



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Nelli Haapalahti

Työhyvinvoinnin nykytila menekinedistämistyössä

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden koulutusohjelma

Opinnäytetyö

Joulukuu 2020

Tekijä Otsikko	Nelli Haapalahti Työhyvinvoinnin nykytila menekinedistämistyössä
Sivumäärä Aika	29 sivua + 1 liite Joulukuu 2020
Tutkinto	Tradenomi
Tutkinto-ohjelma	Liiketalous
Suuntautumisvaihtoehto	Liiketalouden perustutkinto
Ohjaaja	Lehtori Raisa Varsta
<p>Tämän tutkimustyyppisen opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, mikä on menekinedistäjien työhyvinvoinnin nykytila. Opinnäytetyön tutkimusongelman tavoitteena oli kartoittaa, millä tavalla menekinedistäjät kokevat työssä jaksamisen tällä hetkellä sekä mitä mahdollisia kehittämiskohteita nousee esille liittyen työhyvinvoinnin eri osa-alueisiin.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu menekinedistämisen sekä työhyvinvoinnin määritteistä. Viitekehyksessä tutustutaan myös fyysisen, psyykkisen ja sosiaalisen työhyvinvoinnin teoriaan. Opinnäytetyössä käytetään kvalitatiivista tutkimusmenetelmää teemahaastattelun muodossa. Teemahaastatteluun valikoitui kuusi menekinedistäjää pääkaupunkiseudulta, joiden kanssa käytiin keskustelunomaisesti läpi työhyvinvoinnin eri osa-alueita ja niiden vaikutuksia työssä jaksamiseen.</p> <p>Haastatteluiden perusteella kävi ilmi, että vastaajien työhyvinvoinnin nykytila on melko hyvä. Menekinedistäjät arvostavat itsenäisyyttä työssä, työaikojen joustavuutta sekä toisinaan vapaa-ajan ja työn yhdistämisen helppoutta.</p> <p>Vaikka menekinedistäjät kokivat jaksavansa kohtalaisesti työssä, löytyi jokaisesta työhyvinvoinnin osa-alueelta kehitettävää. Muun muassa työyhteisön puuttuminen, fyysinen työkuormitus, kiireen tuntu, tiedottamisen sekä työaikojen puute koettiin vaikuttavan työhyvinvointiin ja työssä jaksamiseen negatiivisesti.</p>	
Avainsanat	Menekinedistäminen, työhyvinvointi, työssä jaksaminen

Author Title	Nelli Haapalahti Occupational Well-being of Sales Promoters
Number of Pages Date	29 pages + 1 appendix December 2020
Degree	Bachelor of Business Administration
Specialisation option	Business Administration
Instructor	Raisa Varsta, Senior Lecturer
<p>The objective of this thesis was to analyze the current state of sales promoters' occupational well-being. The aim of this study was to investigate how sales promoters experience occupational well-being at the moment and what possible areas for development might arise in this area.</p> <p>The theoretical framework consists of definitions of sales promotion and well-being at work. The framework also introduces the theory of physical, mental and social well-being at the workplace. The survey was conducted by utilizing qualitative research methods. Thematic interviews were executed separately with six selected sales promoters from the Helsinki Metropolitan area, covering the areas of occupational well-being and how they might affect coping with work.</p> <p>Based on the interviews, it can be concluded that the occupational well-being of sales promoters can be seen as being at a quite good level. Sales promoters most valued their independency at work, the flexibility of working hours, and the easiness of combining work and leisure. However, even though sales promoters felt that they cope quite well at work, a few issues arose that need improvement and development in their occupational well-being. The lack of a workplace community, excessive physical stress, the pressure of rush, the lack of information and no working hours are factors that lead to negative feelings and cause stress at work.</p>	
Keywords	Sales promotion, occupational well-being, coping at work

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Menekinedistäminen	2
2.1	Määritelmä ja kohteet	2
2.2	Tavoitteet	3
2.3	Menekinedistämisen eri keinot	5
2.4	Menekinedistäminen myymäläympäristössä	8
3	Työhyvinvointi	9
3.1	Työhyvinvoinnin portaat	11
3.2	Fyysinen työhyvinvointi	13
3.3	Sosiaalinen työhyvinvointi	14
3.4	Psyykinen työhyvinvointi	15
4	Tutkimusmenetelmä ja luotettavuus	16
4.1	Tutkimusmenetelmä	16
4.2	Luotettavuus	17
5	Työhyvinvointitutkimuksen tulokset	17
5.1	Fyysinen työhyvinvointi	18
5.2	Sosiaalinen työhyvinvointi	20
5.3	Psyykinen työhyvinvointi	22
6	Johtopäätökset	24
7	Opinnäytetyön arviointi	27
	Lähteet	30
	Liitteet	
	Liite 1. Työhyvinvointikysely menekinedistäjille	

1 Johdanto

Tämän tutkimustyyppisen opinnäytetyön aiheena on menekinedistäjien työhyvinvointi ja työssä jaksaminen. Menekinedistäjät voivat työskennellä yhden tai useamman asiakasyrityksen tuotteiden parissa päivittäistavaramyymälöissä. Menekinedistäjät toimittavat yhdessä asiakasyritysten kanssa sopimiaan ratkaisuja vähittäiskaupoissa. Edellä mainitut ratkaisut voivat pitää sisällään muun muassa tuotteiden tilausta, hyllytystä, päiväyksien tarkistamista ja erikoisellepanojen rakentamista sekä näiden täyttöasteesta huolehtimista. Menekinedistäjillä ei ole yhtä työntekemispaikkaa, vaan he voivat työskennellä useammassa eri päivittäistavarakaupassa saman päivän aikana. Menekinedistäjät huolehtivat jokaisella myymäläkäynnillä, että kaupan hyllyistä löytyy heidän edustamiensa brändien tuotteita. Työnkuvaan kuuluu myös aktiivinen kommunikointi asiakasyrityksen edustajien ja myymälän osastovastaavan kanssa.

Tutkimuksen aihe valikoitui perustuen omiin kokemuksiini työhyvinvoinnista työssäni menekinedistäjänä. Työkokemusta menekinedistämisestä tulee pian täyteen neljä vuotta ja olen työssäolovuosieni aikana huomionut, että kokonaisvaltaisen työhyvinvoinnin tärkeys on korostunut menekinedistämistyössä. Työhyvinvointi itsessään on mielenkiintoinen ja yhteiskunnallisesti keskusteltu aihe, joka koskettaa jokaista työtä tekevää. Menekinedistäjien erikoispiirteinen työnkuva, käytänteet sekä asema omassa organisaatiossa poikkeavat monellakin tapaa normaalin toimihenkilön työnkuvasta. On mielenkiintoista selvittää, miten menekinedistäjäkollegat kokevat työhyvinvoinnin ja työssä jaksamisen.

Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia, millä tavoin menekinedistäjät kokevat työssä jaksamisen nykytilan ja mitä kehittämiskohteita mahdollisesti nousee esille. Menekinedistäjät työskentelevät itsenäisesti sekä usein yksin päivittäistavaramyymälöissä annettujen brändikohtaisten ohjeiden mukaisesti. Riippuen työsopimuksesta suurin osa menekinedistäjistä työskentelee nollatuntityösopimuksilla ilman minituntimäärää ja kiinteää työaika. Aikapaineet sekä työn ja vapaa-ajan yhdistäminen voi olla haastavaa, koska myymälässä vietetty aika voi vaihdella jokaisella käynnillä, mikä vaikuttaa työpäivien pituuteen. Tutkimusongelman empiirinen aineisto on kerätty käyttäen teemahaastatteluja kuudelta pääkaupunkiseudulla työskentelevältä menekinedistäjältä.

Opinnäytetyön tietoperusta pitää sisällään menekinedistämisen sekä työhyvinvoinnin määritelmät. Toisessa osiossa avataan menekinedistämisen tavoitteet ja kohteet. Kolmannessa osiossa tarkastellaan työhyvinvoinnin fyysisen, psyykkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin osa-alueita. Työn empiirinen tutkimusosuus avataan kohdassa neljä ja kohdassa viisi on esitelty tutkimustulokset. Kohdassa kuusi käsitellään työn johtopäätöksiä ja kohdasta seitsemän löytyy opinnäytetyön arviointi.

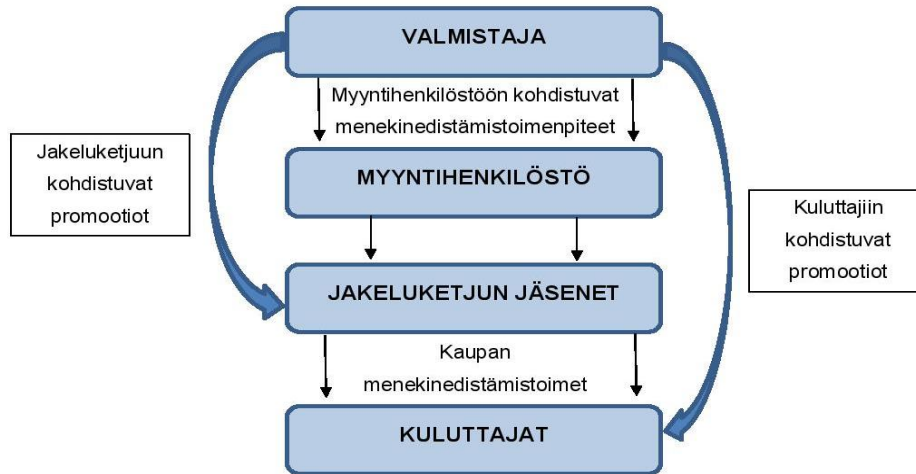
2 Menekinedistäminen

2.1 Määritelmä ja kohteet

Menekinedistäminen tai myynninedistäminen pitää sisällään kaiken sen myynninedistämistoiminnan, joka lisää tuotteen tai palvelun myyntiä. Menekinedistäminen on osa markkinointiviestinnän toimenpiteitä, joilla houkutellaan kuluttajia sekä jakeluketjuja ostamaan tai myymään tiettyä tuotetta tai palvelua tilapäisillä houkuttimilla. Houkuttimilla voidaan muun muassa vaikuttaa tietyn tuotteen tai palvelun ostohalukkuuteen alentamalla sen hintaa tai tarjoamalla enemmän samaan hintaan kuin aiemmin. (Vuokko 2003, 246–247.) Yritykset voivat esimerkiksi tarjota jakeluketjuille ostoetuja tietyistä tuotteista, jonka johdosta päivittäistavarakaupat pystyvät myymään tuotteita kuluttajille alempaan hintaan tai määrälennuksella.

Menekinedistämisen rajanveto mainonnan sekä suhdetoiminnan välillä on haastavaa, koska myynninedistäminen on moniviestinnällistä toimintaa, johon liittyy aina useampi markkinoinnin keino. Samaan toimintoon tai aktiviteettiin voi kuulua vaikutuksia niin mainonnasta, henkilökohtaisista vaikuttimista kuin tiedotuksellisista seikoista. (Rope 2005, 366–367.) Mainonta ja menekinedistäminen kuitenkin täydentävät toisiaan, sillä mainonta antaa syyn ostaa tuotteen tai palvelun ja menekinedistäminen tarjoaa siihen ylykkeen. Menekinedistämällä pyritään luomaan myyntivaikutusta lyhyellä aikavälillä ja sen vaikutuksia on helpompi arvioida kuin mainonnan pitkän aikavälin myyntivaikutuksia. (Vuokko 2003, 247.)

Menekinedistämisen tavanomainen piirre on käyttää sekä push- että pull-strategiaa kasvattamaan tuotteen myyntiä. Push-strategialla vaikutetaan tuotteen myyjiin eli yrityksen myyntihenkilöstöön sekä jakeluketjuun ja pull-strategialla vaikutetaan suoraan kuluttajiin. (Vuokko 2003, 248.)



Kuvio 1. Menekinedistämisen kohteet ja muodot (Vuokko 2003, 248).

Menekinedistäminen kohdistuu päivittäistavaramarkkinoinnissa valmistajan tai maahantuojan omaan myyntiorganisaatioon, jakeluketjuun tai suoraan kuluttajiin. Kuvio 1 näyttää väylät, joita on tapana käyttää rinnakkain valmistajan ja kaupan menekinedistämistoimenpiteinä. Valmistaja pyrkii omilla keinoillaan, esimerkiksi kylkiäisillä tai tarjouksilla saavuttamaan tuotteidensa tai palveluidensa näkyvyyden suoraan kuluttajille. Vähittäiskauppa voi tarjota esimerkiksi maistiaisista tai kanta-asiakasbonuksia, jotta kyseinen myymälä valittaisiin ostopaikaksi muiden sijasta. (Vuokko 2003, 249.)

