



# Yritys X:n uuden työntekijän perehdytyspolku

Pinja Nikula

2023 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Yritys X:n uuden työntekijän perehdytyspolku

Pinja Nikula  
Liiketalous (AMK)  
Opinnäytetyö  
Marraskuu, 2023

Tämän tutkimuksellisen sekä toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää yrityksen X nykyisiä perehdytyskäytäntöjä sekä sisäistä työnantajamielikuvaa. Kyselytutkimuksesta saatujen tulosten perusteella laadittiin yritykselle X yhtenäinen uuden työntekijän perehdytyspolku. Yritystä kutsutaan opinnäytetyössä nimellä X tietosuojaturvan vuoksi. Yritys X tarjoaa asiakkailleen laajasti erilaisia hyvinvointipalveluita.

Opinnäytetyön toiminnallisen osuuden tavoitteena oli laatia selkeä perehdytyspolku, joka mahdollistaa yrityksen X uusien työntekijöiden tasalaatuisen sekä tehokkaan perehdyttämisen. Perehdytyspolun keskeinen tavoite on varmistaa, että kaikki uudet työntekijät saavat tarvittavan tiedon ja tuen tehtäviensä suorittamiseen riippumatta heidän työnkuvastaan. Uuden työntekijän perehdytyspolun tavoitteena on myös varmistaa perehdytysprosessin selkeä ja yhtenäinen eteneminen perehdyttäjän näkökulmasta.

Tutkimuksen teoreettinen osuus keskittyi perehdytykseen yleisellä tasolla, perehdytysprosessin digitalisoitumiseen, työnantajamielikuvaan, uuden työntekijän perehdytyspolun suunnitteluun ja toteutukseen sekä kyselytutkimuksen käyttöön. Teoreettisen taustan rakentamisessa hyödynnettiin perehdytyksestä jo olemassa olevia julkaisuja, tutkimuksia sekä kirjallisuutta.

Tutkimuksen käytännön osuus sisälsi sähköisen kyselytutkimuksen, jonka avulla selvitettiin yrityksen X perehdytyskäytäntöjen sekä työnantajamielikuvan nykytilaa. Tulosten perusteella laadittiin yhtenäinen perehdytyspolku, joka kattaa yrityksen eri ammattiryhmät sekä työtehtävät. Yhtenäisen perehdytyspolun avulla varmistetaan, että kaikki uudet työntekijät saavat tarvittavan tiedon ja tuen, joka myös parantaa yrityksen X tehokkuutta sekä yhdenmukaisuutta perehdytyksessä.

Pinja Nikula

**The onboarding process for a new employee at Company X**

Year	2023	Pages	59
------	------	-------	----

---

The objective of this functional bachelor's thesis was to examine the current onboarding process and the internal employer brand of Company X. Based on the results obtained from a survey, the objective was to develop a cohesive onboarding process for new employees. Due to privacy concerns, the company's name is referred to as X in the thesis. Company X offers a variety of wellness services to its clients.

The purpose of this thesis was to create a comprehensive onboarding process for new employees, enabling consistent and efficient orientation. The objective of the onboarding process is to ensure that all new employees receive the necessary information and support for their tasks, regardless of their job responsibilities. Moreover, the objective of the onboarding process for new employees is to ensure a consistent progression in the onboarding process from the perspective of the onboarding instructor.

The theoretical contribution consisted of a description of the components of the onboarding process on a general level, the digitization of the onboarding process, and employer branding as well as the planning and implementation of the onboarding process for new employees and the use of survey research. Publications, research, and literature in the field were used as material for the theoretical part.

In the practical part of the thesis, an electronic survey was created. The purpose of the survey was to clarify the current state of Company X's onboarding process and employer brand. Based on the results, a unified onboarding process covering different professional groups and tasks within the company was developed. The unified onboarding pathway ensures that all new employees receive the necessary information and support, thereby improving organizational efficiency and consistency in onboarding.

**Keywords:** Onboarding, employer branding, onboarding process

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
2	Perehdytys .....	7
2.1	Perehdytyksen hyödyt ja tavoitteet .....	8
2.2	Perehdytys prosessina .....	9
2.3	Perehdytyksen haasteet .....	11
2.4	Perehdytystä ohjaava lainsäädäntö .....	11
2.5	Digitaalinen perehdytysprosessi osana nykypäivää .....	12
2.5.1	Digitaalisen perehdytyksen mahdollisuudet .....	12
2.5.2	Digitaalisen perehdytyksen hyödyt ja haasteet .....	13
3	Työnantajamielikuva .....	15
3.1	Positiivinen työnantajamielikuva .....	17
3.2	Perehdytyksen vaikutus työnantajamielikuvaan .....	18
3.3	Perehdytyksen vaikutus työntekijän sitouttamiseen .....	19
4	Tutkimusmenetelmät ja asiakaspolku .....	19
4.1	Kyselytutkimus .....	21
4.2	Asiakaspolku .....	21
4.2.1	Asiakaspolun kosketuspisteet .....	23
5	Opinnäytetyön menetelmät ja aineiston kerääminen .....	24
6	Tulokset .....	26
6.1	Kyselytutkimuksen tulokset .....	26
6.1.1	Taustatiedot .....	27
6.1.2	Työntekijän perehdytys .....	29
6.1.3	Sisäinen työnantajamielikuva .....	35
6.2	Uuden työntekijän perehdytyspolku .....	39
7	Kehitysehdotukset .....	41
8	Arviointi .....	43
	Lähteet .....	45
	Kuviot .....	48
	Liitteet .....	49

## 1 Johdanto

Laadukkaasti toteutetusta perehdytyksestä hyötyvät kaikki. Perehdytyksen päätavoite on tarjota työntekijälle tarvittavaa tietoa, taitoa sekä osaamista liittyen tuleviin työtehtäviin. Perehdytys on koko työyhteisön yhteinen asia ja laadukkaan perehdytysprosessin avulla paitsi helpotetaan työtehtävien omaksumista, niin luodaan myös miellyttävä työilmapiiri, parannetaan työntekijän työmotivaatiota ja sitoutumista sekä vähennetään henkilöstön vaihtuvuutta. (OAJ 2023.)

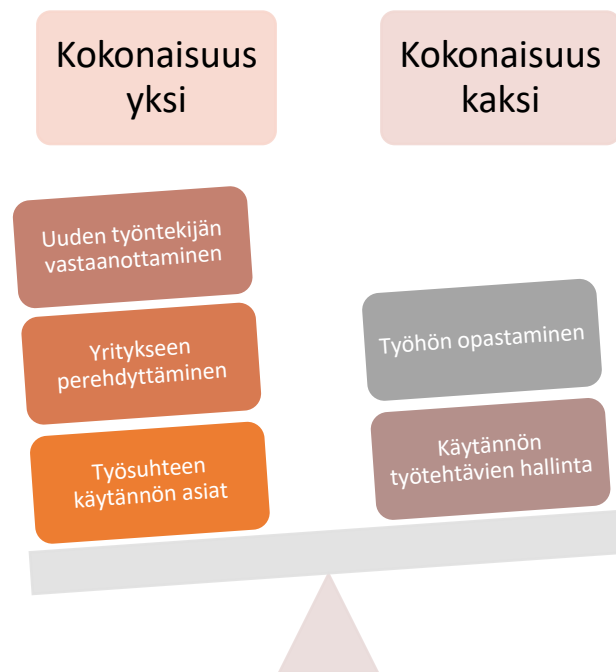
Tämä opinnäytetyö sisältää sekä tutkimuksellisen että toiminnallisen opinnäytetyön piirteitä. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää kyselytutkimuksen avulla yrityksen X perehdytyskäytäntöjen sekä sisäisen työnantajamielikuvan nykytilaa. Tutkimusosuuden jälkeen toimeksiantajayritykselle laadittiin toimiva, selkeä ja ennen kaikkea yhtenäinen perehdytyspolku. Perehdytyspolun laatimisessa käytettiin apuna kyselytutkimuksesta saatuja tuloksia sekä yrityksen X jo olemassa olevia perehdytysmateriaaleja. Perehdytyspolun teoriaa rinnastetaan opinnäytetyössä asiakaspolkuun. Opinnäytetyön tuotoksena syntyi yrityksen X käyttöön kyselytutkimus sekä nykytilan tarpeet huomioiden uuden työntekijän perehdytyspolku. Tietosuojaturvan vuoksi yrityksestä käytetään opinnäytetyössä nimeä X.

Tämän opinnäytetyön tutkimuksellinen osio toteutettiin yrityksen X esihenkilöille suunnatulla sähköisellä kyselytutkimuksella. Tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa perehdytysprosessin sekä sisäisen työnantajamielikuvan nykytilaa, mitkä asiat perehdytysprosessissa oli jo toimivaa ja mitä voitaisiin vielä kehittää. Tutkimuksellisessa osiossa analysoitiin myös yrityksen X olemassa olevia perehdytysmateriaaleja, mutta materiaalien ollessa salattuja, niitä ei käsitellä opinnäytetyössä. Näiden perusteella laadittiin yritykselle uuden työntekijän perehdytyspolku.

Tietoperusta osuudessa käsitellään perehdytystä yleisellä tasolla, perehdytysprosessin digitalisoitumista, työnantajamielikuvaa, perehdytyksen vaikutuksia työnantajamielikuvaan sekä asiakaspolkua. Nämä tietoperusta-aiheet tukevat opinnäytetyön tekemistä teoreettisesta näkökulmasta sekä integroituvat opinnäytetyössä laadittuun perehdytyspolkuun. Oma oppimistavoitteeni opinnäytetyölle oli paitsi syventää teoreettista osaamistani laadukkaan perehdytyksen merkityksestä sekä sen vaikutuksista muun muassa sisäiseen työnantajamielikuvaan niin tavoitteeni oli myös nostaa esiin tärkeitä huomioita yrityksen X perehdyttäjien näkökulmasta perehdytyspolkua laadittaessa. Perehdytyspolun jalkauttamisesta käytäntöön sekä sen jatkokehittämisestä vastaa toimeksiantajayritys.

## 2 Perehdytys

Perehdytystä voidaan kuvata monen käsitteen kokonaisuutena ja sen ensisijaisena tavoitteena on varmistaa, että uusi työntekijä omaksuu oman työtehtävänsä. Samalla perehdytys auttaa uutta työntekijää tutustumaan työyhteisön toimintatapoihin sekä käytäntöihin ja sopeutumaan sujuvasti uuteen työympäristöönsä. Tämän tavoitteen saavuttamiseksi perehdytyksellä pyritään varmistamaan, että työntekijä kykenee suoriutumaan tehtävistään tehokkaasti ja yhteistyössä muiden kanssa. Kuviosta 1 nähdään, että perehdytys voidaan jakaa kahteen kokonaisuuteen. (Joki 2021, 110.)



Kuvio 1: Perehdytyksen kaksi kokonaisuutta. (Eklund 2018, 25-26.)

Ensimmäisessä kokonaisuudessa keskitytään uuden työntekijän vastaanottamiseen, yritykseen perehdyttämiseen sekä työsuhteen käytännön asioihin. Toinen kokonaisuus keskittyy varsinaiseen työhön opastamiseen ja käytännön työtehtävien hallintaan. (Eklund 2018, 25-26; Viitala 2015, 189.)

Perehdyttämisen laajuus, tarve sekä syvyys on aina yksilöllistä. Siihen voivat vaikuttaa useat tekijät kuten esimerkiksi tuleva työtehtävä sekä työsuhteen luonne. Vakituisen työntekijän perehdytykseen voidaan varata enemmän aikaa ja resursseja käytettäväksi kuin taas määräaikaisen työntekijän perehdytys voi olla vähemmän aikaa kuin myös resursseja vievää. Tämän lisäksi myös perehdytettävän ammatillisella taustalla voi olla vaikutusta perehdytyksen

laajuuteen. Joissakin tapauksissa voidaan sopia, että aiempi työkokemus samankaltaisista tehtävistä huomioidaan perehdytyksen suunnittelussa (Joki 2021, 111-112.)

Laadukas perehdytys on välttämätöntä riippumatta tilanteesta. Se on tarpeellinen niin kokonaan uusille työntekijöille kuin myös yrityksen sisällä uusiin tehtäviin siirtyville nykyisille työntekijöille. Perehdytys on välttämätöntä ei pelkästään vakituisille työntekijöille, mutta myös vuokratyöntekijöille sekä kaikille muille, jotka tuovat osaamisensa ja työpanoksensa yritykseen. Sen tarkoituksena on varmistaa, että henkilöllä on tarvittavat valmiudet suoriutua uusista tehtävistään tehokkaasti sekä samalla tuntee olonsa mukavaksi uudessa työpaikassaan. Perehdytys on keskeinen osa työsuhteen alkua, sillä se luo pohjan motivaation ja sitoutumisen kasvulle. Ilman laadukkaasti toteutettua perehdytystä voi uuden työntekijän sitoutuminen yritykseen jäädä puutteelliseksi. (Viitala 2021, 259; Cygnel 2022, 16-18.)

Kaiken kaikkiaan perehdytys on yksi yrityksen kalleimmista, mutta kuitenkin tärkeimmistä prosesseista. Toimiva perehdytys toimii parhaimmillaan loistavana kilpailuetuna sekä työnantajamielikuvaa parantavana tekijänä. Laadukkaasti suunnitellun perehdytysprosessin avulla työntekijä voi aloittaa työnsä tehokkaasti sekä sitoutua työyhteisöön nopeasti. Onnistunut uuden työntekijän perehdytys edistää yrityksen kokonaistehokkuutta huomattavasti, helpottaen samalla nykyisten työntekijöiden työkuormitusta. (Eklund 2020b.)

Puolestaan heikko perehdytys voi aiheuttaa huomattavia lisäkustannuksia yritykselle. Puutteellisen perehdytyksen seurauksena menetetään arvokkaita työtunteja ja luodaan tarpeetonta stressiä sekä työntekijöille että työnantajalle. Tämän lisäksi, mikäli uusi työntekijä jättää yrityksen varhaisessa vaiheessa, tarkoittaa se menetyksiä niille investoinneille, joita on tehty rekrytointiin, että perehdytykseen. Yrityksen on myös käytettävä lisää resursseja uuden rekrytointiprosessin toteuttamiseen. (Eklund 2020b.)

## 2.1 Perehdytyksen hyödyt ja tavoitteet

Laadukkaasti toteutettu perehdytys luo vankan pohjan tehokkaalle työskentelylle sekä tiimityölle. Tavoitteena on varmistaa, että uusi työntekijä sopeutuu organisaation toimintatapoihin ja hänellä on tarvittavat valmiudet menestyksekkääseen työnsuoritukseen, johon hänet on palkattu. Samalla aloittavan työntekijän odotetaan oppivan toimimaan tehokkaasti yhteistyössä muiden yrityksen työntekijöiden kanssa. (Hyppänen 2013, 217; Kupias & Peltola 2012, 4; Eklund 2018, 25.)

Perehdytyksen tavoitteena on kasvattaa aloittavan työntekijän tietoa ja taitoja tulevaa työtä varten. Useiden yritysten haasteena perehdytyksessä on, että perehdytykseen käytetty aika sekä resurssit nähdään useimmiten kuluina eikä hyötynä. On totta, että laadukkaasti tehty perehdytys vie aikaa, mutta siihen käytetty aika useimmiten maksaa itsensä myöhemmin



takaisin. Laadukkaasti toteutetusta perehdytyksestä hyöttyy parhaimmillaan koko työyhteisö. (Kangas & Hämäläinen 2007, 4; Viitala 2021, 356.)

Mahdollisten virheiden korjaaminen voi olla aikaa vievää ja kallista, joten on yrityksen etu, että perehdytettävä oppii heti oikeat toimintatavat, jolloin myös virheiden mahdollisuus vähenee. Näin ollen laadukkaalla perehdytyksellä turvataan myös yrityksen toiminnan sujuvuutta sekä laatua. Perehdytys luo myös aloittavassa työntekijässä turvallisuuden tunnetta ja auttaa sitouttamaan uuden työntekijän yritykseen nopeammin. (Joki 2021, 111-112.)

Uudelle työntekijälle tarjotaan mahdollisuus työssään onnistumiseen perehdytyksen avulla. Perehdytyksellä halutaan myös antaa perehdytettävälle mahdollisimman realistinen kuva yrityksestä sekä auttaa häntä luomaan positiivista mielikuvaa omasta työstään ja yrityksessä työskentelystä. Myönteinen ensivaikutelma ei pelkästään kannusta ja rohkaise uutta työntekijää, mutta sillä on vaikutusta myös siihen, sitoutuuko työntekijä jatkamaan yrityksessä työskentelyä. Uuden työntekijän saadessa ystävällisen vastaanoton sekä riittävän perehdytyksen uuteen työtehtäväänsä, on todennäköistä, että hänen työmotivaationsa kasvaa. Se taas hyödyttää koko työyhteisöä sekä vaikuttaa myönteisesti tulokkaan mielialaan ja jaksamiseen. (Viitala 2021, 356; Kangas & Hämäläinen 2007, 4-5.)

## 2.2 Perehdytys prosessina

Perehdytysprosessi toimii yhtenä johtamisen työkaluna, jonka avulla voidaan johtaa yritystä kohti sen tavoitteita sekä toteuttaa yrityksen strategiaa. Tämän takia on tärkeää, että perehdytysprosessi on samassa linjassa yrityksen strategian kanssa. Perehdytyksen tulisi integroitua saumattomasti yrityksen toimintaan, eikä se saisi jäädä irralliseksi prosessiksi. (Eklund 2021, 90-92.)

Perehdytysprosessin jakaminen pienempiin osiin helpottaa perehdytyksen suunnittelua sekä auttaa perehdytettävää hahmottamaan perehdytyksen kokonaisuutta. Sopivalla jaottelulla pystytään hallitsemaan perehdytystä kokonaisuutena ja tarvittaessa pienempiä tehtäviä voidaan delegoida eteenpäin. Osa-alueiden eritteleminen tekee perehdytyksen seurannasta yksinkertaisempaa ja tukee samalla perehdytyksen asettamia tavoitteita. (Eklund 2021, 91-92.)

On kuitenkin tärkeää muistaa, että jokainen yritys on yksilöllinen, ja perehdytysprosessi on räätälöitävä vastaamaan yrityksen erityistarpeita. Kuviossa 4 esitetyt jaottelut ovat yksi tapa hahmottaa perehdytysprosessia, mutta niitä on sovellettava ja muokattava yrityksen omien tarpeiden mukaisesti perehdytyksen sisällön suunnittelussa. (Eklund 2021, 91-92.)



