

Antti Penttinen

## **K-KAUPPIAIDEN TYÖNKUVAN VERTAILU ERI KONSEPTEISSA**

## **K-KAUPPIAIDEN TYÖNKUVAN VERTAILU ERI KONSEPTEISSA**

Antti Penttinen  
Opinnäytetyö  
Kevät 2016  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Liiketalous, markkinointi

---

Tekijä: Antti Penttinen

Opinnäytetyön nimi: K-kauppiain työnkuvan vertailu eri konsepteissa

Työn ohjaaja: Topi Haapasalo

Työn valmistumislukukausi- ja vuosi: kevät 2016

Sivumäärä: 26+2

---

Opinnäytetyön aihe valikoitui kauppiain työnkuvan vertailuun oman kiinnostuksen kautta yrittämiseen. Yrittämisen kiinnostus on tullut seuraamalla omia vanhempia, jotka molemmat toimivat kokeneina ruokakauppiaina K-marketissa. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimiikin juuri K-market Sodankylän kauppias Ari Penttinen.

Työn tavoitteena on tutkia kolmen eri Keskon ketjukonseptin kauppiain työnkuvaa ja vertailla niitä kattavasti keskenään. Ketjukonsepteja ovat K-market, K-supermarket ja K-citymarket. Kauppiain toiminnassa keskitytään olennaisesti konkreettiseen työnkuvaan, eli tarkoituksena on kartoittaa kauppiain työpäivän sekä työviikon rakenne.

Tutkimuksen tietoperusteessa käydään läpi K-kauppiuutta, yrittäjyyttä sekä kauppakonsepteja koskevia tutkimukselle oleellisia tietoja. Tutkimusmenetelmänä on käytetty haastattelua. Kustakin ketjukonseptista haastateltiin yksi kauppias kasvotusten puolistrukturoidulla kysymysrungolla.

K-market -kauppias on päivittäisessä työssään suurimman osan myymälän puolella. Toimistotyöt hoitaa kauppiaspuoliso, jolloin kauppiaille jää suurin osa päivästä asiakasrajapinnassa toimimiseen. Tätä hän piti ensiarvoisen tärkeänä. K-marketissa johtaminen tapahtui esimerkin voimalla, henkilökunnan rinnalla töitä tehden.

K-supermarketissa kauppiain työnkuva oli myös hyvin fyysistä ja suurelta osin myymälässä toimimista. Kuitenkin vastuu oli jaettu laajemmin henkilökunnalle, jolloin itse velvoitetta kauppiaille ei myymälän puolella ollut. Supermarket-kauppias teki itse suurimmaksi osaksi toimistotyöt. Toimistotyöt vievätkin ison osan työpäivästä.

K-citymarket -kauppiain työnkuva on suurilta osin toimistosta johtamista. Myymälässä työskentelely ei ole suuressa osassa enää kaupan suuryksikössä. Johtaminen korostuu kaupan koon ollessa suuri. Monitasoinen organisaatio on tällöin tarpeen.

Eri ketjukonseptien kauppiain työnkuvassa on suuri ero. Pienessä kaupassa oma fyysinen työ korostuu johtamisen työkaluna. Suuressa kaupassa kuten Citymarketissa monitasoisista organisaatiota johdetaan ylhäältä alaspäin, joka näkyy työnkuvassa. K-Supermarket on näiden sekoitus sopivassa suhteessa kutakin työnkuvaa. Kauppias voi verrata tuloksia omaan tekemiseen ja käyttää tutkimusta apuna oman työnkuvansa suunnittelussa.

---

Asiasanat: K-kauppias, työnkuva, yrittäjä, K-market, K-supermarket, K-citymarket

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Business, marketing

---

Author: Antti Penttinen

Title of thesis: Comparing the job descriptions of the owners of different K-group concepts

Supervisor: Topi Haapasalo

Term and year when the thesis was submitted: spring 2016      Number of pages: 26+2

---

This thesis aims to examine and compare the job descriptions of the shop owners in three different types of grocery store concepts belonging to the Kesko group. These three concepts are K-market, K-supermarket and K-citymarket. The focus will be on the daily life and routines of a shop owner in order to provide a comparative description of what constitutes different shop owners' regular work day and the whole week.

The theoretical framework of this thesis seeks to provide essential information on owning a K-group grocery store and being an entrepreneur, while also describing the different K-group store concepts in the light of this study. This study employs interviews as its research method. One shop owner was chosen from the each three different K-group store concepts

The K-market shop owner says that they spend most of their work days in the actual store department, allowing their grocer spouse to handle the office work. This in turn frees more time for the owner to work with the customers which the shop owner thinks is very important. Thus, the owner leads by example working side-by-side with their employees.

The owner of a K-supermarket also says that their job is physically engaging and that they mostly work in the store department. However, the responsibility there is more widely distributed among the employees, leaving little obligations for the owner themselves within the store department. Thus, the owner personally handles most of the work in the office that consumes a good deal of their day at work.

In a K-citymarket store, the job description of the owner mainly involves working in the office. In a store of such a big scale, there is little need for the owner to work in the store department. Being a large store, the role of good leadership is emphasised and a multi-layered organisation is required.

The job descriptions of the owners in the three different store concepts differ greatly from each other. In a small store, the owner has to lead by example and engage in physical work in the store. In a large store such as the K-citymarket, the multi-layered organisation is led from the top to bottom, which in turn makes the owner's job description quite different. K-supermarket falls in between of these two concepts with a mix of both physical and office work for the owner. The shop owners can reflect their work on the results of this study and use it as a tool to adjust and plan their job descriptions in future.

---

Keywords: shop owner, job description, entrepreneur, K-market, K-supermarket, K-citymarket

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	K-KAUPPIUUS .....	7
3	YRITTÄJÄN TYÖNKUVA .....	9
4	KAUPPAKONSEPTIT .....	11
4.1	K-market.....	11
4.2	K-supermarket .....	11
4.3	K-citymarket .....	12
5	TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN .....	13
5.1	Opinnäytetyön tavoitteet ja tutkimustehtävät.....	13
5.2	Kohderyhmä.....	13
5.3	Opinnäytetyön tutkimusmenetelmät .....	14
6	KAUPPIAIDEN TYÖNKUVA .....	16
6.1	K-market.....	16
6.2	K-supermarket .....	17
6.3	K-citymarket .....	19
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA .....	21
	LÄHTEET.....	25
	LIITTEET .....	27

# 1 JOHDANTO

Kauppiuus on ammattina todella perinteinen ja varsinkin ruokakauppiuus on varmasti yksi perinteisimpiä yrittämisen muotoja. Suomessa ruokakauppias on yleensä Keskon konseptissa toimiva K-kauppias, koska juuri muita kauppiasvetoisia ketjuja ei ole, muutamaa hyvin pientä tekijää lukuun ottamatta. Ruokakauppiaan ammatti on minulle tärkeä vanhempieni yrittäjätaustan kautta ja on hyvin mahdollista, että ruokakauppiana teen itsekin oman elantoni. Näin ollen onkin hyvin mielenkiintoista selvittää opinnäytetyössäni, kuinka K-kauppiaan työnkuva vaihtelee Keskon kauppa-konseptin muuttuessa.

Opinnäytetyössäni on tarkoitus perehtyä K-kauppioiden työnkuvaan. Työssä selviää minkälaiset ovat kauppioiden työpäivät viikon ajanjaksolla ja miten ne eroavat konseptin ja samalla myös kaupan koon suurentuessa. Keskolla on kolme kauppa-konseptia ketjussaan. Näitä ovat lähikauppa-tyylinen K-market, suurempi K-supermarket sekä valtava K-citymarket. Kustakin konseptista valitsen yhden kauppiaan ja haastattelen heitä kasvokkain avoimella haastattelulla.