Menekinedistäminen on osa yritysten markkinointiviestintää yhdessä mainonnan, myyntityön sekä tiedotus- ja suhdetoiminnan kanssa. Nämä viestinnän muodot ovat yritysten eniten ulospäin näkyvä kilpailukeino, jonka avulla kasvatetaan myyntiä, ylläpidetään asiakassuhteita ja luodaan tuotteista sekä palveluista haluttu mielikuva. Muodot eroavat toisistaan tavoitteiden, kohderyhmän ja käytettävien keinojen suhteen. (Bergström & Leppänen 2007, 178.)

2.2 Tavoitteet

Myynninedistämisen yhtenä tavoitteena on antaa lisäresursseja ja motivoida jakelupor-taan ja myyjien halua myydä yritysten tuotteita tai palveluita ja samalla vaikuttaa kuluttajien ostohalukkuuteen. (Isohookana 2007, 161.) Tavoitteet voidaan jakaa kohderyhmäkohtaisesti: omaan myyntihenkilöstön, jakeluketjun sekä kuluttajiin kohdistuvat tavoitteet.

Menekinedistämällä voidaan vaikuttaa brändimielikuvaan ja asiakasuskollisuuteen tehokkaasti, koska erityisesti jakeluketjun eri jäsenet ja kuluttajat ovat varsin hintaherkkiä. Heihin voidaan vaikuttaa hinnanalennuksilla, hinnanpalautuksilla ja muilla rahassa laskeutavilla eduilla. Omaan myyntiorganisaatioon pystyy myös vaikuttamaan erilaisten etujen tarjoamisella, kuten myyntityön helpottamisella ja sen palkitsemisella. (Vuokko 2003, 253.)

Oman yrityksen myyntihenkilöstöön kohdistuvia tavoitteita voivat olla muun muassa lisämyyntiin kannustaminen ja motivoiminen, tuotetuntemuksen lisääminen, kannustus uusi-asiakashankintaan, lisäämällä myyntitaitoja ja käytettäviä välineitä sekä oman sisäisen identiteetin vahvistaminen. Yritys voi tukea myyjiä saavuttamaan tavoitteet kouluttamalla ja antamalla myyjille tukimateriaaleja liittyen yritys- ja tuotetietouteen muun muassa erilaisia käyttöohjeita, hinta- ja kustannuslaskelmia sekä säästölaskelmia. Yrityksen järjestämät säännölliset myyntikokoukset ja koulutukset, joissa läpikäydään myynnin tuloksia, kehitystä sekä tulevaisuuden näkymiä lisäävät myyjien halua ja kykyä myydä yrityksen tuotteita tai palveluja. (Isohookana 2007, 162.)

Jakeluketjuun kohdistuvilla menekinedistämistavoitteilla pyritään avaamaan ja ylläpitämään avointa väylää markkinoijan ja myymälän välille. Markkinoijan tavoitteena on muun muassa kasvattaa omien tuotteiden jakelupeittoa myymälöissä ja laajentaa sekä uusien, että vanhojen tuotteiden hyllytilaa samalla vaikuttaen niiden sijoitteluun. Markkinoijan tavoitteena on sekä lisätä tuotteiden ostomääriä että vaikuttaa ostojen ajoitukseen pyrkimällä tuomaan esimerkiksi erilaisia myymälämateriaaleja myymälään. Jakeluketjun henkilöstön myyntimotivaatiota, tuotetietoutta ja brändimielikuvaa pyritään kasvattamaan sekä vahvistamaan sidosryhmäsuhteita markkinoijan ja jakeluketjun välillä. (Vuokko, 2003, 251–252.)

Yllä kuvatut menekinedistämistavoitteet jakeluketjun jäsenille auttavat markkinoijaa kilpailemaan vähittäismyynnin suosiosta ja siitä, miten paljon ja tehokkaasti jakeluketjut panostavat markkinoijan omiin tuotteisiin myymälätasolla verrattuna esimerkiksi kilpailijan tuotteisiin. Koska jakeluketju pyrkii jatkuvasti omilla toimenpiteillään vaikuttamaan kuluttajien ostokäyttäytymiseen, valmistajalle on tärkeää tietää, kuinka paljon toimenpiteitä tehdään ja minkälaisia ne ovat, jotta markkinoija voi omalta osalta esimerkiksi kampanjatuen avulla maksimoida tuotteen ulosmyyntiä. (Vuokko, 2003, 251.)



Kuvio 2. Esillepano myymälän massa-alueella. (Haapalahti 2020).

Kuluttajiin kohdistuvan menekinedistämisen tavoitteena on asiakkaan mielenkiinnon ja huomion herättäminen, tuotteista muistuttaminen ja myynnin kasvattaminen. Kuvio 2 osoittaa esimerkin myymälässä olevasta esillepanosta, jossa muistutetaan kuluttajia brändin tuotteista. Asiakasta houkutellessaan kokeilemaan ja ostamaan tuotteita, valitsemaan markkinoijan eikä kilpailijayrityksen tuotteita, kiinnittämään huomiota markkinoijan myymälätoimenpiteisiin, ja muun muassa huomaamaan tuotteen ja sen ympärille rakennetun kampanjan. Asiakasta houkutellessaan valitsemaan kyseinen myymälä ostopaikakseen ja asiakkaan halutaan kokevan, että myymälä tarjoaa enemmän ja parempia yllätyksiä ja lisäetuja kuin kilpaileva yritys. (Vuokko 2003, 252–253.)

2.3 Menekinedistämisen eri keinot

Kun uusi tuote pyritään saamaan markkinoille tai halutaan lisätä jo olemassa olevan tuotteen tai palvelun tunnettavuutta, menekinedistämiseen liittyy useita toiminnallisia muotoja, joita voidaan kohdistaa sekä loppuasiakkaisiin että jakeluketjuun. Eri toimintoilla on tarkoitus tavoittaa mahdollisimman suuri joukko eri sidosryhmiä. Toiminnot voivat olla esimerkiksi markkinointikilpailut, näytemarkkinointi, kylkiäismarkkinointi, tuotesijoittelu, sponsorointi, tapahtumamarkkinointi ja messut. (Rope 2005, 366.)

Markkinointikilpailut voidaan jakaa myyjäkilpailuihin ja kuluttajakilpailuihin. Myyjäkilpailut voivat olla joko yksikkö tai henkilökohtaisia, sekä palkintojen on oltava tarpeeksi vetovoii-

maisista, jotta kaikki haluavat niitä tavoitella ja myyntikilpailut olisivat onnistuneita. Myyjäkilpailujen on todettu olevan varsin merkittävä aktiviteetti myynnillisesti, erityisesti uuden tuotteen lanseerauksessa. Kuluttajakilpailuilla tarkoitetaan esimerkiksi loppuasiakaskuntaan kohdistuvia erilaisia arvontoja, joista on mahdollisuus voittaa jotain. Mitä suurempi palkinto on, sitä suurempi on kilpailun vetovoima ja huomionherättämisvaikutus. Näin kuluttajan huomio kiinnittyy ajatusten mukaisesti myös tuotteeseen. (Rope 2005, 367–368.)

Näytemarkkinoinnilla pyritään tutustuttamaan mahdollinen asiakas kokeilun kautta haluttuun tuotteeseen ja samalla lisätä tuotteen kiinnostavuutta sekä tunnettavuutta. Tämä toteutetaan jakamalla näytteitä tai maistiaisista esimerkiksi suoraan myymälöissä ja tapahtumissa. Vaihtoehtoisesti näytteitä voi jakaa myös postijakelulla näytepakkauksina. Automaattijaettua sekä tilattua näytemarkkinointia käytetään, mikäli kohderyhmä on suppea ja vaarana on hukkajakelua postitse. (Rope 2005, 369.) Kuvio 3 havainnollistaa miten päädyn yhteyteen on sijoitettu ilmaisanäytteitä houkuttelemaan kuluttajia ostamaan tuotteita päivittäistavaramyymälässä.



Kuvio 3. Kuluttajia houkutellaan ostamaan tuotteita ilmaisella näytteellä. (Haapalahti 2020).

Kylkiäismarkkinoinnissa pyritään nostamaan varsinaisen tuotteen houkuttelevuutta liittämällä menekinedistämistoimenpiteenä toinen tuote kylkiäiseksi tai toisin sanoen ilmaiseksi lisäeduksi. Kylkiäismarkkinoinnin on todettu olevan varsin vetovoimainen

myynnin edistäjä ja sitä käytetäänkin melko paljon tarjouksien houkuttelevuuden lisäämiseksi. Kuluttajamarkkinoinnissa kylkiäiskauppa on suojattu kuluttajansuojalailla (Kuluttajansuojalaki 2 luku, 4 §) ja pykälä toteaa, että sellaista kylkiäistä, joka edellyttää perustuotteen ostamisen ja jolla ei ole ilmeistä asiallista yhteyttä varsinaiseen myytävään tuotteeseen, ei tuotteeseen saa kauppaamisen houkuttelemiseksi liittää. (Rope 2005, 370.)

Tuotesijoittelulla tarkoitetaan tuotteen tai palvelun sijoittamista harkittuihin käyttöpaikkoihin esimerkiksi tv-ohjelmiin, elokuvaan tai julkisuuden henkilöille. Näin voidaan maksimoida tuotteen näkyvyys ja nostaa sen imagoarvoa markkinoilla. Tuotesijoittelussa oleellista on, että jokin tietty tuote tuodaan näkyviin ja julkisuuteen sellaisessa asiayhteydessä missä jotain samankaltaista tuotetta tai brändiä voisi käyttää. (Rope 2005, 370–371.)

Sponsorointi on markkinointiaktiiviteetti, jonka tarkoituksena on edistää halutun tuotteen tai palvelun menekkiä. Tällä markkinointiaktiiviteetillä nostetaan tuotteen tai palvelun tunnettua ja rakennetaan brändi-imagoa. Tyypillisesti tämä tapahtuu tarkasti valitun sponsorointikohteen valinnalla. Tärkeänä pidetään, että imagokytken lisäksi yhteistyötä voidaan hyödyntää muutenkin kuin pelkän mainonnallisen näkyvyyden osalta. (Rope 2005, 371–372.)

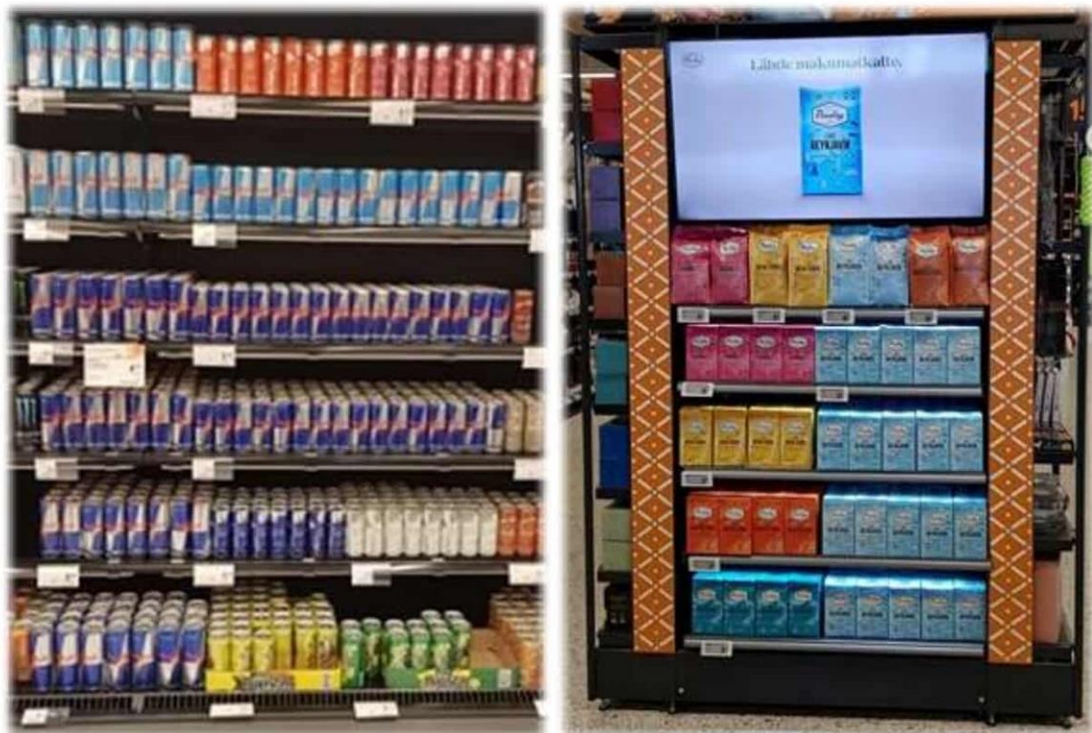
Tapahtumamarkkinointi kohdistuu yleensä yhteen lyhytaikaiseen tapahtumaan, jossa pyritään nostamaan brändin tunnettavuutta sekä imagoa. Tapahtumalla sekä tuotteella on hyvä olla järkevä yhteys, jotta se laukaisee osallistujien muistiin miellelyhtymän tuotteen ja tapahtuman välillä. (Percy & Rosenbaum-Elliot 2016, 363.) Jotta tapahtuma ei olisi pelkkää sponsorointia on siellä oltava kaupankäyntiä ja markkinoinnillisesti rakentaa tuotteen tai palvelun imagoa. (Rope 2005, 375–376).

