

Yhteisöllisyys osaksi liiketoimintaa

Maria Frilander



Tekijä Maria Frilander	
Opinnäytetyö Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Yhteisöllisyys osaksi liiketoimintaa	Sivu- ja liitesivumäärä 17 + 1
<p>Yhteisöllisyyttä on kuvailtu ajan saatossa enimmäkseen myönteisenä asiana, jota monet tavoittelevat muun muassa asuinpaikallaan ja nykyaikana myös internetissä. Siihen pyritään myös yrityksiensä sisällä, sillä yhteisöllisyyden tunteella on todettu olevan vaikutusta työpaikan ilmapiiriin. Liiketoiminnan sisäinen yhteisöllisyys heijastuu myös yrityksen sisältä asiakkaille. Voiko yhteisöllisyyttä luoda ja tuoda yrityksen ulkopuolelle liiketoimintaympäristössä asuvien sekä asiakkaiden keskuuteen ja edistääkö se liiketoimintaa? Tässä opinnäytetyön osassa on myös tutkittu yhteisöllisyyden sopivuutta Lapinlahden kunnassa Alapitkän kylällä sijaitsevaan kesäkahvila Unskan toimintaympäristöön.</p> <p>Osana opinnäytetyötä vasta toimintansa aloittaneelle kesäkahvilalle laadittiin liiketoimintasuunnitelma. Tämän työn julkaistava versio ei sisällä liiketoimintasuunnitelmaa, sillä se on liikesalaisuuksien vuoksi salainen. Kesäkahvilan asiakkaille laadittiin Webropol-asiakaskysely, jonka tulokset toimivat yritystoiminnan kehittämisen apuna. Tulokset on esitetty osana liiketoimintasuunnitelmaa. Asiakaspalautteen avulla selvitettiin asiakkaiden mielipiteitä kesäkahvilan tuotteista, palveluista sekä kylän yhteisöllisyydestä ja sen parantamisesta. Kyselytutkimus oli määrällinen, vaikka osa kysymyksistä olivat laadullisia. Kyselytutkimuksen luotettavuutta on arvioitu tässä opinnäytetyön osassa.</p> <p>Opinnäytetyöllä on kokonaisuudessaan pyritty korostamaan yhteisöllisyyden merkitystä liiketoiminnalle ja liiketoimintaympäristölle. Kesäkahvilan toiminta ja asiakaskyselystä saadun asiakaspalautteen ansiosta yhteisöllisyyden luominen ja kehittäminen Alapitkän kylällä paranevat.</p> <p>Tavoitteena oli tehdä toimiva liiketoimintasuunnitelma ja kirjoittaa liiketoiminnan teemaan sopivasta aiheesta tutkimus. Projekti alkoi lokakuussa 2018 ja tavoitteeseen, eli valmiiseen opinnäytetyöhön päästiin kokonaisuudessaan toukokuussa 2019.</p>	
Asiasanat Yhteisöllisyys, liiketoiminta, kyselytutkimus, liiketoimintasuunnitelma	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Yhteisöllisyyden tarkastelua	3
2.1	Yhteisöllisyyden määritelmä.....	3
2.2	Kyläyhteisöllisyys	5
2.3	Moderni yhteisöllisyys	7
2.4	Yhteisöllisyys osaksi liiketoimintaa.....	7
2.5	Yhteisöllisyys Alapitkän kylälle ja kesäkahvila Unskalle	10
3	Kyselytutkimus	11
3.1	Kyselytutkimuksen määrällisyys ja laadullisuus.....	12
3.2	Kyselytutkimuksen luotettavuuden arviointi	13
4	Prosessin kuvaus	15
5	Pohdinta.....	17
	Lähteet	18
	Liitteet.....	21
	Liite 1. Kesäkahvila Unska liiketoimintasuunnitelma	21

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön osa sai alkunsa jo kesällä 2018, kun aloin seuraamaan Alapitkän kylällä Lapinlahden kunnassa sijaitsevan kesäkahvila Unskan remonttia ja liiketoimintaa, joiden myötä havaitsin kyläläisten myönteisen reaktion uuden kesäkahvilan aukeamisesta. Osa kyläläisistä nimittäin tarjoutui auttamaan talkoolaisina muun muassa Unskan remontissa. Kyläläisten eleestä inspiroituneena ajattelin, miten Alapitkän kyläläiset ja kesäkahvila Unska voisivat auttaa toisiaan tulevaisuudessa. Tästä syntyi ajatus yhteisöllisyyden kehittämisestä kylällä.

Kohdeyritys ja liiketoimintaympäristö ovat myös lähellä sydäntäni, sillä sukuni on osin Alapitkän kylältä kotoisin. Aiemmin tiloissa toiminut Alapitkän Union oli sukulaiseni johtama ja nykyistä liiketoimintaa johtava on myös sukulainen, joka jatkaa toimintaa. Historiaa, perinteitä ja yhteishenkeä ihannoivana minulle luonnollisin opinnäytetyön aihe oli kirjoittaa yhteisöllisyyden merkityksen lisäksi erillinen liiketoimintasuunnitelma uudelle kesäkahvilalle.

Tässä työn osassa käsitellään yhteisöllisyyttä sekä yhteisöllisyyden määritelmää erilaisista lähteistä. Alapitkän kylä on asukasluvultaan pieni asuinpaikka, joten koin tärkeäksi tarkastella kyläyhteisöllisyyttä käsitteenä. Yhteisöllisyyttä tutkiessa havaitsin, että nykyään puhutaan myös modernista yhteisöllisyydestä, joka eroaa perinteisestä ihmisten omaksumasta ajatuksesta, millaisena yhteisöllisyys nähdään. Tavoitteena on selvittää kuinka yhteisöllisyys vaikuttaa yrityksen toimintaan ja miten sen avulla voidaan parantaa liiketoimintaa.

Tämän opinnäytetyön osan lisäksi on tehty toimeksiantona liiketoimintasuunnitelma kesäkahvila Unskalle ja sen vuoksi tässä osassa on tutkittu myös yhteisöllisyyden vaikutusta Alapitkän kylään ja kesäkahvilan liiketoimintaympäristöön. Liikesalaisuuksien vuoksi liiketoimintasuunnitelma on salainen. Osaksi liiketoimintasuunnitelmaa tehtiin asiakaskysely, jonka tulokset ovat luettavissa liiketoimintasuunnitelmassa. Tulosten avulla kesäkahvilan toimintaa pystytään parantamaan tulevaisuudessa. Kyselytutkimuksen vuoksi tässä opinnäytetyön osassa tutkitaan myös toteutetun kyselyn määrällisyyttä ja laadullisuutta sekä tulosten reliabiliteettia ja validiteettia.

Yhteisöllisyys itsessään aiheena opinnäytetyössä on kiinnostava, mutta sen lisäksi tämän kaltaiselle työlle on kysyntää sen ainutlaatuisuuden ansiosta. Vastaavanlaista tutkimusta yhteisöllisyyden hyödyntämisestä yritystoiminnassa ei ole opinnäytetyönä aiemmin tehty.

Tämä opinnäytetyön osa sisältää tarkemman kuvauksen koko prosessin kulusta, eli siitä miten, missä ja milloin tätä opinnäytetyötä on kokonaisuudessaan lähdetty kirjoittamaan. Lisäksi lopussa on pohdintaa koko opinnäytetyöstä, eli työn teoreettisesta osasta, liiketoimintasuunnitelmasta ja toteutetusta asiakaskyselystä.

