

Satunnaista työtä tekevän työntekijän motivointi

Case: Yritys X

Natalia Paananen

Opinnäytetyö

Helmikuu 2019

Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala

Liiketalouden koulutusohjelma

Jyväskylän ammattikorkeakoulu

JAMK University of Applied Sciences

Tekijä(t) Paananen Natalia	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Maaliskuu 2019
	Sivumäärä 57	Julkaisun kieli Suomi
		Verkkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Satunnaista työtä tekevän työntekijän motivointi Case: Yritys X		
Tutkinto-ohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Ekonen Marianne		
Toimeksiantaja(t) Markkinatutkimusyriitys (salainen)		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, mikä motivoi satunnaista työtä tekeviä työntekijöitä. Tutkimus toteutettiin markkinatutkimusyriykselle, joka halusi pysyä salassa. Tulosten avulla haluttiin parantaa toimeksiantajayrityksen toimintaa ja helpottaa työntekijöiden tehtäviä.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivista tutkimusotetta käyttäen. Tutkimukseen käytettiin sähköistä Survey monkey -kyselylomaketta, joka lähetettiin kaikille toimeksiantajayrityksen työntekijöille. Lomake lähetettiin yhteensä 1346 henkilölle, joista 226 osallistui tutkimukseen, jolloin vastausprosentiksi saatiin 16,8%. Kysely toteutettiin aikavälillä 29.11.–4.12.2018.</p> <p>Tutkimustuloksista selvisi, että toimeksiantajayrityksen työntekijät ovat pääosin tyytyväisiä yrityksen toimintaan ja että heillä on motivaatiota jatkaa töitään. Työntekijöiden motivaatiota lisäisi tutkimuksen mukaan entisestään erilaiset työtehtävät, rahapalkan lisääminen sekä teknisten järjestelmien parantelu. Erityistä parannusta toivottiin palautteen saamisesta tehdyistä työstä. Koska yrityksen työntekijät tekevät satunnaista työtä (1–10krt/vuodessa), tutkimuksesta selvisi, että työntekijöiden motivaatio parani, mikäli toimeksiannot olisivat säännöllisempiä.</p> <p>Saatujen tutkimustulosten pohjalta toimeksiantajayrityksen tulisi antaa enemmän palautetta työntekijöille sekä kiinnittää huomiota eri vaatavuustasoisten toimeksiantojen palkkaukseen. Toimeksiantajayrityksen tulisi selkeyttää järjestelmiään ja varmistua niiden toimivuudesta. Jatkossa voitaisi tehdä useampia tyytyväisyyskyselyjä yrityksen työntekijöille, jotta voitaisiin seurata tyytyväisyyden ja motivaation kehitystä.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Motivaatiotekijät, työmotivaatio, kvantitatiivinen, kyselytutkimus		
Muut tiedot		

Description

Author(s) Paananen Natalia	Type of publication Bachelor's thesis	Date March 2019
	Number of pages 57	Language of publication: Finnish
		Permission for web publication: x
Title of publication Motivating an occasional worker Case: Organization X		
Degree programme Business Administration		
Supervisor(s) Ekonen Marianne		
Assigned by Market Research company (confidential)		
<p>Abstract</p> <p>The aim of the thesis was to examine what motivates the workers who do occasional work. The research was implemented for a market research company which wanted to remain anonymous. The market research organization wanted to improve their own functions and make it easier to the employees of the company to do their job.</p> <p>The research was carried out by using a quantitative research approach. The survey form was created with the Survey monkey -program and it was sent to all employees of the company. The survey was sent to 1346 person in total of which 226 answered it. The response rate was 16,8 %. The research was conducted over 29.11–4.12.2018.</p> <p>The study results showed that the employees of the company were mainly satisfied with the activities of the company and that they were motivated to continue their work. The study results also showed that to increase the motivation of the employees, the company should offer different kind of tasks, increase the reward and improve their technical systems. The employees of the company work occasionally (1-10 times per year) the study showed that their motivation would be better if they could work more often.</p> <p>Based on the study results, the company should give more feedback to the employees and to pay attention to the rewards of different tasks with different level of requirement. The company should also clarify their technical systems and make sure that they work perfectly. In the future the company could carry out several satisfaction surveys to the employees to measure the improvement on satisfaction and motivation.</p>		
Keywords (subjects) Motivational factors, work motivation, motivation, quantitative, survey		
Miscellaneous		

Sisältö

1	Johdanto	4
2	Työmotivaatio	5
2.1	Motivaatio ja työmotivaatio käsitteenä	5
2.2	Motivaatioteoriat	6
2.2.1	Sisäinen ja ulkoinen motivaatio	6
2.2.2	Maslowin tarvehierarkia	6
2.2.3	Herzbergin kaksifaktoriteoria.....	9
2.3	Työmotivaatioon vaikuttavat tekijät	10
2.3.1	Esimiestyö.....	11
2.3.2	Palkitseminen	13
2.3.3	Oman työn merkityksellisyys	14
2.3.4	Henkilökohtainen kehittyminen työssä	15
3	Tutkimusasetelma	17
3.1	Tutkimusongelma	17
3.2	Toimeksiantajayritys.....	18
3.3	Tutkimusmenetelmät	19
4	Tutkimustulokset	22
4.1	Tutkimuksen toteutus.....	22
4.2	Vastaajien perustiedot	23
4.3	Vastaajien tyytyväisyys esimiestyöhön ja palkitsemiseen	27
4.4	Vastaajien näkemys oman työn merkityksestä	33
5	Johtopäätökset	39
6	Pohdinta	44

Lähteet.....	47
---------------------	-----------

Liitteet.....	49
----------------------	-----------

Liite 1. Saatekirje.....	49
--------------------------	----

Liite 2. Viesti ennen kyselyyn pääsyä.....	50
--	----

Liite 3. Kyselylomake.....	51
----------------------------	----

Kuviot

Kuvio 1. Maslowin tarvehierarkia	7
--	---

Kuvio 2. Työhyvinvoinnin portaat	8
--	---

Kuvio 3. Herzbergin kaksifaktoriteoria	10
--	----

Kuvio 4 Motivaation rakentuminen	11
--	----

Kuvio 5. Palkitsemisen riittävyys	29
---	----

Taulukot

Taulukko 1. Vastaajien sukupuolijakauma	23
---	----

Taulukko 2. Vastaajien ikäjakauma	24
---	----

Taulukko 3. Tehtyjen toimeksiantojen määrä.....	24
---	----

Taulukko 4. Vastaajien työllisyystilanne	25
--	----

Taulukko 5. Syy liittyä rekisteriin.....	26
--	----

Taulukko 6. Tyytyväisyys esimiestyöhön	27
--	----

Taulukko 7. Avoimet vastaukset esimiestyöstä	28
--	----

Taulukko 8. Avoimet vastaukset palkitsemisesta	30
--	----

Taulukko 9. Hyvän raportoinnin bonuksen saaminen	31
--	----

Taulukko 10. Työllisyys suhteessa korvaukseen	32
---	----

Taulukko 11. Vastaajien näkemys omasta työstä.	33
---	----

Taulukko 12. Vastaajien näkemys omassa työssä kehittymisestä.	34
--	----

Taulukko 13. Tehtävien haastavuus.....	36
--	----

Taulukko 14. Avoimet vastaukset omasta työstä	37
Taulukko 15. Motivaatiota lisäävät tekijät	37
Taulukko 16. Avoimet vastaukset motivaatiotekijöistä	38

1 Johdanto

Työelämä muuttuu jatkuvasti ja samalla muuttuu myös sekä työtavat että -paikat. Yhä useampi tekee ns. epätyypillistä työtä eli esimerkiksi osa-aikatöitä, etätöitä tai työskentelee henkilöstönvuokrausfirmojen kautta. Tämä opinnäytetyö kohdistuu nimenomaan epätyypillisessä työsuhteessa oleviin työntekijöihin ja heidän motivaatioonsa. Epätyypillinen työ poikkeaa normaalin työsuhteen kriteereistä. Normaalissa työsuhteessa työntekijä tekee työtä yhdelle työnantajalle, työpaikallaan vakituisesti sekä täysipäiväisesti. (Salo 2009, 6.) Epätyypillisiä työsuhteita ovat esimerkiksi osa-aikatyöt, määräaikaiset työsuhteet, etätö sekä vuokratyö. Torvelan, Moilasan ja Zibbelinin (n.d.) mukaan epätyypilliset työt ovat kuitenkin nykypäivänä jo varsin tyyppisiä, sillä yhä useampi työskentelee epätyypillisessä työsuhteessa. Esimerkiksi vuokratyöfirmojen yleistyessä myös epätyypilliset työsuhteet yleistyvät.

Epätyypilliset työsuhteet ovat yleisimpiä nuorten ja naisten keskuudessa (Torvela ym. N.d.). Erityisesti osa-aikatoihin ollaan pääsääntöisesti tyytyväisiä, ja kolme neljästä tekeekin sitä vapaaehtoisesti (Sitran selvityksiä 98 2015, 9). Syitä tehdä osa-aikatyötä on monia. Osa ihmisistä haluaa itse päättää, milloin ja missä työskentelee, osa tarvitsee lisätuloja oman työn tai opiskelujen ohelle ja osa taas haluaa tutustua erilaisiin työpaikkoihin.

Tässä työssä toimeksiantajayrityksenä toimii markkinatutkimusyriitys, joka työllistää n. 2 000 satunnaisesti työskentelevää ihmistä. Asiakaspalvelu, sen tutkiminen ja siihen panostaminen ovat nousevia trendejä ja Suomessakin on jo lukuisia asiakaspalvelun laatua tutkivia yrityksiä. Tutkimus on tärkeä toimeksiantajayritykselle, sillä kilpailijoiden lisääntyessä on tärkeää panostaa oman työn laatuun erottuakseen joukosta. Tutkimuksessa haluttiin selvittää, mikä motivoi satunnaista työtä tekeviä ihmisiä ja miksi he ovat lähteneet työhön mukaan alun perin. Tutkimuksesta selvisi, että satunnaista työtä tekevät henkilöt ovat lähteneet työhön mukaan suurimmaksi osaksi rahan, mielenkiintoisten tehtävien sekä itsensä kehittämisen vuoksi. Työntekijöitä motivoi eniten rahan ansaitseminen sekä

tehtävien mielenkiintoisuus. Kehitysideoita toimeksiantajayritykselle tuli mm. tutkimuskohteiden, teknisten järjestelmien sekä palkkauksen osalta.

Tutkimuksessa ensimmäisenä käydään läpi teoriaosuus työmotivaatiosta sekä siihen vaikuttavista tekijöistä. Tämän jälkeen kerrotaan tutkimusongelmasta, toimeksiantajayrityksestä sekä kvantitatiivisesta tutkimusmenetelmästä, jolla myös tämän opinnäytetyön tutkimusosuus toteutettiin. Tutkimustulokset esitellään työmotivaatioon vaikuttavien tekijöiden kautta seuraavassa luvussa. Viimeisissä luvuissa esitetään johtopäätökset sekä pohditaan työn onnistumista.

2 Työmotivaatio

2.1 Motivaatio ja työmotivaatio käsitteenä

Motiivi on toiminnan psyykinen syy. Ihmisen toimintaan vaikuttavat samanaikaisesti monet eri motiivit, vaikkakin vain osa motiiveista ovat tietoisia. Motiivien voimakkuus vaihtelee ja voimakas motiivi näkyykin, kun ihminen paneutuu tehtävään innokkaammin ja kestää enemmän vastuksia. Erilaisista ja eri voimakkuuksia olevista motiiveista muodostuu ihmisen motivaatio. Motivaatio on voima, joka saa ihmisen toimimaan ja se tarkoittaa sisäistä halua ja kiinnostusta asioihin ja tekemisiin. Motivaatio -sana tulee latinan kielestä ja tarkoittaaakin liikkumista. Kokonaisvaltainen motivaatio syntyy persoonallisuuden, sosiaalisen ympäristön sekä kognitioiden vuorovaikutuksena. (Repo 2007.)

Työmotivaatio perustuu lähes samoihin asioihin kuin motivaatiokin ja on tärkeä osa ihmisen työhyvinvointia. Työelämässä motivoitunut työntekijä on yritykselle erittäin arvokas, sillä hän on sitoutunut työhönsä myös henkisesti. Työhönsä motivoitunut ihminen on yleensä tyytyväinen myös muihinkin elämän osa-alueisiin ja jaksaa paremmin. Hyvä työmotivaatio ilmenee innostuksena ja kiinnostuksena tarttua erilaisiin työtehtäviin. Ennen kaikkea työmotivaatio on äärimmäisen tärkeä työntekijälle itselleen. Myös työmotivaatio syntyy erilaisten motiivien summasta.

Työntekijää voi motivoida rahan lisäksi myös esimerkiksi työn mielekkyys ja merkitys sekä arvostuksen tunne. Työntekijän pitkäaikainen sitouttaminen työhön vaatii kuitenkin ihmisestä itsestään lähtöisin olevia motiiveja ulkoisten kannustimien lisäksi. (Tenhunen 2015.)

2.2 Motivaatioteoriat

2.2.1 Sisäinen ja ulkoinen motivaatio

Ihmisen motivaatio jaetaan sisäiseen ja ulkoiseen motivaatioon. Ulkoinen motivaatio on ympäristön palkkioista tai rangaistuksista johtuvaa toimintaa kun taas sisäinen motivaatio on ihmisen oma sisäinen halu tehdä asioita. (Motivaatio n.d.) Ruohotien (2002, 87) mukaan ulkoinen motivaatio on kyseessä myös silloin, kun yksilö ryhtyy aktiiviteettiin yltääkseen parempiin tuloksiin kuin muut. Tätä kutsutaan vertailuun perustuvaksi motivaatioksi. Sisäinen motivaatio on kyseessä silloin, kun henkilö toimii puhtaasti itsensä ja oman kiinnostuksen ja halun perusteella (Laine 2006, 78–79). Pitkäjänteinen sitoutuminen työhön vaatiikin ihmisen sisäistä motivaatiota, eikä ulkoisilla tekijöillä ole silloin yhtä paljon merkitystä. Harva ihminen esimerkiksi on sitoutunut työhön mitä inhoaa pelkästään rahan takia. Sisäisen ja ulkoisen motivaation raja on kuitenkin liukuva, ja usein käykin niin, että ensin ulkoisen motivaation ansiosta tehdystä työstä syntyy myöhemmin sisäisiä motiiveja. (Jaakkola, Kataja & Liukkonen 2006, 28–29.)

