



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Liiketaloustiede, markkinointi	Päivämäärä	24.4.2006
Tekijä(t)	Tuija Forsström, Katariina Kuusiluoma	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	144
Otsikko	IHMISEN LIKUTTAJAT Case-tutkimus motivaatiosta Canon Oy:ssä		
Ohjaaja(t)	KTT Helena Mäkinen ja KTM Hannu Makkonen		

Tiivistelmä

Motivaatio ratkaisee, käytämmekö työssämme vain murto-osan vai lähes kaiken kyvyistämme. Motivaation tuoma ilo lataa työntekijään henkisiä voimavaroja koko ajan. Esimiesten ja henkilöstöjohdon mukaan motivaatio on tärkeintä työelämässä, ja vasta sen jälkeen tulevat luotettavuus, vastuullisuus ja oma-aloitteisuus. Ihmisten johtamisessa tärkeintä onkin oivaltaa motivaation syvin olemus. Motivointi on aiheena ajankohtainen ja tällä hetkellä erityisen kiinnostuksen kohteeksi on noussut palkitsemisen näkökulma. Tässä tutkielmassa palkitseminen nähdään motivointikeinona. Motivointi konkretisoituu yrityksissä palkitsemisena ja palkitsemisella vastaavasti pyritään motivoimaan. Tässä tutkielmassa motivaatiota tarkastellaan kokonaisuutena ottaen huomioon sekä ulkoisen että sisäisen motivaation.

Ulkoinen motivaatio on konstruktio, joka esiintyy aina kun tehtävä suoritetaan erillisen lopputuloksen eli ulkoisen palkkion vuoksi. Yksinkertaisimmillaan sisäinen motivaatio tarkoittaa jonkin asian tekemistä, koska se on mielenkiintoista tai nautinnollista.

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena oli tarkastella motivaatiota yrityksen ja työntekijän näkökulmasta. Osaongelmina selvitettiin, miten yritys motivoi työntekijöitään, mitä ulkoisia ja sisäisiä motivointikeinoja yrityksessä käytetään sekä miten motivoivina työntekijät kokevat käytetyt ulkoiset ja sisäiset motivointikeinot ja kuinka hyvin ne on heidän mielestään toteutettu yrityksessä. Tutkimus toteutettiin case-tutkimuksena. Tarkasteltava yritys oli Canon Oy. Yrityksessä käytettäviä ulkoisia ja sisäisiä motivointikeinoja tarkasteltiin teemahaastattelun avulla. Haastateltavaksi valittiin Canon Oy:n HR business partner, jonka toimenkuvaan kuuluu liiketoimintaa tukeva HR ja kokonaispalkitsemisen kehittäminen. Haastattelu suoritettiin 14.10.2005. Työntekijöiden mielipiteitä yrityksessä käytettävien motivointikeinojen motivoivuudesta ja toteutuvuudesta selvitettiin kvantitatiivisen Internet-kyselyn avulla. Tutkimus suoritettiin kokonaistutkimuksena. Aineisto kerättiin helmikuussa 2006.

Canon Oy:ssä palkitsemisen kokonaisuus on otettu hyvin huomioon. Yrityksessä hyödynnetään sekä ulkoisia että sisäisiä motivointikeinoja. Haastattelun perusteella Canon Oy:n palkitsemisjärjestelmän painopiste oli kuitenkin ulkoiseen motivaatioon liitettyssä aineellisessa palkitsemisessä, mikä oli jokseenkin odotettavaa tulosorientoituneessa myyntiorganisaatiossa. Internet-kyselyn tutkimustulokset olivat suurelta osin samansuuntaisia aikaisempien työntekijöiden motivoitumista tarkastelleiden tutkimusten kanssa – työntekijöitä motivoivat myös muut tekijät kuin raha. Kaiken kaikkiaan tutkimuksen kohteena ollut yritys on onnistunut melko kiitettävästi motivointikeinoja valitessaan, sillä työntekijöiden vastaukset noudattelivat positiivista linjaa.

Asiasanat	ulkoinen motivaatio, sisäinen motivaatio, aineellinen palkitseminen, aineeton palkitseminen, palkitsemisen kokonaisuus, kokonaispalkitsemisjärjestelmä
Muita tietoja	