Messut ovat laajasti käytetty ja melko perinteinen menekinedistämismuoto. Messutapahtumia voi kohdistaa joko suoraan kuluttajille tai pelkästään business-to-business markkinointiin. Kuluttajamessut ovat perinteisesti enemmän myynnillisiä tapahtumia. Ammatimessut kokoavat yritysten avainhenkilöt kaupalliseen tapahtumaan, jossa voi kerralla nähdä tarjonnan sekä tutustua mahdollisiin kiinnostaviin uutuuksiin ja uusiin yhteistyökumppaneihin. (Rope 2005, 377–384.)

2.4 Menekinedistäminen myymäläympäristössä

Myymäläympäristössä tapahtuva konkreettinen menekin- ja myynninedistäminen tapahtuu usein yritysten oman myyntihenkilöstön toimesta, mutta ajoittain yritykset ovat valinneet kokonaan tai osittain ulkoistaa menekinedistämistoiminnot myymälämarkkinointiin erikoistuville yrityksille. Myymälämarkkinoinnin moniosaajat eli menekinedistäjät, toimivat yhteistyössä asiakasyritysten ja vähittäiskauppojen henkilöstön kanssa, tuottaen yhdessä sovittuja jatkuvia tai yksittäisiä palveluja ja toimeksiantoja myymälöissä.

Menekinedistäjät huolehtivat edustamiensa yritysten tuotteiden näkyvyydestä ja riittävydestä vähittäiskaupoissa. Työ on sovitun mukaista, mutta yleisellä tasolla siihen kuuluu tuotteiden hyllyttäminen myyntipaikoille, päiväystuotteiden seuraaminen, tilausten tekeminen sekä mahdollisten erikoisesillepanojen rakentaminen ja niistä huolehtiminen. Menekinedistäjä toteuttaa sovittuja kampanjoita ja esillepanoja läheisessä vuorovaikutuksessa myymälähenkilökunnan ja asiakasyritysten edustajien kanssa. Riippuen asiakasyrityksen toimeksiannoista, menekinedistäjä voi hoitaa myös tuotteiden sisäänmyyntiä vähittäiskaupoille. Kuvio 4 esittää myymälässä olevia ratkaisuja perushyllystä sekä päädyn esillepanosta.



Kuvio 4. Havainnekuvat perushyllystä ja hyllynpäädyistä vähittäismyymälässä. (Haapalahti 2020).

Tuotteiden esillepanolla on vähittäiskaupassa tärkeä rooli. Tutkimukset osoittavat, että asiakkaat tekevät arviolta noin kaksi kolmasosaa ostopäätöksistä myymälässä ja hyvin hoidettu, siisti hyllyesillepano voi nostaa kiertävissä kuluttajatuotteissa myyntiä 10–20 % verrattuna hoitamattomaan hyllyyn. Vähittäiskaupan henkilökunnalla ei välttämättä ole aikaa, eikä halua, huolehtia hyllyesillepanoista samalla tavalla kuin brändit itse toivoisivat. Brändit voivat kasvattaa markkinaosuuttaan ja keskimääräistä kategoriakasvua panostamalla tuotteiden liikkuvuuteen ulos myymälästä enemmän kuin muut, jolloin tuotteiden esillepanolla on tässä merkittävä osa. (Ylönen, 2020.)

3 Työhyvinvointi

Työhyvinvointi käsitteenä on laaja-alainen johtuen siitä, että jokainen kokee työhyvinvoinnin yksilöllisesti. Kuitenkin työhyvinvointi koskee jokaista työntekijää asemasta riippumatta ja jokainen yksilö on omalla tavallaan vastuussa niin omasta hyvinvoinnista kuin työyhteisössä vallitsevasta ilmapiiristä.

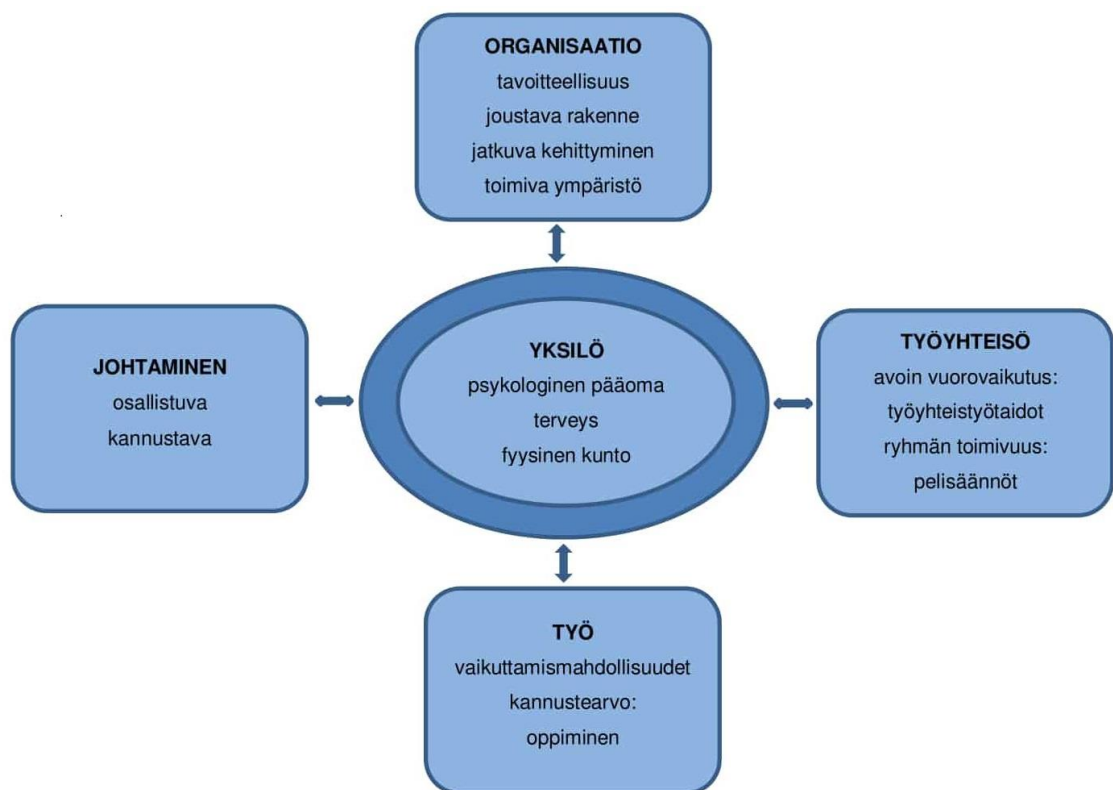
Työterveyslaitos määrittelee työhyvinvoinnin olevan turvallista ja mielekästä työtä, jota ammattitaitoiset työntekijät ja työyhteisöt tekevät hyvin johdetussa yrityksessä. Hyvinvointi on usean eri asian summa, joka syntyy jokapäiväisessä työntekemisessä kohdistuen muun muassa henkilöstöön, työympäristöön, prosesseihin tai johtamiseen. Hyvinvoivalla henkilöstöllä on tutkimusten mukaan merkittävä positiivinen yhteys muun muassa yritysten tuottavuuteen, asiakastyytyväisyyteen, vähenevään vaihtuvuuteen sekä sairauspoissaoloihin. (Työhyvinvointi 2020.)

Työelämään kohdistuu suuria muutospaineita, kun maailmantalous, globalisoituminen ja teknologian kehitys muuttavat työnteon rakenteita. Organisaatiot joutuvat miettimään miten uudistaa toimintatapojaan säilyttääkseen kilpailuedun työmarkkinoilla. Muutokset näkyvät myös organisaatioiden työkuultuureissa uusien digisukupolvien astuessa työelämään. Uudet toimintatavat vaativat samalla uudenlaista johtajuutta ja ajattelutapaa, jotta eri sukupolvien tarpeet ja uudenaikaiset työntekevät osataan ottaa huomioon tasapuolisesti. (Manka & Manka 2016, 13–17.)

Yrityksen tulos ja työhyvinvointi ovat sidoksissa toisiinsa. Suomessa aiheutuu sairauspoissaoloista kustannuksia yhteiskunnalle noin 20 miljardia euroa vuodessa, joista keskimäärin 5 % ovat palkkakustannuksia. Usean yrityksen kohdalla voisi tulos olla miltei kaksinkertainen, mikäli sairauspoissaolot pienenisivät puolella. Suurin osa poissaoloista

johtuvat todennäköisesti työpahoinvoinnista tai työssä viihtymättömyydestä. Sairauspoissaolojen väheneminen lisää merkittävästi tuottavan työn määrää. (Ahonen & Ojala 2005, 51.)

Työhyvinvointi käsittää sekä yksilöiden henkilökohtaista tunnetta, että koko työyhteisön yhteistä vireystilaa. Työyhteisön hyvinvointia kehitetään jatkuvasti, jotta kaikilla olisi mahdollisuus olla mukana kokemassa työn iloa ja onnistumisia. Energialla luodaan menestystä, jota saadaan innokkaalla, positiivisella ja sitoutuneella otteella. Työhyvinvoinnissa on tärkeää käsitellä työntekijöitä kokonaisuuksina, sillä monelle työ on isompi ja keskeisempi osa elämää. (Ahonen & Ojala 2005, 28.)



Kuvio 5. Työhyvinvointiin vaikuttavat tekijät. (Manka 2015,106).

Marja-Liisa Mankan voimavarakeskeinen työhyvinvointimalli (kuvio 5) kuvailee niitä ideaalisia piirteitä, millä saavutetaan mahdollisimman hyvinvoiva ja menestyksenkäs työpaikka sekä samanaikaisesti hyvinvoiva, terve ja työniloa kokeva työntekijä. Vaikka organisaation ominaisuudet tukisivat työntekijän työhyvinvointia, voi työntekijä tulkita työtään omien asenteidensa kautta, mihin vaikuttavat vahvasti yksilön psykologinen pää-

oma, vaikuttamisen mahdollisuus, työyhteisö, terveys sekä fyysinen kunto. Työhyvinvointi on moniulotteinen kokonaisuus, jossa eri työntekijöiden työhyvinvointi voikin vaihdella suuresti saman työyhteisön sisällä. (Manka 2015, 105–107.)

Organisaation on toimittava asetettujen arvojen ja strategioiden mukaisesti, jotta työntekijä tiedostaa minkä tähden hän töitä tekee, eikä vain tee työtä sen takia koska on pakko. Joustavuus organisaatiossa muuttuvien, niin sisäisten kuin ulkoisten tilanteiden varalta on tärkeää, koska vaikka työprosesseja ei pysty muuttamaan, niin luottamus, osallistaminen ja toiminnallinen joustavuus tukee sekä työntekijää että työnantajaa muutostilanteissa. (Docendum 2020).

