Henkilöstökokemus poikkeusolosuhteissa Yrityksessä X

Kitta Ränk

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Amk-opinnäytetyö
2021
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma

Tiivistelmä

Tekijä
Kitta Ränk

Tutkinto
Restonomi

Opinnäytetyön nimi
Henkilöstökokemus poikkeusolosuhteissa Yrityksessä X

Sivu- ja liitesivumäärä
50 + 7

Työssään viihtyvä ja tyytyväinen henkilöstö pystyy tuottamaan onnistuneita asiakaskokemuksia. Esimerkiksi tästä syystä hyvällä henkilöstökokemuksella on suuri merkitys erityisesti palvelualan yrityksille.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millainen on Yritys X:n henkilöstökokemus poikkeusolosuhteiden aikana. Poikkeusolosuhteilla viitataan Covid-19- pandemiaan. Yritys X kuuluu matkailu- ja ravitsemusalan toimijoihin.

Pandemia on tuonut monia haasteita matkailu- ja ravintola-alan yrityksille ja niiden henkilökunnalle. Yritys X:n henkilökunnan henkilöstökokemusta ja sitä kuinka henkilöstö voi, ei ole tutkittu pandemian alkaessa (vuonna 2019). Pandemian johdosta työntekijä on joutunut kokemaan työpaikallaan erittäin äkillisiä muutostilanteita.

Opinnäytetyön tietoperusta käsitteli henkilöstökokemusta. Aihetta rajattiin yrityskulttuurin kautta viestintään, mielikuvaan ja tunteisiin. Aiheita tarkasteltiin henkilöstön näkökulmasta.

Tutkimus suoritettiin hyödyntämällä kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta, jossa oli mukana kolme avointa kvalitatiivista kysymystä. Laadullisilla kysymyksillä pyrittiin syventämään ymmärrystä henkilöstön kokemuksesta. Tutkimus kohdistettiin tiettyyn kohdejoukkoon Yrityksessä X. Tutkimusta varten luotiin Webropol- ohjelmalla sähköinen kyselylomake. Kyselylomake lähetettiin kohdejoukolle työsähköpostiin. Kysely oli avoinna 16.9.-3.10.2021 eli 12 arkipäivää, joista viitenä arkipäivänä työntekijöillä ei ollut mahdollisuutta vastata kyselyyn. Kohdejoukkoon kuului 128 Yritys X:n työntekijää. Kyselyyn vastasi 40 henkilöä eli 31 % kaikista kyselyn vastaanottajista.

Kyselytutkimuksessa esitettiin väittämiä koskien tämänhetkistä henkilöstökokemusta. Tutkimuksessa kartoitettiin työntekijän näkökulmasta muun muassa työviihtyvyyttä, työntekoa, viestinnässä onnistumista, esihenkilön toimintaa ja muutostilanteiden käsittelyä. Tutkimustuloksista selvisi, että valtaosa vastaajista oli melko tyytyväinen siihen, minkälainen heidän henkilöstökokemuksensa on. Muutama vastannut henkilö koki kuitenkin stressiä, uupumusta, kiirettä sekä heikentynyttä sosiaalista kanssakäymistä. Tuloksien perusteella yritys x:ssä olisi syytä pohtia parannuksia, miten vähentää henkilöiden työkuormaa ja uupumustunnetta sekä kehittää henkilöstön työmotivaatiota.

Tutkimustulokset välitettiin Yritys X:n yhteiskehittelyryhmälle, joka on luotu henkilöstöä varten. Jatkotutkimusta suositellaan, sillä tämänhetkinen jatkuva kiire ei ole sallinut työntekijöille riittävästi aikaa vastata kyselyyn, jonka johdosta vastausprosentti jäi hyvin alhaiseksi. Jatkotutkimuksen erillisaiheena voisi olla selvittely myös, mitkä asiat motivoivat työntekijää.

Asiasanat
Henkilöstö, kokemus, poikkeusolo, viestintä

Sisällys

1 Johdanto 1
2 Henkilöstökokemus 2
2.1 Henkilöstökokemuksen osa-alueet 4
2.1.1 Yrityskulttuuri 4
2.1.2 Teknologia 5
2.1.3 Työympäristö 6
2.2 Henkilöstökokemuksen mittaaminen 7
3 Henkilöstökokemus poikkeusoloissa 9
3.1 Viestintä 9
3.2 Kriisiviestintä 12
3.3 Henkilöstön työnantajamielikuva ja tunteet 14
4 Henkilöstökokemus Yrityksessä X 20
4.1 Tutkimusmenetelmän valinta 20
4.2 Tutkimuksen toteutus 20
4.3 Tutkimuksen tulokset 22
4.3.1 Taustatiedot 22
4.3.2 Nykyinen henkilöstökokemus työntekijän näkökulmasta 24
4.3.3 Viestintä henkilöstön näkökulmasta 32
4.3.4 Poikkeusolojen vaikutus henkilöstön mielikuvaan ja tunteisiin 35
5 Pohdinta 44
5.1 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset 44
5.2 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti 46
5.3 Oman oppimisen arviointi 47
Lähteet 49
Liitteet 51
Liite 1. Saatekirje 51
Liite 2. Muistutuskirje 52
Liite 3. Kyselylomake 53

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää määrällisen tutkimusmenetelmän avulla, millainen on Yritys X:n henkilöstökokemus Covid-19- pandemian aikana. Vuonna 2019 oli kyse epidemiasta, jonka aiheuttajana oli SARS-CoV-2- virus toisin sanoen uusi koronavirus eli Covid-19. Tauti levisi nopeasti ympäri maailmaa ja neljä kuukautta myöhemmin tämän tyypin koronavirus aiheutti maailman laajuisen pandemian (Terveyskirjasto.fi, 2021.) Matkailu- ja ravintola-alan henkilöstö on kärsinyt monesta isosta muutoksesta viimeisen kahden vuoden aikana. Tämän vuoksi nyt, kun pandemiaa aletaan hallitsemaan esimerkiksi rokotuksien avulla, on tärkeää, että henkilökunta jaksaisi pysyä tahdissa mukana. Henkilöstökokemus heijastuu välittömästi asiakkaille. Mikäli henkilökunta on väsynyt ja tyytymätön uuden normaalin hallinnassa, voi sillä olla suuri vaikutus asiakaskokemukseen. Asiakaskokemuksen kautta myös yrityksen tuottavuuteen sekä taloudelliseen tilanteeseen.

Tutkimuksen pääongelmana on, millainen on henkilöstökokemus poikkeusolosuhteiden aikana Yritys X:ssä. Alaongelmana on selvittää, miten poikkeusajan viestintä koettiin ja miten poikkeusaika on vaikuttanut henkilöstöön (mielikuva, tunne). Tässä tutkimuksessa ei hyödynnetty aiempia yritys x:n tekemiä henkilöstön työhyvinvointi tai muita Yritys X:n tekemiä tutkimuksia. Tässä opinnäytetyössä ei käsitellä Covid- 19- pandemiaa laajemmin.

Tutkimuksen kohdejoukko työskentelee Yritys X:n asiakaspalvelutehtävissä. Asiakkaita palvellaan matkailu- ja ravitsemusostoilla puhelimitse ja sähköpostitse. Kohdejoukkoon kuuluvat asiakaspalvelijat työskentelevät fyysisesti eri paikkakunnilla, mutta kuuluvat samaan organisaatioon. Yhteensä kyselylomakkeen vastaanottajia oli 128 henkilöä, joista vain 40 henkilöä vastasi kyselyyn. Vastausprosentiksi muodostui 31 %.

Yritys X:n matkailu- ja ravitsemusosasto pystyy hyödyntämään tutkimustuloksia esimerkiksi omassa yhteiskehittelytiimissä. Koska työ tehdään anonyymisti, on yrityksellä mahdollisuus analysoida ja kehittää toimintaansa vastauksien perusteella koko yksikössä. Poikkeustilanne, lomautukset ja etätyöhön siirtyminen ei ole ollut aiheena pelkästään Yrityksessä X vaan suurimmassa osassa matkailu- ja ravitsemusalan yrityksissä.

2 Henkilöstökokemus

Henkilöstökokemus eli kokemus, jonka työntekijä saa ollessaan työelämässä. Henkilöstökokemus muodostuu ajan myötä erilaisista sosiaalisista elementeistä työpaikalla, esimerkiksi mielikuva ja tunteet. Merkittävä rooli henkilöstökokemuksen syntymisessä on vuorovaikutuksella. (Korkiakoski 2019, 21.)

Henkilöstökokemus ja työntekijäkokemus usein luokitellaan samaksi asiaksi. Näin ei kuitenkaan ole. Henkilöstökokemus on keskittynyt yleensä henkilön ammattiin ja työntekoon. Henkilöstökokemusta tutkitaan yleisesti yrityksessä esimerkiksi lähettämällä yhteinen kyselylomake kaikille työntekijöille. Työntekijäkokemus sen sijaan pyrkii syvemmin näkemään ihmistä henkilökohtaisesti. Työntekijäkokemusta tutkitaan yleensä pitkään ja erilaisten henkilökohtaisten lähestymistapojen avulla. (Rautanen 2021.)

Työntekijäkokemus syntyy työntekijän ja esihenkilön välisen vuorovaikutuksen seurauksena. Vuorovaikutukseen kuuluvat tunteet, ajatukset sekä työympäristöön liittyvät havainnot. Työntekijäkokemuksen kehityksen myötä se tuottaa paljon lisäarvoa työntekijälle. (Huhta & Myllyntaus 2021.)

Työntekijöiden olosuhteita on pyritty kehittämään eri ajanjaksoilla eri tarpeiden mukaisesti. 1900- luvun alkupuolella tärkeintä oli taloudellinen menestyminen, jolloin työntekijöiden viihtyvyys ei ollut merkittävässä roolissa. Vasta 1900- luvun lopulla ja 2000- luvun alkupuolella, kun alkoi informaation aikakausi, alettiin kiinnittämään erityistä huomiota työntekijöiden viihtyvyyteen. Yritykset joutuivat tähän tilanteeseen, koska ammattilaisia oli markkinoilla vähän ja heitä täytyi jollain tavalla houkutella töihin. (Korkiakoski 2019, 22.)

Morgan (2017) avaa kirjassaan, että henkilökunnan sitoutuminen ja henkilöstökokemuksen tulisi tukea toinen toisiaan. Jotta nämä kaksi voisivat tukea toisiaan, on ensimmäiseksi muutettava ja ymmärrettävä henkilöstökokemuksen merkitystä yrityksessä. Valitettavasti useammalla yrityksellä näitä kysymyksiä ja periaatteita ei ole kehitetty yrityksen perustamisen jälkeen. (Morgan 2017.)

Nykypäivänä työnantajat seuraavat työntekijöidensä hyvinvointia tarkkaan. Heille on erityisen tärkeää, että työntekijät viihtyisivät työpaikoillansa ja olisivat motivoituneita, sillä heidän olonsa välittyy asiakkaisiin välittömästi. Työntekijöitä ei houkutella enää pelkästään palkalla. Työnantajalla on oltava tarpeeksi hyvää maine ja välitettävä työntekijöistään, jos he haluavat yritykselleen osaavaa henkilökuntaa. Henkilöstökokemus nykyään on usein jo

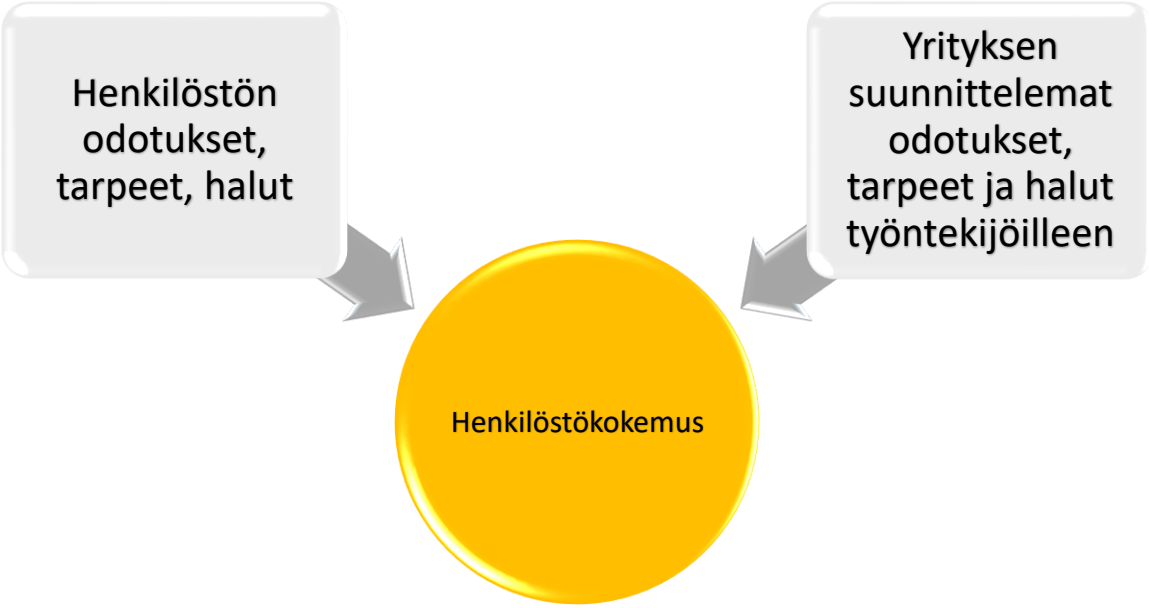
rakennettu yrityksen strategiaan ja sen tavoitteisiin. Viihtyisä ja osaava henkilökunta on yritykselle menestystekijä ja tuo kilpailuetua. (Korkiakoski 2019, 22–23.)

Henkilöstökokemuksen parantaminen ja kehittäminen alkaa yleensä välittömästä palautteesta työntekijöiltä. Vasta sen jälkeen pyritään aloittamaan kehitystyö. Kehitystyön jälkeen henkilöstökokemusta mitataan ja analysoidaan. (Korkiakoski 2019,135.)

Henkilöstökokemuksen kehittämiseen ei kuitenkaan riitä, että tehdään kosmeettisia korjauksia yrityksessä. Muutoksen on tultava yrityksen ytimestä ja pelkkä pintaraapaisu ei tässä kohta riitä. Lisäksi on vältettävä väärinkäsityksiä, jotka saattavat tulla johdolta ajatellen kaikkien parasta. Henkilöstö voi kokea näitä muutoksia ja kehitysehdotuksia omalla tavalla ja jossain tapauksissa jopa mahdottomaksi toteuttaa. Tämä aiheuttaa taas paljon ongelmia ja stressiä työntekijöiden ja johdon välillä. Yrityksen on tunnettava oma henkilökunta, mikäli he toivovat, että heidän henkilökuntansa viihtyisi työpaikallaan ja sitä myötä he olisivat mahdollisimman tuottavia. (Goldsmith & Morgan, 2017.)

Monet yritykset ottavat henkilöstökokemuksen kehittämisen osaksi yrityksen liiketoimintastrategiaa. Tavoitteellinen henkilöstönäkökulman lisääminen yrityksen strategiaan tuo työntekijälle paremman mielikuvan yrityksestä sekä saa hänet tuntemaan, että hänen mielipiteillään on vaikutusta. Strategisissa tavoitteissa onnistunut yrityksellä on mahdollisuus kerätä työmarkkinoilla hurjasti positiivista huomiota. Sen lisäksi, että yritys voi kerätä työtekijämarkkinoilta parhaimman kollektiivin on heillä mahdollisuus parantaa myös yrityksen tuloksellisuutta, koska henkilöstö on motivoitunut tekemään töitä paremmin. (Kaijala & Tolvanen 2020, 19).

Goldsmithin & Morganin (2017) mukaan henkilöstökokemus muodostuu kahden osaston yhteistyön tuloksena: työntekijöiden odotukset, tarpeet ja halut, sekä yrityksen suunnittelemat odotukset, tarpeet ja halut työntekijöilleen (kuva 1).



Kuva 1. Henkilöstökokemuksen suunnittelu (mukaillen Goldsmith & Morgan, 2017)

2.1 Henkilöstökokemuksen osa-alueet

Goldsmith & Morgan (2017) kuvailee henkilöstökokemuksen perustuksena olevan: ”olemassaolon tarkoituksen.”

Henkilöstökokemuksen voi jakaa kolmeen osa-alueeseen: teknologia, yrityskulttuuri ja työympäristö. Nämä kolme osa-aluetta ovat kaikki riippuvaisia toisistaan. Yrityksen valittavaksi jää mihin osa-alueen kehittämiseen keskitytään eniten. Nämä kolme osa-aluetta ovat valmiiksi mietitty, jotta yrityksillä sekä henkilöstöllä olisi helpompi hahmotella mikä on henkilöstökokemus. Osittain osa-alueiden nimet jo antavat osviittaa siitä mitä henkilöstökokemus pitää sisällään. Hyvin epämääräinen sanonta on, että henkilöstökokemus on kaikki heitä ympyröivä. Vaikka se on totta, niin siitä ei pysty hahmottamaan henkilöstökokemuksen tarkoitusta samalla tavalla. (Goldsmith & Morgan, 2017.)

2.1.1 Yrityskulttuuri

Yrityskulttuurin tajuaa jokainen, joka on yrityksen kanssa tekemisessä, olkoon hän sitten asiakas tai työntekijä. Yrityskulttuuri muodostuu ja kehittyy ryhmässä. Tärkeä rooli yrityskulttuurin syntymisessä on ihmisten henkilökohtaisilla sekä yritykselle asetetuilla arvoilla. (Luukka 2019, 26.)

Yrityskulttuuria voidaan kuvailla myös, että se on tunne. Tunne voi olla negatiivinen mennessään työvuoroon tai se saattaa aiheuttaa kipinää ja innostusta. Yrityskulttuuriin kuuluu

se, miten työntekijöitään kohdellaan, minkälaisia palveluita luodaan, minkälaiset ovat yhteistyökumppanit ja jopa se, miten työntekijät saavat työnsä tehtyä. Yrityskulttuuri muodostuu aina vaikka sitä ei haluttaisi tai tavoiteltaisi yrityksessä. (Goldsmith & Morgan, 2017.)

Yrityskulttuurin muuttaminen on vaikeata, mutta mahdollista. Jotta muutos onnistuisi, täytyy tietää, miksi yritys toimii ja ketä varten. Oleellista on luoda kokemus, joka tuottaisi positiivista mielikuvaa asiakkaiden ja työntekijöiden välille. (Korkiakoski 2019, 124.)

Goldsmithin & Morganin (2017) mukaan, ottamalla huomioon tietyt kulttuurin elementit on mahdollista muuttaa ja kehittää henkilöstökokemusta. Nämä tietyt elementit ovat seuraavat: yrityksen huolenpito työterveydenhuollosta sekä työntekijöiden yleisestä hyvinvoinnista, ylemmän tason henkilöstö toimii mentoreina ja valmentajina, henkilöstön reilu kohtelu, mahdollisuus kehittyä ja oppia uutta, henkilöstö suosittelee yritystä työpaikkana, työpaikka arvostaa monimuotoisuutta ja osallistamiseen, henkilöstö kokee olevansa osaa tiimiään, yritys on todistanut, että sillä on olemassaolon oikeutus, koko henkilöstö tuntee olevansa arvostettu, yrityksellä on positiivinen maine henkilöstön keskuudessa. (Goldsmith & Morgan 2019.)

2.1.2 Teknologia

Ajantasainen teknologia ja teknologiset ratkaisut antavat työntekijöilleen mahdollisuuden kehittyä ja täyttää heidän odotuksiaan. Nykyään yrityksillä on paljon enemmän mahdollisuuksia ostaa teknologisia ratkaisuja. Henkilöstö odottaa, että teknologiset ratkaisut ovat helposti hallittavissa ja heille tuttuja. (Korkiakoski 2019, 128.)

Henkilöstökokemuksen kannalta teknologiset ratkaisut antavat paljon lisäarvoa työntekijöilleen. Henkilöstö kokee valtavasti stressiä ja paineita töissä missä mikään teknologinen ratkaisu ei toimi kunnolla. Työntekijän on helppoa siirtyä muualle töihin, jos näitä teknologisia ongelmia ei korjata, vaikka hän viihtyisi muuten töissä sekä kollegoiden keskuudessa. (Goldsmith & Morgan 2017.)

Goldsmith & Morgan (2017) kertovat kirjassaan kolme eri aluetta mihin pitäisi keskittyä, jotta teknologinen viihtyvyys henkilöstön keskuudessa olisi taattu. Ensimmäiseksi on tärkeää, että teknologia olisi saatavilla kaikille työntekijöille. Erilaiset ohjelmistot ja salasanat on luotava tasapuolisesti kaikille samassa työtehtävässä työskenteleville. Toiseksi henkilöstön käyttämät teknologiset sovellukset ja ohjelmistot on oltava nykyaikaisia ja helposti käytettäviä. Ohjelmat voivat olla uusia ja monimutkaisia, jolloin ne aiheuttavat työntekijöil-

leen stressiä ja turhautumista. Paljon paremmin työntekijöiden keskuudessa otetaan vastaan uusi teknologinen ratkaisu, jossa on otettu mallia yleisesti käytettävissä olevista ohjelmista. Esimerkiksi Facebook, joka on melkein jokaisella työntekijällä käytössä, sen perusteella on monessa työpaikassa luoto oma sosiaalisen median kanava, jossa on pelkästään henkilökunnalle tarkoitetut uutiset sekä muu henkilöstö. Kolmantena alueena on työntekijöiden tarpeet vastaan yrityksen vaatimukset. Yrityksen infoteknologian osastolla työskentelevät henkilöt eivät välttämättä tiedä mitä varten he tuottavat erilaisia ratkaisuja. Yleistä on, että yritys esittää IT- osastolle tietyn listan, minkä perusteella täytyy kehittää ja muokata teknologisia ohjelmia. Keskustelua työntekijöiden kanssa heidän tarpeistaan ei ole kuitenkaan käyty. Tämä johtaa siihen, että vaikka yritys pyrkii investoimaan teknologisiin ratkaisuihin, niin se ei tuota toivottua tulosta, koska ohjelmalla työskenteleviltä henkilöiltä ei ole kysytty mitä he toivovat. (Goldsmith & Morgan 2017.)