Kuvio 2: Perehdytysprosessin osa-alueet. (Eklund 2021, 92.)

Selkeä vastuunjako on perehdytyksessä erittäin tärkeää, sillä se selkeyttää perehdyttäjien rooleja, säästää aikaa sekä vähentää mahdollisia päällekkäisyyksiä. Selkeä vastuunjako auttaa myös resurssien tehokkaassa käytössä, kun jokainen perehdytykseen osallistuva tietää tarkalleen oman vastuualueensa ja voi aikatauluttaa tehtävänsä sen mukaisesti. (Eklund 2018, 77; Cook 1999, 93-94.)

Tarvittaessa perehdytysprosessiin voi osallistua useampi perehdyttäjä, jolloin tilanteen mukaan perehdyttäjää voidaan vaihdella. Useamman perehdyttäjän käyttäminen tarjoaa myös uudelle työntekijälle mahdollisuuden kasvattaa omaa verkostoaan heti työsuhteen alusta asti. Perehdytyksen osa-alueiden jakamisella eri henkilöille hyödynnetään tehokkaasti esihenkilöiden lisäksi yrityksen muita jäseniä. Kun useampi henkilö osallistuu perehdytykseen, se voi parantaa perehdytettävän kokonaisvaltaista oppimiskokemusta. Samalla kuitenkin lisääntyy esihenkilön vastuu perehdytyksen laadusta ja sen kokonaisuuden hallinnasta. Tämä tarkoittaa, että esihenkilön on varmistettava, että eri perehdyttäjät tarjoavat tasalaatuisen ja yhtenäisen perehdytyskokemuksen. (Eklund 2021, 140-141.)

Perehdyttämisprosessin sujuvuuden kannalta on elintärkeää, että perehdyttäjät eivät pelkää ymmärtää tehtäviä teoriassa vaan pystyvät myös näyttämään ne käytännössä. Tämä auttaa uutta työntekijää oppimaan tehokkaammin ja varmistaa, että hän pystyy soveltamaan oppimaansa käytännön työssä. (Cook 1999, 93-94.)

Perehdytyksen kesto vaihtelee merkittävästi eri toimialojen ja tehtävien välillä. Perehdytysaika ei voida tarkasti määritellä, sillä jokainen oppii uudet asiat yksilöllisesti. Perehdytyksen tulisi kuitenkin olla suositeltavasti useiden viikkojen mittainen prosessi, jotta se mahdollistaisi riittävän syvällisen oppimisen. (Eklund 2021, 88-89.)

### 2.3 Perehdytyksen haasteet

Tänä päivänä monissa organisaatioissa perehdytys toteutetaan perinteisellä vertaisopastuksella, jossa kokeneempi työntekijä opastaa uutta tulokasta tämän työtehtäviin. Vaikka tämä menetelmä toimii monissa tapauksissa hyvin, on siinä myös omat riskinsä. Kokeneella työntekijällä on yleensä oma näkemyksensä siitä, miten työ tulisi suorittaa ja tämä näkemys voi olla rajoittunut ainoastaan omiin kokemuksiin. Tämän seurauksena uusi työntekijä voi omaksua virheitä ja tehottomia työskentelytapoja. Lisäksi vertaisopastus voi olla vaikeaa, jos sitä toteuttava työntekijä on ainoa, joka on suorittanut kyseisiä työtehtäviä, ja hänellä on tarkoitus poistua työpaikalta ennen uuden työntekijän saapumista (Työnopastus 2023.)

Perehdytyksen haasteena voi olla myös aika sekä resurssit. Usein aika on rajallista, ja muu työyhteisö voi olla kiireinen eikä pysty osallistumaan perehdytykseen täysipainoisesti. Tämä voi aiheuttaa haasteita uuden työntekijän integroimisessa organisaatioon. Siksi olisi suositeltavaa, että uuden työntekijän rekrytointiin varattaisiin riittävästi aikaa etukäteen, jotta koko työyhteisö voisi valmistautua hänen tuloonsa ja tukea häntä parhaalla mahdollisella tavalla (Seeling 2015.)

Kaiken kaikkiaan perehdytyksen suunnittelussa on tärkeää ottaa huomioon tilanne ja tarpeet. Esimerkiksi lyhytaikaiseen muutaman kuukauden työsuhteeseen palkattu työntekijä saattaa olla vähemmän kiinnostunut laajoista perehdytysohjelmista, kuten yrityksen arvoista tai missiosta. Lisäksi hiljaisen tiedon siirtäminen saattaa olla haaste, mikäli työntekijät vaihtuvat usein (Seeling 2015.)

Näiden haasteiden kannalta on ensiarvoista kehittää tehokkaita perehdytysprosesseja sekä suunnitella perehdytys huolellisesti etukäteen. Lisäksi oleellista on panostaa uusien työntekijöiden mielikuvaan niin selkeästä yrityskulttuurista, kuin odotuksistakin, jotta heidän sitoutumisensa yritykseen olisi mahdollisimman kestävä. (Seeling 2015.)

### 2.4 Perehdytystä ohjaava lainsäädäntö

Työturvallisuuslaissa (738/2002) edellytetään työnantajaa perehdyttämään työntekijät huolellisesti heidän työhönsä, työympäristöön sekä työ- ja tuotantomenetelmiin. Lisäksi työnantajan tulee varmistaa, että työntekijät tuntevat työssä tarvittavat työvälineet ja turvalliset työtavat. Työntekijöiden kuulu saada myös tarvittavat tiedot mahdollisista haitta- ja vaaratekijöistä työpaikalla. Tämä velvoite koskee kaikkia työntekijöitä.

Laki nuorista työntekijöistä (998/1993) vaatii erityistä tarkastelua. Työnantajan tulee varmistaa, että nuoret työntekijät, joiden työkokemus on vähäistä tai sitä ei ole ollenkaan, saavat riittävää ohjausta sekä opetusta työhönsä. Heidät on perehdytettävä työhön niin, etteivät he aiheuta vaaraa itselleen tai muille työntekijöille.

Perehdyttäminen ei siis ikinä ole pelkästään yrityksen oman harkinnan varassa, vaan siihen liittyy myös lainsäädännöllisiä velvoitteita. Työturvallisuuslain 14 § edellyttää, että työnantaja antaa työntekijöille tarvittavat tiedot työpaikan mahdollisista haitta- ja vaaratekijöistä. Myös Eklund (2018, 26) painottaa kirjassaan yritysten vastuuta perehdyttämisessä lainsäädännön näkökulmasta. Työnantajan on huolehdittava siitä, että työntekijät perehdytetään käytännön työtehtäviin, työympäristöön sekä työvälineisiin heidän omaa ammatillista osaamistaan ja kokemustaan vastaavalla tavalla. Työnantajan on myös taattava, että ohjausta sekä tukea on tarvittaessa aina saatavilla, erityisesti mikäli työntekijän työtehtävät tai toimintatavat yrityksessä muuttuvat. (Työturvallisuuslaki.)

## 2.5 Digitaalinen perehdytysprosessi osana nykypäivää

Digitalisaatio näkyy vahvasti nykypäivän työelämässä. Yhä useampi yritys hyödyntää digitalisaatiota perehdytyksessä muun muassa päivittämällä perehdytysprosessin digitaalseksi. Parhaimmillaan digitalisoinnilla voidaan sujuvoittaa perehdytysprosessia kokonaisuudessaan. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2016; Eklund 2018, 182.) Lyly-Yrjänäisen (2022, 21) tuottaman työolobarometrin mukaan digitaaliset työvälineet ovat päivittäisessä käytössä jopa yhdeksällä kymmenestä työntekijästä. Digitaalinen perehdytysprosessi myös mahdollistaa joustavan oppimisen riippumatta ajasta tai paikasta. (Eklund 2018, 182.)

On kuitenkin tärkeää muistaa, että digitaaliseen perehdytykseen siirtyminen vaatii enemmän kuin pelkän materiaalin muuttamisen sähköiseen muotoon. Yrityksen tulee myös varmistaa, että henkilöstöllä on tarvittava osaaminen digitaalisten alustojen käyttöön, jotta niiden käyttö sujuu mahdollisimman vaivattomasti. Tämän lisäksi on tärkeää pitää mielessä, että digitaalinen perehdytys ei kuitenkaan täysin voi korvata kasvokkaisia tapaamisia ja koulutuksia. Ne voivat edelleen olla tarpeellisia tietyissä tilanteissa ja oppimistavoitteiden saavuttamiseksi. (STM 2016; Eklund 2018, 183.)

### 2.5.1 Digitaalisen perehdytyksen mahdollisuudet

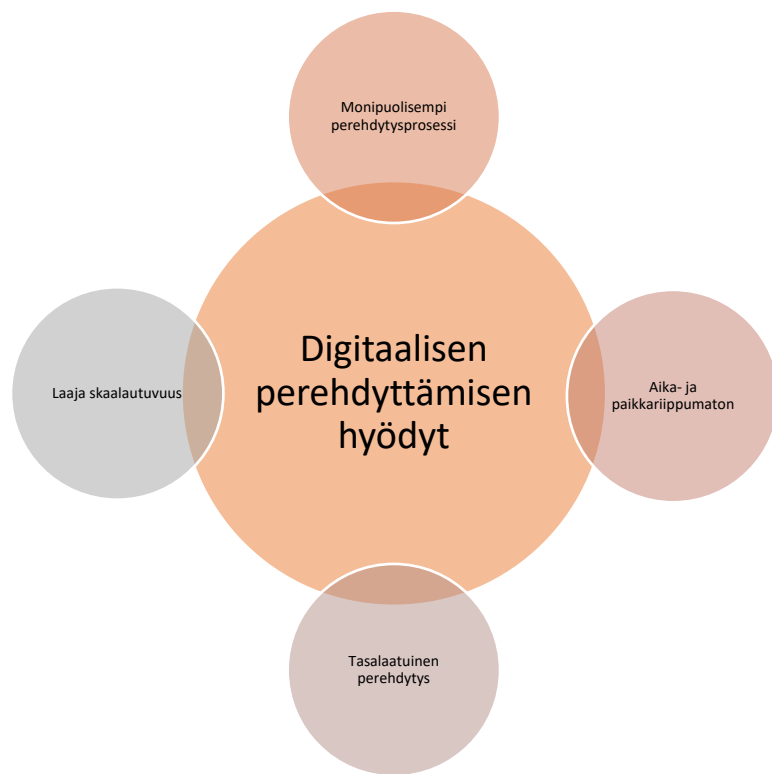
Perehdytyskeinona digitaalinen perehdytys on paitsi tehokas, niin myös aika- ja paikkariippumaton. Digitaalinen perehdytysmateriaali on käytettävissä työsuhteen alusta alkaen, jonka lisäksi siihen on helppo palata perehdytyksen jälkeen. Perehdytyksen tehostamiseksi voidaan hyödyntää digitaalisia välineitä, kuten opetusvideoita, verkkopohjaisia käyttöohjeita sekä virtuaalisia esittelykierroksia. (Wallace 2009, 173-174.)

Ihmiset ovat erilaisia oppijoita ja digitaalinen perehdytys myös tukee erilaisia oppimistyyliä. Digitaalisuuden tarjoama monipuolisuus oppimistavoissa voi auttaa tiedon sisäistämisessä sekä pysymistä muistissa. Interaktiivisuus innostaa oppimaan ja parantaa oppimistuloksia. Erilaisen verkko-oppimis- ja koulutusmahdollisuuksien määrän kasvaessa, avautuu perehdytettävälle mahdollisuus itsenäiseen oppimiseen, usein jopa ennen varsinaista ensimmäistä työpäivää. Laadukkaat verkkokoulutukset antavat uusille työntekijöille tarvittavaa tietoa ennen fyysistä työpaikalle saapumista, jolla säästetään perehdyttäjien aikaa sekä resursseja. (Pajula 2021.)

Vaikka digitaaliset oppimisalustat tuovat mukanaan monia etuja, on tärkeää kuitenkin muistaa, että ne eivät voi täysin korvata käytännön työssä oppimista sekä vuorovaikutusta yrityksen muiden työntekijöiden kanssa. Tämän vuoksi on olennaista harkita erilaisia perehdytysmalleja ja -tapoja sekä pohtia, miten ne voidaan integroida osaksi perehdytysprosessia. Tämän avulla varmistetaan, että oppiminen on sekä laadukasta että tehokasta tehtävien suorittamisen kannalta, ottaen samalla huomioon digitaalisen oppimisen mahdollisuudet ja rajoitukset. (Eklund 2018, 79; Pajula 2021.)

#### 2.5.2 Digitaalisen perehdytyksen hyödyt ja haasteet

Elämme yhä jatkuvassa työelämän muutoksessa, jossa digitalisaatiolla on todella suuri merkitys. Digitalisaation käyttö perehdytyksessä mahdollistaa uusille työntekijöille intensiivisemmän integraation perehdytysprosessiin. Digitaaliset välineet eivät ainoastaan tue perehdytystä, vaan myös rohkaisevat työntekijöitä itsenäiseen tiedonhakuun sekä taitojen kehittämiseen. Niiden avulla voidaan ylläpitää uusien työntekijöiden kiinnostusta ja sitoutumista prosessiin. (Talent Culture 2016.) Kuvioon 3 on kerätty digitaalisen perehdytyksen hyötyjä työnantajalle sekä työntekijälle.



Kuvio 3: Digitaalisen perehdyttämisen hyötyjä. (Talent Culture 2016.)

Digitaalisen perehdytyksen etuna on joustavuus. Sen avulla mahdollistetaan perehdyttäminen etäyhteyksillä, joka tuo prosessiin tehokkuutta ja nopeutta. Lisäksi digitaalinen perehdytys on ekologinen valinta, säästään aikaa ja paperia perinteisiin menetelmiin verrattuna. Sähköiset perehdytysmateriaalit ovat helposti jokaisen työntekijän käytettävissä missä tahansa. (Kauppinen 2021, 88.)

Joki (2021, 97) tuo kirjassaan esille, että useiden yritysten kotisivuilta sekä intranetistä voidaan huomata digitalisaation kehittyminen. Sisäiset tiedot, jotka liittyvät yritykseen ovat saatavilla intranetistä, kun taas julkinen tieto löytyy yritysten kotisivuilta. Olennaista perehdytyksen suunnittelussa on varmistaa, että uusilla työntekijöillä on pääsy sähköiseen materiaaliin.

On kuitenkin tärkeää muistaa, että digitaalinen perehdytys ei sovi kaikkiin perehdytystilanteisiin. Siksi onkin olennaista oppia tunnistamaan tilanteet, joissa digitaalisuudesta on selkeää hyötyä. Erityisen kätevä digitaalinen perehdytys on silloin, kun opetusta tarvitaan välittömästi ja joustavasti tai kun oppimistarve yllättää kiireellisenä. Jos työ edellyttää jatkuvaa tietojen päivittämistä, digitaalinen oppimateriaali on tehokas ja hyödyllinen työkalu. (Alamäki-Luukkonen 2022, 75.)

Huolimatta siitä, että yrityksissä ymmärretään digitaalisen perehdyttämisen hyödyt, useat yritykset päättävät silti pitäytyä vanhanaikaisessa perehdytysprosessissaan osittain sen

tuttuuden takia mutta osittain sen takia, että siirtymisen ajatellaan olevan monimutkaista. Yleensä yrityksen sisäiset muutokset eivät ole helppoja ja onnistuneesti suoritettussa muutoksessa johtamisella on merkittävä rooli. (Alamäki-Luukkonen 2022, 76.) Muutoksen tuomat haasteet eivät rajoitu pelkästään tiedon siirtoon, vaan haasteet liittyvät myös konkreettisiin toimiin sekä jopa henkilöstön tunteisiin. Muutokset kuitenkin edustavat positiivisella tavalla työyhteisön kehittymistä ja kasvua. Yksilötasolla voidaan kohdata myös sukupolvien välisiä eroja, kun perinteiset paperiprosessit vaihtuvat sähköisiin ohjelmistoihin ja järjestelmiin. Muutoksen toteuttaminen on jo yksilötasolla haastavaa, mutta tiimitasolla se on usein vieläkin haastavampaa. Yleensä muutoksen suurin haaste piileekin juuri asenteiden muuttamisessa. (Sydänmaanlakka 2012, 70-72.)

Toinen yleisemmin ilmenevä digitalisaation tuoma haaste on tietoturvallisuus. Tietoturva on kriittinen osa digitaalista toimintaa ja sen turvaaminen on yrityksen yksi keskeisimmistä vastuista. Riskien tunnistaminen sekä analysointi, mahdollisesti ulkopuolisen asiantuntijan avustuksella, on ensiarvoisen tärkeää. Sen jälkeen on järkevää suunnitella etukäteen tarvittavat toimenpiteet, jotta ollaan valmiina reagoimaan, mikäli tietoturvauhka muuttuu todelliseksi. Ennakointi ja valmistautuminen ovatkin avaimia tehokkaaseen tietoturvaan. (Ilmarinen & Koskela 2015, 68.)

### 3 Työnantajamielikuva

Työnantajamielikuvalla tarkoitetaan sitä, miten yritys sekä sen työnantajabrändi näyttäytyy nykyisille työntekijöille sekä työnhakijoille. Käytännössä työnantajamielikuva perustuu ihmisten kokemuksiin ja mielikuviin yrityksestä työnantajana. Työnantajamielikuva voi olla erilainen eri ihmisten näkökulmasta, ja se voi perustua heidän omiin kokemuksiinsa, kuulemiinsa tarinoihin ja yrityksen maineeseen. (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 66.)

Kuvion 4 mukaisesti työnantajamielikuva voidaan jakaa kahteen osaan, sisäiseen sekä ulkoiseen työnantajamielikuvaan. (Eilakaisla 2021.)



Kuvio 4: Työnantajamielikuva jaottelu sisäiseen sekä ulkoiseen työnantajamielikuvaan. (Eilakaisla 2021.)