Kokonaisuudessaan tämän opinnäytetyön perimmäisenä tarkoituksena on yhteisöllisyyden merkityksen korostaminen ja yhteisöllisyyden saattaminen osaksi kesäkahvila Unskan liiketoimintaa.

2 Yhteisöllisyyden tarkastelua

Tässä kappaleessa käsitellään yhteisöllisyyttä terminä ja mitä sana ”yhteisöllisyys” teoriassa sekä käytännössä tarkoittaa. Yhteisöllisyydestä löytyi paljon kirjallisuutta ja verkkoartikkeleita, joista yhteisöllisyyden käsitettä on lähdetty kartoittamaan.

2.1 Yhteisöllisyyden määritelmä

Tuomen (2005, 158-159) mukaan yhteisöllisyydelle on erilaisia määritelmiä, joista mikään ei tunnu kattavan yhteisöllisyyden monimuotoisuutta. Yhteisöllisyyden luonnetta on vaikeaa ymmärtää, koska se on samaan aikaan ulkopuolellamme ja sisällämme. Yhteisöllisyys ei noudata tavanomaista kielioppia tai logiikkaa. (Hautamäki 2005, 158-159).

Jo antiikin kreikan aikaan filosofi ja tiedemies Aristoteles pohti yhteisöä käsitteenä. Aristoteleen mukaan yhteisöllisyys on ihmisen peruspiirre ja osa hyvää elämää. Hänen mukaan käytännöllisen järjen käyttäminen yhteisen hyvän päättämiseen ja toteuttamiseen johdattaa ihmisen olemuksen täydentymiseen. (Sihvola 2005, 17-18.)

Suomen kielessä sana ”yhteisö” on johdettu sanasta ”yhdistää” ja yhteisöön sekä yhteisöllisyyteen liitetään usein myönteisiä mielikuvia. Saksalainen tiedemies Ferdinand Tönnies julkaisi pääteoksensa *Gemeinschaft und Gesellschaft* vuonna 1887, jossa käsitellään yhteisöä ja yhteiskuntaa sekä niiden välistä eroa. *Gemeinschaft*:lla eli yhteisöllä Tönnies tarkoittaa yksilöiden ja ryhmien välistä suhdetta, jossa vallitsevat sitoutuminen sekä solidaarisuus, joita yhteisön jäsenet pitävät arvokkaina. Vastapainona *Gesellschaft* tarkoittaa yhteiskuntaa, jossa solidaarisuuteen perustuva sidos on vähäisempää ja sen korvaavat laskelmallisuus, rationaalisuus sekä yhteiselämää säätelevät lait. (Paasivaara, Nikkilä 2010, 9-10.)

Yhteisöllisyys on ihmisten välisten sosiaalisten suhteiden muodostama kokonaisuus, jonka kantavana teemana ovat luottamus, sitoutuminen ja motivaatio. (Lehmonen 2018.) Yhteisöllisyys on ensisijaisesti tekoja, avoimesti ja rehellisesti viestimistä sekä kaikkien arvostamista: Ihmisten huomioonottamista ja arvostavasti kohtelemista. (Suoramaa 2017.)

Tamperelaisen sosiaalipsykologi ja tutkija Sanna Malisen (2016) mukaan yhteisöllisyyteen liittyy yleensä monia positiivisia mielikuvia, kuten esimerkiksi ajatuksia yhdessä olemisesta, tekemisestä ja ylipäättään yhteisyyden tunteesta. Malisen mukaan yleisissä kes-

kusteluissa on huomattavissa huolestuneisuutta yhteisöllisyyden katoamisesta yhteiskunnassa. Yhteisöllisyyden katoamisen on nähty aiheuttavan monenlaisia sosiaalisia ongelmia, kuten esimerkiksi vieraantumista, eristäytymistä sekä yksinäisyyttä. Toisaalta Outi Jolanki (2016) Valtioneuvoston kansliasta kirjoittaa tiiviin yhteisön luomasta yhteenkuuluvuuden tunteesta, joka voi olla myös kielteinen asia. Yhteisö voi olla vahingollinen joillekin; pahimmillaan se voi tukahduttaa sekä kontrolloida yksilöä, minkä lisäksi yhteisön päämäärä voi olla myös ympäristölle vaarallinen, esimerkiksi rasistisia päämääriä kannattavissa yhteisöissä. (Jolanki 2016; Malinen 2016.)

Yhteisö antaa kuitenkin yksilölle mahdollisuuden ymmärtää itsensä samanlaisena erilaisten ihmisten kanssa, joten yhteisö luo yksilön. Yhteisöllisyydellä on myös rajansa. Yhteisöllisyyttä on yksilöiden yhdessä rakentama yhteinen yhteisöllisyys. (Hautamäki ym. 2005, 160.)

Jolangin (2016) mukaan yhteisöissä on tärkeää kysyä, miten asioista päätetään ja saavatko kaikki äänensä kuuluviin. Toisaalta Hiedanpää, Salmi ja Ylikoski puhuvat yhteisön yhteisten näkemysten eteenpäin viemisen vaativan verkostoituneita tulisieluja, jotka ovat tarpeen tullen valmiita jääräpäisesti ja pitkäjänteisesti puolustamaan yhteisön näkemyksiä. Yhteinen pyrkimys, tulisieluisuus ja aluetietoisuus vahvistavat yhteisöllisyyttä sekä yhteisön kekseliäisyyttä, jolla kansalaistoiminta kykenee löytämään ja luomaan uusia mahdollisuuksia. (Hiedanpää, Salmi & Ylikoski 2008, 151-152; Jolanki 2016.)

Yhteisöllisyyden ja yksilöllisyyden arvot nähdään usein toisensa poissulkevinä asioina ja esimerkiksi työyhteisöissä yhteisöllisten asioiden tekemistä saatetaan vastustaa, sillä yhteisöllisyyden pelätään tarkoittavan samanlaistamista. (Takanen 2005, 163).

Kaaosteorian kokonaisvaltaisen näkökulman mukaan maailma on täynnä avoimia dynaamisia järjestelmiä, jotka ovat yhteydessä toisiinsa. Samoin ihmiset ovat avoimia ”järjestelmiä”, jotka ovat vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa. Jokainen ajatuksemme ja tekomme vaikuttaa ympäristöömme ja jokainen on tällöin osa yhteisöä omana yksilönään. Tämän tiedostaminen vie ihmisiä itsekeskeisyydestä kohti ryhmätietoisuutta. (Takanen 2005, 163.)

Yhteiskunnallisessa keskustelussa yhteisöllisyys nähdään tavoittelemisen arvoisena ja positiivisena asiana (Ara 2016). Yhteiskunnat pysyvät koossa yhteisöllisyyden tunteen ansiosta, joka rakentaa yksilön ja yhteiskunnan välisen pohjan. Yhteisöllisyys on hankalasti mitattavissa, vaikka se on läsnä kaikkialla. (Lehmonen 2018.)

