

MYNNIN JA MARKKINOINNIN OPISKELIJOIDEN ODOTUKSET TYÖPAIKAN SUHTEEN JA NIIDEN TOTEUTUMINEN TYÖELÄMÄSSÄ

Case: Dt Dealer's

Anniina Rintamäki

Opinnäytetyö
Marraskuu 2011

Liiketalouden koulutusohjelma
Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tekijä(t) RINTAMÄKI Anniina	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 14.11.2011
	Sivumäärä 38	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus () saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi MYNNIN JA MARKKINOINNIN OPISKELIJOIDEN ODOTUKSET TYÖPAIKAN SUHTEEN JA NIIDEN TOTEUTUMINEN TYÖELÄMÄSSÄ Case:Dt Dealer's		
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) OJANPERÄ Riku		
Toimeksiantaja(t) Janne Siren, Dt Dealer's		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön toimeksiantajana oli jyväskyläläinen yritys, Dt Dealer's. Opinnäytetyö sai alkunsa siitä, että toimeksiantaja antoi tehtäväksi selvittää nuorten ihmisten odotuksia työelämästä.</p> <p>Opinnäytetyön aihe on, mitä ovat myyntiä ja markkinointia opiskelevien opiskelijoiden odotukset työpaikan suhteen ja niiden toteutuminen työelämässä. Perusongelmana yrityksen alalla on, että ammattitaitoinen ja työnantajan näkökulmasta sopiva ja koulutettu työntekijä ja työpaikka/työnantaja eivät kohtaa. He haluavat ratkaisuja siihen, miten molempien odotukset kohtaisivat paremmin ja miten he voisivat tulevaisuudessa toimia toisin.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten työntekijä ja työpaikka/työnantaja kohtaisivat. Tärkeintä on saada vastauksia siihen, että mitä mahdolliset työntekijät odottavat työpaikalta/työnantajalta ja miten molempien odotukset kohtaisivat. Tutkimus toteutettiin kyselyn avulla. Menetelmä kuuluu kvantitatiivisiin tutkimusmenetelmiin.</p> <p>Kyselyn pohjalta ilmeni, että vastaajat odottavat monipuolista, joustavaa työtä ja mielenkiintoisia työtehtäviä. He odottavat saavansa hyvää palkkaa, hyvää työnohjausta ja että olisi hyvät etenemismahdollisuudet. Heille palkka ja ilmapiiri ovat yhtä tärkeitä, mutta ilmapiirin tärkeys korostui enemmän. Suurella osalla on kokemusta tiimityöstä työelämässä ja joilla ei ole, he ovat sitä halukkaita oppimaan. He menisivät mielellään töihin keksisuureen yritykseen.</p> <p>Tulosten perusteella voidaan tehdä joitain muutoksia ja rekrytoitaessa uusia nuoria työntekijöitä he voivat tehdä muutoksia ja ottaa huomioon vastaajien odotukset. Jatkotutkimuksella voitaisiin selvittää laajemmin ammattiopiston ja yliopiston myynnin ja markkinoinnin opiskelijoiden odotuksia ja verrata niitä näihin tuloksiin. Lisäksi voitaisiin tutkia nuorten työssä olevien henkilöiden odotusten toteutumista työelämässä ja verrata tuloksia toisiinsa.</p>		
Avainsanat (asiasanat) kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä, kysely, työelämä		
Muut tiedot		



Author(s) RINTAMÄKI, Anniina	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 14.11.2011
	Pages 38	Language Finnish
	Confidential () Until	Permission for web publication (X)
Title SALES AND MARKETING STUDENTS EXPECTATIONS TO A JOB AND EXPECTATIONS FULFILMENT AT THE WORK Case: Dt Dealer's		
Degree Programme Business Administration		
Tutor(s) OJANPERÄ, Riku		
Assigned by Janne Siren, Dt Dealer's		
Abstract <p>Bachelor's Thesis was commissioned by Dt Dealer's company, locating in Jyväskylä. Dt Dealer's company gave the task to find out what are young people's expectations of work.</p> <p>Subject of the Bachelor's Thesis is what are the sales and marketing student's expectations of the work and those realizations in the workplace. The basic problem with the company's field is that the professional and in the employer's point of view, a suitable and trained employee and the employer does not meet. They want solutions to how the expectations of both would be better and how they could act differently in the future.</p> <p>The aim of the Bachelor's Thesis is to determine how the employee and the employer would meet. The most important thing is to get answers to what potential employees are waiting from the workplace/employer, and how both expectations would meet. The research was conducted by using a questionnaire. The method includes to quantitative research methods.</p> <p>The questionnaire showed that respondents expect a versatile, flexible and interesting work. They expect a good salary, good guidance at work, and that there would be good career opportunities. Both salary and atmosphere were equally important, but they emphasized more the importance of atmosphere. Most of the respondents had experience of teamwork at work and who didn't have, they were eager to learn it. They would prefer to go to work to a medium-sized company.</p> <p>Based on the results they can make some changes and when recruiting new young workers they can make changes and take into account the respondents' expectations. It can be done further research to find out more information from sales and marketing students in Vocational college and in University and compare the results with this research. Also it could explore how the expectations of young people who are already working have fulfilled and compare the results with each other.</p>		
Keywords quantitative research methods, a questionnaire, work		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1	Johdanto.....	3
2	Tutkimuksen toteuttaminen	5
2.1	Menetelmä.....	5
2.2	Kysely	5
2.3	Toimeksiantaja Dt Dealer's	6
3	Nuoret yksilöt työelämässä.....	7
3.1	Sukupolvi Y työelämässä	7
3.2	Työntekijän toivomukset työnantajalta.....	9
3.3	Työn merkitys yksilölle.....	10
3.4	Ilmapiirin ja palkan merkitys yksilölle	11
3.5	Työmotivaatio	13
4	Myynnin johtamisen haasteet	15
4.1	Myynnin johtaminen.....	15
4.2	Myyjän kehittäminen.....	16
5	Työnantajan odotukset työntekijältä.....	18
6	Tutkimuksen tulokset.....	19
6.1	Kyselyn tulokset	19
6.2	T-median tutkimus.....	27
6.3	Työnantajan ja vastaajien odotukset.....	28
7	Johtopäätökset.....	30
8	Pohdinta	31
8.1	Validiteetti ja reliabiliteetti	31
8.2	Tulosten analysointi.....	32
	Lähteet.....	34
	Liitteet	36
	Liite 1. Kysely.....	36

KUVIOT

KUVIO 1. Vastaajien vastaukset, mistä he ovat löytäneet oman alan työpaikan.....	19
KUVIO 2. Vastaajien odotukset, minkälaista työn tulisi olla.....	20
KUVIO 3. Vastaajien valmiudet tehdä työkseen suoraa myyntityötä puhelimitse tai tietokoneen avulla.....	20
KUVIO 4. Vastaajien toivomukset työnantajalta.....	22
KUVIO 5. Vastaajien vastaukset, millaiselle työpaikalle he menisivät mielellään töihin.....	23
KUVIO 6. Vastaajien odotukset työstä.....	23
KUVIO 7. Vastaajien odotukset alkupalkan määrästä.....	24
KUVIO 8. Vastaajien vastaukset ilmapiirin ja palkan tärkeydestä.....	25
KUVIO 9. Vastaajien kokemukset tiimityöstä työelämässä.....	25
KUVIO 10. Vastaajien halukkuus oppia tiimityötä.....	26
KUVIO 11. Vastaajien toivomus työpaikan sijainnista.....	26

1 JOHDANTO

Dt Dealer's -yrityksen toimitusjohtaja Janne Siren antoi aiheeksi selvittää, mitä ovat myyntiä ja markkinointia opiskelevien opiskelijoiden odotukset työpaikan suhteen ja niiden toteutuminen työelämässä. Perusongelmana heidän alallaan on, että ammattitaitoinen ja työnantajan näkökulmasta sopiva ja koulutettu työntekijä ja työpaikka/työnantaja eivät kohtaa. He haluavat ratkaisuja siihen, miten molempien odotukset kohtaisivat paremmin ja miten he voisivat tulevaisuudessa toimia toisin, kun heillä on ratkaisuja asian suhteen.

Aikomuksena on selvittää asiaa siten, että kohde rajataan Jyväskylän ammattikorkeakoulun myynnin ja markkinoinnin opiskelijoihin, jotka ovat aloittaneet opintonsa vuosina 2009–2010. Ei ole tarpeeksi resursseja ottaa laajempaa joukkoa, kuten ammattiopiston tai yliopiston opiskelijoita mukaan tutkimukseen. Dt Dealer's -yritys sijaitsee Jyväskylässä, joten myös alueena on pelkkä Jyväskylä. Tutkimuksessa on aikomus selvittää, mitä opiskelijat odottavat työnantajalta ja työpaikalta, millaisia työtehtävien tulisi olla, työpaikan olosuhteita ja heidän kokemuksiaan työelämään liittyen.

Toimeksiantaja on Dt Dealer's -yrityksen toimitusjohtaja Janne Siren. Dt Dealer's on suomalainen vuonna 1993 perustettu yritys ja heillä on kohta kahden vuosikymmenen kokemus asiakasrajapinnassa tapahtuvien myyntiprosessien suunnittelussa ja toteuttamisessa. Liikeideana on tarjota sekä yrityksille että julkiselle sektorille laadukkaita ja kustannustehokkaita suoramarkkinointi –palveluja. Heidän yrityksen palveluksessa on yhteensä kymmenen markkinointi –ja myyntialan ammattilaista. (Dt Dealer's n.d.)

Tuotevalikoima koostuu muun muassa ohjelmistoista, koulutusratkaisuista, seminaareista, ammatti –ja tietokirjallisuudesta sekä lisäksi erilaisista Internet-palveluista. He ovat palveluyritys ja he tarjoavat yhteistyökumppaneilleen laadukkaita myynti ja markkinointi ratkaisuja kustannustehokkaasti. He toteuttavat markkinoinnin sähköisten yhteyksien avulla ja puhelimitse. (Mts.)

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten työntekijä ja työpaikka/työnantaja kohtaisivat parhaiten. Tärkeintä on saada vastauksia siihen, mitä mahdolliset työntekijät odottavat työpaikalta/työnantajalta ja miten molempien odotukset kohtaisivat. Aikomuksena on tehdä kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus, jossa tehdään kysely opiskelijoiden vastattavaksi. Kyselystä saadaan vastauksia, kehittämissuhteita ja ratkaisuja ja voidaan tehdä johtopäätöksiä siitä, miten työntekijä ja työpaikka/työnantaja kohtaisivat.

Aihe on ajankohtainen yrityksessä sillä, kun he rekrytoivat uusia työntekijöitä, he haluavat silloin mahdollisesti toimia toisin kuin ennen. Työelämää se kehittää siten, että saadaan vastauksia kyseiseen ongelmaan ja osataan toimia uusien ratkaisujen avulla toisella tavalla rekrytoitaessa uusia työntekijöitä. Tämän tutkimuksen tekeminen kasvattaa myös tekijänsä ongelmanratkaisukykyä ja ammatillista osaamista.

