

# **Nuorten näköinen perehdytysmateriaali TET- harjoittelijoille**

**Osuuskauppa Hämeenmaa**

## Tiivistelmä

Tekijä(t) Vesalainen Vilma	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 60 sivua, 3 liitesivua	Valmistumisaika Syksy, 2021
Työn nimi <b>Nuorten näköinen perehdytysmateriaali TET-harjoittelijoille</b>		
Tutkinto Tradenomi (AMK)		
Toimeksiantajan nimi, titteli ja organisaatio Sanna Virtainlahti, henkilöstöjohtaja, Osuuskauppa Hämeenmaa		
<p>Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Osuuskauppa Hämeenmaa. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä nuorille suunnatun perehdytyspaketin tulisi sisältää, jotta se tukisi nuorten perehdytystä TET-harjoittelussa. Tavoitteena oli myös selvittää, mitä nuoret odottivat työelämältä ja millainen mielikuva heillä oli toimeksiantajayrityksestä. Tutkimuksessa tavoiteltiin nuorten aitoja ajatuksia, joiden pohjalta voitaisiin luoda heidän näköisensä perehdytyspaketti.</p> <p>Tutkimus tehtiin kvalitatiivisena tutkimuksena hyödyntäen työpajoja ja kyselytutkimusta. Työpajojen alulla selvitettiin perehdytyspaketin sisältöä sekä nuorten työelämäodotuksia. Kyselytutkimuksella puolestaan kartoitettiin nuorten yritys mielikuvaa toimeksiantajayrityksestä. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsiteltiin nuorten valmiuksia työelämään, nuorten perehdyttämistä sekä yritys mielikuvan muodostumista ja kehittämistä.</p> <p>Tutkimustulosten mukaan nuoret kaipaavat työelämältä ja työnantajalta selkeitä ohjeita TET-harjoittelun aikatauluista ja tukea perehdyttäjältä TET-harjoittelun aikana. Nuoret osoittivat mille tasolle perehdytyspaketti tulisi tehdä, jotta se olisi nuoren ymmärrettävissä. Osuuskauppa Hämeenmaa otti opinnäytetyöstä saadut tutkimustulokset heti käyttöönsä: se aloitti koamaan nuorille suunnattua perehdytyspakettia tulevien TET-harjoittelijoiden lisäksi ammattikoulun työharjoittelijoille sekä Tutustu työelämään ja tienaa -harjoittelijoille.</p>		
Asiasanat perehdytys, TET-harjoittelu, yritys mielikuva, nuoret, työelämä, työelämäodotukset, työelämävalmiudet, perehdytyspaketti.		

## Abstract

Author(s) Vesalainen Vilma	Type of Publication Bachelor's thesis	Published Syksy, 2021
	Number of Pages 60 pages, 3 appendixes	
Title of Publication <b>The workplace introduction guidelines for future in work practice program participants</b>		
Name of Degree Bachelor of Business Administration		
Name, title and organization of the client Sanna Virtainlahti, Director of Human Resources, Osuuskauppa Hämeenmaa		
<p>The case organization for the bachelor's thesis was Osuuskauppa Hämeenmaa. The thesis' purpose was to resolve what the youth wanted to know before the work practice program and what they expected from the work life. The purpose was also to resolve what should the workplace introduction guidelines include so it would help them adapt to the workplace. The goal was also to obtain information about the business image of the case company among the youth. The introduction guidelines would be made based on the youth's opinions.</p> <p>Qualitative study of the thesis had two parts. The first part was performed using workshop research methods to define the content of the work introduction guidelines. The second part was survey research that obtained information about the youth's image of the case company. The theory part of the thesis covered the youth's introduction, expectations and preparedness of the workplace and the company image.</p> <p>The results of the study implied that the youth and it's needed support and clear instructions from the employer about to the work practice program schedule. The results also showed that the guidelines needed to be made simple so it could be perceivable by the youth. Osuuskauppa Hämeenmaa took the results in to action and started to make the work introduction guidelines for the work practice participants, vocational school interns and Tutustu työelämään ja tienaa- interns.</p>		
Keywords introduction, work practice program, company image, workplace, youth, expectations, preparedness.		

## Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Työn tausta.....	1
1.2	Tavoite ja tutkimuskysymykset.....	2
1.3	Opinnäytetyön rakenne.....	3
1.4	Tietoperusta ja tutkimusmenetelmät .....	3
2	Nuoret työelämässä.....	6
2.1	Nuorten odotukset työelämään .....	6
2.2	Nuorten valmius työelämässä.....	7
2.3	TET-harjoittelu .....	8
3	Näkökulmia perehdytykseen .....	10
3.1	Nuoren työntekijän perehdyttäminen.....	10
3.2	Perehdytyksen vaikutukset työntekijäkokemukseen.....	11
3.3	Perehdytys TET-harjoittelun näkökulmasta.....	12
4	Yritysmielikuva.....	14
4.1	Yritysmielikuvan muodostuminen.....	14
4.2	Yritysmielikuvan rakentuminen .....	14
4.3	Yritysmielikuvan kehittäminen.....	16
4.4	Nuoret ja yritysmielikuva .....	17
5	Tutkimuksen toteutus.....	18
5.1	Osuuskauppa Hämeenmaa .....	18
5.2	Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen kulku.....	19
5.3	Tutkimukseen osallistumisen taustat ja rajaukset .....	21
5.4	Työpajan rakenne ja järjestäminen .....	22
6	Tutkimustulokset.....	25
6.1	Työpaja -tutkimusosion tulokset.....	25
6.2	Yritysmielikuva -tutkimusosion tulokset.....	35
6.3	Tulosten yhteenveto .....	42
6.4	Perehdytyspaketin hahmottelu.....	49
7	Johtopäätökset .....	51
7.1	Tutkimustulosten pohdinta .....	51
7.2	Tutkimuksen luotettavuus .....	54
7.3	Tulosten hyödynnettävyys .....	55
7.4	Jatkotutkimusaiheita .....	55
8	Yhteenveto .....	57

Lähteet .....	58
---------------	----

**Liitteet:**

Liite 1. Työpaja 1 (perehdytyspaketin kartoitus)

Liite 2. Työpaja 2 (TET-harjoittelukokemuksen kartoitus)

Liite 3. Kyselytutkimus (yritysmielikuva)

# 1 Johdanto

## 1.1 Työn tausta

Osuuskauppa Hämeenmaalla toteutetaan vuosittain useita kymmeniä TET-harjoittelujaksoja yläkouluikäisille nuorille. Heidät perehdytetään toimipaikan ohjeiden mukaisesti myymälän työtehtäviin ja toimipaikan toimintatapoihin, kuten hyllyttämiseen ja asiakkaiden palveluun. Yläkouluikäisille TET-harjoittelijoille ei ole tähän mennessä ollut selkeää perehdytyspakettia, jonka he saisivat TET-harjoittelun alussa. Perehdytys on palkkaavan esihenkilön vastuulla ja hän vastaanottaa nuoren hänen ensimmäisenä työpäivänään. Perehdytysmenetelmät ja siihen käytetty aika vaihtelevat toimipaikoittain puuttuvasta perehdytysmateriaalista ja vaihtelevista toimintamalleista johtuen.

Osuuskauppa Hämeenmaalla on koottu kattava ja säännöllisesti päivitetty perehdytyspaketti uusille työntekijöille, mutta se ei ole soveltuva aloittaville TET-harjoittelijoille. Perehdytyspaketti sisältää ohjeistuksia ja koulutuksia, joiden toteuttaminen ei ole mahdollista eikä kannattavaa kahden viikon TET-harjoittelun aikana. Perehdytyspaketin pohjalta olisi mahdollista koota TET-harjoittelijoille oma pakettinsa, mutta mistä työnantaja voi varmuudella tietää, mitä tulevat TET-harjoittelijat haluat perehdytyspakettiinsa? Tästä kysymyksestä opinnäytetyö lähti liikkeelle. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää mitä TET-harjoittelijan perehdytyspaketissa tulisi nuorten mielestä sisältää. Mikä olisi parempi tapa luoda uusi perehdytyspaketti, kuin kysyä nuorilta heidän mielipiteensä ja antaa heille mahdollisuus vaikuttaa sen sisältöön?

Aihetta on aiemmin tutkittu Jyväskylän yliopistossa toteutetussa Kasvatustieteen pro gradu -tutkielmassa. Katri Jäntti (2018) on tehnyt tutkielmansa *"Kyl miä plussan niille annan" - TET-ohjaajien näkemyksiä TET-harjoittelijoiden yleisistä työelämävalmiuksista* TET-ohjaajien kokemuksiin perustuen. Tämän lisäksi Helsingin Sanomien tekemän selvityksen mukaan jopa kolmasosa kuvaa TET-harjoittelukokemuksiaan kielteisiksi. Selvityksen mukaan nuoret kuvailivat hyväksi TET-harjoittelupaikaksi työpaikan, jossa on hyvä ilmapiiri, monipuoliset työtehtävät ja mahdollisuus oppia (Karimi 2019). Aihetta on myös tutkittu laajasti Nuorten tulevaisuusraportti 2020-tutkimuksessa (TAT 2020). Tutkimukseen vastanneista noin 65 % prosenttia oli yläkouluikäisiä nuoria. Tutkimuksessa selvitettiin muun muassa, mitä nuoret aikovat yläkoulun jälkeen sekä mitkä olisivat heille mieluisimmat alat tulevaisuudessa. Talous ja Nuoret TATin johtaja, Liisa Tenhunen-Ruotsalainen, kommentoi tutkimustuloksia Ylen Uutisiin. Hän kertoi, että tutkimustuloksien perusteella voitaisiin päätellä, ettei nuoret välttämättä tiedä mitä työvaihtoehtoja eri aloilla on tarjota. Tästä syystä

Työelämään tutustumisjakson (TET) ohjaukseen pitäisi panostaa entistä enemmän, sillä se on monen nuoren ensikosketus työelämään. (Yle Uutiset 2020.)

Yläkouluiikäisten nuorten avulla Osuuskauppa Hämeenmaalla on mahdollisuus luoda heidän toiveidensa mukainen perehdytyspaketti, joka tukee nuoren perehdytystä. Perehdytyspaketin sisältöä kartoittaessa pystytään myös tutkimaan nuoren yritysmaailmakuva. Tavoitteena on pystyä luomaan nuorille TET-harjoittelukokemus, joka lähtee liikkeelle tarkoituksenmukaisesta ja kohderyhmälle oikeanlaisesta perehdytyksestä uuden perehdytyspaketin avulla. Uuden TET-harjoittelijoille suunnatun perehdytyspaketin on myös tarkoitus tasalaatua nuorten perehdytystä Osuuskauppa Hämeenmaan toimipaikoissa. Perehdytyspaketti luo esihenkilölle valmiuden ja tuen TET-harjoittelun kokonaisvaltaisemmalle perehdytykselle.

## 1.2 Tavoite ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, mitä yläkouluiikäiset nuoret odottavat työelämältä ja millaisia toiveita heillä on TET-harjoittelun mahdollistavalle työnantajalle. Monelle nuorelle peruskouluun kuuluvat TET-harjoittelut ovat ensikosketus työelämään ja siksi on hyvin tärkeää, että myös työnantajat panostavat sen toteutukseen. Opinnäytetyön tutkimusosuuteen osallistuvilla yläkouluikäisillä nuorilla on mahdollisuus vaikuttaa siihen, mitä perehdytyspaketti pitää sisällään. Opinnäytetyön pohjalta on tarkoitus koota tuleville TET-harjoittelijoille heidän näköisensä perehdytyspaketti, joka kulkee heidän mukanaan koko TET-harjoittelun ajan.

Opinnäytetyön päätutkimuskysymys on:

- Mitä yläkouluikäisille suunnatun perehdytyspaketin tulisi sisältää, jotta se auttaisi nuorta sopeutumaan työelämään ja samalla tukisi TET-harjoittelun perehdytystä?

Opinnäytetyön keskeiset tutkimuskysymykset:

- Mitä nuoret odottavat ja toivovat työnantajalta?
- Millaisia odotuksia heillä on TET-harjoittelujaksolle?
- Millainen mielikuva nuorilla on Osuuskauppa Hämeenmaasta TET-harjoittelun mahdollistavana työnantajana?

## Opinnäytetyön rajaukset

Opinnäytetyö rajataan käsittelemään ja tutkimaan Lahden alueen yläkouluiikäisten nuorten kokemuksia, toiveita ja odotuksia sekä kartoittamaan nuorten yritysmaailmakuva Osuuskauppa Hämeenmaasta. Osuuskauppa Hämeenmaan toimialue ulottuu Päijät-Hämeen

lisäksi Kanta-Hämeen alueelle. Opinnäytetyön laajuuden vuoksi Kanta-Hämeen alue jäi rajauksen ulkopuolelle.

### 1.3 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyön rakenne (Kuvio 1) koostuu johdannosta, jossa käsitellään aiheen taustoja sekä opinnäytetyö tavoitteita, tietoperustaa ja tutkimusmenetelmiä. Johdannon jälkeen opinnäytetyössä käsitellään nuorten odotuksia ja valmiuksia työelämässä sekä peruskoulun tarjoamia valmiuksia ennen TET-harjoitteluun osallistumista. Lisäksi teoriaosuudessa käsitellään yläkouluikäisten nuorten ennakkokäsitystä perehdytyksestä ja perehdytyksen vaikutuksista työntekijäkokemukseen. Opinnäytetyössä perehdytään myös yritysmielikuvan rakentamiseen ja kehittämiseen sekä nuorten yritysmielikuvaan.



Kuvio 1. Opinnäytetyön rakenne

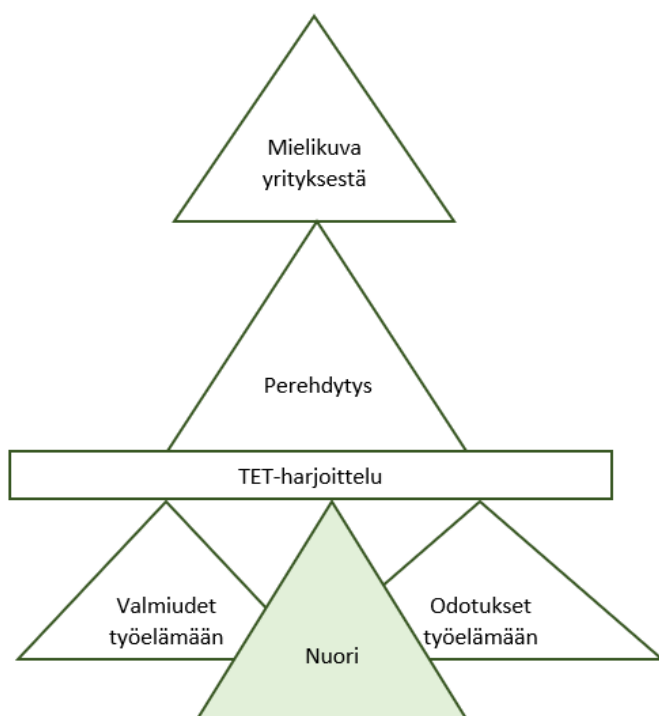
Teoriaosuuden jälkeen perehdytään opinnäytetyön tutkimukseen. Tutkimusosuudessa käydään läpi tutkimuksen toteutus, tutkimusmenetelmät, taustat ja rajaukset. Tutkimusosuus päätetään esittelemällä tutkimustulokset sekä johtopäätökset. Opinnäytetyön johtopäätöksissä pohditaan myös tutkimustulosten luotettavuutta, hyödynnettävyyttä sekä tutkimuksessa kohdattuja haasteita. Tutkimusosuus päätetään jatkotutkimusaiheiden pohdintaan. Opinnäytetyön lopussa on yhteenveto, joka tiivistää koko opinnäytetyön sisällön.

### 1.4 Tietoperusta ja tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyön tietoperusta rakentuu teoriasta, joka käsittelee nuorten ensi askeleita työelämässä, hänen valmiuksiaan ja odotuksiaan työelämään, sekä yritysmielikuvan muodostumista. Jo ennen TET-harjoittelua nuorella on odotuksia ja valmiuksia työelämään, joita käsitellään opinnäytetyön tietoperustassa ensimmäisenä. Nuorten valmiudet ja odotukset kohtaavat työelämän TET-harjoittelussa, joka lähtee liikkeelle perehdytyksestä. Perehdytystä käsitellään tietoperustassa seuraavaksi, muun muassa TET-harjoittelun näkökulmasta. Näkökulma koostuu nuoren työntekijän perehdyttämiseen kuuluvista laista ja velvoitteista sekä perehdytyksen vaikutuksista työntekijäkokemukseen.



Työntekijäkokemuksella on vaikutusta nuoren yritysmielikuvaan. Siihen aiheeseen pureudutaan näkökulmista, kuten nuorten mielikuva yrityksestä sekä yritysmielikuvan muodostuminen ja kehittäminen. Kuviossa 2 havainnollistetaan tietoperustan rakennetta. Rakenne on suunniteltu etenemään samassa linjassa nuoren työelämän ensiaskeleiden kanssa.



Kuvio 2. Oppinäytetyön tietoperusta

Oppinäytetyön käytännönoosuus ja tietoperusta tukeutuvat toisiinsa, sillä kyselytutkimuksen kysymykset sekä työpajat ovat laadittu teorian ja toimeksiantajan asettamien tavoitteiden pohjalta. Käytännönoosuus koostuu Lahden alueen yläkouluikäisille nuorille toteutetuista työpajoista ja kyselytutkimuksesta. Oppinäytetyö on tehty toimeksiantajan näkökulmasta, jotta saadaan tieto siitä, kuinka nuoret suhtautuvat työelämään ja mitä he siltä odottavat. Työnantaja lähtöisestä näkökulmasta huolimatta, tarkoituksena on päästä lähemmäksi nuoria ymmärtämään heidän odotuksiaan, tarpeitaan ja toiveitaan työelämästä.

Työpajat toteutetaan vapaamuotoisesti ja siitä kerätyt vastaukset antavat perustan perehdytyspaketille. Työpajojen on tarkoitus kartoittaa perehdytyspaketin sisältöä, nuorten toiveita, odotuksia työnantajalle sekä tutustuttaa nuoria aiheeseen. Aiheeseen tutustuminen valmistaa heitä myös kyselylomakkeen täyttämiseen. Kyselytutkimuslomakkeen kysymykset ja työpajat laaditaan sen mukaan, että nuoret pystyvät vastaamaan siihen omien toiveidensa, mielikuviansa ja kokemustensa pohjalta.

Tutkimus toteutetaan kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena hyödyntäen toiminta- ja kyselytutkimusta sekä teemoittelua ja kvantifiointia aineiston käsittelyssä. Toimintatutkimuksessa tiedonkeruu toteutetaan havainnoimalla sekä keräämällä dataa kirjallisessa muodossa pienryhmissä. Tutkimuksen tarkoituksena on kerätä tutkimusdataa pääasiassa laadullisesti. Aineistoa analysoidaan myös määrällisin keinoin.

## 2 Nuoret työelämässä

### 1.1 Nuoret ja työelämä

Opinnäytetyö on toteutettu yläkouluikäisille, jotka ovat vuosina 2005–2006 syntyneitä nuoria ja siten lukeutuvat Z-sukupolveen eli Zetoihin. Z-sukupolven sanotaan olevan maailman ensimmäinen sukupolvi, jotka eivät ole eläneet aikaa ennen digitalisaatiota. Digitalisaation myötä Z-sukupolvea kutsutaan eri lähteissä aidoiksi diginatiiveiksi ja online-sukupolveksi. Kyseessä olevalle sukupolvelle sanotaan olevan tärkeää esimerkiksi diversiteetti, läpinäkyvyys, kriittisyys sekä itsensä toteutus. (A-lehdet 2020; Dagmar 2019.)

Liisa Välikangas kertoo Z-sukupolven haastavan nykyistä työelämäämme vielä milleniaaleja enemmän. Z-sukupolven edustajat ovat erityisen kiinnostuneita työelämän tarkoitusperistä ja etsivät työelämästä mahdollisuuksia päästä tekemään heidän arvojensa mukaista tarkoituksellista työtä. Tämän lisäksi heidän sanotaan tavoittelevan vapautta ja heidän olevan edellistä sukupolvea itseohjautuvampia. Heidän arvellaan muuttavan työaikanormeja, hierarkiaa sekä organisaatioiden johtamismalleja. Näiden normien mureutumista olemme saaneet todistaa jo milleniaalien aikaan, mutta Zetoille se ei ole riittänyt. Z-sukupolvi tavoittelee helpompaa elämää, joissa monille tutut hierarkiamallit ja ylhäältäpäin johtaminen vierastuttavat heitä. Z-sukupolvi tulee Välikankaan mukaan muuttamaan työelämää myös rekrytointin näkökulmasta. Hän kertoo, että rekrytointi tulee muuttamaan hakijalähtöisemmäksi ja organisaatio saatetaan joutua rakentamaan osaajien ympärille. (Välikangas 2014.)

Sukupolvimääryksiä tarkastellessa on kuitenkin hyvä muistaa, ettei niiden ole tarkoitus lokeroida tai määritellä koko sukupolvea tiettyyn muottiin. Nämä määrytykset ovat yleismielikuvaa ja ennustettavuuteen perustuvia käsityksiä yksittäisestä sukupolvesta ja niiden vaikutuksista työelämään. (A-lehdet 2020.)

### 2.1 Nuorten odotukset työelämään

Z-sukupolven, kuten aiempienkin sukupolvien työelämän odotukset perustuvat arvoihin, tarpeisiin ja aiempiin kokemuksiinsa työelämästä (Allonen 2016). Tämän lisäksi on myös hyvä punnita Suhosen (2020) mainitsemista työelämämurroksesta ja yhteiskunnan vaikutuksista Z-sukupolven työelämä odotuksiin. Näiden lähtökohtien perusteella Suhonen on tutkinut Z-sukupolven työelämä odotuksia ja todennut työelämä odotusten kuvaavan Z-sukupolvelle tyypillisiä piirteitä. Tutkimuksen perusteella Z-sukupolvi arvostaa työelämässä työn merkityksellisyyttä, itsensä kehittämis- ja toteuttamismahdollisuuksia sekä työn nautinnollisuutta. Suhosen tutkimus myös tuki Z-sukupolvelle tyypillistä ajatusta siitä, että työ on heille enemmän kuin toimeentulon lähde. Tutkimus osoitti, että Z-sukupolvi odottaa työelämältä

sosiaalisia suhteita ja vapautta toteuttaa itseään, eikä tittelit tai esihenkilöasema toiminut houkuttimena työelämään. Suhonen on tulkinnut tutkielmassaan Z-sukupolven määrittämisen koskevan 1995–2000 välillä syntyneitä nuoria. (Suhonen 2020.)

Z-sukupolven odotukset työelämään kuvaavat hyvin paljon yhteiskunnallisia määrittämiä heistä itsestään. Heidän kuvaillaan olevan itsenäisiä, yhteiskunnallisista asioista kiinnostuneita, vapautta ja luovuutta arvostavia nuoria, joille työn merkitys on palkkaa tärkeämpi. Z-sukupolven nuoret haluavat työltä hyvää fiilistä ja ovat valmiita vaihtamaan työpaikkaa, jos se ei vastaa heidän toiveitaan. He odottavat työltään myös oikeita arvoja, arvostusta sekä eettisyyttä. Vanhanaikainen hierarkiamalli ei toimi heille vaan arvostus on molemmin puolelta ja sitä on osoitettava työyhteisössä päivittäin. (Jarvala 2020.)

Opinnäytetyö toteutettiin ikäluokalle, joista suurin osa eivät ole vielä työelämässä ja siksi ei ole näyttöä siitä, että heidän odotuksensa perustuvat aiempiin kokemuksiin työelämästä. Heidän odotuksensa perustuvat arvoihin ja yhteiskuntaan, jossa he elävät. Sosiaalinen media on poistanut rajoitteita ja antanut mahdollisuuksia, jotka ovat rajoittaneet vahvasti aiempia sukupolvia. Myös valloillaan olevilla trendeillä on vaikutus Z-sukupolven arvoihin ja sitä kautta työelämän odotuksiin. Ilmastonmuutokseen ja epätasa-arvoon kantaa ottavat tuottajat saavat nuorissa aikaan arvostusta myös eettisesti ja vastuullisesti toimivia työnantajia kohtaan. Z-sukupolven povataan tuovan työmarkkinoille haluttua muutosta myös työhyvinvoinnin näkökulmasta, sillä tämä sukupolvi ei ole valmis tekemään yhtä paljon uhrauksia työelämälle kuin aiemmat. Z-sukupolven sanotaan arvostavan työn ja sosiaalisen elämän tasapainoa ja haluavan vähentää uupumuksen mahdollisuuksia vähentämällä työssä koettua stressiä. (Jarvala 2020.)

