
ELÄKÖÖN!

KULTTUURIKAHVILA ELÄKELÄISILLE

Liiketoimintaidean kehittäminen

HAMK
HÄMEEN AMMATTIKORKEAKOULU

Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Ohjaustoiminnan koulutusohjelma

Lahdensivu, kevät 2015

Henna Sjöman

LAHDENSIVU

Ohjaustoiminnan koulutusohjelma
Terapeuttinen ohjaustoiminta

Tekijä	Henna Sjöman	Vuosi 2015
Työn nimi	ELÄKÖÖN!-KULTTUURIKAHVILA ELÄKELÄISILLE - Liiketoimintaidean kehittäminen	

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön lähtökohtana oli tekijän kiinnostus kehittää yritystoimintaa, joka tarjoaa kulttuuripalveluita eläkeläisille Forssassa. Työelämän palautetta opinnäytetyöstä antoi Forssan Hyvinvointikuntayhtymän teknologia-asiantuntija. Opinnäytetyössä kartoitettiin Business Model Canvas -työkalua hyödyntäen tietoa, jota tarvitaan kulttuuripalveluita tarjoavan yrityksen liiketoimintaideaa suunniteltaessa. Tavoitteena oli myös selvittää, tarvitaanko Forssaan uutta kulttuuripalvelua.

Opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä olivat kulttuuri ja palvelu, jotka luovat puitteet kulttuuripalveluja tarjoavalle yritykselle. Työn taustateorianä käytettiin myös tutkimuksia ikääntyvistä, heidän luovuudestaan sekä vapaa-ajastaan. Opinnäytetyötä varten selvitettiin tietoa yrityksen perustamissuunnittelusta ja aiemmin perustetuista vapaa-ajan kulttuuripalveluista eläkeläisille sekä Suomessa että ulkomailla.

Tutkimusmenetelminä olivat asiantuntijahaastattelu, eläkeläisjärjestöjen puheenjohtajien sähköpostikysely ja Forssan järjestöjentalolla järjestettävissä iltapäivätansseissa tehty lomakekysely. Näiden menetelmien avulla saatiin tutkimusaineisto, joka teemoiteltiin viiden otsikon alle: arvolupaus, markkinointi, myynti ja toimitus, asiakassuhteet, kassavirta ja yhteistyökumppanit. Tämä aineisto osoitti, että eläkeläisille on tärkeää päästä itse vaikuttamaan syntyvään toimintaan ennen ja sen aikana. Toiminnalta haluttiin kokonaisvaltaisuutta ja matalan kynnyksen palveluja. Kulttuuripalvelun hinnoittelun vaikeus tuli vahvasti ilmi kerätystä aineistosta.

Opinnäytetyön tekijä on tutkimuksen avulla aloittanut yritysideoita suunnittelun Business Model Canvas -työkalua apuna käyttäen. Yritysideoita kehittäminen ja eteenpäin vieminen jatkuu lisätiedon hankkimisella.

Avainsanat Kulttuuripalvelut, Eläkeläiset, Yrityksen perustamissuunnitelma, Business Model Canvas

Sivut 49 s. + liitteet 6 s.

LAHDENSIVU

The degree programme in Crafts and Recreation
Therapeutic Crafts and Recreation

Author	Henna Sjöman	Year 2015
Subject of Bachelor's thesis	Culture café for seniors – development of a business plan	

ABSTRACT

The subject of this study was based on the author's aim to start a company which offers cultural activities for pensioners. Feedback was given by technology specialist from Senior welfare services of Forssa region. This thesis aimed to get data for a business idea and company set up in the cultural service sector. The data were collected using the Business Model Canvas tool. Another goal of this study was to clarify whether Forssa region needs new cultural activity services. The target group of this study were retired seniors in Forssa area.

This thesis focused especially on defining culture and service, which are the main concepts regarding a company in the cultural industry. Previous researches regarding seniors, their creativity and leisure time were also studied. From a business point of view, company foundation planning and existing cultural leisure services for seniors are discussed.

Research methods in this study were expert interview, email inquiry for organizations' chairmen and questionnaire for retired seniors. The obtained data were collected under five themes; Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams and Key Partners. Based on this material, it was noticed that pensioners want to participate in activity planning and realization themselves. Activities should also be comprehensive and easy to join. One of the main outcomes was the difficulty of service pricing in cultural services.

The author of the thesis has started the business idea planning based on the collected research data and the Business Model Canvas tool. The business idea development in future is done with further data collection.

Keywords Cultural services, Pensioners, Business plan, Business Model Canvas

Pages 49 p. + appendices 6 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Opinnäytetyön lähtökohdat	1
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet ja tutkimuskysymykset	2
1.3	Opinnäytetyön raportin rakenne	2
2	KULTTUURISTA TERVEYTTÄ	4
2.1	Taide- ja kulttuuritoiminnan vaikutus terveyteen	4
2.2	Sosiaalinen pääoma	5
3	YRITYKSEN PERUSTAMINEN.....	6
3.1	Menestyvä yritys	7
3.2	Yritysmarkkinointi	8
3.3	Palvelu.....	9
3.4	Koettu palvelun laatu	10
4	ASIAKKAANA ELÄKELÄINEN.....	12
4.1	Ikääntyvät eläkeläiset	12
4.2	Luovuutta ikä kaikki.....	13
4.3	Ikääntyvät ja harrastustoiminta	14
4.4	Kuluttava ikääntyvä.....	15
5	IKÄÄNTYVIEN VAPAA-AJAN PALVELUT	15
5.1	Ikääntyville kulttuuritoimintaa Suomessa ja maailmalla	15
5.2	Vapaa-ajan palvelut eläkeläisille Forssassa	17
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	18
6.1	Business Model Canvas	18
6.2	Asiantuntijahaastattelu	20
6.3	Sähköpostikysely.....	22
6.4	Kyselylomake.....	23
7	TUTKIMUSTULOKSET	24
7.1	Hyvä palvelu lähtökohdaksi	24
7.2	Paikka yhdessä olemiselle	27
7.3	Eläköön kulttuurikahvila!.....	29
8	AINEISTON TEEMOITTELU	34
8.1	Arvolupaus	34
8.2	Markkinointi, myynti ja toimitus	35
8.3	Asiakassuhteet.....	36
8.4	Kassavirta	37
8.5	Yhteistyökumppanit	37
9	JOHTOPÄÄTÖKSET	38

10 POHDINTA.....	39
10.1 Opinnäytetyöprosessin eteneminen.....	39
10.2 Ajatuksia opinnäytetyön tietoperustasta.....	40
10.3 Aineiston luotettavuuden arviointia	41
10.4 Opinnäytetyön hyödyllisyys.....	43
10.5 Toteutuuko kulttuurikahvilani?	44
LÄHTEET	46

Liite 1 Opinnäytetyön rajaaminen

Liite 2 Asiantuntijahaastattelun kysymykset

Liite 3 Sähköpostikyselylomake

Liite 4 Kyselylomake

1 JOHDANTO

Kulttuurin kuluttamisen ja taideharrastusten on todettu edistävän ihmisten terveyttä ja estävän dementoitumista useissa eri tutkimuksissa sekä Suomessa, Ruotsissa että muissakin maissa. Kulttuuri- ja taideharrastusten sisältämä me-henki ja yhteisöllisyys voivat selittää nämä myönteiset vaikutukset. Pitkäikäisten väestöjen ja yhteisöjen elintapoihin kuuluvat monipuolisesti eri kulttuuri- ja harrastustoiminta. (Hyyppä & Liikanen 2005, 86.) Nämä tutkimukset puhuvat sen puolesta, että ikääntyville tulee tarjota laadukasta kulttuuritoimintaa, jota he pääsevät harrastamaan yhdessä, yhteisönä.

Opinnäytetyöni keskeiset käsitteet ovat kulttuuri, palveluyritys, eläkeläinen ja Business Model Canvas. Keskeisten käsitteiden avulla opinnäytetyössä syvennytään tietoon, jota tarvitaan kulttuuripalvelun tuottamiseen eläkeläisille. Yritysideani ollessa kulttuurikahvila, on tärkeää määritellä, mitä kulttuuri tarkoittaa tässä opinnäytetyössä sekä miksi kulttuurikokemuksia tulee tarjota ihmisille. Kulttuurikahvilan olisi tarkoitus olla palveluita tarjoava yritys, joten opinnäytetyössä syvennytään yrityksen perustamiseen, palveluun ja siihen mitä on koettu palvelun laatu. Kulttuurikahvilan asiakkaiksi on opinnäytetyössä määritelty eläkeläiset, joista suurin osa on ikääntyviä. Tämän vuoksi työssä käytetään niin eläkeläisen kuin ikääntyvän käsitteitä. Koko opinnäytetyön ajan mukana kulkee Business Model Canvas, joka on työväline, jonka avulla liikeideoita voi työstää.

1.1 Opinnäytetyön lähtökohdat

Olen opintojeni aikana pohtinut työllistymismahdollisuuksia opintojen jälkeen ja yhtenä mahdollisuutena näen vahvasti oman yrityksen perustamisen. Ohjaustoiminnan artenomien koulutuksessa nähdään yrittäminen yhtenä työllistymisvaihtoehtona (Artenomiopas 2014, 6). Tämän vuoksi päätin ottaa opinnäytetyöni aiheeksi oman liikeidean kehittämisen.

Opintojen alusta lähtien ikääntyvät asiakasryhmänä on tuntunut minulle mieluisimmalta, joten myös liikeideani asiakkaat ovat eläkeläiset. Opintojen edetessä olen suuntautunut tähän ikääntyvien asiakasryhmään niin erilaisten tehtävien, kurssien kuin harjoittelupaikkojenkin osalta. Olen halunnut vahvan osaamis pohjan erilaisista luovista menetelmistä, joita voin tulevien asiakkaiden kanssa käyttää. Pääaineenani on terapeutin ohjaustoiminta, jonka koen sopivan loistavasti siihen, millaista toimintaa haluan asiakkailleni järjestää. Sivuaineena minulla on käsityömuotoilu ja -ilmaisu sekä esittävä ilmaisu. Sivuaineet tukevat pääaineen tuomia mahdollisuuksia ikääntyvien parissa työskentelemiseen.

Opinnäytetyöni aiheeksi valitsin eläkeläisten kulttuurikahvilan perustamismahdollisuuksien tutkimisen Forssan seudulla. Forssa on nykyinen kotikaupunkini, ja olen asunut sen lähikunnissa lapsuuteni ja nuoruuteni. Minulle on tärkeää selvittää kulttuuripalveluiden tarvetta juuri Forssassa, sillä suunnittelen yrityksen perustamista paikkakunnalla, joka on minulle tuttu.

1.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tavoite on antaa tietoa, jonka avulla pystyn kehittämään liikeideaani. Tavoitteena on suunnitella yritys, joka tarjoaa laadukkaita kulttuuripalveluja eläkeläisille. Opinnäytetyössä selvitän, mitä sisältöä forssalaiset ikääntyvät toivovat kulttuurikahvilaan ja millainen palvelu on heidän mielestään laadukasta. Tämän tiedon avulla pystyn suunnittelemaan yrityksen perustamista.

Opinnäytetyöni päätutkimuskysymys on seuraava:

- Millainen kulttuurikahvila vastaa eläkeläisten toiveisiin vapaa-ajan toiminnasta Forssassa?

Opinnäytetyöni alakysymyksiä ovat seuraavat:

- Mikä eläkeläisille olisi tärkeintä kulttuurikahvilassa?
- Millaista sisältöä kulttuurikahvilassa tulisi olla?
- Millainen on houkutteleva nimi eläkeläisten kulttuuripalveluita tarjoavalle yritykselle?
- Mitä eläkeläiset olisivat valmiita maksamaan heille mielekkästä toiminnasta?
- Mitä muuta yrityksen tulee tarjota kulttuuripalveluiden lisäksi, jotta asiakkaat tulevat kulttuurikahvilaan?

1.3 Opinnäytetyön raportin rakenne

Tässä johdannossa kerron opinnäytetyöni lähtökohdat, tavoitteet sekä tutkimuskysymykset ja avaan opinnäytetyön rakennetta. Tämän jälkeen esittelen tietoa, jonka keräsin tietopohjaksi opinnäytetyötä tehdessä. Teoriaosuudessa (luku 2) määrittelen, mitä tarkoitan kulttuurilla ja millaisia hyviä vaikutuksia kulttuuritoiminnalla on ihmisten terveyteen. Kerron sosiaalisesta pääomasta, joka on tärkeä syy sille, miksi kulttuurikahvila kannattaisi perustaa. Yhteisöllisyys kannattelee ihmisiä ja eläkeläiset ovat poissa työelämän yhteisöistä, jolloin heidän tulee löytää verkostoja muualta. Kerron kulttuuri-luvussa myös kulttuurin ja taiteen soveltamisesta.

Kulttuurikahvila-liiketoimintaidea on palveluyritys, joten seuraavana kerron yrityksen perustamissuunnittelusta, menestyvästä yrityksestä, markkinoinnista ja siitä, mitä palvelu on ja millainen on palveluorganisaatio sekä mitä on palvelun koettu laatu (luku 3). Palveluyrityksessä tärkeintä on muistaa, että palvelu on aina asiakkaan ja yrityksen välistä vuorovaikutusta. Tämän vuoksi asiakkaan kuunteleminen ja hänen toiveisiinsa vastaaminen on erityisen tärkeää.

Opinnäytetyössä seuraavana kerron eläkeläisistä asiakkaina (luku 4). Koska suurin osa eläkeläisistä on ikääntyviä, kerron ikääntyvistä ja heidän luovuudestaan, hyvinvoinnistaan, ikääntyvistä kuluttajina sekä ikääntyvien harrastustoimintaan liittyvästä tutkimuksesta.

Asiakkaiden määrittämisen jälkeen opinnäytetyössäni on luku, jossa kerron tällä hetkellä ikääntyville olevista vapaa-ajan palveluista (luku 5). Annan esimerkkejä siitä, millaisia kulttuuritoiminnan palveluita ja kulttuurikahviloita on tällä hetkellä Suomessa ja maailmalla. Lisäksi kerron siitä, millaisia harrastusmahdollisuuksia ja päivätoimintoja Forssassa on ikääntyville tällä hetkellä.

Opinnäytetyön luvussa 6 kerron siitä, kuinka tutkimus toteutettiin. Koko opinnäytetyön tekemisen ajan mukana on ollut Business Model Canvas -työkalu, josta sain teemat, joihin lähdin etsimään vastauksia opinnäytetyössäni. Kerron myös asiantuntijahaastattelusta sekä siitä kuinka sen toteutin Forssan hyvinvointikuntayhtymän teknologia-asiantuntijalle ja Forssalaisen yksityisen hoivakodin ja päivätoiminnan perustajalle. Toisena aineistonkeruumenetelmänä minulla oli sähköpostikysely, joten kerron siitä ja sen toteuttamisesta Suomen suurimpien eläkeläisjärjestöjen paikallisyhdistysten puheenjohtajille. Kolmantena aineistonkeruumenetelmänä oli lomaketyökalu, josta kerron sekä yleisesti että sen, kuinka kyselyn toteutin Forssan järjestöjentalolla varttuneen väen tansseissa.

Seuraavana esittelen tutkimukseni tulokset (luku 7), jonka jälkeen teemoitelen aineiston Business Model Canvas -työkalun otsikoiden alle (luku 8), jotka ovat: arvolupaus, markkinointi, myynti ja toimitus, asiakassuhteet, kassavirta ja yhteistyökumppanit. Tällä tavalla sain täydennettyä heti omaa liikeideaani ja pystyin tekemään lukuun 9 johtopäätöksiä aineistosta.

Lopuksi pohdin sitä, kuinka opinnäytetyöprosessini eteni, mitä ajatuksia minulle heräsi opinnäytetyön tietoperustasta ja arvioin aineiston luotettavuutta (luku 10). Mietin myös opinnäytetyöni hyödyllisyyttä ja pohdin sitä, tuleeko kulttuurikahvilani toteutumaan.

2 KULTTUURISTA TERVEYTTÄ

Kulttuurisilla menetelmillä ohjaustoiminnan artonomi ohjaa asiakastaan tai asiakasryhmää. Artonomilla on tietoa monenlaisista menetelmistä, joista hän pystyy valitsemaan asiakaslähtöisesti sopivimmat. Kulttuuristen menetelmien avulla asiakkaat löytävät sekä omia voimavarojaan että yhdistäviä tekijöitä, ja voivat siten ilmaista itseään paremmin. (Anttila ym. 2015, 2-8.) Kulttuurikahvilassa nämä menetelmät olisivat keskiössä asiakkaiden kanssa. Tällöin jokainen asiakas voi löytää ohjaajan avulla tai itsenäisesti oman tapansa harrastaa kulttuuria, sillä mahdollisuudet ovat laajat.

Kulttuuri sisältää yksilölliset itseilmaisut, luovat kyvyt, taidot ja pyrkimykset, arvot, normit sekä ympäröivän yhteisön. Kulttuuri viittaa myös siihen, miten yhteisön piirissä on omaksuttu tavat, maailman hahmottaminen ja mielekkyyden kokemukset. Se siis näkyy sekä arjen pienissä asioissa että ihmisten elämäntavoissa, arkitodellisuudessa ja hoito- ja hoivakulttuureissa. (Hyypä & Liikanen 2005, 105.)

Varhaislapsuuden kodin kulttuuri- ja taidemyönteisyys vaikuttaa pysyvästi ihmisen kiinnostumisen kulttuuria kohtaan (Hyypä & Liikanen 2005, 79). Taide ja kulttuuri synnyttävät ihmisissä arjen elämyksiä ja esteettisyyden kokemuksia ja nämä ovat useille ihmisille hyvän elämän edellytyksiä. Toisille ne merkitsevät mahdollisuutta irrottautua arjesta ja toisille rakasta harrastusta tai ajanvietettä. Naiset ovat kautta aikojen purkaneet kauneuden kaipuutaan käsitöiden avulla. Esimerkiksi räsymattoihin on sommiteltu väriraitoja, joissa on ollut näkyvillä elettyä elämää. Yksilölle tärkeää on se, että hän saa itse valita oman elämysmaailmansa. (Hyypä & Liikanen 2005, 106.)

2.1 Taide- ja kulttuuritoiminnan vaikutus terveyteen

Suomessa ollaan terveyden suhteen hyvin eriarvoisessa asemassa, vaikka se ei sovi pohjoismaisen hyvinvointivaltion ideaan. Tilastojen mukaan Suomen pohjois- ja itäosissa asuvilla on huonompi terveys ja lyhempi elinkaari kuin muualla Suomessa asuvilla. Itä- ja Länsi-Suomen taloudelliset ja sivistykselliset olot eivät eroa toisistaan, eikä sosiaalinen eriarvoisuus selitä eroa idän ja lännen välille. Syyn voidaan olettaa olevan siis kulttuurisen pääoman eroissa. Suomenruotsalaisen vähemmistön runsaan kulttuuriharrastamisen on tutkittu olevan yhteydessä hyvään terveyteen, joten voidaan otaksua että erot kulttuurin harrastamisessa vaikuttavat ihmisten terveyseroihin myös muualla Suomessa. (Hyypä & Liikanen 2005, 83–85.)

Taide- ja kulttuuritoiminta sisältävät paljon elementtejä, jotka auttavat kantamaan arkea. Taiteen ja kulttuuritoiminnan avulla ihminen saa elämyksiä ja taidenautintoja sekä pääsee kokemaan yhteisöllisyyttä harrastaessaan ja luomaan verkostoja, joiden avulla ihminen hallitsee elämäänsä paremmin. Elämyksellisyys ja yhteisöllisyys myös vaikuttavat hyvään terveyteen, parempaan työkykyyn ja hyvän elämän kokemuksiin. Taiteella, sisustamisella ja arkkitehtuurilla ihminen myös luo ympäristöönsä viihtyisäksi. Taiteen ja kulttuurin synnyttämät arjen elämykset ja esteettisyys ovat useille ihmisille ehto hyvään elämään ja tapa irrottautua arjesta ja kokea elämyksiä. Nämä

saattavat edustaa ihmisille rakasta harrastusta tai ajanvietettä muiden ajanvietteiden joukossa. Tärkeintä kuitenkin on vapaus valita oma elämymaailmansa, asuipa sitten omassa kodissa tai hoitolaitoksessa. Parhaimmillaan taide heijastaa sekä yksilön että yhteisön moninaisuutta, luovuutta ja elämysten tarvetta. (Liikanen 2004, 11–12.)

Kun modernisoitumisen takia eletään epävarmuudessa ja sattumanvaraisuudessa totutun jatkuvuuden sijaan, tuleekin miettiä, kuinka epävarmuus otetaan vastaan. Yhteiskunnan tulee miettiä, kuinka muutos kesytetään ja kuinka kulttuurinen arki otetaan haltuun. Globalisoituvaa maailmaa aiheuttava sen, että kulttuurisia arvoja ja asenteita laitetaan uusiksi ja opitaan uutta muista kulttuureista. Muutoksien myötä kulttuuritoiminnan ja sosiaali- ja terveysala ovat jännitteessä siitä, kuinka toiminnalle tulisi löytää uusia mahdollisuuksia. Valtioneuvoston Taide- ja taiteilijapoliittinen ohjelma sekä vuonna 2003 tehty periaatepäätös näkevät taiteen soveltavan käytön moninaiset mahdollisuudet yhteiskunnan eri alueilla. Ohjelma näkee taiteen vaikutukset talouteen, alueelliseen ja paikalliseen yhteistyön kehittymiseen sekä sosiaali- ja terveydenhuoltoon ja koulutukseen. Myös yhteisön moniarvoiseen kehittämiseen taide voi antaa voimavaroja. (Hyypä & Liikanen 2005, 111–112) Taide ja kulttuuritoimintaa tarvitaan, jotta voidaan avartaa terveyskentän perinteisiä tapoja toimia ja ajatella. Tieteiden väliset rajat on ylitettävä, jotta ilmiöitä voidaan ymmärtää kokonaisuudessa, eikä vain rajaamalla yhteen tiedekunnan käsitteiden ja perinteisten lähestymistapojen avulla. (Hyypä & Liikanen 2005, 126–127.)

Sosiaali- ja terveysministeriön taiteesta ja kulttuurista hyvinvointia -selvitystyö kertoo, että vuosien 2010–2014 aikana ihmisten tietoisuus lisääntyi taiteen ja kulttuurin myönteisistä vaikutuksista. Samalla kun tietoisuus on lisääntynyt, myös kulttuurilähtöisten menetelmien käyttö on yleistynyt. Alueelliset erot ovat kuitenkin suuret suhteessa siihen, kuinka paljon käytetään taide- ja kulttuurilähtöisiä menetelmiä. Pikkuhiljaa nämä kuitenkin tulevat koko kansan tietoon ja käyttöön. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2015, 2.)

2.2 Sosiaalinen pääoma

Sosiaalisille verkostoille on julkisessa keskustelussa annettu julkisen sektorin palvelujen supistuessa eräänlainen pelastava tehtävä. Ne nähdään usein julkisen sektorin tai taloussektorin vastapainona. Sosiaaliseen pääomaan kuuluvat esimerkiksi työorganisaatio, perhe ja harrasteryhmät. Sosiaalisissa verkostoissa on hyvin positiivinen arvolutaus. Ne ovat tukemassa ja suojaamassa ihmisen toimintaa sekä muodostavat sosiaalista pääomaa. (Marin 2003, 72.)