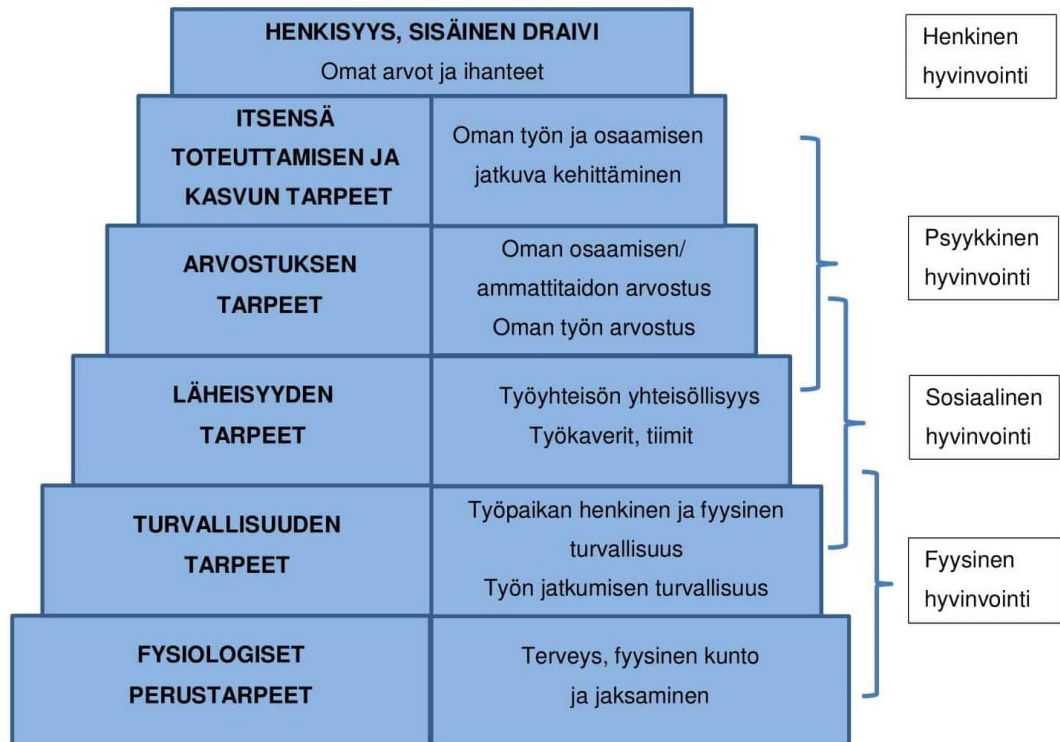
Työnantajalla on velvollisuus huolehtia ja valvoa työntekijöiden turvallisuutta ja terveyttä työssä. Esimerkiksi työturvallisuuslaki, laki työsuojelun valvonnasta ja työpaikan työsuojelun yhteistoiminnasta velvoittaa työnantajaa turvaamaan työntekijöiden fyysistä ja psyykkistä työkykyä. Lakien tarkoituksena on myös ennaltaehkäistä mahdollisia työtapa-
turmia sekä muita työstä ja sen ympäristöstä johtuvia haittoja. Työnantajan on tehtävä työsuojelun toimintaohjelma, missä selvitetään työpaikan työolot, niiden kehittämistarpeet ja työympäristöön liittyvien tekijöiden vaikutukset. Työsuojelutoimikunta on valittava yrityksiin, jossa työskentelee säännöllisesti yli 20 henkilöä. (Manka & Manka 2016, 90–91.)

3.1 Työhyvinvoinnin portaat

Yksilön työkykyä mielletään usein fyysiseksi työkyvyksi eli miten työntekijä selviytyy työelämässä. Työkykyyn liittyy paljon muitakin osa-alueita esimerkiksi psyykkistä, sosiaalista ja osaamiseen liittyviä elementtejä. Motivaatio, osaaminen ja ilmapiiri ovat yhä enenevässä määrin nousseet työhyvinvointiin vaikuttaviin tekijöihin (Ahonen & Ojala, 2005, 30–31.) Puute yhdessä työhyvinvoinnin osa-alueessa heijastuu toisiin osa-alueisiin, minkä takia työhyvinvointia tulee tutkia kokonaisuutena eikä irrallisina kohtina. (Virolainen 2012, 11–12.)

Abraham Maslowin motivaatioteoria vuodelta 1943 perustuu käsitteeseen, jonka mukaan ihmisellä on viisi perustarvetta: fysiologiset tarpeet, turvallisuuden, rakkauden, arvostuksen ja itsensä toteuttamisen tarve. Tarpeet muodostavat hierarkian, jota pitkin nouseaan alimmasta tavoitteesta ylöspäin sitä mukaan, miten vallitseva perustarve on tyydytetty.

Portaat ovat toisistaan riippuvaisia hierarkkisen olettamuksen mukaisesti ja yksilön valitseva tarve hallitsee sen hetkistä käyttäytymistä ja motivaatiota edetä portailla eteenpäin. (Rauramo 2008, 29.) Maslown motivaatioteoriaa on kritisoitu siksi, että hierarkkiisuus ei aina välttämättä toteudu. Ylempien portaiden korostuminen ja sinne siirtyminen ei aina edellytä, että alempien portaiden perustarpeet ovat täyttyneet. Yksittäisten portaiden tarpeet voivat korostua seuraavien portaiden kustannuksella eri tilanteissa. (Kehusmaa 2011, 16–17.)



Kuvio 6. Työhyvinvoinnin kuvaaminen vertauskuvallisesti Maslown tarvehierarkian avulla. (Ahonen, Ojala, 29).

Kuvio 6 esittää Maslown tarvehierarkiaa mukailen työhyvinvoinnin portaat-mallin, jossa näkyy mitkä ihmisen perustarpeet ovat suhteessa työhön ja näiden vaikutus yksilön motivaatioon. Fysiologisiin tarpeisiin voidaan verrata ihmisen terveyttä ja fyysistä kuntoa, johon liittyy perustarpeet kuten riittävä uni sekä ravinnon ja nesteen saanti. Turvallisuuden tarpeisiin sisältyy niin fyysinen kuin henkinen turvallisuus, sekä tieto työn jatkumisesta. Läheisyyden tarve on sitä, että haluaa kuulua työyhteisöön sekä toimivat ihmis-suhteet niin työssä kuin vapaa-ajallakin. Arvostuksen tarve perustuu osaamiseen ja ammattitaitoon, joka tukee sosiaalista hyvinvointia. Korkein tarve liittyy psyykkiseen hyvinvointiin, joka muodostaa yksilön itsensä toteuttamisen ja kasvun tarpeen. Henkinen hyvinvointi pitää sisällään yksilön omat arvot, motiivit ja sisäinen energia, jotka ohjaavat ihmisen innostusta ja sitoutumista. (Ahonen & Ojala 2005, 28–30.) Seuraavassa osiossa

avataan fyysisen, sosiaalisen ja psyykkisen hyvinvoinnin osa-alueita ja niiden vaikutusta työhyvinvointiin.

3.2 Fyysinen työhyvinvointi

Fyysinen työhyvinvointi on näkyvin osa työhyvinvointia, joka pitää sisällään muun muassa fyysiset olosuhteet, fyysisen kuormituksen, ergonomian, työpaikan siisteyden, lämpötilan, melun ja työvälit. Fyysisessä työssä korostuu kehon kuormitus, jolloin jotkin kehon osista rasittuvat toisia enemmän. (Virolainen 2012, 17.)

Ihmisen elimistö tarvitsee kuormitusta sekä haasteita pysyäksään terveenä. Kokonaiskuormitus syntyy sekä työn että vapaa-ajan yhteisvaikutuksesta, jossa työstä palautumisella ja virikkeellisellä vapaa-ajalla vallitsee tasapaino. Voimakasta väsymystä voidaan ehkäistä monipuolisilla työtehtävillä, päivän aikana pidettävillä tauoilla sekä vaihtelemalla työn vaativuustasoja työpäivän aikana. Hyvä unen laatu on myös ratkaisevassa asemassa palautumisen suhteen. (Rauramo 2008, 37–38.)

Fyysisellä kuormituksella työssä tarkoitetaan verenkiertoelimistöön ja liikuntaelimistöön kohdistuvia kuormitustekijöitä, joita voivat olla muun muassa työasennot, työliikkeet, liikuminen ja fyysinen voimankäyttö. Fyysisesti kuormittavia työtehtäviä ovat tyypillisesti käsin tehtävät siirrot ja nostot, yksipuoliset ja toistuvat liikkeet sekä paikallaan istuminen. Jatkuva epäsopeva fyysinen kuormitus voi ilmetä työntekijän negatiivisina tuntemuksina, oireina ja sairauksina. Fyysistä kuormittavuutta voi helpottaa apuvälineiden hankinnalla sekä perehdyttämällä työntekijät oikeiden työasentojen ja liikkeiden omaksumiseen. (Rauramo 2008, 42–44.)

Fyysinen kuormitus muuttuu haitalliseksi työntekijälle, kun työ aiheuttaa väsymystä, ylikuormittumista ja kehon palautuminen hidastuu kuormitustilanteen jälkeen. Kuormitus voi aiheuttaa vaurioita elimistölle sekä sairauspoissaoloja, tehottomuutta, sujumattomuutta ja laatueroja työssä. Työnantaja on velvollinen huolehtimaan työntekijöiden terveydestä työpaikalla työturvallisuuslain (2002/738) edellyttämällä tasolla. Työnantajan on perehdytettävä työntekijät fyysisen työn oikeanlaiseen suorittamiseen, hankkimalla tarvittavia apuvälineitä sekä seuraamalla ja arvioimalla miten fyysistä kuormitusta voidaan vähentää työpaikoilla. (Fyysinen kuormitus 2020.)

Hyvä fyysinen toimintakyky sekä terveelliset elämäntavat vaikuttavat keskeisesti työhyvinvointiin. Säännöllinen liikunta, terveellinen ravinto, tupakoimattomuus, kohtuullinen alkoholin käyttö, riittävä uni ja lepo vaikuttavat positiivisesti terveyteen ja työkykyyn sekä auttavat jaksamaan työssä sekä vapaa-ajalla. (Rauramo 2008, 60–61.) Etenkin fyysisesti kuormittavassa työssä, liikunta tukee yksilön kuntoa ja toimintakykyä sekä vahvistaa niin fyysisiä kuin psyykkisiä voimavaroja ja vähentää sairauspoissaoloja. Yksilön hyvä kunto edesauttaa elimistön palautumisessa työpäivän jälkeen paremmin kuin huonokuntoisen työntekijän. (Elintavat ja hyvinvointi 2020.)

3.3 Sosiaalinen työhyvinvointi

Sosiaalinen työhyvinvointi pitää sisällään työn järjestelyihin ja sen sisältöön sekä työyhteisön sosiaaliseen toimivuuteen liittyviä osa-alueita. Mikäli näillä osa-alueilla on puutteita tai ne ovat väärin mitoitettu vastaamaan työympäristöä, voivat työntekijät kokea haitallista työkuormitusta. Haitallinen psykososiaalinen kuormitus voi aiheuttaa esimerkiksi sairauspoissaoloja, työkyvyn heikkenemisen, henkilöstön suuren vaihtuvuuden ja tapaturmien lisääntymisen. (Psykososiaalinen kuormitus työpaikalla 2020.)

Tutkimusten mukaan, hyvä työilmapiiri on yksi tärkeimmistä työn ilon lähteistä. Yhteisöllisyys työpaikalla syntyy sekä hyvästä johtamisesta että työntekijöiden käytöksestä muita yhteisön jäseniä kohtaan. Hyvinvoiva työyhteisö rakentuu luottamuksesta, vastavuoroisuudesta, yhteisistä arvoista sekä osallistavilla toimilla yhteiseksi hyväksi. Avoin ja aktiivinen ilmapiiri työyhteisön jäsenten kesken antaa resursseja myös stressin negatiivisia vaikutuksia vastaan ja voimia ei kulu selän takana puhumiseen ja tiedon salailuun. (Manka 2015, 144–146.)

Organisaation sisäiset verkostot sekä kasvattavat työn moniulotteisuutta, että antavat työntekijälle mahdollisuuksia oppia ja kehittyä työssä paremmaksi. Sosiaalisen median tapainen verkostoituminen yleistyy työelämässä, mikä lisää työntekijöiden vaikutusmahdollisuuksia. Työntekijän ajatuksia, näkemyksiä ja hiljaista tietoa voidaan hyödyntää reaaliajassa yhteisen keskustelun avulla. Tunneälykäs organisaatio osaa uudistua ja kehittyä oppimisen sekä keskustelun kautta. Organisaatio tunnistaa ja osaa hyödyntää yksilön asiantuntemusta ja osaamista sekä yksilö pystyy samalla hyödyntämään yhteisön osaamista omassa työssään. (Kehusmaa 2011, 106–107.)

Jokaisella työntekijällä on oikeus hyvään kohteluun työyhteisössä. Ihmissuhteet työelämässä ovat oleellinen osa työmotivaatiota, työhyvinvointia sekä työn tuottavuutta. Toimiva ja hyvä työyhteisö ruokkii yksilön itsetuntoa, jolloin yhteistyöllä voidaan saavuttaa avoin, luottamuksellinen ja tuloksellinen työpaikka. (Rauramo 2008, 122–124.) Yhteisössä tapahtuva vuorovaikutus synnyttää sosiaalista pääomaa, joka on koko työyhteisön ja yksilön voimavara. Sosiaalinen pääoma syventää tavoitteiden saavuttamista, vastavuoroisuutta, verkostoitumista sekä vaikuttaa positiivisesti työntekijöiden terveyteen. (Manka & Manka 2016, 132.)

3.4 Psyykkinen työhyvinvointi

Psyykkiseen hyvinvointiin on alettu kiinnittämään aiempaa enemmän huomiota työelämässä. Suomessa joka viidennellä miehellä ja joka kolmannella naisella on työstä johtuvia psyykkisiä oireita, joista kiire on yksi suurimmista kuormitustekijöistä. Mielenkiintoinen ja mielekäs työ, jossa yksilöllä on mahdollisuus ilmaista tunteuksiaan ja omia mielipiteitään edistää työntekijän mielenterveyttä sekä vähentää ahdistuneisuutta ja työpaahoinvointia. (Virolainen 2012, 18–20.)