Sisäisellä työnantajamielikuvalla tarkoitetaan sitä, millaisena työnantajana yrityksen sisällä työskentelevät työntekijät paitsi näkevät niin myös kokevat yrityksen. Työnantajakokemukseen vaikuttaa aina työntekijän omakohtaiset kokemukset vuorovaikutuksesta yrityksen kanssa. Sisäinen työnantajamielikuva vaikuttaa siihen, miten tyytyväisiä sekä sitoutuneita työntekijät ovat. (Korpi ym. 2016,67)

Ulkoisella työnantajamielikuvalla puolestaan tarkoitetaan sitä kuvaa, mikä on organisaation ulkopuolisilla henkilöillä, kuten työnhakijoilla, potentiaalisilla asiakkailta ja yleisöllä, organisaatiosta työnantajana. Se voi perustua organisaation maineeseen, näkyvyyteen mediassa, suositteluihin ja muuhun informaatioon, joka tavoittaa ulkopuoliset sidosryhmät. (Huhta & Myllyntaus 2021, 36.)

On tärkeää huomata, että jokaisella yrityksellä on jonkinlainen työnantajamielikuva, vaikka yritys ei tietoisesti siihen panostaisi. Tämä mielikuva voi olla hyvä tai huono, ja se vaikuttaa siihen, millaisia työntekijöitä organisaatio houkuttelee ja miten se onnistuu pitämään kiinni nykyisistä työntekijöistään. Yrityksen kannalta on tärkeää ymmärtää ja hallita sekä sisäistä että ulkoista työnantajamielikuvaa tavoitteidensa saavuttamiseksi. (Mosley & Schmidt 2017, 56.)

Työnantajamielikuvan muodostumiseen vaikuttaa useat eri tekijät. Palkkauksen lisäksi eniten merkityksellisiä ovat urakehitysmahdollisuudet, työn kiinnostavuus, työilmapiiri sekä oman työn kehittämismahdollisuudet. On kuitenkin otettava huomioon, että korkeilla palkkioilla ja ansiotuloilla saattaa olla suurempi vaikutus työntekijöiden houkuttelemisessa yritykseen kuin heidän sitoutumisessaan yrityksen toimintaan. Toisaalta sitoutuminen mahdollistaa parantuneen työsuorituksen. (Kaijala 2016, 96; Korpi ym. 2012, 69.)



Parhaimpia yrityksen sekä sen työnantajamielikuvan puolestapuhujia ovat nykyiset työntekijät. Vaikka yrityksen yleinen brändi on hyvä, mutta työntekijät tyytymättömiä, ei hyvää työnantajamielikuvaa ulkopuolisille pysty ylläpitämään kauaa. Monet työnhakijat osaavat käyttää verkostojaan ja etsiä kokemuksia saadakseen tarkempaa kuvaa potentiaalisesta työnantajasta. (Kaijala 2016, 97.)

### 3.1 Positiivinen työnantajamielikuva

Kuluttaja valitsee itselleen sopivimman vaihtoehdon tarjolla olevista tuotteista ja palveluista kuten myös nykypäivän työnhakija. Työnhakijat kiinnittävät huomiota työnhaussa itselleen tärkeisiin tekijöihin sekä etsivät parhaiten näihin tarpeisiin vastaavaa työpaikkaa monista eri vaihtoehdoista. Jotta yritys pystyy houkuttelemaan osaavia työntekijöitä ja rautaisia ammattilaisia, sen on rakennettava oma vakuuttava ansioluettelo osoittaakseen, että yritys on houkutteleva työnantaja. (Malmelin & Hakala 2012, 20.)

On monta syytä miksi yrityksen tulee panostaa työnantajamielikuvaansa. Positiivinen työnantajamielikuva houkuttelee osaajia, jolloin myös hakemusten määrä lisääntyy sekä hakemusten laatu avoimiin työpaikkoihin paranee. Aloittaminen, oppiminen sekä sopeutuminen tiimiin nopeutuu silloin, kun työnhakija kokee ennalta saadun mielikuvan vastaavan todellista kokemusta. Työnantajamielikuva antaa työnhakijalle käsityksen yrityksestä ja työpaikan ilmapiiristä jo ennen hakemuksen jättämistä. Tällä voidaan vähentää henkilöstön vaihtuvuutta, mikä puolestaan pienentää rekrytointikustannuksia. (Korpi ym. 2012, 76; Mosley & Schmidt 2017, 75.)

Positiivinen työnantajamielikuva luo työntekijöille ympäristön, jossa he voivat kokea tyytyväisyyttä työhönsä ja olla ylpeitä työnantajastaan. Tällainen työilmapiiri myös edistää työntekijöiden sitoutumista, joka parhaimmillaan johtaa tehokkaaseen työsuoritukseen ja lisää kuluttajien tyytyväisyyttä. Sitoutumisella on myös yhteys työntekijöiden hyvinvointiin, yrityksen kannattavuuteen ja tuottavuuteen (Mosley & Schmidt 2017; MacRae & Furnham 2017, 122.)

Työntekijöiden osaaminen, luovuus, into ja päättäväisyys johtavat yrityksen toiminnan kannalta merkittäviin tuloksiin, joten positiivinen työnantajamielikuva on myös kilpailuetu. (Mosley & Schmidt 2017). Davies, Mete & Whelan (2018, 66) painottaa, että työnantajamielikuvan kehittämiseen liittyy myös työntekijöiden työtyytyväisyys sekä lojaalius työnantajaansa kohtaan.

Myös työnhakijaa hyödyttää yrityksen positiivinen työnantajamielikuva. Yritys pyrkii kohdentamaan työpaikkailmoituksensa niille henkilöille, jotka vastaavat parhaiten tehtävän vaatimuksia. Samalla tavalla myös työnhakija voi kohdentaa oman työnhakunsa yrityksiin, jotka kiinnostavat häntä sekä joiden tiedot ovat saatavilla ja ennen kaikkea vaikuttavat luotettavilta. Kyseessä on siis molemminpuolinen sopivuus. Jos työnhakija ei koe yrityksen

työnantajamielikuvaa houkuttelevaksi, hän voi suunnata työnhakunsa toiseen yritykseen. (Korpi ym. 2012, 77.)

Oikeiden työntekijöiden kiinnostuksen herättäminen edellyttää yritykseltä omistautumista oman työnantajamielikuvan kehittämiseen. Työntekijät tekevät päätöksiä uuden työnantajan valinnastaan perustuen aiempiin kokemuksiinsa, henkilökohtaisiin tarpeisiinsa ja toiveisiinsa, ajankohtaisiin tilanteisiin sekä ennakkokäsityksiin työnantajasta. Yrityksen on ymmärrettävä, että työntekijät valitsevat työnantajansa. Osaavien työntekijöiden hankkiminen, houkuttelevuus ja sitouttaminen edellyttää tarkkaa analysointia siitä, millainen yrityksen kilpailukyky on työnantajana. (Kjelin & Kuusisto 2003, 23-24.)

### 3.2 Perehdytyksen vaikutus työnantajamieluvaan

Ahokkaan & Mäkeläisen (2013) mukaan kaikkia toimia, joissa uusi työntekijä oppii tuntemaan oman työpaikkansa, työtehtävänsä, työyhteisön sekä työtehtävään liittyvät vastuut ja odotukset voidaan kutsua perehdyttämiseksi. Perehdytyksellä luodaan vahva perusta uudelle työsuhteelle sekä varmistetaan, että uusi työntekijä tulee osaksi työyhteisöä, mikä puolestaan edistää hänen tuottavuuttaan ja tehokkuuttaan työnantajan hyödyksi. (Finnish Consulting Group Oy 2021.)

Usein perehdytyksellä ajatellaan tarkoittavan vain työtehtäviin kouluttautumista, vaikka sillä tarkoitetaan myös uuden työntekijän tutustuttamista yrityskulttuuriin. Mikäli uutta työntekijää ei kouluteta perusteellisesti hänen työtehtäviinsä eikä tutustuteta yrityksen kulttuuriin, saattaa se vaikuttaa negatiivisesti siihen, kuinka hyvin hän sopeutuu työpaikkaansa sekä viihtyvyyteen siellä. Tämä voi pahimmillaan johtaa siihen, että työntekijä ei sitoudu työpaikkaansa ja työsuhte jää toivottua lyhyemmäksi. Organisaatiokulttuuri välittyy työntekijälle sekä näkymättömänä että näkyvänä. Näkymätön organisaatiokulttuuri on läsnä kaikessa toiminnassa ja ilmenee muun muassa arkisissa tavoissa sekä kielenkäytössä. Näkyvä organisaatiokulttuuri puolestaan näkyy siinä, miten työtehtävät suoritetaan ja miten työyhteisössä vuoro vaikutetaan toisten kanssa. (Viitala 2021; Finnish Consulting Group Oy 2021.)

Epäonnistunut perehdytys tai täyttämätön työnantajalupaus työnantajan ja työntekijän välillä johtaa todennäköisesti negatiiviseen työnantajamieluvaan. Mikäli työnantajamieluva menee jo alkuvaiheessa huonoon suuntaan, on sitä melkein mahdotonta muuttaa enää positiiviseksi. Tämä näkyy siinä, miten työntekijät puhuvat työnantajastaan, kuinka innokkaasti he suosittelevat työpaikkaa ystävilleen ja kuinka pitkäikäisiä työsuhteet ovat. (Finnish Consulting Group Oy 2021.) Erkkilä (2022, 38) huomauttaa kirjassaan, että yritys voi vaikuttaa sisäiseen työnantajakuvaan onnistuneen perehdytyksen avulla, joten siihen tulisi panostaa. voidaan merkittävästi vaikuttaa sisäiseen työnantajamieluvaan, joten yrityksen tulee panostaa siihen.

### 3.3 Perehdytyksen vaikutus työntekijän sitouttamiseen

Työntekijä sopeutuu yrityksen toimintatapoihin ja arvoihin jo perehdyttämisen alkuvaiheessa. Perehdyttämällä tavoitellaan työntekijän ymmärtämistä sekä sisäistämistä yrityksen tarkoitukselle, sekä yrityksen tapaa toimia. (Surakka & Laine 2011, 152.) Sitouttamisen näkökulmasta perehdytyksen keskeisiä tehtäviä on saada työntekijä kokemaan tunnetta merkityksellisestä ja kehittävästä työstä. Samalla perehdytyksellä vahvistetaan työntekijän tunnettaan kuuluvuudestaan työyhteisöön ja osa yrityksen menestystarinaa. (Viitala 2014, 15.)

Perehdyttämällä luodaan työntekijälle mielikuva yrityksestä sekä siitä, kuinka työntekijä kokee tulleen vastaanotetuksi yrityksen työyhteisöön. Surakka ja Laine (2011, 152-153) toteavat, että laadukkaan perehdytyksen saanut työntekijä sitoutuu työhönsä sekä työyhteisöönsä paremmin kuin heikosti perehdytetty työntekijä. Uuden työntekijän perehdyttäminen on ensisijaisen tärkeää sitoutumisen kannalta, mutta on myös tärkeää perehdyttää yrityksen nykyiset työntekijät silloin, kun työtehtäviin tulee merkittäviä muutoksia tai toimintatapojen muuttuessa. Näin varmistetaan, että kaikki työntekijät pysyvät ajan tasalla ja voivat edelleen tehdä työnsä tehokkaasti.

Työntekijän sitoutumisen tasoon vaikuttaa merkittävästi millaisen perehdytyksen työntekijä saa. Sitoutuneet työntekijät ovat yleensä tyytyväisempiä työhönsä sekä työskentelevät tehokkaammin. Laadukas perehdytys tarjoaa uudelle työntekijälle mahdollisuuden kokea onnistumisia työtehtävissään, joka vaikuttaa hänen työtyytyväisyyteensä ja sitoutumiseensa. Positiivinen kannustus sekä palaute ovat oleellisia työtehtävien oppimisen ja kehittymisen kannalta. Uuden työntekijän työtyytyväisyys kasvaa, kun hän tuntee työnsä olevan merkityksellistä ja sitä arvostetaan. Sitoutuminen ja työtyytyväisyys eivät ole ainoastaan perehdyttäjän ja esihenkilön vastuulla, vaan koko työyhteisö voi vaikuttaa niihin. (Ellis, Nifadkar, Bauer, & Erdogan 2017.)

Kjelinin & Kuusiston (2003) mukaan sitoutuminen on vahvinta silloin, kun työntekijä kokee saamistaan yrityksen tarkoitukseen, arvoihin sekä tavoitteisiin. Tällöin työntekijän sitoutuminen on tunnepohjaista, ja hän haluaa sitoutua osaksi yrityksen tulevaisuutta. Näin ollen tunneside ja arvojen yhteensopivuus ovat keskeiset tekijät aitoon sitoutumiseen ja avain sen tuomien hyötyjen saavuttamiseen.

## 4 Tutkimusmenetelmät ja asiakaspolku

Tässä opinnäytetyössä päädyttiin toteuttamaan tutkimus määrällisellä menetelmällä haluten numeerisesti sekä tilastoituna esitettävää tietoa. Määrällinen menetelmä on oikea valinta silloin, kun tutkimuksen kohdejoukko on laaja sekä kaikille vastaajille laaditaan samat kysymykset. Tämän tyylliseen tutkimukseen käytetään tyypillisesti strukturoituja kyselylomakkeita,

johon myös tässä opinnäytetyön tutkimuksessa päädyttiin. Näin kaikki vastaajat vastaavat täsmälleen samoihin kysymyksiin ja saamme keskenään vertailtavissa olevaa dataa. Työssä yhdistetään tutkimuskysely sekä toiminnan kehittäminen.

Yleisimmin käytetyt tutkimusmenetelmät voidaan jakaa kahteen pääryhmään: kvantitatiiviset eli määrälliset menetelmät ja kvalitatiiviset eli laadulliset menetelmät. Kvantitatiivinen menetelmä on tieteessä perinteisempi, ja sillä voidaan tuottaa täsmällistä, numeerista tietoa analysoitavaksi. Kvalitatiivinen tutkimus taas pohjautuu enemmän kieleen sekä empiirisiin lähteisiin. Tutkimusaineiston kerääminen voi tapahtua esimerkiksi syvähaastattelun kautta. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa voidaan käyttää aineistona jo olemassa olevia lähteitä, kuten erilaisia tilastoja ja rekistereitä tai kerätä uutta tietoa esimerkiksi haastattelu- tai kyselylomakkeen avulla. Kyselytutkimuksissa tutkimuskohde on yleensä henkilö, jonka esimerkiksi asenteita selvitetään strukturoidun kyselylomakkeen avulla. (Khan 2020, 46; Tutkimusmenetelmien verkkokäsikirja 2021.)

Kvalitatiivinen tutkimus luotaa syvemmälle ja saa vastauksia laajempiin kysymyksiin kuin kvantitatiivinen tutkimus. Sillä voidaan paremmin pureutua ihmisen kokemuksiin ja näkökulmiin. Esimerkiksi taloustutkimuksessa tutkimuksessa kvantitatiivinen menetelmä on vallitseva, mutta sosiaalitieteissä kvalitatiivinen menetelmä tunnetaan paremmin ja näin ollen se on myös runsaammin käytetty. Esimerkiksi perhettä kulttuurisena tai sosiaalisena yksikkönä tutkittaessa on vaikea tuottaa numeerista tietoa analysoitavaksi. Olisi myös vaara, että tutkittavana oleva asia typistyisi liiaksi ja tärkeitä näkökulmia jäisi huomiotta. Määrällistä ja laadullista menetelmää voidaan myös yhdistellä ja näin saada samassa tutkimuksessa sekä numeerista että syvempää aineistoa tarkasteltavasta ilmiöstä. Viime vuosina eri menetelmiä yhdistelevä tutkimus on yleistynyt esimerkiksi terveystieteessä. (Khan 2020, 8.)

Kun tutkimusmenetelmää aletaan valita, on hyvä myös pohtia, kumpi päämenetelmistä on itselle luontaisempi tapa käsitellä tietoa. Kvantitatiivinen tutkimustyyppi on selkeämmin hallittava ja ohjeet tutkimuksen tekemiseen voivat olla jo lähes valmiit, sillä se pohjautuu lainalaisuuksiin. Voidaan myös ajatella, että kvantitatiivinen tutkimustulos antaa ikään kuin pysähtyneen kuvan siitä todellisuudesta, joka jossakin tietyssä tilanteessa vallitsee. Esimerkiksi kyselytutkimukset, jotka mittaavat jonkun poliittisen puolueen tai vaaleissa ehdolla olevan henkilön kannatusta, antavat tuloksena välähdyksen tilanteesta, joka liittyy tiiviisti juuri tutkimushetkeen. Sen sijaan laadullista tutkimusta tekevä tutkija pureutuu lähtökohtaisesti tutkimuksen ajaksi siihen monia tapahtumia sisältävään elämään, jota tutkittavat elävät. (Valli & Aaltola 2018a, 15-17.)

Kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän käyttö vaatii tutkijalta enemmän luovaa otetta. Tutkijan on oltava myös valmis analysoimaan aineistoa jatkuvasti, myös keräysvaiheessa. Joskus tämä tulkitseminen voi johtaa jopa tehtävänasettelun muokkaamiseen. Myös kohderyhmä voi

muokkaantua tutkimuksen edetessä juuri jatkuvan analysoinnin ja siitä johtuvan korjaamisen vuoksi. Kvalitatiivisen tutkimuksen tekijän on kulttuurista tai sosiaalista ilmiötä ymmärtääkseen mentävä tekemään havaintonsa siihen ympäristöön, jossa ilmiö tapahtuu. Kvantitatiivisessa menetelmässä tutkija pysyttelee kauempana ja ulkokohtaisempana tiedonkerääjänä. Kvalitatiivista tutkimusta tehtäessä tutkijan on kuitenkin tärkeä tiedostaa tutkijanroolinsa ja sitä kautta ulkopuolisuutensa. (Valli & Aaltola 2018a, 15-17; Khan 2020, 51.)

#### 4.1 Kyselytutkimus

Kun haluttu tutkimusmenetelmä on valittu, on tarkennettava, millä käytännön keinolla aineisto kerätään. Yksi yleisimmistä aineistonkeruutavoista on kyselylomake, joka on yleisesti käytetty tehokas tapa kerätä tietoa sekä analysoida sitä erilaisista näkökulmista. (Khan 2020, 52.)

Kyselylomake voidaan välittää suurelle joukolle ja siitä saadaan numeerista tietoa, joka nostaa tutkimuksen luotettavuuden tasoa. Sen historia ulottuu 1930-luvulle asti ja nykyään lomake on usein sähköisessä muodossa. Tutkija voi olla joskus läsnä, kun tutkittavat täyttävät lomaketta, mutta useimmiten lomake täytetään yksin tai jonkun ryhmän jäsenenä, esimerkiksi koululuokassa. (Valli & Aaltola 2018a, 81.)