Sosiaalinen pääoma on symbolista pääomaa, joka kertyy yksilön sijaan yhteisöille. Pohjoismaissa sosiaalinen pääoma liitetään hyvinvointivaltion ominaisuuksiin, missä suositetaan yhteisöllistä toimintaa. Kulttuurilla on tärkeä merkitys sosiaaliselle pääomalle, sillä kulttuuriharrastukset lisäävät mehenkeä, joka voimistaa sosiaalista pääomaa. (Hyypä & Liikanen 2005, 43–44.) Sosiaalinen pääoma perustuu yhteisön peruskulttuuriin, joka syntyy

historiallisesta, psykososiaalisesta ja paikallisesta me-hengestä (Hyypä & Liikanen 2005, 98).

Se, että Suomessa on sosiaalista pääomaa, on perusteltavissa seuraavilla havainnoilla: ruotsin- ja suomenkielisen väestön terveydessä ja kuolleisuudessa on suuri ero. Tämä on selitettävissä sillä, että ruotsinkielisen harrastavat enemmän kulttuuria. Lisäksi Pohjanmaan maakunnan kaksikielisten elinajan odote on maailman pisimpiä ja pohjanmaan ruotsinkielinen väestö elää vanhemmaksi kuin samalla alueella asuva suomenkielinen väki. Myös näissä tapauksissa elinajanodote on perusteltavissa kulttuurin harrastamisella. Koko Suomea edustavassa tutkimuksessa näkyi se, että kulttuuri- ja harrastustoimintaan osallistuvat ihmiset säilyivät elossa pidempään. (Hyypä & Liikanen 2005, 97.)

Hyypä antaa kirjassaan esimerkin yhteisöllisestä harrastamisesta: Suomesakin pelattavaa petanqueta voi pelata yksin, mutta silti ihmiset pelaavat sitä mielellään yhdessä. Tässä pelissä sosiaalinen yhdessäolo sekä yhdessä toimiminen ovat välttämättömiä ja samalla pelatessa sosiaalinen pääoma vaikuttaa taustalla. Pelissä voi pelata erilaiset ihmiset ja miehet ja naiset sopivat pelaamaan samaan aikaan. Pelin ohella vaihdetaan kuulumisia. Tämä kaikki muodostaa nautittavan vapaa-ajan sosiaalisen osallistumisen. (Hyypä 2013, 89–90.)

Vaikka sosiaalinen pääoma on yhteisöllinen käsite, se voidaan mitata yksilöstä, jolloin näkyy kulttuuri- ja taideharrastuksen voimakas vaikutus. Sosiaalisen pääoman avulla voidaan tutkia ja ymmärtää, kuinka kulttuuri- ja sosiaalinen ympäristö vaikuttavat ihmisen eloonjäämiseen. Sosiaalisen pääoman ydin on kansalaisaktiivisuudessa, joka perustuu normiksi muodostuneen peruskulttuurin ja keskinäisen luottamuksen verkostoon. Mikäli kulttuuri- ja taideaktiivisuus kuuluu peruskulttuuriin, koko yhteisö harrastaa ja terveyshyöty tulee koko yhteisölle. (Hyypä & Liikanen 2005, 98–99.)

3 YRITYKSEN PERUSTAMINEN

Tässä opinnäytetyössä työstän liiketoimintaideani ja pyrin saamaan kokoon ensimmäisen kokonaiskuvan siitä. Yrittäjän tulee osata tiivistää koko toiminta sekä pystyä tarkastelemaan kokonaisuutta niin, että se on kannattava. Tähän kokonaisuuden hahmottamiseen tarvitaan heti alusta lähtien tietoa mahdollisilta asiakkailta, sillä liikeidea on palveluyritys. Tärkeää kulttuuripalveluita tarjoavalle yritykselle on myös markkinointi, jonka avulla asiakkaat löytävät palvelun luokse. Asiakkaiden löydettyä kulttuurikahvilaan, tulee yrittäjän pyrkiä tarjoamaan mahdollisimman laadukasta palvelua. Ohjaustoiminnan artonomina haluan tarjota asiakkaileni merkityksellisiä ja monipuolisia palveluita. Asiakkaat määrittelevät sen, onko palvelu ollut hyvää. Tästä käytetään termiä koettu palvelun laatu.

Yrittäjyys nähdään nykyisin Suomessa yhtenä toimintatapana ja -muotona osana normaalia markkinataloutta (Sutinen & Viklund 2005, 35). Yritystoiminnalla ja yrittäjyydellä on paljon erilaisia merkityksiä, riippuen siitä, kenen näkökulmasta asiaa tarkastellaan. Katsottaessa yhteiskunnan näkökulmasta yritykset toimivat työpaikkojen luojina, motivoivat ja mahdollistavat

inhimillisten resurssien tehokkaan käytön. Näiden lisäksi yritykset maksavat suurimman osan julkisista menoista suoraan tai välillisesti ja ne myös toimivat innovaatioiden lähteinä ja kehityksen moottorina sekä luovat kontakteja ulkomaihin. (Sutinen & Viklund 2005, 9–10.)

Yksinkertaisuudessaan liikeidea vastaa kolmeen kysymykseen: mitä, kenelle ja miten. Jotta liikeideasta syntyy kokonaiskuva niin itselle, kuin muille, on sitä alkuvaiheessa kuvattava hyvin pelkistetyllä mallilla. Liikeidean työstämiseen tulee käyttää paljon aikaa, sillä liian monesti yrityksen perustajan into on niin suuri että harkintakyky unohtuu. Tällöin suunnittelu unohtuu, kun on liian kiire tekemään töitä. Toimivalla yrityksellä tulee aina olla toiminta-ajatus, joka vastaa kysymykseen: "Miksi yritykseni on olemassa?". Toiminta-ajatus toimii liiketoimintasuunnitelman tiivistäjänä ja sen tehtävänä on pitää huolta siitä, että kaikilla yrityksessä työskentelevillä ja yrityksen ulkopuolisilla sidosryhmillä on samanlainen kuva siitä, mitä yritys on tekemässä ja miksi. Liiketoimintasuunnitelma on konkreettisempi, käytännönläheisempi ja laajempi kokonaisuus verrattuna toiminta-ajatuksen. (Sutinen & Viklund 2005, 55–57.)

Liikeidean tulisi käydä läpi kehitysprosessi, jossa pohditaan yrityksen kannattavuutta. Ensin yrityksen perustamista suunnittelevan tulee määrittellä markkina-alue eli määrittellä se, miltä maantieteelliseltä alueelta suurin osa asiakkaista tulee. Tämän jälkeen asiakkaat tulee jakaa ryhmiin, mutta jakoa ei tule tehdä sukupuolen, iän tai asuinpaikan mukaan, vaan markkinoinnin mukaan. Ryhmiä tulisi olla 5-10. Ryhmittelyn jälkeen tulisi määrittellä asiakasryhmien odotukset, se millaista palvelua kukin asiakasryhmä odottaa. Suunniteltaessa yrityksen perustamista on myös arvioitava kilpailijat: Mitä palveluita asiakkaat käyttävät? Mitkä ovat kilpailijoiden vahvuudet ja heikkoudet? Kilpailijoiden arvioinnin lisäksi tulee arvioida omaa liikeideaa. Mitkä ovat yrityksen vahvuudet ja heikkoudet. Oman liikeidean kuvailu superlatiiveilla auttaa vertailussa kilpailijoiden rinnalla. Kun tiedetään missä pitää parantaa, kerätään vahvistukseksi faktoja myynneistä, neliöistä, kehityksestä jne. Viimeiseksi luodaan liiketoimintasuunnitelma. Siihen kerätään ajatuksia esimerkiksi siitä, mitä haluaa vuoden päästä kertoa ystäville omasta yrityksestä, millaisen maineen haluaa yritykselle ja voisiko sama liikeidea sopia pahimmalle kilpailijalle. (Sutinen & Viklund 2005, 59.)

Tuotteita tarjoavalle yritykselle on elintärkeää, että oma tuote kelpaa asiakkaille. Nykyisin on lähes mahdotonta, että kaikki potentiaaliset asiakkaat valitsevat yhden yrityksen vaihtoehdon. Sen vuoksi yrityksen on valittava asiakasryhmä, jolle tuote suunnataan ja keskityttävä tyydyttämään näiden asiakkaiden tarpeita niin hyvin kuin mahdollista. Yritysten kilpailu on kehityksen edistäjä ja uutuustuotteilla ja oivalluksilla yritykset toivovat saavansa etumatkan kilpailijoista. (Sutinen & Viklund 2005, 16.)

3.1 Menestyvä yritys

Yrittäminen nähdään monesti elämäntapana, mutta sitä voi myös tarkastella yhtenä tapana tehdä töitä. Tärkeää yrittämisessä on joka tapauksessa toimiva talous, joka on yritystoiminnan kulmakivi. Yritykselle oleellista ei ole se, mistä asiasta tulovirta saadaan, kunhan sitä saadaan. Lisäksi oleellista

on heti varmistaa, että yritys on kannattava pitkällä aikavälillä. Sillä jos yritys ei kannata, sitä ei myöskään kannata perustaa. (Rope 2002, 11.)

Omalla tuotteella tulee olla kysyntäperusta ja yrittäjän tulee pyrkiä aikaansaamaan omalle tuotteelle ja yritykselle kysyntää. Tämä on tärkeää varsinkin alussa kun tuote on uusi. Tuotteesta pitää osata tehdä sellainen, että asiakaskunta pitää siitä, jolloin saadaan omalle yritykselle haluttavuutta verrattuna kilpaileviin tuotteisiin. Sellaista tuotetta, joka pitkällä aikavälillä ei ole kannattava, ei kannata kaupata. Yrittäjän tulee osata pyytää tuotteestaan se hinta, minkä arvoinen se on ja samalla varmistaa että tuote pystytään tekemään mahdollisimman kustannusedullisesti. Tuotetta tulee markkinoida ulospäin tehokkaasti, sillä asiakkaiksi haluttujen henkilöiden tulee olla tietoisia yrityksestä ja sen tarjonnasta. Tuotetta markkinoidessa mielikuvan rakentamistyö on keskeinen yrittäjän työsaika, sillä ihmisten todellisuus on se mielikuva, joka yrityksestä ja tuotteesta on pystytty tekemään. Yrittäjän tulee selvittää väylä, mitä kautta tuotteet saadaan ostajajoukon ulottuville, koska asiakaskunnan ei voi olettaa tekevän työtä tuotteen löytämiseksi. Kun markkinointiväylä on valmiina, tulee yrittäjän keskittyä kauppaamiseen, sillä yritystoiminta ei ole tuotteentekoa vaan kaupantekoa. Yrityksen täytyy panostaa myös asiakastyytyväisyyteen, koska silloin asiakkaat sitoutuvat yritykseen. (Rope 2002, 11–13.) Nämä samat asiat pitävät silloinkin, kun yritys tarjoaa tuotteen sijasta palvelua.

Yrityskulttuuri tarkoittaa organisaation yhteisiä normeja ja arvoja. Palveluyritystä tulee johtaa niin, että kaikki organisaation työntekijät omaksuvat myönteisen tavan kohdata asiakas. Yrityskulttuuria on tärkeä ymmärtää, sillä se voi olla mahdollinen kilpailuedun lähde. Heikko yrityskulttuuri tarkoittaa, ettei yrityksellä ole yhteisiä selkeitä arvoja ja normeja. Tämä aiheuttaa yrityksessä epävarmuutta eri tilanteissa. Hyvässä kulttuurissa ihmisillä on eväät, jolla he tietävät reagoida erilaisissa tilanteissa. Vahva yrityskulttuuri voi olla myös haitta. Kun yrityksessä tarvitaan muutosta, voi vahvan kulttuurin omaavan yrityksen olla vaikea vastata uusiin haasteisiin. (Grönroos 2009, 478–480.)

3.2 Yritysmarkkinointi

Tarvemarkkinointi tuli markkinointioppien perustaksi 1970-luvulla. Tämän perustana on Abraham Maslowin 1930-luvulla kehittämä tarvehierarkiamalli, jossa pyramidissa on seuraavat tarpeet: fysiologiset, turvallisuuden, yhteenkuuluvuuden, arvostetuksi tulemisen ja itsensä toteuttamisen tarpeet. Tähän malliin liittyy seuraavat asiat: Tarpeet muodostavat hierarkisen rakenteen perustapeista kohti henkisempiä ja syvällisempiä tarpeita sekä seuraavalle tasolle siirryttäessä tulee edellisen tason tarpeet olla täytetty. Tarvepyramidi on kuitenkin saanut kritiikkiä, ja koetaan että länsimaisen hyvinvointiyhteiskunnan ihminen toimii käytännössä monella tasolla yhtä aikaa. Kysymys on siitä, mitkä tarvetasot ovat merkityksellisemmät. (Rope 2002, 25–26.)

Oleellista markkinointiosaamisessa on se, että tarpeella ja tuotteella on yhteys. Tarpeet muodostavat aina ostopäätöksen perustan. Markkinoinnilla

pystyy myymään samaa tuotetta hyvin erilaisiin tarpeisiin ja vastaavasti samaan tarpeeseen pystytään vastaamaan useilla tuotteilla. Vaikka tarpeella ja tuotteella on yhteys, täytyy muistaa että tuote ei koskaan ole tarve. Ihminen ei siis tarvitse mitään tuotetta, vaan tuote on väline tarpeeseen. Tarpeen ja tuotteen siteen tekeminen sekä tuotteen houkuttelevammaksi tekeminen on markkinoinnin avaintehtävä. (Rope 2002, 27.)

3.3 Palvelu

Palvelu on monimutkainen ilmiö, ja sillä on useita merkityksiä henkilökohtaisesta palvelusta palveluun tuotteena. Sitä määrittelee eniten peruspiirre: vaikka palveluja voi ostaa ja myydä, niitä ei voi kokea konkreettisesti. Palveluun sisältyy usein jonkinlaista vuorovaikutusta palveluntarjoajan kanssa. Palveluiden tutkimuksessa on korostettu vuorovaikutusta vaihdannan sijaan. Palveluntarjoajan ja asiakkaan välinen vuorovaikutus tulee ottaa tärkeäksi osaksi markkinointia, sillä muuten on mahdotonta onnistua markkinoinnissa ja kehittää realistisia markkinointimalleja. Koska palvelut ovat prosesseja eivätkä liiketoimien kohteita, voi raha siirtyä palveluntarjoajalle ennen palveluprosessia, sen jälkeen tai jatkuvasti säännöllisin väliajoin. (Grönroos 2009, 76–78.) Rissanen määrittelee kirjassaan palvelun seuraavalla tavalla: “Palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta, suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle tuotetaan tai annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen ongelman ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyvä, ajan ja materian säästönä jne.” (Rissanen 2005, 18).

Asiakas on aina läsnä palveluprosessissa, jossa palvelu tuotetaan ja toimitetaan. Tällöin asiakas myös osallistuu siihen ja näkee prosessin toiminnan sen edetessä, joten asiakas vaikuttaa palveluprosessin etenemiseen ja lopputulokseen. Asiakassuhteissa tärkeää on elinkaariajattelu, jossa yritykset pyrkivät vastaamaan asiakkaiden ajan myötä vaihteleviin tukitarpeisiin. Asiakkaista huolehtimisesta tulee palvelujen johtamiseen liittyvä asia. (Grönroos 2009, 78–79.)

Hyvä palvelu koetaan tavoiteltavaksi arvoksi ja se onkin kuin mittatilauspuku, joka valmistetaan jokaiselle asiakkaalle mittojen mukaan. Palvelua ei siis voi tehdä varastoon säilytettäväksi, vaan se luodaan yhdessä asiakkaan kanssa palvelutilanteessa. Nykyisin hyvä palvelu on tärkeä osa tuomaan yritykselle lisäarvoa. Hyvä tai huono palvelu on kuitenkin asiakkaan kokemus, jolloin palvelun tuottajalla voi olla usein erilainen näkemys siitä, oliko palvelu onnistunut vai ei. (Rissanen 2005, 17.) Koska palvelu on aineetonta, sitä ei voi etukäteen täysin kuvata ja sen kaupallinen tai oikeudellinen määrittely on hankalaa. Palvelun hinnoittelu ja perusteltu kustannuslaskelma ja tuotesuojaukset ovat hankalia, johtuen myöskin palvelun aineettomuudesta. Palvelu jättää tilaa niin tuottajan kuin asiakkaan luovuudelle, ja hyvälle palvelulle onkin tyypillistä, että siinä on mukana jotain ainutlaatuista. (Rissanen 2005, 21–22.)

Palveluorganisaatiossa on tärkeää, ettei se ole tarpeettoman virkavaltainen ja koostu lukuisista hierarkisista tasoista (kuva 1). Yritykselle asiakas on

tärkein, jolloin kaikkien organisaatioissa olevien tulee ymmärtää ja hyväksyä oma vastuu asiakkaista. Tärkeää on, että asiakkaiden ja ylimmän johdon välillä on mahdollisimman vähän hierarkisia kerroksia. Kun vanhanaikaisessa pyramidissa ylin johto on ollut ylimpänä ja asiakkaat alimpana, kääntää Grönroos pyramidin ylösalaisin. Tällöin asiakkaat ovat ylimpänä ja samalla vuorovaikutus muuttuu niin, että se on vastavuoroista ylempää tulevien käskyjen sijaan. (Grönroos 2009, 409–411.)



Kuva 1. Palvelukeskeinen organisaatiorakenne (Grönroos 2009, 411)

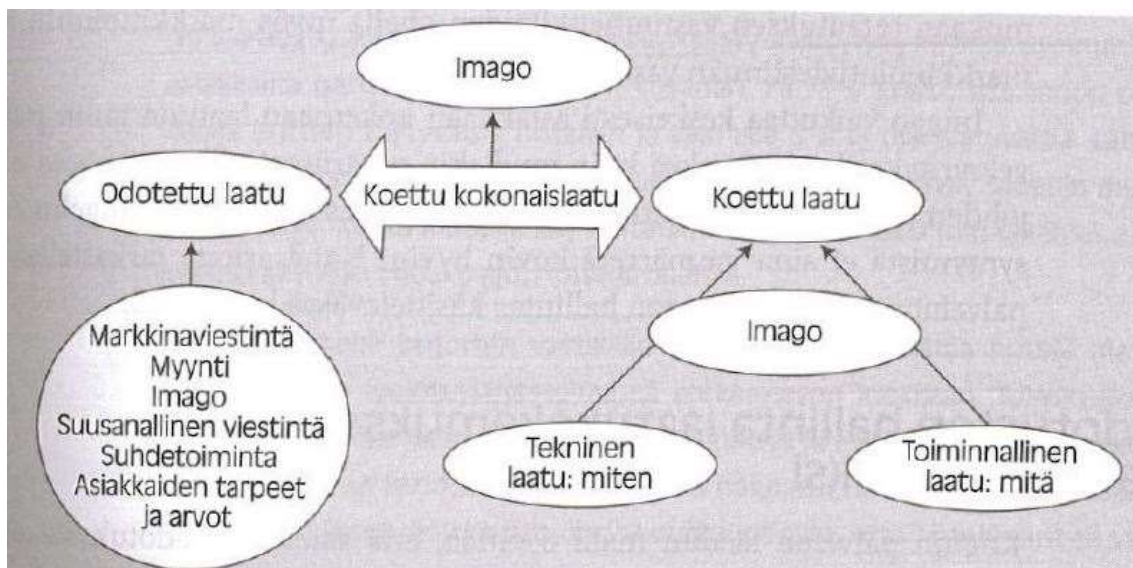
Asiakkailla on erilaisia tarpeita ja toiveita. Tämän vuoksi palveluorganisaation on vaikea tyydyttää jokaisen asiakkaan tarpeita, eikä tätä tulisikaan yrittää. Asiakkaat tulee jakaa segmentteihin eli asiakasryhmiin ja yhdestä tai muutamasta segmentistä valitaan yrityksen kohderyhmä. Asiakkaat tapaavat toisiaan palveluprosessien aikana ja tällöin he myös vaikuttavat toistensa palvelukokemuksiin. On tärkeää muistaa, että vaikka asiakkaat kuuluvat asiakassegmenttiin, haluaa asiakas tulla kohdelluksi yksilönä. (Grönroos 2009, 422–423.)

3.4 Koettu palvelun laatu

Palvelun prosessiin kuuluu monia tekoja sekä osaprosesseja. Asiakas havaitsee nämä prosessit ja siksi myös palvelun kulutus on prosessi. Usein huomattava osa palvelun kulutuksesta tapahtuu samanaikaisesti palvelun tuoton kanssa. Palvelun laatu korostuu juuri tästä syystä, että kulutus ja tuotanto ovat samaan aikaan olevia prosesseja. Erinomainen toiminnallinen laatu onkin palveluissa välttämätöntä. Eli vaikka prosessin lopputulos olisi teknisesti hyvän laatuista, huono toiminnallinen laatu mitätöi sen vaikutuksen. (Grönroos 2009, 418.)

Palvelujen markkinoijan on tarpeen tietää, miten asiakkaat kokevat palvelun ominaisuuksien laadun. Koetun palvelun laadun malli on käsitteellinen kehikko, joka kuvaa, miten asiakkaat kokevat palvelun “ominaisuudet”

(kuva 2). Laatu tulee määrittellä selkeästi, mikäli se asetetaan tavoitteeksi. Ilman määrittelyä, tai liian kapealla määrittelyllä saatetaan tehdä vääriä toimenpiteitä. (Grönroos 2009, 98–100.)



Kuva 2. Koettu palvelun laatu (Grönroos 2009, 105.)

Laatukokemukset johtavat koettuun palvelun laatuun. Laatu on hyvä silloin kun ennako-odotukset eli odotettu laatu vastaa saatua palvelua. Kun odotukset ovat epärealistisia, vaikka palvelun laatu olisikin hyvä, on palvelun kokonaislaatu alhainen. Odotettuun laatuun vaikuttavat markkinointiviestintä, suullinen viestintä, yrityksen imago ja asiakkaan tarpeet. (Grönroos 2009, 105–106.) Näiden tulisikin vastata yritystä aidosti, jotta asiakas ei pettyisi palvelun laatuun. Liian ylistävällä markkinoinnilla yritys ei siis tee muuta kuin hallaa itselleen.

Asiakas on palvelun laadun anturi ja mittari, joka muodostaa käsityksen palvelun laadusta kymmenen eri tekijän pohjalta. Ensinnäkin palvelun tuottajan tulee olla pätevä ja ammattitaitoinen tehtävässään, lisäksi palvelu tuotetaan niin, että se herättää asiakkaassa luottamusta. Esimerkiksi laskun tulee olla selkeä, yksilöity ja sovitun mukainen. Palvelun tarjoajan tulee myös olla uskottava, asiakkaan pitää luottaa että hänen etunsa tavalla toimitaan. Palvelu tulee myös olla saavutettavissa kohtuullisella vaivalla ja asiakkaan tulee tuntea olonsa turvalliseksi. Palvelun tarjoajan tulee koko persoonallisuudella viestiä kohteliaisuudesta sekä palvelualltiudesta. Myös kaiken viestinnän tulee olla asiakkaan ymmärrettävissä. Asiakkaan palvelun tarpeiden tunnistaminen ja ymmärtäminen on tärkeää ja myös palveluympäristön tulee olla viihtyisiä ja ekologinen. (Rissanen 2005, 215–216.)

