



Myyntityön stressitekijät ja motivaattorit

Tuomo Jeskanen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Amk-opinnäytetyö

2022

Myyntityön koulutusohjelma

Tiivistelmä

Tekijä(t) Tuomo Jeskanen
Tutkinto Tradenomi Myyntityön koulutusohjelma
Raportin/Opinnäytetyön nimi Myyntityön stressitekijät ja motivaattorit
Sivu- ja liitesivumäärä 56 + 7
<p>Tässä opinnäytetyössä käsitellään myyntityön stressitekijöitä ja motivaattoreita. Työssä käsitellään myös työhyvinvointia, sen ylläpitämistä ja erilaisia eettisiä tilanteita, joita myyjät kohtaavat työssään. Opinnäytetyö pitää sisällään tutkielman mikä on tehty 100 myyjän vastausten perusteella liittyen heidän työstressiinsä ja työmotivaatioon.</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää yleisimpiä stressinaiheuttajia, joita myyntityötä tekevät kokevat työssään. Lisäksi tutkitaan sitä mikä motivoi myyjiä tekemään työtänsä ja mitkä ovat parhaat tavat motivoida heitä. Työssä käsitellään myyjien stressin aiheuttajia niin vapaa-ajalla, kuin työarjessa, sitä miten he käsittelevät omaa stressiään ja miten he palautuvat stressaavista työpäivistä. Lisäksi yleistä työtyytyväisyyttä, motivaattoreita ja arvoja.</p> <p>Opinnäytetyö aloitettiin huhtikuussa 2022 ja se valmistui marraskuussa 2022. Opinnäytetyön tutkimusmentelmänä on määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus. Tutkimuskysely suoritettiin Webropol kysely- ja raportointi sovelluksen avulla. Tutkimuksen sähköisen kyselylomakkeen verkkolinkkiä jaettiin useille eri alojen yritysten myyjille. Vastaajia kyselyyn kerättiin 100 kappaletta eri ikäisiltä, eri kokemuksen omaavilta ja eri aloilla toimivilta myyjiltä.</p> <p>Tutkimuksessa nousi suurimmaksi myyntityön stressinaiheuttajaksi tavoitteet ja tulosten saamine. Parhaimmaksi motivaattoriksi ilmeni raha. Tämä ei tullut yllätyksenä, koska yksi suurimmista syistä miksi myyntityö on niin pidettyä, on sen takia, koska siinä pääsee vaikuttamaan omilla tuloksillaan omaan palkkaansa. Etenemismahdollisuudet, uuden oppiminen ja sen avulla itsensä kehittäminen koettiin myös motivoiviksi tekijöiksi. Yleisimmät tavat millä myyntityötä tekevät vähentävät stressiään ovat ystävien, läheisten ja perheen kanssa ajan viettäminen. Liikunta ja harrastukset ja niiden tärkeys arjessa nousivat myös esille.</p>
Asiasanat Myynti, Myyntityö, Myyjä, Stressi, Työstressi, Työhyvinvointi, Motivaatio

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön rakenne ja peittomatriisi	2
2	Stressin aiheuttajat myyntityössä	3
2.1	Teknostressi	4
2.2	Stressi yritysmyyntissä	5
2.3	Stressi kuluttajamyyntissä	5
2.4	Myyntikammo	6
3	Työhyvinvointi ja sen ylläpitäminen	8
3.1	Teknostressin lieventäminen	8
3.2	Töistä palautuminen	9
3.3	Myyntikammon ja stressin vähentäminen	10
4	Myyjän motivaatio	12
4.1	Työmotivaatio	12
4.2	Motivoiva johtaminen	12
4.3	Myyjien motivoiminen	13
4.4	Itsensä johtaminen, kehittäminen ja motivointi	14
5	Psykologiset ja eettiset tekijät myyntityössä	16
5.1	Myyntin eettisyys	16
5.2	Eettisten arvojen asettaminen	17
5.3	Haastavan asiakkaan kohtaaminen	17
6	Teorian yhteenveto	18
7	Tutkimuksen toteutus	20
7.1	Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu	20
7.2	Menetelmävalinnat	20
8	Kyselyn tulokset	21
8.1	Perustiedot	21
8.1.1	Alle 25-vuotiaiden perustiedot	21
8.1.2	25–40-vuotiaiden perustiedot	22
8.1.3	Yli 40-vuotiaiden perustiedot	23
8.2	Stressi	23
8.2.1	Alle 25-vuotiaiden stressi	26
8.2.2	25–40-vuotiaiden stressi	29
8.2.3	Yli 40-vuotiaiden stressi	32
8.3	Väittämät	35
8.3.1	Väittämät alle 25-vuotiaat	38
8.3.2	Väittämät 25–40-vuotiaat	40
8.3.3	Väittämät yli 40-vuotiaat	42

8.4	Motivaatio	43
8.4.1	Alle 25-vuotiaiden motivaatio	45
8.4.2	25–40-vuotiaiden motivaatio	47
8.4.3	Yli 40-vuotiaiden motivaatio	49
9	Kyselyn tulosten analysointi	52
9.1	Kiinteä pohjapalkka vs. provisiopalkka	52
9.2	Kuluttajamyynä vs. yritysmyynti.....	52
9.3	Alle 25-vuotiaat vs. yli 40-vuotiaat	53
10	Pohdinta.....	54
10.1	Tulosten tarkastelu omilla tulkinnoilla	54
10.2	Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset	55
10.3	Tutkimuksen luotettavuus	56
10.4	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi.....	56
11	Lähteet.....	57
12	Liitteet	60
	Liite 1. Kyselylomake.....	60

1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on myyntityön stressin aiheuttajat ja motivaattorit. Myyntityö on tunnetusti hyvin stressaavaa, mutta samaan aikaan erittäin palkitsevaa. Myyjien arki saat-
taa olla vaihtelevasti välillä hyvinkin raskasta ja omaa jaksamista koetellaan. Työssä käy-
dään läpi eri stressin aiheuttajia mitä myyjät kokevat työssään ja miten se vaikuttaa hei-
dän hyvinvointiinsa. Työssä tutkitaan myös suurimpia myyntityön motivaattoreita ja sitä
mikä on paras tapa motivoida myyjää tekemään työtänsä tuottavasti. Teoria osuudessa
käydään myös läpi myyntityön eettisiä puolia.

Opinnäytetyön tarkoituksena on tehdä tutkimus siitä mitkä ovat myyntiä tekevien henkilöi-
den suurimmat stressin aiheuttajat ja motivaattorit. Tutkielmaa varten keräsin vastauksia
100 myyntityötä tekevältä henkilöltä. Osa vastaajista oli erittäin kokeneita yritysmyyntin
puolella toimivia myyjiä ja osa taas nuoria kuluttajamyyntin puolella toimivia.

Työn tavoitteena on luoda tietoa jokaiselle myyntityötä tekeväälle, siitä kiinnostuneelle tai
sitä johtavalle siitä miten myyjät kokevat oman työnsä. Tavoitteena on tunnistaa yleisim-
mät stressin aiheuttajat myyntityössä ja tutkia minkä takia nämä asiat stressaavat ja miten
tätä työstressiä voisi vähentää. Tavoitteena on myös selvittää parhaat motivaattorit, jotka
kannustavat myyjää tekemään parasta mahdollista tulosta. Työn on tarkoitus tuoda lisäar-
voa myyntityötä tekeville ja sitä johtaville henkilöille ja parantaa heidän ymmäristään
myyntityön stressinaiheuttajista ja myyjien motivoimisesta.

1.1 Opinnäytetyön rakenne ja peittomatriisi

Tavoitteet	Tietoperusta (luku)	Tutkimuskysymykset	Tulokset
Millaisia hen- kisiä haas- teita myyjät kokevat työs- sään?	2, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 5.1, 5.3.	8.2, 8.3.	8.2, 8.3, 9.1, 9.2, 9.3, 10.1.
Mikä on myy- jien suurin stressin ai- heuttaja?	2,	8.2.	8.2, 9.1, 9.2, 9.3, 10.1.
Miten käsi- tellä stressiä ja paineita?	3, 3.1, 3.2, 3.3.	8.2.	8.2, 10.1.
Mikä motivoi myyjää teke- mään työ- tänsä?	4, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4.	8.4.	8.4, 9.1, 9.2, 9.3, 10.1.

Kuvio 1: Peittomatriisi

2 Stressin aiheuttajat myyntityössä

Myyntityö on tunnetusti hyvin sressaavaa ja jatkuvaa tulosten tekemistä. Paineet ja stressi ovatkin osa myyjän arkea ja varmasti jokainen myyntityötä tekevä on jossain vaiheessa ajatellut. Ovatko tulokseni tarpeeksi hyviä, tai ovatko nämä tavoitteet realistisia? Kaksi yleisintä syytä myyjien stressille ovatkin kaupan saaminen ja tulospaineet. Kaupan saamisen stressi on myyjällä lähes koko ajan. Siinäkin vaiheessa, kun myyjä on saavuttanut kuukausitavoitteen, pitää laittaa jo seuraava kuukausi ja sen tavoitteet tähtäimeen. Monelle myyntityötä tekeväälle maksetaan kiinteän pohjapalkan lisäksi kannustin palkkaa, eli bonuksia tai provisiota. Vaikka monen mielestä provisio ja bonukset ovat hyviä motivaattoreita myyjille tuloksen tekemiseen, ovat ne myös suurimmat stressin aiheuttajat. Raha on yleisestikin suurimpia stressin aiheuttajia ihmiselle. Varsinkin siinä vaiheessa, kun rahan saaminen on sidottuna omiin tuloksiin. Kannustimet myös kääntyvät huonoiksi motivaattoreiksi, kun edellisen vuoden hyvä tulos nostaakin seuraavan vuoden tulostavoitetta. (Piia Kunnas, MMA)

Vuonna 2016 Myynti ja Markkinointi-lehti teki tutkimuksen siitä, minkälaiset asiat stressaavat myyjiä ja onko yrityksessä minkäänlaisia toimintamalleja sille, jos myyjä epäonnistuu ison kaupan saamisessa, tai jos myyjä menettää tärkeän asiakkaan. Tutkimuksessa selvisi, että myyjillä suurin stressin aiheuttaja on se, kun kauppaa ei tule. Toinen tärkeä asia mitä tutkimuksessa nousi esille, on, että yrityksissä ei ole toimintamallia myyjien pettymyksien käsittelyyn. Vastaajista peräti 72 % kertoi, ettei heidän yrityksessään ole minkäänlaista toimintamallia niistä tilanteista varten, kun myyjä menettää ison asiakkaan tai kauppaa ei muodostukaan. (Piia Kunnas, MMA)

Monet ihmiset pelkäävät virheiden tekemistä. Pahinta onkin työkuultuuri missä virheistä saat kuraa niskaan ja joudut silmätikuksi. Tämä ei varmasti paranna myyjän henkistä hyvinvointia vaan päinvastoin. Tämä johtaa entistä enemmän myyjän stressiin ja epäonnistumisen pelkoon. Tästä taas alkaa jatkuva epäonnistumisen kierre. Epäonnistumiset ja virheet ovat osa elämää ja arkea. Kukaan ei toimi aina virheettömästi. Sen takia onkin tärkeää, että yrityksessä käsitellään virheet ja epäonnistumiset kannustavalla ja asiallisella asenteella. Tämän avulla virheistä opitaan, eikä masennuta. (Koivumäki & Kortesoja 2019, 244–246)

Työaikataulun hallinta, aikataulussa pysyminen ja kuinka paljon vapaata työntekijällä on vaikuttavat työhyvinvointiin ja stressiin. Nämä asiat ovat toki hyvin henkilökohtaisia. Toinen työskentelee mielellään yhdeksästä viiteen maanantaista perjantaihin, kun taas joku toinen tykkää tehdä enemmän töitä toisena päivänä ja taas vähemmän seuraavana.

Myyntiedustajan aikataulu voi joskus näyttää hyvinkin stressaavalta. Useita eri asiakasta-paamisia päivässä, uusien tapaamisten sopimista, yrityksen sisäisiä palavereja, tarjousten luomista ja lähettämistä. Näiden asioiden ajoittaminen ja aikataulussa pysyminen voi olla hyvinkin kuormittavaa. Ständimyyjällä tai puhelinmyyjällä taas saattaa olla toisinaan hyvin-kin pitkiä työviikkoja, myyjät saattavat vetää pisimillään jopa 12 tunnin työpäiviä. Osalla myyjistä on pelkkä provisio palkka ja he tekevät niin pitkää työpäivää, että ovat ise tyytyväisiä päivän tulokseen. Pitkällä aikavälillä näin pitkien työ viikkojen tekeminen ja jatkuva provisiosta stressaaminen on hyvin raskasta. (Barling ym. 2004, 35–36)

2.1 Teknostressi

Teknostressillä tarkoitetaan sovellusten, järjestelmien ja elektronisten laitteiden käytöstä johtuvaa stressiä. Nykypäivänä lähes jokaisella on kännykkä saatavilla taskussaan. Tästä syystä viestit liikkuvat nopeasti ja työmaailmassa viesteihin odotetaan vastattavan jatku-vasti nopeammin. Tämän takia työntekijöiden odotetaan vastaavan asiakkaille, kollee-goille ja esimiehille entistä nopeammin, vaikka tämä onkin tehostanut työprosessejen ete-nemistä huomattavasti aiheuttaa se myös työntekijöille lisä stressiä. (Rönnqvist, Tek.fi)

Työsuojelurahasto rahoitti Well@DigiWork-hankkeen, jonka tavoitteena oli saada uutta tietoa digitaitojen ja työhyvinvoinnin tueksi. Tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa tehtiin kysely eri alojen työntekijöiden teknologisesti osaamisesta ja heidän hyvinvoinnistaan. Kyselyaineistoin tulosten mukaan melkein kolmannes sanoi kokevansa työperäistä tek-nostressiä. Tuloksista tuli myös ilmi, että vanhemmat työntekijät kokivat teknostressiä nuorempia työntekijöitä useammin. (Lainema, Hämäläinen & Syynimaa 2021, 72–80)

Teknostressi ilmenee työntekijöiden elämässä monella eri tavalla. Yleisin syy stressiin on, kun teknologia on liian suuri osa työntekijän arkea. Stressiä syntyy esimerkiksi siitä, että olet jatkuvasti tavoitettavissa, jatkuva uuden informaation saaminen, Uusien laitteiden tai ohjelmien opettelu. Oman yksityisyyden väheneminen ja eri ohjelmien ja laitteiden moni-mutkaisuus tai toimimattomuus. Vapaa-ajalla taas sosiaalinen media on kuormittava tekijä ihmisten arjessa. Sosiaalinen media mahdollistaa oman elämän vertailemiseen muihin ih-misiin ja tämä saattaa aiheuttaa kateutta ja pahaa mieltä omasta elämästään. Tekno-stressi voikin vaikuttaa työntekijöiden tekemän työn laatuun ja aiheuttaa työuupumusta. (Salo, Pirkkalainen 2022)

Myyntityötä tekevien arjessa teknostressiä aiheuttaa pääsääntöisesti CRM- ja SFA järjes-telmät. Teknologian takia myyjät stressaantuvat siitä, että he joutuvat työskentelemään entistä nopeammin ja tehokkaammin. Osa myös kokee, että heidän vapaa-aikansa kärsii työteknologian takia. Monet myyjät myös kokevat stressiä siitä, että he eivät osaa käyttää

järjestelmiä tarpeeksi tehokkaasti. Varsinkin vanhemmat työntekijät, joilla on ongelmia uuden teknologian kanssa voivat kokea stressiä korvatuksi tulemisesta. (Pullins, Tarafdar & Pham 2020)

Myyntityössä teknostressin aiheuttajana toimivat myös eri mittarit, mitä käytetään myynnin ja myyjien seuraamiseen. Näiden avulla nähdään esimerkiksi toteutuneiden kauppojen määrä viimeisen kuukauden tai viikon aikana tai pystytään seuraamaan, kuinka monta puhelua myyjä on soittanut päivän aikana. Myyntintavoitteita asetetaan usein myös näiden tilastojen perusteella ja se saattaa johtaa jatkuvaan myyjien ponnisteluun nousevien tavoitteiden saavuttamiseksi. (Tarafdar, Bolman Pullins, Ragu-nathan 2014)

2.2 Stressi yritysmyyntissä

Myyntityötä on montaa erilaista. Eroja huomaa varsinkin, kun alkaa vertailemaan, vaikka teknologia yrityksen myyntiedustajaa ja vitamiineja myyvää puhelinmyyjää. Heidän työprosessinsa ja päivän aikana kohdatut asiakkaat poikkeavat paljonkin toisistaan. Yritysmyyntin puolella nimensä mukaisesti ei myydä tuotteita/palveluja yksityishenkilöille vaan muille yrityksille. B2B-myyjiltä eli yritykseltä yritykselle myyviltä myyjiltä vaaditaan syvää tuntemusta hänen yrityksensä tuotteista/palveluista. B2B-myyjiltä vaaditaan myös vahvoja keskustelu- ja neuvottelutaitoja asiakastapaamisia varten. B2B-myyntissä tuotteet/palvelut ovat myös usein kalliimpia tai ostettavat määrät huomattavasti suurempia, kuin kuluttaja myynnin puolella. B2B-myyntin puolella ostavien asiakkaiden määrä on myös huomattavasti pienempi ja ostoprosessi on hitaampi ja vaativampi. B2C eli kuluttaja myynnin puolella ostoprosessi tapahtuu kuluttajan tarpeen perusteella ja oston tapahtumasta päättää kuluttaja itse. B2B puolella taas tuotteen/palvelun ostosta on päättämässä useita henkilöitä ja myyjän on onnistuttava vakuuttamaan heidät kaikki. (Digimarkkinointi.fi)

2.3 Stressi kuluttajamyyntissä

Kuluttaja myynti on kaikista yleisin tapa tehdä myyntityötä ja lähes koko maailma tulee toimeen sen avulla. Yritys tai yksityinen henkilö tuottaa tuotteen/palvelun ja myy sen sitä tarvitsevalle kuluttajalle. Kuluttaja myyntiä eli B2C myyntiä tapahtuu koko ajan kaikkialla sitä, näkee niin ruokakaupoissa, kaduilla, televisiossa, puhelimitse, sähköpostitse tai vaikka omalla kotiovella. Kuluttaja myyntiä voikin tehdä monella eri tavalla, mutta yleisimmät ja ne mihin nyt keskityn, on puhelinmyynti ja ständimyynti.

Puhelinmyynti on myyjälle siitä mukava vaihtoehto, että sitä voi tehdä lähinnä mistä tahansa, vaikka omalta kotisohvalta. Haittapuolena toki on se, että myyjänä et saa asiakkaaseen varsinaista kontaktia pelkän ääniyhteyden välityksellä. Asiakas pääsee myös

pois myyntitapahtumasta huomattavasti helpommin, kun hänen ei tarvitse muuta kuin painaa luurit soittajalle.

Puhelinmyynnissä tai myyntityössä ylipäättään missä joutuu soittamaan kylmäsoittoja, voi myyjälle iskeä soittokammo. Myyntisoittokammo johtuu usein sosiaalisesta ahdistuksesta. Ahdistusta puhelinmyynnissä yleensä aiheuttaa huono itseluottamus, joka taas juontuu aikaisempaan epäonnistumiseen, torjunnan pelkoon tai negatiiviseen sosiaaliseen tilanteeseen. (Parvinen 2013, luku 5)

2.4 Myyntikammo

Stereotyyppinen myyjä on erittäin sosiaalinen, karismaattinen, paljon töitä rehkipä ja itseään korostava. Tämä stereotypia osuu kuintekin oikein vain harvan myyjän kohdalla. Osa myyntityötä tekevästä saattaa jopa kokea myyntityön ahdistavana tai muuten epämiellyttävänä. Kyse ei kuitenkaan ole ammattitaidon puutteesta, koska monet hyvin koulutetut ja pätevät myyjät ovat hyviä, vaikka prospektoinnissa, sopimusten laatimisessa tai tuotekehityksessä. Kuitenkin he välttelevät uusasiakashankintaa ja itse myymistä. Tätä kutsutaan myyntikammoksi. Myyjät eivät kuitenkaan lopeta täysin myyntityön tekemistä, mutta välttelevät ja siirtävät myyntitapahtumia myöhempiin ajankohtiin. Myyntikammo on niinkin yleistä, että sitä kokee jopa 40 % myyjistä jossain vaiheessa uraansa. (Parvinen 2013, luku 5)

Myyntikammo saattaa aiheuttaa fyysisiä oireita, esimerkiksi. Ääni saattaa alkaa vapisemaan, sydämen tykytys kiihtyy ja kädet alkavat tärisemään ja hikoilemaan. Fyysisten oireiden lisäksi ilmenee myös psyykkisiä oireita. Ahdistusta, kovaa jännitystä ja epäonnistumisen pelkoa. Myyntikammosa ilmenee eniten silloin kun olisi tarkoitus aloittaa uusien asiakkaiden kontaktointi. (Durcham 2019)

Durchamin (2019) mukaan myyntikammon riski on näissä ryhmissä:

Ylivalmistelija: eli henkilö, joka käyttää paljon aikaa prospektointiin ja vanhojen asiakkaiden ylläpitämiseen sen sijaan, että kontaktoisi uusia asiakkaita.

Superammattilainen: eli myyjä, joka ei halua tehdä perinteisiä myyjän töitä, esimerkiksi kylmäsoittoja. Energiaa palaa enemmän siihen, että saa itsensä näyttämään arvostetulta ja menestyksekkäältä.

Yksinäinen susi: Välttää julkisia tilanteita ja tapahtumia ja sen takia myös välttää niissä olevat mahdolliset liidit ja uudet asiakkuudet. Ei myöskään hyödynnä nykyisiä asiakkaita uusien asiakkuuksien löytämiseen.

Roolinsa kieltäjä: Henkilö, joka häpeää omaa työtänsä. On haastavaa tehdä työtä, jota et halua tehdä hyvin.

Häveliäs: Myyjä, joka pitää itseään häiritsevänä tuputtajana yliajattelee sitä, että asiakkaan kanssa pitää olla tarpeeksi hyvä suhde ennen kuin hänelle voi tehdä tarjouksen. Tämä satuttaa varsinkin uusiasiakas hankintaa. He saattavat myös aristaa ylempi arvoisten esim. Johtajien kontaktointia.

Erottelija: Myyjä, joka ei hyödynnä omaa tuttavaverkostoaan. On rajannut oman henkilökohtaisen verkoston kokonaan työverkostostaan. Eikä kehtaa pyytää tutuiltansa myyntidiilejä.

Puhelinfoobikko: Soittoja pelkäävä myyjä. Saattaa tehdä kasvotusten vaikka kuinka hyvää työtä, mutta puhelinta hän ei saa millään nousemaan.

Pahanilmanlintu ja vastarannan kiiski: Myyjä, joka miettii jokaista negatiivista asiaa mitä myyntikohtaamisen aikana voi tapahtua. Ei myöskään noudata sovittuja myyntirutiineja ja häntä on vaikea motivoida.