Päätöksenteko on yhteisöjen suurin haaste. Etenkin päätökset, joiden seurauksena muodostuu monenlaisia vaikutuksia ympäristölliseen, kulttuuriseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen pääomaan. Yksi syy päätöksenteon ongelmiin on niin kutsuttu NIMBY-ajattelu (eng. Not In My Backyard), eli suomeksi: ”ei minun takapihalleni”. Jotta paikalliset asukkaat näkisivät asioiden hyödyn omalla kohdallaan, tarvitaan jo valmisteluvaiheessa avointa vuorovaikutusta. Uusien asioiden hyväksyminen on helpompaa, kun niistä saadaan tietoa ja niistä keskustellaan. (Sitra.)

2.2 Kyläyhteisöllisyys

Kylällä tarkoitetaan usein kaupunkia pienempää asuinympäristöä, joka koostuu alle muutamasta tuhannesta asukkaasta.

Yhteisöä pidetään yleisnimityksenä erilaisille ryhmämuodostelmille. Yhteisön käsite voi vaihdella kahdesta ihmisestä kokonaiseen ihmiskuntaan. Yleisimmillään käsitteellä ’yhteisö’ viitataan ihmisten väliseen vuorovaikuttamiseen ja suhteeseen sekä tapoihin ja yhteyteen. (Lehtonen 1990.)

Kylähdistys yhdistää kylän asukkaat, järjestöt ja muut yhteistyötahot toimimaan oman kylänsä parhaaksi. Suomessa toiminta on lähtenyt liikkeelle aatteellisena vastareaktiona 1960-luvun lopun maalta pois muutolle. Kylätoiminta on ajan saatossa muotoutunut yhä enemmän asukkaiden oman asuinpaikan vapaaehtoiseksi yhteistoiminnaksi, jolla pyritään edesauttamaan paikallisia elinkeinotoimintoja. (Suomen Kylätoiminta ry 2014, 8.) Havaintojeni mukaan kylätoiminta on merkittävä osa kyläyhteisöllisyyttä.

Kaupungistuminen Suomessa tapahtui suhteessa kansainväliseen kaupungistumiseen myöhään ja siitä syystä kyläyhteisöllisyyteen liitetään usein mielikuvia omasta ja perheen kokemuksista (Ara 2016, 76). Muun muassa paikallisella kehittämisellä sekä kylä- ja kaupunginosatoiminnalla kootaan paikallisia voimavaroja toimimaan kyläläisten vaikutusmahdollisuuksien puolesta (Suomen Kylätoiminta ry 2014).

Kotona kylässä -dokumenttielokuvassa ohjaaja Kiti Luostarinen on kuvannut kotikylänsä Luhangan ihmisiä sekä luontoa runollisella kerronnalla. Elokuvasa on haastateltu Luhangan kylällä asuvia ihmisiä, jotka kertovat vahvasta toisistaan välittämisestä sekä rakkaudesta maahan, metsiin ja järviin. (Luostarinen 2012.) Dokumenttielokuvasta välittyi vahvasti lämmin kuva pienestä kyläyhteisöstä, jossa kyläläiset elävät yhteisymmärryksessä sekä harmoniassa toistensa ja luonnon kanssa.

Viveka Lanne (Hiedanpää ym. 2008, 29) kirjoittaa kokemuksestaan Pinomäen kylälle muuttamisesta, kyläyhdistyksen hallitukseen lupautumisesta ja kylän yhteisöllisyyden synnystä. Pinomäen kylän kehittymistä yhteisöksi kuvaa Lanteen mukaan hyvin yli neljänkymmenen vuoden takainen säilynyt dokumentti, jossa pinomäkeläisen martan, Kaino Sairasen vieraille pitämän puheen sanoma lopussa kuuluu näin:

”Olemme asuneet täällä yli 30. vuotta, tutustuneet toisiimme, hyväksyneet toisemme naapureina. Monesti olemme kamppailleet samojen vaikeuksien kanssa, ottaneet osaa toistemme iloihin ja suruihin. Ja nyt olemme kaikki pinomäkeläisiä, meillä on täällä hyvä olla. Ja toivon teidän vierainammekin täällä viihtyvän. Olkaa siis sydämellisesti tervetulleita.” (Lanne 2008, 31.)

Kyläyhdistyksen hallituksessa Lanteelle selvisi, että kyläläiset hoitavat itse asuinympäristöön sekä harrastusmahdollisuuksiin liittyviä asioita talkootoin ja varainhankintaa jäsenmaksuin. Kyläläisten motiivina tuntui Lanteen mukaan olevan pinomäkeläisyys, ylpeys omasta kylästä ja niin sanotusta itsenäisyydestä. (Hiedanpää ym. 2008, 29.)

Suomen kylätoiminnat ry:n laatimassa paikallisen kehittämisen valtakunnallisessa ohjelmassa (2014, 14) korostetaan paikallisuuden merkitystä kylissä, sillä monien järjestöjen ja yritysten perusta on nimenomaan paikallisuudessa: Kun asuminen ja hyvinvointi heikenevät ympärillä, on asukkaiden kannattavaa ottaa osavastuuta yhteisössä tilannetta korjaavissa toimissa. Muuttuvat haasteet eivät estä paikallistoimijoita asemoitumasta tilanteen mukana. Haasteellisessa tilanteessa on vahvistettava yhteisöllisyyttä, jonka voimalla rakennetaan uutta. (Suomen kylätoiminta ry. 2014, 14.)

Valtakunnallisessa Suomen Kylätoiminta ry:n laatimassa kylätoimintaohjelmassa korostetaan paikallisuuden merkitystä:

”Kylätoiminnan arvoista perustavin on paikallisuus. Paikallisuus lähtee toiminta-ajatukselta, jonka mukaan maailma koostuu paikoista, ts. ajattele maailmanlaajuisesti – toimi paikallisesti. Toimi siellä, missä olet. Tähän sisältyy tietty etiikka: ihmisen tekojen seuraamukset – hyvät ja huonot – näkyvät paikallisina muutoksina. Paikallisuuteen kuuluu vastuu paikasta, jossa asuu.” (Lanne 2008, 31).

Lanteen mukaan paikan varaan rakentuu yhteisöllisyys, jossa toista kyläläistä auttava tiedostaa saavansa vastapalveluksen tulevaisuudessa ja tähän perustuvat talkoot ja moderni kylätoiminta. Yhteistyö ja vastavuoroisuus yhdessä lisäävät keskinäistä välittämistä ja hyvinvointia. (Hiedanpää ym. 2008, 32.)

2.3 Moderni yhteisöllisyys

Yhteisöllisyys on saanut uusia muotoja modernissa yhteiskunnassa. ”Viime vuosien yhteisöllisyyttä koskevassa teoreettisessa tutkimuksessa kuuluminen on katsottu yhteisöllisyyden keskeiseksi ulottuvuudeksi. Nykypäivänä kuulumisen katsotaan rakentuvan enemmän kommunikatiivisten prosessien kuin institutionaalisten rakenteiden kautta.” (Ara 2016, 76-77.) Perhe, asuinpaikka, työ ja harrastukset ovat modernissa yhteiskunnassa elävän ihmisen yleisimpiä yhteisöjä, joihin kuulutaan (Jolanki ym. 2017).

Strandell (2017, 103-104) pohtii, onko naapureiden kanssa kasvokkain juttelu enää tarpeeksi validi mittari asuinympäristön yhteisöllisyyden mittaamiselle. Myös Hautamäki (2005, 154) toteaa, että kommunikaatiosta on internetin aikakaudella tullut yhä rajattomampaa. Internetissä jokaisen on löydettävä oma paikkansa. Paikallisuus ei sinänsä kuitenkaan ole menettänyt merkitystään, vaikka se ei ole samalla tavoin enää valtiollisen kotimaan määrittelemä. (Hautamäki ym. 2005, 154).

