällä, mutta automatisoinnin määrä yleisesti on kuitenkin suhteellisen matala. Vain yhdellä vastaajista oli laajempaa automatisointia ja silloinkin koko sijaisten hankintaprosessi oli ulkoistettu. Yhteydenottomenetelmiä käytettiin laajasti ja usein hyödynnettiin ryhmäviestintää. Haasteena ryhmäviestinnälle on kuitenkin kohdistaminen, sillä yksittäiseen viestiketjuun voi ilmes-tyä paljon viestejä, mikä hankaloittaa työntekijälle olennaisen viestin löytämistä. Myös työnantajalla voi olla haasteita tietää milloin työntekijät ovat lukeneet viestiä, jotta hän tietää ottaa yhteyttä muihin henkilöihin.

Tarve kehittää sijaisten järjestelyprosessia ja yleistä yhteydenottoa on usein aiheellista. Vaikka ryhmäviestinnällä voidaan manuaalista työtä vähentää, se ei kuitenkaan aina ole paras tapa ottaa yhteyttä. Tarpeettomien viestien seuranta voi helposti turhauttaa vapaalla olevaa työntekijää, jolloin seurauksena voi olla erilaisia tapoja vältellä viestintää. Hyvällä yhteydenottomenetelmällä saadaan yhteyttä yhtä aikaa moneen sopivaan henkilöön, muiden työntekijöiden viestit eivät ole nähtävissä ja toimeksiannon tila on nähtävissä. Tämä vähentää turhaa viestittelyä ja helpottaa toimeksiannon löytämistä.

Esimiehet toivat esille haasteita löytää sopivat sijaiset ja työntarjoamisveloitteen. Suurin osa työnantajista säilyttivät sähköisesti sijaisten yhteystietoja. Näistä voisi järjestää tietokannan, jossa on yleiset yhteystiedot, toimialue, työtehtävä, toiveet ja luvat sekä osaamiset. Organisaation sisäisestä tietokannasta voisi paremmin tavoittaa oman alueen sopivat sijaiset, jotka tyypillisesti tekisivät töitä toisessa toimipisteessä.

Työntarjoamisveloitetta voidaan automatisoida muuttamalla yhteydenottoa vaiheittaiseksi, jossa määritellään ensin toimipisteen koko- ja osa-aikaiset työntekijät sekä ulkoiset työntekijät ryhmiin. Tämän jälkeen muodostetaan koodi, jonka avulla voidaan listata ketkä työntekijät ovat nähneet pyynnön. Nähneiden listaa verrataan kyseisen vaiheen työntekijäluetteloon. Kun lista tai sovittu aikamääre on tullut täyteen, voidaan vaihtaa seuraavaan ryhmään työntarjoamisveloitteen mukaisesti.

Organisaation sisällä kahdella työntekijällä, jotka käyttävät samoja käytäntöjä, voi olla merkittäviä eroavaisuuksia sijaisuuksien työllistävyydessä. Tärkeämpänä sijaisten järjestelyssä olisi muodostaa menetelmä, jota voidaan hyödyntää moninaisissa tarpeissa ja määrissä. Tämä on huomattavissa varsinkin korona-aikana, jolloin poissaoloja on enemmän kuin normaaleissa olosuhteissa.

Jatkokehitysideana on tuottaa laajempi markkinatutkimus, joka suoritetaan haastatteluilla. Kvantitatiivisen tiedon lisäksi tarvittaisiin tutkimusta yhteydenottomenetelmistä ja erilaisista tarpeista, miten muodostaa optimaalinen tapa ottaa yhteyttä työntekijöihin. Työllistävyys on vain yksi tekijä, joka vaikuttaa sopivan yhteydenottomenetelmän valinnassa. Tärkeää on huomioida työntekijöiden tarpeet ja jaksaminen arjessa, sillä huonolla yhteydenottomenetelmällä voi ilmentyä negatiivisia vaikutuksia työympäristössä. Siksi myös työntekijöiden mielipiteet olisi hyvä lisätä osaksi tutkimusta.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimusta arvioidessa on syytä arvioida tutkimuksen luotettavuuden lisäksi pätevyyttä tai tulkinnan yleisyyttä. Pätevyys koskee määrällistä tutkimusta ja viittaa kykyyn mitata tutkimuksessa sitä, mitä haluttiin mitata. Yleisyydellä viitataan laadullisen tutkimuksen kykyyn tuoda esille yleinen kuvaus tutkimuksen merkityksistä tai niiden rakentumisesta. Yleisyys voidaan myös tuoda esille väitteenä, yleispätevänä eettisenä periaatteena tai ohjeena. (Vilka 2021b, 154–156.) Kartoittava markkinatutkimus muodostettiin menetelmätriangulaationa, jolloin olennaista on tutkia luotettavuuden lisäksi myös pätevyyttä ja yleisyyttä.