## 2.2 Nuorten valmius työelämässä

Opinnäytetyö toteutettiin ikäluokalle, joiden sanotaan kasvaneen digitaalisissa laitteissa kiinni ja niiden olevan heidän tehokkain kommunikaatiovälineensä. Digitaalinen kommunikaatio on osa työelämää, mutta se ei poista vuorovaikutustaitojen tärkeyttä ihmisten välisistä kohtaamisista. Nuorille yleisimpiä TET-harjoittelupaikkoja ovat yritykset, joilla asiakaspalvelu kuuluu päivittäiseen työnkuvaan (Karimi 2019). Asiakaspalvelu vaatii vuorovaikutustaitoja sekä joitakin työelämäntaitoja ja siksi niiden olisi hyvä olla hallussa jo ennen TET-harjoitteluun menoa. Näiden vuorovaikutustaitojen osaaminen ennen työelämään astumista on pääasiassa perusopetuksen vastuulla.

Jäntin (2018) pro gradu- tutkielma tukee väitettä, että kommunikaatiotaidot ovat tärkeimpiä työelämässä tarvittavia valmiuksia. Jäntin tutkielma on tehty TET-ohjaajien näkökulmasta ja heidän mukaansa nuorelta vaaditaan työelämässä kommunikaatio- ja sosiaalisten

taitojen lisäksi ainakin itsensä johtamisen taitoja, kykyä noudattaa työpaikan sääntöjä ja oikeaa asennetta työn tekemiseen. Kommunikaatio taitoihin työelämän näkökulmasta nousi uskallus ja rohkeus puhua ja tervehtiä työntekijöitä sekä asiakkaita.

Pro gradu tutkielman perusteella ideaalilla TET-harjoittelijalla toteutuivat kaikki aiemmin mainitut piirteet. Jäntti kirjoitti pro gradussaan siitä, kuinka ideaalilla TET-harjoittelijalla on hyvien vuorovaikutustaitojen lisäksi hyvät yhteistyötaidot, rohkeutta ja oma-aloitteisuutta niin työtehtävissä, kuin ongelmaratkaisuissa työpäivän aikana. Tämän lisäksi Jäntti kertoo hyvän TET-harjoittelijan osoittavan kiinnostusta, ahkeruutta, motivaatiota sekä positiivista asennetta. (Jäntti 2018.)

Nuorten työelämä valmiuksia heikentää puuttuva tieto ja vähäinen opetus työelämästä. Talous ja nuoret TATin vuonna 2020 teettämän Nuorten tulevaisuus -raportin mukaan nuoret kokevat aiempaa enemmän, etteivät he ole saaneet tarpeeksi tietoa työelämästä opintojensa aikana. Yläkouluikäisistä 59 % kertoo, että he haluaisivat tietää enemmän työelämästä. Tutkimuksen mukaan nuoret ovat saaneet eniten tietoa työelämästä opinto-ohjaajiltaan, lähipiiriltään sekä Työelämään tutustumisjaksollaan. (TAT 2020.)

### 2.3 TET-harjoittelu

TET-harjoittelu eli työelämään tutustuminen on monen nuoren ensimmäinen kosketus työelämään. TET-harjoittelua toteutetaan Suomessa yläkouluikäisille nuorille, jossa he saavat muutan viikon jaksoissa tutustua työelämän työtehtäviin ja -yhteisöön. TET-harjoittelun toivotaan avaavan nuoren silmiä työelämän lisäksi myös tulevaisuuden opintoja silmällä pitäen. TET-harjoittelu mahdollistaa nuorelle matalan kynnyksen työkokemusta sekä mahdollisuuden aloittaa verkostojen rakentamisen työelämässä. TET-harjoittelun aikana nuori ei ole työsuhteessa kyseessä olevaan toimipaikkaan, eikä työnantaja maksa ajalta palkkaa. Tällä halutaan turvata nuorelle mahdollisimman hyvä tilaisuus tutustua työelämään ilman, että siitä koituu mahdollistavalle työnantajalle kustannuksia tai nuorelle velvoitteita täyteen työpanokseen tutustumisjakson aikana. (Tieteen termipankki 2015.)

TET-harjoittelun toteuttavalle työnantajalle on olemassa ohjeita harjoittelun toteuttamisen tueksi. Niissä käsitellään kattavasti TET-harjoittelun kannalta olennaisia asioita, kuten työaika, poissaolot, työsuhde, vastuuhenkilö, palkka, työsuojelu, terveystarkastukset, työmatkat, ruokailu, vastuuhenkilö työpaikalla, vakuutukset, TET-raportti ja työtodistus. Niiden lisäksi on painotettu työnantajan ymmärrystä siitä, ettei yläkoululainen ole tulossa töihin vaan tutustumaan työelämään. Tällä painotuksella on haluttu valmistaa työantajaan arvostamaan nuorelle antamaansa kokemusta ja käyttävänsä aikaa sen suunnitteluun sekä toteutukseen. (Tieteen termipankki 2015.)

Helsingin Sanomien vuonna 2019 tekemän selvityksen mukaan kolmasosa nuorista koki TET-harjoittelun kielteiseksi kokemukseksi. Selvityksessä kerrottiin mm. perehdyttämisen ja työnantajan valmistautumisen vaikuttaneen kielteisesti TET-harjoittelu kokemukseen. Selvitys myös tuki aiemmin esitettyä väitettä siitä, että moni työnantaja velvoitti nuorelta liian suurta työpanosta ja epäonnistui tutustuttamaan nuoren työelämään. Selvityksessä myös kerrottiin perehdytyksellä olleen suuri merkitys nuoren kokemukseen TET-harjoittelusta. Perehdytys antoi nuorelle paremmat valmiudet oppia työtehtäviä ja positiivisen työntekijäkokemuksen. (Karimi 2019.)

### **Peruskoulun tarjoamat valmiudet TET-harjoittelun näkökulmasta**

Yleinen Lahden kaupungin alueen ohje TET-harjoittelun käytäntöihin tukee hyvin aiemmin käsiteltyä aihetta nuorten työelämävalmiuksista. Lahden alueen opinto-ohjaajat käsittelevät nuorten valmiuksia ennen TET-harjoittelua vuorovaikutustaitojen, työpaikalla käyttäytymisestä ja työpaikan pelisääntöjen noudattamisesta. (Lahti 2016.)

Tämän lisäksi heille kerrotaan muita työpaikalla toimimiseen liittyvistä asioista, kuten salassapitovelvollisuus, TET-harjoittelu sopimukseen liittyviä asioita sekä kuinka toimia poissaolotilanteissa. Opinto-ohjaajien TET-pohjustuksen perusteella nuori osaa valmistautua TET-harjoitteluun teoriassa. Käytännön TET-harjoittelukokemus, perehdytys ja TET-harjoittelun onnistuminen jää kuitenkin työnantajan ja nuoren itsensä vastuulle. (Lahti 2016.)

### 3 Näkökulmia perehdytykseen

#### 3.1 Nuoren työntekijän perehdyttäminen

Nuoriksi työntekijöiksi luetaan kaikki alle 18-vuotiaat työntekijät. Rajauksen myötä työnantajan on noudatettava alle 18-vuotiaiden työntekijöiden kohdalla lakeja ja määräyksiä nuorista työntekijöistä. Laki nuorista työntekijöistä (19.11.1993/998) määrää luvun 3 § 9, ettei työnantaja saa teettää nuorella työtä, josta on vahinkoa hänen henkiselle tai fyysiselle kehitykselle. Nuorella ei myöskään saa teettää työtä, joka vaatii kohtuutonta vastuuta tai ponnistelua hänen ikäänsä tai voimiinsa nähden. (Laki nuorista työntekijöistä 998/1993, § 9). Sama määräys koskee myös TET-harjoitteluun tulevia nuoria, vaikka TET-harjoittelut pelisäännöissä on kerrottu, ettei nuori ole TET-harjoittelun aikana työsuhteessa työnantajan kanssa.

Tämän lisäksi Suomen laki määrää nuoren oikeudesta perehdytykseen. Laki nuorista työntekijöistä määrää luvun 3 § 10 (Opetus ja ohjaus) mukaan, että työnantajan on huolehdittava nuoren perehdyttämisestä työtehtäviin niin, ettei hän aiheuta vaaraa itselleen tai muille. Perehdyttäminen työtehtäviin, joihin nuorella ei ole aiempaa kokemusta tai koulutusta tulee tapahtua henkilökohtaisesti hänen työolojensa, iän ja muut ominaisuudet huomioiden. (Laki nuorista työntekijöistä 998/1993, § 10.)

Perehdytyksen onnistumiseen vaikuttaa sekä perehdyttäjän, että uuden työntekijän osallistuminen ja panos perehdytykseen. Perehdytyksen onnistumiseen vaikuttaa työntekijän tausta ja ominaisuudet sekä tiedot, taidot, aiempi kokemus, vahvuudet, persoonallisuus, kiinnostuksen kohteet ja asenne. (Eklund 2018, 128.) Näiden lisäksi työelämässä nuori tarvitsee työelämätaitoja, johon luetaan yhteistyötaidot, vuorovaikutustaidot ja työn organisointitaidot. Työelämätaitojen heikko taso tai puute voi vaikeuttaa perehdytystä, perehdyttäjän työtä ja heikentää TET-harjoittelukokemusta nuorelta. Tästä syystä on erityisen tärkeää, että nuori saa hyvän pohjustuksen TET-harjoitteluun jo peruskoulustaan, jotta nuori tietää oman vastuunsa perehdyttämisen onnistumiseen (Eklund 2018, 130.). Perehdyttäjän vastuulla on kartoittaa nuorten osaamista ja kannustaa kehittymään oikeaan suuntaan.

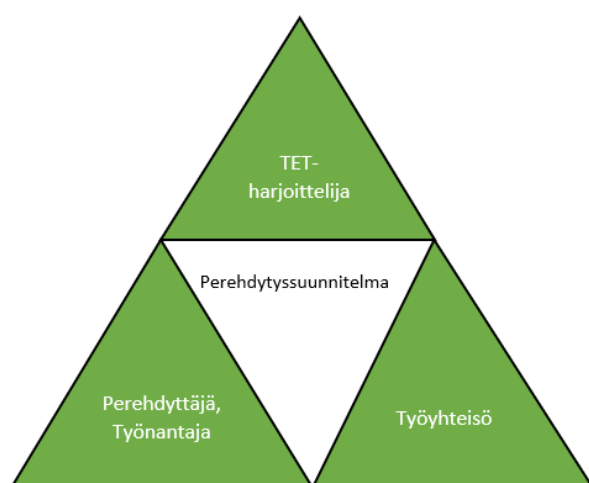
Hyvät vuorovaikutustaidot ovat tarpeellisia kaikille työntekijöille, eikä vain nuorille työntekijöille. Vuorovaikutustaidot ovat työelämän taitoja, jotka näkyvät oleellisesti myös perehdyttäjän roolissa työpaikalla. TET-harjoittelijan ja perehdyttäjän yhteinen vuorovaikutus toisiinsa on tärkeää, sillä se auttaa molempia osapuolia pääsemään yhteiseen tavoitteeseen, eli nuoren oppimiseen työpaikalla. Eklund painottaa myös kirjassaan, ettei tiedon välittäminen ja informoiminen ole sama asia kuin hyvä vuorovaikutus. Hän arvioi, ettei yksisuuntainen viestintä tuota yhtä hyvää lopputulosta, kuin vuorovaikutuksellinen perehdyttäminen.

Tästä syystä on erityisen tärkeää, että perehdyttäjällä sekä TET-harjoittelijalla on hyvät vuorovaikutustaidot. (Eklund 2018, 147.)

### 3.2 Perehdytyksen vaikutukset työntekijäkokemukseen

Panostamalla perehdytykseen päästään parhaaseen lopputulokseen niin työntekijän kuin työnantajan näkökulmasta. Työntekijä saa positiivisen työntekijäkokemuksen, josta hän saa mukaansa paljon uusia taitoja, itsevarmuutta, sekä motivaatiota työuralleen. Työnantaja saa työntekijältä paremman työpanoksen ja mahdollisesti myös potentiaalisen työntekijän tulevaisuudessa. Tämän lisäksi työnantaja saa positiivista mainetta sekä vahvistusta omalle yritysmielikuvalleen. (Weintraub, 2019.)

Perehdytys on kuitenkin aina kaksisuuntainen prosessi ja siihen tarvitaan molempien osapuolien panostus. (Eklund 2018, 161.) TET-harjoittelun näkökulmasta perehdyttäjän on kuitenkin muistettava, että nuori on tutustumassa työelämään eikä uusi työntekijä toimipaikassa. Nuori harjoittelee vielä teoreettisella tasolla olevia työelämän taitojaan ja valmiuksiaan, eikä häneltä siksi voida velvoittaa täysipainoista osallistumista perehdytykseen. TET-harjoittelijan oman kokemuksen kannalta on kuitenkin hyvin oleellista osallistua perehdyttämisen prosessiin TET-harjoittelun arviointikriteerien perusteella, eli rohkeasti ja oma-aloitteisesti. Hyvä perehdytysprosessi vaatii toimiakseen kaikkia osapuolia: työntekijän oma vastuu, työnantajan vastuu ja työyhteisön rooli perehdytyksessä (Kuvio 3).



Kuvio 3. Perehdytyssuunnitelman keskiö (Eklund 2018, 161)

Perehdytyksen suurimpiin kompastuskiviin työnantajan näkökulmasta kuuluvat kiire sekä epäsoviva perehdyttäjä. Jos perehdyttäjällä ei ole aitoa kiinnostusta tekemäänsä työtä kohtaan, hän viestii sitä tietämättään myös perehdytettävälle, eikä hänelle tule tervetullut olo.



Tämän lisäksi perehdyttämisen laatu voi heikentyä, jos työtä ei koeta merkitykselliseksi. (Eklund 2018, 142.)

Uuden työntekijän perehdyttäminen kiireessä voi aiheuttaa kustannuksia, vaaratilanteita ja kierteen uusien työntekijöiden palkkaamisessa, mikäli työntekijä kokee, ettei hänen perehdyttämiseensä ole panostettu ajallisesti. Nuorella on oikeus saada laadukasta perehdytystä. Nuori aistii aidon läsnäolon puutteen ja häiriöntekijät, jotka saattavat heikentää luotamusta perehdytyksen kannalta oleellisesti. (Eklund 2018, 149.)

Hyvä perehdytys pitäisi osata nähdä kaikkien osapuolien etuna, ettei kiire mene perusasioiden opettamisen yläpuolelle. Perehdyttäminen saattaa joidenkin nuorten kohdalla olla hitaampaa ja kysymysten ja keskeytysten takia ajoittain turhauttavaa. Nämä eivät kuitenkaan ole syitä tehdä perehdyttämistä huonosti tai suunnittelematta etukäteen. Huonolla perehdyttämällä on suoria vaikutuksia nuoren kokemukseen organisaatiosta työnantajana sekä työn viihtyvyyteen. (Eklund 2018, 144.)

Organisaatioiden tehtävä on varmistaa, että perehdytykseen osallistuu motivoituneet ja sitoutuneet perehdyttäjät ja perehdytykseen on varattu riittävä aika. Nämä edesauttavat uudet työntekijän sitoutumista yritykseen, antavat vankan pohjan kehittymiselle ja turvallisen alun työsuhteelle tai harjoittelulle. (Eklund 2018, 143.)

Annina Eklund kertoo kirjassaan, kuinka yksi yleisimmistä perehdytyksen sudenkuopista on vastuunjako perehdyttämisestä. Esihenkilö pystyy keventämään omaa kuormaansa siirtämällä vastuun, jollekin toiselle työyhteisön jäsenelle, mutta roolitus saattaa jäädä epäselväksi. Jos perehdyttämisen vastuu on osittain jaettu useammalle henkilölle saattaa käydä niin, ettei vastuu ole kummallakaan. Nuoret tarvitsevat työpaikallaan henkilön, joka vastaa kysymyksiin, auttaa tarvittaessa ja tukee nuorta TET-harjoittelun edetessä, joten on myös hänen kannaltaan hyvin tärkeää, että vastuujako on selkeää. Eklund näkee vastuujonon kuitenkin positiivisena asiana, kunnianosoituksena esimieheltä alaisilleen ja myös TET-harjoittelijan etuna. Näin perehdytyksestä tulee monipuolisempaa ja osaamista jaetaan laajemmin ja työntekijä pääsee tutustumaan myös muihin työpaikan jäseniin. Eklund kuitenkin muistuttaa, että perehdytyksen tasalaatuisuuden varmistaminen on esihenkilön vastuulla. (Eklund 2018, 140–141.)

### 3.3 Perehdytys TET-harjoittelun näkökulmasta

Yleinen Lahden kaupungin alueen ohje TET-harjoittelun käytäntöihin ei määrittele tarkkoja ohjeita, tai velvoitteita koskien nuoren perehdyttämistä TET-harjoittelun mahdollistavalle työnantajalle tai toimipaikan esihenkilölle. Perehdyttäminen on kuitenkin työpaikan velvollisuus ja kuuluu osaksi TET-harjoittelua. (Lahti 2016.)

Ohjeistus velvoittaa työnantajaa noudattamaan nuoren työntekijän kohdalla määrättyjä sää-  
döksiä ja lakeja. Ohjeet kehottavat työnantajia antamaan työpaikasta mahdollisimman mo-  
nipuolisen kuvan ja arvioimaan oppilaita tiettyjen kriteerien perusteella. Näitä kriteerejä ovat  
käyttäytyminen, täsmällisyys, ahkeruus ja oma-aloitteisuus. (Lahti 2016.)

## 4 Yritysmielikuva

### 4.1 Yritysmielikuvan muodostuminen

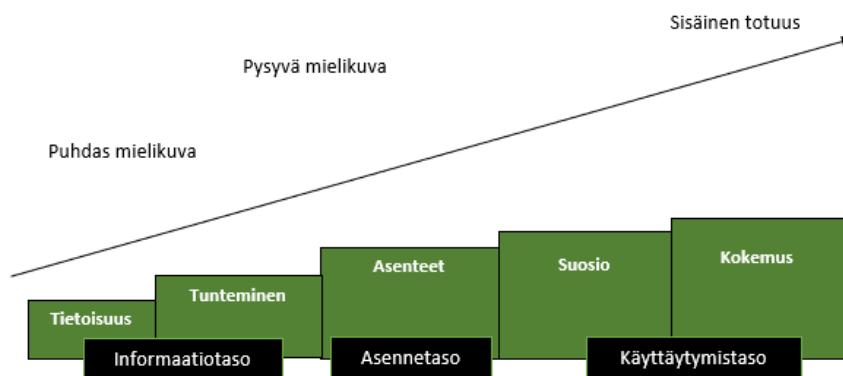
Yritysmielikuvan luominen on kokonaisvaltainen prosessi, jossa kuluttajille, työnhakijoille ja tuleville työntekijöille viestitään yrityksen arvoja tukevaa mielikuvaa. Yritysmielikuva kertoo sanansa mukaisesti henkilön mielessä rakentuvasta kuvasta. Aina rakentuvaan mielikuvaan, eli imagoon ei voida vaikuttaa, mutta monellakaan yrityksellä ei ole varaa jättää asiaa huomioimatta. Mielikuvan sanotaan muodostuvan useammasta eri tekijästä ja nämä kaikki tulisi ottaa huomioon sitä rakennettaessa ja kehitettäessä. Tärkeimpiä imagoon vaikuttavia asioita ovat Ropen mukaan kokemukset, tieto, asenne, tuntemus ja uskomus, ja näistä muodostuva kokonaiskuva. Vaikuttaakseen asiakkaan tai kuluttajan mielessä rakentuvaan imagoon tarvitaan suunnitelmallista ja jatkuvaa työtä, jolla saadaan rakentumaan kuva, joka aikaansaa ja tukee yrityksen tuottavuutta. (Rope 2005, 176.)

Tärkeä osa yritysmielikuvan rakentumista on mielikuvamarkkinointi. Sen avulla voidaan tietoisesti markkinoida kohderyhmille tai tietyille markkinasegmentille haluttua mielikuvaa. Mielikuvamarkkinointi ei kuitenkaan ole markkinoinnin osa, sillä kaikki yrityksestä ulospäin liikkuva materiaali luo yritysmielikuvaa. Ropen mukaan mielikuvan muodostumisella on myös psykologisia taipumuksia. Psykologisesti ajateltuna mielikuva muodostuu kahdeksan eri osa-alueen summasta. Näitä asioita ovat kokemukset, arvot, tunteet, ennakkoluulot, asenteet, havainnot, uskomukset ja informaatio. (Rope 2005, 180–181.) Ropen mukaan näiden uskomusten kokonaissumma vaikuttaa yritysten liiketoimintaan välillisesti tai välittömästi. Välillisellä vaikutuksella hän sanoo olevan apua rekrytoinnissa, yhteistyössä sidosryhmien kanssa sekä se luo turvaa tulevaisuuden mielikuvan muutosten vaikutukselle. Välitön vaikutus lukee sisälleen ostopäätökset, esimerkiksi jos asiakas kävelee Prismaan ruokaostoksille. Hän ei tee sitä siksi, että siellä on tuotteita mitä kilpailijalla ei ole, vaan siksi, että hänellä on hyvä mielikuva Prismoissa asioinnista. Tämän lisäksi välillinen vaikutus näkyy yrityksen viestinnässä ja asiakkaiden hankinnassa. (Rope 2005, 179–180.)

### 4.2 Yritysmielikuvan rakentuminen

Mielikuvan rakentumista voidaan myös tarkastella portaittain, jossa psykologisesti muodostunut mielikuva ja kommunikaatiotasottainen eli informaatio-, asenne-, ja käyttäytymistason mielikuvat ovat yhdensuuntaiset. Ensiksi yritysmielikuva on vain pintapuolista. Kuluttaja saattaa tietää *tietoisuusvaiheessa* vain yrityksen nimeltä. Yritysmielikuvan syventyessä kuluttaja siirtyy *tuntemisvaiheeseen*, jossa hän saattaa nähdä mainoksen, asioida toimipajassa tai tavata asiakkaan, joka auttaa häntä tiedostamaan mitä yritys tekee tai minkälainen kyseinen yritys on. Tässä vaiheessa mielikuva on *puhdas*, eikä hän osaa arvottaa yritystä

mielikuvan perusteella hyväksi tai huonoksi paikaksi asioida. Asennevaiheessa kuluttajalle on muodostunut mielikuva, jossa hän osaa jo arvottaa yrityksen luoman mielikuvan positiiviseksi, neutraaliksi tai negatiiviseksi. Tämä vaihe on yrityksen kannalta ratkaiseva, sillä mielikuva muuttuu puhtaasta mielikuvasta pysyväksi mielikuvaksi, joka on erityisen vaikea muuttaa. Huonoimmassa tapauksessa kuluttaja on ennättänyt saada negatiivisen mielikuvan yrityksestä ennen kuin on edes ennättänyt asioida siellä. Positiiviseksi muodostunut mielikuva kuitenkin ohjaa asiakkaista tutustumaan yritykseen tarkemmin ja asioimaan yrityksessä. *Suosiotason* kuluttaja voi tavoittaa, kun yritysmielikuvaksi on muodostunut käsite, jonka mukaan yrityksen kilpailuetu koetaan vakuuttavaksi ja kuluttaja tekee sen perusteella ostopäätöksensä. Kokemusvaiheessa muodostunut yritysmielikuva laitetaan testiin, sillä kuluttaja pystyy punnitsemaan vastaako yrityksen asettamat odotukset todellisuutta. Hyvin toteutettu ja suunniteltu yritysmielikuva vastaa lupauksia, joita kuluttajille on tehty. *Suosio-vaihe* sinetöi luodun yritysmielikuvan kuluttajan *sisäiseksi totuudeksi*. Jos kuluttaja joutuu kuitenkin pettymään, eikä näe viestinnän ja todellisuuden yhteneväisyyttä, yritysmielikuva muuttuu pysyväksi ja negatiiviseksi. Pysyvän ja negatiivisen mielikuvan muuttaminen on erityisen vaikeaa. (Rope 2005, 181–182.) Yritysmielikuvan rakentumisen portaita havainnollistetaan kuviossa 4.