Tietoperustasta löytyy tietoa yrittäjyydestä sekä K-kauppiuudesta. Lisäksi avaan Keskon kauppa-konseptien ideaa ja sitä kuinka ne eroavat toisistaan. Toimeksiantajana toimii K-Market Sodankylän kauppias Ari Penttinen, joka toimii myös haastateltavana. Toimeksiantaja haluaa työltä perspektiiviä ja uutta katselukulmaa omaan työnkuvaansa ja löytää siitä vinkkejä sen oman työnkuvansa tehostamiseen.

## 2 K-KAUPPIIUS

Vuonna 2012 Suomessa on yhteensä yli 1200 toimivaa K-kauppiasta, joista yli 900 toimii K-ruokakauppiaina. Muita Keskon kauppiaita ovat maatalous- sekä rautakauppiat, joita on noin 150, ja erikoiskauppiat esimerkiksi kenkäkauppiat ja urheiluvälinekauppiat, joita on myös noin 150. Vanhin K-kauppiaan keski-ikä on 45 vuotta ja keskimääräinen kauppias on toiminut työssään 11 vuotta. (K-ruokakauppias 2012a, hakupäivä 20.3.2016.)

K-ruokakauppias on itsenäinen yrittäjä, joka toimii joko Keskon tai itse omistamassa kauppapaikassa. Kauppiaan arki on työntäyteinen ja siihen sisältyy monia fyysisiä ”lattiataason” tehtäviä, jossa tuotetason osaaminen nousee tärkeään arvoon. Ruokakauppias on jokapaikanhöylä, johon voi turvautua sekä kaupan henkilökunta että neuvoa hakevat asiakkaat. Sosiaalisuus on suuressa osassa kauppiaan työtä läsnäolon ja osallistumisen vuoksi. Tämä tekee työstä sosiaalisesti antoisan mutta myös samalla erittäin vaativan. (K-ruokakauppias 2012c, hakupäivä 20.3.2016.)

Yrittämisen taloudellinen vastuu on tietenkin itse kauppialla. Hän tekee oman kauppansa budjetin ja vastaa sen toteutumisesta. Jotta kauppapaikasta saadaan kannattava, edellyttää se tuottojen ja kustannusten hallintaa. Tässä tarvitaan kauppiaalta ymmärrystä tavaroiden ostamisen ja myymisen pelisäännöistä. Kaupan menestymisen kannalta on myös tärkeä hoitaa yhteistyötä erilaisten sidosryhmien kanssa. Kauppias on tässä suuressa roolissa omalla tekemisellään. Tärkeitä sidosryhmiä ovat kaupan henkilökunta ja asiakkaat, yhteistyökumppanit kuten Ruokakesko, tavarantoimittajat sekä media ja yhteiskunnalliset ryhmät kuten paikalliset seurakunnat, järjestöt ja yhteisöt sekä viranomaiset. (K-ruokakauppias 2012c, Hakupäivä 20.3.2016.)

K-ruokakauppiaan toimenkuvaan kuuluu myös Keskon ketjukonseptin toteuttaminen omassa kaupassa. Konsepteissa on elementtejä joiden halutaan toteutuvan kaupoissa. ”Ketjukonseptissa määriteltyjen myymäläkohtaisten ratkaisujen toteutus ja ylläpito on aina K-ruokakauppiaan tehtävä” (K-ruokakauppiaan toimenkuva, Hakupäivä 20.3.2016). Toimenkuvaan sisältyy myös ketjun valtakunnallisten ja alueellisten toimenpiteiden toteuttaminen omalla markkina-alueellaan. Lisäksi Kauppias huolehtii myös kauppakohtaisesta markkinoinnin toteutumisesta. (K-ruokakauppias 2012b, Hakupäivä 20.3.2016).

K-kauppiaksi pääsee käymällä Ruokakeskon kauppiasvalmennuksen. Se kestää noin 4-18 kuukautta määritellystä koulutustarpeesta riippuen. Kesto määräytyy siitä, kuinka paljon arvioidaan kauppiasharjoittelijan vaativan kehittymistä. Tähän vaikuttavat harjoittelijan kokemukset muun muassa hakijan koulutustausta, kokemus esimiestyöstä ja tulosvastuullisesta toiminnasta sekä toimimisesta asiakasrajapinnassa. Kauppiasvalmennusohjelmassa jokaiselle valmennukseen hyväksytylle sovitaan yksilöllisesti sisällöltään painotettu ohjelma. Kauppiasvalmennukseen hyväksymisen vaatimukset ovat rekrytointipäällikön haastatteluissa käynti sekä psykologisten testien läpäiseminen. (Kesko 2015a, Hakupäivä 5.5.2016.)

Jokainen Keskon kauppiasvalmennuksen aloittanut suorittaa kauppiastyön harjoittelun K-ruokakaupassa. Lisäksi valmennettavan on tehtävä runsaasti erilaisia verkko-ohjattuja tehtäviä sekä käytävä alueellisilla ja valtakunnallisilla lähijaksoilla. Päätöstilaisuus on juhlallinen tapahtuma, jossa jaetaan valmennuksen suorittaneille todistukset ja stipendit. K-ruokakauppiaksi valmentava koulutus maksaa harjoittelijalle 6000 euroa. Summa peritään kuitenkin vasta kun henkilö aloittaa K-ruokakauppiana ja se jaksotetaan kolmen vuoden ajalle. (K-ruokakauppias 2012d. Hakupäivä 5.5.2016.)



### 3 YRITTÄJÄN TYÖNKUVA

Jokainen yritys tarvitsee yrittäjän. Hän on henkilö, joka on uskaltanut alkaa oman onnensa sepäksi ja löytänyt toiminnalleen kantavan liikeidean. Kuitenkaan yrittäjä ei voi olla täysin varma että kauppa kävisi ja asiakkaat kiinnostuisivat hänen tuotteestaan, joten yrittäjän on kestettävä epäonnistumisen mahdollisuus ja sietää riskiä tekemisessään. Yrittämisen on oltava siis kannattavaa eli myyntitulojen on riitettävä toiminnasta syntyvät kaikki menot. Toimintaan liittyy olennaisesti tappion mahdollisuuden riski ja kannattavuusvaatimus. (Kinkki & Iso-kangas 2002, 7.)

Kuitenkaan yritystoiminta ei perustu pelkästään yrittäjään, vaan hänen toimintansa muodostuu yhteistyöstä sidosryhmien kanssa. Kinkki sanoo, että yrittäjä kommunikoi tavarantoimittajien kanssa, palkkaa ja kouluttaa yrityksen työntekijöitä, neuvottelee rahoittajien kanssa, markkinoi tuotetta ja tekee viranomaisten vaatimat ilmoitukset ja paperityöt. Yritystä voidaan tällöin katsella myös sosiaalisena yksikkönä. (Kinkki 2002, 8.)

Jotta yrityksestä saadaan pysyvästi menestyvä, on yrittäjän luotava toiminnalleen strategia. Strategia erottaa yrityksen jossain suhteessa kilpailijoistaan. ”Sillä voidaan ymmärtää sitä menetelmien, perusratkaisujen ja suuntaviivojen joukkoa, joilla tulevaisuuden asetetut päämäärät ja tavoitteet saavutetaan (Kinkki 2002, 17). Yrittäjällä on siis jatkuva prosessi suunnitella tulevaisuutta, jotta voidaan erottua kilpailijoista ja löydetään menestymisen kannalta olennaisimmat seikat. (Kinkki 2002, 18.)

