

**Fanny Vuoti & Sanni Kaattari**

# **COVID-19-PANDEMIAN VAIKUTUKSET KAUPAN ALAN TYÖHÖN**

**Case: S-Market Haapajärvi**

**Opinnäytetyö**  
**CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU**  
**Liiketalouden koulutus**  
**Toukokuu 2021**



## TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

<b>Centria-ammattikorkeakoulu</b>	<b>Aika</b> Toukokuu 2021	<b>Tekijä/tekijät</b> Fanny Vuoti/Sanni Kaattari
<b>Koulutus</b> Liiketalous, tradenomi		<input checked="" type="checkbox"/> AMK <input type="checkbox"/> YAMK
<b>Työn nimi</b> COVID-19-PANDEMIAN VAIKUTUKSET KAUPAN ALAN TYÖHÖN. Case: S-Market Haapajärvi.		
<b>Työn ohjaaja</b> Tuija Tolonen-Kytölä		<b>Sivumäärä</b> 32 + 6
<b>Työelämäohjaaja</b> Merja Kinnunen		
<p>Työn aiheena oli koronapandemia ja kaupan ala. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten koronapandemia on vaikuttanut kaupan alan työntekijöiden työn eri osa-alueisiin, ja miten työntekijät ovat kokeneet nämä muutokset. Tutkimuksessa suoritettujen kyselyn ja teemahaastattelun tulosten perusteella voidaan havaita koronapandemian kaupan alan työhön aiheuttamia epäkohtia, tai sen tuomia positiivisia asioita. Näin esimiehet osaavat puuttua epäkohtiin ja tarvittaessa kehittää niitä.</p> <p>Teoriaosuudessa tutustuttiin opinnäytetyöhön liittyviin käsitteisiin: koronapandemia, työmotivaatio, työhyvinvointi, työturvallisuus, asiakaskäyttäytyminen ja muut työn muutokset. Käsitteisiin perehdyttiin kirjallisuuden ja verkkolähteiden avulla. Näitä samoja teemoja tutkittiin työn tutkimusosassa.</p> <p>Empiirisessä tutkimuksessa käytettiin kyselytutkimusta ja teemahaastattelua. Kyselytutkimus toteutettiin Webropol-ohjelmalla. Teemahaastattelu toteutettiin puolelle kyselyyn vastanneista tukemaan ja täydentämään kyselyn tuloksia.</p>		
<b>Asiasanat</b> Asiakaskäyttäytyminen, työhyvinvointi, työmotivaatio, työturvallisuus, Webropol		

**ABSTRACT**

<b>Centria University of Applied Sciences</b>	<b>Date</b> May 2021	<b>Author</b> Fanny Vuoti/Sanni Kaattari
<b>Degree programme</b> Bachelor of Business Administration		
<b>Name of thesis</b> EFFECTS OF COVID-19 PANDEMIC ON TRADE SECTOR. Case: S-Market Haapajärvi		
<b>Instructor</b> Tuija Tolonen-Kytölä	<b>Pages</b> 32 + 6	
<b>Supervisor</b> Merja Kinnunen		
<p>The aim of this thesis was covid-19 pandemic and trade sector. The purpose of this study was to examine the impacts of covid-19 pandemic on different parts of working in the trade sector. The purpose was also survey, how the employees in trade had experienced the changes. The results of this thesis showed grievances or positive changes which covid-19 pandemic has caused to trade. The leaders can take action to improve the things that need developing.</p> <p>The theoretical part introduces concepts that are related to this thesis: covid-19 pandemic, motivation at work, well-being at work, occupational safety, customer behavior and other changes in work. The concepts were studied through literature and online sources.</p> <p>In the empirical part a survey and a theme interview were carried out. The survey was conducted by using the Webropol program. The theme interview was conducted for a half of the respondents to support and supplement the results of the survey.</p>		

**Key words**

Customer behavior, Webropol, well-being at work, work motivation, work safety

## **KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY**

### **Asiakaskäyttäytyminen**

Asiakaskäyttäytyminen kertoo, kuinka asiakkaat käyttäytyvät ostaessaan tuotteita ja asioidessaan kauppoissa. Kaupoille on tärkeää seurata asiakkaiden käyttäytymistä, jotta ne voivat vastata asiakkaiden tarpeisiin. (Viitala & Jylhä 2011.)

### **Työhyvinvointi**

Työhyvinvoinnilla tarkoitetaan kokemusta, jonka toteutuessa työntekijä tuntee työn sekä työolosuhteet mielekkäänä ja turvallisena (Tarkkonen 2012).

### **Työmotivaatio**

Työmotivaatio on yksi motivaation muoto. Se tarkoittaa työntekijän intoa tehdä työtään. Motivoitunut työntekijä on tehokas ja tuottava. (Jarenko & Martela 2015.)

### **Työturvallisuus**

Työturvallisuudella tarkoitetaan työhön liittyvän järjestelmän, kuten organisaation, lähityöyhteisön, työmenetelmän, rakennuksen, koneiston tai laitteiston tilaa, jossa järjestelmään sisältyvät riskit ovat hyväksyttävillä tasoilla (Tarkkonen 2012).

**TIIVISTELMÄ  
ABSTRACT  
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY  
SISÄLLYS**

<b>1 JOHDANTO</b> .....	<b>1</b>
<b>2 COVID-19-PANDEMIA</b> .....	<b>3</b>
<b>3 TYÖMOTIVAATIO</b> .....	<b>5</b>
<b>4 TYÖHYVINVOINTI</b> .....	<b>7</b>
<b>5 TYÖTURVALLISUUS</b> .....	<b>9</b>
<b>6 YLEISET TYÖN MUUTOKSET</b> .....	<b>10</b>
<b>7 ASIAKASKÄYTTÄYTYMINEN</b> .....	<b>12</b>
<b>8 EMPIIRISEN TUTKIMUKSEN TEKEMINEN</b> .....	<b>13</b>
<b>8.1 Tutkimuksen aikataulu</b> .....	<b>13</b>
<b>8.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelma</b> .....	<b>13</b>
<b>8.3 Tutkimusmenetelmä</b> .....	<b>14</b>
<b>8.4 Kyselytutkimus</b> .....	<b>14</b>
<b>8.5 Teemahaastattelu</b> .....	<b>16</b>
<b>9 TUTKIMUSTULOKSET</b> .....	<b>18</b>
<b>9.1 Kyselyn tulokset</b> .....	<b>18</b>
<b>9.1.1 Vastaajien kokemus työturvallisuudesta</b> .....	<b>19</b>
<b>9.1.2 Vastaajien kokemus työhyvinvoinnista ja työmotivaatiosta</b> .....	<b>20</b>
<b>9.1.3 Vastaajien kokemia muita muutoksia työssä</b> .....	<b>22</b>
<b>9.1.4 Vastaajien havainnot asiakaskäyttäytymisestä</b> .....	<b>22</b>
<b>9.2 Teemahaastattelun tulokset</b> .....	<b>23</b>
<b>9.2.1 Asiakaskäyttäytyminen Haapajärven S-Marketissa</b> .....	<b>23</b>
<b>9.2.2 Työturvallisuus</b> .....	<b>24</b>
<b>9.2.3 Työmotivaatio</b> .....	<b>24</b>
<b>9.2.4 Työhyvinvointi ja muut muutokset työssä</b> .....	<b>25</b>
<b>10 TULOSTEN YHTEENVETOA</b> .....	<b>26</b>
<b>11 POHDINTA</b> .....	<b>28</b>
<b>LÄHTEET</b> .....	<b>31</b>
<b>LIITTEET</b>	
<b>KUVIOT</b>	
<b>KUVIO 1. Työntekijöiden ikäjakauma</b> .....	<b>18</b>
<b>KUVIO 2. Vastaajien työvuodet Haapajärven S-Marketissa</b> .....	<b>19</b>
<b>KUVIO 3. Työntekijöiden kokema muutos työturvallisuudessa</b> .....	<b>20</b>
<b>KUVIO 4. Työntekijöiden kokema muutos työhyvinvoinnissa</b> .....	<b>21</b>

KUVIO 5. Muutos työntekijöiden työmotivaatiossa .....	21
-------------------------------------------------------	----

## 1 JOHDANTO

Kaupan ala on Suomen suurin toimiala ja tärkeä työllistäjä. Se työllistää lähes 300 000 suomalaista, ja sen lisäksi se luo välillisesti työllisyyttä myös muille aloille. (Kaupan liitto.) Koronapandemia on vuoden 2019 lopussa alkanut ja 2020 keväällä Suomeen rantautunut maailmanlaajuinen pandemia. Se on vaikuttanut Suomessa ja maailmalla moniin asioihin niin yksilö- kuin yhteiskunnan tasolla, ja näin myös kaupan ala on saanut siitä osansa.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten koronapandemia on vaikuttanut kaupan alaan ja kaupan alan työntekijöiden työhön. Opinnäytetyössä tutkitaan sitä, miten koronavirus on vaikuttanut kaupan työntekijöiden työn eri osa-alueisiin. Nämä osa-alueet ovat työmotivaatio, työhyvinvointi ja työturvallisuus. Myös asiakkaiden käyttäytymisen muutoksia työntekijöiden näkökulmasta tutkitaan. Näiden lisäksi halutaan saada selville, onko koronavirus tuonut edellä mainittujen lisäksi myös muita muutoksia kaupan alan työhön.

Aiheen valintaan vaikutti se, että koronavirus on ajankohtainen ja melko tuore aihe, joten sen vaikutuksista eri asioihin ei ole vielä paljon tutkimustietoa. Sen vuoksi sen tutkiminen on mielenkiintoista. Lisäksi olemme molemmat työskennelleet kaupan alalla, joten koronapandemian ja kaupan alan työn yhdistäminen opinnäytetyössä tuntui luontevalle ja mielenkiintoiselle tutkimuskohteelle.

Koronapandemian myötä useat alat ovat muuttuneet, ja niin myös kaupan ala. Tämän opinnäytetyön avulla kartoitamme sitä, millaiset asiat kaupan työntekijöiden työssä ovat muuttuneet ja kuinka kaupan alan työntekijät kokevat nämä muutokset. Tämä on varsinkin esimiehille tärkeää tietoa. Opinnäytetyössä mahdollisesti ilmenevät työn epäkohdat tai muutoksien tuomat haasteet mahdollistavat esimiesten puutumisen niihin.

Mediassa on puhuttu koronapandemian aikana siitä, miten eri alojen ammattilaiset ovat väsyneet työhönsä koronapandemian keskellä. Kaupan ala on yksi aloista, joihin se on vaikuttanut laajasti. Tämän tutkimuksen avulla voidaan saada kuva siitä, mitkä ovat ne tekijät, jotka ovat saaneet työntekijät väsymään. Toisaalta tämän tutkimuksen avulla voidaan löytää myös sellaisia tekijöitä, jotka ovat mahdollisesti parantuneet kaupan työssä pandemian aikana. Näitä työtä jollain tavalla parantaneita tekijöitä voidaan mahdollisesti hyödyntää myös koronapandemian jälkeen.

Tutkimus toteutetaan Haapajärven S-Markettiin, joka on keskikokoinen päivittäistavarakauppa. Haapajärvi on noin 7 000 asukkaan kaupunki. (Nivala-Haapajärven seutu NIHAK ry.) Koronatartuntoja Haapajärvellä on ollut toukokuuhun 2021 saakka vain kuusi. (THL 2021.) Kyseisen S-Marketin tilanne poikkeaa siis paljon verrattaessa suurten kaupunkien kauppoihin. Suurissa kaupungeissa myös koronavirustartuntoja on ollut huomattavasti enemmän kuin Haapajärvellä. Kuitenkin koronapandemian takia toteutetut turvatoimet ovat olleet pitkälti samat ympäri Suomen, ja siksi tämän tutkimuksen tuloksia voi soveltaa sekä alueille, joissa tartuntoja on ollut enemmän, että alueille, joissa niitä on ollut vähemmän. Mediassa eniten huomiota ovat saaneet suuret paikkakunnat ja niiden kaupungit, koska näillä alueilla on yleensä ollut enemmän tartuntoja. Tämän opinnäytetyön avulla pyritäänkin kiinnittämään huomiota myös alueisiin, joilla tartuntoja ei ole ollut paljoa.