Sisäisen motivaation yksi lähestymistapa on flow-teoria. Teorian mukaan ihmisen ajan ja paikan taju hämärtyy ja työ virtaa kuin itsestään, kun sisäinen motivaatio on äärimmillään. Tila on mahdollista saavuttaa, kun koettu haaste ja kyvyt ovat tasapainossa ja tarpeeksi korkealla. (Jaakkola, Kataja & Liukkonen 2006, 23.)

2.2.2 Maslowin tarvehierarkia

Maslowin tarvehierarkia on yksi kuuluisimmista motivaatioteorioista. Maslowin mukaan ihmisen motivaatiota pystyy selittämään sillä, miten hyvin hänen tarpeensa

ovat tyydyttyneet. Hän kuvaa ihmisen tarpeita hierarkkisessa järjestyksessä viidessä portaassa. Teorian mukaan kun alemmat tarpeet ovat tyydyttyneet, ihmistä alkaa motivoimaan kehittyneemmät tarpeet. Kuviosta 1 voidaan nähdä, että kahtena alimpana tasona on fyysiset tarpeet ja turvallisuuden tarve. Nämä kaksi alinta tasoa toimivat Maslowin mukaan puutemotiivin idealla ja tulevat pakottaviksi, mikäli niitä ei tyydytetä riittävästi. (Laine 2017, 75–77.)



Kuvio 1. Maslowin tarvehierarkia (Maslow'n tarvehierarkia 2018)

Tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että mikäli yksilöllä ei ole turvallinen olo, häntä ei motivoi arvostuksen tarve, ennen kuin hänen turvallisuuden tarpeensa on tyydytetty. Itsensä toteuttamisen tarve on hierarkian yläpäässä ja sitä ennen ovat älylliset tarpeet sekä arvostuksen tarve. Teorian mukaan kun ihminen on tyydyttänyt vallitsevan tason, häntä alkaa motivoimaan seuraavan portaalan kehittyneemmät tarpeet. Erimerkiksi kun ihminen on tyydyttänyt kaksi alinta tasoa, hänen motiivinsa alkavat muodostumaan läheisyyden ja rakkauden tarpeen ympärille. (Laine 2017, 75-77.) Ihmisen käyttäytymistä hallitsee siis vallitseva tarve, sillä jo tyydytetyt tarpeet

eivät ole aktiivisia motivaatiotekijöitä. Maslowin teoria on yksi kuuluisimmista, vaikkakin se on saanut osakseen myös kritisointia. (Rauramo 2008, 29.)

Työhyvinvoinnin portaat

Maslowin tarvehierarkian pohjalta on luotu työhyvinvoinnin portaat-malli, mikä seuraa samoja suuntaviivoja kuin Maslowin alkuperäinen tarvehierarkia, mutta vain työhyvinvoinnin näkökulmasta. Malli on luotu vertailemalla nykyisiä TYKY- ja työhyvinvointimalleja ja yhdistämällä niitä Maslowin teorian mukaisesti. Mallin jokaisessa portaassa käsitellään työhyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä niin yksilön kuin organisaation näkökulmasta. Mallin tavoitteena on kehittää yksilöä, työyhteisöä ja organisaatiota porras kerrallaan. (Rauramo 2008, 34.)

Työhyvinvoinnin portaat -mallin tavoitteena on ollut löytää keskeisiä toimintamalleja suunnitelmallisen kehittämistoiminnan tueksi. Malli koostuu Maslowin tarvehierarkian kaltaisesta viidestä portaasta (kts. kuvio 2). (Rauramo 2008, 27.)



Kuvio 2. Työhyvinvoinnin portaat (Rauramo 2008, 27)

Ensimmäinen porras on psykofysiologiset perustarpeet. Perustarpeet täyttyvät, kun yksilö noudattaa terveellisiä elämäntapoja mm. liikkumalla ja syömällä oikein.

Organisaation vastuu perustarpeiden tyydyttämisessä on taata yksilölle työterveyshuolto ja pitää huolta oikeanlaisesta työkuormituksesta. Turvallisuuden tarpeen täyttymiseen vaaditaan turvallinen työympäristö sekä ergonomiset ja sujuvat työtavat. Edellytyksenä turvallisuuden tarpeelle ovat lisäksi toimeentulon mahdollistava palkkaus ja pysyvä työsuhde. (Rauramo 2008, 27, 34–35.)

Liittymisen tarve edellyttää toimivaa työyhteisöä, oikeudenmukaista johtamista sekä vaikutusmahdollisuudet omaan työhön. Lisäksi organisaatiolta edellytetään henkilöstöstä huolehtimista ja yksilöltä erilaisuuden hyväksymistä. Arvotuksen tarve täyttyy kun organisaation missio, strategia ja arvot näkyvät ja tukevat hyvinvointia ja tuottavuutta. Kehityskeskustelut, oikeanlainen palkitseminen ja oikeudenmukainen palaute tukevat yksilön työhyvinvointia ja edistävät arvostuksen tarpeen täyttymistä. (Rauramo 2008, 35.)

Viimeinen porras, eli itsensä toteuttamisen tarve, vaatii täytyäkseen oppimisen ja osaamisen tukemista niin yksilön kuin yhteisön näkökulmasta. Organisaation tulee tarjota yksilölle mielekästä työtä ja vapauden vaikuttaa omaan työhönsä. Yksilön tavoitteena on kehittää omaa tekemistään ja ymmärtää elinikäisen oppimisen merkityksen. Itsensä toteuttamisen tarve vaatii täytyäkseen mm. oppivan organisaation, uuden tiedon tuottamista ja oman osaamisen täysipainoista hyödyntämistä. (Rauramo 2008, 27, 35.) Oppimisen edistämisessä on tärkeää korostaa työssä tapahtuvaa oppimista ja oppimisen liittymistä kaikkeen päivittäiseen toimintaan (Rauramo 2008, 160).

2.2.3 Herzbergin kaksifaktoriteoria

Vastapainona Maslowin tarvehierarkia motivaatioteorialle ja samalla työhyvinvoinnin portaille on Herzbergin kaksifaktoriteoria. Herzberg perusti tutkimuksensa näkemykseen, jossa ihmisellä on kaksi tarvejärjestelmää: tarve kasvaa ihmisenä sekä tarve välttää kipua. Herzbergin tutkimuksen kohteena oli erityisesti työtyytyväisyys. Hän kehitti kaksi jatkumoa (kuvio 3) perinteisen yhden tilalle, millä hän mittasi

työtyytyväisyyttä ja työtyytymättömyyttä samanaikaisesti. (Hirvonen 2009.) Herzberg jaotteli työmotivaatioon vaikuttavat tekijät sitä lisääviin ja vähentäviin tekijöihin omille jatkumoilleen yhden sijaan. Ensimmäisellä ryhmällä on ns. ”tyytyväisyysraja”, jonka jälkeen niiden kehittäminen ei siis välttämättä kasvata motivaatiota. Teorian mukaan työntekijät voidaan jakaa karkeasti joko toimeentulon etsijöiksi tai kannusteiden etsijöiksi – sisäisen tai ulkoisen motivaation etsijöiksi. (Viitala 2004, 162–163.)



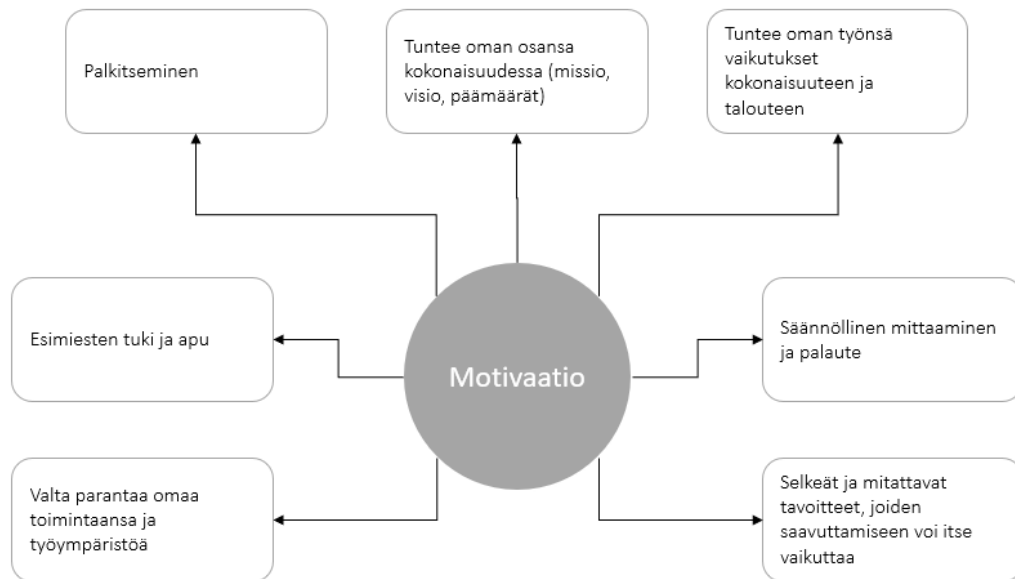
Kuvio 3. Herzbergin kaksifaktoriteoria (Hristov 2016, 34)

2.3 Työmotivaatioon vaikuttavat tekijät

Työelämässä työntekijöitä pyritään motivoimaan erilaisin keinoin, sillä motivaatiolla on vahva yhteys siihen, miten ihminen työstään suoriutuu. Työn täytyy olla työntekijälle muutakin kuin toimeentulon turvaamista. Työntekijöiden työmotivaatio koostuu lukemattomista tekijöistä, mutta ne voidaan jakaa kolmeen pääryhmään: työntekijän persoonallisuus, työn ominaisuudet ja työympäristö. Palkitseva työ, joko sisällöstä lähtevä tai ulkoisten kannustimien myötä syntyvä, motivoi työntekijää ja ylläpitää työhyvinvointia. (Viitala 2004, 160–161.)

Kuviossa 4 on kuvattu työntekijän työmotivaation rakentumista Aarnikoivun (2008) teorian mukaan. Koska tässä työssä tutkitaan toimeksiantajayrityksen nykyisiä työntekijöitä, joiden persoonallisuuteen ja suureen osaan työympäristöä ei voida vaikuttaa, käsitellään motivaatiota Aarnikoivun teorian näkökulmasta. Aarnikoivun

teoria jakaa työmotivaatioon vaikuttavat tekijät lisäksi tarkempiin osiin, joten siitä on mahdollista saada tarkempi kuva työntekijän kokonaisvaltaisesta työmotivaatiosta. Seuraavaksi käydään läpi toimeksiantajayrityksen kannalta tärkeimmät työmotivaatioon vaikuttavat tekijät.



Kuvio 4 Motivaation rakentuminen (Aarnikoivu 2008, 153)

2.3.1 Esimiestyö

Aarnikoivun (2008, 153) mukaan ihminen itse vaikuttaa motivaationsa syntyyn eniten. Kestävä motivaatio voikin rakentua ainoastaan henkilöstä itsestään käsin. Aarnikoivun mukaan esimies ei voi synnyttää motivaatiota työntekijässä, vaan hän voi ainoastaan tukea sen syntymistä ja edistää sitä. Omalla toiminnallaan ja väärillä valinnoilla esimies pystyy toisaalta myös tehokkaasti heikentämään työntekijänsä työmotivaatiota.

Vaikkakaan esimies ei pysty rakentamaan työmotivaatiota tyhjästä, hänellä on suuri rooli sen edistämisessä. Esimiehen tuki ja apu, positiivinen palaute ja tunnustus hyvästä työstä edistävät osaltaan työntekijän motivaatiota. Esimieheltä vaaditaan

lisäksi tunneälyä työntekijöidensä kanssa. Koska jokainen työntekijä on kuitenkin yksilö, jonka toimintaan vaikuttavat tunteet, niistä tulisi puhua myös työpaikalla. (Aarnikoivu 2008, 154.) Aarnikoivun (2008, 155) mukaan valitettavan useassa yhteisössä tunteista puhumista pidetään edelleen tabuna ja ne kielletään tai jätetään huomioimatta. Tämä johtaakin pitkällä tähtäimellä motivaatio- ja työhyvinvointiongelmiin.

Esimiehen tehtävä on selvittää jokaisen työntekijän motivaatiotekijät ja haastaa myös heitä itseään pohtimaan niitä. Toimiva tapa tähän on kolmen tarpeen teoria, jonka mukaan jokaisessa yksilössä on edustettuna kolme tarvetta, joiden tärkeys vaihtelee henkilön mukaan: saavuttaminen, liityntä ja valta. Ne henkilöt, joiden tärkein tarve on saavuttaminen, ovat hyvin itseohjautuvia, ja heitä motivoi eniten työn suorittaminen ja erilaiset saavutukset. He vaativat vain vähän esimiehen tukea ja kaipaavat haasteita ja itsenäisyyttä. Näiden ihmisten kanssa esimiehen suurin vastuu on huolehtia, etteivät työntekijän työmäärä ja kuormitus kasva kohtuuttomiksi. Henkilöt, joiden tärkein tarve on liittyminen, vaativat puolestaan paljon enemmän esimiehen ja työyhteisön tukea ja yhteisöllisyyttä. Heille on erittäin tärkeää, että esimies välittää suorituksen lisäksi myös työyhteisön hyvinvoinnista ja yhteishengestä. Näitä henkilöitä motivoidakseen esimiehen tuleekin panostaa erityisesti työilmapiiriin. Tehokkain keino motivoida henkilöitä, joiden vallitsevin tarve on vallan tarve, on antaa heille julkista tunnustusta. Näille henkilöille tärkeintä on statusarvo, joten he haluavat saada julkista kiitosta ja tunnustusta. He ovat yhtä päämäärätietoisia kuin saavuttamisen tarpeen kokevat henkilöt sillä erolla, että he vaativat saavutuksistaan myös julkista huomiota. Tällaisille henkilöille tulee luoda mahdollisuuksia edetä organisaatiossa. (Aarnikoivu 2008, 157–158.)