Kun palvelujen laatua kehitetään, työtapa on projekti. Projekti on hallittu, tehokas ja turvallinen tapa toimia ja lisäksi se motivoi ja kannustaa. Yritystoiminnassa kaikki kehityshankkeet toteutetaan asiakasta varten. Kehityshankkeiden avulla pyritään luomaan uusia palvelutuotteita eli uutta lisäarvoa asiakkaille. Parhaimmillaan asiakas on mukana kehittämisprojektissa ja lopputulokseen päästään niin että ymmärretään asiakkaan tarpeet ja odotukset syvällisesti. (Rissanen 2005, 217)

4 ASIAKKAANA ELÄKELÄINEN

Liikeidean suunnittelun kannalta tuli tarpeelliseksi määritellä kulttuurikahvilan potentiaaliset asiakkaat. Eläkkeelle jäädään Kelan mukaan iän perusteella yleensä 63–68-vuotiaana. Ikä ei ole kuitenkaan ainoa syy jäädä eläkkeelle, vaan eläkkeelle voidaan jäädä työkyvyttömyyden tai sairauden takia. Lisäksi ihmiset voivat olla osa-aikaeläkkeellä. (Kela 2014.) Näissä tapauksissa ihminen ei vielä ylitä ikääntyneen ikärajaa, mutta hän voi silti löytää kulttuurikahvilasta tekemistä sekä seuraa. Vaikka kulttuurikahvilan asiakkaita voisivat olla kaiken ikäiset eläkeläiset, olen seuraavassa luvussa kartoittanut tietoa ikääntyvistä, heidän luovuudestaan, hyvinvoinnistaan ja kulutustottumuksista, sillä suurin osa eläkeläisistä on kuitenkin ikääntyneitä.

4.1 Ikääntyvät eläkeläiset

Vanhoja ihmisiä on ollut aina, mutta nyt yhteiskuntien ikärakenne muuttuu ja ikääntyvien määrä kasvaa. Muutoksen taustalla ovat niin eliniän piteneminen kuin syntyvyyden aleneminen 1950-luvulta lähtien. Se, mitä vanheneminen yksilölle tarkoittaa, vaihtelee. Kunnan heikkeneminen voi olla hitaampaa tai nopeampaa, ja siihen voi vaikuttaa omalla toiminnallaan, kuten säännöllisesti kuntoilemalla. (Jyrkämä 2001, 267–268)

Vanhenemista pidetään biologisena prosessina, mutta vanhenemista voi tarkastella myös sosiaalisesta ja kulttuurisesta näkökulmasta sekä yhteiskuntatieteellisestä näkökulmasta. Vanheneminen tapahtuu siis aina jossakin yhteiskunnassa. Kronologinen, biologinen ja psykologinen ikä karttavat sekä ajassa että paikassa. Vanheneva ihminen on osa erilaisissa yhteisöissä ja ryhmissä. Nämä luovat puitteet vanhenemisella ja vanhana olemiselle. Puitteet eivät kuitenkaan ole kaikille samanlaiset. Erilaisten yhteisöjen lisäksi vanhenemista määrittävät yhteiskunnan määrittämät elämänkulun jaksot, joihin liittyy katkos- ja murroskohtia, joissa yksilön asema muuttuu ja elämänkulun etenemisessä tapahtuu hyppäys eteenpäin. Yhteiskunnan säätelyn lisäksi jokainen yksilö vaikuttaa omaan elämäänsä, vaikka yhteiskunta tuottaa käyttäytymisodotuksia, voi yksittäinen ihminen toimia niitä vastaan. (Jyrkämä 2001, 275–277)

Nyky-Suomessa vanhuus ja vanhana oleminen alkaa tilastollisvirallisesti 65 ikävuodesta eli iästä, jolloin ihminen saavuttaa pääsääntöisesti eläkeiän. Tämä kronologinen ikä on määritelty työkykyisyyden karkeana arviona. (Jyrkämä 2001, 281) Eläkkeelle siirtymistä pidetään uutena alkuna ja vapaana elämänvaiheena. Oletus on jopa se, että varhainen eläkkeelle siirtyminen antaa mahdollisuuden elää toisen nuoruuden. Ihmiset näkevät eläkkeen oikeutena, jonka heille antaa pitkä työura. Oikeuden lisäksi eläke aiheuttaa ihmisissä helpotusta, houkutusta uuteen alkuun, mutta myös epä-mukavuutta. Eläkeikäisten identiteetti ei kuitenkaan rakennu vanhan identiteetille, joten vanhan liittäminen itseen tuntuu mahdottomalta. Vaikka uudelleenmäärittelyä on tapahtunut, on eläke silti vanhojen ihmisten taloudellinen, moraalinen ja sosiaalinen tila, josta muistuttaa sana vanhuuseläke. (Julkunen 2005, 292–294.)

Vanhenemisen ja ikääntyvän yhteiskunnan tulevaisuuden on katsottu ongelmallistuvan viimeistään siinä vaiheessa, kun niin sanotut suuret ikäluokat tulevat eläkeikään. Nyt eletään tätä vaihetta ja suurin osa suurista ikäluokista on jo eläkkeellä. Haasteena on nähty se, että erilaatuisia hoito- ja sosiaalipalveluja tarvitaan paljon enemmän. Tässä tilanteessa on tärkeää avata uusien näköaloja ja samalla kyseenalaistaa erilaatuisia ilmiöitä ja asioita. Muutoksia tarvitaan, jotta voidaan vastata haasteisiin. Jyrkämä toteaa teoksessaan Lapsuudesta vanhuuteen: “Tämän hetken kummallisuuksien hämmästely auttaa myös uusien ratkaisujen löytämisessä, sellaisten ratkaisujen, jotka antavat ikääntyneille samanlaisen oikeuden kuin muillekin olla tavallisia ihmisiä, joilla on samat oikeudet ihmisarvoiseen elämään kuin kaikilla ihmisillä ikään katsomatta.” (Jyrkämä 2001, 312–314)

4.2 Luovuutta ikä kaikki

Vanhojen ihmisten luovuutta on tutkittu huomattavasti vähemmän kuin nuorempien ja luovuutta onkin pidetty nuorten ihmisten ominaisuutena. Luovuuden jatkuvuusmallin mukaan luovuus jatkuu ja kehittyy edelleen ihmisen ikääntyessä. Yksilön luovuuteen vaikuttaa toki hänen aikaisemmat elämänvaiheensa, mutta vanhemmilla ihmisillä on usein energiaa, jota he voivat suunnata oman elämänlaadun parantamiseen ja uutta luovaan toimintaan keski-ikä kehitystehtävien jälkeen. Vaikka vanhemmille ihmisille on tärkeää omien elämäntapahtumien muistelu, terveet ja osallistuvat ikääntyvät ovat aktiivisesti keskittyneet myös nykyhetkeen ja tulevaisuuteen eli uuden luomiseen. Ne ikääntyvät, joiden fyysinen toimintakyky on heikko tai joiden menneisyydessä on ratkaisemattomia konflikteja, voivat saada muistelusta suuremman henkilökohtaisen merkityksen, sillä nykyisyys ja tulevaisuus eivät välttämättä tarjoa nautintoa samalla tavalla, kuin terveille ihmisille. Heillä ei välttämättä riitä energiaa rakentamaan toimintaan ja luovuuteen. (Hovila 2004, 43–44.)

Monissa tutkimuksissa on viitattu siihen, että luovuus jatkuu myös vanhoilla ihmisillä. On myös huomattu, että iäkkäiden luovuus voisi lisääntyä oikeanlaisen stimulaation avulla. Tutkimuksessa (Wikström ym. 1992) on verrattu kahta ryhmää: Toisessa ryhmässä keskusteltiin taidekuvien herättämisestä ajatuksista ja toisessa ajankohtaisista aiheista ja ryhmäläisten kiinnostusten kohteista. Tutkimuksessa tehtyjen testien perusteella taideryhmäläisillä oli selvää kehitystä luovuudessa. (Hovila 2004, 46.) Taiteesta ikääntyville ei riitä kuitenkaan pelkkä vastaanottajan rooli, vaan he haluavat myös luoda uutta ja toimia kulttuurivaikuttajina, sillä ikä ei estä taiteellisesti kunnianhimoista toimintaa. (Liikanen 2004, 12–20.)

Vaikka vain 5–7 prosenttia yli 75-vuotiasta hoidetaan laitoksissa, vanhuspolitiikkaa on mediassa ja julkisessa keskustelussa leimannut laitoshoidon näkökulma. Vanhuus nähdään vain kahtena eri vaihtoehtona, joko avuttomuutena, heikkoutena ja sairautena tai sitten aktiivisena ja nuorekkaana seniorikansalaisena. Näiden kahden ääripään välissä ei tajuta sitä, että vanhukset ovat yksilöitä siinä missä muidenkin ikäkausien yksilöt. Vanhallekin ihmiselle tulee tarjota mielekästä tekemistä. (Hohental-Antin 2006, 13.)

4.3 Ikääntyvät ja harrastustoiminta

Suomi on velvoittanut kunnat edistämään kuntalaisten hyvinvointia, ikään katsomatta. Laissa määritellään myös erikseen, että kunnan tehtävänä on vastata niin ikääntyvien peruspalveluiden järjestämisestä kuin kulttuuritoiminnan edistämisestä, tukemisesta ja organisoitumisesta. Hyvinvointipalveluiden tuottamisen nähtiin kunnissa pitkään kuuluvan vain sosiaali- ja terveyssektorille. Viime vuosina on kuitenkin herätty siihen, että ihmisten hyvinvoinnin edistäminen tulee huomioida kaikilla kunnan toimialoilla. Kulttuuri onkin otettu osaksi kuntien laajempaa hyvinvointipolitiikkaa. Vaikka kulttuurihallinnolle asetetaan uusia tehtäviä ja vaatimuksia, ovat kulttuuri-toiminnan taloudelliset voimavarat pysyneet pieninä tai niistä on jopa säästetty. Kunnan toimijoiden yhteistyötä palvelurakenteiden suunnittelussa ja toteuttamisessa painotetaan, ja yhteistyökumppaneina nähdään sosiaali- ja terveystoimi, liikunta-, nuoriso- ja vapaa-ajantoimi sekä kolmas sektori. (Varho 2010, 18–19.)

Ikivihreät- projekti tutki jyvaskyläläisten ikääntyvien harrastustoimintoja vuosina 1988, 1995 ja 2004. Yleisesti huomattiin, että harrastustoiminnat ovat sekä lisääntyneet että monipuolistuneet. Merkittävä osa ikääntyvistä oli lisännyt harrastustoimintojaan jäädessään eläkkeelle, ja syyksi tutkimuksessa oli ilmoitettu vapaa-ajan lisääntyminen. Tutkimuksessa huomattiin myös, että terveydentilaan liittyvät seikat olivat yhä harvemmin yhteydessä harrastustoimintojen vähenemiseen. Syynä siihen, että eläkeläisten harrastusten määrä on kasvanut, oletetaan olevan eläkeikäisten parantunut terveys ja toimintakyky, sillä koettu terveys oli parempi uusimmissa tutkimusaineistossa. Myös parantunut taloudellinen tilanne ja yhteiskunnan eläkeläisille tarjoamat harrastusmahdollisuudet ovat tutkimuksen mukaan syynä ikääntyvien harrastustoiminnan lisääntymiseen. On alettu puhumaan kolmannesta iästä, jonka nähdään vaikuttavan palveluiden käyttöön ja vapaa-ajan toimintojen lisääntyvään kysyntään. (Lyyra & Lyyra 2006, 129–130.)

Ikihyvä Päijät-Häme -tutkimus toteutettiin vuosina 2002–2012. Tutkimuksessa on saatu samanlaisia tuloksia kuin Ikivihreät-projektissa: eläkeläisten mahdollisuudet aktiivisuuteen ja mieluisten asioiden harrastamiseen ovat parantuneet. Tämä johtuu siitä että esimerkiksi taloudellisia ja terveydellisiä resursseja on enemmän kuin ennen. Lisäksi nykyisin asenteet ovat erilaisia, eikä nähdä että ihmisten tulisi vetäytyä siirtyessään eläkkeelle. Tutkimuksessa selvisi, että nuoremmat tutkimukseen osallistuneet ihmiset löytävät uusia harrastuksia tai sisältöä elämäänsä eläkkeelle siirtymisen jälkeen. Esimerkiksi noin joka toinen 57–69 vuotias nainen löytää uusia harrastuksia kun taas miehistä noin kolmasosa. Vielä yli 80 vuotiaistakin joka viides on tutkimuksen mukaan löytänyt jotakin uutta sisältöä elämäänsä. (Karisto, Haapola, Töyli & Väänänen 2013, 51–52.)

Ikihyvä-tutkimuksessa selvisi, että kymmenessä vuodessa 72–76-vuotiaiden harrastusaktiivisuus on pysynyt suunnilleen samana, joissakin harrastustoiminnoissa aktiivisuus on jopa lisääntynyt. Kuitenkin 61–66-vuotiaiden harrastusaktiivisuus on vähentynyt. Tämä on ristiriidassa sen kanssa, mitä on oletettu. Kolmas ikä ei näytäkään lisäävän harrastuneisuutta. (Karisto, Haapola, Töyli & Väänänen 2013, 53.)

4.4 Kuluttava ikääntyvä

Nyky-yhteiskuntaa on luonnehdittu kulutusyhteiskunnaksi. Ikääntyvien kulutuksen on nähty olevan varovaista, säästävää, pidättyväistä sekä järkevää ja perinteistä. Ikääntyvien kulutus kuitenkin muuttuu ja noudattaa yleisiä modernisoitumisen linjoja: kulutus lisääntyy ja suuntautuu enemmän vapaa-aikaan, harrastuksiin ja kulttuuriin. Ikääntyneet käyttävät rahaa esimerkiksi nautintoihin ja nopeasti tuhoutuviin tuotteisiin sekä vähitellen myös informaatioteknologiaan. Ikääntyvien kuluttaminen sekä ikääntyvät kuluttajina ovat tärkeitä yhteiskunnan taloutta ylläpitäviä ja edistäviä tekijöitä. Kulutus on ikääntyvillä saanut saman aseman kuin kaikilla muillakin: kulutus on väistämätöntä ja välttämätöntä. Ikääntymisestä on tehty bisnestä ja heille on suunnattu niin tavara-, palvelu-, apuväline-, hoiva- ja elämysmarkkinoita. (Rantamaa 2005, 53–61.)

5 IKÄÄNTYVIEN VAPAA-AJAN PALVELUT

Suunniteltaessa kulttuuripalveluita tarjoavaa yritystä, tulee ottaa selvää jo toiminnassa olevista samanlaisista palveluista. Esimerkkejä kannattaa pyrkiä löytämään niin lähempää kuin kauempaa. Samalla tulee miettiä sitä, miten näkee oman idean suhteessa erilaisiin malleihin. Mikä on samanlaista ja mikä erilaista sekä mitä tulisi kehittää?

Ikääntyville suunnattujen kulttuuripalveluiden lisäksi tarkastelen tässä luvussa myös Forssan seudulla tällä hetkellä ikääntyville tarjolla olevia vapaa-ajan palveluita. On tärkeä olla tietoinen siitä, mitä palveluita on tarjolla, jotta tietää, mihin tarpeeseen tai toiveeseen voi omalla yritysidealla vastata.

5.1 Ikääntyville kulttuuritoimintaa Suomessa ja maailmalla

Setlementtiliiton Yhdessä mukana -projekti järjestää Kulttuurikahvila-toimintaa Hämeenlinnassa. Toiminnalla on vastattu Setlementtiliiton asiakkaiden toiveisiin toiminnan suhteen. Kulttuurikahvilassa jokaisella kerralla on oma teema, mistä jokainen paikallaolija pääsee jakamaan omia merkityksellisiä kokemuksia ryhmälle. Kahvilan toiminta on merkityksellistä asiakkaille, sillä he saavat arkeen ja päivään toimintaa sekä tapaavat toisia samanikäisiä. Asiakkaat pitävät siitä että toiminta on melko vapaata, eikä Kulttuurikahvilassa ole aikatauluja. Toiminta on asiakkaille maksutonta, halutesaan he saavat ostaa kahvia ja pullaa kahviosta. Kulttuurikahvila on asiakkaille kuntouttavaa toimintaa ja sen avulla pyritään lisäämään osallistujien hyvinvointia. Tiedon kahvilasta asiakkaat saavat yhteistyökumppaneilta, mainoksista ja nettisivuilta sekä kohdatessa kulttuurikahvilassa käyneitä. (E. Siljoranta, haastattelu 23.2.2015.)

Iittalassa syntyi vuoden 2011 tammikuussa ideointityöpajassa ajatus elämänkaarikahvilasta. Toimintaan myönnettiin tuolloin avustus Kylä kaupungissa -hankkeesta. Toiminta käynnistyi Hukarin nuorisotiloissa, joka on koko kylän kohtaamispaikka. Elämänkaarikahvilan suunnittelusta ja aloituksesta vastasivat Kalvolan SPR, eläkeläisjärjestöt ja Iittalalan kouluvan-

hemmat. Kahvilassa on yhteistä toimintaa ikääntyville ja koululaisille. Kahvilassa koululaiset saavat ostaa eläkeläisten laittamaa välipalaa ja vastavuoroisesti eläkeläiset saavat koululaisilta apua esimerkiksi tietokoneen parissa. Koululaiset ja eläkeläiset olivat lähteneet myös kahvilan ulkopuolelle retkille. (Elämänkaarikahvila 2014.)

Tampereen kaupunkilähetys aloitti keväällä 2015 kulttuuriryhmän, johon olivat tervetulleita kaikki yli 60-vuotiaat. Tapaamisten teemoja ei ole avattu tarkemmin, vaan kulttuurin parissa tehdään mukavia juttuja yhdessä. Kulttuuriryhmän toiminta alkoi helmikuussa ja se kokoontuu kahdeksan kertaa keskiviikkoisin puolentoista tunnin ajan. Ryhmään tuli ilmoittautua ennakoon, joten kyseessä oli suljettu ryhmä. (Tampereen kaupunkilähetys ry 2015.)

Oulussa on avattu elokuussa 2014 Ikäihmisten olohuone, joka on projekti ja kuuluu RAY:n rahoittamaan Eloisa ikä -avustusohjelmaan. Olohuone on tarkoitettu omatoimisille ikääntyville, mutta sinne saa mennä myös saattajan kanssa. Toiminta on maksutonta, mutta ruuasta ja retkistä peritään pieni maksu. Toiminta järjestetään Keskustan palvelukeskuksen tiloissa ja siellä järjestetään ohjattua toimintaa, mutta paikalle voi tulla myös vain syömään, kahvittelemaan ja oleilemaan. Ikäihmisten olohuoneen tärkein tavoite on tarjota toiminnallinen avoin paikka, missä voi viettää aikaa jutustellen tekemisen parissa ja näin edistetään yksinäisten ihmisten osallisuutta. Joulukuussa 2014 Oulussa on avattu vielä toinen samanlainen paikka, nimeltään Tuiran olohuone, joka palvelee Tuiran palvelukeskuksen tiloissa. (Ikäihmisten olohuone 2015.)

Skotlannissa on Crafts Cafe, joka on yhteisöllinen kohtaamispaikka. Cafe on osa Impact Arts -hanketta. Keskuksissa tarjotaan avointa ja monipuolista taideperustaista toimintaa ja samalla tekemisen lomassa kaupunkilaiset kohtaavat toisiaan. Crafts Cafen ohjaajina toimivat palkatut ammattitaiteilijat. Taiteilijoiden tehtävä on avustaa asiakkaita sekä koordinoita keskuksen toimintaa. (Luoto & Tapaila 2014, 54.)

Edellä kerrotuissa esimerkeissä tulee esille, että tärkeänä toiminnassa on ihmisten vapaa tekeminen. Tärkeimpänä tehtävänä järjestävällä taholla on paikan järjestäminen. Kun toiminnalle on järjestetty paikka, on tärkeää ottaa asiakkaat mukaan ideoimaan sitä, millaista toimintaa he haluaisivat.

Esimerkeissä esiteltyä ikääntyvien kulttuuritoimintaa yhdistää se, että kulttuuritoiminta on rahoitettu hankkeen avulla, jolloin ihmisille on saatu maksutonta, mutta valitettavasti myös jatkon kannalta epävarmaa kulttuuritoimintaa. Maksuttomuuden avulla ihmiset saadaan liikkeelle ja toimintaan mukaan, mutta järjestettäessä toimintaa tulisi sille luoda jatkon kannalta varma perusta ja heti alusta saakka miettiä toiminnan kehittämistä niin, että se jatkuu hankerahojen loputtua. Kulttuuritoiminnan merkityksessä ihmisille paljon sillä tulee olla tulevaisuus ja pitkän aikavälin tavoitteita. Tällaisia tavoitteita ei voida luoda, jos toiminnan jatkuvuus on epävarmaa.

Kulttuuritoiminta on näiden esimerkkien valossa hyvä väline yhdistämään ihmisiä, oli kyse minkä ikäisistä ihmisistä vain. Kulttuuripalveluiden avulla

voidaan siis luoda myös siltoja eri ikäryhmien välille samalla tavalla kuin saman ikäistenkin ihmisten. Tärkeää on saada ihmiset lähtemään mukaan ensimmäisen kerran, jonka jälkeen toiminta lähtee rullaamaan.

5.2 Vapaa-ajan palvelut eläkeläisille Forssassa

Forssassa toimii Forssan seudun hyvinvointikuntayhtymän järjestämää päivätoiminta Tyykijohvin palvelukeskuksessa. Hyvinvointikuntayhtymällä on päivätoimintaa myös Tammelassa, Jokioisilla ja Ypäjällä. Päivätoiminta on ensisijaisesti tarkoitettu muistisairaille sekä omaishoidettaville. Toimintaan voidaan myös valita henkilö, jonka elämäntilanteessa on tapahtunut toimintakykyä laskevia muutoksia tai hän on yksin asuva ja syrjäytymisvaarassa. (Forssan seudun hyvinvointikuntayhtymä 2014.)

Esperi Care Oy tarjoaa Hoivakoti Pumpulissa, Forssassa, ohjattua ja valvottua päivätoimintaa kotona selviytymisen tueksi. Ohjelmaa kerrotaan muokattavan asiakkaiden tarpeita vastaavaksi ja päiväohjelmaan kuuluu monipuolista kuntouttavaa ja sosiaalista toimintaa ryhmässä. Hoivakoti Pumpulissa tarjotaan mahdollisuus henkilökohtaisen hygienian hoitoon, ruokailuun, virkistymiseen sekä sosiaaliseen kanssakäymiseen ja yhdessäoloon. Päivätoiminnan tarkoituksena on tukea ikääntyvien toimintakykyä ja elämänlaatua sekä tuoda vaihtelua arkielämään. Toiminnan avulla Pumpuli tarjoaa omaishoitajille mahdollisuuden vapaa-aikaan ja omien asioiden hoitamiseen. (Esperi Care Oy 2014.)