Samanhenkisten ryhmien muodostuminen yhteisten kiinnostusten kohteiden ja harrastusten ympärille on mahdollistunut digitaalisten yhteisöpalvelujen myötä, mikä mahdollistaa yhteisön muodostumisen riippumatta fyysisestä sijainnista, naapurustosta tai asuinalueesta (Strandell 2017, 102-103). Virtuaaliyhteisöjen ja reaali maailman yhteisöjen välillä merkittävin ero on se, että virtuaalisesta yhteisöstä voi poistua yhdellä klikkauksella. Virtuaaliyhteisöissä nopea kehitys, suuri vaihtuvuus ja panostuksen vähäisyys ovat tyypillisiä piirteitä. Toisaalta virtuaalista yhteisöä pidetään tasa-arvoisempana paikkana, sillä se mahdollistaa esimerkiksi arkaluontoisista asioista puhumisen. (Kariniemi, 28.)

Kommunikaatio internetissä jatkaa ja täydentää muita tapoja kommunikoida ja virtuaaliset yhteisöt harvoin elävät ainoastaan sähköisen viestinnän avulla. Internetin avulla yhteisöjen toimintaa voidaan täydentää. (Hautamäki ym. 2005, 158-159.)

Tutkimuksen pohjalta Strandell (102-103) analysoi, että yhteisöllisyyden tarve ei ole kadonnut mihinkään vaan se on muuttanut muotoaan sosiaalisen median ja erilaisten digitaalisten palveluiden käytön yleistymisen myötä. Kariniemi (2010, 28) on todennut samaa ajattelemalla tutkimuksessaan, että virtuaalinen maailma on reaali maailman kanssa yhtä todellinen, mutta se ilmenee eri tavalla.

2.4 Yhteisöllisyys osaksi liiketoimintaa

Lehmonen kuvailee yhteisöllisyyttä ainutlaatuisena ja herkkänä voimavarana, jonka kehittyessä yritys saavuttaa parhaimmillaan kilpailuedun muihin yrityksiin verraten. Tämä

edellyttää kuitenkin turvallista työyhteisöä yrityksessä, eli työyhteisöä, jossa jokainen yksilö voi olla rohkeasti itsestään se paras versio. (Lehmonen 2018.)

Työyhteisön jäsenten vuorovaikuttaminen voi tapahtua virallisissa ja epävirallisissa ryhmissä, joten työyhteisön kulttuuria ja ryhmädynamiikkaa on ymmärrettävä (Paasivaara & Nikkilä 2010, 55). Paasivaaran ja Nikkilän (2010, 65) mukaan työyhteisön arvoja ilmentetään kulttuurilla, mikä on jäsenten yhteisesti hyväksyttävä käsite yrityksen tehtävistä ja käytännöistä.

Tutkimusjohtaja Sanna Korhonen Marketvisionilta arvioi, että viestinnän ollessa reaaliaikaista ja kahdensuuntaista, määrittyy myös yhteisöllisten toimintatapojen todellinen arvo yritykselle. Tämä edellyttää kuitenkin työntekijöiltä ja johdolta aitoa avoimuutta, yhteistyökykyä ja uusia taitoja. Työntekijöiden lisäksi myös asiakkaat näkevät aktiivisen ja kommunikoivan johtajan. (Flykt 2014.)

Mäkisalo (2004, 172) kirjoittaa, että yrityksen yksi tärkeimmistä kulmakivistä on työyhteisön ja koko organisaation persoonallisuus, sillä identiteetti luo kuvaa yrityksestä. Identiteetti muuttuu koko ajan yhteiskunnan ja ihmisten toiminnan myötä (Mäkisalo 2004, 172).

Yrityksessä työskentelevät luovat yritykselle kasvot, jotka edustavat yrityksen tehtäviä ja arvoja. Yrityksen kasvot osoittavat yhteisölle, että yritys on enemmän kuin pelkkä tuote, jota yritys tuottaa ja/tai tarjoaa. (FrontStream 2019.)

Goldinin (2018) artikkelista on alla olevalla kuviolla pyritty tiivistämään Kara Goldinin antamia ohjeita, joilla yhteisöllisyyden rakentaminen osaksi liiketoimintaa onnistuu ja mitä yhteisöllisyyden rakentaminen hänen mukaansa yritykselle merkitsee.

Goldinin (2018) mukaan yhteisöt luovat uskollisuutta, joka perustuu yhteisiin etuihin, henkilökohtaisiin mielenkiinnonkohteisiin sekä tuttuihin paikkoihin. Artikkelin mukaan yhteisöllisyyttä on useimmiten ystäväsuhteissa, ammattimaisissa verkkoryhmissä sekä asuinpaikalla ja niiden olemassa oloa pidetään tärkeänä. Samalla tavoin yhteisöllisyyden muodostaminen liiketoiminnan ympärille on yhtä tärkeää ylläpitämään sosiaalisia suhteita. (The Kara Network 2018.)



Kuva 1. Vahvan yhteisön rakentamisen merkitys liiketoiminnalle. (The Kara Network 2018)

Kaiken kaikkiaan Goldinin (2018) mukaan yhteisöllisyys avaa ovia ja kun yhteisö luottaa yritykseen ja sen tuotteisiin ja/tai palveluihin on myös helpompaa ”myydä” asiakkaille seuraava tuote ja/tai palvelu (The Kara Network 2018).

Lehmosen (2018) mielestä yhteisöllisyys on välttämätön edellytys tiimien menestykseen ja Flykt (2014) tukee väitettä toteamalla yhteisöllisyyden toimivan liiketoiminnan voimavarana, sillä sen avulla koko organisaation osaaminen saadaan tehokkaaseen käyttöön. Yhteisöllisyys ei ole pelkästään kommunikaatiota, vaan myös tiedon hyödyntämistä ja jaostamista yrityksen käyttämien ekosysteemien kautta. (Flykt 2014; Lehmonen 2018.)

Toimivan liiketoiminnan keskiössä ovat paikallisuuden ja digitaalisuuden hyödyntäminen. Liiketoiminnan ympärille on pystyttävä rakentamaan luottamusta ja sen myötä yhteisö. (Toivola 12.12.2018.) Yhteisöllisen toimintatavan opettelu kannattaa aloittaa mahdollisimman nopeasti, koska vanhat toimintatavat ovat kohta yksinkertaisesti liian hitaita. (Flykt 3.9.2014.)

Hiedanpään ym. (2008, 155) mukaan yrittäjän ja yritystoimintaa tukevan ympäristön on seurattava muutoksia, joita tapahtuu toimintaympäristössä. Uutta tietoa tulee koko ajan lisää ja se on ennakkoluulottomasti otettava vastaan samalla luoden aina uusia ajattelu- ja toimintatapoja (Hiedanpää ym. 2008, 155).

Lehmonen toteaa, että yhteisöllisyyden luominen ei ole helppoa, mutta kun se saadaan toimimaan, yhteisöllisyys johtaa yrityksen menestykseen. (Lehmonen 31.8.2018.)