## 2 COVID-19-PANDEMIA

COVID-19-pandemia, eli koronapandemia on viruksen aiheuttama pandemia, joka vaikuttaa maailmanlaajuisesti. COVID-19-pandemia lähti leviämään vuoden 2019 lopussa. Suomeen koronavirus saapui tietävästi tammikuussa 2020. (hs.fi) Maaliskuussa 2020 Suomeen astui voimaan tiukat rajoitukset, jotka vaikuttivat ihmisten elämään monella tavalla. Vuoden 2020 aikana koronapandemian vaikutukset vaihtelivat. Tartuntojen huolestuttavan määrän takia Valtioneuvosto päätti poikkeusoloista 1.3.2021. (Valtioneuvosto.fi) Kesällä tartunnat vähenivät ja elämä oli jo lähellä normaalia. Syksyn tullen tartunnat kuitenkin lisääntyivät ja pandemian vaikutukset alkoivat taas näkyä selvemmin.

Pandemian toinen aalto ajoittui Suomessa talveen 2020-2021. Huhtikuussa tilanne alkoi jälleen rauhoittua ja poikkeusolot loppuivat 27.4.2021. (Valtioneuvosto.fi) Pandemian tulevaisuus on vielä epävarma ja pitkäkestoisia vaikutuksia niin ihmisten terveyteen, kuin talouteenkin tulee ilmenemään vielä pitkän aikaa. Vaikutukset näkyivät ja näkyvät edelleen myös kaupan alalla. Koronavirus aiheuttaa hengitystieinfektion, joka suurimmalla osalla sairastuneista on lievä, tai keskivaikea. Vanhemmilla ihmisillä, tai riskiryhmäläisillä koronavirus voi aiheuttaa vakavan hengitystieinfektion. Riskiryhmään kuuluvat ihmiset, jotka sairastavat esimerkiksi astmaa, sydän- ja verisuonitauteja, tai syöpää. Koronavirus leviää pääsääntöisesti pisaratartuntana esimerkiksi yskiessä ja aivastaessa. (Coronavirus (COVID-19) Dashboard 2021.)

Maailmalla on ollut 6.4.2021 noin 131 020 967 varmistettua tartuntaa. (Coronavirus (COVID-19) Dashboard 2021.) Suomessa tartuntoja on ollut 87 096. Haapajärvellä koronatilanne on ollut rauhallinen. Tartuntoja on ollut vain kuusi. Koronaan liittyvät rajoitukset toteutuvat alueellisesti. Pohjois-Pohjanmaalla tartuntatilanne on välillä ollut vaikea ja sen takia myös Haapajärvellä on toteutettu tiettyjä rajoitustoimia, vaikka paikkakunnan koronatilanne on ollut verrattain hyvä. Kaupan alaa rajoitukset ja suositukset eivät ole suoraan koskeneet, vaan kaupoissa on näkynyt esimerkiksi maskien käyttö ja turvaväleihin kannustaminen. (THL 2021.)

Suuri vaikutus kaupan alalla näkyi heti koronapandemian alussa. Kun ilmoitettiin Suomessa ilmenneistä koronatapauksista ja mahdollisista hallituksen asettamista rajoituksista ihmisten toimintaan, ihmiset ryntäsivät ruokakauppoihin. Ruokaa ostettiin varastoon ja myös päivittäistavaroita ostettiin enemmän kuin normaalisti. Tämä ihmisten käytös sai tilaa mediassa ja lietsoi myös lisää ihmisiä toimimaan näin. Etenkin vessapaperit ja erilaiset kuivaruoat loppuivat kaupoista keväällä 2020. Tällä hetkellä kaupoissa ei

enää ole nähtävissä tällaista ilmiötä. Koronapandemian vaikutukset kaupoissa ei kuitenkaan loppuneet tähän kevääseen, vaan tilanteen mukaan pandemia on vaatinut myös kaupoissa erilaisia toimenpiteitä.

Koronapandemialta on pyritty suojautumaan monin keinoin. Tärkeitä keinoja on turvavälien pitäminen, kasvomaskien käyttäminen, vain terveenä sosiaaliin tilanteisiin ja asioille lähteminen, käsien peseminen ja rokotuksen ottaminen. Näistä useat keinot kuten turvavälit, kasvomaskin käyttö ja käsien peseminen näkyvät myös kaupassa asioidessa. Turvaväleista muistutetaan kauppojen lattioissa olevilla tarroilla ja käsien pesusta ja kasvomaskin käytöstä muistutetaan esimerkiksi julisteilla ja kaiuttimista kuuluvilla muistutuksilla. Myös se, ettei kauppaan lähdetä kuin terveenä, on tärkeää. Siitäkin muistutetaan kaupoissa. Rokotukset koronaviruspandemiaa vastaan ovat alkaneet keväällä 2021. (THL 2021.)

Koronarokotteella pyritään turvamaan terveydenhuollon kantokyky sekä vähentämään vakavia tautitapauksia ja ennenaikaisia kuolemia. Koronarokotteita saadaan Suomeen vähän kerrallaan, eikä vielä tiedetä, milloin koko väestö on saatu rokotettua. Ensimmäisenä rokotetaan ikääntynyt väestö, riskiryhmät ja sosiaali- ja terveysalan henkilöstö. Muun väestön rokotusten arvioidaan alkavan Suomessa kesällä 2021. Koronapandemian tulevaisuus on vielä epävarma. Esimerkiksi eri virusmuunnokset ja rokotteiden toimivuus aiheuttavat huolta. Vain aika näyttää miten yhteiskunta toipuu koronaviruksesta, vai jääkö se mahdollisesti jollain tavalla vaikuttamaan maailmaan. (THL 2021.)

### 3 TYÖMOTIVAATIO

Motivaatio on ihmisen toiminnan innoittaja. Motivoituneena toiminnalla on päämäärä, ja sitä kohti pyritään päämäärähakuisesti. Motivaation voimakkuus vaikuttaa siihen, kuinka sinnikkäästi jotain päämäärää kohti mennään ja paljonko päämäärän saavuttaakseen yksilö on valmis tekemään töitä. Motiivit ovat syitä tai aiheita, joiden takia joitain asioita tavoitellaan. Motiiveihin vaikuttavat esimerkiksi yksilön tarpeet ja asenteet. Motivaatiota tarvitaan muun muassa opiskelemisessa ja työelämässä. Motivoituneena opiskelija ponnistelee hyviin tuloksiin ja kohti valmistumista ja työntekijä pyrkii parempiin suorituksiin ja mahdolliseen etenemiseen työssään. (Sinokki 2016, 60–63.)

Työnteko on yksi ihmisen elämään useimmiten kuuluvista suurista asioista. Työllä ansaitaan rahaa, joka mahdollistaa elämän perusedellytykset, kuten ruoan ja kodin. Perustarpeiden lisäksi raha voi mahdollistaa myös jotain, joka ei välttämättä ole tarpeellista, mutta joka parantaa elämää. Työ antaa yksilölle myös muuta kuin rahaa. Työstä saa sosiaalisia suhteita, joukkoon kuulumisen tunnetta ja mahdollisuuden kehittää itseään. Vanhanaikainen ajattelutapa on se, että työssä käydään vain, jotta saadaan perhe elätettyä. Osa ihmisistä ajattelee edelleen näin, mutta myös uusi ajatusmalli on rantautumassa ihmisille. Nykyään työstä puhutaan paljon myös niin, että sen tulisi tuottaa tekijälleen iloa ja työnilo liitetään osaksi elämäniloa. Se, miten työstään ajattelee, on yksi suuri tekijä työmotivaatioon. (Sinokki 2016, 80–85.)

Työmotivaatio on yksi motivaation muoto. Työmotivaatio tarkoittaa työntekijän intoa tehdä työtään. Motivoitunut työntekijä tekee työnsä innolla, hyvin ja saa paljon aikaan. Työmotivaatioon vaikuttaa esimerkiksi työn mielekkyys ja työstä saatava palkka. Työn mielekkyyteen taas voivat vaikuttaa useat tekijät, kuten esimerkiksi työyhteisö, työajat ja -olot, sekä esimies. Myös se, kuinka tärkeänä oman työn kokee, vaikuttaa työmotivaatioon. Eri ihmisillä eri tekijät vaikuttavat työmotivaation syntymiseen. Toisella motivaatio voi syntyä saatavasta palkkiosta, toisella itse työtehtävistä ja niiden mielekkyydestä. Karkeasti motivaatio voidaan jakaa sisäiseen- ja ulkoiseen motivaatioon. (Jarenko & Martela 2015.)

Sisäinen motivaatio syntyy tekijöistä, joita ihminen itse pitää tärkeänä. Työssä sisäisen motivaation lähteitä voi olla oman työn arvostaminen, se että kokee tekevänsä jotain itselleen arvokasta ja se, että kokee nauttivansa työn teosta. Ulkoisia tekijöitä työmotivaatiossa on esimerkiksi palkka ja työstä saatava palaute. Myös rangaistuksen pelko voi olla ulkoisen motivaation motiivi. (Sinokki 2016, 225–226.) Perinteiset hierarkkiset työpaikat hyödyntävät usein vain ulkoista motivaatiota. Todellisuudessa sisäinen mo-

tivaatio olisi kuitenkin parempi motivaation keino. Jos motivaatio työntekoa kohtaan on sisäistä, se kestää pidempään ja on tehokkaampaa, kuin sen perustuessa ulkoisiin motivaattoreihin. Kun työntekijän työmotivaatio on hyvä, hän tekee töitä ahkerasti ja työskentelee tavoitteiden eteen. Tällöin työntekijä on myös valmis käyttämään niin henkisiä, kuin fyysisiä voimavarojaan työtä tehdessään. Motivoitunut työntekijä on tehokas ja tuottava. (Jarenko & Martela 2015.)

Erilaisia työmotivaatioon vaikuttavia tekijöitä on useita. Esimerkiksi ammatillisia haasteita kaipaava voi motivoitua itselleen asettamiensa tavoitteiden saavuttamisesta. Toiset voivat motivoitua vallantunteesta ja tällöin johtavaan asemaan pääseminen lisää työmotivaatiota. Myös pelkästään se, että kuuluu työyhteisöön ja on vuorovaikutuksessa ihmisten kanssa, voi motivoida joitakin työn tekoon. Persoonallisuuden piirteet, kuten omat mielenkiinnon kohteet ja asenteet työtä sekä itseä kohtaan, ohjaavat työmotivaation suuntautumista ja sitä, mitkä tekijät työn tekemiseen motivoivat. Jos kiinnostusta omaa työtä kohtaan ei löydy, on työntekijän erittäin vaikea motivoitua työstään. Hyvä asenne työtä kohtaan, saa työntekijän tarttumaan haasteisiin ja hoitamaan työtehtävät kunnialla. Elämänvaihe saattaa vaikuttaa siihen, millaisena työn merkityksen omassa elämässään kokee. Esimerkiksi nuoruudessa voi tärkeintä olla ansaita työllään rahaa, kun taas vanhempana voi kaivata vastapainoa perhe-elämälle. (Sinokki 2016.)

## 4 TYÖHYVINVOINTI

Työhyvinvointi on laaja-alainen ilmiö, joka on yleistynyt käsitteenä vasta 1990-luvun lopulla ja sen jälkeen. Yleisesti työhyvinvointi voidaan ajatella yksilötasolla eräänlaisena lopputulemana, mihin voivat johtaa erilaiset tekijät, kuten työympäristö, -organisaatio, sekä työntekijästä ja työstä johtuvat tekijät. Työhyvinvoinnilla tarkoitetaan kokemusta, jonka toteutuessa työntekijä tuntee työn sekä työolosuhteet mielekkäänä ja turvallisenä. Se on jatkuvaa, tilanteesta ja yksilöstä riippuvaa vaihtelua. (Tarkkonen 2012, 13.)