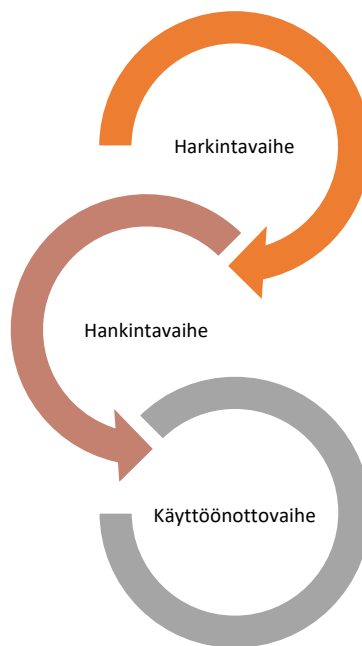
Kyselylomakkeessa on tärkeä kertoa vastaajalle, että kysely on anonyymi. Sellaisia kysymyksiä kannattaa yleisesti välttää, joista vastaajan voisi tunnistaa. Vastaajalle on velvollisuus myös kertoa heti kyselyn alussa, miksi tietoja kerätään, kuka kerää tai kenen toimeksiannosta ke-ruu tapahtuu sekä se, miten tietoja käytetään. Heti alkuun on myös tärkeä informoida tiedonkeruun aikataulu eli päivämäärä, mihin mennessä kysely on täytettävä. (Tutkimusmenetelmien verkkokäsikirja 2021.)

#### 4.2 Asiakaspolku

Opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa tarkoituksena on luoda yritykselle X uuden työntekijän perehdytyspolku. Perehdytyspolusta jo olemassa olevaa teoreettista tietoa on saatavilla melko heikosti, ja siitä syystä tässä kappaleessa rinnastetaan uuden työntekijän perehdytyspolku monen yrityksen käyttämään sekä runsaasti tutkittuun asiakaspolkuun.

Asiakaspolulla viitataan prosessiin, jonka asiakas kulkee yrityksen palveluiden tai tuotteiden parissa. Asiakaspolut korostavat asiakkaan näkökulmaa tehokkaammin kuin perinteiset yritys-keskeiset suunnittelumenetelmät. (Tueanrat, Papagiannidis & Alamanos 2021, 336.)

Kuviosta 5 nähdään, että asiakaspolku jakautuu eri vaiheisiin. Näitä vaiheita voivat olla muun muassa harkinta-, hankinta ja käyttöönottovaiheet. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 211-219.)



Kuvio 5: Eri vaiheet asiakaspolun varrella mukaillen Saarijärvi & Puustinen (2020, 211-219.)

Asiakaspolku jakautuu myös eri kosketuspisteisiin, joita voi olla digitaalisia, fyysisiä tai ihmisten välisiä. Asiakaspolku luokitellaan ajallisesti erillisiin ja itsenäisiin jaksoihin vaiheistusta apuna käyttäen. Näin voidaan selvittää, miten asiakaskokemus muuttuu sekä millaisia tunteita asiakas kokee eri kohdissa asiakaspolkua. Asiakaskokemuksen näkökulmasta tärkeimpiä vaiheita asiakaspolussa ovat ensimmäinen ja viimeinen vaihe. Ensivaikutelma voidaan tehdä vain kerran, jonka jälkeen asiakaskokemus muodostuu asiakaspolulla joko positiivisesti tai negatiivisesti. Tämän takia asiakaskokemuksen päättyminen positiivisesti on erityisen tärkeää asiakaspolun viimeisessä vaiheessa. Positiivisen asiakaskokemuksen takaaminen puolestaan kasvattaa asiakkaan uudelleen palaamisen todennäköisyyttä. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 211-219.)

Monet yritykset käyttävät asiakaspolkua työkaluna ymmärtääkseen sekä parantaakseen asiakaidensa kokemusta tuotteistaan tai palveluistaan. Asiakaspolku on visuaalinen kuvaus siitä, miten asiakas etenee tuotteen tai palvelun tietoisuudesta ostopäätökseen sekä sen jälkeen. Se auttaa yrityksiä hahmottamaan vuorovaikutusta, odotuksia, tunteita ja kriittisiä pisteitä, jotka asiakas kokee matkallaan. Ymmärrys asiakaspolusta voi parantaa yritysten tuotteita tai palveluita, lisäten siten asiakastyytyvyyttä ja -uskollisuutta. (Rosenbaum, Otalora & Ramirez 2016.)

Useat eri tutkimukset ovat perehtyneet asiakaspolun tärkeyteen yrityksissä. Esimerkiksi Verhoef (2009) huomauttaa artikkelissaan positiivisen asiakaskokemuksen kriittisyyttä osana asiakasuskollisuuden rakentamista. Tutkimuksessa myös ilmenee, että yritykset voivat parantaa asiakaskokemusta keskittymällä tärkeimpiin kosketuspisteisiin asiakkaan kannalta.

Asiakaspolun avulla voidaan siirtää huomio yrityksen sisäisistä prosesseista asiakkaan näkökulmaan ja auttaa kehittämään asiakaspolun kosketuspisteitä tavoiteltavan asiakaskokemuksen mukaisiksi. Asiakaspolulla voidaan myös selvittää millaisia odotuksia, toiveita, tunteita sekä tarpeita asiakkaat kokevat eri kosketuspisteissä. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 207-208.)

#### 4.2.1 Asiakaspolun kosketuspisteet

Kaikkia asiakkaan sekä yrityksen välisiä suoria tai epäsuoria vuorovaikutustilanteita voidaan kutsua kosketuspisteiksi. Kosketuspisteitä voivat olla muun muassa yrityksen brändi, verkkosivut, markkinointiviestintä, yrityksen tuote sekä asiakaspalvelu.

Kosketuspisteitä voi hallita usea eri toimija, joko yritys itse, yhteistyökumppanit, asiakkaat tai ulkopuoliset tahot. Osa näistä kosketuspisteistä ovat asiakkaan kannalta keskeisempiä kuin toiset. Yrityksen on tunnistettava tärkeimmät kosketuspisteet keskeisille asiakasryhmilleen, jotta se voi kehittää ja ohjata asiakaskokemusta näissä kohdissa. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 76.)

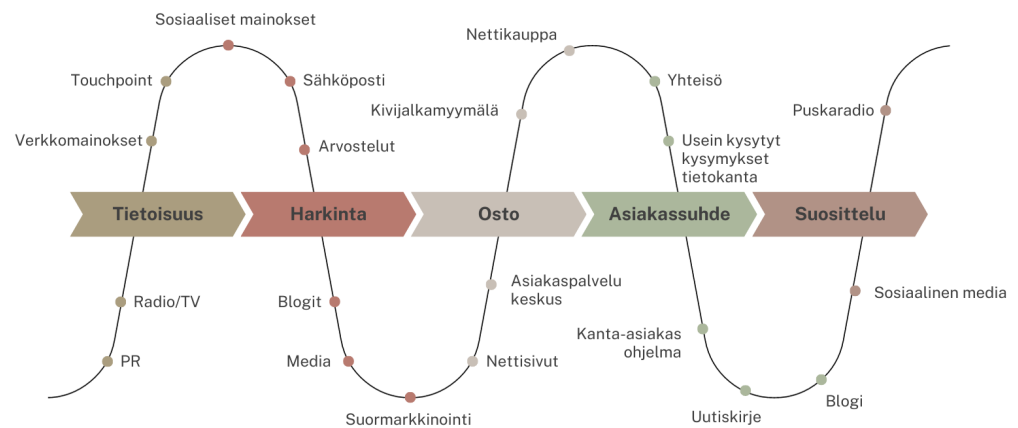
Puustisen & Saarijärven (2020, 210) mukaan hyvän asiakaspolun kosketuspisteet koostuvat kolmesta asiakkaiden arvostamasta ominaispiirteestä, temaattisesta yhdenmukaisuudesta, johdonmukaisuudesta sekä mukavuudesta. Kun kosketuspisteet muodostavat samanlaisen asiakaskokemuksen sekä kulkevat linjassa sen kanssa, mitä asiakas kyseisessä asiakaspolun vaiheessa ajattelee, voidaan sanoa, että temaattinen yhdenmukaisuus toteutuu. Johdonmukaisuus taas toteutuu, kun kosketuspisteet noudattavat niin tyylillään kuin toteutustavaltaankin samaa logiikkaa. Mukavuus puolestaan toteutuu, kun kosketuspisteet mukautuvat eri asiointikanavien mukaan, ja mukautuvat asiakkaan tarpeisiin sekä tilanteeseen sopivaksi.

Tavoitteena asiakaspolkumallissa on havainnollistaa yritykselle asiakkaan polkua, edistää yhtenäisyyttä organisaatiossa ja tunnistaa polun keskeiset kosketuspisteet sekä mahdollisuudet niiden parantamiseen. (Finnish Design Blog 2023.)

Asiakkaan sekä yrityksen väliset kriittiset kosketuspisteet ilmenevät erilaisessa vuorovaikutuksessa asiakaspolun varrella ja ne voivat vaikuttaa huomattavasti asiakastyytyväisyyteen. Kun yritykset tunnistavat nämä kriittiset kosketuspisteet, he voivat keskittyä parantamaan asiakaskokemustaan näissä kriittisissä kohdissa. Tunnistamalla kriittiset kosketuspisteet yritys ei pelkästään keskity parantamaan asiakaskokemusta vaan edistävät myös yleistä asiakastyytyväisyyttä. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 34-35.)

Digitaalisella asiakaspolulla kuvataan asiakkaan kulkemaa reittiä eri digitaalisissa järjestelmissä. Digitaalisella asiakaspolulla on yritykselle useita hyötyjä, kuten toiminnan tehostaminen, kustannusten vähentäminen, asiakaskokemuksen parantaminen sekä tuottavuuden lisääminen. Se voi myös tarjota yritykselle mahdollisuuden kehittää sen prosesseja, joiden avulla

voidaan parantaa asiakaspalvelua ja lisätä tuottavuutta. Se auttaa myös ymmärtämään paremmin asiakkaiden tarpeita ja toiveita keräämällä ja analysoimalla tietoa eri kosketuspisteistä. Yritykset voivat integroida eri kosketuspisteistä kerättyä tietoa asiakaspolulta ja analysoida sitä saadakseen paremman ymmärryksen asiakkaistaan. (Folcan 2023.)



Kuvio 6: Asiakaspolun digitaalisia kosketuspisteitä. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 68.)

Lopuksi voidaan siis todeta, että yrityksille, jotka haluavat parantaa asiakaskokemustaan asiakaspolun kartoitus on arvokas työkalu. Tämä auttaa yrityksiä tunnistamaan ne kriittiset kohdat, jotka ovat merkityksellisiä asiakkaille, ja mahdollistaa omien tuotteiden tai palveluiden parantamisen. Useat tutkimukset korostavat asiakaspolkujen tärkeyttä erityisesti niille yrityksille, jotka pyrkivät luomaan myönteistä asiakaskokemusta. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 68.)

## 5 Opinnäytetyön menetelmät ja aineiston kerääminen

Opinnäytetyö koostuu kyselytutkimuksesta, yrityksen X perehdytysmateriaalien analysoinnista sekä uuden työntekijän perehdytyspolun laatimisesta. Perehdytyspolun laatimisessa käytettiin tukena jo yrityksen X olemassa olevia perehdytysmateriaaleja sekä kyselystä saatuja tuloksia. Kuviossa 7 havainnollistetaan tämän opinnäytetyön kolme tärkeintä tehtävää sekä sen avulla selitetään opinnäytetyössä suoritettut vaiheet.





Kuvio 7: Opinnäytetyön eri vaiheet.

Opinnäytetyö aloitettiin kyselytutkimuksen luomisella. Kyselytutkimus päädyttiin toteuttamaan sähköisenä kyselynä Microsoft Forms ohjelmalla. Kysely laadittiin syyskuun aikana yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Kyselystä saatuja vastauksia käytettiin apuna perehdytyspolun laatimisessa, joten kysymykset pohjautuivat yrityksen X perehdytyksen sekä työnantaja-mielikuvan nykytilaan.

Kyselylomake oli avoinna 20.9.-4.10.2023 välisen ajan. Kyselylomake lähetettiin yrityksen X esihenkilöille omasta toimestani, ja kyselyyn vastaaminen tapahtui anonyymisti. Sähköinen kyselylomake sisälsi 22 perehdytykseen ja työnantajamielikuvaan liittyvää kysymystä sekä väitettä. Kyselyn keskimääräinen vastaamisaika oli 25 minuuttia. Sähköinen kyselytutkimus toteutettiin uuden työntekijän perehdytyspolun laatimista varten.

Toisena osana opinnäytetyön tutkimuksellista osuutta kävin läpi sekä analysoin yrityksen X jo olemassa olevat perehdytysmateriaalit. Materiaalit ovat salassa pidettäviä eikä niitä käydä läpi tarkemmin tässä opinnäytetyössä.

Kolmas opinnäytetyön vaihe oli luonteeltaan toiminnallinen. Tässä vaiheessa loin yritykselle X selkeän ja yhtenäisemmän uuden työntekijän perehdytyspolun. Perehdytyspolun laatiminen alkoi loka- ja marraskuun aikana, kun kyselytutkimuksesta saadut tulokset sekä jo olemassa olevat perehdytysmateriaalit oli analysoitu. Yrityksellä X ei ollut käytössään perehdytyspolkua, joten polun laatiminen aloitettiin selkeyttämällä perehdytysmateriaaleja sekä kyselystä saatujen kehitysehdotusten perusteella. Uuden työntekijän perehdytyspolkua luodessa otin

huomioon, kuinka pystyisin hyödyntämään teoreettista osuutta käytännön työssä. Perehdytyspolun on tarkoitus helpottaa uuden työntekijän perehdyttämisprosessia sekä tukea perehdyttäjiä prosessissa.

## 6 Tulokset

Tutkimuskysymysten vastaukset syntyivät kyselytutkimuksen tulosten analysoinnin avulla. Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli selvittää perehdytyksen nykytilaa sekä työnantajamielikuvaa toimeksiantajayrityksen henkilöstön näkökulmasta kyseisessä yrityksessä. Seuraavissa kappaleissa käydään läpi tutkimusaineiston analysoinnin tulokset, jotka esitetään teemoittain. Tulokset esitetään jaoteltuina kolmeen teemaan, jotka ovat taustatiedot, työntekijän perehdytys sekä työnantajamielikuva.

Kyselyn strukturoitujen kysymysten tulokset esitetään kuvioiden muodossa. Jokaisessa kuviossa vastaajien määrä esitetään lukuina, jonka lisäksi kuinka moni vastaaja on valinnut tietyn vastausvaihtoehdon. Kyselyssä olleista avoimista kysymyksistä saatua tietoa hyödynnetään kuvioiden tulkinnessa.

Tarkoituksena opinnäytetyössä oli kyselystä saatujen vastausten perusteella kehittää yrityksen X perehdytystä. Vastausten avulla sain hyviä ideoita perehdytyspolun luomiseen. Tavoitteena oli myös saada esiin kyselyyn vastanneiden näkökulmia perehdytyksessä.

Kyselytutkimusten tuloksien lisäksi kerron niiden vaikutuksesta laatimaani perehdytyspolkuun. Uuden työntekijän perehdytyspolku on pyritty suunnittelemaan niin, että se muodostaa selkeän ja yhdenmukaisen perehdytyspolun kaikille toimeksiantajayritykseen tuleville uusille työntekijöille.

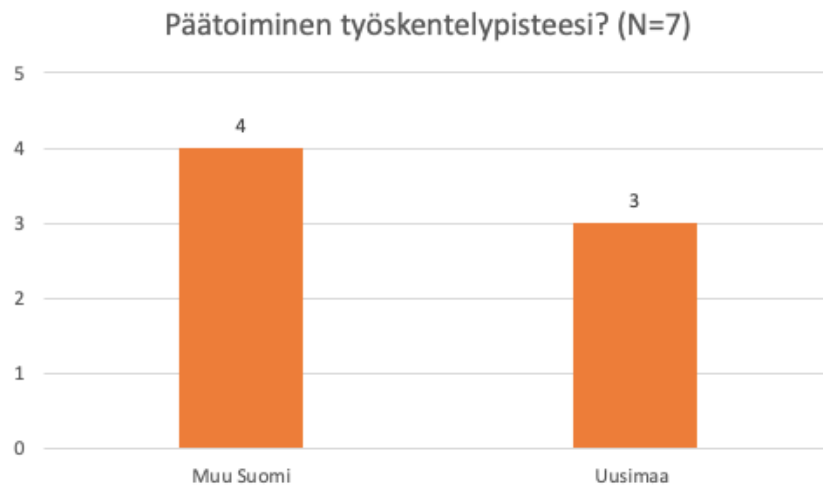
### 6.1 Kyselytutkimuksen tulokset

Sähköinen kyselytutkimus oli ensimmäinen osa opinnäytetyön toiminnallista osuutta. Tutkimuskysymyksiä oli yhteensä 21 kappaletta, jotka on jaoteltu seuraaviin kategorioihin: taustatiedot, työntekijän perehdytys sekä työnantajamielikuva.

Kyselyn vastausprosentti oli 33 % eli yhteensä seitsemän kyselyn vastaanottajista. Kyselyn jokainen kysymys on analysoitu oman otsikkonsa alle ja nostettu jokaisesta kysymyksestä eniten esille nousseet teemat. Kyselystä saadut tulokset tukevat luotua uuden työntekijän perehdytyspolkua, jossa myös henkilöstön toiveet sekä tarpeet näkyvät.

### 6.1.1 Taustatiedot

Yrityksen X työntekijöiltä kartoitettiin taustatietoina millä toimipisteellä työskentelee, kuinka pitkään on työskennellyt yrityksessä, missä roolissa toimii sekä mikä on vastaajan koulutustausta. Ensimmäinen kysymys koski päätoimista työskentelypistettä. Kuten kuviota 8 tarkastellessa nähdään, kolme vastanneista työskentelee Uudenmaan alueella, kun taas neljä henkilöä työskentelee muissa Suomen toimipisteissä.



Kuvio 8: Toimipisteiden jakautuminen kyselyyn vastanneiden kesken.

Kuviosta 9 nähdään vastaajien työsuhteen pituudet toimeksiantajayrityksessä. Vastanneista yhteensä kuusi on ollut nykyisen työnantajan palveluksessa yli 3 vuotta. Ainoastaan yksi henkilö on viettänyt nykyisessä työpaikassaan alle yhden vuoden.