3 Työhyvinvointi ja sen ylläpitäminen

Työntekijöiden hyvinvointi on erittäin tärkeätä niin työntekijöiden kuin yrityksen kannalta. Oma hyvinvointi ja jaksaminen vaikuttavat kaikkeen tekemiseen omassa elämässä. Työpaikalla tämä näkyy tehdyn työn laadussa ja määrässä. Heikko työhyvinvointi vaikuttaa myös työkyvyttömyyden nousuun. Työkyvyttömyys eli sairauksista johtuvat poissaolo voi tulla yritykselle kalliiksi. Poissaolo kustannukset pystytään jakamaan välittömiin ja välillisiin kustannuksiin. Välittömiä kustannuksia ovat sairauspoissaololla olevan työntekijän palkka ja poissaolon korvaamiseen kuluvat menot. Esimerkiksi ylityöt ja sijaiset. Muita mahdollisia kustannuksia voi syntyä työntekijän työterveyshuolto kustannuksista. Välillisiä kustannuksia taas ovat tuottavuuden ja laadun mahdollinen laskeminen ja niistä aiheutuvat mahdolliset reklamaatiot ja kilpailukyvyn heikentyminen. Työilmapiiri voi myös heikentyä, jos työntekijät eivät voi hyvin työpaikalla. (Sinokki 2016, luku 4)

Yritys ja sen kulttuuria pidetään työntekijöitä tukevana, kun yritys kohtelee työntekijöitään oikeudenmukaisesti. Yritys arvostaa työntekijöidensä tekemää työtä, pitää huolta heidän hyvinvoinnistaan ja huolehtii heistä henkilöstöjohtamisen keinoin. Kun työntekijä kokee hänen yrityksensä tukevan ja kannustavan häntä on sillä positiivisia vaikutuksia hänen hyvinvointiinsa ja työasenteeseen. Työntekijät, jotka kokevat työpaikkakulttuurin heitä tukevaksi kokevat vähemmän stressiä, uupumusta ja heillä on vähemmän sairauspoissaoloja. Tutkimusten mukaan yrityksen ihmisläheisyydellä on suurimmat vaikutukset työtyytyväisyyteen ja yritykseen omistautumiseen. On tärkeää, että yritys kunnioittaa työntekijöidensä tarpeita ja näkemyksiä. Tämän takia työntekijät kokevat tunnetta huolenpidosta ja arvotuksesta, kun heidän tarpeensa täyttyvät. Yrityksessä on hyvä käyttää osallistavia toimintamalleja lisäämään luottamusta ja yhteisöllisyyttä. (Nummelin 2008, 125)

3.1 Teknostressin lieventäminen

Paras tapa teknostressin välttämiseen ja sen lieventämiseen on suhtautua teknologisia uudistuksia kohtaan positiivisella ja avoimella asenteella. Kun työtavat muuttuvat on luonnollista, että uuden opettelu ja tunne siitä, ettei opi on normaalia. Tätä varten työpaikoilla on hyvä varata aikaa kunnolliselle koulutukselle uusista järjestelmistä, teknostressin ennaltaehkäisemiseksi. Työkavereiden kanssa on myös hyvä käydä läpi omia teknologisia ongelmia. Heiltä voi saada vertaistukea tilanteeseen tai apua ongleman ratkaisemiseen. (Rönnqvist, tek.fi)

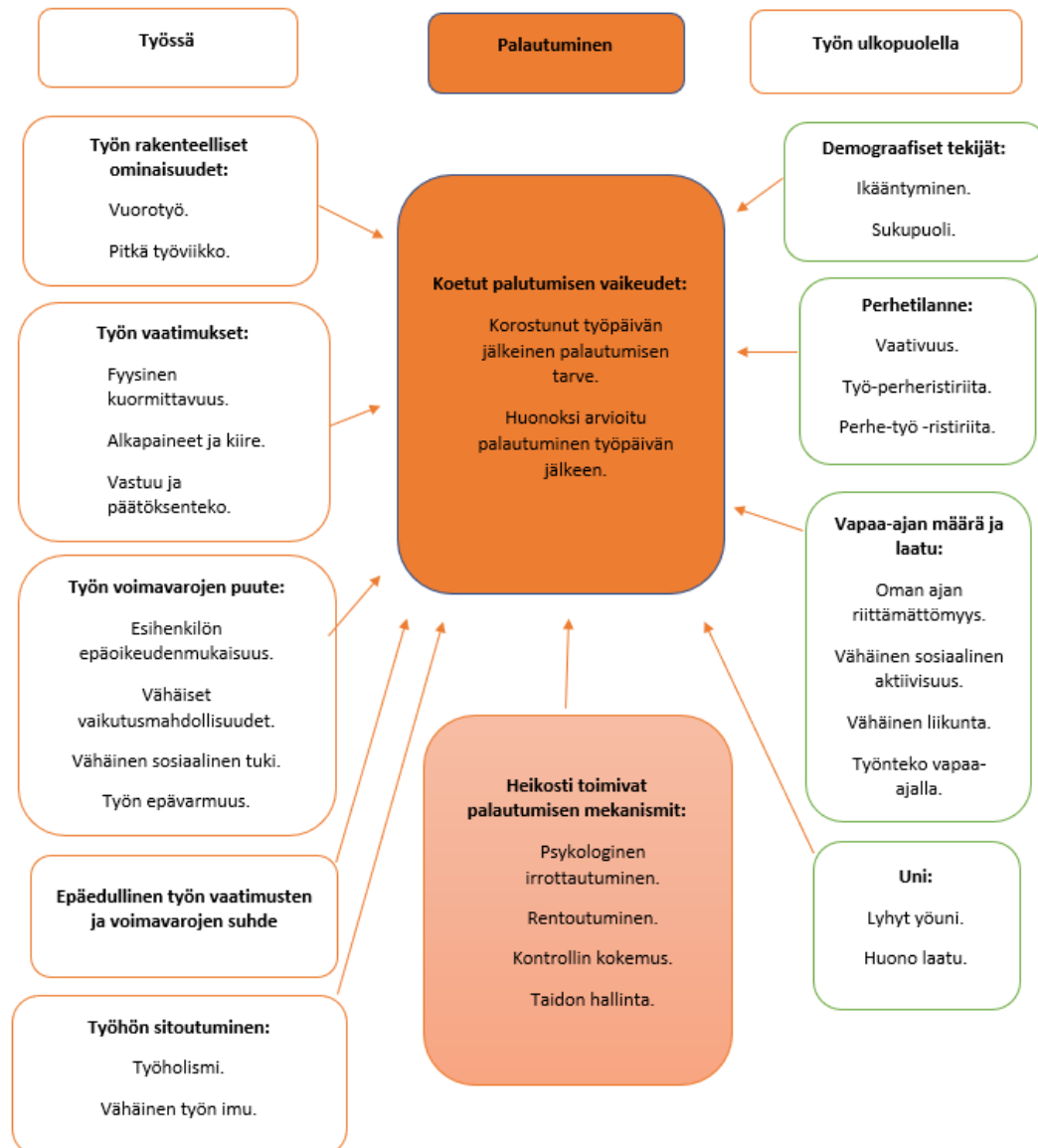
Vapaa-ajalla teknostressi vaikuttaa myös sosiaalisen median muodossa. Jotkut saattavat vielä vaapaa-ajallakin seurata töihin liittyviä asioita työpuhelimesta tai läppäriltä. Teknostressin lieventämiseksi kannattaa vapaa-ajalla rajoittaa omaa sosiaalisen median käyttöä arjessa ja välttää työasioiden seuraamista. (Rönnqvist, tek.fi)

3.2 Töistä palautuminen

Työpäivästä palautuminen on tärkeitä varsinkin pitkällä aikavälillä. On normaalia, että työssä kuormitutaan sen tuomien vaativien tilanteiden vuoksi. On kuitenkin tärkeitä, että näistä pystytään palautumaan ja työntekijä on seuraavana päivänä valmiina uuteen työpäivään. Jos kuitenkin työntekijä ei ole onnistunut palautumaan aikaisemmasta työpäivästä, niin hän ei ole parhaassa mahdollisessa työkunnossa (esimerkiksi väsymyksen takia). Tämä taas johtaa siihen, että työntekijä joutuu ponnistelemaan entistä enemmän jaksakseen työpäivänsä. Ylimääräisen ponnistelun takia työntekijä kuormittuu aikaisempaa enemmän ja vaatii enemmän palautumista. Jos tätä riittävää palautumista ei saada voi se pitkällä aikavälillä johtaa yli kuormittumiseen ja terveysongelmiin. (Feldt ym. 2017, luku 2)

Ihmisellä on oma palautumismekanismi, jonka tarkoituksena on palauttaa ihminen stressitilasta lepotilaan. Paras tapa palautua ja sen avulla saada energia- ja hormonitasot kohdilleen on saada riittävä määrä uunta. Keskiverron ihmisen tulisi saada unta noin 7–9 tuntia yössä. Vapaa-ajalla ja viikonloppuisin on myös tärkeää rentoutua ilman stressitekijöitä. Oma palautumista on pidettävä silmällä päivittäin ja on tärkeää, että työntekijällä on varattuna omaa-aikaa itselleen jokaisena päivänä. Onkin tärkeää, että jokaisella on mahdollisuus päättää siitä mitä vapaa-ajallaan tekee, oli se sitten harrastuksien parissa tai vain kotona rentoutuen. Tärkeintä on kuitenkin, että pystyy sulkemaan työasiat pois mielestään omalla vapaa-ajallaan. (Manka & Manka 2016, 180–185)

Työpäivän aikana pidettävät tauot edistävät myös työstä palautumista ja työntekijän jaksamista. Lounastauko on yleensä työntekijän pisin tauko päivän aikana. Onkin tutkittu, että lounastauko virkistää ja vähentää uupumusta, jos työntekijä saa pitää sen omalla haluamallaan tavalla. Jos lounastauon aikana on mahdollista haukata raitista ilmaa, niin se virkistää ja vähentää väsymyksen tunnetta. Lisäksi kannattaa työpäivän aikana pitää myös lyhyitä muutaman minuutin pituisia palautumis taukoja, joiden aikana rentoudut. (Feldt ym. 2017, luku 2)



Kuvio 2. Palautumiseen vaikuttavat tekijät työssä ja vapaa-aikana. (Manka & Manka 2016, 183)

3.3 Myyntikammon ja stressin vähentäminen

Myyntikammosta eroonpääseminen alkaa siitä, että itse tunnistaa ongelmansa. On hyvä, että myyjä kykenee tunnistamaan ne tilanteet mitkä myyntikammosa aiheuttavat. Ja sen sijaan, että myyjä takertuisi näihin negatiivisiin asioihin keskittyisi hän työnsä positiivisiin puoliin. Myyjän on hyvä oppia rentoutumaan myyntitilanteissa tätä voi harjoitella erilaisten rentoutustekniikoiden avulla. Rentoutuminen auttaa varsinkin käsien tärinän ja vapisevan äänen kanssa. Ihmisten suojaustoimenpiteet ovat osittain tahattomia, joten niistä eroon pääseminen vaatii harjoittelua. Vertaistuen hakeminen kollegoilta ja asiasta puhuminen esimerkiksi esimiehen kanssa on kannattavaa. Tärkeintä kuitenkin on puskea itseään ulos mukavuusalueelta vähän kerrallaan ja uskaltaa myös epäonnistua. Yksittäiset keinot eivät

kuitenkaan ole avuksi kaikille vaan myyntikammon parantamiseen voi tarvittaessa hakea ammattiapua. (Parvinen 2013, luku 5)

Myyntikammo on sitkeä ja se kasvaa jatkuvasti ajan myötä, jos sille ei tee mitään. Apua myyntikammoon voi hakea esimerkiksi myyntivalmentajalta. On myös hyvä itse osata tuntea omaa sisintään ja oppia hyväksymään erilaisia asioita esimerkiksi hyväksynnän tunteen tarvetta. Aina ei onnistu ja sille ei voi mitään, ethän kuitenkaan antaa muutaman kielteisen vastauksen lannistaa. Myyntikammosta käristään yleensä yksin omassa hiljaisuudessaan. Sen sijaan kannattaa lähteä purkamaan myyntikammoa, vaikka esimiehen tai kolleegan kanssa sparraamalla yhdessä. Voi myös olla, että esimies tai kolleega on itsekin ollut joskus vastaavassa tilanteessa. (Durcham 2019)

Hyviä keinoja myyntistressin hallitsemiseen: 1. Pyydä apua tarvittaessa. 2. Ota tarkoituksella aikaa pois töistä. 3. Lisää rentoutumistaukoja työpäivääsi. 4. Keskity yhteen tehtävään kerrallaan. 5. Paranna myyntistrategiaasi. 6. Opettele ymmärtämään myyntidataasi. 7. Aseta itsellesi saavutettavia tavoitteita. 8. Keskity yleiseen hyvinvointiisi. 9. Valmistaudu vastoinkäymisiin. 10. Löydä oma työtyylisi ja työtasapainosi. 11. Selvitä ongelmia myyntiprosessistasi. (Alfred 2020)

4 Myyjän motivaatio

Motivaatio on se mikä pitää työntekijän tekemisen keskittyneenä ja tavoitteellisena. Se vaikuttaa työntekijöiden ahkeruuteen, mielentilaan, työn laatuun ja jopa elintapoihin. Motivaatio toimiikin työntekemisen energian lähteenä. (Sinokki 2016, luku 3)

4.1 Työmotivaatio

Työmotivaatio rakentuu työntekijän tunnepohjaisesta sitoutumisesta omaan työtehtäväänsä. Tunnepohjaista sitoutuvuutta voi olla esimerkiksi ylpeyden tai velvollisuuden tunne omaa työtä kohtaan. Motivaation lähteet ovat jokaisella ihmisellä henkilökohtaisia. Eli se mikä motivoi jotain henkilöä ei välttämättä motivoi muita. Yksi voi motivoitua työtehtävistä tai mahdollisista ura tavoitteista, toinen taas ihmisten auttamisesta ja kolmas rahasta. Siksi työmotivaation luomisessa on otettava huomioon työntekijöiden persoonallisuudet ja heidän eri työtehtävänsä. (Sinokki 2016, luku 4)

Työilmapiirillä on myös selviä vaikutteita työntekijöiden motivaatioon. Työpaikan ilmapiiri vaikuttaa työpaikkatytytyväisyyden kautta työn laatuun ja motivaatioon. Esimerkiksi inhoitavat työkaverit tai ilkeä esimies vaikuttavat suoraan työntekijän työtyytyväisyyteen. Myös muiden työntekijöiden työskentelytavat voivat vaikuttaa yksittäisen henkilön motivaatioon. Jos työntekijä huomaa muiden työkavereidensa laiskottelevan vaikuttaa se negatiivisesti hänen työmotivaatioonsa. Sama myös toisinpäin, jos työntekijän kollegat tekevät iloisin mielin motivoituneina töitään, sillä voi olla positiivisia vaikutteita hänen työmotivaatioonsa. Hyvä esimies voi myös omalla toiminnallaan tehostaa alaistensa työmotivaatiota. (Sinokki 2016, luku 4)

Työmotivaatio vaikuttaa myös yrityksen tuottavuuteen. Huono työmotivaatio yrityksen työntekijöillä vaikuttaa negatiivisesti työn laatuun, joka taas johtaa mahdollisiin reklamaatioihin ja virheiden korjailuun. Heikko työmotivaatio myös hidastaa yrityksen yleistä työnteokoa ja se hidastaa prosessien etenemistä. Tämä taas maksaa yrityksen aikaa ja voi jopa heikentää kilpailukykyä. Huono työilmapiiri voi pahimmillaan laskea yrityksen imagoa, kun asiakkaat eivät saa riittävän hyvää palvelua. (Sinokki 2016, luku 4)

4.2 Motivoiva johtaminen

Esimiehen tehtävä on johtaa hänen alaisiaan tuottavaan toimintaan ja pitää yllä tiimin keskeistä luottamusta ja motivaatiota. Esimiehen täytyy pystyä myös tunnistamaan omien alaistensa eri persoonallisuudet ja heidän eri motivaattorinsa. Esimerkiksi tiimissä saattaa olla henkilö, joka on hyvin itsenäinen. Hän pitää siitä, että hän ei ole riippuvainen muista ja

pääsee tekemään itsenäisiä ratkaisuja. Tämän tyylinen henkilö saattaa myös turhautua helposti muiden jäsenten toiminnasta. Tiimin toinen henkilö taas saattaa arvostaa enemmän tiimin yhteistä tekemistä. Hänelle taas saattaa tuottaa ongelmia tehdä itsenäisiä ratkaisuja ja hän tarvitsee enemmän tukea esimieheltä. Tuntemalla omat alaisensa ja heidän tapansa työskennellä on myös heidän johtamisensa ja motivointi helpompaa. (Mayor & Risku 2015)

Kriittisen ja kannustavan palautteen antaminen on melkein päivittäinen osa esimiestyötä ja sen tekeminen oikein on tärkeä taito osata. Palautetta pitää pystyä antaa ohjausvälineenä alaisille ja sitä pitää osata antaa eri muodoissa. Se miten esimiehenä annat palautetta työntekijöille vaikuttaa hyvin vahvasti heidän työmotivaatioonsa. Negatiivista palautetta antaessa kannattaa huomio keskittää tekemiseen ja tuloksiin. Jokainen ihminen ottaa palautetta vastaan hieman eri tavalla. Tästä syystä on aina hyvä varmistaa, että palautteen saaja on ymmärtänyt palautteen oikein. Negatiivinen palaute voi myös olla kannustavaa, jos sen osaa antaa oikealla tavalla. Positiivisen palautteen antaminen on täysin yhtä tärkeää. Varsinkin jos alaisena on henkilö, jolla on kova hyväksynnän tarve. Näissä tilanteissa kannustavien tsemppauksien ja kehuja antaminen on hyvä tapa pitää yllä positiivista ilmapiiriä ja työmotivaatiota. (Mayor & Risku 2015)

Työntekijöiden uralla tukeminen on myös yksi esimiehen tehtävistä. Yritykselle on arvokasta kehittää jo nykyisten työntekijöidensä osaamista, yrityksen pitkäkestoisen kehityksen osalta. Työntekijöiden uralla tukemisessa tarkoituksena on auttaa työntekijöitä johtamaan paremmin itseään, asettaa uratavoitteita ja saada työntekijä kehittymään omassa työssään. Esimies toimii tässä tärkeässä roolissa, koska hänen kanssaan käydään useimmiten läpi omista kehitys- ja opetuskohteista. Esimiehen pitää olla rehellinen ja selkeä kun käydään keskusteluja työntekijän kehityskohteista ja mahdollisesta uralla etenemisestä. Mahdollisista esteistä, jotka vaikuttavat työntekijän urasuunnitelmaan on myös kerrottava. (Mayor & Risku 2015)

4.3 Myyjien motivoiminen

Mikko Parikkan kirjoittamassa artikkelissa tutkittiin Behavioral Sciences Research Press inc:in vuonna 2019 tekemää tutkimusta, jossa verrattiin erimaiden myyjien motivaation lähteitä. Tutkimuksessa käytettiin myyjiä Yhdysvalloista, Ruotista, Suomesta Ja Isosta-Britanniasta. Tutkimuksessa selvisi, että suurin osa muiden maiden myyjistä motivoitui mahdollisuudesta vaikuttaa omaan palkkaansa. Suomi erottautuikin joukosta, sillä Suomessa rahalliset palkkiot olivat viimeisenä. Suurimmat motivaattorit suomalaisille myyjille olivat myyntityön mahdollistama rutiinien vähyys ja omasta työstä saavutuksen tunteen saaminen. (Parikka 24.04.2019)

Myyynnin parissa työskentelevät henkilöt voidaan jakaa kahteen tyyppiin. Oppimisorientoituneisiin myyjiin ja suoritusorientoituneisiin myyjiin. Oppimisorientoituneet motivoituvat sisäisistä palkkioista. He kokevat haastavat ja vaativat tilanteet mielenkiintoisiksi ja saavat motivaatiota kehittymisen tunteesta. Suoritusorientoituneet myyjät taas motivoituvat ulkopuolisista palkinnoista. Suoritusorientoitunut myyjä välttelee haastavia työtilanteita, mutta on valmis tekemään suuret määrät töitä päästäkseen päämääräänsä. (Hänti 2016, luku 4)

Myyjän viihtyessä työssään ei ole tarvetta motivoida häntä kovempaan työntekoon tai parempien tulosten tavoittelemiseen. Kun myyjä viihtyy työssään hän myös yleensä, kokee itse työn motivoivaksi ja ajaa itseitseen parempiin tuloksiin. (Hänti 2016, luku 4)

Puhdas provisiopalkka kannustaa myyjää tekemään jatkuvaa tulosta. Pitkällä aikavälillä tämä saattaa kuitenkin olla hyvinkin raskasta, eikä se myöskään kannusta pitkäaikaisten asiakkuuksien luomiseen. Kiinteäkuukausipalkka taas ei kannusta myyjää tekemään minimimäärää enempää tulosta. Kiinteäpalkka on kyllä toimiva niissä tilanteissa missä useampi eri henkilö toimii myyntiprosessin eri vaiheissa, eikä asiakas kuulu vain yhdelle myyjälle. Näissä tilanteissa on vaikea määrittää ketä kaupan syntymisestä tulisi palkita. Nykyään hyvin suosituksi on todettu yhdistelmä palkkausmalli missä myyjällä on kiinteä pohjapalkka, jonka päälle maksetaan provisiota onnistuneista kaupoista. Toinen tapa on, että pohjapalkan päälle maksetaan bonuksia kuukausi/vuosi tavoitteiden saavuttamisesta. (Hänti 2016, luku 4)

4.4 Itsensä johtaminen, kehittäminen ja motivointi

Itsensä johtaminen on tavoitteellista toimintaa, jossa pyritään hallitsemaan omia tavoitteita ja kehittämään itseään. Itsensä johtaminen perustuu itsensä tuntemiseen ja omien vahvuukisen, sekä kehityskohteiden tunnistamiseen. ja tämän tiedon avulla itsensä kehittämiseen ja oman hyvinvoinnin hallintaan. (Levanto 2018)

Itsensä tunteminen, ymmärtäminen ja motivointi on hyvin tärkeitä. Varsinkin kun työskentelee henkisesti kuormittavalla työalalla. Mitä enemmän arjesta löytyy muutoksia ja epävarmuuden tunnetta sitä tärkeämmäksi itsensä tunteminen ja johtaminen muuttuu. Sinä itse et voi delegoida omia tunteitasi ja vastuuta itsestäsi muille ihmisille. Ystäväsi, puolisosi, kollegasi tai edes esimiehesi ei ole vastuussa sinusta ihmisenä. Siksi onkin tärkeää, että itse pystyt tunnistamaan oman arvomaailmasi ja motivaattorisi. Tämän avulla pystyt itse asettamaan henkilökohtaisia tavoitteita ja ajaa omaa toimintaasi niiden mukaisesti. Säännöllinen omien arvojen ja motiivien miettiminen ja tarkastelu auttaa saamaan paremman kuvan itsestäsi. (Mayor & Risku 2015)

Itsensä motivoimisessa on tärkeää pitää selkeät tavoitteet. Siinä vaiheessa, kun tiedät mitä haluat saavuttaa, oli se työuralla tai muuten elämässä tarkat tavoitteet auttavat sinua toteuttamaan ne. Tavoitteet saavutetaan tekemällä suunnitelma. Sen sijaan, että sinulla olisi yksi tietty suuri tavoite kannattaa se jakaa osiin ja lähteä pikkuhiljaa tavoite kerrallaan saavuttamaan sitä. Seuraavan päivän tavoitteet kannattaa miettiä jo edellisenä iltana. Se myös helpottaa työntekoasi, kun olet valmiiksi aikaisemmin miettinyt tämän päivän ohjelman ja tavoitteet. Motivoituneena pysymistä helpottaa hyvä unen ja levon määrä, sekä se että olet varannut tarpeeksi aikaa itsellesi omaan tekemiseen. Muutoksen ja tavoitteiden saaminen vaatii suuren määrän omistautumista ja motivaatiota. Siksi onkin tärkeää pitää huolta myös omasta jaksamisesta. (Martina 2018)

Hyvät sosiaaliset taidot ovat erittäin tärkeä piirre hyvällä myyjällä. Sosiaalisuus on synnynäinen piirre, jotka jotkut omaavat. Sosiaaliset taidot taas muodostuvat oppimalla. Sosiaaliset taidot perustuvat sosiaalisiin selviytymismalleihin, jotka tarkoittavat taitoa selvittää sosiaalisista tilanteista. Sosiaalisuus on halua olla muiden ihmisten kanssa ja sosiaaliset taidot ovat kyky olla ihmisten kanssa. Sosiaalisia taitoja on mitattu seuraamalla, kuinka hyvin henkilö pärjää erilaisissa kanssakäymistilanteissa ja kuinka pidetty ja arvostettu hän on. Kuka tahansa voi oppia itselleen paremmat sosiaaliset taidot ja ne paranevat muutenkin tekemällä ja itseään kehittämällä. Myynnin parissa hiljaisempi henkilö voikin olla erittäin pidetty asiakkaiden kesken, jos hän vain omaa hyvät sosiaaliset taidot. Yli sosiaaliset myyjät taas saattavat olla turhan päällekkäisiä tai asiakas saattaa kokea heidät ärsyttäväksi. Eli ei ole itsestään selvyyttä, että sosiaalisella ihmisellä olisi erittäin hyviä sosiaalisia taitoja. Sosiaalisten taitojen kehittäminen vaatii omaa ponnistelua ja jatkuvaa itsensä johtamista ja kehittämistä. (Parvinen 2013, luku 5)

5 Psykologiset ja eettiset tekijät myyntityössä

Myyntialalla myyjä tulee varmasti kohtaamaan työssään eettisiä ja psykologisia haasteita, kysymyksiä, inhottavia asiakkaita ja omien moraalisten arvojen miettimistä. Myyjän toiminta näissä tilanteissa vaikuttavat häneen itseensä persoonana, kuin myös hänen edustamansa yrityksen imagoon.

5.1 Myynnin eettisyys

Etiikka on moraalisten tekijöiden tutkimista esim. Minkä tekeminen on oikein ja minkä väärin. Tämän avulla pystytään luomaan yrityksen eettisen toiminnan periaatteet, jotka ohjaavat työntekijöiden toimintoja ja päätöksiä. On tärkeää, että yrityksellä on omat eettiset toimintamallit, jotka perustuvat yrityksen omiin arvoihin. Tämän avulla työntekijöille pystytään antamaan parempi ymmärrys heidän eettisistä kysymyksistään ja pystytään helpottamaan heidän tekemiä päätöksiä vaikeita tilanteita kohdattaessa. (Parvinen 2013, luku 3)

Liika oman edun tavoittelu on yleisimpiä epämoraalisia tekoja myyntityössä. Esimerkkinä tilanne, jossa asiakas, jolla ei ole syvempää tietoa elektroniikasta menee ostamaan itselleen uutta tietokonetta. Elektroniikka liikkeen myyjä kohtaa asiakkaan ja kyselee hänen tarpeensa. Tässä kohtaa myyjä huomaa, että asiakkaalla ei ole kunnollista tuntemusta tietokoneista ja hän pystyy käyttämään omaa tiedon valtaansa myydäkseen asiakkaalle kalliimman ja turhan tehokkaan tietokoneen asiakkaan tarpeeseen nähden. Asiakas ei huono elektroniikka tuntemuksen takia osaa kiistää myyjän suositusta ja ostaa tämän tietokoneen. Tässä kohtaa myyjä on epämoraalisesti, mutta kuitenkin laillisesti hyväksikäyttänyt asiakkaan tietämättömyyttä omaksi edukseen. Vastaavia tilanteita näkee paljon myynnin parissa, jossa myyjän palkka on sidottuna hänen tuloksiinsa. Tässä kohtaa myyjän intressiksi nousee myydä asiakkaille mahdollisimman paljon mahdollisimman kalliilla, joka ei taas ole asiakkaan edun mukaista. (Parvinen 2013, luku 3)

Myyjien epäeettisillä teoilla saattaa olla suuriakin vaikutuksia hänen edustamaan yritykseen. Myyjät edustavat yritystään ja ovatkin osa yrityksen brändiä. Jos myyjä toimii myyntitilanteessa epäeettisesti tai asiakas tuntee olonsa manipuloiduksi jää asiakkaalle helposti huono kuva myyjästä, tämän edustamansa yrityksestä ja sen tuotteista. Pitkällä aikavälillä tämä tuottaa yritykselle huono, jota ei olekkaan niin helppo korjata. Kaikille osapuolille paras myyntitapahtuma syntyy, kun myyjä toimii vastuullisesti oman yrityksensä arvomaailmaa ja vastuullisuutta noudattaen. (Brandt & Kock 2020)

5.2 Eettisten arvojen asettaminen

Yritysten on hyvä turvautua manipuloinnin viehätystä vastaan luomalla myyntiin eettisiä ohjesääntöjä erilaisia myyntitilanteita varten. Nämä ohjesäännöt ovat hyvä perusta silloin, kun pelkkä lainsäädäntö ei kata riittävän tarkasti kaikkia mahdollisia myyntitilanteita/haasteita. On siis tärkeää tiedostaa eettisyyden ja laillisuuden ero. Joidenkin asioiden tekeminen voi olla laillista, mutta onko sen tekeminen taas eettisesti hyväksyttävää. Etiikka koskee enemmänkin henkilön arvomaailmaa ja periaatteita. Laki taas määrää yhteiskunnan toimintatapoja. (Parvinen 2013, luku 3)

5.3 Haastavan asiakkaan kohtaaminen

Myyntityössä joutuu valitettavasti myös kohtaamaan hankalia, ilkeitä ja vihaisia asiakkaita. Onkin hyvä, että jokainen myyntiyötä tekevä osaa kohdata nämä asiakkaat oikeaoppisesti. Näissä tilanteissa on tärkeintä, että myyjä kohtaa asiakkaan ikävästä tilanteesta huolimatta asiallisesti ja kunnioittaen. Vihainen asiakas saattaa syyttää myyjää tapahtuneesta virheestä, oli se myyjän syytä tai ei. Näissä tilanteissa suuttunut asiakas haluaa ratkaisun ongelmaansa niin nopeasti, kuin vain mahdollista. Tässä tilanteessa asiakas pitää kuitenkin pystyä kohtaamaan kärsivällisesti ja empaattisesti. Yleensä nämä tilanteet saadaan käsiteltyä, kun ongelma päästään rauhassa keskustelemaan läpi. Toisaalta voi sattua myös tilanteita missä asiakas suuttuu entisestään. Asiakas saattaa muuttua aggressiiviseksi ja alkaa haukkumaan myyjää. Niinkuin asiakas niin myyjäkin ansaitsee kunnioitusta ja tässä kohtaan asiakkaan kanssa ei tarvitse tältä erää tehdä yhteistyötä. Myyjän on kuitenkin hyvä perustella asiakkaalle, että hänen käytöksensä on sopimatonta ja tämän takia emme käy keskustelua tältä erää pidemmälle. On myös tärkeää, että myyjä itse pysyy tilanteessa rauhallisena eikä tempaannu asiakkaan epäasialliseen käytökseen mukaan. (Norja 2021)

Vaikean asiakaskohtaamisen jälkeen on myös hyvä käydä purku keskustelu esimerkiksi esimiehen kanssa. Tämä auttaa työntekijää käsittelemään asiaa paremmin ja palautumaan tilanteesta.