Ystävän Kammari on Forssassa toimiva vapaaehtoistyön keskus. Siellä on kahvila sekä muuta toimintaa. Kuukauden ohjelma julkaistaan verkkosivuilla: on kuntotuokioita, musiikkiesiintyjä, luentoja, verenpaineen mittausta ja hartauksia. Lisäksi keskiviikkoisin ja perjantaisin tarjoillaan edullinen lounas. Ystävän kamarin palveluihin kuuluu myös maksuttomat ulkoiluttaja-palvelu ja aamukorva-palvelu sekä edullinen kauppakassi-palvelu. (Ystävän Kammari 2015.)

Forssan liikuntatoimi järjestää yhdessä eläkejärjestöjen kanssa torstaisin Forssan järjestöjentalolla varttuneen väen iltapäivätanssit, missä on live-musiikkia. Liikuntatoimi järjestää ikääntyville myös liikuntaryhmiä viihdeuimala Vesihelmen kuntosalilla sekä altailla. Myös Heikanrinteen palvelukeskuksen kuntosalilla on liikuntatoimen järjestämiä ryhmiä. (Forssan kaupunki 2015.) Lisäksi Forssan seudulla ikääntyville järjestää toimintaa eri eläkeläisjärjestöt, joiden ohjelmassa on muun muassa tapaamisia, retkiä ja tapahtumia.

Mainittujen toimintojen lisäksi ei ikääntyville suunnattua toimintaa ole löytynyt. Tämä tarkoittaa sitä, että toimintaa pitäisi saada kaupunkiin lisää, sillä myös lähiseutujen eläkeläiset tulevat Forssaan harrastamaan. Toiminnan tulisi olla erilaista, kuin mitä ikääntyville on tällä hetkellä suunnattu, jotta voi varmistaa että erilaisille palveluille löytyy asiakkaita.

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

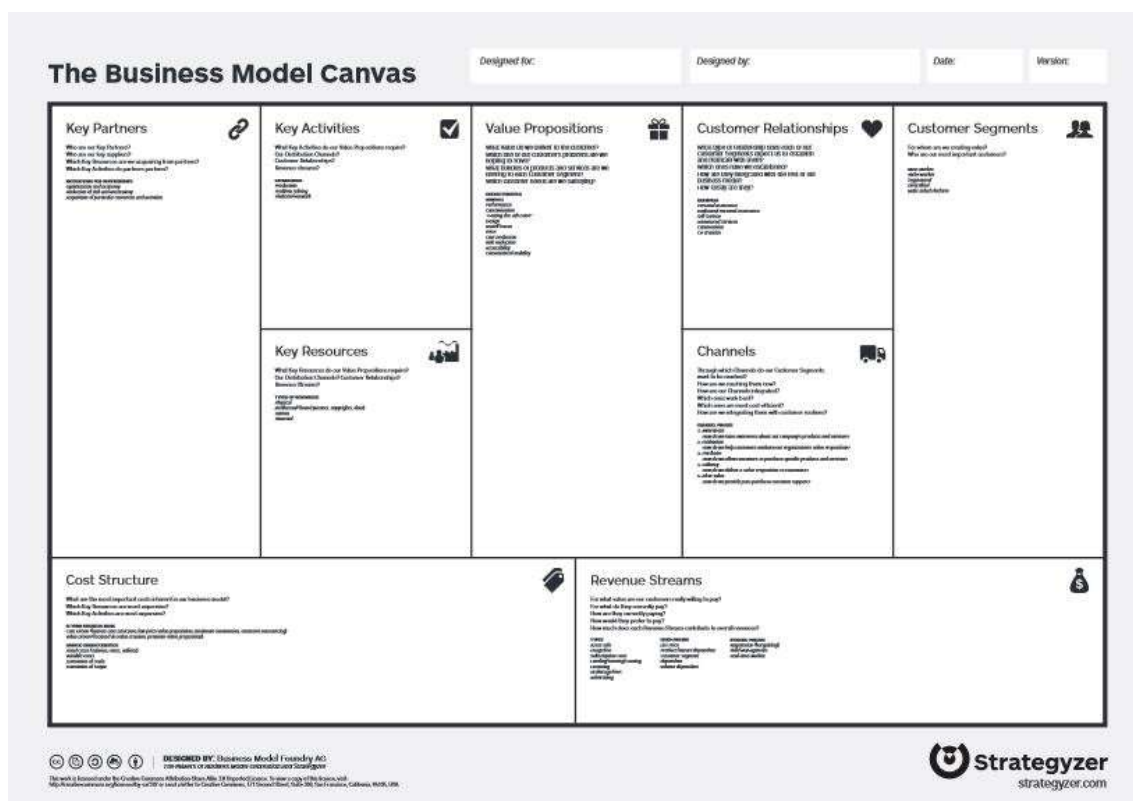
Opinnäytetyöni tutkimuksen rajauksessa käytin Business Model Canvas -työkalua. Työkalun avulla suunnittelin, mitä haluan yrityksen perustamissuunnittelua varten selvittää tämän opinnäytetyön avulla. Tutkimusmenetelmiksi valikoituivat lomakekysely, sähköpostikysely ja asiantuntijahaastattelu, joiden avulla kokoan aineistoa yritysideaani varten. Näiden kolmen menetelmän avulla pyrin saamaan kattavasti tietoa Business Model Canvasin avulla valikoiduista teemoista.

Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen raja on monesti mielletty hyvin jyrkäksi ja on nähty, että ne ovat täysin toisensa poissulkevia tieteen tapoja. Vastakkainasettelussa on ollut kyse luonnontieteilijöiden ja humanistien vaikeudesta ymmärtää toisiaan. Näiden tutkijoiden tutkimuskohteiden luonne on ollut täysin erilainen. Kuitenkaan ei ole syytä vetää jyrkkää rajaa näiden kahden tutkimustavan (tai menetelmän) välille, vaan niitä voidaan käyttää tutkimuksessa rinnakkain. (Tuomivaara 2005, 28–32)

Opinnäytetyössäni tutkinkin valittuja teemoja näiden molempien tutkimusotteiden avulla. Varttuneen väen tansseissa kerään aineistoa kyselylomakkeen avulla, joka tuottaa kvantitatiivista eli määrällistä tietoa. Sähköpostikyselyn avulla saan aineistoa eläkeläisjärjestöjen puheenjohtajilta. Lisäksi teen haastattelun kahdelle asiantuntijalle. Nämä haastattelut tuottavat opinnäytetyöhöni kvalitatiivista eli laadullista tietoa.

6.1 Business Model Canvas

Aloitin opinnäytetyöni tutkimusosion tarkastelemalla Alexander Osterwalderin kehittämää Business Model Canvasia (BMC), joka on yhdeksästä eri segmentistä koostuva työkalu, jolla kootaan yhteen tärkeät asiat yrityksestä (kuva 3). BMC on väline jolla luodaan uusia tai kehitetään olemassa olevia liiketoimintamalleja. Malli kootaan tyypillisesti taulukkomuotoon ja sen avulla yritys pystyy helposti jäsentämään potentiaalisen kaupanteon ja toteuttamiskelpoisuuden. Yrityksen kehittyessä se voi luoda useita malleja BMC:n avulla ja testata niiden toimivuutta. (Haataja & Kuosmanen 2013, 8–9)



Kuva 3. Ostelwalderin BCM (The Business Model Canvas 2015.)

Business Model Canvas on ennen kaikkea myös visuaalinen väline ideointiin, arviointiin ja suunnitteluun. Taulukossa on yhdeksän kohtaa, joihin yrityksen tulee tehdä huomioita: asiakassegmentti, arvolupaus (tai arvotarjous), markkinointi, myynti ja toimitus sekä asiakassuhteet, kassavirta, kriittiset resurssit, kriittiset tehtävät, yhteistyökumppanit ja kustannusrakenne. (Innokylä 2013.) Yrityksen suunnittelun alkuvaiheessa ei ollut järkevää aloittaa kartuttamaan jokaiseen osa-alueeseen tietoa, vaan valitsin viisi teemaa, joiden alle aloin kerätä tietoa haastatteluiden ja kyselyn avulla. Valitsemani aiheet ja niihin liittyvät avainkysymykset ovat seuraavat:

- Value Proposition = Arvolupaus (tai arvotarjous)
Mitä hyötyä asiakkaamme saa palvelustamme/ toiminnastamme?
- Channels = Markkinointi, myynti ja toimitus
Miten asiakkaamme saavat tiedon palvelustamme? Miten saamme uusia asiakkaita?
- Customer Relationship = Asiakassuhteet
Miten hoidamme asiakassuhteitamme?
- Revenue Streams = Kassavirta
Miten palvelumme hinnoitellaan? Mistä saamme taloudellisia resursseja toiminnallemme?
- Key Partners = yhteistyökumppanit
Keitä tarvitsemme yhteistyökumppaniksemme saavuttaaksemme palvelulupauksen? Ketkä heistä ovat keskeisimpiä? (Innokylä 2013)

Osterwalder tarkoittaa arvolupauksella sitä etua, jonka asiakas saa kilpailijoiden palveluihin nähden. Asiakkaat valitsevat yrityksen palvelut sen mukaan, mistä he saavat eniten arvoa. Arvolupaus onkin yrityksen kivijalka,

mutta se voi olla erilainen eri asiakasryhmille ja yhteistyökumppaneille. Lupaus tulee olla näkyvästi esillä yrityksen tiedostetussa toiminnassa. Arvolupaus toimitetaan asiakkaille eri jakelukanavia pitkin. Markkinointiin, myyntiin ja toimitukseen liittyvät asiat tulee suunnitella huolellisesti, sillä tehokas kanavien löytäminen ja käyttäminen voi johtaa yrityksen menestymiseen ja kasvamiseen. Yrityksen tulee huolehtia koko ajan asiakashankinnasta, asiakkaiden säilyttämisestä ja myynnin edistämisestä. Kassavirta eli myyntitulot tarkoittaa sitä, kuinka yritys saa rahaa eri asiakassegmenteiltä. Asiakkaat maksavat yritykselle palveluista kokemansa arvon verran, joka voi olla kertaluontoista tai uusiutuvaa. Kassavirtaan kuuluvat myös muut kuin peruspalvelusta saadut tulot. Yrityksellä voi olla yhteistyökumppaneita, joiden avulla voidaan vähentää riskejä, hankkia resursseja tai muuten optimoida liiketoimintamallin toimintaa. (Haataja & Kuosmanen 2013, 10–14.)

Business Model Canvaksen avulla löydettyjen tutkimuskohteiden avulla aloin hahmottelemaan kysymyksiä, jotka koskevat omaa yrityssuunnitelmaani varten tarvittavia tietoja. Arvolupauksista pohdin kysymyksillä: Millainen on laadukas palvelu? Mitkä ovat asiakkaan arvovaatimukset? Miten asiakas hyötyy palvelusta? Kuinka asiakasta voidaan auttaa? Mitkä ovat asiakkaan tarvitsemat palvelut? Mitä asiakas haluaa? Markkinoinnista, myynnistä ja toimituksista tarvitsin tietoa seuraavista asioista: Kuinka asiakkaat tavoitetaan? Mitä kautta asiakkaat haluavat tietoa? Asiakassuhteista tulee selvittää: Miten asiakas haluaa toimittavan asiakassuhteen synnyttyä? Mikä saa asiakkaan tulemaan uudestaan/jatkamaan asiakassuhdetta kulttuurikahvilassa? Kassavirta herätti kysymykset: Mitä asiakas valmis maksamaan arvosta? Onko asiakkaat kiinnostuneita käyttömaksusta (maksetaan käytetyistä palveluista) vai jäsenyydestä (maksetaan toistuvasti palvelusta?) Yhteistyökumppaneista halusin tietää seuraavaa: Olisiko asiakas kiinnostunut samaan tarjottavan palvelun lisäksi muita palveluita saman katon alta?

6.2 Asiantuntijahaastattelu

Lähtökohtana kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa on todellisen elämän kuvaaminen. Tällöin kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja ymmärretään että tulokseksi voidaan saada vain ehdollisia selityksiä johonkin aikaan ja paikkaan rajoittuen. Kvalitatiivisen tutkimuksen piirteinä pidetään sitä, että tutkija luottaa enemmän omiin havaintoihinsa ja keskusteluihin kuin mittausvälineillä saatuun tietoon. Tutkimuksessa lähtökohtana ei ole teorian tai hypoteesin testaaminen, vaan aineiston monitahoinen ja yksityiskohtainen tarkastelu. Jotta aineistossa tutkittavien näkökulmat pääsevät esiin, suositaan laadullisia metodeja, kuten teemahaastattelu, osallistuva havainnointi ja ryhmähaastattelut. Tutkittavat valitaan tarkoituksenmukaisesti ja aineistoa tulkitaan ainutlaatuisuuden mukaisesti. (Hirsjärvi ym. 2004, 152–155).

Haastattelun suuri etu on se, että siinä voidaan säädellä aineiston keruuta joustavasti tilanteen edellyttämällä tavalla. Haastattelussa aiheiden järjestyksestä voidaan säädellä ja esitetyille mielipiteille voidaan pyytää perusteluja. Haastattelun etuna on myös se, että haastateltavat tavoitetaan yleensä hel-

posti myöhemminkin, jos on esimerkiksi tarpeen täydentää aineistoa. Haastattelun kääntöpuolena on sen aikaa vievyys, kouluttautuminen haastattelijan rooliin sekä monien virhelähteiden mahdollisuus niin haastattelijan kuin haastateltavien taholta. Haastateltavat saattavat antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia, jotka eivät vastaa todellisuutta. Tämän vuoksi on tärkeää huomioida se miten haastattelija osaa tulkita haastateltavan vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2004, 194–196).

Pohdittaessa haastateltavien määrää, tulee miettiä sitä, millä määrällä haastateltavia saadaan tarvittava tieto. Kvalitatiivisissa tutkimuksissa puhutaankin otoksen sijaan harkinnanvaraisesta näytteestä, koska tarkoitus ei ole tehdä tilastollisia yleistyksiä vaan ymmärtämään asiaa syvällisemmin. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 58–59). Haastattelut olisi paras tehdä tilassa, missä pystyy kommunikoimaan ilman häiriötekijöitä. Aika, joka haastatteluun kuluu, vaihtelee suuresti. Lisäksi haastattelun jälkeen on varattava aikaa vapaamuotoiselle keskustelulle. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 74).

Haastattelua suunniteltaessa on välttämätöntä tehdä tutkimussuunnitelma ja suunnitella haastattelun sisältö. Mitä huolellisemmin haastattelu suunnitellaan, sitä todennäköisemmin haastattelu onnistuu eikä aineistolle tarvitse tehdä jälkipaikkailua myöhemmin. Suunnitteluvaiheessa tutkijan tulee päättää, millaisia päätelmiä hän aikoo aineistostaan tehdä. Tämä tarkoittaa sitä, että haastattelun sisällön suunnitteluun kuuluu myös kannanotto hypoteesien muodostamiseen. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 54–66).

Käytetyin haastattelulaji on lomakehaastattelu. Tällöin kysymysten järjestys ja niiden muoto on ennalta määrätty. Tällöin oletetaan, että kysymysten merkitys on sama kaikille haastateltaville. Strukturoidun haastattelun suurimpana työllistäjänä on haastattelukysymysten muotoilu, ja tällöin haastattelutilanteet on usein helppo toteuttaa ja vastauksiin kuluu melko lyhyt aika. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 44–45).

Haastattelin opinnäytetyötäni varten kahta ikääntyvien ihmisten parissa työskennellyttä asiantuntijaa, jotta opinnäytetyöni aineistossa tulee esille ikääntyvien omien kokemusten lisäksi kuulumaan ikääntyvien parissa työskentelevien ammattilaisten näkemys. Asiantuntijoista toinen on Forssan hyvinvointikuntayhtymän teknologia-asiantuntija ja hän on työskennellyt myös vanhuspalvelujohtajana. Toinen heistä on perustanut Forssaan yksityisen hoivakodin ja päivätoiminnan. Heidän tietojen avulla selvitin samoja asioita kuin eläkeläisiltä itseltään, mutta näkökulma asioihin oli erilainen. Näkökulmana asiantuntijahaastattelussa toimii kehittäminen: haastateltavat tiesivät ikääntyville tarjolla olevista palveluista, joten he pystyivät ottamaan kantaa siihen, miten palveluita tulisi viedä eteenpäin Forssan seudulla. Asiantuntijat ovat myös työssään saaneet kuulla ikääntyviltä itseltään palautetta palveluista sekä kehittämisehdotuksia.

Valitsin asiantuntijahaastatteluiden lajiksi lomakehaastattelun, sillä kävin haastateltavien luona heidän työpaikallaan kesken työpäivän ja haastattelulle oli molemmissa paikoissa varattuna aikaa noin tunti, jolloin strukturoitu haastattelu sopii parhaiten tilanteeseen. Tällöin sain kerättyä heiltä tärkeää tietoa valmiiksi asettamiini teemoihin.

Teemat ja kysymykset pohjautuivat Business Model Canvas-työkaluun. Asiantuntijoiden lomakehaastattelussa (Liite 2) kartoitin ensin mitä palveluita Forssassa on tällä hetkellä ja miten ja millaisiksi palveluita tulisi kehittää. Seuraavana kerroin kulttuurikahvila ideastani ja keräsin ylös asiantuntijoiden ajatuksia ideasta ja siitä, mitä palveluja kulttuurikahvilassa tulisi olla. Kysyin myös kulttuurikahvilan nimestä, onko nimellä merkitystä ja mikä se voisi olla. Seuraavana kysyin tiedotuksesta ja siitä, mikä asiakkaalle tärkeintä kulttuuripalveluissa. Lopuksi kysyin asiantuntijoilta kulttuuripalveluiden hinnoittelusta.

6.3 Sähköpostikysely

Virtuaalista aineistonkeruuta voi tehdä sähköpostitse tai internetissä. Sähköpostikyselyssä viestintä on asynkronista, jolloin viestintä on eriaikaista. Samanaikaisesta eli reaaliaikaisesta virtuaalisesta aineistonkeruutavasta esimerkki on chatti. Sähköpostikyselyssä kukin osapuoli kirjoittaa oman osuutensa toisesta riippumatta vapaasti valitsemanaan ajankohtana. Sähköpostikyselyssä tulee kiinnittää erityistä huomiota kysymysten muotoiluun, sillä tällöin ei ole heti saatavissa mahdollisuutta kysymysten tarkentamiseen. (Tiittula, Rastas & Ruusuvuori 2005, 265–266).

Avoimet kysymykset antavat vastaajan ilmaista itseään omin sanoin ja se ei ehdota vastauksia, vaan osoittaa sen mitä vastaaja tietää aiheesta, kertoo mikä on keskeistä tai tärkeää vastaajalle ja osoittaa vastaajien asiaan liittyvien tunteiden voimakkuuden. Avoimilla kysymyksillä välttää myös haitat, joita monivalintakysymykset aiheuttavat. (Hirsjärvi ym. 2004, 190)

Keskeiset piirteet virtuaalikyselyssä ovat osallistujien välinen fyysinen etäisyys sekä viestinnän tekstipohjaisuus. Virtuaalisen kyselyn etuna pidetään sitä, ettei haastattelijan ja haastateltavan tarvitse olla samassa paikassa, eikä edes samaan aikaan. Tällöin matkustamisesta ei synny lisäkustannuksia, vaikka haastateltava olisi pitkänkin matkan päässä. Haastatteluun osallistujat voivat myös itse valita heille tutun ja turvallisen paikan, jossa he haastatteluun osallistuvat. Ongelmana on se, että virtuaalikyselyssä haastattelija ei voi lukea haastateltavansa eleitä tai ilmeitä haastattelun aikana, toisin kuin kasvokkain haastateltaessa. Sähköpostikyselyyn osallistuminen edellyttää myös tietynlaisia teknisiä valmiuksia, joita kaikilla ei ole. (Tiittula, Rastas & Ruusuvuori 2005, 266–267).

On arvioitu, että etäkyselytilanteessa osallistujien välisten näkyvien erojen (kuten sukupuoli- ja sukupolvierojen) merkitys vähenee ja ne jäävät taka-alalle. Välimatkan ja anonymistisuus voivat luoda avoimuutta vastaajalle. Toisaalta tutkimuksen tekijä ei voi varmaksi tietää kuka on kysymyksiin vastannut ja miten vastaus on syntynyt. (Tiittula, Rastas & Ruusuvuori 2005, 267).

Päädyin tekemään sähköpostikyselyn Suomen suurimpien eläkeläisjärjestöjen paikallisyhdistysten puheenjohtajille, sillä soittaessani heille ja kysellessä puhelinhaastattelusta osalta heiltä tuli toiveena, että saisivat kysymyk-

set sähköpostiin, jolloin olisi enemmän aikaa miettiä vastauksia. Sähköpostikyselyyn vastatessa ei tarvitse istua koko aikaa paikallaan, vaan vastauksia voi miettiä osissa ja palata kysymysten pariin useamman kerran.

Lähetin kyselyn kaikki kysymykset (liite 3) neljälle puheenjohtajalle samaan aikaan. Olin sopinut puhelulla heille sopivan päivän, koska kysymykset lähetin. Kysymysten pohjana toimivat Business Model Canvas -työkalan teemat. Ensimmäiseksi kysyin vastaajien nimeä, ikää sekä eläkeläisjärjestöä. Tämän jälkeen kysyin vapaa-ajan viettotapoja tällä hetkellä sekä niihin haluttavia muutoksia. Seuraavana puheenjohtajat saivat lukea tekstin, jossa kerrottiin siitä, mikä on kulttuurikahvila ja mitä siellä voi tehdä. Tekstin jälkeen kysyin kulttuurikahvilan laadusta, nimestä ja siitä, mitä toimintaa kahvilassa haluttaisiin olevan. Seuraavana kysyin, mikä eläkeläisille on tärkeintä kulttuurikahvilassa ja mikä saa heidät sitoutumaan toimintaan. Selvitin myös parasta tiedotuskanavaa ja eläkeläisille mieluisia yhteistyökumppaneita. Lopuksi kysyin eläkeläisten toiveita maksutavasta ja hinnasta.

6.4 Kyselylomake

Kyselytutkimuksella saadaan tietoa yhteiskunnan ilmiöistä, ihmisten toiminnasta, mielipiteistä, asenteista ja arvoista. Tutkimus toteutetaan niin, että tutkija esittää vastaajalle kysymyksiä kyselylomakkeen välityksellä. Lomake on mittausväline ja se soveltuu niin yhteiskunta- ja käyttäytymistieteellisestä tutkimuksesta mielipidetiedusteluihin ja palautemittauksiin. Kyselytutkimuksessa mittareilla tarkoitetaan kysymyksiä ja väitteitä, joilla pyritään mittaamaan erilaisia ilmiöitä. Kyselytutkimus on enimmäkseen määrällistä tutkimusta, sillä vastaukset ilmaistaan numeerisesti, vaikka kysymykset ovatkin sanallisessa muodossa. (Vehkalahti 2014, 11–13.)