2 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

2.1 Menetelmä

Tutkimus on tarkoitus toteuttaa siten, että laaditaan kysely myynnin ja markkinoinnin opiskelijoille, jotka ovat aloittaneet opintonsa vuosina 2009–2010. Tutkimus on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Tutkimus toteutetaan kyselyn avulla. Kyselyssä ei ole avoimia kysymyksiä, kysymyksiin on helppo vastata ja siihen ei mene kauan aikaa. Tarkoituksena on laatia yksinkertainen kysely, jotta opiskelijat vastaisivat siihen. Kysely lähetetään opiskelijoille sähköpostin kautta linkkinä ja heillä on viikko aikaa vastata kyselyyn. Heillä on vielä mahdollisuus vastata kyselyyn seuraavankin viikon ajan, jos he eivät siihen ole vielä vastanneet.

2.2 Kysely

Kysely tehdään Jyväskylän ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijoille, jotka ovat aloittaneet opiskelunsa 2009–2010 ja jotka opiskelevat myyntiä tai markkinointia. Kyselyn teoriaosuus perustuu Solutions for Retaining Generation Y Employees in the Workplace artikkeliin. Lisäksi kyselyssä on toimeksiantajan toivomia kysymyksiä. Artikkelin mukaan sukupolvi Y haluaa seuraavia asioita, että he viihtyisivät työpaikalla:

- haastavan, mielekkään työn selkeillä tavoitteilla ja odotuksilla,
- rakentavaa palautetta jatkuvasti ja kun on perusteltua, välitöntä kiitosta ja palkitsemista hyvästä suorituksesta,
- esimiehen ja alaisen välinen suhde on tärkeä ja olisi hyvä, että olisi olemassa valmennussuhde eli urapolku ja tarvittavat askeleet luotuna, että voi saavuttaa menestystä,
- joustava ja hauska työympäristö,
- työtilan tulisi olla teknologisesti kilpailukykyinen ryhmätyön edistämisen, ideoiden ja innovaatioiden jakamisen vuoksi. (Lowe, 2008.)

Kyselyssä kysytään, minkälaista työtä vastaaja haluaisi mielellään tehdä, millaiselle työpaikalle menisi mielellään töihin, mitä odottaa työnantajalta, mitä toivoo palkkukelta ja millaiseksi kokee ilmapiirin tärkeyden. Vaihtoehtoisiksi on laitettu asioita, joita sukupolvi Y mahdollisesti toivoo ja haluaa ja pitää tärkeinä.

Toimeksiantaja on toivonut kysymyksiä liittyen siihen, ovatko vastaajat löytäneet oman alan työpaikan ja jos ovat, niin miten, ovatko he valmiita tekemään suoraa myyntityötä puhelimitse tai tietokoneella, onko heillä kokemusta tiimityöstä työelämässä, ja hakevatko he töitä ensisijaisesti mistä kohteista. Lisäksi hän toivoi alkupalkan määrän kysymistä. Kyselyssä on näin ollen toimeksiantajan ja tutkimuksen tekijän laatimia kysymyksiä opiskelijoille.

Kyselyn mukaan tulokset olisivat sellaiset, että vastaajat haluavat joustavaa ja monipuolista työtä. Työnantajalta he odottavat hyvää työnohjausta, mielenkiintoisia työtehtäviä, hyvät etenemismahdollisuudet ja palautteen antamista. Heille mahdollisesti palkka ja hyvä ilmapiiri ovat yhtä tärkeitä tai ilmapiiri voisi olla jopa tärkeämpi. He ovat myös halukkaita tiimityöhön ja pitävät sitä tärkeänä. (Mts.)

2.3 Toimeksiantaja Dt Dealer's

Dt Dealer's yritys on suomalainen CRM-, (Customer Relationship Management) markkinointi ja myynti- ja agentuurialan yritys. Se on perustettu vuonna 1993 eli sillä on kohta kahden vuosikymmenen kokemus asiakasrajapinnassa tapahtuvien myyntiprosessien suunnittelussa ja toteuttamisessa. (Dt Dealer's n.d.)

Yrityksen tuotevalikoima koostuu muun muassa ohjelmistoista, koulutusratkaisuista, seminaareista, ammatti- ja tietokirjallisuudesta sekä erilaisista Internet-palveluista. Dt Dealer's on palveluyritys ja tarjoaa yhteistyökumppaneilleen laadukkaita myynti ja markkinointi ratkaisuja kustannustehokkaasti. He toteuttavat markkinoinnin sähköisten yhteyksien avulla ja puhelimitse. He tuntevat markkinat ja tietävät, mitä he myyvät kenelle ja milloin. Dt Dealer's tarjoaa asiakkailleen myös monipuolisia konsul-

tointipalveluita, jotka liittyvät muun muassa telemarkkinointiin, asiakassuhdemarkkinointiin ja B2B-myyntiin. Toimistot sijaitsevat Jyväskylän keskustassa. (Mts.)

Yrityksen perustana on kokemus, vahva osaaminen ja myyntihenkinen toimintatapa kaikissa asiakaskontakteissa. Heidän vahvuutena ovat nuorekas ja osaava henkilöstö sekä sidosryhmän kokemustaidot. Missiona on auttaa asiakkaita menestymään entistä paremmin. (Mts.)

3 NUORET YKSILÖT TYÖELÄMÄSSÄ

3.1 Sukupolvi Y työelämässä

Kuten aikaisemmin mainittiin, sukupolvi Y on keskeinen tekijä, koska kyselyyn vastaavat nuoret opiskelijat ja he ovat syntyneet sukupolvi Y:n aikaan. On tärkeää tietää, millaisia he ovat ja miten he käyttäytyvät, mitä he vaativat ja haluavat viihtyäkseen työssään.

Y-sukupolven työntekijät haastavat johtamisen ja organisaation johtamismallit avoimesti. He eivät ota asioita itsestään selvyyksinä. Y-sukupolven työntekijät eivät myöskään pelkää lähestyä esimiestään hierarkian pelossa. He tulevat esimiehen luokse ja vaativat heiltä huomiota, palautetta sekä tasa-arvoista, ei tasapäistäväää kohtelua. (Ahonen, Hussi & Pirinen 2010.)

Y-sukupolvi haluaa vuorovaikutteisen ja läsnä olevan esimiehen. He ovat tottuneet olemaan vanhempiansa huomion keksipisteenä, ja sitä samaa he vaativat esimiehiltäänkin. He kaipaavat liidereitä. Heille hyvä esimies on se, joka laittaa itsensä peliin ja johtaa ryhmänsä menestykseen. He haluavat, että esimies johtaa heitä jäämäkästi. He haluavat myös, että päätökset tehdään nopeasti ja että asiat etenevät. (Mts.)

Sukupolvi Y on tottunut nopeaan reagointiin ja aktiiviseen asioiden vaikuttamiseen. He vaativat esimiehiltään jatkuvaa palautetta. He pitävät myös julkisesta kiitoksesta. Heille on merkityksellistä tehdä asioita yhdessä tiiminä. Y-sukupolven työntekijät

ymmärtävät, että yhdessä saadaan enemmän aikaan. Kaikkien mielipiteillä on merkitystä, ja tasa-arvo ja oikeudenmukaisuus ovat hyveitä. (Mts.)

Monella Y-sukupolven työntekijällä ei ole vielä paljon kokemusta työelämästä. Työelämän odotukset saattavat olla usein jopa liian korkeat. Juuri näistä työelämään kohdistuvista suurista odotuksista johtuen nuoret kokevat epäonnistumista ja tulevaisuutensa hyvin epävarmana. Työnantajien haaste on säilyttää hyvä työnantajainaine Y-sukupolven sosiaalisissa verkostoissa. Y-sukupolvi sitoutuu työhön, ei niinkään työnantajaan. Kokemuksien saaminen erilaisista työpaikoista on heidän keskuudessaan arvostettua. He haluavat vaikuttaa nykyiseen työpaikkansa työskentelytyyliin, toimintatapoihin ja johtamiseen. Heillä riittää ideoita, jos vain johtajat ovat niitä valmiita kuuntelemaan. (Mts.)

Sukupolvi Y haluaa selvästi palautetta esimieheltä ja olla enemmän vuorovaikutuksessa esimiehen kanssa. He pitävät arvossa esimiestä ja odottavat häneltä paljon, erityisesti johtamista. He haluavat tuoda mielipiteensä esille ja he arvostavat tiimityötä. Heillä on korkeat odotukset työelämän suhteen ja heillä ei ole vielä paljon kokemusta työelämästä. Heille on tärkeää, että työ on mielekästä ja he sitoutuvat työn tekemiseen ja eivät erityisesti työnantajaan. Tämän perusteella myös osa kysymyksistä on perusteltuja, kuten esimerkiksi se, mitä he odottavat työnantajalta ja työpaikalta.

3.2 Työntekijän toivomukset työnantajalta

Henkilöstön lähtökohtia ovat terveys, osaaminen sekä fyysinen ja psyykinen työympäristö. Kiinnostava työ, arvostava ja tukeva työyhteisö sekä tilaisuus jatkuvasti kehittyä ja oppia uutta ovat ihmisen elämässä parhaimmillaan tärkeitä voimavaroja ja elämään mielekkyyttä tuovia asioita. Työn, työympäristön sekä yksilön voimavarojen ja odotusten tasapaino on kahden kauppa, jossa hyödyn saajina ovat sekä työntekijä että organisaatio. (Viitala 2009, 212.)

Esimiehen tulee luoda alaisilleen edellytykset siihen, että he voivat onnistua saamaan aikaan laadukkaan palvelun aina uudelleen ja uudelleen. Siihen tarvitaan hyvät fyysiset puitteet, kuten turvallinen ja ergonominen työympäristö, sopivat taloudelliset voimavarat, toimivat ja oikeat koneet, laitteet ja järjestelmät. Näistä seikoista huolehtiminen ja niistä vastaaminen ovat keskeinen osa esimiehen työtä. Esimies virittää työntekijöiden voimavarat kannustamalla heitä ja luomalla heille tilaisuudet osaamisen kehittämiseen ja lisäksi sitouttamalla henkilöt työhönsä. (Lämsä & Uusitalo 2002, 142.)

Esimes, joka on sisäistänyt valmentajan otteen työyhteisössään, tekee seuraavia asioita: kouluttaa ja opastaa, viestii jatkuvasti tavoitteista, jakaa tietoa, kehittää alaisensa taitoja, tunnistaa alaisten kehitystason, käy henkilöarvointikeskusteluja, arvioi ja antaa palautetta sekä palkitsee edistymisestä, suunnittelee kehittymisohjelmia yhdessä alaisten kanssa, tukee alaisiaan ammattitaidon kehittämisessä ja lisäksi tukee alaisiaan työssä ja sen kehittämisessä. (Viitala 2005, 311.)