Henkilöstökokemuksessa onnistumisessa on henkilöstöhallinnon ja IT- johdon tehtävä yhteistyötä. Näin taataan, että IT- osasto tietää mitä henkilöstö toivoo ja mihin tarvitaan kehitystä. (Korkiakoski 2019, 129.)

2.1.3 Työympäristö

Periaatteessa työympäristö on fyysinen tila, jossa henkilöstö työskentelee. Nykyään työtilat eivät ole enää yksinkertaisia yksittäisiä työhuoneita. Työtiloja pyritään mahdollisimman paljon monipuolistamaan, jotta henkilöstön motivaatio säilyisi ja työpaikat olisivat erilaisia. Erityisessä suosiossa ovat palavereja varten keksityt teemahuoneet, joissa voi olla erilaisia interaktiivisia tehtäviä uudessa ympäristössä. (Korkiakoski 2019, 126.)

Covid19- pandemian myötä on etätyömahdollisuuksia luotu melkein jokaiseen yritykseen, mikäli se vaan on ollut mahdollista. Tämä on vaatinut paljon investointeja yrityksiltä. Etätyömahdollisuus antaa yrityksille mahdollisuuden säästää esimerkiksi vuokratilojen kustannuksissa. Työntekijälle etätyömahdollisuus luo taas uuden vaihtelun työrutiineihin. Henkilöstö säästää aikaa sekä rahaa, kun he eivät joudu kulkemaan tiettyyn työpaikkaan. Vaikka etätyötä tehdessään säästetään aikaa ja rahaa, on se sosiaalisen kanssakäymisen vihollinen. Henkilöstö usein kokee, että kaipaa sosiaalisia kontakteja työpaikalla ja mahdollisuutta oppia tuntemaan uusia ihmisiä. (Korkiakoski 2019, 126.)

Arvojen ja työympäristön tulisi keskustella keskenään. On oleellista, että yrityksen sisällä jaettuja ja määriteltyjä arvoja näkyisi myös fyysisessä toimintaympäristössä. (Korkiakoski 2019, 127.) Esimerkkinä tähän voisi tuoda yrityksen, jolle luonnonsuojelu ja sen säästäminen on arvona, mutta työpaikalla ei tapahdu lajittelua tai mitenkään oteta huomioon minimaalinen kuluttaminen.

2.2 Henkilöstökokemuksen mittaaminen

Henkilöstökokemuksen mittaaminen on elintärkeä, jos yritys halua menestyä myös työntekijöiden keskuudessa. Henkilöstökokemusta mitataan, jotta sitä voitaisiin kehittää. Kehitykseen kuuluvat toimenpiteet sekä päätökset, jotka ovat lähtöisin työntekijöiltä saadusta palautteesta. Mittaamisessa on hyvä huomioida koko henkilökunta, myös väliaikaisesti yrityksessä työskentelevät henkilöt. (Korkiakoski 2019, 135.)

Henkilöstökokemusta on mitattava nykyään useammin ja monipuolisimmin. Muutama lause yrityksen työhyvinvointikyselyssä ei riitä saamaan tarpeeksi hyvää kuvaa henkilöstökokemuksesta. Työntekijät kuten asiakkaatkin seuraavat erilaisia arvosteluja tiheään tahtiin, sen takia hyvät suosituksen muilta työntekijöiltä auttavat saamaan ammattilaisia helpommin töihin. Mittaamisessa on otettava huomioon työntekijöiden kannalta oleelliset hetket. Tärkeimmät näistä hetkistä ovat työntekijöille uuden työpaikan etsiminen, rekrytointi, kouluttautuminen työtehtävään sekä muutoksiin ja irtisanoutuminen. Näiden hetkien perusteella yrityksien kannattaa laatia mittaussuunnitelma. Kerättyään tätä dataa riittävästi, on mahdollisuus saada tietää, miten erilaiset prosessit ovat työntekijöiden mielestä onnistuneet. Lisäksi myöhemmin tietomäärän kasvattaessa on mahdollisuus yhdistää tulokset henkilöstön työsuhteen elinkaareen sekä viihtyvyyteen yrityksessä. (Korkiakoski 2019, 136.)

Henkilöstökokemuksen mittausta varten voi keksiä erilaisia ratkaisuja. Oleellista työntekijälle on, että mittaukset järjestettäisiin järkevästi ja ymmärrettävästi. Yleisin tapa mitata henkilöstökokemusta on varmasti kyselylomake ja sen jakelukanavaksi on valittu sähköposti. Usein miten melkein kaikilla työntekijöillä on työsähköposti, mihin kyselyitä voi helposti lähettää. Yleensä kyselyissä halutaan kartoittaa myös työntekijän työuran menneisyyttä, jotta yritys voisi kehittää ja oppia toisten tekemistä käytännöistä. (Korkiakoski 2019, 138.)

Henkilöstön työssäolo ja siihen siirtyminen voidaan karkeasti luokitella kolmeksi erityyppisiksi hetkiksi: avainhetket, arkiset hetket ja suunnitellut hetket. Avainhetkiin kuuluvat esimerkiksi uuteen työtehtävään kouluttautuminen, rekrytointi ja muut työtekijälle merkittävät asiat. Arkisiin hetkiin voidaan laskea kaikki normaaliin työpäivään kuuluvat hetket esimerkiksi: työpaikalle saapuminen ja lähteminen, lounas- sekä kahvitauot. Henkilöstökokemusta voidaan mitata myös suunniteltujen hetkien perusteella. Ne hetket ovat yleensä erilaiset henkilökunnan virkistystapahtumat ja pitkään suunniteltuja ja toteutettuja projekteja. (Korkiakoski 2019, 139.)

Erilaisten hetkien mittaus voi tapahtua monella eri tavalla. Tärkeintä on, että dataa kerätään mahdollisimman paljon. Aina ei välttämättä tarvitse perinteistä laajaa kyselylomaketta, vaan tiedonkeruu voi tapahtua jonkun uuden ennen näkemättömän ratkaisun avulla. Tällöin pidetään yllä työntekijöiden mielenkiinto osallistua tutkimuksiin ja kehitykseen. (Korkiakoski 2019, 138.)

3 Henkilöstökokemus poikkeusoloissa

Henkilöstökokemukseen ja henkilöstöhyvinvointiin vaikuttavat jopa hyvin pienetkin asiat. Covid- 19- pandemian tuoma poikkeusolo on varmasti vaikuttanut henkilöstökokemukseen merkittävästi. Tässä luvussa poikkeusolojen vaikutusta henkilöstökokemukseen tutkitaan viestinnän sekä henkilöstön mielikuvan ja tunteiden näkökulmista. Nämä molemmat teemat kuuluvat laajalti henkilöstökokemuksen yhteen osa-alueeseen yrityskulttuuriin.

Yrityskulttuuri on jokaisessa yrityksessä, vaikka sitä ei olisi tietoisesti luotu. Yrityskulttuuri voi merkitä erilaisille ihmisille erilaisia asioita. Tämän vuoksi sen johtaminen ja hallitseminen on iso haaste yrityksissä. Yrityskulttuuri on kuitenkin merkittävä osa työntekijöiden arjesta. Yrityskulttuurille omainen piirre on, että se aina luodaan ryhmässä ja siinä on monta eri osapuolta. (Luukka, 2019.)

Yrityskulttuuria on vuosien saatossa yritetty määritellä monella tapaa. On paljon lausahduksia erilaisilta asiantuntijoilta, jotka kaikki kuvaavat yrityskulttuuria ja pyrkivät määrittelemään sitä. Yrityskulttuuria kuvataan muun muassa seuraavasti: ”Yrityskulttuuri on ilmaa, jota työntekijät hengittävät”; ”Yrityskulttuuri tarkoittaa kaikkea sitä, mitä tapahtuu, kun kukaan ei ole katsomassa”; ”Kulttuuri ei ole sitä mitä me sanomme, vaan mitä me teemme kysymättä.” Näistä kaikista lauseista käy ilmi, että yrityskulttuuri ei ole mitään sellaista mitä voidaan koskettaa käsin tai ostaa kaupoista, se luodaan yhdessä. Yrityksen toimintamallit sekä arvot olkoot ne sitten tietoisesti tai tiedostamattomasti luotu ovat niitä tekijöitä, jotka luovat yrityskulttuurin. (Luukka, 2019.)

Yrityskulttuurin määritelmän voisi tiivistä niin, että se on yhdessä tekemisen ja oppimisen perusteella syntynyt perusoletus sekä käyttäytymisnormi. Kulttuuria pyritään antamaan eteenpäin ja opettamaan myös uusille jäsenille. (Schein, 2016.)

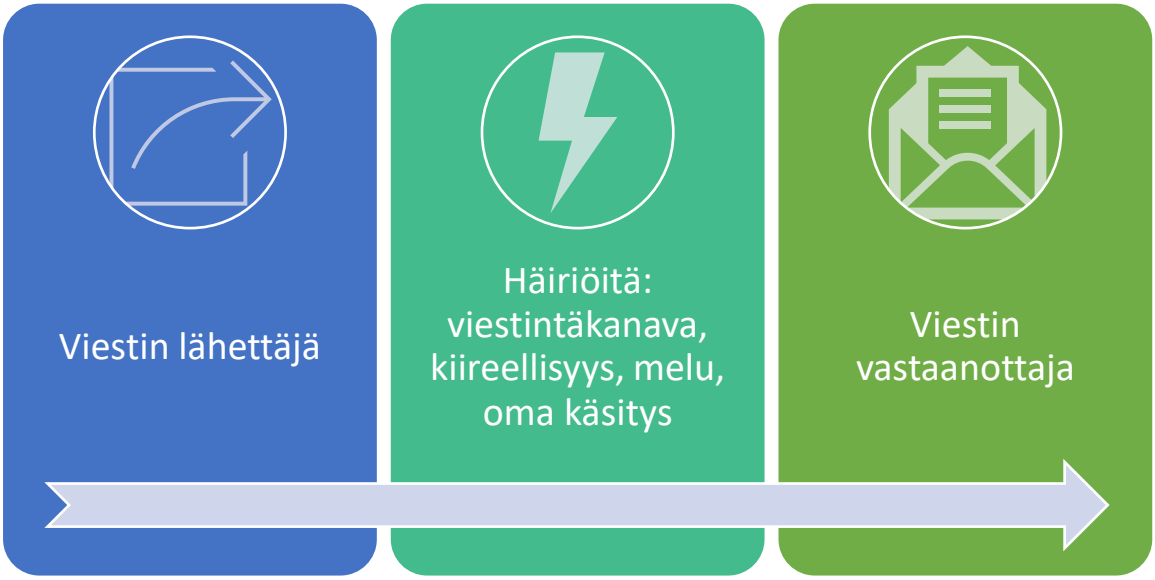
3.1 Viestintä

Viestintä on merkittävässä roolissa kaiken onnistumisessa yrityksessä ja jopa yksityiselämässä. Mahdollisuuksia viestinnässä onnistumiseen on paljon. Kaikki vuorovaikutus, joka tapahtuu ihmisten välillä, on viestintää. Se voidaan jakaa useampaan eri muotoon kuten esimerkiksi sanalliseen ja sanattomaan viestintään. Viestinnässä on oleellista valita myös oikea tapa viestiä. Kirjallisessa viestissä on tärkeä ottaa huomioon kirjoitelman tyyli, sävy, välityskanava. Nämä kaikki vaikuttavat siihen, miten lukija kokee lukemansa tekstin. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 11.)

Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo (2012) toteaa, että: ”paras vuorovaikutus tapahtuu kasvokkain.” Suoraan toiselle henkilölle asioiden kertominen ilman tietovälinettä käyttämättä antaa viestijälle mahdollisuuden ilmaista asiaa myös sanattomasti. Viestin vastaanottajaa ymmärtää silloin paremmin mitä viestijä haluaa oikeasti sanoa. Lisäksi on mahdollisuus kysyä tarkentavia kysymyksiä ja tällöin välttää mahdollisia väärinkäsityksiä. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta- Rapo 2012, 12).

Poikkeusoloissa ihmisen ajatukset ovat usein keskittynyt useampaan eri asiaan, jolloin tiedon ja viestin käsittely sekä tiedostaminen ei ole helppoa. Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo (2012) käsittelevät kirjassaan sisäisisiä ja ulkoisia häiriöitä. Jokainen henkilö voi käsittää kuulemmansa asian omalla tavallaan. Osa häiriöistä ihmismieli aiheuttaa itse omien mielikuvien ja kokemuksien perusteella. Toisenlaiset häiriöt ovat niitä, jotka aiheutuvat ulkoisisitä tekijöistä, kuten esimerkiksi viestintäkanavan valinta, kiireinen työolosuhde ja liian kovaääninen tila (Kuva 2). (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 12).

Päivittäin työntekijät saavat paljon viestejä ja keskusteluja aikaiseksi. Aiheet, joita käsitellään voivat olla laidasta laitaan esimerkiksi tiedottaminen, ongelmanratkaisu, johtamiseen liittyvä kommunikointi, strategiset päätöksenteot sekä epäviralliset keskustelut kollegoiden kanssa. (Mikkola 2019, 4).



Kuva 2. Häiriöiden vaikutus viestintään (mukaillen Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo, 2012)

Viestintä ja vuorovaikutus on myös yrityskulttuurin yksi perusta. Vaikka yrityskulttuuri muodostuu itse ajan myötä, saa se kuitenkin alun siitä, miten henkilöt viestivät toistensa

kanssa. Kaikki vuorovaikutus, joka muodostuu kollegoiden tai esihenkilöiden välillä, vaikuttaa työntekijään aina. Keskustelun avulla työntekijä pystyy määrittelemään oman aktiivisuuden työyhteisössä. Poikkeusolojen puitteissa, kun moni työntekijöistä on siirtynyt etätöihini tai joutuu työskentelemään erillään kollegoistaan, voi kasvokkain keskustelu jäädä vähäiseksi. Tämä vaikuttaa oleellisesti työntekijään, sillä vuorovaikutus on merkittävästi vähentynyt. Työntekijä, joka tuntee itsensä arvostetuksi juuri saamiensa palautteiden tai huomatuksi tulemisen seurauksena, on valmis jakamaan sitä tunnetta myös muille. Keskustelua eli sanallista viestintää syntyy yhtä lailla negatiivisesta kokemuksesta. Negatiiviset kokemukset saavat yleensä työyhteisössä paljon enemmän huomiota kuin positiiviset kokemukset. Yrityskulttuurin luonnin kannalta kaikki vuorovaikutus on yhtä tärkeää. (Kuusela 2015, 114.)

Yrityksien päätavoitteina on yleensä tähdätä menestykseen, tehokkuuteen sekä tuottavuuteen. Näiden saavuttamiseen yritykset tarvitsevat vuorovaikutusta kollegoiden, kilpailijoiden ja muiden henkilöiden kanssa. Parhaiten tavoitteisiin päästään, kun asioista keskustella, väitellään sekä uskalletaan antaa, että ottaa vastaan palautetta. (Mikkola 2019, 3).

Nykypäivänä työntekijöiden vuorovaikusta ei pitäisi enää katsoa työpaikkasidonnaisesti. Aiemmin kohdistettiin työntekijöiden vuorovaikutus tiettyyn työpisteeseen tai maahan. Jatkuvasti muuttuvassa maailmassa on myös tähän tullut muutoksia. Töitä voi tehdä melkein missä vaan ja se on antanut mahdollisuuden työntekijöille kokea vaihtelua. Kollegoiden kanssa kommunikointi tapahtuu yhä enemmän virtuaalisten kanavien kautta, esimerkiksi työpaikan tarjoamia teknologisia ratkaisuja hyödyntäen. (Mikkola 2019, 4).

Viestintää työpaikalla tapahtuu päivittäin. Suurin osa viestinnästä tulee esihenkilöiltä sekä kollegoilta. Yhteisöviestintä sekä yritysviestintä ovat molemmat osa työpaikalla tapahtuvasta vuorovaikutuksesta. Yhteisöviestintään kuuluu kaikki yhteisön sisäinen viestintä sekä yhteisön ja ulkopuolisen ympäristön välinen viestintä. Yritysviestintä on käsitteenä monelle tutumpi kuin yhteisöviestintää. Yhteisöviestintään kuuluu vuorovaikutteinen viestintä eli vähintään kahden henkilön välillä tapahtuva viestintä. Yritysviestintä käsittelee yrityksen sisäistä viestintää. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 13).

Yhteisöviestinnän avulla henkilöstö vaikuttaa myös liiketoimintaan sekä tavoitteiden saavuttamiseen. Esihenkilöiden vahvin työväline on viestintä. Viestintä vaatii kuitenkin suunnittelua; on tiedettävä kenelle, mitä ja milloin viestintä tapahtuu. Tällöin yritys saa siitä isoimman hyödyn liiketoiminnan kannalta. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 14).

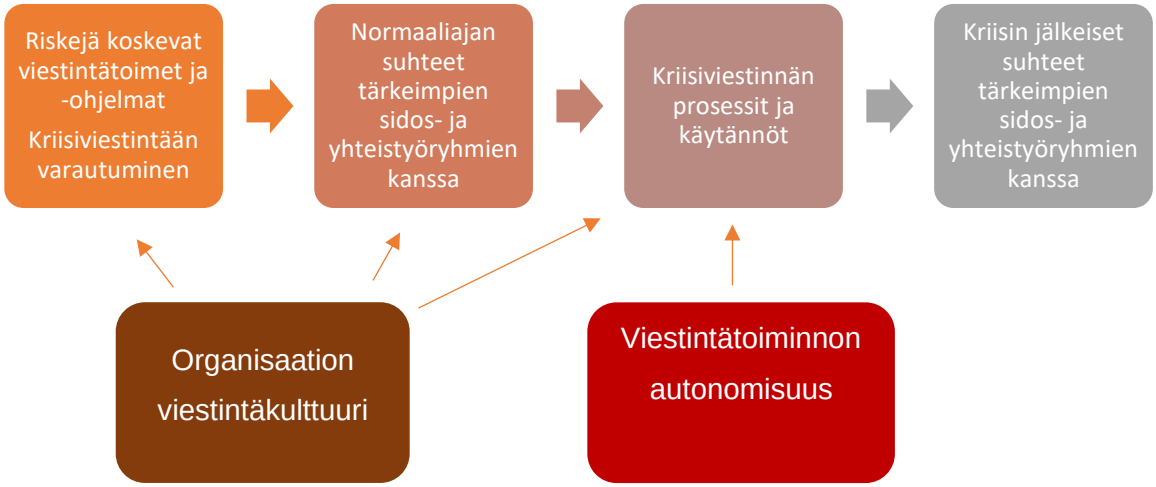
3.2 Kriisiviestintä

Covid19- pandemia on aiheuttanut monelle yritykselle irtisanomisaallon, taloudellisen tappion sekä kriisin työyhteisössä. Matkailu- ja ravitsemusala on kärsinyt tästä ehkä eniten. Majoitus- ja ravitsemustoiminnan arvolisäyksen muutos on ollut melkein 40 %:n laskussa. (stat.fi, 2021).

Kriisi määritellään olevan sen verran vaikea elämäntilanne, jonka saapuessa ihminen ei tiedä miten reagoida tai miten siitä selviäisi. Kriisi on usein sellainen tilanne, jossa ihmisen on sopeutuva uusiin toiminta- sekä ajatusmalleihin hyvin äkkiä. (Lipponen 2020, 119.)

Kriisiviestinnässä neljällä ominaisuudella on eniten vaikutusta siinä onnistumisessa. Ne ominaisuudet ovat avoimuus, nopeus, saavutettavuus ja rehellisyys. Niitä noudattaessa ei ole kuitenkaan takuita 100 prosenttisesta onnistumisesta ja harvemmin kriisiviestinnässä on mahdollisuus onnistua täydellisesti. (Kortesuo 2016, 60.)

Luonnollisesti tällaisessa poikkeustilanteessa voidaan todeta myös, että yritykset joko ovat jo kriisissä tai lähestymässä kriisintilanteeseen. Esihenkilöiden sekä koko yrityksen johdon tehtävänä on silloin olla vuorovaikutuksessa jokaisen yrityksen työntekijän kanssa. Onnistunut viestintä ja tiedonjako voivat pelastaa yrityskulttuurin vahvan negatiivisen muutoksen. Oleellista on, että kriisin saapuessa yrityksen henkilöstö on tietoinen siitä mitä tapahtuu sekä mikä on hänen roolinsa erikoistilanteissa. Erityisesti yrityksen viestintäammattilaisen on tiedettävä mitä hänen velvollisuuksiinsa kuuluu. Henkilökunnan kannalta viestien sisällön on oltava johdonmukainen sekä yhteensopiva edellisten ohjeiden/tietojen kautta. Kriisiviestintään on mahdollista myös varautua. Yrityksellä on oltava selkeät suunnitelmat sekä ohjeet, että tehtävänjaot, jotta viestintä olisi selkeä ja auttaisi työyhteisöä. Kriisiajan viestintämalli (kuva 3) on yksi hyvä työkalu, jota yritykset voisivat hyödyntää poikkeusoloissa. (Seeck 2009, 6–16.)