Tutkittaessa yrittäjän henkilökohtaisia ominaisuuksia on päätelty yrittäjän vahvasti pyrkivän riippumattomuuteen. Hän haluaa kontrolloida itse omaa elämäänsä ja olla siitä vastuussa sekä ottaa muita helpoimmin taloudellisia riskejä. Yrittäjyyteen liittyy usein selvästi muitakin kuin pelkästään rahassa mitattavaa elämän sisältöä. Taloudelliset seikat ovat uravalinnassa tärkeitä siltikin, vaikka yrittäjän tulot jäävät monesti hyvin mataliksi. Yrittäjyyden halu määräytyy lähtökohtaisesti henkilökohtaisista ominaisuuksista ja mahdollisuudet yrittäjyyden ulkoisista esteistä. (Lehtonen 1999, 19.)

## Tilastotietoa yrittäjyydestä

Yrittäjän keskimääräinen ikä vuonna 2008 oli 47 vuotta, mikä on viisi vuotta korkeampi kuin tavallisen palkansaajan. Monilla aloilla yrittäminen edellyttää pitkää työ- ja johtamiskokemusta. Noin viidennes yrittäjistä on nuoria eli 15–34 -vuotiaita. (Elinkeinoelämän valtuuskunta, hakupäivä 4.5.2016.) Suomen yrittäjien koulutus pohja vuonna 2005 jakautuu niin, että 14 prosenttia on suorittanut korkeakoulututkinnon, joko yliopistossa tai ammattikorkeakoulussa. Opistoasteen on käynyt yrittäjistä kolmannes eli 33 % ja ammatillisen koulutuksen 17 % (Yrittäjät, Hakupäivä 4.5.2016).

Yrityksiä Suomessa on 283 290 kappaletta vuonna 2013. Suuria, yli 250 henkilön, yrityksiä niistä on vain 0,2 prosenttia. Keskisuuria (50–249 henkilöä) on 0,9 prosenttia ja pienyrityksiä (10–49 henkilöä) on 5,5 prosenttia. Pienimpiä yrityksiä eli mikroyrityksiä on 93,4 prosenttia. (Yrittäjät, Hakupäivä 4.5.2016.) Opinnäytetyön yritykset kuuluvat kaikki pieniin, yli 10 henkilön yrityksiin. Pienimmät K-marketit kuuluvat mikroyrityksiin ja suurimmat K-City- ja Supermarketit voivat kuulua, yli 50 henkilön, keskisuuriin yrityksiin.

## 4 KAUPPAKONSEPTIT

Keskon ruokakauppojen toimintaa johtaa Keskon yhtiö Ruokakesko Oy. Se vastaa ketjujen markkinoinnista, hankinta- ja logistiikkapalveluista, kauppapaikkaverkostosta ja kauppiasresursseista. (Home 2007, 37.) Keskolla on Suomessa kolme ketjua: K-market, K-supermarket ja K-citymarket. K-extra ketju on sulautettu osaksi K-market ketjua ja lisäksi Keskolla on Venäjällä toimiva ketju K-ruoka Venäjä, joita oli 2015 vuoden lopussa yhdeksän. (Kesko 2016e, Hakupäivä 20.3.2016.) K-ketju on Suomen toiseksi suurin toimija päivittäistavara-kaupan alalla noin 33 prosentin markkinaosuudella. Osuuskauppa toimintaan perustuva S-ryhmä on suurin noin 46 prosentin osuudellaan. K-ryhmän ostettua Suomen lähikauppa Oy:n eli Siwat ja Valintatalot, markkinaosuus nousee S-ryhmän kantaan noin 40 % prosenttiin. (SalkunRakentaja, Hakupäivä 20.3.2016.)

### 4.1 K-market

K-market on yleensä pienehkö ruokakauppa lähellä asiakasta. Kaupat ovat sijoitettu lähiöihin, pienempiin kyliin tai suurempiin keskustoihin nopean asioinnin kaupoiksi. Sloganiksi on valittu hyvin toimintaa kuvaava ”Kaikki hyvä on lähellä”. Ruokakesko Oy:n ostettua Suomen lähikauppa Oy:n, K-market ketjusta syntyy Suomen kattavin lähikauppaverkosto. Noin 600 Siwaa ja Valintataloa muutetaan vuoden 2016 ja 2017 aikana K-marketeiksi. Samalla on tarkoitus käynnistää mittava koko ketjun uudistaminen. Uusiin K-ruokakauppoihin rekrytoidaan lähivuosina yritystalon vuoksi satoja uusia kauppiaita. K-markettien kilpailijoita ovat S-ryhmän Salet, sekä pienemmät S-marketit ja Lidlit sijainnista riippuen. (Kesko 2016c, Hakupäivä 5.5.2016.) K-marketteja oli vuoden 2015 lopussa 476. Tähän sisältyy myös Nesteen liikenneasemien yhteydessä toimivat K-marketit. (Kesko 2016e, Hakupäivä 20.3.2016.)

### 4.2 K-supermarket

K-supermarketit ovat keskisuuria tai suuria elintarvikekauppoja. Ne ovat tarkoitettu isommille asuinalueille, joissa ostovoimaa on tarpeeksi. K-supermarkettien slogan on ”tavallista parempi ruokakauppa”. Kauppojen vahvuudeksi on pyritty saamaan kattava palvelu, laajat valikoimat erityisesti hedelmä- ja vihannesosastoilla, suomalaiset tuotteet sekä K-ketjun omat tuotemerkit Pirikka- ja K-menu-tuotteet. Supermarkettien pahimmat kilpailijat ovat pääasiassa suuret S-marketit ja

Lidlit. (Kesko 2014d, 37, Hakupäivä 20.3.2016.) Supermarketteja on 219 eli noin puolet vähemmän kuin K-marketteja (Kesko 2016e, Hakupäivä 20.3.2016).

### **4.3 K-citymarket**

K-citymarketit ovat valtavia hypermarketteja, joita on vain kaupungeissa ja isojen teiden varrella, joissa asiakaspotentiaalia on paljon. K-citymarketit pyrkivät tarjoamaan asiakkaille laajat valikoimat päivittäis- ja käyttötavaroita. Vahvuuksiksi halutaan rakentaa kilpailijoihin nähden erityisesti monipuoliset lihan, kalan ja aterioiden monipuoliset palvelutiskit. Hintataso halutaan pitää edullisena ison volyymin voimin. (Kesko 2014d, 37, Hakupäivä 20.3.2016.) Sekä City- että Supermarkettien on tarkoitus uudistua vuoden 2018 loppuun mennessä. Citymarketeista halutaan valikoimiltaan ja palveluiltaan asiakaskuntansa näköisiä. Ketjun käyttötavarapuoli perustuu suurilta osin pukeutumiseen, kodin ja vapaa-ajan tuotteiden myyntiin. Citymarketeissa käy vuosittain yli 80 miljoonaa asiakasta ja erikoiskampanjoiden, kuten Mammuttimarkkinoiden, aikana kaupassa käy yli 15 miljoonaa asiakasta. (Kesko 2016b, Hakupäivä 5.5.2016.) Citymarketteja on Suomessa 81. Niiden yksittäinen suurin kilpailija on S-ryhmän hypermarket-konsepti Prisma (Keskon 2016e, Hakupäivä 20.3.2016).