Kuvio 4. Mielikuvan rakentuminen (Rope 2005, 181–182)

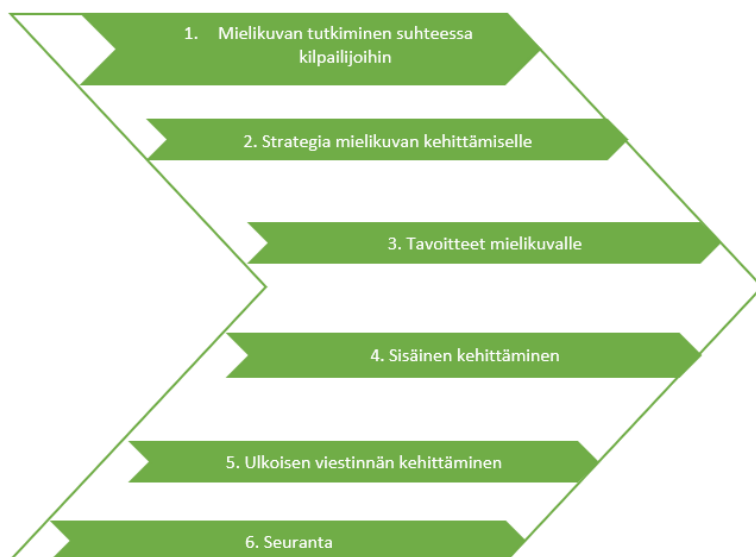
Osuuskauppa Hämeenmaa luo yritysmielikuvaansa muiden yritysten tavoin markkinoinnin avulla, brändäyksen ja viestinnän näkyvyyden kautta, rekrytoinnin sekä oppilaitosyhteistöiden avulla. Yritysmielikuvan näkökulmasta Osuuskauppa Hämeenmaa luo mielikuvaa vastuullisena, tuloksellisena ja kehittyvänä työnantajana ja organisaationa. Nämä arvot ohjaavat työntekijöiden toimintaa kenttätasolta yrityksen johtoryhmään saakka. (Hämeenmaa) Osuuskauppa Hämeenmaan mielikuvaan vaikuttaa myös S-ryhmän luoma ja rakentama

mielikuva, sillä kaikki alueosuuskaupat muodostavat S-ryhmän kaupparyhmän. Jokainen osuuskauppa luo omaa mielikuvaansa ja omia arvojaan, mutta niiden on oltava linjassa S-ryhmän määrittämien yhteisten linjojen kanssa. Tämä linjaus luo vakaampaa, yhteneväisempää ja tuottavampaa mielikuvaa jokaiselle S-ryhmän 19 alueosuuskaupalle.

### 4.3 Yritysmielikuvan kehittäminen

Yritysmielikuvan kehittäminen luo haasteita työnantajalle, sillä mielikuvat välittyvät tietojen, kokemusten, asenteiden ja tuntemusten pohjalta. Yritysmielikuvaan vaikuttaa tuotteet, palvelut, toimiala, markkinasegmentti sekä kokonaiskuva yrityksestä. Näiden lisäksi myös työntekijäkokemukset, rekrytointi ja asiakaskohtaamiset tuovat yritysmielikuvaan omat vaikuttavat tekijänsä. Näiden kaikkien tekijöiden pohjalta kuluttajat saavat vaikutteita ja muodostavat oman mielikuvansa yritykselle. Kehittämisen näkökulmasta on erityisen tärkeää, että jokainen työntekijä toimii yrityksen periaatteiden, arvojen ja toimintatapojen mukaisesti, jotta muodostunut mielikuva on kuluttajalle mahdollisimman positiivinen. (Rope 2005, 187.).

Yritysmielikuvan kehittäminen lähtee liikkeelle sen tutkimisesta. Yrityksen täytyy ensimmäiseksi selvittää ja tutkia asemansa kilpailijoihin nähden sekä millaisia ominaisuuksia he tuovat kyseisille markkinoille. Yrityksen on löydettävä oma kilpailuetunsa ja määriteltävä mielikuvan kehittämiseksi strategia. Yritysmielikuvan kehittämiseksi toteutetun strategian lisäksi mielikuvalle tulee asettaa tavoitteet. Yrityksen on tärkeä miettiä tarkkaan, millaisen mielikuvan yritys haluaa asiakkailleen antaa, kuinka vastata annetun mielikuvan asettamiin lupauksiin toimipaikoissa sekä toteuttaa tavoitemielikuvan luomista viestinnässä. Ulkoisen viestinnän ja sisäisen toimintamallin on vastattava ja tuettava tavoitemielikuvaa, jotta se saavutettaisiin mahdollisimman tehokkaasti ja tuottavasti. Yritysmielikuvan luominen vaatii jatkuvaa kehitystyötä ja siksi sen toteutumisen seuraaminen ja tutkiminen on tärkeää. Yritysmielikuvan toteutuminen kaikille asiakassegmenteille vaatii muutoksia, reagointikykyä ja resursseja vastata muuttuvan toimintakentän luomiin haasteisiin. Yritysmielikuvan tutkiminen auttaa löytämään sudenkuopat ja onnistumisen pilkahdukset sekä hahmottamaan mahdolliset yritysmielikuvan kehittämisen tavoitteet tulevaisuudelle. (Rope 2005, 197–198). Yritysmielikuvan kehittämisen prosessia havainnollistetaan kuviossa 5.



Kuvio 5. Yritysmielikuvan kehittämisprosessi (Rope 2005, 197–198.)

#### 4.4 Nuoret ja yritysmielikuva

Nuoret arvostavat aiempaa sukupolvea enemmän työnantajan arvoja ja joustavuutta. Raha ei enää ratkaise, vaan nuori haluaa kokea työn merkityksellisyyden sekä jakaa samat arvot työnantajan kanssa. Nuoret ovat tottuneita sosiaalisen median käyttäjiä ja siitä syystä nuoret etsivät pääasiassa töitä ja tietoa työnantajista sähköisiltä kanavilta, ja reagoivat sen kautta tulevaan viestintään. (Krebamedia 2018.)

Mielikuva voi muodostua hetkessä. Vaikkei nuori välttämättä ymmärtäisi mitä yritysmielikuva tarkoittaa, hänelle on silti voinut muodostua sellainen nähdessään mainoksen tai asioidessaan yrityksen toimipaikoissa. Haasteita yritysmielikuvan kartoittamiseen tuovat sen ennusteettomuus, muodostumiseen vaikuttavat tekijät ja niiden vaihtelevuus eri ikäluokilla ja kohderyhmillä. (Rope 2005, 187.)

Aihetta on TET-harjoittelijoiden kohdalla tutkittu huomattavan vähän, mikä myös haastaa yritysmielikuvan rakentumista, etenkin nuorten keskuudessa. Nuorille muodostuneen yritysmielikuvan toimivuutta ja vaikutuksia tutkimalla voitaisiin saada laajempi kuva heihin vetoavista tavoista ja kanavista sekä mahdollisia kehityspolkuja tulevaisuudelle (Duunitori 2021.).

## 5 Tutkimuksen toteutus

### 5.1 Osuuskauppa Hämeenmaa

Osuuskauppa Hämeenmaa on yksi S-ryhmän 19 alueosuuskaupasta. Osuuskauppa Hämeenmaa toimii 21 kunnan alueella Kanta- ja Päijät-Hämeessä. Hämeenmaalla on yli 100 toimipaikkaa ja työllistää lähes 3000 työntekijää. Hämeenmaan toimipaikkoja ovat esimerkiksi Prismat, S-marketit, Salet, Sokos hotellit, Amarillot ja ABC-liikennemyymälät. Hämeenmaalle kuuluu myös rauta-, auto-, polttoneste- ja erikoisliikekauppoja.

Hämeenmaa toimii arvojensa mukaisesti (Hämeenmaa 2021a.):

- *Ilahdutamme asiakasta.*
- *Toimimme vastuullisesti.*
- *Kehitymme rohkeasti.*
- *Menestymme yhdessä.*

Osuuskauppa Hämeenmaa on asiakkaidensa omistama eli jokainen asiakas on saanut ostaa itselleen palan organisaatiota. Näitä kanta-asiakkaita kutsutaan asiakasomistajiksi ja heitä oli yhteensä 166 342 Osuuskauppa Hämeenmaalla vuonna 2020. Asiakasomistajuus on Osuuskauppatoiminnalle tärkeää ja siksi hyödyt jaetaan yhdessä asiakasomistajien kanssa. Vuonna 2020 Osuuskauppa Hämeenmaa jakoi asiakasomistajiensa kesken 29 miljoonaa euroa Bonusta. Osuuskauppa Hämeenmaan toiminta perustuu tuottamaan monipuolisesti palveluja ja etuja asiakasomistajilleen pitkin toimialuettaan. (Hämeenmaa 2020).

Osuuskauppa Hämeenmaan arvot ohjaavat heidän liiketoimintaansa. Vastuullisuus, asiakaslähtöisyys sekä tuloksellisuus ja kehittyminen näkyvät heidän arjessaan. Osuuskauppa Hämeenmaalle vastuullisuus pitää sisällään turvallisuutta, asiakaslähtöisyyttä, yhdessä tekemistä, ympäristöstä huolehtimista ja luotettavuutta niin työnantajana, kuin yhteistyökumppanina (Hämeenmaa 2021b). Osuuskauppa Hämeenmaa tuo vastuullisia vaihtoehtoja valikoimiinsa sekä tukee paikallisia lähiyrittäjiä ja tavarantoimittajia. Heidän valikoimiinsa kuuluu yli 200 lähiyrittäjän ja tavarantoimittajan tuotteita, jotka vakauttavat heidän liiketoimintaansa varmistamalla reilut tuottajahinnat. Tämän lisäksi vastuullisuus näkyy myös ympäristö tekoina, työntekijöistä huolehtimisena sekä avoimena viestintänä asiakasomistajilleen myös poikkeusaikana. (Hämeenmaa 2021c.)

Asiakaslähtöisyys näkyy asiakasomistajille maksettujen Bonusten lisäksi myös Osuuskunta toiminnan perustana. Osuuskaupat on perustettu yli 100 vuotta sitten tarkoituksena palvella asiakkaita ja tuottaa heille tuotteita ja palveluita. Osuuskauppojen toiminta on jatkunut siitä saakka samalla periaatteella ja myös tulevaisuudessa. Asiakaslähtöisyys on kirjattu

tärkeänä ehtona arvojen lisäksi myös S-ryhmän eettisiin periaatteisiin, joita Hämeenmaa noudattaa. Eettisen periaatteet lukevat sisälleen asiakkaan kuuntelemisen, avoimen ja rehellisen toiminnan, toisen arvostuksen ja kunnioittamisen, reilun kilpailun, lahjomattomuuden, hyvän hallintotavan ja ihmisoikeuksien kunnioittamisen, vastuullisen toiminnan ja ympäristöstä huolehtimisen. (S-ryhmä.)

Tuloksellisuus mahdollistaa asiakasomistajille maksetun Bonuksen lisäksi myös liiketoiminnan jatkuvuutta entistä kehittyvämmiin kohti tulevaisuutta. Osuuskauppa Hämeenmaan liiketoiminta tuotti tulosta 35,4M vuonna 2020 ja myynti oli 1180M euroa. Liikevaihto laski hieman poikkeusvuonna edelliseen vuoteen verrattuna, mutta toimiala kohtaista nähtiin päivittäistavarakaupan puolella. Hyvä tulos mahdollisti Osuuskauppa Hämeenmaan investointeja ja tuottamaan enemmän palveluja asiakasomistajilleen. (Hämeenmaa)

### **TET-harjoittelijat Hämeenmaalla**

Osuuskauppa Hämeenmaalla järjestetään vuosittain useita kymmeniä TET-harjoitteluja. Nuoret käyvät omatoimisesti kysymässä toimipaikoista TET-harjoittelupaikkoja ja heitä otetaan harjoitteluun mahdollisuuksien mukaan toimipaikan tilanteesta ja koosta riippuen. Osuuskauppa Hämeenmaalla TET-harjoittelijat pääsevät tutustumaan työelämään ja toimipaikan työtehtäviin, kuten hyllyttämiseen, siistimiseen ja tärkeimpänä, asiakkaiden palveluun.

Osuuskauppa Hämeenmaalla ei ole tähän mennessä ollut yhtä selkeää toimintamallia tai perehdytysuunnitelmaa TET-harjoittelijoiden perehdytyksestä. Heidän perehdytyksessään on kuitenkin noudatettu samoja Hämeenmaan yhteisiä pelisääntöjä, mitä muidenkin uusien työntekijöiden kanssa. Perehdyttämiseen käytetty aika ja toimintamallit ovat vaihdelleen toimipaikasta riippuen, mikä on saattanut haitata nuorten TET-harjoittelukokemusta ja yritysmielikuvaa Osuuskauppa Hämeenmaasta.

## **5.2 Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen kulku**

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena hyödyntäen teemoittelua ja kvantifiointia aineiston käsittelyssä. Kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella tarkoitetaan menetelmäsuuntausta, jonka avulla päästään syventymään tutkittavien ajatuksiin, tunteisiin ja niihin vaikuttaviin tekijöihin (Jyväskylän yliopisto 2021). Anneli Sarajärvi ja Jouni Tuomi kuvailevat kirjassaan Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi (2017), että laadullinen tutkimus on kuin sateenvarjo, jonka alle voidaan luokitella monenlaisia laadullisia tutkimuksia. Laadulliselle tutkimukselle perinteisiä menetelmiä aineiston keräämiseen ovat havainnointi, haastattelut, kyselyt ja erilaisiin dokumentteihin perustuvat tiedot. (Tuomi & Sarajärvi 2017, 71.)



Opinnäytetyön tutkimus osuudessa käytettiin laadullista tutkimusta, sillä tutkimuksen tarkoituksena oli keskittyä keräämään tutkimusdataa pääasiallisesti määrän sijasta laadullisesti. Tutkimusdatan muuttaminen määrälliseen muotoon auttoi niiden analysointia ja yhteenve-toa. Tutkimuksen kannalta teemoittelun hyödyntäminen oli kannattavaa, sillä teemoittelun avulla pystyttiin painottamaan mitkä teemat toistuivat ja aineistoa voitiin pilkkoa ja ryhmitellä tulosten analysoimiseksi (Tuomi & Sarajärvi 2017, 71). Laadullisen tutkimuksen käyttö tutkimusmenetelmänä ei poissulje määrällisyyden käyttömahdollisuutta. Tällaisessa menetelmääjattelussa pyritään pois päin tiukoista rajauksista ja siksi myös laadullisessa tutkimuksessa voidaan hyödyntää määrällisyyttä esimerkiksi kvalifioinnin avulla. (Kvalimotv 2021a.).

Kvantifioimalla laadullisen tutkimuksen aineistoa voitiin muuttaa määrälliseen muotoon. Kvalifiointi mahdollisti tutkimustulosten luotettavan analysoinnin, eikä tutkimustuloksia tarvinnut perustella pelkästään tuntumalla. Kvalifiointi kertoi luotettavat tutkimustulokset helpommin luettavassa muodossa taulukoina ja numeroina, sitaattien ja tekstin sijaan. Kvalifioinnin tueksi tarvittiin teemoittelua, jotta tiedettiin mitkä keskeiset elementit aineistoissa toistuu. (Kvalimotv 2021b.).

Teemoittelun avulla työpajojen kautta saadusta aineistoista pystyttiin analysoimaan toistuvia tekijöitä sekä erottamaan nuorten yleisimmät vastaukset. Teemoittelu on yksi laadullisen tutkimuksen analysointimenetelmistä ja sitä tyypillisesti hyödynnetään tutkimuksissa, jossa aineistosta halutaan nostaa esiin keskeisiä tai toistuvia teemoja (Juhila). Teemoittelun avulla aineistosta pystyttiin myös erottelemaan yleisimmät ja erottavat vastaukset, jotka muutettiin numeraaliseen muotoon kvantifioinnin avulla.

Nuorille toteutettu laadullinen tutkimus piti sisällään kaksi osiota, joista ensimmäinen osio toteutettiin työpajoina hyödyntäen käytännönläheistä toimintatutkimusta. Toimintatutkimus on tutkimusstrategia, jonka avulla pystytään etsiä ongelmiin ratkaisuja ottamalla osallistujat osaksi aktiivista tutkimusta (Jyrkämä). Aktiivinen osallistuminen, ongelmakeskeisyys, käytännön suuntautuminen ja yhteistyö tutkittavan ja tutkittavien välillä ovat olennaisia toimintatutkimukselle. (Kvalimotv 2021c.).

Toimintatutkimuksessa tiedonkeruu toteutettiin havainnoimalla sekä keräämällä dataa kirjallisessa muodossa pienryhmissä. Työpajoista kerättiin kirjallisia vastauksia, jotka nuoret olivat tuottaneet pienryhmissä keskustellen annetusta aiheesta ja vastaamalla annettuihin kysymyksiin. Työpajoja varten nuorille on kerrottu useampi perehdytyspakettiin viittaava aihe, jota yläkoululaiset saivat käyttää keskustelun tukena tarvittaessa. Aiheita olivat työpaikan pelisäännöt, työtehtävät / työvälineet, työpaikan toimintatavat, perehdytys työpaikalla, työpaikan / työnantajan odotukset, työergonomia ja -hyvinvointi, turvallisuus, henkilöstöstä, työnantajan visiosta ja arvoista ja viestintä työpaikalla. Nämä aiheet valikoituivat

Osuuskauppa Hämeenmaalla jo aiemmin käytössä olleen perehdytyspaketin pohjalta. Tutkimuksen tarkoituksena oli kuitenkin kerätä nuorten omia, aitoja ajatuksia, joten annettuihin aiheisiin ei ollut välttämätöntä tukeutua. Tästä syystä nuorille korostettiin, että heidän omat aiheensa ja ajatukset ovat tutkimuksen kannalta arvokkaampia, kuin valmiiksi annetut aiheet.

Tutkimuksen toinen osio toteutettiin kyselytutkimuksena työpajan yhteydessä. Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa millaisena he näkevät Osuuskauppa Hämeenmaan ja kuinka potentiaaliseksi he kokevat Hämeenmaan toimipaikat TET-harjoittelun näkökulmasta. Kyselytutkimus toteutettiin paperisena, sillä nettikysely oli liian haastava toteuttaa koulujen älylaitteiden vähäisyydestä johtuen. Kyselytutkimukseen ja työpajoihin osallistui sama otanta.

Kyselytutkimuksen idea on hyvin selkeä ja yksinkertainen. Kyselytutkimus perustuu siihen, että halutaan saada tietoa, kuten mitä ihminen ajattelee tai millaisena hän kokee tai näkee asiat. Siihen helpoin tapa on kysyä kysymyksiä tutkimusotannalta kyselylomakkeen avulla. (Tuomi & Sarajärvi 2017, 72.) Kyselylomakkeella toteutettu tutkimus on yleisesti osa kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta, mutta sitä voidaan käyttää myös laadullisessa tutkimuksessa kvantifioimalla vastaukset määrälliseen muotoon. (Tuomi & Sarajärvi 2017, 74.) Kyselylomakkeella ei voida kysyä mitä tahansa kysymyksiä vaan vain sellaisia kysymyksiä, jotka ovat tutkimuksen kannalta olennaisia. Kysymysten tulee olla perusteltuja tutkimuksen teorian nojalla. (Tuomi & Sarajärvi 2017, 75.) Opinnäytetyössä yritysmielikuvaa kartoittava kyselytutkimus tehtiin laadullisena tutkimuksena hyödyntäen kvalifointia, sillä se oli osa tutkimuksen kokonaisuutta. Kyselytutkimuksessa oli mahdollista antaa myös avoimia vastauksia, jotka vaativat kvalifointia tuloksen analysoimiseksi.

### 5.3 Tutkimukseen osallistumisen taustat ja rajaukset

Opinnäytetyön tutkimusosuuteen osallistui yhteensä 69 nuorta Lahden alueelta. Heistä 32 nuorta oli Orimattilan yhteiskoulun oppilaita, ja 37 heistä oli Salpausselän peruskoulun oppilaita. Osallistujista 46 oli vuonna 2006 syntyneitä ja 23 olivat syntyneet vuonna 2005. Osallistujien ikähaarukka oli 14–16-ikävuoden välillä. Osallistujista kolme jätti vastaamatta annettuun kyselylomakkeeseen yritysmielikuvasta. Osallistujat valittiin sattumanvaraisesti aikataulut huomioiden. Opinto-ohjaajat saivat mahdollisuuden valita omista ryhmistään tutkimukseen sopivat luokat 8 tai 9.-luokkalaisista. Opinto-ohjaajat valitsivat luokat, jotka heidän mielestään pystyisivät tuottamaan hyviä ja kattavia vastauksia tutkimuksen näkökulmasta.

## Tutkimusotannan jaottelu

Tutkimustuloksen selkeyttämiseksi osallistunut tutkimusotanta oli jaettu ryhmiin A, B, C, ja D (Taulukko 1). Ryhmät A ja B olivat Orimattilan yhteiskoululta osallistuneet ryhmät. Ryhmät C ja D olivat Salpausselän peruskoulusta. Tutkimustulokset oli eritelty ryhmittäin kunkin tutkimuksen osion alle. Ryhmien sisällä nuoret olivat ohjeistettu jakautumaan 2–4 henkilön pienryhmiin.

MA 3.5	16 osallistujaa	A	Orimattilan yhteiskoulu
To 6.5	16 osallistujaa	B	Orimattilan yhteiskoulu
TI 18.5	14 osallistujaa	C	Salpausselän peruskoulu
Ke 19.5	23 osallistujaa	D	Salpausselän peruskoulu

Taulukko 1. Ryhmien jaottelu

### 5.4 Työpajan rakenne ja järjestäminen

Työpajat oli suunniteltu kestämään 45–75 minuuttia riippuen luokkien omista aikatauluista. Työpajojen ja kyselyn toteuttamiseen oli kuitenkin varattu sama aika. Jokaiselle osallistuneelle luokalle järjestettiin yksi työpaja, johon osallistui koululaisten lisäksi heidän opinto-ohjaajansa. Työpajoihin osallistui Lahden alueen 8. ja 9- luokkalaisia nuoria, joista osa oli jo ollut aiemmin TET-harjoittelussa ja osalla ensimmäinen työharjoittelu oli vasta edessä. Työpajat järjestettiin 2021 toukokuun aikana Microsoft Teamsin avulla nuorten ollessa koululla paikan päällä opinto-ohjaajansa kanssa. Työpajojen aikataulua eri ryhmille on havainnollistettu tarkemmin taulukossa 2.