2.5 Yhteisöllisyys Alapitkän kylällä ja kesäkahvila Unskalla

Ympäristöministeriön ja Suomen ympäristökeskuksen rahoittamassa asukasbarometri 2016 – kysely kaupunkimaisista asuin ympäristöistä -tutkimuksessa mitattiin kaupunkimaisten asuin ympäristöjen laatua taajamissa, joissa asuu vähintään 10 000 asukasta. Sosiaalista ympäristöä ja osallistumista mitattaessa yhteisöllisyytenä, 3005:stä vastanneesta 61% oli melko tai erittäin tyytyväisiä sosiaaliin kontakteihin asuinalueen asukkaiden kanssa, 9% olivat melko tai erittäin tyytymättömiä ja loput 30% eivät olleet tyytyväisiä eikä tyytymättömiä. Tutkimuksen mukaan alueen sosiaaliin kontakteihin tyytyväisimpiä olivat omakotitaloissa, pientaloalueilla, omistusasunnoissa ja autovyöhykkeellä asuvat vastaajat. Asumisoikeusasunnoissa, kerrostaloissa ja vuokralla asuvat olivat tyytymättömiä. (Strandell 2017, 80.)

Alapitkän kylä ei ole yli 10 000 asukkaan esikaupunki, eikä siellä kokemukseni mukaan ole yhtäkään kerrostaloa. On myös vaikea uskoa, että kukaan kyläläisistä myöskään asuisi vuokralla kylällä. Asukasbarometri 2016 tutkimustulosten nojalla päästään siihen tulokseen, että kesäkahvila Unskan lähiympäristössä asuu ympäristöönsä tyytyväisiä asukkaita, joiden on havaintojeni ja laaditun kyselytutkimuksen tuloksien perusteella mahdollista yhtyä kohti yhteisöllisempää tulevaisuutta. Kesäkahvila Unskan toiminta ja toiminnan kehittäminen parantavat Alapitkän kylän yhteisöllisyyttä.

Strandellin (2017, 104) mukaan kaupunkimaisilla asuinalueilla toimivista kahviloista on muodostunut tärkeä tapaamispaikka asukkaille ja se on sosiaalisesti elävän asuin ympäristön tunnusmerkki. Strandellin väite tukee teoriassa kesäkahvila Unskan potentiaalia kylän yhteisöllisyyden parantamisessa, vaikka kesäkahvila ei suoranaisesti sijaitse kaupunkimaisella alueella.

Jo kesäkahvilan vuoden 2018 remontin yhteydessä kyläläiset osoittivat tarjoamallaan talokoavulla välittävänsä kesäkahvilan aukeamisesta. Toteutetun kyselytutkimuksen tulos osoitti samaa: Kyläläiset ovat ottaneet kesäkahvila Unskan liiketoiminnan lämmöllä vastaan. Tämä on merkki siitä, että Alapitkän kyläläiset mieltävät idean sosiaalisemmasta asuin ympäristöstä ja näin Strandellin (2017, 104) jo yllä mainittu kanta tukee omia havaintojani.

3 Kyselytutkimus

Kyselyllä tarkoitetaan yleistä tutkimusmenetelmää, jolla saadaan kerättyä helposti ja laajasti tietoa tutkittavasta aiheesta. Kyselyjä voidaan lähettää virtuaalisesti, postitse, puhelimitse tai kasvokkain vastaajille. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti. 2014, 121.)

Kehittämistyössä voidaan käyttää monia erilaisia tutkimusmenetelmiä: esimerkiksi taustatutkimusta, toimintatutkimusta, verkostotutkimusta tai haastattelua. Tässä kappaleessa käsitellään kuitenkin ainoastaan toteutettua kyselytutkimusta, sen määrällisyyttä ja laadullisuutta, sekä reliabiliteettia että validiteettia.

3.1 Kesäkahvila Unskan asiakaskysely

Osaksi opinnäytetyötä suoritettiin kyselytutkimus, jonka kohderyhmänä olivat liiketoimintaympäristössä asuvat asiakkaat sekä ohikulkevat matkailijat. Asiakaskysely lähetettiin yrityksen Facebook -sivulle 6.2.2019 ja siihen annettiin vastausaikaa 17.2.2019 saakka. Kaikki yrityksen sivusta tykänneet ja päivityksen nähneet pystyivät osallistumaan kyselytutkimukseen. Kyselytutkimuksen tuloksia käytettiin kesäkahvila Unskan liiketoiminnan parantamiseen ja kehittämiseen. Liikesalaisuuksien vuoksi tulokset on liitetty osaksi liiketoimintasuunnitelmaa eli tulokset eivät ole nähtävissä tässä opinnäytetyön osassa.

Kyselyssä kysyttiin perustietojen eli sukupuolen ja iän lisäksi asiakkaiden tyytyväisyyttä kesäkahvila Unskan ruoka-, leipomus- ja juomatuotteisiin. Nämä osiot oli eritelty toisistaan ja vastausvaihtoehtoina oli ”kyllä” tai ”ei”. Mikäli kysymykseen vastasi ei, pyydettiin vielä tarkempia perusteluja sille, miksi vastaaja ei ollut tyytyväinen kyseessä olevaan tuotteeseen.

Kesäkahvila Unskan vuoden 2018 kesä oli tapahtumarikas ja tapahtumien järjestäminen jatkuu myös tulevina kausina. Kyselyssä otettiin esille asiakkaiden tyytyväisyys kesän 2018 tapahtumiin ja niiden monipuolisuuteen. Vastausvaihtoehtoina oli ”kyllä” ja ”ei”, eli jälleen vastaajalla oli mahdollisuus perustella vastauksensa, mikäli vastasi ei.

Kesäkahvilalle uutuutena tuleva, vaihtuva lounasmenu antoi tilaisuuden kysyä asiakailta, kuinka paljon asiakkaat olisivat valmiita maksamaan lounaasta. Kyselyssä kysyttiin myös, kuinka kylän yhteisöllisyyttä voitaisiin liiketoiminnan avulla parantaa entisestään ja loppuun jätettiin tyhjä kenttä, johon sai jättää vapaamuotoista palautetta.

3.2 Kyselytutkimuksen määrällisyys ja laadullisuus

Kyselytutkimus oli osin kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus, sillä esimerkiksi Metropolia Ammattikorkeakoulun liiketalouden lehtorin Pertti Vilppaan mukaan määrällinen tutkimus kuvaa ja tulkitsee ilmiöitä mittausmenetelmillä, jotka keräävät numeerisia tutkimusaineistoja. Jos aineisto kerätään kyselylomakkeen avulla ja lomake sisältää pääasiassa niin sanotusti suljettuja eli strukturoituja kysymyksiä, mikä määrittelee kyselytutkimuksen määrälliseksi (Vilpas).

Toisaalta kyselytutkimuksessa käytettiin myös laadullista eli kvalitatiivista tutkimustapaa. Kun kyselyssä esitetään avoimia kysymyksiä, joissa vastaajat saavat mahdollisuuden kertoa sellaisista ilmiöistä, joita kyselyn tekijä ei ole huomannut kysyä, voidaan tutkimustapa määritellä laadulliseksi (SurveyMonkey 2019). Avointen kysymysten lisäksi kyselytutkimuksen määrällisissä kysymyksissä asiakkaille annettiin mahdollisuus perustella, miksi eivät ole tyytyväisiä esimerkiksi kesäkahvilan ruokavalikoimaan. Käytettäessä laadullista menetelmää, ei tehdä haastattelukysymyksiä, jotka edellyttävät vastaajan valitsevan annetuista vastausvaihtoehdoista, vaan vastaajien annetaan jäsentää vastauksiaan omaehtoisesti (Vilpas).

Määrällinen tutkimus antaa siis tarkkoja mittaustuloksia, jotka määrittävät ongelman tai mahdollisuuden tarkkuuden ja oleellisuuden, kun taas laadullista menetelmää käyttävässä tutkimuksessa voidaan selvittää esimerkiksi, kuinka johonkin tapahtumaan tai prosessiin osallistuva henkilö mieltää tehtävän sisäisen rakenteen tai toiminnan. Laadullista analyysiä kannattaakin usein tehdä kohteesta, joka on toistaiseksi niin epäselvä, että siitä ei vielä ole mielekästä tehdä määrällistä analyysiä. Tutkijan tehtävänä on sitten koota näin saadusta laadullisesta datasta yhtenäinen selitys kohteesta. (Vilpas)

Määrällinen tutkimus perustuu siis mittaamiseen, jonka tuloksena syntyy lukuarvoja sisältävä havaintoaineisto, jota analysoidaan tilastollisin analyysimenetelmin. Tilastotiede pyrkii siis tiivistämään ja selittämään numeroaineistoa käyttäen tilastollisia tunnuslukuja. Samoin muuttujien välisten riippuvuuksien etsiminen, ilmiöiden selittäminen ja kehityksen ennustaminen voivat olla analyysin tavoitteita. Raakatilastot sisältävät liian paljon lukuja, jotta niiden perusteella pystyisi tekemään päätelmiä tutkimuksen kohteena olevan ilmiön piirteistä. Jotta tutkimuksessa saatuja tuloksia voidaan pitää luotettavina, on tutkimusaineiston oltava riittävän suuri ja edustava.

KVANTITATIIVINEN (määrällinen)	KVALITATIIVINEN (laadullinen)
<ul style="list-style-type: none"> • vastaa kysymyksiin: Mikä? Missä? Paljonko? Kuinka usein? • numeerisesti suuri, edustava otos • ilmiön kuvaus numeerisen tiedon pohjalta 	<ul style="list-style-type: none"> • vastaa kysymyksiin: Miksi? Miten? Millainen? • suppea, harkinnanvaraisesti koottu näyte • ilmiön ymmärtäminen ns. pehmeän tiedon pohjalta

Kuva 2. Kvantitatiivinen tutkimus (Heikkilä 2014)

Heikkilän (2014) mukaan samassa tutkimuksessa voidaan käyttää sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia menetelmiä toisiaan täydentäen.

Kartoituksen perusteella tähän työhön oli paras yhdistää laadullista ja määrällistä tutkimusta, sillä kyselyssä käytettiin valmiiksi määriteltäviä kysymyksiä, mutta vastaajille annettiin myös mahdollisuus vastata kysymyksiin omakohtaisen kokemuksen pohjalta. Kyselytutkimus oli ensisijaisesti kvantitatiivinen, mutta sitä tukivat kvalitatiiviselle tutkimukselle ominaiset avoimet kysymykset, joihin saatiin monipuolisesti vastauksia asiakkailta.

3.3 Kyselytutkimuksen luotettavuuden arviointi

Tutkimuksen reliabiliteetti kertoo, kuinka toistettavasti ja luotettavasti haluttua ilmiötä voidaan mitata. Esimerkiksi toistomittauksella voidaan arvioida tutkimuksen reliabiliteettia. (Tilastokeskus.)

Kyselytutkimuksen reliabiliteettiin vaikuttaa selvästi se, että kysely oli ensimmäinen kohderyhmälle tuotettu kysely. Siihen vaikuttaa myös saatujen vastauksien määrä. Tutkimukseen saatiin yhteensä 148 vastausta. Suhteutettuna Alapitkän kylän asukaslukuun eli 350 vuonna 2017, tulos on hyvä. Tulokseen vaikuttaa osin niiden asukkaiden vastauksien uupuminen, jotka eivät käytä Facebookia, sillä kysely julkaistiin ainoastaan kesäkahvilan Facebook -sivulla. Vaikka kylän asukaslukuun nähden tulos on hyvä, jää tulos kuitenkin suhteutettuna yrityksen Facebook -sivuista tykänneisiin (1586 henkilöön) niukaksi.

Kyselystä uupui vastaajien asuinpaikkakunta, sillä kyselyn suunnitteluvaiheessa koin sen epäoleelliseksi tiedoksi. Jälkeenpäin tarkasteltuani vastauksia, kysymys olisi kuitenkin osoittautunut sopivaksi kyselytutkimukseen. Kysymyksen ansiosta kyselystä olisi voinut tehdä pidemmän niille, jotka eivät asu yrityksen välittömässä läheisyydessä. Tällä tavoin olisimme saaneet arvokasta palautetta myös ohikulkevilta matkailijoilta, jotka ovat yrityksestä tietoisia mutta eivät asu kesäkahvilan lähistöllä. Osasta vastauksista kävi kuitenkin ilmi, että osa vastaajista oli ohikulkevia matkailijoita.

Vastaajista 2,7% oli 18-24-vuotiaita, 20,3% 25-34-vuotiaita, 31,8% 35-49-vuotiaita, 40,5% 50-64-vuotiaita ja yli 65-vuotiaita vastaajia oli 4,7%. Tuloksen ikäjakauma vastaa sitä, minkä ikäisiä asiakkaita kesäkahvilalla vierailee. Tutkimustulos kertoo parhaiten 35-64-vuotiaiden näkemyksistä ja toiveista, jotka liittyvät kesäkahvila Unskan toimintaan.

Validiteetilla arvioidaan tutkimuksessa käytettyä mittausmenetelmää ja sitä, miten hyvin se mittaa ilmiön ominaisuutta. Jos tutkimuksessa halutaan esimerkiksi ottaa selvää asiakkaan tyytyväisyydestä yrityksen tarjoamiin palveluihin, siihen ei riitä pelkästään kysymys juomavalikoimasta, sillä yrityksen tarjoamat palvelut ovat paljon laajempia kuin pelkkä juomatarjonta. (Tilastokeskus.)

Kyselytutkimuksessa käytettiin monipuolisesti kysymyksiä, joilla selvitettiin yrityksen palveluja kokonaisuudessaan. Kyselyssä kysyttiin tyytyväisyyttä muun muassa ruoka- ja juomatuotteisiin sekä tapahtumiin ja palveluihin. Näiden kysymysten erittely aihealueittain ja vastaajan mahdollisuus vastata omin sanoin kysymyksiin paransivat tutkimuksen validiteettiä.

Tulos ja saatu palaute kertovat näkemykseni mukaan siitä, että erityisesti paikalliset välittävät kesäkahvilan toiminnasta ja antoivat mielellään kehitysehdotuksia, joilla liiketoimintaa voidaan parantaa. Kokonaisuudessaan tutkimuksen reliabiliteetti ei ollut niin vahvoilla, kuin validiteetti.

4 Prosessin kuvaus

Opinnäytetyön aihe muotoutui mielessäni jo kesäkuussa 2018 Lapinlahdessa vierailuni aikana. Sukulaiseni oli remontoimassa entistä kahvilabaari-/hallitilaa ja aloittamassa kesäkahvila toimintaa heinäkuun alussa vuonna 2018. Ajattelin välittömästi haluavani tehdä liiketoimintasuunnitelman uudelle kesäkahvilalle, joten siltä istumalta sovimme toimitusjohtajan kanssa asiasta.

Aloitin prosessin suorittamalla ensin kaikki opinnäytetyön kirjoittamiseen vaaditut ennakkotehtävät. Nämä ennakkotehtävät kirjoitin opinnäytetyöni kohteessa, eli juuri ovensa avanneella kesäkahvila Unskalla, Alapitkän kylällä. Ajatus liiketoimintasuunnitelman kirjoittamisesta oli pyörinyt mielessäni jo kuukausia ennen varsinaisen kohdeyrityksen löytymistä. Olin Haaga-Helia -koulu-urani alusta saakka tehnyt lukuisia liiketoimintasuunnitelmia, joten itselleni luontevin opinnäytetyön aihe oli kirjoittaa juuri liiketoimintasuunnitelma.

Ensimmäinen tapaaminen ohjaajani kanssa oli lokakuussa 2018. Ennen ohjaajan tapaamista en ollut vielä aloittanut virallisen opinnäytetyön tekemistä, sillä tuntui hankalalta aloittaa projekti ilman ohjaajaa. Tapaamisen jälkeen löysin kaipaamaani motivaatiota opinnäytetyön kirjoittamisen aloittamiselle. Alkuperäisen suunnitelman mukaan ajattelin kirjoittavani ensimmäisenä liiketoimintasuunnitelman kesäkahvilalle, josta olisi mukava siirtyä tietoperustan kirjoittamiseen. Koin liiketoimintasuunnitelman kirjoittamisen helpommaksi tehtäväksi, josta olisi helppo siirtyä siihen haastavampaan, eli tietoperustaan.

Liiketoimintasuunnitelman kirjoittaminen alkoi. Kirjoittaminen onnistui aluksi vain ystävien läsnä ollessa, sillä sain siitä motivaatiota periaatteella ”en ole ainut, jolla on näin iso projekti työn alla.”. Opiskelijoina kukin kirjoittivat omaa opinnäytetyötään ja se antoi motivaatiota prosessin jatkamiselle. Olimme ikään kuin jokainen eri veneissä, joista jokainen kuitenkin suunnisti samaan suuntaan: Valmiiseen opinnäytetyöhön ja valmistumiseen.

Useimmiten kirjoittaminen seuraavan neljän kuukauden aikana onnistui kaikkialla muualla paitsi kotona. Kävin usein työpaikallani kirjoittamassa opinnäytetyötä asiakastiloissa sekä sittemmin työpaikan varastotilassa, jossa sai täydellisen rauhan kirjoittamiselle. Olin kirjoittamisen aikaan osa-aikaisesti töissä kahvilassa ja työvuorot painottuivat viikonlopuille, joten menin usein vapaa-ajallani työpaikalle työstämään opinnäytetyötä. Liiketoimintasuunnitelma valmistui huhtikuussa 2019.

Alkuvuodesta 2019 aloitin tietoperustan kirjoittamisen ja se tarkoitti väistämättä lähikirjastoon menemistä. En ole ollut kirjastossa viihtyjä -tyyppiä ja kirjastoon meneminen tuntui tästä syystä joka kerta raskaalta. Kevättä 2019 kohti mentäessä kirjastossa opinnäytetyön kirjoittaminen alkoi hiljalleen osoittautumaan ihan mielekkääksi tekemiseksi. Tietoperustaosion, eli tässä tapauksessa yhteisöllisyyden tutkimiselle jäi vähemmän aikaa. Olin käyttänyt enemmän aikaa varsinaisen liiketoimintasuunnitelman kirjoittamiseen sekä asiakaskyselytutkimuksen tekemiseen, jonka tulokset liitettiin osaksi salaista liiketoimintasuunnitelmaa.

Säännöllisen epäsäännöllisesti, eli noin kerran kuukaudessa tapasin ohjaajani, jonka opastuksella kirjoitin opinnäytetyötä. Tapaamisten aikana sekä lyhyesti niiden jälkeen motivaatio kirjoittamiseen oli korkealla ja hyödynsin tätä opinnäytetyöni prosessissa. Kevättä 2019 kohden kuitenkin huomasin, että motivaatiota oli huomattavasti useammin kuin aiemmin.

Opinnäytetyön kirjoittaminen oli luonnollisesti ajoittain puuduttavaa, mutta missään vaiheessa ei tullut totaalista uupumusta. Tämä johtuu todennäköisesti siitä, että kirjoitin loppupeleissä hyvin rauhalliseen tahtiin molempia opinnäytetyön osioita, kuten on suositeltu. Ajallisesti tietoperustalle jäi vähemmän aikaa kuin itse liiketoimintasuunnitelmalle ja mielestäni se oli loppupeleissä jopa parempi niin, sillä itse liiketoimintasuunnitelma kyselytutkimuksineen oli haastavampi osa opinnäytetyössä.

5 Pohdinta

Tässä kappaleessa käsitellään opinnäytetyön kirjoittajan pohdintaa koko opinnäytetyöstä ja sen osista, eli tietoperustasta, liiketoimintasuunnitelmasta sekä toteutetusta kyselytutkimuksesta ja tuloksesta. Pohdinnassa käydään kohta kohdalta läpi jokainen opinnäytetyön osa ja ne käydään aikajärjestyksessä lähtien siitä, mistä opinnäytetyön tekoprosessi alkoi.

Liiketoimintasuunnitelma oli kokemukseni mukaan haastavin osa opinnäytetyötä, vaikka minulla oli jo aiempaa kokemusta niiden kirjoittamisesta. Oikean liiketoimintasuunnitelman tekeminen oikealle, toimivalle yritykselle konkretisoi, että pienimpiäkään asioita ei voi jättää huomioimatta. Jos koulun kursseilla tehtäväksi annettiin liiketoimintasuunnitelman tekeminen, se tehtiin pienessä ryhmässä eikä sen tekemisestä otettu niin suuria paineita, sillä tiedosti sen olevan kuvitteelliselle yritykselle. Kuten jo aiemmin mainittu, liiketoimintasuunnitelmaan meni oletettua ja suunniteltua enemmän aikaa, mutta pääasia että se on valmis ja toimeksiantaja on työhön tyytyväinen. Liiketoimintasuunnitelman osista itselle haastavin oli kannattavuuden laskeminen.

Webropolilla suoritetun asiakaskyselytutkimuksen suunnittelu, toteutus ja tulosten analysointi olivat mielestäni koko opinnäytetyön osista mielekkäin osuus, vaikka en ollut aiemmin henkilökohtaisesti käyttänyt Webropolin tarjoamia palveluja. Kyselyn toteutumisen eli vastausten odottamisen aikaan toivoi joka päivä lisää vastauksia kyselyyn. Totuus taitaa kuitenkin olla se, että vastauksia tulee ”räjähdysmäisesti” ainoastaan ensimmäisen kahden päivän aikana, jonka jälkeen vastauksia tulee enää muutama.

On ollut aidosti mielenkiintoista tutkia yhteisöllisyyttä ja sen monimuotoisuutta, vaikka aluksi hieman kauhistelin aihetta. Ajattelin lähinnä, että löytyyköhän yhteisöllisyydestä kirjallisuutta ja lähteitä. Se osoittautui kuitenkin turhaksi murheeksi, sillä aiheesta löytyi enemmän kuin olin odottanut. Yhteisöllisyyden eri muodot ja ilmentymät ovat tutkimuksieni jälkeen osoittaneet, että yhteisöllisyys koetaan enemmän myönteisenä kuin kielteisenä voimavarana niin asuinpaikalla, verkossa kuin liiketoiminnassakin. Yhteisöllisyyttä tulisi näkemykseni mukaan pyrkiä luomaan ja kehittämään kaikkialla mihin se vain sopii ja on mahdollista. Tutkimukseni pohjalta se on hyväksi myös liiketoiminnalle sekä liiketoimintaympäristössä asuville asukkaille.

Lähteet

Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskus ARA. 2016, 76-77. Tutkitusti parempi lähiö -asuin-alueiden kehittämissuunnitelman tutkimusjulkaisu. Helsinki. Suomen yliopistopaino oy. Luettavissa: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/159846/Tutkitusti_parempi_la-hio_Asuinalueiden_kehittamissuunnitelman_tutkimusjulkaisu.pdf?sequence=1&isAllowed=y Luettu: 3.5.2019.

Flykt, J. 2014. Yhteisöllisyydestä voimaa liiketoimintaan? Blogi-Kauppalehti. Luettavissa: <https://blog.kauppalehti.fi/uuden-tyon-dna/yhteisollisyydesta-voimaa-liiketoimintaan> Luettu: 29.4.2019.

FrontStream. 2019. Luettavissa: <https://www.frontstream.com/blog/using-corporate-volunteering-community-outreach> Luettu: 30.5.2019.

Goldin, K. 2018. Vahvan yhteisön rakentamisen merkitys liiketoiminnalle. The Kara Network. Luettavissa: <https://karagoldin.com/blog/the-importance-of-building-a-strong-community-in-business/> Luettu: 30.5.2019.

Hautamäki, A., Lehtonen, T., Sihvola, J., Tuomi, I., Vaaranen, H., Veijola, S. 2005, 17-18. Yhteisöllisyyden paluu. Helsinki. Gaudeamus.

Hiedanpää, J. Salmi, J. Ylikoski, K. 2008, 151-152. Yhteisöllinen kekseliäisyys ja kansalaistoiminta. Kokemäki. Satakunnan Painotuote Oy.

Heikkilä, T. 2014. Kvantitatiivinen tutkimus. Edita Oy. Helsinki. Luettavissa: <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf> Luettu: 28.2.2019.

Jolanki, O. 2016. Yhteisöllisyys - yleislääke modernin kaupunkielämän ongelmiin? Luettavissa: <https://tietokayttoon.fi/ajankohtaista/blogi/-/blogs/yhteisollisyys-yleislaake-modernin-kaupunkielaman-ongelmiin-> Luettu: 28.2.2019.

Jolanki, O., Leinonen, E., Rajaniemi, J., Rappe, E., Räsänen, T., Teittinen O., Topo, P. 2017, 11-13. Asumisen yhteisöllisyys ja hyvä vanhuus. Valtioneuvoston kanslia. Luettavissa: https://tietokayttoon.fi/documents/10616/3866814/47_ASUVA-loppuraportti+2017_NETTI.indd.pdf/81ebc84d-3636-4314-a2d5-a223b38d30d4/47_ASUVA-loppuraportti+2017_NETTI.indd.pdf.pdf?version=1.0 Luettu: 3.5.2019

Kariniemi, O. 2010, 28. Järjestölehden yleisötutkimus yhteisön kehittämisen välineenä. Tampere. Tampereen yliopistopaino

Lanne, V. 2008. Kylätoiminta -itsestä yhteishyvää. Teoksessa Hiedanpää, J. Salmi, J & Ylikoski, K. Yhteisöllinen kekseliäisyys ja kansalaistoiminta, s. 31. STAY-ryhmä, Pori.

Lehmonen, V. 2018. Yhteisöllisyyden merkitys menestykseen. WGH. Luettavissa: <https://www.wgh.fi/yhteisollisyyden-merkitys-menestykseen/> Luettu: 29.4.2019

Lehtonen, H. 1990. Yhteisö. Vastapaino. Tampere. Luettavissa: https://www.kansalaisyhteiskunta.fi/tietopalvelu/sosiaalinen_paaoma_ja_yhteisollisyys/aiemmat_artikkelit/yhteiso Luettu: 30.5.2019.

Malinen, S. 2016. Millaista on yhteisöllisyys verkossa? Luettavissa: <https://www.verke.org/blog/millaista-on-yhteisollisyys-verkossa/> Luettu: 28.2.2019

Ojalahti, K. Moilanen, T. Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Helsinki. Sanoma Pro Oy. Luettu: 27.5.2019.

Paasivaara, L. Nikkilä, J. 2010. Yhteisöllisyydestä työhyvinvointia. Kirjapaja. Helsinki. Luettu: 28.2.2019.

Sitra. Yhteisöllisyys ruokkii uusia toimintatapoja. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/aiheet/yhteisollisyys/#mista-on-kyse> Luettu: 12.4.2019.

Suomen Kylätoiminta ry. 2014. Voimistuvat kylät -vahvistuvat lähiyhteisöt. Paikallisen kehittämisen valtakunnallinen ohjelma 2014-2020. Sälekarin kirjapaino Oy. Somero. Luettavissa: <https://suomenkylat.fi/wp-content/uploads/2018/08/Paikallisenkehitt%C3%A4misen-ohjelma20142020.pdf> Luettu: 13.5.2019.

Suoramaa, J. 2017. Mitä se yhteisöllisyys on? Länsi-Suomi. Luettavissa: <https://ls24.fi/urheilu/mita-se-yhteisollisyys-on> Luettu: 29.4.2019.

SurveyMonkey. 2019. Luettavissa: <https://fi.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/> Luettu: 28.2.2019.

Takanen, T. 2005, 163. Voimaantuva työyhteisö - miten luomme tulevaisuutta?. 2005. Otavan kirjapaino Oy. Helsinki. Luettu: 12.3.2019.

Tilastokeskus 2017. ISSN=1799-6309. 2017. Helsinki. [viitattu: 21.11.2018]. Luettavissa: https://www.stat.fi/til/matk/2017/matk_2017_2018-04-19_tie_001_fi.html. Luettu: 21.5.2019.

Tilastokeskus. Helsinki. Luettavissa: <https://www.stat.fi/meta/kas/reliabiliteetti.html> Luettu: 25.5.2019.

Tilastokeskus. Helsinki. Luettavissa: <https://www.stat.fi/meta/kas/validiteetti.html> Luettu: 25.5.2019.

Toivola, T. 2018. Digitaalisuus ja yhteisöllisyys liiketoiminnan keskiössä. Jakamistalous-info. Luettavissa: https://jakamistalousinfo.fi/artikkeli/-/asset_publisher/digitaalisuus-ja-yhteisollisyys-liiketoiminnan-keskiossa Luettu: 2.5.2019.

Vilpas, P. Metropolia. Luettavissa: <https://users.metropolia.fi/~pervil/kvantsu/Moniste.pdf> Luettu: 28.2.2019.

Liitteet

Liite 1. Kesäkahvila Unskan liiketoimintasuunnitelma