

Työssäjaksamisen ja motivaation merkitys ständimyynnissä

Daniel Ramsurrun



Tekijä(t) Daniel Ramsurrun	
Koulutusohjelma Myyntityön koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Työssäjaksamisen ja motivaation merkitys ständimyyynnissä	Sivu- ja liitesivumäärä 21 + 3
<p>Tämä opinnäytetyö tehtiin itsenäisesti ilman toimeksiantajaa, mutta yleisesti kaikille ständimyyntin parissa toimiville henkilöille ja yrityksille, työkaluksi ymmärtää paremmin työssäjaksamisen ja motivaation merkitystä alalla. Opinnäytetyön laatija on työskennellyt liittymämyyjänä ständillä neljä ja puoli vuotta ja oli huomannut, että eri myyjien motivaatiotaso ja jaksaminen vaihteli suuresti. Opinnäytetyön tavoite on tutkia millä eri tavoin motivaatio ja työssäjaksaminen vaihtelee eri myyjillä ja miksi.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudet käsittelevät työssäjaksamista ja motivaatiota. Työssäjaksamista käsiteltävässä osuudessa käy ilmi mitä työssäjaksaminen on ja mitä eri osa-alueita siihen kuuluu ja millä tavoin ne näkyvät ständimyyynnissä. Motivaatio osuudessa kerrotaan mitä motivaatio käsitteenä tarkoittaa ja mitä asioita on sen ympärillä. Esimerkiksi sisäisestä ja ulkoisesta motivaatiosta ja millä tavoin se näkyy ständimyyjillä.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimuksessa käytettiin puolistrukturoitua haastattelua, jossa haastatteluun laaditaan kysymykset tukemaan opinnäytetyön tavoitetta. Haastattelun tarkoituksena oli esittää avoimia kysymyksiä haastateltavilta, joihin ei ole olemassa valmiita vaihtoehtovastauksia, jotta saadaan mahdollisimman laaja data tutkittavaksi opinnäytetyötä varten</p> <p>Opinnäytetyön laatija suoritti haastattelut kiertämällä pääkaupunkiseutua eri ostoskeskuksissa pyytäen siellä työskenteleviä myyjiä haastatteluun. Myyjiä oli monilta eri toimialoilta.</p> <p>Tutkimustuloksissa ilmeni, että myyjät kokevat fyysisen jaksamisen tärkeimmäksi työssäjaksamisen osa-alueeksi, joka parantaa työn laatua ja tehokkuutta. Tämän lisäksi tutkimuksessa ilmeni millä eri tavoin myyjät suhtautuvat esimiestyöhön. Uudet myyjät saivat energiaa ja motivaatiota hyvästä esimiestyöstä. Pitkään alalla työskennelleet myyjät eivät kokeneet, että esimiestyöllä olisi mitään vaikutusta omaan työskentelyyn.</p> <p>Opinnäytetyön viimeinen luku keskittyy pohdintaan ja opinnäytetyön prosessin arviointiin.</p>	
Asiasanat Työssäjaksaminen, Työhyvinvointi, Motivaatio, Ständimyynti, Myynti,	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Työn tausta	2
1.2	Työn tavoite	2
1.3	Opinäytetyön rakenne	3
2	Työhyvinvointi	4
2.1	Työhyvinvointi käsitteenä	4
2.2	Fyysisen työhyvinvoinnin merkitys ständimyynnissä	4
2.3	Psyykkisen työhyvinvoinnin merkitys ständimyynnissä	5
2.4	Sosiaalinen työhyvinvoinnin merkitys ständimyynnissä	5
2.5	Palautuminen	5
3	Motivaation merkitys ständimyynnissä	7
3.1	Sisäinen motivaatio	7
3.2	Ulkoinen motivaatio	7
4	Teorian yhteenveto	9
5	Empiirinen osa	10
5.1	Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu	10
5.2	Menetelmävalinnat	11
5.3	Tutkimuksen toteutustapakuvaus	11
5.4	Haastattelijoiden jakautuminen	12
5.5	Reliabiliteetti ja validiteetti	13
6	Tutkimustulokset	15
6.1	Fyysisen jaksamisen merkitys	15
6.2	Esimiestyön vaikutus työhön	16
7	Yhteenveto	17
7.1	Johtopäätökset	17
7.2	Jatkotutkimusehdotukset	18
7.3	Opinäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi	19
	Lähteet	22
	Liitteet	23
	Liite 1. Haastattelupohja	23
	Liite 2. Haastateltavien jakautuminen	24

1 Johdanto

Työhyvinvointi ja motivaatio ovat myyjän onnistumisen kannalta tärkeitä asioita, ja ovat olleet aina läsnä myyjän arjessa. Motivaation merkitys myyntityössä on laajasti tutkittu ja tämän vuoksi tässä opinnäytetyössä perehdymme tarkemmin siihen miten se vaikuttaa erityisesti ständimyyntin parissa.

Työhyvinvointi ständimyyntissä on myös erittäin tärkeä osa-alue, jota tutkitaan tässä opinnäytetyössä. Työssäjaksaminen on ollut ajankohtainen puheenaihe alalla, jossa päivät ovat pitkiä ja henkisesti raskaita.

Ständimyynti on hyvä avata käsitteenä, jotta lukijalla on selvä käsitys mitä tällä tässä opinnäytetyössä tarkoitetaan. Ständimyynti on työtä, jota tehdään ostoskeskuksissa, messuilla, markkinoilla ja julkisilla paikoilla. Työn tarkoituksena on kontaktoida asiakas ja myydä hänellä työnantajan tarjoamaa palvelua tai tuotetta. Tehokkuuden säilyttäminen koko työpäivän nousee yleensä haasteeksi. Ständimyynti pääkaupunkiseudulla on hyvin yleistä ja asiakasta on haastavampaa saada pysähtymään. Työssäjaksamiseen liittyy monia eri osa alueita, joita tullaan käymään läpi tässä opinnäytetyössä.

1.1 Työn tausta

Opinnäytetyön laatija on toiminut ständimyynnin parissa vuosia ja alkoi miettimään opinnäytetyön prosessin alettua alallaan kohtaamiin haasteisiin. Heräsin paljon kysymyksiä siitä miten tietyt myyjät osaavat pitää oman motivaatitasonsa korkealla ja samalla yltäen huippusuorituksiin, kun taas toiset eivät muutaman kuukauden työsuhteen jälkeen enää koe työtä samalla tavalla mielekkääksi, kuin sen aloittaessaan. Opinnäytetyönlaatija mietti myös millä tavoin työssäjaksaminen vaikuttaa ständimyynnissä ja mitä eri asioita siihen kuului.

Näistä pohdinnoista syntyi ajatus tehdä opinnäytetyö, jossa käsitellään työssäjaksamisen ja motivaation merkitystä ständimyynnissä ja sitä millaiset tekijät vaikuttavat edellä mainittuihin seikkoihin.

Opinnäytetyön laatija oli miettinyt myös muita aiheita, mutta tämä oli hänen mielestään ajankohtainen ja itseään koskettava, joten päätyi tekemään tästä opinnäytetyön.

1.2 Työn tavoite

Opinnäytetyön laatija huomasi, miten motivaation tasot vaihtelivat myyjäkohtaisesti niin paljon, jotkut myyjät suoriutuivat työstään erinomaisesti, kun taas toiset eivät jaksaneet myydä niin ahkerasti ja menivät siitä mistä rima on matalin.