Kyselylomaketta tehdessä tulee ottaa huomioon, että se on tiedonkeruuväline, joka tulee rakentaa niillä ehdoilla kuin mitä tiedonkeruumenetelmä edellyttää. Kvantitatiiviset tutkimukset tehdään strukturoituun muotoon, jonka peruseriaatteita ovat helppo tietojen kerättävyys ja helppo tietojen merkitseminen vastaajalle. Lisäksi selvittävien asioiden tulee olla yksiselitteisiä ja vastaamista tulee keventää mahdollisimman paljon. Kyselylomakkeen laadinta käy läpi prosessin, jossa ensin yksilöidään tutkittavat asiat, jonka jälkeen suunnitellaan lomakkeen rakenne ja muotoillaan kysymykset. Lomake testataan, minkä jälkeen lomake muotoillaan lopulliseen muotoonsa. Tämän prosessin jälkeen kyselylomake on valmis käytettäväksi. (Rope 2000, 440–441)

Kyselytutkimuksen etuna on laajan tutkimusaineiston kerääminen ja monien asioiden kysyminen helposti. Kun kyselylomake on hyvin tehty, on sen etuna myös se, että aineisto voidaan helposti käsitellä tallennettuun muotoon ja analysoida tietokoneen avulla. Ongelmana on se, ettei ole selvää, ovatko vastausvaihtoehdot onnistuneita tai ovatko vastaajat selvillä kysytystä asiasta. Hyvän kyselylomakkeen laatiminen vie myös paljon aikaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 182–184.)

Aineistoa voidaan kerätä isolta ryhmältä yhtä aikaa, esimerkiksi kouluissa tai tapahtumissa tämä on mahdollista. Tällöin tulee muistaa, ettei aineistokeruu saa viedä liikaa vastaajan aikaa. Tällaisessa kyselyssä vastausprosentti on korkea, koska tutkija tavoittaa kerralla useita vastaajia. (Valli 2010, 108–109.) Informoidussa kyselyssä tutkija jakaa kyselylomakkeet henkilökohtaisesti ja jakaessaan lomakkeita kertoo tutkimuksen tarkoituksesta, selostaa kyselyä ja vastaa esitettyihin kysymyksiin. Vastaaaja täyttävät lomakkeet omalla ajallaan ja palauttavat lomakkeet sovittuun paikkaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 185–186.)

Kyselylomakkeessani (liite 4) oli monivalintakysymyksiä, monivalintakysymyksen ja avoimen välimuotoja sekä yksi avoin kysymys. Monivalintakysymyksiin päädyin, jotta tanssijoiden olisi mahdollisimman helppo vastata kysymyksiin, eikä vastaaminen jäisi vaikeuden takia tekemättä. Lomakkeessa kysyin ensimmäisenä vastaajien sukupuolta, ikää, eläkkeellä oloaika sekä asuinpaikkakuntaa. Tämän jälkeen vastaajat saivat valita listalta, mitkä asiat kuuluvat heidän elämäänsä tällä hetkellä. Tuon jälkeen oli sama lista toimintoja, ja vastaajat saivat valita, mitä toimintoja he haluaisivat elämässään lisätä. Seuraavana oli teksti siitä, mikä kulttuurikahvila on ja kysymys, mitä kulttuurikahvilan pitäisi tuottaa vastaajalle. Hintana, oli seuraava tiedusteltava asia: olisivatko vastaajat valmiita maksamaan kulttuurikahvilasta ja kuinka paljon. Kysyin myös vastaajia miellyttävistä yhteistyökumppaneista, kahvilan nimestä ja tiedotuksesta.

Tein tutkimuksen maaliskuussa järjestöjentalolla varttuneen väen iltapäivätansseissa, jotka ovat Forssan liikuntatoimen ja paikallisten eläkeläisjärjestöjen järjestämät. Kyselyyn osallistuminen oli paikalla oleville vapaaehtoista. Iltapäivätanssit alkoivat yhdeltä ja olin paikalla kello 12 tekemässä informoitua kyselyä. Vastasin ihmisiltä tulleisiin kysymyksiin sekä autoin joitakin myös lomakkeen täyttämässä, mikäli he eivät siihen pystyneet ilman apua. Monet vastasivat kyselyyn ennen tanssien varsinaista alkamista, sitä mukaan kun tulivat paikalle.

7 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa esittelen tutkimustulokset käyden läpi haastatteluiden ja kyselyiden tulokset. Ensimmäisenä kerron tulokset, joita sain kahdelta asiantuntijalta haastatellessani heitä. Tämän jälkeen käyn läpi sähköpostikyselyt, jotka tein eläkejärjestöjen puheen johtajille. Viimeisenä esittelen tulokset, joita kyselylomaketutkimus tuotti.

7.1 Hyvä palvelu lähtökohdaksi

Tein asiantuntijahaastattelut 10.3.2015. Haastattelin Forssan Hyvinvointikuntayhtymän teknologia-asiantuntijaa Hanna Hutka-Ojasta, joka on myös opinnäytetyöni aikana työelämän edustaja. Toisena haastattelin Jaana Lähteenkorvaa, joka on hoivakoti Pumpulin perustaja ja entinen omistaja. Pumpulin toimintaan kuuluu myös Armas-päivätoiminta. Tämä päivätoiminta on ohjattua toimintaa kotona selviytymisen tueksi ja sen tarkoituksena on

tukea ikääntyvien toimintakykyä ja elämänlaatua sekä tuoda vaihtelua arkielämään (Esperi Care Oy 2014). Asiantuntijat olivat saaneet kysymykset sähköpostiinsa 5.3.2015, jotta heillä oli aikaa tutustua kysymyksiin etukäteen niin halutessaan.

Aloitin haastattelun kysymällä kulttuuripalveluista tällä hetkellä Forssassa. Hutka-Ojanen kertoi Forssan teatterin tarjoavan näytelmiä kaikenikäisille ja muusikkojen käyvän rikastuttamassa ihmisten elämää esimerkiksi palvelutaloissa sekä torilla. Lähteenkorva kertoi, että Forssassa heidän tiloissaan on aloittelemassa toimintaa maaliskuussa vanhusmuskari, joka on ikääntyville kohdennettua musiikkitoimintaa. Hän mainitsi työväentalolla olevan tanssit eläkeläisille, mutta ei näe että muskarin ja tanssien lisäksi Forssassa olisi muuta kulttuuritoimintaa kohdistettuna eläkeläisille.

Kulttuuripalveluiden kehittämisestä kysyttäessä Hutka-Ojanen sanoi:

Kulttuuripalveluita tulisi tarjota säännöllisesti ja markkinoida vahvemmin.

Lähteenkorvan mukaan ikääntyvien kulttuuripalveluita tulisi kehittää samalla tavalla kuin palveluita kehitetään kaikille muillekin kohderyhmille. Koska Forssassa ihmisiä on vähän, näkee Lähteenkorva vaikeaksi tarjota yksilöllisiä palveluita kaikille.

Kulttuuritoiminnan- ja palveluiden tulisi Lähteenkorvan mukaan olla sisällöltään kokonaisvaltaista, jolloin tulee huomioida niin sosiaaliset tarpeet, psyykkiset tarpeet kuin yksilöllisyys. Laatu taas tarkoittaa hänen mukaansa sitä, että toiminta on laadultaan sellaista, että sitä käyttäisi itsekkin. Rimaa ei tule asettaa yhtään sen alemmas. Hutka-Ojanen kertoi, että kulttuuritoiminnan ja -palveluiden tulisi olla sisällöltään asiakaslähtöisiä ja vastata psyykkisen, henkisen ja fyysinen toimintakyvyn ylläpitämiseen.

Hutka-Ojaseen mukaan kulttuuritoiminnan ja -palveluiden perustamisessa tärkeintä on että seniorit saadaan mukaan toimintaan helposti. Toimintaan tulee pystyä osallistumaan yksittäisinä kertoina tai säännöllisesti ja lisäksi sen tulee olla helposti lähestyttävää.

Lähteenkorva kommentoi tavoitteita seuraavasti:

Kulttuuritoiminnalla tavoitellaan arjessa pärjäämistä. Asiakkaalle tulee luoda myös uusia kokemuksia ja henkistä virkistytymistä.

Molemmille haastateltaville kulttuurikahvilasta heräsi positiivisia ajatuksia. Hutka-Ojanen sanoi seuraavasti:

Kulttuurikahvila toi mieleen uuden ajan kohtaamispaikan, jossa kaikkia aisteja voidaan käyttää.

Lähteenkorva piti kulttuurikahvilan monimuotoisuutta hyvänä asiana. Lisäksi hänestä olisi tärkeää, että kahvilassa aktiivisesti toimisivat asiakkaat, jolloin ohjaaja olisi sivussa ja passiivinen.

Seuraavana haastattelussa kysyin sitä, mikä tekee kulttuurikahvilasta kiinnostavan? Lähteenkorva sanoi, että toiminta itsessään tekee palvelusta kiinnostavan. Kiinnostavuuden avulla asiakas lähtee mukaan ensimmäisen kerran kulttuurikahvilaan. Kiinnostavaa Lähteenkorvan mukaan on myös toiminnan rakentaminen ihmisten kanssa ja kokonaisvaltainen ihmisläheisyys.

Hutka-Ojanen kommentoi kiinnostavuutta seuraavasti:

Se ei ole pelkästään kohtaamista. Ei pelkästään vuorovaikutusta. Vaan se on elämys. Elämystupa.

Hutka-Ojanen ehdotti kulttuurikahvilan toimintaan kädentaitoja, leipomista, shakkikerhoa, kinestiikkapelien pelaamista, musiikkia, näytelmiä ja pienimuotoisia terveystalvituja. Lähteenkorva totesi, ettei mitään toimintoja kannata rajata pois, koska innovaatiot syntyvät kun ei aseteta rajoja.

Kysyin asiantuntijoilta siitä, vaikuttaako se, millä nimellä kulttuuritoiminnan palveluita tarjotaan. Molempien haastateltavien mielestä sillä on vaikutusta. Hutka-Ojaseu mukau ihmisillä on mielikuva siitä, että kulttuuripalvelut ovat vain tietylle ihmisryhmälle sopivia. Tällöin tulee miettiä markkinointia sopivaksi eri kohderyhmille. Nimeksi hän ehdotti Lempin ja Sulon kohtaamispaikkaa. Lähteenkorva kertoi trendien muuttumisen vaikuttavan siihen, mitä nimitystä käytetään puhuttaessa vanhemmista ihmisistä. Kulttuurikahvilan nimestä ei siis saa tulla leimaantumista. Esimerkiksi toiset ovat hyvin ylpeitä eläkeläisyydestään ja toiset ei. Kulttuurikahvilan nimeksi hän ehdotti Ilta-aurinkoa, sillä nimen tulisi olla jotain pehmeää, valoisaa ja hyvää mieltä tuovaa.

Molemmat haastateltavat olivat sitä mieltä, että epävirallisen viestinnän (”puskaradion”) ja henkilökohtaisten kohtaamisen avulla uusista palveluista kannattaa tiedottaa eläkeläisille. Hutka-Ojanen sanoi tiedotuksen kannattavan myös eläkeläisyhdistysten kokouksissa ja lehtien välityksellä. Lähteenkorva ei usko lehtimainoksiin, vaan kertoi markkinoineensa omaa yritystään porkkanoiden kanssa torilla. Tämä oli kuulemma ollut onnistunutta markkinointia. Tärkeimmäksi asiaksi hän sanoi markkinoidessa oleva omaan juttuunsa uskominen.

Seuraavana kysymyksenä oli: Mikä ikääntyville on tärkeintä kulttuuripalveluissa?

Lähteenkorva vastasi:

Ikäihmisille tärkeintä palvelussa on hyvä mieli. Kun kotiin palatessa on hyvä olo, haluaa palveluiden pariin palata uudestaan. Tärkeää on myös huomioida että ikäihmisen mieli voi muuttua ja uutta voi omaksua vanhanakin.

Hutka-Ojanen taas sanoi:

Kulttuuripalvelut rikastuttavat elämää ja parantavat elämänlaatua.

Kysyttäessä mikä saa ihmisen palaamaan kulttuuripalvelujen pariin, Hutka-Ojanen vastasi, että tärkeää on hyvä palvelu ja asiakkaan tunne siitä, että palvelu tuottaa hänelle hyvinvointia. Lähteenkorva kertoi, että oli juuri työpäivänsä aikana miettinyt hyvinvointirannekkeen markkinointia. Hänen mukaansa parhaiten voisi toimia se, että asiakas saa ensin kokeilla ilmaiseksi, jonka jälkeen palvelu muuttuu maksulliseksi. Ilmaisella kokeilulla asiakas saadaan kokeilemaan tuotetta ensimmäisen kerran ja toteamaan tuote hyväksi.

Viimeisenä kysyin asiantuntijoilta siitä, mikä on mielekkäin maksutapa ikääntyville ja mitä ikääntyvät ovat valmiita maksamaan kulttuuritoiminnasta. Lähteenkorva kertoi, että maksutapoja pitää olla useita rinta rinnan, sillä omaiset maksavat mielellään jäsenyydestä, kun taas asiakas itse haluaa käyttömaksun. Armas-päivätoiminta maksaa 80 euroa kerralta. Yksi kerta kestää kuusi tuntia ja paikalla on lähihoitaja sekä fysioterapeutti. Lähteenkorvan mukaan tällä hetkellä ikääntyvät asiakasryhmänä ovat erilaisia kuin ikääntyvät asiakkaina viiden vuoden päästä. Tällä hetkellä ikääntyvät ovat helposti tyytyväisiä, mutta tulevaisuudessa asiakkaat osaavat vaatia rahoilleen vastinetta. Hutka-Ojanen sanoi käyttömaksun olevan alkuvaiheessa parempi ja hinta tulisi muodostaa käynnin ja ajan suhteessa. Hinta ei saa alkuvaiheessa olla suuri.

7.2 Paikka yhdessä olemiselle

Sähköpostikyselyn toteutin neljälle forssalaisen eläkeläisjärjestön puheenjohtajalle. Lähetin kysymykset heille 5.3.2015 ja sain viimeiset vastaukset 18.3.2015. Kaikki, joihin otin yhteyttä, lupautuivat vastaamaan, joten vastausprosentti oli 100 %. Puheenjohtajista 2 oli naisia ja 2 miehiä. Heidän keski-ikänsä oli 71 vuotta.

Ensimmäisenä kysyin sähköpostikyselyssä sitä, miten eläkeläiset käyttävät vapaa-aikansa tällä hetkellä Forssassa. Vastauksissa kerrottiin, että osa eläkeläisistä on mukana järjestöjen toiminnassa, missä voi harrastaa melkein mitä vain kokousten lisäksi. Lisäksi suosittuja vapaa-ajan viettotapoja on matkailu, liikunta eri muodoissa, musiikki, pelikerhot, tanssi, teatteri, käsillä tekemisen kerhot, hengelliset tilaisuudet, keskustelukerhot ja lukeminen. Erilaisten kerhojen kokoontumispaikaksi mainittiin Ystävän Kammari. Kahvilassa ajan viettämisen kerrottiin olevan suosittua ja kahvilaksi mainittiin Jokioisten Leipä. Yksi vastaaja mainitsi, että osa eläkeläisistä on hyvin passiivisia ja heitä on vaikea saada mukaan harrastuksiin.

Seuraavana kysymyksenä haastattelussa oli: Millaista tekemistä eläkeläiset haluaisivat Forssaan. Kaksi puheenjohtajista oli sitä mieltä, että Forssassa on jo mahdollisuus harrastaa kaikkea, joten uudelle toiminnalle he eivät nähneet tarvetta. Kaksi muuta haastateltavaa kertoivat eläkeläisten haluavan

Forssaan lisää teatteria, klassisen musiikin konsertteja, luentoja, liikuntaa, tanssia, matkoja ja yhteisiä tapaamisia.

Vastaajat saivat seuraavana lukea lyhyen tekstin, jossa kuvailin, mikä on eläkeläisten kulttuurikahvila. Tämän jälkeen kysymyksenä oli, millainen on laadukas kulttuurikahvila. Kulttuurikahvilan haluttiin olevan paikka, jossa voi kokoontua isommalla tai pienemmällä porukalla, tai siellä voi käydä jopa yksin. Se on tyylikkäästi sisustettu ja siisti sekä sijaitsee hyvällä liikepaikalla. Sisällä on sohvia ja nojatuoleja. Paikalla tulisi olla mahdollisuus nauttia kohtuuhintaista kahvia ja samalla voisi harrastaa musiikkia, lukemista, pelailla pelejä, kuten korttia tai shakkia, olisi mahdollisuus esittää jotain tai vain keskustella. Näkyvillä voisi olla taidetta. Paikallisten taiteilijoiden näyttelyt vaihtuisivat säännöllisesti. Ja kulttuurikahvilassa kävisi silloin tällöin kulttuurialan vierailijoita.

Kulttuurikahvilan nimeksi ehdotettiin erilaisia muresanoja, kuten selkaappi (seurue), paskeri (taiteilijan päähine), pilkkumi (emalikulho), myötyri (myötämäki). Ehdotuksena oli myös Lempin kioski, joka on entinen forssalainen kioski, jonka on omistanut Lempi Rönn. Myös Loimitupa ja Seniorikahvila olivat ehdotuksina.

Siihen, mitä toimintaa eläkeläiset haluaisivat kahvilassa järjestettävän, tuli paljon ehdotuksia. Kulttuurikahvilassa tulisi olla mahdollisuus syödä ja lisäksi tulisi olla aina ajankohtaista asiaa eläkeläisille. Toiminnaksi ehdotettiin vapaata keskustelua ja erilaista toimintaa kuten keskustelukerhoja, taiteeseen tutustumista, laulamista, kirjoituspiiri, käsityökerho, musiikkia esityksinä tai tallenteita kuunnellen. Myös power point -esityksiä, vanhoja elokuvia, kulttuurimatkojen suunnittelua ja vierailuja muihin kulttuurikahviloihin, ehdotettiin toiminnaksi. Keskiviikkoisin voisi tutustua Forssan Lehden kulttuurisivuihin ja analysoida niitä yhdessä. Kulttuurikahvilalta toivottiin myös sitä, että siellä voisi olla itsekseen: esimerkiksi lukea, kuunnella musiikkia tai olla tietokoneella. Itsenäisen tietokoneen käytön lisäksi kulttuurikahvilalta toivottiin tietokone-koulutuksia. Kulttuurikaveri-toimintaa toivottiin järjestettäväksi kulttuurikahvilan yhteydessä.

Sähköpostikyselyssä puheenjohtajat vastasivat eläkeläisille tärkeintä olevan kulttuurikahvilassa ilmapiiri, ystävien tapaaminen, yhdessäolo ja vertaistuki sekä toiminta. Kulttuurikahvilassa tärkeää olisi, että sinne voisi mennä koska vaan ja paikan päällä voisi keskittyä itseä kiinnostavaan kulttuuriaiheeseen ja nauttia hyvästä kahvilan tarjonnasta. Tärkeää on myös että palvelu olisi edullista tai kohtuuhintaista ja paikalle olisi hyvät kulkuyhteydet. Vastaukset siitä, miten usein eläkeläiset haluaisivat osallistua kulttuurikahvilan toimintoihin, vaihteli päivittäisestä, kerran viikossa käymiseen.

Seuraavana kysymyksenä oli: Mikä saa eläkeläiset sitoutumaan kulttuurikahvilaan? Tähän vastasi kaksi haastateltavaa. Ensimmäinen ajatteli sitoutumiseen auttavan hyvät pullakahvit, ystävällinen henkilökunta ja mielenkiintoinen kulttuuritarjonta. Toinen kysymykseen vastannut kertoi lehti-ilmoitusten, sosiaalisen median ja tutuilta tulevan tiedotuksen auttavan. Tämän jälkeen kysyin sitä, vastaisiko kulttuurikahvila eläkeläisten tarpeeseen tavata toisia ihmisiä. Tähän kysymykseen vastasi kolme haastateltavaa,

jotka kaikki olivat sitä, mieltä, että vastaisi. Yksi haastateltava perusteli kyllä vastausta sillä, ettei Forssassa tällä hetkellä ole sellaista paikkaa, jossa voi nauttia kahvilan tuotteista rauhallisessa ja viihtyisässä ilmapiirissä. Tieto uusista palveluista tavoittaisi eläkeläiset parhaiten haastateltavien mukaan paikallislehdiltä ja yhdistyksistä sekä järjestöjen tiedotuskanavien kautta ja tutuilta saadusta tiedosta.

Seuraavissa kolmessa kysymyksessä käsiteltiin rahaa: Ovatko eläkeläiset valmiita maksamaan kulttuurikahvilasta? Kiinnostavatko eläkeläisiä enemmän käyttömaksut vai jäsenyys? Sekä mitä eläkeläinen on valmis maksamaan kulttuurikahvila kerrasta, kuukaudessa tai vuodessa? Vastaajat kertoivat, että eläkeläiset ovat valmiita maksamaan pienen summan, toisaalta yhdessä vastauksessa ehdotettiin että palvelu olisi ainakin aluksi ilmaista ja vain tarjoilusta maksettaisiin. Ehdotuksena oli myös se, että kaupunki voisi avustaa tilojen muodossa, jotta maksu ei tulisi eläkeläiselle niin suureksi. Yksi haastateltava sanoi eläkeläisten maksavan, jos he saavat vastinetta rahoilleen. Maksutavasta yksi vastaaja oli sitä mieltä että käytön mukaan tuleva maksu olisi paras muoto, mutta myös kausikortti voisi tulla myös kyseeseen. Lisäksi jäsenmaksu ja kuukausimaksu, olivat vastaajien ehdotuksia. Ainoastaan yksi vastaaja kertoi 10 euroa kuussa olevan sopiva hinta, hän myös vertasi kahvilatoimintaa yhdistykseen, joka maksaa 50 euroa kuussa. Toinen vastaaja sanoi maksavansa saman, kuin kaupungin muissakin kahviloissa.

Viimeisenä sähköpostikyselyssä oli vapaan sanan kohta, tähän vastasi kaksi puheenjohtajaa. Toinen kirjoitti että vapaaehtoisia työntekijöitä ei riitä kaikkiin. Ja toinen kirjoitti että kulttuurikahvila on toteuttamiskelpoinen ajatus, mutta hinta on ratkaiseva asia, koska eläkeläiset ovat hintatietoisia ja tarkkoja rahoistaan. Kulttuurikahvilan paikaksi hän ehdotti keskeistä paikkaa, jotta se on useimpien saatavilla. Vastaaja huomautti, ettei Forssassa ole sunnuntaina avoinna olevia kahviloita, joten sillä voisi saada eläkeläisiä omaan kahvilaan.