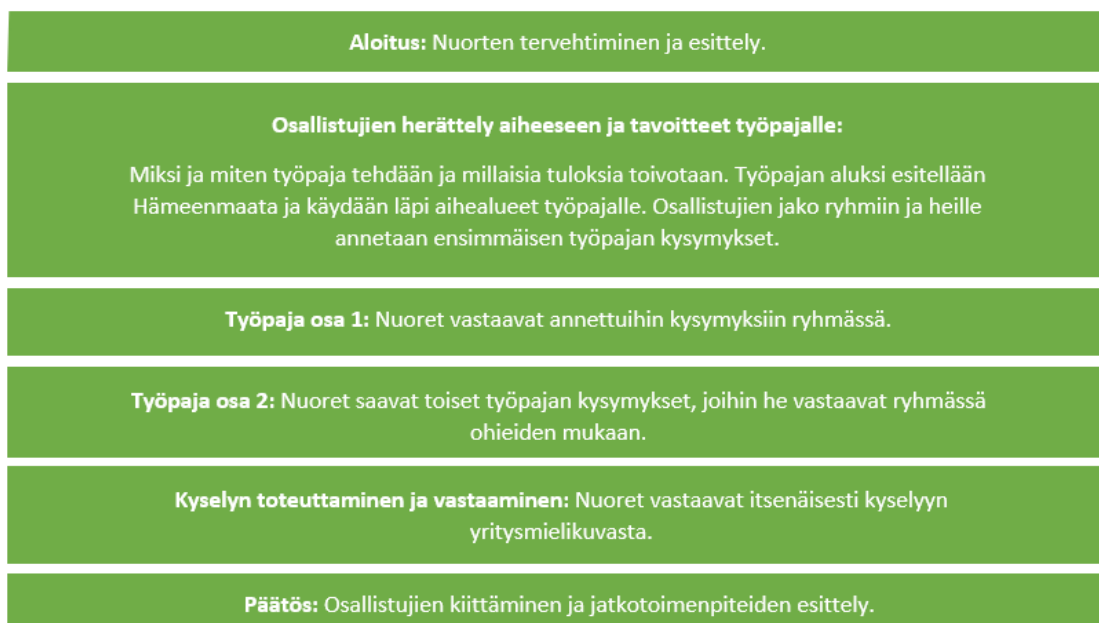
MA 3.5	45 minuuttia	16 osallistujaa	2006	14–15-vuotiaita
To 6.5	45 minuuttia	16 osallistujaa	2006	14–15-vuotiaita
TI 18.5	75 minuuttia	14 osallistujaa	2006	14–15-vuotiaita
Ke 19.5	75 minuuttia	23 osallistujaa	2005	15–16-vuotiaita

Taulukko 2. Työpajojen aikataulut

Työpajat olivat rakenteeltaan kaksiosaisia, joissa nuoret työskentelivät pienryhmissä. Pienryhmät olivat kooltaan 2–5 nuorta. Ennen pienryhmätyöskentelyä oli tarpeellista esitellä työn tavoite, käydä läpi työpajan rakenne ja johdatella nuoret kyseessä oleviin aiheisiin. Johdattelu tehtiin Osuuskauppa Hämeenmaan aiemman perehdytyspaketin teemojen

pohjalta, jotta nuorten olisi helpompi tarttua aiheeseen. Näitä teemoja olivat työpaikan pelisäännöt, työtehtävät / työvälineet, työpaikan toimintatavat, perehdytys työpaikalla, työpaikan / työnantajan odotukset, työergonomia ja -hyvinvointi, turvallisuus, henkilöstöstä, työnantajan visiosta ja arvoista, ja viestintä työpaikalla.

Pienen johdattelun jälkeen nuoret olivat valmiina ryhmätyö osuuteen. Ensimmäisessä työpaja osuudessa (Liite 1) nuoret jaettiin pienryhmiin ja he saivat kaksi kysymystä, joihin piti kumpaankin vastata vähintään kolmella kohdalla. Tämän jälkeen nuoret jatkoivat toiseen työpaja osuuteen (Liite 2) ja saivat kolme uutta kysymystä. Molemmat työpaja osuudet kestivät 15 minuuttia. Työpajojen jälkeen nuoret vastasivat vielä neljään yritysmielikuvaa kartoittavaan kyselyyn itsenäisesti (Liite 3). Työpajojen rakennetta havainnollistetaan kuviossa 6.



Kuvio 6. Työpajojen rakenne

Ensimmäisen työpajan kysymykset:

- Pohtikaa ryhmänä kolme tärkeintä asiaa TET-harjoittelun perehdyttämisen näkökulmasta.
- Millaista tietoa koette tarvitsevanne kyseisistä aiheista ennen TET-harjoitteluun osallistumista? Mainitkaa ainakin 3 asiaa.

Toisen työpajan kysymykset:

- Millainen on onnistunut TET-harjoittelukokemus?
- Mitkä tekijät siihen vaikuttavat?

- Miten työnantajan tulisi valmistautua työharjoitteluusi? Mainitkaa ainakin 3 asiaa jokaiseen kohtaan.

Kyselytutkimuksen kysymykset:

- Mitkä vaihtoehdot kuvaavat mielestäsi Osuuskauppa Hämeenmaata?  
Valitse kolme seuraavista vaihtoehdoista: aktiivinen, asiakaslähtöinen, asiantunteva, ekologinen, edelläkävijä, kasvava, kiinnostava, kilpailukykyinen, laadukas, monipuolinen, nykyaikainen, turvallinen, vastuullinen, luotettava ja kehittyvä.
- Kuinka potentiaalisiksi TET-harjoittelupaikaksi koet Osuuskauppa Hämeenmaan toimipaikat?
- Millainen mielikuva sinulla on Osuuskauppa Hämeenmaasta?
- Mitkä asiat ovat vaikuttanut mielikuvaasi Osuuskauppa Hämeenmaasta?

## 6 Tutkimustulokset

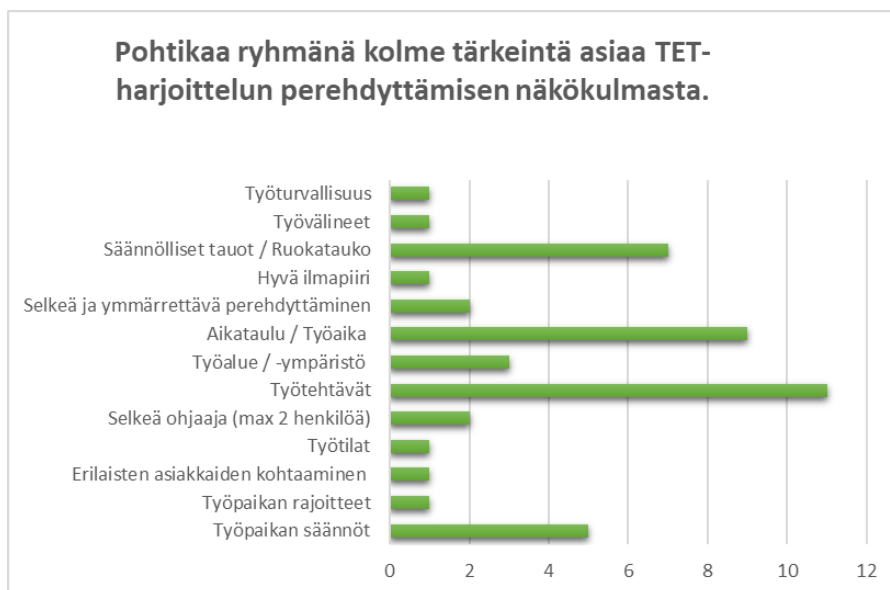
### 6.1 Työpaja -tutkimusosion tulokset

Työpaja 1 lähti liikkeelle kysymyksellä, jossa nuorten piti miettiä pienryhmissä kolme heidän mielestään tärkeintä asiaa TET-harjoittelun perehdyttämisen näkökulmasta. Perehdyttämisen teemoihin syvennyttiin ennen työpajoja, joten nuorilla oli käsitys mitä teemoja perehdyttämiseen kuuluu.

Ryhmän A pienryhmien vastausten perusteella heistä viisi nuorta haluaisi tietoa TET-harjoitteluun kuuluvista työtehtävistä. Neljä pienryhmää koki tärkeäksi tiedon työajasta ja aikataulusta TET-harjoittelun aikana. Tieto ruokatauosta ja työympäristöstä kiinnosti kolmea pienryhmää. Loppujen pienryhmien vastaukset hajautuivat laajemmalle. Alle kaksi pienryhmää koki, että heidän olisi hyvä saada tietoa työpaikan pelisäännöistä ja rajoitteista, asiakaskunnasta ja työtiloista. Yksittäisiä vastauksia saatiin myös teemoista, kuten tieto perehdyttäjistä tai niiden määrästä, perehdyttämisestä ja työpaikan ilmapiiristä ennen TET-harjoittelua.

Ryhmän B pienryhmät olivat hyvin samoilla linjoilla toistensa kanssa siitä, mistä asioista he haluaisivat saada tietoa ennen TET-harjoittelua. Kuusi pienryhmää oli sitä mieltä, että tieto työtehtävistä on oleellista TET-harjoittelun perehdyttämisen näkökulmasta. Tässäkin ryhmässä toiseksi eniten vastauksia sai työaika ja aikataulut TET-harjoittelun aikana. Näin vastasi viisi pienryhmää ryhmästä B. Kolme pienryhmää koki, että tieto ruokatauosta ja työympäristöstä oli tärkeää ja sen tulisi löytyä mahdollisesta perehdytyspaketistä. Työvälineet, työturvallisuus ja työpaikan pelisäännöt olivat mainittu alle kolmen pienryhmän vastauksissa.

Ryhmien A ja B vastausten perusteella nuoret pitivät tärkeänä asiana perehdyttämisen näkökulmasta, sitä, että he saisivat tietoa työpaikan pelisäännöistä, työtehtävistä ja aikataulusta, tauoista sekä työajasta. Molempien ryhmien vastaukset olivat hyvin samansuuntaiset, sillä kolme eniten esiintynyttä teemaa olivat ryhmillä samat. Ryhmien A ja B vastauksia työpajan 1 ensimmäiseen kysymykseen havainnollistetaan tarkemmin kuviossa 7.

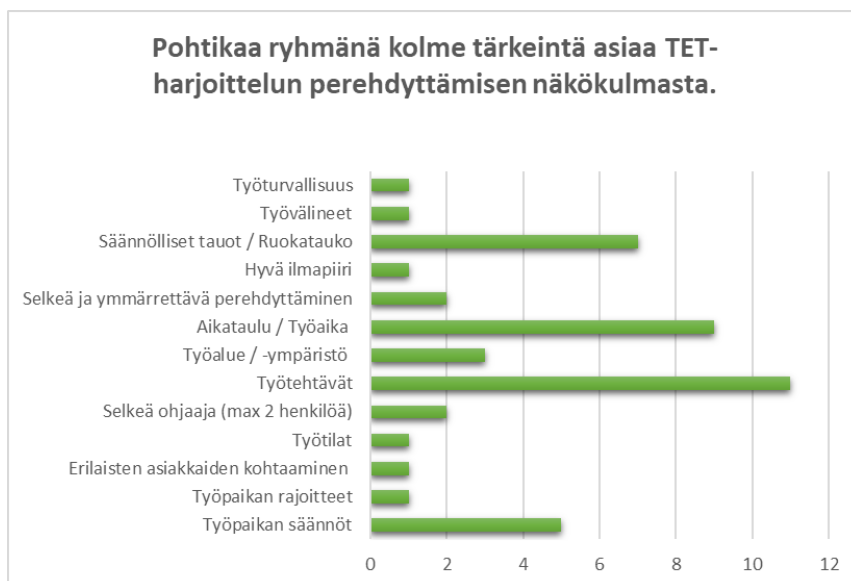


Kuvio 7. Ryhmien A ja B vastaukset (n= 15)

Ryhmästä C neljä pienryhmää koki, että heidän olisi hyvä tietää työpaikan työtehtävistä ennen TET-harjoittelua. Kolme pienryhmää koki, että työaika ja työpaikan aikataulu olivat heidän kannaltaan tärkeitä asioita tietää ennen TET-harjoittelua. Heidän lisäksi kaksi pienryhmää olivat sitä mieltä, että tieto työturvallisuudesta, hygieniasta, tauoista ja asiakaspalvelusta auttaisivat heitä TET-harjoittelun perehdyttämisen näkökulmasta. Tähän kysymykseen saatiin pienryhmiltä myös yksittäisiä vastauksia. He olivat sitä mieltä, että tärkeitä asioita olivat myös toimintatavat, työvälineet sekä perehdyttäminen työpaikalla.

Ryhmästä D neljä ryhmää kokivat, että tärkeimmät asiat perehdyttämisen näkökulmasta ovat työtehtävät sekä työaika ja aikataulu. Kaksi pienryhmää oli sitä mieltä, että tauot ja työpaikan pelisäännöt ovat asioita, jotka tulisi tietää ennen TET-harjoittelun alkua. Muita yksittäisiä mainittuja aiheita ryhmässä D olivat: perehdyttäminen, työvälineet, asiakaspalvelu, toimintatavat, innokkuus, positiivisuus, työtehtäviin panostaminen, millainen työpaikka on, työergonomia, hyllytys ja tieto erikoistilanteiden varalle.

Ryhmien C ja D vastaukset ensimmäiseen kysymykseen olivat hyvin samankaltaiset, sillä heistä suurin osa vastasi tärkeimmiksi asioiksi työtehtävät, työajan, aikataulun ja tauot. Ryhmien C ja D vastauksia työpajan 1 ensimmäiseen kysymykseen havainnollistetaan tarkemmin kuviossa 8.



Kuvio 8. Ryhmien C ja D vastaukset (n=10)

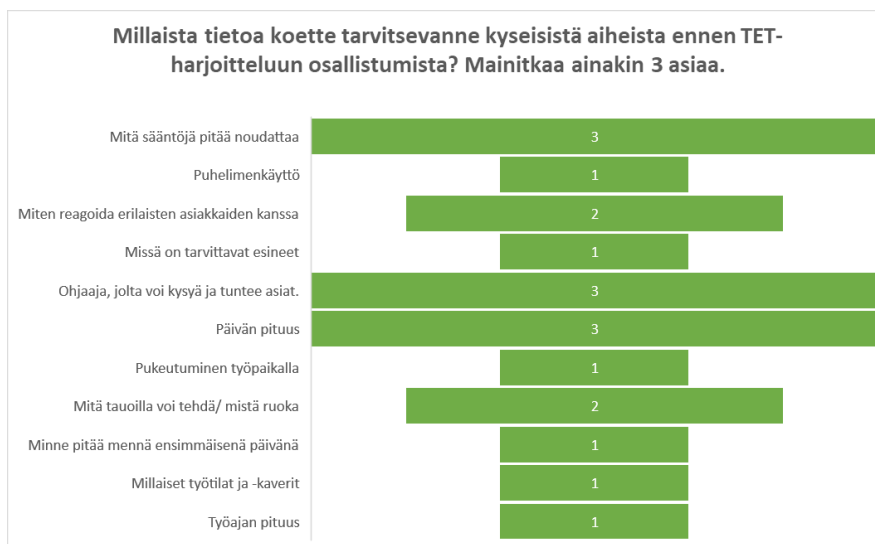
Seuraavaksi nuoren tuli miettiä tarkemmin, millaista tietoa he tarvitsisivat näistä kyseisistä aiheista ennen TET-harjoitteluun osallistumista. Tässä kysymyksessä nuoret pääsivät pureutumaan ensimmäisessä kysymyksessä antamiinsa vastauksiin hieman tarkemmin.

Ryhmän A vastauksissa näkyi perehdyttäjän merkitys. Kolme pienryhmää koki, että perehdyttäjältä pitäisi voida kysyä tarvittaessa apua ja hänen tulisi tietää työpaikan asiat. Tämän lisäksi kaksi pienryhmää olivat sitä mieltä, että heidän olisi hyvä tietää, millaisia sääntöjä työpaikalla tulee noudattaa, miten tulisi reagoida erilaisiin asiakkaisiin sekä minkä pituinen on heidän työpäivänsä. Yksittäisiä pienryhmävastauksia olivat myös: mistä nuoret löytävät tarvittavat työvälineet, mihin ensimmäisenä työpäivänä pitää mennä, mitä ruokatauoilla voi tehdä sekä millaiset työtilat ja työkaverit työpaikalla odottavat.

Ryhmässä B kaikki saadut vastaukset olivat eriäviä toisistaan, sillä kaikki pienryhmät halusivat erilaista tietoa aiemmin mainitsemistaan aiheista. Ryhmän B pienryhmät halusivat tarkemmin tietoa, millaisia sääntöjä työpaikalla tulisi noudattaa ja saako puhelinta käyttää työaikana ja milloin. Yksittäiset pienryhmät halusivat lisätietoa myös siitä, minkä pituinen työpäivä on, millaisia vaatteita työpaikalla tulee käyttää ja mitä ruokatauon aikana saa tehdä.

Yhteenvetona molempien ryhmien A ja B vastauksista voitiin todeta (Kuvio 9), että ryhmät haluavat tietää millaisia sääntöjä työpaikalla tulee noudattaa sekä keltä voi kysyä ohjeita TET-harjoitteluun. He kaipasivat myös tietoa työtehtävistä sekä kuinka pitkä heidän työpäivänsä on.



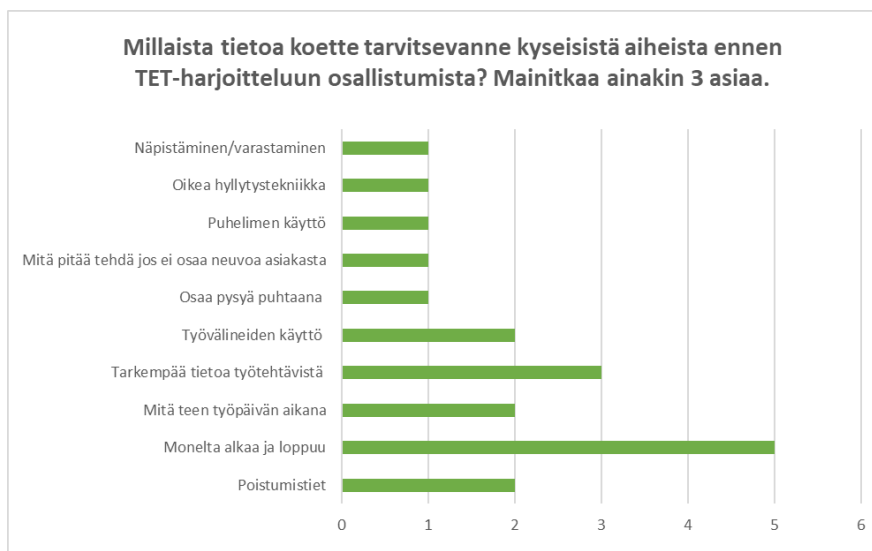


Kuvio 9. Ryhmien A ja B vastaukset (n=15)

Ryhmästä C kaksi pienryhmää oli sitä mieltä, että heidän tulisi tietää tarkemmin poistumis- teistä ja työpäivän sisällöstä. Kaksi pienryhmää vastasivat haluavansa tietää tarkemmin työpäivän aikatauluista, kuten monelta päivä alkaa ja loppuu. Pienryhmien nuoret vastasivat myös, että heidän olisi hyvä tietää työvälineiden käytöstä, työtehtävistä sekä hygieniasta, jotta osaavat pysyä puhtaana. Nämä vastaukset olivat yksittäisiä pienryhmien vastauksia.

Ryhmä D pienryhmien vastaukset olivat yhtenevämpiä kuin edellisessä ryhmässä. Heistä kolme pienryhmää oli sitä mieltä, että haluaisivat tietää tarkemmin monelta työaika alkaa ja loppuu. Tämä oli yleisin vastaus ryhmässä D. Tämän lisäksi kaksi pienryhmää kokivat, että tarkempi tieto työtehtävistä helpottaisi heitä ennen TET-harjoittelun alkua. Pienryhmien nuoret vastasivat myös, että heidän olisi hyvä tietää tarkemmin puhelimen käytöstä työai- kana, työvälineistä, ja oikeasta hyllytystekniikasta. Tietoa kaivattiin myös siitä, miten toimia näpistämistilanteissa tai jos ei osaa neuvoa asiakasta. Nämä vastaukset olivat yksittäisiä pienryhmien vastauksia.

Yhteenvedona ryhmistä C ja D voitiin todeta (Kuvio 10), että heille on tärkeintä tietää, mo- nelta työpäivä alkaa ja loppuu sekä tarkempaa tietoa työtehtävistä. Ryhmässä oli määrään nähden paljon yksittäisiä vastauksia.



Kuvio 10. Ryhmien C ja D vastaukset (n=10)

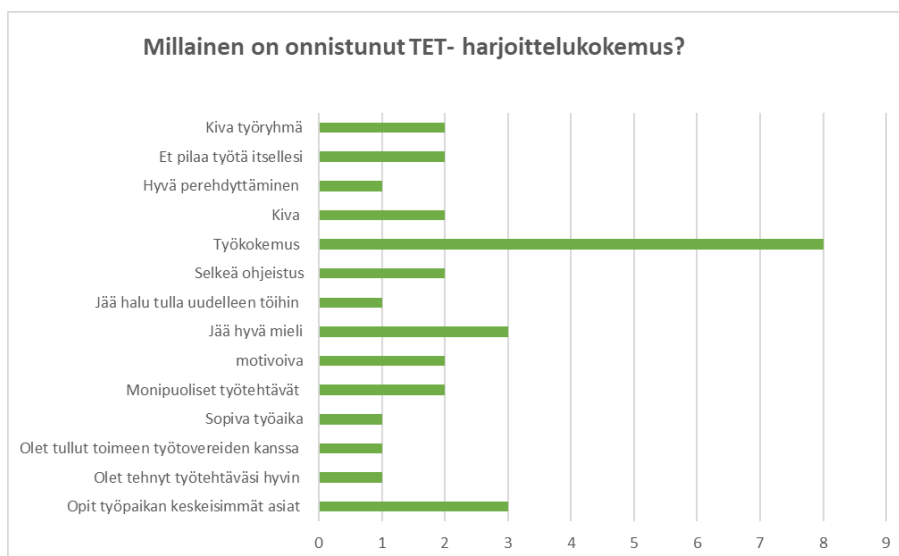
Työpajassa 2 keskityttiin kartoittamaan, millainen oli nuorten mielestä onnistunut TET-harjoittelukokemus. Heidän tuli myös miettiä, mitkä seikat siihen vaikuttavat ja kuinka työnantajan tulisi valmistautua nuoren TET-harjoitteluun.

Ryhmän A pienryhmät olivat montaa mieltä siitä, millainen on onnistunut TET-harjoittelukokemus. Kaksi pienryhmää olivat sitä mieltä, että onnistunut TET-harjoittelukokemus vaatii monipuoliset työtehtävät, selkeän ohjeistuksen ja sen, että siitä jää hyvä mieli. Tämän lisäksi kahdelle ryhmälle oli tärkeää, että työpaikka on kiva ja TET-harjoittelusta saa itselleen työkokemusta. Muut ryhmät kertoivat, että onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen vaikuttavat hyvin tehty työ, toimeen tuleminen työkavereiden kanssa, sopiva työaika sekä työpaikan keskeisten työtehtävien oppiminen. Tärkeää onnistuneelle TET-harjoittelukokemukselle oli myös se, että työpaikkaan haluaisi tulla uudelleen, harjoittelu olisi motivoiva ja he saisivat harjoittelun aikana hyvän perehdyttämisen työhön. Yksi pienryhmä vastasi myös, että TET-harjoittelussa on tärkeää olla pilaamatta työtä itseltäsi.

Ryhmässä B kuusi pienryhmää sanoi työkokemuksen olevan osa onnistunutta TET-harjoittelukokemusta. Tämä oli yleisin vastaus kyseisessä ryhmässä. Kaksi pienryhmää sivusi hieman samaa aihetta, sillä he sanoivat TET-harjoittelun olleen onnistunut, mikäli nuori on oppinut työpaikan keskeisimmän työtehtävät. Muut pienryhmät kokivat, että onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen vaikuttavat kivat työkaverit, motivaation työhön ja se, että TET-harjoittelusta jää hyvä mieli. Yksi pienryhmä vastasi myös, että TET-harjoittelussa on tärkeää olla pilaamatta työtä itseltäsi.

Tutkimustulosten perusteella suurin osa pienryhmistä oli sitä mieltä, että TET-harjoittelu on onnistunut, mikäli siitä saa työkokemusta. Tämän lisäksi heille on tärkeää, että TET-

harjoittelusta jää hyvä mieli ja siellä pääsee oppimaan työpaikan keskeisimmät työtehtävät. Ryhmien A ja B vastauksia työpajan 2 ensimmäiseen kysymykseen havainnollistetaan tarkemmin kuviossa 11.