Opinnäytetyön laatija koki myös työssäjaksamisen olevan tärkeä osa alalla pärjäämisen kannalta, joten hän otti myös sen tarkasteluun tätä opinnäytetyötä varten

Opinnäytetyön tavoite on tutkia millä eri tavoin motivaatio ja työssäjaksaminen vaihtelee ja miksi. Tämän lisäksi työn tavoite on auttaa ständimyynnin parissa työskenteleviä myyjiä ja esimiehiä työssäjaksamisen ja motivaation osa-alueilla. Sekä auttaa esimiehiä ymmärtämään, miksi myyjä väsy ja mistä motivaation puutteesta saattaa olla kyse. Tämä opinnäytetyö toimii työkaluna sekä myyjille oman työssäjaksamisen ja motivaation tueksi, että esimiehelle johtamisen työkaluna.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Tämä opinnäytetyö alkaa johdannolla, jossa kerrotaan opinnäytetyön taustasta ja siitä miksi opinnäytetyön laatija on valinnut kyseisen aiheen tarkasteltavakseen. Opinnäytetyön laatija kertoo johdannossa tavoitteistaan opinnäytetyön suhteen ja myös siitä, ketä varten opinnäytetyö on tehty. Tämän jälkeen alkaa työn teoriaosuus, jossa opinnäytetyön laatija avaa teoriakäsitteet. Teoriakäsitteiksi on valittu työhyvinvointi ja motivaatio. Työhyvinvointi osuudessa käydään läpi työhyvinvointia ja asioita, jotka siihen liittyvät. Opinnäytetyön laatija jakaa myös työhyvinvoinnin alakäsitteisiin, jotta työhyvinvointi käsitteenä ja asiat, jotka siihen kuuluvat avautuisivat lukijalle paremmin.

Opinnäytetyön laatija siirtyy seuraavaksi kertomaan motivaatiosta ja asioista, jotka kuuluvat siihen. Motivaatio on jaettu kahteen osa-alueeseen, jossa tarkastellaan sisäistä ja ulkoista motivaatiota. Tästä opinnäytetyö etenee teorian yhteenvetoon, jossa opinnäytetyön laatija tiivistää teoria osuuden yhteen lukuun, jossa käy selkeästi ilmi teoriaosuuden tärkeimmät pääkohdat ja pointit.

Opinnäytetyön empiirinen osuus alkaa kappaleista, jossa kerrotaan opinnäytetyön aika-tila- ja menetelmävalinnoista. Menetelmävalinnoista käsiteltävässä luvussa kerrotaan siitä, miksi tiettyihin tutkimusmenetelmiin on päädytty ja millä tavoin se on edistänyt opinnäytetyön tavoitetta. Tämän jälkeen opinnäytetyölaatija avaa tutkimuksen toteutustapaa ja tutkimukseen osallistuneiden jakautumista. Lopuksi käsitellään tutkimuksen reabilitaatioita ja validiteettia. Tämän jälkeen opinnäytetyö siirtyy käsittelemään tutkimustuloksia ja niiden merkittävyyttä.

Viimeisessä luvussa pohditaan tutkimustuloksia ja tehdään johtopäätöksiä niiden perusteella. Opinnäytetyön laatija tuo ilmi myös jatkotutkimusehdotuksia. Viimeiseksi tulee opinnäytetyön laatijan itsearviointi opinnäytetyöprosessista ja omasta oppimisesta prosessin aikana.

2 Työhyvinvointi

Tässä luvussa käsitellään työhyvinvointia ja sitä mitä kaikkia osa alueita siihen kuuluu, jotta lukija ymmärtäisi työhyvinvoinnin käsitteenä ja sitä millä tavoin se vaikuttaa työssä suoriutumiseen ja millä eri tavoin sitä voidaan edistää työhyvinvoinnin näkökulmasta. Luvussa avataan aluksi sitä, mitä työhyvinvointi on. Tämän jälkeen luvussa kerrotaan millainen merkitys, sillä on työssä ja tämän lisäksi mitä työhyvinvoinnin puuttuminen aiheuttaa.

2.1 Työhyvinvointi käsitteenä

Työhyvinvointi tarkoittaa sitä, että työntekijä viihtyy työssä, kokee työn turvalliseksi ja kokee olevansa turvallisessa työympäristössä, joka tukee henkilön työuraa ja terveyttä. (Virolainen 2012, 11)

Työhyvinvoinnilla voidaan myös tarkoittaa työntekijän yleiseen hyvinvointiin liittyvää viireystilaa, joka edesauttaa jaksamista työelämässä. (Ojala & Ahonen 2005, 28)

Työhyvinvointi sisältää laajan määrän eri käsitteitä. Näistä yleisimpiä ovat henkinen, sosiaalinen ja fyysinen hyvinvointi. Kaikki osa-alueet ovat jollain tapaa yhteydessä toisiinsa. On äärimmäisen tärkeää suunnata huomio kokonaisyhyvinvointiin, kun puhutaan työhyvinvoinnista.

On erittäin yleistä, että kun jokin osa-alue kärsii, niin se vaikuttaa toiseen osa-alueeseen negatiivisesti. Esimerkiksi jos työ on psyykkisesti stressaavaa niin se voi myös näkyä psyykkisessä hyvinvoinnissa. Työntekijän pitää voida hyvin kaikilla osa-alueilla, jotta ihmisen työhyvinvointi olisi parhaalla mahdollisella tasolla. (Virolainen 2012, 12)

Seuraavissa luvuissa tullaan käymään läpi eri työhyvinvoinnin osa-alueita

2.2 Fyysisen työhyvinvoinnin merkitys ständimyyntissä

Fyysinen työhyvinvointi on isoin ja näkyvin osa ständimyyntiä. Siihen sisältyy esimerkiksi työasento, työn fyysiset olosuhteet ja työn kuormitus. Lisäksi siihen liittyy työpaikan yleinen siisteys, työympäristön lämpötila ja työvälineet. (Virolainen 2012, 17)

Ständimyyntissä työskentelevillä fyysinen rasitus on erilaista, kun toimistotyötä tekevillä, sillä työskentely tapahtuu seisten koko työpäivän ajan. Jatkuva seisoma-asennossa työskentely voi aiheuttaa jalkojen lihasten ylikuormittumista ja kipeytymistä. Nivelvaivat ovat myös yleisiä seisomatyötä tekevillä ihmisillä. (Oikotie 2017)

Työympäristön olosuhteet vaihtelevat laajalti ständimyyntialalla firmoittain. Hyvin usein ständimyynti tapahtuu sisätiloissa, kuten ostoskeskuksissa ja messuilla. Tämän lisäksi sitä harjoitetaan ulkona esimerkiksi markkinoilla ja ostoskeskusten ja kauppojen pihalla.