Liiallinen kiireen tuntu työelämässä koettelee työntekijöiden arvoja, jolloin työn laadukkuus ja ihmissuhteet menettävät merkityksensä. Kiire johtuu usein liiallisesta työn määrästä, puutteellisesta työn hallinnasta ja tehottomasta työn järjestelystä. Työntekijät voivat selviytyä työpäivän tehtävistä hyvin, mutta yllättävät tilanteet kuten sairauspoissaolot, vuosilomat, tekniset ongelmat, tilauksen myöhästyminen tai vaativa asiakas voivat aiheuttaa työtehtävien kasautumista. Työnantajan on järjeistettävä kohtuullinen työmäärä, josta henkilökunnan on mahdollista suoriutua. (Rauramo 2008, 55–56.)

Organisaatioiden rajat hämärtyvät ja yritysten sisäiset hierarkiat ovat muuttumassa enenevässä määrin kohti joustavia työsuhdejärjestelyitä, kuten alihankinnan, ostopalveluiden ja vuokratyön lisääntymiseen. Tämä tarkoittaa yritysten oman työvoiman vähentämistä ja ydintoimintojen ulkoistamista. Epästabiiilissa työmarkkina-asemassa olevien työntekijöiden määrä on lisääntynyt ulkoistamisen takia, mikä murentaa työyhteisöjä ja tuottaa pelkoa sekä epävarmuutta omasta työstä ja sen riittävydestä. (Blom & Hautaniemi 2009, 57–59.)

Tiimityö lisää työntekijöiden aloitteellisuutta, itsenäisyyttä, sitoutumista ja vastuullisuutta sitoutua organisaation tavoitteisiin. Tiimityöskentelyllä voidaan hyödyntää monipuolisesti

henkilöstön osaamista ja osallistuttaa työntekijät päätöksentekoon, joka lisää työn mielekkyyttä. (Manka & Manka 2016, 87.)

Informaatio- ja ärsyketulva on lisääntynyt merkittävästi työelämässä, mikä lisää ”teknostressiä” ja heikentää työhyvinvointia. Informaatioylikuorma heikentää työn tuottavuutta ja vaikuttaa negatiivisesti yksilön huomiokykyyn ja muistiin. Työntekijä voi kokea stressitason nousua ja tuntea työn hallinnan menettämistä, mikäli työmuistin informaatiokapasiteetti ylittyy esimerkiksi monitehtäväisyyden ja jatkuvaan keskeytykseen työssä. Työtehtävien monipuolistuminen, lisääntyminen, pirstaloituminen ja samanaikaisuus vaikeuttavat yksilöiden kykyyn käsitellä informaatiota. (Manka 2015, 120–121.)

4 Tutkimusmenetelmä ja luotettavuus

4.1 Tutkimusmenetelmä

Tämän opinnäytetyön aineiston keräämisessä käytetään kvalitatiivista tutkimusmenetelmää teemahaastattelun muodossa. Tarkoituksena on kerätä kokemusperäistä tietoa menekinedistäjien työhyvinvoinnin nykytilasta, mahdollisista epäkohdista sekä kehityskohteista. Teemahaastattelu etenee keskustelunomaisesti valmiiden aihepiirien pohjalta, mutta käsiteltävät alueet elävät haastateltavan tulkintojen mukaisesti. Kaikki aihealueet käsitellään haastateltavien kanssa, vaikka teemojen välillä saatetaan siirtyillä melko vapaasti eikä kaikkien kanssa keskustella asioista samassa laajuudessa. Teemahaastattelun tarkoitus ei ole esittää pikkutarkkoja kysymyksiä, vaan antaa haastateltavalle tilaa puhua ja jäsentää omat vastaukset teemoihin liittyen, jolloin tutkijan tehtävänä on ainoastaan ruokkia keskustelua avainsanojen tai apukysymyksiä apuna käyttäen. (Saarinen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Haastatteluun valikoitui kuusi menekinedistäjää pääkaupunkiseudun alueelta, jotka kaikki työskentelevät kukin eri yrityksissä. Haastatteluista sovittiin kasvotusten ja myöhemmin jokaiselle lähetettiin sähköinen haastattelukutsu, josta kävi ilmi haastattelun runko sekä käsiteltävät aihealueet. Menekinedistäjille lähetetty haastattelukutsu ja teemahaastattelurunko löytyvät liitteestä yksi. Aihealueet teemoitettiin viiteen eri osioon: työhyvinvointi yleisesti, fyysinen työhyvinvointi, psyykinen työhyvinvointi, sosiaalinen työhyvinvointi sekä osio avoimelle keskustelulle.

Teemahaastattelut toteutettiin 8.8.2020–20.8.2020 välisenä aikana erikseen haastatteluvien kanssa sovittuna ajankohtana. Haastattelut suoritettiin suljetussa tilassa, jossa oli minimaalinen mahdollisuus ulkoisille häiriötekijöille. Jokainen haastattelu nauhoitettiin ja analysoitiin litteroimalla puheesta keskeisimmät asiat liittyen käsiteltäviin työhyvinvoinnin osa-alueeseen. Noin neljän haastattelun jälkeen alkoi tutkimusongelman kannalta saturaatio täytyä, eli uutta tietoa ei enää tullut haastatteluiden myötä. Haastateltavat ovat iältään 33–59-vuotiaita keski-ikänsä ollen noin 49 vuotta. Työkokemusta menekinedistämisestä oli 2–25 vuotta keskiarvon ollen noin 9 vuotta.

4.2 Luotettavuus

Kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän laatua voidaan varmistaa tekemällä hyvä ja toimiva haastattelurunko sekä miettiä etukäteen auttavia lisäkysymyksiä rungon tueksi haastattelutilanteessa. Tekniset välineet on hyvä olla kunnossa sekä varmistaa äänen laatu mitauslaitteessa. Haastattelun laatua parantaa se, että haastattelun jälkeen litterointi tapahtuu niin pian kuin mahdollista (Hirsjärvi & Hurme 2015, 184–185.)

Tutkimuksen luotettavuus pyrkii siihen, että se kuvastaa objektiivisesti tutkittavien ajatusmaailmaa ja käsityksiä tutkittavasta aiheesta. Reliaabelius koskee enemmän tutkijan toimintaa sekä haastattelujen luotettavaa analyysia, kuin haastateltavien vastauksia. Täytyy kuitenkin kiinnittää huomiota siihen, että haastattelujen tulos on aina haastateltavan sekä haastateltujen yhteistoiminnasta johtuvaa (Hirsjärvi & Hurme 2015, 189.)

Teorian perusteella voidaan tutkimusta pitää luotettavana sekä laadukkaana. Haastateltavat menekinedistäjät olivat tutkijalle entuudestaan tuttuja, ja haastattelutilanne oli vapaamuotoinen sekä rento. Asioita käsiteltiin haastateltaville luontaisessa järjestyksessä, mutta koska tutkijalla on omakohtaista kokemusta menekinedistäjien työolosuhteista, on tutkija voinut vaikuttaa omalta osaltaan haastattelussa käsiteltäviin aiheisiin.

5 Työhyvinvointitutkimuksen tulokset

Teemahaastattelussa käytiin läpi haastateltavien mielteitä työhyvinvoinnin käsitteestä ja siitä, mitä työhyvinvointi merkitsee. Haastateltavien mukaan työhyvinvointi merkitsee sitä, että on mukava lähteä töihin aamulla, jaksaa hyvin töissä, työtehtävät ovat vaihtelevia, motivoivia ja työssä viihtyy. Työhyvinvointi on myös sitä, että jaksaa mahdollisimman pitkään olla työelämässä. Haastateltavat myös tunnistivat osa-alueita, jotka liittyvät

työhyvinvointiin, mutta fyysinen jaksaminen nousi keskusteluissa useammin esille. Haastateltavat tunnustivat, että työhyvinvointi on suurimmaksi osaksi organisaation ja esihenkilön vastuulla, mutta työntekijällä on myös henkilökohtainen vastuu omasta työhyvinvoinnista sekä työyhteisön yleiseen ilmapiiriin.

Positiivisesti työhyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä nousi reilusti esille. Näitä ovat muun muassa organisaation läpinäkyvyys, avoimuus ja rehellisyys. Myös asioista tiedottaminen yleisellä tasolla sekä esihenkilöiden ja työntekijöiden välinen avoin ja toimiva yhteistyö koettiin tärkeäksi. Työnteeseen sopivat työvälineet, työvaatetus sekä sopiva työmaa- ja työvälineet, että työntekijällä on mahdollisuus suoriutua hyvin työstään, katsottiin vaikuttavan myönteisesti työhyvinvointiin. Suurin osa haastateltavista nosti esille sen, että organisaation näyttämä arvostus työntekijöitä kohtaan on tärkeä työhyvinvoinnin tekijä. Työntekijöiden kuunteleminen ja osaamisalueiden tunnistaminen sekä työn tukeminen koettiin vaikuttavan positiivisesti työhyvinvointiin.

Kiireen, työpaineiden, liian suurten vaatimusten ja työkuormien katsottiin vaikuttavan negatiivisesti työhyvinvointiin. Huono työilmapiiri ja esihenkilön puutteellinen tuki nähtiin vaikuttavan kielteisesti työhyvinvointiin sekä säännöllinen negatiivinen palaute, johon ei kuitenkaan työntekijätasolla puututa. Puutteellinen tiedottaminen, tai jatkuvat odottamatomat tilanteet koettiin aiheuttavan stressaavia tilanteita työssä.

5.1 Fyysinen työhyvinvointi

Fyysinen työhyvinvointi merkitsi haastateltaville sitä, että jaksaa tehdä kehoa kuormittavaa työtä sekä pysyä terveenä. Menekinedistämistyö katsottiin olevan fyysisesti raskasta toistotyötä, jossa vartalon eri osa-alueet kuormittuvat. Fyysiseen työhyvinvointiin katsottiin vaikuttavan työntekijän oma fyysinen kunto ja sen ylläpito sekä unen tarve ja ruokavalio.

Haastateltavat kokevat jaksavansa tällä hetkellä kohtalaisen hyvin menekinedistämistyössä. Työpäivät voivat kestää neljästä tunnista jopa kahteentoista tuntiin riippuen työn ja kampanjoiden määrästä. Jokainen haastateltava kuitenkin mainitsi, että vartalo joutuu työssä koville ja nosto- ja toistotyön takia polvet, jalat, selkä ja kädet kipeytyvät. Kaikki haastateltavat sanoivat, että kokevat jonkinasteista kipua esimerkiksi nivelissä ja kremppoja vartalossa työpäivien jälkeen. Kiireisinä aikoina palautumiseen tarvittava aika ei aina riitä ennen seuraavan työpäivän alkua, jolloin työssä olo on ajoittain kivuliasta ja

vaikuttaa työssä jaksamiseen. Osa haastateltavista kertoi, että vartalon kuormitus ja siitä aiheutuva kipuilu vaikuttaa negatiivisesti jaksamiseen myös työn ulkopuolella.

Menekinedistäjän työ on luonteeltaan liikkuvaa työtä, jossa työtä tehdään päivän aikana useammassa myymälässä riippuen työpisteiden määrästä. Siirtymätilanteet kuljetaan omalla autolla tai muulla kulkuneuvolla. Työpäivän aikainen tauottaminen tapahtuu suurimmaksi osaksi haastateltavien mukaan siirtymätilanteissa eli myymälästä toiseen siirtymisen aikana. Autossa syödään eväitä ajon aikana ja vain harvoin istutaan alas lounaalle tai pysähdytään kahville. Mikäli työaikana tapaa kollegan, mitä tapahtuu harvoin, haastateltavat saattavat istua yhdessä tauolle. Yhden haastateltavan yrityksessä otetaan lounasaika suoraan päivän tunneista pois, jolloin muistuu mieleen, että tauko on pidettävä oman jaksamisen takia.

Työergonomia on haastateltaville tuttu käsite, mutta fyysiseen ergonomiaan ei monikaan menekinedistäjä ole saanut lainkaan perehdytystä. Menekinedistäjät joutuvat päivittäin muun muassa siirtämään raskaita rullakoita myymälöissä sekä nostamaan painavia laatikoita, jotka omalta osaltaan aiheuttavat kuormitusta vartalolle. Yksi haastateltava kertoi, että heidän yrityksensä järjesti älyvaatekokeilun osalle menekinedistäjistä, jossa mitattiin työn kuormittavuutta muun muassa lihaksille. Tulosten perusteella lähdetään kehittämään mahdollisia apuvälineitä vähentämään menekinedistäjien fyysistä kuormitusta työssä.