6 Teorian yhteenveto

Myyntityö on tunnetusti erittäin stressaavaa ja työn yleisimmät stressin aiheuttajat ovatkin tavoitteet ja tulosten saaminen. Myyntitöitäkin on monia hyvin erilaisia ja kaikissa niissä ovat omat erilaiset tilanteet ja stressin aiheuttajat. Esimerkiksi ständillä olevan sähkömyyjän arki on hyvin erilainen, vaikka IT-yrityksen myyntiedustajaan. Kuitenkin vaikka heidän työarkensa ovatkin erilaisia molemmat kuitenkin tekevät myyntityötä ja usein kärsivät saman tyylisistä stressinaiheuttajista. Paineiden kasvaessa liian korkealle on mahdollista, että myyjälle iskee myyntikammo ja sen tuomat ongelmat.

Teknostressi on hyvin yleinen nykyajan stressinaiheuttaja. Työpaikalla työntekijät stressaantuvat uusien laitteiden ja järjestelmien opettelusta ja samaan aikaan kokevat, että he eivät saa omaa rauhaa tehdä töitä vaan kuvittelevat, että siellä on esimies käyttämässä järjestelmän avulla sinun tämän päivän myyntinumeroitasi. Sosiaalinen media ja vapaa-ajan teknologian jatkuva käyttö saatta olla myös pitkällä aikajanaalla kuormittavaa. Tunne myös siitä, että olet aina tavoitettavissa vähentää oman yksityisyyden tunnetta.

Työntekijöiden hyvinvointi on erittäin tärkeää niin työntekijän kuin yrityksenkin puolesta. Pitkään poissa burnoutin takia oleva työntekijä on suuri kuluerä työnantajalle. Samoin, jos työntekijät päättävät vaihtaa työpaikkaa huonon työtyytyväisyyden takia joutuu yritys laittamaan taas panoksia rekryämiseen. Näiden seikkojen takia on tärkeää, että työntekijät palaavat töistä kunnolla ja osaavat hallita omaa työstressiään. Oma stressiä ja palautumista voi hallita erilaisten harjoitusten avulla ja itsensä johtamisella. On myös tärkeää, että työnantaja kannustaa työntekijöitään työhyvinvoinnin ylläpitämiseen.

Motivaatio on se mikä pitää työntekijän tekemisen keskittyneenä ja tavoitteellisenä. Se vaikuttaa työntekijöiden ahkeruuteen, mielentilaan, työn laatuun ja jopa elintapoihin. Motivaatio toimiikin työntekeksen energian lähteenä. Työmotivaatio rakentuu työntekijän tunnepohjaisesta sitoutumisesta omaan työtehtäväänsä. Työilmapiirillä on myös selviä vaikutteita työntekijöiden motivaatioon. Motivoiva johtaminen on hyvinkin tärkeää, kun johdetaan työntekijöitä saavuttamaan asetettuja tavoitteita. Työntekijöiden uralla tukeminen on myös yksi esimiehen tehtävistä. Yritykselle on arvokasta kehittää jo nykyisten työntekijöidensä osaamista, yrityksen pitkäkestoisen kehityksen osalta.

Itsensä johtaminen on tavoitteellista toimintaa, jossa pyritään hallitsemaan omia tavoitteita ja kehittämään itseään. Itsensä tunteminen, ymmärtäminen ja motivointi on hyvin tärkeää. Varsinkin kun työskentelee henkisesti kuormittavalla työalalla. Itsensä motivoimisessa on tärkeää pitää selkeät tavoitteet. Siinä vaiheessa, kun tiedät mitä haluat saavuttaa, oli se työuralla tai muuten elämässä tarkat tavoitteet auttavat sinua toteuttamaan ne.

Myyntialalla myyjä tulee varmasti kohtaamaan työssään eettisiä ja psykologisia haasteita, kysymyksiä, inhottavia asiakkaita ja omien moraalisten arvojen miettimistä. Myyjän toiminta näissä tilanteissa vaikuttavat häneen itseensä persoonana, kuin myös hänen edustamansa yrityksen imagoon. Myyjät edustavat yritystensä ja ovatkin osa yrityksen brändiä. Tästä syystä myyjien epäeettiset teot eivät leimaa pelkästään myyjää vaan myös hänen edustamaansa yritystä. Yritysten on hyvä turvautua epäeettisiä toimintatapoja vastaan luomalla myyntiin eettisiä ohjesääntöjä erilaisia myyntitilanteita varten. Myyntityössä joutuu valitettavasti myös kohtaamaan hankalia, ilkeitä ja vihaisia asiakkaita. Onkin hyvä, että jokainen myyntiyötä tekevä osaa kohdata nämä asiakkaat oikeaoppisesti.

7 Tutkimuksen toteutus

7.1 Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu

Aloitin tutkimuskysymysten suunnittelun ja kyselyn luomisen jo ennekuin aloitin kiroittamaan työn teoria osuutta. Näiden kysymysten suunnittelun avulla pystyin luomaan myös itselleni parempaa kuvaa siitä mitä tällä työllä haluan saada selville. Kyselyn laitoin jakoon toukokuun viimeisenä päivänä. Keräsin kyselyyn 100 vastausta aikavälillä 31.05.2022 - 20.08.2022. Tutkimuksen kirjoittamisen ja analysoinnin aloitin elokuun lopulla ja sain sen päätökseen lokakuun loppupuolella.

7.2 Menetelmävalinnat

Opinnäytetyöni tutkimusmentelmänä on määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus. Tutkimuskysely suoritettiin Weboprol kysely- ja raportointi sovelluksen avulla. Loin Weboproliin kyselyn ja laitoin sen sähköisesti jakoon kohderyhmälle. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat henkilöt, jotka tekevät myyntityötä. Keräsin vastauksia kokeneilta ja kokemattomilta myyjiltä. Osa vastanneista työskenteli yritysmyyntin parissa ja osa kuluttaja myyntin puolella. Halusin saada mahdollisimman laajan kuvan eri alojen myyjien tilanteista. Kysely oli täysin anonyymi eikä vastaajia pysty sitomaan heidän vastauksiinsa millään tavalla. Tämän avulla pystyin takaamaan vastaajille turvan rehellisiin vastauksiin. Kyselyssä oli jaettu neljälle sivulle. Ensimmäisellä sivulla kysyttiin vastaajan perustietoja esim. ikä, työkokemus ja työskenteleekö yritysmyyntissä vai kuluttajamyyntissä. Toisella sivulla oli kysymyksiä stressiin liittyvistä asioista. Kolmannella sivulla pyydettiin vastaamaan erilaisiin väittämiin. Viimeisellä sivulla oli kysymyksiä motivaattoreista.

Tutkimusaineisto kerättiin Weboprol kysely- ja raportointi sovellukseen ja sen avulla pystyin myös helposti käsittelemään kyselystä syntynyttä dataa. Weboprol mahdollisti eri ryhmien vertailun ja sen avulla niistä kaavioiden tekemisen. Esimerkiksi pystyisin vertailemaan alle 25-vuotiaiden yritysmyyntissä työskentelevien henkilöiden, joita motivoi uuden oppiminen eroja yli 40 vuotiaisiin, joita motivoi raha. Tämä mahdollisti sen, että pystyin saamaan itsekin selkeämmän kuvan kyselyssä kerätystä datasta. Kaikki tutkimuksessa olevista kaavioista on tehty Weboprolin avulla.

8 Kyselyn tulokset

Tein tutkielman myyntityötä tekevien stressin aiheuttajista ja motivaattoreista. Päätin tehdä tutkielmakyselyn hyödyntäen Weboprol kysely- ja raportointi sovellusta. Kyselyyn keräsin yhteensä 100 vastausta eri ikäisiltä, sukupuolisilta ja eri aloilla työskenteleviltä myyjiltä.

8.1 Perustiedot

Kyselyyn vastanneista 37 % oli alle 25-vuotiaita, 30 % 25–40-vuotiaita ja 33 % yli 40-vuotiaita. Suurin osa vastanneista oli miehiä (78 %) naisia vastanneista oli 20 %, muun sukupuolisia 1 % ja 1 %, joka ei halunnut vastata kysymykseen.

Kyselyn kolmannessa kymyksessä selvitettiin, työskenteleekö vastaaja yritysmyyynnissä, kuluttajamyyynnissä vai molempien parissa. Vastaajista 64 % työskenteli yritysmyyntin puolella, 15 % kuluttajamyyntin ja 21 % molempien parissa.

Palkkatyypiltään yleisin oli kiinteäpalkka, jonka päälle maksetaan provisiota. Tähän palkkatyyppiin kuului 60 % vastanneista. 26 % vastanneista oli täysin kiinteäpalkka ja 14 % oli pelkkä provisiopalkka.

Keskiverto vastaaja oli alle 25-vuotias mies, joka on työskennellyt myyntin parissa alle 5 vuotta. Hän työskentelee yritysmyyntin parissa ja hänelle maksetaan kiinteääpalkkaa + provisiota.

8.1.1 Alle 25-vuotiaiden perustiedot

Alle 25-vuotiaita vastanneita oli 37 kappaletta. Näistä 76 % (n=28) oli miehiä, 21 % (n=8) naisia ja 3 % (n=1) muun sukupuolisia.

81 % (n=30) omasi työkokemusta myyntitöiden parissa alle 5 vuotta. Lopulla 19 % (n=7) oli työkokemusta 5–10 vuotta. Yritysmyyntin puolella työskenteli 35,2 % (n=13), kuluttajamyyntin puolella työskenteli 33,4 % (n=12) ja molempien parissa työskenteli 33,4 % (n=12). Palkkatyypiltään yleisin oli kiinteäpalkka + provisio, johon kuului 54 % (n=20) vastanneista. Pelkällä provisiopalkalla työskenteli 30 % (n=11) ja kiinteällä palkalla 16 % (n=6) vastaajaa.

Naisista 87 % (n=7) omasi työkokemusta myyntin parista alle 5 vuotta ja 13 % (n=1) 5–10 vuotta. Miehistä 79 % (n=22) omasi työkokemusta myyntin parissa alle 5 vuotta ja 21 %

(n=6) 5–10 vuotta. Naisista yritysmyyntin puolella työskenteli 25 % (n=2), kuluttajamyyntin puolella 50 % (n=4) ja Molempien parissa 25 % (n=2). Miehistä 39 % (n=11) työskenteli yritysmyyntin puolella, 29 % (n=8) kuluttajamyyntin puolella ja 32 % (n=9) molempien parissa. Alle 25-vuotiailla naisilla yleisin palkkatyyppi oli kiinteäpalkka + provisio, johon kuului 63 % (n=5). Kiinteäpalkka oli 25 % (n=2) ja provisiopalkka 12 % (n=1). Miehillä yleisin palkkatyyppi oli myös kiinteäpalkka + provisio, johon kuului 50 % (n=14). Kiinteäpalkka oli 14 % (n=4) ja provisiopalkka 36 % (n=10).

Yleisin alle 25-vuotias vastaaja oli mies, jolla on alle 5 vuotta työkokemusta myyntityön parissa. Hän työskentelee yritysmyyntin parissa ja saa palkkatyyppiltään kiinteäpalkkaa + provisiot.

8.1.2 25–40-vuotiaiden perustiedot

25–40-vuotiaita vastaajia oli 30 kappaletta. Näistä 30 vastaajasta 22 (76 %) oli miehiä ja 7 (24 %) oli naisia.

Vastaajista 43 % (n=13) tässä tapauksessa enemmistöllä oli työkokemusta myyntinparissa 5–10 vuotta. 30 % (n=9) työkokemusta oli alle 5 vuotta. 11–25 vuotta työkokemusta löytyi 27 % (n=8). Vastaajista 80 % (n=24) työskenteli yritysmyyntin puolella. 7 % (n=2) kuluttajamyyntin puolella ja 13 % (n=4) molempien parissa. Palkkatyypeistä yleisin oli kiinteäpalkka + provisio. Tähän palkkatyyppiin kuului 57 % (n=17) vastaajista. Kiinteäpalkka oli 36 % (n=11) ja provisiopalkka oli 7 % (n=2).

Naisista 57 % (n=4) omasi työkokemusta myynnistä alle 5 vuotta ja 43 % (n=3) 5–10 vuotta. Yhdelläkään vastanneista 25–40 vuotiaista naisista ei ollut yli 10 vuotta työkokemusta. Miehistä 23 % (n=5) oli työkokemusta myyntin parissa alle 5 vuotta. 45 % (n=10) oli työkokemusta 5–10 vuotta ja 32 % (n=7) omasi työkokemusta 11–25 vuotta. Naisista 86 % (n=6) työskenteli yritysmyyntin puolella ja 14 % (n=1) molempien yritysmyyntin ja kuluttajamyyntin parissa. Miehistä 77 % (n=17) työskenteli yritysmyyntin parissa. 9 % (n=2) kuluttajamyyntin parissa ja 14 % (n=3) molempien parissa. Naisilla yleisin palkkatyyppi oli kiinteäpalkka + provisio. Tämä palkka tyyppi oli 71 % (n=5). 29 % (n=2) oli palkkatyyppiltä kiinteäpalkka. Miehistä 36 % (n=8) oli kiinteäpalkka. 9 % (n=2) provisiopalkka ja 55 % (n=12) oli kiinteäpalkka + provisio.

Yleisin 25–40-vuotias kyselyyn vastannut oli mies, jolla on 5–10 vuotta työkokemusta myyntin parissa. Työskentelee yritysmyyntin puolella ja hänen palkkatyyppinsä on kiinteäpalkka + provisiot.

8.1.3 Yli 40-vuotiaiden perustiedot

Yli 40-vuotiaita vastanneita oli 33. Näistä 85 % (n=28) oli miehiä ja 15 % (n=5) oli naisia.

Vastanneista 42 % (n=14) oli työkokemusta myynnin parissa yli 25 vuotta. 52 % (n=17) työkokemusta oli 11-25 vuotta ja 6 % (n=2) alle 5 vuotta. Yritysmyyntin puolella työskenteli 82 % (n=27). Kuluttajamyyntin puolella 3 % (n=1) ja molempien parissa 15 % (n=5). Palkkatyypeistä yleisin oli kiinteäpalkka + provisio, johon kuului 70 % (n=23) vastaajista. Kiinteäpalkka oli 27 % (n=9) ja provisiopalkka 3 % (n=1).

Naisista kaikilla 5 vastanneesta oli työkokemusta 11–25 vuotta. Miehistä työkokemusta 50 % (n=14) oli yli 25 vuotta. 43 % (n=12) työkokemusta oli 11-25 vuotta ja 7 % (n=2) alle 5 vuotta. Naisista 80 % (n=4) työskenteli yritysmyyntin puolella ja 20 % (n=1) yritysmyyntin ja kuluttajamyyntin parissa. Miehistä 82 % (n= 23) työskenteli yritysmyyntin parissa. 4 % (n=1) kuluttajamyyntin parissa ja 14 % (n= 4) yritysmyyntin ja kuluttajamyyntin parissa. Naisilla yleisin palkkatyyppi oli kiinteäpalkka + provisio. Tähän palkkatyyppiin kuului 80 % (n=4). Pelkällä kiinteällä palkalla työskenteli 20 % (n=1). Miehistä 68 % (n=19) oli kiinteäpalkka + provisio. 4 % (n=1) pelkkä provisio ja 28 % (n=8) kiinteäpalkka.

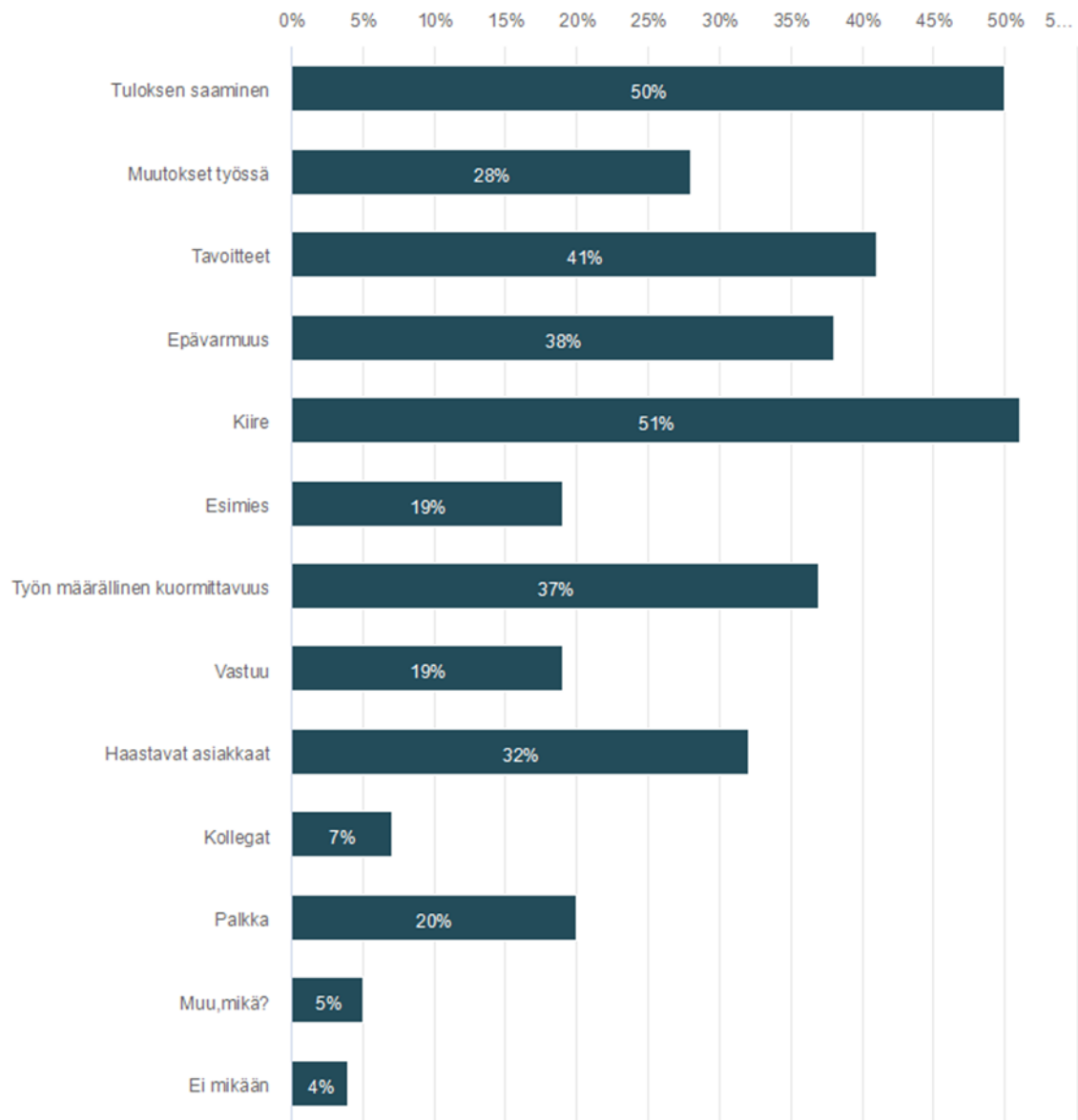
Yleisin vastaaja oli siis mies, jolla on 11–25 vuotta työkokemusta myyntinparissa. Hän työskentelee yritysmyyntin puolella ja hänen palkkatyyppinsä on kiinteäpalkka + provisio.

8.2 Stressi

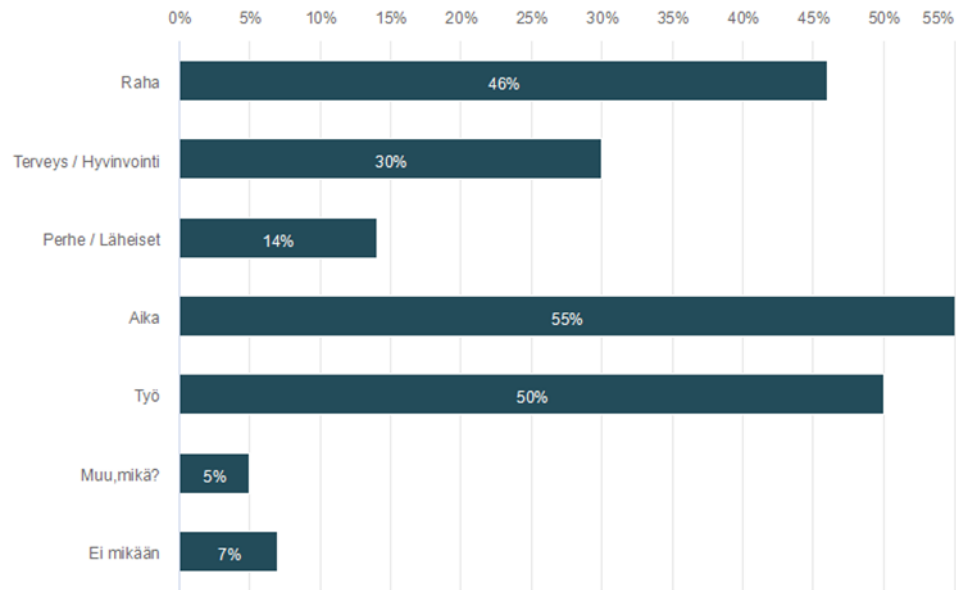
Kyselyn kysymykset 7–12 olivat stressiin liittyviä kysymyksiä. Kysymyksessä 7 kysyttiin kuinka stressaavana vastaaja pitää työtänsä asteikolla 0–5. Kysymyksessä 8 kysyttiin, kuinka usein vastaaja kokee itsensä stressaantuneeksi. Kysymyksessä 9 oli useita eri vaihtoehtoja stressin aiheuttajista ja vastaajaa pyydettiin valitsemaan niistä ne, jotka aiheuttavat hänelle stressiä työssään. Kysymyksessä 10 oli useita eri vaihtoehtoja oman elämän stressin aiheuttajista ja vastaajaa pyydettiin valitsemaan niistä ne, jotka aiheuttavat hänelle stressiä. Kysymyksessä 11 oli useita eri vaihtoehtoja eri tekijöistä, jotka vähentävät stressiä ja vastaajaa pyydettiin valitsemaan niistä ne, jotka vähentävät stressiä. Kysymys 12 oli avoin kysymys, jossa kysyttiin mitä teet vähentääksesi stressiä.

Vastaajia pyydettiin kertomaan asteikolla 0–5 kuinka stressaavana he pitävät työtänsä. 98 vastasi tähän kysymykseen. Keskiarvoksi muodostui 2,7, mediaani oli 3 ja keskihajonta 1,1. 3 % (n=3) vastasi 0, 9 % (n=9) vastasi 1, 29 % (n=28) vastasi 2, 37 % (n=36) vastasi 3, 20 % (n=20) vastasi 4 ja 2 % (n=2) vastasi 5.

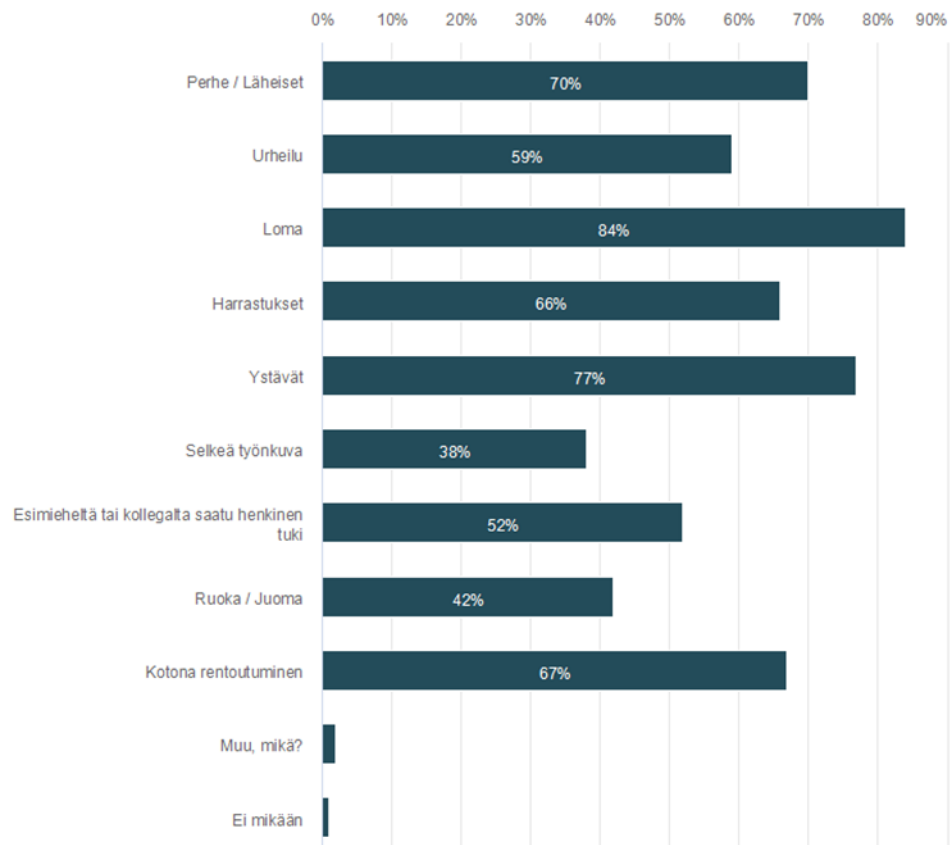
Vastaajista 5 % (n=5) Kokee itsensä stressaantuneeksi päivittäin. 48 % (n=47) kokee itsensä stressaantuneeksi muutaman kerran viikossa. 40 % (n=40) kokee itsensä stressaantuneeksi muutaman kerran kuukaudessa. 7 % (n=7) ei koe stressiä ollenkaan tai kokee sitä hyvin harvoin. Tähän kysymykseen vastasi 99 vastaajaa.