2.3 Psyykkisen työhyvinvoinnin merkitys ständimyyntissä

Ständimyyntissä psyykkiseen hyvinvointiin vaikuttavat esimerkiksi tulospaineet, työn stressaavuus ja tietenkin työilmapiiri. Työolosuhteilla voi olla myös merkittävä vaikutus psyykkiseen jaksamiseen työssä. Jos työntekijä ei ständillä suoriudu hyvin ja työpaikalla ei ole kannustava ilmapiiri, työntekijällä tulee olemaan haasteita psyykkisessä jaksamisessa. (Virolainen 2012, 18)

Jatkuvat muutokset ovat läsnä myyjän työssä ja on tärkeää osata sopeutua niihin. On tärkeää myös, että myyjä osaa reagoida tuleviin muutoksiin itselleen suotuisalla tavalla. Psykologisen pääoman runsaus, näkyy myyjällä mielenrauhana muutostilanteissa, työtyytyväisyytenä ja sillä on vaikutusta myyjän suoriutumiseen omassa työssään. (Manka & Manka, 2016, 159)

2.4 Sosiaalinen työhyvinvoinnin merkitys ständimyyntissä

Sosiaalinen työhyvinvointi on mahdollisuus osallistua kanssakäymiseen muiden kollegojen kanssa. Tämä käsite pitää myös sisällään kollegojen keskinäiset välit. Ständillä työskennellään yleensä muiden kanssa, työskentely saattaa tapahtua myös yksin, jolloin sosiaalinen työhyvinvointi kärsii ja tämä voi viedä työntekijältä työpaikan yhteisöllisyyden tunteen. (Virolainen 2012, 24)

Sosiaalista pääomaa voidaan kartuttaa pitämällä huolta siitä, että työyhteisön jäsenet pääsevät olemaan vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Sosiaalisesti hyvinvoiva myyjä kokee myös, että työyhteisöllä on yhteinen tavoite, jota kohti kaikki pyrkivät. Kommunikaatio esimiehen kanssa toimii ja myyjä kokee, että häneen voi luottaa. Tämän lisäksi myyjä kokee olevansa hyväksytty omana itsenään työyhteisössä. Hyvä esimiestyö ja työyhteisön toimivuus aikaansaavat sosiaalista hyvinvointia myyjässä. (Manka & Manka, 2016, 134)

2.5 Palautuminen

Palautuminen on äärimmäisen tärkeää työn kannalta, jotta myyjä jaksaa tehdä työtä optimaalisella tehokkuudella. Palautumista voi tehostaa monin eri keinoin, mutta tärkeimmäksi tekijäksi nousee tarpeellinen unenmäärä. Unen keskimääräinen tarve ihmisellä on

7-9 tuntia, mutta tästä huolimatta moni ihminen selviytyy tätä vähemmällä määrällä unta ilman mitään ongelmaa.

Liiallinen työn vaativuus korostuu työntekijällä vaikeutena palautua työpäivän jälkeen, joka voi vaikuttaa unen laatuun. Myös vapaa-ajan riittävyys on tärkeää palautumisen kannalta. Riittävä vapaa-aika antaa mahdollisuuden saada ajatukset pois työstä hetkeksi ja antaa työntekijälle mahdollisuuden harrastaa itselleen, jotain mielenlaatua nostattavaa tekemistä. (Manka & Manka, 2016, 181-182)

3 Motivaation merkitys ständimyynnissä

Motivaatio on halu saada jotain aikaan. Motivaatioon vaikuttavat motiivit. Motiivit ovat haluja, tarpeita tai tavoitteita. Motiivit antavat suunnan yleiselle käyttäytymiselle. Tämän vuoksi motivaatio on motiivien tuottama tila. Ständimyynnissä menestyäkseen on oltava motivaatiota onnistua. Motiivina saattaa toimia raha tai halu näyttää muille. Nämä ovat muutamia motiiveja, jotka koskettavat ständimyynnissä toimivia henkilöitä. (Ruohotie 1998, 36-37)

Motivaatio voidaan jakaa moniin eri osa-alueisiin, mutta opinnäytetyön kannalta merkittävimmät osa-alueet ovat sisäinen ja ulkoinen motivaatio. Molemmat ovat tärkeitä työssä onnistumisen kannalta, jonka takia niitä ei kannata asettaa täysin erillisiksi kokonaisuuksiksi tai eriarvoiseen asemaan, sillä kumpikin osa-alue täydentää toistaan ja ne esiintyvät usein samanaikaisesti. (Ruohotie 1998, 38)

3.1 Sisäinen motivaatio

Sisäiseen motivaatioon kuuluu työssä, sen monipuolisuus, haasteellisuus, onnistumisen kokemukset ja monia muita sisäisesti koettuja asioita. Sisäinen motivaatio saattaa esiintyä tunteiden muodossa, kuten tyytyväisyys työhön ja itsevarmuus työtä tehdessä. (Ruohotie 1998, 38)

Ständimyynnissä sisäinen motivaatio näkyy oikeanlaisena asenteena ja energiana työtä tehdessä. Sisäisesti motivoitunut myyjä on kärsivällinen ja asettaa korkeita odotuksia itselleen ja työnantajalleen. Hän kokee työnsä merkitykselliseksi ja nauttii haasteista. (Ruohotie 1998, 39)

3.2 Ulkoinen motivaatio

Ulkoinen motivaatio liittyy henkilön ulkopuolisiin asioihin, ulkoinen motivaatio on aina riippuvainen henkilön ulkopuolisista asioista. Ulkoiseen motivaatioon voi esimerkiksi liittää työympäristön, palkan, esimiehen tuen ja arvostuksen saaminen tehdystä työstä. (Ruohotie 1998, 38-39)

Ulkoisilla motivaattoreilla on merkittävä vaikutus siihen, miten hyvin asetettuihin tavoitteisiin päästään (Ruohotie 1998, 37). Jos palkkamalli on hyvällä tasolla, voidaan sanoa, että tavoitteisiin pääsy helpottuu huomattavasti. Jos työympäristö on suotuista myyjälle tämä kannustaa häntä tekemään työnsä paremmin.

Ulkoisesti motivoitunut ständimyyjä saa motivaationsa palkasta ja sen kasvattamisesta, esimiehen kannustuksesta ja kollegojensa arvostuksesta. (Ruohotie 1998, 38).

Esimies tai työnantaja voi ulkoisesti palkita alaisiaan kannustamalla ja tekemällä työympäristön mielekkääksi alaisilleen, esimerkiksi pitämällä huolta työpisteen siisteydestä ja tiimihengestä, tekemällä kannustavan palkkamallin, joka palkitsee onnistumisista. Ulkoisesti palkitsemalla, esimies tai työnantaja pystyy parantamaan suorituksia lyhyellä aikavälillä. Huonosti sovellettuna työntekijä saattaa haluta mahdollisimman suuren palkkion suhteessa hänen työaktiivisuuteensa. (Ruohotie 1998, 38-41)

4 Teorian yhteenveto

Tämän luvun tarkoitus on tiivistää aikaisemmissa luvuissa käydyt teoriakäsitteet, jotta lukija ymmärtää niiden tarkoituksen ja arvon tässä opinnäytetyössä. Tämä luku tiivistää aikaisemmat teoriakäsitteet ja antaa selkeän kuvan siitä, mitä on työhyvinvointi ständimyyntissä ja auttaa ymmärtämään motivaation merkityksen ständityössä.

Työhyvinvointi jakautuu moniin eri osa-alueisiin, jotka kaikki ovat tärkeitä ständimyyntissä onnistumisen kannalta. Fyysinen jaksaminen korostuu tehdessä pitkiä työvuoroja, työntekijän joutuessa seisomaan tämän ajan. Fyysisesti hyvinvoiva myyjä tekee työtä turvallisessa ympäristössä ja kokee, että työn fyysiset olosuhteet eivät ole liian vaativia.

Psyykinen työhyvinvointi on osa-alue ständimyyjän työssä, johon sisältyy esimerkiksi psyykinen jaksaminen, tulospaineet ja työn stressaavuus. Psyykkisesti hyvinvoiva myyjä kokee, että työ on sopivan haastavaa ja kokee muutostilanteet osaksi työelämää antamatta niiden vaikuttaa mielenrauhaan.

Työhyvinvoinnin kannalta merkittävää on myös sosiaalinen työhyvinvointi, joka näkyy työssä siten, että työntekijä pääsee tekemään työtä sosiaalisessa ympäristössä muiden kanssa. Sosiaalisen työhyvinvoinnin kannalta merkittävää on se, että työntekijä kokee olevansa hyväksytty työyhteisössään ja välit esimieheen ovat hyvät.