Koska menekinedistämistyö koetaan fyysisesti raskaana, ei haastateltavat välttämättä jaksakaan panostaa omaan liikunnalliseen hyvinvointiinsa työpäivien jälkeen. Suurin osa haastateltavista harrastaa kevyttä hyötyliikuntaa, muun muassa kotieläinten ulkoiluttaminen ja kodinhoidolliset työt katsottiin olevan riittävä liikunnan muoto oman jaksamisen kannalta. Haastatteluista nousee esille, että haastateltavat haluaisivat harrastaa enemmän, mutta eivät voisi ajatella lähtevänsä esimerkiksi salille työpäivän jälkeen, koska vartalo kuormittuu työpäivän aikana jo valmiiksi liikaa ja jaksaminen on vähissä.

Vaikka työ koetaan fyysisesti raskaaksi, haastateltavat eivät ole kertomansa mukaan olleet melkein lainkaan sairauslomalla. Kysyttäessä työterveyshuollosta, vain yksi haastateltava vastaa, että heillä on hyvin toimiva työterveyshuolto ja laaja työterveys sopimus. Suurin osa haastateltavista eivät tiedä, onko heidän yrityksellään työterveyshuoltoa lain-

kaan eikä sairaustapauksissa työntekijöitä ohjata työterveyshuoltoon. Työhöntulotarkastuksia tai muita ikätarkastuksia ei myöskään ole muuta kuin yhden haastateltavan yrityksessä.

Suurin osa haastateltavista kokee, ettei heidän organisaationsa tue työntekijöiden työssä jaksamista riittävällä tavalla. Yksi haastateltava on tyytyväinen tämänhetkiseen tuen määrään ja kertoi että työntekijöille ladataan kaksi kertaa vuodessa Edenred-kortteihin arvoa, jota voi käyttää liikunta- ja kulttuurietuihin. Loput haastateltavat kertoivat, etteivät saa, tai he eivät ole tietoisia, saako liikunta- ja kulttuuriseteleitä käyttöönsä omasta organisaatiostansa. Muutamassa yrityksessä työntekijät saavat käyttöönsä työvaaterahaa vuosittain, mutta jos työntekijä ei osaa tai tiedä itse kysyä niin etu jää saamatta tai käyttämättä.

5.2 Sosiaalinen työhyvinvointi

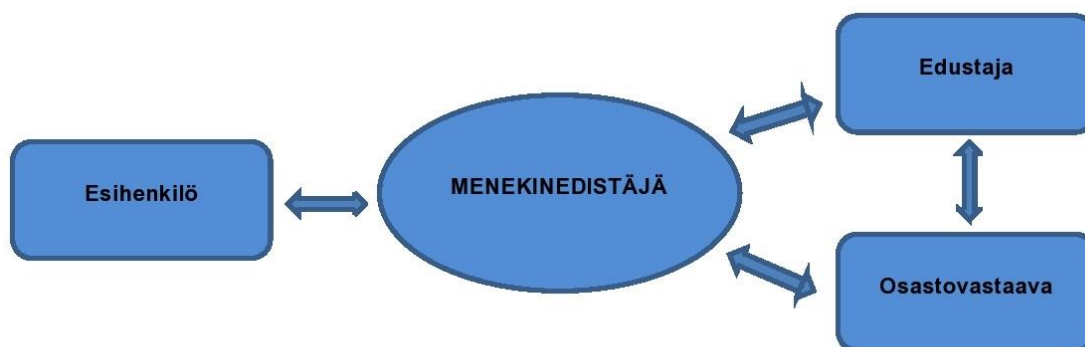
Haastateltavat mieltävät sosiaalisen työhyvinvoinnin pitävän sisällään työyhteisön. Kaikki haastateltavat ovat sitä mieltä, että menekinedistäminen on hyvin yksinäistä työtä, koska työtä tehdään aina eri myymälöissä itsenäisesti eikä perinteistä työyhteisöä ole. Kaikki ovat sitä mieltä, ettei sosiaalista hyvinvointia ole menekinedistämistyössä tai sitä on hyvin vähän. Kaikki haastateltavat ovat osa tiimejä, jota johtaa alue-esihenkilö, mutta suurin osa työntekijöistä eivät tunne oman tiimensä kollegoita tai tunnistavat heidät vain nimeltä. Ainoastaan yksi haastateltava tunsi yhteenkuuluvuutta omaan työyhteisöönsä.

Sosiaalista kanssakäymistä oman työyhteisön kesken on hyvin vähän menekinedistämistyössä. Haastateltavat kertovat, että oman yrityksen tai tiimin kollegoita tapaa vain harvoin esimerkiksi myymälöissä, jos työtehtävät osuvat samaan paikkaan. Osa haastateltavista eivät tunnistaisi oman tiimensä jäseniä, jos sattuisi tapaamaan heidät, ja suurin osa eivät tiedä ketä heidän tiimiinsä kuuluu. Työn ulkopuolella ei moni koe tarvetta kaverata työkavereiden kesken, ja usea haastateltava kertoikin olevansa ”oman tiensä kulkija”, eikä näe tarvetta ystävystyä työkavereiden kanssa.

Työyhteisön ja tiimin väliseen kommunikointiin on ensisijaisesti käytössä WhatsApp-sovellus, jota esihenkilöt hallinnoivat. Tiimien WhatsApp-ryhmissä jaetaan tietoa ja käydään keskustelua pääsääntöisesti työasioista. Haastateltavat saavat muilta kollegoilta tietoja, ideoita ja vinkkejä, joita voivat soveltaa omaan työhönsä. Osa kokee tämän viestintätavan edesauttavan positiivisella tavalla työssä pärjäämiseen ja avun saamiseen.

Kaksi haastateltavaa koki, etteivät kuitenkaan saa apua mahdollisiin ongelmiin tai niihin ei reagoita tarvittavalla tavalla. Usea haastateltava kertoi, että soittelevat lähimmille kollegoille viikoittain, jos tarvitsevat apua tai tukea työasioissa.

Useassa haastateltavien organisaatioissa järjestetään arviolta noin kaksi kertaa vuodessa kokouksia, joissa koko organisaatio kerääntyy yhteen, niin kutsuttuun myyntikokoukseen tai koulutuspäiviin. Kokouksissa käydään läpi oman organisaation sekä asiakasyritysten brändikohtaisia asioita, tulevia kampanjoita ja muita ajankohtaisia asioita. Kokouksissa tavataan myös kollegoita ja pidetään tiimipalavereita. Haastateltavat kokevat kokousten vaikuttavan myönteisesti tiimihenkeen, ja nimille Whatsapp-ryhmissä saa kasvot. Yksi haastateltava kertoi, ettei myyntikokouksia tai koulutuksia järjestetä lainkaan. Maailmalla vallitsevan koronapandemian takia on kokoukset peruutettu vuodelta 2020 useammassa organisaatiossa. Yksi organisaatio on järjestänyt myyntikokouksia etäyhteyksillä.



Kuvio 7. Menekinedistäjän vuorovaikutuskuvio haastatteluihin perustuen.

Menekinedistäjä voi työskennellä useammassa vähittäiskaupassa päivittäin ja kohtauksia tapahtuu enemmän muiden yritysten työntekijöiden kanssa, kuin oman työyhteisön jäsenten. Moni haastateltava toi esille, kuinka päivän aikana voi kohdata kymmeniä eri henkilöitä ja kuinka jokainen kohtaaminen voi vaikuttaa päivän kulkuun, niin hyvässä kuin pahassa. Menekinedistäjät ovat tekemisissä niin kaupan osastovastaavan, asiakasyrityksen edustajan sekä oman esihenkilön kanssa. Kuviossa 7 on havainnollistettu menekinedistäjien vuorovaikutussuhteet. Haastateltavat kokevat varsinkin myymälähenkilökunnan positiivisen suhtautumisen ja vuorovaikutuksen olevan tärkeää sosiaalisen työ-

hyvinvoinnin kannalta. Osa haastateltavista tuo esille, kuinka kiireiseltä osastovastavalta on välillä vaikea saada tarpeellinen aika, jotta oma työ saataisiin tehtyä kunnolla. Toisinaan tulee tunne, että menekinedistäjät ”pyöriivät vain jaloissa” sekä harvoin saa positiivista palautetta myymälän puolelta. Jos palautetta tulee, on se yleensä negatiivista silloin, jos esimerkiksi jokin asia on jäänyt tekemättä huonon tai vähäisen kommunikation takia.

5.3 Psykkinen työhyvinvointi

Haastateltavat kokevat psykkinen työhyvinvoinnin olevan sitä, että mieli on virkeä, pää pysyy kasassa ja se, että jaksaa olla hyväntuulinen eikä koe stressiä työnteosta. Jokainen haastateltava koki motivaation olevan tärkeässä roolissa työssä jaksamisessa ja se, että työntekijä kokee olevansa arvostettu eikä vain suorittaja. Koettiin, että psykkinen työhyvinvointiin vaikuttaa se, miten työnantaja huomioi työntekijöitä yksilöinä.

Vapaa-ajan ja työn yhdistäminen menekinedistämistyössä koetaan ajoittain haasteelliseksi. Menekinedistämistyö on joustavaa työtä eikä siinä tunneta perinteisiä työaikoja. Tarkoitetaan sitä, että myymälöissä vietettävä aika saattaa vaihdella paljonkin riippuen, kuinka paljon tekemistä jokaisessa päivän aikana käydyssä myymälässä on. Osa haastateltavista koki vapaa-ajan ja työn yhdistämisen helppona, mutta osa koki sen erittäin haastavana. Haastateltavat tunnistavat, että oma yksityinen elämäntilanne vaikuttaa vapaa-ajan ja työn yhdistämiseen erityisen paljon. Esimerkiksi mikäli työntekijällä on pieniä päiväkotikäisiä lapsia, on lapset haettava tiettyinä aikoina päiväkodista pois. Tämä itsessään saattaa aiheuttaa stressiä sekä työn laadun heikkenemistä, mikäli töitä ei voida saattaa loppuun halutulla tarkkuudella.

Menekinedistäjät kokevat vaihtelevassa määrin stressiä työssään. Enemmistö haastateltavista kertoivat, että stressiä koetaan eniten työn tiedottamisen puutteesta sekä liiallisesta tai epäsäännöllisestä työmäärästä. Stressiä koetaan siitä, että työntekijän viikkokalenteriin saattaa ilmestyä työkohteita, joista ei ole ilmoitettu etukäteen. Tästä syystä koetaan turhautumisen ja alemmuuden tunnetta, jos työkohteista joutuu jälkikäteen kieltäytymään. Osa haastateltavista taas eivät koe työstressiä ja tunnistivat, että eivät ole muutenkaan stressaavaa tyyppiä.

Haastateltavat nostivat esille ohjeistuksien tärkeyden. Menekinedistäjät voivat tehdä työtä usealle eri asiakasyritykselle, brändille sekä myymälälle, joilla jokaisella on omat

ohjeistukset ja toimintatavat. Haastatteluissa tulee ilmi, että mitä enemmän brändejä yhdellä työntekijällä on, sen haastavampaa on ohjeistuksien noudattaminen. Tuuraustilan- teet mielletään jokseenkin stressaavaksi, koska usein vain se työntekijä, joka vakituisesti käy hoitamassa työtehtävän myymälässä tietää tarkalleen, miten myymälässä tulee toi- mia. Mikäli tuuraaja ei ole saanut ohjeita, voi työn jälki poiketa ja aiheuttaa negatiivisen palautteen myymälältä. Toisaalta yksi haastateltava kokee, että hän mieluummin ottaa ohjeistukset suoraan myymälästä ja kokee, että häneltä myös odotetaan enemmän kuin satunnaiselta tuuraajalta. Näin hänellä on enemmän valtaa toimia myymälässä itsenäi- sesti ja kokee olevan luotettu sekä vastuuntuntoinen työntekijä. Yksi haastateltavista kui- tenkin kokee, että tarkkojen ohjeistuksien puute johtaa yli- tai alipalvelemiseen, mikä voi aiheuttaa asiakasyrityksen ja menekinedistäjän välillä jännitteitä sekä epävarmuutta omaan työntekemiseen.