Työntekijällä on myös toivomuksia työnantajan suhteen. On tärkeää, että on viihtyisä työympäristö, kiinnostavia työtehtäviä, hyvä työyhteisö ja että on mahdollisuus kehittyä työssään. Esimiehen tulee luoda sellaiset edellytykset ja puitteet työntekijöille, että he kokisivat työn mielekkääksi. Esimiehellä on iso rooli siinä, että alaiset viihtyvät ja saavat tarvittaessa tukea, kannustusta ja palautetta työssään. Hänen tulee myös kehittää tarvittaessa alaisiaan. Kyselyssä on sen vuoksi kysytty asioita, joita he mahdollisesti toivovat työnantajalta, kuten toivovatko he hyviä etenemismahdollisuuksia, palautteen antamista, itsenäistä työn suorittamista, hyvää työnohjausta

mielenkiintoisia työtehtäviä, koulutuksen arvostamista tai hyvää palkkaa, joka voi olla motivaationa työnteolle.

3.3 Työn merkitys yksilölle

Ihmisen ja työn välinen suhde on monimutkainen. Työ on muuttunut fyysisestä suorittamisesta aikaisempaa abstraktimmaksi. Palvelutyö on vuorovaikutusta, mutta vuorovaikutuksen luonne ja muodot muuttuvat teknologian, erityisesti tietotekniikan kehityksen myötä. Henkilöstön ja työn välisessä suhteessa voidaan erottaa kolme tärkeää aluetta, joihin esimiehen on työssään perehdyttävä ja ne ovat sitouttaminen, osaamisen kehittäminen ja jaksamisesta huolehtiminen. (Lämsä & Uusitalo 2002, 155.)

Sitoutuminen tarkoittaa sitä, että henkilö tulee mielellään joka päivä töihin, hän kokee olevansa vastuussa työstään ja työyhteisöstään ja sen kehittamisestä. Parhaassa tapauksessa sitoutumisessa henkilö kokee sisäistä innostusta työstään. Henkilöstön sitouttaminen on taas johdonmukaista esimiestyötä, jonka tuloksena muodostuu kuhunkin tilanteeseen sopiva ja tarkoituksenmukainen linkki ihmisen ja sitoutumisen kohteen välillä. (Mts. 156.)

Henkilö viihtyy työssään ja kokee sen mielekkääksi, jos työ on riittävän haastavaa, siinä on tavoitettavissa olevat, hyväksytyt päämäärät, työstä saa palkkioita ja työympäristöön voi olla tyytyväinen. Tällainen työ motivoi ihmistä pyrkimään hyvään suoritukseen. Motivaatiota onkin pidetty avainsanana organisaatioiden pyrkiessä kehittämään työsuorituksiaan. (Viitala 2003, 135.)

Työn sisältö ratkaisee pitkälti sen, miten tärkeäksi ja innostavaksi työntekijä työnsä kokee. Silloin kun työ vastaa henkilön sisäisiä kiinnostuksenkohteita, sopii arvomaailmaan ja persoonallisuustyyppiin, on helppo olla sitoutunut ja innostunut. Jos työ on sisällöltään yksitoikkoista ja mekaanista, se ei itsessään sytytä tekijäänsä. Silloin motivoivina tekijöinä korostuvat esimerkiksi työpaikan ihmissuhteet, turvallisuus ja palkka. Hyvä työ merkitsee työskentelyn vapautta ja itsenäisyyttä. Se sisältää mah-

dollisuuden säädellä itse työn arviointia ja tarkkailua sekä tehdä työtä koskevia päätöksiä. (Mts. 135–136.)

Yksilön täytyy olla sitoutunut tekemäänsä työhön. Hän tulee mielellään töihin, tuntee vastuuta työstään ja työyhteisöstään. Työn tulee olla riittävän haastavaa, ja sillä on oltava tavoitteet. Työn sisällöllä on merkitystä ja sen tulee olla yksilön mielestä kiinnostavaa. Jos työ ei ole kovin kiinnostavaa, korostuvat silloin enemmän toiset motivaation lähteet, esimerkiksi työpaikan ihmissuhteet tai palkka.

Kiinnostava työ motivoi ja innostaa henkilöä tekemään hyvää työtä, ja hän pyrkii mahdollisimman hyvään tulokseen. Lisäksi hän voi saada palkkion hyvästä työnteosta. Kyselyssä kysytään, mitä työtä vastaajat tekisivät mielellään ja vaihtoehtoina ovat: tietokoneavusteinen työ, myyntityö puhelimella, vaihteleva työ, joustava työ tai monipuolinen työ. Dt Dealer's -yrityksessä tehdään töitä tietokoneella ja myyntityötä ja sen vuoksi ne ovat vaihtoehtoina.

3.4 Ilmapiirin ja palkan merkitys yksilölle

Ilmapiiri on osa yrityksen kulttuuria ja se vaikuttaa työpaikoilla työn tuloksiin, työmotivaatioon ja työtyytyväisyyteen. Ilmapiiri muodostuu organisaation ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta ja työntekijät voivat kokea ilmapiirin myönteiseksi tai negatiiviseksi. Voi olla vaikea saada nopeasti parannuksia huonoon ilmapiiriin säännöillä ja päätöksillä, koska silloin on usein tunteet vahvasti mukana. Hyvä ilmapiiri on tärkeä tekijä työssä ja se voi olla parhaimmillaan avoin ja voidaan kokea luottavan toisiin henkilöihin työpaikalla. (Viitala 2009, 14.)

Ilmapiiri vaikuttaa työmotivaatioon, työtyytyväisyyteen ja työn tuloksiin. Ilmapiiri voi täyttää ihmisten liittymistarpeita ja antaa heille tunteen oman työnsä ja roolinsa merkityksellisyydestä. Ilmapiiri vaikuttaa myös henkilön luottamukseen siihen, miten hän arvioi tavoittavansa työtavoitteensa. Organisaatioilmasto on koko yritystä kuvaava tunnelma. Se on yksilön kokema asia, joka liittyy lähinnä välittömään työympäristöön. Pienissä yrityksissä on vain yksi organisaatioilmasto, mutta suuressa yrityksessä voi olla useita keskenään aivan erilaisia työilmapiirejä. (Viitala 2003, 63–64.)

Ilmapiirin voi jakaa suorituskeskeiseksi tai ihmiskeskeiseksi. Molemmat ovat tarpeellisia silloin, kun tavoitteena on hyvä tuottavuus ja tämä tavoite koskettaa nykyään kaikkia yrityksiä. Tuottavuutta luovat työntekijöiden vaikutusmahdollisuudet, osallistuminen, tulosten arviointi ja siihen liittyvä positiivinen palaute sekä vastuu. Vain suorituskeskeisyys yhdistettynä ihmiskeskeisyyteen luovat ilmapiiriä, jossa voi kehittyä korkea työtyytyväisyys ja myönteinen ryhmäasenne. (Viitala 2009, 14.)

Ilmapiiri on tärkeä tekijä työmotivaatiossa, työtyytyväisyydessä ja työn tuloksissa. Ilmapiiri muodostuu ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta. Parhaimmillaan ilmapiiri on avoin ja luottamuksellinen. Yksilö kokee työn mielekkäämmäksi ja motivoivammaksi, kun ilmapiiri on hyvä. He tuntevat olevansa osa yhteisöä ja että heidän työllään on merkitystä. Myönteinen ryhmäasenne on hyväksi ja työntekijät ovat tyytyväisiä työhönsä. Sen vuoksi myös kysytään ilmapiirin tärkeydestä kyselyssä, koska se on olennainen osa työssä.

Palkka on vastine tehdystä työstä. Se voi koostua erilaisista aikaan, suoritukseen ja tulokseen perustuvista eristä ja lisistä. Palkan perustan muodostavat työehtosopimukset, joissa on määritelty kunkin alan vähimmäispalkat, joita ei saa alittaa, mutta jotka voi kuitenkin ylittää. Työehtosopimus sitoo, jos se on valtakunnallinen, yleinen ja palkansaajan alaa koskeva ja työntekijän tekemä työ kuuluu sen piiriin. Työehtosopimuksen palkkaluokkia on sovellettava myös järjestäytymättömiin työntekijöihin. Työnantaja ja alainen voivat sopia keskenään taitojen, kykyjen tai työtulosten mukaan maksetuista henkilökohtaisista lisistä. Palkkaa voidaan myös alentaa, mutta ei ilman palkansaajan henkilökohtaista suostumusta tai hyväksytyä syytä vastaan. (Viitala 2003, 277.)

Palkkojen ensisijainen määräytymisperuste työntekijätason työehtosopimuksissa on palkkojen porrastaminen työn perusteella. Palkkojen suuruus on työehtosopimuksissa ilmaistu palkkaluokkina, jotka pohjautuvat työn vaativuuden lisäksi paikkakuntaluokitteluun ja palveluvuosiin. Lähes kaikissa sopimuksissa on velvoite ottaa huomioon työntekijän työsuhteen pituus henkilökohtaisen palkanosan määrittelyssä.

Palkkauksen määrittelyn perusteita ovat työn vaativuus, työntekijän pätevyys ja tulos ja -suoritus. Palkan perustana on yleensä työhön käytetty aika tai työn tulos, mutta muitakin perusteita voi kuitenkin käyttää perusteina. (Mts. 277–279.)

Palkka on vastine tehdystä työstä ja se voi olla myös yksi motivaation lähteistä työn teossa. Palkka määräytyy eri asioiden pohjalta ja palkan perustan muodostavat työehtosopimukset. Palkka voi motivoida yksilöitä ja sen vuoksi kysytään sen merkitystä ja sitä, onko palkka mahdollisesti tärkeämpi kuin hyvä ilmapiiri.

3.5 Työmotivaatio

Työmotivaatio syntyy useista tekijöistä työntekijän, työn ja työympäristön vuorovaikutuksen tuloksena. Tämän lisäksi ihmisillä on työn suhteen erilaisia odotuksia, jotka osaltaan vaikuttavat siihen, mikä kunkin kohdalla tekee työstä mielekästä ja motivoivaa. Jollekin työ on vain työtä ja keino maksaa laskut, toiselle työ on ura ja kolmannelle työ on kutsumus. (Nieminen & Tomperi 2008, 33.)

Psykologisesta näkökulmasta tarkasteltuna ihmisellä on kaksi perustarvetta, joiden välillä hän tasapainottelee: kaipuu omaehtoisuuteen ja itsenäisyyteen sekä tarve yhteisöllisyyteen, ja vuorovaikutukseen toisten ihmisten kanssa. Samat perimmäiset kaipuut, niiden täyttymisen tai täyttymisen puute, määräävät myös sitä, millaiseksi työ koetaan. Työ ei saa olla liian yksitoikkoista tai valvottua, vaan ihmisen on voitava hyödyntää omaa osaamistaan, kehittyä siinä ja ainakin jossakin määrin määrätä omasta työstään. Yhteisöllisyys taas on tärkeää siksi, että sen kautta voi saada tunnistusta työlleen, tunteen siitä, että tehty työ otetaan huomioon ja että se on osa jotain suurempaa kokonaisuutta. (Mts. 33.)

Motivaatioteorioita on olemassa monia ja ne voidaan luokitella kolmeen pääryhmään, jotka kaikki täydentävät toisiaan: tarveteoriat, yllyketeoriat ja odotusarvoteoriat. Tarveteoriat selittävät motivaatiota sisäisillä, tyydyttämistä vaativilla tarpeilla, jotka luokitellaan hierarkkisesti. Ihmisellä on luontainen halu tyydyttää yhä korkeampia tarvehierarkian tasoja. Ylemmän tason tarve ei kuitenkaan motivoi, jos alemman tason tarpeet eivät ole tyydyttyneitä. Tyydytetty tarve ei puolestaan enää motivoi,

joskin poikkeuksena tästä on jatkuvan kasvun ja kehittämisen tarve eli tarvehierarki-
an ylimmät tason tarpeet. (Mts. 33–34.)