Riippumatta siitä, mistä ihminen motivoituu eniten, jokainen kuitenkin kaipaa esimieheltään edes jonkin verran rohkaisua ja huomiota. Rohkaiseva ja huomiota antava esimiestyö edellyttää kuitenkin esimieheltä aitoutta, läsnäoloa, uskon osoittamista ihmisiin sekä palkitsemista. (Aarnikoivu 2008, 159.) Se, että ihmiset kaipaavat mahdollisuuksia vaikuttaa työhönsä, ei tarkoita, etteivät he odottaisi

esimieheltään suunnan näyttämistä ja päätöksiä (Tiililä 2016, 55).

2.3.2 Palkitseminen

Jokainen ihminen on erilainen. Kaikkia ihmisiä motivoi hieman erilaiset asiat ja hieman eri syistä. Toista ihmistä motivoi ainoastaan työstä maksettu palkka, kun taas toista motivoi enemmän työn luonne, sosialisoituminen työn kautta tai itsensä toteuttaminen. Tämä voi johtua mm. elämänarvoista, ihmisen omasta asenteesta, taloudellisesta tilanteesta ja taloudellisesta tarpeesta. Näinpä myös jokainen ihminen kokee palkitsemisen eri tavalla. (Viitala 2004, 160–161.)

Palkitseminen jaetaan kahteen ryhmään: aineeton palkitseminen ja taloudellinen palkitseminen. Taloudelliseen palkitsemiseen kuuluu oleellisesti rahapalkka ja mahdollisesti muut työhön liittyvät edut. Palkan määrittelyssä tulisi pystyä yksilöllisesti huomioimaan henkilön työn vaativuus ja työntekijän nykyinen osaaminen sekä työn merkitys liiketoiminnalle. Palkan tulisi perustua muualla samanlaisista tehtävistä maksettuihin palkkoihin ja siinä tulisi pystyä huomioimaan työntekijän työsuoritus ja saadut tulokset. Erilaisia palkitsemisjärjestelmiä on monia ja yrityksen tulisikin tarkoin pohtia, mihin perustuen työntekijää halutaan palkita: tuotokseen, työn vaativuuteen, suoriutumiseen vai johonkin muuhun. (Kauhanen 2012, 114–118; Viitala 2004, 163; 140–141.)

Palkitsemista ajatellaan perinteisesti palkkana ja sitä pidetäänkin yhtenä tärkeimmistä motivaattoreista työelämässä. Palkan avulla ihmiset hinnoittelevat omaa aikaansa ja omaa työpanostaan. Rahapalkan tarkoitus on motivoida, houkutella uusia työntekijöitä ja sitouttaa ja kehittää entisestään yrityksessä jo työskenteleviä työntekijöitä. Kuitenkin Herzbergin teorian mukaan, kun rahapalkka on mennyt tietyn tyytyväisyysrajan yli, se ei enää kasvatakaan työntekijän motivaatiota pitkäkestoisesti. (Viitala 2004, 160–164.) Jotta tietyt tasot (mm. fyysiset tarpeet ja turvallisuuden tarve) Maslowin tarvehierarkiassa kuitenkin pystyttäisiin tyydyttämään, tulee palkan olla kohdillaan. Tällöin työntekijä pystyy keskittymään ja nauttimaan työstään ilman pelkoa taloudellisesta tilanteestaan. Nykyään palkan

rinnalle tärkeäksi motivaattoriksi on noussut myös työn mielekkyys, eikä rahapalkan osuus ole yhtä suuri kuin ennen. Palkan merkitys vaihtelee kuitenkin paljon tehtävän, ajankohdan ja yksilön mukaan. Mitä antoisampi työ on työntekijälle, sitä vähemmän ulkoisilla kannustimilla on merkitystä. (Repo 2007, 3–4)

Työn palkitseminen muullakin kuin rahapalkalla on kuitenkin vähintään yhtä tärkeää. Aineeton palkitseminen voi olla työtä itsessään, urakehitystä, erilaisia tunnustuksia työstä, statussymboleita sekä sosiaalisia kontakteja. Erityisesti sosiaalinen palkitseminen työyhteisössä esimerkiksi tunnustamisella, niin julkisesti kuin yksityisestikin, on erittäin tärkeää, sillä se tuo työntekijälle mielihyvää, kannustaa kehittymään ja saa työntekijän tuntemaan itsensä arvokkaaksi osaksi organisaatiota. (Kauhanen 2012, 114–118.) Suomalaiseen kulttuuriin julkinen palkitseminen ja tunnustus eivät kuitenkaan sovi, joten kiitoksen työstä saa tavallisemmin esimerkiksi eläkkeelle siirtymisen yhteydessä. (Viitala 2004, 163–164.) Viitalan (2004, 163) mukaan julkinen tunnustus on kuitenkin tehokas keino muuttaa työyhteisön kulttuuria, mutta sen täytyy noudattaa johdonmukaista ja oikeudenmukaista linjaa.

2.3.3 Oman työn merkityksellisyys

Jokaiselta työntekijältä odotetaan innostusta ja reipasta otetta asioihin tarttumisessa. On kuitenkin vaikeaa innostua yksittäisistä työtehtävistä, jos ei ymmärrä mihin ne loppujen lopuksi vaikuttavat. Organisaation näkökulmasta on tärkeää miettiä yrityksen missio ja visio, mutta vielä tärkeämpää on sitouttaa ihmiset niihin. Työhönsä sitoutunut ihminen on valmis tekemään paljon enemmän kuin pakon edessä työhön suostunut henkilö. Laaja viestiminen yrityksen suuremmista päämääristä ja niiden saavuttamisesta onkin erittäin tärkeää, jotta kaikilla organisaatiossa työskentelevillä olisi yhteinen suunta kaikessa tekemisessä. (Tiililä 2016, 95.)

Työmotivaation kannalta ihmisen on tärkeä kokea oma työ merkitykselliseksi ja arvokkaaksi niin itselleen kuin muillekin. Esimiehen tehtävä on linkittää yksilön henkilökohtainen tavoite osaksi organisaation suurempaa päämäärää ja tehdä kaikkensa sen mahdollistamiseksi. Kun yksilö tietää, miten hänen oma työpanos

vaikuttaa suurempien tavoitteiden saavuttamiseen, hänen työpanoksensa kohenee. Se, että työntekijä tietää, mihin organisaatio on menossa, auttaa häntä ennakoimaan ja valmistautumaan tulevaan. Kun henkilö tietää mitä on odotettavissa, hänen motivaationsa siihen alkaa jo rakentua alitajunnassa. (Tiililä 2016, 54–55.)

Työn merkityksellisyys ja oman arvon tunteminen työyhteisössä on myös neljäs askel työhyvinvoinnin portaissa. Maslowin teorian mukaan arvostuksen tarve voidaan jakaa ylempään ja alempaan tasoon. Alemmalla tasolla tarkoitetaan toisilta ihmisiltä saatua arvostusta esimerkiksi mainetta ja kunnioitusta ja ylempällä taas itsearvostusta eli mm. itseluottamusta ja vapautta. Arvostuksen saaminen niin työssä kuin yksityiselämässäkin on edellytys itsetunnon kehittymiselle. Erityisen merkittäväksi arvostus muuttuu kun se tulee yksilölle tärkeiltä henkilöiltä, esimerkiksi esimieheltä tai työtovereilta. (Rauramo 2008, 143–144.)

2.3.4 Henkilökohtainen kehittyminen työssä

Tavoitteet ohjaavat ihmisen toimintaa, ja ne ovat äärimmäisen tärkeitä motivaation lähteitä. Kuitenkin kuten aiemmin mainittiin, ihmiset ovat erilaisia ja motivoituvat erilaisista asioista. Toisia motivoi enemmän sanktioiden välttäminen, toisia itse työn tekeminen tavoitteen saavuttamiseksi ja toisia taas isomman päämäärän saavuttaminen. Organisaatiokulttuurin avoimuus auttaa viestimään yrityksen suuremmista päämääristä, mutta yksipuolinen viestiminen ei kuitenkaan riitä, vaan tavoitteet ja saavutukset tulisi käydä läpi myös keskustelun kautta. (Tiililä 2016, 94–95.)

Kehityskeskustelut ovat olleet perinteinen tapa niin yksilön oman kehityksen seuraamiseen kuin tavoitteiden suunnitteluun ja henkilöstön sitouttamiseen. Kehityskeskustelussa tarkastellaan yksilön opittuja tietoja, nykytilaa sekä asetetaan tavoitteet tulevalle. Kehityskeskustelujen osa-alueet ovatkin tavoitteet, tulos ja kehittyminen. Säännölliset ja avoimet kehityskeskustelut ovat parhaimmillaan loistava keino motivaation ylläpitämiseen. (Aarnikoivu 2008, 115,132.)

Koska tavoitteet ohjaavat henkilön käyttäytymistä, henkilökohtaisten tavoitteiden asettaminen on yhtä tärkeää yksilön motivaation kannalta kuin organisaation tavoitteista viestiminen. Jotta tavoitteet tukisivat työntekijän motivaatiota, niiden tulee olla tarkkaan mietittyjä. Hyvä tavoite on spesifi, mitattavissa oleva, ajan suhteen seurattavissa, realistinen, mutta riittävän haastava sekä tuloksiin johtava. Tavoitteiden tulee olla liitoksissa yrityksen mission ja päämäärän kanssa, jotta työntekijä tuntisi työnsä merkitykselliseksi. Tavoitteiden asettamisen tulee olla esimiehen ja työntekijän välistä keskustelua, ei esimiehen yksinpuhelua. Työntekijän motivaation ylläpitämisen vuoksi on äärettömän tärkeää, että työntekijällä itsellään on valta vaikuttaa omaan työhönsä. (Aarnikoivu 2008, 133–134.)

Yksi tärkeimmistä henkilökohtaisen kehittymisen työvälineistä on palaute. Palautteen avulla ohjataan työntekijän kehittymistä ja sitoutetaan, kannustetaan sekä motivoidaan henkilöstöä. Täytyy kuitenkin muistaa, että palaute ei ole ainoastaan esimieheltä alaiselle annettua, vaan sen täytyy toimia molempiin suuntiin. Myös alaisen tulee voida antaa palautetta esimiehensä toiminnasta. Hyvin annettu palaute on toimintaan, eikä persoonaan kohdistettua, rakentavaa ja hyvällä asenteella annettua. Lisäksi perussääntönä on, että henkilön tulisi saada määrällisesti enemmän palautetta onnistumisestaan kuin epäonnistumisestaan. (Aarnikoivu 2008, 142, 144.)

Aarnikoivun (2008, 142) haastateltava toteaaakin osuvasti tavoitteiden olevan turhia, jos niiden edistymistä ei seurata. Työntekijän motivaatio laskee, jos hän ei tiedä, miten on tavoitteissa pärjännyt tai jos esimies lyö laimin onnistumisten ja epäonnistumisen huomioimisen. Aarnikoivun haastateltavan mukaan on esimiehen velvollisuus ylläpitää alaisen motivaatiota antamalla palautetta, kun siihen on aihetta.

3 Tutkimusasetelma

3.1 Tutkimusongelma

Tutkimusongelma on ilmiöön liittyvä ongelmaa, johon koko tutkimus keskittyy.

Tutkimusongelman pohjalta luodaan tutkimuskysymykset, joihin haetaan ratkaisua ja jotka helpottavat työskentelyä. Vastaamalla tutkimuskysymyksiin löydetään ratkaisu myös tutkimusongelmaan. (Kananen 2015, 28.)

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelman lähtökohtana on toimeksiantajayrityksen työn luonne. Toimeksiantajayrityksen toiminta perustuu siihen, että yrityksen rekisteriin liittyneet henkilöt (myöhemmin ”shopperit”) ottavat vapaaehtoisesti toimeksiantoja vastaan. Mikäli shopperit eivät tekisi toimeksiantoja, Yritys X:n toiminta loppuisi melko nopeasti. Tässä opinnäytetyössä tutkimusongelmaksi muodostui, mikä motivoi satunnaista työtä tekeviä työntekijöitä tekemään toimeksiantoja?

Tutkimusongelma jakautuu kolmeen kysymykseen:

- Miksi shopperit ovat alun perin liittyneet rekisteriin?
- Miksi he ottavat tutkimustoimeksiantoja vastaan?
- Mikä motivoi heitä tekemään tutkimuksia nykyistä enemmän?

Yritys X:n listoilla on yli 2 000 henkilöä, joita ei ole tutkittu tämän aiheen pohjalta.

Yritys X:n shoppereille on toteutettu aiemmin yksi tutkimus vuonna 2016, joka koski toimeksiantajayrityksen rekrytointi- ja koulutusprosesseja. Tutkimuksen avulla muokattiin laajasti yrityksen toimintatapoja shoppereiden vastausten perusteella.

Nyt kun tiedetään, mitä mieltä shopperit ovat yrityksen prosesseista, on syytä tutkia heidän motivaatiotaan työhön. Kun ymmärretään minkä takia shopperit ovat liittyneet rekisteriin ja mikä heitä motivoi, yritys pystyy tarjoamaan heille mielekkäämpiä toimeksiantoja ja helpottaa näin myös omaa toimintaansa.