Työhyvinvointi on toimintaa, jossa huolehditaan muun muassa henkilöstön henkisestä hyvinvoinnista, työkyvystä, työssä jaksamisesta ja ennen kaikkea työturvallisuudesta (Tarkkonen 2012, 22). Työhyvinvointi käytännössä tarkoittaa sitä, että työntekijä kokee sekä töihin lähdön, työssä olon, että työstä kotiin lähdön mielekkääksi. Työntekijä kokee työssään enemmän onnistumisia kuin epäonnistumisia, pystyy kehittämään itseään sekä kokee työn itsessään mielekkääksi, merkittäväksi, kiinnostavaksi ja sopivan haastavaksi. Lisäksi työhyvinvointi merkitsee käytännössä sitä, että työympäristö on turvallinen, ja työpaikalla on käytössä toimivat työn järjestelyt ja pelisäännöt, jotka ovat kaikilla tiedossa. (Tarkkonen 2012, 23–25.)

Keinoja työhyvinvoinnin edistämiseen on monia. Organisaation tasolla joustavan organisaation ja yhteisten tavoitteiden luominen edistävät työhyvinvointia. Tiimimäinen ja joustava organisaatio mahdollistaa yksilöiden vaikuttamisen, sekä helpottaa työntekijöiden välistä viestintää. Sen ansioista myös yksilöiden oppiminen työssä mahdollistuu ja itseohjautuvuuden kasvattaminen onnistuu. Organisaatiot voivat luoda turvallisen työympäristön sekä työhyvinvointisuunnitelman, jotka edistävät sekä yksilöiden että yhteisön työhyvinvointia. Lisäksi työhyvinvoinnin kannalta on tärkeää luoda organisaatioon sellainen kulttuuri, jossa tuetaan ja annetaan yksilöille positiivista palautetta, ja jossa jokaisella jäsenellä on mahdollisuus vaikuttaa työhön ja tavoitteiden saavuttamiseen. Johtamisen keinoja työhyvinvoinnin edistämiseksi puolestaan ovat reiluus, oikeudenmukaisuus sekä vastavuoroisuus työntekijöitä kohtaan. Johtamalla voidaan edistää työhyvinvointia organisaatiossa pitämällä huolta henkilöstön hyvinvoinnista ja antamalla sosiaalista ja emotionaalista tukea työntekijöille, jotta he kokevat olevansa työssään arvostettuja. (Manka 2011.)

Työhyvinvoinnin toteutuminen ja toteutumattomuus näkyvät monin tavoin sekä työn tuloksessa, että myös työyhteisössä ja sen jäsenissä (Rauramo 2008, 109–120). Toteutuminen ilmenee muun muassa töiden ja tuotannon sujumisena, ajan säästymisenä, yhteistyön sujumisena, aikaansaamisena ja työtapaturmien ja sairauspoissaolojen vähentymisenä. Nämä puolestaan näkyvät parantuvana tai korkeana kilpailu- ja palvelukykyinä, tuottavuutena, kannattavuutena, käyttötaloutena, työnantajaimagona, laatuna ja vaikuttavuutena. Mikäli työhyvinvoinnissa ja työoloissa ilmenee puutteita, edellä mainitut tekijät voivat toteutua päinvastaisesti, eli ilmetä matalana tai heikentyvästi. (Tarkkonen 2014, 110.)

## 5 TYÖTURVALLISUUS

Työturvallisuus on sekä edellytys että peruslähtökohta työhyvinvoinnille. Työturvallisuudella tarkoitetaan sellaista järjestelmän tilaa, jossa turvallisuuteen liittyvät riskit katsotaan olevan hyväksyttävillä tasoilla. Puutteet työturvallisuudessa voivat aiheuttaa työntekijöiden fyysistä kuormitusta, työtapaturmia ja työmatkatapaturmia, sekä erilaisia altistumisia. Nämä puolestaan voivat näkyä työpaikalla muun muassa erilaisina virheinä, keskeytyksinä toiminnassa ja materiaalivahinkoina, sekä henkilöstössä ammattitauteina tai -sairauksina. (Tarkkonen 2012, 58–59.)

Työsuojelulla tarkoitetaan sekä korjaavaa että ennakoivaa toimintaa, jolla edistetään työturvallisuutta, työhyvinvointia ja työssä jaksamista. Riittävä työsuojelusta huolehtiminen auttaa edistämään työturvallisuutta organisaatioissa. Organisaation tasolla työsuojelua voidaan ylläpitää seuraavien käytäntöjen avulla: aktiivinen työsuojelutoiminta organisaatiossa, ergonomian huomioiminen ja sen ennakointi suunnittelussa, työfysioterapeutin käynnit, ensiapukurssit, turvallisuuskoulutus, riittävä työhön ja turvallisuuteen perehdyttäminen sekä esteettömyyden edistäminen korjaavat ja ennakoivat työturvallisuutta. Näiden lisäksi läheltä piti -tilanteiden ilmoittaminen ja asioiden puheeksi ottaminen, muutoksiin varautuminen, ammattikohtaiset turvallisuushankkeet, toimeentuloturvan ja palkkausjärjestelmien parantaminen ja kehittäminen, esimiesten ja asiantuntijoiden kouluttautuminen, sairauspoissaolot ja työtapaturmatilastot, ja niiden seuranta ja käsittely kuuluvat työsuojelun käytäntöihin. Lisäksi työsuojelun kannalta on tärkeää, että organisaatioissa on voimassa erilaisia turvallisuusohjeita, -keskusteluja, -suunnitelmia, pelastussuunnitelmia sekä toimintaa ja ohjeita mahdollisen työpaikkakiusaamisen varalta. (Rauramo 2008, 119–120.)

Yksilötasolla työntekijät voivat ylläpitää turvallisuutta omalla ammattitaidollaan sekä sen aktiivisella ylläpitämisellä ja kehittämisellä. Lisäksi työntekijöiden aktiivinen osallistuminen työolojen kehittämiseen ja parantamiseen, turvallisten toiminta- ja työtapojen omaaminen ja niiden yhtäjaksoinen käyttäminen, sekä yhteisten sääntöjen, määräysten ja ohjeiden noudattaminen tukevat työturvallisuuden edistämistä. Työntekijät voivat lisäksi tahoillaan edistää turvallisuutta organisaatioissa muun muassa reagoimalla nopeasti työpaikalla havaitsemiinsa epäkohtiin turvallisuudessa sekä huolehtimalla aktiivisesti omasta terveyden tilasta ja työkyvystään. (Rauramo 2008, 119–120.)

## 6 YLEISET TYÖN MUUTOKSET

Koronapandemian saapuessa Suomeen keväällä 2020 sen vaikutukset näkyivät kaupan alalla nopeasti. Ihmiset lähtivät nopeasti kaappoihin ostamaan ruokaa ja muita perustarpeita. Kaupat joutuivat nopeasti reagoimaan lisääntyneeseen asiakasmäärään ja tuotteiden kasvaneeseen menekkiin. Tämä vaikutti esimerkiksi myyjien työaikoihin ja työn tekemiseen kaupoissa. Työvuorosunnittelu muuttui, ja esimerkiksi mahdollisia lomia saatettiin joutua perumaan. Nämä muutokset tapahtuivat hyvin nopeasti ja osa niistä oli voimassa vain vähän aikaa. Kuitenkin osa muutoksista jäi voimaan ja koronapandemian aikana kaupan alan työhön on tullut myös lisää muutoksia. Palvelualojen ammattiliitto PAM esimerkiksi teki muutoksia työehtosopimukseen. Näistä muutoksista on vuonna 2021 voimassa enää takaisinottovelvollisuus, jos työntekijä on irtisanottu taloudellisiin ja tuotannollisiin syihin vedottuna koronapandemian aikana. (Palvelualojen ammattiliitto 2021.)

Kaupan alan työ on tällä hetkellä murroksessa. Esimerkiksi ilmastonmuutos ja digitalisaatio ovat suuria maailmanlaajuisia ilmiöitä, jotka vaikuttavat myös kaupan alalla. Digitalisaatio vähentää rutiininomaista työtä ja lisää työn mielekkyyttä. Työntekijöiltä odotetaan yhä enemmän osaamista ja etenkin taidot asiakaspalvelussa ovat entistä tärkeämpiä. Tärkeä digitaalinen muutos kaupan alalla on verkkokauppa, joka on koronapandemian aikana levinnyt pienempiinkin kaappoihin, ja ihmiset ovat ottaneet sitä käyttöön yhä enemmän. Kaupan alalta ja etenkin työnantajilta odotetaan vastuullisuutta. Kaupan ala kaipaisi sitoutuneita työntekijöitä ja osa-aikaisia työntekijöitä pyrittäisiin vähentämään. Tämä lisäisi työntekijöiden työmotivaatiota, kun esimerkiksi palkka on kokoaikaisella työntekijällä parempi, kuin osa-aikaisella. (Palvelualojen ammattiliitto 2021.)

Kaupan ala elää asiakkaiden tarpeista ja kehittyä asiakkaiden odotusten mukaan. Taloustilanteen ollessa hyvä myös kaupan ala voi hyvin ja tilanteen ollessa heikompi, se vaikuttaa kaupan alaan negatiivisesti. Koronapandemia ja sen eteneminen tai mahdollinen loppuminen on vielä hyvin epävarmaa, eikä sen aiheuttamia taloudellisia vaikutuksia voida vielä täysin ennustaa. Se, miten Suomen taloustilanne koronapandemian aikana ja jälkeen kehittyä, vaikuttaa myös siihen, miten kaupan alan käy. Jos asiakkaiden ostovoima heikkenee, myös kaupan alalla menee huonommin. Jos taas talous selviää koronapandemiasta hyvin, asiakkaiden ostovoima säilyy ja kaupan ala pystyy kehittyä. (Kaupan liitto 2021.)



Kaupan alan kehittymiseen vaikuttaa muukin kuin yleinen taloudellinen tilanne. Kuluttajien luottamus omaan taloudelliseen tilanteeseen ja ostovoiman määrä ovat myös siihen vaikuttavia tekijöitä. Maalta kaupunkiin muutto muuttaa luonnollisesti tarvetta myös kauppojen sijainnille. Huoltovarmuus on yksi päivittäistavarakauppojen tärkeistä tehtävistä, ja tämä on erityisesti koronapandemian aikana puhuttanut. Päivittäistavarakaupoiksi luetaan kaupat, joista saa esimerkiksi ruokatavarat ja kodin paperit. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021.)

Digitalisoituminen on nyky-yhteiskunnassa suuri trendi ja se näkyy myös kaupanalalla nyt ja tulevaisuudessa. Esimerkiksi logistiikassa ja valikoimahallinnassa digitaalisia työkaluja on käytetty jo vuosia. Digitalisaatio jatkuu itsepalvelukassojen ja digitaalisten hintanäyttöjen yleistymisenä. Myös markkinoinnissa ja viestinnässä siirrytään yhä enemmän digitaaliseen malliin. Verkkokaupan odotetaan kasvattavan suosiotaan entisestään ja tämä voi muuttaa kivijalkakauppojen ilmettä, sekä niissä työskentelevien ihmisten työnkuvaa. Koronapandemia on siis tuonut muutoksia useisiin kaupan työn osa-alueisiin. Osa muutoksista on ollut sellaisia, että ne olisivat muutenkin tapahtuneet, mutta koronapandemia on vauhdittanut niitä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021.)

## 7 ASIAKASKÄYTTÄYTYMINEN

Kauppojen tarkoitus on saada asiakkaat ostamaan tuotteita. Näin asiakas- ja ostokäyttäytyminen kulkevat käsi kädessä. Asiakaskäyttäytymisen seuraaminen on kauppoille tärkeää, jotta ne voivat vastata asiakkaiden tarpeisiin. Asiakaskäyttäytyminen voi olla arvaamatonta ja asiakkaiden ostotottumukset voivat vaihdella nopeasti. Niiden seuraaminen koetaankin yleensä haastavaksi. (Viitala & Jylhä 2011.) Jotta asiakkaat saadaan ostamaan tuotteita, tulee kaupan pystyä vastaamaan asiakkaiden sen hetkisiin tarpeisiin. Asiakaskäyttäytymiseen voivat vaikuttaa nopeasti eri trendit, jotka leviävät esimerkiksi median välityksellä. Asiakaskäyttäytymisen nopeat muutokset luovat kauppoille haasteita. Joskus joudutaan tehdä nopeitakin muutoksia, jotta pysytään asiakkaiden tarpeiden tasolla.