## 5 TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN

### 5.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja tutkimustehtävät

Opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa K-ketjussa toimivien kauppiaiden eroja Keskon eri ketju-konsepteissa. Vertailtavia ketjuja ovat siis K-market, K-supermarket ja K-citymarket. Kauppiaiden toiminnassa keskitytään olennaisesti konkreettiseen työnkuvaan, eli tarkoituksena on kartoittaa kauppiaiden työpäivän sekä työviikon rakenne. Tutkimuksessa selviää, minkälaisia työtehtäviä he suorittavat ja miten ne eroavat toisistaan erikokoisissa yrityksissä.

Haastateltavissa kauppiaissa K-market-kauppias toimii omassa kiinteistössään kauppiana ja kaksi muuta suuremman yksikön kauppiasta toimivat Keskon omistamassa kiinteistössä vuokratilalla. Tämä tuo työnkuvaan myös erilaisuutta, varsinkin kun K-market -kauppias ei ole ulkoistanut kiinteistön hoitoa, vaan pitää huolta kiinteistöstä itse henkilökohtaisesti. Opinnäytetyössä syntyy siis vertailua myös työnkuvien erosta omassa kiinteistössä ja vuokra kiinteistössä toimimisesta.

Opinnäytetyön tutkimustehtävinä on kuvailla:

1. Millainen on K-kauppiaan työpäivä sekä työviikko
2. Miten K-kauppiaiden työnkuva eroaa kaupan koon ja ketjun konseptin vaihtuessa

Opinnäytetyön tuloksista saatava tieto kauppiaiden työnkuvasta ja niiden eroista voidaan hyödyntää kaupan tapojen tehostamiseen ja kauppiaan oman työnkuvan tarkkailuun vertaamalla niitä muiden kauppiaiden toimintaan. Näin voidaan kehittää ja saada uusia toimintamalleja oman yrityksen johtamiseen. Tutkimustehtäviin haetaan vastauksia K-kauppiaiden haastattelujen avulla.

### 5.2 Kohderyhmä

Opinnäytetyön kohderyhmänä olivat kolmen eri K-konseptin kauppiaat. Kustakin konseptista valikoitu yksi kauppias, joka suostui haastatteluun. Haastatteluun sopivista kauppiaista kaksi toimivat

Oulussa ja K-market -kauppiaat Sodankylässä. Haastateltavat kauppiat valikoituivat harkinnanvaraisesti läheisten suhteiden ja helpon lähestyttävyyden kautta.

Haastattelujen tarkoituksena oli luoda syvällistä ja kattavaa keskustelua kauppiaan työstä, joten haastateltavien kyky antaa tätä tietoa oli tärkeämpää, kuin heidän suuri lukumääränsä. Tärkeää oli täten että kauppiailta löytyi paljon kokemusta, jolloin työnkuva oli hioutunut ja selkeä ja, että haastatteluissa saatiin paljon tietoa, myös kauppiaan omista kokemuksista eri kauppakonsepteissa. Jokaisella haastatellulla kauppialla oli monen kymmenen vuoden kokemus kaupan alalta ja kauppiana toimimisesta.

### **5.3 Opinnäytetyön tutkimusmenetelmät**

Menetelmänä opinnäytetyön aineiston keruussa käytettiin K-kauppioiden teemahaastattelua. Runsas työkokemus kaupan alalta ja läheinen suhde kauppiasammattiin sekä kiinnostus alaa kohtaan suuntasi opinnäytetyön haastatteluja. Oma käytännön kokemus ja kouluista saatu oppi olivat apuna kysymysrunгон rakentamisessa sekä myös itse haastattelussa.

Kasvotusten haastattelu oli paras vaihtoehto aineiston keruuseen, koska täten sai hyvän kontaktin kauppiaseen ja haastatteluista tuli syväluotaavia sekä runsaita. Puhelinhaastattelu olisi voinut jäädä liian etäiseksi ja pintapuoleiseksi raapaisuksi kauppiaan työnkuvasta sähköpostitse käytävistä haastatteluista puhumattakaan. Lisäksi oma kiinnostus kauppias uraan kannusti tutustumaan kauppiaisiin tapaamisen merkeissä.

Haastateltaviin oltiin yhteydessä hyvissä ajoin, jossa sovittiin suostumus haastatteluun sekä ajan kohta ja paikka. Haastattelupaikkana toimi aina kyseisen kauppiaan kauppa, jossa oli luontevaa suorittaa haastattelu. Kerroin myös etukäteen haastattelun tarkoituksen ja rakenteen sekä hie-man teemoista, joita tullaan käsittelemään. Haastattelurungon lähetin etukäteen sähköpostitse kauppialle näin tämän halutessaan.

Haastattelu sopi tiedonkeruun menetelmäksi mainiosti, koska se on joustava sekä haastateltavalle sekä haastattelijalle. Haastattelut sujuivat mainiosti. Tärkeää oli, ettei tarkoista kysymyksistä huolimatta haastatteluista tulisi kovin muodollisia, vaan että pystyttiin synnyttämään keskustelua ja tekemään tilaisuudesta avoimempi. Näin saatiin syväluotaavaa ja kattavaa tietoa tutkimukseen.

Tutkimuksen tiedonkeruu menetelmäksi harkittiin myös kyselylomaketta, joka olisi lähetetty kauppiaille. Tämä kuitenkin koettiin haastattelua huomattavasti huonommaksi vaihtoehdoksi, koska kyselylomake ei motivoi vastaamaan niin hyvin ja vastauksista olisi saattanut tulla vajaita sekä vaikeasti tulkittavia.

Haastattelun rakenteeksi valikoitui puolistrukturoitu haastattelu. Kaikille haasteltaville esitettiin hyvin pitkälle samat kysymykset samassa järjestyksessä. Kuitenkin lomakkeesta voitiin poiketa, jos oli tarve ja haluttiin synnyttää keskustelua. Haastatteluista ei haluttu tehdä liian formaaleja, jotta avoimuus säilyi. Haastatteluun oli mietitty kolme teemaa, joita myötäillen haastattelu käytiin. Ensimmäisenä kysyttiin perustieto kauppiasta ja kaupasta, sitten mentiin itse asiaan ja käytiin läpi kauppiaan työnkuvaan kuuluvat asiat ja lopuksi haastattelua tarkentavia ja täydentäviä kysymyksiä esimerkiksi johtamiseen ja ajankäyttöön. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47.)

## 6 KAUPPIAIDEN TYÖNKUVA

Tutkimustehtäviin haettiin vastauksia kolmen eri kauppakonseptin kauppiaiden haastattelujen avulla. Haastattelut toteutettiin maaliskuussa 2016. Kauppiat olivat kaikki yli 50-vuotiaita miehiä ja kahdella heistä oli vielä runsaasti kokemusta useammasta kuin yhdestä Keskon ruoka-kauppakonseptista, joka oli tutkimuksen kannalta positiivinen asia.

### 6.1 K-market

Haastatteluun valikoitunut K-market -kauppias on 55-vuotias ja toiminut kauppiana jo 30 vuotta samassa kauppapaikassa. Koulutukseltaan hän on merkonomi eli käynyt sen aikaisen kauppapiston. Kauppa, jossa hän toimii, on suurehko K-market. Henkilökuntaa kaupassa on 10 kokoai-kaista työntekijää sekä haastatteluhetkellä 2 vuokratyöntekijää. Lisäksi kauppias toimii omassa kiinteistössään kauppiana, joka tuo työnkuvaan hieman erilaisuutta verraten kahteen muuhun haastateltuun kauppiaseen.