7.3 Eläköön kulttuurikahvila!

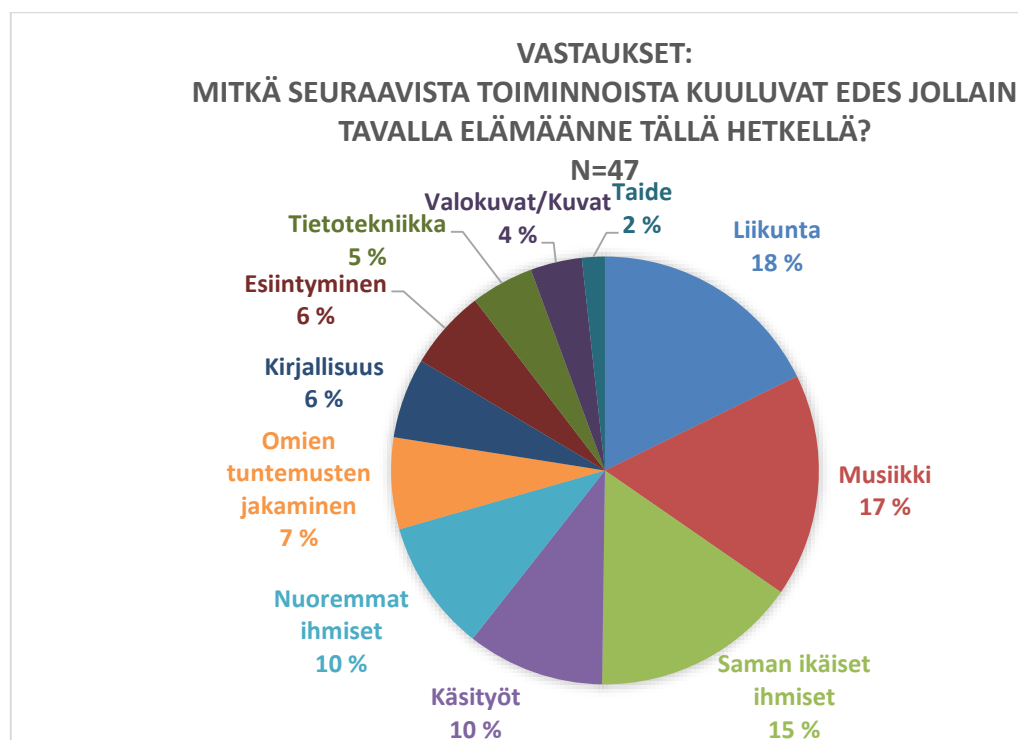
Tässä luvussa kerron kyselylomakkeen tuloksista niin sanallisesti kuin ympäräkaavioiden avulla. Kaavioissa sektorit vastaavat suhteellisia osuuksia kaikista vastauksista. Eri kysymysten kohdalla vastausten kokonaismäärä vaihtelee, sillä kaikki kyselyyn vastanneet eivät olleet vastanneet kaikkiin kysymyksiin.

Tein informatiivisen kyselytutkimuksen Forssan järjestöjentalolla varttuneen väen tansseissa 12.3.2015 kello 12–15. Olin paikalla koko ajan ja minulle sai tulla esittämään kysymyksiä. Autoin myös muutamia vastaamaan lomakkeeseen, sillä he eivät nähneet kysymyksiä. Kyselyyn vastasi niin tanssijoita, kuin tanssien järjestäjiä. Mukana minulla oli 50 kyselylomaketta ja minulle palautettiin 47 lomaketta. Vastaajista 17 henkilöä (36,2 %) oli miehiä ja naisia oli 30 (63,4 %). Vastaajien ikä oli 52–83 ja keski-ikä noin 68 vuotta. 50–59 vuotiaita oli 3 henkilöä, 60–69 vuotiaita 25, 70–79 vuotiaita 17 ja 80–89 vuotiaita 1 henkilö. Suurin osa vastaajista oli siis 60–79 vuotiaita.

Kyselylomakkeessa kysyttiin vastaajien eläkkeelläoloaika. Tähän kysymykseen 5 henkilöä jätti vastaamatta ja 5 henkilöä ei ollut vielä eläkkeellä. Yksi vastaaja ilmoitti olleensa eläkkeellä hetken. Loppujen 36 vastaajan eläkkeellä oloaika vaihteli puolen vuoden ja 42 vuoden välillä. Suurin osa vastaajista olivat olleet eläkkeellä alle 30 vuotta. Yli 30 vuotta eläkkeellä oli ollut kaksi vastaajaa.

Asuinpaikkakuntaa kysyttäessä kaksi vastaajaa oli jättänyt kohdan tyhjäksi. Selvästi eniten eli 23 vastaajaa ilmoitti asuinpaikkakunnaksi Forssan. Tammelasta ja Jokioisilta oli molemmista neljä vastaajaa. Kolme vastaajaa oli niin Ypäjäältä kuin Hämeenlinnasta. Ylöjärveltä ja Humppilasta oli molemmista kaksi vastaajaa. Punkalaitumelta, Hyvinkäältä, Sastamalasta ja Somerolta oli jokaisesta yksi vastaaja.

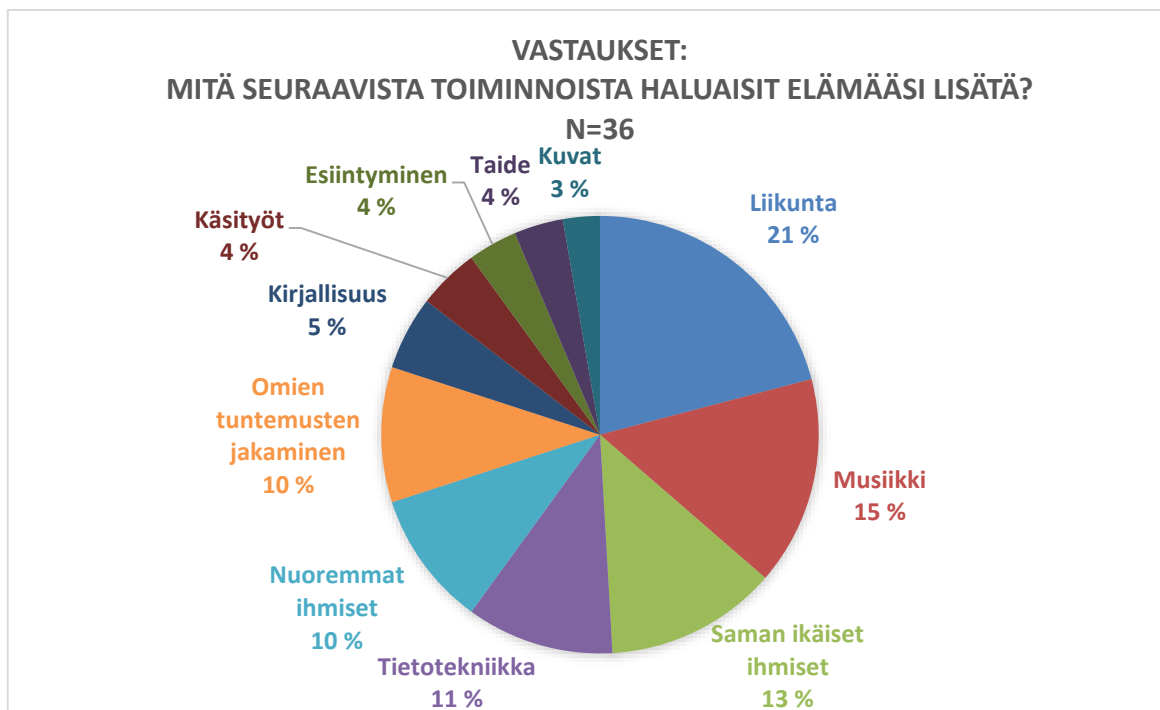
Seuraavaksi kyselylomakkeessa kysyttiin toimintoja, jotka kuuluvat vastaajien elämään tällä hetkellä (ks. kuvio 1). Vastausvaihtoehtoja oli käsityöt, musiikki, valokuvat/kuvat, kirjallisuus, esiintyminen, taide, tietotekniikka, liikunta, saman ikäiset ihmiset, nuoremmat ihmiset ja omien tunteiden jakaminen. Vastausten määrää ei ollut rajattu, vaan vastaajat saivat valita useita vaihtoehtoja. Tässä kysymyksessä vastaajien kokonaismäärä oli 47. Suosituimpia toimintoja olivat liikunta, musiikki ja kanssakäyminen saman ikäisten kanssa. Taide sen sijaan tuli valituksi vain neljä kertaa. Alla oleva kaavio kertoo suhteellisten osuuksien avulla sen, millaisia aktiviteetteja vastaajien elämässä on tällä hetkellä.



Kuvio 1. Tällä hetkellä vastaajien elämässä olevat aktiviteetit

Kyselyn seuraava kysymys oli, mitä seuraavista toiminnoista vastaaja haluaisi lisätä. Vastausvaihtoehtoja oli sama lista, joka oli edellisessä kysymyksessä. 11 ihmistä ei ollut valinnut mitään vastausvaihtoehtoa eli vastaajien

kokonaismäärä oli 36. Tässäkin kysymyksessä vastaajat saivat valita niin monta vastausvaihtoehtoa kuin halusivat. Vastaajat halusivat lisätä eniten elämäänsä liikuntaa, musiikkia, saman ikäisten ihmisten kohtaamisia ja tietotekniikkaa. Kuviossa 2 on koottuna vastaukset suhteellisin osuuksien avulla.



Kuvio 2. Vastaajien elämään lisättäviä toimintoja

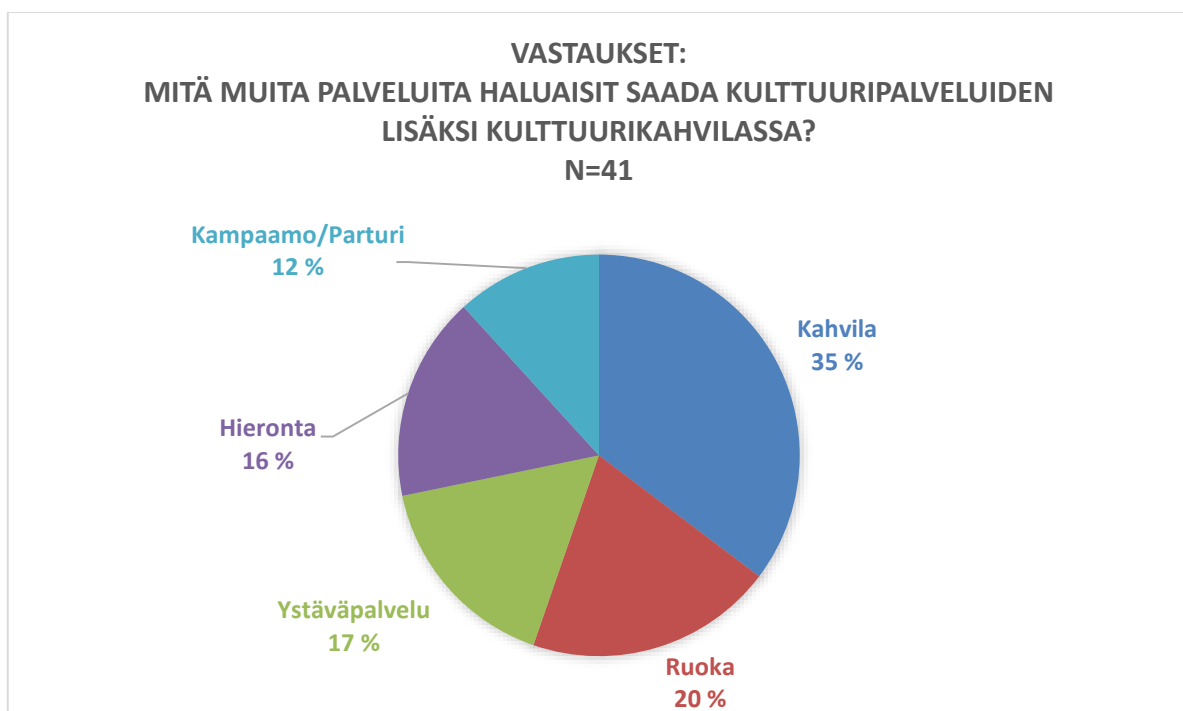
Seuraavaksi vastaajat saivat lukea lyhyen tekstin, jossa oli kuvailtu, millainen paikka kulttuurikahvila on. Tämän jälkeen kysymyksenä oli: Mitkä ovat tärkeimmät asiat, joita kulttuurikahvilan pitäisi tuottaa teille. Vastaajia pyydettiin valitsemaan 1-3 tärkeintä asiaa. Kysymykseen ei vastannut mitään neljä vastaajaa ja seitsemän vastaajaa oli valinnut enemmän kuin kolme vastausta. Vaihtoehtoina olivat: Hyvä mieli ja muistot, aineellinen tuotos, uuden oppiminen, asiantuntijoiden kuuleminen, omista kokemuksista kertominen, kuulluksi tuleminen, ihmisten kohtaaminen ja muuta, mitä? Vastausten kokonaismäärä oli 43. Tärkeintä vastausten perusteella ihmisille kulttuurikahvilassa on ihmisten kohtaaminen sekä hyvä mieli ja muistot. Kuviossa 3 näkyy suhteellisten osuuksien mukaan vastausten jakautuminen. Muuta, mitä? -kohtaan oli vastannut kaksi ihmistä ja vastauksina oli: *Elämäkertoja/Eläkeläiset osallistuvat vain sekä Iloa ja hauskanpitoa, Tanssia.*



Kuvio 3. Vastaajien ajatuksia kulttuurikahvilan tuottamista seikoista

Kyselylomakkeessa kysyttiin seuraavana sitä, olisivatko vastaajat valmiita maksamaan kulttuuripalveluiden yksittäisistä kerroista tai kuukausijäsenyydestä kulttuurikahvilassa. Vastauksia tähän kysymykseen tuli 40. Vastaajista seitsemän ei ollut valinnut mitään, 28 vastaajaa oli valinnut kyllä ja 12 ei. Eli kysymykseen vastaajista 70 % olisi valmis maksamaan kulttuurikahvilasta. Tämän jälkeen kysymys esitettiin niille, jotka olivat vastanneet edelliseen kysymykseen kyllä. Kysyttiin, mitä vastaajat olisivat valmiita maksamaan kulttuurikahvilan jäsenyydestä kuukaudessa. 24 oli vastannut vähemmän kuin 50 euroa. Viisi oli vastannut 50–100 euroa. 100-150e, 150-200e tai yli 200e ei vastannut kukaan. Eli kysymykseen vastaajista 83 % oli valinnut vähemmän kuin 50 euroa ja 17 % 50–100 euroa

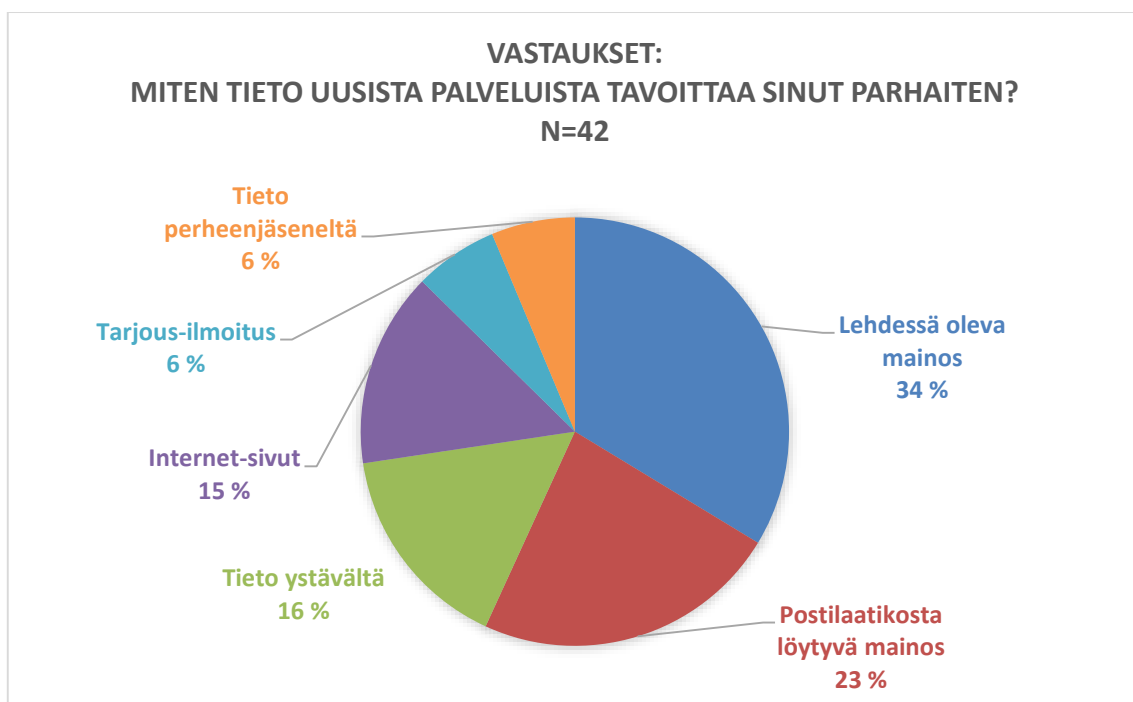
Seuraavana kysymyslomakkeessa selvitettiin, mitä muita palveluita vastaajat haluaisivat saada kulttuuripalveluiden lisäksi kulttuurikahvilassa. 11 vastaajaa ei ollut valinnut mitään tähän kysymykseen. Vastausvaihtoehtoja olivat ruoka, kahvila, ystäväpalvelu, kampaamo/parturi ja hieronta. Kysymykseen oli vastannut 41 ihmistä. Kahvila tuli eniten valituksi. Alla olevassa kaaviossa näkyy näiden vastausten suhteelliset osuudet. Vaihtoehtona oli myös kohta: Muu. Mikä? Tähän kohtaan oli vastannut viisi henkilöä ja vastaukset olivat seuraavat: *Kaikki ovat ystäviä! Tanssi, Kaikki fyysiseen ja psyykkiseen hyvinvointiin kuuluva, Laulu ja musiikki sekä Vaihtuvia teemoja, esim. Stylisti.* (Kuvio 4.)



Kuvio 4. Vastaajien toiveet lisäpalveluista

Kyselylomakkeessa kysyttiin, mikä olisi hyvä nimi eläkeläisten kulttuurikahvilalle. Tähän kysymykseen ei ollut vastannut 37 vastaajista, joten nimiehdotuksia tuli kymmeneltä vastaajalta. Ehdotuksia olivat: *Eläkeläisten kulttuurikahvila*, *Tarinatupa*, *Elämys*, *She and He (sää ja mää)*, *Nimi paikakakunnan mukaan (omat edellytykset)*, *Eläköön! Muistot, taide, musiikki* sekä *kahvila Porina*, *Cafe-Porina*, *Senioori*, *“Kutsi”* ja *Sopuli*.

Viimeisenä kysymyksenä lomakkeessa oli: Miten tieto uusista palveluista tavoittaa sinut parhaiten? Vastaajia pyydettiin valitsemaan 1-3 vaihtoehtoa. Kaksi vastaajaa oli valinnut enemmän kuin kolme vaihtoehtoa ja viisi vastaajaa ei ollut valinnut mitään. Vastaajien kokonaismäärä tässä kysymyksessä oli 42. Vastausvaihtoehtoja oli lehdessä oleva mainos, internet-sivut, postilaatikosta löytyvä mainos, tarjous-ilmoitus, tieto ystävältä ja tieto perheenjäseneltä. Näiden vastausten suhteelliset osuudet ovat alla olevassa kaaviossa. Lehdessä oleva mainos tuli valituksi eniten, kun taas tieto perheenjäseneltä ja tarjous-ilmoitus tulivat vähiten valituksi. Lisäksi vastausvaihtoehtona oli: *Muu. Mikä?* Tähän oli tullut seuraavia vastauksia: *Tieto ystävältä*, *sp* (sähköposti) sekä *Olen paljon liikenteessä, liikekeskuksissa, tansseissa yms. siellä tavoittaa.* (Kuvio 5.)



Kuvio 5. Vastaajien ajatukset tiedotuskanavista

8 AINEISTON TEEMOITTELU

Aineistoa voi teemoitella joko aineistolähtöisesti tai teorialähtöisesti, jolloin taustalla on jokin tietyn viitekehyksen tai teorian mukaan ohjautuva teemoittelu. Aineistoa teemoihin käsiteltäessä hyödynnetään tekstinkäsittelyohjelmaa ja liitetään yhden teeman alle kaikki siihen kuuluva aineisto. Tällä tavalla saadaan yhdistettyä eri vastausten yhdistäviä tai erottavia seikkoja samasta asiasta. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Lähdin tarkastelemaan keräämääni aineistoa Business Model Canvas työkalun avulla. Opinnäytetyön alussa määrittelin haluavani tietoa arvolupauksesta, markkinoinnista, myynnistä ja toimittamisesta sekä asiakassuhteista, kassavirrasta ja yhteistyökumppaneista. Keräsin tietoa aiheesta niin kvalitatiivisilla kuin kvantitatiivisella menetelmillä. Business Model Canvas -työkalun avulla pystyn teemoittelemaan aineistoa yhtenäisesti ja selvittämään, olenko saanut vastauksia niiden teemojen alle joihin oli tarkoitus saada vastauksia, jotta voin edetä liiketoimintaidean kehittämisessä.

8.1 Arvolupaus

Ensimmäisenä teemana oli arvolupaus eli *Value Proposition*, jossa Business Model Canvaksessa tulee selvittää se, mitä hyötyä asiakkaat saavat yrityksen toiminnasta. Forssassa on ikääntyville tarjottua vapaa-ajan toimintaa, mutta kulttuurikahvilalla voisi olla mahdollista tuottaa uudenlaista toimintaa ja elämyksiä. Asiakaslähtöisellä ja kokonaisvaltaisella kulttuuritoiminnalla, jossa huomioidaan asiakkaiden psyykkiset, fyysiset ja sosiaaliset tarpeet saadaan yrityksen sisällölle koottua oikeanlaista toimintaa.

Asiantuntijoiden haastatteluvastausten perusteella voi todeta, että asiakkaalle on tärkeä hyöty myös se, että toiminta on helposti lähestyttävää ja toimintaan voi osallistua niin yksittäisinä kertoina kuin säännöllisestikin. Tärkeää on myös huomioida se, mikä asiakkaalle on tärkeintä kulttuuripalveluissa. Asiantuntijoiden mukaan se on hyvä mieli, uuden oppiminen, elämän rikastuttaminen ja elämänlaadun parantaminen.

Eläkeläisjärjestöjen puheenjohtajien mukaan tärkeitä eläkeläisille ovat ilmapiiri, yhdessäolo ja toiminta. Iltapäivätansseissa kyselyyn vastanneet henkilöt antoivat eniten ääniä ihmisten kohtaamisella ja hyvälle mielelle ja muistolle. Vastausten perusteella voi päätellä että tärkeintä kulttuurikahvilaa perustettaessa on se että sinne sisään tuleminen on helppoa. Tällä tavalla se vakiinnuttaa asemansa eläkeläisten keskuudessa nopeasti, jolloin asiakkaat pääsevät nauttimaan toistensa seurasta laadukkaiden kulttuuripalveluiden äärellä.

8.2 Markkinointi, myynti ja toimitus

Toisena teemana opinnäytetyössäni oli kartoittaa mahdollisen yritykseni markkinointiin, myyntiin ja toimitukseen eli kohtaan *Channels Business Model Canvas*ssa. Teeman pääkysymyksinä olivat: Miten asiakkaat saavat tiedon palveluista? Miten saadaan uusia asiakkaita?