Menekinedistäjät työskentelevät suurimmaksi osaksi nollatuntityösopimuksilla ilman mi- nimituntimääriä. Varsinkin matalasesonki ja erityisesti tällä hetkellä vaikuttavana korona- pandemia-aika on vaikuttanut suuresti vähenevässä määrin työtunteihin. Tämä on ai- heuttanut usealle haastateltavalle taloudellista haittaa sekä stressiä niin työpaikalla kuin yksityiselämässä. Tämän tunnistettiin vaikuttavan negatiivisesti yleiseen mielialaan. Haastatteluissa nousi esille myös, miten esihenkilön ja työntekijän välinen suhde voi vai- kuttaa työntekijän saamien tuntien määrään. Osa haastateltavista kokee epävarmuutta siitä, että mikäli ei miellytä esihenkilöä, on vaarana, että työkohteita vähennetään tai ote- taan kokonaan pois. Tämä tarkoittaa, ettei työtä enää ole, eikä työnantajalla ole näin ollen palkanmaksuvelvollisuutta.

Etenemismahdollisuuksia koettiin menekinedistämistyössä olevan vähän. Osa koki, ettei oman yrityksen sisällä ole etenemismahdollisuuksia, kun taas toiset haastateltavat ker- tovat, että etenemismahdollisuuksia on kyllä, mutta vaihtuvuutta ei ole kovin usein. Ete- nemismahdollisuuksia kerrotaan olevan lähiesihenkilötyöhön, edustajaksi oman yrityk- sen sisällä tai toimistotyöhön. Usea haastateltava kuitenkin oli sitä mieltä, että he eivät ole kiinnostuneita oman yrityksen sisällä etenemisestä.

Koska työ on joustavaa, eikä varsinaisia työaikoja ole asetettu työntekijöille, on kiireen tuntu usein läsnä. Haastatteluissa tulee ilmi, että työntekijöillä ei ole varsinaisia aikapai- neita työnteossa, eikä aikarajoja aseteta tietyn työn suorittamiseen kohdemyymälässä. Työtehtävillä on olemassa viitteelliset työajat ja menekinedistäjät suunnittelevat itsenäi- sesti oman viikkokalenterinsa työtehtävien määrän mukaan. Työntekijät joutuvat ajoittain

kuitenkin kohtaamaan yllätyksiä ja odottamattomia työmääriä saapuessaan työkohteeseen. Tämä aiheuttaa resursoidun päiväkohtaisen työajan pidentymisen sekä kiireen suorittaa työtehtävät, jotta ehtii seuraavaan työkohteeseen.

Kiireeseen saa usein apua, mikäli sitä osaa pyytää. Osa haastateltavista kokevat saavansa hyvin apua kiireeseen, mutta osa kokee, että kiireessä on vain pärjättävä, koska kollegoiden kalenterit voivat olla täynnä jo valmiiksi, eikä lisäresursseja välttämättä löydy heti kun on tarpeen. Esihenkilön tuki kiireessä nostettiin melkein jokaisessa haastattelussa esille. Osa kokee saavansa hyvin apua ja eritoten henkistä tukea omalta esihenkilöltä. Toisaalta osa haastatteliijoista tuntee, että esihenkilö ei reagoi avunpyyntöihin tarpeeksi nopeasti tai tue työntekijän jaksamista siinä määrin mitä ehkä odotetaan.

6 Johtopäätökset

Vaikka työhyvinvointi sisältää fyysistä, psyykkistä ja sosiaalista hyvinvointia, on sitä tarkasteltava yhtenä kokonaisuutena. Koska yksilö koostuu fyysisen kehon, mielen ja tunteiden kokonaisuudesta, on työhyvinvointi myös subjektiivista, jolloin jokainen ihminen kokee sen eri lailla. Kuten Otalan ja Ahosen työhyvinvoinnin portaat-mallissa kuviossa 6 nähdään, viitekehyksessä käsitellyt työhyvinvoinnin osa-alueet linkittyvät kaikki toisiinsa eikä yhtä osa-aluetta voi tarkastella irrallisena kokonaisuutena. Tässä kappaleessa käsitellään haastatteluissa esiin tulleita aiheita ja ongelmakohtia, sekä toimenpiteitä niiden parantamiseksi tai korjaamiseksi, jotta menekinedistäjillä olisi paremmat työolosuhteet ja työ mielekäästä.

Menekinedistäjät kokevat fyysisesti jaksavansa melko hyvin työssään, siitä huolimatta, että työ koetaan kehoa kuormittavana ja ajoittain raskaana. Työpäivien pituus saattaa vaihdella suuresti päivä ja viikkotasolla työn sesonkiluonteisuutensa takia. Töiden kasaantuessa ja työpäivien pidentyessä koettiin työstä palautumisen olevan hidasta ja vaikuttavan työssä jaksamiseen sekä vapaa-aikaan negatiivisesti. Perehdytystä ei myöskään ole asianmukaisesti hoidettu organisaatioissa, johon on toivottavaa puuttua. Ensiarvoisen tärkeää on perehdyttää työntekijät oikeaoppisella työhönopastuksella, jossa myötävaikutetaan oikeiden työasentojen- ja liikkeiden hallintaan ja näin ollen vähennetään kuormittumista. Työkierrolla ja työtehtävien monipuolistamisella voidaan helpottaa kuormitusta, jolloin raskaaksi koetut ja kevyemmät työt vuorottelevat päivän aikana, mikäli mahdollista. Staattisessa lihastyöskentelyssä on usea lyhyempi tauko päivän aikana

parempi kuin yksi pitkä, jotta lihakset pääsevät rentoutumaan eivätkä väsy ennenaikaisesti. (Rauramo 2008, 42–43.)

Työntekijät tunnistavat sen, että fyysisen kuormituksen tuntemukset voivat olla hyvin yksilöllisiä. Työntekijät eivät kuitenkaan jaksakaan panostaa vapaa-aikana omaan fyysiseen hyvinvointiinsa koska työ itsessään kuormittaa elimistöä niin paljon. Työntekijöitä tulee tiedottaa ja kannustaa vapaa-ajan liikuntaan tarjoamalla esimerkiksi liikuntaseteleitä, kuntosalitai uimahallilippuja, joilla aktivoitua työntekijät liikkumaan työn luonteen takia juuri silloin kun heille parhaaksi sopii.

Työterveysasiat vaikuttavat olevan useassa organisaatiossa huonosti järjestetty tai tiedotus puutteellista. Mielenkiintoiseksi asiaksi nousi se, että kaikkia työntekijöitä ei pääsääntöisesti ohjata työterveyshuoltoon sairaustapauksissa, eikä monessakaan yrityksessä järjestetä muun muassa terveystarkastuksia. Terveystarkastuksilla sekä työterveyden vastaanottokäynneillä pystytään havaitsemaan työn terveysongelmat sekä mahdolliset työkykyä uhkaavat tekijät, ja tehdä toimenpiteitä yhdessä työntekijän ja työnantajan yhteistyöllä näiden ennaltaehkäisemiseen ja poistamiseen. (Virtanen & Sinokki 2014, 228.)

Sosiaalista työhyvinvointia menekinedistämistyössä katsottiin olevan hyvin vähän ja tämä koettiin ajoittain raskaaksi. Yksinäinen työ ja lähes olematon työyhteisö vaikuttavat negatiivisesti jaksamiseen työpaikalla. Koska menekinedistäjän työ on liikkuvaa työtä, eikä kohtaamisia kollegoiden tai esihenkilön kanssa ole juuri ollenkaan, on hyvä etsiä vaihtoehtoisia toimia ylläpitää yhteisöllisyyttä työpaikalla ja ylläpitää tiimisuhteita. Erilaiset viikko tai kuukausipalaverit ja kokoukset ovat tärkeä osa työtä, jossa voidaan yhdessä tiiminä käydä läpi ajankohtaisia asioita, ongelmia, antaa palautetta ja tukea toisia sekä kasvattaa luottamusta niin esihenkilön kuin työntekijöiden kesken (Rauramo 2008, 138.) Koska työajat ovat epäsäännölliset, voidaan etäpalavereissa hyödyntää verkko-pohjaisia alustoja, jossa jokainen työntekijä pystyy osallistumaan esimerkiksi oman älypuhelinlaitteen kautta.

Menekinedistäjät arvostavat työn joustavuutta, ja vapaa-ajan sekä työn yhdistäminen koetaan helpoksi. Toisinaan työpäivät ovat hyvin pitkiä, tulee kiire, mikä aiheuttaa tarpeetonta stressiä. Jatkuva kiireen tunne voi koetella työntekijöiden arvoja eikä laadusta ja ihmissuhteista jaksakaan enää välittää. Kiireinen ihminen vastustaa muutosta ja on kehitykselle uhka. Kiirettä tulisi hallita työnkuvia selkiyttämällä ja töitä uudelleen jakamalla.

(Rauramo 2008, 55–56.) Esihenkilön on hyvä seurata työntekijöiden tekemiä työtunteja, jotta vältetään liialliselta kuormitukselta ja loppuun palamiselta.

Menekinedistäjät tekevät töitä pääsääntöisesti nollatuntityösopimuksilla ilman minimituntimääriä, jota kutsutaan vaihtelevaksi työajaksi. Menekinedistäjät kokevat epävarmuutta työn jatkumisen suhteen, koska työskentely ja palkanmaksu tapahtuu niin sanotusti tuntitunnilta. Työntekijän kokema turvallisuuden tunne on Maslown tarvehierarkian perustarpeista. Turvattomuus ja epävarmuus kuormittavat työntekijöitä ja ovatkin työhyvinvoinnin uhkatekijöitä. (Virolainen 2012, 38). Asiakasyritys voi vaihtaa palveluntarjoajaa tai työntekijä ei miellytä esimiestä, jolloin uhkana on työtuntien ja toimeentulon äkillinen menetys.

Rekrytointitilanteissa on työnantajalla tiedossa työvoiman tarve, jolloin työsopimukseen on hyvä kirjata minimituntityömäärät joko viikkotasolla tai tasoittumisjärjestelmän mukaan, jolloin työntekijällä on tietynlainen turva työtunneista ja ansioista eikä työnantaja voi mielimääräisesti poistaa työtunteja työntekijältä. Vaihtelevaa työaikaa koskeva laki astui voimaan 1.6.2018 joka määrittelee, että työnantaja ei saa sopia vähimmäistyöaikaa pienemmäksi kuin todellinen työvoiman tarve on. Mikäli kuuden kuukauden ajalta toteutuneet työtunnit ovat minituntimäärää isommat, voi työntekijä neuvotella työaikaehdon vastaamaan todellista tarvetta. (Vaihteleva työaika 2020.)

Stressiä koetaan eniten tiedottamisen ja työhöjeiden puutteellisuudesta sekä myymälässä tapahtuvasta ali- tai ylipalvelemisesta. Osa menekinedistäjistä tekee usealle brändille töitä, jolloin infotulva voi olla valtava. Jokaisella brändillä saattaa olla omat kampanjat ja muita noudatettavia markkinallisia toimenpiteitä, joita pitää noudattaa tietyssä aikataulussa. Teknostressi heikentää työn tuottavuutta ja vaikuttaa negatiivisesti huomiokykyyn sekä muistiin. Sopiva aivojen kuormitus taas vaikuttaa myönteisesti suorituskykyyn ja mahdollistaa oppimisen ja innovaation. (Manka 2015, 120.)

Työntekijän brändikohtaisia määriä on hyvä pitää maltillisena, jotta yksilö voi keskittyä ja huomioida jokaisen tekemänsä brändin ohjeistuksia ja pystyä noudattamaan niitä aiheuttamatta stressiä. Työhöjeiden tiedottamisessa on hyvä kehittää sopivia verkkoalustoja, jotka palvelevat menekinedistäjiä. Olisi hyvä painottaa, että jokaisessa myymälässä pitää olla tarkat ohjeistukset, jotta yli- tai alipalvelemista ei tapahdu. Ohjeistuksilla varmistetaan, että niin työntekijät, edustajat sekä myymälän henkilökunta tietävät mitä myymälässä tulee tehdä ja näin ollen työnteko pysyy laadukkaana.

Seuraava listaus toimii yhteenvetona toimenpiteistä organisaatioille menekinedistäjien työhyvinvoinnin edistämiseksi:

- Asianmukainen perehdytys työntekijöille, niin fyysiseen työergonomiaan kuin myymälä- ja brändikohtaisiin työhjeisiin.
- Työntekijöiden tarkoituksenmukainen tiedottaminen muun muassa työterveysasioista ja muista yrityksen sisäisistä asioista.
- Yhteisöllisyyden ja tiimien sisäisen vuorovaikutuksen parantaminen ja tukeminen.
- Työaikojen järjeistäminen sesonkiaikana.
- Työsopimusasiat kuntoon tukemaan työntekijän työn jatkuvuutta.