3.2 Toimeksiantajayritys

Toimeksiantajayritys on halunnut pysyä tässä työssä anonyyminä arkaluontoisten tietojen takia. Tämän vuoksi tässä opinnäytetyössä toimeksiantajasta käytetään nimitystä ”Yritys X”. Toimeksiantaja on kasvava markkinatutkimusyritys, joka työllistää neljä ihmistä. Markkinatutkimusyrittäjän tarkoituksena on hankkia tietoa markkinatilanteesta ja sen muutoksista. Yritys X teettää mm. Mystery shopping- ja haastattelututkimuksia ympäri Suomea toisten yritysten toimeksiannosta. Mystery shopping -tutkimukset ovat asiakaspalvelun mittaamistapa, jossa testiasiakas menee myymälään oikeana asiakkaana, havainnoi myyjän toimintaa ja raportoi siitä toimeksiantajayritykselle. Toimeksiantajayritys tarjoaa satunnaisia (1–10 krt / vuodessa) tutkimustoimeksiantoja omaan rekisteriin liittyneille testiasiakkaille. Yrityksen rekisterissä on tällä hetkellä yli 2 000 shopperia.

Satunnainen työntekijä tarkoittaa tässä opinnäytetyössä henkilöä, jolle ei tarjota säännöllisiä toimeksiantoja. Yksittäiselle shopperille voidaan tarjota noin 1–10 toimeksiantoa vuodessa. Satunnaiset työntekijät ovat lisääntyneet viime vuosina mm. henkilöstövuokrausyritysten yleistyessä, joten tämä on aiheena hyvinkin ajankohtainen.

Yritys X:n ja shoppereiden välillä on toimeksiantosuhte, eivätkä he siis ole työsuhteessa toimeksiantajaan. Toimeksiantosuhteessa toimeksisaaja eli shopperi työskentelee itsenäisesti ilman Yritys X:n valvontaa ja saa itse päättää, milloin ja miten sopimuksen mukainen työ tehdään. Shopperit eivät ole myöskään Yritys X:n käytettävissä muulloin kuin kyseistä tehtävää suorittaessa. Toimeksiantosuhteen palkkaus eroaa työsuhteen palkkauksesta siten, että siinä ei makseta ylityökorvauksia, korvausta sairaus- ja loma-ajalta tai anneta työsuhteelle tyyppisiä luontoisetuja. (Palkka ja työkorvaus verotuksessa 2018.)

Toimeksiantosuhteessa toimeksisaaja (shopperi) vastaa työn lopputuloksesta. Mikäli työsuoritus poikkeaa sovitusta, on toimeksiantajalla oikeus vaatia sopimuksen mukaista suoritusta tai korvausta vahingosta. Toimeksiantosuhteessa ei myöskään sovelleta työsopimuslain tai työehtosopimuslain mukaisia irtisanomisen ehtoja.

(Palkka ja työkorvaus verotuksessa 2018.)

3.3 Tutkimusmenetelmät

Tässä tutkimuksessa käytetään kvantitatiivista tutkimusotetta. Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusotetta käytetään, kun ilmiötä on tutkittu aikaisemmin ja siitä on jo olemassa teoriamalleja. Määrällinen tutkimus pyrkii siis yleistämään olemassa olevia teorioita ja malleja. (Kananen 2015, 77.) Koska tutkimusongelmana on selvittää, miten motivoida satunnaista työtä tekeviä ihmisiä, on selvää, että siihen on jo olemassa erilaisia teorioita. Motivaatiota on tutkittu aiemmin laajasti ja siitä on olemassa lukuisia teorioita. Tavoitteena on yleistää saadut tulokset satunnaista työtä tekeviin työntekijöihin, minkä vuoksi kvantitatiivinen tutkimusote soveltuu erinomaisesti.

Aineistokeruumenetelmä

Kvantitatiivisen tutkimuksen aineistot perustuvat pitkälti kyselylomakkeisiin ja tilastoihin. Yleisin aineistokeruumalli onkin strukturoitu lomakekysely, jonka vastaukset muutetaan luvuiksi. (Kananen 2015, 81–82.) Tässä opinnäytetyössä aineisto kerätään kyselylomakkeella.

Kyselytutkimustyökaluna käytetään Survey monkey -ohjelmaa, sillä se on vastaajille jo ennestään tuttu, mikä voi osaltaan parantaa vastausprosenttia. Yritys X:n alkuperäisessä rekisterissä on yli 2 000 tekijää, joista noin 300 on toiminut aktiivisesti tutkimusassistentteina. Sivustojen päivityksen yhteydessä Yritys X on luonut uuden rekisterin, jossa on tällä hetkellä n. 1 300 käyttäjää. Kyselytutkimus toteutetaan kaikille uuden rekisterin käyttäjille. Ratkaisuun päädyttiin sillä oletuksella, että uuden rekisterin käyttäjät ovat vanhan rekisterin käyttäjiä aktiivisempia, sillä he ovat liittyneet mukaan viimeisen puolen vuoden aikana ja ovat edelleen halukkaita tekemään toimeksiantoja.

Kyselytutkimus toteutetaan kokonaistutkimuksena, eli se lähetetään kaikille käyttäjille, jotta saataisiin totuudenmukaisin tulos ja riittävästi vastauksia. Kaikille

rekisteröityneille lähtee kuukausittain sähköposteja, joiden kautta he ilmoittautuvat tutkimuksiin, joten vaara tutkimuslomakkeen menemisestä roskapostiin on suhteellisen pieni. Vastausprosentin parantamiseksi toimeksiantajayritys on luvannut järjestää pienimuotoisen arvonnin vastausten saamiseksi. Lisäksi saateviestiin panostetaan samoin kuin kyselyn napakkuuteen ja kysymysmuotoihin vastausprosentin parantamiseksi. Kanasen (2015, 217) mukaan myös esimerkiksi karhuviestit, viestin personointi, luottamuksellisuudesta kertominen ja kyselyn lähettäminen aikaisin aamulla (klo 6–9 välillä) parantavat vastausprosenttia, joten käytän myös näitä hyväkseni tutkimuksen suunnittelussa ja toteutuksessa.

Analyysimenetelmä

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on määritelty tarkkaan, mitä analyysimenetelmiä voidaan käyttää tietyille aineistoille. Määrällisessä tutkimuksessa kaikki kyselylomakkeen vastaukset on koodattu luvuiksi, minkä vuoksi aineistoa analysoidaan numeroilla ja laskutoimituksilla. Aineistoa voidaan kuvata tunnusluvuilla, ristiintaulukoinnilla ja erilaisilla jakaumilla. (Kananen 2015, 84.)

Koska lomakkeen kysymykset ovat nominaali- ja järjestysasteikollisia, tässä opinnäytetyössä aineistoa kuvataan ja analysoidaan mm. suorilla jakaumilla, painotetuilla keskiarvoilla, ristiintaulukoinnilla sekä korrelaatioanalyysillä. Koska kyselylomakkeessa tulee olemaan myös muutama avoin vastaus, niitä käsitellään tekstinkäsittelyohjelmalla ja analysoidaan luokittelulla.

Suorilla jakaumilla esitetään yksittäisen kysymyksen vastausmäärät ja -prosentit. Ristiintaulukoinnissa näkyy samalla tavalla vastaajien vastausmäärät ja -prosentit kuin suorissa jakaumissakin, mutta tässä tavassa verrataan yhtä aikaa kahta eri muuttujaa. Sekä suorassa jakaumassa että ristiintaulukoinnissa merkitään havaintoyksiköiden kokonaismäärä (N), joiden jakautumista tarkastellaan prosenttien avulla. Molemmat tavat ovat sekä aineiston esittämistapoja että analyysikeinoja. (Kananen 2015, 288–289.)

Työn luotettavuus

Opinnäytetyön tulosten tulee olla luotettavia, jonka takia luotettavuustarkastelu

tulee ottaa huomioon heti alussa. Luotettavuuskysymysten huomioimisella varmistetaan, että tutkimusprosessi sujuu oikein ja luotettavasti. Opinnäytetyön luotettavuutta mitataan validiteetilla ja reliabiliteetilla. Näiden molempien kriittisellä tarkastelulla voidaan ennaltaehkäistä osa mahdollisista virheistä. (Kananen 2015, 342–343.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa luotettavuustarkastelu jakautuu validiteettiin, reliabiliteettiin ja objektiivisuuteen. Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten pysyvyyttä. Se tarkoittaa sitä, että jos tutkimus toistettaisiin uudestaan samat tulokset säilyisivät silti. Validiteetti taas tarkoittaa oikeiden asioiden tutkimista. Validiteetti jakautuu edelleen sisäiseen ja ulkoiseen validiteettiin. Sisäinen tarkoittaa oikeaa syy-seuraussuhdetta ja ulkoinen validiteetti kattaa tulosten yleistettävyyden ja paikkansapitävyyden. Koska kvantitatiivisessa tutkimuksessa tarkoitus on yleistää tutkimustulos kaikkia koskeviksi, ulkoinen validiteetti on tärkein luotettavuuskysymys. (Kananen 2015, 347.)

Tässä opinnäytetyössä validiteetin oletetaan olevan suhteellisen korkea. Kysely toteutetaan koko kohderyhmälle, mutta heikkoutena voi olla huono vastausprosentti. Tämän ehkäisemiseksi kyselylomake ja saateteksti suunnitellaan huolella, kysely lähetetään aamulla, arvotaan palkintoja vastaajien kesken sekä personoidaan saateviesti joukosta erottuvaksi. Ulkoisen validiteetin tarkastelu on syytä jakaa kahteen osaan: Yritys X:n rekisteriin yleistettävyyteen ja kaikkiin satunnaista työtä tekevien työntekijöiden yleistettävyyteen. Voidaan olettaa, että kyselyyn vastanneet henkilöt edustavat Yritys X:n omaa rekisteriä hyvin, mutta koska kysymykset ovat kohdistettu Yritys X:n shoppereille yleistettävyyden muille satunnaista työtä teettäville yrityksille ei välttämättä ole mahdollista. Reliabiliteetin ja sisäisen validiteetin varmistamiseksi tarkastellaan kriittisesti kyselylomakkeen kysymyksiä ja muokataan ne yksiselitteiseen muotoon.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään laajasti erilaisia käsitteitä. Käsitteet tulee määritellä tarkasti, jotta niitä varten voitaisiin luoda mittareita ja indikaattoreita. Tarkka käsitelmäärittely onkin kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden

perusedellytys. (Kananen 345–346.) Opinnäytetyössä pyritään määrittelemään kaikki käytettävät käsitteet mahdollisimman tarkasti, jotta voidaan taata niiden yksiselitteinen mittaaminen.

4 Tutkimustulokset

4.1 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisella kyselytutkimuksella. Kyselylomake lähetettiin kaikille sillä hetkellä uuteen järjestelmään rekisteröityneille shoppereille, joita oli lähetyshetkellä 1 346 kpl. Kyselylomake lähetettiin torstaina 29.11.2018 ja aikaa vastaamiseen annettiin tiistaihin 4.11.2018 asti. Vastauksia saatiin 226 kpl, jolloin vastausprosentiksi tuli 16,8 %. Edellisten Yritys X:ssä suoritettujen kyselyiden perusteella arveltiin saavan n. 100 kpl vastauksia, mikä on huomattavasti vähemmän kuin todellinen saatu vastausmäärä. Vastausten parempaan saamiseen saattoi vaikuttaa mm. järjestetty arvonta, sopiva aika kyselyn lähettämiseen sekä selkeät kysymysmuodot.

Tutkimustulokset esitetään ristiintaulukointien, suorien jakaumien ja painotettujen keskiarvojen avulla. Tutkimustuloksia tarkastellaan täydellisten havaintorivien analyysillä, mikä tarkoittaa, että jätetään huomioimatta ne vastaukset, joissa on jätetty vastaamatta yhteen tai useampaan kysymykseen. Tämän jälkeen jäljelle jää 214 vastausta. Huomiotta jätetään myös *En osaa sanoa* -vaihtoehdot, jotta saataisiin mahdollisimman totuudenmukainen kuva. Kysymykseen vastanneiden kokonaismäärää kuvataan taulukoissa ja jakaumissa merkinnällä $N=X$. Koska *En osaa sanoa* -vastaukset jätetään pois tuloksista, niin vastanneiden määrä saattaa vaihdella. Avoimet vastaukset olivat kyselytutkimuksessa vapaaehtoisia, ja ne käsitellään erikseen. Avoimet vastaukset luokitellaan käsittelyn ja esittämisen helpottamiseksi.

4.2 Vastaajien perustiedot

Kyselyssä vastaajien perustiedot kysyttiin luokitteluasteikollisilla kysymyksillä. Työllisyystilannetta ja syytä liittyä shopperiksi kysyttäessä nähtiin oleellisena lisätä myös *Jokin muu, mikä?* -vaihtoehto, jotta saataisiin mahdollisimman totuudenmukainen kuva vastaajista.

Vastaajista lähes kolme neljästä oli naisia (74 %) (kts. taulukko 1). Kyselyyn vastanneista 26 % oli miehiä ja yksi vastaajista ei halunnut kertoa omaa sukupuoltaan. Lisäksi vaihtoehtona oli *Muu*, johon ei tullut yhtäkään vastausta.

Taulukko 1. Vastaajien sukupuolijakauma

Sukupuoli	N	%
Nainen	158	74 %
Mies	55	26 %
En halua kertoa	1	0 %
Kaikki yhteensä	214	100 %

Taulukosta 2 voidaan helposti todeta, että hieman alle puolet (40 %) kyselyyn vastanneista on 31–40-vuotiaita. Toiseksi ja kolmanneksi suurimmat ikäryhmät ovat 41–50-vuotiaat, joita oli kyselyyn vastanneista 27 % sekä 21–30-vuotiaat, joita oli 21%. Vastaajista vähiten oli alle 20-vuotiaita (1 %) sekä yli 51-vuotiaita (11%).

Taulukko 2. Vastaajien ikäjakauma

Ikä	N	%
Alle 20v.	2	1 %
21v. – 30v.	45	21 %
31v. – 40v.	85	40 %
41v. – 50v.	58	27 %
51v. – 60v.	19	9 %
yli 60v.	5	2 %
Kaikki yhteensä	214	100 %

Tutkimuksessa haluttiin vertailla, onko shoppereiden motivaatiotekijöissä eroja sen perusteella, montako tutkimustoimeksiantoa he ovat suorittaneet. Tämän vuoksi perustiedoissa kysyttiin, montako tutkimustoimeksiantoa vastaaja on suorittanut tämän vuoden aikana.