Suurimaksi työstressin aiheuttajaksi osottautui kyselyn perusteella kiire, jonka monivalinta kysymyksessä oli valinnut 51 % (n=51). Toiseksi suurin aiheuttaja oli tuloksen saaminen, jonka oli valinnut 50 % (n=50). Työtavoitteet valitsivat 41 % (n=41). Epävarmuuden 38 % (n=38). Työn määrällisen kuormittavuuden valitsi 37 % (n=37). Haastavat asiakkaat 32 % (n=32). Muutokset työssä 28 % (n=28). Palkan 20 % (n=20). Esimiehen 19 % (n=19). Vastuun 19 % (n=19). Kollegat 7 % (n=7). Ei mikään 4 % (n=4). Kysymykseen tuli myös 5 avointa vastausta, jotka olivat: Organisaation henkilöstön vaihtuvuus, organisaation toiminta, ylimääräiset annetut työt, asiat, joihin ei voi itse vaikuttaa, se että ei ole tarpeeksi selkeää myyntistrategiaa.



Suurin elämään liittyvä stressin aiheuttaja oli ajan puute, jonka valitsi 55 % (n=55). Toiseksi suurin oli työnaiheuttama stressi, jonka valitsi 50 % (n=50). Kolmantena oli raha, jonka oli valinnut 46 % (n=46). Oman terveyden/hyvinvoinnin oli valinnut 30 % (n=30). Perheen ja läheiset 14 % (n=14). Ei mikään 7 % (n=7). Kysymykseen tuli myös 5 avointa vastausta, jotka olivat: Tavoitteet, opiskelu, epäselvä tulevaisuus, lemmikit, vaihtuva elämäntilanne.



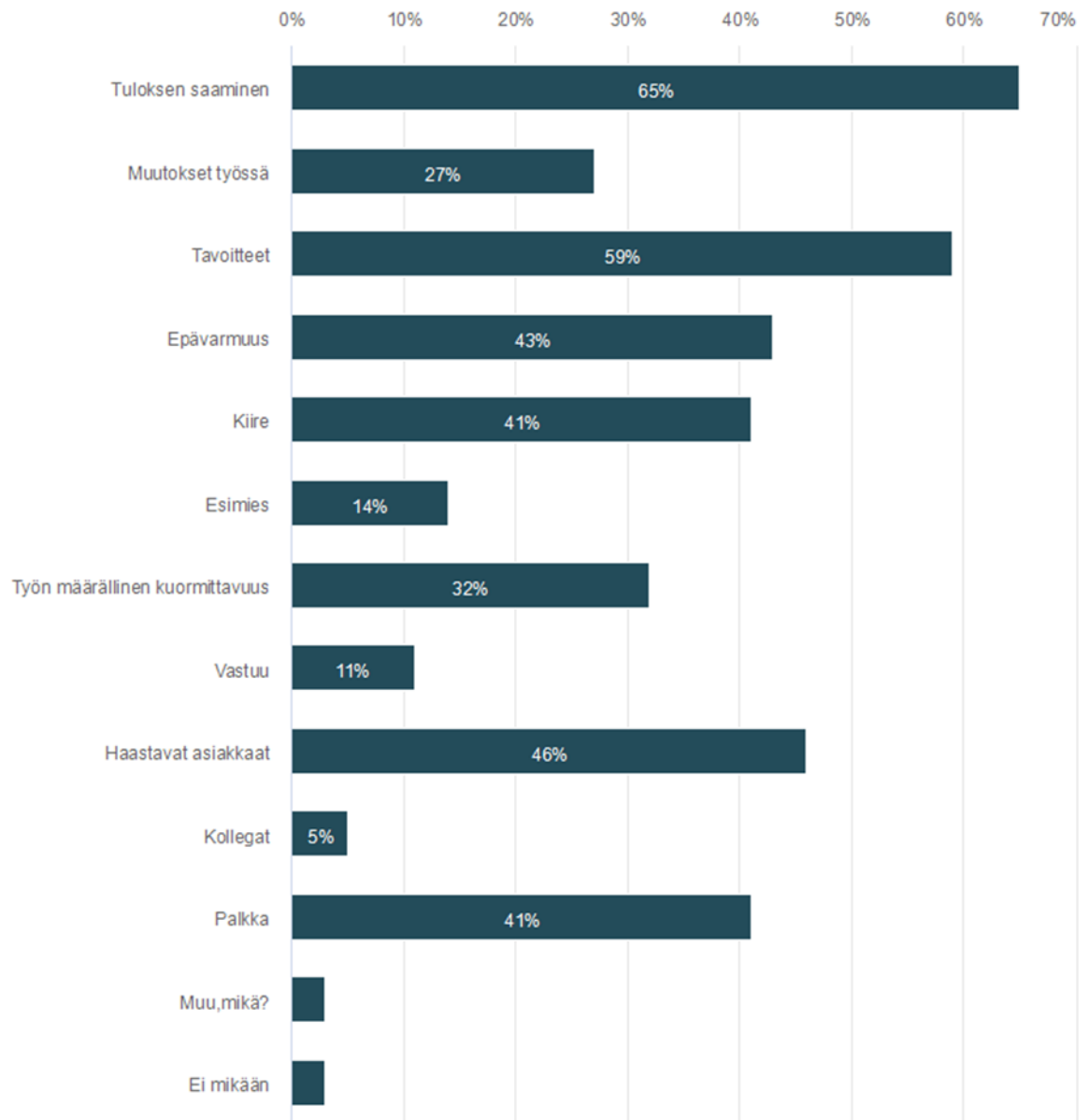
Stressiä vähentävistä tekijöistä useimmiten valittu oli loma, jonka valitsi 84 % (n=84). Toisena oli ystävät 77 % (n=77) ja kolmantena perhe/läheiset 70 % (n=70). Kotona rentoutumisen valitsi 67 % (n=67). Harrastukset 66 % (n=66). Urheilu 59 % (n=59). Esimieheltä tai kolleegalta saatu henkinen tuki 52 % (n=52). Ruoka/Juoma 42 % (n=42). Selkeä työnkuva 38 % (n=38). Ei mikään 1 % (n=1). Kysymykseen tuli myös 2 avointa vastausta, jotka olivat: Voittaminen ja Videopelit.

Viimeinen stressiin liittyvä kysymys oli avoin kysymys siitä mitä teet vähentääksesi stressiä. Kysymykseen vastasi 63 henkilöä. Mielenkiintoista oli, että näistä 63 avoimesta vastauksesta 35 mainittiin urheilu jossain muodossa, esim. Salilla käynti, Uinti, pyöräily, ulkoilu ja harrastusten parissa urheileminen. Rentoutuminen tai leppäminen tuli esille 15 vastauksessa. 12 vastauksessa oli myös erikseen mainintaa siitä, että vapaa-ajalla yrittää välttää omalla tekemisellä työasioita ja muita stressin aiheuttajia. Ystävien tai perheen jäsenten kanssa ajanvietto mainittiin 11 vastauksessa. Meditoiminen ja mökkeily nousivat myös esille muutamassa vastauksessa. 5 vastauksessa myös mainittiin, että he helpottavat omaa stressiänsä puhumalla asiasta esimerkiksi ystävien tai puolison kanssa. 3 vastauksessa myös mainittiin aikatauluttaminen ja sen tuovan selkeyden helpottavan stressiä.

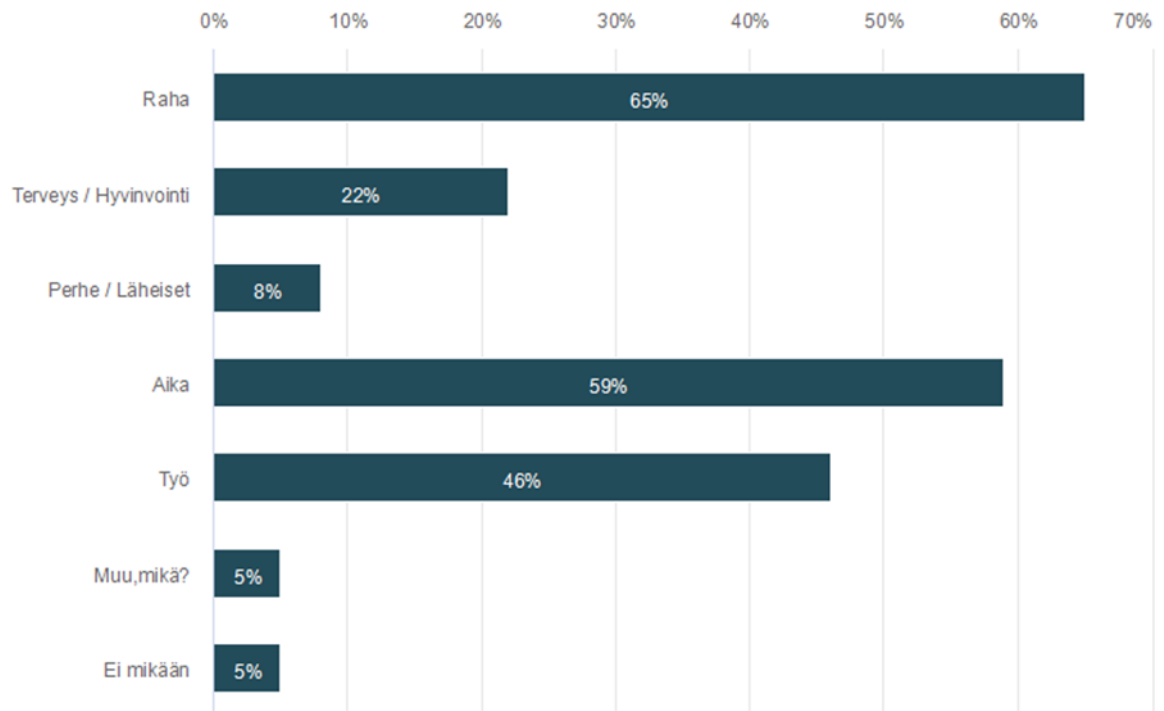
8.2.1 Alle 25-vuotiaiden stressi

Alle 25 vuotaita vastaajia oli 37. Kysymyksessä ”kuinka stressaavana pidät työtäsi asteikolla 0–5” Keskiarvo oli 2,6. Mediaani 3,0 ja keskihajonta 1,1. 0/5 eli ei ollenkaan stressaavana vastasi 1 henkilö. 1/5 vastasi 4 henkilöä, 2/5 vastasi 12 henkilöä, 3/5 vastasi 13 henkilöä, 4/5 vastasi 5 henkilöä ja 5/5 vastasi 2 henkilöä.

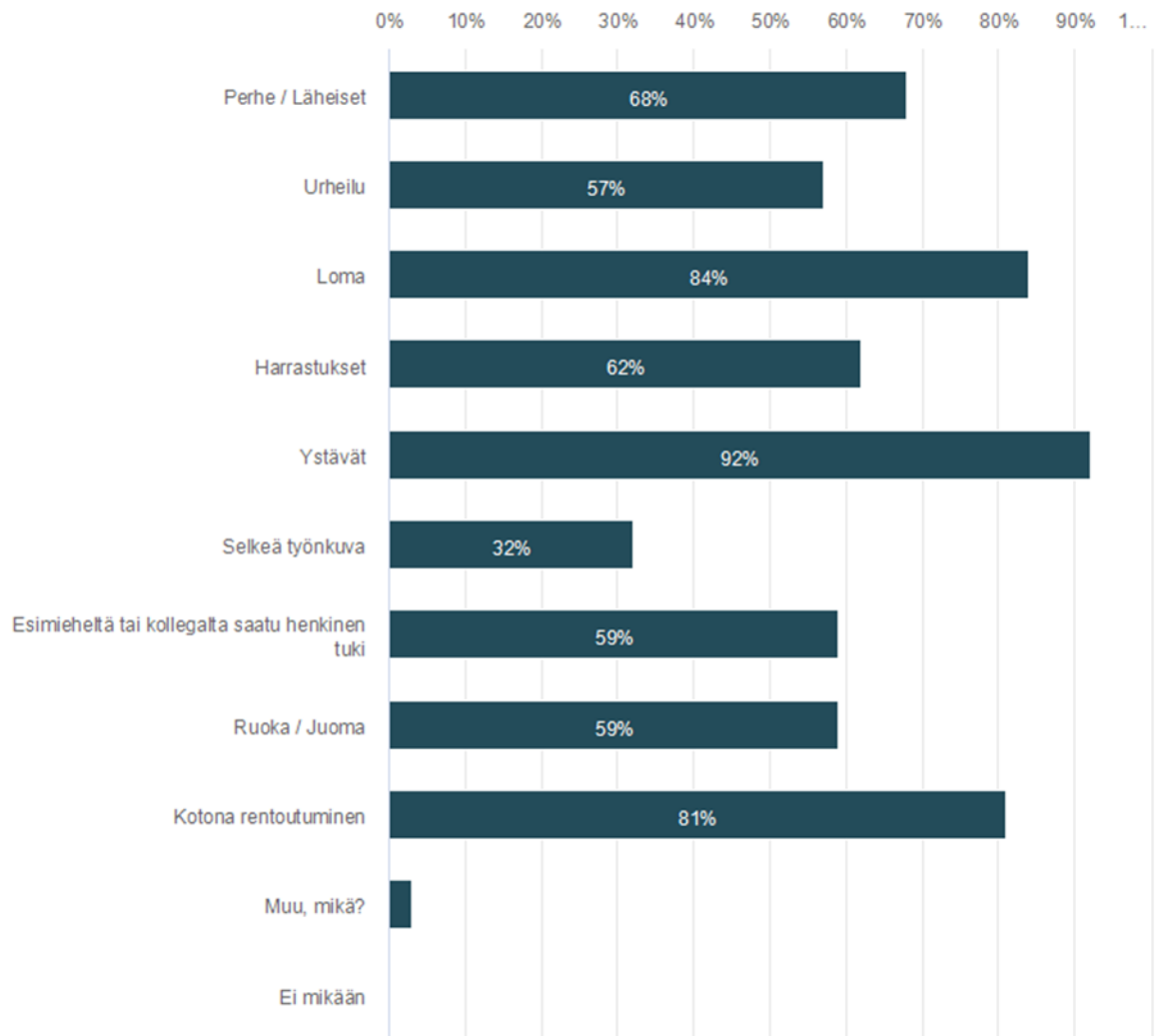
Alle 25 vuotiaista 57 % (n=21) vastasi kokevansa stressiä muutaman kerran viikossa. Loput 43 % (n=16) vastasi kokevansa stressiä muutaman kerran kuukaudessa.



Monivalinta kysymyksessä missä pyydettiin valitsemaan ne, jotka aiheuttavat sinulle stressiä työssäsi vastatuin oli tuloksen saaminen. Tämän valitsi 65 % (n=24) vastaajista. Tavoitteet valitsivat 59 % (n=22). Haastavat asiakkaat 46 % (n=17). Epävarmuus 43 % (n=16). Palkka 41 % (n=15). Kiire 41 % (n=15). Työn määrällinen kuormittavuus 31 % (n=12). Muutokset työssä 27 % (n=10). Esimies 14 % (n=5). Vastuu 11 % (n=4). Kollegat 5 % (n=2). Ei mikään 3 % (n=1) ja yksi oma vastaus 3 % (n=1), joka oli: ”Ei selkeää myyntistrategiaa”.



Monivalinta kysymyksessä missä pyydettiin valitsemaan ne, jotka aiheuttavat sinulle stressiä elämässäsi vastatuin oli raha. Tämän valitsi 65 % (n=24) vastaajista. Ajan puutteen oli vastannut 59 % (n=22). Työn 46 % (n=17). Terveiden/Hyvinvoinnin 22 % (n=8). Perhe/Läheiset 8 % (n=3). Ei mikään 5 % (n=2). Kysymykseen tuli myös 2 omaa vastausta 5 % (n=2), jotka olivat: "Opiskelu" ja "Vaihtuva elämäntilanne".

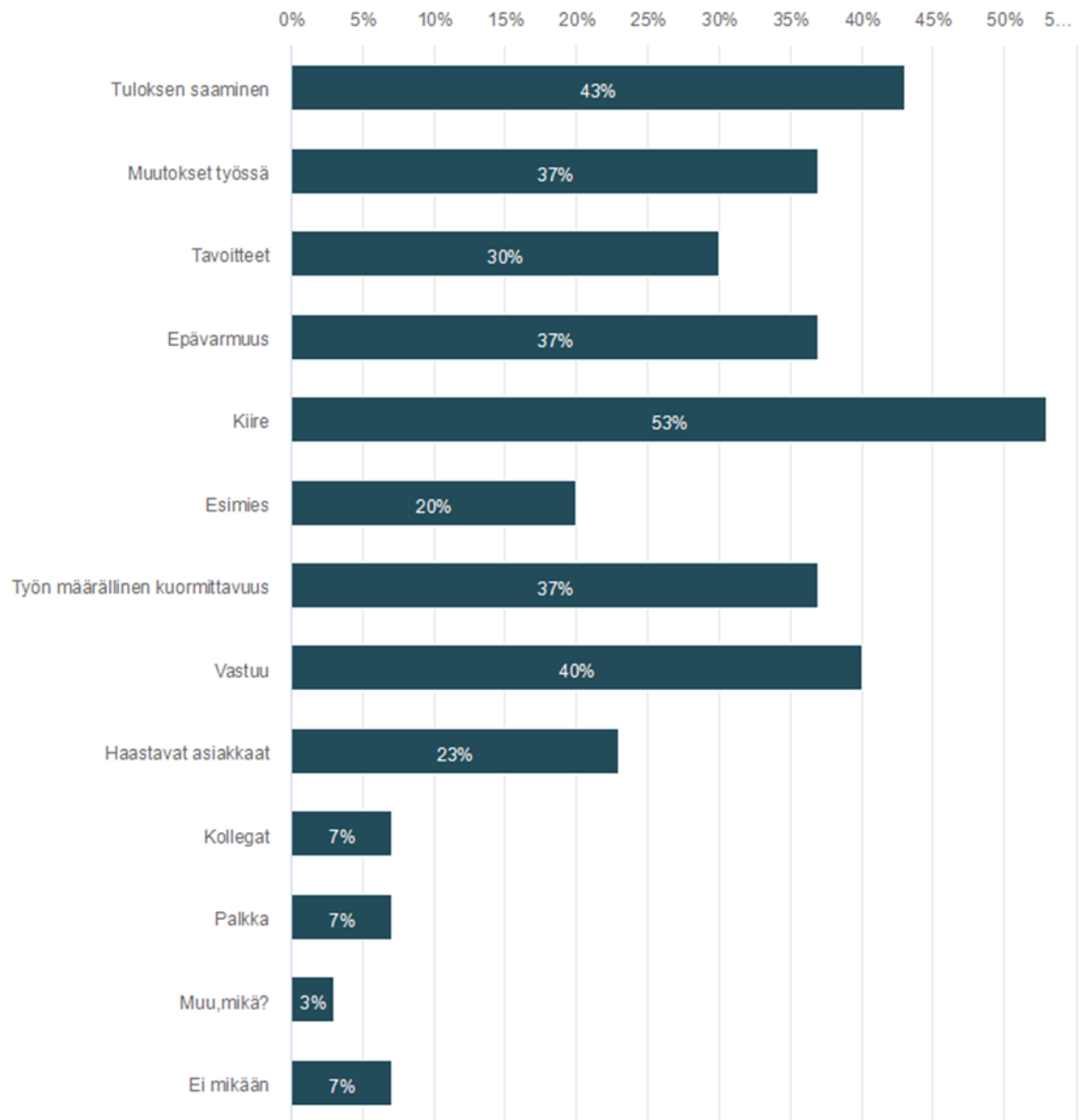


Monivalinta kysymyksessä missä pyydettiin valitsemaan ne, jotka vähentävät stressiä vastatuin oli ystävät. Tämän valitsi 92 % (n=34). Loman valitsi 84 % (n=31). Kotona rentoutuminen 81 % (n=30). Perhe ja läheiset 68 % (n=25). Harrastukset 62 % (n=23). Esimieheltä tai kollegalta saatu henkinen tuki 59 % (n=22). Ruoka ja juoma 59 % (n=22). Urheilu 57 % (n=21). Selkeä työnkuva 32 % (n=12). Kysymykseen tuli myös yksi oma vastaus 3 % (n=1), joka oli: ”videopelit”.

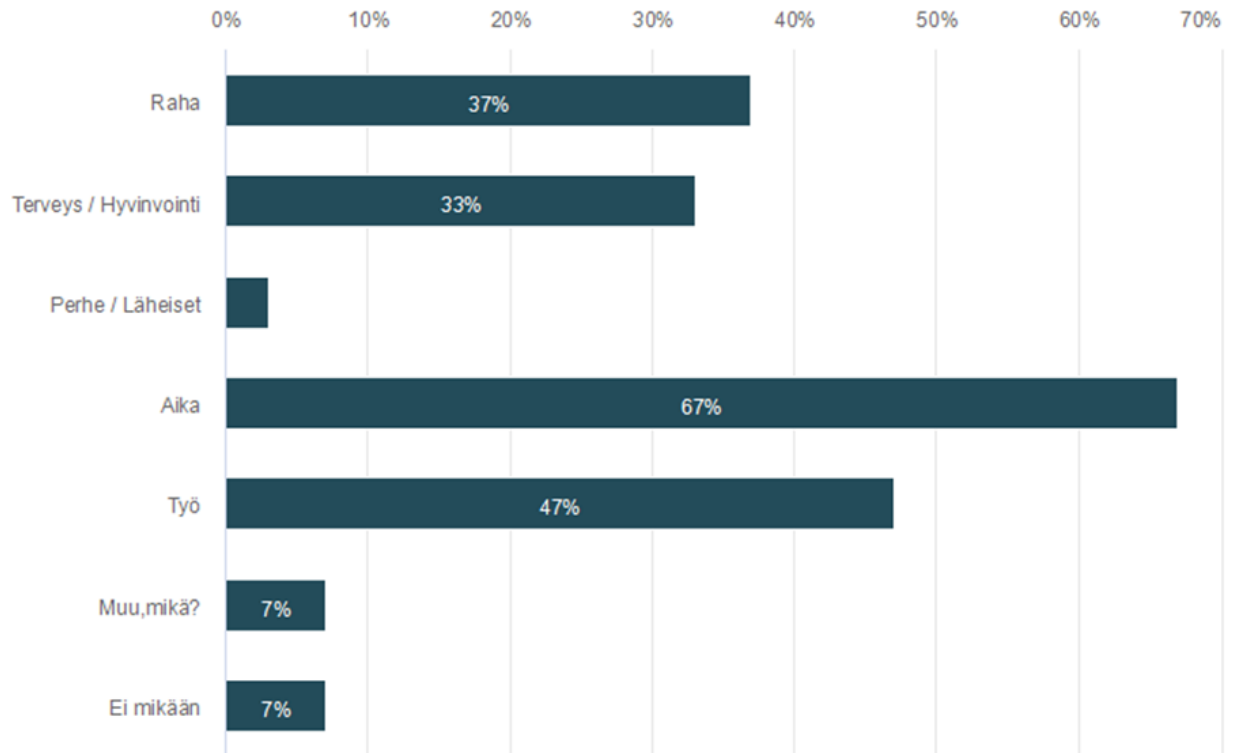
8.2.2 25–40-vuotiaiden stressi

25–40-vuotiaita vastaajia oli 30. Kysymyksessä ”kuinka stressaavana pidät työtasi asteikolla 0–5” keskiarvo oli 2,6. Mediaani oli 3,0 ja keskihajonta 0,9. 0/5 vastauksia oli 1. 1/5 vastauksia oli 2. 2/5 vastauksia 8. 3/5 vastauksia 15. 4/5 vastauksia 4 ja 5/5 vastauksia ei ollut yhtäkään.

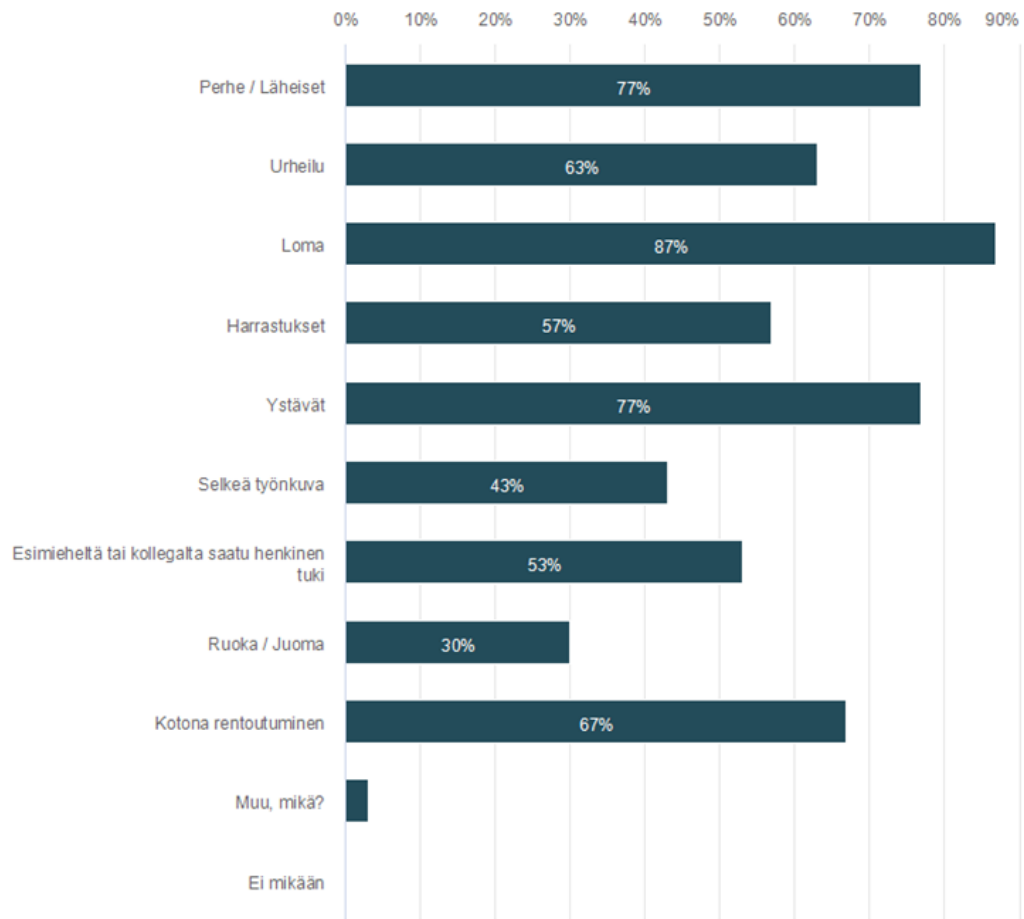
25-40 vuotiaista 3 % (n=1) kokee itsensä stressaantuneesti päivittäin. 40 % (n=12) muutaman kerran viikossa. 47 % (n=14) muutaman kerran kuukaudessa ja 10 % (n=3) ei koskaan tai hyvin harvoin.