Palautuminen on tärkeää työssä suoriutumisen kannalta ja siihen vaikuttaa eniten unensaanti. Jos työ on liian vaativaa, työntekijä tarvitsee enemmän aikaa palautuakseen. Mielekäs vapaa-ajan vietto vaikuttaa myös positiivisesti palautumiseen.

Motivaatio on tärkeää ständimyyntissä, koska se määrittelee yksilön halut ja motiivit. Motiivit ovat yksilöllisiä ja kaikilla on erilaisia motiiveja. Yleisiä motiiveja ovat esimerkiksi raha ja halu kehittyä paremmaksi myyjäksi. Motivaatio voidaan jakaa kahteen osa-alueeseen ulkoiseen ja sisäiseen. Ulkoiseen motivaatioon vaikuttavat esimerkiksi raha, työsuhteet ja halu näyttää muille. Sisäiseen motivaatioon kuuluu onnistumisen kokemukset työssä ja työnmonipuolisuus. Sisäiseen motivaatioon kuuluu myös koetut tunteet ja niiden vaikutus työhön.

5 Empiirinen osa

Tässä luvussa alkaa opinnäytetyön empiirinen osuus, jossa käsitellään eri opinnäytetyöhön liittyviä tärkeitä asioita kuten tutkimuksen aikataulu, jossa kerrotaan millaisella, aikataululla opinnäytetyö on toteutettu.

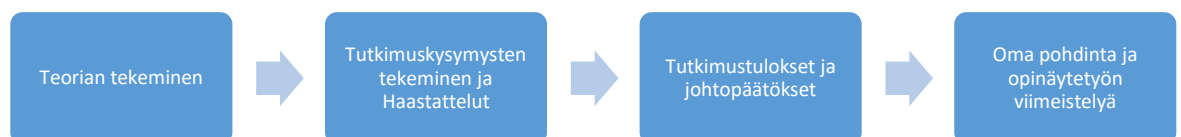
5.1 Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu

Opinnäytetyö aloitettiin lokakuun lopussa 2019 teoriaosuuksilla ja tämän jälkeen, joulukuun alkupuolella opinnäytetyössä alkoi tutkimusosuuden tekeminen. Ensimmäisenä vaiheena oli tutkimuskysymysten laatiminen ja tämän jälkeen siirryttiin haastatteluihin. Opinnäytetyön laatija haastatteli henkilöitä, jotka työskentelevät ständimyyjinä eri yrityksissä ympäri pääkaupunkiseutua.

Haastatteluita pidettiin yhteensä 8. Henkilöt valittiin haastatteluun laajasta määrästä eri aloja, joista viisi oli teleoperaattorialalla työskenteleviä ihmisiä ja yksi sähkömyynnin parissa työskentelevä henkilö ja kaksi työskenteli myyden aikakauslehtiä ständillä. Haastattelut toteutettiin joulukuussa 2019 ja kaikkia osallistujia haastateltiin kasvotusten.

Haastatteluiden jälkeen syntyi dataa, josta pystyi tekemään johtopäätöksiä tutkimuksen kohteesta. Helmikuun 2020 lopussa opinnäytetyö eteni tutkimustulosten käsittelyyn ja johtopäätöksiin tulosten perusteella.

Oma pohdinta tuloksista ja opinnäytetyöstä kirjoitettiin maaliskuun 2020 alussa. Opinnäytetyön laatijan tavoite oli saada opinnäytetyö valmiiksi tammikuun aikana, mutta työpaikan takia ajanhallinta muodostui haasteeksi. Opinnäytetyön laatija päivitti deadlinea huhtikuun alkuun.



Kuvio nro 1: Opinnäytetyön prosessin kuvaus

5.2 Menetelmävalinnat

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi on valittu kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä, eli toisin sanoen laadullinen tutkimusmenetelmä. Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoitus on ymmärtää tutkittavan asian, ominaisuuksia ja merkitystä kaikenkattavasti. (Jyväskylän Yliopisto 2015)

Kvalitatiivisen tutkimuksen toteuttamiseksi päätettiin käyttää tässä opinnäytetyössä puolistrukturoitua haastattelua, jossa haastatteluun laaditaan kysymykset valmiiksi teorian pohjalta. Haastattelun tarkoituksena on esittää avoimia kysymyksiä haastateltavilta, joihin ei ole olemassa valmiita vaihtoehtovastauksia. (Eskola & Suoranta 1998, 85)

5.3 Tutkimuksen toteutustapakuvaus

Tutkimus toteutettiin joulukuun aikana 2019. Haastatteleamalla ständimyyntin parissa työskenteleviä myyjiä. Opinnäytetyön laatija ei ollut sopinut kenenkään kanssa valmiiksi haastatteluita vaan päätti mennä kiertämään ydinkeskustassa ständejä läpi, kysellen myyjiltä mahdollisuutta haastatella heitä. Tämä tehtiin sen vuoksi, että opinnäytetyön laatija ei halunnut, että kysymyksiin valmistauduttaisiin, aiheen vuoksi sen enempää.

Jos haastateltavat olisivat saaneet valmistautumisaikaa kysymyksiin, se olisi saattanut antaa mahdollisuuden vastausten kaunisteluun. Tämän lisäksi haastateltavat olivat töissä haastattelu-aikaan, joten asia oli väistämättä erittäin ajankohtainen. Etenkin motivaatiokysymysten vastaukset korreloivat haastateltavan sen hetkistä työpanosta erittäin selkeästi.

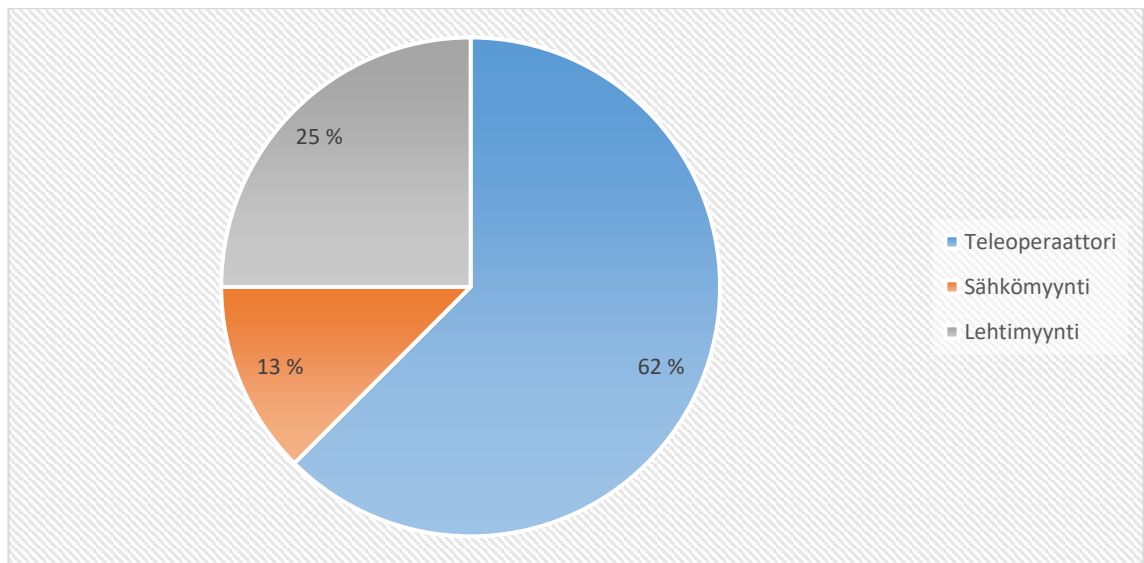
Haastatteluiden kysyminen työssä olevilta ständimyyjiltä osoittautui menestyksekkääksi, sillä suurin osa keneltä kysyttiin, suostui haastatteluun. Haastatteluissa käytettiin valmiita haastattelupohjaa, jonka opinnäytetyön laatija oli tehnyt tätä kyseistä opinnäytetyön tutkimusta varten.