Työnkuvaa selvittäessä kysyttiin tavallisen työpäivän työaskareita. Vaikka tavallinen työpäivä on kauppiana toimimisessa väärä käsite jokaisen päivän ollessa erilainen ja tuoden uusia haasteita, pyrittiin haastattelussa löytämään kuitenkin normaalin työpäivän runko. Keskimääräisen työpäivän pituus haastatellulla K-market -kauppialla on noin 11 tuntia, aamu seitsemästä ilta kuuteen. Hän aloittaa työpäivänsä seitsemän aikoihin kiinteistöhuollolla. Talvisin tämä tarkoittaa lumen pukkaamista kiinteistön ympäriltä ja kesäisin roskien keräämistä pihalta ja parkkipaikalta.

Pihahommien jälkeen kauppias aloittaa päivänsä tietokoneen takana istuen. Hän täyttää tulokortin, tarkastaa kuormakirjat ja tarpeelliset tilausesitykset sekä käy läpi ketjunetin ja sähköpostin. Myymälän puolella kauppias tarkistaa päättyvät ja alkavat kampanjat ja hoitaa tilaukset. Kauppi-aan vastuulla on myös tarvesuunnittelun seuraaminen ja sen hoitaminen yleensä aamuisin. Päi-vällä K-market -kauppias tapaa paikalle saapuneita edustajia. Hän pitää edustajia tärkeänä sidos-ryhmänä, koska heiltä saa hyviä ideoita ja kampanjaehdotuksia myynnin lisäämiseksi.

Iltaapäivän puolella kauppias hoitaa tavarantoimituksen kunnan eri laitoksiin, joiden vanhukset ovat tilanneet kaupasta tavaraa. Tämä tapahtuu neljä kertaa viikossa, neljään eri laitokseen.



Kauppiaan tehtäviin kuuluu myös hyllypäätyjen rakentaminen ja myymälän siistinä pitäminen sekä kaupan suhteellisen suuren käyttötavaraosaston hoitaminen. Lisäksi olennainen osa työtä on kaupan toiminnan seuraaminen eli seurataan, että homma toimii erinomaisesti joka osastolla.

Viikoittaisia poikkeavuuksia kauppiaan työnkuvassa on maanantaina ilmoituksen teko paikallislehteen. Tiistaina, kun on yleensä hieman hiljaisempi päivä, on henkilökuntaa paljon vapaalla. Kauppias hoitaa tällöin vapaapäivää viettävien henkilökuntalaisten työt osastoilla eli pääasiassa kuorman purkua. Keskiviikkona kauppias pitää huolen että loppuviikkojen kampanjoissa menee kaikki hyvin eli varsinkin teollisella puolella hän huolehtii viikoittaisen markkinointi materiaalin vaihdosta. Kauppias lisää myös, että oma kiinteistö tuo oman haasteen työnkuvaan ja siihen kuluu jopa noin 10 % työajasta. Kiinteistö on suuri satsaus, joten hänelle on tärkeää kunnon pysyminen hyvänä ja kaikkien laitteiden toimiminen.

Viikonloppuisin kauppias ei juuri normaalina viikonloppuna tee töitä. Hän haluaa viettää viikonloput leväten ja omaa aikaa viettäen, jotta viikolla jaksaa tehdä pitkää päivää. Sunnuntai-iltana kauppias kuitenkin käy kaupalla tarkistamassa kuormakirjat ja käy läpi raportteja.

K-market -kauppias tekee hyvin vähän toimistotyötä, koska juoksevat toimistotyöt, kuten esimerkiksi työvuoroluettelon tekemisen, laskutuksen ja palkanmaksun, hoitaa kokonaan hänen kauppiaspuolionsa. Näin kauppiaalle jää enemmän aikaa toimia myymälän puolella asiakasrajapinnassa, jota hän pitää erityisen tärkeänä pienessä kaupassa ja pienessä noin 9000 asukkaan kylässä.

## **6.2 K-supermarket**

Haastateltu K-supermarket -kauppias on 57-vuotias ja hänelläkin on jo pitkä 29 vuoden kokemus kauppiaan työrasta. Koulutukseltaan hän on niin ikään kauppaopistosta valmistunut markkinoinnin merkonomi. Kauppa, jossa hän toimii kauppiana, on suuri K-supermarket Oulun ydinalueella. Henkilökuntaa hänellä on yhteensä 34, joista 9 kokoaikaista. Lisäksi kauppias käyttää tarpeen tullen myös joustavaa vuokratyövoimaa esimerkiksi kassoilla. Lisäksi kauppiaalla on kokemusta usean K-marketin hoitamisesta kauppiana sekä toisen K-supermarketin hoitamisesta ennen nykyistä kauppapaikkaa, jossa hän on toiminut 7,5 vuotta.

Keskimäärin haastatellun K-supermarket kauppiaan työpäivä kestää kymmenestä kahteentoista tuntiin. Aamu alkaa jo aamu viideltä ja päättyy iltapäivällä kolmen jälkeen. Kauppiaan aamu alkaa tietysti aamukahvilla, jonka jälkeen kauppias toimii 3-4 tuntia hedelmä- ja vihannesosastolla, eli hevi-osastolla, apuna kuorman purkamisessa ja osaston järjestelyssä. Aamun myymälähommien jälkeen kauppias siirtyy hoitamaan konttorin puolelle juoksevat toimistotyöt esimerkiksi pankkiasiat ja kirjanpidon asioita.

Tämän jälkeen päivä kuluu erilaisissa kaupan askareissa. Kauppias kiertelee osastoilla ja varmistaa asioiden esimerkiksi kampanjoiden sujuvan. Hän on vastuussa kaikkien erilaisten laitteiden huoltamisesta tai huollon järjestämisestä. Kauppias käy useasti myös kassalla päivän mittaan apuna purkamassa ruuhkia ja jonoja sekä keskustelemassa asiakkaiden kanssa. Lisäksi kauppias pitää myymälää ja varastoa siistinä, silloin tällöin niitä järjestellen. Mainonta vie nykyisin vähemmän aikaa kauppiaan työstä. Ennen siihen kului paljon aikaa Oulun alueen Supermarket-kauppiaille ollessa iso mainosrinki Kaleva-lehdessä, jonka vetovastuussa haastateltu kauppias oli.

Edustajien kanssa vuorovaikutus on myös olennainen osa kauppiaan päivää, vaikkakin suurimaksi osaksi edustajat ovat tekemisissä osastovastaavien kanssa. Konttorin puolella kauppias seurailee päivän mittaan tulokorttia, ketjunettia ja sähköpostia. Iltapäivällä kauppias yleensä käy vielä fiksaamassa hevi-osaston priimakuntoon iltapäivän asiakkaita varten.

Mitä viikonpäivien tuomaan vaihteluun tulee, maanantaina kauppias käyttää aikaa edellisviikon tilanteen katsaukseen. Hän tarkastelee edellisviikon raportit ja tulokortit ja, että menttiinkö budjettiin. Hän myös tarkkailee hävikin syntymistä tarkoin. Kauppiaan mukaan nykypäivänä tulee suuri määrä erilaisia raportteja, joita on tärkeä seurata ja käyttää toiminnassaan hyödyksi. Tiistain ollessa hiljaisempi päivä, pyritään erilaiset tapaamiset järjestämään tälle päivälle. Tiistaina ja keskiviikkona kauppias yleensä myös hoitaa työvuorojen tekemisen. Torstai ja perjantai ovat valmistautumista viikon vaihteeseen ja varsinkin perjantaina kauppias haluaa viettää paljon aikaa myymälän puolella apuna päivän ollessa viikon vilkkain kauppapäivä.