Ostokäyttäytymiseen vaikuttavat psykologiset tekijät, demografiset tekijät ja sosiaaliset tekijät. Demografisia tekijöitä pidetään tärkeinä perustietoina, jotka on hyvä olla selvillä yrityksen asiakaskunnasta. Demografiset tekijät ovat perustietoja, joita on helppo mitata. Näitä on esimerkiksi ikä, sukupuoli, siviilisääty ja asuinpaikka. Psykologiset tekijät ovat yksilötasolla demografisia tekijöitä tarkempia. Psykologisia tekijöitä on yksilön henkilökohtainen persoona, tarpeet ja kyvyt. Sosiaalisia tekijöitä puolestaan ovat esimerkiksi ostajan perhetilanne ja yhteiskunnallinen asema. (Kotler 2006.)

Koronapandemia on vaikuttanut moniin ostokäyttäytymiseen vaikuttaviin tekijöihin. Demografisista tekijöistä se on voinut vaikuttaa esimerkiksi asuinpaikkaan. Koronapandemian aikana kaupungista maalle muutto on lisääntynyt ja ihmiset ovat siirtyneet tekemään etätöitä mökeille, esimerkiksi Pohjois-Suomeen. Psykologisista tekijöistä tarpeet ovat voineet muuttua koronapandemian aikana. Kun maailman tilanne ja sitä myöten ihmisten arki muuttuu, ihmiset kaipaavat eri asioita. Esimerkkinä tästä on se, että kauppoista ostetaan hienompaa ruokaa, kun ei päästä ravintolaan syömään. Myös sosiaaliset tekijät ovat muuttuneet joillain kuluttajilla. Yhteiskunnallinen asema on voinut muuttua esimerkiksi lomautuksen vuoksi.

Yksi kuluttajien ostokäyttäytymiseen vaikuttava tekijä on arvot. Arvot ohjaavat ihmisen käyttäytymistä ja valintoja. Koronapandemian aikana kuluttajien arvot ovat pysyneet pääosin ennallaan. Tärkeimpiä arvoja ovat edelleen terveys, turvallisuus, hyvät ihmissuhteet ja itsekunnioitus. Myös ympäristöön liittyvät asenteet ovat säilyneet ennallaan. Sen sijaan asiakaskäyttäytymisessä ostosten tekeminen on muuttunut. Vaikeudet verkko-ostamisessa ovat vähentyneet. Verkko-ostaminen on lisääntynyt ja käyntihalukkuus myymälöissä on vähentynyt. (Kaupan liitto 2021.)

## **8 EMPIIRISEN TUTKIMUKSEN TEKEMINEN**

Tässä tutkimuksessa selvitettiin koronapandemian vaikutuksia kaupan alaan. Tutkimus toteutettiin Haapajärven S-Marketin henkilöstölle. Tutkimus toteutetaan kyselyllä ja teemahaastattelulla. Kysely tehtiin koko henkilökunnalle, eli 11 työntekijälle. Teemahaastattelussa haastateltiin viittä työntekijää.

### **8.1 Tutkimuksen aikataulu**

Tutkimusprosessi alkoi opinnäytetyön toteutussuunnitelman tekemisellä, mikä esitettiin 21.1.2021. Samalla allekirjoitettiin opinnäytetyösopimus. Koko opinnäytetyöprosessiin kului aikaa noin kolme kuukautta. Opinnäytetyön tietoperustaa kirjoitettiin koko prosessin ajan. Heti prosessin käynnistyttyä alkoi tiedonkeruumenetelmien ja haastattelujen suunnittelu. Kyselylomake ja teemahaastattelun kysymykset saatiin luotua 25.2.2021 pidettyyn opinnäytetyön väliraportointiin mennessä. Tämän jälkeen kysymykset hiottiin lopulliseen muotoon. Kyselytutkimuksessa vastausaika oli 9.3.2021–26.3.2021. Teemahaastattelut suoritettiin 15.–17.3.2021. Kun tiedonkeruu oli saatu suoritettua, vastaukset käsiteltiin ja tutkimuksen johtopäätökset raportoitiin. Opinnäytetyön loppuraportointi pidettiin 30.4.2021, ja samalla suoritettiin kypsyysnäyte.

### **8.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelma**

Tutkimuksen taustalla oli halu selvittää, kuinka koronapandemia on vaikuttanut kaupan alan työhön Haapajärven S-Marketissa. Tutkimuksen tekijät ovat työskennelleet kaupanalalla ja tutkimuksen työelämäohjaaja työskentelee myymäläpäällikkönä kyseisessä S-Marketissa. Tässä tutkimuksessa koronapandemian aiheuttamia muutoksia tutkitaan sekä työntekijöiden että myymäläpäällikön näkökulmasta.

Tutkimuskysymys, josta käy ilmi tämän tutkimuksen pääongelma on:

- Miten koronapandemia on vaikuttanut kaupan alan työhön?

Tutkimuskysymys jakautuu seuraaviin alakysymyksiin:

- Miten koronapandemia on vaikuttanut asiakaskäyttäytymiseen?
- Miten koronapandemia on vaikuttanut työhyvinvointiin?
- Miten koronapandemia on vaikuttanut työturvallisuuteen?
- Miten koronapandemia on vaikuttanut työntekijöiden työmotivaatioon?

### 8.3 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmä tässä tutkimuksessa oli kvalitatiivinen, eli laadullinen. Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä valikoitui tähän tutkimukseen, koska tavoitteena on selvittää ja kuvata erilaisia koronapandemian aiheuttamia muutoksia eri ihmisten näkökulmista. Kvalitatiivinen tutkimus on kokonaisvaltaista tiedonhankintaa, jossa ihminen on tiedon keruun keskiössä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara. 2018, 162–165.)

Tutkimuksessa käytettiin sekä kyselyä että haastattelua tiedonkeruumenetelminä. Haastattelulla pyrittiin täydentämään kyselyssä saatuja tuloksia ja saamaan tarkempaa tietoa tietyistä tutkimuksen teemoista. Teemahaastattelu antoi vastaajille mahdollisuuden kertoa tutkimuksen teemoista vapaammin ja lisätä myös sellaisia asioita, joita ei kyselyn kysymyksissä suoraan kysytty.

### 8.4 Kyselytutkimus

Kysely on yksi tutkimuksen aineistonhankintamenetelmistä. Kyselyyn valitaan tietyin perustein ihmisjoukko, jolta kysytään samat kysymykset. Kyselyn toteuttamistapoja on monia. Se, mitä tutkimuksessa halutaan selvittää, vaikuttaa sekä toteuttamistapojen, vastaajajoukon rajauksen, että kysymysten sisältöjen valintaan. Ennen kyselyn toteuttamista kyselyä on testattava, ja sen ongelmakohtiin on paneuduttava. Riippuen kyselystä vastaukset analysoidaan joko määrällisesti tai laadullisesti. (Jyväskylän yliopiston Koppa.)

Erityisesti kysely tunnetaan menetelmänä survey-tutkimuksiin. Survey-tutkimuksilla tarkoitetaan sellaisia tutkimuksia, joissa otos muodostuu kohdehenkilöistä, ja joihin aineisto kyselyissä tai haastatteluissa kerätään standardoidusti. Standardoituudella puolestaan tarkoitetaan sitä, että asiat, jotka halutaan

saada tutkimuksessa selville, on kysyttävä vastaajilta täysin samalla tavalla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2018, 193.)

Kysely on tehokas tiedonkeruumenetelmä tutkimuksissa, sillä se säästää paljon aikaa ja vaivaa. Sen avulla on mahdollista sekä haastatella suurta joukkoa kerralla, että kysyä yhdellä kertaa monia asioita. Hyvin suunniteltu ja luotu kyselylomake helpottaa aineiston käsittelyä, analysointia ja raportointia. Eri-tyisesti sähköisten apuohjelmien käyttö auttaa tutkijoita tutkimuksen aineiston analysointivaiheessa. Analysoinnin, käsittelyn ja raportoinnin helpottuminen edellyttää kuitenkin tutkijalta kyselylomakkeen laatimisessa paljon aikaa ja tietoa sekä monenlaisia taitoja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2018, 195.)

Kyselymenettelyä käyttäessä tutkimustulosten tulkitseminen voi kuitenkin olla ongelmallista. Lisäksi haasteena voi olla kysymysten muotoileminen sellaisiksi, että vastaajat ymmärtävät kysymykset, tai niissä mahdollisesti esiintyvät käsitteet tarkoitettulla tavalla ilman, että väärinymmärryksiä tulisi tutkijalle tai vastaajille. Myöskään kyselytutkimuksissa ei voida aina olla varmoja siitä, miten rehellisesti tai huolellisesti vastaajat vastaavat kysymyksiin. Joissakin tapauksissa myös kohdejoukon vastaamattomuus kyselyyn voi nousta suureksi, eikä tällöin välttämättä saada sellaista määrää vastauksia, mitä olisi toivottu. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2018, 195.)

Kyselytutkimuksissa voidaan kerätä tietoa joko sähköisten tai paperisten lomakkeiden avulla. Tietoa voidaan kerätä muun muassa tosiasioista sekä vastaajien mielipiteistä, arvoista, käsityksistä, asenteista, käyttäytymisestä ja toiminnasta. Kysymysten muotoilussa käytetään yleensä kolmea eri muotoa; avointa kysymystä, monivalintakysymystä ja asteikkoihin perustuvaa kysymystyyppiä. Avoimessa kysymyksessä vastaaja kirjoittaa vastauksensa omin sanoin kysymyksen jälkeen jätettyyn tyhjään vastaustilaan. Monivalintakysymyksessä vastaaja valitsee ohjeiden mukaan, yhden tai useamman, itselleen sopivimman vastausvaihtoehdon, ja merkitsee sen. Asteikkoihin perustuvassa kysymystyyppissä esitetään kysymyksen sijaan väittämiä, joihin vastaaja vastaa sen mukaan, kuinka samaa tai eri mieltä hän on kuin esitetyt väittämät. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2018, 196–201.)

Tässä tutkimuksessa mittausvälineenä käytettiin sähköistä Webropol-kyselylomaketta (LIITE 1). Linkki kyselyyn lähetettiin sähköpostiviestillä (LIITE 2) Haapajärven S-Marketin sähköpostiosoitteeseen, josta kaikki S-Marketin 11 työntekijää pääsivät vuorollaan vastaamaan kyselyyn. Kyselyssä kysyttiin 11 kysymystä, joista 9 oli strukturoituja kysymyksiä ja kaksi avoimia kysymyksiä. Kysymyksiin vastaaminen oli pakollista, lukuun ottamatta kyselyn kahta avointa kysymystä.

## 8.5 Teemahaastattelu

Haastattelua käytetään useimmiten tutkimusmenetelmänä kvalitatiivisessa tutkimuksessa. Haastattelun etu tiedonkeruumenetelmänä on se, että siinä ollaan suoraa vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa. Tämä mahdollistaa joustavuuden haastattelun edetessä. Haastattelua tehtäessä voidaan tilanteen mukaan esittää tarkentavia kysymyksiä ja syventää jo kysytyä. Haastattelu korostaa haastateltavan roolia tutkimuksessa ja ottaa sen aktiiviseksi osaksi tutkimuksen tekemistä. Sen avulla pystytään myös tarkentamaan, syventämään ja selventämään esimerkiksi kyselyllä kerättyä tietoa. Etuna on myös se, että haastateltavien saaminen mukaan tutkimukseen on näin helpompaa, kuin esimerkiksi postissa lähetettävän kyselyn avulla tehtävään tutkimukseen. Myös tiedon mahdollinen täydentäminen ja haastateltavien tavoittaminen myöhemmin on etuna haastattelussa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2018, 204–206.)