Kuva 3. Kriisiajan viestintämalli (mukaillen Seeck 2009)

Organisaation kannattaa myös hallita keskusteluteemoja. Keskusteluteemat voivat olla esimerkiksi työyhteisössä keskusteluun nousseita huolen aiheita tai pulmakysymyksiä, joita pyritään ratkomaan keskustelulla. Yrityksen sisällä näiden teemojen huomiotta jättäminen voi vaikuttaa yrityksen maineeseen tai jopa aiheuttaa kriisejä työyhteisössä. On mahdollista, että akuutti kriisi kehittyy, kun yritys ei ole tunnistanut poikkeustilannetta tai siihen reagointi on ollut hidas. Poikkeustilanteessa kriisin välttäminen on mahdollista, kun yritys analysoi heikkojen signaalien riskivaikutusta ja reagoi välittömästi hyödyntäen päivittäisen johtamisviestinnän lisäksi poikkeustilanneviestintää tai kriisiviestintää. (Korpiola 2011, 83.)

Yrityksien on huolehdittava, että kriisitilanteessa henkilöstöllä on mahdollisimman paljon tietoa siitä mitä on tulossa ja miten he voisivat olla osana kriisinhoitoa. Tarpeellinen viestintä sekä vuorovaikutus ovat iso hyvinvointitekijä yrityksien työyhteisöissä. Henkilöstö kaipaa tukea ja tunnetta, että tässä tilanteessa ollaan yhdessä. Onnistuneessa kriisihoidossa henkilöstö yhdistyy, kasvaa sekä kehittyy. Kriisin hoidossa epäonnistuminen voi vaikuttaa henkilöstöön negatiivisesti. Heidän työmotivaationsa laskee sekä he voivat vieraantua ja olla välittämättä yrityksen sisällä tapahtuvista asioista. (Korpiola 2011, 110.)

Kriisiviestintää suunnitellessa on tärkein tiedostaa mitä kriisejä yritys voi kohdata. Kriisiin voi johtaa sekä yrityksen sisäiset, että ulkoiset asiat. Kriisiviestinnän suunnittellun tavoitteena on myös säilyttää yrityksen maine. Kun vastuussa olevalla henkilöllä on tietoa ja selkeät ohjeet mitä kriisitilanteessa täytyy viestiä, niin yritys selviää tilanteesta paremmin. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 108.)

Korpiola (2011, 111) on kirjassaan luokitellut sisäisen viestinnän toimenpiteitä kriisitilanteessa (kuva 4).

Vaiheet	Toimeenpiteet	Tavoitteet
• Shokkivaihe	• Tiedotus ja tiedotustilaisuudet • Sisäinen viestintä: intranet ja sisäinen sosiaalinen media	• Avoin, ajantasainen ja läpinäkyvä tiedottaminen
• Reagointivaihe	• Lähiesimiesten viestintä ja ylimmän johdon vastaukset kriisiin • Symbolinen johtajuus	• Kriisin kohtaaminen • Tulkinnan esittäminen • Tukeminen ja tunteiden työstäminen
• Työstövaihe	• Johtamisviestinnällä merkityksen rakentaminen organisaation eri tasoilla • Vertaistuki	• Tarinan rakentaminen ja kriisin käsiteely • Uusien merkityksien syntyminen
• Uudelleen suuntautuminen	• Strategien viestintä	• Tulevaisuuden visio ja toiminta

Kuva 4. Sisäisen viestinnän toimenpiteitä kriisitilanteessa (mukaillen Korpiola 2011)

Poikkeusolosuhteissa henkilöstö tarvitsee kaiken häneen vaikuttavan tiedon tilanteesta. Äkilliset muutokset yrityksen sisällä ovat johdolle erittäin haasteellisia tilanteita, jonka vuoksi henkilöstölle tarpeellisen tiedon antaminen ei ole helppoa. Esihenkilöllä on mahdollisuus onnistua viestinnässä, kun heille on annettu tarpeeksi tietoa ja ohjeita. Jokainen henkilö hyväksyy muutoksen omalla tavalla. Varsinkin, jos muutoksen saapuminen tulee äkkiä, siitä selviytyminen voi olla henkilöstölle haastavaa. Yrityksen onnistumiseen viestinnässä vaikuttaa myös koko henkilöstön tietämys yrityksen strategiasta, visiosta, tavoitteista, tulevista muutoksista sekä muista merkittävistä asioista, jotka koskettavat henkilöstöä nykyhetkenä ja tulevaisuudessa. (Viitala 2014, 215.)

3.3 Henkilöstön työnantajamielikuva ja tunteet

Henkilöstökokemuksen kehittämisen kautta parannetaan asiakaskokemusta. Henkilöstön on tunnettava yrityksensä strategia ja tiedettävä, miksi mitäkin tehdään. On oleellista, että työntekijä ja yritys puhuvat samaa kieltää; heillä on oltava samat arvot. Työntekijä tarvitsee yrityksen ja ennen kaikkea esihenkilön luottamuksen, jotta hän voisi olla työssään parempi. Vuorovaikutuksen, mielikuvien ja tunteiden perusteella syntyy työntekijän näkemys yrityksestä eli henkilöstökokemus. (Korkiakoski 2019, 121–122.)

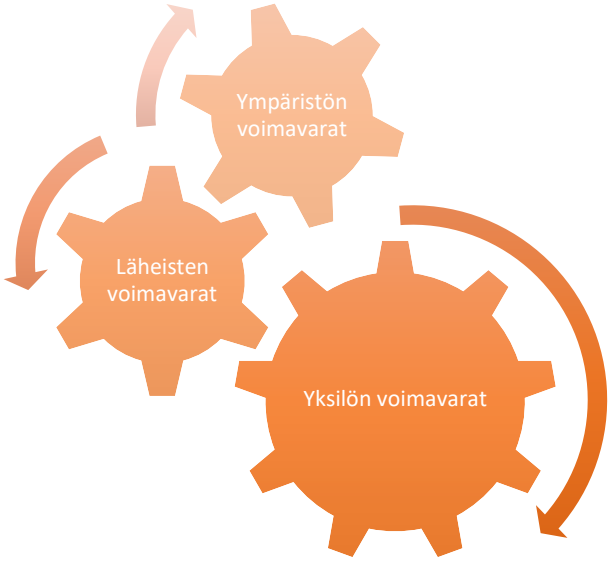
Henkilöstökokemus on myös subjektiivista, koska jokaisella ihmisillä on omat tunteet, erilaiset näkemykset, asenteet ja käyttäytymismallit. Täydellisen henkilöstökokemuksen luominen olisi helppoa, mikäli kaikki ihmiset olisivat samanlaisia. Henkilöstökokemukseen vaikuttaa aina tietty ympäristö ja tietyt muutokset. (Morgan 2017, 10.)

Työnantajamielikuva on näkymä yrityksen päivittäisestä tekemisestä ja sen heijastumisesta elämään. Yrityksen toimintaperiaatteet, yrityskulttuuri ja yrityksen visio ovat ne asiat, jotka vahvistavat työnantajamielikuvan luomista. Työnantajamielikuva perustuu yrityksen ja esimerkiksi sen työntekijöiden jakamaan tietoon. (Venermo.)

Sidosryhmien muodostama subjektiivista tunneperusteista kokonaisarviota voidaan kutsua yrityksen maineeksi. Sidosryhmien luottamus yritykseen tuottaa sille hyvää mainetta. Maineeseen vaikuttavat muun muassa seuraavat tekijät: työntekijöiden arvostus, esihenkilön sekä työntekijän luottamus, palkitseminen, motivointi, henkilöstön sitouttaminen ja heidän tyytyväisyytensä työpaikalla. (Viitala 2014, 260.)

Yritykset, jotka pitävät työhyvinvointinsa korkealla, ovat hyödynsaajia. Heidän työntekijänsä jaksavat paremmin ja sitä myötä yrityksen tulokset pysyvät hyvinä. Työtilanteen äkilliset muutokset saattavat aiheuttaa osaamisen puutetta, jonka seurauksena henkilöstö voi kokea väsymistä ja turhautumista. Tällöin on tärkeä, että henkilöstöllä on riittävä perehdytys sekä tuki esihenkilöltään. Henkisen hyvinvoinnin kannalta on tärkeää, että työnteossa löytyisi sopiva rytmi. Henkilöstöllä olisi hyvää olla jaksoja, joissa täytyy panostaa enemmän, mutta vastapainoksi täytyisi olla jakso, jossa pääsee palautumaan. Usein oletetaan, että tasainen ja rutiiniomainen työ olisi henkilöstölle parasta, näin ei kuitenkaan ole. (Viitala 2014, 184–185.)

Positiivisen psykologian käsitteisiin kuuluva resilienssi tarkoittaa henkilön tai yhteisön kykyä selvitä koettelemuksista ja pysyä toimintakykyisenä. Sanana resilienssi osoittaa joustavuutta, kestävyyttä ja vastoinkäymisistä selviytymistä sekä ennalleen palautumista. On mahdollista, että resilienssi suojaa haitallisilta fysiologisilta sekä psykologisilta stressivasteilta. Resilienssiä ei voi pitää pysyvänä ominaisuutena sen sijaan se on voimavara (kuva 5), joka ilmenee erilaisilla henkilöillä eri elämävaiheissa, -alueilla sekä sosiaalisissa kanssakäymisissä. Vuorovaikutuksen avulla resilienssi ja traumanjälkeinen kasvu voivat saada aikaan yksilön vahvistumisen henkisellä tasolla ja valmistaa häntä pärjäämään myös mahdollisissa vastoinkäymisissä tulevaisuudessakin. (Laukkala ym. 2020.)



Kuva 5. Resilienssin kuvitteellinen koneisto (mukaillen Lipponen 2020)

Muutoksissa pärjääminen, merkityksellisten kokemuksien käsittely sekä sosiaaliset kyvykkyydet kuuluvat kaikki resilienssiin. Resilienssi tarkoittaa myös kehittymistä ja henkisesti kasvamista. Se ei ole pelkästään ongelmien luovaa ratkomista. (Lipponen 2020, 26–27.)

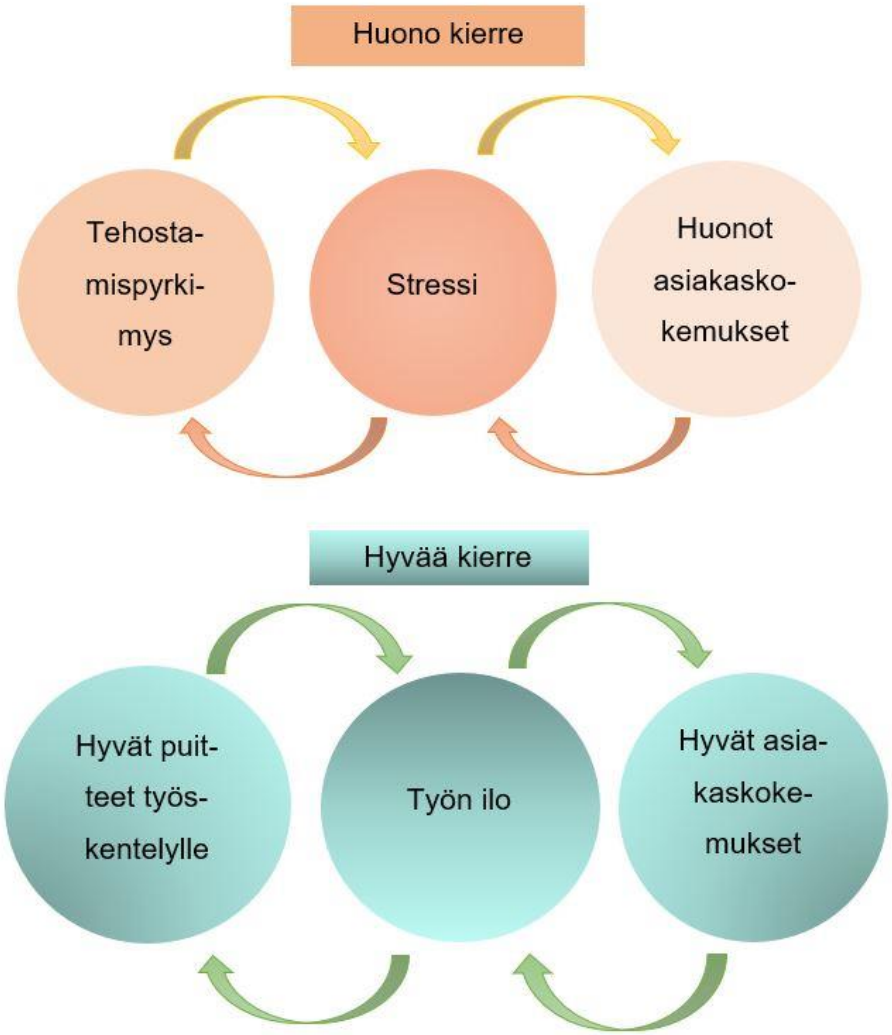
Työyhteisössä keskitytään resilienssin edistämiseen silloin, kun on tapahtunut jotain odottamatonta ja vaikeasti käsiteltävää. Vaikka työyhteisö on kokenut kovia ja traumaattisia tilanteita on niiden jälkeen kuitenkin kyettävä työskentelemään. Siinä henkilö saattaa tarvita apua ja tukea. Tuen ja avun tarjoaminen varmistaa työn teon jatkuvuuden, huolehtii, ja suojelee työntekijän hyvinvointia. On oleellista, että tukea tarjottaessa pääpaino olisi henkilökohtaisen kasvun ja ajatuksen ”tästäkin selvitään” vahvistaminen. Tämän ajatusmallin avulla työntekemisen arki pääsee palaamaan. (Lipponen 2020, 307–308.)

Covid19- pandemia on saanut aikaan isoja muutoksia monessa työpaikassa. Muutostilanteissa esihenkilön rooli on henkilöstöhyvinvoinnin kannalta kriittinen. Esihenkilön tehtäviin kuuluu myös työntekijän hyvinvoinnista huolehtiminen; tähän kuuluu esimerkiksi ilmapiiri, työn määrän sekä tason säätely ja tasa- arvoinen kohtelu. Isojen muutosten tai kriisien keskuudessa on tärkeä, että henkilöstö kokee olevansa arvostettu. Arvostus ja luottamus yritystä kohden saavutetaan, kun henkilöstöä kuunnellaan, heidän kanssaan keskustellaan sekä ollaan tarvittaessa läsnä. (Viitala 2014, 215.)

Työhönsä jo tottuneet ja kokeneemmat työntekijät voivat joutua poikkeusolojen myötä uuteen työtehtävään ja siinä he tarvitsevat erityistä tukea. Heidän vankka tietämyksensä voi olla koetuksella, kun uuden tehtävän toteuttaminen ei onnistu heti. (Kallunki, 2020.)

Eräs työterveyspsykologi vertailee pandemian aikaista työntekoa maratonin juoksemiseen. On kestettävää pitkittynyttä erikoistilannetta sekä epävarmuutta tulevaisuutta kohdin. Työyhteisöt, joissa korona-aikana tapahtunutta käydään perusteellisesti läpi ja koitetaan löytää kehityskohteita, pärjäävät parhaiten nykytilanteessa. Työpaikkaviihtyvyyden kannalta on nyt tärkeää, että organisaatiot antaisivat riittävästi mahdollisuuksia työntekijöiden palautua. Työntekijää kannattaa ohjeistaa tunnistamaan asioita, joihin hän pystyy itse vaikuttamaan ja ottamaan vain ne huolenaiheiksi. Tämän avulla työntekijän on helpompi suodattaa huolia ja murheita sekä tekemään päätöksiä oman hyvinvoinnin tukemiseen. Työyhteisöön kuulumisen tunne ja vuorovaikutus muiden kanssa voi auttaa työntekijää jatkamaan erikoistilanteissa. (Kallunki, 2020.)

Usein organisaatioiden päätökset olla kustannustehokkaita voivat koitua heidän omaksi kohtalokseen niin asiakaskokemuksessa kuin henkilöstökokemuksessa. Henkilöstön on saatavaa riittävästi aikaa ja resurssia palvella asiakasta ja tuottaa hänelle hyvän olon tunnetta. Organisaation johto sekä henkilöstö eivät usein koe asioita samalla tavalla, vaikka tavoitteena olisi, että molempien kohderyhmien tavoitteet ja visiot kohtaisivat. Henkilöstölle on tarjottava mahdollisuus olla hyvä omassa työssään. Heidän on saatava se aika ja työkalu, joilla he voivat luoda vuorovaikutusta entistä enemmän asiakkaidensa kanssa. Mikäli näitä puitteita ei ole mahdollisuus järjestää tai ne on katkaistu kustannustehokkuuden takia, voi henkilöstö turhautua ja stressaantua siitä. Jatkuvaa painetta ja stressin sietoa henkilöstössä voi aiheuttaa esimerkiksi henkilöstövähennykset, lomautukset sekä keskustelut kustannustehokkuudesta. Johdon vaikutus henkilöstöön on tärkeää varsinkin tunnetasolla. Kuvassa 6 on kuvailtu huonoa ja hyvää kierrettä. Ne ovat myös niitä tunnetasoja, jotka vaikuttavat usein merkittävästi henkilöstön motivaatioon tuottaa hyvää asiakaskokemusta. (Juuti, 2015.)



Kuva 6. Työskentelyn huono ja hyvää kierre (mukaillen Juuti 2015)

Pandemian myötä monet yritykset ovat pystyneet järjestämään henkilöstöllensä mahdollisuuden tehdä töitä etänä. Keväällä 2020 siirtyi yli miljoona suomalaista etätöihin koronapandemian takia. Henkilöt ovat kokeneet, että lisääntynyt etätyö on lähentänyt heitä perheittensä kanssa sekä vaikuttanut positiivisesti työssä jaksamiseen. Tutkimuksissa on kuitenkin todettu, että on myös työntekijöitä, jotka kokevat tylsyyden tunnetta sekä yleistä tyytymättömyyttä työnsä suhteen. Esihenkilöiden jaksaminen pandemian aikana ja varsinkin etätyön johtamisessa on erityisen tärkeää. Myös heidän on saatavaa riittävää tukea ja työkaluja hyvän suorituksen johtamiseen. (ttl.fi, 2020.)

Yksilöstä riippuen muutostilanteet ovat joko todella hankalia käsitellä tai ne sopivat erittäin hyvin. Etätyöhön siirtyminen on ollut monelle hankalaa ja vaatinut erikoisia järjestelyjä. Toisille etätyöt ovat helpottanut elämää suuresti. Muutoksessa toimeen tulemisessa on tärkeää, että henkilö irrottautuu vanhasta. Se vaatii työntekijältä paljon psyykkistä työtä.

Ennen kuin työntekijä voi kokea, että muutos on hyväksi, on hänen käytävä tietyt mielensisäiset prosessit läpi. Näihin prosesseihin kuuluu esimerkiksi harmin purku ja käsittely, huolien ja pelkojen analysointi. Etätyö on vaatinut monelta työntekijältä kykyä tehdä itsenäisesti töitä. Osalle tämä sopii ja heidän kokemuksensa, että yrityksensä luottaa heihin, kasvaa. Tuen ja palautteen tarve ei kuitenkaan häviä. Esihenkilön on tunnettava alaisensa ja löydettävä jokaisen kohdalla se oikea määrä palautetta ja tukea. Yksilöllisen palautteen antaminen saa henkilöstössä aikaan tunteen, että häntä tarvitaan ja hän on tärkeä yritykselle, jolle työskentelee. Tämä taas auttaa nostamaan työmotivaatiota sekä sitoutumista organisaatioon. (Järvinen, 2016.)

Pandemia- tilanteen leviäminen vuoden 2021 toisella puoliskolla on hieman hitaampaa aikaisempaan nähden. Yrityksien on kuitenkin seurattava tilannetta maailman laajuisesti; esimerkiksi megatrendien, ilmastonmuutoksen ja työn murron kannalta. Työyhteisö tulee pärjäämään hyvin, kun seuraavat asiat yrityksessä ovat hallussa: riskiarvion päivitys, erinäisten työssä käymisen mallien vaikutus työhyvinvointiin, osallistamalla henkilöstöä sitä itseään koskevissa asioissa, ja digiloikkaetujen aktiivinen käyttöönotto. (ttl.fi, 2021.)

4 Henkilöstökokemus Yrityksessä X

Tässä luvussa käsitellään tutkimuksen suunnittelua ja toteutusta sekä analysoidaan kyselyn tuloksia. Tutkimus suoritettiin hotelli- ja ravintola-alan yrityksessä hyödyntäen anonyymistä kvantitatiivista kyselylomaketta (Liite 3).

Henkilöstökokemusta on lähdetty kartoittamaan Covid-19- pandemian tuoman poikkeusolon näkökulmasta. Suurin osa kyseisen toimipaikan henkilöstöstä on siirtynyt pandemian myötä etätöihin. On myös työntekijöitä, jotka tekevät edelleen melko vähäisellä seuralla töitä toimistolla. Oleellista on selvitellä henkilöstökokemus nyt, kun toimintatavat ovat muuttuneet.

4.1 Tutkimusmenetelmän valinta

Tutkimusmenetelmän valinnan kannalta on oleellista määritellä tutkimusongelma sekä kohdejoukko. Tutkimus on mahdollista suorittaa kokonaistutkimuksena eli silloin kaikki kohdejoukkoon kuuluvat vastaavat kyselyyn tai vaihtoehtona on myös otantatutkimus. Otantatutkimuksessa keskitytään perusjoukon tiettyyn pienempään osaan. (Heikkilä 2014, 12–14.)

Kvantitatiivinen tutkimus on määrällinen tutkimus. Tällä tutkimusmenetelmällä on kriteerinä suuri kohdejoukko ja melko isoa vastausprosenttia. Määrällinen tutkimus yleensä suoritetaan käyttämällä kyselylomakkeita. Lomakkeet ovat yleensä suunniteltu niin, että analysoidessaan on mahdollista saada vastauksista taulukoita ja kuvioita. Kvantitatiivinen tutkimus on yleisin selvittääkseen muutoksista aiheutunutta ilmiötä tai eri asioiden välisiä eroja. (Heikkilä 2014, 15.)