Luotettavuudessa arvioidaan tulosten tarkkuutta. Tuloksien tarkkuuteen vaikuttaa monta tekijää, kuten aineistonkeruumenetelmä, kohderyhmä, tutkimuskysymykset ja ajankohta. Aineistonkeruu toteutettiin verkossa julkaistulla kyselyllä, jossa haasteena on todentaa vastaajan oikeellisuus. Kuka tahansa voi vastata kyselyyn, jos he saavat käsiinsä kyselyn osoitteen. Kyselyissä on myös ongelmana kysymysten muotoilu. Selkeät kysymykset, jotka sisältävät kaikki tarvittavat vastausvaihtoehdot ovat haasteellisia tehdä. Pelkkä muutos vastausvaihtoehdoissa voi muuttaa vastausten tulkintaa huomattavasti, sillä ihmisten käsitys samasta sanasta voi vaihdella merkittävästi.

Vastausmäärä jäi kyselylle matalaksi, yhteydenottoja oli yhteensä 63, joista vain kuusi vastasi. Määrällisesti tämä ei riitä yleistettävään arvioon terveydenhuollon ja kaupan alan eroavaisuuksiin sijaisten järjestelyissä, eikä myöskään tuo esille tarkkaa keskiarvoa sijaisten järjestelyihin kuluva ajasta. Pätevyydeltään tutkimuksessa saatiin haluttua tietoa erilaisista menetelmistä ja ajankäytöstä. Vertailevaa kvantitatiivista tietoa menetelmien yleisyydestä tai vaihtelevuudesta ei ole saatavilla. Vastausmäärän vuoksi tutkimuksen tulokset eivät ole yleistettävissä.

Tutkimuksen kohderyhmänä oli esimiehet, jotka järjestelivät sijaisuuksia. Tutkimuksen aikana kuitenkin ilmentyi ongelmaksi löytää sopivan kohdehenkilön yh-

teystietoja. Useimmiten sijaisuuksia hoitaa alemman tason esimiehet, joiden yhteystiedot eivät ole saatavilla yrityksen nettisivuilla. Yhteystiedot, jotka löytyivät, olivat useimmiten päällikkö- tai johtajatason esimiehen. Tämän vuoksi saatetettiin (liite 2) muodostettiin toiseen kappaleeseen selkeyttävä teksti, josta selvisi, keille tämä tutkimus on suunnattu. Jos henkilö ei ollut sopiva, pyydettiin häntä jakamaan kysely alaiselle, joka olisi sopiva tutkimukselle.

Tutkimuskysymykset olivat luonteeltaan laadullisia. Kuitenkin haasteena oli käsitellä laajalti terveydenhuollon ja kaupan alan esimiesten ongelmista, käytännöistä ja työllistävyydestä. Tämän vuoksi tutkimus muodostettiin kyselynä, jota käytetään useammin määrällisissä tutkimuksissa. Erilaisia menetelmiä käytettiin, kuten muu -vastausvaihtoehdot ja avoimet kysymykset, jotta saataisiin enemmän esille vastaajien omia mielipiteitä ja ajatuksia. Tällöin oleellista tietoa ei puuttuisi kyselyn vastaajilta.