Haastattelussa tiedonkeruumenetelmänä on myös haasteita. Haasteena on etenkin se, että haastattelun tekeminen on aikaa vievää niin haastattelijalle, kuin haastateltavalle. Myös aineiston purkaminen vie aikaa, oli vastaukset sitten kirjoitettu ylös, tai nauhoitettu. Haastattelun tekeminen vaatii hyvää suunnitelmaa, jotta haastattelu etenee jouhevasti ja että haastateltava ei tunne oloaan epä mukavaksi. Haastattelussa on taipumuksena myös antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia ja antaa tietoa myös sellaisista asioista, joita tutkija ei edes kysy. Tämä voi vähentää haastattelun luotettavuutta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2018, 204–206.)

Haastattelu voi olla strukturoimaton eli avoin haastattelu, puolistrukturoitu haastattelu tai strukturoitu eli lomakehaastattelu. Tässä tutkimuksessa käytettiin teemahaastattelua, eli puolistrukturoitua haastattelua. Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat kaikille haastateltaville samat ja ennalta mietityt. Tällainen avoin haastattelu pyritään saamaan haastattelijan ja haastateltavan välillä mahdollisimman luontevaksi ja normaaliksi keskusteluksi, jossa haastattelu tapahtuu ikään kuin huomaamatta. (Jyväskylän yliopiston Koppa.)

Tässä tutkimuksessa teemahaastattelu toteutettiin viidelle haastateltavalle. Jokainen haastateltava haastateltiin yksitellen. Haastattelu toteutettiin haastateltavien työpäivien aikana työntekijöiden taukokuoneissa. Haastattelut kestivät noin 20-30 minuuttia. Haastatteluun pyrittiin löytämään sellaisia työntekijöitä, jotka ovat työskennelleet kaupan alalla pitkään, mutta myös sellaisia työntekijöitä, jotka ovat työskennelleet kaupan alalla vähemmän aikaa. Näin pyrittiin saamaan mahdollisimman monenlaisia näkökulmia työskentelyyn koronan aikana. Haastattelussa oli viisi kysymystä, joihin ei annettu valmiita vas-

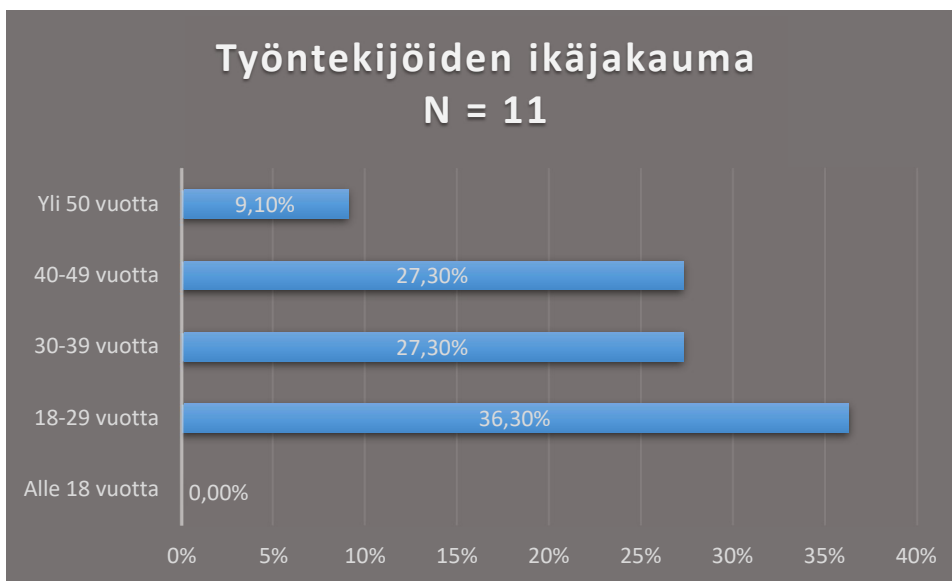
tausvaihtoehtoja. Näin haastateltavat saivat vastata omin sanoin ja tarvittaessa kysymystä voitiin tarkentaa, tai esittää jatkokysymyksiä. Kysymykset esitettiin tietyssä järjestyksessä, mutta haastateltavan itse palatessa vastaamaan vielä aiemmin esitettyyn kysymykseen, palattiin siihen.

## 9 TUTKIMUSTULOKSET

Haastattelimme Haapajärven S-Marketin työntekijöitä sekä kyselyllä että teemahaastattelulla. Haapajärven S-Marketissa työskentelee yhteensä 11 työntekijää, joista kaikki vastasivat kyselyyn, ja viittä työntekijää haastateltiin lisäksi teemahaastattelussa.

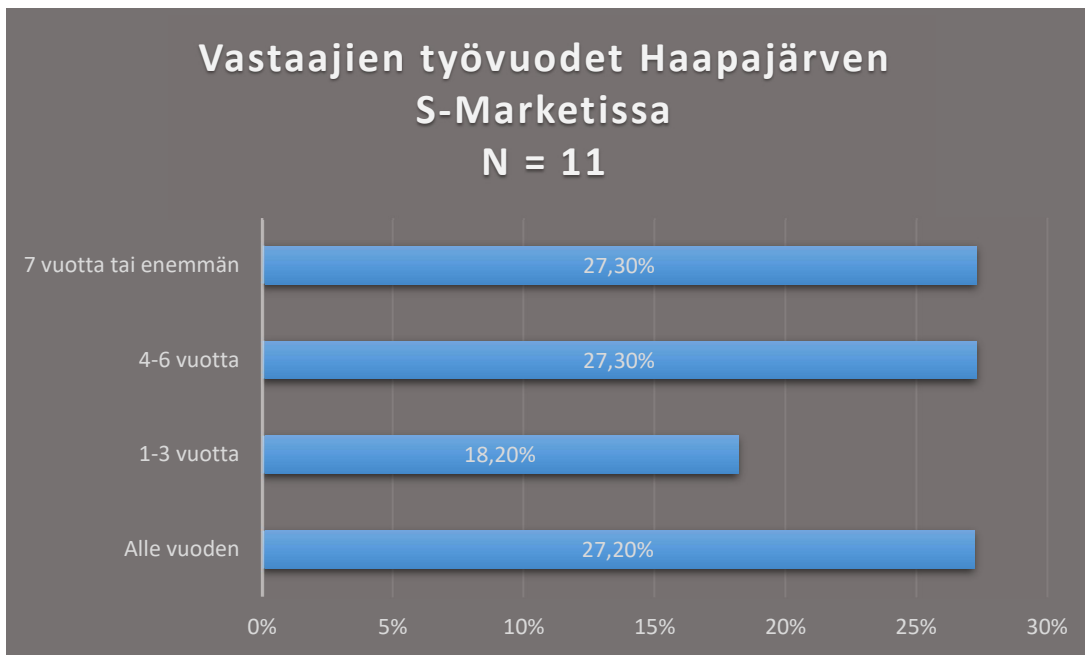
### 9.1 Kyselyn tulokset

Kyselytutkimuksessa vastausprosentti oli 100 %, sillä tutkimukseen vastasi kaikki 11 Haapajärven S-marketin työntekijää. Vastanneista kaikki olivat naisia, joista 37 % 18–29-vuotiaita, 27 % 30–39-vuotiaita, 27 % 40–49-vuotiaita ja 9 % yli 50-vuotiaita. (KUVIO 1.) Työntekijöistä 27 % on työskennellyt Haapajärven S-Marketissa alle vuoden. 18 % työntekijöistä on työskennellyt 1–3 vuotta, 27 % 4–6 vuotta ja 27 % 7 vuotta tai enemmän. (KUVIO 2.)



KUVIO 1. Työntekijöiden ikäjakauma

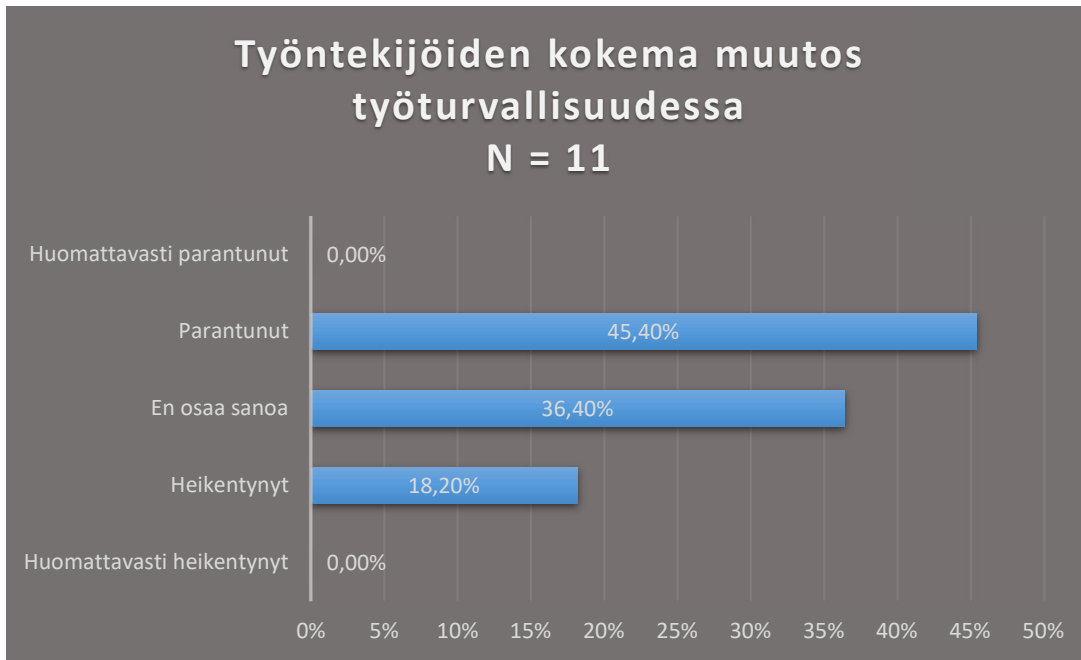




KUVIO 2. Vastaajien työvuodet Haapajärven S-Marketissa

### 9.1.1 Vastaajien kokemus työturvallisuudesta

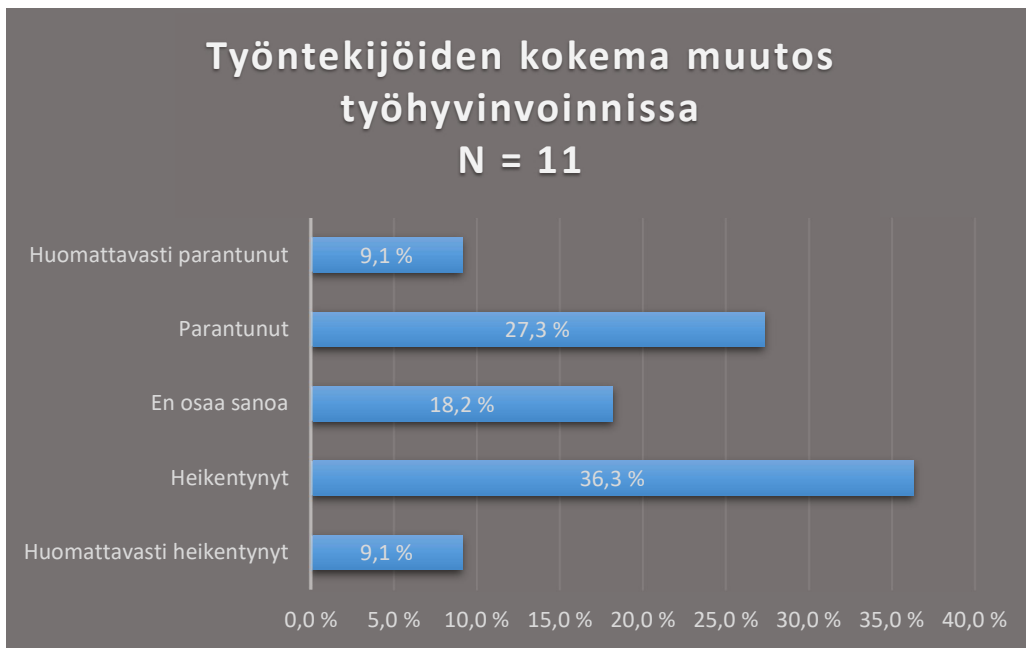
Suurin osa vastanneista (45 %) koki työturvallisuuden parantuneen koronapandemian aikana, kun taas 18 % vastanneista koki sen heikentyneen. 36 % ei osannut sanoa, onko työturvallisuus muuttunut koronapandemian aikana. (KUVIO 3.) 64 % vastanneista oli sitä mieltä, että turvatoimet, joita S-Marketissa on tehty pandemian aikana koronan leviämisen estämiseksi, ovat vaikuttaneet työturvallisuuteen parantavasti. Loput 36 % vastanneista ei osannut sanoa, oliko turvatoimilla ollut vaikutusta. Kaikista 11 vastaajasta 10 koki riittäviksi turvatoimet, joita oli tehty. Yksi vastanneista ei osannut sanoa, ovatko turvatoimet olleet riittävät.