Yllyketeoriat taas selittävät motivaatiota ja käyttäytymistä ulkoisten tekijöiden eli
palkkioiden, kannusteiden ja rangaistusten näkökulmasta. Odotusarvoteoriat puoles-
taan kuvaavat motivaatiota sillä, miten meistä jokainen reagoi yksilöllisesti käyttäy-
tymistämme ohjaaviin sisäisiin ja ulkoiisiin tekijöihin eli tarpeisiin ja kannusteisiin.
(Mts. 34.)

Näiden teorioiden perusteella voidaan todeta, että työmotivaation syntyyn, kestoon
ja tasoon vaikuttavat kolme asiaa: yksilön tarpeet, jotka vaativat tyydyttämistä, kan-
nusteet ja palkkiot joiden avulla halutunlaista käyttäytymistä palkitaan ja lisäksi yksi-
ölliset odotukset ja päätelmät, jotka koskevat tarpeita ja kannusteita eli sitä, miten
vaativaa työ on, miten todennäköisesti työstä saa palkkion ja miten hyvin palkkiot
vastaavat tarpeita. (Mts. 34.)

Työn itsessään tulee motivoida henkilöä. Työmotivaatio syntyy useista tekijöistä
työntekijän, työn ja työympäristön vuorovaikutuksen tuloksena. Jokaisella henkilöllä
on eri asioita, jotka motivoivat työssä ja se riippuu siitä, minkälainen henkilö on luon-
teeltaan. Työn tulee olla mielekästä, mielenkiintoista, monipuolista ja haastavaa, että
yksilö jaksaa tehdä työtä. Yksilöillä on eri asioita, jotka vaikuttavat työntekoon, kuten
yksilön tarpeet, kannusteet ja palkkiot ja yksilölliset odotukset ja päätelmät. (Mts.33–
34.)

On tärkeää, että työ ja yritys itsessään motivoivat työntekijää. Taloussanomien mu-
kaan tällä hetkellä Valtio, Fazer, Finnair, Google, Yleisradio, Stockmann, Valio, Kone,
S-ryhmä ja Hartwall ovat kymmenen kärjessä suosituimmista työnantajissa. Tutki-
muksen kohderyhmä olivat ammattiin opiskelevat, korkeakouluopiskelijat sekä kor-
keasti koulutetut työelämässä olevat. Tutkimuksessa on myös nuoria henkilöitä, ku-
ten tässäkin tutkimuksessa. (Nokia putosi työnantajien top 10:stä, 2011.)

Työpaikan valintaan vaikuttavat myös työsuhteen jatkuvuuden varmuus työilmapiiriin
ja kiinnostavien työtehtävien lisäksi tutkimustulosten mukaan. T-median liiketoimin-
tajohtaja Päivi Salmisen mukaan työsuhteen jatkuvuuden varmuus korostuu erityi-
sesti korkeasti koulutetuilla henkilöillä. (Mts.)

Pienen yrityksen tuleekin pohtia, miten saada ihmiset kiinnostumaan juuri heidän yrityksestään, kun tutkimusten mukaan kymmenen kärjessä suosituimmista työnantajissa olevat työnantajat ovat suuria yrityksiä.

4 MYYNIN JOHTAMISEN HAASTEET

4.1 Myynnin johtaminen

Esimies saavuttaa myynnin itselleen asetettujen tavoitteiden ja myyjiensä työn kautta. Hänen tärkeänä tehtävänä on pitää alaisensa tyytyväisinä ja sitoutuneina. Vain uskolliset työntekijät voivat muodostaa yhtenäisen ja vahvan organisaation, jota kilpailijat eivät kykene vahingoittamaan. Johtaminen on tietämistä, asioista selvää ottamista ja päätöksentekoa tietojen ja arvojen pohjalta. Päätösten tulee olla selviä ja linjassa aiempien päätösten kanssa. (Rubanovitsch & Aalto 2007, 118.)

Esimiehen on tärkeää kuunnella työntekijäportaan mielipiteitä. Myyjä on esimiehiä enemmän ja heillä on tapana pysyä tiukasti kannassaan. Jos alaiset saavat parempaa kohtelua kuin osasivat odottaa, he osoittavat esimiehelleen kiitollisuutta. Paraskin johtaja tarvitsee alaistensa kannatuksen, jotta saisi yrityksensä menestymään. Johtaja ei voi hallita pakon tai pelon voimalla, vaan hänen on saavutettava alaistensa suosio, jotta hänen asemansa olisi turvattu. (Mts. 118.)

Useassa organisaatiossa aliarvioidaan henkilöstöjohtamisen vaikutus taloudellisiin tuloksiin. Todellisuudessa on niin, että mitä paremmin yritys kohtelee ja johtaa työntekijöitään, sitä uskollisempia työntekijät ovat. Mitä pidempään myyjä pysyy yrityksessä, sitä paremmin hän oppii tuntemaan organisaation liiketoiminnan. Mitä paremmin myyjä tuntee liiketoiminnan, sitä enemmän hän myös oppii ja sitä arvokkaampi työntekijä hän siten on yritykselle. Työntekijät, jotka ovat päivittäin yhteydessä asiakkaisiin, vaikuttavat huomattavasti asiakasuskollisuuteen. (Mts. 118–119.)

Kun myyjät tarjoavat ensiluokkaista palvelua asiakkailleen ja voittavat asiakkaiden luottamuksen, myynti kasvaa ja asiakkaiden hankkimis- ja palvelukustannukset laskevat. Organisaatio tekee entistä parempaa tulosta ja pystyy maksamaan aiempaa parempaa palkkaa alaisilleen. (Mts. 119.)

Esimiehellä on tärkeä rooli siinä, että alaiset ovat tyytyväisiä ja sitoutuneita työhön. Uskolliset työntekijät muodostavat yhtenäisen ja vahvan organisaation, jota kilpailijat eivät pysty vahingoittamaan. Esimiehen täytyy myös kuunnella alaisten mielipiteitä. Kun alaiset saavat hyvää kohtelua, he osoittavat esimiehelle kiitollisuutta. Kun työntekijöitä kohdellaan hyvin, sitä uskollisempia he ovat yritykselle, ja he myös viihtyvät pidempään työssä. On hyvä, että alaiset ovat esimiehen puolella, ja näin hän saa yrityksen menestymään ja organisaatio tekee parempaa tulosta.

4.2 Myyjän kehittäminen

Hyvä henkilökunta on luonnollisesti avain yrityksen myyntimenestykseen. On haastavaa löytää ja rekrytoida valmis huippumyyjä, joten esimiehen on oltava valmis valmentamaan alaisensa myynnin ammattilaiseksi työn ohessa. Hankkiessaan uutta työntekijää esimies on ostajan roolissa ja hänen tulisi arvioida etenkin palkattavan henkilön kehityskelpoisuutta ja oppimiskykyä sekä -halua. Ratkaisevaa ei ole henkilön nykyinen taitotaso tai toimialaosaaminen, vaan kehittymispotentiaali. (Rubanovitsch & Aalto 2007, 170.)

Esimiehen tulisi iskostaa alaisiinsa ajatus, että kaikki organisaatiossa tapahtuva toiminta on myyntiä tai myynnin tukea tavalla tai toisella. Jotta myyjä voisi suoriutua työtehtävistään ja kehittyä niissä, esimiehen on tehtävä odotuksensa selviksi. Odotukset tulee ottaa säännöllisesti esille kaikkien myyjien kanssa, eikä vain käydä läpi uuden työntekijän perehdytysjaksolla. Yksi esimiehen tärkeimmistä tehtävistä on varmistaa, että myyjä ymmärtää, mitä hän tekee ja miten hänen tekonsa vaikuttavat koko yrityksen toimintaan ja menestykseen. (Mts. 170.)

Esimies voi omalla toiminnallaan vaikuttaa ratkaisevasti tiimensä taitotason kehitykseen. Hänen tärkeimpiä tehtäviään ovat konkreettisten ohjeiden antamisen lisäksi myyjien itsevarmuuden vahvistaminen, korkean tasalaatuisen toiminnan varmistaminen, sitouttaminen, myynnin esteiden raivaaminen ja suhteiden hoitaminen tiimin ulkopuolisiin tahoihin. Myynnin esteet on nostettava esiin rakentavasti ja ratkaisuhakuisesti eikä niitä saa käyttää tekosyinä tavoitteista jäämiselle. (Mts. 171.)

Jotta myyjät voisivat osoittaa kykynsä ja parantaa itseluottamustaan, esimiehen on järjestettävä tiimin jäsenille tilaisuuksia näyttää myyntitaitonsa ja palkita onnistumista. Esimies voi auttaa myyjään venymään suorituksissaan nostamalla asteittain vaatimustasoa ja olemalla pitkäjänteinen. Ilman näyttöpaikkoja ja entistä haastavampia työtehtäviä myyjät eivät välttämättä opi tunnistamaan suorituskykynsä rajoja ja potentiaaliaan. (Mts. 171.)

Esimiehen tulee valmentaa alainen myynnin ammattilaiseksi työn ohessa. Rekrytoitaessa on tärkeää henkilön mahdollinen kehityspotentiaali eikä niinkään nykyinen taitotaso. Esimiehen tulee tehdä alaisille selväksi se, että kaikki mitä he yrityksessä tekevät on myyntiä tai myynnin tukemista. Hänen tulee selvittää alaiselle, mitä hän tekee ja miten se vaikuttaa koko yrityksen menestykseen. Esimies on tärkeässä roolissa, miten alainen kehittyy ja hänen tulee poistaa mahdolliset myynnin esteet. Hänen tulee lisäksi antaa alaisten mahdollisuus näyttää taitonsa ja palkita onnistumisia. Esimiehen on siis hyvin tärkeää johtaa ja ohjata alaisia siten, että he olisivat mahdollisimman hyviä myyjiä. Hänellä on suuri vastuu alaisistaan ja heidän kehityksestään. (Mts. 170–171.)

5 TYÖNANTAJAN ODOTUKSET TYÖNTEKIJÄLTÄ

Henkilöstö on yrityksen keskeisin laatutekijä. Rekrytoitaessa uutta työntekijää tulee ottaa huomioon monia asioita. Se on yksi tärkeimpiä päätöksiä yrityksessä. Rekrytoinnissa voi tehdä paljon virheellisiä ratkaisuja ja virheistä tulee kärsimään kaikki eli valittu yksilö, yritys ja asiakkaat. Onnistuneessa rekrytoinnissa taas voidaan saada myönteistä kehitysvoimaa ja parempaa toiminnan laatua ja asiakaspalvelua. (Viitala 2003, 243.)