Taulukon 3 mukaan, lähes puolet vastaajista (46 %) on tehnyt Yritys X:lle yhdestä kahteen tutkimustoimeksiantoa tämän vuoden aikana. Kolmesta neljään toimeksiantoa tehneitä vastaajia oli 16 % ja yli viisi tutkimustoimeksiantoa tehneitä oli vain 9 % vastaajista. Jopa 29 % vastaajista ei ollut kuluvan vuoden aikana tehnyt yhtäkään tutkimustoimeksiantoa.

Taulukko 3. Tehtyjen toimeksiantojen määrä

Toimeksiantoja tehty tänä vuonna	N	%
0kpl	61	29 %
1–2kpl	99	46 %
3–4kpl	34	16 %
yli 5kpl	20	9 %
Kaikki yhteensä	214	100 %

Vastaajista lähes kolme neljästä (71%) ovat työsuhteessa toiseen yritykseen taikka ovat itse yrittäjinä. 16% vastaajista ovat eläkkeellä tai vasta opiskelijoita ja vain 5% ovat työttöminä. 17 vastaajaa ilmoitti työllisyystilanteensa olevan jokin muu. Muut vaihtoehdot näkyvät taulukossa viimeisinä (kts. taulukko 4).

Taulukko 4. Vastaajien työllisyystilanne

Työllisyystilanne	N	%
Työsuhteessa, kokopäiväisenä työntekijänä	95	44 %
Työsuhteessa, osa-aikaisena työntekijänä	38	18 %
Eläkkeellä tai opiskelija	34	16 %
Yrittäjä	20	9 %
Työtön	10	5 %
Jokin muu, mikä?	17	8 %
<i>Vanhempainvapaalla</i>	6	3 %
<i>Kuntouttava työtoiminta</i>	3	1 %
<i>Kotiäiti</i>	2	1 %
<i>Opintovapaalla</i>	2	1 %
<i>Työssäkäyvä opiskelija</i>	2	1 %
<i>Siviilipalveluksessa</i>	1	0 %
<i>Freelancer</i>	1	0 %
Kaikki yhteensä	214	100 %

Vastaajilta kysyttiin perustietojen lisäksi, minkä takia he ovat liittyneet rekisteriin. Kysymykseen oli mahdollista valita useampi itseensä sopiva kohta, jonka vuoksi valittuja kohtia tuli yhteensä 537 kpl (Taulukko 5).

Taulukko 5. Syy liittyä rekisteriin

Syy liittyä rekisteriin	N	%
Halusin ansaita rahaa	134	25 %
Tutkimustehtävät vaikuttivat mielenkiintoiselta	110	20 %
Tutkimusten tekeminen kuulosti mukavalta ajanvietteeltä	89	17 %
Halusin kehittää asiakaspalvelukulttuuria	75	14 %
Halusin kokeilla jotain erilaista	72	13 %
Halusin antaa asiakaspalautetta	45	8 %
Jokin muu, mikä?	12	2 %
Kaikki yhteensä	537	100 %

Kysyttäessä miksi käyttäjät ovat alun perin liittyneet rekisteriin, kaikkien vastausten määrästä lähes puolet vastauksista kohdistui rahan ansaitsemiseen (25 %) tai mielenkiintoiselta kuulostaviin tehtäviin (20 %). Huomioitavaa on myös se, että koska vastaajia oli yhteensä 214 kappaletta, reilusti yli puolet heistä (134kpl) kertoivat rahan ansaitsemisen olevan syynä rekisteriin liittymiselle. Tutkimusten tekemistä pidettiin mukavana ajanvietteenä ja näin ollen syynä liittyä rekisteriin lähes joka viidennessä vastauksessa (17 %). Asiakaspalautteen antaminen syynä rekisteriin liittymiselle sai ainoastaan 8 % vastausten määrästä, kun taas asiakaskulttuurin kehittäminen sai osakseen 14 % vastausten määrästä. Halu kokeilla jotakin erilaista oli syy liittyä rekisteriin 13 %:ssa kaikista vastauksista. Valmiiden vaihtoehtojen lisäksi kyselyyn vastanneista viisi ihmistä kertoi syyn Yritys X:n rekisteriin liittymiselle olevan kokemus Mystery Shoppingista toisen yrityksen kautta. Vaikka muita vastauksia tuli vain 2 %, niissä on havaittavissa eroja. Eräs vastaajista esimerkiksi kertoi syyn liittymiselle olevan enemmän henkilökohtaiseen kehitykseen liittyvää:

Itsensä ylittäminen ja jännittävän tilanteen haltuunotto joka on opettanut rohkeutta itselle.

4.3 Vastaajien tyytyväisyys esimiestyöhön ja palkitsemiseen

Kysely jaettiin kahteen osaan, joista ensimmäisessä vastaajilta tiedusteltiin heidän tyytyväisyytensä esimiestyöhön ja palkitsemiseen. Vastauksista jätettiin pois viimeinen *En osaa sanoa* -vaihtoehto, jotta saataisiin mahdollisimman oikeanlaisia tuloksia. Näitä käsitellään tarkemmin ristiintaulukoinneissa. Molempien monivalintojen jälkeen oli vapaaehtoisen avoimet vastaukset, jotka käsitellään luokittelun avulla.

Esimiestyö

Kuten taulukosta 6 voi huomata, vastaajat ovat keskimääräisesti tyytyväisiä Yritys X:n toimintaan. Väitteet ovat positiivisävytteisiä ja vastaajista reilusti suurin osa (89 %) oli väitteiden kanssa jokseenkin tai täysin samaa mieltä.

Taulukko 6. Tyytyväisyys esimiestyöhön

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	Painotettu keskiarvo
Saat tarvittaessa apua (N=171)	112	49	8	2	3,58
Meidän kanssa on helppo toimia (N=194)	106	67	17	4	3,42
Tekniset järjestelmät ovat toimivat (N=201)	57	103	39	2	3,07
Viestintäkanavat ovat riittävät (N=210)	110	79	19	2	3,41
Viestintätyylimme on sopiva (N=210)	97	97	15	1	3,38
N	482	395	98	11	

Vastaukset pisteytettiin kyselylomakkeella ja painotetulla keskiarvolla laskettaessa, eniten tyytyväisiä ollaan avun saamiseen (3,58/4). Jopa 65 % vastaajista ilmoitti olevan täysin samaa mieltä siitä, että he saavat apua sitä tarvitessaan. Ainoastaan

kaksi vastaajaa ilmoitti olevansa väitteen kanssa täysin eri mieltä. Toiseksi eniten ollaan tyytyväisiä Yritys X:n kanssa toimimisen helppouteen (3,42/4) sekä viestintäkanavien riittävyyteen (3,41). Myös näissä kysymyksissä yli puolet ilmoitti olevansa täysin samaa mieltä (helppo toimia yhdessä 55% ja riittävät viestintäkanavat 52 %). Viestintätyyli koettiin melko sopivaksi (3,38/4), kun taas teknisten järjestelmien toimivuus sai matalimmat pisteet (3,07/4). Vaikkakin tekniset järjestelmät saivat matalimmat pisteet tässä kysymyksessä, suurin osa vastaajista oli kuitenkin (80 %) jokseenkin tai täysin samaa mieltä, että järjestelmät ovat toimivia.

Monivalinnan jälkeen oli vapaaehtoinen avoin kohta, johon saatiin vastauksia 107 kappaletta (taulukko 7). Eniten palautetta tuli järjestelmien toimivuudesta sekä avunsaannista.

Taulukko 7. Avoimet vastaukset esimiestyöstä

Palautteen aihe	Kpl
Järjestelmät	41
<i>Huono palaute</i>	27
<i>Hyvä palaute</i>	14
Avun saaminen	15
Kanavat	9
Kaikki toimii	8
Viestintätyyli	6
Yritys X	5
Muu	22
Kaikki yhteensä	106

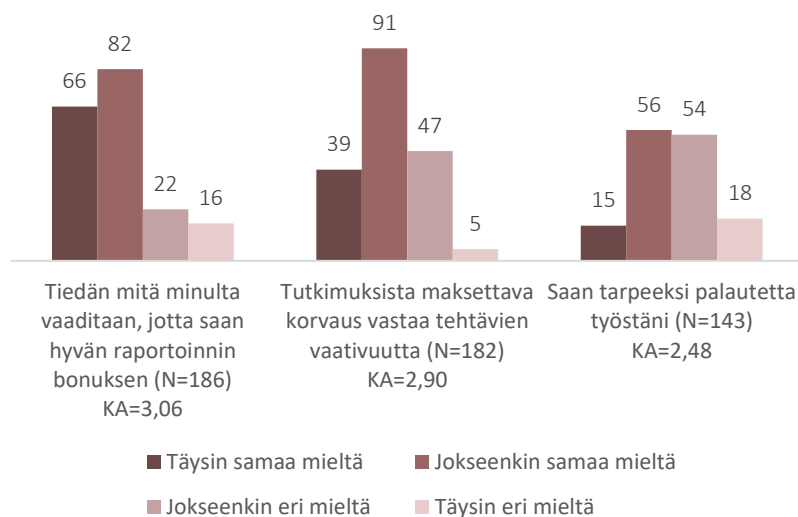
Teknisten järjestelmien kohdalla tuli hieman hajontaa vastausten välille. Yhteensä 41 vastaajaa kommentoi teknisiä järjestelmiä tai niiden toimivuutta ja heistä jopa yli puolet (27 kpl) kertoivat olevansa tyytymättömiä järjestelmiin. Vastaajista osa on kuitenkin kehunut esimerkiksi sivuston toimivuutta ja loogisuutta, kun taas osa on kertonut sivuston olevan melko kankea käyttää. Kuten tilastojenkin mukaan, myös avoimissa kohdissa vastaajat ovat kehuneet avunsaantia. Lähes kaikki avoimet

vastaukset avunsaannista olivat positiivisia. Koska avunsaanti liittyy vahvasti Yritys X:n henkilökuntaan, avoimen kohdan vastaajat kehuivat myös, että Yritys X:n kanssa on helppo toimia. Yksi vastaaja oli kuitenkin pettynyt Yritys X:n vastausnopeuteen lähetettyihin viesteihin. Vaikkakin viestintäkanavat ovat saaneet melko hyvät arvostelut monivalinnassa, avoimiin kohtiin vastanneet henkilöt toivoivat lisää viestintäkanavia, jotta mahdolliset ilmoitukset eivät jäisi huomaamatta.

Demografisten tietojen sekä järjestelmän toimivuuden ristiintaulukoinnin jälkeen ei kuitenkaan löytynyt merkittäviä eroja käyttäjäryhmien välillä. Sen sijaan verratessa avun saamisen riittävyyttä (*Täysin samaa mieltä* -kohta) ja tehtyjen tutkimusten määrää, löytyi melko vahva korrelaatiokerroin (0,79). Tämä tarkoittaa sitä, että ne vastaajat, jotka ovat tehneet enemmän tutkimuksia kokevat myös avun saamisen tarvittaessa riittävänä.

Palkitseminen

Myös palkitsemiseen tyytyväisyyttä kysyttäessä vastaukset pisteytettiin ja niistä laskettiin painotettu keskiarvo (KA) (kuvio 5).



Kuvio 5. Palkitsemisen riittävyys

Keskimääräisesti vastaajat olivat melko hyvin (3,06/4) tietoisia mistä koostuu hyvän raportoinnin bonus, joka maksetaan palkkion lisäksi. Jopa 66 vastaajaa (35 %) kertoi tietävänsä täysin mitä täytyy tehdä jotta bonuksen saa. Vaikkakin joka viides (20 %) vastaaja ilmoitti olevan jokseenkin tai täysin eri mieltä, tuloksissa täytyy huomioida, että ainoastaan tutkimuksia tehneille kerrotaan, mistä bonus koostuu.

Palkkion suuruutta suhteessa tehtävän vaativuuteen miellettiin melko kohtuulliseksi (2,9/4). 71 % vastaajista koki olevansa jokseenkin tai täysin samaa mieltä siitä, että palkkio vastaa tehtävän vaativuutta. Valitettavan alhaiseksi jäi kuitenkin vastaajien kokemus palautteen riittävydestä. Vain 15 vastaajaa koki saavansa tarpeeksi palautetta tehdystä työstä ja palautteen saamisen keskiarvo jäikin melko matalaksi (2,48/4).

Avoimia vastauksia koskien vastaajien tyytyväisyyttä Yritys X:n palkitsemiseen saatiin 80 kappaletta (Taulukko 8). Eniten palautetta tuli palautteen saamisesta sekä tehtävästä saatavista korvauksista. Myös konkreettisia parannusehdotuksia tuli 13 kappaletta.

Taulukko 8. Avoimet vastaukset palkitsemisestä

Palautteen aihe	Kpl
Palautteen saaminen	17
Korvaus tehtävästä	13
Parannusehdotus	13
Kaikki toimii	11
Hyvän raportoinnin bonus	8
Palaute Yritys X:lle	3
En osaa sanoa	15
Kaikki yhteensä	80

Myös näistä vastauksista, kuten tilastoistakin ilmeni etteivät kysymyksen vastaajat koe palautteen saamisen olevan riittävällä tasolla. Palautetta tulisi heidän mukaansa antaa säännöllisemmin ja ilman erillistä pyyntöä. Tutkimuksista maksettava korvaus

on vastaajien mielestä hieman epäjohdonmukainen, sillä osasta tutkimuksista maksetaan enemmän korvausta kuin toisista vaikka vaatavuustaso on sama. Vastaajat totesivat lisäksi, etteivät ole kovinkaan tietoisia hyvän raportoinnin bonuksesta ja pyysivät lisäselvitystä siihen mistä se saadaan. Myös konkreettisia parannusehdotuksia tuli:

Useampia keikkoja per tutkimus niin että korvausta eli palkkaa olisi mahdollista saada reilusti per tutkimus.