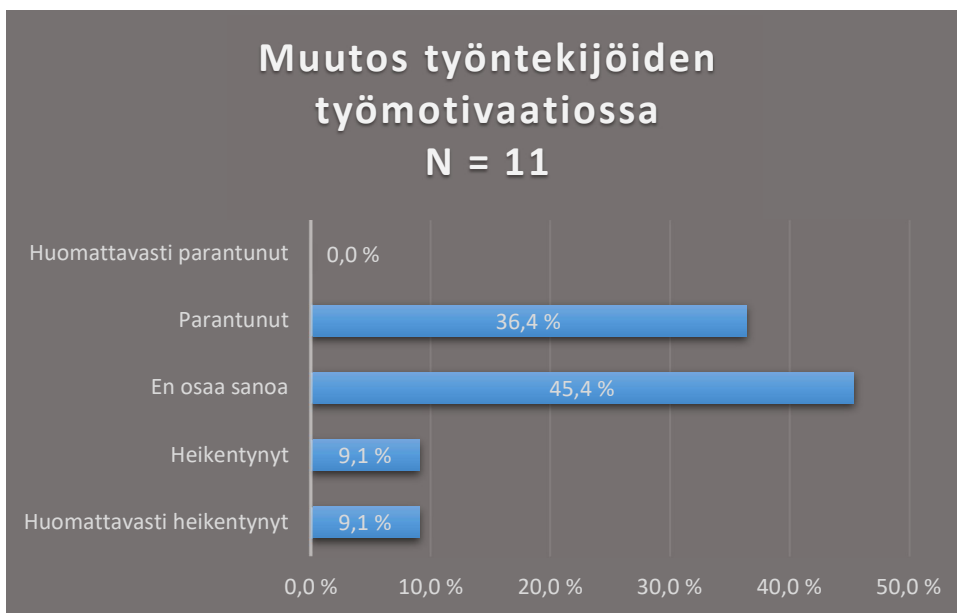
KUVIO 3. Työntekijöiden kokema muutos työturvallisuudessa

### 9.1.2 Vastaajien kokemus työhyvinvoinnista ja työmotivaatiosta

37 % vastaajista koki, että koronapandemian aikana heidän työhyvinvointinsa on heikentynyt, ja 9 % koki sen heikentyneen huomattavasti. Puolestaan 27 % koki työhyvinvointinsa parantuneen ja 9 % huomattavasti parantuneen. Loput 18 % ei osannut sanoa, onko koronapandemia aiheuttanut muutoksia työhyvinvointiin. (KUVIO 4.) Lähes puolet vastaajista (46 %) ei myöskään osannut sanoa, oliko heidän työmotivaationsa muuttunut koronapandemian aikana. Vastaajista 36 % koki työmotivaationsa parantuneen, 9 % heikentyneen ja 9 % koki sen heikentyneen huomattavasti. (KUVIO 5.)



KUVIO 4. Työntekijöiden kokema muutos työhyvinvoinnissa



KUVIO 5. Muutos työntekijöiden työmotivaatiossa

### 9.1.3 Vastaajien kokemia muita muutoksia työssä

Kyselyssä kysyttiin avoimena kysymyksenä, mitä muita muutoksia työntekijät ovat huomanneet työsäännön koronapandemian aikana. Kysymykseen vastaaminen oli vapaaehtoista, ja siihen saatiin neljä vastausta. Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että työssä jaksaminen ja henkinen hyvinvointi ovat tuoneet haasteita jokapäiväiseen työhön. Toinen kertoi työn muodon muuttuneen kolmivuorotyöksi, jossa jokainen työntekijä tekee tiettyä vuoroa viikon kerrallaan. Vastaaja koki tämän itselleen mielekkääksi. Lisäksi yksi vastanneista koki, että työnkuvat ovat muuttuneet selkeiksi ja että kuormien purkaminen yöllä uutena käytäntönä on hyvä asia. Neljäs vastaajista kertoi, että kasvomaksin käyttäminen työpaikalla on tullut niin tutuksi, ettei enää osaisi työskennellä ilman kasvomaskeja.

### 9.1.4 Vastaajien havainnot asiakaskäyttäytymisestä

Tutkimusjoukosta 10 vastasi avoimeen kysymykseen, jossa kysyttiin, olivatko he huomanneet muutoksia asiakaskäyttäytymisessä koronapandemian aikana. Yksi vastaajista ei osannut sanoa, oliko huomannut muutoksia asiakkaiden käyttäytymisessä. Vastanneet olivat huomanneet asiakkaiden käytöksessä muun muassa seuraavia muutoksia:

- Asiakkaat huolehtivat hygieniasta ja käyttävät kasvomaskeja.
- Osa asiakkaista on alkanut arvostamaan työntekijöiden työtä enemmän kuin ennen. Osa taas on alkanut purkamaan enemmän huonoa oloaan kaupan työntekijöihin.
- Osa asiakkaista on tarkkoja turvaväleistä ja haluaa säilyttää ne hyvin tarkasti.
- Asiakkaiden kaupassakäyntiaikoihin on tullut paljon muutoksia. Jotkut asiakkaat käyvät kaupassa vain aamuisin välttääkseen ruuhkaa. Osa tekee kerralla isompia ostoksia, esimerkiksi koko viikon ostokset yhdellä kertaa, jotta kaupassa ei tarvitse käydä niin useasti.
- Verkkokaupasta on tullut joillekin asiakkaille tapa hoitaa ruokaostokset, ja asiakasmäärä verkkokaupassa on lisääntynyt.
- Hyvään ruokaan ja sen laatuun panostaminen näkyy asiakkaiden ostoksissa. Tähän on voinut olla syynä se, että entistä enemmän halutaan tehdä hyviä ruokia kotona, sillä matkustelu ja ravintoloissa käynti ei ole ollut mahdollista.
- Asiakkaiden ärtyneisyys toisia asiakkaita kohtaan on lisääntynyt. Mikäli turvavälejä ei esimerkiksi noudateta tarpeeksi hyvin, saatetaan olla kiivaita muita asiakkaita kohtaan.

- Asiakkaat seuraavat tarkemmin sekä työntekijöiden että toisten asiakkaiden käyttäytymistä ja turvatoimien noudattamista.

## 9.2 Teemahaastattelun tulokset

Teemahaastattelu toteutettiin viidelle työntekijälle, jotka kaikki olivat vapaaehtoisia osallistumaan siihen. Haastatteluun haluttiin mahdollisimman erilaisilla työtaustoilla olevia työntekijöitä, jotta vastauksiin saadaan erilaisia näkökulmia. Kaksi haastateltavista on työskennellyt Haapajärven S-Marketissa alle kaksi vuotta, eikä heillä ole muuta kaupan alan työkokemusta. Kaksi vastaajista on työskennellyt kaupanalalla yli kaksikymmentä vuotta. Haapajärven S-Marketissa he ovat työskennelleet alle kymmenen vuotta. Yksi vastaaja on työskennellyt Haapajärven S-Marketissa noin kymmenen vuotta, eikä hänellä ole aiempaa kokemusta kaupan alalta.

### 9.2.1 Asiakaskäyttäytyminen Haapajärven S-Marketissa

Kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että asiakaskäyttäytyminen on muuttunut koronan aikana verrattuna aikaan ennen koronaa. Kaksi vastaajista toi esille sen, että osa asiakkaista käyttäytyy kuitenkin samalla tavalla kuin ennen koronaa. Kaikki vastaajat mainitsivat asiakaskäyttäytymisessä muuttuneen sen, että ostoksilla käydään harvemmin ja kerralla ostetaan enemmän ruokaa. Yksi haastateltava mainitsi myös, että ostoksia tehdään myös muille omien ostoksien lisäksi. Esimerkiksi riskiryhmään kuuluvalla naapurille viedään ruokaostokset omien ostosten lisäksi. Haastateltavista yksi mainitsi myös verkkokaupan. Verkkokauppa tuli Haapajärven S-Markettiin koronapandemian aikana ja sen käyttö on tasaisesti lisääntynyt. Haastateltavat mainitsivat myös iäkkäämpien ihmisten käyvän kaupassa pääsääntöisesti aamuisin. Iäkkäämpien ihmisten asioinnista mainittiin myös se, että vanhemmat ihmiset kaipaavat juttu seuraa aiempaa enemmän ja sen epäiltiin johtuvan siitä, että he joutuvat olemaan paljon yksin kotona.

Vastaajista kaksi kertoi asiakkaiden olevan tarkkoja hygieniasta, ja asiakkaat myös puuttuvat herkästi siihen liittyviin epäkohtiin. Esimerkiksi käsidesin loppumisesta ilmoitetaan herkästi myyjille. He kertoivat, että myös myyjiltä odotetaan hyvää hygieniaa ja esimerkiksi kärryjen desinfioinnista annetaan hyvää palautetta. Yksi vastaaja totesi myös, että on asiakkaita, jotka eivät noudata yleisiä ohjeita, kuten kasvomaskinkäyttösuositusta. Ihmisten kerrottiin myös panostavan enemmän ruokaan ja herkutteluun.

Sen arveltiin johtuvan siitä, että rahaa ja aikaa on enemmän, kun muita asioita kuten matkustelua on rajoitettu.

### 9.2.2 Työturvallisuus

Kukaan vastaajista ei kokenut työturvallisuuden merkittävästi heikentyneen koronan takia. Kaksi vastaajista mainitsi kokeneensa pandemian alussa tunteen työturvallisuudesta heikentyneen. Kuitenkin niin he, kuin kaikki muutkin vastaajat kokivat myöhemmin saatujen suojarusteiden olevan hyviä ja niiden pitäneen työturvallisuuden hyvällä tasolla. Työturvallisuuden kannalta ongelmallisiksi koettiin tilanteet, joissa on pakko olla asiakasta fyysisesti lähellä. Erityisen hankalina tilanteet koettiin silloin, kun asiakkaalla ei ollut käytössään kasvomaskia tai muuta vastaavaa suojainta.

Vastaajat kertoivat työnantajan pitäneen työntekijöistä hyvää huolta korona-aikana. Suojarusteita on ollut aina saatavilla ja ne ovat olleet hyviä. Yksi vastaaja kertoi työterveyshuollon toimineen hyvin. Hän sanoi työturvallisuuden olevan työnantajan hyvän toiminnan ansiosta niin hyvä, kun se kaupassa tapahtuvassa asiakaspalvelutyössä voi olla. Työturvallisuutta parantavina tekijöinä koettiin se, että enää kaupassa ei näe niin usein esimerkiksi flunssaisia ihmisiä, sekä se, että Haapajärvellä koronatartuntoja on ollut niin vähän. Yksi vastaajista kertoi havainneensa, että nuoret ovat vähemmän kaupan tiloissa iltaisin ja näin häiriökäyttäytyminen on vähentynyt. Myös se oli parantanut työturvallisuutta.

### 9.2.3 Työmotivaatio

Kaikki vastaajat sanoivat ensin, että koronapandemia ei ole vaikuttanut heidän työmotivaatioonsa. Kuitenkin vastausten jatkuessa tuli ilmi seikkoja, jotka olivat työmotivaatioissa muuttuneet. Haastateltavat kertoivat niin työmotivaatiota parantaneita, kuin heikentäneitäkin asioita. Myös muutoksia työilossa ja työn arvostuksessa tuotiin esille. Yksi vastaajista koki, että koronapandemia ei ole pitkällä aikavälillä vaikuttanut työmotivaatioon. Hän kuitenkin kertoi ajoittain stressaavansa sitä, että jollain asiakkaista olisi koronatartunta ja asiakas tartuttaisi sen häneen tai muuhun työyhteisön jäseneen. Hän kertoi myös murehtivansa sitä, jos itse sairastuisi ja tartuttaisi töissä työkavereita tai asiakkaita. Näiden tekijöiden hän koki välillä tilapäisesti heikentävän työmotivaatiota.