Uuteen tehtävään valittavan henkilön odotetaan usein suoriutuvan hyvin työstä, kykenevän kehittämään sitä ja itseään, sopeutuvan nopeasti organisaatioon ja edistävän osaltaan sen kulttuuria ja ilmapiiriä. Ennen kaikkea uuden työntekijän odotetaan tuovan yritykseen jotain sellaista, joka heijastuu myönteisesti asiakkaisiin saakka. Uudella työntekijällä on aina vaikutusta toiminnan laatuun ja luonteeseen. (Mts. 243.)

Dt Dealer's -yritys odottaa potentiaaliselta työntekijältä, että hän olisi ulospäin suuntautunut, ahkera, päämäärätietoinen, hahmottaisi kokonaisuudet ja lisäksi hänellä tulisi olla voittajan asenne. Hänen tulisi olla myyntihenkinen eli kaikessa toiminnassa päämääränä on saada asiakas ostaman enemmin tai myöhemmin. (Siren 2011.)

Opiskeluaikana on suoritettu työharjoittelu markkinointi/myyntialan tehtävissä ja todistuksessa tulisi olla kaikki alalle tärkeät oppiaineet suoritettuna hyvin tai erinomaisesti. (Siren 2011.)

Työntekijällä tulisi olla tavoitteena edetä uralla esimiestehtäviin. Hänellä tulisi olla sitoutuneisuutta pitkäjänteiseen työhön ja hänen tulisi olla valmis työskentelemään vähintään vuoden yhtämittainen työsuhde. Lisäksi olisi hyvä olla kokemusta ja/tai oppimishalukkuutta tiimityöhön. (Siren 2011.)

Kyselyn tulosten analysoimisessa verrataan opiskelijoiden vastauksia ja työnantajan odotuksia työntekijältä. Lisäksi katsotaan, miten ne kohtaavat ja mitä eroavaisuuksia mahdollisesti löytyy. Näiden pohjalta tehdään johtopäätöksiä ja ratkaisuja tutkimuksen asian selvityksessä eli siinä, miten työntekijä ja työpaikka/työnantaja kohtaisivat.

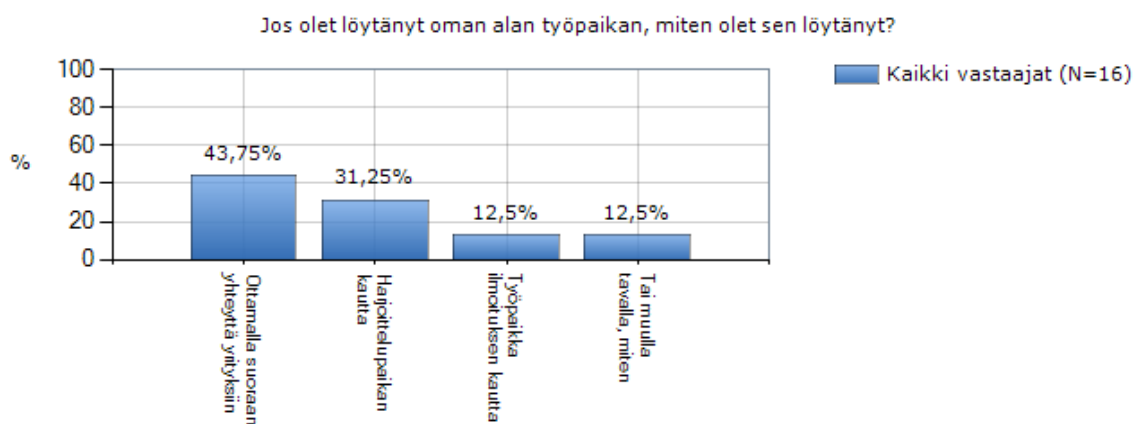
6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

6.1 Kyselyn tulokset

Kysely tehtiin Jyväskylän ammattikorkeakoulun myynnin ja markkinoinnin opiskelijoille, jotka ovat aloittaneet opiskelunsa vuosina 2009–2010. Heitä on yhteensä 240 opiskelijaa ja heistä arviolta noin 100 opiskelee myyntiä tai markkinointia. Kyselyyn vastasi yhteensä 60 opiskelijaa. Vastausprosentti on tämän mukaan kaikista opiskelijoista 25 prosenttia ja jos myynnin ja markkinoinnin opiskelijoiden määrä on arviolta noin 100, vastausprosentti on siten noin 60 prosenttia.

Taustatiedoista saatiin tietoa, että vastaajista oli enemmistö naisia (63,33 %) ja vähemmän miehiä (36,67 %). Ikäjakaumassa eniten oli vastanneista 22–26 ikäisiä (55 %). Taustatiedoista ei voi paljon ottaa selvää ja voidaan vain olettaa, että mahdollisesti myynnin ja markkinoinnin opiskelijoissa on enemmän naisia kuin miehiä ja että enemmistö heistä on iältään 22–26 -vuotiaita.

Enemmistö (78,33 %) vastaajista vastasi, että he eivät ole vielä löytäneet oman alansa työpaikkaa. Ne, jotka olivat löytäneet työpaikan (21,67 %), heistä enemmistö, oli löytänyt työpaikan ottamalla suoraan yhteyttä yrityksiin. Toiseksi eniten oli vastauksissa, että he olivat löytäneet työpaikan harjoittelupaikan kautta.



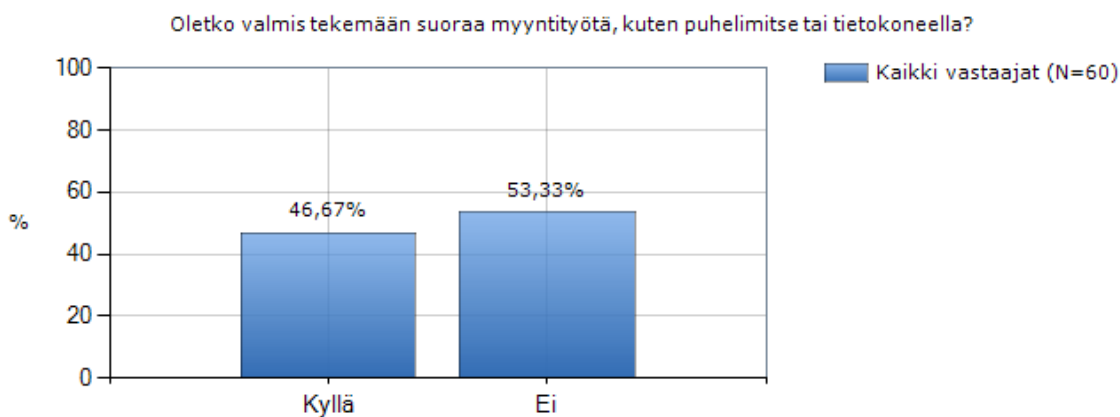
KUVIO 1. Vastaajien vastaukset, mistä he ovat löytäneet oman alan työpaikan.

Vastausten perusteella voidaan tulkita, että opiskelijoilla ei ole vielä kovin paljon kokemusta oman alan työstä, kun he eivät ole vielä löytäneet oman alan työtä. He ovat siis pääasiassa löytäneet työpaikan ottamalla yhteyttä suoraan yrityksiin tai harjoittelupaikan kautta. Tämän mukaan, jos yritys haluaa uusia työntekijöitä, harjoittelun kautta he voivat saada mahdollisesti parhaiten potentiaalisen työntekijän heille töihin.

Minkälaista työtä he haluaisivat tai etsivät ovat monipuolinen työ, vaihteleva työ ja joustava työ. Kysymyksessä oletko valmis tekemään suoraa myyntityötä puhelimitse tai tietokoneen avulla vastaajista hieman enemmän vastasivat, että ei ja hieman vähemmän oli vastauksia, että he olisivat valmiita tekemään suoraa myyntityötä.



KUVIO 2. Vastaajien odotukset, minkälaista työn tulisi olla.

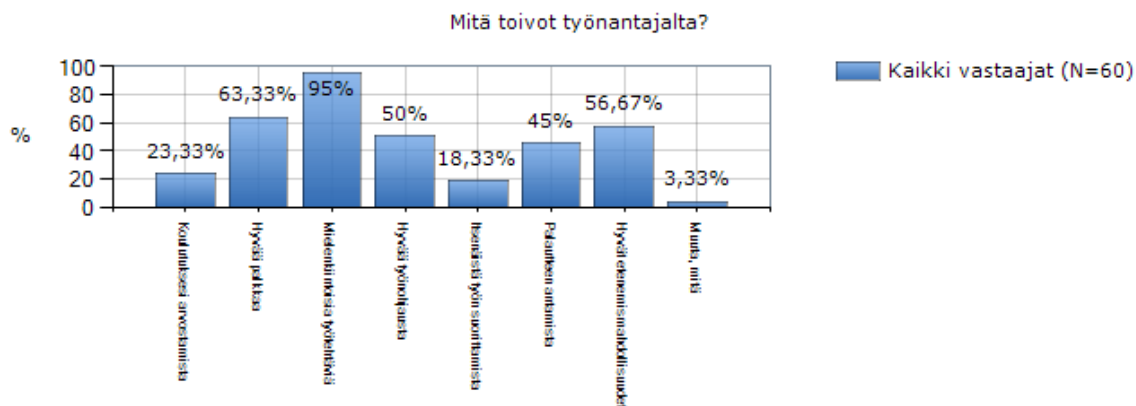


KUVIO 3. Vastaajien valmiudet tehdä työnsä suoraa myyntityötä puhelimitse tai tietokoneen avulla.

He haluaisivat, että työ olisi monipuolista, vaihtelevaa ja joustavaa. Lowen (2008) mukaan sukupolvi Y haluaa haastavan, mielekkään työn selkeillä tavoitteilla ja odotuksilla ja työympäristön tulisi olla joustava ja hauska. Ahosen, Hussin ja Pirisen mukaan (2010) myös työn mielekkyys korostui selvästi sukupolvi Y:n odotuksissa työstä. Joten kyselyyn vastanneiden odotukset ovat samankaltaisia ja selvästi he haluavat mielenkiintoisia, monipuolisia ja haastavia tehtäviä eikä yksitoikkoisia tai monia samankaltaisia tehtäviä. Dt Dealer's -yrityksessä työ on pääasiassa myyntiä, mutta siihen liittyy muitakin töitä ja ne edistävät myyntiä, joten heillä on myös tarjolla monipuolista työtä.

Dt Dealer's -yrityksen kannalta ei ole kovin hyvä se, että suurempi osa vastaajista ei ole valmiita tekemään suoraa myyntiä puhelimen tai tietokoneen avulla. Heidän yrityksessään kuitenkin tehdään suoraa myyntityötä puhelimitse ja tietokoneen avulla ja se on merkittävässä osassa työssä. Heidän tuleekin pohtia, miten saada myyntityö houkuttelevammaksi ja mielekkääksi asiaksi nuorille, jotta he tekisivät sitä mielellään. Rubanovitschin ja Aallon mukaan (2007, 118) esimies saavuttaa myynnin itselleen asetettujen tavoitteiden ja myyjiensä työn kautta. Esimiehen tärkeänä tehtävänä on pitää työntekijät tyytyväisinä ja sitoutuneita. Tämä on haasteena yritykselle ja esimiehen tulee sitouttaa ja pitää työntekijät tyytyväisinä, jotta he menestyisivät ja että myyjillä riittää mielenkiinto työhön.