Tutkimuksessa ajankohdalla on merkitystä, sillä yleiset maailmantilanteet vaikuttavat merkittävästi ihmisten tilanteisiin arjessa ja työelämässä. Tutkimus suoritettiin 2022 helmi-huhtikuun välillä, jolloin tutkimuksen tuloksiin on voinut erityisesti vaikuttaa kolme tekijää. Ensimmäinen tekijä on korona-aika, joka on ylikuormittanut terveydenhuollon ja kaupan alaa huomattavasti. Toisena tekijänä voidaan pitää Venäjän hyökkäystä Ukrainaan, joka on lisännyt terveydenhuollon kuormitusta pakolaisten lisääntyessä. Lisäksi Venäjän hyökkäys on vaikuttanut kaupan alan tuotevalikoimaan ja muutoksiin hinnoissa. Kolmas merkittävä tekijä on terveydenhuoltoalan hoitajien lakko, joka on kuormittanut julkista ja yksityistä terveydenhuoltoa.

Tutkimusta tehdessä voi joutua putkinäköön. Jatkuva tiedonkeruu ja uuden oppiminen tutkimuksen aikana edesauttaa neutraalin näkökulman ylläpitämistä. Yksin tutkimusta tuottaessa on tiedostettava, kuinka omat kokemukset ja mielipiteet voivat vaikuttaa tutkimukseen ja miten tätä voidaan välttää. Tämän vuoksi koko

opinnäytetyöprosessin ajan on työn tilaajan kanssa käyty keskustelua. Esimerkiksi saatetekstistä ja kyselyn rakenteesta on käyty rakentavaa keskustelua ja opinnäytetyötä eteenpäin vievää pohdintaa.

Luotettavuutta voidaan tutkia myös tiedonkeruun näkökulmasta. Opinnäytetyön ja tutkimuksen teoreettinen tieto kerättiin Andor-hakupalvelusta. Sopivat tieteelliset tekstit etsittiin oleellisilla hakutermeillä. Aineistoa rajattiin lisäksi erilaisilla kriteereillä, kuten julkaisukieli, -vuosi, teksti on saatavilla ilmaiseksi, käsittelee teoreettisen viitekehysten aiheita ja aineisto on saatavilla verkosta. Tutkimuksen ajan oli tärkeää saada aluksi laajempi käsitys aiheesta, ennen siirtymistä syvällisempään tietoon. Tämän avulla pystyttiin paremmin arvioimaan tutkimuksen kulkua ja metodien valintaa.

Lähteitä tutkimuksessa oli lopulta 16, joista englanninkielisiä oli kolme. Lähteet käsittelivät tutkimuksen teoreettista viitekehystä hyvin ja lähteiden julkaisuvuosista monet olivat alle viisi vuotta vanhoja. Kuitenkin yksi lähde oli vanhempi, vuodelta 1998. Tämän syynä oli se, että kirjassa käsiteltiin yleistettävää tietoa kirjoittamisen tärkeydestä.

6.3 Eettisyys

Tieteellisen tutkimuksen perustana on tutkimuseettisen neuvottelukunnan (2012) mukaan noudattaa hyvän tieteellisen käytännön edellyttämiä tapoja. Muuten tutkijan tutkimusta ei voida pitää eettisesti hyväksyttävänä, luotettavana tai tuloksia uskottavana, josta pahimmillaan seuraa tutkimuksen mitätöinti. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012, 6, 8.) Tämä koskee tutkimusprosessia, tutkimuksen tulosten luotettavuutta ja tutkimuseettisiä kysymyksiä. Tutkimus ei voi esimerkiksi loukata tiettyjä ihmisryhmiä, vaan tutkimus täytyy myös eettisesti tutkia. (Puusa & Juuti 2020, 171–173.) Tutkimuseettisen neuvottelukunnan mukaan (2012, 6–7) hyvän tieteellisen käytännön keskeisimpiin lähtökohtiin kuuluvat muun muassa:

- Tutkimus on tuotettu rehellisesti, huolellisesti ja tarkasti tutkimustyössä, tulosten tallentamisessa, esittämisessä sekä tutkimuksen ja tulosten arvioinnissa.
- Tutkimuksessa käytetään tieteellisen tutkimuksen kriteerejä ja eettisesti kestäviä menetelmiä tiedonhankinnassa, tutkimuksessa ja arvioinnissa. Tuloksia julkaistaessa tiedot käsitellään avoimesti ja vastuullisesti.
- Tutkijat kunnioittavat muiden tutkijoiden tekemiä töitä ja viittaavat heidän tuotoksiinsa asianmukaisella tavalla, sekä antavat heidän tuotoksilleen asianmukaisen arvon ja merkityksen tutkimuksessa ja sen tulosten julkaisussa.
- Tutkimus suunnitellaan, toteutetaan, raportoidaan sekä muodostuneet tietoaineistot tallennetaan tieteelliselle tiedolle asennettujen vaatimusten määrittelemällä tavalla.

Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohjeistusta on seurattu koko tutkimuksen ajan. Tutkimuksen tulokset eivät ole yleistettäviä, mutta tutkimuksen suoritus on laadullisesti sekä eettisesti tehty ottaen muut huomioon. Osana tutkimuksen lopetusta oli tuoda avoimesti esille tutkimuksen prosessi arvioitavaksi. Tulokset ja tutkimuksen kulku on tuotu esille ilman, että tietoa on piiloteltu tai muokattu, ellei se vaikuta vastaajan tietosuojaan tai toimeksiantajan kilpailun kannalta salattaviin tietoihin.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tutkimuksesta esille tulleista tuloksista saatiin tietoa organisaatioiden erilaisista sijaisten järjestelyistä. Tutkimuksen tavoitteena oli lisätä tietoa yritysten tarpeista ja käytännöistä. Tulokset toivat esille yritysten vähäisen automatisoinnin työvuorojen järjestelyissä ja vaihtelevat tavat kommunikoida sijaisten kanssa. Vaikuttavina tekijöinä tuloksien luotettavuuteen voidaan pitää korona-aikaa, Venäjän hyökkäystä Ukrainaan ja hoitajien lakko. Lisäksi matala vastausprosentti antaa heikon vertailupohjan yritysten eroavaisuuksiin sijaisten järjestelyjen menetelmissä. Kyselyn kohderyhmän yhteystietojen hankinnassa oli haasteita, sillä useimmiten saatavilla olevat yhteystiedot olivat ylemmän esimiehen. Tämä vaikeutti kyselyn jakoa henkilöille, jotka eniten hoitavat sijaisten järjestelyä.

Opinnäytetyön avulla saatiin parempaa käsitystä terveydenhuollon ja kaupan alan sijaisten järjestelyistä. Esimiehet toivat esille järjestelyihin kuluneen ajan lisäksi yhteydenottomenetelmiä ja kehitysideoita. Automatisoinnin tarve korostui ajankäytön ja yhteydenottomenetelmien perusteella. Organisaatiot, jotka käyttivät automatisointia, olivat automatisointiasteen suhteen vielä alkuvaiheilla. Kehitysideoina oli sijaisten tietopankki ja ilmoituksen vaiheistaminen eri sijaisryhmille.

Koko tutkimuksen ajan noudatettiin hyvän tieteellisen käytännön tapoja. Tutkimuksen kysymyksiä, vastausvaihtoehtoja ja tuloksia tuotiin avoimesti esille vastaajan anonyymisyyttä vaarantamatta. Muiden tutkijoiden tuotoksia viitattiin opinnäytetyössä asianmukaisesti ja vastuullisesti. Tutkimuksessa esille tulleet haasteet esitettiin avoimesti ja miten niihin on reagoitu.

Jatkokehitysideana on tutkia sijaisten järjestelyä laajemmalla markkinatutkimuksella. Sopivampana tutkimusmenetelmänä olisi haastattelu, josta saataisiin syvällisempää tietoa yhteydenottomenetelmistä ja erilaisista tarpeista. Kohderyhmään työntekijöiden lisääminen edesauttaisi tuomaan esille työntekijöiden näke-

miä haasteita sijaisten järjestelyissä. Tutkimusta tehdessä erilaisista työvuorojärjestelmistä ei ollut riittävästi tietoa. Työvuorojärjestelmien ominaisuuksien ja integroimisen mahdollisuuksista olisi hyvä saada lisää tietoa, jotta CrewCaster Oy:n palvelua voitaisiin käyttää mahdollisimman saumattomasti.