Vastaajat kertoivat uuden työvuorosuunnittelun muutosten ja siirtymisen yövuoroon lisänneen työn mielekkyyttä, työiloa ja sitä kautta myös työmotivaatiota. He kokivat myös asiakkaiden arvostavan hänen työtään enemmän kuin ennen. Yksi vastaajista kertoi arvostavansa työtään enemmän kuin ennen, mutta koki, ettei asiakkaiden suhtautuminen ole muuttunut. Hän kertoi sen motivoivan, että tuntee itsensä tärkeäksi ajatellessaan, että kaupan työtä tehdään melkein millaisessa tilanteessa vaan.

Koronapandemian alussa kaupan ala luokiteltiin yhteiskunnallisesti kriittiseen ryhmään, jotka saivat esimerkiksi viedä lapset kouluun etäopetuksen aikana. (YLE 2021.) Yksi vastaajista koki sen lisänneen työmotivaatiota. Hän kertoo työmotivaation ja oman työn arvostuksen lisääntyneen myös sitä kautta, että useilla muilla aloilla ihmisiä on jäänyt työttömäksi, mutta hänellä koronapandemia on vaikuttanut työtilanteeseen vain positiivisesti.

#### **9.2.4 Työhyvinvointi ja muut muutokset työssä**

Kysyttäessä muita työn muutoksia jokainen vastaaja mainitsee sen, että on siirrytty tekemään myös yövuoroa. Siihen siirtyminen on ollut vapaaehtoista. Vastaajat mainitsevat tässä yhteydessä myös sen, että yövuoroilla ja muillakin toimilla pyritään olemaan mahdollisimman vähän lähikontaktissa asiakkaan kanssa, kun ennen asiakkaita palvellessa ei ole tällaista tarvinnut miettiä. Vastaajat kertovat työpäiviin tulleen uusia tehtäviä, kuten tiettyjen pintojen desinfiointi. Vastaajat kertovat taukokäytäntöjen muuttuneen. Tauolla saa olla vain muutama ihminen kerrallaan ja yhtä aikaa tauolla olevat pitää kirjata ylös.

Vastaajat kertovat koronapandemian alkuaikoina vaikutusten olleen negatiivisempia, kuin nyt. Silloin työvuorot saattoivat muuttua nopeasti ja esimerkiksi kesälomien pitäminen ei ollut niin vapaata, kuin yleensä. He kokevat kuitenkin, etteivät nämä ole vaikuttaneet työhön negatiivisesti. Yksi vastaajista mainitsee työssä muuttuneen kontaktien työkavereihin. Palavereita ei pidetä, eikä muutenkaan kokoonnuta suurella porukalla. Myös työhyvinvointia edistävät asiat ovat vähentyneet. Työkykyä ylläpitävää toimintaa ei ole voitu järjestää ja työyhteisön yhteisöllisyyttä ei näin voida ylläpitää kuten ennen.

## 10 TULOSTEN YHTEENVETOA

Ennen tutkimuksen tekoa tutkimukselle asetettiin seuraavat tutkimuskysymykset:

- Miten koronapandemia on vaikuttanut kaupan alan työhön?

Tutkimuskysymys jakautuu seuraaviin alakysymyksiin:

- Miten koronapandemia on vaikuttanut asiakaskäyttäytymiseen?
- Miten koronapandemia on vaikuttanut työhyvinvointiin?
- Miten koronapandemia on vaikuttanut työturvallisuuteen?
- Miten koronapandemia on vaikuttanut työntekijöiden työmotivaatioon?

Tutkimuksen vastausten perusteella voidaan todeta koronapandemian vaikuttaneen paljon kaupan alan työhön. Tutkimuksen eri osa-alueilla muutokset olivat erilaisia ja toisiin osa-alueisiin koronapandemia on vaikuttanut enemmän, kuin toisiin. Joihinkin tutkimuksen teemoihin vaikutukset ovat olleet negatiivisia ja joihinkin positiivisia. Suurimpaan osaan kuitenkin vaikutukset ovat olleet sellaisia, että osa vastaajista koki ne hyvinä ja osa huonoina. Vastaajien näkemykset poikkesivatkin joissain vastauksissa suuresti toisistaan. Tämä selittyy sillä, että jokainen vastaaja on yksilö ja eri ihmiset voivat kokea muutokset hyvin eri tavoilla.

Asiakaskäyttäytyminen on muuttunut koronan myötä siten, että osa asiakkaista on alkanut käymään ruokaostoksilla harvemmin, ja tekemään isompia ostoksia yhdellä kertaa. Ruokia ostetaan yhdellä kertaa myös useille ihmisille, kuten naapurille omien ostosten lisäksi. Vastausten perusteella asiakkaat ovat pandemian myötä alkaneet huolehtimaan hygieniasta, turvaväleistä ja kasvomaskien käytöstä hyvin. Lisäksi työntekijät ovat havainneet joissakin asiakkaissa ärtyneisyyttä ja kireyttä muita ihmisiä kohtaan, esimerkiksi silloin kun turvavälejä ei noudateta tai hygieniasta ei huolehdi. Osalla asiakkaista käyttäytymiseen ei kuitenkaan nähdä tulleen muutoksia koronapandemian myötä.

Työntekijöiden kokemukset työhyvinvoinnista vaihtelivat suuresti. Kyselyn perusteella osa koki työhyvinvoinnin heikentyneen ja osa taas parantuneen. Teemahaastattelussa kävi ilmi, että esimerkiksi yövuorot olivat sellainen tekijä, joka jakoi näitä kokemuksia osan kokiessa muutokset hyvinä ja osan huonoina. Suurin osa vastaajista koki työturvallisuuden parantuneen koronapandemian aikana. Seuraavaksi eniten koettiin sen heikentyneen ja vähiten koettiin, ettei se ole muuttunut lainkaan. Suojavarusteiden



kerrottiin olevan hyviä ja niitä kerrottiin olleen riittävästi. Työ oli muuttunut enemmän siihen suuntaan, että asiakkaiden kanssa ollaan vähemmän kontaktissa. Nämä olivat tekijöitä, joiden kerrottiin parantavan työturvallisuutta. Toisaalta itse koronapandemian ja sen tuomien pelkojen takia työturvallisuuden kerrottiin heikentyneen.

Sekä kyselyssä että teemahaastattelussa nousi ilmi se, ettei työmotivaation muutoksia koettu voimakkaina. Suurin osa ei osannut sanoa, oliko työmotivaatiossa tapahtunut muutoksia koronapandemian aikana. Enemmän koettiin, että työmotivaatio on parantunut, kuin että se olisi heikentynyt. Teemahaastattelussa työmotivaatiota parantavina tekijöinä esitettiin sitä, että sekä oma, että asiakkaiden arvostus kaupan työtä kohtaan oli noussut. Myös työssä tapahtuneet muutokset, kuten yövuorot, olivat toisille työmotivaatiota nostavia tekijöitä. Toisilla nämä asiat taas heikensivät työmotivaatiota. Työmotivaatiota heikentävinä tekijöinä koettiin myös pelko siitä, että työssä voisi mahdollisesti saada koronavirustartunnan, tai itse tartuttaa muita.

## 11 POHDINTA

Haapajärvellä on ollut koko koronapandemian aikana vain kuusi todettua koronatartuntaa. Tämä voi vaikuttaa tutkimuksen tuloksiin. Alueella, jossa ei ole ollut paljon tartuntoja, voidaan kokea asiat eri lailla, kun sellaisilla alueilla, joissa tartuntoja on ollut enemmän. Toisaalta elämä on ollut hyvin saman kaltaista alueilla, joissa tartuntoja on paljon ja alueilla, joissa niitä on ollut vähän. Esimerkiksi kasvomaskin käyttö ja turvavälien pitäminen ovat olleet suosituksia, jotka ovat koskeneet koko maata. Se, että turvatoimia on noudatettu hyvin, vaikkei tartuntoja ole ollut, on voinut suojata tartunnoilta.

Työntekijöiden kokemukset tutkimuksen eri osa-alueiden muutoksista olivat keskenään hyvin erilaisia. Tätä voidaan selittää sillä, että eri ihmiset kokevat asiat eri tavalla. Sosiaaliset ihmiset nauttivat asiakaspalvelusta ja ihmisille, jotka pitävät rauhasta voi koronapandemian tuomat yövuorot olla työhyvinvointia lisääviä tekijöitä. Myös työkykyä ylläpitävät päivät ovat toisille työntekijöille positiivisia ja odotettuja kokemuksia, kun taas toiset eivät nauti niistä. Tutkimuksessa huomattiinkin eroja siinä, kokivatko työntekijät tällaiset muutokset hyvinä vai huonoina.

Aiheen rajaaminen tiettyihin työn tekemisen osa-alueisiin oli helppoa, kun tutkimuskysymys jaettiin neljään eri alaongelmaan. Tutkimuksen kohde joukko oli pieni. Haapajärven S-Marketissa on yksitoista työntekijää, joille kaikille laitettiin linkki kyselyyn. Otanta oli siis melko pieni tällaiselle tutkimukselle. Vaikka työntekijöitä oli melko vähän, haluttiin tutkimus toteuttaa kyseisen kaupan henkilöstölle. Pienillä paikkakunnilla päivittäistavarakaupat ovat tämän kokoisia, joten vaihtoehtoa isommalle otannalle ei ollut. Yhdestätoista työntekijästä, jolle kysely laitettiin, kaikki vastasivat siihen. Vastausprosentti oli näin ollen 100 %.

Tehdyn tutkimuksen hyötynä on se, että sen avulla, ja siitä saatujen vastausten perusteella pystytään kartoittamaan kaupan työntekijöiden työhyvinvointia, työturvallisuutta, työmotivaatiota sekä asiakkaiden käyttäytymistä koronapandemian aikana. Kartoittamisen avulla voidaan näihin asioihin mahdollisesti tehdä tarvittavia muutoksia tai parannuksia. Lisäksi tutkimuksen avulla saatiin selville, millä tekijöillä koettiin olevan parantavia vaikutuksia koronapandemian aikana, ja mitä tekijöitä voidaan hyödyntää myös tulevaisuudessa. Näitä asioita ovat esimerkiksi käsien desinfiointipisteiden säilyttäminen kaupassa myös koronapandemian jälkeisenä aikana.

Esimerkiksi Etelä-Suomessa ja suurilla paikkakunnilla koronavirustilanne on ollut paljon pahempi Haapajärveen verrattuna. Tämä aiheuttaa sen, että tutkimustuloksia ei voida suoraan verrata eri kauppojen työntekijöihin. Kokemukset työturvallisuudesta ja työhyvinvoinnista voivat olla negatiivisemmat, kun koronatartuntoja on alueella paljon. Se voi aiheuttaa pelkoa ja ahdistusta työntekijöille. Toisaalta turvatoimet ovat olleet koko maassa samat, ja S-Ryhmällä on yhteiset ohjeistukset työntekijöille. Näin eri tilanteessa olevien alueiden kauppojen tilanne on monelta osalta myös keskenään samanlainen. Myös rajoitukset ovat olleet alueellisia ja esimerkiksi Pohjois-Pohjanmaalla samat rajoitukset ovat koskeneet niin pieniä kaupunkeja, kuin isojakin, joissa tartuntoja on ollut enemmän.

Opinnäytetyö tehtiin parityöskentelynä. Työskentely sujui koko prosessin ajan hyvin, ja aikataulussa pysyttiin. Prosessissa tehtävät jaettiin tekijöiden kesken kahtia, jotta työskentely onnistui sujuvasti ja tehtävät jakautuivat tasaisesti. Tietoperustan kirjoittaminen jaettiin niin, että kummallakin oli saman verran kirjoitettavaa. Myös tutkimusosa jaettiin niin, että toinen teki kyselyn ja toinen teemahaastattelun. Pohdinta ja yhteenvedo tehtiin yhdessä. Vaikka työn tekeminen oli jaettu kahteen osaan ja kirjoittajilla oli omat tehtävänsä, työtä tehtiin paljon yhdessä. Ajatuksien vaihto ja pohdinta auttoi tekemään työstä yhtenäisen, vaikka tekijöitä oli kaksi.