Kuitenkin, taulukosta 9 voidaan todeta, että suurin osa vastaajista, jotka ovat tehneet yhden tai useamman tutkimuksen Yritys X:lle tietävät jokseenkin tai täysin, mistä hyvän raportoinnin bonus koostuu. Yhdestä kahteen tutkimusta tehneistä tekijöistä suurin osa (78 %) tietää mitä heiltä vaaditaan, jotta he saisivat hyvän raportoinnin bonuksen. Tietämyksen osa luonnollisesti kasvaa, kun vastaajien tehtyjen tutkimusten lukumäärä kasvaa. Kolmesta neljään tutkimusta tänä vuonna tehneille vastaajille on jo lähes kaikille (82 %) selvää mistä bonuksen saa. Yli viisi kappaletta tutkimuksia tehneille on yhtä vastaajaa lukuun ottamatta jokseenkin tai täysin selvää mistä bonus saadaan.

Taulukko 9. Hyvän raportoinnin bonuksen saaminen

Tutkimuksia tehty tänä vuonna	Tiedän mitä minulta vaaditaan, jotta saan hyvän raportoinnin bonuksen				
	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
0kpl (N=61)	11 %	26 %	16 %	7 %	39 %
1–2kpl (N=99)	29 %	49 %	9 %	10 %	2 %
3–4kpl (N=34)	53 %	29 %	9 %	3 %	6 %
yli 5kpl (N=20)	60 %	35 %		5 %	
N=214	66	82	22	16	28

Taulukossa 10 verrataan vastaajien näkemystä maksettavasta korvauksesta verrattuna tehtävän vaativuuteen. Kuten voidaan helposti huomata, työsuhteessa olevat vastaajat (kokopäiväisenä ja osa-aikaisena) ovat melko tyytyväisiä korvaukseen tehtävän vaativuuteen verrattuna.

Taulukko 10. Työllisyys suhteessa korvaukseen

Työtilanne	Tutkimuksista maksettava korvaus vastaa tehtävien vaativuutta				
	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Työsuhteessa, kokopäiväisenä työntekijänä (N=95)	17 %	41 %	20 %	4 %	18 %
Työsuhteessa, osa-aikaisena työntekijänä (N=38)	16 %	47 %	18 %	0 %	18 %
Eläkkeellä tai opiskelija (N=34)	24 %	47 %	21 %	3 %	6 %
Yrittäjä (N=20)	20 %	25 %	40 %	0 %	15 %
Työtön (N=10)	10 %	50 %	20 %	0 %	20 %
<i>Jokin muu, mikä?</i> (N=17)	24 %	47 %	24 %	0 %	6 %
N=214	39	91	47	5	32

58 % kokopäiväisistä työntekijöistä ilmoittivat olevansa jokseenkin tai täysin samaa mieltä korvauksen riittävydestä suhteessa tehtävän vaativuuteen, missä osa-aikaisten työntekijöiden prosenttiosuus oli 63 %. Eniten tyytyväisempiä vaativuuden ja korvauksen suhteeseen ovat eläkeläiset ja opiskelijat. Eläkkeellä olevat sekä opiskelevat vastaajat kertoivat olevan suurimmaksi osin (71 %) jokseenkin tai täysin tyytyväisiä korvauksen ja tehtävän vaativuuden suhteeseen. Heistä ainoastaan 3 % (1 vastaaja) ilmoitti olevansa täysin eri mieltä. Vastaajista jotka kertoivat olevansa yrittäjiä löytyi hajontaa vastausten välillä. Jopa 40 % kertoi olevansa jokseenkin eri mieltä väitteestä, kun taas lähes puolet (45 %) kertoi olevansa jokseenkin tai täysin samaa mieltä. Vähiten *Täysin samaa mieltä* -vastauksia suhteessa rivinsä vastausmäärään tuli työttömiltä vastaajilta. Heistä joka viides (25 %) kertoi olevansa

jokseenkin eri mieltä sekä joka viides valitsi *En osaa sanoa*. Vastaajista, jotka ilmoittivat työllisyystilanteeksi *Jokin muu*, melkein puolet (47 %) kertoivat olevan jokseenkin samaa mieltä. Heistä puolet ovat vanhempainvapaalla ja neljäsosa on työssäkäyviä opiskelijoita.

4.4 Vastaajien näkemys oman työn merkityksestä

Yritys X:n vastaajien tietämys siitä, mitä heiltä odotetaan tutkimusten suorittamisessa sekä myös siitä, mihin tutkimustulosten avulla pyritään, on hyvällä tasolla, kuten voidaan taulukosta 11 todeta.

Taulukko 11. Vastaajien näkemys omasta työstä.

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	Painotettu keskiarvo
Tiedän, mitä minulta odotetaan tutkimusten suorittamisessa (N=189)	58 %	35 %	5 %	2 %	3,50
Tiedän, mihin tutkimustulosten avulla pyritään (N=201)	53 %	41 %	5 %	1 %	3,46
Haluan tietää lisää Yritys X:stä yrityksenä (N=185)	20 %	51 %	25 %	4 %	2,85
N	44 %	42 %	11 %	2 %	

Yli puolet vastaajista (58 %) on täysin sama mieltä siitä, että he tietävät mitä heiltä odotetaan toimeksiantotehtävissä. Noin joka kolmas (35 %) vastaaja on väitteestä jokseenkin samaa mieltä ja ainoastaan 12 vastaajaa (7 %) ei tiedä täysin mitä heiltä odotetaan tehtävien suorittamisessa. Yritys X:n vastaajat ovat siis melko hyvin tietoisia heihin kohdistuvista odotuksista ja tämän monivalinnan painotettu keskiarvo onkin jopa 3,50/4. Kyselyyn vastanneista yli puolet (53 %) kertoivat tietävänsä, mihin tutkimustulosten avulla pyritään. Lisäksi jopa 41 % kertoi tietävänsä jokseenkin,

mihin tulokset vaikuttavat. Ainoastaan 6 % vastaajista (12 kpl) kiisti tietävänsä, mihin tutkimuksilla pyritään. Tämänkin kohdan painotettu keskiarvo nousi erittäin hyväksi (3,46/5). Valitettavasti vain joka viides vastaaja (20 %) kertoi haluavansa tietää lisää Yritys X:stä yrityksenä. Yli puolet (51 %) vastaajista ei kieltänyt kokonaan mahdollista kiinnostusta Yritys X kohden, mutta tästä huolimatta, melkein joka kolmas (29 %) vastaaja kertoi olevansa eri mieltä siitä, että he haluaisivat tietää toimeksiantajasta lisää. Kysymyksen painotettu keskiarvo nousi kuitenkin yli puolen välin ollen lopulta 2,85/4.

Kuten voidaan taulukosta 12 todeta, yli puolen (53 %) kyselyyn vastanneiden mielestä toimeksiantoihin annettavat tutkimusohjeistukset ovat selkeitä. Lisäksi lähes puolet (43 %) vastanneista kokevat ohjeistukset jokseenkin selkeiksi. Ainoastaan yksi vastaaja kertoi ohjeistuksien olevan täysin epäselviä ja hänen lisäkseen kuuden vastaajan mielestä ohjeistukset ovat jokseenkin epäselkeitä. Kysymyksen painotettu keskiarvo onkin erinomainen (3,49/4).

Taulukko 12. Vastaajien näkemys omassa työssä kehittämisestä.

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	Painotettu keskiarvo
Tutkimusohjeistukset ovat selkeitä (N=179)	53 %	43 %	3 %	1 %	3,49
Tutkimuskohteet ovat mielenkiintoisia (N=200)	46 %	50 %	5 %	0 %	3,41
Tehtävät ovat tarpeeksi haastavia (N=180)	50 %	45 %	4 %	1 %	3,44
Haluan tehdä haastavampia tehtäviä (N=164)	22 %	39 %	34 %	5 %	2,77
N =723	43 %	45 %	11 %	2 %	

Hieman alle puolet vastaajista (45,5 %) kertoivat olevan täysin samaa mieltä siitä, että tutkimuskohteet ovat mielenkiintoisia. Lisäksi puolet vastaajista kertoivat niiden olevan jokseenkin mielenkiintoisia. Vain 4,5 % vastaajista olivat jokseenkin eri mieltä väitteen kanssa eikä kukaan vastaajista sanonut tutkimuskohteiden olevan täysin epämielenkiintoisia.

Kysyttäessä tehtävien haastavuudesta, puolet vastaajista kertoivat olevansa täysin samaa mieltä siitä, että tehtävät ovat tarpeeksi haastavia. Lähes puolet (45 %) kertoivat olevansa siitä jokseenkin samaa mieltä ja 5 % (9 vastaajaa) kysymykseen vastanneista kertoivat olevansa eri mieltä. Kuitenkin yli puolet vastaajista (61 %) kertoi haluavansa tehdä vieläkin haastavampia tutkimustoimeksiantoja jatkossa. 5 % kysymykseen vastanneista kertoi ettei halua tehdä lainkaan haastavampia tehtäviä kun taas n. joka kolmas (34 %) vastasi olevansa vain jokseenkin eri mieltä halustaan tehdä haastavampia tehtäviä.

Taulukossa 13 verrataan, kuinka haastaviksi vastaajat kokevat tehtävät ja heidän toiveitaan haastavammista tehtävistä. Kuten voi huomata ne vastaajat, jotka kokevat nykyään tehtävät ”ei niin haastavaksi” toivovat enemmän haastavampia toimeksiantoja tulevaisuudessa. Niistä vastaajista taas, jotka kokevat tällä hetkellä tehtävät tarpeeksi haastavaksi alle puolet (48 %) haluavat tehdä haastavampia toimeksiantoja jatkossa. Taulukosta nähdään myös, että ne vastaajat, joiden mielestä tehtävät ovat jokseenkin helppoja tällä hetkellä ovat joko täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että tehtävien tulisi olla haastavampia.

Taulukko 13. Tehtävien haastavuus

Tehtävät ovat tarpeeksi haastavat	Haluan tehdä haastavampia toimeksiantoja				
	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Täysin samaa mieltä (N=90)	20 %	28 %	38 %	6 %	9 %
Jokseenkin samaa mieltä (N=81)	15 %	40 %	25 %	5 %	16 %
Jokseenkin eri mieltä (N=8)	50 %	50 %	0 %	0 %	0 %
Täysin eri mieltä (N=1)	100 %	0 %	0 %	0 %	0 %
En osaa sanoa (N=34)	3 %	9 %	3 %	0 %	85 %
N=214	17 %	30 %	26 %	4 %	23 %

Verratessa demografisia tietoja ja halua tehdä haastavampia tutkimustoimeksiantoja, ei löytynyt merkittäviä eroja. Vastaukset jakoutuivat tasaisesti niin iän kuin tehtyjen tutkimustenkin osalta. Vertailussa ei huomioitu vastaajia, jotka eivät ole tehneet yhtään tutkimusta. Pieni poikkeama huomattiin kuitenkin naisten ja miesten mielipiteessä. Lähes kolme neljäsosaa (73 %) miehistä kertoi haluavansa tehdä haastavampia tehtäviä tulevaisuudessa kun vastaava luku naisista oli vain 56 %. Naisista vain n. joka viides (18%) kertoi olevansa täysin samaa mieltä siitä, että haluaa haastavampia tutkimustoimeksiantoja kun taas joka kolmas miehistä oli sitä mieltä.

Tämän jälkeen vastaajilta kysyttiin avoin kommentti liittyen omaan työhönsä ja siinä kehittymiseen (Taulukko 14). Avoimia vastauksia saatiin 48 kappaletta. Eniten palautetta tuli tutkimuskohteista ja useampi vastaaja toivoikin lisää ja erilaisia kohteita. Tutkimusohjeistuksista tuli hieman ristiriitaisia palautteita, sillä osa vastaajista kertoi niiden olevan selkeitä ja riittäviä kun taas osan mielestä niitä voitaisiin tarkentaa lisää. Vastaajat toivoivat muutosta tutkimusten tekemiseen esimerkiksi erilaisella ilmoittautumislomakkeella sekä tarkemmalla arviointiasteikolla. Lisäksi tuli palautetta siitä, että tutkimuskohteiden ketjujen ja osoitteiden tulisi näkyä tarkkaan ennen tutkimuksiin ilmoittautumista.

Ristiintaulukoinnissa kiinnostavimmat tulokset saatiin, kun verrattiin vastaajien mielipidettä heidän tehtyihin tutkimuksiin. Verratessa esimerkiksi oman työn korostamista ja tehtyjen tutkimusten määrää paljastui, että ne henkilöt, jotka eivät ole tehneet yhtäkään tutkimusta sekä ne, jotka ovat tehneet viisi tai enemmän, haluavat, että heidän työtä korostettaisiin enemmän. Molemmista ryhmistä 31 % vastaajista kertoi oman työn korostamisen olevan toiseksi tärkein motivaattori kun vastaava luku 1–2 tutkimusta tehneillä oli 10 % ja 3–4 tutkimusta tehneillä 18 %.

Ne vastaajat, jotka ovat tehneet Yritys X:lle kolmesta neljään tutkimusta olivat myös huomattavasti kiinnostuneempia kuulemaan lisää toimeksiantajayrityksestä, kuin muut ryhmät. Kolmesta neljään tutkimusta tehneistä henkilöistä, 28 % valitsi tärkeimmäksi motivaattoriksi lisätietojen kuulemisen Yritys X:stä. Vastaava luku muilla ryhmillä oli huomattavasti alhaisempi. Ei yhtään tutkimusta tehneistä vastaajista 13 % valitsivat kohdan tärkeimmäksi ja 1–2 tutkimusta tehneistä luku oli 8 %. Yli 5 tutkimusta tehneistä, kukaan ei pitänyt lisätietoja Yritys X:stä tärkeimpänä motivaattorina.

Tämänkin kysymyksen jälkeen oli vapaaehtoinen avoin kohta, johon saatiin yhteensä 36 vastausta (Taulukko 16). Noin joka kolmas vastaaja (39%) kertoi, että heitä motivoisi erilaiset tehtävät tai se, että tehtäviä olisi enemmän.