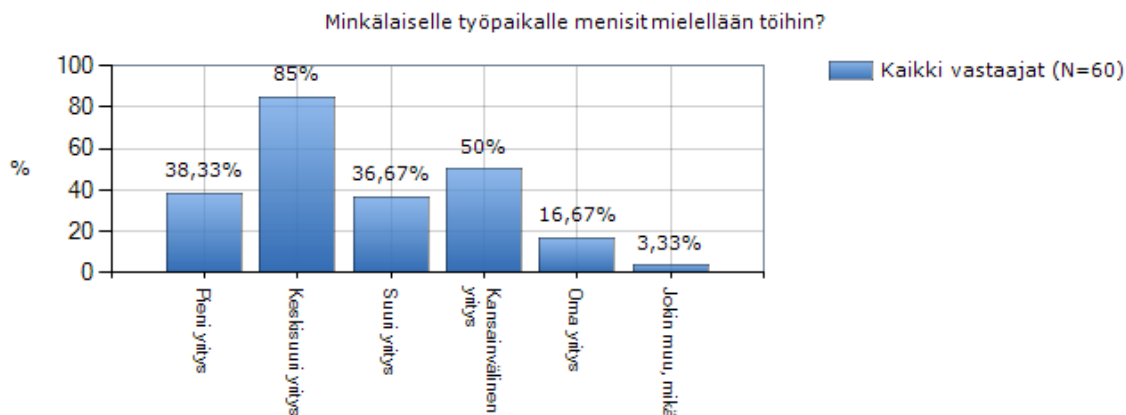
He toivovat työnantajalta seuraavia asioita: Mielenkiintoisia työtehtäviä, hyvää palkkaa, hyvät etenemismahdollisuudet ja hyvää työnohjausta. Vähemmän vastauksia saivat vaihtoehdot: itsenäistä työ suorittamista, koulutuksen arvostamista ja palautteen antamista. He menisivät töihin keskisuureen yritykseen ja vähiten mielellään omaan yritykseen.



KUVIO 4. Vastaajien toivomukset työnantajalta.

Heille on tärkeätä, että työtehtävät ovat mielenkiintoisia, he odottavat hyvää palkkaa, hyviä etenemismahdollisuuksia ja hyvää työohjausta. Lowen (2008) mukaan myös sukupolvi Y haluaa hyvät etenemismahdollisuudet, hyvää työohjausta eli esimiehen tulee ohjata alaista ja heidän suhde on tärkeä. Kuitenkin Lowen (2008) mukaan sukupolvi odottaa rakentavaa palautetta ja kyselyn tuloksissa se ei ollut aivan kärjessä, vaan vähemmän tärkeä asia. Myös Ahosen, Hussin ja Pirisen mukaan (2010) palautteen antamisen tärkeys korostuu, joten tässä kohtaa vastaukset hieman erosivat toisistaan. He eivät pidä palautteen antamista niin tärkeänä ja he pitävät tärkeämpänä mielenkiintoisia työtehtäviä, hyviä etenemismahdollisuuksia ja hyvää työohjausta.

Vastausten mukaan he menisivät mieluiten töihin keksisuureen yritykseen. Dt Dealer's -yritys on pieni yritys ja heillä onkin haasteena se, että miten he saavat nuoret kiinnostumaan juuri heidän yrityksestään. Rekrytoitaessa uusia työntekijöitä, heidän täytyy pohtia, miten saada nuoret hakemaan heille töihin, jos se on heillä tavoitteena.



KUVIO 5. Vastaajien vastaukset, millaiselle työpaikalle he menisivät mielellään töihin.



KUVIO 6. Vastaajien odotukset työstä.

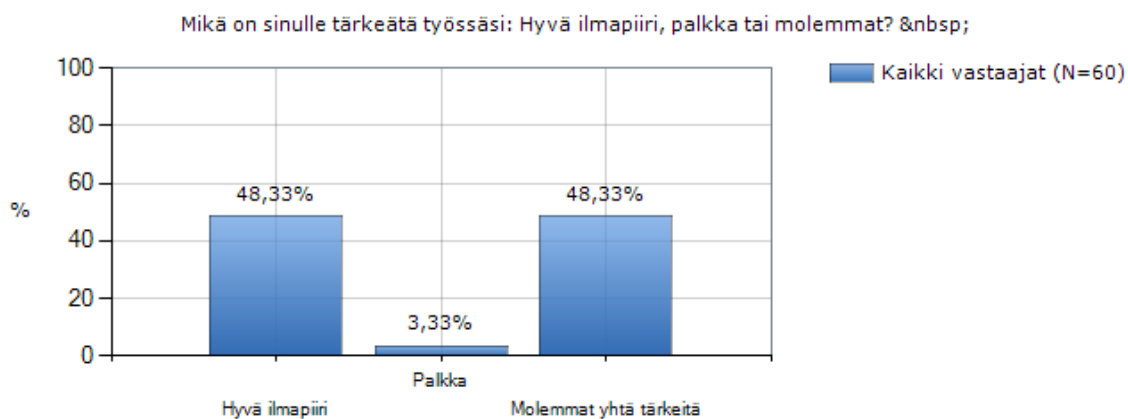
Yrityksiä on siis olemassa erikokoisia henkilömäärältä ja pienen yrityksen koko henkilömäärältään on alle 50 henkilöä. Keskiuuren yrityksen henkilömäärä on alle 250 henkilöä. Suuren yrityksen henkilömäärä on taas yli 250 henkilöä. Henkilöstön lukumäärä mitataan vuosityöyksikköinä eli niiden henkilöiden määränä, jotka ovat työskennelleet organisaatiossa tai sen lukuun täyspäiväisesti koko tarkasteltavan vuoden ajan. Sen vuoksi henkilöt, jotka eivät ole työskennelleet koko vuotta tai jotka ovat työskennelleet osa-aikaisesti, lasketaan vuosityöyksikön osina. Lisäksi mukaan ei lasketa oppisopimussuhteessa tai ammatillisessa koulutuksessa olevia opiskelijoita eikä äitiysvapaalla olevia henkilöitä. (Mikroyritysten sekä pienten ja keskiuurten yritysten määritelmä 2007.)

Heidän mielestään alkupalkan tulisi olla 2000–2500 euroa. Heille on selvästi tärkeää, että on hyvä ilmapiiri. Kuitenkin myös vaihtoehto molemmat ovat yhtä tärkeitä, sai yhtä paljon vastauksia. Joten heille palkka ja ilmapiiri ovat tärkeitä, mutta ilmapiirin arvostus korostui enemmän.



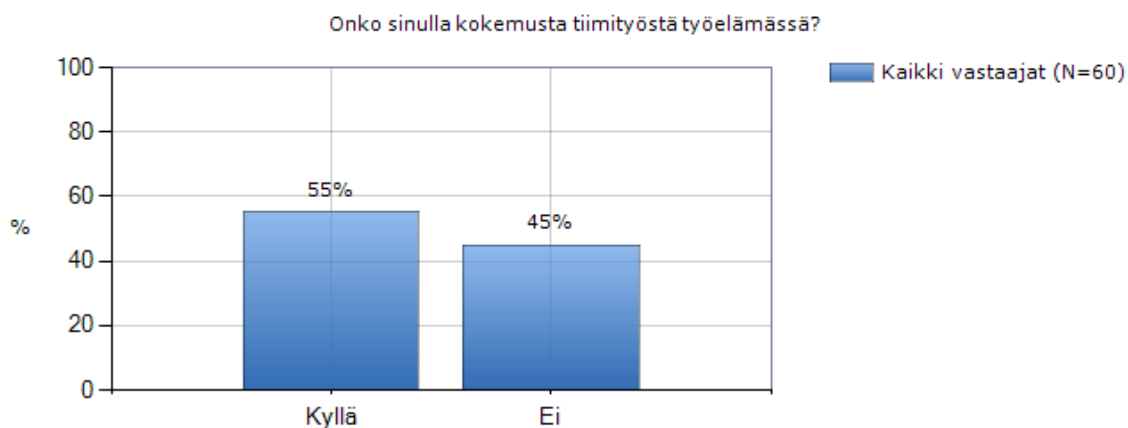
KUVIO 7. Vastaajien odotukset alkupalkan määrästä.

Ilmapiiri selvästi korostui vastanneiden vastauksissa. He kokevat sen tärkeäksi tekijäksi työssä. Jos on huono ilmapiiri, se vaikuttaa negatiivisesti työntekoon ja silloin työnteko ei ole mielekästä. Palkka voi olla myös yksi motivaation lähteistä työnteossa ja sen vuoksi myös he haluavat sopivan suuruisen palkan, jotta työnteko olisi myös hyödyllistä. Kuitenkin heidän täytyy saada elantonsa ja jos palkan määrä on pieni, työ ei myöskään innosta. Parhaimmillaan työpaikalla on hyvä ilmapiiri ja palkkakin ovat sopiva työhön nähden. Silloin työntekijä voi kokea työn erityisen mielekkääksi ja hään viihtyy työssään. Palkan määrä antaa Dt Dealersille tietoa siitä, miten paljon nuoret voivat mahdollisesti haluta alkupalkaksi, jotta he haluaisivat tulla töihin heidän yritykseen.

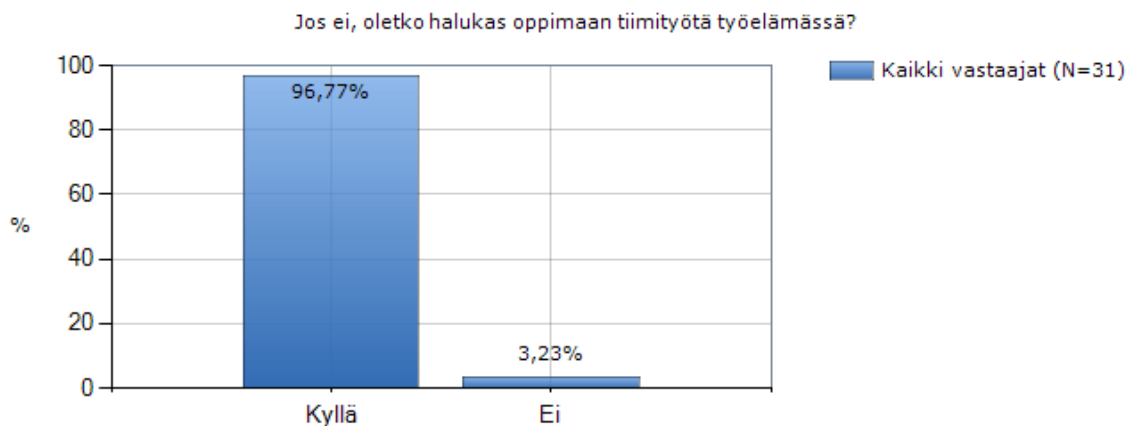


KUVIO 8. Vastaajien vastaukset ilmapiirin ja palkan tärkeydestä.

Enemmistöllä vastanneista oli kokemusta tiimityöstä työelämässä ja joilla ei ollut, heistä melkein kaikki olivat valmiita sitä halukkaita oppimaan. He hakevat ensisijaisesti töitä Jyväskylästä. Seuraavaksi eniten vastauksia oli, että sijainnilla ei ole merkitystä.