Haastatteluissa kysyttiin kysymyksiä liittyen työssäjaksamiseen ja motivaatioon. Tämän lisäksi haastattelussa kysyttiin näiden esimiestyön vaikutusta kumpaakin aiheeseen. Haastattelut suoritettiin anonymisti ja luottamuksella. Kenenkään haastattelijan ei tarvinnut kertoa nimeään, eikä työnantajaa. Opinnäytetyön laatija äänitti haastattelut tutkimustaan varten.

5.4 Haastattelijoiden jakautuminen

Haastateltavat jakautuivat moneen eri kategoriaan. Toimi-aloittain suurin osa haastateltavista olivat teleoperaattorialalta. Tämä johtuu siitä, että teleoperaattoriala on opinnäytetyön laatijan toimiala, joten teleoperaattori myyjät olivat helposti lähestyttävissä.

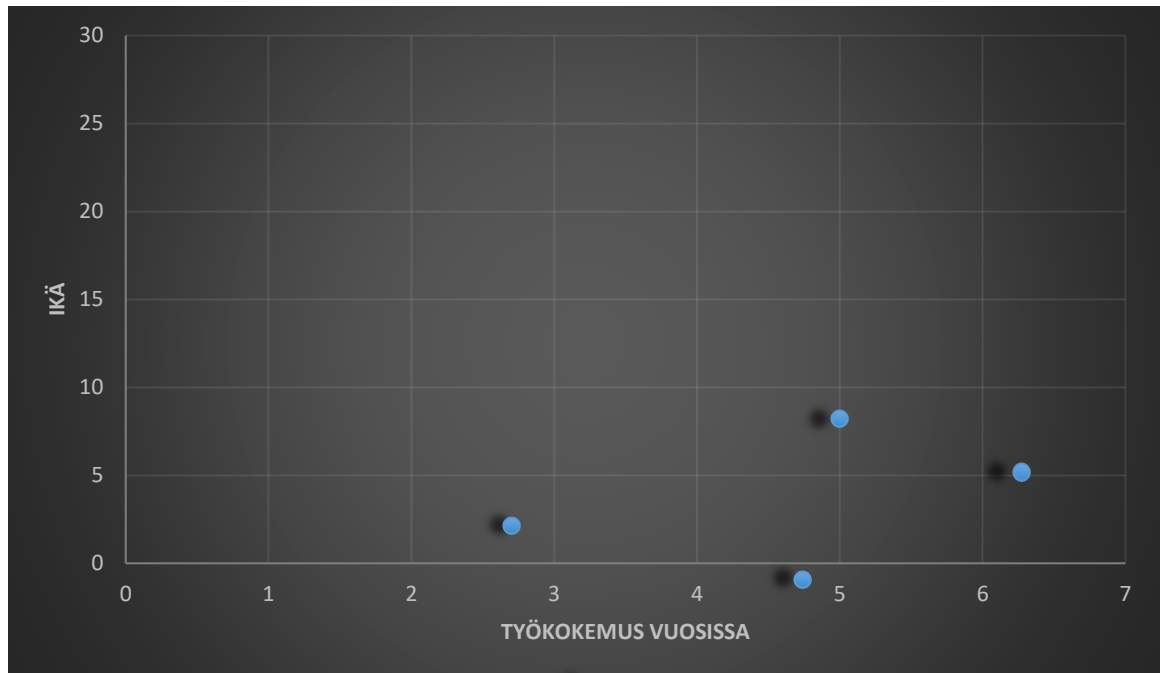
Tämän lisäksi opinnäytetyöhön haastateltiin myös lehtimyyjiä. Lehtimyyjät, opinnäytetyön laatija löysi ostoskeskuksesta ydinkeskustasta ja pyysi heiltä haastattelua. Tämän lisäksi yksi sähkömyyjä suostui haastatteluun.



Kuvio nro 2: Haastattelijoiden jakautuminen toimialoittain.

Haastateltavien ja työkokemus vaihteli laajalti. Haastateltavana oli henkilö, joka on työskennellyt ständimyyntin parissa vasta yhden kuukauden ajan ja vastapainoksi opinnäytetyön haastatteluun osallistui kokeneempi myyjä, joka on toiminut alalla kuuden vuoden ajan. Opinnäytetyön laatija koki, että on hyvä saada näkökulmia myyjiltä työsuhteen alkuvaiheesta ja sekä hieman pitempään alalla työskennelleeltä myyjältä. Muiden haastateltavien työsuhteet olivat arviolta kuudesta kuukaudesta puoleentoista vuoteen.

Haastateltavat olivat iältään yhdeksästätoista vuodesta kahteenkymmeneenkuuteen vuoteen. Opinnäytetyön laatija olisi halunnut haastatella myös iältään yli kolmekymmentä vuotiaita, tutkimustaan varten, mutta tätä kriteeriä täyttävää henkilöä ei tutkimukseen löytynyt.



Kuvio nro 3: Pistekaavio haastateltavien iän ja työkokemuksen mukaan

5.5 Reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimuksen kannalta on tärkeä arvioida tulosten pätevyys ja luotettavuus, jotta voidaan välttyä mahdollisilta virheiltä. Kun arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta, voidaan harjoittaa erilaisia mittaus- ja tutkimustapoja sen aikaansaamiseksi. Tutkimuksen luotettavuuden voi todeta monella eri tavalla. Jos kaksi eri tutkijaa tutkivat samaa aihetta ja päätyvät samaan lopputulokseen, voidaan tutkimusta pitää luotettavana tai jos kohdehenkilöä tutkitaan useaan otteeseen ja saadaan aina sama lopputulos, voidaan tutkimusta tällöinkin pitää luotettavana. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 1997, 231)

Tutkimuksen kannalta myös olennainen käsite on validiteetti, jolla tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kompetenssia mitata tutkittavaa kohdetta. Mittarit ja tutkimuskysymykset eivät aina vastaa juuri sitä mitä koitetaan tutkia, erilaisten kyselyiden kysymykset saatetaan ymmärtää eri tavalla, kun tutkija on ne halunnut ilmaista. Tämän takia tutkimuksen validiteetti saattaa kärsiä, jos tutkija tarkastelee tutkimustuloksia oman näkemyksen mukaisesti, täten aiheuttaen virheitä tuloksiin. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 1997, 231-232)

Tarkasteltaessa tämän opinnäytetyön reliabiliteettia, voidaan sanoa, että se on huono. Tutkimuksen uudelleentoteuttaminen toisi todennäköisesti erilaisia tutkimustuloksia, vaikka tutkittavat kohteet eivät vaihtuisi tutkimuksen aikana. Tutkimuskohteiden mielentila

ja tunteet vaikuttavat vastauksiin sen verran, että tutkimuksesta saadut vastaukset saattaisivat vaihdella, riippuen haastattelun ajankohdasta. Haastateltavien vastauksiin vaikuttavat niin monet eri seikat, jonka takia tutkimuksen reliabiliteettia ei voida pitää hyvänä.