Minun tutkimukseeni menetelmäksi valitsin kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen. Määrällisellä tutkimuksella saavutin koko kohdejoukon ja sen lisäksi säilyi työntekijöiden anonyymisyys. Kvalitatiivisilla tutkimusmenetelmillä en olisi pystynyt saamaan niin montaa vastausta ja sen takia tutkimus ei olisi ollut luotettava. Kvantitatiivista tutkimusta varten laadin kyselylomakkeen hyödyntäen Webropol- järjestelmää.

4.2 Tutkimuksen toteutus

Kyselytutkimuksia on mahdollista tehdä monella eri tavalla, kuten esimerkiksi postikysely, puhelinkysely, informoitu kysely. Nykypäivänä yleisin tapa kerätä aineistoa on levittää kyselylomaketta internetin välityksellä. Monet eri palvelutuottajat tarjoavat hyviä ohjelmia ky-

selyiden luomiseksi. Riippuen kohdejoukosta ja levityskanavasta, voi olla vaikea määritellä luotettavaa otantaa tuloksista. On mahdollista, että henkilö vastaa kyselylomakkeeseen kaksi tai useamman kerran, jolloin otos on vääristetty. Lisäksi on mahdollista, että esimerkiksi sosiaalisessa mediassa jaettu kyselylomake on jaettu eteenpäin ja silloin ei ole myöskään mahdollista määritellä miten luotettavaa aineisto on. Isoina positiivisina asioina internetkyselyn teossa on kuitenkin nopeat vastaukset, jatkuva mahdollisuus seurata vastausprosenttia ja aineiston analysointiin liittyvät tiedonsiirrot eri järjestelmiin. (Heikkilä 2014, 18.)

Kyselylomakkeisiin liittyvä isoin riski on, että vastauksia ei saada tarpeeksi, jolloin syntyy tutkimusaineiston kato. (Vilkka 2021.)

Kysymyksiä on mahdollista esittää eri tavalla hyödyntäen eri asenneasteikkoja. Kvantitatiivisissa tutkimuksissa käytetään yleensä suljettuja kysymyksiä esimerkiksi saadakseen tietää henkilön ikä. Suljettujen kysymyksien jälkeen on usein väittämiä, joista merkataan sopivin vaihtoehto. Avoimia kysymyksiä on hyvä laittaa määrällisen tutkimuksen kyselylomakkeen loppuun. Mielipideväittämien selvittelyyn on mahdollista hyödyntää Likertin asteikkoa. Asteikko antaa mahdollisuuden vastaajan valita omaan mielipiteen sopivimman vaihtoehdon. Likertin asteikon yleisin järjestysasteikko on 1-5, jokainen numero tarkoittaa omaa vaihtoehtoa: 1=Täysin eri mieltä, 2= Jokseenkin eri mieltä, 3= Jokseenkin samaa mieltä, 4= Täysin samaa mieltä, 5= Ei samaa mieltä eikä eri mieltä. (Heikkilä 2014, 46–53.)

Tutkimuksessani käytin kyselylomaketta, joka oli koostettu Webropol- järjestelmällä. Lomake lähetettiin perusjoukon osajoukolle eli tutkittiin tiettyä otantaa. Tarkoitus oli selvittää tiettyjen osastojen henkilöstökokemusta eli ei siis koko yhtiön. Kaikki kyselyn saaneet pääsivät vastaamaan kyselyyn anonyymisti, jotta vastaukset olisivat mahdollisimman luotettavia.

Kyselylomakkeen linkki lähetettiin henkilöstön työsähköpostiin. Valitsin jakelukanavaksi sähköpostin sillä se tavoittaa kohdejoukon parhaiten ja kaikilla on työsähköposti käytössä päivittäin. Kyselylinkin mukana oli saatekirje, jossa perusteltiin kyselyn tarkoitus ja kuka sen on tehnyt (Liite 1).

Vastauksia kyselyyn kerättiin aikaväliltä 17.9.2021-3.10.2021 eli vastausaikaa oli 17 päivää. Vastausprosenttiin vaikutti merkittävästi äkillinen työmäärän nousu, sen vuoksi kaikki ylimääräinen toiminta evättiin kokonaan ajankohdalta 27.9-1.10.2021 eli työntekijät saivat määräyksen keskittyä vain asiakkaisiin ja työntekoon. Kyselystä laitettiin muistutus (Liite

2) vielä 1.10.2021, jolloin pyydettiin henkilöstöä vastaamaan kyselyyn myös vapaa-ajalla, sen avulla saatiin vielä 11 vastusta lisää ennen kuin kysely suljettiin. Vastaus prosentti oli erittäin pieni, jolloin kyselylinkkiä jaettiin kohdejoukon käyttämässä Teams- ryhmässä. Teams- ryhmää hyödyntämällä kysely sai vielä 10 vastausta lisää eli yhteensä 40 vastausta.

Tutkimukseni perustui tietoperustaan. Kyselylomakkeeni koostui neljästä taustakysymyksestä, jonka avulla pääsen analysoimaan vaikuttaako esimerkiksi ikä muutoksien käsittelyyn. Taustakysymyksien lisäksi oli yhteensä 11 väittämää, johon vastattiin käyttämällä Likertin asteikkoa. Kyselylomakkeen loppuun oli sijoitettu kaksi minun ehdottamaani avointa kysymystä ja yksi kohdeyrityksen ehdottama avoin kysymys. Avointen kysymyksien tavoitteena oli saada henkilöstöä kertomaan omilla sanoilla, minkälaiset heidän ajatuksensa on, koskien opinnäytetyöni aihetta.

Kyselylomake testattiin neljällä henkilöllä eri aloilta tutkimuksen tekijän kaveripiirissä. Korjausehdotuksia saatiin yksi ja se korjattiin teknillisesti. Palaute testihenkilöiltä oli muuten positiivinen eli kysymykset oli laadittu niin, että myös kohdeyrityksen ulkopuolelta olevat henkilöt ymmärsivät ne.

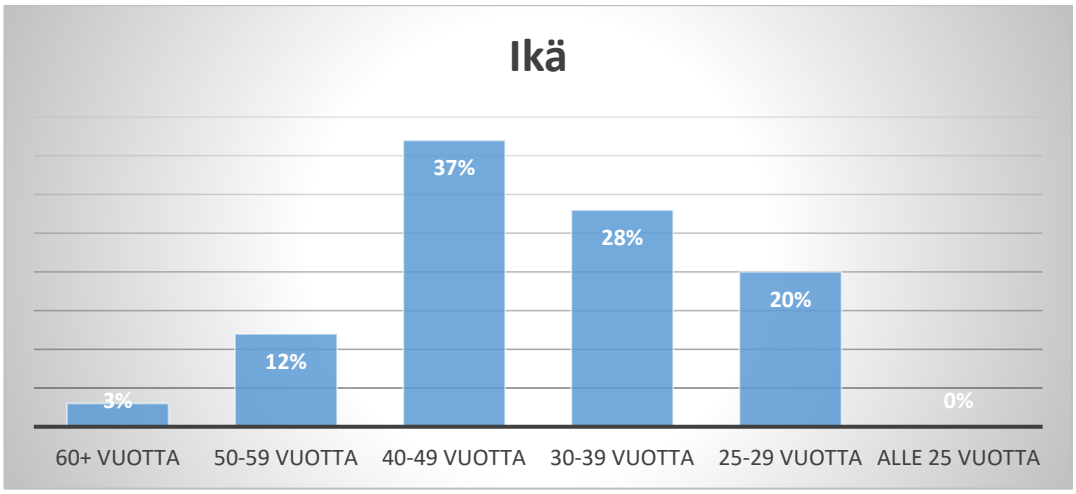
Kohdeyritykseltä saatiin vielä muutama korjausehdotus saatekirjeen sisältöön sekä yhden avoimen kysymyksen lisäyksen ehdotus ennen lomakkeen jakoa henkilöstölle. Korjaukset suoritettiin ja avoin kysymys lisättiin, jonka jälkeen kyselylomake lähetettiin henkilöstölle.

4.3 Tutkimuksen tulokset

Tässä luvussa käsitellään kyselytutkimuksen tuloksia, joita havainnollistetaan kuvien avulla. Kuvissa esitellyt prosenttiluvut auttavat hahmottamaan sitä, minkälainen oli vastauksien hajontaa.

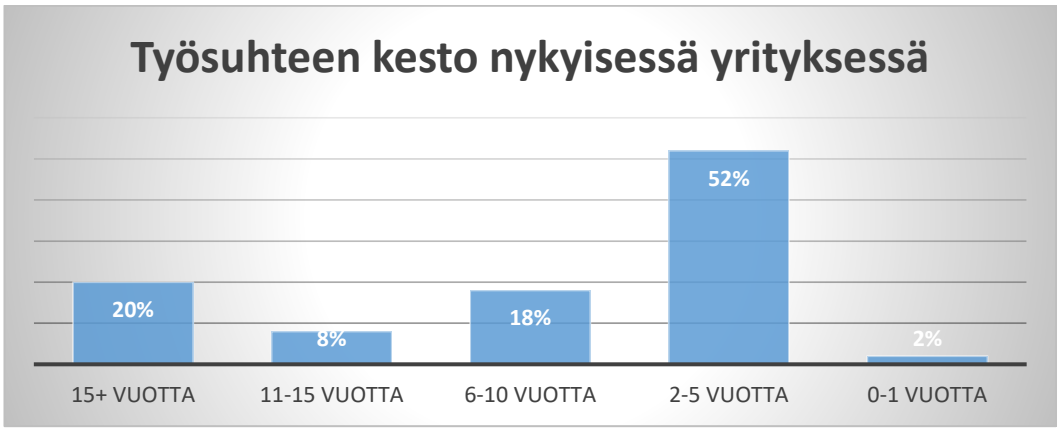
4.3.1 Taustatiedot

1. Ikä. Kaikki 40 vastaaja kertoivat oman iän. Eniten työntekijöitä oli ikäryhmässä 40–49 vuotta ja alle 25- vuotiaat eivät ole vastannut ollenkaan. (Kuva 7)



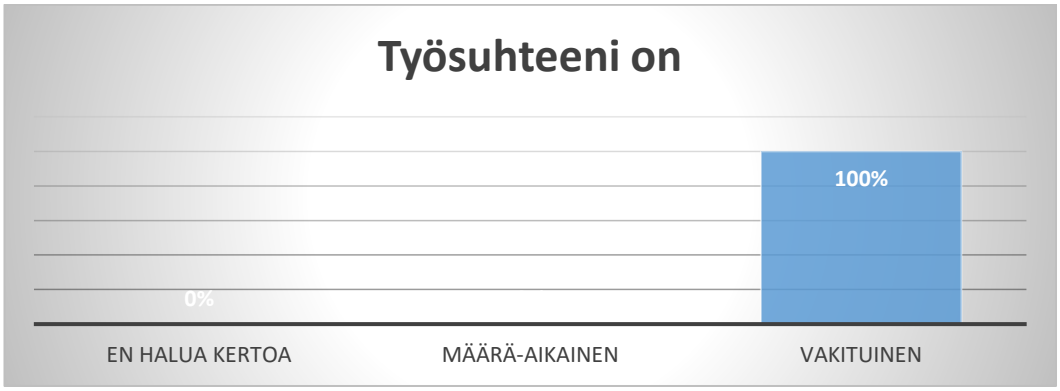
Kuva 7. Ikä (n=41)

2. Työsuhteen kesto nykyisessä yrityksessä. Vastanneista 52 % eli noin 21 vastaaja on ollut työsuhteessa nykyisessä yrityksessä 2–5 vuotta. Yksi vastannut henkilö on ollut töissä alle vuoden. (Kuva 8)



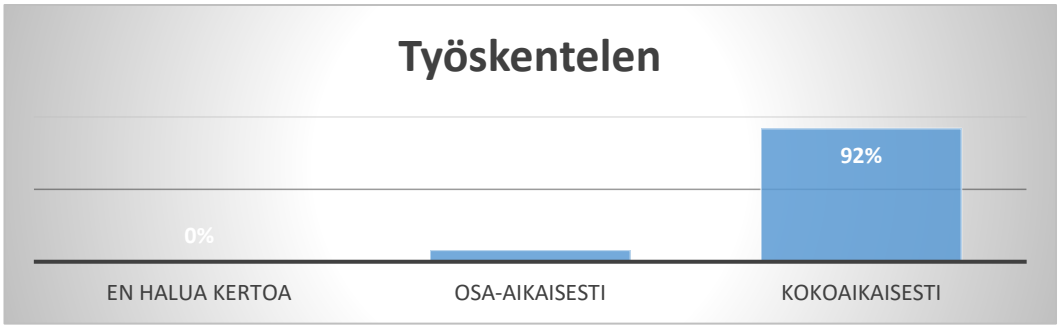
Kuva 8. Työsuhteen kesto (n=40)

3. Työsuhteeni on. Kaikilla 38 henkilöllä, joka vastasi tähän osion oli vakituinen työsuhde. (Kuva 9)



Kuva 9. Työsuhde (n=38)

4. Työskentelen. 37 vastanneista työskentelee kokoaikaisella sopimuksella ja 3 vastannutta osa-aikaisella sopimuksella. (Kuva 10)



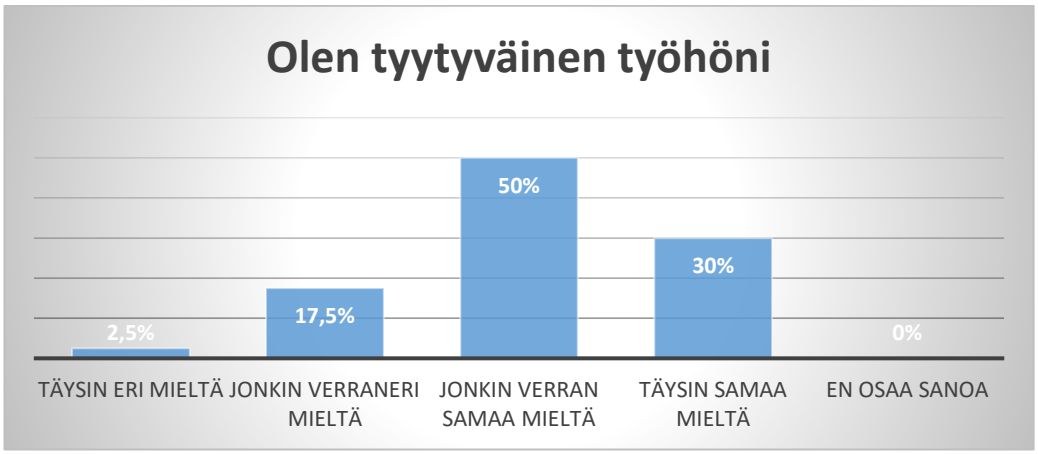
Kuva 10. Työnteon määrä (n=40)

4.3.2 Nykyinen henkilöstökokemus työntekijän näkökulmasta

Tällä tutkimuksella ei ole vertailukohdetta edellisistä henkilöstökokemuksen tutkimuksista, joten tämän osion kautta haluttiin selvitellä, mikä on henkilöstön tämänhetkinen henkilöstökokemus.

<u>Työviihtyvyys tällä hetkellä</u>

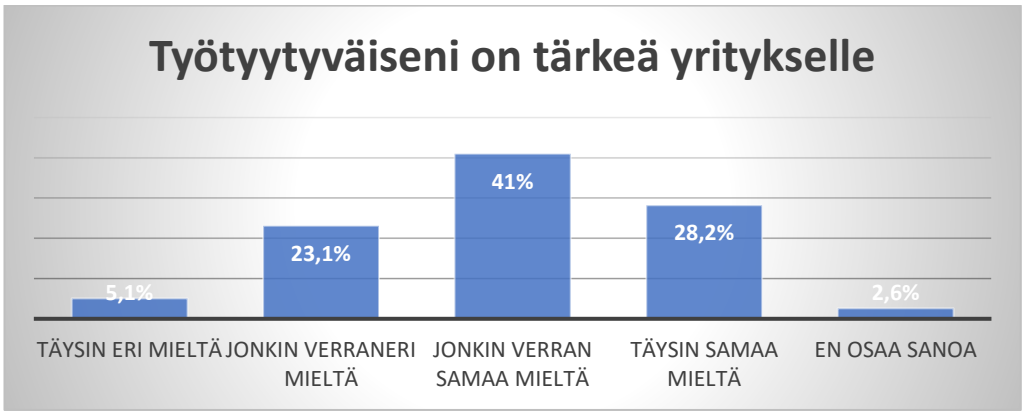
5. Olen tyytyväinen työhöni. 50 % eli 20 vastaajaa oli jonkin verran samaa mieltä. 30 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 17,5 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. 2,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä. Voidaan todeta, että suurin osa vastanneista henkilöistä on tyytyväinen omaan työhönsä. (Kuva 11)



Kuva 11. Työviihtyvyys (n=40)

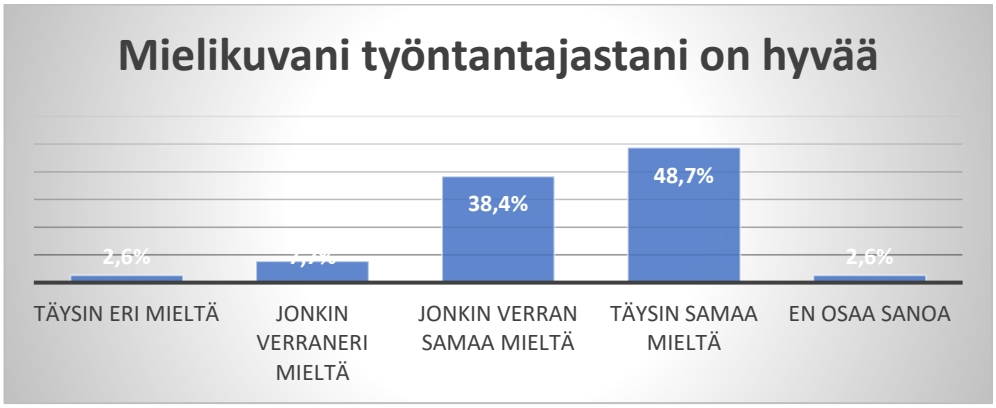
6. Työtyytyväisyyteni on tärkeä yritykselle. 39 henkilöä vastasi tähän kysymykseen. 41 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä. 28,2 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 23,1 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä ja 5,1 % vastanneista oli täysin eri mieltä.

2,6 % vastanneista ei osannut sanoa kuinka tärkeä heidän työtyytyväisyytensä on yritykselle. Vastauksien perusteella voidaan todeta, että suurin osa vastanneista kokee, että heidän työtyytyväisyytensä on melko tärkeä yritykselle. (Kuva 12)



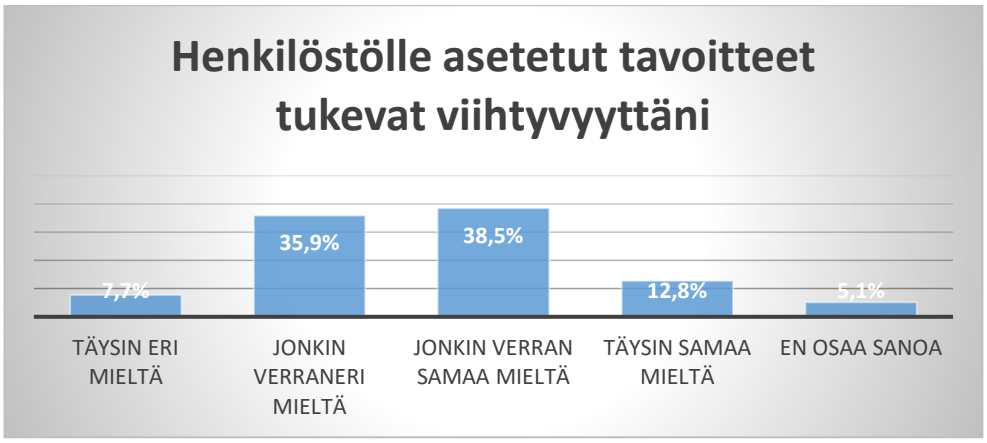
Kuva 12. Työntekijän työtyytyväisyyden tärkeys yritykselle työntekijän näkökulmasta (n=39)

7. Mielikuvani työnantajastani on hyvä. 48,7 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 38,4 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä. 7,7 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. 2,6 % vastanneista oli täysin eri mieltä. 2,6 % vastanneista ei osannut sanoa. Valtaosan vastaajien mielikuva työnantajasta on hyvä. (Kuva 13)



Kuva 13. Työntekijän mielikuva (n=39)

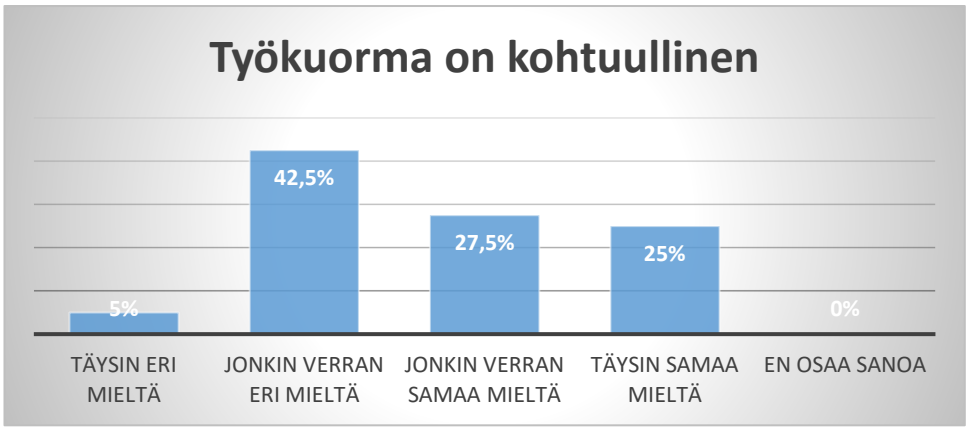
8. Henkilöstölle asetetut tavoitteet tukevat viihtyvyyttäni. 12, 8 % vastanneista olivat täysin samaa mieltä. 38,5 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä. 35,9 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä ja 7,7 % vastanneista on täysin eri mieltä. Suurin osa vastanneista koki, että tavoitteet tukevat heidän viihtyvyyttään. Hieman alle puolet vastasivat kuitenkin, että tavoitteet ei tue heidän viihtyvyyttään. On hyvin mahdollista, että tavoitteet on laadittu liian isoiksi todellisuutta nähden. 5,1 % vastanneista ei osannut sanoa. Tämä voi johtua myös siitä, että tavoitteet eivät ole selkeitä. (Kuva 14)