Monivalinta kysymyksessä missä pyydettiin valitsemaan ne, jotka aiheuttavat sinulle stressiä työssäsi vastatuin oli kiire. Tämän valitsi 53 % (n=16). Toiseksi vastatuin oli tuloksen saaminen, jonka valitsi 43 % (n=13). Vastuun valitsi 40 % (n=12). Muutokset työssä 37 % (n=11). Epävarmuus 37 % (n=11). Työn määrällinen kuormittavuus 37 % (n=11). Tavoitteet 30 % (n=9). Haastavat asiakkaat 23 % (n=7). Esimies 20 % (n=6). Palkka 7 % (n=2). Kollegat 7 % (n=2). Ei mikään 7 % (n=2). Kysymykseen tuli myös yksi oma vastaus 3 % (n=1), joka oli: "Asiat, joihin ei voi itse vaikuttaa".



Monivalinta kysymyksessä missä pyydettiin valitsemaan ne, jotka aiheuttavat sinulle stressiä elämässäsi vastatuin oli ajan puute. Tämän valitsi 67 % (n=20) vastaajista. Toiseksi valituin oli työ, jonka valitsi 47 % (n=14). Rahan valitsi 37 % (n=11). Terveysten/Hyvinvoinnin 33 % (n=10). Perhe/Läheiset 3 % (n=1). Ei mikään 7 % (n=2). Kysymykseen tuli myös kaksi omaa vastausta 7 % (n=2), jotka olivat: "Tavoitteet" ja "Epäselvä tulevaisuus".

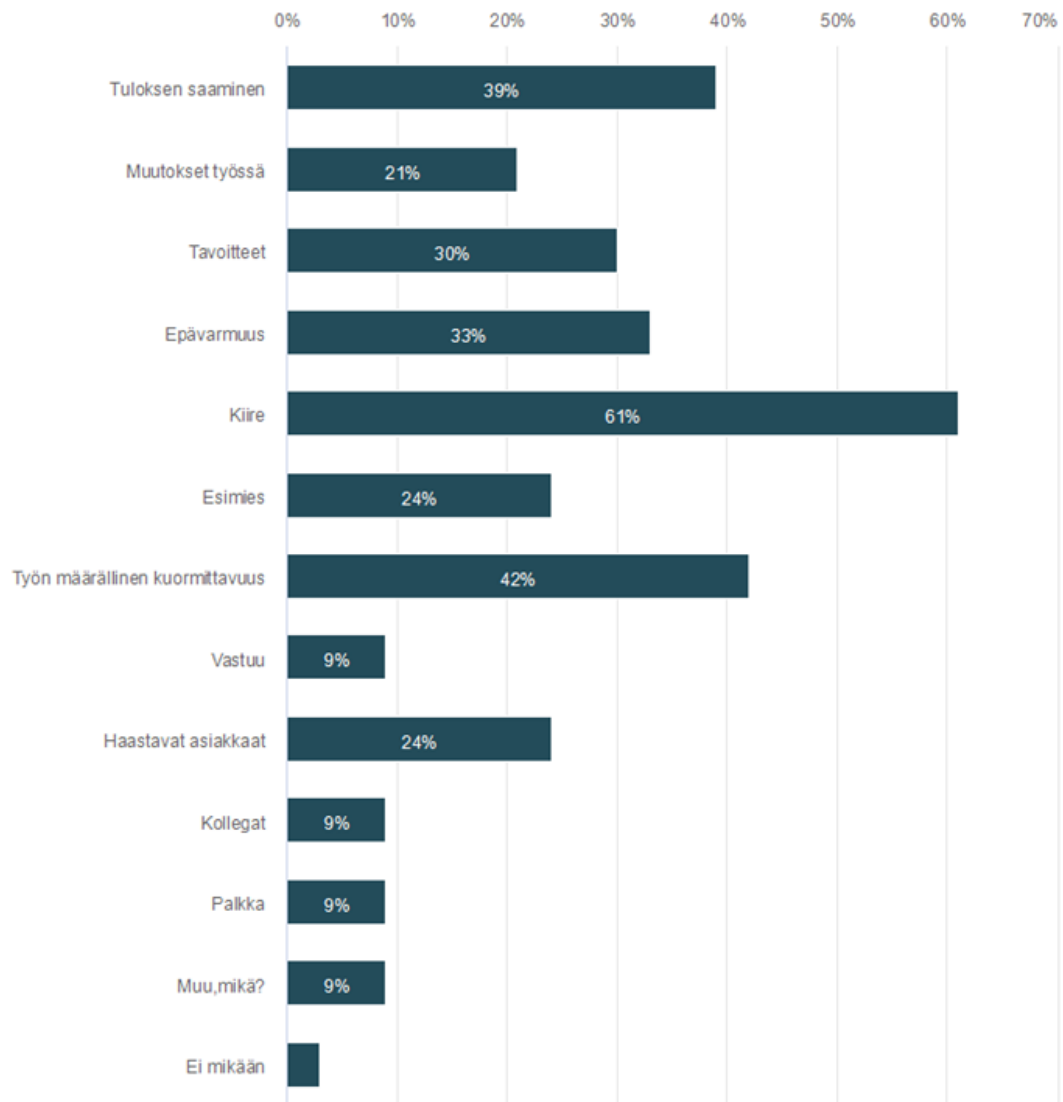


Monivalinta kysymyksessä missä pyydettiin valitsemaan ne, jotka vähentävät stressiä vastatuin oli loma. Tämän oli valinnut 87 % (n=26) vastaajista. Ystävät oli valinnut 77 % (n=23). Perhe/Läheiset 77 % (n=23). Kotona rentoutuminen 67 % (n=20). Urheilu 63 % (n=19). Harrastukset 57 % (n=17). Esimieheltä tai kollegalta saatu henkinen tuki 53 % (n=16). Selkeä työnkuva 43 % (n=13). Ruoka/Juoma 30 % (n=9). Kysymykseen tuli myös yksi oma vastaus 3 % (n=1), joka oli: "Voittaminen".

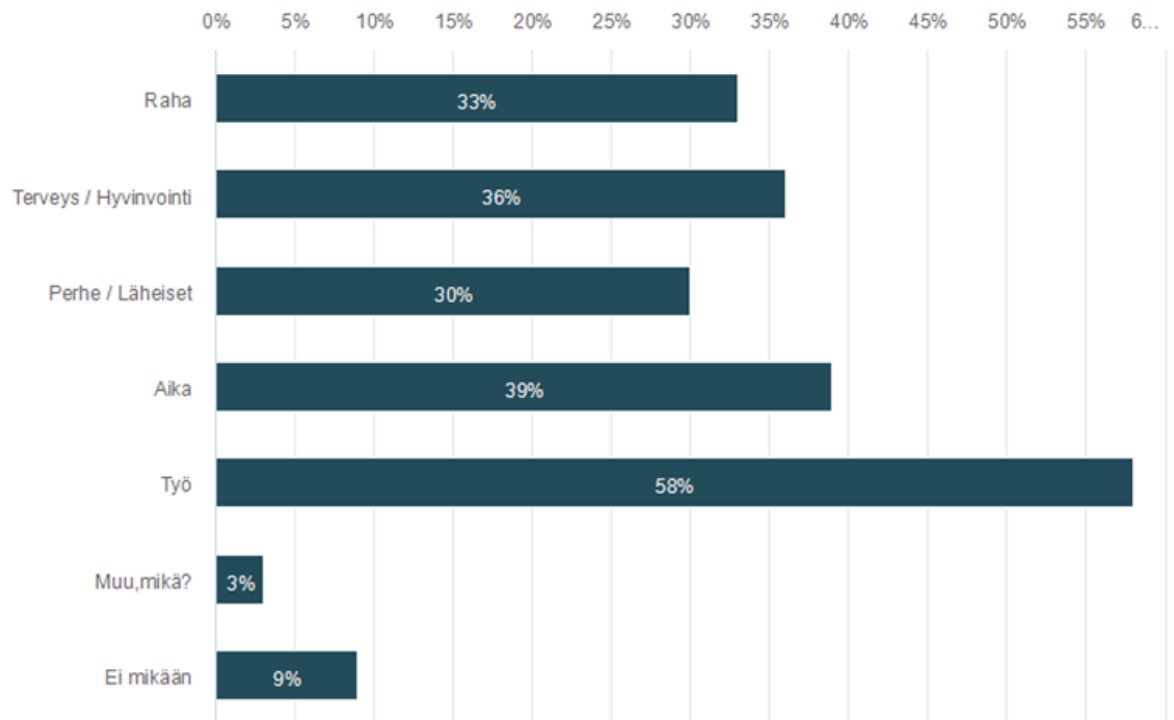
8.2.3 Yli 40-vuotiaiden stressi

Yli 40-vuotiaita vastaajia oli 33. Kaikki eivät vastanneet jokaiseen kysymykseen. Kysymyksessä "kuinka stressaavana pidät työtäsi asteikolla 0–5" keskiarvo oli 2,8. Mediaani oli 3,0 ja keskihajonta 1,1. 0/5 vastasi 1 henkilö. 1/5 vastasi 3 henkilöä. 2/5 vastasi 8 henkilöä. 3/5 vastasi 8 henkilöä. 4/5 11 henkilöä ja 5/5 0 henkilöä. Kaksi henkilöä ei vastannut kysymykseen.

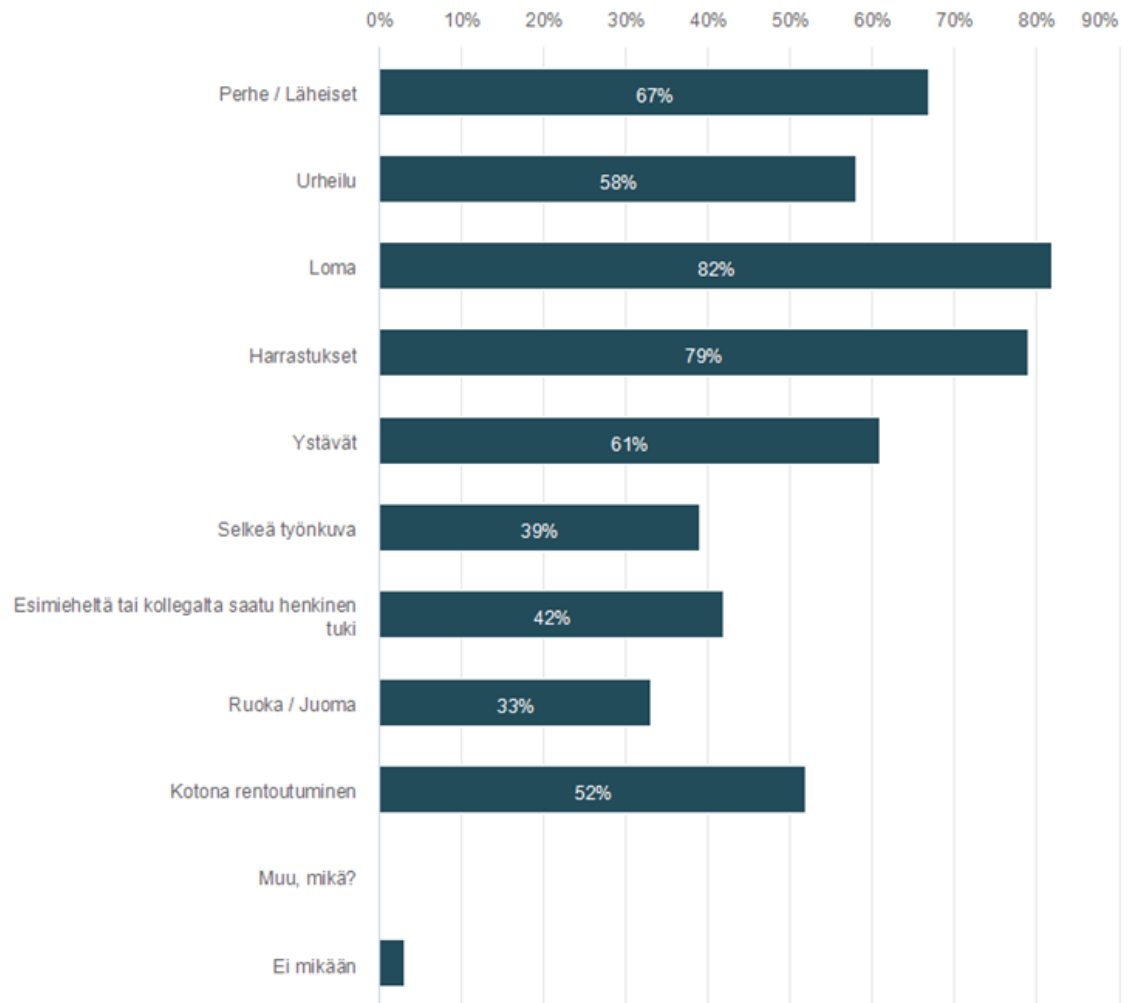
Yli 40 vuotiaista vastaajista 12 % (n=4) koki itsensä stressaantuneeksi päivittäin. 43 % (n=14) muutaman kerran viikossa. 31 % (n=10) muutaman kerran kuukaudessa ja 12 % (n=4) ei koskaan tai hyvin harvoin. Tähän kysymykseen vastasi 32 henkilöä. Yksi henkilö ei vastannut kysymykseen.



Monivalinta kysymyksessä missä pyydettiin valitsemaan ne, jotka aiheuttavat sinulle stressiä työssäsi vastatuin oli kiire. Tämän oli vastannut 61 % (n=20) vastaajaa. Toiseksi vastatuin oli työn määrällinen kuormittavuus, jonka oli vastannut 42 % (n=14). Tuloksen saamisen oli vastannut 39 % (n=13). Epävarmuuden 33 % (n=11). Tavoitteet 30 % (n=10). Haastavat asiakkaat 24 % (n=8). Esimies 24 % (n=8). Muutokset työssä 21 % (n=7). Vastuu 9 % (n=3). Kollegat 9 % (n=3). Palkka 9 % (n=3). Ei mikään 3 % (n=1). Kysymykseen tuli myös kolme omaa vastausta 9 % (n=3), jotka olivat: ”Henkilöstön vaihtuvuus”, ”Organisation toiminta” ja ” Oman toimen lisäksi annetut työtehtävät”.



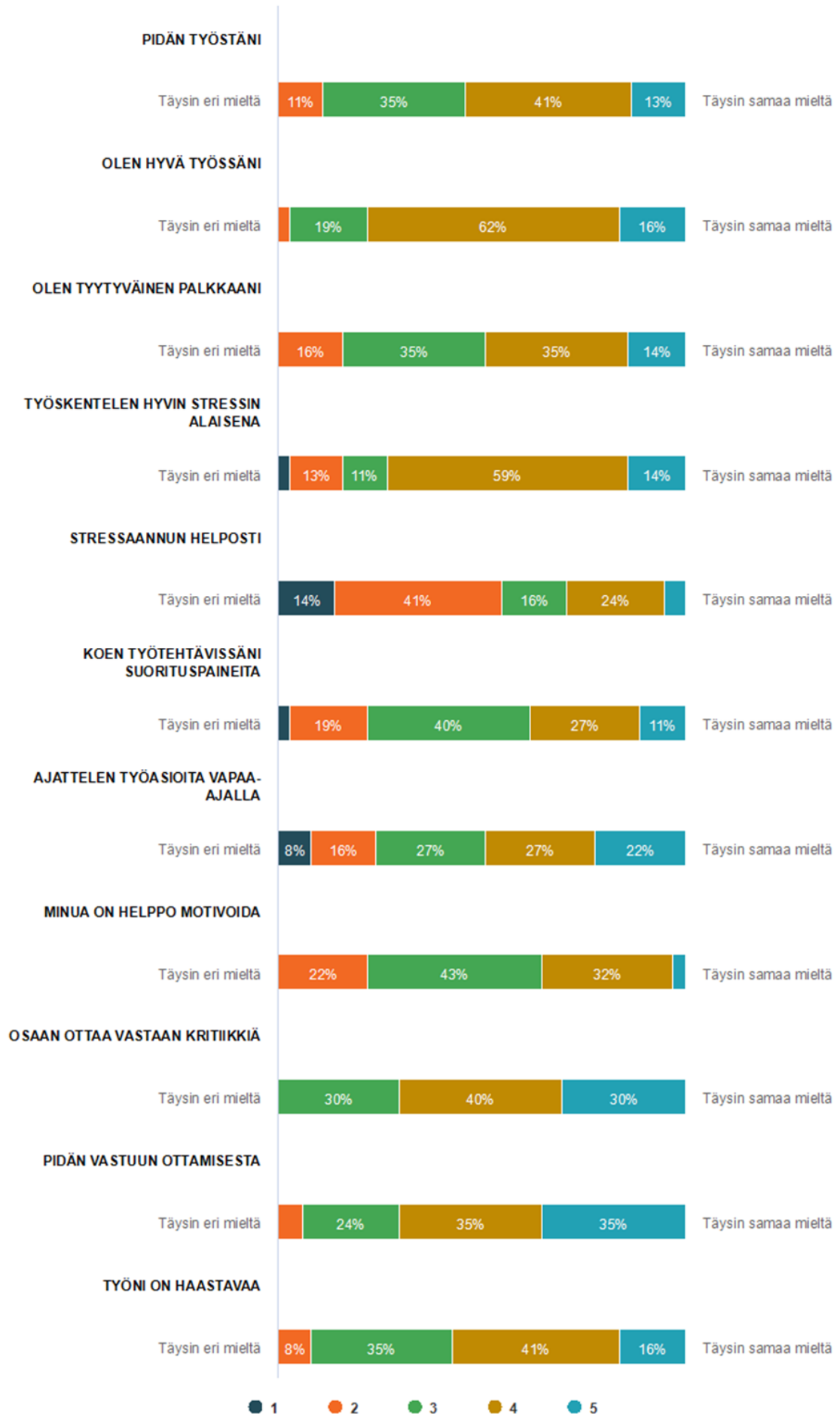
Monivalinta kysymyksessä missä pyydettiin valitsemaan ne, jotka aiheuttavat sinulle stressiä elämässäsi vastatuin oli työ. Tämän oli valinnut 58 % (n=19) vastaajista. Ajan puutteen oli valinnut 39 % (n=13). Terveys/Hyvinvointi 36 % (n=12). Raha 33 % (n=11). Perhe/Läheiset 30 % (n=10). Ei mikään 9 % (n=3). Kysymykseen tuli myös yksi oma vastaus 3 % (n=1), joka oli: "Lemmikki".



Monivalinta kysymyksessä missä pyydettiin valitsemaan ne, jotka vähentävät stressiä vastatuin oli loma. Tämän oli vastannut 82 % (n=27). Toiseksi vastatuin oli harrastukset, jonka oli vastannut 79 % (n=26). Perhe/Läheiset oli vastannut 67 % (n=22). Ystävät 61 % (n=20). Urheilun 58 % (n=19). Kotona rentoutumisen 52 % (n=17). Esimieheltä tai kollegalta henkisen tuen saamisen 42 % (n=14). Selkeän työnkuvan 39 % (n=13). Ruoka/Juoma 33 % (n=11). Ei mikään 3 % (n=1).

8.3 Väittämät

Seuraavassa kohdassa kyselyä oli väittämiä. Väittämiä oli yhteensä 11 kappaletta. Väittämiin vastattiin asteikolla 1–5, 1 ollessa täysin eri mieltä ja 5 täysin samaa mieltä.



Ensimmäinen väittämä oli: **Pidäntyöstäni**. Kukaan ei vastannut 1. 6 % (n=6) vastasi 2. 21 % (n=21) vastasi 3. 46 % (n=46) vastasi 4 ja 27 % (n=27) vastasi 5.

Toinen väittämä oli: **Olen hyvä työssäni**. Kukaan ei vastannut 1. 1 % (n=1) vastasi 2. 15 % (n=15) vastasi 3. 60 % (n=60) vastasi 4 ja 24 % (n=24) vastasi 5.

Kolmas väittämä oli: **Olen tyytyväinen palkkaani**. Kukaan ei vastannut 1. 14 % (n=14) vastasi 2. 24 % (n=24) vastasi 3. 45 % (n=45) vastasi 4 ja 17 % (n=17) vastasi 5.

Neljäs väittämä oli: **Työskentelen hyvin stressin alaisena**. 2 % (n=2) vastasi 1. 11 % (n=11) vastasi 2. 17 % (n=17) vastasi 3. 55 % (n=55) vastasi 4 ja 15 % (n=15) vastasi 5.

Viides väittämä oli: **Stressaannun helposti**. 13 % (n=13) vastasi 1. 37 % (n=37) vastasi 2. 26 % (n=26) vastasi 3. 20 % (n=20) vastasi 4 ja 4 % (n=4) vastasi 5.

Kuudes väittämä oli: **Koen työtehtävissä suorituspainetta**. 3 % (n=3) vastasi 1. 19 % (n=19) vastasi 2. 37 % (n=37) vastasi 3. 35 % (n=35) vastasi 4 ja 6 % (n=6) vastasi 5.

Seitsemäs väittämä oli: **Ajattelen työasioita vapaa-ajalla**. 8 % (n=8) vastasi 1. 16 % (n=16) vastasi 2. 22 % (n=22) vastasi 3. 36 % (n=36) vastasi 4 ja 18 % (n=18) vastasi 5.

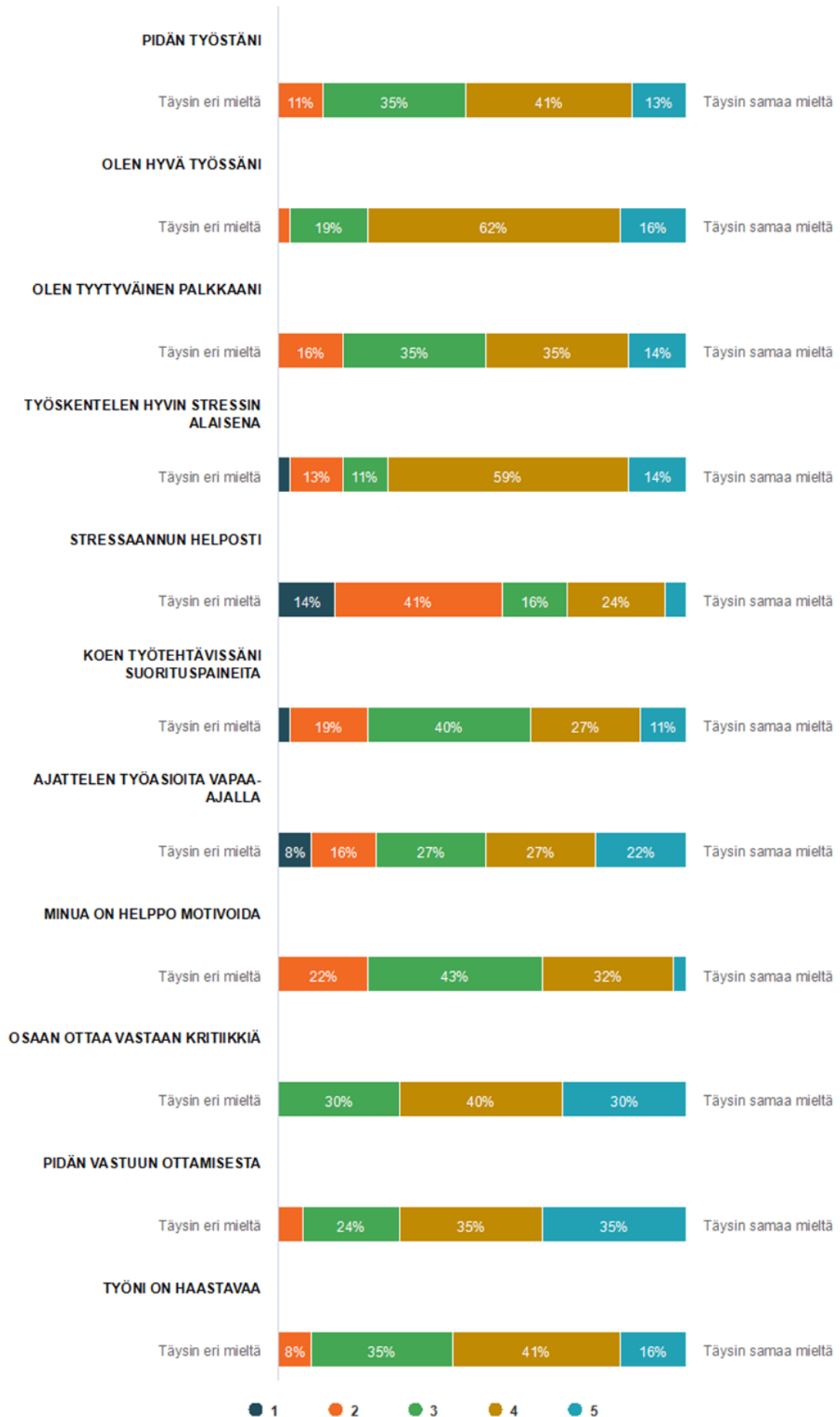
Kahdeksas väittämä oli: **Minua on helppo motivoida**. Kukaan ei vastannut 1. 17 % (n=17) vastasi 2. 43 % (n=43) vastasi 3. 34 % (n=34) vastasi 4 ja 6 % (n=6) vastasi 5.

Yhdeksäs väittämä oli: **Osaan ottaa vastaan kritiikkiä**. Kukaan ei vastannut 1. 8 % (n=8) vastasi 2. 19 % (n=19) vastasi 3. 48 % (n=48) vastasi 4 ja 25 % (n=25) vastasi 5.

Kymmenes väittämä oli: **Pidän vastuun ottamisesta**. Kukaan ei vastannut 1. 5 % (n=5) vastasi 2. 20 % (n=20) vastasi 3. 39 % (n=39) vastasi 4 ja 36 % (n=36) vastasi 5.

Yhdestoista väittämä oli: **Työni on haastavaa**. Kukaan ei vastannut 1. 4 % (n=4) vastasi 2. 25 % (n=25) vastasi 3. 54 % (n=54) vastasi 4 ja 17 % (n=17) vastasi 5.

8.3.1 Väittämät alle 25-vuotiaat



Ensimmäisessä väittämässä: **Pidän työstäni.** Kukaan ei vastannut 1. 11 % (n=4) vastasi 2. 35 % (n=13) vastasi 3. 41 % (n=15) vastasi 4 ja 13 % (n=5) vastasi 5

Toisessa väittämässä: **Olen hyvä työssäni.** Kukaan ei vastannut 1. 3 % (n=1) vastasi 2. 19 % (n=7) vastasi 3. 62 % (n=23) vastasi 4 ja 16 % (n=6) vastasi 5.

Kolmannessa väittämässä: **Olen tyytyväinen palkkaani.** Kukaan ei vastannut 1. 16 % (n=6) vastasi 2. 35 % (n=13) vastasi 3. 35 % (n=13) vastasi 4 ja 14 % (n=5) vastasi 5.

Neljännessä väittämässä: **Työskentelen hyvin stressin alaisena.** 3 % (n=1) vastasi 1. 13 % (n=5) vastasi 2. 11 % (n=4) vastasi 3. 60 % (n=22) vastasi 4 ja 13 % (n=5) vastasi 5.

Viidennessä väittämässä: **Stressaannun helposti.** 13 % (n=5) vastasi 1. 41 % (n=15) vastasi 2. 16 % (n=6) vastasi 3. 24 % (n=9) vastasi 4 ja 5 % (n=2) vastasi 5.

Kuudennessa väittämässä: **Koen työtehtävissäni suorituspainetta.** 3 % (n=1) vastasi 1. 19 % (n=7) vastasi 2. 41 % (n=15) vastasi 3. 27 % (n=10) vastasi 4 ja 11 % (n=4) vastasi 5.

Seitsemännessä väittämässä: **Ajattelen työasioita vapaa-ajalla.** 8 % (n=3) vastasi 1. 16 % (n=6) vastasi 2. 27 % (n=10) vastasi 3. 27 % (n=10) vastasi 4 ja 22 % (n=8) vastasi 5.

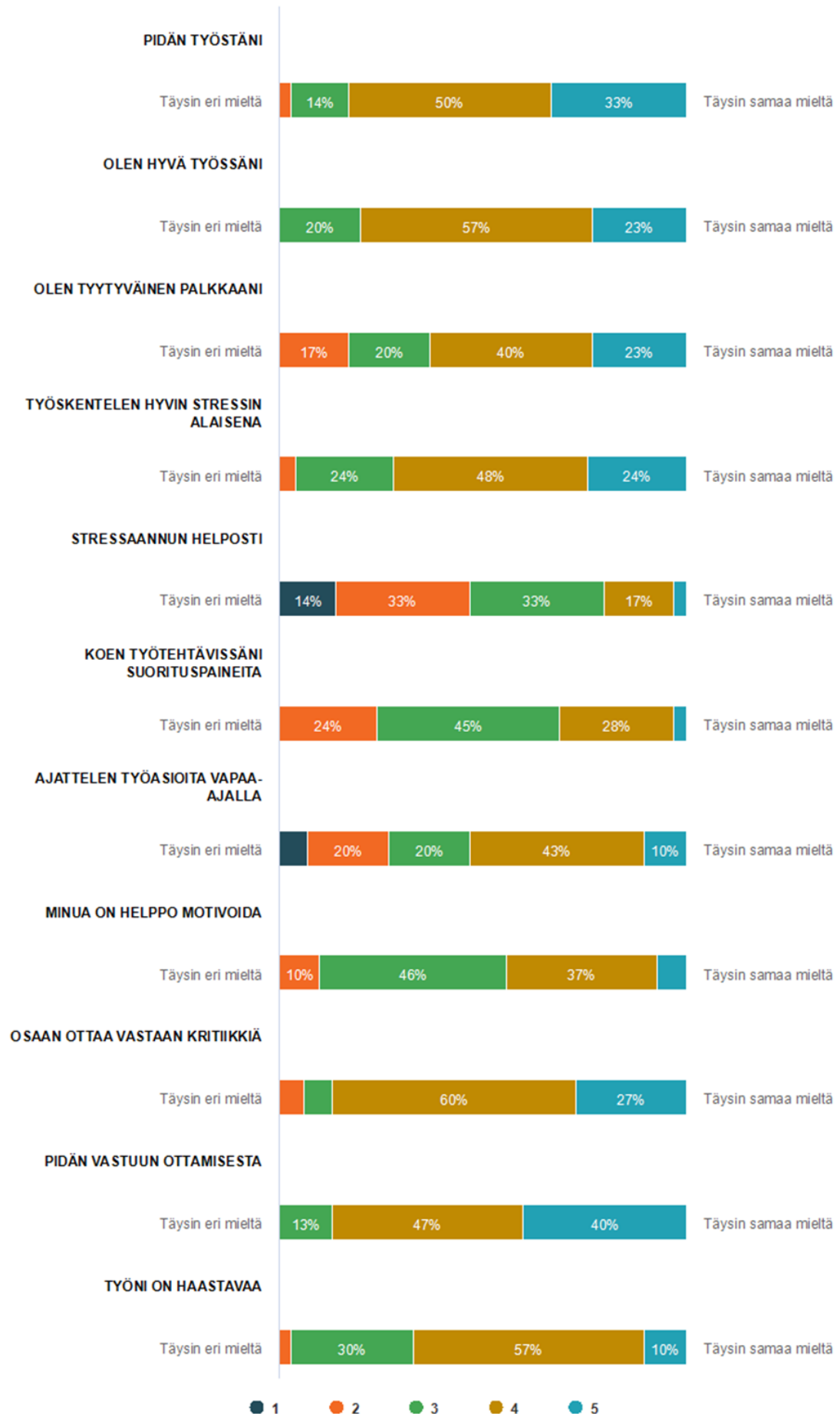
Kahdeksannessa väittämässä: **Minua on helppo motivoida.** Kukaan ei vastannut 1. 22 % (n=8) vastasi 2. 43 % (n=16) vastasi 3. 32 % (n=12) vastasi 4 ja 3 % (n=1) vastasi 5.

Yhdeksännessä väittämässä: **Osaan ottaa vastaan kritiikkiä.** Kukaan ei vastannut 1. Kukaan ei myöskään vastannut 2. 30 % (n=11) vastasi 3. 40 % (n=15) vastasi 4 ja 30 % (n=11) vastasi 5.

Kymmenennessä väittämässä: **Pidän vastuun ottamisesta.** Kukaan ei vastannut 1. 5 % (n=2) vastasi 2. 24 % (n=9) vastasi 3. 35 % (n=13) vastasi 4 ja 35 % (n=13) vastasi 5.

Yhdennessätoista Väittämässä: **Työni on haastavaa.** Kukaan ei vastannut 1. 8 % (n=3) vastasi 2. 35 % (n=13) vastasi 3. 41 % (n=15) vastasi 4 ja 16 % (n=6) vastasi 5.

8.3.2 Väittämät 25–40-vuotiaat



Ensimmäisessä väittämässä: **Pidän työstäni.** Kukaan ei vastannut 1. 3 % (n=1) vastasi 2. 13 % (n=4) vastasi 3. 50 % (n=15) vastasi 4 ja 33 % (n=10) vastasi 5

Toisessa väittämässä: **Olen hyvä työssäni.** Kukaan ei vastannut 1. Kukaan ei myöskään vastannut 2. 20 % (n=6) vastasi 3. 57 % (n=17) vastasi 4 ja 23 % (n=7) vastasi 5.

Kolmannessa väittämässä: **Olen tyytyväinen palkkaani.** Kukaan ei vastannut 1. 17 % (n=5) vastasi 2. 20 % (n=6) vastasi 3. 40 % (n=12) vastasi 4 ja 23 % (n=7) vastasi 5.

Neljännessä väittämässä: **Työskentelen hyvin stressin alaisena.** Kukaan ei vastannut 1. 4 % (n=1) vastasi 2. 24 % (n=7) vastasi 3. 48 % (n=14) vastasi 4 ja 24 % (n=7) vastasi 5.

Viidennessä väittämässä: **Stressaannun helposti.** 13 % (n=4) vastasi 1. 33 % (n=10) vastasi 2. 33 % (n=10) vastasi 3. 17 % (n=5) vastasi 4 ja 3 % (n=1) vastasi 5.

Kuudennessa väittämässä: **Koen työtehtävissäni suorituspainetta.** Kukaan ei vastannut 1. 24 % (n=7) vastasi 2. 45 % (n=13) vastasi 3. 28 % (n=8) vastasi 4 ja 3 % (n=1) vastasi 5.

Seitsemännessä väittämässä: **Ajattelen työasioita vapaa-ajalla.** 7 % (n=2) vastasi 1. 20 % (n=6) vastasi 2. 20 % (n=6) vastasi 3. 43 % (n=13) vastasi 4 ja 10 % (n=3) vastasi 5.

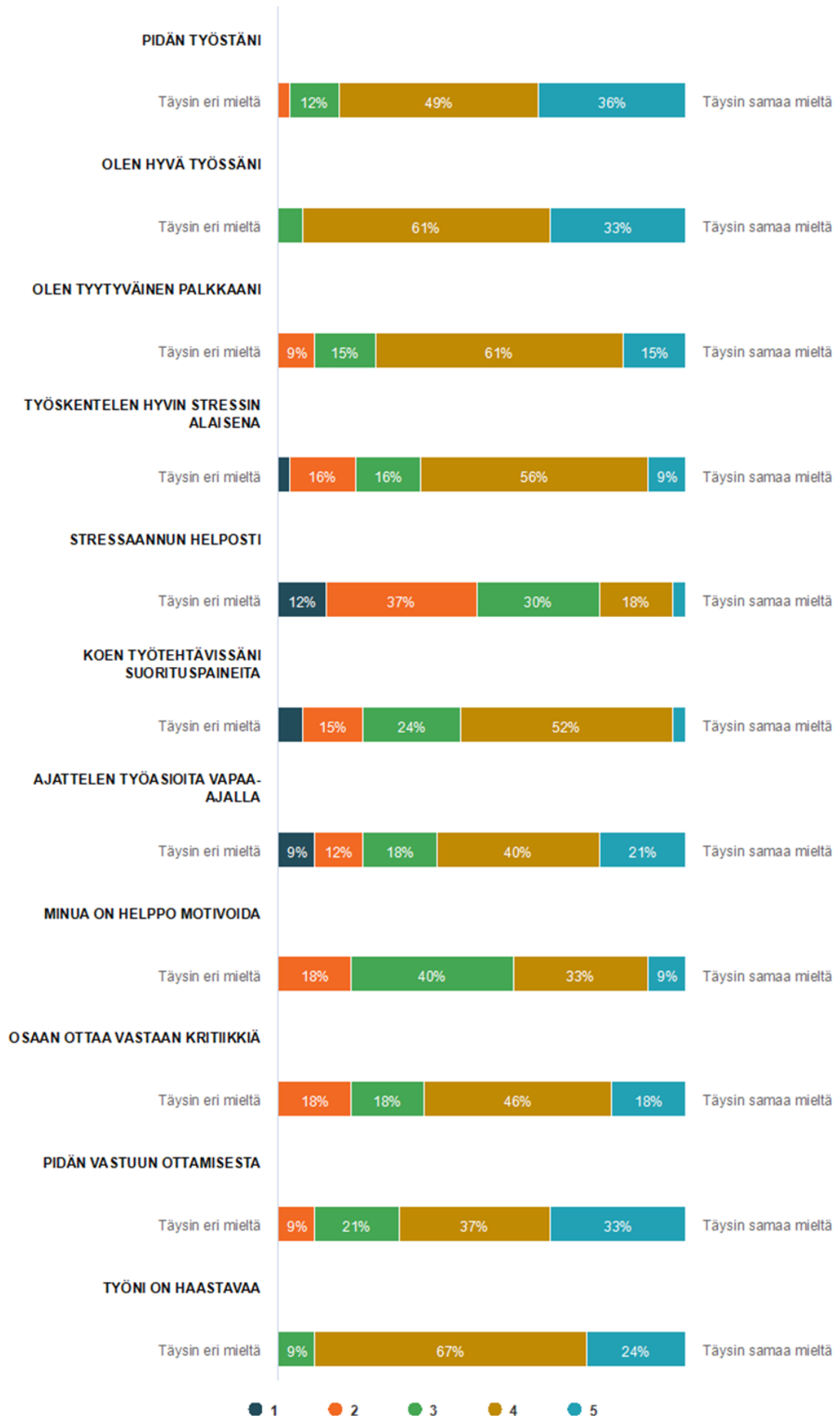
Kahdeksannessa väittämässä: **Minua on helppo motivoida.** Kukaan ei vastannut 1. 9 % (n=3) vastasi 2. 47 % (n=14) vastasi 3. 37 % (n=11) vastasi 4 ja 7 % (n=2) vastasi 5.

Yhdeksännessä väittämässä: **Osaan ottaa vastaan kritiikkiä.** Kukaan ei vastannut 1. 7 % (n=2) vastasi 2. 7 % (n=2) vastasi 3. 60 % (n=18) vastasi 4 ja 26 % (n=8) vastasi 5.

Kymmenennessä väittämässä: **Pidän vastuun ottamisesta.** Kukaan ei vastannut 1. Kukaan ei myöskään vastannut 2. 13 % (n=4) vastasi 3. 47 % (n=14) vastasi 4 ja 40 % (n=12) vastasi 5.

Yhdennessätoista Väittämässä: **Työni on haastavaa.** Kukaan ei vastannut 1. 3 % (n=1) vastasi 2. 30 % (n=9) vastasi 3. 57 % (n=17) vastasi 4 ja 10 % (n=3) vastasi 5.

8.3.3 Väittämät yli 40-vuotiaat



Ensimmäisessä väittämässä: **Pidän työstäni.** Kukaan ei vastannut 1. 3 % (n=1) vastasi 2. 12 % (n=4) vastasi 3. 49 % (n=16) vastasi 4 ja 36 % (n=12) vastasi 5.

Toisessa väittämässä: **Olen hyvä työssäni.** Kukaan ei vastannut 1. Kukaan ei myöskään vastannut 2. 6 % (n=2) vastasi 3. 61 % (n=20) vastasi 4 ja 33 % (n=11) vastasi 5

Kolmannessa väittämässä: **Olen tyytyväinen palkkaani.** Kukaan ei vastannut 1. 9 % (n=3) vastasi 2. 15 % (n=5) vastasi 3. 61 % (n=20) vastasi 4 ja 15 % (n=5) vastasi 5.

Neljännessä väittämässä: **Työskentelen hyvin stressin alaisena.** 3 % (n=1) vastasi 1. 16 % (n=5) vastasi 2. 16 % (n=5) vastasi 3. 56 % (n=18) vastasi 4 ja 9 % (n=3) vastasi 5.

Viidennessä väittämässä: **Stressaannun helposti.** 12 % (n=4) vastasi 1. 36 % (n=12) vastasi 2. 30 % (n=10) vastasi 3. 18 % (n=6) vastasi 4 ja 3 % (n=1) vastasi 5.

Kuudennessa väittämässä: **Koen työtehtävissäni suorituspainetta.** 6 % (n=2) vastasi 1. 15 % (n=5) vastasi 2. 24 % (n=8) vastasi 3. 52 % (n=17) vastasi 4 ja 3 % (n=1) vastasi 5.

Seitsemännessä väittämässä: **Ajattelen työasioita vapaa-ajalla.** 9 % (n=3) vastasi 1. 12 % (n=4) vastasi 2. 18 % (n=6) vastasi 3. 39 % (n=13) vastasi 4 ja 21 % (n=7) vastasi 5.

Kahdeksannessa väittämässä: **Minua on helppo motivoida.** Kukaan ei vastannut 1. 18 % (n=6) vastasi 2. 29 % (n=13) vastasi 3. 33 % (n=11) vastasi 4 ja 9 % (n=3) vastasi 5.

Yhdeksännessä väittämässä: **Osaan ottaa vastaan kritiikkiä.** Kukaan ei vastannut 1. 18 % (n=6) vastasi 2. 18 % (n=6) vastasi 3. 45 % (n=15) vastasi 4 ja 18 % (n=6) vastasi 5.

Kymmenennessä väittämässä: **Pidän vastuun ottamisesta.** Kukaan ei vastannut 1. 9 % (n=3) vastasi 2. 21 % (n=7) vastasi 3. 36 % (n=12) vastasi 4 ja 33 % (n=11) vastasi 5.

Yhdennessätoista Väittämässä: **Työni on haastavaa.** Kukaan ei vastannut 1. Kukaan ei myöskään vastannut 2. 9 % (n=3) vastasi 3. 67 % (n=22) vastasi 4 ja 24 % (n=8) vastasi 5.

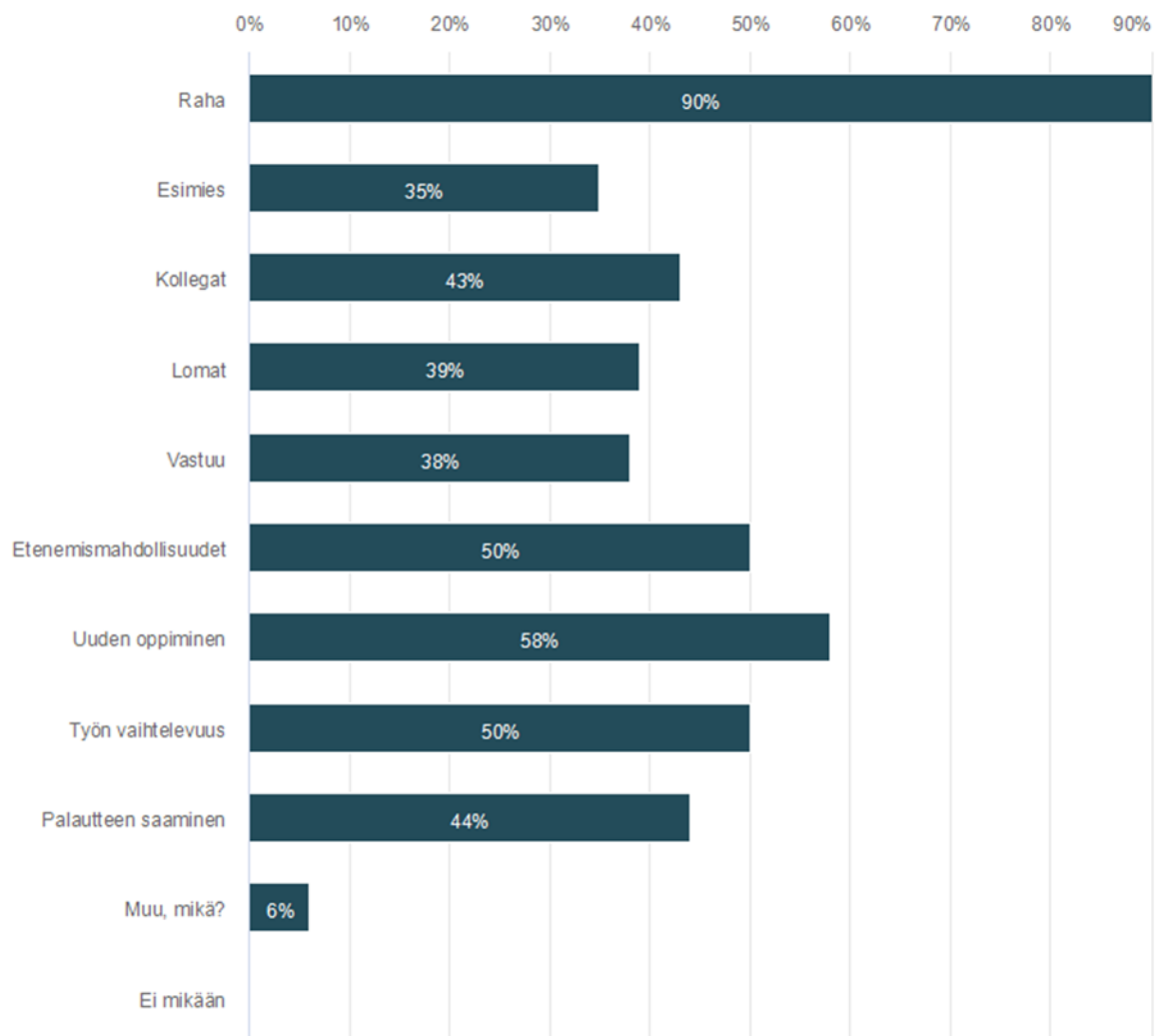
8.4 Motivaatio

Kyselyn viimeisessä vaiheessa kysyttiin kysymyksiä työmotivaatioon ja työskentelyyn liittyen. Alkuun kysyttiin, kuinka motivoituneita työhönsä olet asteikolla 0–5. Tämän jälkeen

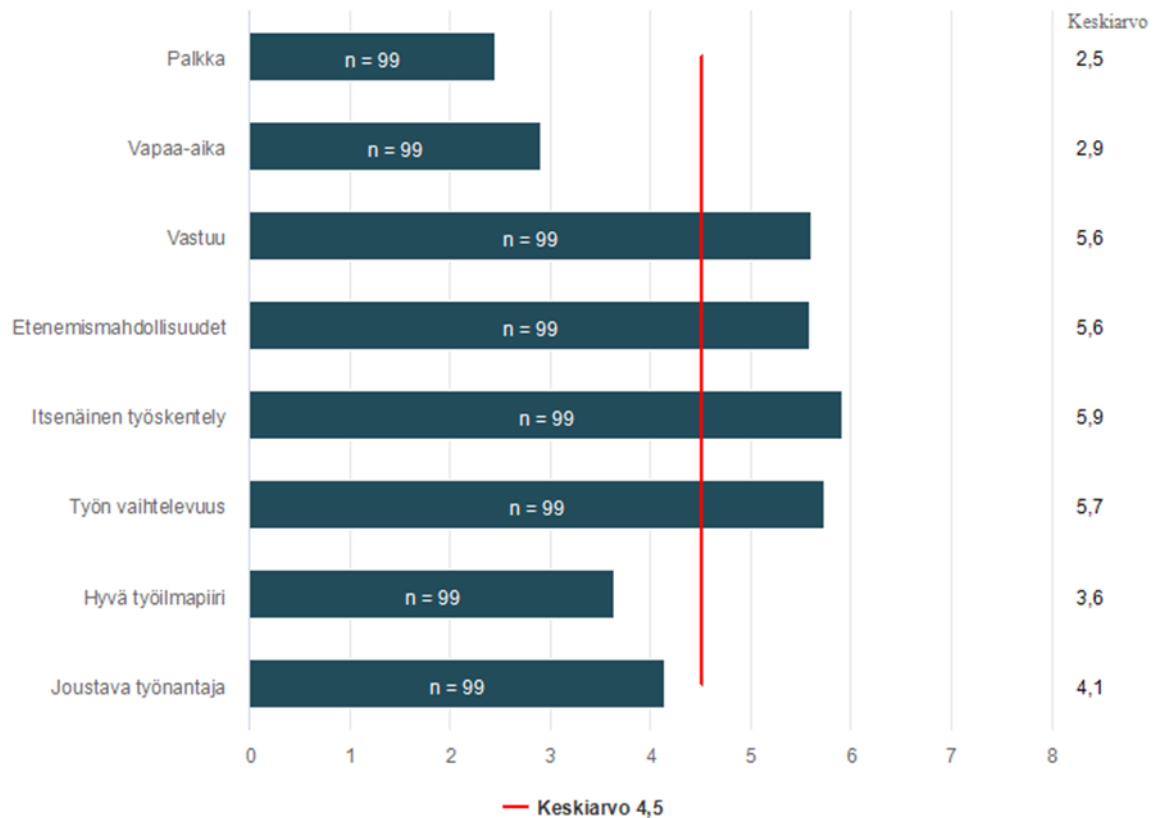
kysyttiin, työskenteletkö mieluummin tiimissä vai yksin. Seuraavaksi oli monivalinta kysymys, jossa piti valita ne tekijät, jotka motivoivat sinua työssäsi. Viimeisessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin asettamaan kahdeksan eri tekijää tärkeysjärjestykseen.

Kysymyksessä kuinka motivoitunut olet työhösi asteikolla 0–5. Keskiarvo oli 3,5. Mediaani oli 4,0 ja keskihajonta 1,0. Kukaan ei antanut vastaukseksi 0. 3 vastaajaa vastasi 1. 14 vastaajaa vastasi 2. 25 vastaajaa vastasi 3. 39 vastaajaa vastasi 4 ja 15 vastaajaa vastasi 5. Tähän kysymykseen vastasi 96 vastaajaa eli 4 henkilöä jätti vastaamatta.

Kysymyksessä työskenteletkö mieluummin yksin vai tiimissä. 38 % (n=38) työskentelee mieluummin yksin ja 62 % (n=62) työskentelee mieluummin tiimissä.



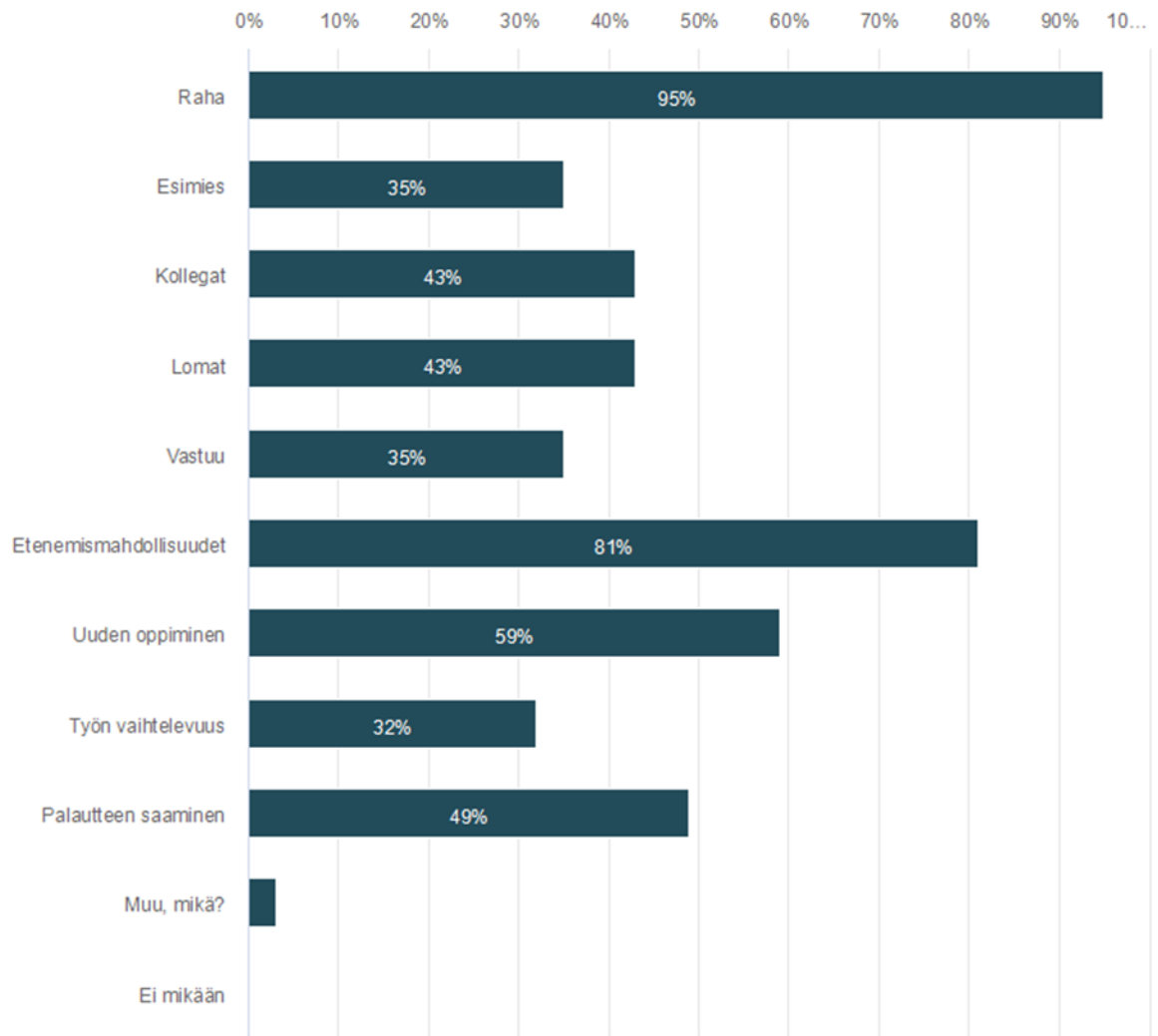
Monivalinta kysymyksessä, missä piti valita ne tekijät, jotka motivoivat itseään työssä valituin oli raha. Rahan valitsi 90 % (n=90) vastaajista. Toiseksi suosituin oli uuden oppiminen, jonka oli valinnut 58 % (n=58) vastaajista. Etenemismahdollisuudet oli valinnut 50 % (n=50). Työn vaihtelevuuden oli valinnut myös 50 % (n=50). Palautteen saamisen oli valinnut 44 % (n=44). Kollegat 43 % (n=43). Lomat 39 % (n=39). Vastuun 38 % (n=38). Esi- miehen 35 % (n=35). Kysymykseen tuli myös 6 omaa vastausta 6 % (n=6).



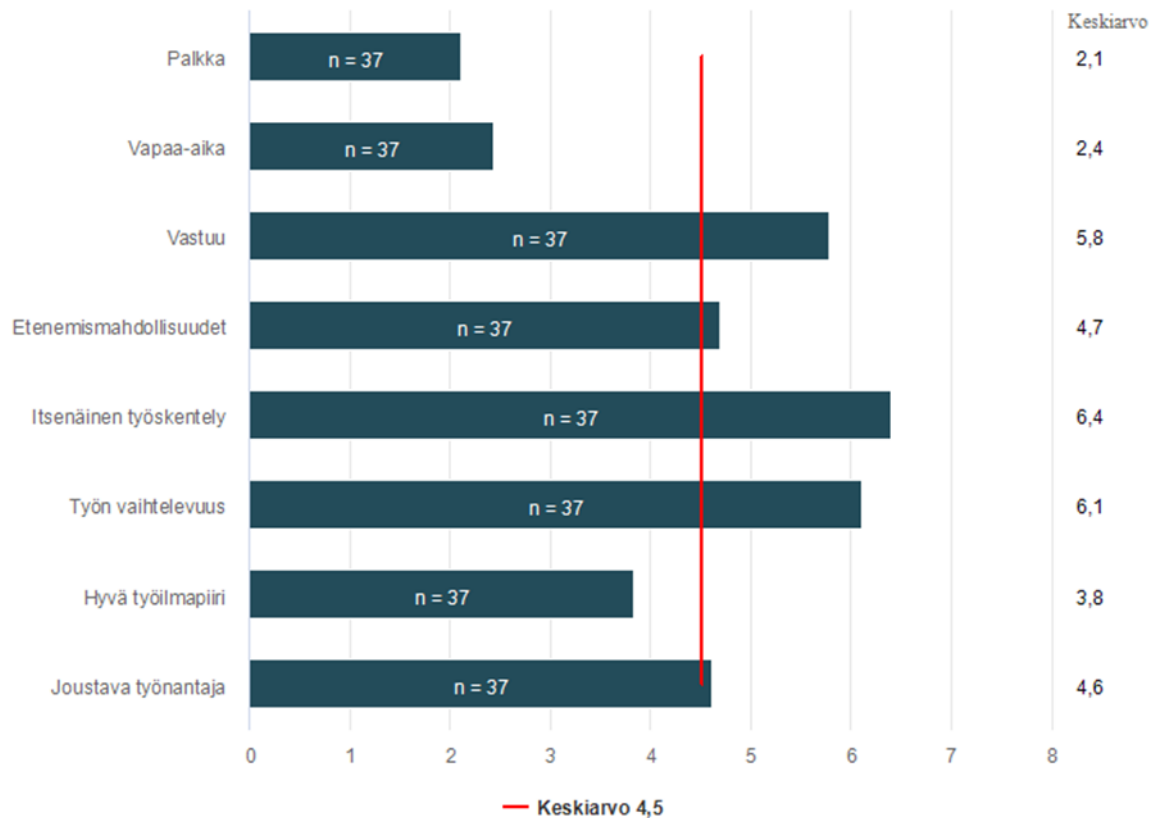
Viimeisessä kysymyksessä pyydettiin asettamaan seuraavat asiat tärkeysjärjestykseen asteikolla 1–8 ensimmäisen ollessa tärkein. Keskiarvoiltaan tärkeimmäksi osottautui raha. Rahan keskiarvo sijoitus oli 2,5. Toisena oli vapaa-aika, jonka keskiarvo sijoitus oli 2,9. Kolmantena hyvä työilmapiiri, jonka keskiarvo oli 3,6. Neljäntenä joustava työnantaja, jonka keskiarvo oli 4,1. Jaetulla viidennellä sijalla olivat vastuu ja etenemismahdollisuudet. Molempien keskiarvo oli 5,6. Seitsemäntenä oli työnvaihtelevuus, jonka keskiarvo oli 5,7. Kahdeksantena eli viimeisenä oli itsenäinen työskentely, jonka keskiarvo oli 5,9.

8.4.1 Alle 25-vuotiaiden motivaatio

Kuinka motivoitunut olet työhösi asteikolla 0–5? 37 alle 25-vuotiaasta vastaajasta kukaan ei vastannut 0. 3 vastasi 1, 11 vastasi 2, 12 vastasi 3, 8 vastasi 4 ja 3 vastasi 5. Keskiarvo oli 2,9, mediaani oli 3,0 ja keskihajonta 1,1. 22 % (n=8) alle 25 työskentelee mieluummin yksin. Loput 78 % (n=29) työskentelee mieluummin tiimissä.



Monivalinta kysymyksessä, missä piti valita ne tekijät, jotka motivoivat itseään työssä valituin oli raha. Rahan valitsi 95 % (n=35) vastaajista. Toiseksi valituin oli etenemismahdollisuudet, jonka oli valinnut 81 % (n=30) vastaajista. Kolmantena oli uuden oppiminen, jonka oli valinnut 59 % (n=22) vastaajista. Palautteen saamisen oli valinnut 49 % (n=18). Kollegat 43 % (n=16). Lomat 43 % (n=16). Vastuun 35 % (n=13). Esimiehen 35 % (n=16). Viimeisenä oli työnvaihtelevuus, jonka oli valinnut 32 % (n=12). Kysymykseen tuli myös yksi oma vastaus 3 % (n=1), joka oli: "Osallistaminen sisäiseen t&k".

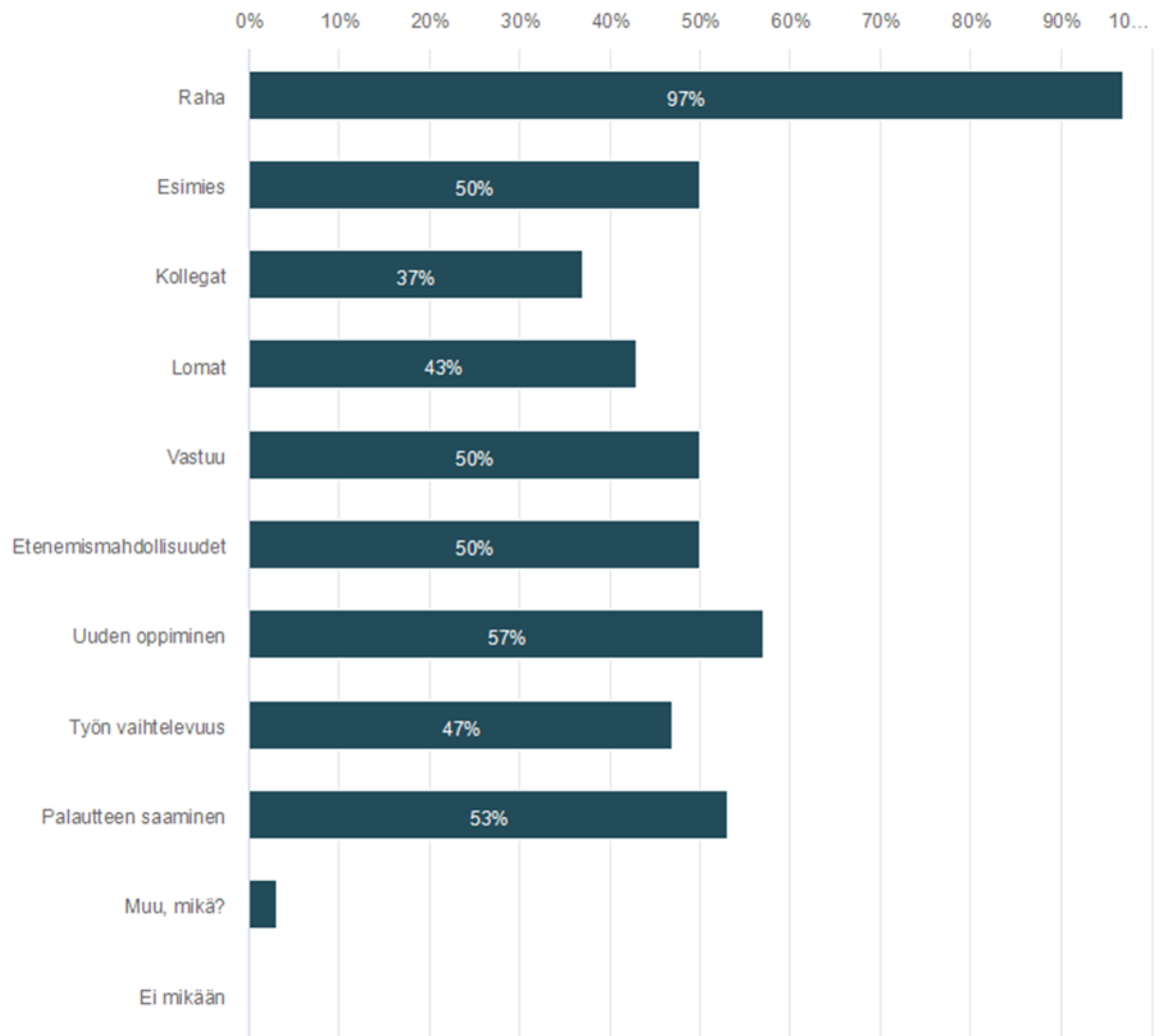


Viimeisessä kysymyksessä piti asettaa seuraavat asiat tärkeysjärjestykseen asteikolla 1–8 ensimmäisen ollessa tärkein. Tärkeimmäksi osoittautui palkka, keskiarvolla 2,1. Toisena oli vapaa-aika keskiarvolla 2,4. Kolmantena hyvä työilmapiiri keskiarvolla 3,8. Neljäntenä tuli joustava työnantaja keskiarvolla 4,6. Viidentenä oli etenemismahdollisuudet keskiarvolla 4,7. Kuudentena vastuu keskiarvolla 5,8. Seitsemäntenä työn vaihtelevuus keskiarvolla 6,1. Kahdeksantena eli viimeisenä oli itsenäinen työskentely keskiarvolla 6,4.

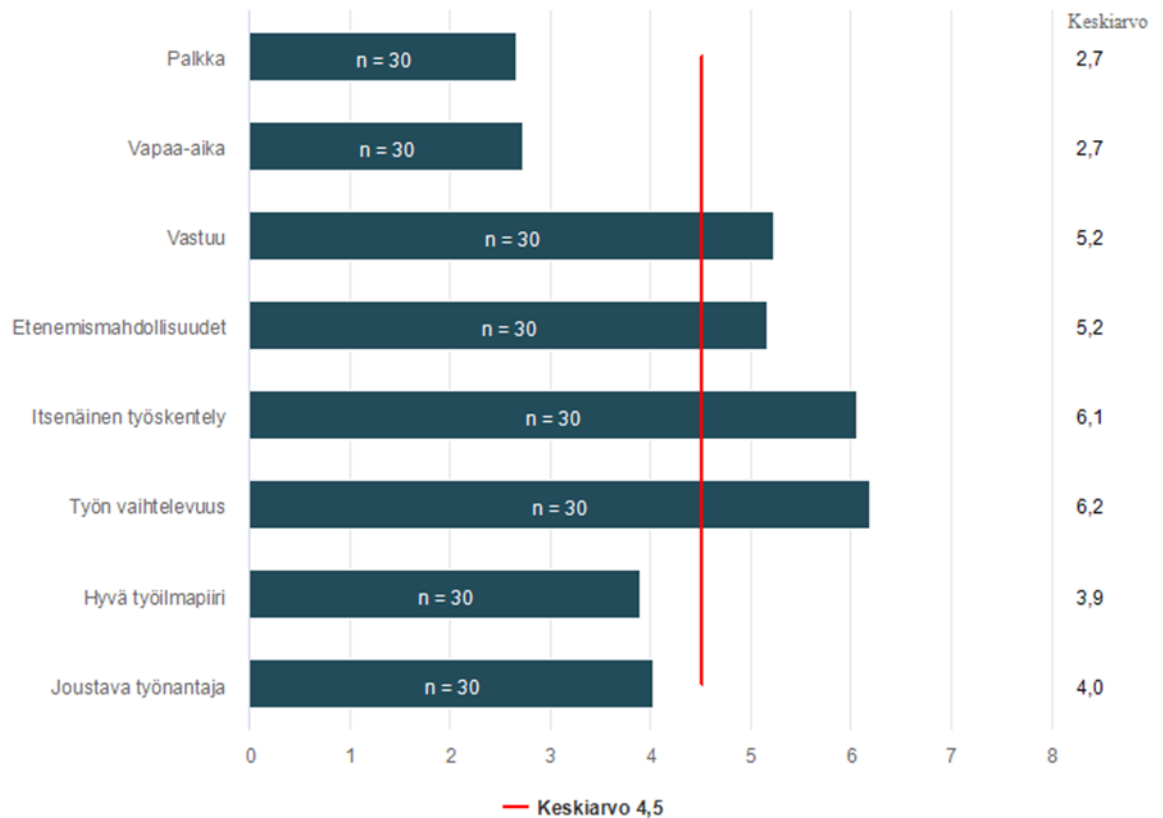
8.4.2 25–40-vuotiaiden motivaatio

Kuinka motivoitunut olet työhösi asteikolla 0–5? 30 25–40-vuotiaasta vastaajasta kukaan ei vastannut 0. Kukaan ei myöskään vastannut 1. 2 vastaajaa vastasi 2. 5 vastaajaa vastasi 3. 16 vastaajaa vastasi 4 ja 6 vastaajaa vastasi 5. Yksi henkilö jätti vastaamatta kysymyksen. Keskiarvoksi muodostui 3,9. Mediaani oli 4,0 ja keskihajonta 0,8.

Työskenteletkö mieluummin yksin vai tiimissä? 25-40 vuotiaista vastaajista 40 % (n=12) työskentelee mieluummin yksin. Loput 60 % (n=18) työskentelee mieluummin tiimissä.



Monivalinta kysymyksessä, missä piti valita ne tekijät, jotka motivoivat itseään työssä valituin oli raha. Rahan valitsi 97 % (n=29) vastaajista. Toiseksi valituin oli uuden oppiminen, jonka oli valinnut 57 % (n=17). Kolmantena oli palautteen saaminen, jonka oli valinnut 53 % (n=16) vastaajista. Esimiehen oli valinnut 50 % (n=15). Vastuun oli myös valinnut 50 % (n=15), kuten myös etenemismahdollisuudet, jotka oli myös valinnut 50 % (n=15). Työn vaihtelevuuden oli valinnut 47 % (n=14). Lomat oli valinnut 43 % (n=13). Viimeisenä oli kollegat, jotka oli valinnut 37 % (n=11). Kysymykseen tuli myös yksi oma vastaus 3 % (n=1), joka oli: ” Onnistumiset, omat ja erityisesti koko oman organisaation onnistumiset”.

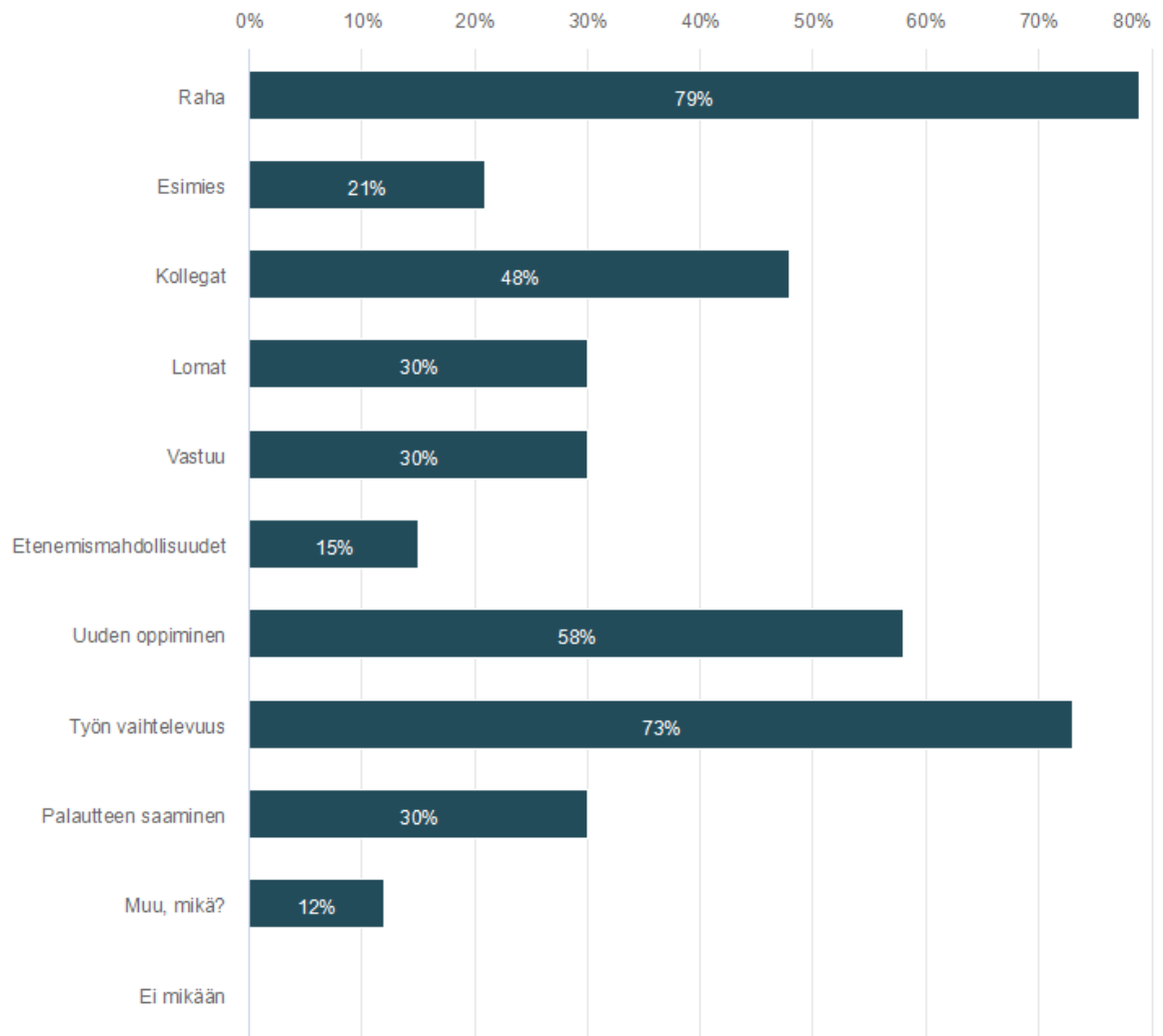


Viimeisessä kysymyksessä piti asettaa seuraavat asiat tärkeysjärjestykseen asteikolla 1–8 ensimmäisen ollessa tärkein. Palkka ja vapaa-aika päätyivät tasapisteisiin, molempien keskiarvon ollessa 2,7. Kolmantena oli hyvä työilmapiiri, jonka keskiarvo oli 3,9. Neljännenä oli joustava työnantaja, jonka keskiarvo oli 4,0. Jaetulla viidennellä sijalla olivat vastuu ja etenemismahdollisuudet. Molempien keskiarvo oli 5,2. Seitsemäntenä oli itsenäinen työskentely, jonka keskiarvo oli 6,1. Kahdeksantena eli viimeisenä keskiarvo sijoitukseltaan oli työn vaihtelevuus, jonka keskiarvo oli 6,2.

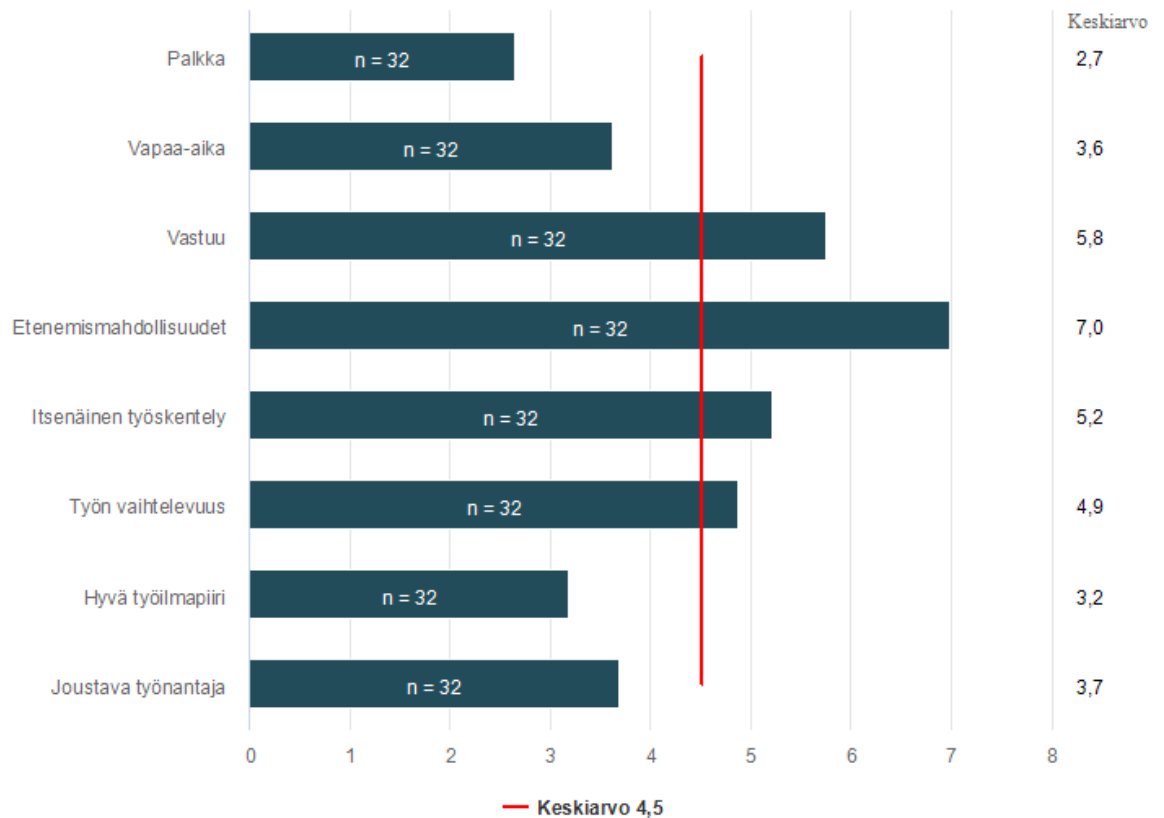
8.4.3 Yli 40-vuotiaiden motivaatio

Kuinka motivoitunut olet työhösi asteikolla 0–5? 33 yli 40-vuotiaasta kukaan ei vastannut 0 tai 1. 1 vastaaja vastasi 2. 8 vastaajaa vastasi 3. 15 vastaajaa vastasi 4 ja 6 vastaajaa vastasi 5. 3 henkilöä ei vastannut kysymykseen.

Työskenteletkö mieluummin yksin vai tiimissä? Yli 40 vuotiaista 55 % (n=18) työskentelee mieluummin yksin. Loput 45 % (n=15) työskentelee mieluummin tiimissä.



Monivalinta kysymyksessä, missä piti valita ne tekijät, jotka motivoivat itseään työssä valituin oli raha. Rahan valitsi 79 % (n=26) vastaajista. Toiseksi valituin oli työn vaihtelevuus, jonka oli valinnut 73 % (n=24). Kolmantena oli uuden oppiminen, jonka oli valinnut 58 % (n=19). Kollegat oli valinnut 48 % (n=16). Lomat 30 % (n=10). Vastuu 30 % (n=10). Palautteen saamisen 30 % (n=10). Esimiehen 21 % (n=7). Vähiten valittuna oli etenemismahdollisuudet, jonka oli valinnut 15 % (n=5). Kysymykseen tuli myös neljä omaa vastausta 12 % (n=4), jotka olivat: ”Mielenkiintoiset asiakkaat”, ”Onnistuminen”, ”Sukurasite” ja ”Haasteet”.



Viimeisessä kysymyksessä piti asettaa seuraavat asiat tärkeysjärjestykseen asteikolla 1–8 ensimmäisen ollessa tärkein. Ensimmäiseksi tuli palkka, jonka keskiarvo oli 2,7. Toisena oli hyvä työilmapiiri, jonka keskiarvo oli 3,2. Kolmantena vapaa-aika, keskiarvolla 3,6. Neljäntenä joustava työnantaja, jonka keskiarvo oli 3,7. Viidentenä työn vaihtelevuus, jonka keskiarvo oli 4,9. Kuudentena oli itsenäinen työskentely, jonka keskiarvo oli 5,2. Seitsemänneksi tuli vastuu, keskiarvolla 5,8. Kahdeksanneksi eli keskiarvoltaan viimeiseksi tuli etenemismahdollisuudet keskiarvolla 7,0.

9 Kyselyn tulosten analysointi

9.1 Kiinteä pohjapalkka vs. provisiopalkka

Kun verrataan kiinteänpalkan omaavaa myyjää puhtaalla provisolla tekevään myyjään, voidaan kyselyn tuloksista huomata, että stressin aiheuttajat ovat erilaisia. Provisiopalkan omaavat myyjät kokevat huomattavasti enemmän stressiä tuloksen saamisesta, tavoitteista, kiireestä, työn määrällisestä kuormittavuudesta ja rahasta. Tämä on ymmärrettävää koska provision palkalla olevat myyjät eivät saa rahaa elleivät he tee tulosta. Pitää ottaa myös huomioon, että kyselyyn osallistuneista provisopalkalla olevista myyjistä suurin osa on alle 25-vuotiaita, joilla on työkokemusta myynnin parissa alle 5 vuotta. Myyjillä, joilla taas on taustalla kiinteä pohjapalkka kokevat enemmän stressiä epävarmuudesta. Kiinteän pohjapalkan omaavat myyjät myös kokevat huomattavasti vähemmän stressiä omasta palkastaan. He kokevat myös vähemmän stressiä omasta työstä kokonaisuudessaan. Motivaattoreina pelkällä provisopalkalla olevat myyjät arvostavat eniten rahaa, lomaa ja etenemismahdollisuuksia. Kiinteällä pohjapalkalla olevat myyjät taas motivoituvat rahan lisäksi palautteen saamisesta, vastuusta ja työn vaihtelevuudesta.

9.2 Kuluttajamyynni vs. yritysmyynti

Kuluttajamyynnin puolella kaksi suurinta stressin aiheuttajaa olivat tavoitteet ja tuloksen saaminen. Kuluttajamyynnin puolella työskentelevistä 73 % (n=11) kokee stressiä työnantajan asettamista tavoitteista. Yritysmynnin puolella kaksi suurinta olivat tuloksen saaminen ja kiire. Kuluttajamyynnin puolella työskentelevät kokivat myös huomattavasti suurempaa stressiä palkasta, kuin yritysmynnin puolella työskentelevät. B2C puolen vastaajista 53 % (n=8) sanoi kokevansa stressiä palkasta. B2B puolella vain 14 % (n=9) koki stressiä palkastansa. Tähän voi vaikuttaa monet eri tekijät, esimerkiksi tähän kyselyyn vastanneista B2C puolella työskentelevistä myyjistä suurin osa oli alle 25-vuotiaita, joilla on alle 5 vuoden työkokemus myyntityöstä. B2B puolen myyjistä 80 % (n=51) oli yli 25-vuotiaita ja suurimmalla osalla oli yli 5 vuoden työkokemus myynnistä.

Kuluttajamyynnin puolella parhaiksi motivaattoreiksi nousivat raha, etenemismahdollisuudet ja uuden oppiminen. Vähiten arvostusta saivat esimies, työnvaihtelevuus ja lomat. Yritysmynnin puolella työskenteleviä eniten motivoi raha, työn vaihtelevuus ja uuden oppiminen. Vähiten valitut motivaattorit olivat lomat, vastuu ja esimies. On yllättävää, että näin harva vastanneista kokee saavansa motivaatioita esimieheltään. Palkka ja vapaa-aika olivat kummassakin ryhmässä niin B2B kuin B2C puolella valittu tärkeimmiksi asioiksi työssä.

9.3 Alle 25-vuotiaat vs. yli 40-vuotiaat

Kun lähdetään vertailemaan nuorta työsukupolvea vanhaan sukupolveen, on mielenkiintoista tutkia, millaisia eroja heistä löytyy. Esimerkiksi stressin aiheuttajista eri sukupolvilla on suuriakin eroja. Vastanneilla nuorilla suurimmat stressin aiheuttajat olivat tuloksen saaminen ja tavoitteet, kun yli 40-vuotiailla olivat kiire ja työn määrällinen kuormittavuus. Alle 25-vuotiailla palkka on myös yksi stressin aiheuttajista, kun taas yli 40 vuotiaista vain 9 % (n=3) vastasi kokevansa palkastaan stressiä. Haastavat asiakkaat olivat myös yksi tekijä mistä nuoremmat kokivat huomattavasti enemmän stressiä kuin vanhemmat kokeneemat myyjät. Vapaa-ajan stressin aiheuttajista yli 40 vuotiaita stressasi nuoria enemmän oma terveys/hyvinvointi ja perhe asiat. Stressiä vähentävistä tekijöistä nuorista 92 % (n=34) olivat valinneet ystävät, kun yli 40 vuotiaista sen oli valinnut 60 % (n=20). Tämän perusteella nuorille on tärkeämpää päästä viettämään vapaa-aikaa ystäviensä parissa.

Kun verrataan näiden kahden työmotivaatiota ja työarvoja nuorista suurin osa työskentelee mielummin osana tiimiä kuin itsenäisesti. Yli 40 vuotiaista tämä jakauma on taas huomattavasti tasaisempi. Alle 25 vuotiaista vastaajista suurimmat motivaattorit olivat raha ja etenemismahdollisuudet. Yli 40-vuotiailla taas raha ja työnvaihtelevuus. Näiden perusteella alle 25-vuotiaille on tärkeätä, että työpaikka mahdollistaa heille etenemismahdollisuudet urallaan ja heille myös palautteen saaminen on huomattavasti tärkeämpää kuin yli 40-vuotiaille.

10 Pohdinta

10.1 Tulosten tarkastelu omilla tulkinnoilla

Kyselyn tulokset olivat mielestäni mielenkiintoisia ja jossain määrin myös odotettavia. Kuten työn teoria osuudessa tuli myös esille myyntityön suurimmat stressinaiheuttajat ovat myyntitavoitteet ja niihin pääseminen. Tämä nousi esille lähes kaikilla kyselyyn vastanneista. Tavoitteet ja niihin pääseminen onkin myös se tärkein osa myyntityötä. Myyjän tehtävä on tuottaa yritykselle rahaa ja sitä tehdään saamalla uusia asiakkaita ja pitämällä huoli nykyisistä asiakkuuksista. Jos tähän ei pysty ja tulosta ei saada aikaiseksi on myyjä epäonnistunut tehtävässään. Tämän takia ei tule yllätyksenä, että suurin stressin aiheuttaja on tavoitteisiin pääseminen ja tuloksen saaminen, koska oma palkka ja työ ovat siitä riippuvaisia.

Vertaillessani naisten ja miesten antamia vastauksia ei tuloksista löytynyt montaa huomattavaa eroa. Kyselyyn vastanneita naisia oli 20 % (n=20). Ainoa huomattava ero oli, kun tutkin stressin vähentämiseen liittyviä tekijöitä. Naisista kotona rentoutumisen oli valinnut 95 % (n=19), kun miehistä sen oli valinnut 60 % (n=47). Muissa kyselyn osa-alueissa vastaukset olivat naisilla ja miehillä hyvin saman tyyliisiä.

Kun vertailin eri palkkausmalleilla työskenteleviä myyjiä, huomasin, että pelkällä provisio-palkalla työskentelevät myyjät kokevat enemmän stressiä verrattuna myyjiin, joilla on kiinteä pohjapalkka turvana. Vaikka pelkkä provisio-palkka mahdollistaa pääsemisen erittäin hyviin palkkoihin, niin se ei takaa varmaa taloudellista turvaa itse myyjälle. Varsinkin siinä vaiheessa, jos provisio-palkalla oleva myyjä joutuu olemaan, vaikka sairauden vuoksi poissa töistä ei hän tienaa sinä aikana penniäkään. Tämän takia en ole yllättynyt siitä, että provisio-palkalla toimiva myyjä stressaa rahasta ja tuloksiin pääsemisestä muita enemmän.

Nuoret ovat selvästi motivoituneita tekemään töitä eivätkä pelkästään rahan takia vaan myös oman kehittymisen ja uran kannalta. Tämä on selvää koska heillä oma urapolku on vielä alkuvaiheessa ja monilla on motivaatiota päästä nousemaan urallaan korkeammalle tasolle, jossa he tulevat saamaan enemmän vastuuta ja palkkaa. Vanhemmat ja pidempään alalla olleet myyjät taas arvostavat vapaa-ajan ja palkan lisäksi työnvaihtelevuutta ja hyvää työilmapiiriä. Ymmärrettävää, koska siinä vaiheessa, kun olet tehnyt pitkään samoja hommia viikosta toiseen, on varmasti mukavaa saada hieman muutoksia omaan työarkeensa. Hyvä työilmapiiri nousee myös erittäin tärkeäksi osaksi työyhteisöä ja omaa viihtyvyyttä, kun työskentelet saman talon sisällä useita vuosia.

Tämän kyselyn tulosten perusteella paras tapa motivoida myyjiä on rahalla. Yksi suurista syistä minkä takia moni pitää myyntityöstä on se, että sinulla itselläsi on mahdollisuus vaikuttaa omaan palkkaasi tulosten muodossa. Tätä varten pidän itse provisioita tärkeänä osana myyntityötä. Uuden oppiminen, etenemismahdollisuudet ja työnvaihtelevuus koettiin myös motivoivina. Tästä saa kuvan siitä, että ihmiset nauttivat muutoksista työssään. Onkin tärkeää, että työ ei tunnu pitkällä aikavälillä samalta puuduttavalta toistolta vaan, että itse kokee sen monipuoliseksi ja miellyttäväksi. Toki liian suuret muutokset liian usein saattavat aiheuttaa lisää kuormaa ja stressiä omaan työhön. Kuitenkin kyselyyn vastanneista yli puolet ovat motivoituneita uuden oppimisesta ja itsensä kehittämisestä.

Stressin vähentäjinä lomat, ystävät ja läheiset olivat kärjessä. Omat harrastukset ja urheilu olivat myös korkealla. Vapaissa vastauksissa urheilu ja ulkona liikkuminen nousivat myös usein esille. Tämä on sellainen mistä työnantaja pystyy ottamaan koppii esimerkiksi tarjoamalla työntekijöilleen liikunta ja kulttuuri setelejä, joiden avulla työnantaja kannustaa työntekijöitään harrastamaan liikuntaa tai käymään erilaisissa kulttuuri tapahtumissa, esimerkiksi: elokuvissa, museoissa tai urheilutapahtumissa.

Kyselyn tuloksista nousi myös esille, että suurin osa työskentelee mieluummin tiimissä kuin yksin. Tämä nousi esille varsinkin alle 25-vuotiaiden vastauksista. Hyvän työilmapiiriin arvostus nousi myös korkealle. Hyvän työilmapiiriin ja yrityksen kulttuuriin kehittäminen onkin tärkeää yrityksissä. Varsinkin koska nuoret tulevaisuuden työntekijät arvostavat paljon sosiaalisuutta ja yhteisöllisyyttä on tärkeää, että yritykset ottavat tämän huomioon oman henkilöstöjohdon kehittämisen osalta. Hyvä työilmapiiri ei pelkästään paranna työntekijöiden viihtyvyyttä vaan se myös parantaa heidän sitoutumistaan yrityksen toimintaan ja se myös varmasti näkyy heidän tuloksissaan.

10.2 Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset

Mielestäni tämän tutkimuksen tekeminen oli erittäin mielenkiintoista ja sainkin palautetta tutkielman mielenkiinnosta myös kyselyyn vastanneilta. Mielestäni tätä kyselyä pystyisi laajentamaan vielä suuremmalle mittakaavalle. Esimerkiksi keräämällä vastauksia 10,000 vastaajalta. Kyselyn kohderyhmiä voisi jakaa myös vielä tarkemmin eli palveluiden/tuotteiden myyjiin, koska automyyjällä, sähkömyyjällä ja ohjelmistopalveluiden myyjällä kaikilla heistä on varmasti erinäköinen näkemys myyntityöstä ja siitä, miten he sitä tekevät, mikä siinä motivoi ja miten se heihin vaikuttaa. Myös yhden suuren tutkimuksen sijaan voisi tutkimuksen tehdä, vaikka alle 25-vuotiaiden myyjien stressistä ja motivaattoreista. Tai lähteä syvemmin perehtymään siihen kuinka paljon myyntityön eri palkkausmallit vaikuttavat työntekijöiden hyvinvointiin, motivaatioon ja tuloksiin pitkällä aikavälillä.

10.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksessa on käytetty lähteinä useita ajankohtaisia ja luotettavia kirjoja ja artikkeleja. Tutkimuksen kysely luotiin hyödyntämällä Weboproliä, jonka avulla kyselyyn vastanneet pystyivät vastaamaan kyselyyn täysin anonyymisti ja sen avulla rehellisesti.

10.4 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessi sujui tasaisesti ja se pysyi suunnittelussa aikataulussa. Olin varannut opinnäytetyön tekemiselle paljon aikaa, jonka avulla mahdollistin sen, että pystyn tekemään opinnäytetyötä töiden ohella. Opinnäytetyöprosessi aloitettiin keväällä 2022. Alkuun piti keksiä opinnäytetyölleni aihe ja sen toteutustapa. Itse päädyin tähän aiheeseen, koska halusin kirjoittaa opinnäytetyöni itseäni oikeasti kiinnostavasta aiheesta. Koin myös, että tämä aihe varmasti kiinnostaa muitakin kuin minua ja sen takia se voi myös tuottaa muillekin lisäarvoa. Tuloksena oli siis tutkimustyyppinen opinnäytetyö. Aiheen valinnan jälkeen piti alkaa suunnittelemaan miten tulen tämän työn toteuttamaan. Tutkimussuunnitelman luomisen jälkeen hyväksytin työn opinnäytetyö ohjaajaltani ja aloitin työntekemisen. Aloitin työn luomalla tutkielmaa varten kyselyn, jonka lähetin 100 myyjälle. Kyselyn luominen vei yllättävän paljon aikaa koska jouduin miettimään tarkkaan, millaisia kysymyksiä halusin kysyä ja miten muotoilen ne vastaajille. Valitsin tutkimusta varten kohde-ryhmäni niin, että saisin mahdollisimman monipuolisia vastauksia eri ikäisiltä, eri kokemuksin omaamilta ja eri aloilla toimivilta myyjiltä. Kyselyn laitoin jakoon toukokuun lopussa ja suljin sen heti kun 100 vastausta tuli täyteen. Kyselytutkimuksen kirjoittamisen aloitin heti, kun olin saanut kirjoitettua teoria osuuden valmiiksi. Opinnäytetyö valmistui marraskuussa 2022 ja sen tekemiseen meni noin 7 kuukautta. Opinnäytetyön aikataulussa haasteita tuotti se, että jouduin tekemään töitä osa-aikaisena sen tekemisen ohella. Sain kuitenkin varattua kirjoittamiselle hyvin aikaa ja opinnäytetyö valmistui aikataulussa. Oman oppimisen kannalta koin tämän työn tekemisen mielenkiintoisena ja opettavana. En ole koskaan aikaisemmin kirjoittanut näin laajaa työtä opinnoissani. Senkin takia koin tämän myös hienona kokemuksena.

11 Lähteet

Alfred, L. 2020. 12 Ways to Keep Sales Stress from Taking Over Your Life. Luettavissa: <https://blog.hubspot.com/sales/how-to-deal-sales-stress>. Luettu: 04.08.2022

Barling, J. K., Barling, J., Frone, M. R., Frone, M. R., Kelloway, E. K., E. Kevin Kelloway & Michael R. Frone. 2004. Handbook of Work Stress. SAGE Publications, Inc.

Brandt, T. & Kock, H. 2020. Miten vastuullisuus näkyy myynnissä? Luettavissa: <https://esignals.fi/teemat/vastuullisuus-teemat/miten-vastuullisuus-nakyy-myyntissa/#0d605bd7>. Luettu: 11.08.2022

Digimarkkinointi. Mitä B2B-myynti on 2020-luvulla?
Luettavissa: <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/b2b-myynti>
Luettu: 07.06.2022

Durcham, M. 2019. Myyjä, vaivaako sinuakin myyntikammo? Näin pääset eroon ikävästä seuralaisesta. Luettavissa: <https://brik.fi/brik-lehti/myyja-vaivaako-sinuakin-myyntikammoin-paaset-eroon-ikavasta-seuralaisesta/>. Luettu: 15.08.2022.

Feldt, T., Hakanen, J., Hyvönen, K., Huhtala, M., Hätinén, M., Kinnunen, U., Lappalainen, P., Lappalainen, R., Mauno, S., Mäkilängas, A., Puolakanaho, A., Rantala, A., Salonen, K., Seppälä, P. & Vartiainen, M. 2017. Tykkää työstä: työhyvinvoinnin psykologiset perusteet. PS-kustannus. Jyväskylä. E-kirja. Luettu: 20.07.2022

Hänti, S. 2016. Oivaltava myyntityö: asiakkaana organisaatio. Edita. Helsinki. E-kirja. Luettu: 13.07.2022

Katariina Rönqvist – tek.fi. Teknostressi on aikamme vitsaus.
Luettavissa: <https://www.tek.fi/fi/uutiset-blogit/teknostressi-aikamme-vitsaus>.
Luettu: 11.04.2022

Koivumäki, A & Korteso, K. 2019. Sata faktaa myynnistä. Alma talent. Helsinki. E-kirja. Luettu: 04.08.2022.

Lainema, K., Hämäläinen, R. & Syynimaa, K. 2021. Hyvinvointi, osaaminen ja yhteisöllisyys digitaalisissa työympäristöissä. Ammattikasvatuksen aikakauskirja, 23(3), pp. 72–80.

Levanto, S. 2018. Itsensä johtaminen ja valmentaminen. Luettavissa: <https://psykologia.wordpress.com/2018/05/08/itsensa-johtaminen-ja-valmentaminen/>. Luettu: 14.08.2022

Manka, M. & Manka, M. 2016. Työhyvinvointi. Talentum Media. Helsinki. E-kirja. Luettu: 17.07.2022

Martina, A. 2018. Näin motivoit itsesi: 7 toimivaa vinkkiä. Luettavissa: <https://www.salkunrakentaja.fi/2018/05/nain-motivoit-itsesi-7-toimivaa-vinkkia/>. Luettu: 16.08.2022

Norja, R. 2021. Kuinka kohdata haastava asiakas ammatillisesti? Luettavissa: <https://www.ukko.fi/yrityskoulu/kuinka-kohdata-haastava-asiakas-ammattimaisesti/>. Luettu: 31.07.2022

Mayor, P & Risku, M. 2015. Opas yksilölliseen motivointiin : 16 perustarvetta johtamisen apuna. Talentum. Helsinki. E-kirja. Luettu: 07.07.2022

Nummelin, T. 2008. Stressi haastaa työkyvyn : varhainen puuttuminen esimiehen työkaluna. SanomaPro cop. Helsinki. E-kirja. Luettu: 04.08.2022

Parikka, M. 2019. Mikä motivoi myyjää? Tuoretutkimus paljastaa yllättävän eron suomalaisista. Luettavissa: <https://www.adeptus.fi/myyntiestteet/myynnin-motivaatio-tutkimus>. Luettu: 13.07.2022

Parvinen, P. 2013. Myyntipsykologia: Näin meillä myydään. Docendo. Jyväskylä. E-kirja. Luettu: 13.07.2022

Piia Kunnas. 2016. MMA. Tulospaine stressaa myyjää. Luettavissa: <https://mma.fi/ajankohtaista/artikkelit/tulospaine-stressaa-myyjaa/> Luettu 10.04.2022

Pullins, E., Tarafdar, M. & Pham, P. 2020. The dark side of sales technologies: how technostress affects sales professionals. Journal of organizational effectiveness: people and performance, 7, s. 297-320.

Salo, M. Pirkkalainen, H. 2022. Teknostressi häiritsee keskittymistä, unta ja ihmissuhteita, mutta sen torjumiseen on keinonsa. Mustread.


Sinokki, M. 2016. Työmotivaatio : innostusta, laatua ja tuottavuutta. Tietosanoma. Helsinki. E-kirja. Luettu: 06.07.2022.

Tarafdar, M., Bolman Pullins, E. & Ragu-Nathan, T.S. 2014. Examining impacts of technostress on the professional salesperson's behavioural performance. *The journal of personal selling & sales management*, 34, s. 54-55.

12 Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Opinnäytetyön tutkielma myyjän stressistä ja motivaattoreista

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Tämä kysely on tehty osana opinnäytetyötä, liittyen myyjän stressi- ja motivaatiotekijöihin. Kyselyn tekemiseen menee pari minuuttia. Kyselyn vastauksia ei yhdistetä vastanneihin ja kysely on täysin vapaaehtoinen. Lisätietoja kyselystä saat ottamalla minuun yhteyttä: tuomo.jeskanen@myy.haaga-helia.fi

1. Ikäsi

- ☐ <25
- ☐ 25-40
- ☐ >40

2. Sukupuolesi

- ☐ Mies
- ☐ Nainen
- ☐ Muu
- ☐ En halua vastata

3. Työkokemuksesi myyntityössä

- ☐ alle 5 vuotta
- ☐ 5-10 vuotta
- ☐ 11-25 vuotta
- ☐ Yli 25 vuotta

4. Työskenteletkö yritysmyyntin vai kuluttajamyyntin puolella

- ☐ Yritysmyynti
- ☐ Kuluttajamyynti
- ☐ Molemmissa

5. Ammattinimikkeesi**6. Palkkatyyppisi**

- ☐ Kiinteäpalkka
- ☐ Provisiopalkka
- ☐ Kiinteäpalkka + provisio

Seuraava

7. Asteikolla 0-5 kuinka stressaavana pidät työtäsi? ***8. Kuinka usein koet itsesi stressaantuneeksi?**

- ☐ Joka päivä
- ☐ Muutaman kerran viikossa
- ☐ Muutaman kerran kuukaudessa
- ☐ En koskaan / Hyvin harvoin

9. Mitkä näistä aiheuttavat sinulle stressiä työssäsi?

- ☐ Tuloksen saaminen
- ☐ Muutokset työssä
- ☐ Tavoitteet
- ☐ Epävarmuus
- ☐ Kiire
- ☐ Esimies
- ☐ Työn määrällinen kuormittavuus
- ☐ Vastuu
- ☐ Haastavat asiakkaat
- ☐ Kollegat
- ☐ Palkka
- ☐ Muu, mikä?
- ☐ Ei mikään

10. Mitkä näistä aiheuttavat sinulle stressiä elämässäsi?

- ☐ Raha
- ☐ Terveys / Hyvinvointi
- ☐ Perhe / Läheiset
- ☐ Aika
- ☐ Työ
- ☐ Muu, mikä?
- ☐ Ei mikään

11. Mitkä näistä vähentävät stressiäsi?

- ☐ Perhe / Läheiset
- ☐ Urheilu
- ☐ Loma
- ☐ Harrastukset
- ☐ Ystävät
- ☐ Selkeä työnkuva
- ☐ Esimieheltä tai kollegalta saatu henkinen tuki
- ☐ Ruoka / Juoma
- ☐ Kotona rentoutuminen
- ☐ Muu, mikä?
- ☐ Ei mikään

12. Mitä teet vähentääksesi stressiä?[Edellinen](#)[Seuraava](#)

13. Vastaa väittämiin

	1	2	3	4	5	
PIDÄN TYÖSTÄNI						
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä
OLEN HYVÄ TYÖSSÄNI						
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä
OLEN TYYTYVÄINEN PALKKAANI						
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä
TYÖSKENTELEN HYVIN STRESSIN ALAISENA						
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä
STRESSAANNUN HELPOSTI						
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä
KOEN TYÖTEHTÄVISSÄNI SUORITUSPAINeita						
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä
AJATTELEN TYÖASIOITA VAPAA-AJALLA						
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä
MINUA ON HELPPO MOTIVOIDA						
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä
OSAAN OTTAA VASTAAN KRITIIKKIÄ						
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä
PIDÄN VASTUUN OTTAMISESTA						
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä
TYÖNI ON HAASTAVAA						
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

Edellinen

Seuraava

14. Asteikolla 0 - 5 kuinka motivoitunut olet työhösi? *



15. Työskenteletkö mielummin yksin vai tiimissä?

- ☐ Yksin
- ☐ Tiimissä

16. Mitkä näistä motivoivat sinua työssäsi?

- ☐ Raha
- ☐ Esimies
- ☐ Kollegat
- ☐ Lomat
- ☐ Vastuu
- ☐ Etenemismahdollisuudet
- ☐ Uuden oppiminen
- ☐ Työn vaihtelevuus
- ☐ Palautteen saaminen
- ☐ Muu, mikä?
- ☐ Ei mikään

17. Listaa seuraavat asiat tärkeysjärjestykseen ykkösen ollessa tärkein

Palkka	Valitse ▾
Vapaa-aika	Valitse ▾
Vastuu	Valitse ▾
Etenemismahdollisuudet	Valitse ▾
Itsenäinen työskentely	Valitse ▾
Työn vaihtelevuus	Valitse ▾
Hyvä työilmapiiri	Valitse ▾
Joustava työnantaja	Valitse ▾

[Edellinen](#)[Lähetä](#)