Viikonloppuisin haastateltu Supermarket-kauppias tekee paljon töitä. Lauantaina hän tulee muun henkilökunnan kanssa aamuviideltä hoitamaan askareita ja purkamaan hevi-osastoa noin kello kymmeneen asti. Yleensä sunnuntaisinkin hän käy muutaman tunnin järjestelemässä kauppaan ennen kaupan avautumista kello 11.

Kauppiaan mielestä kaupan organisaatiossa ei tarvitse olla myymäläpäällikköä, vaan osastovastaavat riittävät hoitamaan myymälää. Kauppias haluaa itse olla työllään isossa roolissa myymälän hoidosta ja kaupan käynnistä, jolloin kaupan kokonaisuus pysyy kauppiaan hanskassa ja työ näkyy laadukkaampana kauppana ja tyytyväisinä asiakkaina. Haastatellun kauppiaan ominta työtä on olla etulinjassa asiakkaiden parissa.

### **6.3 K-citymarket**

Opinnäytetyöhön valikoitunut K-citymarket -kauppias on myös hyvin kokenut kauppias, jolla ikää on 51 vuotta. Kaupan alalta hänellä on kokemusta jo yli 30 vuotta ja kauppiasuraa hänellä on takana 15 vuotta. Koulutukseltaan hän on ylioppilas ja kahden muun kauppiaan tavoin suorittanut kauppaopiston eli merkonomien tutkinnon.

Kauppiaana hän toimii Oulun tuntumassa olevassa Citymarketissa, jossa hän on nyt toiminut 1,5 vuotta. Edellisiä kauppapaikoissa hän on toiminut kauppiaana kahdessa eri K-marketissa yhteensä kahdeksan vuotta ja yhdessä K-supermarketissa viisi ja puoli vuotta. Hänellä on siis runsas kokemus kauppiasurallaan eri kauppakonsepteista toimimisessa. Henkilökuntaa hänen alaisuudessaan eli K-citymarketin elintarvikepuolella on yhteensä 28 työntekijää, joista 8 on kokoaikaisia. Kassahenkilöstöä Citymarketissa on arviolta noin 20, joista kauppias maksaa vuokraa K-citymarket Oy:lle.

Haastateltavan Citymarket-kauppiaan normaali työpäivä alkaa yleensä kahdeksalta ja päättyy kello 16 aikoihin. Työpäivä alkaa aamulla luomalla yleiskatsaus myymälään. Kauppias katsoo, että osastoilla on kaikki kunnossa ja henkilökunta on kaikki saapunut töihin eli kokonaisuus on kunnossa ja kaikki toimii. Tämän jälkeen hän siirtyy toimiston puolelle, jossa suurin osa hänen päivästä kuluu.

Henkilöstöasioiden hoitoon kuluu paljon aikaa päivästä, lisäksi markkinoinnin suunnittelu vie aikaa ja tapaamisia on hyvin paljon eri sidosryhmien kanssa. Markkinointiin kuluu varsinkin silloin paljon aikaa, kun lehti-ilmoitusringin vetovastuu on haastatellulla kauppialla, eli joka neljäs kuukausi. Toimistotöiden ohella kauppias käy noin puolentoista tunnin välein kiertelemässä myymälässä ja varmistamassa että työ siellä sujuu ja luo katsausta kokonaiskuvasta. Lisäksi iltapäivällä

kauppias on enemmän myymälän puolella asiakasrajapinnassa siivoamassa ja järjestelemässä myymälää, suunnittelemassa uusia kuvioita ja mikä tärkeintä, vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa.

Maanantaisin kauppias pitää osastoilla toimivien henkilökunnan kanssa mainospalaverin, jossa käydään läpi entisiä ja tulevia asioita vahvasti vuorovaikutuksessa. Palaverissa on tärkeää, että tieto kulkee sujuvasti molempiin suuntiin. Tiistaina kauppias tekee itse työvuorolistat, mutta tulevaisuudessa on ajatuksena delegoida työvuorolistan tekeminen henkilökunnalle. Perjantain ollessa viikon vilkkain päivä Citymarket-kauppias on suuremman osan työpäivästä myymälän puolella johtamassa toimintaa ja tarvittaessa apuna.

Viikonloppuisin kauppias käy lauantaina kello kuudesta puoleenpäivään saakka purkamassa kuormaa ja järjestelemässä sekä siivoamassa hyllyjä. Sunnuntain kauppias on pyhittänyt vapaa-päiväksi, jolloin rentoudutaan ja pyritään irtautumaan töistä. Sunnuntai-illasta kuitenkin jo alkaa orientoituminen seuraavan viikon haasteisiin papereita lukien ja suunnitellen.

Kauppiaalla työskentelee myös puoliso kaupassa, joka johtaa enemmän myymälä työskentelyä ja vastaa pakasteista. Lisäksi organisaatiosta löytyy myymäläpäällikkö ja viisi osastovastaavaa. Myymäläpäällikkö on yleismies, joka tuuraa tarvittaessa kauppiaspariskuntaa. Hänen työhön kuuluu myös omavalvontaa, henkilöstön kehittämistä ja suunnittelutyötä. Konttoristi hoitaa laskutuksen ja alustavan kirjanpidon.

Kauppias sanoo fyysisen työn jääneen pieneen osaan citymarkettiin siirtyessä. Hyvin suuri osa on henkilöstöhallintaa ja johtamista. Kauppias pitää kuitenkin tärkeänä myymälässä toimimisen, jotta kokonaiskuva säilyy ja että kaikki langat pysyvät käsissä.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa kolmen K-ketjun kauppiaiden työnkuvaa ja verrata niitä keskenään. Kolmesta kauppiasta on ideana löytää työpäivästä ja viikosta eroja, kun mennään pienestä kyläkaupasta K-marketista suureen K-supermarkettiin ja siitä Keskon suurimpaan kaupakonseptiin eli K-citymarkettiin. Työnkuvaan vaikuttaa olennaisesti myös kaupan organisaatio ja johtamistyyli, jota myös käsitellään osaltaan tässä tutkimuksessa. Lisäksi kauppojen hyvinkin erilainen sijainti ja ulkoiset tekijät vaikuttivat jonkin verran kauppiaiden työnkuvan erilaisuuteen.

Tutkimuksessa haastatellun K-market -kauppiaan ominta hommaa on niin sanotusti rintamalla eli asiakkaiden seurassa myymälässä toimiminen. Pienessä kaupassa kauppiaan rooli korostuu yrityksen vetäjänä sekä asiakkaille että henkilökunnalle. Pienellä paikkakunnalla toimimisessa on kaupan menestyksen kannalta tärkeää, että asiakkaat kokevat kauppiaan läsnäolon. Tämä on kilpailuvaltti, jota kauppiaan mukaan kannattaa hyödyntää kaupankäynnissä.

K-marketissa kauppias johtaa hyvin pitkälle esimerkin voimalla, sillä hän työskentelee osastovastavien ja myyjien rinnalla sekä heidän apunaan jatkuvasti. Kun henkilökuntaa on vain noin 10 ihmistä, ei monitasoista organisaatiota tarvitse, vaan henkilökunnalle on muodostunut vakiintuneet roolit yrityksessä. Pienessä kaupassa kauppias pystyy myös säästämään huomattavasti henkilöstökustannuksissa omalla työpanoksellaan, joka näkyy positiivisesti viivan alla tuloksessa. Tämä kuitenkin tietää kauppiaille pitkää päivää. Kauppiaspariskunnalla on myös omia osastoja hoidettavanaan myymälänkin puolella. Lisäksi K-marketissa kauppias haluaa itse olla pitkälti itse vuorovaikutuksessa teollisuuden edustajien kanssa ja pitää langat tiukasti omien käsien ulottuvilla.