Haastatteluissa nousi useamman kerran esille, miten merkittävästi esihenkilön tuki ja toimintatavat vaikuttavat työntekijän jaksamiseen ja työhyvinvointiin. Työturvallisuuslaki velvoittaa esihenkilön huolehtimaan alustensa työhyvinvoinnista ja on näin ollen avainasemassa niin fyysisen, psyykkisen kuin sosiaalisen työhyvinvoinnin toimenpiteiden toteuttamisessa. Työhyvinvointi syntyy jokapäiväisestä tekemisestä työyhteisön ja työntekemisen kautta, josta työnantaja kantaa päävastuun yhdessä työntekijöiden kanssa. Toimiva työyhteisö rakentuu työntekijän ja työyhteisön yhteisestä päätöksestä luoda hyvinvoiva työyhteisö. (Hyvärinen & Rätty 2010, 3). Jatkotutkimusehdotuksena olisi mielenkiintoista selvittää, millä tavoin esihenkilön tuki näkyy menekinedistämistyössä ja miten sitä voisi kehittää.

7 Opinnäytetyön arviointi

Työn tavoitteena oli selvittää menekinedistäjien työhyvinvoinnin nykytila sekä löytää mahdollisia kehittämiskohteita. Viitekehityksessä käsiteltiin teoriaa menekinedistämisestä ja työhyvinvoinnista, joiden perusteella lähdettiin rakentamaan tutkimuksen haastattelurunko. Haastattelujen perusteella voidaan todeta menekinedistäjien työhyvinvoinnin olevan kohtalaisen hyvällä tasolla, mutta kehittämiskohteita löytyi jokaiselta työhyvinvoinnin osa-alueelta. Esille nousseet kehittämiskohteet eivät tuoneet tutkijalle uutta informaatiota, vaan vahvistivat omia mietteitä ja kokemuksia työssään menekinedistäjänä.

Opinnäytetyöprosessi on ollut kokonaisuudessaan melko haastava. Opinnäytetyön aiheen valinta, suunnitelman ja aikataulun teko oli verrattain vaivatonta. Kirjoitusprosessin alkaessa huomasin, että lähdekirjallisuutta menekinedistämisestä ei juuri löytynyt, kun taas työhyvinvoinnista sitä löytyi hyvinkin paljon eri kirjoittajien näkökulmasta. Työhyvinvointi käsittää monta eri osa-aluetta ja tuntui vaikealta rajata mitään yksittäistä aluetta pois opinnäytetyöstä, koska kaikki osa-alueet ovat jollain tavalla sidoksissa toisiinsa. Päädyin kuitenkin rajaamaan työn fyysisen, psyykkisen ja sosiaalisen työhyvinvoinnin osa-alueisiin, jättäen pois esimerkiksi esihenkilötyön vaikutuksen työntekijän työhyvinvointiin. Rajaus oli sinällään onnistunut, mutta silti hyvin laaja ja kattoi monta eri alaihetta. Opinnäytetyössä on siis käsitelty haastatteluista nousseisiin ja itselleni tärkeisiin aiheisiin.

Tutkimusmenetelmä muuttui alkuperäisestä suunnitelmasta työn edetessä. Opinnäytetyön suunnitelmassa oli tarkoitus kerätä aineisto kvantitatiivisella kyselytutkimuksella, mutta huolta herätti, mitkä verkostot ja kanavat maksimoisivat vastausten määrän. Menekinedistäminen on melko tuntematon ammatti, joten tutkimusmenetelmä vaihtui kvalitatiiviseen teemahaastatteluun, jolla sain kerättyä hyvää kokemusperäistä tietoa. Tutkimusmenetelmän muuttaminen ei mielestäni tuonut vääristymää tuloksiin, vaan uskon että tulosten johtopäätös olisi ollut yhteneväinen kumpaakin menetelmää käyttäen.

Aikataulutus antoi hyvän suuntaviivan työn etenemiseen mutta työn, vapaa-ajan, kodin ja koulun yhdistäminen tuotti haasteita. Aikataulu ei pitänyt niin kuin olin suunnitellut ja mitä pidemmäksi aikaa jätin työn hautumaan, sitä vaikeampi sitä oli alkaa työstämään uudestaan. Kirjoitusprosessi etenikin hitaasti ja vasta teemahaastattelujen jälkeen sain uutta virtaa kirjoitustyölle.

Opinnäytetyöprosessi on ollut opettavainen kokemus monellakin tapaa. Päällimmäisenä ajatuksena nousee mieleen se, että olen pystynyt tuottamaan suomenkielistä asiatekstiä siitä huolimatta, vaikka koulusivistyskieleni on muu kuin suomen kieli. Olisin toivonut itseltäni enemmän luottamusta omaan kirjoitustyöhöni ja pelkäämätöntä asennetta koko opinnäytetyöprosessia kohtaan. Olen lähdekirjallisuudesta löytänyt useita eri näkökulmia tarkastella työhyvinvointia ja toivon pystyväni käyttämään tietoja sekä oppeja hyväksi omalla työurallani.

Vaikka opinnäytetyöni on pelkkä pintaraapaisu menekinedistäjien työhyvinvointiin, jatkan ehdottomasti työhyvinvointiasioiden tutkimista. Aihe on kiinnostanut minua läpi työelämäni ja olen nähnyt useamman yrityksen palveluksessa, miten työntekijöitä ja työhyvinvointia johdetaan, joskus hyvin ja joskus hyvin huonosti. Vaikka työhyvinvointi lähtee työntekijän omista valinnoista, on sen johtaminen yrityksen vastuulla ja toivoisin yritysten panostavan enemmän työntekijöiden työhyvinvointiasioiden eteenpäin viemiseen. Hyvinvoiva ja arvostettu työntekijä on tuottava ja lojaali työntekijä.

Lähteet

Ahonen, Guy & Ojala, Leenamajja 2005. Työhyvinvointi tuloksetekijänä. 2.painos. WSOYPro, Helsinki.

Bergström, Seija & Leppänen, Arja 2007. Markkinoinnin maailma. Edita, Helsinki.

Blom, Raimo & Hautaniemi, Ari 2009. Työelämä muuttuu, joutaako hyvinvointi? Gaudeamus, Helsinki.

Docendum. Manka, Marja-Liisa. 2020. <http://docendum.fi/tyohyvinvoinnin-tekijat/>. Luettu 3.4.2020

Elintavat ja hyvinvointi. 2020. Työterveyslaitos. <https://www.ttl.fi/tyoyhteiso/terveyden-edistaminen-tyopaikalla/elintavat-ja-tyohyvinvointi/>. Luettu 20.7.2020.

Fyysinen kuormitus. 2020. Työsuojelu. <https://www.tyosuojelu.fi/tyoolot/fyysinen-kuormitus>. Luettu 20.7.2020.

Haapalahti, Nelli 2020. Henkilökohtainen valokuva-albumi.

Isohookana, Heli 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Sanoma Pro, Helsinki

Kehusmaa, Kirsti 2011. Työhyvinvointi kilpailuetuna. Kauppakamari, Helsinki.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2015. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus, Helsinki.

Hyvärinen, Päivi & Rätty, Tarja 2010. Välitä työhyvinvointia: Työturvallisuuslain näkökulma. Työturvallisuuskeskus TKK. Teollisuusryhmä, Helsinki.

Manka, Marja-Liisa 2015. Stressikirja: Mistä virtaa? Talentum, Helsinki.

Manka, Marja-Liisa & Manka, Marjut 2016. Työhyvinvointi. Talentum Pro, Helsinki.

Percy, Larry & Rosenbaum-Elliott, Richard 2016. Strategic Advertising Management. 5th Edition. Oxford University Press, United Kingdom.

Psykososiaalinen kuormitus työpaikalla. 2020. Työsuojelu. https://tyosuojelu.julkaisuverkossa.fi/psykososiaalinen_kuormitus_tyopaikalla/#/article/1/page/1. Luettu 20.7.2020

Rauramo, Päivi 2008. Työhyvinvoinnin portaat: viisi vaikuttavaa askelta. 1. painos. Edita, Helsinki.

Rope, Timo 2005. Suuri markkinointikirja. 2. painos. Talentum, Helsinki

Saarinen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna 2006. KvaliMOTV – menetelmäopetuksen tietovaranto. https://www.fsd.tuni.fi/metodologia/metodologia/kvali/L6_3_2.html. Luettu 22.8.2020

Työhyvinvointi. 2020. Työterveyslaitos. <https://www.ttl.fi/tyoyhteiso/tyohyvinvointi/>. Luettu 3.4.2020

Vaihteleva työaika. 2020. Työsuojelu. <https://www.tyosuojelu.fi/tyosuhde/tyoaika/vaihteleva>. Luettu 14.9.2020.

Virolainen, Harri 2012. Kokonaisvaltainen työhyvinvointi. Books on Demand, Helsinki.

Virtanen, Petri & Sinokki, Marjo 2014. Hyvinvointia työstä: Työhyvinvoinnin kehittyminen, perusta ja käytännöt. Tietosanoma, Helsinki

Vuokko, Pirjo 2003. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. WSOY, Helsinki.

Ylönen, Tero 2020. Harva Marketing Oy. <https://www.harvamarketing.fi/blog/myyntitu-loksia-menekinedistamisen-avulla>. Luettu 11.7.2020.

TYÖHYVINVOINTIKYSELY MENEKINEDISTÄJILLE

Elokuu 2020

Arvoisa menekinedistäjä,

Olen liiketalouden opiskelija Metropolia ammattikorkeakoulusta. Teen opinnäytetyöni menekinedistäjien työhyvinvoinnin nykytilasta ja sen mahdollisista kehityskohteista. Haastattelen ennalta sovittuja menekinedistäjiä ja toivon saavani arvokasta kokemusperäistä tietoa, jota voin analysoida opinnäytetyössäni.

Haastattelu on tarkoitus toteuttaa keskustelunomaisesti teemahaastattelun muodossa. Teemoja, joita haastattelussa tullaan käsittelemään ovat muun muassa fyysinen, psykologinen ja sosiaalinen työhyvinvointi. Saat haastattelurungon nähtäväksi etukäteen, missä on eriteltynä teemat sekä auttavia kysymyksiä jotta pystyt valmistautumaan etukäteen.

Haastattelu tullaan nauhoittamaan ja myöhemmin litteroimaan auki, eli muuttamaan puhuttu kieli tekstiksi. Haastateltavat pysyvät täysin anonymiminä opinnäytetyössäni. Haastattelunauhat sekä muut siihen liittyvät dokumentit tullaan tuhoamaan opinnäytetyön valmistumisen jälkeen.

Kiitän etukäteen ajastanne ja mikäli haastattelusta herää kysymyksiä, otathan yhteyttä!

Ystävällisin terveisin,

Nelli Haapalahti

TEEMAHAASTATTELUN RUNKO

1. TEEMA: Työhyvinvointi

- Mitä työhyvinvointi käsitteenä merkitsee sinulle?
- Mitkä asiat vaikuttavat työhyvinvointiin positiivisesti?
- Mitkä asiat vaikuttavat työhyvinvointiin negatiivisesti?
- Kenen vastuulla on organisaation työhyvinvointi?
- Mitä kehitysehdotuksia sinulla on liittyen organisaatiosi työhyvinvointiin yleisellä tasolla?

2. TEEMA: Fyysinen työhyvinvointi

- Mitä fyysinen työhyvinvointi käsitteenä merkitsee sinulle?
- Tukeeko työnantajasi/esihenkilösi fyysistä työhyvinvointiasi? Miten?
- Miten koet oman fyysisen jaksamisen menekinedistämistyössä? Entä työn ulkopuolella?
- Minkälaisena koet menekinedistämistyön fyysisen kuormittavuuden yleisesti?
- Mitä kehitysehdotuksia sinulla on menekinedistäjien fyysisen työhyvinvoinnin ylläpitämiseen?

3. TEEMA: Psykkinen työhyvinvointi

- Mitä psykkinen työhyvinvointi käsitteenä merkitsee sinulle?
- Tukeeko työnantajasi/esihenkilösi psykkinen työhyvinvointiasi? Miten?
- Miten koet oman psykkinen jaksamisen menekinedistämistyössä?
- Minkälaisena koet menekinedistämistyön psykkinen kuormittavuuden yleisesti?
- Millä tavoin psykkinen hyvinvointia voisi kehittää menekinedistämistyössä?

4. TEEMA: Sosiaalinen työhyvinvointi

- Mitä sosiaalinen työhyvinvointi käsitteenä merkitsee sinulle?
- Minkälaisena koet työyhteisösi?
- Saatko tarpeeksi tukea työnantajaltasi/esihenkilöltäsi?
- Minkälaisena koet menekinedistämistyön sosiaalisen kuormittavuuden yleisesti?
- Millä tavoin sosiaalista hyvinvointia voisi kehittää menekinedistämistyössä?

5. TEEMA: Sana vapaa

- Onko asioita mitä haluat tuoda erityisesti esille liittyen menekinedistäjien työhyvinvointiin?