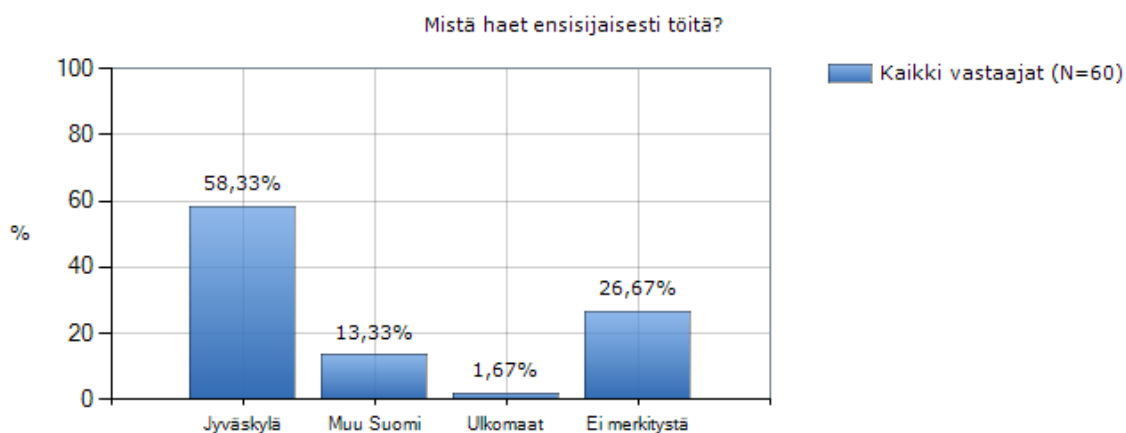
KUVIO 9. Vastaajien kokemukset tiimityöstä työelämässä.



KUVIO 10. Vastaajien halukkuus oppia tiimityötä.

Vastausten perusteella heillä on selvästi kokemusta tiimityöstä työelämässä ja jos ei ole he ovat myös sitä halukkaita oppimaan. Myös Ahosen, Hussin ja Pirisen mukaan (2010) tiimityö on tärkeää ja silloin saadaan paljon aikaan tekemällä töitä yhdessä jakamalla ajatuksia ja mielipiteitä. Tiimityö on hyvin yleistä nykyaikana työpaikoilla ja sen vuoksi on tärkeää, että nuoret ovat halukkaita tekemään töitä tiimissä.

Suurin osa vastaajista hakisi töitä Jyväskylästä tai sijainnilla ei ole merkitystä. Dt Dealer's -yrityksen kannalta tieto on hyvä asia, koska heidän yrityksensä sijaitsee Jyväskylässä ja nuoria potentiaalisia työntekijöitä on kiinnostuneita hakea töitä juuri Jyväskylästä. Tällä tiedolla he tietävät, että nuoret ovat kiinnostuneita Jyväskylästä ja jyväläisistä yrityksistä työpaikkana ja heidän yrityksensä voi sen vuoksi olla mahdollinen työpaikka tulevaisuudessa nuorille ihmisille.



KUVIO 11. Vastaajien toivomus työpaikan sijainnista.

6.2 T-median tutkimus

T-median tutkimuksen avulla oli aikomus selvittää, miten nuoria tulisi johtaa ja miten heidän työnsä tulisi organisoida. Lisäksi selvittää, miten nuoret näkevät tieto- ja viestintäteknologian roolin esimiestyöskentelyssä ja työyhteisöviestinnässä. Tutkimus tehtiin tilastollisella painotuksella vastaamaan suomalaisten 17–29-vuotiaiden opiskelijoiden jakaumaa sukupuolen, asuinalueen ja opiskelupaikkatyypin suhteen, kuten ammattiopisto, lukio, ammattikorkeakoulu tai yliopisto/korkeakoulu. Otoksessa on myös alle 30-vuotiaita päätoimisesti työssäkäyviä henkilöitä. (Vesanen, Thuneberg & Salminen-Kultanen 2011.)

Johtopäätökset olivat seuraavanlaisia: nuorille tulisi antaa palautetta, tulisi olla rento ja kannustava ilmapiiri, tulisi olla puitteet uuden oppimiselle, kannustusta ja kehittämisen tukemista, puitteet tiedon vaihtamiselle ja lisäksi työtehtävien räätälöintiä oman osaamisen ja kiinnostuksen mukaan. (Mts.)

T-media tutkimuksen avulla on selvitetty samankaltaisia asioita kuin tässä tutkimuksessa. T-median tutkimuksessa myös ilmapiirin tärkeys korostui, kuten tässäkin tutkimuksessa. Palautteen anto kuitenkin ei korostunut kovinkaan tärkeäksi tässä tutkimuksessa, kuten T-median tutkimuksessa on taas korostunut. Dt Dealer's -yritys voi saada lisää tietoa T-median tutkimuksesta, koska se on laajempi ja ottaa enemmän siitä selvää, ja saada sieltä ajatuksia omaan ongelmaan.

6.3 Työnantajan ja vastaajien odotukset

Dt Dealer's odottaa, että työntekijällä tulisi olla tavoitteena edetä uralla mahdollisesti esimiestehtäviin. Hänellä tulisi olla sitoutuneisuutta pitkäjänteiseen työhön ja tulisi olla valmis työskentelemään vähintään vuoden yhtämittainen työsuhde. Lisäksi olisi hyvä olla kokemusta ja/tai oppimishalukkuutta tiimityöhön. (Siren 2011.)

Tutkimuksen mukaan opiskelijat odottavat hyviä etenemismahdollisuuksia ja se on hyvä asia Dt Dealer's -yrityksen kannalta, kun he odottavat, että työntekijällä tulisi olla tavoitteena edetä uralla esimiestehtäviin. Kun on hyvät etenemismahdollisuudet työssä, he myös ovat mahdollisesti valmiita työskentelemään vähintään vuoden yhtämittaisen ajan kyseisessä yrityksessä.

Suurella osalla kyselyyn vastanneilla oli kokemusta tiimityöstä työelämässä ja se on hyvä asia yrityksen kannalta. Ne, joilla ei ollut kokemusta tiimityöstä työelämässä, olivat kuitenkin valmiita sitä oppimaan ja se on myös hyvä asia, että he ovat halukkaita oppimaan uusia taitoja ja tiimityö on tärkeä asia työnteossa. Joten tiimityön osalta myös odotukset täyttyivät.

Dt Dealer's odottaa, että työntekijä olisi myyntihenkkinen eli kaikessa toiminnassa päämääränä on saada asiakas ostaman enemmin tai myöhemmin. (Siren 2011.)

Enemmistö vastanneista ei olleet valmiita tekemään suoraa myyntityötä puhelimitse tai tietokoneen avulla, joten tämä ei ole kovin hyvä asia, koska silloin heillä on eri motivaatiot työnteossa. He eivät mahdollisesti ole kovin myyntihenkisiä, koska myös millaista työtä he tekisivät mielellään, ei korostunut myyntityö puhelimella ja se ei saanut yhtään vastauksia. Tietokoneavusteinen työ taas sai hieman vastauksia, mutta sekin hyvin vähän ja myyntiä tehdään myös tietokoneen avulla, joten voidaan olettaa, että he tekisivät mieluummin myyntityötä tietokoneen avulla kuin puhelimitse.

Dt Dealer's -yrityksellä onkin haasteena saada nuoret henkilöt kiinnostumaan myyntityöstä ja erityisesti puhelimitse tehtävään myyntityöhön. Heidän tulee pohtia, miten saada heidät innostumaan myyntityöstä ja millä keinoilla kiinnostus saavutetaan. Onko mahdollisesti jokin palkkio hyvästä myyntityöstä mahdollinen työntekijälle, mikä voisi kannustaa työntekijää tekemään myyntityötä. On olemassa eri keinoja motivoida työntekijää ja heidän tulee pohtia, mikä on juuri heidän kannalta paras keino motivoida työntekijöitä.

Opiskeluaikana on suoritettu työharjoittelu markkinointi tai myyntialan tehtävissä ja todistuksessa tulisi olla kaikki alalle tärkeät oppiaineet suoritettuna hyvin tai erinomaisesti. (Siren 2011.) Myyntiä tai markkinointia opiskelevat opiskelijat hyvin mahdollisesti suorittavat työharjoittelun markkinointi tai myyntialan tehtävissä, joten se vaatimus varmasti toteutuu. Yrityksellä on suhteellisen korkea vaatimus siitä, että kaikki alalle tärkeät oppiaineet tulisi olla suoritettuna hyvin tai erinomaisesti, sillä opiskelijoilla voi olla jokin arvosana hieman huonompi kuin toiset ja sen vuoksi kaikki arvosanat eivät välttämättä ole vähintään hyviä. Myös opiskelija ei voi tietää, mitkä oppiaineet ovat juuri yrityksen mielestä tärkeimmät, vaan hän opiskelee pääasiassa tarjolla olevia oppiaineita.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

He haluavat monipuolista työtä, vaihtelevaa työ ja joustavaa työtä. Työnantajalta he odottavat mielenkiintoisia työtehtäviä, hyvää palkkaa, hyvät etenemismahdollisuudet ja hyvää työnohjausta. Heille palkka ja ilmapiiri ovat yhtä tärkeitä, mutta ilmapiirin tärkeys korostui enemmän. Suurella osalla on kokemusta tiimityöstä työelämässä ja joilla ei ole, he ovat sitä halukkaita oppimaan. Nämä vastaukset ja ennen tutkimusta tekemä arvio vastauksista pitävät melko hyvin paikkansa. Vain pieniä eroja olettamista vastauksista ovat eri, kuten että he odottavat työnantajalta hyvää palkkaa ja he eivät niinkään odota palautteen antamista. Kuitenkin palautteen antamisen tärkeys oli aika monella vastaajalla odotuksena, mutta vasta viidennellä sijalla seitsemästä vaihtoehdosta.

Opiskelijoiden ja työnantajan odotukset kohtaavat etenemismahdollisuuksissa ja he opiskelevat myyntiä tai markkinointia. Vastausten perusteella he eivät välttämättä ole kovin myyntihenkisiä, koska vastauksissa se ei korostunut kovinkaan paljon ja suurempi osa vastaajista ei olleet valmiita tekemään suoraa myyntityötä puhelimitse tai tietokoneen avulla. Se on haasteena yritykselle ja heidän täytyy pohtia vaihtoehtoja, miten innostaa nuoria potentiaalisia työntekijöitä myyntityöhön.

Vastausten perusteella voidaan saada selville, mitä Jyväskylän ammattikorkeakoulun myynnin ja markkinoinnin opiskelijat odottavat. Ei voida kuitenkaan yleistää, että kaikki nuoret ajattelisivat näin, kun ei ole tutkittu, esimerkiksi ammattiopiston tai yliopiston opiskelijoiden odotuksia.