LÄHTEET

- Bergström, S. & Leppänen, A. 2021. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 19. painos. Helsinki: Edita.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Hague, P., Hague N. & Morgan C-A. 2013. Market research in practice: how to get greater insight from your market. 2. painos. London: Kogan Page.
- Heikkilä, T. 2017. Tilastollinen tutkimus. 9. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Paradis, E., O'Brien, B., Nimmon, L., Bandiera, G. & Martimianakis, M.A.T. 2016. Design: Selection of Data Collection Methods. Journal of graduate medical education. 14 (2), 263–264.
- Pitkäranta, A. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä – Työkirja ammattikorkeakouluun. Jokioinen: e-Oppi Oy.
- Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus.
- Puusa, A., Reijonen, H., Juuti, P. & Laukkanen, T. 2015. Akatemiasta markkina- paikalle: johtaminen ja markkinointi aikansa kuvina. 6. painos. Helsinki: Talentum.
- Tietoarkisto. 2021. Posti- ja verkkokyselyaineiston kokoaminen. Viitattu 25.3.2022. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/metodit/mao/kvanti/postikysely/postikysely/>
- Tilastokeskus. n.d. Tiedonkeruumenetelmän valinta. Verkkosivu. Viitattu 14.3.2022. https://www.stat.fi/tup/htpalvelut/haastutk_toiminta_tiedonkeruu.html
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 3. painos. Helsinki: Tammi.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Viitattu 23.3.2022. https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf
- Valli, R. & Aaltola, J. 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. 2, Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. 5. painos. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Vilka, H. 2021a. Näin onnistut opinnäytetyössä. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vilkkä, H. 2021b. Tutki ja kehitä. 5. painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Zimmerman, A. & Blythe, J. 2018. Business to Business Marketing Management: A Global Perspective. 3. painos. Abingdon: Routledge.

LIITTEET

Liite 1. Kysely- ja haastattelumuodot (Heikkilä 2017, muokattu)

Ominaisuus	Henkilö- kohtainen haastattelu	Puhelin- haastattelu	Posti- kysely	Internetkysely
Vastausprosentti	Yleensä korkea	Yleensä korkea	Usein alhainen	Riippuu kohdejoukosta
Haastattelijoiden tarve	Suuri	Pienempi kuin henkilö- kohtainen	Ei tarvita	Ei tarvita
Haastattelijan vaikutus	Suuri	Pieni	Ei ole	Ei ole
Vastausten saannin nopeus	Melko nopea	Nopea	Hidas	Nopea
Pitkän kyselylomakkeen käyttömahdollisuus	Hyvä	Melko huono	Hyvä	Hyvä
Arkaluonteisten kysymysten käyttömahdollisuus	Huono	Huono	Hyvä	Hyvä
Avointen kysymysten käyttömahdollisuus	Hyvä	Melko hyvä	Huono	Huono
Vastausten tarkkuus	Hyvä	Hyvä	Kyseen- alainen	Kyseenalainen
Väärinkäyttö mahdollisuus	Pieni	Melko pieni	Suuri	Suuri
Mahdollisuus tietää, kuka on vastannut	Kyllä	Kyllä	Ei	Ei
Oheismateriaalin käyttömahdollisuus	Hyvä	Ei ole	Hyvä	Hyvä
Lisähavaintojen tekomahdollisuus	Hyvä	Melko hyvä	Ei ole	Ei ole

Liite 2. Saateteksti

Hei,

Tausta

Otan yhteyttä teihin, sillä olen tuottamassa opinnäytetyötä terveydenhuolto- ja kaupan alan organisaatioiden sisäisten sijaistuuksien hankinnan haasteista yhteistyössä CrewCaster Oy:n kanssa. Osana opinnäytetyötä on lyhyt kysely, jossa tutkitaan eri organisaatioiden sisäistä sijaisten hankintaprosessia. Kyselyistä saatu tieto edesauttaa tuomaan esille esimiesten kehitysideat organisaation sisäisten sijaisten käsittelymenetelmissä ja heidän kohtaamat haasteet sijaisten hankinnassa sekä ajankäytössä. Teidän organisaationne anonyymit vastaukset voidaan jakaa teille omaa kehitystoimintaanne varten.