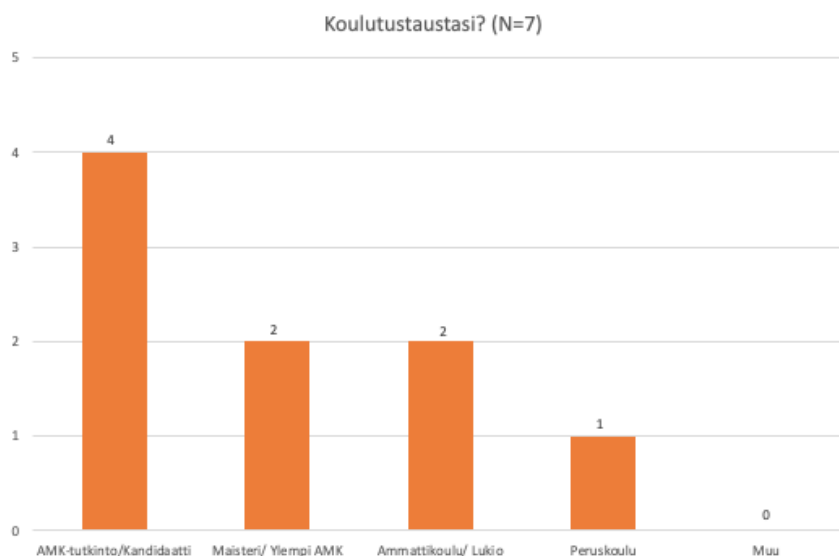
Kuvio 9: Vastaajien työsuhteen pituus.

Kyselyssä kartoitettiin myös vastanneiden henkilöiden nykyisiä rooleja sekä koulutustaustaa. Kuviosta 10 havaitaan, että vastaajista kolme työskentelee asiakaspalvelupäällikkönä, yksi ryhmäliikuntavastaavana, yksi aluepäällikkönä sekä kaksi työskentelee muussa roolissa yrityksessä X.



Kuvio 10: Vastanneiden roolit toimeksiantajayrityksessä.

Kuviosta 11 puolestaan nähdään, että tällä hetkellä yrityksessä työskentelevillä kyselyyn vastanneilla henkilöillä on monen eri asteen koulutustaustoja, eikä kuvion 10 mukaisiin rooleihin ole olemassa yhtä ainoaa oikeaa koulutuspolkua.



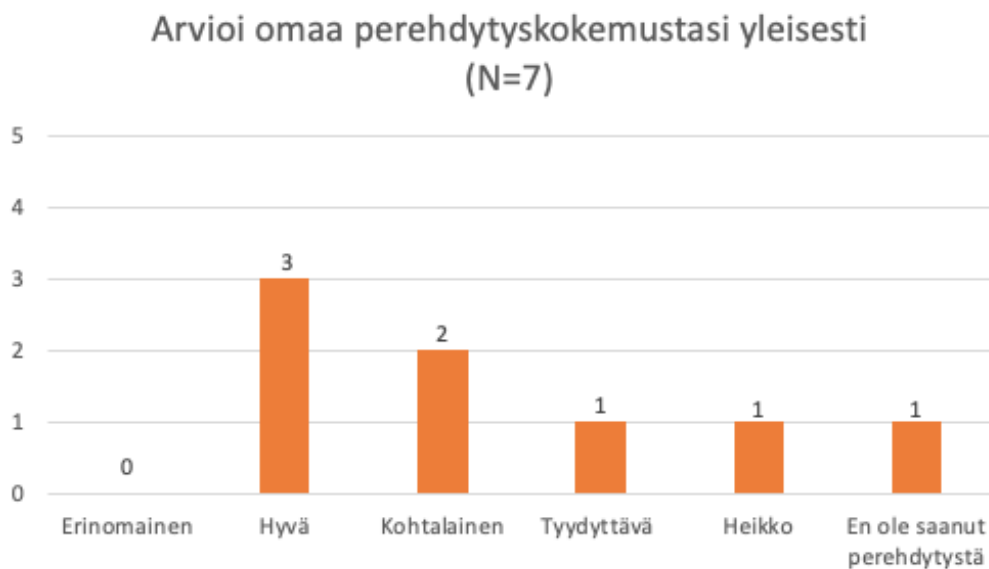
Kuvio 11: Kyselyyn vastanneiden tämänhetkiset tutkinnot.

Vastaajista neljällä on joko ammattikorkeakoulu tutkinto tai kandidaatin tutkinto. Vastaajista kaksi on maisteri tai ylemmän ammattikorkeakoulun käynyt, samoin kaksi on suorittanut ammattikoulun tai lukion. Vastanneista vain yhdellä on ainoastaan peruskoulutusta. Vastauksista voidaan siis päätellä, että yrityksessä X ei ole yhtä vaadittua tutkintoa.

#### 6.1.2 Työntekijän perehdytys

Tässä osiossa tarkastellaan perehdytykseen liittyviä saatuja tuloksia. Näiden tarkoituksena oli kartoittaa toimeksiantajayrityksen perehdytyksen nykytilaa sekä vastanneiden henkilöiden omaa perehdytystä.

Perehdytys teeman ensimmäisessä kysymyksessä haluttiin selvittää, kuinka vastaajat ovat kokeneet oman perehdytyksen yleisellä tasolla.



Kuvio 12: Kyselyyn vastanneiden oman perehdytyskokemuksen arviointia.

Kuten kuviosta 12 voidaan nähdä, viisi vastaajista kokee saaneensa hyvän tai kohtalaisen perehdytyksen, kun taas kaksi vastaajista koki perehdytyksen olleen tyydyttävällä tai heikolla tasolla. Yksi vastanneista ei ole saanut perehdytystä ollenkaan.



Kuvio 13: Perehdytykseen liittyvien väitteiden arviointi.

Kuviota 13 tarkastellessa huomataan, että yrityksen X työntekijät kokevat itselleen tärkeimmiksi perehdytyksen osa-alueiksi työyhteisöön tutustuttamisen, järjestelmään perehdyttämisen, sisäisiin viestintäkanaviin perehdyttämisen sekä asiakaspalvelutehtäviin perehdyttämisen.

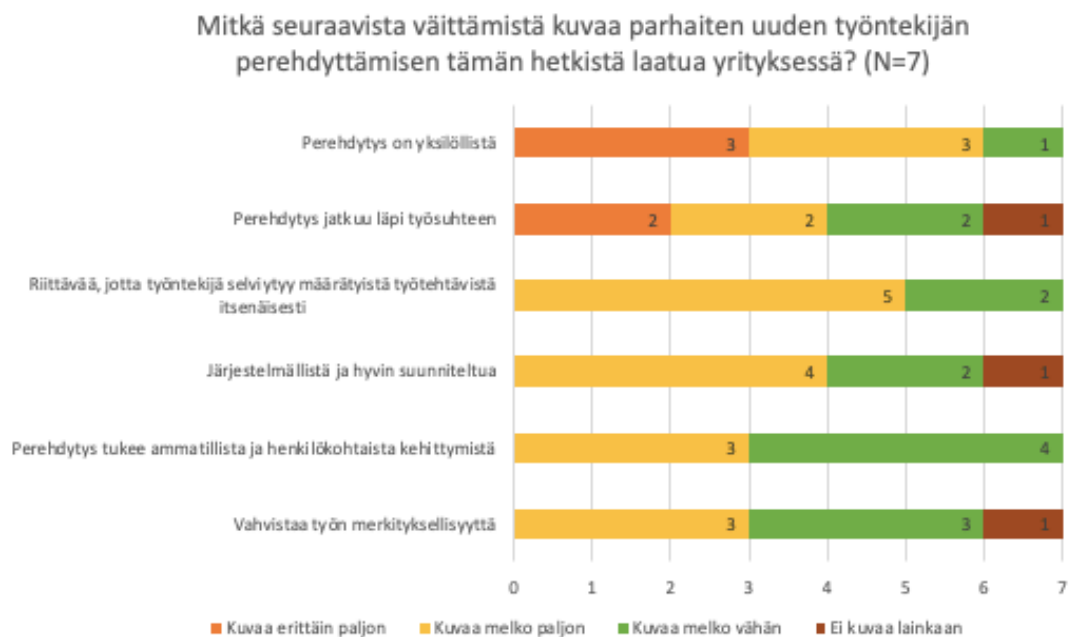
Väitteeseen ”Työyhteisöön tutustuttaminen” kuusi henkilöä on vastannut pitävänsä erittäin tärkeänä sekä yksi henkilö ei kovin tärkeänä. Saaduista vastauksista voidaan myös tulkita, että järjestelmään perehdyttäminen on merkittävässä roolissa onnistuneessa perehdytyksessä. Vastaajista yhteensä viisi on pitänyt väitettä ”Järjestelmään perehdyttäminen” erittäin tärkeänä sekä kaksi melko tärkeänä.

Useassa yrityksessä kehityskohteena on sisäiset viestintäkeinot sekä -kanavat. Väitettä ”Sisäisiin viestintäkanaviin perehdyttäminen” neljä vastaajista pitää erittäin tärkeänä sekä kolme vastaajista melko tärkeänä. Myös väitettä ”Yrityskulttuuriin perehdyttäminen” vastaajista kaksi pitää erittäin tärkeänä sekä viisi melko tärkeänä.

Kyselyyn vastanneista vain yksi pitää asiakaspalveluun perehdyttämistä erittäin tärkeänä osana perehdytysprosessia, neljä melko tärkeänä ja yksi ei kovin tärkeänä. Työpaikan tiloihin perehdyttäminen on vastaajista yhden mielestä erittäin tärkeää, kun taas viiden mielestä melko tärkeää. Vain yhden henkilön mielestä työpaikan tiloihin perehdyttäminen ei ole kovin tärkeää.

Puolestaan väitettä ”Organisaatiokaavioon perehdyttäminen” vastanneista kolme pitää melko tärkeänä ja neljä vastanneista ei taas pidä tätä kovin tärkeänä. Yhteenvetona voidaan todeta, että osa vastaajista kokee, että organisaatiokaavioon perehdyttäminen on tärkeää, mutta yhä useampi myös kokee, että se ei ole kovin tärkeää.

Kuten kuviosta 14 nähdään, väitteeseen ”Perehdytys on yksilöllistä” kolme henkilöä on vastannut ”Kuvaa erittäin paljon” sekä ”Kuvaa melko paljon”. Vastaajista ainoastaan yksi henkilö vastasi väitteeseen ”Kuvaa melko vähän”. Vastaukset väitteeseen jakautuvat kuitenkin melko tasaisesti, sillä suurin osa kokee yrityksen X perehdytyksen olevan yksilöllistä.



Kuvio 14: Uuden työntekijän perehdyttämisen laatu yrityksessä X.

Seuraavaan väitteeseen ”Perehdytys jatkuu läpi työsuhteen” työntekijöistä kaksi on vastannut ”Kuvaa erittäin paljon”, myös kaksi on vastannut ”Kuvaa melko paljon” ja kaksi vastaajista kokee, että väite kuvaa melko vähän perehdytyksen jatkumista yksilöllisenä läpi työsuhteen. Vain yksi vastanneista kokee, että perehdytys ei jatku läpi työsuhteen ollenkaan. ”Perehdytys on riittävä, jotta työntekijä selviytyy määrätyistä työtehtävistä itsenäisesti” viiden mielestä väite ”Kuvaa erittäin paljon” ja kahden mielestä ”Kuvaa melko vähän” perehdytyksen laatua.

Kyselyyn vastanneista kolme kokee, että toimeksiantajayrityksessä perehdytys tukee ammatillista ja henkilökohtaista kehittymistä, kun taas enemmistö vastaajista neljä kokee, että väite ”Perehdytys tukee ammatillista ja henkilökohtaista kehittymistä” kuvaa tämänhetkistä laatua melko vähän. Väite ”Vahvistaa työn merkityksellisyyttä” kolmen vastaajan mielestä

kuvaa melko paljon, kolmen mielestä kuvaa melko vähän sekä yhden vastaajan mielestä ei kuvaa lainkaan.

Kuviossa 15 näkyvää väitettä seurasi avoin kysymys, jossa vastaajat saivat jättää halutessaan tarkennuksia edelliseen kysymykseen. Yksi vastaajista kokee, että uuden työntekijän perehdyttämistä vaikeuttaa sisäisen viestinnän puute, jolloin mieltä askarruttaviin asioihin ei saa apua tai vastauksia. Toinen vastaajista on sitä mieltä, että yrityksen X perehdytys ei ole yhtenäinen eri toimipisteiden välillä. Perehdytys kuitenkin vastausten perusteella koetaan yksilölliseksi, sillä uudet asiat voidaan käydä esihenkilön kanssa henkilökohtaisesti läpi.

Seuraavalla avoimella kysymyksellä haluttiin kartoittaa vastanneilta miten tärkeänä he kokevat hyvän perehdytyksen. Kaikki vastaajista oli sitä mieltä, että hyvä ja laadukkaasti toteutettu perehdytys on erittäin tärkeää onnistuneen työntekijäkokemuksen kannalta. Myös yksi kyselyyn vastanneista henkilöistä nostaa esiin oleellisen pointin - ”miten työntekijältä voidaan olettaa osaamista sellaisilta osa-alueilta, joissa perehdytys on puutteellista.”

Toisaalta yksi vastaajista on sitä mieltä, että riippuen resurssien määrästä, myös tekemällä oppii ajan kanssa. Hyvä perehdytys kuitenkin helpottaa tekemistä ja nopeuttaa oppimisprosessia.

Kuvion 15 avulla havainnollistetaan kyselyyn vastanneiden tietämystä yrityksen X olemassa olevasta perehdytysuunnitelmasta.



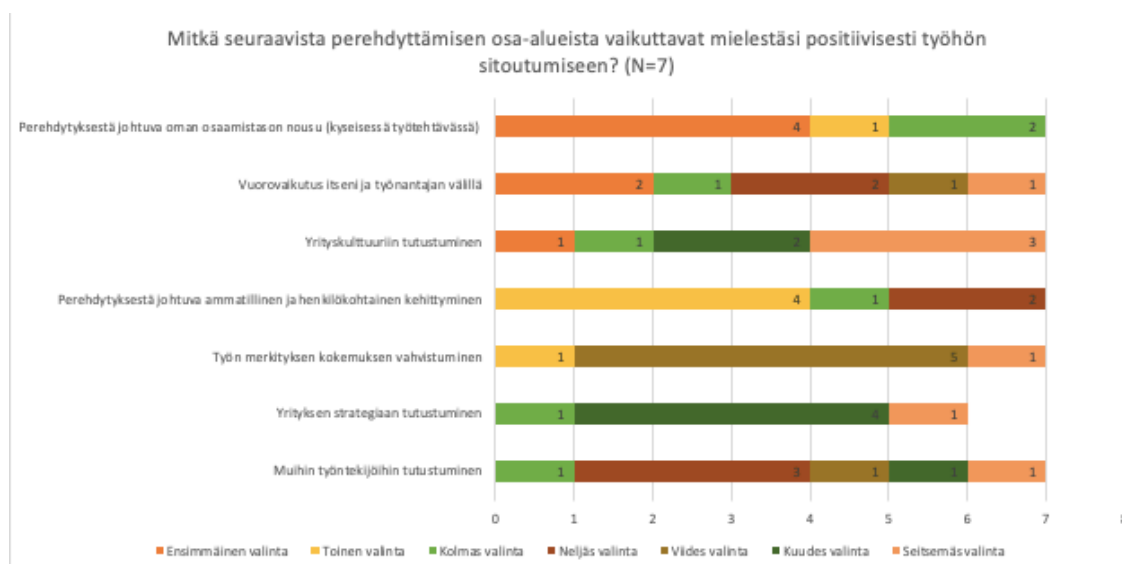
Kuvio 15: Vastaajien tietoisuus yritys X:n perehdytysuunnitelmasta.

Yhteensä viisi vastanneista tietää mikä perehdytysuunnitelma on sekä mitä se sisältää. Mukaan mahtui myös yksi vastaaja, joka ei ole kuullut yrityksen perehdytysuunnitelmasta eikä



tiedä mikä se on. Voidaan siis päätellä, että suurin osa kyselyyn vastanneista tietää yrityksen X perehdytys suunnitelman ja mitä suunnitelma pitää sisällään.

Seuraavassa kysymyksessä vastaajia pyydettiin arvioimaan tärkeysjärjestyksessä, miten perehdyttämisen eri osa-alueet vaikuttavat positiivisesti työhön sitoutumiseen. Kuviosta 16 havaitaan, miten vastaajat arvioivat väitteen tärkeyttä työhön sitoutumisen näkökulmasta.



Kuvio 16: Kyselyyn vastanneiden arviointi perehdyttämisen osa-alueista, jotka vaikuttavat positiivisesti työhön sitoutumiseen.