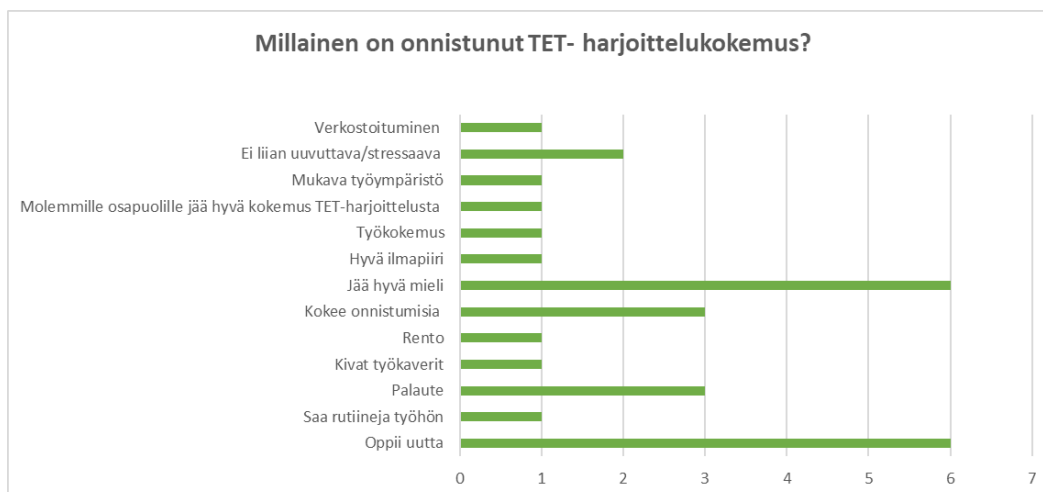


Kuvio 11. Ryhmien A ja B vastaukset (n= 13)

Ryhmästä C neljä pienryhmää vastasi, että onnistuneeseen työkokemukseen kuuluu uuden oppiminen. Kaksi pienryhmää kertoi, että onnistumisen tunteella on merkitystä TET-harjoittelun onnistumiselle. Muut pienryhmät olivat sitä mieltä, että onnistuneeseen TET-harjoitteluun tarvitaan hyvä ilmapiiri, rentous, rutiinit ja kivat työkaverit. Näiden vastauksien lisäksi pienryhmät antoivat myös yksittäisiä vastauksia. Yksittäisten ryhmien mielestä onnistuneesta TET-harjoittelukokemuksesta saa palautetta ja siitä jää hyvä mieli.

TET-harjoittelussa jo ollut ryhmä D olivat enemmän yhtenevämpiä vastaustensa kanssa kuin aiemmat ryhmät. Heistä viisi pienryhmää oli sitä mieltä, että onnistuneesta TET-harjoittelusta nuorella jää hyvä mieli. Kaksi ryhmää oli sitä mieltä, että uuden oppiminen, palautteen saaminen ja sopivasti kuormittava työ luovat onnistuneen TET-harjoittelukokemuksen. Muille pienryhmille oli tärkeää, että TET-harjoittelussa pääsee verkostoitumaan ja kokemaan onnistumisia mukavassa työympäristössä sekä siitä saatu työkokemus. Yksi ryhmä mainitsi myös, että onnistunut TET-harjoittelu on niin nuorelle kuin työnantajallekin hyvä kokemus.

Ryhmät C ja D olivat vastauksissaan samaa mieltä ryhmien A ja B kanssa. Molemmat kertoivat onnistuneet TET-harjoittelun sisältävän uuden oppimista, ja harjoittelun päätteeksi jää hyvä mieli. Tämän lisäksi he vastasivat, että palautteen saaminen ja onnistumisen tunteet kuuluvat osaksi onnistunutta TET-harjoittelukokemusta. Ryhmien C ja D vastauksia työpajan 2 ensimmäiseen kysymykseen havainnollistetaan kuviossa 12.

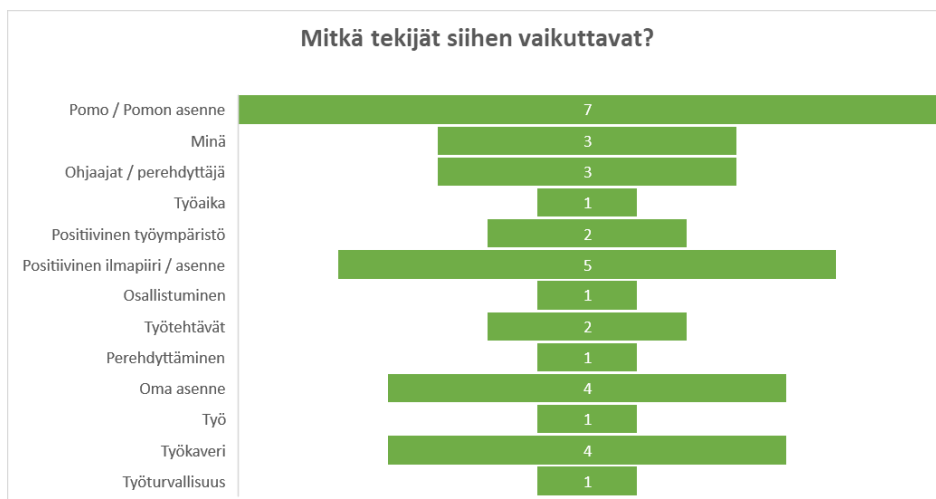


Kuvio 12. Ryhmien C ja D vastukset (n= 10)

Ryhmässä A kolme pienryhmää koki, että onnistuneeseen työharjoittelukokemukseen voi parhaiten vaikuttaa itse. Kaksi pienryhmää olivat sitä mieltä, että siihen vaikuttavat myös pomo ja hänen asenteensa, perehdyttäjät, työkaverit sekä ilmapiiri työpaikalla. Muut ryhmän A pienryhmät kokivat, että onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen vaikuttavat työaika, positiivinen työympäristö ja työtehtävät. Yksittäisiä pienryhmien vastauksia olivat myös perehdyttäminen, osallistuminen ja oma asenne.

Viisi pienryhmää ryhmässä B uskoivat, että onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen vaikuttaa eniten pomo ja hänen asenteensa. Kolme pienryhmää olivat sitä mieltä, että TET-harjoittelun onnistumiseen vaikuttaa positiivinen ilmapiiri työpaikalla sekä oma asenne harjoittelua kohtaan. Kaksi ryhmää koki työkavereilla olevan vaikutusta TET-harjoittelun onnistumiseen. Muut pienryhmät vastasivat perehdyttäjällä, positiivisella työympäristöllä, työtehtävillä, työllä ja työturvallisuudella olevan merkitystä TET-harjoittelun onnistumisen kanssa.

Ryhmät A ja B olivat sitä mieltä, että eniten onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen vaikuttaa pomo ja hänen asenteensa sekä positiivinen ilmapiiri ja asenteet työpaikalla (Kuvio 13). Useimmat pienryhmät vastasivat myös, että omalla asenteella ja työkavereilla on vaikutusta onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen.

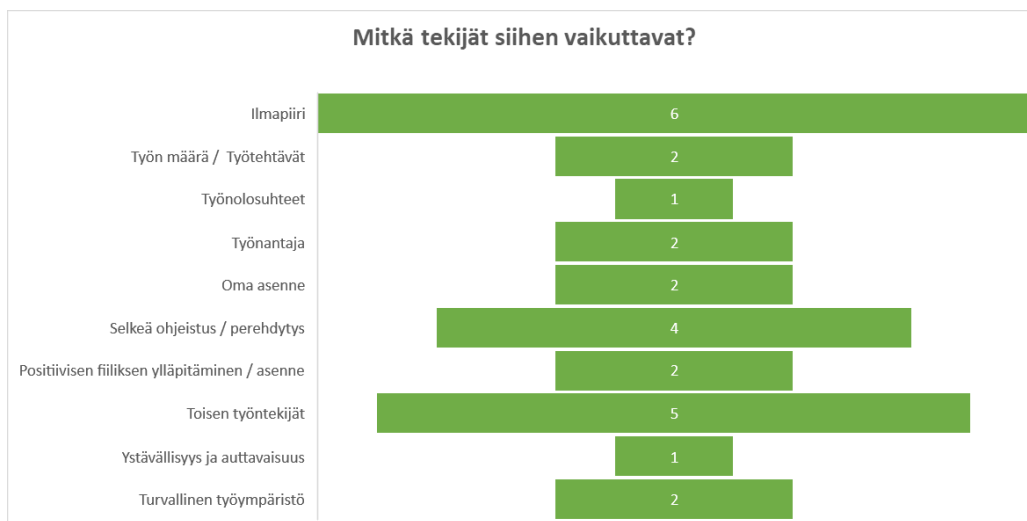


Kuvio 13. Ryhmien A ja B vastaukset 2 (n= 13)

Ryhmästä C kaksi pienryhmää kokivat, että ilmapiiri ja perehdytys tekevät TET-harjoittelukokemuksesta onnistuneen. Muiden pienryhmien vastaukset olivat yksittäisiä. Heidän mielestään onnistuneeseen TET-harjoitteluun vaikuttavat työtehtävät, -määrä ja -olosuhteet sekä työnantaja. Tämän lisäksi positiivisen fiiliksen ylläpitämisellä sanottiin olevan vaikutusta onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen. Yksittäiset pienryhmät kokivat myös, että omalla asenteella, muilla työntekijöillä, sekä heidän ystävällisyydessään ja auttavaisuudellaan on vaikutusta TET-harjoittelun onnistumiseen.

Ryhmästä D neljä pienryhmää kertoi ilmapiirillä ja muilla työntekijöillä olevan vaikutusta onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen. Kaksi pienryhmää koki, että siihen tarvitaan perehdytystä ja turvallinen työympäristö. Myös ryhmässä D oli yksittäisiä pienryhmien vastauksia. Yksittäiset pienryhmät kokivat, että omalla ja työnantajan asenteella sekä työtehtävillä ja niiden määrällä on vaikutusta onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen. Lisäksi yksi ryhmä sanoi positiivisen fiiliksen ylläpitämisellä olevan vaikutusta onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen.

Ryhmät C ja D olivat vastauksiensa perusteella sitä mieltä (Kuvio 14), että ilmapiiri ja toiset työntekijät vaikuttavat onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen. Onnistuneeseen kokemukseen vaikuttaa ryhmien C ja D mielestä myös selkeät ohjeistukset ja perehdytys työhön.



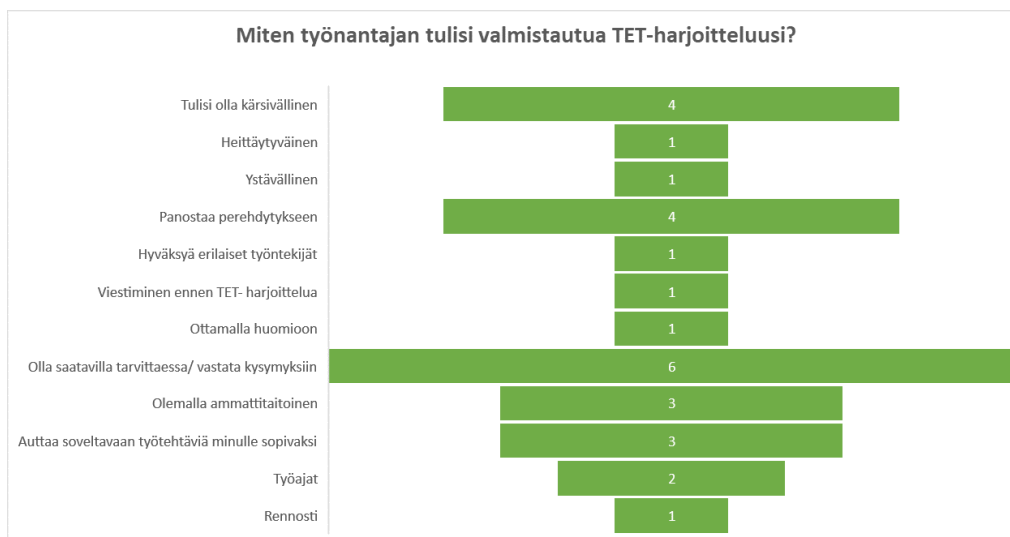
Kuvio 14. Ryhmien C ja D vastaukset (n= 10)

Työpajassa 2 kysyttiin seuraavaksi, miten nuorten mielestä työnantajan tulisi valmistautua heidän TET-harjoitteluunsa. Nuorten oli mahdollisuus esittää toiveitaan, miten työnantaja voisi valmistautua, jotta TET-harjoittelu olisi heidän kohdallaan onnistunut.

Ryhmästä A neljä pienryhmää oli sitä mieltä, että työnantajan tulisi valmistautua TET-harjoitteluun panostamalla nuorten perehdyttämiseen. Kaksi pienryhmää toivoivat työnantajan olevan harjoittelun aikana saatavilla sekä vastaamaan tarvittaessa heidän kysymyksiinsä. Pienryhmien mukaan työnantajan tulisi myös olla kärsivällinen, heittäytyväinen, huomioonottava, ammattitaitoinen ja ystävällinen. Ryhmän A pienryhmät toivoivat myös, että työnantaja hyväksyisi erilaiset työntekijät sekä viestisi heille ennen TET-harjoittelua. Nämä olivat yksittäisten pienryhmien vastauksia.

Ryhmästä B neljä pienryhmää koki, että työnantajan tulisi valmistautua vastaamaan TET-harjoittelijoiden kysymyksiin TET-harjoittelun aikana. Kolme pienryhmää koki, että työnantajan tulisi olla kärsivällinen ja pystyä tarvittaessa soveltamaan työtehtäviä sopiviksi nuorille. Kaksi pienryhmää toivoivat, että työnantajan valmistautuisi kertomalla työajat sekä olemalla ammattitaitoinen. Yksi pienryhmä koki myös kaipaavansa työnantajalta rentoutta TET-harjoittelun mahdollistavana työnantajana.

Yhteenvetona ryhmien A ja B vastauksista voitiin päätellä, että heidän mielestään työnantajan tulisi olla tarvittaessa saatavilla vastaamassa kysymyksiin. Tämän lisäksi ryhmille oli tärkeää, että työnantajan olisi kärsivällinen sekä panostaisi TET-harjoittelijoiden perehdytykseen. Ryhmien A ja B vastauksia työpajan 2 kysymykseen kolme havainnollistetaan kuviossa 15.

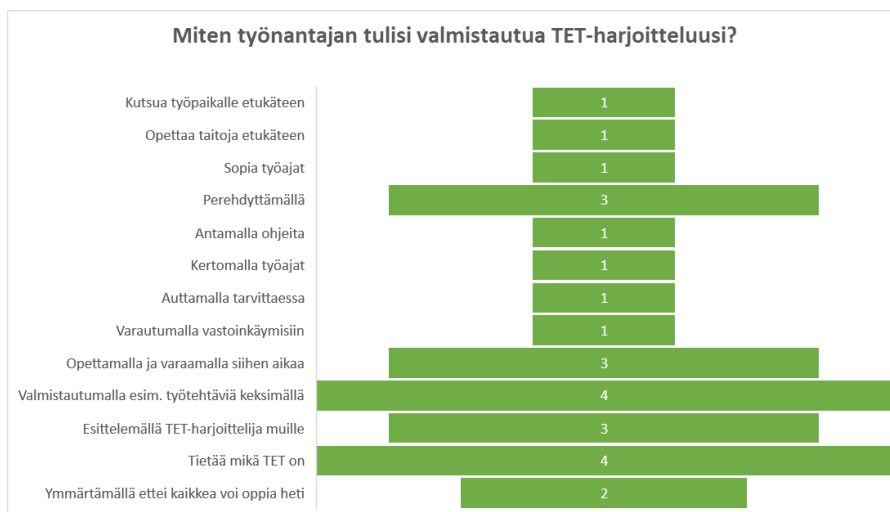


Kuvio 15. Ryhmien A ja B vastaukset (n=13)

Ryhmän C pienryhmistä ainoastaan kaksi ryhmää olivat samaa mieltä siitä, miten työnantajan tulisi valmistautua TET-harjoitteluun. Ryhmät vastasivat, että työnantajan tulisi opettaa nuoria työpaikan toimintatapoihin sekä varata siihen riittävästi aikaa. Loput pienryhmät olivat hieman eri mieltä toisensa kanssa, sillä vastaukset olivat yksittäisen ryhmän vastauksia. Pienryhmät toivoivat, että työnantaja tietäisi mikä TET-harjoittelu on ja mitä siihen kuuluu. Sen lisäksi työnantajan tulisi miettiä nuoren työtehtävät valmiiksi, varautua vastoin käymisiin, opettaa taitoja etukäteen ja sopia työajat nuoren kanssa. Nuoret kokivat myös, että työnantaja voisi kutsua nuoren työpaikalle etukäteen ennen TET-harjoittelua, kertoa työajat sekä auttaa, perehdyttää ja antaa ohjeita TET-harjoittelun aikana.

Ryhmän D vastaukset olivat aiempaa ryhmää yhtenevämmät. Heistä kolme pienryhmää haluaisi, että työnantaja valmistautuisi nuoren TET-harjoitteluun selvittämällä mikä TET-harjoittelu on ja mitä siihen sisältyy. He toivoivat myös, että työnantaja keksisi nuorelle työtehtäviä sekä tutustuttaisi nuoren muihin harjoittelijoihin työpaikalla. Kaksi pienryhmää toivoi, että työnantaja ymmärtäisi, ettei nuori voi oppia kaikkea heti ja huomioisi sen perehdyttämässä. Yksi pienryhmä koki, että opettaminen ja siihen varattu aika ovat osa työnantajan valmistautumista nuoren TET-harjoitteluun.

Ryhmien C ja D vastauksista voitiin todeta (Kuvio 16), että heille on tärkeää, että työnantaja tietää mikä TET-harjoittelu on, mitä sen kuuluu pitää sisällään ja miettiä työtehtävät valmiiksi. Näiden lisäksi ryhmät toivoivat työnantajan valmistautuvan perehdyttämään nuoret, varaamalla siihen riittävästi aikaa sekä esittelemällä nuoret muulle työryhmälle.



Kuvio 16. Ryhmien C ja D vastaukset (n= 10)

## 6.2 Yritysmielikuva -tutkimusosion tulokset

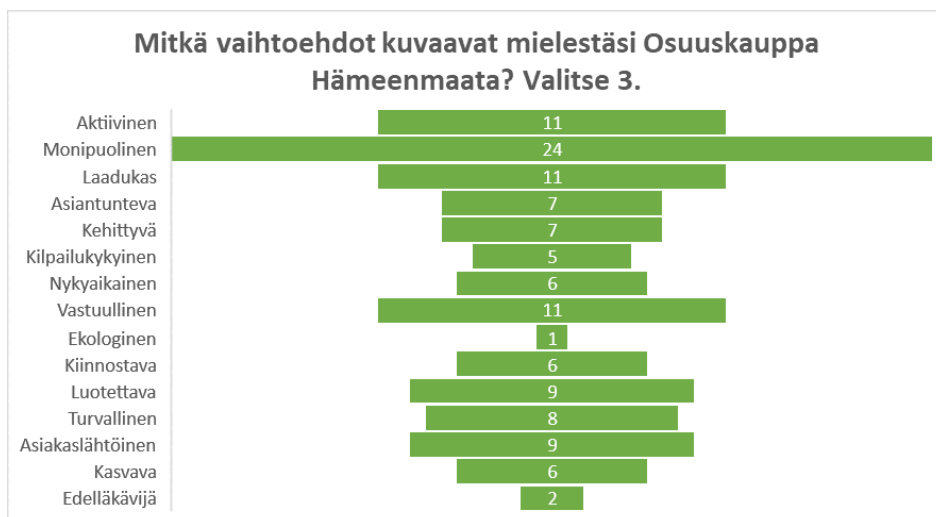
Nuorten yritysmielikuvaa kartoittavassa tutkimusosiossa nuoret täyttivät itsenäisesti kyselylomakkeen. Kyselylomakkeella oli neljä kysymystä ja sen täyttämiseen annettiin noin 5 minuuttia aikaa. Kaikista 69 osallistujasta 66 täytti kyselyn. Kolme vastaamatta jättänyttä kuuluivat ryhmiin C ja D. Ryhmästä C kaksi osallistujaa ja ryhmästä D yksi osallistuja jätti vastaamatta yritysmielikuvaa koskevaan kyselyyn.

Yritysmielikuvaa kartoittavan kyselyn ensimmäisessä kysymyksessä nuoren tuli valita kolme mielestään Osuuskauppa Hämeenmaata kuvaavaa vaihtoehtoa 15 vaihtoehdosta. Vaihtoehdot olivat yritysmielikuvaan liittyviä adjektiivejä.

Ryhmä A vastauksissa eniten toistuivat vaihtoehdot *monipuolinen* (12 vastausta), *laadukas* (9 vastausta) ja *aktiivinen* (6 vastausta). Loput vaihtoehdot saivat 5 tai alle 5 annetuista vastauksista. Ryhmä B vastasivat *monipuolinen* (12 vastausta), *asiakaslähtöinen* (7 vastausta), *luotettava* ja *vastuullinen* (6 vastausta). Muut vastausvaihtoehdot saivat 5 tai alle vastausta.

Ryhmien A ja B vastaukset yhteenlaskettuna (Kuvio 17) kertoivat, että *monipuolinen* (24 vastausta) oli Osuuskauppa Hämeenmaata parhaiten kuvaava vaihtoehto. Seuraavaksi eniten ääniä sai *aktiivinen*, *laadukas* ja *vastuullinen* (11 vastausta).

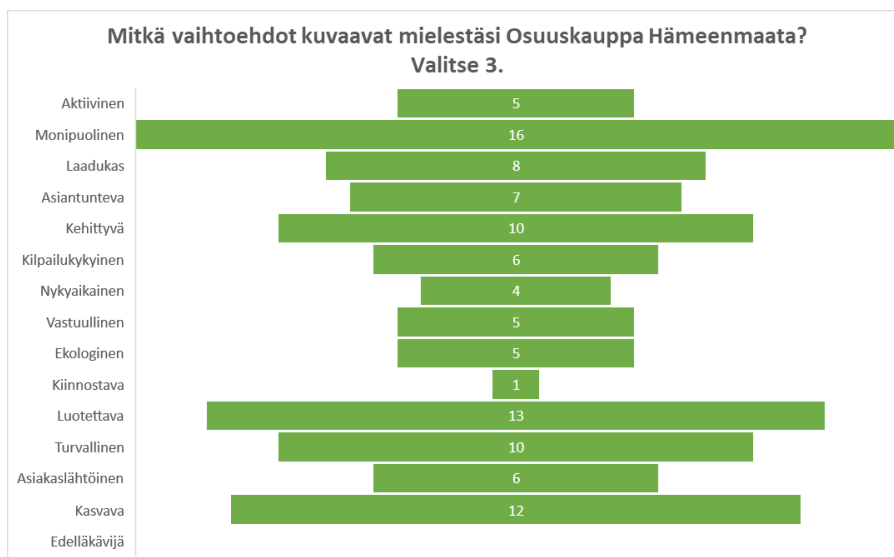




Kuvio 17. Ryhmien A ja B vastaukset (n=32)

Ryhmä C vastasivat Hämeenmaata kuvaavimmaksi vaihtoehdoksi monipuolisuuden (6 vastausta). Ryhmän loput vastauksen jakautuivat hajautetusti eri vaihtoehtojen välille. Esimerkiksi luotettava ja asiantunteva saivat molemmat 4 vastausta. Muut vastausvaihtoehdot saivat ryhmältä C 3 tai alle 3 vastausta. Ryhmä D valitsivat eniten kuvaavasti vaihtoehdoksi monipuolisuuden (10 vastausta). Kasvava ja luotettava saivat molemmat 9 vastausta ja turvallinen ja kehittyvä 8 vastausta ryhmältä. Loput vaihtoehdot saivat 6 tai alle 6 vastausta.

Ryhmien C ja D vastastaukset yhteenlaskettuna (Kuvio 18) kertoivat kuvaavimmaksi vaihtoehdoksi *monipuolisuuden* (16 vastausta). Heidän mielestään Osuuskauppa Hämeenmaata kuvaa myös vaihtoedot: *luotettava* (13 vastausta) ja *kasvava* (12 vastausta).