Yhteistyö Haapajärven S-marketin kanssa oli sujuvaa. Toinen opinnäytetyön tekijöistä on työskennellyt siellä useita vuosia. Näin ihmiset ja käytännöt olivat tuttuja. Kyseessä on pieni paikkakunta, joten myös toinen tekijä tiesi kyseisen kaupan ja osan työntekijöistä. Kun kaupan työskentelytavat ja käytännöt olivat tuttuja, oli kyselyn ja teemahaastattelun toteuttaminen helppoa. Tekijät pystyivät asettumaan vastajien rooliin ja ehdottamaan sellaisia keinoja ja aikoja kyselyn ja teemahaastattelun toteuttamiselle, joiden tiedettiin sopivan työntekijöiden työpäiviin niin, ettei se häiritse työn tekoa.

Työn aihe oli mielenkiintoinen sen ajankohtaisuuden ja työn tekijöiden alan työkokemuksen vuoksi. Työn tekeminen oli sen vuoksi mielekästä ja aidosti kiinnostavaa. Tietoperustaan löytyi hyvin kirjallisuutta. Asiakaskäyttäytyminen oli tietoperustan käsitteistä sellainen, johon lähteiden löytäminen oli vaikeaa. Laajentamalla etsintöjä asiakaskäyttäytymisestä ostokäyttäytymiseen, tietoa kuitenkin löytyi. Tietoperustan kirjoittaminen oli näitä haasteita lukuun ottamatta helppoa. Myös kyselyn ja teemahaastattelun toteuttaminen onnistui hyvin. Kyselyn vastaus prosentti oli 100 %. Kysely oli tarkoituksella lyhyt ja yksinkertainen, koska teemahaastattelu tehtiin tukemaan sitä. Teemahaastatteluun valittiin viisi työntekijää, joiden vastaukset olivat hyviä ja monipuolisia. Kyselyn analysointi oli Webropol-ohjelman ansiosta helppoa, mutta aikaa vievää. Myös teemahaastattelun analysointiin kului aikaa, mutta muistiinpanojen avulla se onnistui hyvin.

Kun tutkimuksen alaongelmat oli selvästi jaettu käsitteisiin, kuten työmotivaatio ja työhyvinvointi, oli tutkimuksen tulosten raportointi ja tietoperustan kirjoittaminen helppoa. Jokaisesta aihealueesta pystyi tehdä oman selkeän kokonaisuuden niin tietoperustaan, kuin työn empiiriseen osaan. Tämä piti molempien osien rakenteen selkeänä. Myös kirjallinen tuotos on helposti ymmärrettävää ja selkeää, kun tietyssä osassa opinnäytetyötä puhutaan tietyistä asiasta, eikä asioita sekoiteta keskenään.

## LÄHTEET

Eskonen, K. & Tolkki, H. Kuka saa viedä lapsensa kouluun? Katso lista kriittisten alojen ammanteista. Yle.fi. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11261188>. Viitattu 29.3.2021.

Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara P. 2018. Tutki ja kirjoita. 22. painos. Porvoo: Bookwell Oy.

Hs.fi. Tartunta varmistui koronavirukseksi Suomessa – Tämä tapauksesta tiedetään nyt. Saatavissa: <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000006387778.html>. Viitattu 21.4.2021.

Jarenko, F. Martela, J. 2015. Draivi-Voiko sisäistä motivaatiota johtaa? Alma Talent Oy.

Jyväskylän yliopiston Koppa. Haastattelut. 18.11.2020. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineistonhankintamenetelmat/haastattelut>. Viitattu 2.5.2021.

Jyväskylän yliopiston Koppa. Kyselyt. 13.6.2016. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineistonhankintamenetelmat/kyselyt>. Viitattu 15.4.2021.

Kaupan liitto 2021. Kaupan ja palvelualojen merkitys Suomelle. Kauppa.fi. Saatavissa: <https://kauppa.fi/kaupan-ala/kaupan-ja-palvelualojen-merkitys-suomelle/>. Viitattu 12.4.2021.

Kaupan liitto 2021. Tietoisku: Miten kuluttajien arvot ja asenteet muuttuvat? Saatavissa: <https://kauppa.fi/uutishuone/2021/01/28/tietoisku-miten-kuluttajien-arvot-ja-asenteet-muuttuvat/>. Viitattu 17.4.2021.

Kotler, P. 2006. Marketing Management. 12th edition. New Jersey: Prentice Hall.

Manka, M-L. 2011. Työn ilo. 1. painos. WSOYpro Oy.

Nivala-Haapajärven seutu NIHAK ry. Väkiluku. Nihak.fi. Saatavissa: <https://www.nihak.fi/fi/vakiluku/>. Viitattu 25.4.2021.

Närvänen, E. Näkökulmia kaupanalan tulevaisuuteen. Kauppa.fi. Saatavissa: <https://kauppa.fi/uutishuone/2020/12/11/nakokulmia-kaupan-alan-tulevaisuuteen/>. Viitattu 10.4.2021.

Palvelualojen ammattiliitto 2021. Työehtosopimukseen koronaepidemian vuoksi tehdyt muutokset. Pam.fi. Saatavissa: <https://www.pam.fi/wiki/tyoehtosopimukseen-koronaepidemian-vuoksi-tehdyt-muutokset#Kauppa>. Viitattu 8.4.2021.

Palvelualojen ammattiliitto 2021. Vastuullisuus, digitalisaatio ja ilmastonmuutos nousivat esiin keskeisinä kaupan alan suunnannäyttäjinä Porin SuomiAreenan keskustelussa. Saatavissa: <https://www.pam.fi/uutiset/milta-nayttaa-kaupan-alan-tulevaisuus>. Viitattu 8.4.2021.

Rauramo, P. 2008. Työhyvinvoinnin portaat: viisi vaikuttavaa askelta. 1. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Sinokki, M. 2016. Työmotivaatio: innostusta laatua ja tuottavuutta. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Tarkkonen, J. 2014. Työhyvinvointia yhteistoiminnalla: Työsuojelun yhteistoimintaelin ja työorganisaation kehittäminen.

Tarkkonen, J. 2012. Työhyvinvointi johtamistehtävänä: periaatteet, rakenteet ja käytänteet.

THL 2021. Koronarokotusten järjestäminen Suomessa. Thl.fi. Saatavissa: <https://thl.fi/fi/web/infektiotaudit-ja-rokotukset/ajankohtaista/ajankohtaista-koronaviruksesta-covid-19/tarttuminen-ja-suojautuminen-koronavirus/rokotteet-ja-koronavirus/koronarokotusten-jarjestaminen-suomessa>. Viitattu 6.4.2021.

THL 2021. Rokotteet ja koronavirus. Thl.fi. Saatavissa: <https://thl.fi/fi/web/infektiotaudit-ja-rokotukset/ajankohtaista/ajankohtaista-koronaviruksesta-covid-19/tarttuminen-ja-suojautuminen-koronavirus/rokotteet-ja-koronavirus>. Viitattu 15.4.2021.

THL 2021. Tilannekatsaus koronaviruksesta. Saatavissa: <https://thl.fi/fi/web/infektiotaudit-ja-rokotukset/ajankohtaista/ajankohtaista-koronaviruksesta-covid-19/tilannekatsaus-koronaviruksesta>. Viitattu 29.3.2021.

THL 2021. Varmistetut koronatapaukset Suomessa (COVID-19). Saatavissa: <https://experience.arcgis.com/experience/d40b2aaf08be4b9c8ec38de30b714f26>. Viitattu 2.5.2021.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2021. Asiantuntija-artikkeli kaupan toimialasta. Saatavissa: [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162577/TEM\\_2020\\_55.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162577/TEM_2020_55.pdf?sequence=4&isAllowed=y). Viitattu 10.4.2021.


Valtioneuvosto 2021. Verkkosivut. Saatavissa: <https://valtioneuvosto.fi/tietoa-koronaviruksesta/poikkeusolot>. Viitattu 3.5.2021.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2011. Liiketoimintaosaaminen, menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Who.int. Coronavirus overview. Saatavissa: [https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1). Viitattu 6.4.2021.

Who.int. WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard. Saatavissa: <https://covid19.who.int/>. Viitattu 6.4.2021.

## Kysely S-Market Haapajärven henkilöstölle

 Pakolliset kentät merkitään asteriskilla (\*) ja ne tulee täyttää lomakkeen viimeistelemiseksi.

Tämä kysely on osa opinnäytetyötä, jossa tutkitaan koronapandemian vaikutuksia kaupanalan työhön Haapajärven S-Marketissa. Kysely toteutetaan S-Market Haapajärven henkilöstölle. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, eikä vastaajien henkilöllisyys tule esille missään vaiheessa. Vastaaminen vie vain hetken ja vastausaikaa on 26.3.2021 asti. Kiitos vastauksistanne etukäteen!

### Perustiedot

#### 1. Sukupuoli \*

- Nainen
- Mies
- Muu/en halua kertoa

#### 2. Ikä \*

- Alle 18 vuotta
- 18-29 vuotta
- 30-39 vuotta
- 40-49 vuotta
- Yli 50 vuotta

#### 3. Kuinka kauan olet työskennellyt Haapajärven S-Marketissa? \*

- Alle vuoden
- 1-3 vuotta
- 4-6 vuotta

- 7 vuotta tai enemmän

## Työturvallisuus

4. Millä tavalla työturvallisuus on mielestäsi muuttunut koronapandemian aikana? \*

- Huomattavasti heikentynyt
- Heikentynyt
- En osaa sanoa
- Parantunut
- Huomattavasti parantunut

5. Onko turvatoimet vaikuttaneet parantavasti työturvallisuuteen? \*

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

6. Koetko, että turvatoimet ovat olleet riittävät? \*

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

## Työhyvinvointi

7. Millä tavalla koronapandemia on vaikuttanut työhyvinvointiisi? \*

Työhyvinvointisi on koronapandemian aikana:



- Huomattavasti heikentynyt
- Heikentynyt
- En osaa sanoa
- Parantunut
- Huomattavasti parantunut

### Työmotivaatio

8. Millä tavalla työmotivaatiosi on muuttunut koronapandemian aikana? \*

Työmotivaatiosi on koronapandemian aikana:

- Huomattavasti heikentynyt
- Heikentynyt
- En osaa sanoa
- Parantunut
- Huomattavasti parantunut

### Muut työn muutokset

9. Mitä muita muutoksia olet huomannut työssäsi koronapandemian aikana?


### Asiakaskäyttäytyminen

10. Oletko huomannut muutoksia asiakkaiden käyttäytymisessä koronapandemian aikana? \*

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

11. Jos olet, niin mitä?


Hei!

Olemme Sanni Kaattari ja Fanny Vuoti. Olemme liiketalouden opiskelijoita Centria-ammattikorkeakoulusta. Teemme opinnäytetyötä, jossa tutkimme koronapandemian vaikutuksia kaupanalan työhön. Toivomme teidän vastaavan oheisessa linkissä olevaan kyselyyn 26.3.2021 mennessä. Kyselyyn vastaaminen vie vain hetken, ja vastaukset käsitellään luottamuksellisesti.

Kiitämme vastauksista etukäteen!

Linkki kyselyyn:

<https://link.webpolsurveys.com/S/7E261093FB2514ED>

Ystävällisin terveisin

Sanni Kaattari ja Fanny Vuoti

### **Teemahaastattelu**

- 1, Kertoisitko työhistoriastasi kaupan alalla ja Haapajärven S-Marketissa?
- 2, Miten koet asiakaskäyttäytymisen muuttuneen koronan aikana?
- 3, Millaisena olet kokenut työturvallisuuden koronan aikana?
- 4, Miten koronavirus on vaikuttanut työmotivaatioosi?
- 5, Onko jotkin asiat työturvallisuuden, työmotivaation ja asiakaskäyttäytymisen lisäksi muuttuneet työssäsi?