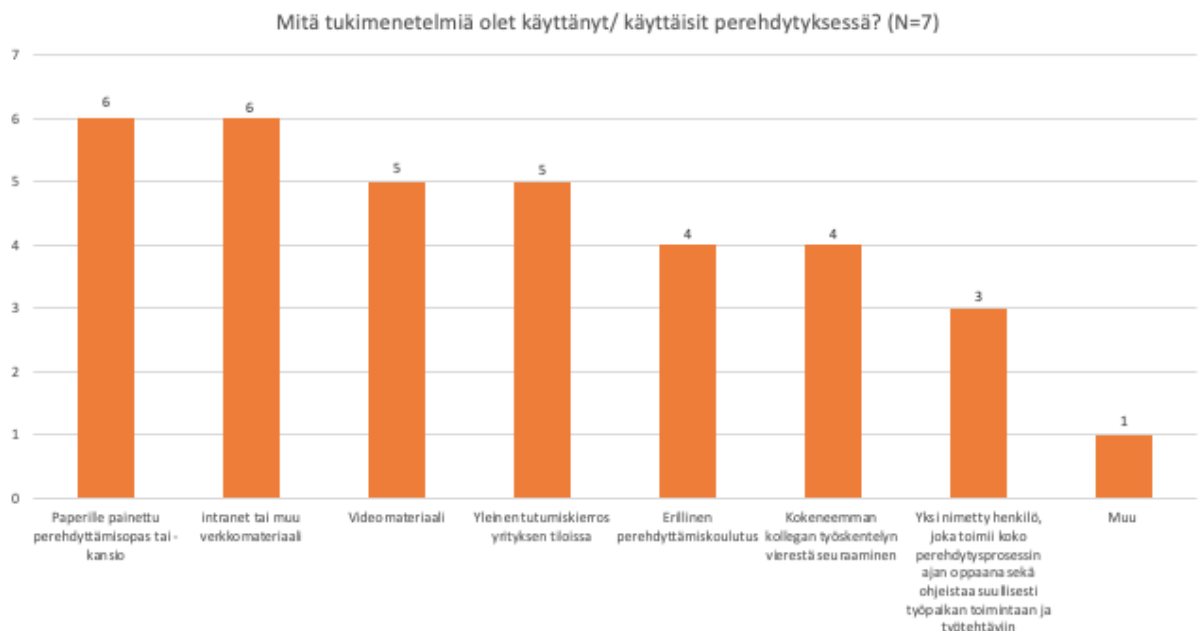
Kyselyyn vastanneista neljä sijoitti väitteen ”Perehdytyksestä johtuva oman osaamistason nousu kyseisessä työtehtävässä” itselleen tärkeimmäksi työhön sitoutumiseen vaikuttavista perehdytyksen osa-alueista. Kyseisen väitteen yksi vastaajista sijoitti toiseksi tärkeimmäksi sekä kaksi vastanneista sijoitti väitteen kolmanneksi. Väitettä ”Vuorovaikutus itseni ja työnantajan välillä” kyselyyn vastanneista henkilöistä kaksi sijoitti ensimmäiseksi eli tärkeimmäksi perehdytyksen osa-alueeksi positiivisesti työhön sitoutumisen kannalta. Yksi vastaajista sijoitti väitteen kolmanneksi tärkeysjärjestyksessä. Toisaalta vastaajista kaksi sijoitti väitteen itselleen neljänneksi tärkeäksi, yksi viidenneksi tärkeäksi ja yksi seitsemänneksi tärkeäksi.

Seuraavaa väitettä ”Yrityskulttuuriin tutustuminen” kyselyyn vastanneista henkilöistä ainoastaan yksi koki tärkeimmäksi osa-alueeksi perehdyttämisessä, kun taas yksi sijoitti väitteen kolmanneksi, kaksi sijoitti väitteen kuudenneksi ja kolme seitsemänneksi. Yhteenvedon voidaan todeta, että yrityskulttuuriin tutustumisella on suurimman osan vastaajista mielestä vähiten merkitystä työhön sitoutumisen kannalta.

”Perehdytyksestä johtuva ammatillinen ja henkilökohtainen kehittyminen” väitettä arvioitiin toiseksi tärkeimmäksi tekijäksi neljän vastaajan toimesta, kun taas väite sijoitettiin kolmanneksi yhden vastaajan toimesta sekä neljänneksi kahden vastaajan toimesta. Sen sijaan väitteen ”Työn merkityksen kokemuksen vahvistuminen” yksi vastanneista arvioi olevan tärkein perehdytyksen osa-alue sitoutumisen kannalta, mutta yhteensä kuusi vastanneista arvioi väitteen sijalle viisi sekä seitsemän.

Puolestaan kyselyyn vastanneista henkilöistä suurin osa kokee, että yrityksen strategiaan tutustuminen ei ole niin merkittävä tekijä perehdytyksessä työhön sitoutumisen kannalta. Väitteen ”Yrityksen strategiaan tutustuminen” vastaajista ainoastaan yksi sijoitti kolmanneksi, neljä sijoitti kuudenneksi sekä yksi sijoitti väitteen seitsemänneksi. Yrityksen X kyselyyn vastanneista työntekijöistä yksi sijoitti väitteen ”Muihin työntekijöihin tutustuminen” kolmanneksi, kolme sijoitti neljänneksi sekä loput kolme vastaajaa sijoittivat väitteen kuudenneksi sekä seitsemänneksi.

Käytössä olevista perehdytysmateriaaleista laadittiin kyselytutkimukseen kysymys, sillä sen avulla kartoitettiin, minkälaisia perehdytysmateriaaleja yrityksessä X käytetään sekä millaiset perehdytysmateriaalit koetaan tarpeellisina. Kysymykseen pystyi vastaamaan useamman vaihtoehdon.



Kuvio 17: Perehdytysprosessissa käytössä olevat tukimenetelmät.

Kuten kuviosta 17 voidaan todeta, erilaisten perehdytysmateriaalien käyttö jakautui vastanneiden kesken melko tasaisesti. Väitteen ”Paperille painettu perehdytysopas tai -kansio” oli vastannut kuusi henkilöä, samoin kuin väitteen ”Intranet tai muu verkkomateriaali”. Videomateriaalia sekä yleistä tutustumiskierrosta yrityksen tiloissa kannatti vastanneista yhteensä

viisi. Neljä henkilöä vastasi vaihtoehdon ”Erillistä perehdyttämiskoulutusta/ -kurssia” samoin kuin vaihtoehdon ”Kokeneemman kollegan työskentelyn vierestä seuraaminen”. Kolme henkilöä vastasi vaihtoehdon ”Yksi nimetty henkilö, joka toimii koko perehdytysprosessin ajan op-  
paana sekä ohjeistaa suullisesti työpaikan toimintaan ja työtehtäviin”.

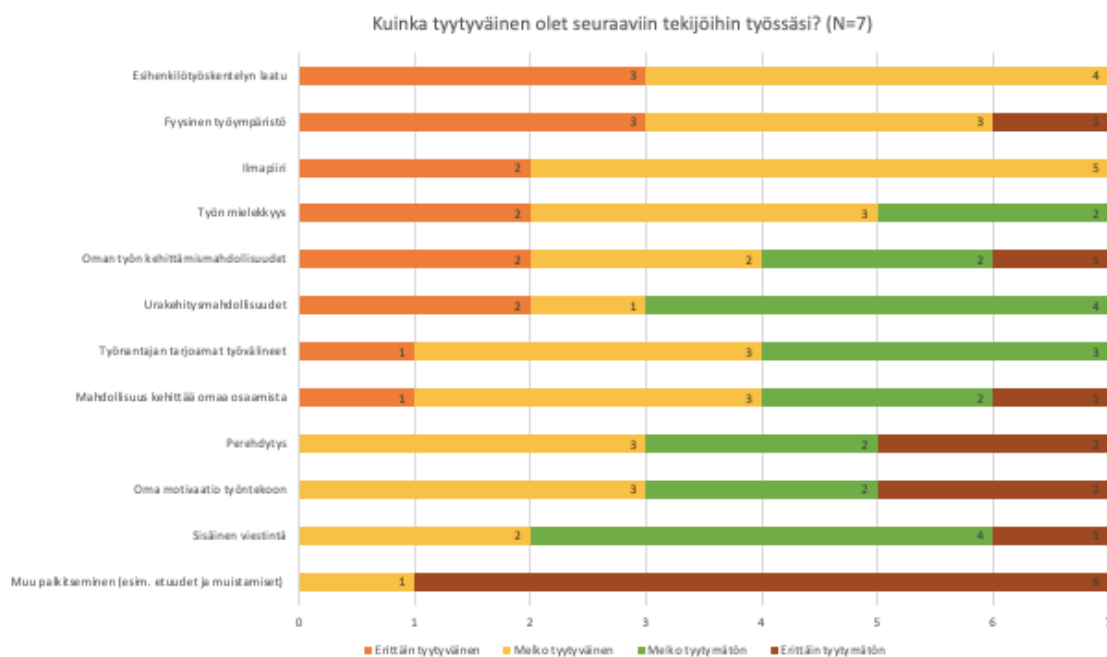
Osion avoimissa kysymyksissä pyydettiin vastaajia arvioimaan kuinka pitkään uuden työnteki-  
jän perehdytysprosessiin tulisi varata aikaa sekä kehitysehdotuksia esihenkilöiden perehdytys-  
prosessiin. Vastaukset perehdytysprosessin pituudesta vaihtelivat 15 tunnista jopa 80 tuntiin,  
riippuen tilanteesta sekä työntekijäryhmästä. Kolme henkilöä oli sitä mieltä, että 40 tuntia  
olisi riittävä aika uuden työntekijän perehdyttämiseksi, kun taas kaksi vastaajaa koki 20-30  
tuntia olisi riittävä.

Vastaajista kolme koki tarpeelliseksi perehdytyspolun yhtenäistämisen läpi organisaation tär-  
keäksi kehityskohteeksi. Yhteenvetona voidaan todeta, että yleisellä tasolla työntekijät koke-  
vat, että perehdytykseen ei varata riittävästi aikaa.

### 6.1.3 Sisäinen työnantajamielikuva

Tässä kappaleessa käsitellään kyselystä saatuja vastauksia koskien sisäistä työnantajamieliku-  
vaa. Kysymyksissä kartoitettiin muun muassa työntekijöiden työtyytyväisyyttä sekä miten vas-  
taajat kokevat tämänhetkisen työn.

Kuviosta 18 voidaan huomata, että yleisesti kyselyyn vastanneet ovat suhteellisen tyytyväisiä  
kyselyssä esitettyihin vaihtoehtoihin.



Kuvio 18: Omaan työhön vaikuttavat tekijät.

Ensimmäinen väite koski esihenkilötyöskentelyn laatua yrityksessä X. Vastanneista kolme ovat erittäin tyytyväisiä nykyiseen esihenkilötyöskentelyn laatuun sekä vastaajista yhteensä neljä ovat melko tyytyväisiä yrityksen esihenkilötyöskentelyyn.

Fyysiseen työympäristöön kolme kyselyyn vastanneista henkilöistä kokee olevansa erittäin tyytyväisiä, kolme melko tyytyväisiä, kun taas yksi vastanneista kokee olevansa erittäin tyytymättömän. Väitteeseen ”Ilmapiiri” kaksi vastaajista kokee olevansa erittäin tyytyväinen, kun taas loput viisi melko tyytyväisiä.

Kyselyyn vastanneista kaksi henkilöä kokee olevansa erittäin tyytyväisiä työn mielekkyyteen, kolme vastaajista melko tyytyväisiä sekä kaksi vastaajista kokee olevansa melko tyytymättömiä työn mielekkyyteen. Oman osaamisen kehittymismahdollisuuksiin kaksi työntekijöistä kertoo olevansa erittäin tyytyväisiä, kaksi melko tyytyväisiä, kaksi melko tyytymättömiä, kun taas yksi kokee olevan erittäin tyytymättömän. Yritys X:n urakehitysmahdollisuudet taas jakavat vastaajien mielipiteet melko tasaisesti. Kaksi vastanneista ovat väitteeseen erittäin tyytyväisiä, yksi melko tyytyväinen ja jopa neljä vastanneista kertoo olevansa melko tyytymättömiä.

Työnantajan tarjoamiin työvälineisiin kuten esimerkiksi tietokoneisiin, kassa- sekä asiakashallintajärjestelmään vastaajista ainoastaan yksi on erittäin tyytyväinen, kun taas kolme vastaajaa on melko tyytymättömiä sekä kolme vastaajista on erittäin tyytymättömiä. Pehdytys on ollut opinnäytetyössä keskeinen teema ja kyselyyn vastanneista yrityksen X työntekijöistä kolme ovat pehdytykseen melko tyytyväisiä, kaksi melko tyytymättömiä sekä kolme erittäin tyytymättömiä. Yleisellä tasolla voidaan siis todeta, että suurin osa kokee olevansa tyytymättömiä yrityksen pehdytykseen.

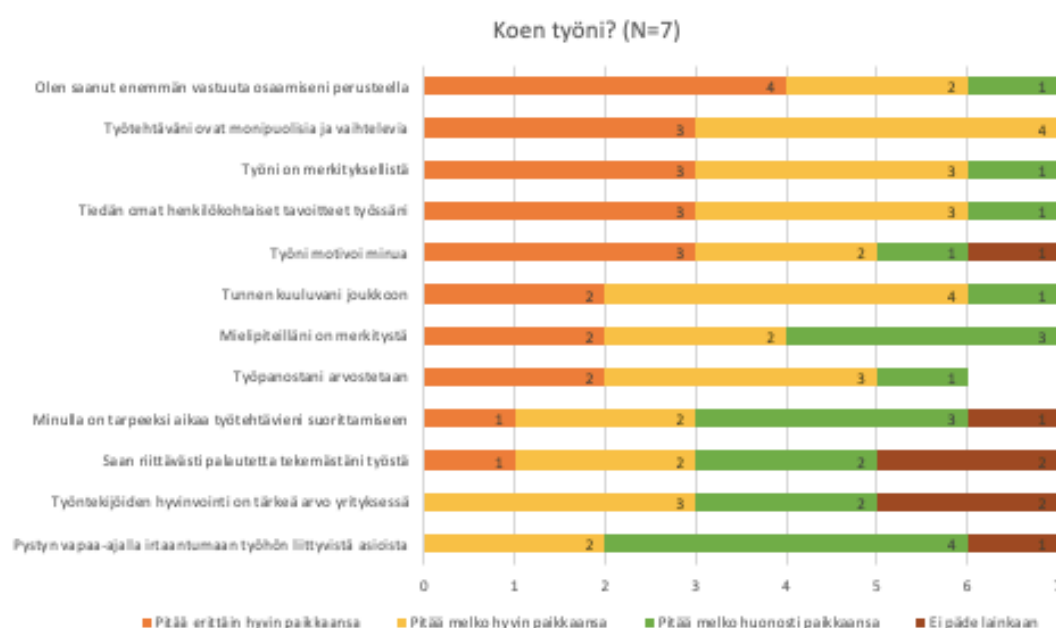
Väitteeseen ”Oma motivaatio työntekoon” kyselyyn vastanneista kolme on melko tyytyväisiä, kaksi melko tyytymättömiä ja kaksi erittäin tyytymättömiä. Yhteenvetona voidaan todeta, että valtaosa vastanneista on tyytymättömiä omaan motivaation työntöön suhteen. Yritys voi motivoida työntekijöitään muun muassa tarjoamalla erilaisia kannustimia kuten bonuksia tai muita palkitsemisjärjestelmiä sekä luomalla työntekijöille inspiroivan työympäristön, jossa työntekijät voivat ilmaista itseään ja työskennellä tehokkaasti. Tämän lisäksi työntekijät voivat myös itse halutessaan vaikuttaa omaan motivaationsa esimerkiksi huolehtimalla riittävästä levosta sekä säännöllisistä tauoista työpäivän aikana.

Sisäinen viestintä on useimmiten useiden yritysten yksi kehityskohteista, eikä toimeksiantajayritys ole poikkeus. Sisäiseen viestintään kyselyyn vastanneista kaksi on melko tyytyväisiä, kun jopa neljä henkilöä on melko tyytymättömiä. Myös yksi vastanneista on erittäin tyytymättömän.

Kuten kuviosta 18 voidaan nähdä, selkeästi eniten tyytymättömyyttä työssä työntekijät kokevat muun palkitsemisen, etenkin etuuksien ja muiden muistamisten suhteen. Vastanneista

ainoastaan yksi on melko tyytyväinen, kun taas kuusi vastaajista on erittäin tyytymättömiä. Yrityksen X tulisi ottaa huomioon, että palkitsemisen avulla voidaan paitsi lisätä työntekijöiden työtyytyväisyyttä, niin voidaan sillä parhaassa tapauksessa myös lisätä työntekijän motivaatiota sekä sitoutumista yritykseen.

Kuviosta 19 nähdään, että vastanneista neljä pitää väitteen ”Olen saanut enemmän vastuuta osaamiseni perusteella” pitävän erittäin hyvin paikkaansa, kahden mielestä väite pitää melko hyvin paikkaansa sekä yhden mielestä väite pitää melko huonosti paikkaansa.



Kuvio 19: Työn kokeminen.

Seuraava väite ”Työtehtäväni ovat monipuolisia ja vaihtelevia” pitää kolmen vastaajan mielestä erittäin hyvin paikkaansa, sekä neljän mielestä pitää melko hyvin paikkaansa. Vastaajista kolme kokee työnsä merkityksellisenä, kun taas kolmen vastaajan mielestä väite pitää melko hyvin paikkaansa. Yhden vastaajan mielestä väite pitää melko huonosti paikkaansa.

Kolme kyselyyn vastanneista on sitä mieltä, että väite ”Tiedän omat henkilökohtaiset tavoitteet työssäni” pitää erittäin hyvin paikkaansa kuin myös kolme vastanneista on sitä mieltä, että väite pitää melko hyvin paikkaansa. Kuitenkin yksi vastaajista kokee, että väite pitää melko huonosti paikkaansa.

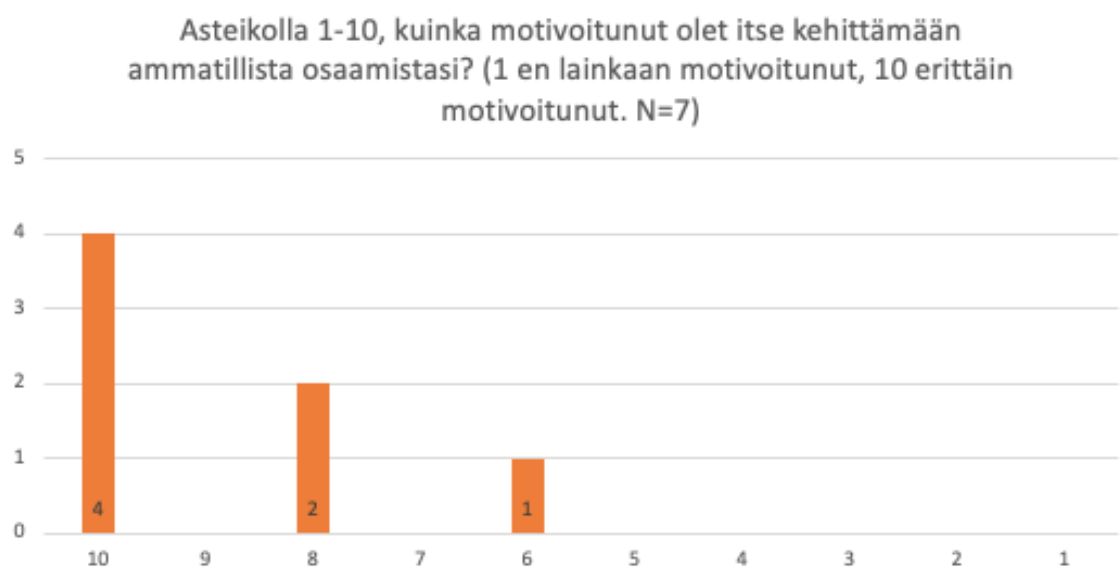
Vastaajista kaksi kokee, että työntekijöiden mielipiteillä on merkitystä. Kahden vastaajan mielestä väite ”Mielipiteilläni on merkitystä” pitää melko hyvin paikkaansa, sekä kolmen vastaajan mielestä väite pitää melko huonosti paikkaansa. Vastanneista henkilöstä kaksi kokee, että väite ”Työpanostani arvostetaan” pitää erittäin hyvin paikkaansa, kaksi kokee väitteen

pitävän melko hyvin paikkaansa, kun taas kolme kokee väitteen pitävän melko huonosti paikkaansa.