Haastatellun K-market -kauppiaan roolista kauppiana tekee hieman erilaisen se, että vastuu juoksevista toimituksista ja kassatyöskentelystä on hänen puolisollaan. Kauppialla on puolestaan lisävastuuna huolenpitiäminen kiinteistön kunnosta. Kiinteistön huollolliset tehtävät vievät kauppiaan mukaan jopa noin 10 prosenttia hänen työajastaan.

Haasteltavan K-supermarket -kauppiaan työnkuva on osaksi hyvin samanlainen kuin K-market -kauppiaan. Molemmissa tapauksissa kauppias haluaa johtaa esimerkillään. Supermarketissakin kauppias haluaa työskennellä myymälän puolella asiakkaiden kanssa, mutta suuren myymälän

vuoksi erilaisia vastuita ja velvoitteita ei hänellä ole ostoskassien tilaamista lukuun ottamatta, vaan vastuu on jaettu osaaville osastovastaaville. Kauppias myös menee ahkerasti kassalle avuksi purkamaan ruuhkia ja vilkkaimpia hetkiä, minkä hän toivoo näkyvän hyvänä asiakastytyväisyytenä ja laadukkaana kaupan merkinä.

Supermarket-kauppias hoitaa K-marketin tavoin edustajien kanssa työskentelyä, mutta iso osa edustajista työskentelee suurimmaksi osaksi osastovastaavien kanssa. Kauppias myös tekee toimistotyöt itse, eikä niitä ole delegoitu muille työvuorojen tekoa lukuun ottamatta. Niiden tekemisen hoitaa useasti hänen tyttärensä, joka on töissä kyseisessä kaupassa.

Supermarketissa korostuu K-marketia enemmän henkilöstöjohtaminen, ja henkilökunta on organisoitu huomattavasti järjestelmällisemmäksi. Kyseisessä Supermarketissa on neljä tiimiä, joiden sisällä henkilökunta toimii selkeissä rooleissaan. Tiimejä johtavat tiiminvetäjät ja osastovastaavat, joille on jaettu K-marketin osastovastaavia huomattavasti suurempi vastuu. Näin kauppiaan ei tarvitse olla osastoilla yhtä vahvasti läsnä kuin K-marketissa.

Toisin kuin K-market -kauppias, Supermarket-kauppias työskentelee paljon viikonloppuisin. Useasti Supermarket-kauppias käy töissä molempina päivinä. Myös Citymarket-kauppias työskentelee viikonloppuisin, mutta sunnuntain pyhittää lepopäiväksi. Viikonlopputyöskentely onkin enemmän henkilökohtainen valinta, kuin kauppakonseptissa vaikuttava tekijä. Työskentely viikonloppuisin näkyy säästöinä kustannuksissa ja myymälän laadussa. Toisessa vaakakupissa painavat puolestaan lepo ja henkilökohtainen vapaa-aika.

Opinnäytetyössä haastattelun K-citymarket -kauppiaan työnkuvassa korostuu suureksi osaksi johtaminen. Citymarket-kauppialla ei juuri ole fyysisiä töitä myymälässä, vaan työnkuva painottuu toimiston puolelle. Suureen myymälään pitää rakentaa toimiva organisaatio, ja pitää sitä yllä. Kauppias sanoo haastattelussaan, että mitä enemmän on henkilökuntaa ja suurempi kauppa, sitä vaikeampi on yrityksen visio ja punainen lanka saada näkymään henkilökunnan toiminnassa.

Citymarketissa on jo osaltaan monitasoisempi organisaatio kuin kahdessa pienemmässä konseptissa. Kauppiaspariskunnan lisäksi organisaatiossa on myymäläpäällikkö, jolle on annettu vapaat kädet työskennellä ja johtaa myymälässä. Myymälä työskentelyä johtaa myös kauppiaan vaimo. Lisäksi ovat osastojen vastaavat ja tietysti rivimyyjät. Kauppiaan tehtävänä on saada organisaatio pyörimään kitkatta henkilökunnan tarpeita ja toiveita kuunnellen.

Kauppan ollessa suuri kuten Citymarket, kuluu kauppialla aikaa paljon tapaamisiin eri sidosryhmien kanssa, kuten esimerkiksi tavaratalopuolen johtajan kanssa ja jätehuollosta vastaavien kanssa. Yhteistä Supermarket- ja Citymarket-kauppiaille oli runsas ajankäyttö markkinoinnin kanssa. Markkinoinnissa halutaan synergiaa ja neuvottelu voimaa muista alueen vastaavan konseptin kaupoista, joten erilaiset kauppojen yhteiset lehti-ilmoitusringit vaativat oman aikansa. Pienen kylän K-marketissa tämä ei ole mahdollista eikä tarpeen.

Vaikka K-citymarket -kauppialla on paljon tekemistä toimiston ja henkilöstöjohtamisen kanssa, pitää hän yhtäläillä tärkeänä myymälässä asiakkaiden ja henkilökunnan kanssa läsnäoloa, kuin supermarketin ja K-marketin kauppiat. Kaikki haastatellut kauppiat halusivat olla suurilta osin läsnä itse kaupankäynnissä asiakasrajapinnassa, jotta pystytään huomaamaan yrityksensä kokonaiskuva. Huomataan miltä kaupankäynti näyttää ja mitä kehitettävää löytyy. Näitä seikkoja ei löydä pelkästään raporteja tutkimalla. Ajankäyttöä raporttien kanssa kuitenkin kaikki kauppiat pitivät tärkeinä, koska nykypäivän järjestelmästä saa suuren määrän tietoa, mitä kauppias pystyy kaupankäynnin tehostamisessa hyödyntämään. Lisäksi jokaisen ketjukonseptin kauppiaan työtöhtäviin kuului koko kauppansa järjestyksen ja siisteyden jatkuva ylläpito.

Kauppioiden haastattelu ja työnkuvan selvittäminen oli minulle hyvin mielenkiintoista ja opettavaista. Haastattelemisen aukaisi minulle silmät siitä, mitä kauppiailta vaaditaan niin fyysiseltä kuin henkiseltäkin puolelta. On sanomattakin selvää, ettei työtä ja sen loppumatonta määrää saa pelätä. Ahkeruus on perushyve, joka hyvältä kauppiailta vaaditaan. Pitkät, varsinkin 12-tuntiset työpäivät, vaativat fysiikalta paljon ja ovat varmasti pitemmän päälle todella kuluttavia. Varsinkin K-marketissa ja K-supermarketissa työn kuormittavuus fyysisesti on todella rankkaa. Citymarketeissa työn kuormittavuus puolestaan on enemmän henkisellä puolella.

K-kauppioiden työssä on myös runsaasti henkistä kanttia mittaavia stressin aiheuttajia. Suurin näistä on varmastikin kauppiaan taloudellinen vastuu yrityksen toiminnasta. Henkilöstö ja sen johtaminen myös varmasti tuovat omat haasteensa. Palapelistä on haasteellista saada toimiva ja sujuva sekä kaupallisesti että henkilökunnan omien tarpeiden kannalta. Lisäksi erittäin suuri määrä byrokratiaa ja erilaisten säädösten viidakko elintarvikealalla ovat kauppiaille iso haaste. Niiden olemassaolosta ja jatkuvista muutoksista on oltava täydellisen tietoinen.