Kuva 14. Tavoitteet tukevat viihtyvyyttä (n=39)

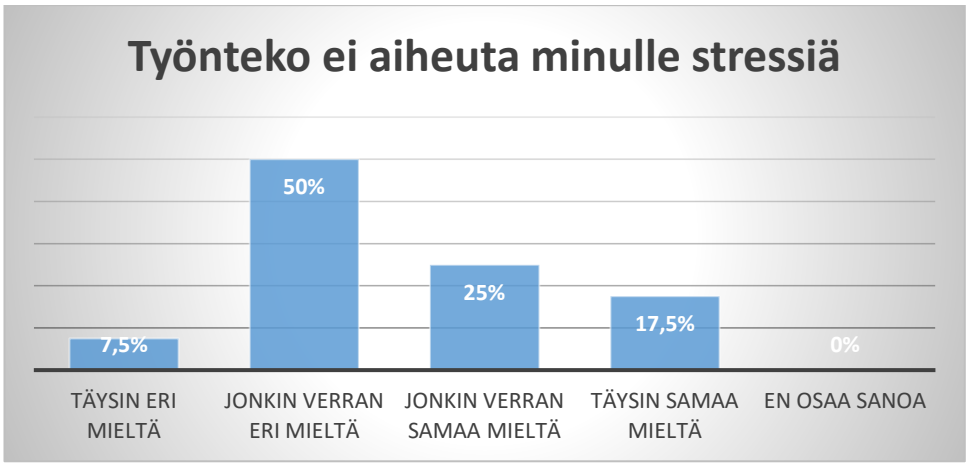
<u>Työnteko</u>

9. Työkuorma on kohtuullinen. Vaihtoehto jonkin verran eri mieltä sai eniten vastauksia tässä väitteessä yhteensä 42,5 %. 27,5 % vastanneista oli jonkin verran sama mieltä. 25 % vastanneista oli täysin sama mieltä ja 5 % täysin eri mieltä. Vastausten perusteella voi päätellä, että työkuorman määrää tulisi tarkastella työpaikalla. (Kuva 15)



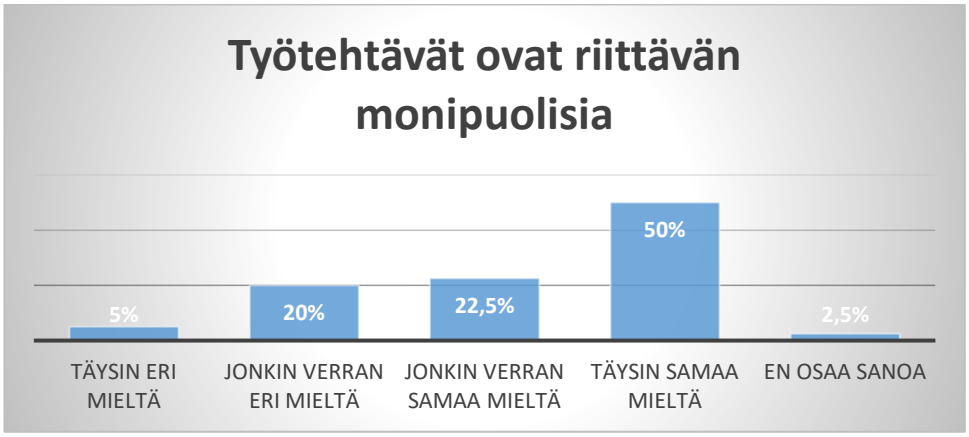
Kuva 15. Työkuorman määrä (n=40)

10. Työnteko ei aiheuta minulle stressiä. Tasan 20 vastannutta eli 50 % oli jonkin verran eri mieltä siitä, että työnteko ei aiheuta heille stressiä. 25 % oli jonkin verran samaa mieltä ja 17,5 % täysin samaa mieltä. 7,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä eli heille työnteko aiheuttaa stressiä. Vastausten perusteella valtaosalle vastanneista työnteko aiheuttaa stressiä ja se voi vaikuttaa heidän työntekoaan. (Kuva 16)



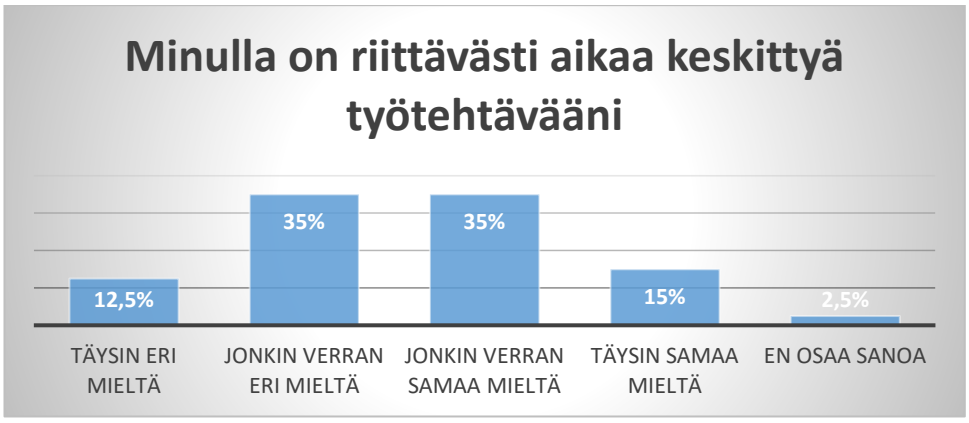
Kuva 16. Työnteon aiheuttama stressi (n=40)

11. Työtehtävät ovat riittävän monipuolisia. 50 % vastanneista oli täysin samaa mieltä sen kanssa, että työtehtävät ovat riittävän monipuolisia. 22,5 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä. Vastanneista 20 % oli jonkin verran eri mieltä ja 5 % täysin eri mieltä. 2,5 % vastanneista ei osannut sanoa. Vastausten perusteella voidaan todeta, että valtaosa vastanneista kokee, että työtehtävien monipuolisuus on riittävä. (Kuva 17)



Kuva 17. Työtehtävien monipuolisuus (n=40)

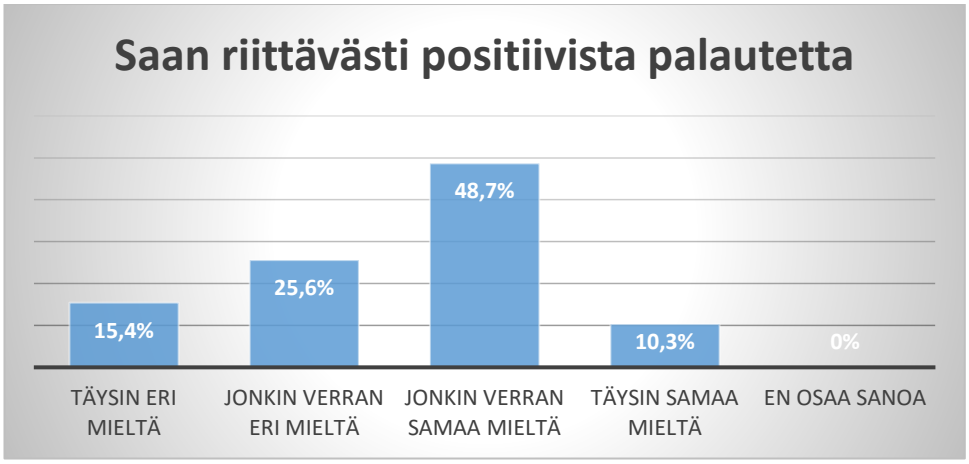
12. Minulla on riittävästi aikaa keskittyä työtehtävääni. Vastanneista 35 % oli sekä jonkin verran eri mieltä, että jonkin verran samaa mieltä. Täysin samaa mieltä oli 15 % vastanneista. 12,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä ja 2,5 % ei osannut sanoa. Vastausprosentti jakautui melko tasaisesti, josta voi päätellä, että osalla on aikaa ja osalla ei. Tämä voi mahdollisesti johtua eri osaamisalueista. (Kuva 18)



Kuva 18. Keskittymisen tarvittava aika (n=40)

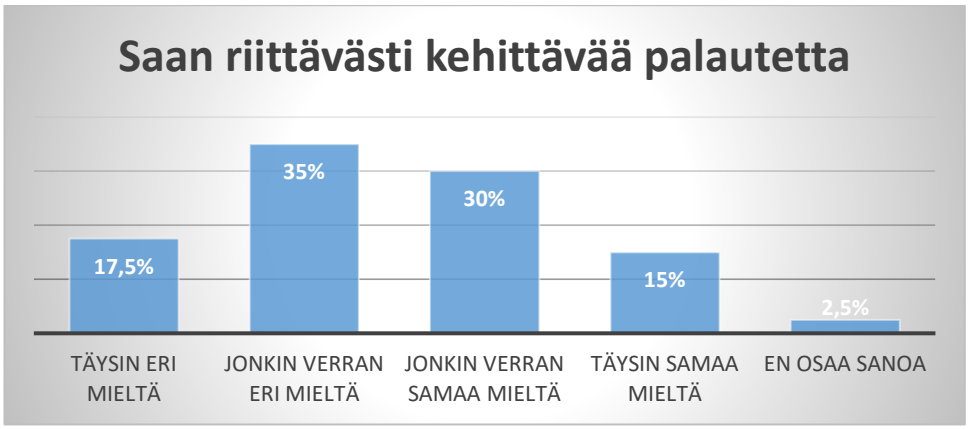
<u>Palautteen anto työpaikallani</u>

13. Saan riittävästi positiivista palautetta. Melkein puolet eli 48,7 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä siitä, että hän saa riittävästi positiivista palautetta. Täysin samaa mieltä oli 10,3 %. Jonkin verran eri mieltä on 25,6 % ja täysin eri mieltä oli 15,4 % vastanneista. Positiivisen palautteen antoa voisi kehittää työpaikalla. (Kuva 19)



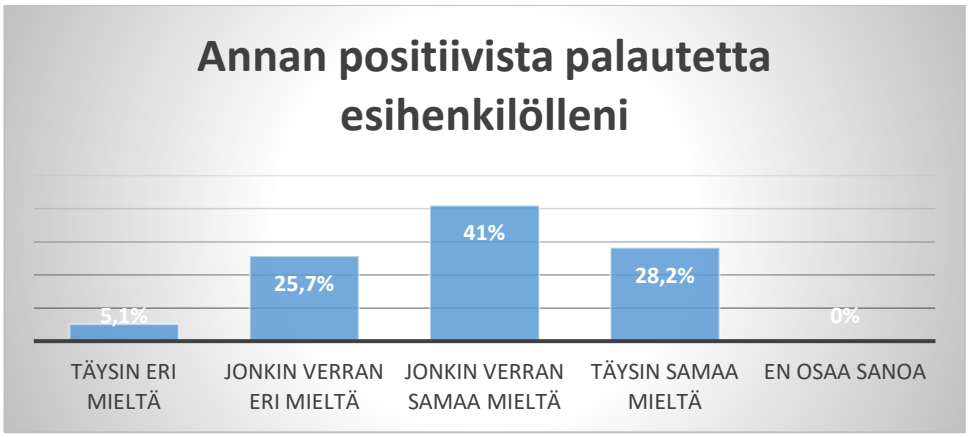
Kuva 19. Riittävä positiivinen palaute (n=39)

14. Saan riittävästi kehittävää palautetta. Eniten eli 35 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä siitä, että saako hän riittävästi kehittävää palautetta. 30 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä ja 15 % täysin samaa mieltä. 17, 5 % vastanneista koki, että he ovat täysin eri mieltä kehittävän palautteen riittävyydestä. 2,5 % vastanneista ei osannut sanoa. Vastausten perusteella kehittävän palautteen antoa voisi kehittää. (Kuva 20)



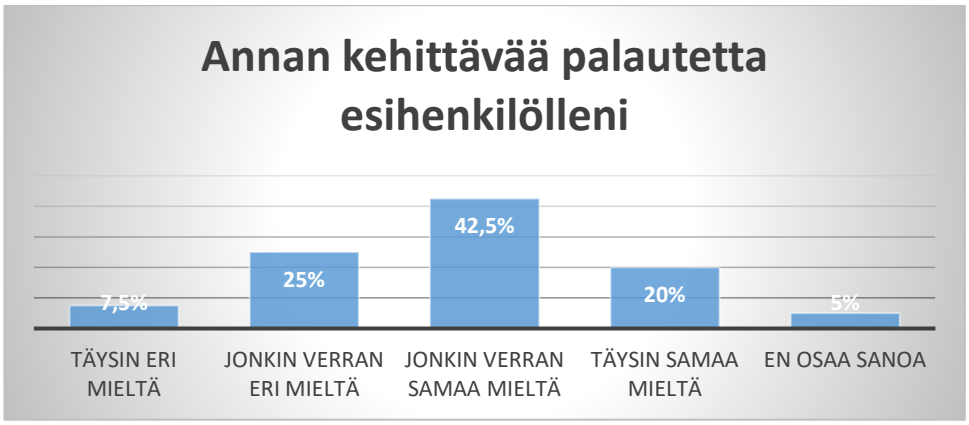
Kuva 20. Kehittävän palautteen riittävyys (n=40)

15. Annan positiivista palautetta esihenkilölleni. 41 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä väittämän: ”annan positiivista palautetta esihenkilölleni” kanssa. 28, 2 % vastanneista koki, että on samaa mieltä väittämän kanssa. 25,7 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä ja 5,1 % täysin eri mieltä. Valtaosa vastanneista antaa positiivista palautetta esihenkilölle. (Kuva 21)



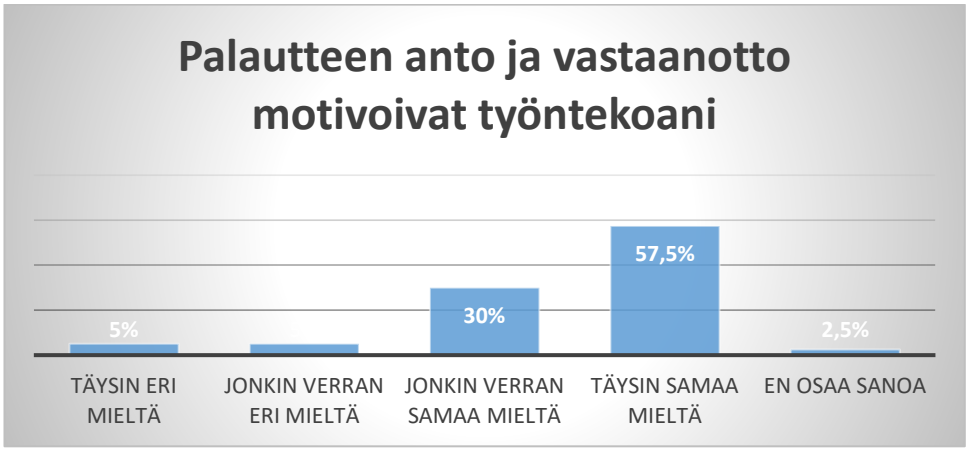
Kuva 21. Positiivisen palautteen anto esihenkilölle (n=40)

16. Annan kehittävää palautetta esihenkilölleni. 42,5 % vastanneista on jonkin verran samaa mieltä siitä, että he antavat kehittävää palautetta esihenkilöllensä. 20 % vastanneista on täysin samaa mieltä ja 5 % ei osannut sanoa. Jonkin verran eri mieltä oli 25 % vastanneista ja 7 % vastanneista oli täysin eri mieltä. Suurin osa vastanneista antaa jonkin verran kehittävää palautetta esihenkilölle. Vastanneista reilu osa ei anna tai antaa osittain kehittävää palautetta esihenkilöllensä. (Kuva 22)



Kuva 22. Kehittävän palautteen anto esihenkilölle (n=39)

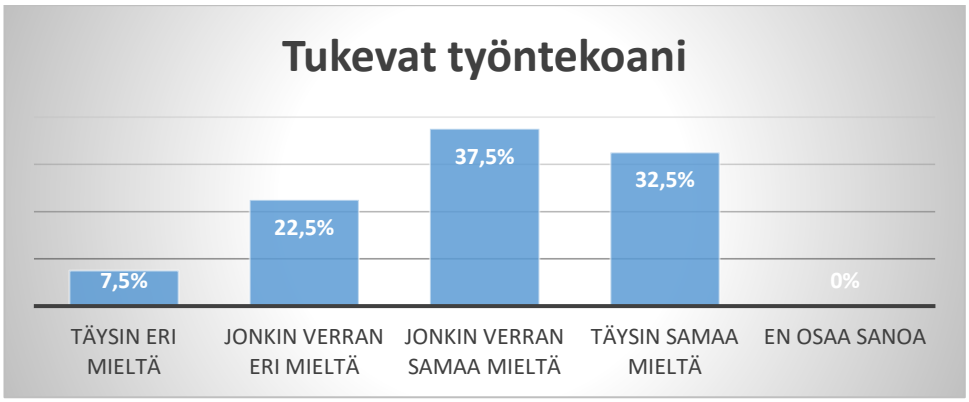
17. Palautteen anto ja vastaanotto motivoivat työntekoani. 57,5 % vastanneista olivat täysin samaa mieltä siitä, että palautteen anto ja vastaanotto motivoivat heidän työntekoaan. 2,5 % vastanneista ei osannut sanoa. Jonkin verran samaa mieltä väittämän kanssa oli 30 % vastanneista. 5 % vastanneista oli sekä täysin eri mieltä, että jonkin verran eri mieltä. Vastausten perusteella selkeästi palautteen annolla ja vastaanotolla on motivoivia vaikutuksia työntekoon. (Kuva 23)



Kuva 23. Palautteen annon ja vastaanoton vaikutus työntekoon (n=40)

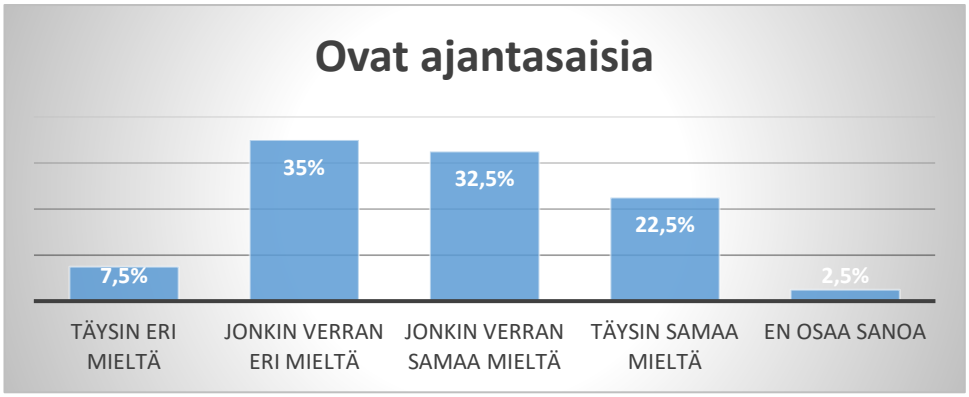
<u>Työpaikallani käytössä olevat teknologiset (ohjelmat, laitteet) ratkaisut</u>

18. Tukevat työntekoani. 37,5 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä siitä, että teknologiset ratkaisut tukevat heidän työntekoaan. 32,5 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 22,5 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä ja 7,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä. Vastausten perusteella työpaikalla olevat teknologiset ratkaisut tukevat työntekoa. (Kuva 24)



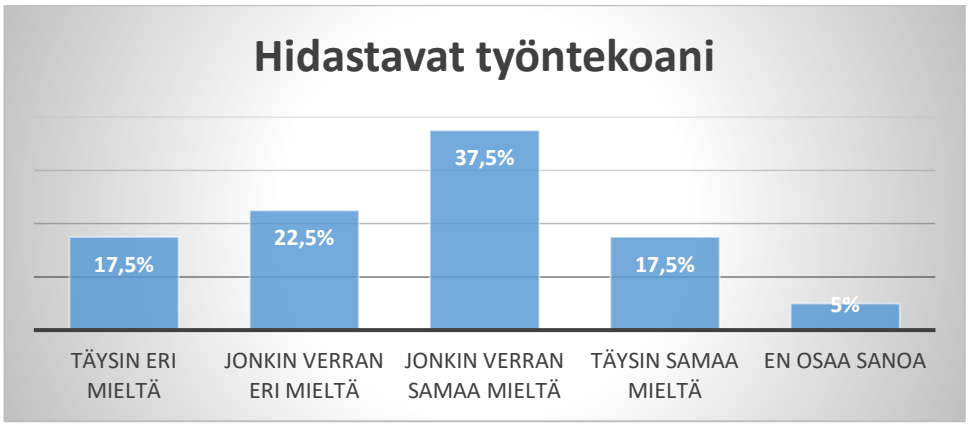
Kuva 24. Teknologisten ratkaisujen tuki työntekoon (n=40)

19. Ovat ajantasaisia. 35 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä siitä, että teknologiset ratkaisut ovat ajantasaisia. 32,5 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä. 22,5 % vastanneista oli väittämän kanssa täysin samaa mieltä. 2,5 % vastanneista ei osannut sanoa ja 7,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä. Teknologisten ratkaisujen ajantasaisuutta olisi hyvää tarkistella näiden tuloksien perusteella. (Kuva 25)



Kuva 25. Teknologisten ratkaisujen ajantasaisuus (n=40)

20. Hidastavat työntekoani. Väittämästä täysin samaa mieltä ja täysin eri mieltä oli 17,5 % vastanneista. Eniten eli 37,5 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä siitä, että teknologiset ratkaisut hidastavat heidän työntekoaan. 22,5 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä ja 5 % vastanneista ei osannut sanoa. Vastausten perusteella voisi tarkastella mahdollisuutta muuttaa teknologiset ratkaisut nopeammiksi. (Kuva 26)



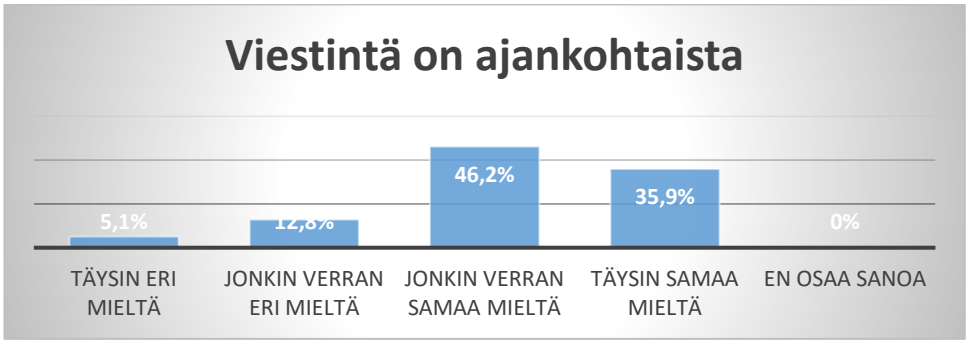
Kuva 26. Teknologiset ratkaisut hidastavat työntekoa (n=40)

4.3.3 Viestintä henkilöstön näkökulmasta

Viestintä on merkittävässä roolissa poikkeusolosuhteissa. Tämä osio tutkii, miten yritys x on onnistunut viestinnässä.