Asiantuntijoiden mielestä tehokkain tapa asiakkaiden tavoittamiseen ja tätä kautta uusien asiakassuhteiden luomiseen on puskaradio ja henkilökohtaiset kohtaukset. Tämä on vastakkain kyselylomakkeista saadun tiedon kanssa, sillä siinä lehtimainos ja postilaatikossa oleva mainos olivat kyselylomakkeeseen vastaajien mukaan parhaat keinot heidän tavoittamiseksi. Eläkeläisjärjestöjen puheenjohtajat pitivät parhaimpina markkinointitapoina paikallislehtiä, yhdistysten ja järjestöjen tiedotusta sekä puskaradiota. Kaikkien vastausten perusteella voi päätellä, että markkinoidessa tulee kanavia olla monia, sillä ihmiset tavoittaa eri paikoista. Yrittäjän tulee olla aktiivinen ja näkyvillä, jotta uusia asiakkaita tavoitetaan.

Asiantuntijahaastattelussa kerrottiin, että kulttuuripalveluja tulisi markkinoida vahvemmin. Kulttuuripalveluiden tarjoajien tulisi pitää itsestään enemmän ääntä, jotta palveluiden piiriin löytyisi enemmän ihmisiä. Koska monet kulttuuripalvelut ovat Suomessa ilmaisia tai maksavat vain hiukan, ei markkinointiin pystytä satsaamaan. Tähän saadaan muutoksia perustamalla maksullisia kulttuuripalveluita. Tällä tavalla mielestäni myös kulttuuripalveluiden arvostus kasvaa samalla.

Markkinointiin liittyy myös yrityksen nimi. Asiantuntijoiden mukaan sillä on merkitystä, millainen nimi kulttuurikahvilalla on. Nimi ei saa tuottaa leimaantumista, ja sen tulee olla helposti lähestyttävä, niin kuin koko kulttuuritoiminnan. Lisäksi pitää huomioida se, että jotkut asiakkaista saattavat kokea, ettei kulttuuri ole tarkoitettu heille, vaan se on soveltuvaa vain tietyille ihmisryhmälle. Kysyin nimiehdotuksia kaikilta vastaajilta, niin kyselyssä kuin haastatteluissa. Eläkeläisjärjestöjen puheenjohtajilta tuli ehdotuksina esimerkiksi forssalaisia muresanoja, jotka ovat seudulla asuville tuttuja,

mutta muille ei. Nimi voisi näin ollen jo yhdistää kulttuurikahvilassa kävijöitä ja he voisivat yleisinä kertoa forssalaisesta murteesta. Kyselylomakkeessa vain 10 vastaajaa 47:stä antoi nimiehdotuksen tai -ehdotuksia kulttuurikahvilalle. Ehdotuksista esimerkiksi *Tarinatupa*, *Eläköön!*, ja *kahvila Porina* kuulostavat mielestäni helposti lähestyttäviltä kulttuurikahviloilta. Tulen tulevaisuudessa huomioimaan aineistosta saadut nimiehdotukset pohtiessani nimeä yritykselleni. Ainoastaan nimi Eläkeläisten kulttuurikahvila rajautuu pois, sillä se ei täytä tutkimuksessa esiin tulleita ehtoja nimelle, joiden mukaan kahvilan nimen tulisi olla helposti lähestyttävä, eikä nimen perusteella saa tulla leimaantumista.

Sähköpostikyselyssä ja lomakekyselyssä kävi ilmi, että osa eläkeläisistä on täysin tyytyväisiä Forssan tarjoamiin palveluihin tällä hetkellä, eivätkä he kaipaa lisää toimintaa. Yritystä perustaessa tulisikin varmistua, että palvelulle olisi tarpeeksi käyttäjiä. Vaikka kulttuurikahvila kiinnosti monia, tulisi selvittää vielä tarkemmin sitä, millä tavalla kulttuurikahvila tavoittasi eniten eläkeläisiä ja voisi tuoda lisäarvoa paikalliseen palveluvalikoimaan.

8.3 Asiakassuhteet

Kolmantena teemana ovat asiakassuhteet ja se miten niitä hoidetaan. Asiantuntijoiden haastattelujen perusteella tarjottavien kulttuuripalveluissa tärkeintä on tukea kotona asumista, luoda uusia kokemuksia ja henkistä virkistäytymistä. Kulttuurikahvilassa tulisi toiminnan tärkeänä osana olla se, että asiakkaat olisivat aktiivisia toimijoita, jotka itse pääsisivät vaikuttamaan siihen, millainen kulttuurikahvila on ja mitä toimintaa siellä järjestetään. Kulttuurikahvilan sisällöiksi toivottiin hyvin erilaisia, mutta helposti toteutettavia asioita. Tätä mieltä olivat asiantuntijat, eläkeläisjärjestöjen puheenjohtajat kuin kyselytutkimukseen osallistuneetkin.

Puheenjohtajien vastauksissa tuli ilmi, että toiminnan tulisi olla ajankohdasta. Yrittäjän tulisi siis aktiivisesti seurata sitä, mitä maailmassa tapahtuu ja antaa sen vaikuttaa toiminnan sisältöön. Kyselyssä kysyin sitä, mitä toimintoja vastaajat haluaisivat elämäänsä lisätä. Eniten vastauksia saivat liikunta, musiikki, ihmiset (niin saman ikäiset kuin nuoremmat), tietotekniikka ja omien tuntemusten jakaminen. Näiden asioiden tulisi olla mielessä, kun lähtee suunnittelemaan asiakassuhteiden hoitamista, sillä tärkeintä toiminnassa on asiakkaiden viihtyvyys. Tämä huomioimalla asiakkaiden sitoutumista toimintaan voidaan edesauttaa.

Koko aineistosta nousi merkittävänä teemana esiin se, että ihmiset ja vuorovaikutus toisten kanssa, on useimmille eläkeläisille tärkeitä. Huolehdittaessa asiakassuhteista, tähän tulee kiinnittää erityisen paljon huomiota, ja sillä voi erottautua joukosta nykyajan koko ajan koneellistuvassa yhteiskunnassa. Kun yritys tarjoaakin tekniikan ja nopeuden sijaan ihmisten kanssa vietettävää aikaa, voisi se lisätä asiakkaiden kiinnostusta. Henkilökunnan vuorovaikutus asiakkaiden kanssa on tärkeää sen lisäksi että asiakkaat ovat keskenään vuorovaikutuksessa.

Kulttuurikahvilaa tulisi myös kehittää koko ajan soveltumaan sen hetkisen asiakasryhmän tarpeita ja toiveita vastaavaksi. Tällä tavalla kulttuuripalveluiden laatua voidaan pyrkiä ylläpitämään. Kuten asiantuntijahaastattelussa kävi ilmi, tulisi laadun mittarina toimia se, miten yrittäjä itse kokisi asiakkaana oman yrityksensä toiminnan. Tärkeää on asettaa rima niin ylös, että voi olla ylpeä omasta yrityksestään.

8.4 Kassavirta

Neljäntenä teemana on kassavirta eli *Revenue Streams*. Tässä teemassa ollaan Business Model Canvasissa kiinnostuneita siitä, miten palvelu hinnoitellaan ja mistä saadaan taloudellisia resursseja toiminnalle. Iltapäivätanssien kyselylomakkeen täyttäjistä 28 eli 70 prosenttia kysymykseen vastaajista olisi valmis maksamaan kulttuurikahvilan kaltaisesta toiminnasta. Loput vastaajista eivät haluaisi maksaa toiminnasta, eikä kyselyssä selvitetty tälle perusteita. Niistä 28 vastaajasta, jotka olivat valmiita maksamaan, 24 oli vastannut maksavansa vähemmän kuin 50 euroa. Viisi vastaajista oli valinnut 50–100 euroa. Kukaan ei ollut valinnut ylempiä summia. Eläkejärjestöjen puheenjohtajista vain yksi oli vastannut summalla, ja hänen mielestään 10 euroa kuussa olisi sopiva hinta. Asiantuntijoista toinen sanoi eläkeläisten maksavan 30–50 euroa kuussa ja toinen vertasi päivätoimintaan, joka maksaa 80 euroa kerta. Näiden vastausten valossa näyttäisi siltä, etteivät eläkeläiset ole valmiita maksamaan kulttuuripalveluista niin paljon, että se voisi olla yrityksen ainoa tulonlähde. Yritystä perustessa tuleekin miettiä myös muita ansaintakeinoja ja laajemmin ansaintalogiikkaa.

Hinta puhututti paljon ollessani tekemässä kyselyä iltapäivätansseissa. Ihmisiä kauhistutti se, että kulttuuripalveluista tulisi maksaa. Monet tulivatkin lomakkeen täyttämisen jälkeen keskustelemaan maksuista ja siitä, etteivät kulttuuripalvelut saisi maksaa, koska eläkeläisillä ei ole varaa. Tämän vuoksi eläkeläisille voi olla suuri kynnys kokeilla uusia palveluita. Asiantuntijahaastattelussa sain kuulla, että kannattavaa on antaa asiakkaiden ensin kokeilla ilmaiseksi, minkä jälkeen he ovat vakuuttuneita tuotteesta tai palvelusta. Tämän jälkeen he maksavat mielellään jatkossa. Tällä tavalla uusia asiakkaita voidaan saada kokeilemaan palveluita ensimmäistä kertaa.

8.5 Yhteistyökumppanit

Viimeinen teema, johon halusin tietoja tässä opinnäytetyössä, oli yhteistyökumppanit eli *Key Partners*. Sain tietoa sekä tarvittavista yhteistyökumppaneista palvelulupauksen saavuttamiseksi, että siitä, mitä yhteistyötahoja asiakkaat pitävät toiminnassa keskeisimpinä. Kartoitin asiakkaiden yhteistyökumppanitoiveita iltapäivätanssien osallistujien täyttämässä kyselylomakkeessa, jossa kaikki vastausvaihtoehdot, eli ruoka, kahvila, ystäväpalvelu, kampaamo/parturi ja hieronta, saivat kannatusta. Vaihtoehdoista Kahvila sai 35 prosenttia suhteellisista vastauksista. Eläkeläisjärjestöjen puheenjohtajilta en kysynyt suoraan, mitä muita palveluja kulttuurikahvilassa tulisi olla, mutta vastauksista kävi ilmi, että kulttuuripalveluiden äärellä tuli olla myös kahvilatoimintaa ja ruoka. Yritystä perustaessa tulisi huomioida ja päättää se ovatko nämä toiminnot oleellisia yrittäjän näkökulmasta.

Ruokailumahdollisuus kulttuurikahvilassa riippuisi siitä, vietettäisiinkö kulttuurikahvilassa koko päivä. Ilman ruokailumahdollisuutta asiakkaat eivät pystyisi kulttuurin parissa viettämään montaa tuntia. Ruokaa tarjoillessa tulee kuitenkin olla alan asiantuntija, jotta päivittäin olisi herkullista ja maistuvaa ruokaa. Kahvilatoiminnan avulla asiakkaille pystyttäisiin tarjoamaan kahvin ja pullan lisäksi välipaloja, jotka voisi nauttia kesken kulttuuritoiminnan, sitä ennen tai sen jälkeen.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Väestön ikääntyessä ja samaan aikaan elinajanodotteen pidentyessä eläkeläisille tulee tarjota sopivaa toimintaa. Kulttuuripalveluita suunniteltaessa on tärkeää kuunnella asiakasryhmää ja luoda toimintaa, joka palvelee heidän tarpeitaan. Eläkeläisille toiminnassa tärkeää on se, että he pääsevät itse vaikuttamaan, ja kulttuuripalveluiden tarjoajan rooli onkin mahdollistaja eikä tekijä.

Kuten aineistosta pystyi päättelemään kokonaisvaltainen kulttuuritoiminta voi luoda palvelulle kysyntää, jolloin mahdolliset asiakkaat voivat nähdä kokonaisvaltaisuuden etuna muihin toimintoihin. Niin fyysinen, psyykinen kuin sosiaalinen toimintakyky tulee asettaa samalle viivalle ja vastata näihin kaikkiin kulttuuritoiminnan jatkumolla, jossa huomioidaan ihmisen eri tarpeet. Tämä on tärkeää eläkeläisille, jotka haluavat tulla kohdatuksi omana itsenään. Ohjaustoiminnan artonomi osaamiseen kuuluu ihmisten kohtaaminen luovina ihmisinä eikä heidän ongelmiensa kautta. Kulttuuripalveluiden avulla ihminen pystyy löytämään omat voimavaransa ja näiden avulla arjesta tulee mielekästä.

Aineistosta tuli ilmi, että tärkeää on tehdä kulttuuritoiminnasta mahdollisimman helposti lähestyttävää matalan kynnyksen toimintaa. Yrittäjän itse tulee kertoa toiminnasta ihmisille ja tehdä paikasta, jossa palvelu järjestetään kotoisa ja lämminhenkinen. Ihmisille tärkeintä eivät kuitenkaan ole puitteet missä toiminta järjestetään vaan mitä järjestetään ja miten. Palvelun tarjoajan tulee aluksi tehdä paljon työtä sen eteen, että saa asiakaskuntaa. Kuulopuheet ovat tehokkain markkinointityökalu, mutta jotta sana leviää, tarvitaan ensimmäiset asiakkaat, jotka voivat levittää tietoa ja suositella toimintaa. Toisen suosittelemana ihmisten on helpompi lähestyä uusia palveluita.

Palvelun hinnoittelu on vaikeaa kulttuuripalveluiden piirissä. Kulttuuripalvelut ovat olleet maksuttomia, jolloin ihmisten on vaikeaa suhtautua siihen, että ne maksavat. Palvelun hinta tulee laskea huolella, jotta yrittäjälle olisi kannattavaa palvelun tuottaminen, mutta asiakkaille olisi mahdollisuus siihen osallistua. Aineiston mukaan asiakkaan saa helpoiten kokeilemaan uutta palvelua sen ollessa maksuton. Kokeilemisen jälkeen ihmisten ollessa vakuuttuneita palvelusta, he maksavat palvelusta mielellään.

Kulttuuritoiminnan palveluita tarjoavaa yritystä perustettaessa tulee pitää tärkeänä palvelun kokoaikaista kehittämistä. Kulttuuritoiminta muuttuu

ajan mukana ja ihmisiä kiinnostavat ajankohtaiset asiat. Yrityksen tulee tietenkin tarjota sellaisia palveluita, joista asiakkaat ovat kiinnostuneita. Kulttuurin kenttä on laaja, jolloin paras yrittäjä on sellainen, joka pystyy poimaan parhaiten aikaan ja yrityksen asiakkaille sopivat kulttuuriset välineet.

Opinnäytetyöstäni nousee myös jatkotutkimusaiheita. Alle olen koonnut aiheita, jotka mielestäni kaipaisivat lisäselvitystä.

- Millaiseksi kulttuuritoiminnan tulee Suomessa kehittyä, jotta sitä on kannattavaa tarjota?
- Kannattaisiko kulttuuripalveluiden olla avoimia kaikille, ilman ikärajoja?
- Millaista on tehokas markkinointi ikääntyville?
- Eläkeläiset ja tietokoneet

Kulttuuritoiminta on ollut asiakkaille maksutonta tähän asti, joten tulevaisuudessa tulee kehittää yritystoimintaa niin, että se on kannattavaa yrittäjälle, mutta maksut ovat asiakkaille kohtuulliset. Uusien ideoiden testaaminen ja tämän jälkeen koko kulttuuritoiminnan palveluiden kehittäminen on tärkeää, jotta palvelut ovat laadukkaita ja kilpailukykyisiä.

Tässä opinnäytetyössä tutkin eläkeläisten kulttuurikahvilaa, mutta tutkimisen arvoista olisi se, millainen kulttuurikahvilan tulisi olla, mikäli ne olisivat ikärajattomia. Samalla selvitettäisiin, mikä olisi aihe, joka kiinnostaisi kaikkia sukupolvia. Tärkeää olisi tutkia, löytyisikö tällaiselle palvelulle asiakkaita ja olisiko se kannattavaa. Aineistossa oli myös havaittavissa se, että eri ihmiset ovat eri mieltä siitä, mikä on paras markkinointiväylä. Tämä on mielenkiintoinen aihe, jonka selvittämistä voisi tutkia. Tehokkaalla markkinoinnilla hankitaan asiakkaita, mutta tärkeää yritykselle on löytää taloudellisin ja samalla tehokkain kanava.

Opinnäytetyössäni tuli myös ilmi eläkeläisten tarve oppia käyttämään tietokoneita paremmin. Mistä eläkeläiset voivat löytää apua tekniikan kanssa selviämiseen tai mistä ihmiset, jotka eivät tietokonetta osaa käyttää, jäävät ilman? Tällaisia asioita tulisi selvittää ja tuloksiin tulisi reagoida tuottamalla tarpeiden ja toiveiden mukaista palvelutoimintaa.

10 POHDINTA

Tässä luvussa pohdin opinnäytetyöprosessin etenemistä, tietoperustasta oppimaani sekä aineiston luotettavuutta. Mietin myös opinnäytetyöni hyödyllisyyttä sekä oman kulttuurikahvilan toteutumista. Opinnäytetyöni avulla olen saanut paljon tietoa ja aineistoa, jota pystyn tulevaisuudessa hyödyntämään ja pohdinnan avulla kokoan prosessin yhteen.

10.1 Opinnäytetyöprosessin eteneminen

Opinnäytetyöni lähti liikkeelle omasta kiinnostuksestani selvittää sitä, millä tavalla voin työllistää itseni opintojen päätyttyä. Alussa tapasin Hanna

Hutka-Ojasen, joka kannusti siihen, että tutkisin oman yrityksen perustamista. Hutka-Ojanen lupautui myös olemaan työelämän kommentaattori, vaikka opinnäytetyöllä ei varsinaista työelämäyhteyttä ollutkaan. Tämän joulukuuhun 2014 ajoittuneen ensimmäisen tapaamisen jälkeen koostin aiheenvalintalomakkeen, jonka hyväksyin tammikuussa 2015. Saman kuun aikana tein myös opinnäytetyön suunnitelmaa ja helmikuussa olikin aika pitää suunnitelmaseminaari.

Suunnitelmaseminaarin jälkeen opinnäytetyön rajat selventyivät ja loin kevättä varten aikataulun, johon merkitsin aineiston keräämisen, sen analysoinnin ja raportin kirjoittamisen. Suunnitelman mukaisesti helmikuussa valmistelin aineiston keräämistä ja kirjoitin opinnäytetyöni tietoperustaa.

Maaliskuussa keräsin aineistoa kolmella eri tavalla. Aineistoa sain kerättyä suunnitelman mukaan ja ihmiset olivat kiinnostuneita olemaan apuna tiedon hankkimisessa. Kukaan ei kieltäytynyt haastattelusta tai sähköpostikyselystä ja iltapäivätansseihin olin tulostanut kyselylomakkeita liian vähän, sillä vastaajia olisi ollut enemmän.

Aineiston keräämisen jälkeen kävin tapaamassa ohjaavaa opettajaani. Tällöin keskustelimme siitä, kuinka aineistoa tulisi käsitellä. Tämän jälkeen analysoin aineistoa ohjeiden mukaan ja pohdin kulttuurikahvilan perustamisen mahdollisuuksia. Kirjoitin myös opinnäytetyöni raporttia mahdollisimman pitkälle valmiiksi maaliskuun aikana.

Huhtikuun alussa esittelin opinnäytetyöni raporttini Hutka-Ojaselle, joka antoi tuolloin kommentteja jo tehdystä työstä. Tämän jälkeen korjasin työtä ja lähetin työn kommentoitavaksi opettajalle ja opponijille ennen loppuseminaaria, jonka pidin toukokuun alussa.

Opinnäytetyöni prosessi vei kokonaisuudessaan puoli vuotta. Prosessi alkoi hitaasti pohdiskellen, mutta tammikuusta alkaen tein opinnäytetyötä suurimman osan viikosta. Prosessi eteni tasaisesti sen alettua, eikä takapakkia tullut missään vaiheessa. Kirjoittamista oli todella paljon ja hain tietoa niin tiedonkeruutavoista kuin tietoperustasta. Opinnäytetyöni aineistosta tuli laaja, ja sen avulla sain hyvin vastauksia niihin kysymyksiin, joita olin opinnäytetyöni alussa asettanut.

Koko opinnäytetyöprosessi oli erittäin opettavainen ja sain sen avulla paljon tietoa niin tutkimuksen tekemisestä kuin myös kulttuurin hyvistä vaikutuksista, yrityksen perustamisesta, eläkeläisistä asiakkaina ja ikääntyvien vapaa-ajan palveluista.

10.2 Ajatuksia opinnäytetyön tietoperustasta

Ohjaustoiminnan artonomi tiedostaa kulttuurin tärkeyden ja sen hyvät vaikutukset, mutta tärkeää oli kerätä tietoa ja tutkimusta yhteen, ennen opinnäytetyössä olevan tutkimuksen aloittamista. Ihmiset ovat Suomessakin eriarvoisessa asemassa kulttuurin suhteen ja tärkeää on, että kulttuurista tulee koko ajan enemmän arkea kaikkialla ja kaikille ihmisryhmille. Kulttuurikahvila toimisikin kulttuurintoiminnan mahdollistajana, joka on helppo

tapa lähestyä kulttuuria. Kulttuurin lisäksi sosiaalinen pääoma on tärkeä käsite puhuttaessa kulttuurikahvilan perustamisesta. Sosiaalisen pääoman tärkeys on kaikille ihmisille hyvin ajankohtaista ja erityisesti eläkeläisistä puhuttaessa ajasta, jolloin sosiaaliset suhteet muuttuvat. Sosiaalisessa pääomassa on voimaa, joka auttaa ihmisiä jaksamaan elämän erilaisissa tilanteissa.

Yrityksen perustamissuunnittelu oli minulle täysin uusi aihe, ja opinnäytetyöni alussa minulle olikin tärkeää ottaa siitä selvää. Koska yritystä suunniteltaessa tulee harkita yrityksen vahvuuksien lisäksi myös heikkouksia, tulee yrityssuunnitelman käydä läpi prosessi, missä tutkitaan tämän kannattavuutta. Opinnäytetyö on tämän vuoksi hyvä tapa aloittaa yrityksen suunnittelu, sillä heti prosessin alussa otan tutkimuksen avulla selvää asiakasryhmän tarpeista ja toiveista sekä kartoitan tietoa, jota tarvitsen suunnitelmaan.

Suunniteltaessa yritystoimintaa oli tärkeää määritellä se, mitä palvelu on. Palvelun tärkein ominaisuus on se, että se tapahtuu aina vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Kulttuurikahvilan tärkein tarkoitus on se, että ihminen tulee nähdyksi ja kohdatuksi. Tämän vuoksi asiakkaiden koettu palvelun laatu on yrityksen tärkeimpiä kulmakiviä. Opinnäytetyön tietoperustaa kirjoittaessa nousi esiin se, että asiakkailta saatuun palautteeseen tulee palveluyrityksessä reagoida heti, jotta yrityksen laatu pysyy hyvänä.