Taulukko 16. Avoimet vastaukset motivaatiotekijöistä

Palautteen aihe	Kpl
Erilaiset/useammat tehtävät	14
Raha	7
Yritys X:n toiminnan parantelu	6
Asiakaspalvelukulttuuriin vaikuttaminen	5
En osaa sanoa	3
Palaute	1
Kaikki yhteensä	36

Myös tämän kohdan avoimista vastauksista ilmeni vastaajien halu tehdä enemmän ja haastavampia tutkimuksia. Muutama vastaaja jopa ilmaisi halunsa osallistua tutkimusten pohjatyöhön:

Olisin kiinnostunut myös tutkimusten suunnittelusta. Olen sen alan ammattilainen ja nyt eläkkeellä.

Kahdeksan avoimen kohdan vastaajaa kertoi, että lisämotivaationa toimii raha. Yritys X ei tällä hetkellä maksa esimerkiksi kilometrikorvauksia ja mm. tähän toivottiin muutosta. Osa vastaajista kertoi, että asiakaspalvelun seuraaminen on mukavaa ja se on hyvä motivaattori itsessään:

Minusta on mielenkiintoista havainnoida asiakaspalvelua.

*Lisää näkemystä asiakaspalveluun josta voi olla itselleni hyötyä.
Tutustuminen eri yrityksiin.*

5 Johtopäätökset

Yritys X:n shoppereiden motivaatiota tutkiessa voidaan todeta sen olevan melko hyvällä tasolla. Kyselylomakkeesta kävi ilmi, että shopperit ovat pääosin liittyneet rekisteriin ja ottavat tutkimustoimeksiantoja vastaan rahan ansaitsemisen sekä mielenkiintoisten tehtävien vuoksi. Suurinta osaa shoppereista motivoisi enemmän, mikäli palkkiota nostettaisiin ja Yritys X tarjoaisi enemmän ja erilaisia tutkimustoimeksiantoja. Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, ettei satunnaista työtä tekevien työntekijöiden motivaatiotekijät poikkea kovinkaan paljoa ns. normaalia työtä tekevien työntekijöiden motivaatiotekijöistä.

Esimiestyö

Kyselytutkimusten tulosten mukaan Yritys X:n shopperit ovat melko tyytyväisiä työnantajansa esimiestyöhön. Suurimmat puutteet havaittiin kuitenkin teknisten

järjestelmien toimivuudessa. Aarnikoivun (2008, 153) mukaan esimies pystyy edistämään työntekijöidensä motivaatiota omilla valinnoillaan. Esimiehen tulee antaa tukea ja apua sekä palautetta ja tunnustusta työstään työntekijöille edistääkseen heidän motivaatiotaan. Esimiehen tulee myös taata soveltuvat työolosuhteet parhaansa mukaan. Yritys X:n toiminnan keskeinen osa on yrityksen verkkosivut ja järjestelmät. Koko toiminta tapahtuu verkkosivujen kautta ja niiden kunnossapitäminen on osakseen esimiehen vastuulla. Tutkimukseen vastaajien mielestä tässä oli puutteita ja heidän mukaansa Yritys X:n järjestelmä ei ole looginen ja sitä on kankea käyttää. Kuitenkin kysyttäessä mikä nostaisi vastaajien motivaatiota Yritys X:n sivuston parantelu valittiin vasta viidenneksi tärkeimmäksi. Vaikkakin sivuston käyttö on siis vastaajien mielestä hieman hankalaa, se ei välttämättä parantaisi heidän motivaatiotaan tehdä enemmän toimeksiantoja. Työympäristön (tässä tapauksessa järjestelmä ja verkkosivut) kunnossapito on kuitenkin esimiehen vastuulla ja Yritys X:llä on siinä parannettavaa, jotta voitaisiin nostaa shoppereiden motivaatiota entisestään.

Tutkimustulosten mukaan vastaajat ovat hyvinkin tyytyväisiä Yritys X:n antamaan tukeen ja apuun ja vastauksista ilmeni, että Yritys X:n kanssa on helppo toimia. Esimiestyön tulee olla melko läpinäkyvää ja yhteydenoton tulee olla vaivatonta, jotta työntekijät voisivat olla varmoja avunsaannista. Tutkimustulosten mukaan Yritys X:n shopperit kaipaisivat enemmän viestintäkanavia heidän ja työnantajan välille ja lisäksi toivoivat, että Yritys X:n vastausnopeus viesteihin olisi jatkossa parempi. Voimme kuitenkin olettaa, että heidän motivaationsa on melko korkealla, sillä kaikki esimiestyön motivaatitekijät ovat saaneet keskiarvoksi yli 3,0/4 pistettä.

Palkitseminen

Viitalan (2004, 163; 140–141) mukaan palkitseminen jaetaan aineettomaan palkitsemiseen ja taloudelliseen palkitsemiseen (rahapalkka + mahdolliset muut edut). Palkitseminen motivoi työntekijöitä ja kuten aiemmin todettiin, erityisesti rahapalkka on Yritys X:n shoppereiden tärkeimpiä motivaattoreita. Tutkimustulosten mukaan, vastaajat mieltävät rahapalkkion olevan kohtuullinen (2,9/4p.) suhteessa työn vaatavuuteen. Rahapalkan nostaminen on kuitenkin tällä hetkellä vastaajien

mielestä paras keino nostaa heidän motivaatiotaan tehdä enemmän toimeksiantoja. Palkassa tulisi huomioida työntekijän osaaminen sekä saadut tulokset (Kauhanen 2012, 114–118). Yritys X maksaa shoppereille hyvän raportoinnin bonuksen hyvin tehdystä työstä. Kyselyyn vastanneet shopperit tiesivätkin melko hyvin (3,06/4p.) sen, mitä pitää tehdä jotta hyvän raportoinnin bonuksen kriteerit täyttyvät. Tutkimuksesta kuitenkin selvisi, että Yritys X:llä on vielä reilusti parannettavaa erilaisten toimeksiantojen palkitsemisessa. Palkan tulisi vastata työn vaativuutta ja tällä hetkellä vastaajat olivat sitä mieltä, että saman vaativuustason tehtävät palkitaan epäreilusti.

Aineettomaan palkitsemiseen liittyy olennaisesti positiivinen palaute ja tunnustus työstään. Valitettavan harva (2,48/4p.) vastaaja kertoi saavansa tarpeeksi palautetta työstään. Moni kyselyyn vastanneista myös toivoi erikseen, että Yritys X antaisi palautetta tehdystä työstä säännöllisesti ja ilman erikseen pyytämistä. Koska rehellinen palaute motivoi työntekijöitä ja antaa heille syyn kehittyä työssään, palautteen riittämättömyyden voidaan ajatella olevan iso puute Yritys X:n toiminnassa. Myöhemmässä kyselyn vaiheessa vastaajilta kysyttiin, mikä heitä motivoisi tekemään enemmän toimeksiantoja. Vastaajien mielestä palautteen saaminen on kuitenkin vasta neljänneksi tärkein tekijä motivaation lisäämisessä. Ennen sitä ensimmäisenä on rahapalkan lisääminen sekä mm. oman työn merkityksen korostaminen. Viitalan (2004, 160–161) mukaan jokainen ihminen kuitenkin kokee palkitsemisen eri tavalla, joten voidaan olettaa, että Yritys X:n shoppereita motivoi enemmän rahapalkka kuin aineeton palkitseminen. Molemmat palkitsemiskeinot ovat kuitenkin suuria motivaattoreita niin Yritys X:n shoppereiden keskuudessa kuin yleisessä työelämässä. Tämä vuoksi Yritys X:n tulisi panostaa entistä enemmän molempiin palkitsemistapoihin.

Oman työn merkityksellisyys

Tiililä (2016, 54–55) kertoo, että työntekijän on tärkeää kokea itsensä merkitykselliseksi niin omasta kuin muidenkin mielestä. Kun työntekijä tietää mihin hänen työnsä vaikuttaa, hän myös jaksaa panostaa siihen enemmän ja hänen työpanoksensa kohenee. Kyselyyn vastanneet henkilöt ovat hyvinkin tietoisia, mitä

heiltä odotetaan työnsä tekemisessä ja mihin heidän tekemiensä tutkimusten pohjalta pyritään. Kuitenkin viimeisessä kysymyksessä selvisi, että parantaakseen shoppereiden motivaatiota Yritys X:n tulee korostaa entisestään shoppereiden työn merkitystä. Vastaajat kertoivat oman työn merkityksen korostamisen olevan kolmanneksi tärkein motivaatiotekijä heidän työssään.

Tiililän (2016, 95) mukaan työntekijän motivaation kannalta on tärkeää sitouttaa ihmiset yrityksen missioon ja visioon. Yritys X ei tuo esille nettisivuillaan selkeästi missiotaan eikä visiotaan. Kuitenkin, tutkimustulosten mukaan Yritys X:n shoppereista lähes 30% eivät myöskään halua tietää lisätietoja Yritys X:stä yrityksenä. Kysyttäessä mikä lisäisi vastaajien motivaatiota tutkimusten tekemiseen, lisätiedot Yritys X:stä oli vaihtoehdoista viimeisenä. Voidaan siis olettaa, ettei lisätiedot Yritys X:stä shoppereille lisää heidän motivaatiotaan, mutta vaikkakin shopperit tiedostavat oman työnsä merkityksen melko hyvin, sitä tulisi korostaa vielä entisestään.

Henkilökohtainen kehittyminen työssä

Jotta työntekijän motivaatio pysyisi korkealla, hänen tulee pystyä kehittymään omassa työssään ja asettaa itselleen tavoitteita (Tiililä 2016, 94–95). Aarnikoivu (2008, 142) lisää tähän, että tavoitteita tulee pystyä seuraamaan, jotta motivaatio olisi huipussaan. Myös Flow–teorian mukaan työ virtaa kuin itsestään ja motivaatio on äärimmillään silloin, kun työn vaatavuus ja osaaminen ovat tasapainossa (Jaakkola, Kataja & Liukkonen 2006, 23). Tutkimustulosten mukaan vastaajat näkevät tutkimuskohteiden olevan mielenkiintoisia ja tarpeeksi haastavia, mikä edistää heidän motivaatiotaan tutkimusten tekemiseen. Ne vastaajat, jotka kertoivat toimeksiantojen olevan melko helppoja, toivoivat haastavampia toimeksiantoja parantaakseen motivaatiotaan. Vastaajista suurin osa toivoi lisää ja erilaisia toimeksiantoja sekä tarkempia ohjeita tutkimusten tekemiseen.

Kysyttäessä mikä parantaa vastaajien motivaatiota, Yritys X:n shopperit kertoivat erilaisten toimeksiantojen lisäämisen parantavan heidän motivaatiotaan toiseksi parhaiten heti rahapalkan lisäämisen jälkeen. Ihmiset lähtökohtaisesti haluavat kehittää itseään ja tehdä itselleen mielekästä työtä, jonka vuoksi Yritys X:n tulisi

laajentaa ja monipuolistaa toimeksiantoja, jotta shoppereiden motivaatio tehdä työtään kohenisi.

Kehitysehdotukset

Vaikkakin tämän kyselytutkimuksen perusteella voidaan todeta Yritys X:n shoppereiden motivaation olevan melko hyvällä tasolla, Yritys X pystyy silti parantamaan toimintaansa nostaakseen motivaatiota vieläkin enemmän. Yritys X:n tulee parantaa järjestelmiään ja niiden toimivuutta, jotta shoppereiden työ helpottuisi. Tätä varten olisi suositeltavaa tehdä muutama kysely käyttäjille, jotta tiedettäisi, kehitetäänkö sivustoa oikeaan suuntaan. Sivujen kehityksen yhteydessä, olisi hyvä laajentaa tutkimustoimintaa eri toimialoille.

Toiseksi Yritys X:n tulisi panostaa palautteen antamiseen sekä palkkioiden yhtenäistämiseen. Palautetta tulisi antaa säännöllisesti shoppereille taikka sen pyytäminen pitäisi tehdä vaivattomaksi osaksi tutkimusprosessia. Palautteen antamisen ohella, shoppereiden työn merkityksen korostaminen tulisi olla osana annettavia tutkimusohjeita tai sitä tulisi korostaa muilla tavoin. Myöskin rahapalkkiot tulisi tasata saman vaatavuustason omaavien tehtävien kesken.

Vaikkakin shopperit eivät yleisesti ottaen pitäneet lisätietoja Yritys X:stä motivaatiota nostattavana tekijänä, yrityksen arvojen, mission tai vision esille tuominen voisi selkeyttää shoppereiden kuvaa Yritys X:stä. Selkeän kuvan yhtenäistäminen kaikille voisi auttaa Yritys X:ää sitouttamaan shopperit yritykseen ja toimeksiantojen tekemiseen entisestään. Lopuksi yleisenä kehitysehdotuksena olisi tehdä useampia tyytyväisyyskyselyjä Yritys X:n shoppereille, jotta voitaisiin varmistua tehdäänkö muutoksia oikeaan suuntaan.

6 Pohdinta

Tutkimuksen onnistuminen

Tutkimuksen tavoitteena oli tutkia Yritys X:n shoppereita ja selvittää miksi he liittyivät rekisteriin alunperin, mitä mieltä he ovat nykyisistä toimintatavoista sekä miksi he ottavat toimeksiantoja vastaan. Tutkimusongelmaksi muodostui mikä motivoi satunnaista työtä tekeviä työntekijöitä. Tutkimusongelman tutkimuskysymykset olivat:

- Miksi shopperit ovat alun perin liittyneet rekisteriin?
- Miksi he ottavat tutkimustoimeksiantoja vastaan?
- Mikä motivoi heitä tekemään tutkimuksia nykyistä enemmän?

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena kyselynä, johon saatiin yhteensä 226 vastausta (16,8% vastausprosentti). Vastauksia saatiinkin huomattavasti odotuksia enemmän. Kyselylomakkeeseen vastanneet henkilöt vastaavat hyvin perusjoukkoa, sillä vastaajista 74% on naisia kun taas koko Yritys X:n rekisteristä 73% on naisia. Yritys X:n shoppereiden keski-ikä on 37 vuotta ja kyselyyn vastanneiden keski-ikähaitari on 31–40 -vuotta.