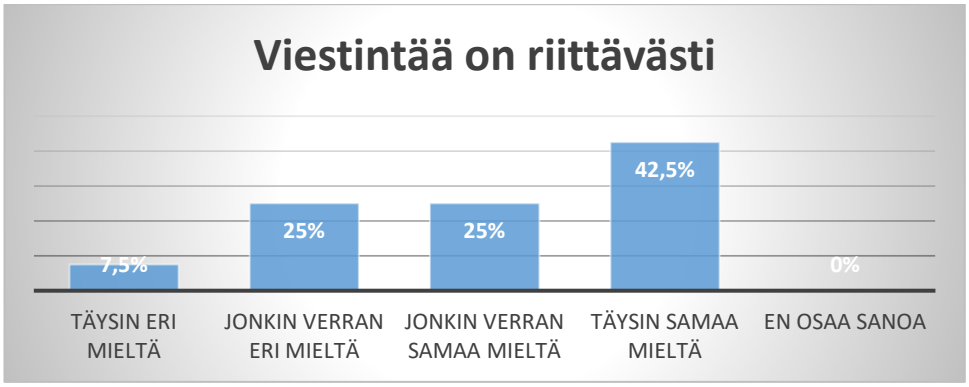
<u>Työpaikallani tapahtuva viestintä poikkeusolosuhteissa</u>

21. Viestintä on ajankohtaista. 46,2 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä sen kanssa, että viestintä oli ajankohtaista. 35,9 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 12,8 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. 5,1 % vastanneista oli täysin eri mieltä siitä, että viestintä on ajankohtaista. (Kuva 27)



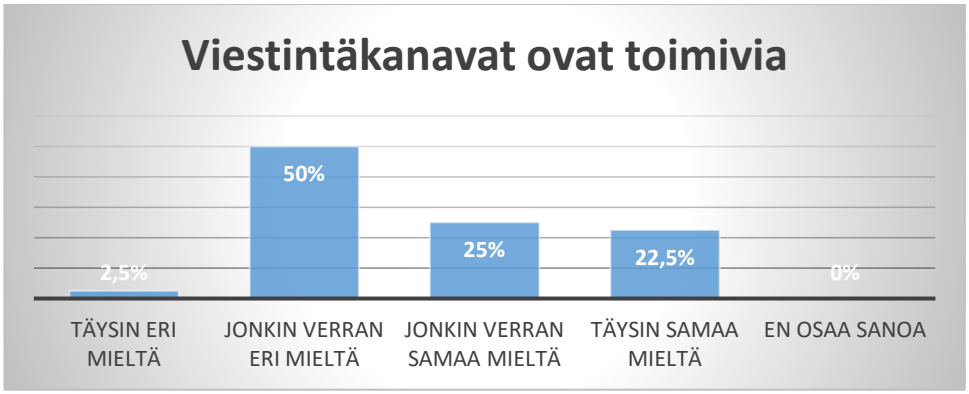
Kuva 27. Viestintä oli ajankohtaista (n=39)

22. Viestintää on riittävästi. 42,5 % vastanneista oli täysin samaa mieltä siitä, että viestintää oli riittävästi. 25 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä ja 25 % vastanneista oli myös jonkin verran eri mieltä. 7,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä. (Kuva 28)



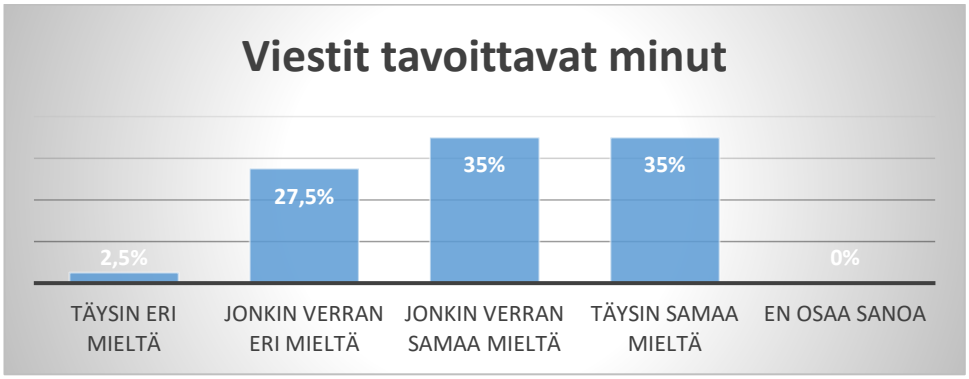
Kuva 28. Riittävä viestintä (n=40)

23. Viestintäkanavat ovat toimiva. Puolet eli 50 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä viestintäkanavien toimivuuteen liittyen. 25 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä. 22,5 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 2,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä siitä ovatko nykyiset viestintäkanavat toimivia. Vastausten perusteella viestintäkanavat toimivat jonkin verran, mutta paranneltavaa olisi. (Kuva 29)



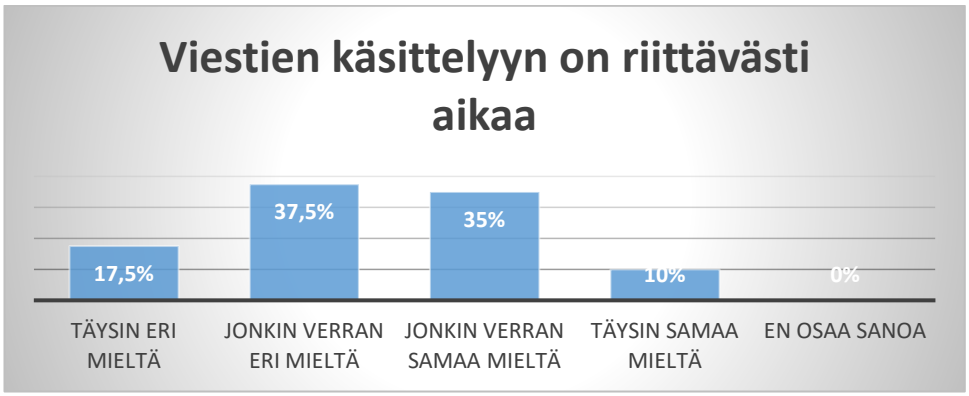
Kuva 29. Viestintäkanavien toimivuus (n=40)

24. Viestit tavoittavat minut. 35 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä. 35 % vastasi myös, että ovat täysin samaa mieltä siitä, että viestit tavoittivat heidät. 27,5 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. 2,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä. (Kuva 30)



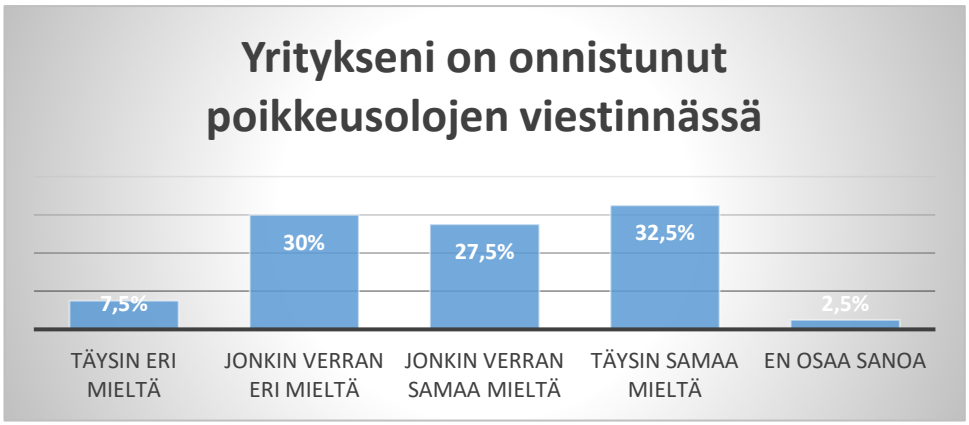
Kuva 30. Viestien tavoiteltavuus (n=40)

25. Viestien käsittelyyn on riittävästi aikaa. 37,5 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä väittämän kanssa. 35 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä ja 10 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 17, 5 % vastanneista oli täysin eri mieltä. Vastauksien perusteella olisi hyvä järjestää enemmän aikaa viestien käsittelyyn. (Kuva 31)



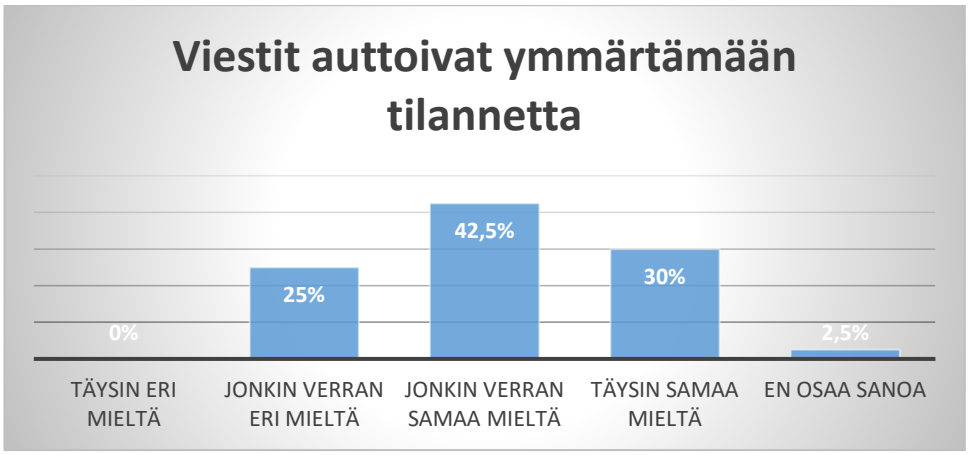
Kuva 31. Viestien käsittelyaika (n=40)

26. Yritykseni on onnistunut poikkeusolojen viestinnässä. 32,5 % vastanneista oli täysin samaa mieltä siitä, että yritys on onnistunut poikkeusolojen viestinnässä. 27,5 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä. 30 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. 7,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä. 2,5 % vastanneista ei osannut sanoa. Vastausten perusteella yritys oli onnistunut melko hyvin poikkeusolojen viestinnässä. (Kuva 31)



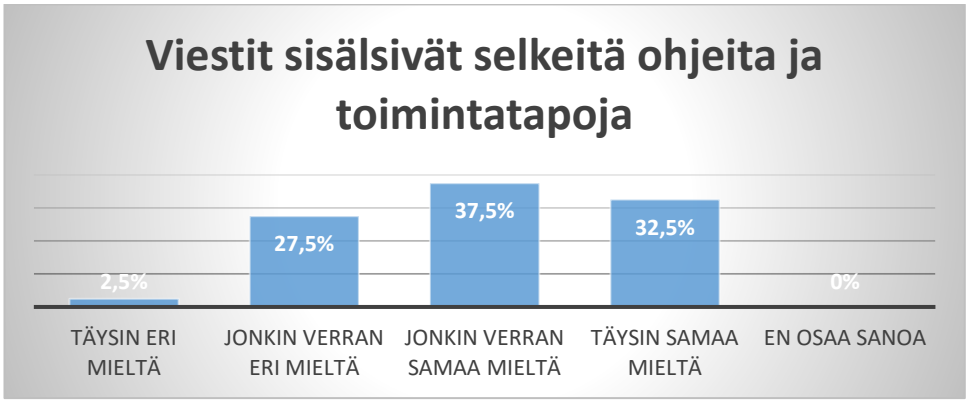
Kuva 31. Onnistunut viestintä poikkeusolosuhteissa (n=40)

27. Viestit auttoivat ymmärtämään tilannetta. 42,5 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä siitä, että viestit auttoivat heitä ymmärtämään tilannetta. 30 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 25 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. 2,5 % vastanneista ei osannut sanoa. Viestit selkeästi tukivat työntekijän ymmärrystä poikkeustilanteesta. (Kuva 32)



Kuva 32. Viestinnän vaikutus tilanteen ymmärrykseen (n=40)

28. Viestit sisälsivät selkeitä ohjeita ja toimintatapoja. 37,5 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä siitä, että viestit sisälsivät selkeitä ohjeita ja toimintatapoja. 32,5 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 27,5 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. 2,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä. (Kuva 33)



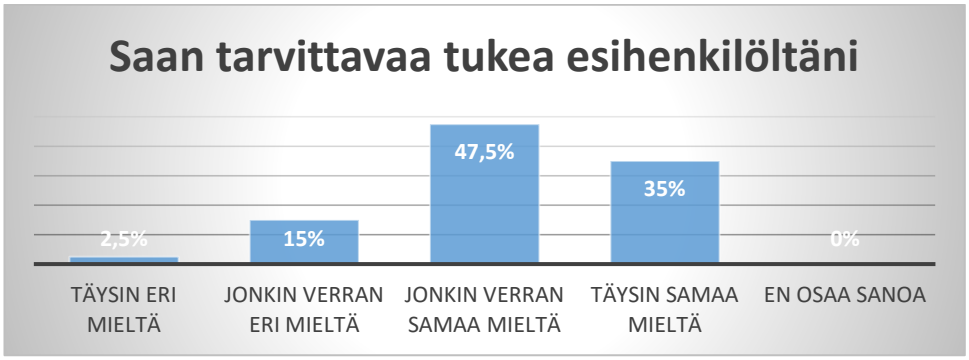
Kuva 33. Viestien sisältö (n=40)

4.3.4 Poikkeusolojen vaikutus henkilöstön mielikuvaan ja tunteisiin

Tämä osio tutkii miten poikkeusolot sekä niistä johtuvat muutokset ovat vaikuttaneet henkilöstön mielikuvaan ja tunteisiin.

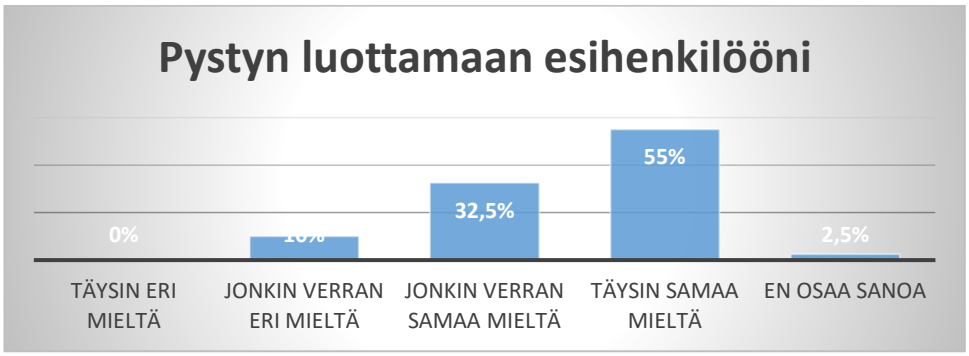
<u>Esihenkilön toiminta</u>

29. Saan tarvittavaa tukea esihenkilöltäni. 47,5 % vastaajista oli jonkin verran samaa mieltä väittämän kanssa. 35 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 15 % vastanneista jonkin verran eri mieltä ja 2,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä. Suurin osa vastanneista saa, joko tarvittavaa tukea tai jonkinlaista tukea esihenkilöltään. Muutaman vastauksen perusteella esihenkilöltä saatavan tuen määrä voisi olla suurempi. (Kuva 34)



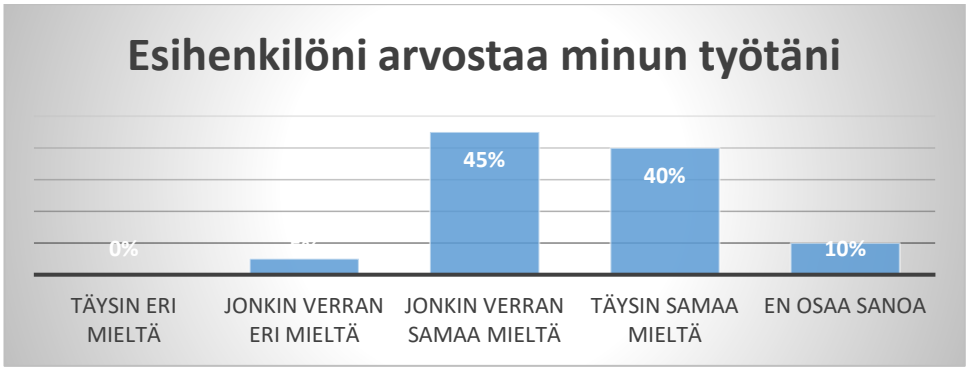
Kuva 34. Tarvittavan tuen saanti esihenkilöltä (n=40)

30. Pystyn luottamaan esihenkilööni. Esihenkilöön pystyy luottamaan täysin 55 % vastanneista. 32,5 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä väittämän kanssa. 10 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. Valtaosa vastaajista pystyy luottamaan esihenkilöön. Neljän henkilön osalta he pystyvät luottamaan esihenkilön jonkin verran. 2,5 % vastanneista ei osannut sanoa. (Kuva 35)



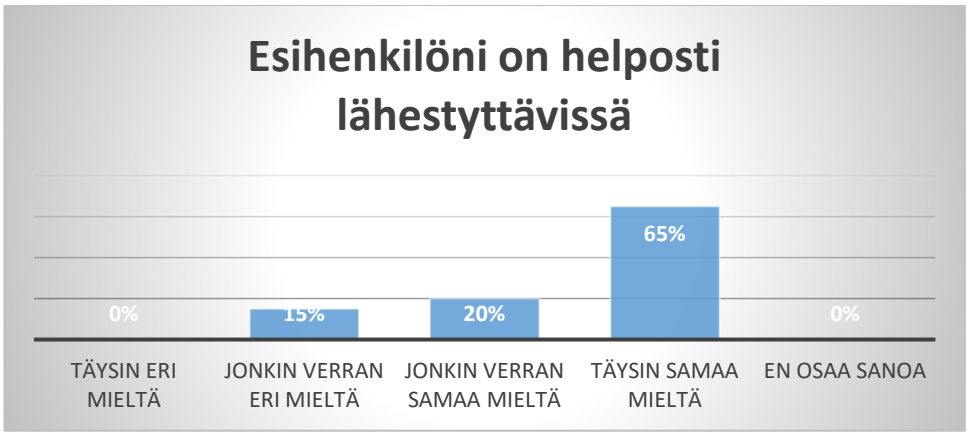
Kuva 35. Luottamus esihenkilöön (n=40)

31. Esihenkilöni arvostaa minun työtäni. 45 % vastanneista on jonkin verran samaa mieltä väittämän kanssa. 40 % vastanneista on täysin samaa mieltä. 5 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. Jopa 10 % vastanneista ei osannut sanoa. On mahdollista, että heille jäi epäselväksi mitä kysymyksellä haetaan. Valtaosa vastaajista kokee kuitenkin edes jonkin verran, että esihenkilö arvostaa heidän tekemäänsä työtä. (Kuva 36)



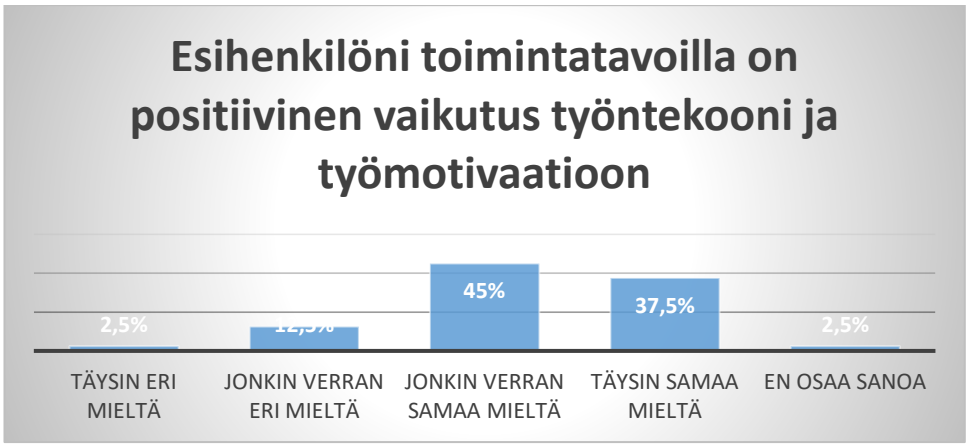
Kuva 36. Esihenkilön arvostus (n=40)