Tutkimuksen validiteettia voidaan pitää kohtalaisena. Tutkimuskysymykset tehtiin vastaamaan tutkittavaa kohdetta ja täten saatiin tutkimuksen kannalta tärkeitä vastauksia. Iso osa haastateltavista henkilöistä työskenteli teleoperaattorialan parissa, joka saattaa näkyä tutkimustulosten vastauksissa samankaltaisuuksina. Ihannetilanteessa haastateltavien alat olisivat jakautuneet hieman tasaisemmin. Tutkimuksen apuna käytettiin puolistrukturoitua haastattelua.

Puolistrukturoidun haastattelun idea on kysyä kaikilta haastateltavilta samat kysymykset samassa tai likimääräisesti samassa järjestyksessä. Puolistrukturoidun haastattelun pääpiirteisiin kuuluu myös tutkimusvastausten laajuus, ottaen huomioon, että haastattelija kyselee avoimia kysymyksiä. Haastattelurungon perusteella tutkija pyrkii saamaan tutkittavien kokemukset tilanteesta, jotka ovat relevantteja tutkimukselle. (Hirsijärvi & Hurme 2001, 47)

Tutkimuksen haastatteluissa kaikilta tutkittavilta kysyttiin samat kysymykset. Lähes kaikissa haastatteluissa kysymykset kysyttiin samassa järjestyksessä. Kysymysten vastausten laajuus vaihteli huomattavasti tutkittavan mukaan. Jotkut tutkittavat vastasivat joihinkin kohtiin erittäin suppeasti, mutta taas toisiin kohtiin laajemmin.

6 Tutkimustulokset

Tässä luvussa käydään läpi opinnäytetyötä varten tehdyn tutkimuksen tulokset. Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisena puolistukturoituna teemahaastatteluna. Tutkimuksella pyrittiin selvittämään mitkä asiat vaikuttavat työssäjaksamiseen ja motivaatioon ständimyynnissä. Ja onko esimiestyöllä millainen vaikutus työhön. Opinnäytetyön laatija on käynyt läpi tutkimusmateriaalin ja analysoinut sitä. Tästä syntyneitä aineistoa on käytetty esiteltäessä tutkimustuloksia tässä luvussa.

Aloitamme kertomalla haastatteluissa eniten nousseeseen seikkaan, joka on fyysisen jaksamisen merkitys ständimyynnissä. Tässä luvussa kerromme, millaisin eri tavoin fyysinen jaksaminen korostuu ständimyynnissä ja minkä takia se on koettu niin tärkeäksi. Tämän jälkeen siirrymme käsittelemään esimiehen vaikutusta ständimyyntiin. Kerromme millaisia tutkimustuloksia syntyi haastatteluissa ja pääpiirteitä, jotka nousivat selvittäessämme sitä, millainen vaikutus esimiehellä on työhön.

6.1 Fyysisen jaksamisen merkitys

Fyysinen jaksaminen oli piirre, joka nousi eniten pinnalle kysyttäessä haastatteliijoilta, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet negatiivisesti työssäjaksamiseen. Haastattelijat luettelivat asioita, kuten unenpuute, erilaiset fyysiset tuntemukset, kuten kipu tai muut epämukavuudet. Näiden lisäksi nykyhetken terveydentila oli myös tärkeä seikka. Fyysinen jaksaminen oli yksi isoimpia asioita, joka vaikutti negatiivisesti työssäjaksamiseen. Kun haastatteliijoilta kysyttiin, milloin on vaikeaa olla töissä ja miksi? Fyysinen jaksaminen oli myös yksi piirre, joka nousi esiin. Hyvä vireystila vaikutti monen haastateltavan mielestä työssäjaksamiseen positiivisesti.

Moni haastateltava koki fyysisen jaksamisen vaikuttaneen positiivisesti motivaatio tasoon myös. Hyvin nukutun yön jälkeen, oli paljon halukkaampi ja pystyvämpi kaupantekoon ja työn haasteet koettiin helpommiksi. Tutkimustulosten valossa on helppoa sanoa, että fyysinen jaksaminen koetaan tärkeäksi ständimyynnissä

6.2 Esimiestyön vaikutus työhön

Esimiestyön merkitys työssä jakoi mielipiteitä. Haastatteluissa ilmeni, että kaikkiin esimiehen käytös tai tapa toimia ei vaikuttanut samalla tavalla. On hyvä muistaa, että haastateltavia haastateltiin erilaisissa tilanteissa, jonka vuoksi vastauksia voidaan tulkita eri tavoin. Moni haastateltava, kertoi myös, että esimiehellä on suurikin vaikutus työssäjaksamiseen ja motivaatiotasoon. Jos esimies laiminlyö omia velvollisuuksiaan alaista kohtaan se saattaa herättää työntekijässä negatiivisia tunteita, joka taas saa työntekijän suoriutumaan huonommin työssään. Tämä voi esimerkiksi näkyä huonompina myyntilukuina tai yleisesti alhaisempina työtehokkuutena. Esimiehen koettiin myös pystyvän vaikuttamaan positiivisesti työssäjaksamiseen ja motivaatio tasoon. Jos esimies esimerkiksi antaa rakentavaa palautetta ja kannustaa onnistumaan verbaalisesti, moni koki saavansa siitä energiaa jaksamiseen työssä.

Tutkimuksesta voidaan päätellä, että esimiestyöllä on vaikutus myyjän jaksamiseen ja motivaatiotasoon, mutta siihen vaikuttaa myös se millaisen myyjän kanssa ollaan tekemisissä. Sillä kaikki myyjät eivät reagoi samalla tavalla esimiehen kannustukseen tai kritiikkiin. On myyjiä, jotka päällepäin näyttävät olevan suorastaan immuuneja kaikennäköiselle palautteelle mitä saavat esimiehellään. Näillä myyjillä on myös pitempi työsuhte myös takana. Tämä voi toimia jollain myyjillä, jos myyjä onnistuu hyvin työssään ja pärjää itsenäisesti ja ei koe tarvitsevansa lisäapua. Se voi olla myös huono juttu, jos myyjä ei onnistu työssään ja ei hyväksy esimiehen antamaan palautetta arvokkaasi tai millään tavalla hyödylliseksi.

7 Yhteenveto

Tässä luvussa kiteytetään opinnäytetyössä syntyneitä johtopäätöksiä ja jatkotutkimusehdotuksia. Tämän jälkeen luvussa käsitellään opinnäytetyötä prosessina. Arvio omasta oppimisesta löytyy tämän luvun lopusta.

7.1 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tutkimus osuudessa käsiteltiin laajasti työhyvinvointia ja siihen liittyviä osa-alueita. Työhyvinvointi jakautui opinnäytetyössä, fyysiseen, psyykkiseen ja sosiaaliseen osa-alueeseen. Myös työntekijän palautumista käsiteltiin teoriaosuudessa. Tämän jälkeen teoriaosuudessa puhuttiin motivaatiosta ja esimiestyön vaikutuksesta myyjän motivaatioon. Tutkimustuloksissa kävi ilmi, että todella moni myyjä kokee fyysisen jaksamisen olevan tärkein osa-alue työssäjaksamisessa. Hyvä yöunet olivat fyysisen jaksamisen edellytys. Opinnäytetyön laatijan mielestä tämä oli itsestäänselvyys. Kun nukkui hyvin, jaksoi töissä paremmin. Fyysisen jaksamisen merkitys oli ehkä tärkein opinnäytetyön tutkimustulos, joka osittain johtuu ständimyynnin työskentely olosuhteista. Jatkuva seisominen on fyysisesti raskasta ja puuduttavaa myös opinnäytetyön laatijan mielestä. Oli täysin ymmärrettävää, että haastateltavat kokivat sen tärkeäksi oman työssä jaksamisen kannalta. Tästä voidaan vetää johtopäätökseksi, että kun myyjä pitää huolta omasta fyysisestä jaksamisestaan, johon kuuluu tarpeellinen määrä unta, hyvä ruokavalio ja ylipäätään terveelliset elämän tavat niin hän voi hyvin.