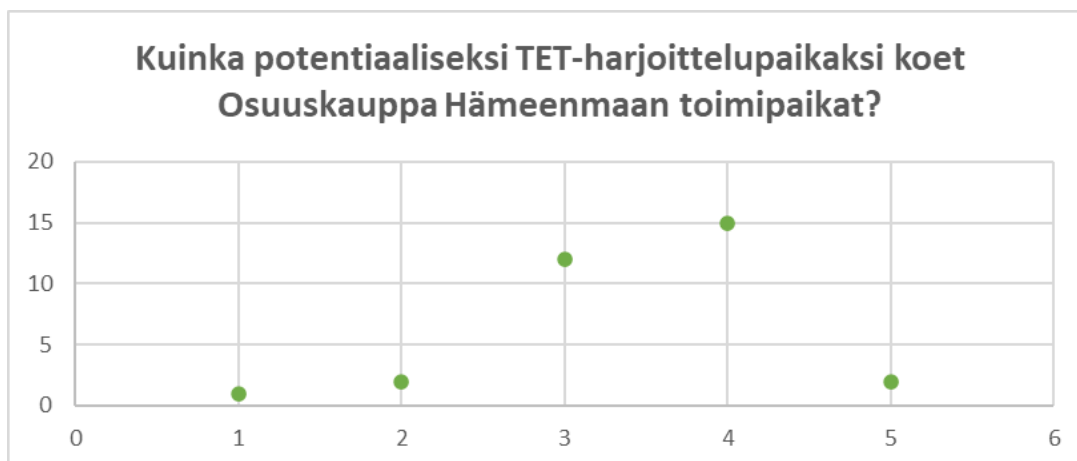
Kuvio 18. Ryhmien C ja D vastaukset (n= 34)

Yritysmielikuvaa koskevan kyselytutkimuksen seuraavassa kysymyksessä kysyttiin, kuinka potentiaalisena TET-harjoittelupaikkana nuoret kokivat Osuuskauppa Hämeenmaan toimipaikat. Kysymyksessä oli vaihtoehdot 1-5 (1= en koe potentiaalisiksi, 5 = koen potentiaalisiksi).

Ryhmä A valitsi vaihtoehdon 4 yleisimmäksi vastausvaihtoehdokseen ja se sai yhteensä yhdeksän vastausta ryhmän 16 osallistujalta. Toiseksi eniten ryhmän äänistä meni vastausvaihtoehdolle 3. Vastausvaihtoehdon 3 valitsi viisi ryhmän jäsentä. Loput vastaukset jakautuivat tasaisesti vastausvaihtoehtojen 5 ja 2 välillä.

Ryhmän B vastaukset olivat hyvin samankaltaiset ryhmän A vastausten kanssa. Heidän vastauksistaan kuusi kappaletta meni vastausvaihtoehdolle 4 ja seitsemän kappaletta vastausvaihtoehdolle 3. Loput kolme ääntä jakautuivat takaisesti muiden vaihtoehtojen välille.

Ryhmien A ja B vastaukset yhteenlaskettuna kertoivat (Kuvio 19), että 27 vastasi kysymykseen 3 tai 4. Ryhmien A ja B loput viisi ääntä jakautui tasaisesti 1,2 ja 5 välille.

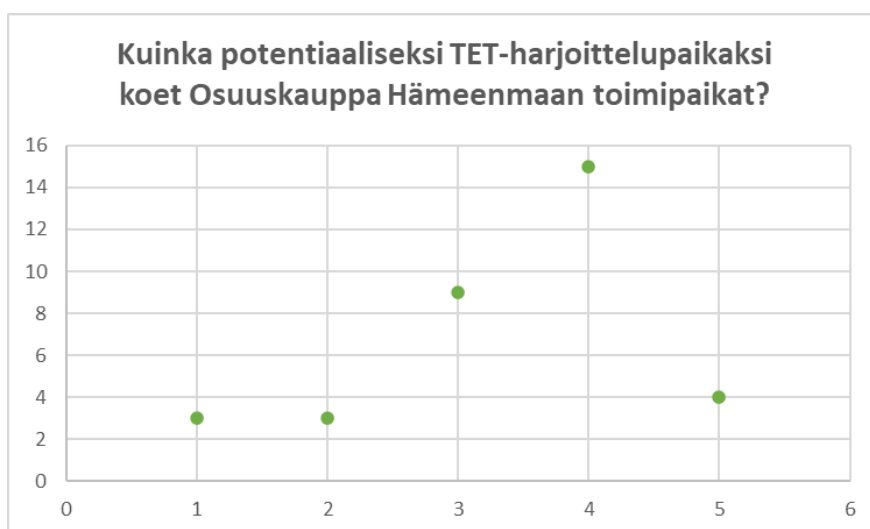


Kuvio 19. Ryhmien A ja B vastaukset (n=32)

Ryhmän C vastaukset olivat hyvin samankaltaisia kuin ryhmien A ja B. Suurin osa heidän vastauksistaan jakautuivat vastausvaihtoehtojen 3 ja 4 välille, jotka molemmat saivat viisi vastausta. Loput kaksi vastausta jakautuivat vastausvaihtoehtojen 1. ja 2 välille.

Ryhmän D vastaukset jakautuivat ryhmistä kaikkein eniten. Edelleen vastausvaihtoehto 4 sai eniten vastauksia (10 vastausta). Poikkeavaa muihin ryhmiin nähden oli, että vastausvaihtoehto 5 sain yhtä paljon ääniä kuin vastausvaihtoehto 3 (4 vastausta). Vastausvaihtoehdot 1 ja 2 jakoivat loput neljä vastausta tasaisesti. Kyseessä olevassa ryhmässä oli jo TET-harjoittelussa käyneitä nuoria, mikä on saattanut vaikuttaa saatuihin vastauksiin.

Ryhmistä C ja D suurin osa (15 kappaletta) valitsi kysymykseen vastaukseksi numeron 4. Ryhmistä yhdeksän kappaletta valitsi numeron kolme ja vaihtoehdot 1,2. ja 5 saivat alle viisi vastausta (Kuvio 20).



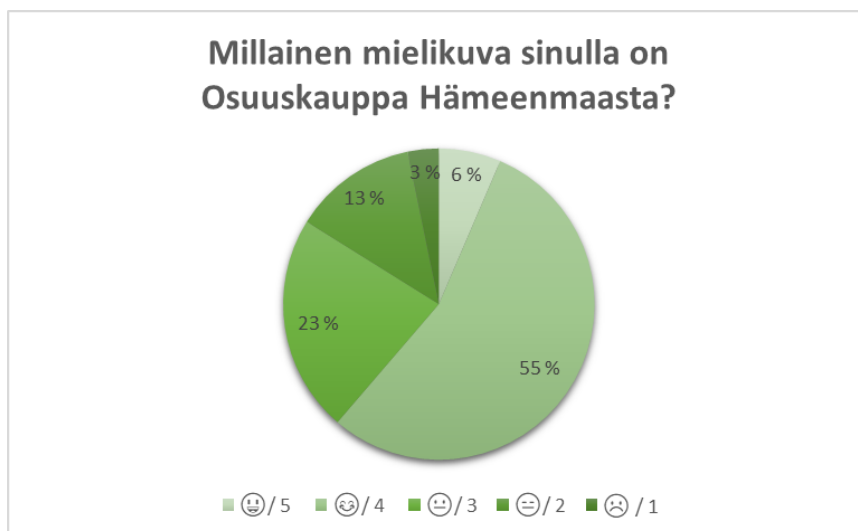
Kuvio 20. Ryhmien C ja D vastaukset (n=34)

Yritysmielikuvakyselyn kolmas ja neljäs kysymys kartoitti nuorten mielikuvaa Osuuskauppa Hämeenmaasta ja mitkä asiat siihen ovat vaikuttaneet. Kolmannessa kysymyksessä oli hydynaama vaihtoehdot, joista nuorten tuli valita kuvaavin vaihtoehto.

Ryhmästä A kaksikolmasosaa valitsi vastausvaihtoehdon 😊 eli 4 (1–5). Ryhmän kaksi jäsentä koki, ettei Osuuskauppa Hämeenmaan mielikuvassa ole parantamisen varaa ja vastasivat vaihtoehdon 😞 eli 5. Kolme vastaajaa valitsi vaihtoehdon 😐 eli 3.

Ryhmän B vastaukset olivat jälleen samansuuntaiset ryhmän A kanssa, sillä heidän yleisin vastausvaihtohehtonsa oli 😊 eli 4. Tämä vaihtoehto sai seitsemän kappaletta koko ryhmän vastauksista. Yritysmielikuva Osuuskauppa Hämeenmaasta oli tässä ryhmässä heikompi, sillä vastausvaihtoehdot 😐 eli 3 ja 😞 eli 2 saivat seuraavaksi eniten vastauksista (4 vastausta). Yksi osallistuja koki, että Osuuskauppa Hämeenmaan mielikuva on huonoin mahdollinen vaihtoehto.

Ryhmistä A ja B 17 vastasi, että heidän mielikuvansa olevan 😊 eli 4 arvoinen (1–5). Seitsemän osallistujaa vastasi mielikuvan olevan 😐 eli 3 arvoinen. Muut vastausvaihtoehdot 😞 eli 5, 😞 eli 2 ja 😞 eli 1 saivat alle 5 vastausta ryhmiltä A ja B. Yhteenveto tuloksista havainnollistetaan kuviossa 21.

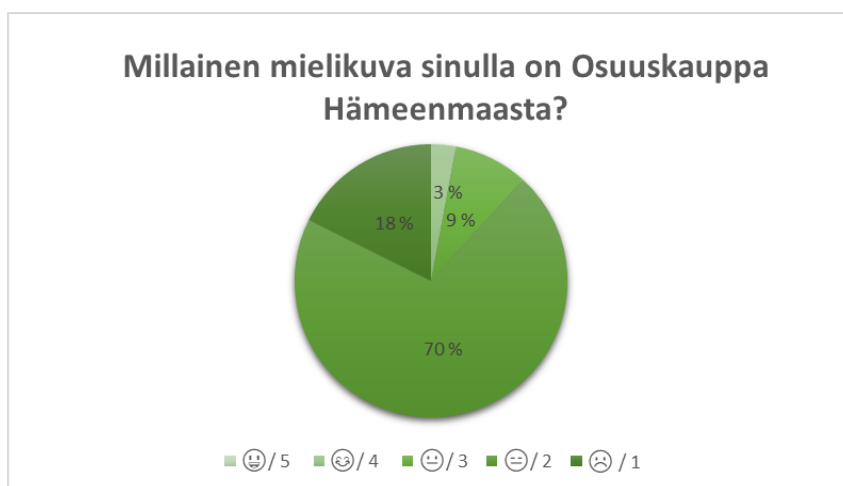


Kuvio 21. Ryhmien A ja B vastaukset (n=32)

Ryhmän C vastauksissa jälleen suosituin vaihtoehto oli 4 eli 😊. Tämän vaihtoehdon valitsi seitsemän osallistujaa kyseisestä ryhmästä. Vastausvaihtoehto 😞 eli 5 sai ryhmästä kolme vastausta. Loput vastaukset jakautuivat tasaisesti vaihtoehtojen 😞 eli 2 ja 😐 eli 3 välille.

Ryhmässä D 17 osallistujaa oli sitä mieltä, että heidän mielikuvansa oli 4 eli 😊. Vaihtoehdot 😊 eli 5 ja 😐 eli 3 saivat alle 5 vastausta. Vaihtoehdot 😞 eli 1 ja 😐 eli 2 jäivät kokonaan ilman vastauksia.

Ryhmien C ja D mielikuva Osuuskauppa Hämeenmaasta oli hyvin samantapainen kuin ryhmien A ja B. Ryhmien C ja D osallistujista suurin osa (24 nuorta) vastasi 😊 eli 4 ja kuusi nuorta vastasi 😐 eli 5. Vastaus vaihtoehdot 😞 eli 1, 😐 eli 2 ja 😊 eli 3 saivat alle 5 vastausta ryhmien C ja D osallistujien vastauksista (Kuvio 22).



Kuvio 22. Ryhmien C ja D vastaukset (n= 34)

Viimeisessä kyselylomakkeen kysymyksessä nuoren tuli vastata, mitä tekijät olivat vaikuttaneet muodostuneeseen mielikuvaan Osuuskauppa Hämeenmaasta. Nuorille oli selkeästi haastavaa tulkita, mistä mielikuva oli heille muodostunut ja mitkä tekijän siihen olivat vaikuttaneet. Kyselylomakkeen neljäs kysymys oli avoin kysymys.

Ryhmässä A oli melkein yhtä monta yritysmielikuvaan vaikuttanutta asiaa kuin oli vastaajia. Kolme vastaajaa oli sitä mieltä, että kauppojen nykyaikaistaminen ja kunnostaminen on vaikuttanut heidän yritysmielikuvaansa. Kaksi vastaajaa kertoi, että toimipaikkojen sijainti on vaikuttanut muodostuneeseen mielikuvaan. Kaksi muuta vastaajaa koki, että heille muodostuneeseen mielikuvaan oli vaikuttanut tutkimuksen työpajat. Näiden lisäksi ryhmässä A kaksi vastaajaa oli sitä mieltä, että yritysmielikuvaan on vaikuttanut negatiivisesti se, että Osuuskauppa Hämeenmaan toimipaikat ovat Lidliä kalliimpia. Muut avoimet vastaukset olivat yksittäisiä. Näitä vastauksia olivat esimerkiksi: en tiedä, mukavat ja asiakaspalvelavat työntekijät, laadukkaat tuotteet, markkinointi, paljon työntekijöitä, levinnyt laajalle, hienot toimipaikat, hyvä asiakaspalvelu asioidessa kaupassa, vastuullinen, monipuolinen valikoima ja kaupassa asiointi. Yksi ryhmän opiskelija oli vastannut, että hänelle muodostuneeseen mielikuvaan on vaikuttanut kaikki.

Ryhmästä B viisi osallistujaa kertoi, etteivät tieneet mitkä asiat olivat vaikuttaneet heidän mielikuvaansa. Kolme vastaajaa oli osannut yhdistää kaupassa asiointilla olevan vaikutusta heille muodostuneeseen mielikuvaan. Ryhmässä B oli mukana myös kaksi osallistujaa, jotka olivat sitä mieltä, että tutkimuksen työpajat olivat vaikuttaneet muodostuneeseen yritysmielikuvaan. Muut avoimet vastaukset olivat yksittäisiä. Näitä vastauksia olivat esimerkiksi: työntekijän mielipide, uutiset, vanhempien puheet, toimipaikkojen sijainti ja ulkonäkö ja hyvä asiakaspalvelu asioidessa kaupassa. Myös tässä ryhmässä oli opiskelija, joka koki, että hänelle muodostuneeseen mielikuvaan on vaikuttanut kaikki.

Ryhmät A ja B eivät tarkalleen tieneet mitkä asiat yritysmielikuvaan olivat vaikuttaneet. Osa nuorista sanoi tutkimuksen työpajoilla, toimipaikkojen sijainnilla ja kunnostus sekä kaupassa asiointilla olleen vaikutusta yritysmielikuvaan Osuuskauppa Hämeenmaasta (Kuvio 23).



Kuvio 23. Ryhmien A ja B vastaukset (n=32)

Ryhmästä C kuusi ihmistä osasi nimetä kaupassa asiointiin vaikuttaneet muodostuneeseen yritysmielikuvaan. Tämän lisäksi neljä vastaajaa myönsi, ettei tiedä mitkä asiat ovat vaikuttaneet mielikuvaan yrityksestä. Muut avoimet vastaukset olivat yksittäisiä. Näitä vastauksia olivat tuotteet / valikoima, tilat, Teams-työpajat ja vastaus siitä, että K-ryhmä on parempi.

Ryhmästä D kahdeksan vastaajaa oli sitä myös sitä mieltä, että kaupassa asiointi on suurin tekijä muodostuneeseen mielikuvaan, kun taas kuusi vastaajaa kertoi asiakaspalvelun olevan vaikuttava tekijä. Viisi vastaajaa kertoi TET-harjoittelun vaikuttaneen heidän yritysmielikuvaansa Osuuskauppa Hämeenmaasta. Muut vastaukset kyseiseltä ryhmältä jakautuivat laajasti. Toimipaikkojen sijainti, tuttujen kokemukset ja tuotteiden laatu saivat kolme vastausta. Toimipaikkojen ulkonäkö ja ilmapiiri, tuotteiden hinta ja valikoima saivat kaikki kaksi

vastausta. Muut avoimet vastaukset olivat yksittäisiä. Näitä vastauksia olivat työtehtävät, tuotteiden saatavuus ja K-ryhmä on parempi.

Ryhmät C ja D osasivat kertoa, että yritysmielikuvaan on suurimaksi osaksi vaikuttanut kaupassa asiointi (14 vastausta), asiakaspalvelu (6 vastausta) sekä TET-harjoittelu (5 vastausta). Ryhmien C ja D vastauksia kysymykseen havainnollistetaan tarkemmin kuviossa 24.



Kuvio 24. Ryhmien C ja D vastaukset (n=34)

### 6.3 Tulosten yhteenveto

Työpajan 1 vastauksista voitiin todeta, että nuoret kokivat tärkeimmiksi asioiksi saada tietoa työtehtävistä, aikataulusta ja työajasta sekä tauoista. Vastauksista voitiin päätellä, että nuorten työelämään tutustujien kanssa on tärkeää lähteä liikkeelle työpaikan perusasioista. Tutkimustulokset tukevat TATin vuonna 2020 teettämää Nuorten tulevaisuus -raporttia. Raportin mukaan nuoret kokevat, etteivät he saa tarpeeksi tietoa työelämästä perusopetuksessa ja siksi heiltä saattaa puuttua tietoa esimerkiksi työajoista ja tauoista. (TAT 2020.)

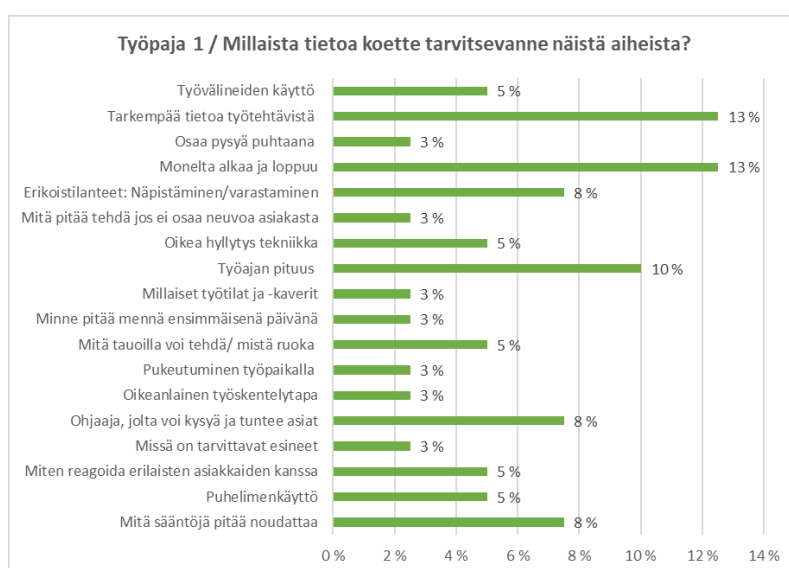
Vastaukset olivat koulujen ja ryhmien välillä hyvin yhtenevät (Kuvio 25). Pienryhmistä löytyi paljon yksittäisiä vastauksia, mikä saattaa selittää aiheen haastavuutta. Myös tutkimustuloksista pystyi huomaamaan aiheen haastavuuden, sillä useimmat nuoret olivat tarttuneet johdattelussa annettuihin teemoihin.



Kuvio 25. Yhteenveto ryhmien A, B C, ja D vastauksista (n=66)

Työpajan 1 toisessa kysymyksessä nuorten tuli vastata tarkemmin, mitä he haluaisivat tietää aiemmin kertoneistaan perehdytysteemoista. Kysymykseen tuli paljon eriäviä vastauksia ja vastaukset jakoutuivat laajalle. Kaikki vastaukset vaivat alle 13 % vastauksista. Vastauksen jakautumisesta voitiin päätellä, että perehdytys oli nuorille haastava aihe.

Nuorten tieto työelämään liittyvistä asioista oli hyvin vähäistä ja siksi he kokivat perustieteen olevan tärkeitä tietää, ennen TET-harjoitteluun osallistumista. Nuorista 13 % koki, että tieto aikatauluista ja työtehtävistä olivat asioita, jotka tulisi tietää ennen TET-harjoittelua. He haluaisivat tietää tarkemmin liittyen ensimmäisen kysymyksessä valittuihin teemoihin: työaika / aikataulu ja työtehtävät (Kuvio 26).

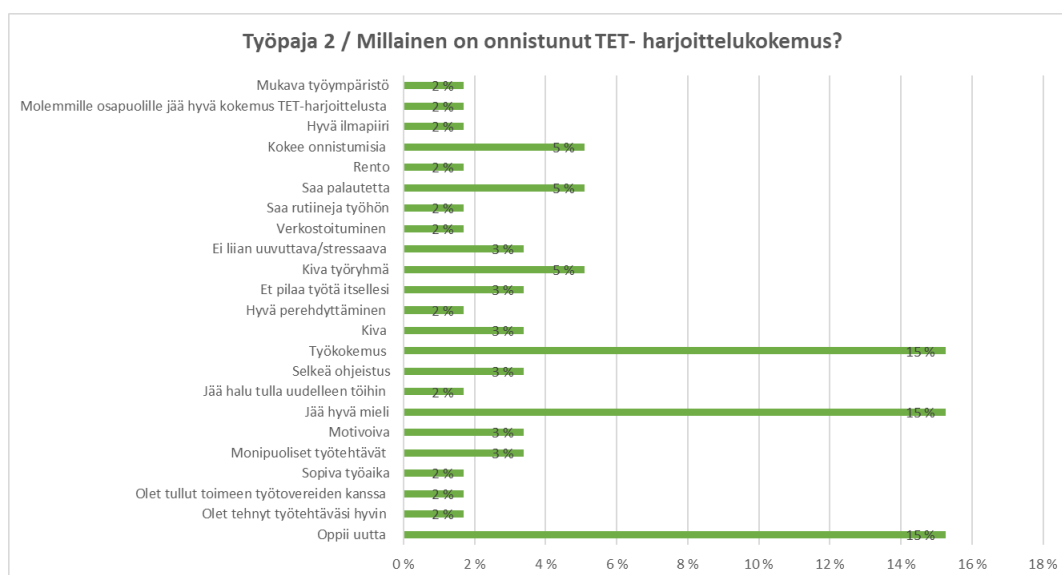


Kuvio 26. Yhteenveto ryhmien A, B C, ja D vastauksista (n=66)



Tutkimustulosten mukaan onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen vaikutti uuden oppiminen, työkokemus ja että, TET-harjoittelusta jää hyvä mieli. Nämä olivat vallitsevat teemat kysymykseen tulleiden vastausten perusteella (Kuvio 27). Muut vastaukset jäivät alle 6 %. Tutkimustulokset olivat linjassa teoriaosuudessa käsiteltyjen nuorten työelämäodotuksien kanssa.

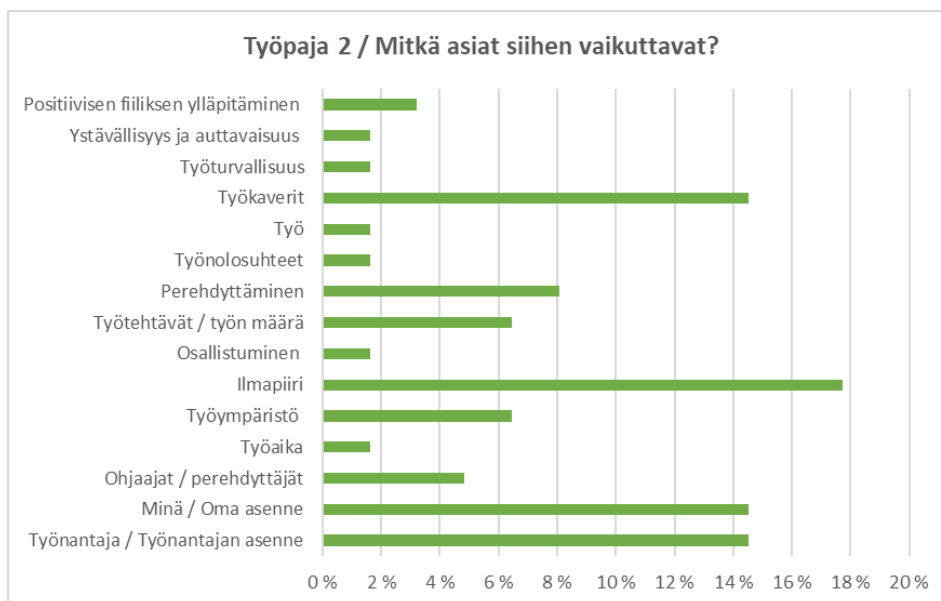
Nuoret odottavat työelämältä erilaisia asioita, kuin ennen. Nykynuorille on tärkeää työn sisältö, kokemukset sekä se, että työstä jää hyvä fiilis. (Jarvala 2020.). Myös Helsingin Sanomien tekemä selvitys tukee tutkimustuloksia. Heidän selvityksensä mukaan onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen kuuluu hyvä ilmapiiri työpaikalla ja onnistuneesta TET-harjoittelukokemuksesta jää nuorelle hyvä mieli (Karimi 2019). Nuoret arvottivat samoja teemoja antamissaan vastuksissa, sillä työkokemus 15 %, uuden oppiminen 15 % ja hyvä fiilis 15 % saivat eniten ääniä työpajan 2 ensimmäisessä kysymyksessä.