32. Esihenkilöni on helposti lähestyttävissä. 65 % vastanneista oli täysin samaa mieltä siitä, että heidän esihenkilönsä on helposti lähestyttävissä. 15 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. 20 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä. Valtaosa vastanneista kokee, että heidän esihenkilönsä on helposti lähestyttävissä. (Kuva 37)



Kuva 37. Helposti lähestyttävä esihenkilö (n=40)

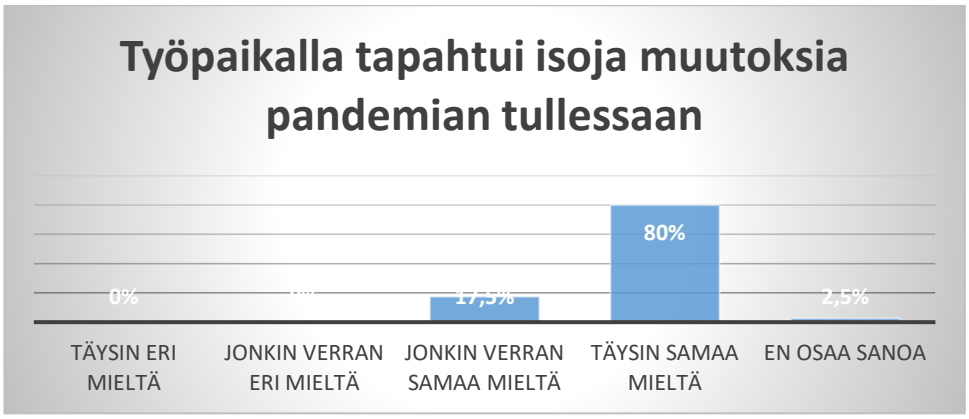
33. Esihenkilöni toimintatavoilla on positiivinen vaikutus työntekooni ja työmotivaatioon. 45 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä väittämän kanssa. 37,5 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 12,5 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. 2,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä. 2,5 % vastanneista ei osannut sanoa mahdollisesti sen takia, että heillä ei ole kokemusta asiasta. Valtaosalla vastanneista esihenkilön toimintatavoilla on vaikutusta työntekoon ja työmotivaation. Vain todella vähäisellä osalla vastaajista puuttuu tämä vaikutus. (Kuva 38)



Kuva 38. Esihenkilön toimintatapojen vaikutus työntekoon ja työmotivaatioon (n=40)

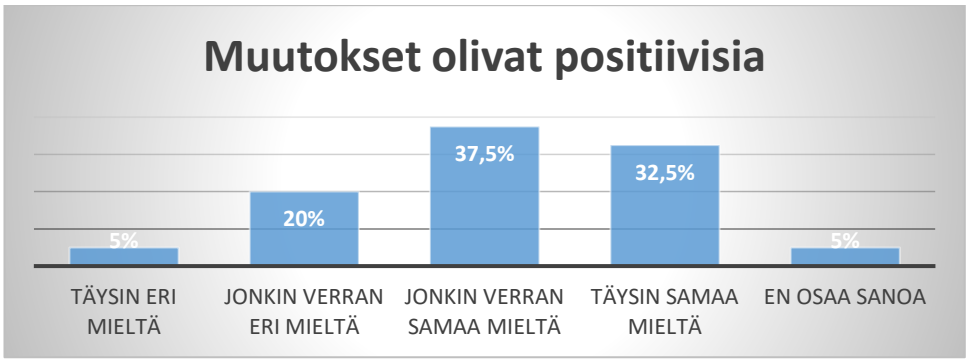
<u>Poikkeusolojen vaikutus työpaikkarutiineihin</u>

34. Työpaikalla tapahtui isoja muutoksia pandemian tullessaan. Jopa 80 % vastanneista oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa. 17,5 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä. 2,5 % vastanneista ei osannut sanoa mahdollisesti sen takia, että heidän kohdallansa muutoksia ei ollut. Valtaosa vastanneista koki muutoksien tapahtuvan kun pandemia tuli. (Kuva 39)



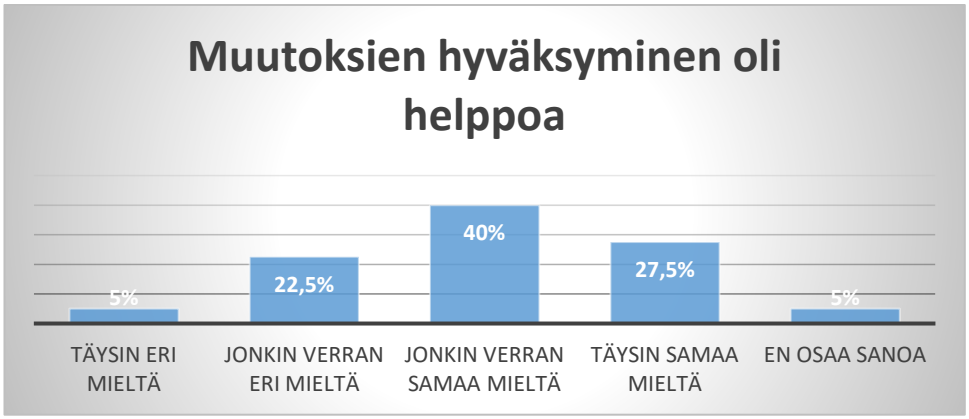
Kuva 39. Työpaikalla tapahtuvia muutoksia pandemian tullessaan (n=40)

35. Muutokset olivat positiivisia. 32,5 % vastanneista oli täysin samaa mieltä siitä, että muutokset olivat positiivisia. Osittain pitivät muutoksia positiivisina 37,5 % vastanneista eli he olivat jonkin verran samaa mieltä. 20 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. 5 % vastanneista ei pitänyt muutoksia lainkaan positiivisina eli olivat täysin eri mieltä väittämän kanssa. 5 % vastanneista ei osannut sanoa, että heitä ei välttämättä koskenut muutokset ollenkaan. (Kuva 40)



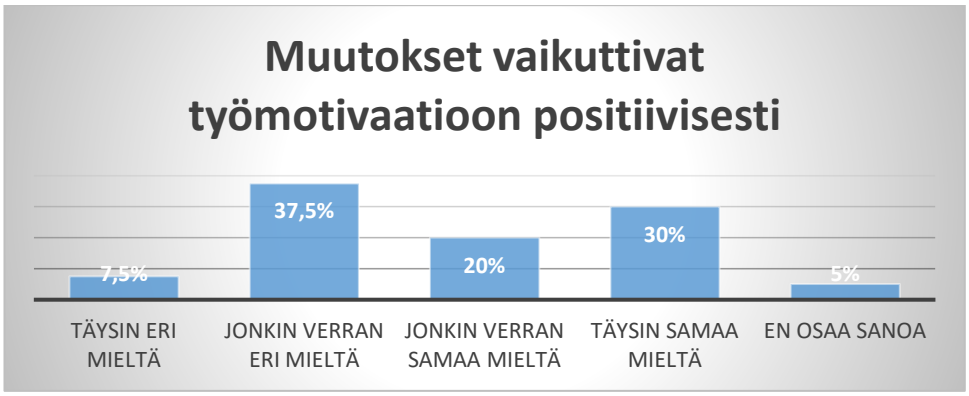
Kuva 40. Positiiviset muutokset (n=40)

36. Muutoksien hyväksyminen oli helppoa. 40 % vastanneista oli väittämän kanssa jonkin verran samaa mieltä. 27,5 % vastanneista oli täysin samaa mieltä eli heille muutoksen hyväksyminen oli helppoa. 5 % vastanneista koki, että muutoksien hyväksyminen ei ollut helppoa. 5 % vastanneista ei osannut sanoa. On mahdollista, että heitä ei koskenut muutokset ollenkaan. (Kuva 36)



Kuva 36. Muutoksien hyväksyntä (n=40)

37. Muutokset vaikuttivat työmotivaatioon positiivisesti. 37,5 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä väittämän kanssa. 7,5 % vastanneista oli täysin eri mieltä. 20 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä. 30 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. Muutokset ovat valtaosin vaikuttanut työmotivaatioon positiivisesti. Muutaman työntekijän kohdalla muutokset eivät vaikuttaneet positiivisesti työmotivaatioon. 5 % vastanneista ei osannut sanoa. (Kuva 37)

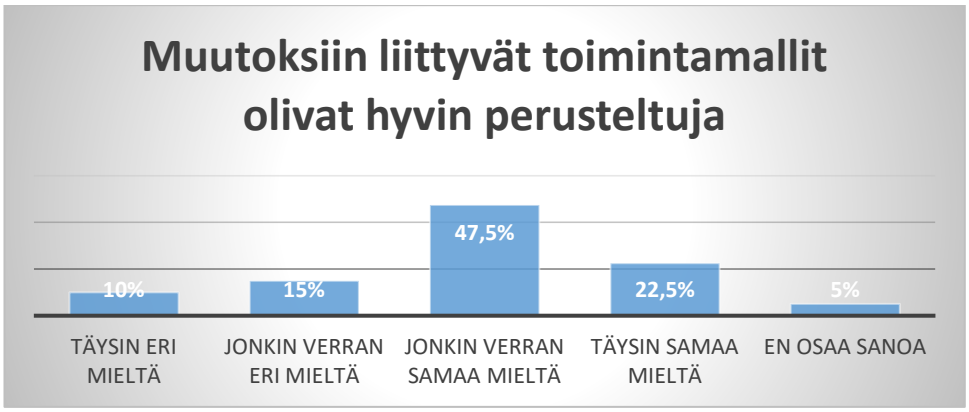


Kuva 37. Muutoksien vaikutus työmotivaatioon (n=40)

38. Muutoksiin liittyvät ohjeet ja toimintamallit olivat helposti ymmärrettäviä. 45 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä väittämän kanssa. 15 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 30 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä ja 2, 5 % vastanneista oli täysin eri mieltä. Valtaosalle vastaajista toimintamallit ja ohjeet olivat helposti ymmärrettävissä. Osalle vastaajista ohjeet ja toimintamallit eivät olleet niin helposti ymmärrettäviä. 7,5 % vastanneista ei osannut sanoa. On mahdollista, että heihin ei kohdistunut muutoksia tai he eivät saaneet ohjeita lainkaan, jolloin sisältöä ei voi analysoida. (Kuva 38)

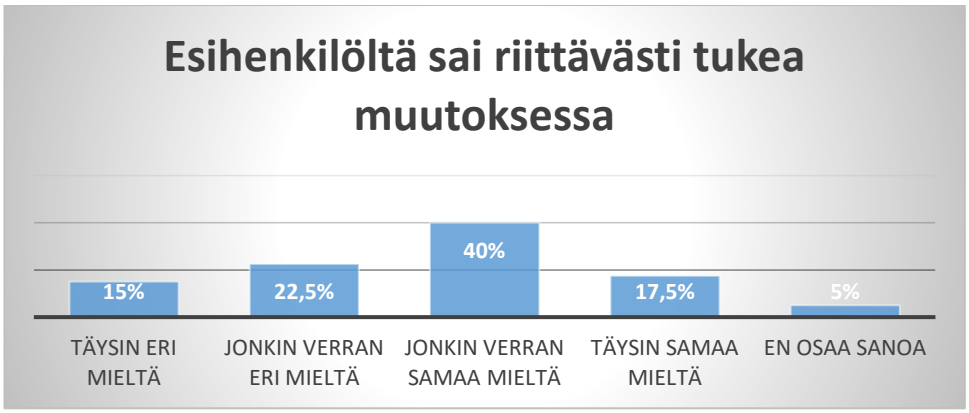
Kuva 38. Muutoksiin liittyvät ohjeet ja toimintamallit (n=40)

39. Muutoksiin liittyvät toimintamallit olivat hyvin perusteltuja. 47,5 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä siitä, että oliko muutoksiin liittyvät toimintamallit hyvin perusteltuja. 22,5 % vastanneista oli täysin samaa mieltä. 15 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä. 10 % vastanneista oli täysin eri mieltä. Valtaosa koki, että perustelut olivat riittäviä. Osa vastaajista olisi toivonut lisää perusteluja koskien toimintamalleja. 5 % vastanneista ei osannut sanoa. (Kuva 39)



Kuva 39. Toimintamallien perustelu (n=40)

40. Esihenkilöltä sai riittävästi tukea muutoksessa. 40 % vastanneista oli jonkin verran samaa mieltä siitä, että esihenkilöltä sai riittävästi tukea muutoksessa. Tämän perusteella he sai jonkin verran tukea. 17,5 % vastanneista oli täysin samaa mieltä eli he saivat riittävästi tukea. 22,5 % vastanneista oli jonkin verran eri mieltä ja 15 % vastanneista oli täysin eri mieltä. He olisivat selkeästi halunnut lisätukea esihenkilöltä koskien muutostilannetta. 5 % vastanneista ei osannut sanoa. (Kuva 40)



Kuva 40. Esihenkilön riittävä tuki muutoksessa (n=40)

<u>Avoimet kysymykset</u>

Avoimilla kysymyksillä haluttiin, että henkilöstöllä olisi mahdollisuus kertoa omin sanoin, miten poikkeusolot ovat vaikuttaneet henkilöstökokemukseen. Avoimia kysymyksiä oli yhteensä kolme. Jokaiseen avoimeen kysymykseen saatiin 29 vastausta.

41. Millainen on mielestäsi hyvä henkilöstökokemus? Vastaajien mielestä hyvään henkilöstökokemukseen liittyi paljon henkilökohtaisia asioita. Seitsemälle vastaajalle tarkoitti hyvä henkilöstökokemus sitä, että heitä kannustetaan ja motivoidaan. Neljä henkilöä piti hyvänä henkilöstökokemuksena sitä, että heitä ja heidän tekemää työtä arvostetaan. Viisi henkilöä vastasi kysymykseen, että luottamus ja kuulluksi tuleminen on heille hyvä henki-

löstökokemus. Kahden vastaajan mielestä tasa- puolinen ja reilu kohtelu on hyvää henkilöstökokemusta. Neljän vastaajan mielestä hyvän henkilöstökokemuksen edellytyksenä on se, että esihenkilö tuntee alaisensa ja tukee heitä. Fyysinen ja henkinen ilmapiiri olivat neljälle vastaajalle hyvää henkilöstökokemusta. Yksi vastaaja koki, että työntekijää pitäisi nähdä yksilönä. Yksi vastanneista ei ymmärtänyt kysymystä. (Kuva 41)

Kuva 41. Hyvä henkilöstökokemus (n=29)

42. Mikä sana kuvaa parhaiten tunnetta, jota koet töissä ollessasi? Kolme vastaajaa oli uupunut tällä hetkellä töissä ollessaan. Yksi vastannut henkilö oli kiitollinen. 13 vastannutta oli positiivisella tunteella varustettu. Esille tuli sanoja, kuten tyytyväinen, tarpeellinen, innostunut, myynnin riemua, kivaa, tärkeä, uuden oppiminen. Rauhan ja hiljaisuuden koki yksi vastanneista. Rutiinin koki myös yksi henkilö. Kuusi vastaaja koki jollain tavalla melko negatiivisia tunteita. Esille nousi esimerkiksi kiire, informaatioähky, paineistettu, pitkästynyt, hetkittäin hämmentynyt, syötettyä, ei pääse vaikuttamaan mihinkään. Yksi vastanneista koki, että täytyy osata ja tehdä paljon samaan aikaan. Sosiaalinen ja uuden oppiminen oli myöskin edustettuna. (Kuva 42)

Uupunut
Kiire
Tärkeä
Kiire
Koneisto
Uupunut
Rauha
Kiire
Innostus
Rauha
Pitkästynyt
Innostus
Hiljaisuus
Kiitollinen
Sosiaalinen
Sosiaalinen
Kiitollinen
Hiljaisuus
Pitkästynyt
Rauha
Syötettyä
Rutiini
Kivaa
Tärkeä
Kivaa
Rutiini
Syötettyä
Innostus
Hiljaisuus
Kiitollinen
Rauha
Syötettyä
Hiljaisuus
Kivaa
Tärkeä
Kivaa
Kiitollinen
Kivaa
Rutiini
Tärkeä
Koneisto
Kivaa
Kiire
Rutiini
Kivaa
Rutiini
Kiire
Kivaa
Rutiini
Kiire
Kivaa
Rutiini
Kiire

5 Pohdinta

Tämä osio käsittelee opinnäytetyön merkityksellisimpiä tuloksia. Opinnäytetyön päätutkimusongelmana oli, millainen on yritys x:n henkilöstökokemus poikkeusolosuhteiden aikana.. Alatavoitteina oli selvitellä, miten yritys x on onnistunut poikkeusolojen viestinnässä sekä miten poikkeusolot ovat vaikuttaneet henkilöstön mielikuviin ja tunteisiin.

Johtopäätöksien lisäksi tässä luvussa esitellään kehitysehdotukset. Lopulta arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta sekä tutkimuksen tekijän omaa oppimista.

5.1 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Tutkimustulokset osoittivat, että valtaosa vastaajista kokee heidän henkilöstökokemuksensa olevan positiivinen. Heidän työviihtyvyytensä oli melko korkealla tasolla. Työntekijöiden työviihtyvyys sekä motivoitunut olo on erityisen tärkeä, sillä heidän olonsa välittyy asiakkaille välittömästi (Korkiakoski 2019). Vertaillessaan tutkimustuloksia taustakysymyksien kautta oli, joissain tuloksissa melko iso hajontaa esimerkiksi iäkkäämmät työntekijät kokivat saavansa palautetta enemmän, kun taas nuoremman työntekijät arvioivat, että he eivät saa eikä anna riittävästi palautetta esihenkilöllensä. Vertaillessaan myös työsuhteen kestoa yrityksessä huomattiin, että vähemmän ajan töissä olleilla henkilöllä oli enemmän tunne tasolla häiriintymistä, kuin esimerkiksi yli 15 vuotta yrityksessä työskennellyillä henkilöillä.

Tutkimustuloksista selvisi, että työnteko aiheuttaa monelle stressiä ja työkuorma on melko iso, joka taas aiheuttaa paineita. Juuti (2015) mukaan stressaannutulla työntekijällä on suora yhteys huonoon asiakaskokemukseen. Goldsmith & Morgan (2017) ilmaisee, että myös teknologisten puitteiden takia stressaantuva työntekijä saattaa siirtyä jopa muualle töihin.

Osa vastanneista koki saavansa ja antavansa riittävästi palautetta. Yli puolet vastanneista kokivat, että palautteen anto tukee heidän motivaatiotaan tehdä töitään. Palautteen anto ja vastaanotto aiheuttaa yleensä keskustelua ja siitä syntyy vuorovaikutusta. Kuten Kuusela (2015) kertoo, on vuorovaikutuksella ja palautteella merkittävä rooli siinä, miten työntekijä tuntee työpaikan arvostavansa häntä. Kyselylomakkeen avoimien kysymyksien analysoinnista selvisi, että monet työntekijät kokevat hyvän henkilöstökokemuksen olevansa juuri sitä, että työntekijää arvostetaan. Palautteen anto sekä vastaanotto auttaa nostamaan sekä työmotivaatiota, että sitoutumista yritykseen (Järvinen, 2016). Useamman vastanneen mielestä vuorovaikutus kollegoiden kanssa oli heikentynyt.

Tutkimustulokset osoittivat, että suurin osa vastanneista henkilöistä oli saanut riittävästi tietoa poikkeusolosuhteissa. Viestintä oli ajankohtaista ja viestintäkanavat toimivia. Vastaajat kokivat kuitenkin, että viestien käsittelyyn ei ollut riittävästi aikaa. Seeck:n (2009) mukaisesti onnistunut viestintä ja tiedonjako voivat pelastaa yrityskulttuurin vahvan negatiivisen vaikutuksen. Tarpeellinen viestintä ja vuorovaikutus koetaan työpaikalla merkitykselliseksi hyvinvointitekijäksi se lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä tukea (Korpiola 2011).

Tutkimuksen mukaan esihenkilö on onnistunut poikkeusolosuhteissa melko hyvin. Suurin osa vastaajista kokee saavansa tukea esihenkilöiltään ja pystyvät luottamaan heihin. Esihenkilön toimintatavoilla oli vaikutusta vastanneiden työntekijöiden työmotivaatioon. Avoimien kysymyksien avulla selvisi myös, että esihenkilö on ollut kannustava. Yhden vastaajan mielestä esihenkilönsä ei luota riittävästi alaisiinsa. Korkiakoski (2019) ilmaisee, että työntekijä tarvitsee ennen kaikkea esihenkilön luottamuksen, jotta hän voisi menestyä työssään. Monet vastaajat olivat sitä mieltä, että hyvää henkilöstökokemus tarkoittaa muun muassa tasa-arvoista kohtelua. Viitalan (2014) mukaan juuri esihenkilö on se, kenen tehtäväpiiriin kuuluu tasa-arvoisen kohtelun järjestäminen.

Tutkimuksessa selvitettiin myös poikkeusolosuhteiden tuomia muutoksia työpaikkarutiineihin. Kaikki vastanneet kokivat jonkinlaista muutosta tapahtuneen työpaikallaan. Suurin osa koki muutoksien olevan vaikuttanut positiivisesti työmotivaatioon ja niiden hyväksyminen oli helppoa. Avoimien kysymyksien kautta selvisi, että juuri etätöihin siirtyminen oli se, joka toi heille positiivista tunnetta. Etätyön mahdollisuus tuo uutta vaihtelua työrutiineihin (Korkiakoski 2019). Korkiakoski (2019) mainitsee myös, että etätyö on sosiaalisen kanssakäymisen vihollinen.

Tutkimustuloksista selvisi, että selkeästi oli niitä henkilöitä, jotka eivät olleet tyytyväisiä eri toimintatapoihin ja he eivät kokeneet, että henkilöstökokemus olisi ollut hyvä. Tässä kohta olisi hyvää suorittaa uusi tutkimus, jossa annetaan enemmän mahdollisuutta perustella vastausvaihtoehtoja, jotta saataisiin syvempää tietoa, missä olisi parannettavaa.

Tällä hetkellä isoin muutos yrityksessä on ollut siirtyminen etätöihin ja se on vaikuttanut henkilöstöön positiivisella tavalla. Etätöihin liittyen voisi tehdä ihan oman tutkimuksen, sillä sen vaikutukset saattavat tulla esille henkilöstössä vasta myöhemmin. Siinä tutkimuksessa voisi tarkastella työpisteen ergonomiaa etänä työskenneltäessä sekä sosiaalista kanssakäymistä juuri kollegoiden ja esihenkilön kanssa.

Yksi avoin kysymys pyysi henkilöstöä kuvamaan tunnetta, jota he kokevat tällä hetkellä töissä ollessaan. Huolestuttavan moni oli uupunut ja hämmentynyt. Moni koki, että kiire on tämänhetkinen tunne. Kiireen takia ilmeisesti 40 vastaajista vain 29 löysi aikaa vastata avoimiin kysymyksiin. Suosittelisin yritys x:n tutkimaan henkilöstön työhyvinvointia yksilöllisemmin.

Yhteenvetona voidaan todeta, että henkilöstökokemus on melko hyvällä tasolla poikkeusolosuhteissa. Henkilöstön kanssa on ollut riittävästi vuorovaikutusta. Esihenkilön toiminta sekä palautteen anto on tukenut henkilöstön motivaatiota tehdä töitä. Tämä tarkoittaa, että henkilöstö jaksaa palvella asiakkaita ammattitaitoisesti. Suurimman positiivisen vaikutuksen henkilöstölle on tuonut etätöihin siirtyminen.

5.2 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Jokaisen tutkimuksen tuloksia on mitattavaa. Tutkijan on selvitettävää ovatko mittaustulokset luotettavia ja kuinka ne kohdistuvat tietoperustaan. (Ketokivi, 2015.)

Reliaabeli mittaustulos tarkoittaa, että tulos on sama, vaikka asiaa tutkittaisiin uudelleen (Ketokivi, 2015). Validiteetti mittaria hyödynnetään, jotta pystytään selvittämään, miten tietoperustaa ja tutkimustulokset täsmäävät (Kananen 2017).

Tutkimuksen kyselylomake laadittiin vastaamaan tietoperustaa, jotta saataisiin mahdollisimman tarkka vastaus tutkimusongelmaan. Validin tutkimustuloksen varmistamiseksi tutkimuksen kyselylomake lähetettiin ensimmäiseksi testaajille. Kyselylomaketta testannut henkilöt eivät olleet etukäteen tutustunut aiheeseen. Testauksen jälkeen tehtiin heidän ehdottamat korjaukset ja lähetettiin lomake saatekirjeen kera yritys x:lle. Korjausehdotukset liittyivät tekstin käsittelyyn ja tekniseen toteutukseen esimerkiksi tyhjä kysymyskohta tai kirjoitusvirheet. Yrityksen pyynnöstä lisättiin kyselylomakkeeseen vielä yksi avoin kysymys. Muutoksen teon jälkeen lomake lähetettiin henkilöstölle työsähköpostiin, jotta kaikilla olisi mahdollisuus vastata kyselyyn. Kaikki vastaukset siirrettiin raporttimuodossa Webropol- ohjelmasta suoraan Excel- järjestelmään, jotta tietojen käsittelyssä ei sattuisi näppäilyvirheitä.

Tämän henkilöstötutkimuksen vastausprosentti oli erittäin pieni. Kyselylomake lähetettiin yhteensä 128 vastaanottajalle ja vastauksia saatiin vain 40 eli tutkimuksen kato oli suuri. Suuri kato osoittaa, että tutkimusta ei voida pitää täysin luotettavana. Vastausprosenttiin vaikutti merkittävästi lisääntynyt työmäärä, jonka vuoksi työntekijöillä ei ollut mahdollisuus keskittyä muuhun paitsi asiakkaisiin. 128 vastaajaan kuului saman yksikön eri osa-alueilla

työskenteleviä henkilöitä mukaan lukien esihenkilöitä. Riippuen vastausprosentista tutkimusta ei voida pitää niin luotettavana sillä uudelleen aihetta tutkiessaan ja saadessaan isompi vastausprosentti voi tutkimustulokset erota toisistaan. Avoimien kysymysten avulla saatiin kuitenkin oletusarvoa siitä mitä muu henkilökunta voisi olla mieltä. Vastausprosentti olisi voinut olla suurempi, mikäli kyselylomakkeita olisi ollut mahdollisuus jakaa paperisena esimerkiksi tiimipalavereissa paikan päällä. Covid-19- pandemiasta johtuvat rajoitukset sekä etätyön lisääntyminen ja palaverien siirtyminen verkkoon eivät mahdollistaneet paperisen kyselylomakkeen jakoa.

Henkilöstökokemuksen tutkintaan kyselylomakkeella saa parhaimman tuloksen. Pätevyyttä vahvistaa tutkimuksen anonyymisyys, kysymysten yksinkertaisuus ja ajankohtaisuus. Tämän tutkimuksen aihe on erittäin kiinnostavaa ja ajankohtaista. Tutkimuslomakkeessa käyttämät väittämät oli luotu positiivisen näkökulman kautta, jotta kohdeyritykseen ei kohdistuisi negatiivista kuvaa. Kyselylomake vastasi teoriaosuutta. Teoriaosuuden aiheet on käsitelty lukuisten erilaisten lähteiden avulla.

Tutkimuksessa oli edustettuna kaikista ikäluokista työntekijöitä. Lisäksi oli edustettuna kokoaikaisella ja osa-aikaisella sopimuksella työskenteleviä henkilöitä. Edustettuna oli myös lyhyen ajan töissä olleet sekä myös yli 15 vuotta töissä olleet henkilöt.

5.3 Oman oppimisen arviointi

Tämä opinnäytetyöprosessi oli loppujen lopuksi erittäin haasteellinen ja omalta mukavuusalueelta poistumista. Tämän vuoksi tämä prosessi opetti minulle paljon, sen lisäksi tapahtui jatkuvaa kehitystä tekstin tuottamisessa ja luetun ymmärtämisessä.

Tein ensimmäistä kertaa niin laajaa tutkimusta. Tutkimusongelman määrittely oli erittäin haasteellista sillä alun perin suunnitelma tutkimusongelma olisi aiheena ollut liian laaja. Aiheen rajauksen jälkeen hävisi motivaatio tehdä opinnäytetyötä, sillä en ymmärtänyt miten rajattu aihe vastaisi sitä mitä halusin oikeasti tutkia. Opinnäytetyöohjaajan kanssa saimme aiheen taas kiinnostavaksi, kun teimme siihen yhdessä muokkauksia. Haasteeksi osoittautui myös punaisen langan säilyttäminen opinnäytetyön aikana, jotta työ vastaisi tutkimusongelmaa.

Tutkiessani aiheeseen liittyviä teoksia sain enemmän motivaatiota ja innostusta tutkimukseeni. Kaikista mielenkiintoisimpia tutkimusosoita oli osittain psykologiset aiheet. Esihenkilönä työskennellessään on mielestäni myös tiedettävä, miten ihminen saattaa käyttäytyä erilaisissa tilanteissa ja miten häntä pitäisi tukea. Henkilöstökokemus itsessään on minulle

erittäin tärkeä aihe. Koen, että jopa pelkästään hyvän henkilöstökokemuksen avulla yrityksillä on paremmat mahdollisuudet pärjätä jatkuvasti kilpailevassa maailmassa.

Opinnäytetyötä tehdessäni ymmärsin, mikä merkitys on taustatyöllä. Koen, että jos minulla olisi ollut mahdollisuutta ja viisautta tutkia kaikkia opinnäytetyön ohjeistuksiin liittyviä tiedostoja ennen opinnäytetyöni tekemistä niin olisin saanut paremman kokonaiskuvan koko prosessista. Muutaman oivalluksen tein vasta tutkimukseni yhteenveto kohdassa, kun selvitin tutkimukseni luotettavuutta. Koen, että olisin tarvinnut enemmän alustusta tällaista isoa kokonaisuutta varten esimerkiksi pieni tutkimustyö jonkun kurssin yhteydessä, joka kuitenkin olisi noudattanut tiukasti opinnäytetyön ohjeita ja kriteerejä. Tällainen tehtävä olisi ollut myös laajemman kokonaisuuden esimerkkinä ja auttanut hahmottamaan sitä mitä tulemaan pitää.

Alkuperäisen suunnitelman mukaan minun olisi pitänyt saada teoriaosuus valmiiksi kevään 2021 aikana. Työpaikallani oli silloin paljon lomautuksia johtuen Covid-19- pandemiasta ja ajattelin, että aikani olisi riittänyt tutkimuksen tekoon. Perheellisenä täytyy monesti muuttaa suunnitelmia ja näin kävi myös keväänä 2021. Varsinaista tietoperustaa pääsin kirjoittamaan vasta kesäkuussa 2021. Loppupeleissä aikataulu on kuitenkin pitänyt paikkaansa ja työni on valmiina 1.12.2021 mennessä.

Tämän opinnäytetyön teko todella avasi silmäni siitä, miten vaikea on tuottaa luottamuksellista tutkimusta ja miten paljon se vaatii työtä. Arvostan tämän työni kautta kaikkia tutkijoita enemmän. Tämä tutkimus antoi minulle paljon tietoa tulevaisuutta varten sekä myös siihen, miten voisin itse vaikuttaa henkilöstökokemukseen ollessani työyhteisön jäsen.

Lähteet

Anttila, J. 2021. Koronavirus (SARS-CoV-2, COVID-19). Luettavissa: https://www.terveyskirjasto.fi/dlk01257/koronavirus-sars-cov-2-covid-19?q=covid19. Luettu: 16.6.2021.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.268931. Luettu: 15.10.2021.

Huhta, M. & Myllyntaus, V. 2021. Työnantajabrändi ja työntekijäkokemus: rakenna vetovoimainen työpaikka, jota tavoittelemasi työntekijät rakastavat ja kilpailijasi kadehtivat. Luettavissa: 15.10.2021.

Juuti, P. 2015. Johda henkilöstö asiakaskeskeisyyteen. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.280320. Luettu: 15.7.2021.

Järvinen, P. 2016. Onnistu esimiehenä. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.140748. Luettu: 26.8.2021.

Kaijala, M. & Tolvanen, R. 2020. Henkilöstö - strateginen investointi? Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.285933. Luettu: 20.7.2021.

Kallunki, L. 2020. Töitä tehdään syksylläkin koronan ehdoilla – työterveyspsykologi: "Tämä on maratonmatka, pikajuoksutaktiikalla ei pääse pitkälle". Luettavissa: https://yle.fi/uutiset/3-11508693. Luettu: 26.8.2021.

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.284742. Luettu: 13.11.2021.

Ketokivi, M. 2015. Tilastollinen päättely ja tieteellinen argumentointi. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.265641. Luettu: 13.11.2021.

Korkiakoski, K. 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus: uusi aika, uudenlainen johtaminen. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.281209. Luettu: 5.7.2021.

Korpiola, L. 2011. Kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa. Suomen Graafiset Palvelut Oy. Kuopio. Luettu: 25.8.2021.

Kortesuo, K. 2016. Riko lasi hätätilanteessa: kriisiviestinnän pikaopas johtajalle. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.270000. Luettu: 25.8.2021.

Kuusela, S. 2015. Organisaatioelämää: kulttuurin voima ja vaikutus. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.265879. Luettu: 15.7.2021.

Laukkala, T., Tuisku, K., Junttila, K., Haravuori, H., Kujala, A., Haapa, T. & Jylhä, P. 2020. COVID-19-pandemian aiheuttama psyykkinen kuormitus terveydenhuollossa - seuranta on perusteltua. Luettavissa: https://www.duodecimlehti.fi/duo15778. Luettu: 25.8.2021.

Luukka, P. 2019. Yrityskulttuuri on kuningas: mikä, miksi, miten? Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.271944. Luettu: 5.7.2021.

Lipponen, K. 2020. Resilienssi Arjessa. Kustannus Oy Duodecim. Helsinki. Luettu: 22.8.2021.

Lohtaja-Ahonen, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2012. Tehoa työelämän viestintään. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.135448. Luettu: 20.7.2021.

Mikkola, L. & Valo, M. 2020. Workplace communication. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.284362. Luettu: 20.7.2021.

Morgan, J. & Goldsmith, M. 2017. The Employee Experience Advantage. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/nelli21.3710000001086735. Luettu: 5.7.2021.

Rautanen, L. 2021. Henkilöstökokemus vai työntekijäkokemus? Luettavissa: https://fambition.fi/tyontekijakokemus/henkilostokokemus-vai-tyontekijakokemus/. Luettu: 15.10.2021.

Schein, E. & Schein, P. 2016. Organizational Culture and Leadership, 5th Edition. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/nelli21.4340000000023704. Luettu: 20.7.2021.

Stat.fi. 2020. Talouden tilannekuva. Luettavissa: https://www.stat.fi/ajk/koronavirus/koronavirus-ajankohtaista-tilastotietoa/miten-vaikutukset-nakyvat-tilastoissa/talouden-tilannekuva. Luettu: 20.7.2021.

Työterveyslaitos.fi. 2020. Koronakevään aikana suomalaisten työhyvinvointi jopa parani. Luettavissa: https://www.ttl.fi/koronakevaan-aikana-suomalaisten-tyohyvinvointi-jopa-parani/. Luettu: 26.8.2021.

Työterveyslaitos.fi. 2021. Näin työelämä pärjää korona-aikana ja sen jälkeen. Luettavissa: https://www.ttl.fi/nain-tyoelama-parjaa-korona-aikana-ja-sen-jalkeen/. Luettu: 26.8.2021.

Venermo, A. Mitä työnantajamielikuva oikein tarkoittaa ja miten sitä voi kehittää? Luettavissa: https://www.folcan.fi/tyonantajamielikuva-kehittaminen/. Luettu: 25.8.2021.

Vilkka, H. 2021. Tutki ja kehitä. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.290454. Luettu: 15.10.2021.

Viitala, R. 2014. Henkilöstöjohtaminen: strateginen kilpailutekijä. Luettavissa: https://haaga-helia.finna.fi/Record/3amk.136102. Luettu: 25.8.2021.

Liitteet

Liite 1. Saatekirje

Hei,

Olen Kitta Ränk ja opiskelen Haaga-Helian ammattikorkeakoulussa matkailu- ja ravintola-alan liikkeenjohtoa. Tutkin opinnäytetyönäni henkilöstökokemusta Yritys X:ssä. Tutkimuksen tavoitteena on selvitellä miten poikkeusolot ovat vaikuttaneet henkilöstökokemukseen. Poikkeusoloilla viitataan Covid-19- pandemiaan.

Kysely koostuu neljästä taustakysymyksestä, 11 väittämästä sekä kolmesta avoimesta kysymyksestä. Ystävällisesti pyydän, että vastaatte kaikkiin kysymyksiin. Avoimien kysymyksien vastaukset tuovat erittäin paljon lisäarvoa tutkimukseeni.

Kysely suoritetaan anonyymisti. Vastaajien henkilöllisyys ei näy työn missään vaiheessa ja kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Tuloksia käsitellään opinnäytetyössä vain tilastollisesti. Kyselyn voi täyttää työajalla.

Luotettavan tulos saadaan, kun mahdollisimman moni vastaa kyselyyn. Kysely on avoinna 3.10.2021 saakka. Kyselyyn pääset vastamaan osoitteessa: https://link.webropolsurveys.com/S/D6CCE97ECF41D91F .

Olettehan yhteydessä, mikäli teille herää kysyttävää koskien tutkimustani.

Kiitos etukäteen vastauksistanne!

Ystävällisin terveisin,
Kitta Ränk

Liite 2. Muistutuskirje

Hei,

Vielä sunnuntaihin 10.10. asti on mahdollisuus vastata henkilöstökokemuksen kyselylomakkeeseen: https://link.webropolsurveys.com/S/D6CCE97ECF41D91F. Kysely koskee kaikkia vastaanottajia.

Kauppaa tulee nyt niin paljon sisään, että valitettavasti tähän kyselyyn ei pääse vastailemaan työaikana. Arvostaisin suuresti, jos teillä kuitenkin olisi mahdollisuus täyttää kyselyni vapaa-ajallanne.

Kiitokset etukäteen ja erittäin isot kiitokset myös kaikille, jotka ovat jo vastanneet!

Mukavaa viikonloppua!

Ystävällisin terveisin,

Kitta

Liite 3. Kyselylomake

1. Ikä

- ◯ Alle 25 vuotta
- ◯ 25-29 vuotta
- ◯ 30-39 vuotta
- ◯ 40-49 vuotta
- ◯ 50-59 vuotta
- ◯ 60+ vuotta

2. Työsuhteen kesto nykyisessä yrityksessä

- ◯ 0-1 vuotta
- ◯ 2-5 vuotta
- ◯ 6-10 vuotta
- ◯ 11-15 vuotta
- ◯ 15+ vuotta

3. Työsuhteeni on

- ◯ Vakituinen
- ◯ Määrä-aikainen
- ◯ En halua kertoa

4. Työskentelen

- ◯ Kokoaikaisesti

◯ Osa-aikaisesti

◯ En halua kertoa

Nykyinen henkilöstökokemus työntekijän näkökulmasta

5. Työviihtyvyys tällä hetkellä

	Täysin eri mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
Olen tyytyväinen työhöni	◯	◯	◯	◯	◯
Työtyytyväiseni on tärkeä yritykselle	◯	◯	◯	◯	◯
Mielikuvani työntantajastani on hyvää	◯	◯	◯	◯	◯
Henkilöstölle asetetut tavoitteet tukevat viihtyvyyttäni	◯	◯	◯	◯	◯

6. Työnteko

	Täysin eri mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
Työkuorma on kohtuullinen	◯	◯	◯	◯	◯
Työnteko ei aiheuta minulle stressiä	◯	◯	◯	◯	◯
Työtehtävät ovat riitttävän monipuolisia	◯	◯	◯	◯	◯
Minulla on riittävästi aikaa keskittyä työtehtävääni	◯	◯	◯	◯	◯

7. Palautteen anto työpaikallani

	Täysin eri mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Jonkin verran samaa	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa

			mieltä		
Saan riittävästi positiivista palautetta	○	○	○	○	○
Saan riittävästi kehittävää palautetta	○	○	○	○	○
Annan positiivista palautetta esihenkilölleni	○	○	○	○	○
Annan kehittävää palautetta esihenkilölleni	○	○	○	○	○
Palautteen anto ja vastaanotto motivoivat työntekoani	○	○	○	○	○

8. Työpaikallani käytössä olevat teknologiset (ohjelmat, laitteet) ratkaisut

	Täysin eri mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
Tukevat työntekoani	○	○	○	○	○
Ovat ajantasaisia	○	○	○	○	○
Hidastavat työntekoani	○	○	○	○	○

Viestintä henkilöstön näkökulmasta

9. Työpaikallani tapahtuva viestintä poikkeusolosuhteissa

	Täysin eri mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
Viestintä on ajankohtaista	○	○	○	○	○
Viestintää on riittävästi	○	○	○	○	○
Viestintäkanavat ovat toimivia	○	○	○	○	○
Viestit tavoittavat minut	○	○	○	○	○
Viestien käsittelyyn on riittävästi aikaa	○	○	○	○	○

	Täysin eri mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
Yritykseni on onnistunut poikkeusolojen viestinnässä	○	○	○	○	○
Viestit auttoivat ymmärtämään tilannetta	○	○	○	○	○
Viestit sisälsivät selkeitä ohjeita ja toimintatapoja	○	○	○	○	○

Poikkeusolojen vaikutus henkilöstön mielikuvaan ja tunteisiin

10. Esihenkilön toiminta

	Täysin eri mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
Saan tarvittavaa tukea esihenkilöltäni	○	○	○	○	○
Pystyn luottamaan esihenkilööni	○	○	○	○	○
Esihenkilöni arvostaa minun työtäni	○	○	○	○	○
Esihenkilöni on helposti lähestyttävissä	○	○	○	○	○
Esihenkilöni toimintatavoilla on positiivinen vaikutus työntekooni ja työmotivaatioon	○	○	○	○	○

11. Poikkeusolojen vaikutus työpaikkarutiineihin

	Täysin eri mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
Työpaikalla tapahtui isoja muutoksia pandemian tullessaan	○	○	○	○	○
Muutokset olivat positiivisia	○	○	○	○	○
Muutoksien hyväksyminen oli helppoa	○	○	○	○	○

	Täysin eri mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
Muutokset vaikuttivat työmotivaatioon positiivisesti	○	○	○	○	○
Muutoksiin liittyvät ohjeet ja toimintamallit olivat helposti ymmärrettäviä	○	○	○	○	○
Muutoksiin liittyvät toimintamallit olivat hyvin perusteltuja	○	○	○	○	○
Esihenkilöltä sai riittävästi tukea muutoksessa	○	○	○	○	○

12. Millainen on mielestäsi hyvä henkilöstökokemus?

13. Mikä sana kuvaa parhaiten tunnetta, jota koet töissä ollessasi?

14. Ovatko poikkeusolot vaikuttaneet henkilöstökokemukseesi, jos ovat niin miksi ja miten?