Tämän kyselytutkimuksen tuloksista saatuja johtopäätöksiä voidaan yleistää koskevaksi koko Yritys X:n rekisteriä. Koska toimiala on kuitenkin melko poikkeuksellinen muihin satunnaista työtä teettäviin yrityksiin nähden ja koska kysymykset oli suunniteltu juuri Yritys X:n shoppereita varten, tutkimustuloksia ei ole mahdollista yleistää koko toimialalle.

Suuren vastausmäärän vuoksi kyselyssä käytettiin täydellisten havaintorivien menetelmää, jossa poistettiin puutteelliset vastaukset. Vastausten pohjalta kuitenkin löydettiin tarvittavat vastaukset tutkimusongelmaan ja näistä onnistuttiin kehittämään myös konkreettisia kehitysehdotuksia. Tämän vuoksi tutkimusta voidaan pitää onnistuneena.

Tutkimuksen luotettavuus

Tämän tutkimuksen luotettavuus varmistettiin koko tutkimuksen ajan.

Kyselytutkimus suunniteltiin tarkkaan motivaatioteorian pohjalta ja se toteutettiin Survey Monkey -työkalulla. Haasteena oli riittävän vastausmäärän saanti, mikä taattiin lähettämällä kysely aamulla sekä arpomalla palkinnot vastaajien kesken. Kyselyyn vastaaminen rajattiin yhteen kertaan samalta henkilöltä ja epätäydelliset vastausrivit poistettiin analysoinnista. Kyselyssä käytettiin likert -asteikkoa, jonka viimeiseksi kohdaksi sisällytettiin myös ”En osaa sanoa” -vaihtoehto. Näin välttyttiin epätodellisilta vastauksilta. Tutkimusta voidaan pitää luotettavana, sillä vastausten avulla saatiin mitattua oikeita asioita, jotka vastasivat myös viitekehysessä käytettyjä motivaatioteorioita.

Tutkimuksen sisäinen validiteetti onnistui, mutta kuten aikaisemmin mainittiin ulkoinen validiteetti kärsi poikkeuksellisen toimialan takia. Tulokset voidaan yleistää koskemaan Yritys X:n koko rekisteriä, mutta niitä ei voida yleistää muihin satunnaista työtä teettäviin yrityksiin.

Reliabiliteetti pystyttiin varmistamaan huolellisella suunnittelulla ja dokumentoinnilla. Kysymykset muotoiltiin yksiselitteiseksi ja ennen vastaamista annettiin ohjeet lomakkeen täyttämiseksi. Vastaajia myös kehoitettiin varta vasten olemaan rehellisiä vastatessa, sillä tarkoituksena oli parantaa Yritys X:n toimintaa kaikkien osapuolten osalta. Reliabiliteetti pystyttäisiin varmistamaan suorittamalla tutkimus uudelleen, mihin ei tällä kertaa kuitenkaan ollut resursseja.

Tulosten hyödynnettävyys ja jatkotutkimusmahdollisuudet

Tutkimuksen tavoitteena oli saada tietoa satunnaista työtä tekevien henkilöiden motivaattoreista sekä luoda konkreettisia kehitysehdotuksia toimeksiantajayritykselle. Yritys X sai työstä uusia näkemyksiä sekä kehityskohtia, jotka on syytä viedä käytäntöön mahdollisimman pian. Koska vastausprosentti oli riittävä ja otos vastasi perusjoukkoa, tutkimuksen tulokset on mahdollista yleistää koskemaan koko Yritys X:n rekisteriä.

Jatkotutkimusehdotuksia Yritys X:lle olisi seurata shoppereiden motivaatiota säännöllisesti. Mikäli Yritys X tekee muutoksia järjestelmiinsä tai toimintatapoihinsa,

muutosten vaikutukset olisi hyvä dokumentoida ja teettää uusi tyytyväisyyskysely, jotta nähtäisiin vievätkö muutokset oikeaan suuntaan.

Lähteet

Aarnikoivu, H. 2008. Esimiehenä arjessa. Juva: Alma Talent.

Haaveena osa-aikatyö? Koettu hyvinvointi erilaisissa työsuhteissa ja työelämän ulkopuolella. 2015. Sitran selvityksiä 98. Viitattu 24.11.2018.
<https://media.sitra.fi/2017/02/23215020/Selvityksia98.pdf>.

Hirvonen, J. 2009. Työmotivaatio Frederick Herzbergin Kaksifaktoriteorian näkökulmasta. Opinnäytetyö, AMK. Pirkanmaan ammattikorkeakoulu, liiketalouden koulutusohjelma Markkinoinnin ja kansainvälisten liiketoimintojen suuntautumisvaihtoehto. Viitattu 17.9.2018.
http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/2865/Hirvonen_Jenni.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Hristov, T. 2016. Henkilöstön sitoutuminen ja motivaatio kaupan alalla. Case K-Market Tampere. Opinnäytetyö, AMK. Tampereen ammattikorkeakoulu, liiketalouden koulutusohjelma. Viitattu 23.2.2019.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/105794/Hristov_Tiia.pdf?sequence=1.

Jaakkola, T., Kataja, J. & Liukkonen, J. 2006. Taitolajina työ. Johtaminen ja sisäinen motivaatio. Helsinki: Edita Prima.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kauhanen, J. 2012. Henkilöstövoimavarojen johtaminen. 8. Uudistettu painos. Helsinki: WSOY oppimateriaalit.

Laine, V. 2007. Mielen maailma. Tunteet, motiivit ja taitava ajattelu. 1–2.painos. Helsinki: WSOY oppimismateriaalit.

Maslow'n tarvehierarkia. 2018. Mielen ihmeet. Viitattu 9.2.2019.
<https://mielenihmeet.fi/maslown-tarvehierarkia/>.

Motivaatio. N.d. Terveysverkko. Viitattu 9.3.2019.
<https://www.terveysverkko.fi/tietopankki/terveysliikunta/motivaatio/>.

Palkka ja työ verotuksessa. 2018. Verohallinto. Diaarinumero A7/200/2018. Viitattu 2.10.2018. <https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48037/palkka-ja-tyokorvaus-verotuksessa/>

Rauramo, P. 2008. Työhyvinvoinnin portaat. Viisi vaikuttavaa askelta. Helsinki: Edita Prima Oy.

Repo, H. 2007. Työmotivaatioon vaikuttavia tekijöitä ja työmotivaation merkitys yrityksessä. Case: Työmotivaatio yrityksessä X. Opinnäytetyö, AMK. Lahden ammattikorkeakoulu, liiketalouden koulutusohjelma, yrityshallinnon suuntautumisvaihtoehto. Viitattu 17.9.2018.

<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/11253/2007-12-03-09.pdf?sequence=1>

Ruohotie, P. 1998. Motivaatio, tahto ja oppiminen. Helsinki: Edita.

Ruohotie, P. 2002. Oppiminen ja ammatillinen kasvu. Helsinki: WSOY.

Salo, A. 2009. Motiivi ja epävarmuus vuokratyössä. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto, sosiaalitutkimuksen laitos, sosiaalipolitiikka. Viitattu 24.11.2018.

<https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/81117/gradu03944.pdf?sequence=1>

Tenhunen, M. 2015. Sitoutunut työntekijä luo kilpailuetua. Blogikirjoitus. Questback. Viitattu 17.9.2018. <https://www.questback.com/fi/blogi/sitoutunut-tyontekija-luo-kilpailuetua/>.

Tiililä, M. 2016. Innosta onnistumaan – yhdessä! Kauppakamari: Helsinki.

Torvela, T., Moilanen, J.-M- & Zippelini, A. N.d. Epätyypillinen opas. – Opas työnteon moniin muotoihin. Akavan erityisalat. Viitattu 24.11.2018.

https://www.akavanerityisalat.fi/palvelut_ja_edut/oppaat_ja_esitteet/epatyypillinen_opas.

Viitala R. 2004, Henkilöstöjohtaminen. 4. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Liitteet

Liite 1. Saatekirje

Oletko tyytyväinen toimintaamme? Vastaa kyselyyn ja voita lahjakortteja!

Moikka!

Olen Natalia ja vastaan osaltani meidän tutkimusten toteuttamisesta. Opiskelen myös ammattikorkeakoulussa viimeistä vuotta ja nyt toteutan opinnäytetyötä meidän toimintaamme liittyen.

Sinulla on nyt tilaisuus vaikuttaa tutkimusten suorittamiseen ja parantaa meidän toimintaamme tutkimusten järjestämisessä täyttämällä lyhyen kyselyn. Tutkimuksen tavoitteena on parantaa tyytyväisyyttäsi tutkimustoimintaamme kohtaan ja samalla myös tehdä tutkimusten tekemisen entistä mukavammaksi. Kyselyn vastaamiseen menee n. 5 minuuttia ja kaikkien vastanneiden kesken arvomme kaksi S-ryhmän lahjakorttia (Arvo: 20€/kpl).

Vastauksia käsitellään anonyymisti ja luottamuksellisesti ja henkilötietoja käytetään ainoastaan arvonnän suorittamiseen. Täytähän lomakkeen viimeistään maanantaina 3.12.2018.

Arvonta suoritetaan keskiviikkona 5.12.2018 ja voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Kyselyyn pääset klikkaamalla tästä

Kiitos jo etukäteen kyselyyn vastaamisesta ja mukavaa loppuviikkoa!

Terkuin,
Natalia Paananen
0505282824

Liite 2. Viesti ennen kyselyyn pääsyä

Tervetuloa Yritys X:n tyytyväisyyskyselyyn! (Nimi muutettu)

Kyselyn täyttäminen vie n. viisi minuuttia ja kaikkien vastanneiden kesken arvomme kaksi 20€ S-ryhmän lahjakorttia. Arvontaan osallistuaksesi täytä sähköpostiosoitteesi viimeisellä sivulla. Sähköpostiosoitettasi käytetään ainoastaan arvonnän suorittamista varten.

Vastaathan kysymyksiin mahdollisimman totuudenmukaisesti. Tavoitteenamme on parantaa toimintaamme vastausten pohjalta ja siksi jokaisella vastauksella on suuri merkitys!

Kiitos!

Terkuin,
Natalia Paananen
0505282824

Liite 3. Kyselylomake

Taustatiedot

1. Sukupuolesi

- Nainen
- Mies
- Muu
- En halua kertoa

2. Ikäsi

- Alle 20v.
- 21v. – 30v.
- 31v. – 40v.
- 41v. – 50v.
- 51v. – 60v.
- yli 60v.

3. Mikä seuraavista kuvastaa parhaiten työllisyystilannettasi?

- Työsuhteessa, kokopäiväisenä työntekijänä
- Työsuhteessa, osa-aikaisena työntekijänä
- Yrittäjä
- Eläkkeellä tai opiskelija
- Työtön
- Jokin muu, mikä?

4. Kuinka monta tutkimustoimeksiantoa olet suorittanut meille tänä vuonna?

- 0kpl
- 1-2kpl
- 3-4kpl
- yli 5kpl

5. Miksi alun perin liityit Yritys X:n rekisteriin? (Valitse yksi tai useampi)

- Halusin ansaita rahaa
- Tutkimustehtävät vaikuttivat mielenkiintoiselta
- Halusin kokeilla jotain erilaista
- Halusin antaa asiakaspalautetta
- Halusin kehittää asiakaspalvelukulttuuria
- Tutkimusten tekeminen kuulosti mukavalta ajanvietteeltä
- Jokin muu, mikä?

Esimiestyö ja palkitseminen

6. Arvioi, pitävätkö seuraavat väittämät paikkansa

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Viestintätyylimme on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintäkanavat ovat riittävät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tekniset järjestelmät ovat toimivia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meidän kanssa on helppo toimia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saat tarvittaessa apua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Avoin kommentti meidän toiminnastamme tai Yritys X:n- sivustosta.
Mikä on toiminut hyvin tai huonosti? Haluaisitko parannusta johonkin asiaan?

7. Arvioi, pitävätkö seuraavat väittämät paikkansa

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Tiedän mitä minulta vaaditaan jotta saan hyvän raportoinnin bonuksen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tutkimuksista maksettava korvaus vastaa tehtävien vaativuutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan tarpeeksi palautetta työstäni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Avoin kommentti tutkimuksista palkitsemisesta
Mikä asia on toiminut hyvin tai huonosti? Haluaisitko parannusta johonkin asiaan?

Oman työn merkityksellisyys ja kehittyminen

8. Arvioi, pitävätkö seuraavat väittämät paikkansa

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Tiedän, mitä minulta odotetaan tutkimusten suorittamisessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedän, mihin tutkimustulosten avulla pyritään	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan tietää lisää Yritys X:stä yrityksenä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Arvioi, pitävätkö seuraavat väittämät paikkansa

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Tutkimusohjeistukset ovat selkeitä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tutkimuskohteet ovat mielenkiintoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tehtävät ovat tarpeeksi haastavia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan tehdä haastavampia tehtäviä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Avoin kommentti tutkimusten tekemisestä ja tutkimuskohteista
Mikä on toiminut hyvin tai huonosti? Haluaisitko parannusta johonkin asiaan?

10. Mikä seuraavista asioista motivoi sinua tekemään jatkossa lisää tutkimustehtäviä? (Aseta tärkeysjärjestykseen 1-6)

- Palautteen saaminen tutkimuksen jälkeen
- Yritys X:n sivuston parantelu
- Lisätietoja Yritys X:stä yrityksenä
- Oman työn merkityksen korostaminen
- Palkkion lisääminen
- Erilaisten yritysten toimeksiannot

Motivoisiko sinua jokin muu? Voit antaa meille myös vapaata palautetta tutkimustoiminnasta

Arvonta

Kiitos vastauksistasi! Mikäli haluat osallistua S-ryhmän lahjakorttien (2x20€) arvontaan, jätä sähköpostiosoitteesi tähän. Tietoja käytetään ainoastaan arvonnän suorittamiseen.

Sähköpostiosoitteesi:
