

Opinnäytetyö (AMK)

Myyntityö

Rahoitus- ja vakuutuspalvelut

2017

Toni Terho

# AVOKONTTORI TYÖYMPÄRISTÖNÄ JA SEN KEHITTÄMINEN

Toni Terho

## AVOKONTTORI TYÖYMPÄRISTÖNÄ JA SEN KEHITTÄMINEN

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli löytää ratkaisua avokonttoritilojen kehittämiseksi. Sen lisäksi tarkasteltiin kuinka tyytyväisiä Vakuutusyhtiö X:n myynti- ja asiakaspalveluhenkilöstö ovat avokonttoriympäristöönsä, sekä löytyykö työtehtävien väliltä eroavaisuuksia työtyytyväisyydessä. Tutkimuksessa käsitellään myös, mitä on myynti- ja asiakaspalvelutyö.

Tutkimusmenetelmäksi valittiin määrällinen tutkimus eli kvantitatiivinen tutkimus. Tiedonkeruumenetelmäksi valittiin sähköinen kysely, johon osallistui 43 myynnin ja 28 asiakaspalvelun työntekijää.

Teoria osuudessa selvennetään, mitä on myynti- ja asiakaspalvelutyö. Myynti perustuu asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin. Laajemmassa näkökulmassa myynti on myös toiseen ihmiseen vaikuttamista. Myyntiä ja asiakaspalvelua ei saa liialti erottaa toisistaan, vaan ne kulkevat usein käsi kädessä. Asiakaspalvelussa on aina kyse asiakkaan auttamisesta ja tarpeiden täyttämisestä.

Teoria osuudessa käsitellään myös hyvän toimistoympäristön edellytyksistä. Työtilan valaistus, ilmasto, ääniympäristö ja värit vaikuttavat merkittävästi työntekijöiden tyytyväisyyteen ja viihtyvyyteen. Teoria osuuteen on otettu mukaan kaksi laajaa aikaisemmin tehtyä tutkimusta avokonttoriympäristön hyödyistä ja haitoista, joita verrataan tehdyn tutkimuksen tuloksiin.

Tutkimuksen tuloksena selvisi, että suurimmat haitat avokonttoriympäristössä ovat melun taso ja yksityisyyden puuttuminen, joista erityisesti äänen tasoa pidettiin tärkeänä asiana tyytyväisyyden ja toimintakyvyn kannalta. Tyytyväisiä oltiin vuorovaikutuksen helppouteen. Tulokset ovat samansuuntaiset aikaisempiin tutkimuksiin nähden. Eroavaisuutena löydettiin, ettei yksityisyyden puuttumista pidetä kuitenkaan kovinkaan tärkeänä tekijänä yleiseen tyytyväisyyteen. Vakuutusyhtiö X:ssä asiakaspalveluhenkilöstö oli yleisesti ottaen tyytyväisempiä avokonttoriympäristöönsä kuin myyntihenkilöstö.

### ASIASANAT:

Asiakaspalvelu, avokonttori, myynti, työympäristö

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Professional Sales | Financing and Insurance Services

2017 | Total number of pages: 36

Toni Terho

## WORKING ENVIRONMENT AND THE DEVELOPMENT OF OPEN-PLAN OFFICE

The aim of this study was to find out how to develop open-plan offices. In addition to this was to find out how satisfied Insurance Company X's sales and customer service staff are their open-plan office environment and is there differences between job satisfaction. Results of this study were comparable with previous studies about open plan offices, which have shown more disadvantages than benefits. The study also deals with what is selling and customer service.

The study was executed as a quantitative research. Data were collected from the electronic survey, which was attended by 43 sales and 28 customer service employees.

The theoretical part tells what is a sales and customer service. Sales based on the customer's needs and desires. In a broader aspect of the sale is also another human influence. Sales and customer service should not be too strongly separated from each other. They often go hand in hand. Customer service is always a question of helping the customer and the fulfillment of needs.

The theory section also deals with the conditions for a good office environment. Workspace lighting, climate, sound environment and the colors significantly affect the satisfaction and comfort of workers. The theoretical part has been included in two large previously done research open-plan office advantages and disadvantages, which are compared with the results of the investigation.

As a result of the study showed that the biggest disadvantages in open-plan office are the level of noise and lack of privacy. Especially the sound level was considered as an important matter of satisfaction. People were pleased with the ease of interaction. The results of the study are in line with previous studies. Discrepancy was discovered that the lack of privacy is not considered to be very important factor in overall satisfaction. The customer services were generally more satisfied than sales staff of their open-plan office environment.

### KEYWORDS:

Customer service, open-plan office, sale, working conditions

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 MYYNTI- &amp; ASIAKASPALVELUTYÖ</b>	<b>8</b>
2.1 Mitä on myynti ja asiakaspalvelu?	8
2.2 Telemarkkinointi	10
<b>3 HYVÄN TOIMISTOYMPÄRISTÖN EDELLYTYKSET</b>	<b>13</b>
3.1 Toimistotilan & työpisteen yleissuunnittelu	13
3.2 Työtilan ikkunallisuus & valaistus	14
3.3 Sisäilmasto, värit, kasvillisuus & ääniympäristö	14
<b>4 TUTKIMUKSET AVOKONTTORIYMPÄRISTÖSTÄ</b>	<b>18</b>
4.1 Työtilatyytyväisyys- tutkimus	18
4.2 Käyttäjälähtöiset toimistotilat- tutkimus	21
<b>5 CASE: AVOKONTTORIYMPÄRISTÖN KOKEMINEN JA KEHITTÄMINEN</b>	<b>23</b>
5.1 Lähtötilanne	23
5.2 Tutkimusmenetelmän valitseminen	24
5.3 Sähköinen kysely & vastausten analysointi	25
5.4 Kehitysehdotukset	32
<b>6 JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>34</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>36</b>

## LIITTEET

Liite 1. Sähköinen kysely (Myynti- ja asiakaspalveluhenkilöstö)

## KUVAT

Kuva 1. Myyntityössä menestymisen lähtökohdat (Hänti ym. 2016).....	9
Kuva 2. Yleispiirteet eri toimisto layouteissa. (Kim & de Dear 2013) .....	18
Kuva 3. Luettelo tutkimuksen kysymysten osa-alueista. (Kim & de Dear 2013) .....	19

Kuva 4. Osa-alueen tärkeys tyytyväisyyteen (tärkein = 1.) (Kim & de Dear 2013).....	20
Kuva 5. Istumajärjestys lähtötilanne 2014 & tutkimushetkellä 2016 .....	24
Kuva 6. Nykyinen istumajärjestys .....	31

## TAULUKOT

Taulukko 1. Olen tyytyväinen työtilani (avokonttori)	26
Taulukko 2. Kuinka tärkeänä pidät työtyytyväisyytesi / toimintakykysi kannalta työtilasi (avokonttori)	28
Taulukko 3. Tyytyväisyserot myynti (TS) & asiakaspalvelu (CC)	29
Taulukko 4. Tärkeyserot myynti (TS) & asiakaspalvelu (CC)	30

# 1 JOHDANTO

Avokonttorilla tarkoitetaan isoa toimistotilaa, jossa toimii kymmeniä tai satoja työntekijöitä samassa kerroksessa. Työtilat ovat useasti eroteltu sermeillä tai tilat voivat olla ilman väliseiniä. Avokonttori termi on käyttöön otettu 1960-luvulla. Avokonttori ratkaisulla useimmiten taustalla on taloudelliset syyt. Erilliset työtilat vievät enemmän tilaa ja ne tulevat kalliiksi. Lisäksi työnteon valvonta on hankalampaa kuin avokonttoreissa. Organisaation muuttuessa avotila on helpommin järjestettävissä uudelleen. Avokonttoreilla halutaan myös lisätä tiedonkulun helpoutta. Avokonttori sopii erinomaisesti työhön, jossa tarvitaan paljon vuorovaikutusta työntekijöiden kesken. Työn sisällön ja kohteen ollessa sama, voivat työntekijät jakaa ideoita ja antaa tukea toisilleen. Monet työntekijät kuitenkin pitävät erillisen oman työhuoneen tuomaa rauhaa, hiljaisuutta ja yksityisyyttä. Oma työtila vaikuttaa positiivisesti työtyytyväisyyteen, hyvinvointiin ja terveyteen avotilaan verrattuna. Työ joka vaatii keskittymistä, rauhallisen tilan merkitys suurenee. Avokonttorissa voidaan väliseinillä sulkea katseita, mutta ihmisten tuottamat äänet ovat suurin ongelma. Keskittymistä ja tarkkaavaisuutta häiritsevät puhelinkeskustelut ja ihmisten liikkumisen äänet. Tilojen suunnittelussa on haasteena löytää oikea tasapaino yksityisyyden, helpon kommunikoinnin ja organisaation avoimuuden välillä. Näiden takia avokonttoreissa käytetään esimerkiksi monenlaisia ääntä vaimentavia seinäkkeitä. (Launis & Lehtelä 2011,123-124; Ketola & Hongisto 2007, 17.)

Toimistotyöstä on tullut nykyään monimuotoisempaa ja langattoman internetin käytön myötä tilojen merkitys ja käyttö on muuttunut. Olemassa ei ole yhtä oikeaa pohjaratkaisua toimitiloille. Tilat tulisi suunnitella kunkin yksikön ja ryhmän edellyttämällä tavalla, jotta ne palvelisivat työyhteisöä parhaalla mahdollisella tavalla. Joustavuus mahdollisille tilamuutoksille olisi myös tärkeää. Nykyään toimistojen sisäympäristön rooli viihtyvyyteen, tuottavuuteen ja tyytyväisyyteen on korostunut, niin uusissa, että vanhoissa toimitiloissa. (TTL 2012)

Vakuutusyhtiö X:n Turun toimipiste on rakennettu pääasiallisesti avokonttorimalliin, jossa on kymmenittäin eri työtehtäviä. Opinnäytetyön aiheena on avokonttori työympäristönä ja sen kehittäminen. Opinnäytetyö tehdään toimeksiantona Suomessa toimivalle vakuutusyhtiö X:lle. Opinnäytetyö on rajattu koskemaan yhtiön myynti- ja asiakaspalveluyksiköiden Turun toimitiloihin. Myyntiyksikkö tekee pääsääntöisesti puhelintyötä out-

bound soittoina eli ulospäin suuntautuvaa soittoa. Asiakaspalvelu ottaa puolestaan vastaan inbound virtaa, jossa asiakas soittaa yritykselle. Kummassakaan työtehtävässä ei asiakas ole fyysisesti läsnä, vaan kaikki vuorovaikutus tapahtuu puhelimen kautta. Mahdollista on käydä myynti- tai asiakaspalvelutilanne verkkoneuvotteluna, jossa on mukana webkamera.

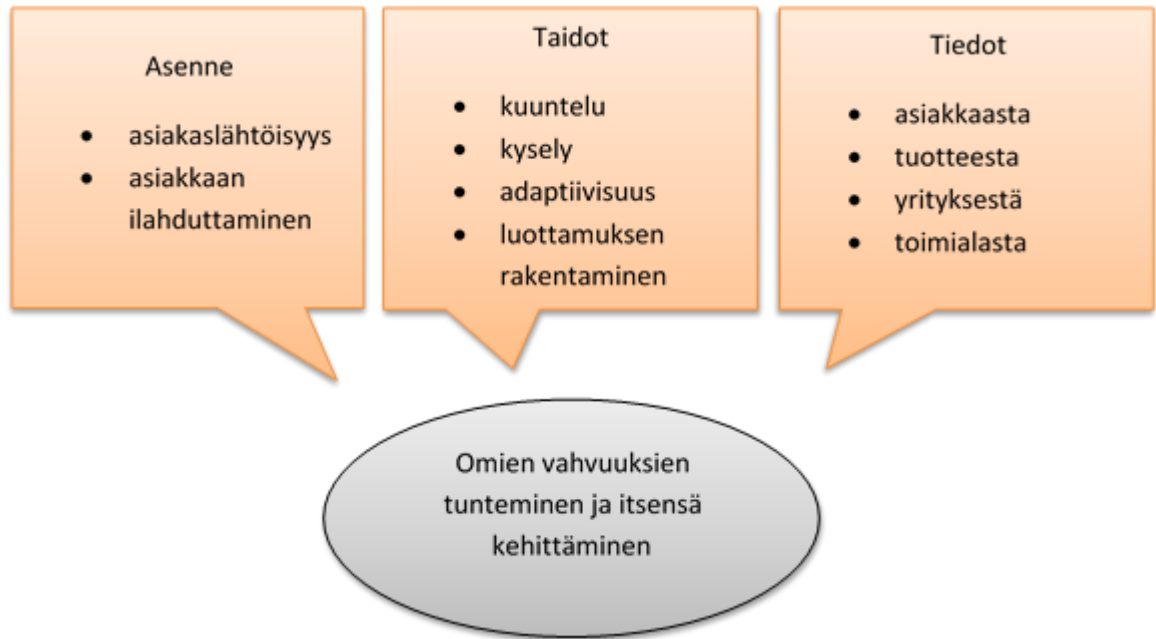
Työssä pyritään löytämään ratkaisua avokonttoritilojen kehittämiseksi. Tämän osalta päästäisiin lähemmäksi ihanteellista avokonttoriympäristöä, joka tukisi itse työskentelyä. Sen lisäksi tutkitaan, kuinka tyytyväisiä vakuutusyhtiö X:n myynti- ja asiakaspalveluyksiköiden työntekijät ovat avokonttoriympäristöön. Saatuja tuloksia voidaan verrata aikaisempiin tutkimuksiin. Näillä saadaan selville pitävätkö useat tutkimukset avokonttorien haitoista ja hyödyistä paikkansa tutkittavassa vakuutusyhtiössä. Lisäksi voidaan tarkastella, koetaanko avokonttoriympäristö erilaisena, kun työnkuva on erilainen. Myyntityö ja asiakaspalvelu ovat työluonteeltaan hieman erilaisia. Opinnäytetyössä käydään myös läpi, mitä on myynti- ja asiakaspalvelutyö. Tutkimuksessa voidaan osittain päätellä myös, onko avokonttoriympäristö optimaalinen ratkaisu molemmille yksiköille vai pitäisikö toimitilat suunnitella työtehtävien mukaan.

## 2 MYYNTI- & ASIAKASPALVELUTYÖ

### 2.1 Mitä on myynti ja asiakaspalvelu?

Myyjä on henkilö, joka tarjoaa tuotteita, palveluita ja ideoitaan muille korvausta vastaan. Perusolettamus perustuu vaihtokauppaan. Annat toiselle jotain, saat jotain. Myynti on pohjimmiltaan yksinkertaista ja luonnollista toimintaa. Vaihtokauppa on mahdollistanut ihmiskuntamme kehittymisen. Laajemmassa näkökulmassa myynti on toiseen ihmiseen vaikuttamista. Myynnissä saadaan toinen ihminen ajattelemaan ja toimimaan halutulla tavalla. Vaikuttamisen lisäksi myyntityö on vuorovaikutusta ihmisen kanssa. Huippumyyjä hallitsee vuorovaikutuksen eri toimintatavat, kuten esiintymisen ja ennen kaikkea kuuntelun. Hän osaa lukea ihmistä. Hyvä myyjä huomaa asiakkaan antamat ostosignaalit ja käyttää nämä hyväkseen. Onnistunut myynti perustuu myös asiakkaan sen hetken tarpeisiin ja toiveisiin. Asiakas on kiinnostunut tuotteista, jotka auttaa häntä saavuttamaan omat tarpeet ja toiveensa entistä helpommin, tehokkaammin tai tuottoisammin. Myyjä pyrkii osoittamaan, että juuri hän on oikea henkilö toteuttamaan nämä. Myyjän tulee tuntea tuotteensa ja yrityksensä, jolloin hän voi kertoa sen tuomat hyödyt ja ominaisuudet asiakkaalle. Myyjän tulee myydä ensin itsensä ja tämän jälkeen vasta tuotteensa. Ilman asiakaspalvelua ja asiantuntemusta, ei ole myöskään myyntiä. Myyntityö tulee olla samalla asiakaslähtöistä, jossa palvellaan asiakasta. Tehokas myyjä ei lannistu asiakkaan vastaväitteistä, vaan suorittaa aina myyntityönsä loppuun asti. Ratkaiseviksi tekijöiksi myynnin onnistumiselle nousee esille myyjän henkilökohtaiset ominaisuudet ja kyky vakuuttaa tuotteensa sopivuus asiakkaan tarpeisiin. (Helin 2011, 107,144; Kokonaho 2011, 9-10; Vuorio 2008, 110.)





Kuva 1. Myyntityössä menestymisen lähtökohdat (Hänti ym. 2016)

Yrityksen toiminnoista asiakaspalvelu on harvoja toimintoja, joissa olennainen osa on ihmisten kanssa oleminen ja vuorovaikuttaminen. Asiakaspalvelu voi esimerkiksi tapahtua kasvokkain, puhelimitse ja sähköpostin välityksellä. Aihe on mielenkiintoinen ja haastava, sillä koskaan ei voida etukäteen tietää asiakkaan mielialaa ja tämän päivän tarpeitaan. Asiakaspalvelijaan kohdistuvat odotukset ovat kuitenkin yleisesti tiedossa. Ihmisillä on tarve tulla hyväksytyksi, kuulluksi ja ymmärretyksi. Asiakaspalvelussa on aina kysymys asiakkaan auttamisesta ja tarpeidensa täyttämisestä. Asiakas haluaa yritykseltä jotain mitä hän tarvitsee. Tällöin tarjotaan palvelua, jolla saatetaan tapahtuma eteenpäin. Asiakkaan oston lisäksi tarjotaan hyvä asiakaskokemus ja tarjotaan mahdollisesti palvelulla asiakkaalle jotain lisäarvoa. Palvelu on itsessään pääosin aiheetonta, joten tästä ei jää mitään konkreettista. Palvelu on enemmänkin tuntemus. Palveluun on tärkeää panostaa, sillä sitä ei voi palauttaa ja harvoin korjata jälkikäteen. Palvelutapahtumat koetaan eri tavoin asiakkaiden keskuudessa. Tähän vaikuttavat asiakkaan odotukset ja aikaisemmat kokemukset. Palvelun laatu on haasteellinen käsite. Laadun mittaa aina asiakas. Yritys voi itse määritellä tason, jonka haluaa vähintään toteuttaa. Kilpailukykyään parantaakseen yritys voi erottautua palvelulla, sillä tuotteet on helppo kopioida, palvelua ei. Palvelun laatu voidaan jakaa tekniseen ja toiminnalliseen. Tekninen laatu osoittaa tuotteen laadun ja toiminnallinen, miten asiakas palvelun saa ja sen kokee. Tuote voi teknisesti olla hyvä, mutta palvelukokemuksen ollessa heikko, ei

asiakas ole täysin tyytyväinen. Toisaalta, vaikka tuotteessa olisi parantamisen varaa mutta asiakaspalvelija on antanut hyvää palvelua, voi asiakas olla tyytyväinen. (Flink ym. 2015, 74; Eräsalo 2011, 12-18.)

Asiakaspalvelu on asiantuntijatehtävä, jolloin tulee tuntee yrityksen tuotteet ja palvelut. Hänen tulee toimia ammattimaisesti ja edustaa yritystään. Asiakaspalvelutilanteessa asiakas on yrityksen vieras, jolloin asiakaspalvelijan tulee osoittaa arvostusta. Tämä varmistaa, että asiakas on tyytyväinen ja tulee jatkossakin olemaan yrityksen asiakas. Asiakkaalla tulee olla tunne, että hän on yritykselle tärkeä. Voidaan sanoa, että tämän päivän palvelu on huomisen markkinointia. Tämän lisäksi asiakas suosittelee yritystä muille. Suusta suuhun tapahtuva markkinointi on tehokkaampaa kuin median kautta tuleva markkinointi. Asiakaspalvelu on myös myyntityötä. Myyntityötä ja asiakaspalvelua ei saa liialti erottaa toisistaan. Myynti ei ole erillistapahtuma, vaan sitä tapahtuu jatkuvasti. Asiakkaalle tulee aktiivisesti esitellä ja tarjota oheis- ja lisäpalveluja, eikä ainoastaan mitä hän itse pyytää. Asiakas ei välttämättä edes tiedä yrityksen lisäpalveluista ellei sitä hänelle tarjota. Asiakkaan tyytyväisyys lisääntyy lisäpalveluiden myötä. (Eräsalo 2011, 14-16.)

## 2.2 Telemarkkinointi

Telemarkkinointi on puhelimesta tapahtuvaa myyntiä, myynninedistämistä ja asiakaspalvelua. Tämä on puhelinmyynnin kehittyneempi muoto. Telemarkkinoinnilla saadaan enemmän tuloksia pienemmillä kustannuksilla. Tätä käytetään etenkin sellaisiin kohteisiin, joissa sen tuomat hyödyt ovat suuret. Yleisin tunnettu telemarkkinoinnin muoto on eri aikakauslehtien myynti puhelimesta. Inbound ja outbound-myynti ovat asiakkaille ennestään tuttuja, jossa soitetaan ulospäin tai vastaanotetaan puheluita. Nykyään telemarkkinointi on paljon muutakin. Viime vuosina telemarkkinointi on levinnyt osaksi kokonaismarkkinointia uusille toimialoille kuten vakuutusyhtiöihin ja pankkeihin. Telemarkkinointii varten perustetut Call/Contact centerit voivat tarjota monimuotoisia palveluita, kuten uuden tuotteen lanseeraaminen, koulutuspalveluita, suoramainonnan oheispalveluita tai sitä täydentäviä palveluita. Eri keinoja tarjota asiakkaalle tuotteita tai palveluita on monia, kuten suoramyynti, edustajakäynti, mainonta tai puskaradio. Telemarkkinointi voi olla pääasiallinen lähestymistapa tai se voi tukea muita markkinoinnin muotoja. Te-

lemarkkinointi on luonteeltaan henkilökohtaista ja vuorovaikutteista. Siinä on samanlaisia piirteitä kuin edustajakäynneissä, mutta puhelimella saa tavoitettua enemmän asiakkaita ja kauppoja. (Helin 2011, 243; Vuorio 2008, 92-94.)

Telemarkkinoinnissa käytetään myynti ja asiakasrekisterien segmentointia. Tässä asiakkaat jaetaan ryhmiin ostopotentiaalinsa tai oletetun ostopotentiaalinsa mukaan. Asiakkaita tutkitaan monilla mittareilla. Asiakkaasta pyritään selvittämään mahdolliset tarpeet. Yleistä on käyttää hyödykseen asiakkaan ostohistoriaa. Myyntiä on parempi tehdä kohdennetusti, jolloin tarjotaan tuotetta tai palvelua valikoidulle asiakasryhmälle. Tällöin ostopotentiaali on todennäköisesti suurempi ja asiakas on kiinnostuneempi tuotteesta tai palvelusta. Itse myyntityö ei juurikaan eroa kohdentamattoman ja kohdennetun asiakkaan välillä. Molemmissa on kartoitettava asiakkaan tarpeet, mitä hän tarvitsee ja on halukas ostamaan. Kohdennettu myynti tuottaa parempaa tulosta samanlaisilla työmäärillä ja se säästää kuluja. Myyjä kokee myös työn mielekkäämpänä ja lopputuloksen parantuvat. (Helin 2011, 244; Vuorio 2008, 99-100.)

Puhelimesta koko vuorovaikutus on äänen varassa. Asiakas ei näe myyjää, mutta tilanne on silti henkilökohtainen. Ääni ei ole pelkästään sanoja, vaan se herättää asiakkaassa monenlaisia tunteita. Tunteita muodostuu äänensävyistä, äänen korkeudesta ja puherytmistä. Puhujan äänessä tärkeintä ei ole sanat vaan miten asia sanotaan. Äänen perusteella luodaan mielikuva myyjän luotettavuudesta, pätevyydestä ja uskottavuudesta. Tunteet ovat usein ratkaiseva tekijä puhelintyössä. Mikäli keskustelun sävy on epämiellyttävä, kauppoja tuskin tulee, vaikka asiakas tarvitsisi tuotetta. Tunnelman ollessa miellyttävä asiakas on vastaanottavaisempi. Miellyttävä ja vakuuttavin puheääni on rytmiltään hidas ja äänenpainoltaan matala. Näin asiakas pysyy puheen perässä ja ymmärtää myyjää. Hidas puherytmi ei saa kuitenkaan olla liian yksitoikkoinen, sillä se pitkästyyttää asiakasta. Puhetyyli tulee olla vaihteleva, jota saadaan aikaan laskemalla ja nostamalla äänentaso. Lisäksi myyjän kannattaa painottaa tiettyjä kohtia ja pitää puheen välissä taukoja. (Kokonaho 2011, 57-58; Vuorio 2008, 82-83.)

Vuorovaikutuksen lisäksi tärkeää on asiakkaan kuunteleminen. On olemassa myyjä, jotka koettavat tehdä myyntiä myyntipuheensa panostamalla. Repliikit osataan ulkoa ja asiakkaan kommentit ja kysymykset jäävät toissijaisiksi. Hyvä myyjä kuitenkin panostaa asiakkaan kuuntelemiseen, puhumisen sijaan. Asiakkaan kysymyksillä ja kommentteilla myyjä saa arvokasta tietoa asiakkaan tarpeista. Kuuntelemalla oppii enemmän asiakkaasta. Myyjät kuitenkin sortuvat helposti puhumaan liikaa omaa myyntipuhettaan koska hän haluaa kontrolloida tilannetta mahdollisimman paljon. Toinen syy on myöskin, että

myyjä kokee velvollisuutena kertoa tuotteistaan tai palvelustaan kaiken. Ensin kuitenkin tulisi selvittää asiakkaan oikeat tarpeet, jolloin osaa jättää epäolennaiset asiat keskustelusta pois. Kolmas syy pitkälle tuotelähtöiselle myyntipuheelle, että se vaatii vähemmän suunnittelua kuin asiakaslähtöinen näkökulma. Tällöin myyjä pääsee helpommalla. Yleinen harhaluulo on myös, että luullaan asiakkaan haluavan myyjän puhuvan. Tämä seikka johtaa kaupankäynnin historiasta, josta on opittu myyjien pitävän pitkiä myyntipuheita. (Leppänen 2007, 72-74.)

Myyntitulokseen vaikuttaa, että puheluita on määrällisesti paljon. Kontaktien suuri määrä ja puheluiden kesto korvaavat myyntitaidon puutteita tiettyyn rajaan asti. Tulos tehdään puhelimesta. Ilman puheluita, ei tule tulosta. Useimmiten ahkera myyjä voittaa laadullisesti paremman, ellei tasoero ole merkittävä. Myynti ei ole kuitenkaan pelkästään määrälaji. Kontaktien määrän lisäksi tarvitaan laatua. Se vaatii oikeaa tekniikkaa ja taitoa. Henkilökohtaiset taidot ja työasenne ovat tärkeimpiä tekijöitä. Laatua voidaan mitata monilla eri tavoin. Voidaan laskea esimerkiksi osumatarkkuutta tai ajankäyttöä. Laadukkaan myyjän asiakkaat ovat uskollisia ja tilauksia ei peruuteta. Myyntityön onnistumiseen vaikuttaa merkittävästi myös oikea suuntaus. Tämä tarkoittaa, että myyjä on riittävästi puhelimen ääressä ja käyttää työaikansa oikein. Mikäli aikaa kuluu liikaa paperityöhön tai muuhun ajan viettämiseen, on se tuloksesta pois ja suuntaus väärä. Tulee panostettava olennaisiin ja tärkeimpiin asioihin. (Helin 2011, 244-245; Vuorio 2008, 106-111.)

## 3 HYVÄN TOIMISTOYMPÄRISTÖN EDELLYTYKSET

### 3.1 Toimistotilan & työpisteen yleissuunnittelu

Toimistolla tarkoitetaan tyypillisesti hyvin varustettua ja ilmastoitua kokonaista rakennusta. Yleisesti toimiston työpiste on rajattu alue, työhuone tai seinäkkein erotettu avotilan osa. Työtiloja ja työpisteitä koskevat eri standardien ja lakien asettamat vaatimukset. Näiden lisäksi työtilojen ja niiden varustuksen valinnoissa voidaan käyttää apuna erilaisia suosituksia. Työhuoneen pinta-alalle ei ole kuitenkaan standardin asettamia vaatimuksia. Työhuoneen tulee tulla pinta-alaltaan ja tilavuudeltaan riittävä työntekoon ja siellä liikkumiseen. Avokonttorissa, jossa tarvitaan pöytätilaa, voidaan yhden henkilön minimi-tilana pitää 7-8 m<sup>2</sup> lokeroa. Työtilasuunnittelussa tavoite on työtehtävää tukeva, sekä työntekijöille sopivan, turvallisen, terveellisen ja toimivan työpisteen luominen. (Launis & Lehtelä 2011,129, 143; Ketola & Hongisto 2007, 9.)

Hyvän työpisteen ominaisuuksia:

- Työasento on tasapainoinen ja hyvin tuettu, ja sitä voi vaihdella vapaasti.
- Työpisteessä voi liikkua vapaasti ja perusasentoa (seisten/istuen) voi vaihdella.
- Työntekijöiden mitat ja mittojen erot on otettu huomioon:
  - pienet henkilöt ulottuvat kohteisiin
  - suuret henkilöt mahtuvat tilaan
  - istuin ja pöytä ovat säädettävissä.
- Laitteiden vaatima voimankäyttö ei ole liiallista.
- Laitteiden käyttö on helppoa ja virheetöntä.
- Työntekijä saa tarvitsemansa tiedon helposti ja varmasti.
- Työtila ja muut järjestelyt sallivat kommunikoinnin työntekijöiden kesken.
- Ympäristötekijät, kuten valaistus, lämpötila ja ääniympäristö, ovat ihmiselle sopivat ja myös työtehtävän vaatimusten mukaisia.
- Työpisteessä ei ole tapaturmia aiheuttavia tekijöitä.
- Työpiste on helppo pitää siistinä (Launis & Lehtelä 2011,130)

### 3.2 Työtilan ikkunallisuus & valaistus

Luonnonvalo on työmukavuuden ja viihtyvyyden kannalta olennainen asia. Ulkoa tulevaa valoa pidetään miellyttävänä. Tällöin ihmiset välttävät keinovaloja, jos luonnonvaloa on tarpeeksi. Ikkunoista aukeaa maisema, jonka katselu elvyttää silmiä. Ikkunoista aukeava maisema voi olla keino päästä mietiskelyä vastaavaan tietoisuuden tilaan. Tietynlaista maisemaa katsoessa mieliala ja keskittymiskyky parantuvat. Etenkin elvyttävä alueet kuitenkin vihertävät maisemat vaikuttavat stressin hallintaan. Itämaisessa tilasuunnittelussa puutarhaa on pidetty hyvinvoinnin kannalta tärkeänä tekijänä. Sisätiloihin onkin juuri tämän takia tuotu kasvillisuutta esimerkiksi yksittäisenkin puun muodossa. Mikäli samassa tilassa on paljon työntekijöitä, olisi varmistettava luonnonvalon pääsy kaikkien työpisteelle. Ikkunat voivat muodostaa joissain tapauksissa liian kirkkaan pinnan, mikäli ne ovat työntekijän näkökentässä. Lisäksi ikkunat voivat heijastua ruudulta, jos ne sijaitsevat työntekijän takana. Katseen pitäisi olla ikkunaseinän suuntainen tietokoneen käyttäjällä tai työntekijällä tulisi olla mahdollisuus säädellä luonnonvaloa esimerkiksi sälekaihtimilla. (Ketola & Hongisto 2007, 10-11; Tukiainen 2010, 90-91)

Ihanteellisessa valaistuksessa työtehtävät voi toteuttaa ilman silmien rasittumista. Oikea valaistus lisää myös työturvallisuutta ja luo miellyttävän työympäristön. Valaistuksella voidaan helpottaa silmien ja liikuntaelinten työtä. Tällöin työntekijä ei esimerkiksi joudu nojautumaan eteen tai korjata tilannetta istumalla vinossa työasennossa. Huonoista näkemisoloista aiheutuu silmävaivoja etenkin tarkoissa töissä. Valaistuksella on joidenkin teoreetikoiden mukaan suurin vaikutus työtilan tunnelmaan. Valon kokemiseen vaikuttavat myös materiaalien valon läpäisevyys sekä pintojen värit ja tekstuurit. Keinovalaistus suunnittelussa on siirrytty hiljalleen jäljittelemään luonnonvaloa. Tarkoitus on luonnonvalon tapaan saada keinovalaistuksesta muuttuvaa ja heijastamaan ajan kulumista. Tutkimuksissa on osoitettu, että pelkästään valaistusta muuttamalla on saatu positiivisia tuloksia työviihtyvyyteen ja tuottavuuteen. (Ketola & Hongisto 2007, 20; Launis & Lehtelä 2011, 87; Tukiainen 2010, 90.)

### 3.3 Sisäilmasto, värit, kasvillisuus & ääniympäristö

Sisäilmasto koostuu sisäilmasta ja siihen vaikuttavista fysikaalisista tekijöistä kuten sisäilman kaasumaisista yhdisteistä, sisäilman hiukkasmaisista epäpuhtauksista, lämpötilasta, kosteudesta ja ilman liikkeestä. Sisäilma koetaan henkilökohtaisesti. Olosuhteet

kuten lämpötila ja hajut voidaan kokea häiritsevinä, kun taas jotkut eivät koe näitä haittatekijöinä. Konttorityössä yleisimmin valitukset liittyvät tunkkaisuuteen, kuivaan ilmaan, pölyisyyteen ja likaiseen työympäristöön. Näistä aiheutuu usein nenän ja silmien ärsytysoireita. (Sisäilmayhdistys ry, 2008; Ketola & Hongisto 2007, 26.)

Työtilojen lämpöoloihin vaikuttavat työntekijän fyysinen aktiivisuus, vaatetus, ilman lämpötila, ilman liike, ympäristön pintojen lämpötila ja ilman kosteus. Lämpöviihtyvyys tarkoittaa, että lämpöolot koetaan miellyttäväiksi. Lämpötilaa on hankala arvioida sopivaksi työtilaan, sillä jokainen kokee sen eri tavalla. Toiselle lämpötila voi olla liian lämmin, kun taas toiselle se on viileä. Lämpötilalla on vaikutusta työviihtyvyyteen ja tuottavuuteen. Kuumuus lisää valppautta, mutta väsymys lisääntyy ja keskittymiskyky kärsii. Hikoilu pienentää myös yleistä viihtyvyyttä. Kylmyydessä työskentely vähentää puolestaan valppautta ja pienentää reaktioaikaa. Lisäksi sormien ollessa kylmät, niiden kankeus lisääntyy ja sorminäppäryys kärsii. Yleisesti lämpötilan suositellaan olevan 21 - 22 asteen välillä. (Launis & Lehtelä 2011, 283; Ketola & Hongisto 2007, 26-27.)

Toimistoympäristön sisäilmaan vaikuttavat erilaiset hiukkasmaiset ja kaasumaiset epäpuhtaudet. Useimmiten epäpuhtauksien lähteitä ovat rakennusmateriaalit ja kalusteet. Etenkin uusista kalusteista saattaa sisäilmaan päästä haihtuvia orgaanisia yhdisteitä. Näiden lisäksi rakenteissa tai pintamateriaaleissa voi kosteuden vaikutuksesta syntyä homeita ja bakteereita, joiden vaikutuksesta sisäilmaan voi päästä suurempia määriä haihtuvia orgaanisia yhdisteitä tai ammoniakkia. Sisäilman laatuun vaikuttaa myös ulkoilmasta tulevat epäpuhtaudet. Tyypillisiä oireita huonossa sisäilmassa ovat väsymys ja päänsärky. Huono sisäilma aiheuttaa myös hengityssairauksia ja allergiaoireita. Nykyään rakennus- ja pintamateriaaleiksi voidaan valita M1-merkkisiä tuotteita, jotka ovat vähäpäästöiseksi testattuja materiaaleja. Sisäilman laatuun voidaan myös parantaa riittäväällä ilmanvaihdolla, säätämällä huoneen lämpöä 20 - 22 asteeseen, sekä huolehtia säännöllisestä siivoamisesta. Myös ilmanvaihtokoneiston ja kanavastojen puhtaudesta on pidettävä huolta. (Hengityслиitto; Ketola & Hongisto 2007, 27-28.)

Työtilan väreillä on väliä. Tummuudella ja vaaleudella on vaikutusta koettuun työtilan kokoon, avoimuuteen ja sulkeutuneisuuteen. Vaaleat tilat koetaan usein tummia avoimemmaksi. Sama koskee sinertävän ja punertavan eroihin, joista punertavalla on supistava vaikutus koettuun tilaan. Väreillä on myös viestinnällinen vaikutus jotka liittyvät mielikuviin, joita se meissä herättää. Väreissä onkin ensisijaisesti kyse mielikuvien herättämisestä. Vaikka värien fysiologisista vaikutuksista ei olla päästy yksimielisyyteen, on sillä selkeä vaikutus esimerkiksi viihtyvyyteen, identiteetin luomiselle ja työyhteisön imagolle.

Värien kylläisyysaste vaikuttaa rauhoittavuuteen ja kiihottavuuteen enemmän kuin värien sävy. Vaimemat värit koetaan rauhoittavina ja voimakkaat kiihottavina. Luovuutta edistävässä tiloissa olennaista on avoimuuden vaikutelman optimointi sekä stressi- ja aggressiotasoa vähentävien värien löytäminen. Yleisesti työtiloissa värit ja tummuusaste tulisi kuitenkin olla hillitty. Kirkkaita ja voimakkaita värejä tulisi vältellä, mutta värien ei tulisi olla kuitenkaan puhtaan valkoisia. Värien valinnassa on enemmänkin kyse silmien sopeutumisesta, ei niinkään mieltymyksestä. Hillityt värit helpottavat silmien ja aivojen työtä. (Tukiainen 2010, 88; Ketola & Hongisto 2007, 11.)

Luonnolla sisustamisen suosio on kasvanut työpaikoilla. Toimistoympäristössä on nähtävillä viherkasveja ja muita luontoelementtejä. Viherkasveilla sisustaminen lisää tutkimusti työntekijöiden viihtyvyyttä ja tehokkuutta. Pitkään on luultu, että mahdollisimman askeettinen sisustus on parempi kuin virikkeelliset sisustusratkaisut. Tätä on perusteltu sillä, että nämä häiritsisivät keskittymistä. Kasveilla on kuitenkin positiivinen vaikutus stressitasoon, työtehoon ja tunnetiloihin. Edut työympäristössä perustuvat psykologisiin ja fyysisiin tekijöihin. Työskentely luonnollisessa ympäristössä ja kasvien näkeminen lisäävät vireystilaa ja helpottavat keskittymistä. Kasvit myös puhdistavat ilmaa luonnollisella tavalla. Koneellisesti puhdistettu ilma saattaa tuoda ihmisille oireita. (Nieuwenhuis, Knight, Postmes & Haslam 2014, 199-214.)

Ääniympäristö on hyvä silloin, kun se ei häiritse työtehtäviä. Tunnuksmerkkejä hyvässä ääniympäristössä on itselle tarkoitetun puheen hyvä erotettavuus ja ei-tarkoitettujen taustäänten puuttuminen. Häiritsevyys ääniympäristössä riippuu eniten tilannetekijöistä kuten työtehtävän tyyppin, keskittymistarpeen, mielialan, väsymyksen ja ulkoisista paineista. Melu voi heikentää työhön keskittymistä ja viihtyvyyttä. Toimistotiloissa melu ei aiheuta kuulovaurioita. Häiritsevimpinä pidetään naapuripisteistä ja käytäviltä tulevat puheäänet. Puheliaassa ympäristössä keskittymistä vaativat työtehtävät hankaloituvat. Keskeinen asia on puheen erotettavuus, ei voimakkuus. Mitä enemmän puheesta saa selvää, sitä häiritsevämmäksi se koetaan. Kyselytutkimusten mukaan huonot ääniolosuhteet voivat merkittävästi heikentää työn tuottavuutta, jossa tehokkaan työnajan hukka voi olla puoli tuntia päivässä. Äänioloja kehittämällä voidaan työn tuottavuutta nostaa. (Ketola & Hongisto 2007, 32; TTK.)

Toimistotilojen suunnittelu tulee perustua turhien puheäänten vähentämiseen, koska ne ovat avokonttorissa yleisin meluvaikutuksen kohde. Avotoimistoissa tulisi pyrkiä mahdollisimman alhaiseen puheen erotettavuuteen, kuitenkin alle 3 metrin etäisyyksillä keskustelun tulee olla helppoa. Kauempaa tulevat äänet tulisi hukkaa taustääniin. Puheen



erottumiseen vaikuttavat äänenvoimakkuus, huonepintojen vaimennus ja taustamelun taso. Erotettavuuden pienentämiseksi hyvä vaimennus on tärkeää, kuten vaimentava kattomateriaali ja korkeat sermit. Nämä asiat eivät kuitenkaan yksistään riitä, vaan tarvitaan sopivan taajuista ja miellyttävältä kuulostavaa taustääntä. Nämä peittävät naapuripisteen puheääntä. Avokonttorissa työpisteet tulisi ryhmittää tiimeittäin, jolloin vuoro-vaikutus tiimin kesken olisi helppoa. Äänet eivät saisi kantautua muihin tiimeihin, joten etäisyys muista tulisi olla riittävä. Mikäli tarvetta on pitää neuvotteluita ja kokouksia, tulisi ne pitää aina omissa huoneissaan. Muuten nämä häiritsevät lähialueella työskenteleviä. (Ketola & Hongisto 2007, 33.)

Avokonttoreihin voidaan soveltaa suosituksia, josta Työterveyslaitos on laatinut etiketin:

- Puhu työpisteessä vierailijan kanssa normaalilla äänenvoimakkuudella.
- Pidä neuvottelut neuvotteluhuoneessa, ei työpisteiden ääressä.
- Juttele työpisteessä ja neuvotteluhuoneessa, älä käytävillä muiden työpisteiden vieressä.
- Vaivaudu ottamaan muutama askel sen sijaan, että huutelet sermien yli naapurityöpisteeseen
- Puhu puhelimeen normaalilla äänenvoimakkuudella.
- Valitse puhelimeen vaimeat soittoäänet.
- Säädä laitteiden merkki- ja varoitusäänten voimakkuus vähäiseksi.
- Vastaa puhelimeen nopeasti.
- Ohjaa lankapuhelut kännykkään tai vaihteeseen poissa ollessasi.
- Säästä parhaat vitsit taukojen ajaksi.
- Soita radiota vaimeasti tai käytä korvakuulokkeita.
- Pidä kopiointi/tulostinhuoneen tai kahvion ovi kiinni.
- Vältä voimakkaiden hajusteiden käyttö työpaikalla.
- Käytä mieluummin pehmeäkantaisia kenkiä työpaikan kovilla käytävillä.
- Vältä kilisevien ja kalisevien lastien kuljetusta kovilla pyörillä epätasaisella kulkuväylällä.
- Huomauta kohteliaasti työtovereiden meluavasta työtavasta, sillä toisille keskittyminen on vaikeampaa. (TTL 2013.)

## 4 TUTKIMUKSET AVOKONTTORIYMPÄRISTÖSTÄ

### 4.1 Työtilatyytyväisyys- tutkimus

Avokonttori- layout oletetaan helpottavan viestintää ja vuorovaikutusta työyhteisössä, sekä edistää viihtyvyyttä ja ryhmätyöskentelyn tehokkuutta. Toisaalta avokonttoreissa melu ja yksityisyyden puute koetaan häiritseviksi tekijöiksi. Sydneyn yliopiston tutkimus avokonttorin hyödyistä ja haitoista on yksi laajimmista tästä aiheesta. Kirjallisuudessa on paljon selvitetty, miten työympäristö vaikuttaa työntekijöihin. Toimistojen layout on siirtynyt hiljalleen koppelkonttoreista enemmän avoimiin ja moderneihin tiloihin, joiden vaikutuksia on tutkittu laajasti useista näkökulmista kuten arkkitehtuurin, terveyden ja psykologian kannalta. (Kim & de Dear 2013)

Toimisto layout	Ominaisuudet
<b>Suljettu yksityinen huone</b>	Yhden hengen huone Useimmat laitteet ja palvelut ovat huoneessa Toimistotyö erittäin keskittyntä ja itsenäistä
<b>Suljettu jaettu huone</b>	Yksi huone, jaettu 2-3 työntekijän kesken Tekevät yleensä samanlaista työtä tai kuuluvat samaan projektiin
<b>Avokonttori isoilla välisermeillä</b> <b>Avokonttori pienillä välisermeillä</b> <b>Avokonttori ilman välisermejä</b>	Yhteinen työtila on jaettu työntekijöiden kesken

Kuva 2. Yleispiirteet eri toimisto layouteissa. (Kim & de Dear 2013)

<b>Lämpötila tyytyväisyys</b>	Kuinka tyytyväinen olet lämpötilaan työympäristössäsi?
<b>Ilmanlaadun tyytyväisyys</b>	Kuinka tyytyväinen olet ilmanlaatuun työympäristössäsi?
<b>Valon määrä</b>	Kuinka tyytyväinen olet riittävään valon määrään työympäristössäsi?
<b>Akustinen laatu</b>	Kuinka tyytyväinen olet äänen tasoon työympäristössäsi? Kuinka tyytyväinen olet äänesi yksityisyyteen työympäristössäsi?
<b>Toimisto layout</b>	Kuinka tyytyväinen olet työtilasi tilan määrään? Kuinka tyytyväinen olet visuaaliseen yksityisyyteesi? Kuinka tyytyväinen olet vuorovaikutuksen helppoutteen työkavereiden kesken?
<b>Toimisto kalusteet</b>	Kuinka tyytyväinen olet työkalusteiden mukavuuteen? Kuinka tyytyväinen olet työkalusteiden säädettävyyteen? Kuinka tyytyväinen olet väriihin ja tekstuureihin työympäristössäsi?
<b>Puhtaus ja kunnossapito</b>	Kuinka tyytyväinen olet yleiseen puhtauteen työympäristössäsi? Kuinka tyytyväinen olet siivous palveluun työympäristössäsi?
<b>Yleinen tyytyväisyys</b>	Kaikki asiat huomioiden, Kuinka tyytyväinen olet työympäristöösi?

Kuva 3. Luettelo tutkimuksen kysymysten osa-alueista. (Kim & de Dear 2013)

Tutkimus selvitti tyytyväisyyttä viidessä eri toimisto layoutissa, jotka olivat suljettu yksityinen huone, suljettu jaettu huone, avokonttorit isoilla välisermeillä, avokonttori pienillä välisermeillä ja avokonttori ilman välisermejä. Tutkimuksessa selvitettiin myös layouttien tyytyväisyyttä tietyissä osa-alueissa. Suurin tyytyväisyys kaiken kaikkiaan mitattiin suljetussa yksityisessä huoneessa. Seuraavaksi tuli suljetussa jaetussa huoneessa työskennelleet. Kolmanneksi tulivat tasatuloksilla kaikki avokonttori layoutit. Suljettu yksityinen huone mittautti kaikissa osa-alueista positiivisen tuloksen. Korkeimmat tulokset tulivat osa-alueista valon määrä, tilan määrä, visuaalinen yksityisyys ja vuorovaikutuksen helppous. Lämpötila ja ilmanlaatu olivat lähellä neutraalin rajaa. Merkittävin ero suljetun työympäristön ja avokonttorin välillä olivat osa-alueissa visuaalinen yksityisyys, tilan määrä, äänen yksityisyys ja äänen taso. Avokonttori layouteissa eniten häiritsevät tekijät olivat yksityisyyden puuttuminen ja melun taso. Tyytyväisyys visuaalisessa yksityisyydessä väheni, mitä avoimempaan tilaan mentiin. Tyytyväisyys vuorovaikutuksen helppoudessa ei ollut eroja suljetun ja avoimen tilan välillä. Tutkimuksessa kiinnostavaa oli avokonttori layouttien välillä, että eniten kärsitään konttoreissa, jossa työpisteet on eroteltu väliseinillä. Eniten tyytymättömyyttä koettiin niiden keskuudessa, joilla oli korkeat väliseinät. Harvemmin yksityisyyden puutteesta kärsittiin seinättömissä avokonttoreissa. Tämän arveltiin johtuvan tietoisuudesta mistä ääni on peräisin, joka luo tunnetta tilanteen hallinnasta. (Kim & de Dear 2013)

Toimisto layout	Suljettu yksityinen	Suljettu jaettu huone	Avokonttori isoilla välisermeillä	Avokonttori pienillä välisermeillä	Avokonttori ilman välisermejä
Osa-alueet					
Lämpötila	4.	4.	5.	9.	6.
Ilman laatu	6.	7.	4.	7.	10.
Valon määrä	3.	3.	6.	6.	8.
Visuaalinen mukavuus	10.	10.	5.	10.	8.
Äänen taso	5.	4.	2.	3.	4.
Äänen yksityisyys	8.	5.	6.	7.	7.
Riittävän tilan määrä	1.	1.	1.	1.	1.
Visuaalinen yksityisyys	9.	2.	3.	2.	2.
Vuorovaikutuksen helppous	3.	5.	4.	5.	5.
Kalusteiden mukavuus	2.	5.	4.	5.	7.
Kalusteiden säädettävyys	11.	6.	6.	7.	9.
Värit ja tekstuuri	7.	5.	4.	4.	3.
Rakennuksen puhtaus	10.	8.	6.	8.	11.
Työtilan puhtaus	9.	9.	7.	11.	7.
Rakennuksen huoltopalvelu	8.	5.	6.	8.	8.

Kuva 4. Osa-alueen tärkeys tyytyväisyyteen (tärkein = 1.) (Kim & de Dear 2013)

Kuvassa 4. on selitetty, mitkä osa-alueet koettiin tärkeimmiksi asioiksi tyytyväisyyteen liittyen. Riippumatta toimiston layoutista riittävä tila koettiin tärkeimmäksi tekijäksi tyytyväisyyteen. Eniten eroavaisuutta tuli tilojen välillä visuaalisesta yksityisyydestä. Vähiten tärkeänä tätä pidettiin henkilöiden kohdalla, jotka työskentelevät yksityisissä tiloissa. Visuaalisen yksityisyyden merkitys korostui mitä avoimemmassa työtilassa henkilö työskenteli. Äänen taso oli myös tärkeä asia niille, jotka työskentelivät avoimessa tilassa. Ääni yksityisyydellä ei ollut suurta vaikutusta yleiseen tyytyväisyyteen, eikä siitä löydetty eroja layouttien välillä. Kommunikaation helppoudella ja toimiston kalusteilla oli suurempi merkitys yleiseen tyytyväisyyteen henkilöillä, jotka työskentelivät yksityisissä tiloissa kuin muihin layoutteihin nähden. Valonmäärä vaikutti myös enemmän tyytyväisyyteen suljetuissa konttoreissa kuin avokonttoreissa. Joidenkin osa-alueiden kohdalla kuten lämpötilan, ilman laadun ja visuaalisen mukavuuden ei koettu merkittäviä eroja tilojen välillä. (Kim & de Dear 2013)

Yleisesti tutkimuksesta saatiin selville, että tyytyväisimpiä työympäristöön olivat yksityisessä toimistossa työskennelleet. Häiritsevintä avokonttoreissa oli melu ja yksityisyyden puuttuminen, joka vaikutti tyytyväisyyteen. Riittävää työtilaa pidettiin tärkeänä riippumatta layoutista, mutta joidenkin asioiden tärkeydessä huomattiin suuria eroja eri tilojen välillä. Avokonttorissa tärkeiksi nousi myös visuaalinen yksityisyys ja äänen taso, kun

taas yksityisissä tiloissa työskennelleet arvostivat riittävää valon määrää, kommunikoinnin helppoutta ja kalusteiden mukavuutta. Tutkimuksesta saadut tulokset ovat ristiriidassa yleiseen ajattelutapaan, että avokonttori layoutissa työtyytyväisyyttä lisää kommunikoinnin helppous muiden työkavereiden kanssa. Avokonttoreissa oltiin tyytyväisiä vuorovaikutuksen helppouteen, mutta melun taso ja yksityisyyden puuttuminen vaikuttivat enemmän yleiseen tyytyväisyyteen. Haitat olivat etuja suurempia. (Kim & de Dear 2013)

#### 4.2 Käyttäjälähtöiset toimistotilat- tutkimus

Työterveyslaitos, Aalto-yliopiston teknillinen korkeakoulu, Turun yliopisto ja Satakunnan ammattikorkeakoulu toteuttivat TOTI-hankkeen 2009 - 2012. Hankkeen tavoitteena oli kehittää ja testata tieteellisin menetelmin optimaalisia sisäympäristön ja toimitilan kokonaisratkaisuja. Tutkimuksessa kiinnitettiin erityisesti huomiota avokonttoritilojen oloihin, sen akustiikkaan, yksityisyyteen, lämpöoloihin ja sisustukseen. Hankkeen menetelmissä otettiin huomioon akustiikan, LVIS-tekniikan, rakennustekniikan, psykologian ja kiinteistöliiketoiminnan tieteenalat, joten hanketta voitiin pitää monitieteisenä.

Yksi suurimmista avokonttorin työympäristön haittatekijöistä ovat ei-toivotut puheäänät. Yksityisyyden puute on tämän lisäksi toinen merkittävä häiriötekijä. Työterveyslaitos on aiemmin laboratoriotutkimuksissa todennut, että hyvin erottuvat puheäänät vaikuttavat heikentävästi työmuistitehtäviin. Työmuistia käytetään erittäin paljon monenlaisissa toimistotehtävissä. Tutkimukset ovat osoittaneet, kun puheen erotettavuus pienenee, puheen haitta on pienempi. Avokonttoreissa on tärkeää minimoida puheen erotettavuus juuri tämän takia. Hyvällä huoneakustiikalla voidaan tutkimuksen perusteella parantaa akustista tyytyväisyyttä ja vähentää puheäänien haittoja. Tämä edellyttää suurta äänen- vaimennusmateriaalin määrää, korkeita sermejä ja riittävää peiteäänen tasoa. Tutkimus osoitti kuitenkin sen, ettei huoneakustiikalla voitane vaikuttaa keskittymishaittaan, joka tulee normaalilla tasolla käytävästä puheesta. (TTL 2012)

Ilmanvaihdon määrä on merkittävä laatutekijä sisäympäristössä. Materiaalipäästöt ja ihmisten tuottamat päästöt heikentävät toimitilojen ilmanlaatua. Raitisilma vaikuttaa muun muassa työsuoritukseen, vireystilaan ja viihtyvyyteen, jotka on todettu laboratoriotutkimuksissa. Pitkään jatkunut työnteko huonossa ilmanvaihdossa voi heikentää myös terveyttä. Aiemmin ei löytynyt tutkimusta, jossa olisi selvitetty yksistään ilmanvaihdon määrän vaikutusta työntekijöihin, vaan on keskitytty ilmanlaadun vaikutuksiin. Ilmanlaatuun

vaikuttaa raitisilman määrä, lämpötila ja erilaiset ylimääräiset päästölähteet. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää pienen ja suuren ilmanvaihdon merkitystä työsuoritukseen ja viihtyvyyteen. Tulokset osoittivat, ettei ilmanvaihdon määrä juurikaan vaikuta työsuoritukseen. Tällä tarkoitetaan motorista suoritusta, tarkkaavaisuutta, työmuistia ja tiedonhakuja. Yllättävänä tutkijat pitivät, että pienemmässä ilmanvaihdossa pitkäkestoisen muistin tehtävissä suoriuduttiin paremmin. Tämän lisäksi huomattiin, ettei ilmanvaihdon pienentäminen lisännyt tunkkaisuuden tunnetta koehenkilöillä. Motivaatio ja energiataso koettiin kuitenkin pienemmäksi. Loppupäätelmänä pidettiin, ettei ilmanvaihdon pienentäminen aiheuta merkittävää haittaa viihtyvyyteen tai työsuoritukseen alle 4 tunnin altistusajalla, kun lämpötila pidetään sopivana. Työntekijät pitivät usein pidempiä taukoja työpäivän aikana, joten toimistotiloissa työskennellään korkeintaan puoli päivää kerrallaan. Tutkimuksen perusteella suureen ilmanvaihtoon ei ole toimitiloissa tieteellistä perustetta, jos lämpötila ja materiaalipäästöt ovat normaalilla tasolla. (TTL 2012)

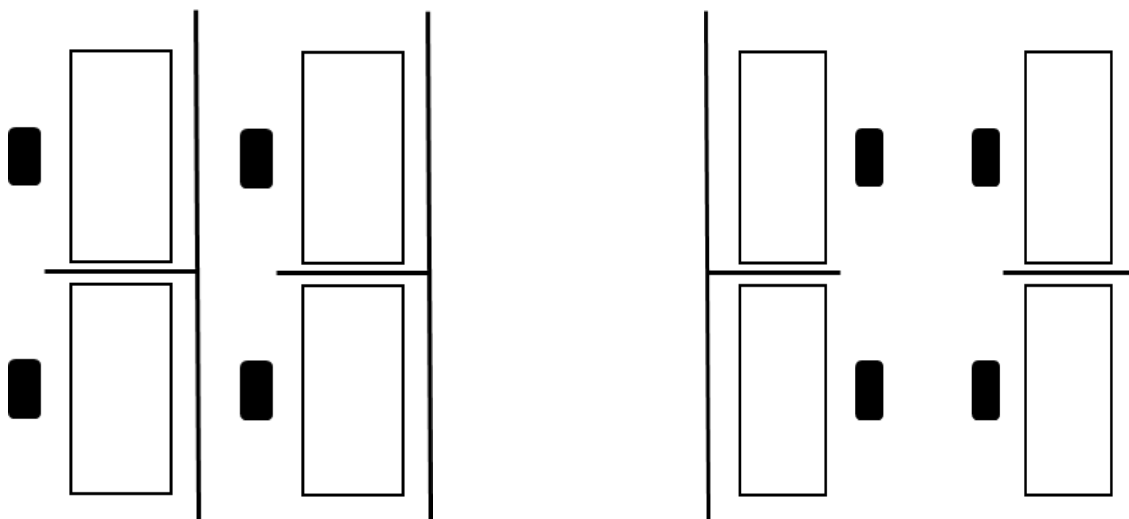
Työympäristöön merkittävä vaikuttava tekijä on lämpötila. Tällä on tutkitusti vaikutusta suorituskykyyn ja lämpöviihtyvyyteen. TOTI-hankeessa selvitettiin korkean (29.5 °C) huonelämpötilan vaikutusta suorituskykyyn ja lämpöviihtyvyyteen. Tuloksena saatiin, ettei korkea lämpötila vaikuttanut merkittävästi tarkkaavaisuuteen, työmuistiin eikä oppimiseen. Sen sijaan suurimmat vaikutukset viihtyvyyteen olivat, kun lämpötila oli korkea. Työympäristön värikäs sisustus oli tutkimuksen mukaan neutraalia sävyä parempi. Tätä kuvailtiin modernimmaksi, turvallisemmaksi ja tyylikkäämmäksi, joka loi inspiroivaa vaikutusta. Neutraalia sisutusta puolestaan kuvailtiin tylsemmäksi ja vähemmän inspiroivaksi. (TTL 2012)

## 5 CASE: AVOKONTTORIYMPÄRISTÖN KOKEMINEN JA KEHITTÄMINEN

### 5.1 Lähtötilanne

Vakuutusyhtiö X perusti vuonna 2014 Turkuun uuden myyntiorganisaation. Vastaavaan laista toimintaa on ollut entuudestaan pääkaupunkiseudulla. Uutta organisaatiota lähdettiin kuitenkin tekemään täysin alusta, josta seurasi massiiviset rekrytoinnit, sekä uusien työntekijöiden perehdyttäminen ja kouluttaminen. Henkilöstömäärä uudessa myyntiorganisaatiossa on reilun kahden vuoden aikana nelinkertaistunut, työntekijöiden määrä ollessa tutkimushetkellä noin 50 työntekijää. Suuren myyntiorganisaation perustaminen vaatii paljon resursseja ja se tuo eteen monenlaisia haasteita, kuten tilahaasteet.

Tutkimuksen aihe lähti liikkeelle vakuutusyhtiö X:n suomen asiakaspalvelu organisaation vastaavalta. Yhtiön suunnitelmassa on ollut flagship kulttuurin perustaminen uuden myynti- ja entuudestaan olevan asiakaspalveluorganisaation välille. Hän on ollut yksi keskeinen tekijä tämän luomisessa. Flagship kulttuurilla tarkoitetaan organisaatiota, jossa tiedon kulku on saumatonta ja työskennellään samoissa tiloissa, lähellä toisia. Tämän seurauksena esimerkiksi toimitiloja on muutettu entistä avoimemmaksi. Asiakaspalvelun vastaava ehdotti tutkimuksen käsittelevän toimitiloja ja työyhteisöä. Kävin myös keskusteluita toisen yhtiön edustajan kanssa, joka on myös ollut mukana flagship konseptissa. Näiden pohjalta muodostui sopiva kokonaisuus tutkimukselle. Halusimme tutkittavan, miten toimitilat ja niiden muutokset ovat koettu työympäristössä ja miten niitä tulisi mahdollisesti kehittää. Tämän lisäksi selvitettäisiin, koetaanko tilat samanlaisesti eri organisaatioissa.



Kuva 5. Istumajärjestys lähtötilanne 2014 & tutkimushetkellä 2016

Uuden myyntiorganisaation perustamisvaiheessa työpisteet oli pääsääntöisesti ympäröity sermeillä, jolloin jokaisella työntekijällä oli oma loosi. Kahden vuoden aikana työpisteiden sermejä on vähennetty ja tutkimushetkellä sermit muodostivat esimerkiksi neljän hengen ryhmittymiä.

## 5.2 Tutkimusmenetelmän valitseminen

Tutkimusmenetelmäksi valittiin määrällinen tutkimus eli kvantitatiivinen tutkimus. Tutkimuksen ajatuksena on saada tietoa, joka on luonteeltaan yleistettävissä. Määrällinen yleinen ja yleistettävissä oleva tieto on kriteereiltään tilastollinen. Yksittäiset poikkeamat saadaan häivytettyä esimerkiksi tarkastelemalla keskiarvoa. Havaintoaineistolla pyritään ymmärtämään jotakin ilmiötä ja tekemään keräämästä aineistosta yleistyksiä. Keruumenetelmä voi olla esimerkiksi kysely. Määrällinen tutkimus sopii hyvin suuriin ihmisryhmiin kohdistuviin tutkimuksiin, minkä vuoksi menetelmä valittiin tähän opinnäytetyöhön. (Jyväskylän yliopisto 2015)

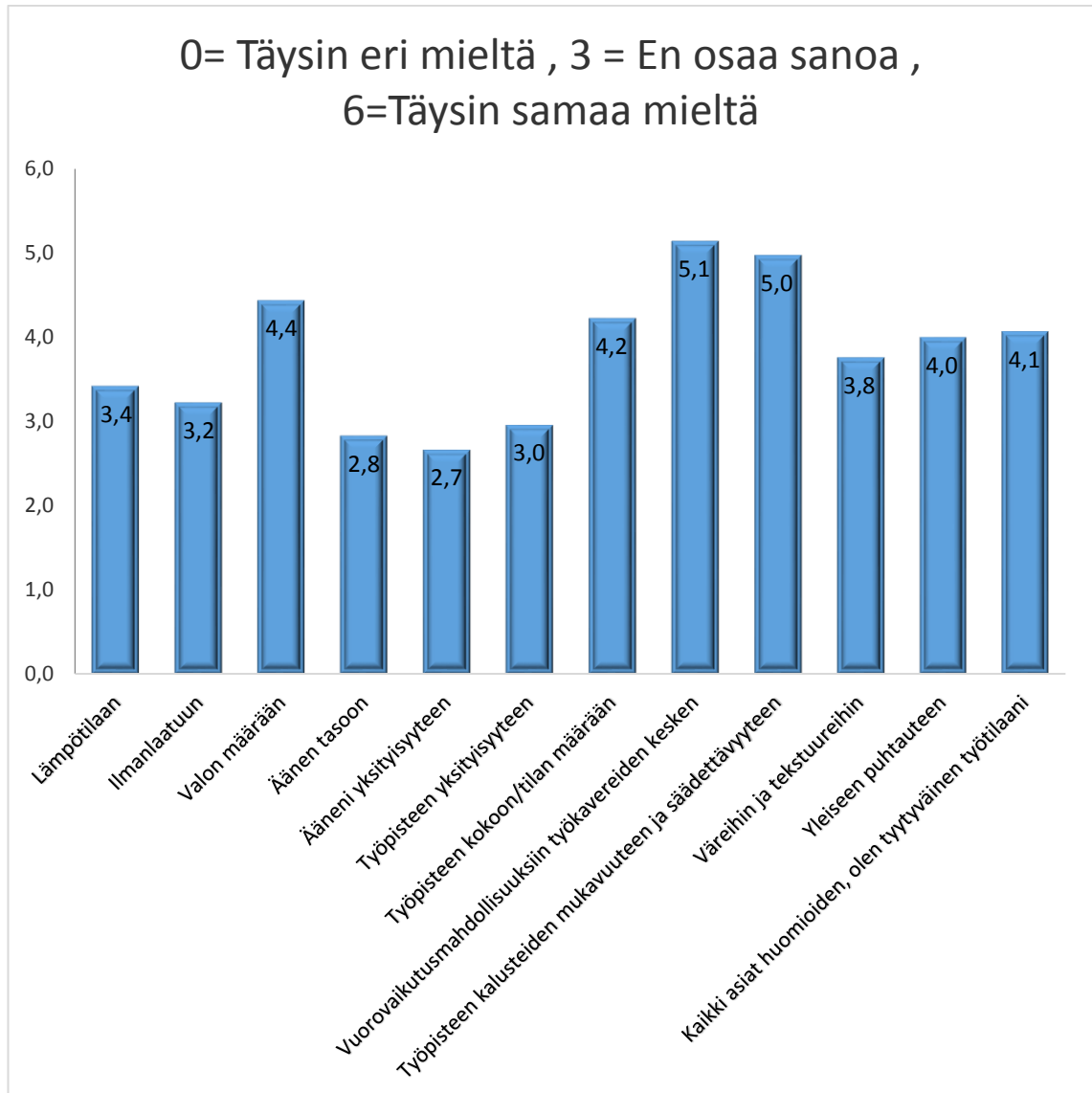
Määrällisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmäksi valittiin sähköinen kysely yhdessä vakuutusyhtiön kanssa. Tällä saatiin riittävän suuri otanta, jotta esimerkiksi yleistyksiä voi tehdä. Sähköinen kysely on lisäksi vaivaton ja nopea täyttää, jolloin vastausprosentti on todennäköisesti suurempi. Kyselyn tarkoituksena oli kerätä tietoa avokonttoritilojen kehityskohteista, että työtiloista saataisiin entistä käyttäjä ystävällisempiä. Lisäksi halut-



tiin selvittää, kuinka tyytyväisiä Vakuutusyhtiö X:n työntekijät ovat nykyiseen avokonttoriympäristöönsä ja kuinka tärkeänä he pitävät tiettyjä asioita yleisen työtyytyväisyyden ja toimintakyvyn kannalta. Kyselystä saatujen tulosten perusteella voidaan näitä verrata aikaisempiin tutkimuksiin, joita on tehty avokonttorin kokemiseen työympäristönä. Näiden lisäksi pystytään selvittämään, koetaanko myynti- ja asiakaspalveluorganisaatiossa eroavaisuuksia. Molemmat yksiköt työskentelevät samanlaisissa tiloissa, joten vertailua voidaan tämänkin pohjalta tehdä.

### 5.3 Sähköinen kysely & vastausten analysointi

Sähköiseen kyselyyn valittiin Vakuutusyhtiö X:n Turun toimipisteen 43 myyntihenkilöä ja 28 asiakaspalvelun henkilöä. Kysely toteutettiin nimettömästi, jotta saadaan mahdollisimman totuudenmukainen tulos. Kysymykset laadimme yhdessä yhtiön kanssa. Olin itse alkujaan koostanut kyselyn työtila tyytyväisyys- tutkimuksen pohjalta, josta oli tarkemmin aikaisemmissa kappaleissa. Tätä lähdimme muokkaamaan yhdessä tutkimuksen toimeksiantajan kanssa, jotta molempien osapuolten tavoitteet täyttyisivät kyselyn suhteen. Kysely koostui kolmesta eri kohdasta. Ensimmäinen kohta tiedusteli henkilön tyytyväisyyttä työtilan tiettyyn osa-alueeseen.

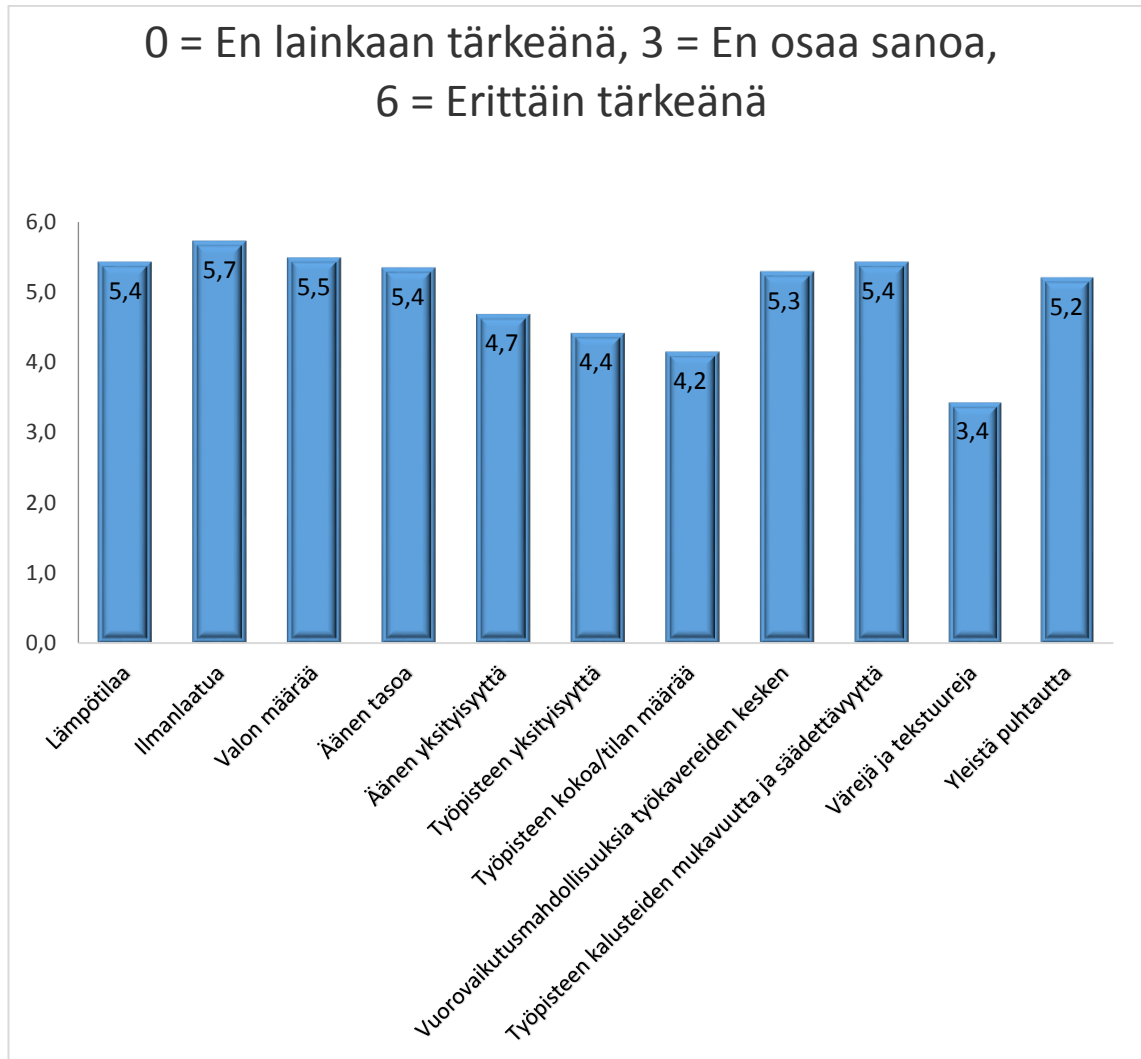


Taulukko 1. Olen tyytyväinen työtilani (avokonttori)

Kyselystä saatujen tulosten perusteella kaksi osa-aluetta nousi selkeimmin esille, johon oltiin työympäristössä tyytyväisiä. Vuorovaikutusmahdollisuuksiin työkavereiden kesken (5,1) ja työpisteen kalusteiden mukavuuteen ja säädettävyyteen (5,0) oltiin kaikista tyytyväisimpiä. Avokonttoriympäristö tukee selkeästi vuorovaikuttamista, jolla selkeä yhteys saatuun tuloksiin. Eräät kyselyyn vastanneista henkilöistä piti erittäin tärkeitä tilojen esteettömyyttä, jolloin on helppo lähestyä työkavereita ja esimiehiä. Kommunikaatio, avoimuus ja läpinäkyvyys ovat avainasema työyhteisössä. Yritys on onnistunut luomaan työntekijöilleen myös hyvät kalusteet työpisteille, joiden säätely tukee mahdollisuutta eri työasentoihin. Melko tyytyväisiä oltiin myös valon määrään (4,4), työpisteen kokoon/tilan määrään (4,2) ja yleiseen puhtauteen (4,0). Valon määrä on yrityksessä melko hyvä,

joka johtunee riittävästä luonnonvalon määrästä. Rakennus on ympäröity isoilla ikkunoilla, jolloin luonnonvalo ulottuu käytännössä jokaiselle työpisteelle ja maisemat ovat nähtävillä jokaiselle. Valoa pystyy säätämään esimerkiksi sälekaihtimilla. Osa kuitenkin kaipasi epäsuoraa valoa.

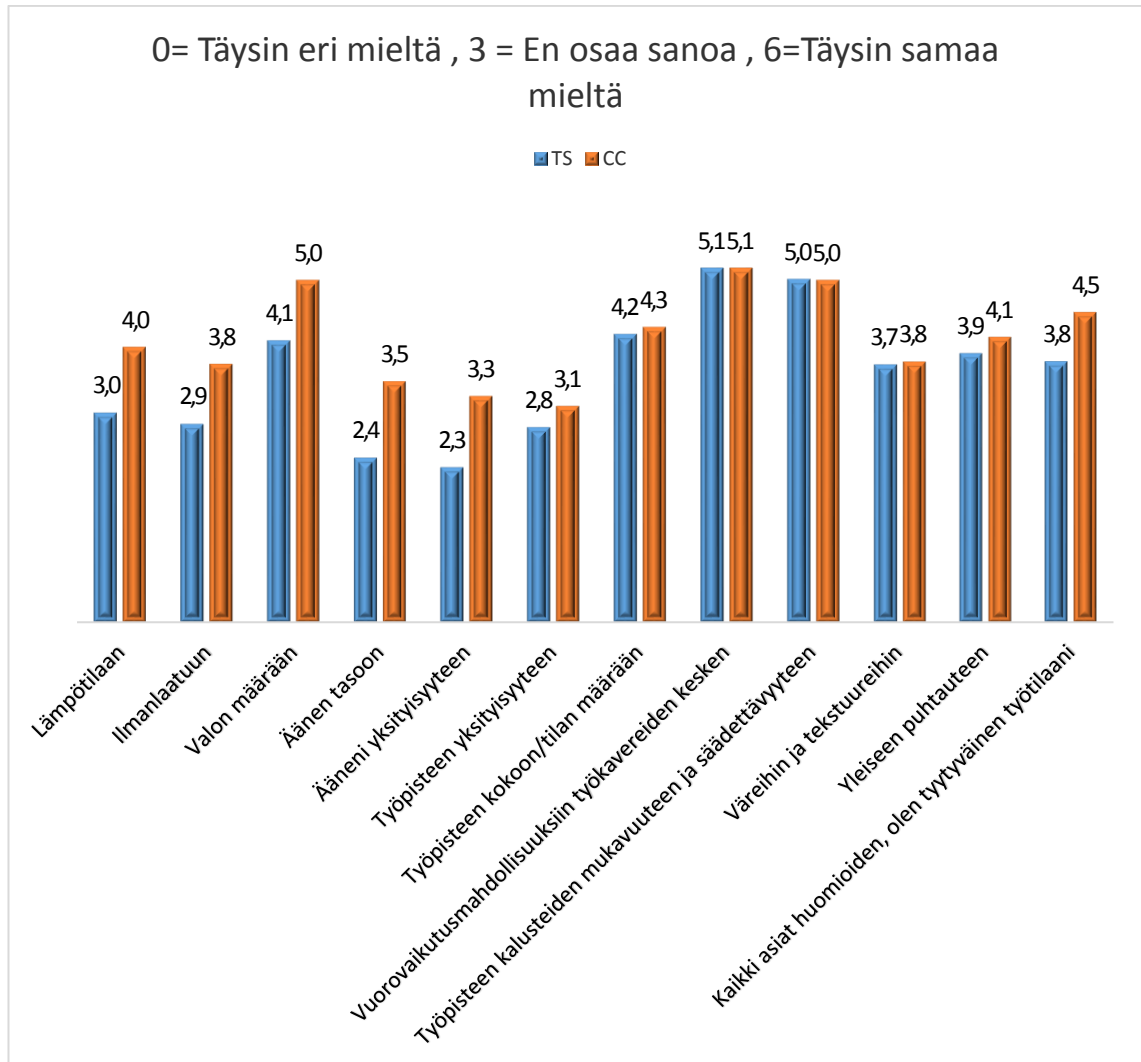
Alhaisimmat tulokset saatiin osa-alueista äänen yksityisyys (2,7), äänen taso (2,8) ja työpisteen yksityisyys (3,0). Selkeästi eniten kommentoituin asia oli äänen taso. Useat kokivat äänen tason nousevan liian kovaksi, joka häiritsee esimerkiksi omaa keskittymistä. Ääntä lisää puhelinkeskustelut, sekä taukoa pitävien henkilöiden keskusteluiden kuuluminen omalle työpisteelle. Mitä enemmän ihmisiä on puhelimessa, sitä häiritsevämmäksi melu nousee. Keskittymishäiriöiden lisäksi osa vastanneista kokee äänen stressaavaksi ja melu luo rauhattomuuden tunnetta. Meluhaittojen lisäksi moni koki yksityisyyden puuttumista ikävänä asiana. Työpisteet ovat vierekkäin, jolloin oma ääni ja tekemiset ovat helposti muiden kuunneltavissa ja nähtävissä. Nämä aiheuttavat melun lailla rauhattomuutta ja hankaloittaa keskittymistä. Kyselystä saatujen tulosten joukosta seuraavina esille nousi ilmanlaatu (3,2) ja lämpötila (3,4). Lämpötila koettiin olevan enemmänkin liian viileä kuin kuuma. Ilmanlaatuun toivottiin myös parannusta, jossa esimerkiksi mainittiin kokolattiamaton aiheuttavat helposti allergisoituville henkilöille ongelmia. Lisäksi ilmanvaihtoa haluttaisiin lisätä. Toisessa kysymyksessä tiedusteltiin osa-alueiden tärkeyttä.



Taulukko 2. Kuinka tärkeänä pidät työtyytyväisyytesi / toimintakykysi kannalta työtilasi (avokonttori)

Toinen kysymys selvitti, kuinka tärkeänä henkilö pitää tiettyä asiaa työtyytyväisyyden ja toimintakyvyn kannalta. Vähiten tärkeänä pidettiin työtilan värejä ja tekstuureja (3,4) kun taas tärkeimmiksi asioita olivat ilmanlaatu (5,7) ja valon määrä (5,5). Tasatuloksina seuraavina asioina tulivat lämpötila, äänen taso sekä kalusteiden mukavuus ja säädettävyyttä, kaikki 5,4 tuloksella. Pienimmät pisteet sai työpisteen koko ja tilan määrä (4,2). Seuraavaksi vähiten tärkeänä pidettiin työpisteen yksityisyyttä (4,4) ja äänen yksityisyyttä 4,7.

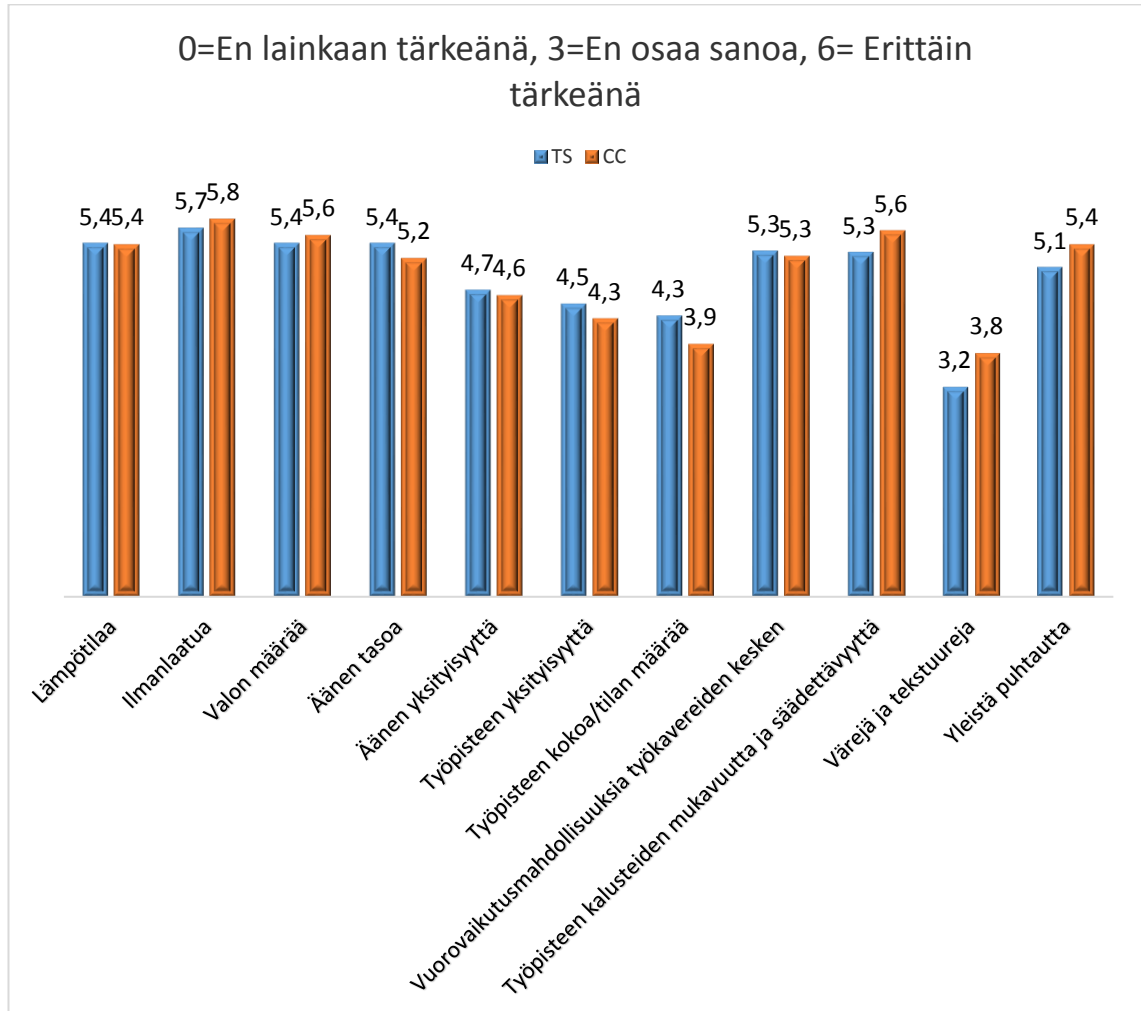
Tutkimuksen vertailtiin myös myynti- ja asiakaspalveluhenkilöstön kyselyiden tuloksia.



Taulukko 3. Tyytyväisyserot myynti (TS) & asiakaspalvelu (CC)

Suurimmat erot saatiin tyytyväisyydessä äänen tasoon. Myynnin puolella tulos oli 2,4 ja asiakaspalvelussa 3,5. Tuloksista voidaan päätellä, että tyytymättömyyttä äänen tasoon koettiin melko paljon enemmän juuri myyntiyksikön keskuudessa. Samanlaisia tuloksia saatiin myös tyytymättömyydessä äänen yksityisyyteen, jossa tulokset olivat myyntihenkilöstöllä 2,3 ja asiakaspalvelussa 3,3. Hieman yllättävänä seikkana voidaan pitää myös lämpötilan ja ilmanlaadun tyytyväisyyttä yksiköiden välillä. Myyntiyksikön tulos (3,0) oli yhden yksikön pienempi ja ilmanlaadun tyytyväisyys (2,9) oli 0,9 yksikköä pienempi kuin asiakaspalveluyksikön tulos. Muiden osa-alueiden välillä ei eroja merkittäviä eroja ollut. Kokonaisuudessaan asiakaspalvelussa ollaan tyytyväisempiä työtiloihin (4,5) kuin myyn-

tiyksikössä (3,8). Merkittäviä eroja myynti- ja asiakaspalveluyksikön välillä ei saatu. Ainoa pieni ero oli värien ja tekstuurien tärkeydessä, jossa myyntiyksikössä saatiin tulokseksi 3,2 ja asiakaspalvelussa 3,8.



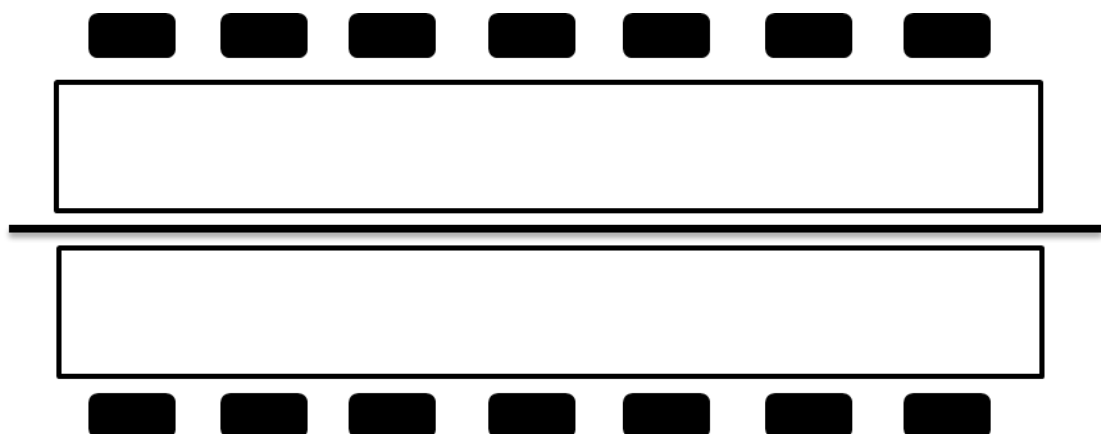
Taulukko 4. Tärkeyserot myynti (TS) & asiakaspalvelu (CC)

Vakuutusyhtiö X:n tulokset ovat hyvin paljon samassa linjassa aikaisempiin tehtyihin tutkimuksiin avokonttoriympäristöstä. Tyytyväisiä oltiin vuorovaikutuksen helppouteen, joka edistää esimerkiksi tiedon jakamista. Suurimmat haitat ovat juuri melun taso ja yksityisyyden puuttuminen, joista erityisesti äänen tasoa pidetään tärkeänä asiana tyytyväisyyden ja toimintakyvyn kannalta. Työntekijät kaipaivat pienempää äänentasoa ja yksityisempiä työpisteitä. Kyselyn perusteella vaikuttaisi melko paljon myös siltä, että nykyisen avokonttoriympäristön tuomat haitat ovat hyötyjä suurempia. Toki tämä vaatisi laajem-

paa tutkimusta asiasta, että varmoja johtopäätöksiä voitaisiin tehdä. Tulisi selvittää esimerkiksi häiritsevätkö suljetummat tilat enemmän avokonttorista saatuja hyötyjä, kuten avoimuutta ja tiedon kulkua.

Hieman ristiriitaisuuttakin on havaittavissa tehdyn opinnäytetyön perusteella ja aikaisempien tutkimusten välillä. Työpisteen tilan määrää ja kokoa ei pidetty tärkeimpinä tekijöinä tyytyväisyyden ja toimintakyvyn kannalta. Lisäksi aikaisempi tutkimus osoitti, että selkein haittaavin tekijä on yksityisyyden puuttuminen ja tämän jälkeen melun taso. Vakuutusyhtiö X:n tuloksessa nämä olivat kuitenkin toisin päin. Enemmän haluttaisiin parantaa äänen tasoa kuin lisätä yksityisyyttä. Yksityisyyden tärkeyskään ei ollut niin merkittävä tekijä yleiseen tyytyväisyyteen kuin aikaisemmat tutkimukset ovat osoittaneet. Tätä tärkeämpänä pidettiin äänen tason lisäksi, ilmanlaatua, valon määrää, vuorovaikutuksen helppoutta ja työkalusteiden mukavuutta.

Tutkimusta tehtäessä yrityksellä oli käynnissä tilojen uusiminen, jossa monet yksiköt sulautetaan toisiinsa, jolloin tiloista tulee entistä avoimempia. Tällä on tarkoitus lisätä entisestään vuorovaikutusmahdollisuuksia ja tiedon kulkua eri yksiköiden välillä. Tutkimukseni kuitenkin osaltaan sotii tätä muutosta vastaan, sillä työntekijät haluaisivat nimenomaan rauhallisempia ja yksityisempiä toimitiloja. Istumajärjestys tullaan muokkaamaan niin, että sermien määrä työpisteiden välillä vähenee. Uudessa mallissa vierustoverien väliset sermit on kokonaan poistettu. Ainoa sermi on rakennettu työpöydän takaosaan, jonka toisella puolella on toinen työntekijä. Kummallakin puolella on noin seitsemän työntekijää. Jokaisessa tiimissä on noin 14 työntekijää. Muutaman askeleen päässä on seuraava tiimi. Tiimien välisää ei myöskään ole sermejä.



Kuva 6. Nykyinen istumajärjestys

#### 5.4 Kehitysehdotukset

Tuloksista on selvästi havaittavissa, ettei kummassakaan yksikössä olla kovin tyytyväisiä avokonttoriympäristön äänen tasoon. Asia koetaan myös melko tärkeänä työtyytyväisyyden ja toimintakyvyn kannalta. Usean vastanneiden mielestä äänen taso aiheuttaa tällä hetkellä keskittymisvaikeuksia, stressitason nousua, sekä rauhattomuutta. Avokonttoriratkaisua on perusteltu toki vuorovaikutuksen ja tiedon kulun helppoudella. Tätä seikkaa pidetään myös tehdyn kyselyn perusteella erittäin tärkeänä asiana, johon ollaan myös tyytyväisiä tällä hetkellä. Tiloja tulisikin tämän perusteella kehittää siihen suuntaan, että äänen tasoa saataisiin parannettua, kuitenkin häiritsemättä vuorovaikutuksen helppoutta. Tätä voitaisiin ainakin osaltaan parantaa sermeillä, joka vaimentaisi naapuripisteiltä tulevaa puheääntä. Lisäksi huoneakustiikalla on vaikutusta äänen tasoon. Kuten aikaisemmissa tehdyissä tutkimuksissa todettiin, olisi tärkeää minimoida puheen erotettavuus, jolloin puheen haitta pienenee. Ääntä lisäsi myös taukoa pitävien henkilöiden kokoontuminen työpisteen lähelle, joka tuottaa melua. Toimitiloissa on erillinen taukotila, mutta kaikki ei tätä täydellisesti hyödynnä. Tätä voidaan toki parantaa työyhteisön pelisäännöillä, jolloin suuremmat keskustelut voitaisiin jättää taukotilaan. Näillä edellä mainituilla parannuksilla ei mielestäni kuitenkaan olisi häiritsevää vaikutusta vuorovaikutuksen helppouteen, sillä tilat mahdollistaisivat edelleen tiedon jakamisen muiden työkavereiden kesken. Äänen tason lisäksi melko tyytymättömiä oltiin myös äänen ja työpisteen yksityisyyteen. Kyselyn perusteella omaan työpisteeseen haluttaisiin lisätä yksityisyyttä, sillä tällä hetkellä työpisteet ovat melko avonaisia. Oma ääni kuuluu työkavereille ja työskentely on toisten henkilöiden nähtävissä. Tutkimuksesta saatiin kuitenkin selville, ettei kyseiset seikat olleet tärkeimpiä asioita työtyytyväisyyden ja toimintakyvyn kannalta, vaikka näihin asioihin ei oltu kovin tyytyväisiä. Enemmän haluttaisiin kehittää äänen tasoa avokonttorissa.

Mielenkiintoista on yksiköiden vastausten välinen ero näiden osa-alueiden kohdalla. Äänen taso ja yksityisyys häiritsevästi enemmän myynti- kuin asiakaspalveluhenkilöstöä. Yksiköt työskentelevät samoissa tiloissa, joita on perusteltu tiedon kulun helppoudella. Mielestäni olisi kuitenkin tulosten perusteella tärkeätä miettiä, tulisiko tilat suunnitella enemmän työtehtävien mukaan? Myyntityö on luonteeltaan erilaista kuin asiakaspalvelutyö, jonka takia työntekijät arvostavat erilaisia asioita työtiloissa. Tulos on mielestäni siinä mielessä yllättävä, että myyntityötä pidetään yleisesti vuorovaikutteisempänä ja jollain tapaa aktiivisempänä, jolloin myyjät olisivat tottuneet hektiseen työympäristöön



ja tällainen työtila tukisi itse myyntityötä. Mitä jos työpisteet olisivat suljetumpia, niin vaikuttaisiko tämä heikentävästi myyntityöhön? Kyselyn perusteella ainakin äänen tason tyytyväisyys lisääntyisi. Yritys on lisäämässä edelleen työpisteen avoimuutta ja työntekijät tulevat työskentelemään entistä avoimemmissa tiloissa tulevaisuudessa. Tämä huoltaa useita työntekijöitä.

Kehitettäväksi asioiksi koettiin myös selkeästi työtilojen lämpötila ja ilmanlaatu. Työtilat koettiin joidenkin mielestä liian viileäksi. Lämpötila ja ilmanlaatu olivat tärkeitä asioita työtyytyväisyyden kannalta. Erot näidenkin välillä oli melko suuret, vaikka yksiköt työskentelevät melko vierekkäin. Ennen kyselyä oli jo tiedossa, että myyntihenkilöstön työtiloissa on havaittu useasti lämpötilan ja ilmanvaihdon ongelmia, joten tulos ei siinä mielessä yllätä. Asia on tämän osalta paranemassa. Asiakaspalveluyksikön tulokseen ei ollut korkea. Yksikön vieressä oli kyselyn aikana käynnissä remonttityöt, joka on saattanut osaltaan vaikuttaa joidenkin vastauksiin. Muutama henkilö oli vastauksissaan kommentoinut remonttityön aiheuttaneen huonoa ilmaa. Eroja voidaan myös selittää sillä, että toimistorakennus on ympäröity ikkunoilla. Tietyille työpisteille, etenkin myyntiyksikön, aurinko pääsee paistamaan suurimman osan päivästä, jolloin nämä pisteet ovat muita kuumempia. Toiset pisteet ovat päiväsaikaa enemmän auringolta suojattuna. Tässä mielessä olisi tärkeitä ennalta ehkäistä tilannetta esimerkiksi sälekaihtimilla.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimus oli omastakin mielestäni onnistunut. Isoin tavoite oli löytää ratkaisua avokonttoritilojen kehittämiseksi, vaikka täysin ihanteellista työympäristöä on varmaankin mahdollon saavuttaa. Kehityskohteita löytyi, jolla saattaisi olla positiivisia vaikutuksia työympäristöön tutkimuksessa yrityksessä. Äänen tasoa tulisi saada madallettua, kuitenkin häiritsemättä vuorovaikutuksen helppoutta työntekijöiden välillä. Näiden seikkojen lisäksi kehityskohteeksi koettiin ilmanlaatu ja lämpötila. Toiseksi tavoitteeksi asetin työlleni löytää mahdolliset eroavaisuudet työtyytyväisyydessä myynti- ja asiakaspalveluyksikön välillä ja samalla käydä läpi teoriaosuudessa näiden tehtävien ominaisuuksia. Äänen tasossa ja yksityisyyden puuttumisessa koettiin selkeää eroavaisuutta yksiköiden välillä. Myyntiyksikössä nämä koettiin häiritsevämmiksi kuin asiakaspalvelijoiden keskuudessa. Asiakaspalvelussa oltiin myös yleisesti tyytyväisempiä työympäristöön. Teoriaosuudessa käytiin läpi myös ihanteellisen toimistoympäristön edellytyksiä. Tämä osio oli itselleni kaikista opettavaisin. Teoria osio opetti paljon uusia asioita, jotka vaikuttavat erittäin paljon työntekijöiden viihtyvyyteen. Pienilläkin asioilla kuten valaistuksella, väreillä ja kasvillisuudella voi olla suuriakin vaikutuksia yleiseen viihtyvyyteen avokonttoreissa, kuitenkin unohtamatta sisäilman ja ääniympäristön tärkeyttä.

Työn onnistuneisuutta mielestäni lisäsi myös se, että yritys sai tärkeää tietoa toimitiloista työntekijöiden näkökulmasta. Työympäristön vahvuudet ja heikkoudet tulivat myös ilmi. Olin tyytyväinen saamani vastausten määrään kyselyssä, jotta tutkimusta voidaan pitää pätevänä. Vastauksia tuli yhteensä 71 kappaletta. Haastavaksi tutkimuksen puolestaan teki omat ajatukset ja asenteet työntekijänä. Koko prosessin aikana tuli välillä palautettava mieleen puolueeton, tutkijan näkökulma asiaan ja jätettävä työntekijän rooli sivuun tutkimuksen ajaksi. Haastavaa oli myös pitää tutkimus tiiviinä kokonaisuutena, sillä aiheesta voisi tehdä vaikka kuinka laajan. Jouduinkin muutamaankin kertaan tutkimuksen aikana poistamaan vähemmän oleelliset asiat lopputuloksesta. Huomasin jo työn aloitusvaiheessa, että tutkimuksesta tulisi liian laaja, mikäli en olisi tiivistänyt tätä.

Tutkimuksen toimeksiantajan kanssa yhteistyö toimi erinomaisesti. Pidimme säännöllisesti palavereja, jossa kävimme läpi missä vaiheessa tutkimuksessa ollaan ja mitä seuraavaksi. Näin molemmat osapuolet varmistuivat, että tutkimuksesta saadaan oleelliset asiat selville. Hieman eriäviä ajatuksiakin matkan varrella kuitenkin tuli. Isoin haaste oli tutkimuksen kysymysten laatiminen työntekijöillä. Itse halusin mahdollisimman avoimesti

selville, miten työntekijät kokevat tämän hetkisen työympäristönsä. Toimeksiantaja halusi lähestyä kyselyä mahdollisimman positiivisesta näkökulmasta. Pääsimme kuitenkin lopulta molempia osapuolia tyydyttävään kyselyyn.

Yhtiöltä saadun palautteen perusteella tutkimus oli myös onnistunut heidän näkökulmastaan. Osa tutkimuksessa ilmenneistä asioista oli jo yhtiön tiedossa, kuten avokonttorin meluhaitat. Yllätyksenä tutkimuksesta tuli eroavaisuudet tyytyväisyydessä myynti- ja asiakaspalveluhenkilöstön välillä, joka luvattiin ottaa mukaan yhtiön toimitilasunnitteluihin. Yritykselle oli myös tärkeää saada tämän hetkistä tietoa toimitiloista työntekijöiden näkökulmasta, joten tutkimus oli siinäkin mielestä ajankohtainen. Tutkimuksesta saaduilla tuloksilla ei kuitenkaan ollut välittömiä vaikutuksia toimitiloihin, sillä yhtiöllä on visio uudesta toimitilamallista, jota on lähdetty systemaattisesti toteuttamaan. Tämän tarkoituksena on entisestään luoda tiloja avonaisemmiksi ja lähemmäksi toisia. Tutkimus antoi kuitenkin erittäin tärkeää informaatiota työntekijöiden näkökulmasta ja antaa aihetta mietintään, mikä olisi ihanteellinen työympäristö. Tutkimuksesta saadut tulokset ovat kuitenkin osaltaan vastaan muutoksia, johon toimitilat ovat menossa. Oivallinen jatkotutkimus opinnäytetyölle olisi muutostöiden jälkeinen aika. Miten tulokset muuttuisivat, kun toimitilat ovat muuttuneet entistä avoimemmaksi. Olisivatko työntekijät entistä tyytyväisempiä vai tyytymättömiä. Koetaanko yksiköiden välillä suuria eroja, kun erilaisia työtehtäviä on entistä enemmän ja työskennellään täysin samanlaisissa työtiloissa ja sulautettuna toisiinsa.

## LÄHTEET

- Flink, K., Kerttula, T., Nordling, A. & Rautio, V. 2015. Asiakaspalvelun ammattilaiseksi. Keuruu.
- Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Vantaa.
- Hengityslitto. Hiukkasmaiset ja kaasumaiset epäpuhtaudet. Viitattu 15.03.2016.
- Hänti, S., Kairisto-Mertanen, L. & Kock, H. 2016. Oivaltava myyntityö - Asiakkaana organisaatio. Helsinki.
- Jyväskylän yliopisto. Määrällinen tutkimus. Viitattu 10.05.2016.
- Ketola, R. & Hongisto, V. 2007. Toimiva toimisto. Helsinki: Työterveyslaitos.
- Kim, J. & de Dear, R. 2013, "Workspace satisfaction: The privacy-communication trade-off in open-plan offices", *Journal of Environmental Psychology*, vol. 36, pp. 18-26.
- Kokonaho, T. 2011. Myynnin ajokortti. Helsinki. Helsingin Kamari Oy.
- Helin, P. 2011. Minä – Myyjä. Lahti.
- Launis, M. & Lehtelä, J. 2011. Ergonomia. Helsinki: Työterveyslaitos.
- Leppänen, E. 2007. Asiakaslähtöinen myynti. Jyväskylä
- Nieuwenhuis, M., Knight, C., Postmes, T., Haslam, S. 2014. The relative benefits of green versus lean office space: Three field experiments. *Journal of Experimental Psychology: Applied*
- Sisäilmayhdistys ry. 2008. Helsingin, Espoon ja Vantaan terveelliset tilat. Viitattu 09.03.2016.
- Työturvallisuuskeskus. Työhyvinvointi asiantuntija- ja toimistotyössä. Viitattu 10.11.2016.
- Työturvallisuuskeskus. Työympäristö. Ääniympäristö. Viitattu 24.03.2016.
- Työterveyslaitos. 2008. Avotoimiston äänimaailman hyvät ratkaisut. Viitattu 9.03.2016.
- Työterveyslaitos. 2012. Huoneakustiikan vaikutus työsuoriutumiseen ja akustiseen tyytyväisyyteen – Tutkimus avotoimistolaboratoriossa. Viitattu 08.03.2016.
- Työterveyslaitos. 2012. Käyttäjälähtöiset toimistotilat, tilaratkaisut, sisäympäristö ja tuottavuus. Viitattu 21.02.2016.
- Työterveyslaitos. 2011. Lämpötilan vaikutus työsuoriutumiseen ja viihtyvyyteen – Laboratoriotutkimus toimisto-olosuhteissa. Viitattu 08.03.2016.
- Työterveyslaitos. 2012. Monitoimitilan suunnitteluohje. Viitattu 21.02.2016.
- Tukiainen, M. 2010. Luova tila. Tulevaisuuden työpaikka. Helsinki. Rakennustieto Oy
- Vuorio, P. 2008. Myyntitaidon käsikirja. Jyväskylä 2008.

## Sähköinen kysely (Myynti- ja asiakaspalveluhenkilöstö)

**Olen tyytyväinen työtilani (avokonttori), asteikko 0-6 (0= Täysin eri mieltä, 3= En osaa sano, 6= Täysin samaa mieltä)**

1. Lämpötilaan
2. Ilmanlaatuun
3. Valon määrään
4. Äänen tasoon
5. Äänen yksityisyyteen
6. Työpisteen yksityisyyteen
7. Työpisteen kokoon/tilan määrään
8. Vuorovaikutusmahdollisuuksiin työkavereiden kesken
9. Työpisteen kalusteiden mukavuuteen ja säädettävyyteen
10. Väreihin ja tekstuureihin
11. Yleiseen puhtauteen
12. Kaikki asiat huomioiden, olen tyytyväinen työtilaani

**Kuinka tärkeänä pidät työtyytyväisyytesi/toimintakykysi kannalta työtilasi (avokonttori), asteikko 0-6 (0= En lainkaan tärkeänä, 3= En osaa sano, 6= Erittäin tärkeänä)**

1. Lämpötilaa
2. Ilmanlaatua
3. Valon määrää
4. Äänen tasoa
5. Äänen yksityisyyttä
6. Työpisteen yksityisyyttä
7. Työpisteen kokoa/tilan määrää
8. Vuorovaikutusmahdollisuuksia työkavereiden kesken
9. Työpisteen kalusteiden mukavuutta ja säädettävyyttä
10. Värejä ja tekstuureja
11. Yleistä puhtautta

## **Kehittäisikö joitain asioita työtiloissasi (avokonttorissa), mikä vaikuttaisi työtyytyväisyyteesi/toimintakykyysi? Miksi?**

- Valo saisi olla ns. epäsuoraa valoa, ei mitään todella kirkkaita lamppuja.
- Ääni nousee etenkin buukkitunnin aikana välillä häiritsevän kovaksi.
- Tilojen on hyvä olla 'esteettömiä', jotta on helppo lähestyä työkavereita ja esimiehiä. Jos esimiehet ovat linnoittautuneet omaan yksityisyytensä, on lähestyminen työhön liittyvissä asioissa vaikeampaa. Kommunikaatio, avoimuus ja läpinäkyvyys on avainasemassa myös työyhteisön sisällä. Kommunikaatio ns. jokapäiväisissä asioissa on olennaista myös työhyvinvoinnin osalta ja edellyttää kaikilta osapuolilta kykyä myös kuunnella.
- Mahdollisuus 'hiljaiseen tilaan' esim. tarvittaessa yksi huone, jossa mahdollisuus hoitaa esim. verkkotapaaminen rauhallisemmassa tilassa tms. Erilaisia työpisteitä/tiloja, joita voi vaihtaa tarpeen vaatiessa.
- Toivon että työtiloistamme löytyy tarpeeksi tiloja joihin kokoontua ja joissa voi pitää taukoa muita häiritsemättä.
- Ilmanlaatuun parannusta, myöskin melutaso vaikuttaa
- Olen helposti allergisoituva pölystä, kokolattiamatto on allergiani ajatellen hankala juttu, etenkin vanha ja pölyinen kokolattiamatto. Ymmärrän, että avokontto-reissa äännetaso nousee, mutta etenkin kulkuväylien varrella istuessa äänentaso nousee usein häiritseväksi. Yleinen puhtaus etenkin kakkoskerroksen WC-tilojen osalta heikkeni, kun siivous vaihtui Lassila-Tikanojalle, käsipyyhkeet ovat Wc.stä usein loppu samoin kun Wc-paperikelat eivät ole paikoillaan vaan irtonaisina sokin sokin Wc:ssä. Hyvää konttoreissa on valon määrä, isot ikkunat ja nykyaikaiset säädettävät pöydät. Toimintakykyyni työssä ei WC-tilojen epäsiisteys vaikuta, viihtyvyyteen kylläkin. Asiat on kuitenkin mielestäni tosi hyvin ottaen huomioon, että kyseessä on iso yksikkö. Yksittäisen työntekijän mielipidettä kuunnellaan ja kuullaan mielestäni hyvin työympäristöön liittyvissä asioissa.
- Se, että puhetyöläiset ahdetaan vielä lähemmäs toisiaan (uudet tilat valmistu-massa), ilman ääntä eristäviä väliseiniä on aika ihmeellistä. Stressitaso varmasti tulee nousemaan, kun ääntä tulee reilusti lisää, eikä yksityisyyttä ole enää ollen-kaan. Nyt jo kotiin päästyä pitää olla ihan hiljaa, kun ei jaksaa kuunnella ketään tai mitään. Jännityksellä odotan tulevaa.

- Kaipaisin enemmän omaa rauhaa työskentelyyn. Lähekkäin istuminen pienten pöytien kanssa tekee työskentelystä rauhatonta, keskittyminen herpaantuu helposti. Työpisteet ovat tällä hetkellä myös aika pieniä, tavaroille olisi mukava olla erillinen laatikosto tms.
- Melu on liian kova ja yksityisyyttä ei ole. Ei meinaa aina kuulla asiakkaita, ja vaikea keskittyä.
- Äänen määrä on avokonttorissamme valtava. Toivoisin esimiehiltä reagointia työtilojen äänekkyyteen työn luonteen vuoksi. Iltaisin ei paljon jaksakaan puhua / kuunnella, kun työskentelee avokonttorissa. Työtilojen yksityisyys on viety kokonaan pois. Se on ikävä kehityssuunta.
- Ilmanlaatu ja puhtaus toivottavasti palaavat entiselleen remontin jälkeen.
- Yleinen häly ja joidenkin puhuminen poikkeuksellisen kovalla äänellä häiritsee
- Jokaiseen pöytään ns. omat seinät. Kaikissa niitä ei ole, vaikka useimmista löytyvätkin. Seinät lisäävät työrauhaa mielestäni huomattavasti.
- Desibelit nousee toisinaan liian korkealle, on siis liian meluinen ympäristö. Lisäksi tällä hetkellä palelen päivittäin, koska lämpötila ei ole kohdillaan, eikä sitä saada säädettyä. Remontin jälkeen helpottanee.
- Tärkeimpinä kehitysideoina ovat mielestäni työympäristön lämpötila sekä äänen taso. Välillä ympäristössä on todella rauhatonta työskennellä, kun kaikki keskustelevat samanaikaisesti.
- Kunnollinen ilmanvaihto/siedettävä lämpötila, siedettävä melutaso sekä työntekijän että asiakkaiden korvissa
- Korkeus ja syvyys suunnassa liikuteltavat työpisteen väliseinät, jotka luovat 'oman sopen' tarvittaessa. Mahdollisuus saada kovaa puheensorinaa ympäriltä vaimennettua, olisi ihan tervetullutta, jos puhelusta on vaikea saada selvää.
- Äänen voimakkuus ympärillä on välillä liian kova; ei meinaa pystyä keskittymään itse puheluun. Tiiviimmät kuulokkeet voisivat toimia paremmin. Toisaalta se saataisi lisätä käytetyn äänen voimakkuutta (dB mittari pöydälle niille, joilla 'kantava' ääni).