Vaikka K-kauppiaan työ on henkisesti ja fyysisesti raskasta, kiehtoo se minua silti suuresti. Työ on monipuolista ja vaihtelevaa. Jokainen työpäivä on erilainen. Kaupat ovat paikkakuntien sydämiä, joihin asiakkaat kokoontuvat ostoksille lähes päivittäin. Kauppiaana oleminen on yrittämistä aidoimmillaan. Kun sen tekee pitkäjänteisellä työllä oikein, tyytyväisiä asiakkaita on paljon, ja tulee siitä henkisesti ja taloudellisesti hyvin palkitsevaa.



## LÄHTEET

Elinkeinoelämän valtuuskunta. 2011. Yrittäjien ikäjakauma. Hakupäivä 4.5.2016, <http://www.eva.fi/tyotjatekijat/yrittajien-ikajakauma-2011/>

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001 Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki. Yliopistopaino

Home, N. 2007. Empiirinen tutkimus K-ruokakauppiaiden yrittäjyysasenteista. Helsinki: HSE Print

K-ruokakauppias. 2012a. Kauppiasyhteisö. Hakupäivä 20.3.2016, <https://k-ruokakauppias.fi/ura-kauppiaana/kauppiaana-toimiminen/k-kauppiasyhteiso/>

K-ruokakauppias. 2012b. K-ruokakaupiaan toimenkuva. Hakupäivä 20.3.2016, <https://k-ruokakauppias.fi/ura-kauppiaana/kauppiaana-toimiminen/k-ruokakaupiaan-toimenkuva/>

K-ruokakauppias. 2012c. Ruokakaupan arki. Hakupäivä 20.3.2016, <https://k-ruokakauppias.fi/ura-kauppiaana/kauppiaana-toimiminen/ruokakaupan-arki/>

K-ruokakauppias. 2012d. Valmennus. Hakupäivä 5.5.2016, <https://k-ruokakauppias.fi/k-ruokakauppiasvalmennus/esimerkkisivu/>

Kesko. 2015a. K-ruokakauppias. Hakupäivä 5.5.2016, <http://www.kesko.fi/tyopaikat/kauppiaaksik-ryhmaan/k-ruokakauppias/>

Kesko. 2016b. Kaikki K-citymarket-ketjun kaupat uudistuvat vuoden 2018 loppuun mennessä. Hakupäivä 5.5.2016, <http://kesko.fi/media/uutiset-ja-tiedotteet/uutiset/2016/kaikki-k-citymarket-ketjun-kaupat-uudistuvat-vuoden-2018-loppuun-menessa/>

Kesko. 2016c. Kesko on toteuttanut suomen lähikaupan oston. Hakupäivä 5.5.2016, <http://www.kesko.fi/media/uutiset-ja-tiedotteet/uutiset/2016/kesko-on-toteuttanut-suomen-lahikaupan-oston---siwat-ja-valintatalot-muuttuvat-k-marketeiksi/>

Kesko. 2015d. Keskon vuosi 2014. Hakupäivä 20.3.2016, [http://www.kesko.fi/globalassets/03-sijoittaja/raporttikeskus/2015/2507-kesko\\_keskon\\_vuosi\\_2014.pdf](http://www.kesko.fi/globalassets/03-sijoittaja/raporttikeskus/2015/2507-kesko_keskon_vuosi_2014.pdf)

Kesko. 2016e. Tilinpäätöstiedote 1.1.–31.12.2015. Hakupäivä 20.3.2016, <http://www.kesko.fi/media/uutiset-ja-tiedotteet/porssitiedotteet/2016/keskon-tilinpaatostiedote-1.1.-31.12.2015-vertailukelpoinen-liikevaihto-edellisen-vuoden-tasolla-tulos-ja-taloudelline/>

Kinkki, S. & Isokangas, J. 2006. Yrityksen perustoiminnot. Helsinki: WSOY

Lehtonen, P. 1999. Strateginen yrittäjyys. Helsinki: Multiprint

Marttila, J. kauppias, K-supermarket Välivainio. 2016. Haastattelu 4.4.2016. Tekijän hallussa.

Penttinen, A. kauppias, K-market Sodankylä. 2016. Haastattelu 28.3.2016. Tekijän hallussa.

Rantala, P. kauppias, K-citymarket Välivainio. 2016. Haastattelu 12.4.2016. Tekijän hallussa.

Salkunrakentaja. 2015. Kesko kasvattaa markkinaosuuttaan reippaasti. Hakupäivä 5.5.2016, <http://www.salkunrakentaja.com/2015/11/kesko-kasvattaa-markkinaosuutta-reippaasti-vahittaiskauppa-keskittyy-kahdelle-kauppaketjulle/>

Yrittäjät. 2005. Selvitys yrittäjien koulutustaustasta Suomessa. Hakupäivä 4.5.2016, [www.yrittajat.fi/File/29616ee2-3332-4670.../Koulutusprofiili2005.pdf](http://www.yrittajat.fi/File/29616ee2-3332-4670.../Koulutusprofiili2005.pdf)

Yrittäjät. 2013. Yrittäjyystilastot. Hakupäivä 4.5.2016, [http://www.yrittajat.fi.c.yrittajat.ent.platform.sh/sites/default/files/migrated\\_documents/sy\\_yrittajyys\\_tilastot\\_2015.pdf](http://www.yrittajat.fi.c.yrittajat.ent.platform.sh/sites/default/files/migrated_documents/sy_yrittajyys_tilastot_2015.pdf)

Antti Penttinen

Opinnäytetyö

K-kauppiaiden työnkuvan vertailu eri konsepteissa

Tietoja haastateltavasta:

Nimi:

Ikä:

Kauppa:

Kysymykset:

1. Kuinka kauan olette toiminut kauppiana?
2. Kuinka kauan olette toiminut kauppiana tässä kauppapaikassa? Missä olette toimineet ennen tätä kauppapaikkaa?
3. Minkälainen on teidän koulutus?
4. Kuinka paljon henkilökuntaa teillä on? Kokoaikaisia? Osa-aikaisia? Vuokratyöntekijöitä?
5. Kuinka pitkää työpäivää yleensä teette?
6. Miten aamunne lähtee tavallisena työpäivänä käyntiin? Minkälaisia työtehtäviä siihen kuuluu?
7. Minkälaisia työtehtäviä päivään ja iltapäivään kuuluu tavallisena työpäivänä?

8. Mitä viikoittaisia työtehtäviä kuuluu teidän viikkoon?
  - a. Maanantai?
  - b. Tiistai?
  - c. Keskiviikko?
  - d. Torstai?
  - e. Perjantai?
  
9. Kuinka paljon töitä teette viikonloppuisin ja mitä viikonlopun työtehtäviin kuuluu?
  
10. Miten olette jakaneet vastuun henkilökunnallenne?
  
11. Mikä on mielestänne kuormittavinta työssänne?
  
12. Minkä asian haluaisitte muuttaa työssänne? Mitä tekisitte toisin?
  
13. Jos olette toiminut kauppiana eri ketjukonseptissa, niin minkälaisia eroja näette johtamisessa ja työnkuvassa?
  
14. Minkälainen on ajankäyttönne eri sidosryhmien esimerkiksi Keskon, median, muiden kauppiaiden tai tavarantoimittajien kanssa?