Kyselyn vastauksista nousee ilmi, että työntekijöillä ei ole tarpeeksi aikaa työtehtävien suorittamiseen, kuin myös työtehtävistä irrottautuminen vapaa-ajalla on haastavaa. Vastanneista henkilöistä ainoastaan yksi kokee, että työtehtävien suorittamiseen on riittävästi aikaa. Kaksi kokee väitteen pitävänsä melko hyvin paikkaansa. Neljä vastanneista taas kokee, että aikaa työtehtävien suorittamiseen ei ole tarpeeksi. Väitteeseen ”Pystyn vapaa-ajalla irtaantumaan työhön liittyvistä asioista” kaksi on vastannut väitteen pitävän melko hyvin paikkaansa sekä neljä vastanneista kokee väitteen pitävän melko huonosti paikkaansa. Yksi kokee, ettei pysty ollenkaan irtaantumaan työhön liittyvistä asioista vapaa-ajalla.

Yrityksen X työntekijöistä kolme kokee, että väite ”Työntekijöiden hyvinvointi on tärkeä arvo yrityksessä” pitää melko hyvin paikkaansa. Toisaalta neljä vastanneista kokee, että väite pitää melko huonosti paikkaansa tai ei päde lainkaan.

Viimeisessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin arvioimaan asteikolla 1-10, kuinka motivoituneita he ovat itse kehittämään ammatillista osaamistaan.



Kuvio 20: Oman ammatillisen osaamisen kehittämisen motivoinnin arviointi.

Asteikolla 1-10, neljä vastaajista koki olevansa erittäin motivoituneita kehittämään omaa ammatillista osaamista. Kaksi vastaajista arvioi asteikolla kahdeksan sekä yksi arvioi asteikolla kuusi. Kysymyksen jälkeen esitetyssä avoimessa kysymyksessä työntekijöitä pyydettiin tarkentamaan, millaista osaamista he erityisesti haluaisivat kehittää. Tällöin esiin nousi useasti esiin henkilötaidot sekä sen kehittäminen.

Tarjoamalla koulutusta sekä mahdollisuuden työntekijöille kehittää omia taitojaan, yritys voi auttaa työntekijöitään saavuttamaan omat tavoitteensa, vaikuttaa positiivisesti työnantaja-mielikuvaan kuin auttaa työntekijöitä pysymään motivoituneena.

Viimeisessä avoimessa kysymyksessä kysyttiin, mitä työntekijät erityisesti arvostavat yrityk-sessä X työnantajana. Vastaajista valtaosa koki, että yritys X on työnantajan erittäin joustava, etenkin työaikojen suhteen. Vastauksista nousi esiin myös kollegoiden sekä työyhteisön avoin kommunikaatioyhteys. Yritys X sai kiitosta myös työn itseohjautuvuudesta sekä työn monipuoli-suudesta.

Kyselyn lopussa selvitettiin, kuinka todennäköisesti vastaajat suosittelisivat yritystä X työpai-kaksi NPS-asteikon avulla. Markkinoijia vastanneista oli yksi, kun taas kritisoi-jia neljä. Passii-via vastanneista oli kaksi.

## 6.2 Uuden työntekijän perehdytyspolku

Yrityksen jo olemassa olevien perehdytysmateriaalien sekä kyselytutkimusta saatujen tulosten pohjalta laadin yritykselle uuden perehdytystyökalun. Tein perehdytystyökalusta visuaalisen uuden työntekijän perehdytyspolun (kuvio 21), jolla kuvataan työntekijän perehdytystä pro-ssimaisena etenemisenä.

Perehdytyspolku jakautui kuuteen vaiheeseen, joiden alla havainnollistettiin jokaisen vaiheen sisällöt erikseen. Henkilöstölle suunnatussa kyselyssä koettiin pääosin yrityksen X jo olemassa olevat perehdytysmateriaalit hyväksi, mutta niihin toivottiin selkeyttä sekä yksinkertaisuutta.

Uuden työntekijän perehdytyspolun tavoitteena oli näin ollen luoda selkeät raamit perehdy-tysprosessille, joita toimeksiantajayrityksen perehdyttäjien olisi helppoa noudattaa. Lisäksi perehdytyspolun avulla perehdytysprosessista saataisiin tasavertainen ja yhtenäinen koko yri-tyksessä. Tästä syystä oli perusteltua sisällyttää yrityksen X jo olemassa oleva perehdytysma-teriaalia uuden työntekijän perehdytyspolkuun.

Laatiessa uuden työntekijän perehdytyspolkua pyrittiin yhdistämään jo olemassa olevat tär-keät materiaalit selkeään, yhteen materiaaliin. Perehdytyspolkuun merkittiin punaisella koh-dat, jotka nousivat tärkeinä esiin kyselytutkimuksesta sekä koettiin tärkeäksi toimivan pereh-dytysprosessin kannalta, mutta niitä ei vielä perehdytysmateriaaleissa ollut.

Uuden työntekijän perehdytyspolku



Kuvio 21: Yritykselle X laadittu uuden työntekijän perehdytyspolku.



Korkiakosken (2019) mukaan työntekijän elinkaari koostuu erilaisista merkittävistä hetkistä kuten rekrytointi ja perehdytys. Nämä ovat sellaisia asioita, jotka vaikuttavat työntekijäkoke-  
muksen muodostumiseen. Yritykselle X luomassa uusien työntekijöiden perehdytyspolussa tar-  
kastellaan uuden työntekijän perehdytysprosessin eri vaiheita perehdyttäjien näkökulmasta.

Toimeksiantajayritykselle suunniteltu perehdytyspolku toimii käytännön työkaluna sekä pe-  
rehdytysprosessin kulun selventämisen runkona. Perehdytyspolku on suunniteltu erityisesti  
esihenkilöiden sekä muiden mahdollisten perehdyttäjien näkökulmasta, joka on myös ensisi-  
jaisesti heidän käyttöönsä tarkoitettu.

Perehdytyspolun visuaalinen ilme on luotu Canva-sovelluksessa, jotta sen jakaminen pereh-  
dyttäjille on helppoa niin sähköisesti kuin paperille tulostettunakin. Tämä työkalu auttaa pe-  
rehdyttäjiä yhtenäisesti hahmottamaan uuden työntekijän perehdytysprosessin, selkeyttäen  
samalla perehdytykseen liittyvää vastuunjakoja. Perehdytyspolun eri vaiheiden avulla pereh-  
dyttäjät voivat tarjota monipuolisen ja kattavan perehdytyksen uudelle työntekijälle tämän  
astuessa uuteen työhönsä.

Perehdytyspolkutyökalu sisältää erilaisia kosketuspisteitä sekä vaiheita, joita uuden työnteki-  
jän perehdytysprosessiin kuuluu. Perehdytystyökaluun on myös merkitty punaisella värillä ky-  
selytutkimuksen tuloksiin sekä jo olemassa olevan perehdytysmateriaalin analysointiin poh-  
jautuneet perehdytyspolkuun lisätyt asiat. Polku on jaettu kuuteen vaiheeseen, jotka pereh-  
dyttäjien tulee ottaa prosessissa huomioon. Perehdytyspolusta ilmenneet tärkeimmät vaiheet  
ovat huolellinen esivalmistelu, sisäinen viestintä sekä riittävä työhön perehdytys. Mielestäni  
yrityksen tärkein kehityskohde perehdytyspolussa on perehdytyksen jälkeinen arviointi ja seu-  
ranta.

Työn tavoitteena oli tuottaa yksinkertainen perehdytyspolku perehdyttäjien avuksi, jotta pe-  
rehdytysprosessi olisi selkeä sekä yhdenmukainen läpi organisaation. Perehdytyspolku työkalu  
ei ainoastaan vastaa työn tavoitteeseen, vaan myös yrityksen perehdytysaasteisiin ja paran-  
taa yrityksen perehdytysprosessia.

## 7 Kehitysehdotukset

Opinnäytetyöstä saatujen tutkimustulosten perusteella yrityksen tulisi pohtia, miten taata  
kaikille työntekijöille yhdenmukainen, selkeä ja tasavertainen perehdytys. Tutkimuksesta sel-  
visi, että osa yrityksen työntekijöistä oli saanut laadukkaan perehdytyksen, kun taas toisilla  
perehdytyksessä oli esiintynyt puutteita ja ongelmia.

Yksi potentiaalinen keino parantaa perehdytyksen laatua yrityksessä olisi luoda yhtenäiset perehdytyskäytännöt kaikille uusille työntekijöille. Nämä käytännöt varmistaisivat, että koko yritys sitoutuu noudattamaan yhtenäisiä käytänteitä, taaten jokaiselle uudelle työntekijälle kattavan perehdytyksen yrityksen toimintaan, omaan työhön sekä työyhteisöön.

Tutkimuksen tuloksista tuli ilmi useita kehityskohteita, joihin olisi helppo tarttua yhteisten perehdytyskäytäntöjen avulla. Tutkimustuloksista havaittiin, että perehdytysprosessia helpotaisi yhtenäinen uuden työntekijän perehdytyspolku, jota perehdyttäjän olisi vaivaton seurata. Perehdytyspolkua käyttämällä voitaisiin myös varmistua siitä, että perehdytysprosessi on tasalaatuinen sekä yhdenmukainen koko yrityksessä. Tämän lisäksi esiin nousi toistuvasti perehdytysprosessiin varattu liian vähäinen aika sekä perehdyttäjien oman osaamisen puutteellisuus. Nämä ovat hyviä esimerkkejä asioista, joihin olisi järkevää puuttua yhteisten käytäntöjen avulla.

Jotta jokaiselle uudelle työntekijälle voitaisiin taata riittävä tuki perehdytyksen aikana, käytännöissä voitaisiin käsitellä vastuuhenkilön nimeämistä. Yksi hyödyllinen käytäntö voisi olla myös henkilökohtaisten perehdytys suunnitelmien laatiminen jokaiselle uudelle työntekijälle, varmistaen suunnitelmallisuus ja tavoitteellisuus perehdytyksessä. Yrityksen tulisi myös kehittää muita yhteisiä käytäntöjä, joilla edistetään perehdytysprosessin laatua sekä tasavertaisuutta. Esimerkiksi käytänteitä voitaisiin suunnitella yrityskulttuurin ja organisaatiokaavion perehdyttämiseen. Yrityksen on huomioitava, että nämä käytänteet kattavat laajasti yrityksen eri ammattiryhmät, jotta ne palvelevat kaikkia uusia työntekijöitä mahdollisimman tehokkaasti. Tässä yhteydessä on tärkeää pitää käytänteiden määrä realistisena, jotta niiden soveltaminen käytäntöön on mahdollista.

Toinen kehitysidea on yritysten kaikkien nykyisten useiden perehdytysdokumenttien yhdistäminen, yhdeksi selkeäksi ja kattavaksi perehdytys suunnitelmaksi. Yhtenäinen perehdytysmateriaali voisi sisältää yrityksen yleiset käytännöt kuin toimipistekohtaiset käytännöt. Tällainen perehdytysmateriaali edistäisi myös yhteisten perehdytyskäytäntöjen luomista ja rohkaisisi henkilöstöä perehtymään paitsi omaan työhönsä, myös yrityksen kulttuuriin sekä organisaatiorakenteeseen.

Näiden kehittämis ehdotusten käytäntöön viemiseksi olisi tärkeää, että opinnäytetyössä tehty kyselytutkimus toteutettaisiin kaikilla yrityksen ammattiryhmillä. Laajemman tutkimuksen avulla voitaisiin arvioida myös näiden ammattiryhmien perehdytyksen sekä työnantajamielikuvan nykytilaa. Kattava nykytilan arviointi on tarpeen, kun pyritään rakentamaan koko yritykselle yhtenäisiä perehdytyskäytäntöjä.

Yhtenäisillä ja laadukkailla perehdytyskäytännöillä varmistetaan, että perehdytys on kaikille uusille työntekijöille paitsi tasapuolinen, mutta myös selkeä. Lisäksi laadukas perehdytys on myös merkityksellinen osa henkilöstön sitouttamisen sekä positiivisen työnantajamielikuvan

luomisen näkökulmasta. Näin ollen yhteisten perehdytyskäytäntöjen kehittäminen tuottaisi monenlaisia hyötyjä yritykselle eri osa-alueilla.

## 8 Arviointi

Perehdytyspolkua ei ehditty käytännössä testaamaan opinnäytetyön aikana, mutta perehdytyspolusta luotiin toimeksiantajan tarpeiden mukainen. Haasteeksi nousi tutkimuskyselykysymysten muotoilu siten, että niistä saataisiin riittävän hyödyllistä tietoa opinnäytetyön toiminnallisen osan tarpeisiin. Prosessin edetessä havaittiin myös, että kyselyn otanta jää valitettavan pieneksi, joka toi omalta osaltaan haastetta toiminnallisen osuuden toteutukseen. Vaikka yhteistyö toimeksiantajan kanssa ei ollut kovin tiivistä, antoi toimeksiantajayritys prosessin aikana arvokasta palautetta koskien tutkimuskyselyä sekä uuden työntekijän perehdytyspolkua.

Perehdytykseen liittyvää kirjallisuutta sekä tutkimuksia on hyvin saatavilla, jota oli tietoperustaosuutta kirjoittaessa mielenkiintoista tutkia sekä etsiä. Osaltaan tämä nousi myös haasteeksi, sillä teoreettisen tekstin kirjoittamisessa eniten aikaa vei uusien näkökulmien löytäminen. Kuitenkin lopulta oikeiden lähteiden löytyessä antoivat ne uutta tietoa perehdytyksestä, digitaalisesta perehdyttämisestä 2020-luvulla sekä työnantajamielikuvasta. Lähteet tukivat hyvin aiemmin oppimaani sekä tutkimuksista saatuja tietoja. Tietoperustaosuudessa olisin voinut hyödyntää vielä enemmän kansainvälisiä lähteitä ja sitä kautta löytää uutta tietoa sekä näkökulmia.

Perehdytys itsessään on käsitteenä laaja, joten opinnäytetyöprosessin aikana aiheen rajauksen merkitys kasvoi entisestään. Loppujen lopuksi aiheen rajausta oli ennakoitua helpompaa, sillä aihe opinnäytetyöhön toteutettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa.

Alun haasteiden jälkeen opinnäytetyö eteni aikataulullisesti suunnitelman mukaan. Aloitin opinnäytetyön aktiivisen työstämisen vaiheen elokuun lopussa, joten aikaa opinnäytetyöprosessille jäi hieman yli kolme kuukautta. Aloitin työstämään opinnäytetyötä kirjoittamalla teoreettista osuutta sekä suunnittelemalla kyselytutkimusta. Kyselystä saatuja tuloksia olisi voitu huomioida paremmin ja käyttää vielä laajemmin uuden työntekijän perehdytyspolun laadinnassa.

Kyselytutkimuksen lisäksi opinnäytetyöprojektissa olisi voitu hyödyntää yksilohaastatteluita, joilla olisi pystytty tarkentamaan perehdytysprosessin kehityskohteita sekä syventää tietoa muotoilemalla kyselytutkimukseen laaditut kysymykset haastatteluihin entistä paremmaksi. Kyselytutkimuksen ollessa avoinna keskityin kirjoittamaan työn teoreettista osuutta sekä analysoimaan jo olemassa olevia perehdytysmateriaaleja. Lokakuun käytin aktiivisesti materiaalien analysoimiseen sekä uuden työntekijän perehdytyspolun laatimiseen.

Itse luomani suhteellisen tiukka aikataulu paljastui prosessin edetessä positiiviseksi tekijäksi, sillä huomasin aikapaineen lisäävän motivaatiota kehittää omaa ajankäytön hallintaa sekä asioiden priorisointia töiden ja opinnäytetyöprosessin yhdistämisessä. Kyselytutkimuksen sekä tietoperustaosuuden lisäksi kirjoitusprosessiin piti varata tarpeeksi aikaa, joka osoittautui ajoittain hektisen arjen sekä uuden kokopäiväisen työn ohella hankalaksi. Työnantajani ovat olleet kuitenkin erittäin joustavia koko opinnäytetyöprosessin ajan, jonka vuoksi sain aikataulutettua prosessin eri vaiheet huolellisesti ja työ valmistui lopulta aikataulussa.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyö oli haastava, mutta opettavainen prosessi. Opinnäytetyötä aloittaessa oppimistavoitteeni olivat kartoittaa yrityksen X perehdytyksen sekä sisäisen työnantajamielikuvan nykytilaa hyödyntäen kyselytutkimusta, oppia laatimaan perehdytyspolku sekä syventää omaa ammatillista kehittymistä. Oppimistavoitteet täyttyivät, mutta opin myös paljon uutta mitä en ollut ajatellut. Opin omien resurssien sekä ajankäytön hallintaa. Opin tekemään laajan tutkimustyön yksin sekä kehitin kirjoitustaitojani. Kyselyyn saatujen vastauksen määrään olen hieman pettynyt, mutta kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen työn tuotoksiin. Koen, että pystyin tuottamaan toimeksiantajalle paljon hyödyllistä tietoa, että tuotoksen sekä kehittämään omaa ammatillista osaamistani.