Olisiko mahdollista, että käyttäisitte aikaanne kyselyyn vastaamiseen? Tai jakaisitte tätä kyselyä esimiehille, jotka järjestelivät toimipisteenne sisäistä sijaistointia?

Kiitos etukäteen kyselyyn vastaamisesta ja opiskelijoiden opintojen tukemisesta!

Vastaaminen

Kyselyistä saatua tietoa voidaan käyttää avuksi kehittämään sijaisten hankintaa, joten halutessanne teidän organisaationne anonyymit vastaukset voidaan jakaa teille. Kyselyyn vastaaminen kestää 4–7 minuuttia ja kyselyyn vastataan anonyymisti. Yritysten nimiä ei julkaista opinnäytetyössä.

Tätä linkkiä painamalla pääset suoraan kyselyyn. <https://forms.office.com/r/BbiU8YQJsQ>

Toivon kyselyyn vastaamista mahdollisimman pian, mutta kysely on voimassa 8. huhtikuuta asti. Kyselyyn voidaan vastata tietokoneella tai älypuhelimella.

Tulokset

Teidän organisaatioltanne saadut vastaukset voidaan jakaa teille, joista tuodaan esille organisaation sisäisten sijaisten hankintaprosessia yleisesti, arvioitu ajan- käyttö ja työntekijöidenne avoimet kehitysideat. Tietosuojan vuoksi pieniä vastausmääriä ei jaeta, jottei kenenkään vastaajan oikeus anonymisyyteen kärsisi. Saatuja tuloksia käytetään avuksi CrewCaster Oy:n tuotekehityksessä. Tulokset ovat saatavilla toukokuun aikana.

Lisätiedot

Kiitos ajankäytöstänne ja tarvittaessa lisää tietoa voidaan kysyä

Valtteri Virtanen, puh. sposti:

Liite 3. Kyselyn pohja

1(10)

Organisaation sisäisten sijaisten hankintaprosessi

Tämän kyselyn tarkoitus on kartoittaa eri yritysten organisaation sisäisten sijaisten käsittelyprosessia ja tuoda esille yritysten erilaisia sijaisuuksiin liittyviä toimintatapoja ja tarpeita. Vastaaminen on anonyymia. Kyselyyn osallistumiseksi vastaajan täytyy olla tekemisissä sijaisuuksien hankinnassa. Kyselyn kesto on noin 4–7 minuuttia.

Kiitos etukäteen kyselyyn vastaamisesta ja opiskelijoiden opintojen tukemisesta!



* Pakollinen

1. Työpaikka? *

2. Toimipaikan sijainti? (Kaupunki) *

3. Kuinka paljon organisaation sisäisten sijaisuuksien järjestelyt keskimäärin työllistävät työpäivän aikana? *

- Alle 30 minuuttia
- 0,5–1 tuntia
- 1–2 tuntia
- 2–3 tuntia
- 3–4 tuntia
- Yli 4 tuntia

(jatkuu)

4. Onko sijaisten yhteystiedoille yhtenäinen talletuspaikka? *

- Sähköisesti, erillinen tiedosto (Excel, Wordyms.)
- Sähköisesti, osa ohjelmiston toimintoa (Caracom, Quentic yms.)
- Paperilla
-

5. Onko hankintaprosessi erilainen lyhytaikaisille ja pitkäaikaisille sisäisille sijaisuuksille? *

Lyhytaikainen on alle viikon kestävä sijaisuus ja pitkäaikainen kaikki yli viikon kestävät.

- Kyllä
- Ei

Yhtenäinen hankintaprosessi lyhyt- ja pitkäaikaisille sisäisille sijaisuuksille

Seuraavat kysymykset viittaavat aina organisaation sisäisiin sijaisuuksiin.