Sosiaaliseen työssäjaksamiseen vaikutti se että, työkavereiden kanssa tultiin toimeen ja tiimi henki oli hyvä. Hyvä esimiessuhde koettiin edistävän työssäjaksamista. Haastateltavat pitivät tärkeänä, että suhde omiin työkavereihin oli hyvä ja, että työpaikalla ryhmähenki oli kannustava. Toiminta yhteisen asian eteen oli myös piirre, joka nosti sosiaalista työssäjaksamista. Näihin vaikuttivat esimerkiksi yhteiset myyntitavoitteet, joita kohti kaikkien oli tehtävä tiimityötä. Tästä voidaan vetää johtopäätökseksi, että kun myyjä kokee olevansa arvostettu kollega, johon luotetaan ja on sellaisessa tiimissä missä tehdään työtä yhteisten tavoitteiden eteen niin hän voi hyvin.

Motivaatio jakautui tässä opinnäytetyössä kahteen osa-alueeseen. Sisäiseen ja ulkoiseen motivaatioon. Molemmat koettiin yhtä tärkeiksi. Haastateltavat kokivat, että onnistuminen

työssä oli asia, joka vaikutti suuresti omaan motivaatiotasoon. Tämän lisäksi ulkoiset palkkiot kuten raha ja mahdolliset lisäpalkkiot ja bonukset kuten lahjakortit tai lomamatkat palkkioksi hyvästä työstä antoiva lisämotivaatiota.

Myös hyvällä esimiestyöllä oli vaikutusta tiettyjen työntekijöiden motivaatiotasoihin. Toki kaikki myyjät eivät reagoineet siihen samalla tavalla, mutta pääpiirteittäin voidaan sanoa, että hyvällä esimiestyöllä on positiivisia vaikutuksia. Johtopäätökset motivaatiosta ovat, että jos myyjä kokee saavansa rahallisesti sopivan korvauksen työstään, hän pysyy motivoituneena. Tämän lisäksi omaan motivaatioon vaikuttaa halu ja asenne menestyä työssään. Jos myyjä ei koe työtä tärkeäksi tai palkitsevaksi työnteko ei silloin motivoi samalla tavalla kuin myyjää, joka kokee, että oma työ on merkityksellistä ja antaa mahdollisuuden sisäiselle kasvulle.

7.2 Jatkotutkimusehdotukset

Tässä opinnäytetyössä perehdyttiin myynnin roolissa toimivien henkilöiden työssäjaksamiseen ja motivaatioon. Teoriaosuudessa oli käyty asiat läpi pääpiirteittäin, jonka vuoksi syventyminen työssäjaksamiseen ja motivaatioon voitaisiin jatkotutkimuksessa käsitellä, jonnekin toisen organisaatiossa toimivan näkökulmasta. Ständimyynti alalla toimivat esimiehet voivat pitää tätä opinnäytetyötä hyödyllisenä esimiestyössään. Tämän takia olisi hyvä tutkia samoja käsitteitä esimiesten ja johtamisen näkökulmasta.

Jatkotutkimuksessa olisi hyvä perehtyä siihen, miten esimies voisi omalla toiminnallaan kehittää oman tiiminsä työssäjaksamista ja motivaatiota eri keinoin. Jatkotutkimuksessa voitaisiin käsitellä sitä, miten esimies voisi koko työsuhteen aikana vaikuttaa myyjän motivaatioon rekrytoinnista työsuhteen loppumiseen saakka. Ständialalla vaihtuvuus on kohutuullisen suuri, jonka vuoksi olisi hyvä tutkia sitä millainen vaikutus työssäjaksamisella ja motivaatiolla on työntekijöiden vaihtuvuudessa ja sitä millä tavoin vaihtuvuutta voitaisiin pienentää ja työntekijä saataisiin sitoutettua työhönsä paremmin, jotta myyjä viihtyisi ja nauttisi työstään ja saisi aikaan maksimaalisia tuloksia omaan tasoonsa nähden. Opinnäytetyössä korostui fyysisen jaksamisen merkitys.

Tämä aihe vaatisi myös lisätutkimusta, jotta nähtäisiin mitkä asiat myötävaikuttavat kaikista eniten fyysiseen jaksamiseen ja millä tavoin työuupumusta saataisiin pienennettyä entistä enemmän. Jatkotutkimus voisi luoda eräänlaisen oppaan oman työssäjaksamisen ylläpidosta ja antaa konkreettisia työkaluja siihen, miten jaksaminen saataisiin pidettyä korkealla.

Motivaatiosta olisi myös hyvä tehdä oma tutkimus, jossa keskityttäisiin siihen millä tavoin esimies voi omalla toiminnallaan saada aikaan työyhteisön, jossa työntekijät ovat motivoituneita. Se voisi myös mahdollisesti antaa tarkkoja ohjeita esimiehille, miten toimii kriisitilanteissa, jossa myyjä ei ole sitoutunut työhönsä ja kokee olevansa epämotivoitunut. Motivaatio on laaja käsite, jota tuskin yhdessä jatkotutkimuksessa saadaan käsiteltyä tarpeeksi kattavasti, mutta tästä huolimatta olisi hyvä tehdä ständimyyntin opas siitä millä eri keinoin tämän alan haasteet saataisiin taklattu.

7.3 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessin alussa lähdettiin miettimään kiinnostavaa aihetta, josta tulisi myös oppimisen kannalta hyödyllinen kokemus. Aiheen olisi hyvä koskettaa, jollain tavalla myyntiä, sillä opinnäytetyön laatija opiskelee Haaga-Heliassa myyntityön koulutusohjelmassa. Aiheet, jotka kiinnostivat opinnäytetyönlaatijaa, olivat työssäjaksaminen työssä, sillä se oli aihe, joka oli ajankohtainen ständimyyntissä, sillä opinnäytetyön laatija huomasi, että työssäjaksaminen monilla kollegoilla ja muilla alan työntekijöillä oli kohtalaisen alhaisella tasolla ja se oli aihe, jota oli hyvä tutkia. Tämän lisäksi motivaatio oli tekijä, joka nousi pinnalle työyhteisössä. Heräsi kysymyksiä, miksi jollain motivaatiotaso pysyi korkealla ja toisilla se oli alhainen? Minkä takia, jotkut myyjät osasivat säilyttää motivaationsa pitkiä ajanjaksoja erilaisista haasteista huolimatta, kun taas toiset lannistuivat helpommin ja kokivat haasteet ylitsepääsemättömiksi.

Näistä asioista syntyi teoriakäsitteet työssäjaksaminen ja sen eri osa-alueet ja motivaatio. Työssäjaksamisen teoria osuudessa opinnäytetyön laatija oppi paljon uusia asioita, joista on hyötyä työelämässä. Etenkin se eri osa-alueet olivat todella opettavaisia, ja niistä tulee olemaan varmasti hyötyä muissakin työelämän vaiheissa. Fyysisen jaksamisen merkitys oli kiinnosta aihe, koska se vaikutti yleisesti tuloksiin ja mielialaan töissä. Tämän teoriaosuuden tehtyä opinnäytetyön laatija omaksui näitä asioita omiin toimintatapoihin.