Dt Dealer's -yritys voi tulosten perusteella tehdä toisin tulevaisuudessa, kun he palkkaavat uusia nuoria työntekijöitä. Rekrytoitaessa uusia työntekijöitä heidän tulisi tehdä selviksi, mitä he odottavat ja vaativat työntekijältä. Kun he ovat palkanneet uuden nuoren työntekijän, heidän tulisi ottaa huomioon, mitä he odottavat työnantajalta ja työpaikalta, jotta molempien odotukset kohtaisivat. Silloin molemmat osapuolet voisivat olla tyytyväisiä ja myös työntekijä viihtyy ja on motivoitunut työn tekoon ja on valmis satsaamaan yritykseen. Näin myös yrityksen menestys tulevaisuudessa olisi taattu.

Nämä tulokset kuitenkin antavat vain suuntaa siihen, mitä nuoret henkilöt odottavat työnantajalta ja työpaikalta. Ei voida yleistää, että kaikki nuoret henkilöt odottavat näitä asioita. Jos halutaan enemmän ja tarkempaa tietoa odotuksista, tuleekin pohtia jatkotutkimuksen aihetta.

8 POHDINTA

8.1 Validiteetti ja reliabiliteetti

Mittari on validi, jos se mittaa sitä, mitä sen pitääkin mitata. Validiteetti eli pätevyys varmistetaan käyttämällä oikeaa tutkimusmenetelmää, oikeaa mittaria ja mittaamalla oikeita asioita. Validiteetin hyvyyden arviointi on reliabiliteetin arviointia vaikeampi. (Kananen 2011, 121.)

Tässä tutkimuksessa tutkittiin, miten työntekijän ja työnantajan/työpaikan odotukset kohtaisivat. Vastauksia saatiin ja tietoa siitä, mitä he odottavat työnantajalta ja työpaikalta. Heillä oli tiettyjä odotuksia ja tärkeimmiksi nousivat, että työ olisi kaikin puolin monipuolista, mielekästä ja joustavaa, he odottavat hyvää työnohjausta, hyviä etenemismahdollisuuksia, hyvää palkkaa ja ilmapiiriä. Kuitenkin ei voida yleistää, että kaikki nuoret ajattelisivat näin, koska tutkimuksen kohteena oli vain Jyväskylän ammattikorkeakoulun myynnin ja markkinoinnin opiskelijoita.

Vastausprosentti oli ihan hyvä, 60 prosenttia opiskelijoiden määrään nähden ja jos olettaisi se, että heitä on noin 100 kaikista 240 opiskelijasta, jolle kysely lähetettiin. Tutkimuksen validius olisi voinut olla luotettavampi, jos vastausprosentti olisi ollut korkeampi kuin 60 prosenttia.

Reliabiliteetti tarkoittaa saatujen tulosten pysyvyyttä eli toistettaessa tutkimus saadaan samat tulokset. Käytetty mittari tuottaa samat tulokset eri mittauskerroilla. Saadut tulokset eivät vain johdu sattumasta. Mittarin reliabiliteetti voi olla korkea eli mittari tuottaa aina saman tuloksen, mutta mittari on kuitenkin väärä. Reliabiliteetti ei takaa validiteettia. (Kananen 2011, 119.)

Tämän tutkimuksen reliabiliteetti pyrittiin varmistamaan kertomalla mahdollisimman tarkasti tutkimuksen suorittamisesta ja vastausten tuloksista. Jos tutkimus tehtäisiin heti uudestaan samoille opiskelijoille, tulokset todennäköisesti pysyisivät samoina eivätkä muuttuisi. Pitemmällä aikavälillä myös oletettavasti tulokset pysyisivät myös samana, sillä oletetaan, että nuoret odottavat edelleen samoja asioita kuin nyt. Kuitenkin, jos tutkimus uusitaan monen vuoden kuluttua, vastaukset saattavat olla jo erilaiset kuin nyt, koska silloin nuoret voivat odottaa eri asioita kuin nyt ja ajat ovat myös muuttuneet nykyhetkestä.

8.2 Tulosten analysointi

Nuoret haluavat monipuolista, joustavaa työtä ja mielenkiintoisia työtehtäviä. He odottavat saavansa hyvää palkkaa, hyvää työnohjausta ja että olisi hyvät etenemismahdollisuudet. Heille palkka ja ilmapiiri ovat yhtä tärkeitä, mutta ilmapiirin tärkeys korostui enemmän. Suurella osalla on kokemusta tiimityöstä työelämässä ja joilla ei ole, he ovat sitä halukkaita oppimaan. He menisivät mielellään töihin keksisuureen yritykseen.

Mielenkiintoista on se, että palautteen antaminen ei korostunut vastaajien odotuksista työnantajalta kovin tärkeäksi tekijäksi. Se oli kuitenkin ainoa oletus, joka ei toteutunut. He saattavat myös pitää sitä itsestään selvyytenä ja eivät sen vuoksi sitä tuoneet selvästi esille tai sitten he eivät koe sitä kovin tärkeäksi asiaksi.

Johtopäätöksien rajoituksissa on tutkimuksen suhteellisen pieni otos eli vastauksia ei saatu niin paljon kuin olisi ollut mahdollista saada. Ei voida juurikaan yleistää tutkimuksen tuloksia yleiselle tasolle, vaan tulokset ovat tämän otoksen ajatuksia ja odotuksia. Edellytyksinä on, että voidaan tulevaisuudessa tehdä enemmän tutkimusta ja suuremmalta joukolta. Kuitenkin näidenkin tulosten perusteella voidaan tehdä jonkinlaisia johtopäätöksiä.

Tuloksista tehdyt päätelmät voivat auttaa Dt Dealer's -yritystä ja he saavat jonkinlaisia vastauksia siihen että mitä ovat myyntiä ja markkinointia opiskelevien opiskelijoiden odotukset työpaikan suhteen. He voivat näiden tietojen pohjalta tehdä joitain muutoksia ja toimia toisin tulevaisuudessa, kun he rekrytoivat uusia nuoria työntekijöitä.

Jatkotutkimuksen aiheena voisi olla ammattiopiston ja yliopiston myynnin ja markkinoinnin opiskelijoiden odotuksia työnantajalta ja työpaikalta. Lisäksi tutkimuksessa voisi olla mukana nuoria työntekijöitä ja kysyä heidän kokemuksiaan työelämässä ja miten heidän odotuksensa ovat toteutuneet. Silloin voitaisiin saada laajempaa ja luotettavampaa tietoa siitä, mitä nuoret ihmiset odottavat työnantajalta ja työpaikalta. Myös saataisiin enemmän kehitysideoita yritykselle.

Tutkimuksen tekijälle työstä oli myös hyötyä. Tutustumalla aiheesta kirjoitettuihin teoksiin ja artikkeleihin aihe selkeytyi merkittävästi. Myös itse tutkimuksen teko ja sen toteuttaminen ja tulosten analysointi oli hyvin opettavaista ja se kasvatti tekijän ammatillista osaamista.

Toimeksiantajalle myös tutkimuksesta on hyötyä. Saatiin vastauksia kysymyksiin ja saatiin selville, mitä nuoret henkilöt odottavat työpaikalta ja työnantajalta. He voivat hyödyntää vastauksia heille parhaalla tavalla ja pohtia haluavatko he mahdollisesti tehdä jatkotutkimusta aiheeseen liittyen vai riittävätkö heille tämän pienen otoksen vastaukset heille antamaan kuvaa, mitä nuoret odottavat työnantajalta ja työpaikalta.

LÄHTEET

Ahonen G., Hussi T. & Pirinen H. 2010. Y-sukupolvi haastaa johtamisen Suomen työelämässä. Työpoliittinen Aikakauskirja 4.

Dt Dealer's. Viitattu 8.10.2011. www.dtd.fi

Europa – Tiivistelmät EU:n lainsäädännöstä. 2007. Mikroyritysten sekä pienten ja keski suurten yritysten määritelmä. Viitattu 20.10.2011.

http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26026_fi.htm

Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Tampere: Juvenes Print.

Lowe, D. 2008. Solutions for Retaining Generation Y Employees in the Workplace. The Business Renaissance Quarterly: Enhancing the Quality of Life at Work.

Lämsä, A-M. & Uusitalo, O. 2002. Palvelujen markkinointi – esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita.

Nieminen, T. & Tomperi, S. 2008. Myynnin johtamisen uusi aika. Helsinki: WSOYpro

Rubanovitsch, M. & Aalto, E. 2007. Haasteena myynnin johtaminen. Helsinki: Libris Oy.

Siren, J. 2011. Toimeksiantajan odotukset potentiaaliselta työntekijältä. Sähköpostiviesti 24.8.2011. Vastaanottaja Rintamäki, A.

Taloussanommat, 2011. Nokia putosi työnantajien top 10:stä. Viitattu 3.11.2011.

<http://www.taloussanommat.fi/tyo-ja-koulutus/2011/04/20/nokia-putosi-tyonantajien-top-10sta/20115653/139>

Vesanen M., Thuneberg M., & Salminen-Kultanen P. 2011. Nuoret ja johtaminen 2011 – tutkimustiivistelmä. T-media. Taloudellinen tiedotustoimisto.

Viitala, R. 2003. Henkilöstöjohtaminen. Helsinki: Edita.

Viitala, R. 2009. Henkilöstöjohtaminen – Strateginen kilpailutekijä. Helsinki: Edita.

Viitala, R. 2005. Johda osaamista! Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

LIITTEET

Liite 1. Kysely

Kysely markkinoinnin ja myynnin opiskelijoille

Sukupuoli

Mies

Nainen

Ikä

18–21

22–26

27->

Opiskeletko myyntiä tai markkinointia?

Kyllä

Ei

Oletko löytänyt oman alan työpaikan?

Kyllä

Ei

Jos olet löytänyt oman alan työpaikan, miten olet sen löytänyt?

Ottamalla suoraan yhteyttä yrityksiin

Harjoittelupaikan kautta

Työpaikka ilmoituksen kautta

Tai muulla tavalla, miten

Minkälaista työtä etsit tai haluat?

Tietokoneavusteinen työ

Myyntityö puhelimella

Vaihteleva työ

Joustava työ

Monipuolinen työ

Jokin muu, mikä

Oletko valmis tekemään suoraa myyntityötä, kuten puhelimitse tai tietokoneella?

Kyllä

Ei

Mitä toivot työnantajalta?

Koulutuksesi arvostamista

Hyvää palkkaa

Mielenkiintoisia työtehtäviä

Hyvää työnohjausta

Itsenäistä työn suorittamista

Palautteen antamista

Hyvät etenemismahdollisuudet

Muuta, mitä

Minkälaiselle työpaikalle menisit mielellään töihin?

Pieni yritys

Keskisuuri yritys

Suuri yritys

Kansainvälinen yritys

Oma yritys

Jokin muu, mikä

Minkä suuruinen alkupalkan tulisi olla?

1000 € - 1500 €

2000 € - 2500 €

3000 € - 3500 €

Jokin muu, mikä

Mikä on sinulle tärkeätä työssäsi: Hyvä ilmapiiri, palkka tai molemmat?

Hyvä ilmapiiri

Palkka

Molemmat yhtä tärkeitä

Onko sinulla kokemusta tiimityöstä työelämässä?

Kyllä

Ei

Jos ei, oletko halukas oppimaan tiimityötä työelämässä?

Kyllä

Ei

Mistä haet ensisijaisesti töitä?

Jyväskylä

Muu Suomi

Ulkomaat

Ei merkitystä