6. Miten säilytätte tietoa sijaisten pätevyyksistä ja luvista? *

- Sähköisesti, erillinen tiedosto (Excel, word yms.)
- Sähköisesti, osa ohjelmiston toimintoa (CaraCom, Quentic yms.)
- Paperilla
-

7. Miten otatte yhteyttä sijaisiin? *

- Soittamalla
- Tekstiviesti
- Sovellus (WhatsApp, Telegram yms.)
-

8. Tarvitessasi sijaista, otatko yhteyttä moneen sijaiseen kerralla vai yksitellen? *

- Kerralla
- Yksitellen

9. Onko sijaisten hakuprosessi automatisoitu?*

- Kyllä
- Ei

4(10)

10. Miten sijaisten hakuprosessia on automatisoitu? *

- Automaattiset yhteystiedot
- Toimeksiannon automaattinen täyttö
- Saavutetaan kerralla kaikki vapaahenkilöt
- Nopea työn vastaanotto
- Automatisoidut kirjaukset työvuoroista
-

11. Miten sijainen ilmoittaa ottavansa työn vastaan? *

- Soittamalla
- Tekstiviesti
- Sovellus (WhatsApp, Telegram yms.)
-

12. Kiireellisissä tapauksissa, onko sijaisten hankinta erilaista? *

Kiireellinen tapaus on ilmoituksesta alle 24 tunnin päästä alkava työvuoro.

- Kyllä
- Ei

13. Miten kiireellinen tapaus työllistää eri tavalla? (Vapaaehtoinen)

5(10)

14. Teetkö työilmoituksen jälkeen muita tietoteknisiä töitä sijaista varten? *

Kyllä

Ei

15. Mitä työilmoituksen jälkeisiä tietoteknisiä töitä teet sijaista varten? *

Käyttäjätunnus (intra tai muutyöinfopalvelu)

Laitteisto- ja sovellustunnukset

Ilmoitus sijaisesta kirjanpidolle/HR

Muu

16. Miten haluaisit, että sijaisten hankintaprosessia kehitettäisiin? (Vapaaehtoinen)

Lyhytaikaisten organisaation sisäisten sijaisten hankintaprosessi

Lyhytaikaisella sijaisuudella tarkoitetaan alle viikon kestäväää sijaisuutta ja kysymykset kohdistuvat organisaation sisäisten sijaisten hankintaan.

17. Miten säilytätte tietoa lyhytaikaisten sijaisten pätevyyksistä ja luvista? *

- Sähköisesti, erillinen tiedosto (Excel, Word yms.)
- Sähköisesti, osa ohjelmiston toimintoa (CaraCom, Quentic yms.)
- Paperilla
-

18. Miten otatte yhteyttä lyhytaikaisiin sijaisiin? *

- Soittamalla
- Tekstiviesti
- Sovellus (WhatsApp, Telegram yms.)

19. Tarvitessasi sijaista, otatko yhteyttä moneen lyhytaikaiseen sijaiseen kerralla vai yksitellen? *

- Kerralla
- Yksitellen

20. Onko lyhytaikaisten sijaisten hakuprosessi automatisoitu? *

- Kyllä
- Ei

21. Miten lyhytaikaisten sijaisten hakuprosessia on automatisoitu? *

- Automaattiset yhteystiedot
- Toimeksiannon automaattinen täyttö
- Saavutetaan kerralla kaikki vapaathenkilöt

7(10)

- Nopea työn vastaanotto
- Automatisoidut kirjaukset työvuoroista
- Muu

22. Miten lyhytaikainen sijainen ilmoittaa ottavansa työn vastaan? *

- Soittamalla
- Tekstiviesti
- Sovellus (WhatsApp, Telegram yms.)

23. Kiireellisissä tapauksissa, onko sijaisten hankinta erilaista? *

Kiireellinen tapaus on ilmoituksesta alle 24 tunnin päästä alkava työvuoro.

- Kyllä
- Ei

24. Miten kiireellinen tapaus työllistää eri lailla? (Vapaaehtoinen)

25. Teetkö työilmoituksen jälkeen muita tietoteknisiä töitä lyhytaikaista sijaista varten? *

- Kyllä
- Ei

8(10)

26. Mitä työilmoituksen jälkeisiä tietoteknisiä töitä teet lyhytaikaista sijaista varten? *

Käyttäjätunnus (intra tai muutyöinfopalvelu)

Laitteisto- ja sovellustunnukset

Ilmoitus sijaisesta kirjanpidolle/HR

Muu

Pitkäaikaisten organisaation sisäisten sijaisten hankintaprosessi

Pitkäaikaisella sijaisuudella tarkoitetaan yli viikon kestävästä sijaisuudesta ja kysymykset viittaavat organisaation sisäisten sijaisuuksien hankintaan.

27. Miten säilytätte tietoa pitkäaikaisten sijaisten pätevyyksistä ja luvista? *

- Sähköisesti, erillinen tiedosto (Excel, Word yms.)
- Sähköisesti, osa ohjelmiston toimintoa (CaraCom, Quentic yms.)
- Paperilla
- Muu

28. Miten otatte yhteyttä pitkäaikaisiin sijaisiin? *

- Soittamalla
- Tekstiviesti
- Sovellus (WhatsApp, Telegram yms.)

29. Tarvitessasi sijaista, otatko yhteyttä moneen pitkäaikaiseen sijaiseen kerralla vai yksitellen? *

- Kerralla
- Yksitellen

30. Onko pitkäaikaisten sijaisten hakuprosessi automatisoitu? *

- Kyllä
- Ei

31. Miten pitkäaikaisten sijaisten hakuprosessia on automatisoitu? *

- Automaattiset yhteystiedot
- Toimeksiannon automaattinen täyttö
- Saavutetaan kerralla kaikki vapaathenkilöt

10(10)

- Nopea työn vastaanotto
- Automatisoidut kirjaukset työvuoroista
-

32. Miten pitkäaikainen sijainen ilmoittaa ottavansa työn vastaan? *

- Soittamalla
- Tekstiviesti
- Sovellus (WhatsApp, Telegram yms.)

33. Teetkö työilmoituksen jälkeen muita tietoteknisiä töitä pitkäaikaista sijaista varten? *

- Kyllä
- Ei

34. Mitä työilmoituksen jälkeisiä tietoteknisiä töitä teet pitkäaikaista sijaista varten? *

- Käyttäjätunnus (intra tai muutyöinfopalvelu)
- Laitteisto- ja sovellustunnukset
- Ilmoitus sijaisesta kirjanpidolle/HR
-

35. Miten haluaisit, että sijaisten hankintaprosessia kehitettäisiin? (Vapaavalintainen)

Liite 4. Tulosten luokittelu ja pelkistys

Pääluokka	Alaluokka	Pelkistetty tulos (1 = terveydenhuoltoala 2 = kaupan ala)
Käytetyt menetelmät	Yhteydenotto-tapa	1. Monta menetelmää, mutta ilmoitus tapahtuu usein ryhmäviestinnällä
		2. Vähemmän menetelmiä ja ilmoituksella otetaan yhteyttä moneen kerralla
	Tietojen säilytys	1. Tiedot säilytetään sähköisesti osana ohjelmiston toimintoa
		2. Tietojen säilytystapa vaihtelee merkittävästi yritysten välillä
	Työn hyväksyminen	1. Sijaiset ottavat yhteyttä monella tapaa, ei automatisoitu
		2. kommunikointia vähennetty automatisoinnilla
Esimiesten kohtaamat haasteet	Manuaalinen työ	1. 66 % yhteyttä moneen kerralla ja 83 % tekevät ilmoituksen jälkeen tietoteknisiä töitä
		2. 83 % yhteyttä moneen kerralla ja 66 % tekevät ilmoituksen jälkeen tietoteknisiä töitä
	Tietoturva	1. Tiedot on tallennettu turvallisesti
		2. Tiedot on tallennettu turvallisesti, paitsi yhden yrityksen sijaisten yhteystiedot ovat paperilla ja erillisenä tiedostona
Järjestelyjen työllistävyys	Käytetty aika	1. Sijaisuuksien järjestelyissä kului aikaa alle 30 minuuttia kahdelta vastaajalta ja yhdeltä 2–3 tuntia
		2. Sijaisuuksien järjestelyissä kului aikaa alle 30 minuuttia yhdeltä vastaajalta ja kahdelta vastaajalta aikaa kului 0,5–1 tuntia
	Automatisointi	1. Hakuprosessia ei ole automatisoitu, yhdellä vastaajalla oli toimeksiannon automaattinen täyttö
		2. Hakuprosessia on automatisoitu 66 % vastaajista ja monella eri toiminnolla