Motivaatioteorian tekeminen osoittautui mielekkääksi tekemiseksi opinnäytetyön laatijalle, koska aihe oli hänelle erittäin kiinnostava. Tietotaito tällä osa-alueella oli jo valmiiksi hyvällä tasolla, jonka takia kirjoittaminen tästä ei ollut millään tasolla haastavaa kokemus. Motivaatiosta kirjoittaminen opetti, sen miten motivaatio jakautui ja millä tavoin se vaikuttaa henkilökohtaiseen tekemiseen. Se millä tavalla motivaatio jakautui eri osa-alueisiin, oli täysin uutta opinnäytetyön laatijalle ja tästä syntyi täysin uudenlainen oppimisen kokemus, jonka hyöty tulee olemaan suuri itsensä motivoimisen kannalta kaikilla elämän osa-alueilla.

Tutkimusosuutta tehdessä, opinnäytetyön laatija alkoi miettimään parasta mahdollista tapaa sen suorittaa, jotta saisi mahdollisimman luotettavan määrän dataa sen analysoimiseksi. Opinnäytetyön laatija valitsi tutkimusmetodiin kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän, jossa hän haastatteli valmiiksi tehdyn haastattelupohjan avulla standi alalla toimivia myyjiä.

Haastatteluiden toteuttaminen oli mielekästä toimintaa, jossa opinnäytetyön laatija kierteli eri myyntipaikoissa pyytäen paikallisia myyjiä haastatteluun. Vastaanotto oli positiivista ja haastatteluista helpotti valmis haastattelupohja, jonka opinnäytetyön laatija oli laatinut valmiiksi haastatteluja varten. Haastattelut nauhoitettiin nauhurilla, jotta tutkimusten analysointi helpottuisi.

Haastatteluiden jälkeen alkoi tutkimustulosten analysointi. Opinnäytetyön laatija kuuntelin nauhoitetut haastattelut, pohti niiden merkitystä ja rupesi avaamaan tutkimustuloksia tutkimustulokset luvussa.

Tutkimustuloksissa selvisi, että myyjät kokevat fyysisen jaksamisen tärkeäksi ja tämä ei tullut opinnäytetyön laatijalle yllätyksellä. Tapaus ei yllättänyt opinnäytetyön laatijaa, koska se näkyi hänen, jokapäiväisessä työssä. Tutkimustulosten analysointi vaati opinnäytetyön laatijalta tarkkuutta valita relevantit asiat opinnäytetyöhön, sillä dataa syntyi paljon.

Tutkimustulosten kirjoittaminen oli opinnäytetyönlaatijalle mielekäs kokemus, koska haastattelut ja tiedon keruu oli suunniteltu hyvin ja aiheesta kirjoittaminen sujui ongelmitta. Tutkimustulosten kirjoittamisessa opinnäytetyön laatija oppi paljon uusia asioita motivaation vaikutuksesta työhön ja siitä millä tavalla eri työntekijät ottavat vastaan esimiehen antaman tuen.

Opinnäytetyön laatijalle moni asia oli ennestään tuttua pitkän työkokemuksen vuoksi kyseiseltä alalta, mutta siitä huolimatta asioiden kertaus toi esiin paljon unohtuneita asioita. Teoriaosuudessa käytyt asiat toivat myös paljon uutta tietoa opinnäytetyön laatijalle, jonka vuoksi opinnäytetyön laatiminen oli erittäin opettava kokemus.

Tutkimuksen tekeminen oli opinnäytetyön laatijalle mielekäs kokemus, hänen päästessä kiertämään ympäri pääkaupunkiseutua ja haastattelemaan juuri uransa aloittaneita standimyyjiä ja myös kokeneempia myyjiä. Opinnäytetyön laatijalle se oli opettava kokemus, koska hän pääsi siinä kuulemaan erilaisia kokemuksia työntekijöiltä, jotka ovat täysin erilaisissa organisaatioissa töissä.

Opinnäytetyön tekeminen opetti myös opinnäytetyönohjaajalle ajanhallintaa ja suunnitelmallista tekemistä opinnäytetyön eteen. Opinnäytetyönohjaajan tietotaso kasvoi suuresti työssäjaksamisesta ja motivaatiosta. Suunnitelmallinen työskentely nousi avain asemaan opinnäytetyötä tehdessä ja siitä kehkeytyi prosessin myötä opinnäytetyönohjaajalle iso vahvuus.

Lähteet

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino. Jyväskylä

Hirsijärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu, teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus. Helsinki

Hirsijärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki

Jyväskylän Yliopisto 2015. Laadullinen tutkimus. Luettavissa:

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>

Manka, M. & Manka, M. 2016. Työhyvinvointi. Alma Talent Oy. Helsinki

Oikotie 2017. Seisomatyön haasteet. Luettavissa:

<https://tyopaikat.oikotie.fi/tyontekijalle/artikkelit/seisomatyon-haasteet>

Luettu: 8.11.2019

Otala, L. & Ahonen, G. 2005 Työhyvinvointi tuloksentekijänä. WSOY. Helsinki.

Virolainen, H. 2012. Kokonaisvaltainen hyvinvointi. BoD. Helsinki

Liitteet

Liite 1. Haastattelupohja

Haastattelupohja hyvinvoinnista ja motivaatiosta ständimyynnissä. Opinnäytetyön tarkoitus on kertoa millä tavalla motivaatio ja työssäjaksaminen linkittyvät toisiinsa ja millä tavalla ne vaikuttavat työhön? Haastattelu suoritetaan anonyymisti ja luottamuksellisesti.

Taustatietoa

Ikä?

Koulutusaste?

Toimiala?

Työkokemus ständimyynnissä?

Työssäjaksaminen

Millaiset tekijät ovat vaikuttaneet negatiivisesti työssäjaksamiseesi?

Milloin on vaikea olla töissä ja miksi?

Mitä tekijöitä pidät tärkeänä työssäjaksamisen kannalta? (Listaa eri asioita haastatteluista ja katso monta samankaltaista nousee esille)

Mitkä tekijät ovat vaikuttaneet positiivisesti työssäjaksamiseesi?

Onko esimiestyöllä ollut merkitystä työssäjaksamiseesi? (vertaile eri haastatteluiden pohjalta sitä, millä tavalla laadukas tai laaduton esimiestyö vaikuttaa työssäjaksamiseen)

Motivaatio

Milloin motivaatitasosi on ollut korkeimmillaan työssä? (Onko paikalla ja ajalla suurta merkitystä tässä)

Mistä se on johtunut? (Onko kyse ympäristöllisistä tekijöistä vai sisäisistä motivaattoreista)

Mikä on ollut itsensä motivoimisessa tärkeää? (Listaa eri asioita haastatteluista ja katso monta samankaltaista nousee esille)

Onko esimiestyöllä ollut suuri merkitys motivaatitasoosi?

Liite 2. Haastateltavien jakautuminen

Haastateltava	Ala	Ikä	Sukupuoli	Koulutusaste	Työkokemus ständillä
Numero 1	Teleoperaattori	24	Mies	2. asteen	1v 1kk
Numero 2	Teleoperaattori	23	Mies	2.asteen	1 kk
Numero 3	Lehti	21	Mies	Ylioppilas	12 kk
Numero 4	Sähkö	20	Mies	Ylioppilas	4 v
Numero 5	Lehti	19	Nainen	Ylioppilas	6kk
Numero 6	Teleoperaattori	23	Mies	Ylioppilas	1v 6 kk
Numero 7	Teleoperaattori	22	Mies	Ylioppilas	4kk
Numero 8	Teleoperaattori	26	Mies	2. asteen	6v