Kuvio 27. Yhteenveto ryhmien A, B C, ja D vastauksista (n=66)

Tutkimustulosten perusteella onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen vaikuttavat olennaisesti työkaverit, ilmapiiri sekä oma ja työnantajan asenne. Perehdyttämisen merkitys ei juurikaan pompannut esille nuorten vastauksista, mutta esiintyi kuitenkin 8 % vastauksista (Kuvio 28). Tutkimustuloksissa oli odotettavissa, että nuoret olisivat yhdistäneet perehdyttämisen onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen.

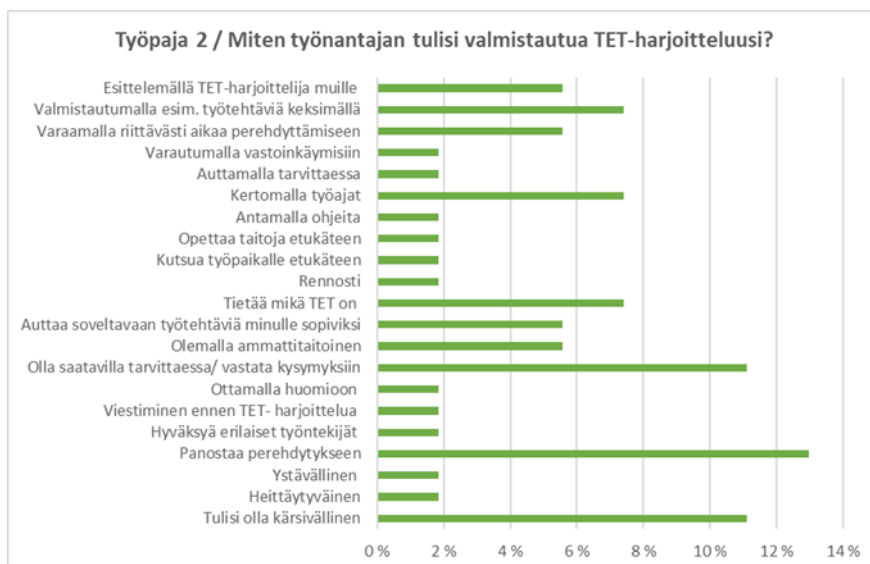
Saadut vastaukset olivat kuitenkin samansuuntaisia teorian kanssa siltä osin, että vuorovaikutus ja sosiaaliset tilanteet ovat merkittävässä roolissa. Jäntin pro gradu -tutkielmassa (2018; Jarvala 2020) todettiin, että vuorovaikutus ja sosiaaliset tilanteet ovat oleellinen osa työelämä valmiuksia ja nuoret painottavat niiden merkitystä työelämässä.



Kuvio 28. Yhteenveto ryhmien A, B C, ja D vastauksista (n=66)

Tutkimustuloksista voitiin päätellä (Kuvio 29), että nuoret ymmärtävät perehdyttämisen merkityksen ja toivovat työnantajalta tukea sekä ymmärrystä. Heidän mielestään työnantajan tulisi valmistautua TET-harjoitteluun perehdyttämällä nuoret ja varaamalla siihen riittävä aika sekä vastaamalla tarvittaessa kysymyksiin. Nuorille oli tärkeää, että heillä on TET-harjoittelussa tukena perehdyttäjä, joka vastaa kysymyksiin ja on saatavilla, mikäli nuori häntä tarvitsee. Näiden lisäksi nuorten vastauksista nousi jälleen esiin perusasioiden merkitys. Työaika ja työtehtävät ovat oleellinen osa TET-harjoittelua, ja siksi on ilmeistä, että nuori haluaa tietää nämä asiat ennen TET-harjoittelua. Vaikka nuoret eivät suoranaisesti osoittaneet perehdyttämisen merkitystä onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen, he näkivät sen kuitenkin osana työnantajan valmistautumista TET-harjoitteluun.

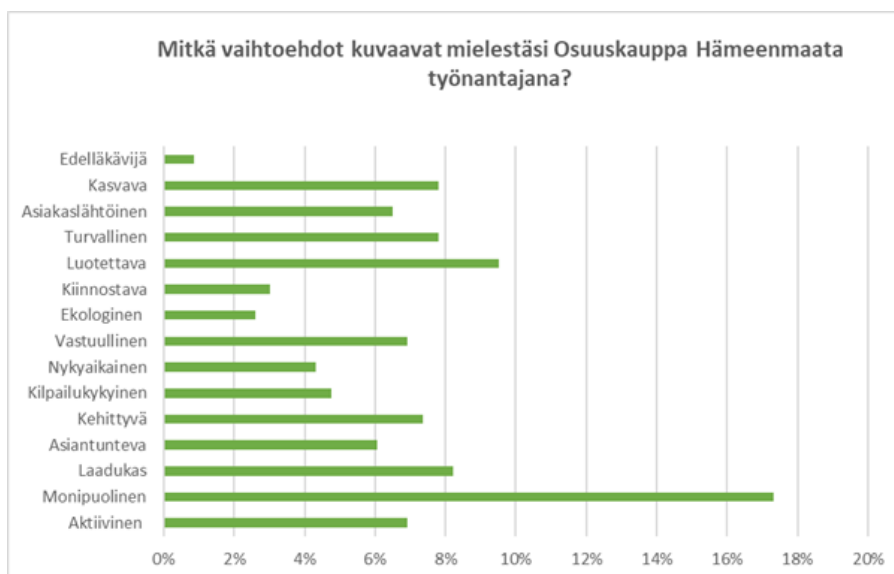
Teoria tukee tutkimuksessa saatuja tutkimustuloksia, sillä niissä näkyy nuoren tarve avoimeen kommunikaatioon työnantajan kanssa. Nykynuoret arvostavat aiempia enemmän avoimuutta, läpinäkyvyyttä sekä tukea (Dagmar 2019.) ja siksi kaipaavat sitä myös TET-harjoitteluun työnantajalta.



Kuvio 29. Yhteenveto ryhmien A, B C, ja D vastauksista (n=66)

Yritysmielikuvaa kartoittavassa kyselytutkimuksessa oli kiinnostavaa huomata millaiseksi nuoren mielikuva Hämeenmaasta oli muodostunut. Nuoret kokivat Osuuskauppa Hämeenmaan monipuoliseksi ja luotettavaksi yritykseksi. Eniten vastauksia keränneet vaihtoehdot ovat vahvasti linjassa Hämeenmaan luoman yritysmielikuvan ja arvojen kanssa.

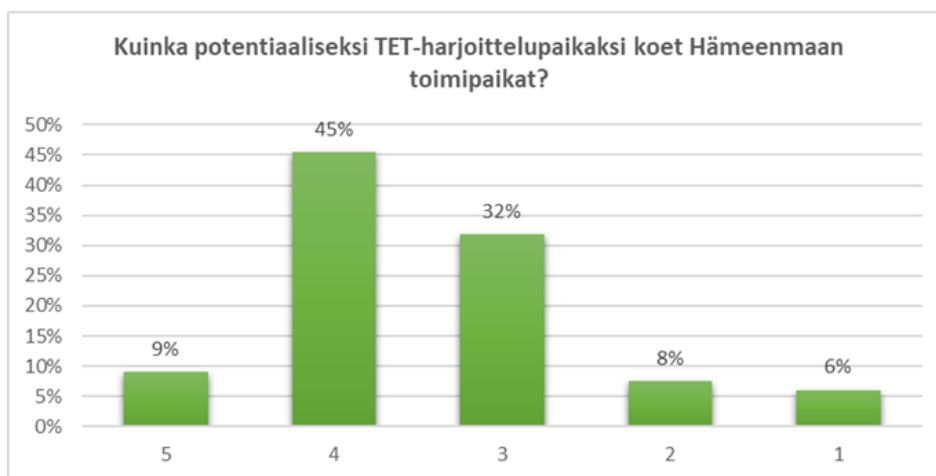
Tutkimustuloksista voi päätellä (Kuvio 30), että yritysmielikuva oli luotu onnistuneesti tutkimukseen osallistuneille nuorille. Ryhmien A, B, C ja D vastaukset yhteenlaskettuna kertovat, että Osuuskauppa Hämeenmaata kuvaavimmat kolme vaihtoehtoa olivat monipuolinen 17 %, luotettava 10 % ja laadukas 8 %. Vastausprosentti kysymykseen oli osallistujamäärällisesti korkea, mikä tukee sen luotettavuutta.



Kuvio 30. Yhteenveto ryhmien A, B C, ja D vastauksista (n=66)

Tutkimustulokset osoittivat, että 45 % tutkimukseen osallistuneista nuorista kokee Osuuskauppa Hämeenmaan toimipaikat jokseenkin potentiaalisiksi TET-harjoittelupaikoiksi. Helsingin Sanomien tekemän selvityksen mukaan (Karimi 2019) suosituimpia TET-harjoittelupaikkoja ovat muun muassa kaupat. Tutkimustulokset tukivat selvitystä, sillä saaduista vastauksista 77 % vastasi, että he kokivat Hämeenmaan toimipaikat potentiaalisiksi tai neutraaleiksi.

Osallistujien joukossa oli myös muutamia nuoria, jotka vastasivat, etteivät he koe Osuuskauppa Hämeenmaan toimipaikkoja ollenkaan potentiaalisiksi. Näin vastanneiden määrä on kuitenkin huomattavan pieni siihen nähden, että Helsingin Sanomien selvityksen mukaan (Karimi 2019) suosittuja TET-harjoittelupaikkoja ovat myös päiväkodit ja koulut, jotka eivät kuulu Osuuskauppa Hämeenmaan toiminta-alueeseen.

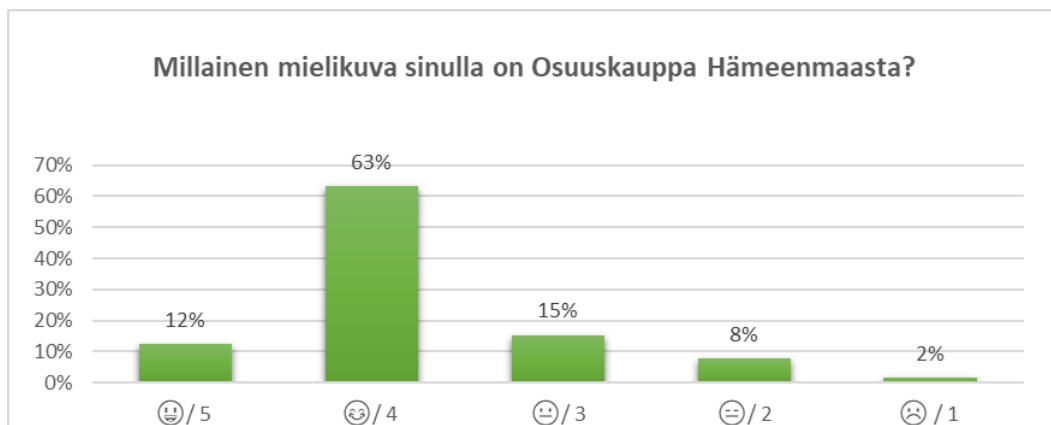


Kuvio 31. Yhteenveto ryhmien A, B C, ja D vastauksista (n=66)

Pääsääntöisesti nuoret kokivat yritysmielikuvan positiiviseksi, sillä suurin osa valitsi toiseksi korkeimman vaihtoehdon kyselytutkimuksessa. Tulos oli hyvä, vaikka nuoret eivät osanneetkaan täysin tulkita mistä kyseinen mielikuva on muodostunut. Kysymykseen saatujen vastausten määrästä voidaan kuitenkin päätellä, että suurin osa nuorista oli aiheen haastavuudesta huolimatta vastannut kyselyyn hyvin, ja tunnistanut yritysmielikuvaan vaikuttavia tekijöitä.

Tutkimustulokset yhteenlaskettuna kertoivat (Kuvio 32), että 63 % nuorista pitää Osuuskauppa Hämeenmaan yritysmielikuvaa 😊 eli 4 arvoisena (1–5), ja siihen vaikuttaneen eniten kaupassa käynti 20 %. Mielikuvaan vaikuttaneiden asioiden hajonta oli huomattavan suuri, joten voidaan katsoa, että nuoren mielikuvaan vaikuttaa useampi asia tai he eivät välttämättä osaa sanoa, mikä mielikuvaan vaikuttaa. Osallistujista 11 % oli vastannut, etteivät tiedä mitkä asiat ovat vaikuttaneet muodostuneeseen mielikuvaan. Mielikuvan muodostuminen on useampi portainen prosessi (Rope 2005, 181–182), joten on selvää, ettei

yksittäisiä tekijöitä ole helppo luetella. Nuoret suoriutuivat kuitenkin kyselyyn vastaamisesta hyvin ja antoivat suuntaa mielikuvaan vaikuttaneista tekijöistä.



Kuvio 32. Yhteenveto ryhmien A, B C, ja D vastauksista (n=66)

Nuoret vastasivat kyselyn viimeiseen kysymykseen tarkemmin, mitkä asiat olivat vaikuttaneet heille muodostuneeseen mielikuvaan Osuuskauppa Hämeenmaasta. Tutkimustulokset (Kuvio 33) kertoivat, että 20 % vastaajista kokivat kaupassa asiointin vaikuttaneet heille muodostuneeseen yritysmielikuvaan.

Mielikuvaan sanotaan vaikuttavan (Rope 2005, 176.) tieto, asenne, tuntemus ja uskomus sekä näistä muodostuva kokonaiskuva. Nuorten vastaukset olivat levinneet laajalle, mutta niistä oli pääteltävissä yhdensuuntaisuus teorialiedon kanssa. Nuoret olivat vastanneet omien kokemustensa, asenteidensa ja uskomustensa perusteella millainen mielikuva heille on muodostunut, vaikkeivat heistä kaikki sitä itse osanneetkaan sanoittaa. Heistä 11 % koki, etteivät he tiedä mitkä asiat olivat vaikuttaneet heille muodostuneeseen yritysmielikuvaan. Näillä 11 % ei välttämättä ole vielä muodostunut mielikuvaa Osuuskauppaa Hämeenmaasta tai he eivät osanneet yhdistää mielikuvaa aiempiin kokemuksiin tai uskomuksiin. Tutkimustuloksissa nousi esille, että kaupassa asiointinilla oli eniten vaikutusta nuoren mielikuvaan.



Kuvio 33. Yhteenveto ryhmien A, B C, ja D vastauksista (n=66)

#### 6.4 Perehdytyspaketin hahmottelu

Nuorten kosketus työelämään oli vielä vähäistä, eikä heistä monikaan tiennyt mitä kaikkea työelämä tuo tullessaan. Erityisesti tästä syystä on tärkeää, että nuoren kanssa lähdetään liikkeelle perusasioita. Saatujen tutkimustulosten perusteella nousi esiin, että nuorille oli hyvin tärkeää saada selkeät ohjeet TET-harjoittelun rakenteesta, työtehtävistä ja aikatauluista. Tämän lisäksi he tarvitsevan perehdyttäjän, joka tukee ja auttaa heitä tarvittaessa koko TET-harjoittelun ajan.

Tutkimustulosten perusteella perehdytyspaketin tulisi olla yksinkertainen ja selkeä, jotta se on nuoren ymmärrettävissä. Ymmärrettävyyden tueksi selkeä suunnitelma perehdytykselle tukisi onnistunutta TET-harjoittelukokemusta. Vaikkei nuoret kertoneet perehdyttämisellä olevan sen suurempaa merkitystä TET-harjoittelun onnistumiselle, se koettiin kuitenkin osaksi työnantajan valmistautumista TET-harjoitteluun. Nuoret kokivat, että heille on tärkeää, että työnantaja varaa TET-harjoittelun perehdyttämiselle riittävästi aikaa.

Tutkimustuloksen ja teorian pohjalta oli selkeää, että tulevaisuuden TET-harjoittelijoille tehtäisiin perehdytysuunnitelma TET-harjoittelun varalle. Perehdytysuunnitelma on avain tasalaatuisen perehdytykseen ja se tuo suunnitelmallisuutta käytännön työhön. (Eklund, Anina, 2018. s. 173.) Eklundin teoria perehdytysuunnitelmasta tukee saatuja tutkimustuloksia. Nuoren työelämätaidot ja odotukset olivat suppeat, sillä he eivät täysin tienneet mitä heidän tulisi tietää. Perehdytys oli heille sanana vieras, mikä vahvistaa väitettä. Perehdytysuunnitelma toimii ohjenuorana, jota esihenkilöt noudattavat uusien TET-harjoittelijan

kanssa. Perehdytys suunnitelman avulla nuoren perehdytys olisi tasalaatuisempaa ja toteutuisi samalla tavalla toimipaikasta riippumatta.

Selkeällä ja nuorelle ymmärrettävissä olevalla perehdytysmateriaalilla, perehdytys suunnitelmalla, sekä riittäväällä perehdyttämiseen käytetyllä ajalla voitaisiin tukea nuoren TET-harjoittelun onnistumista. Sen lisäksi, että työnantajan tulisi käyttää perehdyttämiseen riittävästi aikaa ja hänen tulisi olla saatavilla vastaamassa nuoren kysymyksiin TET-harjoittelun perusasioista tai työtehtäviin liittyvistä kysymyksistä. Näillä suuntaviivoilla voitaisiin luoda nuorelle TET-harjoittelukokemus, joka lähtee liikkeelle tarkoituksenmukaisesta ja kohderyhmälle oikeanlaisesta perehdytyksestä.

## 7 Johtopäätökset

### 7.1 Tutkimustulosten pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä yläkouluikäiset nuoret odottavat työelämältä ja millaisia toiveita heillä on TET-harjoittelun mahdollistavalle työnantajalle sekä millainen mielikuva heillä on toimeksiantaja yrityksestä. Tavoitteena oli myös saada nuorilta aitoja ajatuksia ja mielipiteitä siitä, mitä he toivoisivat perehdytyspaketin sisältävän, jotta se tukisi TET-harjoittelun perehdytystä.

Tutkimustuloksista saatiin selville mitä yläkouluikäisille suunnatun perehdytyspaketin tulisi sisältää, jotta se auttaisi nuorta sopeutumaan työelämään ja samalla tukisi TET-harjoittelun perehdytystä. Tutkimustulosten perusteella nuorten tieto työelämään liittyvistä asioista oli hyvin vähäistä ja siksi he kokivat perusasioiden olevan tärkeitä tietää ennen TET-harjoitteluun osallistumista. Talous ja nuoret TATin tulevaisuusraportissa (2020) selvitettiin nuorten ajatuksia tulevaisuudesta ja työelämästä. Tulevaisuusraportissa saadut tulokset olivat yhteneviä opinnäytetyössä saatujen tulosten kanssa. TATin tulevaisuusraportissa (2020) suurin osa nuorista olivat sitä mieltä, etteivät he ole saaneet riittävästi tietoa työelämästä ja halusivat, että koulussa panostettaisiin kertomalla enemmän työelämään liittyvistä asioista ja panostamalla heidän työelämävalmiuksiinsa. Opinnäytetyön tutkimustuloksista voitiin päätellä yhtenevyyttä TATin tutkimuksen kanssa, sillä nuoret toivoivat tietoa perusasioista, koska heidän työelämätietonsa oli vielä tässä kohtaa peruskoulua hyvin suppeat. Tuloksista huomattiin myös työelämästä valikoitujen aiheiden haastavuus, minkä voidaan katsoa olevan linjassa TATin saamien tutkimustuloksien kanssa.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitelty Jäntin (2018) pro gradu- tutkielma kertoo, että kommunikaatiotaidot ovat nuorille tärkeimpiä työelämässä tarvittavia valmiuksia. Jäntin tutkielma oli tehty TET-ohjaajien näkökulmasta ja heidän mukaansa nuorelta vaaditaan työelämässä muun muassa kommunikaatio- ja sosiaalisia taitoja. Opinnäytetyön tutkimustulosten perusteella näitä taitoja nuoret odottivat itsensä lisäksi myös työnantajalta. He odottavat, että työnantaja ymmärtää perehdyttämisen merkityksen ja toivovat työnantajalta tukea sekä ymmärrystä. Heidän mielestään työnantajan tulisi valmistautua TET-harjoitteluun perehdyttämällä nuoret ja varaamalla siihen riittävä aika sekä vastaamalla tarvittaessa kysymyksiin. Nuorille oli tärkeää, että heillä on TET-harjoittelussa tukena perehdyttäjä, joka vastaa kysymyksiin ja on saatavilla, mikäli nuori häntä tarvitsee. Tutkimustulokset ja teoria olivat yhtä mieltä siitä, että kommunikaatiotaidot korostuvat työelämässä ja niiden kautta nuoret saavat kokea merkityksellisiä henkilökohtaisia kohtaamisia perehdyttäjän, työnantajana ja työkavereidensa kanssa.



Tutkimustulosten mukaan nuoret odottavat TET-harjoittelujaksolta uuden oppimista, työkokemusta ja että TET-harjoittelusta jää hyvä mieli. Nuorille onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen vaikuttavat olennaisesti työkaverit, ilmapiiri sekä oma ja työnantajan asenne. Tutkimustulokset ja teoria tukivat toisiaan, sillä Z- sukupolven nuorien kerrottiin haluavan työltä hyvää fiilistä ja ovat valmiita vaihtamaan työpaikkaa, jos se ei vastaa heidän toiveitaan (Jarvala 2020.). Tutkimuksessa nuoret kertoivat, mitkä vaikuttavat onnistuneeseen TET-harjoittelukokemukseen. Vastauksissa korostui tunne ja vuorovaikutusmahdollisuudet työpaikalla olevien ihmisten kanssa. Kohtaamisten avulla nuorille pystytään luomaan onnistunut kokemus ja mahdollisesti myös hyvä mielikuva yrityksestä. Talous ja nuoret TATin tulevaisuusraportissa (2020) kerrottiin, että 34% nuorista kokivat, että he saavat parhaiten tietoa työelämästä juuri TET-harjoittelun avulla ja se suuntaa heidän uravalintojaan.

Opinnäytetyössä saadut tutkimustulokset kertoivat, että 63 % nuorista pitää Osuuskauppa Hämeenmaasta muodostunutta yritysmielikuvaa hyvänä. Mielikuvaan vaikuttaneiden asioiden hajonta oli huomattavan suuri, joten voidaan katsoa, että nuoren mielikuvaan vaikuttaa useampi asia tai he eivät välttämättä osaa sanoa mikä mielikuvaan vaikuttaa. Mielikuvan muodostuminen ei ole yksiselitteinen prosessi ja siitä syystä oli ymmärrettävää, että tulokset ovat myös sen suuntaisia. Mielikuvaan sanotaan vaikuttavan (Rope 2005, 176.) tieto, asenne, tuntemus ja uskomus sekä näistä muodostuva kokonaiskuva. On mahdollista, että nuorten työelämä tieto ja -valmiudet eivät ole vielä mahdollistaneet heille tarkempaa ymmärrystä yritysmielikuvasta ja sen muodostumisesta, mikä saattoi näkyä tutkimustuloksista.

Tutkimuksessa päästiin sille asetettuihin tavoitteisiin. Opinnäytetyön avulla saatiin vastaukset tutkimuskysymyksiin ja sen myötä myös perusta perehdytyspaketille. Päättökysymyksen avulla oli tarkoitus selvittää, mitä perehdytyspaketin tulisi sisältää, jotta se auttaisi nuorta sopeutumaan työelämään ja tukisi TET-harjoittelun perehdytystä. Tutkimuksella saatiin selville, mitä perehdytyspaketin tulisi sisältää, jotta se tukisi nuoren perehdytystä, mutta sen käyttöönoton jälkeen voidaan vasta arvioida, auttaako se nuorta sopeutumaan työelämään halutulla tavalla. Perehdytyspaketin sisällön tulisi olla selkeä ja nuorelle ymmärrettävissä. Siinä tulisi olla tietoa TET-harjoitteluun liittyvistä perusasioista, kuten harjoittelun rakenteesta, työajasta ja työtehtävistä.