## Lähteet

- Ahokas, L. & Mäkeläinen, J. 2013. Perehdyttäminen ja työnopastus: Ennakoivaa työsuojelua. Viitattu 2.10.2023. [https://ttk.fi/oppaat\\_ja\\_ohjeet/digijulkaisut/perehdyttaminen\\_ja\\_ty-onopastus\\_-\\_ennakoivaa\\_tyosuojelua/](https://ttk.fi/oppaat_ja_ohjeet/digijulkaisut/perehdyttaminen_ja_ty-onopastus_-_ennakoivaa_tyosuojelua/)
- Cook, M. 1999. Effective coaching. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Cygnel, S. 2022. Teema: Onnistunut perehdytys. Telma.
- Danny, W. 2007. Knowledge Management. Westport. Libraries Unlimited.
- Davies, G., Mete, M. & Whelan, S. 2018. When employer brand image aids employee satisfaction and engagement. Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance. Viitattu 28.10.2023. [https://centaur.reading.ac.uk/88533/1/Employer%20Brand\\_JOEPP\\_Re-Submission\\_untracked.pdf/](https://centaur.reading.ac.uk/88533/1/Employer%20Brand_JOEPP_Re-Submission_untracked.pdf/)
- Eklund, A. 2020. Tervetuloa meille! Uuden työntekijän perehdytys. Helsinki: Impact.
- Eklund, A. 2021. Onnistunut perehdytys sitouttaa ja parantaa tuottavuutta. Viitattu 15.10.2023. <https://www.brik.fi/onnistunut-perehdytys-sitouttaa/>
- Ellis, A., Nifadkar, S., Bauer, T. & Erdogan, B. 2017. Your New Hires Won't Succeed Unless You Onboard Them Properly. Harvard Business Review. Viitattu 16.10.2023. <https://hbr.org/2017/06/your-new-hires-wont-succeed-unless-you-onboard-them-properly/>
- Finnish Business Blog. 2023. Polkuja parempaan asiakaskokemukseen. Viitattu 4.11.2023. Saatavissa <https://blogit.jamk.fi/fbb/2020/05/06/polkuja-parempaan-asiakaskokemukseen/>
- Folcan. 2023. Mikä on digitaalinen asiakaspolku? Opas digitaalisen asiakaspolun määrittämiseen. Viitattu 4.11.2023. <https://folcan.fi/digitaalinen-asiakaspolku-opas-maarittamiseen/>
- Furnham, A. & MacRae, I. 2017. Motivation and Performance. Englanti: Kogan Page Ltd.
- Hietala, H., Kaivanto, K. & Valvisto, E. 2018. Esimiehen käsikirja. Helsinki: Alma Talent.
- Huhta, M. & Myllyntaus, V. 2021. Työntajabrändi ja työnantajakokemus. Helsinki: Alma Talent.
- Hyppänen, R. 2013. Esimiesosaaminen: liiketoiminnan menestystekijä. 3. painos. Porvoo: Edita.
- Hyppänen, R. 2023. Perehdyttäminen onnistuneen työsuhteen varmistajana. Työelämän kehittäjä. Viitattu 10.10.2023. <http://www.bonnierpro.fi/fi/app/henkilosto/perehdyttaminen-onnistuneen-tyosuhteen-varmistajana>.
- Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio: Yritysjohdon käsikirja. E-kirja. Helsinki: Alma talent.
- Joki, M. 2021. Henkilöstöasiantuntijan käsikirja. Helsinki: Kauppakamari.
- Juuti, P. & Vuorela, A. 2015. Johtaminen ja työyhteisön hyvinvointi. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Kaijala, M. 2016. Rekrytointi: Tehtävään vai yhtiöön. Helsinki: Alma talent.
- Kangas, P. & Hämäläinen, J. 2007. Perehdyttämisen suunnittelu ja toteutus. Helsinki: Työturvallisuuskeskus.

- Kauppinen, T. 2021. Johtaminen: Voittavan johtamisen muotoilu. 1. painos. Espoo: VIA Leadership VL Oy.
- Khan, S. 2020. Qualitative research: people, practises and phenomena. Jyväskylä: Grano Oy.
- Kjelin, E. & Kuusisto, P. 2003. Tulokkaasta tuloksentekijäksi. Helsinki: Talentum.
- Koivisto, M. Säynäjäkangas, J. Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent.
- Korkiakoski, K. 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus: Uusi aika, uudenlainen johtaminen. Helsinki: Alma Talent.
- Kupias, P. & Peltola, R. 2012. Perehdyttämisen pelikentillä. Helsinki: Palmenia.
- Lyly-Yrjänäinen, M. 2023. Työ- ja elinkeinoministeriö: Työolobarometri 2022. Viitattu 22.10.2023. [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164723/TEM\\_2023\\_13.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164723/TEM_2023_13.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Malmelin, N. & Hakala, J. 2012. Vetovoima. E-kirja. Helsinki: Alma talent.
- OAJ. Perehdyttäminen. Hyvä perehdyttäminen on kaikkien etu. Viitattu 9.11.2023. [https://www.oaj.fi/contentassets/05840ee0512649149b9de01078d5a6ba/tampere\\_perehdyttaminen.pdf](https://www.oaj.fi/contentassets/05840ee0512649149b9de01078d5a6ba/tampere_perehdyttaminen.pdf)
- Pajula, A. 2021. Työhön perehdytys verkossa: Mitä on digiperehdytys? Viitattu 18.10.2023. <https://www.mediamaisteri.com/blog/ty%C3%B6ntekij%C3%A4n-perehdytys-verkossa-mit%C3%A4-on-digiperehdytys>
- Pyyhtiä, T. 2019. Digiajan johtajan käsikirja. BoD. Helsinki.
- Rosenbaum, M., Otolara, M., & Ramírez, G. 2017. How to create a realistic customer journey map. Viitattu 25.10.2023. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698916300170>
- Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus. Jyväskylä: Docendo.
- Salojärvi, S. 2018. Digitalisaatio haastaa henkilöstöjohtamisen: HR:n näytönpaikka. Viitattu 10.10.2023. <https://www.mps.fi/fi/blogi-johtamisen-maailma/henry-ry-digitalisaatio-haastaa-henkilosto-johtamisen-hrn-naytonpaikka.html>
- Schmidt, L. & Mosley, R. 2017. Employee branding for dummies. Englanti: Wiley.
- Seeling, M. 2015. Tervetuloa taloon! Työturvallisuus. Viitattu 6.10.2023. <https://telmalehti.fi/tervetuloa-taloon>.
- Surakka, T. & Laine, N. 2011. Käsikirja ammattimaiseen esimiestyöhön. Taurus media.
- Sydänmaanlakka, P. 2012. Älykäs johtaminen 7.0. E-kirja. Helsinki: Alma talent.
- Tueanrat, Y., Papagiannidis, S. & Alamanos, E. 2021. Going on a journey: A review of the customer journey literature. Viitattu 30.10.2023. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296320308584>
- Tutkimusmenetelmien verkkokäsikirja, uudistettu v. 2021. Tietoarkisto. Viitattu 21.10.2023. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/>

Työn opastus. 2023. Työhön opastus on avain oikein tekemiseen. Viitattu 20.10.2023.  
<https://www.tyonopastus.fi>

Työsuojelu.fi. 2019. Tervettä ja turvallista työtä- opas. Viitattu 5.10.2023 [https://www.tyosuojelu.fi/docu-ments/14660/2426906/Tervetta\\_ja\\_turvallista\\_tyota\\_2019](https://www.tyosuojelu.fi/docu-ments/14660/2426906/Tervetta_ja_turvallista_tyota_2019).

Työturvallisuuskeskus 2021. Työturvallisuus ja työsuojelu. Viitattu 6.3.2021 [https://ttk.fi/tyoturvallisuus\\_ja\\_tyosuojelu#26f81473/](https://ttk.fi/tyoturvallisuus_ja_tyosuojelu#26f81473/)

Työturvallisuuslaki 23.8.2002/738.

Valli R. & Aaltola J. 2018a. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineiston ke-  
ruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5. painos. E-kirja. Jyväskylä: PS-kustannus.

Valli R. & Aaltola J. 2018b. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin läh-  
tökohtiin ja analyysimenetelmiin. 5. painos. E-kirja. Jyväskylä: PS-kustannus.

Verhoef, P., Lemon, K., Parasuraman, A., Tsiros, M. Schlesinger, L. 2009. Customer Experience  
Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies. Viitattu 28.10.2023.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0022435908000845>

Viitala, R. 2015. Henkilöstöjohtaminen - Strateginen kilpailutekijä. Helsinki: Edita.

Viitala, R. 2021. Henkilöstöjohtaminen keskeiset käsitteet, teoriat ja trendit. Helsinki: Edita  
Publishing.

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Wallace, K. 2009. Creating an Effective New Employee Orientation Program. Viitattu  
16.10.2023. [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1958214/](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1958214/)

Julkaisemattomat

Yrityksen X perehdytysmateriaalit

## Kuviot

Kuvio 1: Perehdytyksen kaksi kokonaisuutta. (Eklund 2018, 25-26.) .....	7
Kuvio 2: Perehdytysprosessin osa-alueet. (Eklund 2021, 92.).....	10
Kuvio 3: Digitaalisen perehdyttämisen hyötyjä. (Talent Culture 2016.) .....	14
Kuvio 4: Työnantajamielikuva jaottelu sisäiseen sekä ulkoiseen työnantajamielikuvaan. (Eilakaisla 2021.).....	16
Kuvio 5: Eri vaiheet asiakaspolun varrella mukaillen Saarijärvi & Puustinen (2020, 211-219.)	22
Kuvio 6: Asiakaspolun digitaalisia kosketuspisteitä. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 68.).....	24
Kuvio 7: Opinnäytetyön eri vaiheet. ....	25
Kuvio 8: Toimipisteiden jakautuminen kyselyyn vastanneiden kesken. ....	27
Kuvio 9: Vastaajien työsuhteen pituus. ....	27
Kuvio 10: Vastanneiden roolit toimeksiantajayrityksessä. ....	28
Kuvio 11: Kyselyyn vastanneiden tämänhetkiset tutkimukset.....	28
Kuvio 12: Kyselyyn vastanneiden oman perehdytyskokemuksen arviointia. ....	29
Kuvio 13: Perehdytykseen liittyvien väitteiden arvionti. ....	30
Kuvio 14: Uuden työntekijän perehdyttämisen laatu yrityksessä X. ....	31
Kuvio 15: Vastaajien tietoisuus yritys X:n perehdytys suunnitelmasta. ....	32
Kuvio 16: Vastanneiden arviointia positiivisesti työhön sitoutumiseen vaikuttavista perehdyttämisen osa-alueista.....	33
Kuvio 17: Perehdytysprosessissa käytössä olevat tukimenetelmät. ....	34
Kuvio 18: Omaan työhön vaikuttavat tekijät. ....	35
Kuvio 19: Työn kokeminen.....	37
Kuvio 20: Oman ammatillisen osaamisen kehittämisen motivoinnin arviointi. ....	38
Kuvio 21: Yritykselle X laadittu uuden työntekijän perehdytyspolku. ....	40



## Liitteet

Liite 1: Sähköinen kyselytutkimus.....

Liite 2: Uuden työntekijän perehdytyspolku.....

Liite 1: Sähköinen kyselytutkimus.

## Perehdytyskäytäntöjen sekä sisäisen työnantajamielikuvan kyselytutkimus

Tämä kyselytutkimus on osa Laurea-ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä. Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa ~~Perehdytyskäytäntöjen~~ esihenkilöiden sekä uusien työntekijöiden perehdytyskäytäntöjä, niiden toimivuutta sekä kartoittaa ~~Perehdytyskäytäntöjen~~ sisäistä työnantajamielikuvaa. Kaikki kyselyn vastaukset käsitellään anonyymisti sekä luottamuksellisesti osana Pinja Nikulan opinnäytetyötä Laurea-ammattikorkeakoulussa. Kyselyn tulokset esitellään opinnäytetyössä yhteenvetoina eikä vastaukset ole yksilöitävissä.

Vastausaikaa kyselyssä on 4.10.2023 asti. Kyselyyn vastaaminen vie aikaa n. 7 minuuttia.

Kiitos arvokkaasta ajastasi!

Mikäli sinulla on kysyttävää tutkimuskyselylomakkeeseen liittyen, voit olla yhteydessä minuun suoraan sähköpostitse:

[pinja.nikula@student.laurea.fi](mailto:pinja.nikula@student.laurea.fi)

Osa 1

...

### Perustiedot

1. Päätoiminen toimipisteesi sijaitsee? \*

☐ Uusimaa

☐ Muu Suomi

2. Kuinka kauan olet työskennellyt **Asiakaspalvelupäällikkö**?

- ☐ Alle 1 vuoden
- ☐ 1-3 vuotta
- ☐ Yli 3 vuotta

3. Roolisi yrityksessä? \*

- ☐ Asiakaspalvelupäällikkö
- ☐ Aluepäällikkö
- ☐ Ryhmäliikuntavastaava
- ☐ Muu

4. Koulutustaustasi? \*

- ☐ Peruskoulu
- ☐ Ammattikoulu tai lukio
- ☐ AMK-tutkinto / Kandidaatti
- ☐ Maisteri / Ylempi AMK
- ☐ Muu

## Työntekijän perehdytys

5. Arvioi omaa perehdytyskokemustasi yleisesti \*

	Heikko	Tyydyttävä	Kohtalainen	Hyvä	Erinomainen	En ole saanut perehdytystä
Perehdytys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Arvioi seuraavien väittämien tärkeyttä perehdytyksessä \*

	Ei lainkaan tärkeää	Ei kovin tärkeää	Melko tärkeää	Erittäin tärkeää
Yrityskulttuuriin perehdyttäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työyhteisön tutustuttaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Järjestelmään perehdyttäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaspalveluun perehdyttäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisäisiin viestintäkanaviin perehdyttäminen (mm. Teams & Intra)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskuksen tiloihin perehdyttäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisaatiokaavioon perehdyttäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Mikä/mitkä seuraavista väittämistä kuvaa parhaiten uuden työntekijän perehdyttämisen tämän hetkistä laatua yrityksessä?

	Ei kuvaa lainkaan	Kuvaa melko vähän	Kuvaa melko paljon	Kuvaa erittäin paljon
Perehdytys jatkuu läpi työsuhteen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perehdytys on yksilöllistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Järjestelmällistä ja hyvin suunniteltua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhtenäistä läpi organisaation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Riittävä, jotta työntekijä selviytyy määrättyistä työtehtävistä itsenäisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perehdytys tukee ammatillista ja henkilökohtaista kehitymistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vahvistaa työn merkityksen kokemista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Halutessasi voit jättää tähän kirjallisia tarkennuksia edellisen kysymyksen vastauksiin

Kirjoita vastaus

8. Halutessasi voit jättää tähän kirjallisia tarkennuksia edellisen kysymyksen vastauksiin

Kirjoita vastaus

9. Miten tärkeänä koet hyvän perehdytyksen? \*

Kirjoita vastaus

10. Perehdytysuunnitelma [REDACTED]

- ☐ Tiedän mikä se on, ja mitä suunnitelma sisältää
- ☐ Olen kuullut, mutta en ole käyttänyt perehdytyksessä
- ☐ En ole kuullut, enkä tiedä mitä suunnitelma sisältää

11. Mitkä seuraavista perehdyttämisen osa-alueista vaikuttavat mielestäsi positiivisesti työhön sitoutumiseen? (Sivun oikeassa reunassa näkyviä nuolinäppäimiä painamalla pystyt vaihtamaan listauksen järjestystä tärkeimmästä vähiten tärkeimpään.) \*

Organisaation strategiaan tutustuminen

Organisaatiokulttuuriin tutustuminen

Perehdytyksestä johtuva oman osaamistason nousu (kyseisessä työtehtävässä)

Perehdytyksestä johtuva ammatillinen ja henkilökohtainen kehittyminen

Muihin työntekijöihin tutustuminen

Työn merkityksen kokemuksen vahvistuminen

Vuorovaikutus itseni ja työnantajan välillä

12. Mitä tukimenetelmiä olet käyttänyt/ käyttäisit perehdytyksessä? \*

- ☐ Paperille painettu perehdyttämispöytäkirja tai -kansio
- ☐ Intranet tai muu verkkomateriaali
- ☐ Videomateriaali (tallenteella tai verkossa)
- ☐ Erillinen perehdyttämiskoulutus tai -kurssi (työtehtäviin keskittyvä)
- ☐ Yleinen tutustumiskierros yrityksen tiloissa
- ☐ Kokeneemman kollegan työskentelyn seuraaminen vieressä
- ☐ Yksi nimetty henkilö, joka toimii koko perehdytysprosessin ajan oppaana ja ohjeisti suullisesti työpaikan toimintaan ja työtehtäviin
- ☐

13. Arvioi tunteina kuinka kauan uuden työntekijän perehdytysprosessiin olisi varattava aikaa? \*

14. Miten [REDACTED] voisi kehittää nykyistä esihenkilöiden perehdytysprosessia? \*

15. Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin tekijöihin työssäsi? \*

	Erittäin tyytymät ön	Melko tyytymät ön	Melko tyytyväin en	Erittäin tyytyväin en
Ilmapiiri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fyysinen työympäri stö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Urakehitys mahdollis uudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oman työn kehittämis mahdollis uudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työn mielekkyyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollis uus kehittää omaa osaamista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työnantaja n tarjoamat työvälinee t	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu palkitsemi nen(esim etuudet ja muistamis et)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oma motivaatio työntekoo n	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisäinen viestintä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perehdyty s	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esihenkilöt yöskentely	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



16. Koen työni: \*

	Ei päde lainkaan	Pitää melko huonosti paikkaan sa	Pitää melko hyvin paikkaan sa	Pitää erittäin hyvin paikkaan sa
Työni on merkityksellistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työpanostani arvostetaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työni motivoi minua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työtehtävät ovat monipuolisia ja vaihtelevia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pystyn vapaa-ajalla irtaantumaantyöhön liittyvistä asioista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedän omat henkilökohtaiset tavoitteet työssäni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielipiteillääni on merkitystä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunnen kuuluvani joukkoon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen saanut enemmän vastuuta osaamiseni perusteella	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla on tarpeeksi aikaa työtehtäviäni suorittamiseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Halutessasi voit jättää tähän kirjallisia tarkennuksia edellisen kysymyksen vastauksiin

Kirjoita vastaus

18. Kuinka motivoitunut olet itse kehittämään ammatillista osaamistasi? (1 en lainkaan motivoitunut, 10 erittäin motivoitunut) \*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

19. Kerro omin sanoin, millaista ammatillista osaamista erityisesti haluaisit kehittää?

Kirjoita vastaus

20. Mitä erityisesti arvostat työntekijänä [redacted]

Kirjoita vastaus

21. Kuinka todennäköisesti suosittelisit [redacted] työpaikaksi? (0 En lainkaan todennäköisesti & 10 erittäin todennäköisesti) \*

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

En lainkaan todennäköisesti

Erittäin todennäköisesti

22. Muita terveisiä?

Kirjoita vastaus

## Liite 1: Uuden työntekijän perehdytyspolku.

### Uuden työntekijän perehdytyspolku