Tutkimuksen avulla saatiin myös selville, mitä nuoret odottavat ja toivovat työelämältä ja työnantajalta sekä millainen mielikuva heillä on toimeksiantajan yrityksestä. Nuoret odottivat työnantajalta ymmärrystä, tukea ja mahdollisuuden oppia työtehtäviä ja toimintatapoja työpaikalla. Nuoret toivoivat, että työnantaja perehdyttäisi heidät työpaikalla ja panostaisi siihen siirtävästi aikaa. Heille oli tärkeää, että työpaikalla olisi joku, jolle voisi tarvittaessa esittää kysymyksiä ja pyytää apua.

Nuoret odottivat TET-harjoittelulta uuden oppimista, työkokemusta tulevaisuuden varalle ja toivovat, että TET-harjoittelusta jää hyvä mieli. Heille oli tärkeää, että he saisivat kohdata työpaikalla työkavereitaan ja, että työpaikalla olisi hyvä ilmapiiri. Nämä asiat olisivat TET-harjoittelun onnistumisen kannalta tärkeitä.

Nuorille on muodostunut hyvä mielikuva Hämeenmaasta ja he kokevat Hämeenmaan toimipaikat potentiaalisiksi TET-harjoittelupaikoiksi. Nuorten työelämän toiveet ja odotukset olivat tutkimustulosten sekä teorian valossa yhteneviä, mikä tukee opinnäytetyölle asetettujen tavoitteiden saavuttamista.

### **Havainnot tutkimuksesta**

Perehdyttäminen ja yritysmielikuva olivat aiheina huomattavasti haastavampia nuorille mitä etukäteen osasi odottaa. Suurin osa tutkimukseen osallistuneista nuorista eivät olleet vielä päässeet kokemaan ensikosketustaan työelämään, mikä saattoi vaikuttaa perehdyttämisen tunnettavuuteen osallistujien keskuudessa. Perehdyttämiseen pureuduttiin työpajan alussa, kun nuoria johdateltiin aiheeseen, mutta se ei riittänyt suurimmalle osalle nuorista. Tämä haaste näkyi jonkun verran myös tutkimustuloksissa.

Tuloksista oli huomattavissa, että suurin osa nuorista tarttui annettuihin teemoihin, vaikka työpajassa painotettiin omien aitojen ajatusten tärkeyttä. Nuorille kerrottiin, että annetut teemat voivat toimia runkona, jos aihe on haastava. Ilman runkoa vastaukset olisivat olleet huomattavasti suppeampia. Tutkimustuloksista ei voida kuitenkaan pois sulkea sitä, että vastaukset olisivat olleen nuorten aitoja omia ajatuksia.

Ryhmiin osallistuminen ja aiheen haastavuus vaihtelivat työpajoittain. TET-harjoittelussa jo olleet 9.-luokkalaiset olivat huomattavasti aktiivisempia ja perehtyneempiä aiheeseen aiemman työkokemuksen johdosta. Tutkimustulosten luotettavuuden ja hyödynnettävyyden kannalta oli kuitenkin oleellista, että osallistujat olivat eri työhistorian omaavia. Näin perehdytyspaketista saataisiin sopiva myös ensikertaa työelämään tutustuville.

Tutkimuksessa oli tarkoitus käyttää havainnointia yhtenä aineistonkeruumenetelmänä. Havainnointi oli kuitenkin jätettävä pois työpajoista, sillä poikkeusaika esti työpajojen pitämisen paikan päällä. Havainnointi olisi voinut tuoda lisäarvoa tutkimukselle. Luokassa kiertäminen ja työpajojen seuraaminen olisi voinut sujuvoittaa ja tukea nuorten työskentelyä työpajoissa. Microsoft Teamsin välityksellä pidetyt työpajat toimivat pääsääntöisesti hyvin. Havainnointi ja käytännön ohjeistus oli kuitenkin paljon opinto-ohjaajan harteilla, mikä ei kuulunut alun perin suunnitelmiin. Kysymysten ja perehdytysteeman haastavuutta olisi päästy paremmin purkamaan paikan päällä ryhmälle yhteisesti, mikä olisi voinut näkyä tutkimustuloksissa positiivisesti.

## 7.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta mitataan monesti kahdesta eri näkökulmasta. Toinen näkökulma kartoittaa mittaus- ja tutkimusmenetelmän luotettavuutta, ja toinen näkökulma kartoittaa onko tulosten päätelmät luotettavia. Luotettavuus perustuu oikeiden menetelmien käyttöön ja kuinka hyvin niitä on käytetty tuloksien saamiseksi. Tutkimusmenetelmät ovat valittava sen mukaan millaista tietoa halutaan, ja sitä täytyy pohtia tutkimusmenetelmää valittaessa. Tutkimus on validi, mikäli tutkimustulokset tukevat aiempaa teoriaa, parantavat tai tarkentavat sitä. Validiteetin eli luotettavuuden sanotaan olevan hyvä, silloin kuin kohde-ryhmä ja kysymykset ovat oikeat. Luotettavuudella katsotaan, ovatko tutkimuksessa esitetyt väitteet tai kysymyksiin saadut vastukset päteviä ja linjassa tutkimusmenetelmien kanssa. Luotettavuuden puuttuminen tekee tutkimuksesta arvottoman. (Hiltunen 2009.)

Opinnäytetyö toteutettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena hyödyntäen toiminta-tutkimusmenetelmää, sekä teemoittelua ja kvalifointia datan analysoimiseksi. Kyseisen tutkimusmenetelmän katsottiin sopivan kyseiselle kohdejoukolle, huomioiden aiheen haastavuus, vastaajien ikä ja aiemmat työelämäkokemukset. Laadullisella tutkimuksella kerätty data muutettiin määrälliseen muotoon teemoittelun ja kvalifioinnin avulla, tutkimustulosten analysointi vaiheessa. Tutkimustulosten muuttaminen määrälliseen muotoon edesauttoi perehdytyspaketin kokoamista, sillä se nosti esiin eniten vastauksissa mainitut teemat, jotka tulisi sisältyä perehdytyspakettiin. Tutkimus voitiin katsoa validiksi, sillä tutkimuksessa päästiin sille asetettuihin tavoitteisiin ja tutkimuskysymyksiin löydettiin vastaukset saadun datan pohjalta. Tämä lisäksi saatiin runko perehdytyspaketille, mikä oli koko tutkimuksen pohjimmaisin ajatus. Saatuja tuloksia pystytään hyödyntämään käytännössä jo tulevana talvena 2022. Tutkimuksen validiutta tuki myös tutkimustuloksen ja teorian yhdensuuntaisuus.

Tutkimuksen luotettavuutta kuitenkin haastoi pieni otanta suhteessa koko Päijät-Hämeen alueen yläkouluikäisten nuorten määrään. Tutkimukseen osallistui noin 70 nuorta Lahdessa, mikä on vain murto-osa koko alueen nuorista. Tutkimuksen luotettavuutta olisi voitu parantaa, laajentamalla tutkimuksen otantaa ja toteuttamalla tutkimus useammalle eri ryhmälle Päijät-Hämeen alueella. Tutkimuksen laajentaminen ei kuitenkaan vaikuta opinnäytetyössä saatuihin tuloksiin.

Tutkimustuloksiin kuitenkin saattoi vaikuttaa poikkeusaika, jonka myötä työpajat järjestettiin Microsoft Teamsin avulla sen sijaan, että ne olisi päästy järjestämään paikan päällä. Tämä esti vuorovaikutusta työpajan aikana, havainnointia ja osittain nuorten pohjustamista aiheeseen. Havainnointi ei ole kuitenkaan yksittäin riittävä aineiston keruu menetelmä (Tuomi & Sarajärvi 2017, 71.) ja siksi tutkimustuloksen luotettavuuden kannalta havainnoinnin

puuttuminen ei ole oleellista. Pohjustus aiheeseen olisi ollut kannattavampaa tehdä paikan päällä. Paikan päällä olisi voitu myös tulkita osallistujien ilmeitä ja eleitä paremmin sekä olisi ollut tilaisuus puuttua mahdollisiin epäkohtiin työpaja työskentelyssä. Lisäksi monet tutkimuksessa saadut vastaukset olisivat vaatineet hieman tarkennusta ja perusteluja, jotta niiden käytettävyys olisi mahdollisesti ollut laajempi.

### 7.3 Tulosten hyödynnettävyys

Osuuskauppa Hämeenmaa otti tutkimuksesta saadut tutkimustulokset heti käyttöönsä. Perehdytysmateriaaliin suunnitellaan riittävän selkeästi ja ymmärrettävästi koottua visuaalista materiaalia, jotta nuori pystyy sisäistämään perehdytykseen liittyviä aiheita ja ohjeita. Materiaali tulee olemaan sähköisessä muodossa, jotta nuoren helppo lukea ja katsella sitä myös mobiililaitteella. Perehdytysmateriaali otetaan käyttöön TET-harjoittelijoiden lisäksi myös toisen asteen työharjoitteluun tulijoille sekä Tutustu työelämään ja tienaa-harjoittelijoille. Sen odotetaan valmistuvan tammikuussa 2022.

Tutkimus tuloksista nousi esiin, että nuorille on erityisen tärkeää, että heillä on TET-harjoittelun aikana mahdollisuus kysyä kysymyksiä, saada apua ja ohjeistuksia työnantajalta. Perehdytysmateriaalin lisäksi Osuuskauppa Hämeenmaa alkaa ohjeistamaan tutkimuksesta esiin nousutta vuorovaikutuksen ja henkilökohtaisten kohtaamisten tärkeyttä ennen ja TET-harjoittelun aikana omille esihenkilöilleen. Esihenkilöt osallistuvat vuoden 2022 alkupuolella minipalaveriin, joissa käydään läpi vuorovaikutuksen tärkeyttä ja tarpeellisuutta nuoren näkökulmasta.

Perehdytysmateriaali tehdään tutkimuksesta nousseen ajatuksen perusteella, ettei nuori välttämättä tiedä mitä sana ”perehdytys” tarkoittaa. Näin ollen perehdytysmateriaali, käytetty kieli sekä toimintatavat on tehtävä nuorelle ymmärrettäväksi, jotta se voi tukea nuoren TET-harjoittelua.

Perehdytysmateriaalin on tarkoitus valmistua tammikuussa 2022, jolloin sitä aletaan myös jakamaan Osuuskauppa Hämeenmaalle TET- tai työharjoitteluun tulleille nuorille. Osana opinnäytetyötä perehdytysmateriaali käydään esittelemässä myös osallistuneiden koulujen opiskelijoille.

### 7.4 Jatkotutkimusaiheita

Opinnäytetyöstä saatuja tutkimustuloksia pystyttäisiin vahvistamaan jatkotutkimusten avulla. Nuorten yritysmielikuva on vähemmän tutkittu aihe nykyajan nuorilla, eikä ole täysin selvää, miten ja mistä mielikuva nuorille muodostuu. Yritysmielikuvan kannalta olisi tuottavaa tehdä kysely TET-harjoittelijoille, jotka ovat menossa, tai ovat jo tehneet TET-

harjoittelun Osuuskauppa Hämeenmaan toimipaikoissa. Heille on saattanut muodostua kokonaisvaltaisempi kuva Osuuskauppa Hämeenmaasta, kuin tähän tutkimuksen osallistuneilla ryhmillä. Lisäksi voitaisiin tutkia, miten nuoret kokevat mielikuvan muodostumisen ja mitkä elementit siihen tarkemmin ottaen vaikuttavat. Yritysmielikuva oli monelle nuorelle aiheena vieras, mikä vaikeutti saamaan tarkkaa tietoa siitä, ymmärtävätkö nuoret mitä yritysmielikuva tarkoittaa ja millä tavoin yritysmielikuva vaikuttaa heidän toimintaansa tai ostopäätöksiinsä.

Jatkotutkimuksissa voitaisiin myös tarkentaa nuorten valmiuksia ja odotuksia työelämään. Nykymaailma muuttaa nuorten käsitystä työelämästä kovaa vauhtia, mikä tuottaa haasteita nuoria työllistävälle yrityksille. Tutkimustulokset voisivat antaa yrityksille mahdollisuuksia vastata nuorten odotuksiin ennakoivasti, jos tutkimustietoa olisi kattavimmassa määrin tarjolla.

## 8 Yhteenveto

Tämä opinnäytetyö toteutettiin toimeksiantona Osuuskauppa Hämeenmaalle vuonna 2021. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää mitä nuorille suunnatun perehdytyspaketin tulisi sisältää, jotta se tukisi nuoren perehdytystä TET-harjoittelun aikana. Tutkimuksessa selvitettiin myös mitä nuoret odottavat työelämältä, työnantajalta ja TET-harjoittelulta sekä nuorten yritysmielikuvaa Osuuskauppa Hämeenmaasta.

Opinnäytetyön teoriapohja muodostettiin käsittelemään nuoren työelämän kannalta olennaisia teemoja. Teemat olivat nuoren odotukset, valmiudet ja perehdyttäminen työelämässä sekä yritysmielikuva. Teoria tuki opinnäytetyössä tehtyä tutkimusta avaamalla aiheita käytännöntasolla sekä aiempien tutkimuksien pohjalta.

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena hyödyntäen toiminta- ja kyselytutkimusta. Toimintatutkimuksessa tiedonkeruu toteutettiin havainnoimalla sekä keräämällä dataa kirjallisessa muodossa työpajatyöskentelystä. Työpajojen päätteeksi osallistujat vastasivat vielä yritysmielikuvaa kartoittavaan kyselyyn. Osallistujat olivat Lahden alueen yläkouluikaisia nuoria. Tutkimus pyrittiin toteuttamaan niin, että nuoret pystyisivät antamaan aitoja mielipiteitä ja vastauksia kysymyksiin aiempien kokemustensa ja mielikuviansa pohjalta.

Tutkimus antoi käsityksen siitä, millainen perehdytyspaketti palvelisi nuoren TET-harjoittelun perehdytystä. Perehdytyspaketissa tulisi olla ohjeet TET-harjoittelusta, toimipaikasta, sekä työtehtävistä. Tutkimustuloksista saatiin myös selville, mille tasolle perehdytyspaketti tulisi tehdä, jotta se olisi nuorelle selkeä ja ymmärrettävissä. Tutkimustulokset tukivat aiemmin tehtyjä tutkimuksia siitä, mitä nuoret odottavat työelämältä ja millaisia odotuksia heillä on työnantajalle.

Opinnäytetyö onnistui tavoitteessaan täyttää aito käytännön tarve toimeksiantaja yrityksessä. Osuuskauppa Hämeenmaa sai tarvittavan perustan ja rakenteet tulevalle perehdytyspaketille tutkimustulosten pohjalta. Tutkimuksesta hyötyy toimeksiantaja yrityksen ja tulevien TET-harjoittelijoiden lisäksi myös muut Osuuskauppa Hämeenmaan toimipaikkoihin työllistyvät nuoret. Perehdytysmateriaali otetaan käyttöön TET-harjoittelijoiden lisäksi myös toisen asteen työharjoitteluun tulijoille sekä Tutustu työelämään ja tienaa-harjoittelijoille. Perehdytyspaketin odotetaan valmistuvan tammikuussa 2022.

## Lähteet

- Allonen, M. 2016. Sukupolvet kohtaavat työelämässä. Viitattu 12.4.2021. Saatavissa <https://kollega.fi/2016/03/sukupolvet-kohtaavat-tyoelamassa-2/>
- A-lehdet. 2020. XYZ Miten eri sukupolvet eroavat toisistaan? Viitattu 12.4.2021. Saatavissa <https://www.a-lehdet.fi/artikkelit/xyz-miten-eri-sukupolvet-eroavat-toisistaan>
- Dagmar. 2019. Milleniaalien jälkeen aikuistuu Z-sukupolvi. Joko tunnet tulevaisuuden kuluttajat? Viitattu 16.4.2021. Saatavissa <https://www.dagmar.fi/trendit/milleniaalien-jalkeen-aikuistuu-z-sukupolvi-joko-tunnet-tulevaisuuden-kuluttajat/>
- Duunitori. 2021. Työnantajakuvatutkimus. Viitattu 25.9.2021 Saatavissa <https://duunitori.fi/rekrytointi/palvelut/employer-branding/tyonantajakuvatutkimus>
- Eklund, A. 2018. Tervetuloa meille! Uuden työntekijän perehdytys. Helsinki. J-Impact Oy.
- Hiltunen, L. 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti. Viitattu 24.8.2021. Saatavissa [http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius\\_ja\\_reliabiliteetti.pdf](http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf)
- Jarvala, M. 2020. Z-sukupolvi haastaa työelämän ja johtamisen. Viitattu 12.4.2021. Saatavissa <https://www.silta.fi/uutiset-ja-blogi/z-sukupolvi-haastaa-tyoelaman-ja-johtamisen>
- Juhila, K. Tietokirjasto. 2021. Viitattu 11.7.2021. Saatavissa <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/teemoittelu/>
- Jyrkämä, J. 2021. Toimintatutkimus. Viitattu 11.9.2021. Saatavissa <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/tutkimusasetelma/toimintatutkimus/>
- Jyväskylän yliopisto. 2021. Laadullinen tutkimus. Viitattu 29.10.2021. Saatavissa <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>
- Jäntti, K. 2018. ”Kyl miä plussan niille annan” - TET-ohjaajien näkemyksiä TET-harjoittelijoiden yleisistä työelämävalmiuksista. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 2.3.2021. Saatavissa <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/59396/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201808313986.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Karimi, Z. 2019. Työelämään tutustuminen oli Suvi Lehtiselle, 15, syvä pettymys, ja niin se on tutkimuksen mukaan yllättävän monelle muullekin: ”Hyvä kun pääsi pois”. Helsingin Sanomat. Viitattu 2.3.2021. Saatavissa <https://www.hs.fi/kaupunki/art-2000006227949.html>

Kreabedia. 2018. Onko rekrytointisi riittävän vuorovaikutteista? Nuoret painottavat työnhaussa arvoja ja joustavuutta. Viitattu 25.9.2021. Saatavissa <https://kreabmedia.fi/ajankohtaista/onko-rekrytointisi-riittavan-vuorovaikutteista-nuoret-painottavat-tyonhaussa-arvoja-ja-joustavuutta/>

Kvalimotv. 2021a. Kvalifiointi. Viitattu 24.8.2021. Saatavissa [https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7\\_3\\_3.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_3.html)

Kvalimotv. 2021b. Teemoittelu. Viitattu 24.8.2021. Saatavissa [https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7\\_3\\_4.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html)

Kvalimotv. 2021c. Toimintatutkimus. Viitattu 24.8.2021. Saatavissa [https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L5\\_4.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_4.html)

Lahti. 2016. Työelämään tutustuminen (TET). Viitattu 12.4.2021. Saatavissa [www.lahti.fi](http://www.lahti.fi)

Laki nuorista työntekijöistä 998/1993. Viitattu 12.4.2021. Saatavissa <https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19930998>

Osuuskauppa Hämeenmaa. Tietoa meistä. Viitattu 12.4.2021. Saatavissa <https://hameenmaa.fi/tietoa-meista/>

Osuuskauppa Hämeenmaa. 2021a. Arvot, strategia ja visio. Viitattu 24.8.2021. Saatavissa <https://s-ryhma.fi/tietoa-meista/arvot-strategia-ja-visio>

Osuuskauppa Hämeenmaa. 2021b. Vastuullisia tuotteita ja palveluja. Viitattu 24.8.2021. Saatavissa <https://hameenmaa.fi/vastuullisuus-tuotteetpalvelut/>

Osuuskauppa Hämeenmaa. 2021c. HämeenOmaa. Viitattu 24.8.2021. Saatavissa <https://hameenmaa.fi/hameenomaa/>

Osuuskauppa Hämeenmaa. 2020. Hämeenmaan vuosikertomus. Viitattu 24.8.2021. Saatavissa <https://view.sok-julkaisut.fi/okhameenmaa/hameenmaan-vuosikertomus-2020#/page=6>

Rope, T. 2005. Suuri Markkinointikirja. Helsinki. Talentum.

Suhonen, S. 2020. Z-sukupolven työelämäodotukset. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Viitattu 13.4.2021. Saatavissa [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/344033/Suhonen\\_Susanna.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/344033/Suhonen_Susanna.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

S-ryhmä. 2021. Eettiset periaatteemme. Viitattu 24.8.2021. Saatavissa <https://s-ryhma.fi/talous-ja-hallinto/sok-yhtymän-eettiset-periaatteet>



Talous ja Nuoret TAT. 2020. TAT Nuorten tulevaisuusraportti 2020. Viitattu 23.10.2021. Saatavissa [https://www.tat.fi/wp-content/uploads/2020/08/TAT-Nuorten-tulevaisuusraportti-2020-tutkimus\\_verkkojulkaisu.pdf](https://www.tat.fi/wp-content/uploads/2020/08/TAT-Nuorten-tulevaisuusraportti-2020-tutkimus_verkkojulkaisu.pdf)

Tieteen termipankki. 2021. Työelämään tutustuminen, TET. Viitattu 13.4.2021. Saatavissa [https://tieteentermipankki.fi/wiki/Kasvatustieteet:ty%C3%B6el%C3%A4m%C3%A4n\\_tutustuminen](https://tieteentermipankki.fi/wiki/Kasvatustieteet:ty%C3%B6el%C3%A4m%C3%A4n_tutustuminen)

Tuomi, J. & A, Sarajarvi. 2017. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. E-kirja. Helsinki: Tammi. BookBeat.

Välikangas, L. 2014. Liisa Välikangas: Z-sukupolvi työelämässä. Viitattu 13.4.2021. Saatavissa <https://businesslike.fi/z-sukupolvi-tyoelamassa-liisa-valikangas/>

Weintraub, J. 2019. Kesätyöntekijän huolellisella perehdytyksellä kohti molemminpuolista voittoa. Viitattu 16.4.2021. Saatavissa <https://www.eilakaisla.fi/blogi/kesatyontekijan-huolellisella-perehdytyksella-kohti-molemminpuolista-voittoa>

YLE Uutiset. 2020. Työelämässä menestyminen on nuorille tärkeää – alavalinnoissa kriteereiksi nousevat palkkaus ja kiinnostavat työtehtävät. Viitattu 23.10.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-11485646>

# 1. Työpaja



- Pohtikaa ryhmänä kolme mielestänne tärkeintä asiaa/aihetta TET-harjoittelun perehdyttämisen näkökulmasta.
- Millaista tietoa koette tarvitsevanne kyseistä aiheista ennen TET-harjoitteluun osallistumista. Mainitkaa ainakin 3 asiaa.

## 2. Työpaja



- Millainen on onnistunut TET- harjoittelukokemus?
- Mitkä tekijät siihen vaikuttavat?
- Miten työnantajan tulisi valmistautua työharjoitteluusi?

**Mainitkaa ainakin 3 asiaa jokaiseen kohtaan.**

Liite 3. Kyselylomake (yritysmielikuva)

## Osuuskauppa Hämeenmaa



Mitkä vaihtoehdot kuvaavat mielestäsi Osuuskauppa Hämeenmaata? **Valitse 3.**

Aktiivinen	Asiakaslähtöinen	Asiantunteva
Ekologinen	Edelläkävijä	Kasvava
Kiinnostava	Kilpailukykyinen	Laadukas
Monipuolinen	Nykyaikainen	Turvallinen
Vastuullinen	Luotettava	Kehittyvä

Kuinka potentiaalisiksi TET-harjoittelupaikaksi koet Osuuskauppa Hämeenmaan toimipaikat? (1 = En koe potentiaalisiksi, 5 = Erittäin potentiaalinen)

1      2      3      4      5

Millainen mielikuva sinulla on Osuuskauppa Hämeenmaasta? (1 = Huono mielikuva, 5= Erittäin hyvä mielikuva)



Mitkä asiat on vaikuttanut mielikuvaasi Osuuskauppa Hämeenmaasta?