Opinnäytetyössä tärkeänä teemana oli asiakaskunnan määrittely. Kulttuurikahvilan suunnittelu lähti siitä, että senioreille tulee saada kulttuuritoimintaa. Kuitenkin työelämästä voidaan poistua myös muusta syystä, en halunnut suunnata tutkimusta ja kulttuurikahvilaa koskemaan pelkästään ikääntyviä vaan koko eläkeläisten joukkoa. Koska kuitenkin suurin osa ihmisistä jää eläkkeelle iän sanelemana, oli tärkeää selvittää ikääntyvien luovuutta, hyvinvointia ja kuluttamista. Tämän kartoituksen avulla minulle selvisi, että ikääntyvien kulttuuritoimintaan ollaan pikkuhiljaa panostamassa enemmän. Kulttuurikahvila voisikin olla mukana monipuolistamassa ikääntyville tarjottavaa toimintaa.

Yrityksen perustamista suunniteltaessa oli myös tärkeää ottaa selvää siitä, millaisia samankaltaisia yrityksiä on jo olemassa. Tämän kartoituksen avulla voi arvioida omaa yritysidea suhteessa toisiin. Erilaisten kulttuuripalveluiden kartoittamisen lisäksi oli tärkeää löytää tietoa siitä, mitä palveluita forssalaisille ikääntyville tarjotaan tällä hetkellä, jotta pystyin miettimään, onko kulttuurikahvilalle tilaa Forssassa. Mielestäni kartoittamalla sain tiedon, ettei eläkeläisille kohdistettua toimintaa ole juurikaan Forssan seudulla, joten uusille kulttuuripalveluille voisi löytyä käyttäjiä.

10.3 Aineiston luotettavuuden arviointia

Opinnäytetyön alussa päätin käyttää yritysideaani ilmaisua kulttuurikahvila. Aineistoa analysoitaessa huomasin, että kulttuurikahvila saattoi tarkoittaa opinnäytetyön tekijälle ja vastaajille eri asiaa, vaikka jokainen haastateltava tai kyselyn täyttävä sai lukea tai kuulla siitä, mitä tässä opinnäytetyössä tarkoitettiin kulttuurikahvilalla. Tutkittavat saattoivat muodostaa

oman käsityksensä kulttuurikahvilasta, eivätkä välttämättä lukeneet kyselyissä ollutta tekstiä siitä, mitä kulttuurikahvilalla tarkoitettiin. Kahvilasana saattoi viedä harhaan ja johdattaa vastaajia eri suuntaan kuin oli tarkoitus. Opinnäytetyön tekijänä halusin painottaa sanaa kulttuuri, kun taas vastaajille sana kahvila oli tutumpi, jolloin he saattoivat tarttua siihen.

Tein kyselylomaketutkimuksen varttuneen väen tansseissa, jossa ihmisten fyysinen kunto on niin hyvä, että kaikki pystyivät tanssimaan. Voi olla, että osalla vastaajista tanssi on kulkenut koko heidän elämän mukana, jolloin heillä voi olla enemmän liikunnallista taustaa kuin keskiverto forssalaisella eläkeläisellä. Tämän vuoksi myös liikunta saattoi korostua kyselytutkimuksen vastauksissa.

Tekemäni kyselyn vastausprosentti on niin korkea, koska olin paikalla tekemässä informoivaa kyselyä. Lisäksi minulla oli apuna tanssien järjestäjä, joka ohjasi minun lisäkseni ihmisiä vastaamaan kyselyyn. Iltapäivätanssien kyselylomaketta arvioidessa pohdin myös sitä, miksi vastausten määrät vaihtelivat riippuen kysymyksestä. Esimerkiksi ainoaan avoimeen kysymykseen oli vastannut noin neljäsosa vastaajista, kun taas ensimmäisen sivun kysymyksiin oli vastannut kaikki. Yhtenä selityksenä tälle voi pitää sitä, että tansseissa on kiire tanssimaan, jolloin kaikkiin kysymyksiin ei ehditty vastaamaan. Varsinkin avoimeen kysymykseen olisi tullut pysähtyä hetkeksi, jolloin se on voitu kokea liian aikaa vievänä.

Sähköpostikyselyyn vastasivat kaikki, joihin otin yhteyttä. Kuitenkin yhden puheenjohtajan vastaukset jäivät toisiin verrattuna melko suppeiksi. Kun muistutin haastatteluun vastaamisesta, puheenjohtaja kertoi elämässään tapahtuneista muutoksista, jolloin hän ei ollut varma, ehtiikö hän vastaamaan sähköpostilla. Sovimme, että hän vastaa, mikäli ehtii. Vastaukset tulivatkin, mutta eivät olleet kysymysten alla, vaan pötkössä, jolloin jouduin tekemään päätökset, mihin kohtaa kysymyksiin vastaukset laitan. Tämän vuoksi ei ole varmuutta, olenko käsittänyt hänen vastauksensa oikein ja sijoittanut ne oikeiden kysymysten alle.

Sähköpostikyselyä arvioidessa tulee myös pohtia sitä, asettiko tietotekniikka rajoitteita vastaajille. Pohdin muun muassa sitä, olisivatko vastaukset olleet pidempiä, mikäli olisin haastatellut eläkeläisjärjestöjen puheenjohtajia puhelimitse tai kasvokkain. Yksi haastateltavista oli pyytänyt apua tyttäreltään, jonka avulla hän oli vastannut kysymyksiin ja lähettänyt vastaukset sähköpostilla. Koska aineiston hankkiminen toteutettiin haastateltavien toiveesta sähköpostilla, voisin uskoa, että tietotekniikka on ainakin näille eläkeläisille melko tuttua.

Asiantuntijahaastatteluiden kohdalla mietin, olisiko ollut kannattavampaa valita teemahaastattelu. Teemahaastattelussa voi olla samalla tavalla kysymyksiä, kuin minulla oli, mutta niiden järjestys voi vaihdella sen mukaan kuinka haastattelu etenee ja lisäkysymyksiä haastattelun eri teemoista voi esittää. Teemahaastattelulla olisin voinut saada myös sellaista tietoa, josta en osannut kysyä.

Aineiston luotettavuuden puolesta puhuu se, että olen kerännyt sitä niin määrällisellä kuin laadullisilla menetelmillä ja saanut kaikilla menetelmillä samansuuntaisia vastauksia. Aineiston avulla pystyy myös vastaamaan lähes kaikkiin opinnäytetyön alussa kirjattuihin kysymyksiin ja sijoittamaan tiedot Business Model Canvas -työkalun otsikoiden alle, jotka alussa määrittelin. Sain tietoa siitä, mitä kulttuurikahvilassa voisi tehdä, ja mikä asiakkaille on kulttuurikahvilassa kaikista tärkeintä. Aineistosta selvisi myös miten asiakkaita tulee lähestyä markkinoidessa uutta kulttuuritoimintaa ja kuinka paljon kulttuuritoiminnasta ollaan valmiita maksamaan. Myös mahdollisten muihin kulttuurikahvilassa tarjottaviin toimintoihin tuli mielipiteitä. Kuitenkin yrityksen perustamisen näkökulmasta olen vasta alussa. Ja tarvitsen tietoa vielä paljon lisää, että voin kehittää liiketoimintamallin, jolla työllistän itseni.

10.4 Opinnäytetyön hyödyllisyys

Tulevaisuudessa ikääntyvien määrä Suomessa lisääntyy, jolloin tarvitaan yhä enemmän ennaltaehkäisevää toimintaa, jolla ihmiset pysyvät aktiivisina eläkkeelle jäätyään. Kulttuuritoiminnalla voi mielestäni olla edellytyksiä tarjota ihmisille hyvää oloa, tekemistä ja kokemista. Aineiston pohjalta voi sanoa, että tärkeintä kulttuurin avulla on tarjota elämyksiä. Elämyksien avulla ihminen jaksaa innostua arjestaan yhä uudestaan. Ohjaustoiminnan artonomina osaan tarjota arkeen väriä ja vaihtelua.

Kulttuurin voima ikääntyvien parissa on muun muassa siinä, että se lisää hyvinvointia, ylläpitää tai parantaa toimintakykyä, luo sosiaalisia suhteita ja kohottaa elämänlaatua. Tämä on tutkimuksilla voitu todistaa, jolloin kulttuuripalveluita tulisi myös tarjota. Kulttuuripalveluiden hyödyistä tulee kertoa niin ihmisille itselleen kuin päättäjille, jotta mahdollistetaan laadukkaiden kulttuuripalveluiden tarjoaminen kaiken ikäisille yhä etenevässä määrin.

Opinnäytetyöstäni saadun tiedon myötä voin todeta sen, että kulttuuritoimintaa, jossa otetaan eläkeläiset vastaan kokonaisvaltaisesti yksilöinä, tarvitaan joka puolelle Suomea ja maailmaa. Lisäksi tärkeää että perustettavat kulttuuritoimintaa tarjoavat palvelut pystyvät tarjoamaan eläkeläisille pitkälle aikavälille mielekästä toimintaa ja elämyksiä. Eläkkeelle jäätyään ihmisille tulee tarjota luovuutta tukevaa toimintaa yhteisössä, johon he saavat sitoutua. Kaikilla tulee olla mahdollisuus olla osa jotakin, mistä saadaan muistoja ja hyvää mieltä.

Työni hyödyllisyys on tärkeää huomioida myös ohjaustoiminnan artonomien näkökulmasta. Artonomit suuntautuvat työelämässä pääsääntöisesti palkkatyöhön, mutta tärkeää olisi myös nähdä yrittäjyys yhtenä mahdollisena vaihtoehtona muiden joukossa. Ohjaustoiminnan artonomilla on osaamista, jonka avulla pystytään kohtaamaan ihmisiä ja suunnittelemaan toimintaa, joka sopii asiakkaille.

Opinnäytetyön hyöty on itselleni korvaamaton. Oman yrityksen perustamisessa on kynnyks, jota sain madallettua tekemällä tutkimuksen siitä, mitä asi-

akkaat haluavat kulttuurikahvilalta. Samalla otin selvää yrittämisestä, palveluista, kulttuurista ja asiakasryhmästä. Näiden tietojen avulla yrittämisestä on tullut vähemmän erikoinen asia, kun olen oppinut mitä tulee huomioida yritystä perustettaessa. Samalla on tietysti myös tullut esiin asioita, joista en tiennyt, joten tiedonnälkä on vain kasvanut. Opinnäytetyön avulla saan myös aloitettua oman Alexander Osterwalderin kehittämän Business Model Canvasin täydentämisen, jolloin tiedän olevani lähempänä haavettani omasta yrityksestä. Kyseessä on malli, jolla kootaan yhteen tärkeät asiat yrityksestä ja sen avulla pystyy testaamaan liikeidea. Konkreettisen tuloksen näkeminen Business Model Canvasin avulla on oman onnistumisen kokemuksen kannalta tärkeää.

10.5 Toteutuuko kulttuurikahvilani?

Opinnäytetyöni valmistuminen ei tarkoita oman prosessini päättymistä vaan se oli yrityksen perustamisen aloitus. Opinnäytetyössä tein ensimmäisen kartoituksen ja tässä esiin tulleiden vastausten myötä heräsi uusia kysymyksiä. Seuraavaksi tarkastelen sitä, mitkä ovat tulevaisuuden suunnitelmani kulttuuripalveluita tarjoavan yrityksen suhteen.

Forssassa on selvästi kiinnostusta uudentilaiselle eläkeläisten kulttuuritoiminnalle, mutta niin kuin monessa muussakin asiassa raha tuntuu puhuttavan ja huolestuttavan eniten. Kulttuuripalveluiden on totuttu olevan maksuttomia ja Suomessa ja muualla järjestettävät kulttuurikahvilat ovatkin usein hankkeiden järjestämiä. Hankkeilla saadaan aikaan maksuttomuus tai halpa hinta. Kilpaillessa maksuttomien palveluiden kanssa, tulee kulttuurikahvilan tarjota laadukasta ja vaikuttavaa toimintaa, jotta asiakkaat valitsevat maksuttomien palveluiden sijasta maksavan toiminnan. Asiakkaalle tulee tehdä näkyväksi se, mitä hän hyötyy valitsemastaan palvelusta.

Kuten aineistossa kävi ilmi, Forssan ollessa pieni kaupunki, ihmisten määrä on pieni ja yksilöllisyyttä voi olla vaikeampi toteuttaa yrityksen suuremmissa linjoissa. Ohjaustoiminnan artonomina minulle on kuitenkin tärkeintä asiakkaat ja heidän tarpeidensa huomioon ottaminen. Ryhmässä toimiessa toiminta on aina mieluisampaa toisille. Asiakkaiden erilaisia toiveita huomioidaan parhaiten, kun kulttuurikahvilan toiminta vaihtelisi viikoittain ja toiminta suunniteltaisiin yhdessä asiakkaiden kanssa. Tässä vaiheessa tulisi huomioida myös seikka, joka tuli esille iltapäivätansseissa: Tanssijoita kävi myös kauempaa, eikä vain Forssasta, joten voisiko kulttuurikahvilakin herättää kiinnostusta saapua myös pidemmän matkan päästä?

Opinnäytetyöni aineistossa oli ehdotuksia kulttuurikahvilan nimeksi. Vartuneen väen tansseista tulleissa vastauksissa oli kahvilan nimeksi ehdotettu Eläköön! Mielestäni se olisi oivallinen nimi paikalle, jossa saa luvan kanssa nauttia elämästä, sillä tavalla kuin itse haluaa. Nauttia voi esimerkiksi löytämällä omia voimavaroja ja herättelemällä omaa luovuutta. Eläköön-huuto on myös tuttu huudahdus, jota on huudettu perinteisesti esimerkiksi syntymäpäiväsankarille. Sen tarkoitus on osoittaa suosiota. Kulttuurikahvilan on tarkoitus kunnioittaa kaikkia eläkeläisiä ja osoittaa suosioita heille. Tämän vuoksi kulttuurikahvilan nimeksi valikoitui Eläköön!

Ohjaustoiminnan artona minulla on vahva kulttuuri- ja hyvinvointiosaaminen, jonka avulla voin perustaa kulttuuritoiminnan palveluja tarjoavan yrityksen. Tämän avulla voin auttaa ihmisiä tunnistamaan itsellään olevia vahvuuksia ja voimavaroja, joiden avulla jokainen pystyy luomaan omasta elämästään mielekkään. Ammattini avulla kohtaan ihmiset omina itsenään, enkä ongelmina. Kulttuurikahvila voi olla ihmisille paikka, jossa saa olla ja harrastaa sillä tavalla kuin itse parhaaksi kokee ja samalla ihminen löytää omat voimavaransa.

LÄHTEET

- Anttila, A., Kaurahalme, S., Kemppinen, H., Nurmi, M., Rantamaa, P., Siipponkoski, S. & Yletyinen, H. 2015. Ohjaustoiminnan artemomi. Työn ja palveluiden kuvaus. Viitattu 29.4.2015. <http://www.hamk.fi/hakijalle/Documents/Tyonkuvaus.pdf>
- Artemomiopas. 2014. Ohjaustoiminnan artemomi – Osaava, mutta tuntematon. Viitattu 21.4.2015. http://taku.fi/files/873/Artemomiopas_2014.pdf
- Elämänkaarikahvila. 2014. Kalvola. Palvelupisteet. Viitattu 5.3.2015. <http://www.hameenlinna.fi/elamankaarikahvila/>
- Esperi Care Oy. 2014. Ikäihmisille. Palvelut. Viitattu 16.2.2015. <https://www.esperi.fi/fi/ikaantyneiden-asumispalvelut-hoivakodit-forssa-hoivakoti-pumpuli-palvelut>
- Forssan kaupunki. 2015. Vapaa-aika. Liikuntatoimi. Ikäihmisten liikunta. Viitattu 22.4.2015. http://www.forssa.fi/vapaa-aika/liikuntatoimi/ikaihmissen_liikunta/
- Forssan seudun hyvinvointikuntayhtymä. 2014. Ikääntyneiden palvelut. Päivätoiminta. Viitattu 16.2.2015. http://www.fstky.fi/ikaantyneiden_palvelut/paivatoiminta/
- Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palvelulla. Helsinki: WSOY.
- Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOY.
- Haataja, H & Kuosmanen, T. 2013. Liikeidean mallintaminen Business model Canvas -menetelmällä. Opinnäytetyö. Savonia-ammattikorkeakoulu.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu - Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S. & Remes, P., Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. 10. Painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Hovila, E. 2004. Ikääntyminen ja luovuus. Teoksessa Pitkälä, K., Routasalo, P. & Blomqvist, L. (toim.) Taide- ja virikeryhmät psykososiaalisena kuntoutuksena. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 43-51.
- Hyyppä, M. 2013. Kulttuuri pidentää ikää. Porvoo: Bookwell Oy
- Hyyppä, M & Liikanen, H. 2005. Kulttuuri ja terveys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hämeen ammattikorkeakoulu. 2010. Opinnäytetyö AMKissa. Opinnäytetyö. Opintojen lopussa. Viitattu 15.1.2015. http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/Oskari/Ohjaustoiminta/opintojen_lopussa/opinnaytetyo/opinnaytetyo_AMKissa

Ikäihmisten olohuone. 2015. Ikäihmisten olohuone -projekti. RAY. Eloisa ikä- avustusohjelma. Vanhustyön keskusliitto. Viitattu 5.3.2015 <http://ikaihminenolohuone.elakkeensaajat.fi/>

Innokylä. 2013. www.innokyla.fi. Business Model Canvas -työkalu. Toimintamalli. Ylläpitäjä Merja Lyytikäinen. Viitattu 3.3.2015. <https://www.innokyla.fi/web/malli596141>

Julkunen, R. 2005. ”Suurten ikäluokkien sankariteko”. Teoksessa Karisto, A. (toim.) Suuret ikäluokat Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 273-297.

Jyrkämä, J. 2001. Vanheneminen ja vanhuus. Teoksessa Sankari, A. & Jyrkämä, J. (toim.) Lapsuudesta vanhuuteen - iän sosiologiaa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 267–312.

Karisto, A., Haapola, I., Töyli, P. & Väänänen, I. 2013. Harrastukset ja vapaa-aika. Teoksessa Haapola, I., Karisto, A & Fogelholm, M. (toim.) Vanhuusikä muutoksessa. Ikihyvä Päijät-Häme -tutkimuksen tuloksia 2002–2012. Päijät-Hämeen sosiaali- ja terveystyhtymän julkaisuja 72 2013, 51–57

Kela. 2014. Henkilöasiakkaat. Eläkeläiset. Viitattu 21.4.2015. <http://www.kela.fi/elakelaiset>

Liikanen, H. 2004. Taide- ja kulttuuritoiminnan vaikutus hyvinvointiin. Teoksessa Pitkälä, K., Routasalo, P. & Blomqvist, L. (toim.) Taide- ja virikeriymät psykososiaalisena kuntoutuksena. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 43–51.

Luoto, J. & Tapaila, A. 2014. “Enkä tottavie pettynny!” - Nuorten ikäihmistien kokemuksia taideperustaisesta ryhmätoiminnasta. Opinnäytetyö. HAMK. Viitattu 11.3.2015. https://www.theseus.fi/xmlui/bitstream/handle/10024/73378/Luoto_Jenna_ ja_Tapaila_Anne.pdf?sequence=1

Lyyra, T. & Lyyra, A. 2006. Harrastustoiminnot 65–69-vuotiailla jyvskyläläisillä vuosina 1988,1996 ja 2004. Teoksessa Heikkinen, E., Kauppinen, M., Salo, P. & Suutama, T. Ovatko 65-69-vuotiaat aikaisempaa toimintakyysisempiä, terveempiä ja aktiivisempia? Havainnot ja Ikivihreät-projektin kohorttiventailututkimuksesta vuosilta 1988, 1996 ja 2004. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy.

Marin, M. 2003. Sosiaaliset verkostot. Teoksessa Marin, M. & Hakonen, S. Seniori- ja vanhustyö arjen kulttuurissa. Juva: WS Bookwell Oy.

Rantamaa, P. 2005. Kuluttava ikä - ikääntyminen ja ikääntyvät kulutuksen kentillä. Teoksessa Pohjolainen, P. & Syren, I. Ikääntyvien elämäntyylit. Ikäinstituutti.

Rissanen, T. 2005. Hyvä palvelu. Vaasa: Fram.

Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Rope, T. 2002. Yrittäjän markkinointikirja. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Ylläpitäjä ja tuottaja: Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto. Viitattu 25.3.2015. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html

Siljoranta, E. 2015. Yhdessä mukana projektin projektikoordinaattori. Haastattelu. 23.2.2015. Haastattelija Henna Sjöman.

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2015. Taiteesta ja kulttuurista hyvinvointia. Toimintaohjelman 2010-2014 loppuraportti. Viitattu 21.4.2015. http://www.stm.fi/c/document_library/get_file?folderId=12777119&name=DLFE-34407.pdf

Sutinen, M & Viklund, E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Nurmijärvi: Kirjakas Ky.

Tampereen Kaupunkilähetys ry. 2015. Osallistu kulttuuriryhmään -mainos. Viitattu 5.3.2015. <http://tamperecitymission.fi/wp-content/uploads/2015/01/Kulttuuriryhm%C3%A4-PSP-01-2015.pdf>

The Business Model Canvas. 2015. Strategyser. Ylläpitäjä ja tuottaja: Strategyser AG. Viitattu 8.4.2015. http://businessmodelgeneration.com/downloads/business_model_canvas_poster.pdf

Tiittula, L., Rastas, A. & Ruusuvuori, J. 2005. Kasvokkaisesta vuorovaikutuksesta tietokonevälitteiseen viestintään - Virtuaalihaastattelun näkymiä. Teoksessa Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (toim.) Haastattelu - Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Tuomivaara, T. 2005. Tieteellisen tutkimuksen perusteet. Viitattu 11.3.2015. <http://www.mv.helsinki.fi/home/ttuomiva/Y125luku6.pdf>

Valli, R. 2010. Kyselylomaketutkimus. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittavalle tutkijalle. Juva: WS Bookwell Oy.

Varho, J. 2010. Kunta ikäihmisten hyvinvoinnin edistäjänä. Teoksessa Varho, J. & Lehtovirta, M. (toim.) Taidetta ikä kaikki - Selvitys ikäihmisten hoivayhteisöjen kulttuuritoiminnasta Helsingissä. Viitattu 2.3.2015. http://www.kansalaisareena.fi/Taidetta_ika_kaikki.pdf

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Oy Finn Lectura Ab.

Ystävän Kammari. 2015. Vapaaehtoistyön keskus. Viitattu 5.3.2015.
<http://www.ystavankammari.fi/>

OPINNÄYTETYÖN RAJAAMINEN

Asiat, joista haluan saada tietoa opinnäytetyön aikana haastatteluilla ja kyselyllä (Koottu Business Model Canvas -työkalun avulla):

- (Customer Segment)
- **Value Proposition (Arvolupaus):** Millainen on laadukas palvelu? Asiakkaan arvovaatimukset? Miten asiakas hyötyy palvelusta? Kuinka asiakasta voidaan auttaa? Asiakkaan tarvitsemat palvelut? Mitä asiakas haluaa?
- **Channels (Markkinointi, myynti ja toimitus):** Kuinka asiakkaat tavoitetaan? Mitä kautta asiakkaat haluavat tietoa?
- **Customer Relationship (Asiakassuhteet):** Miten asiakas haluaa toimittavan asiakassuhteen synnyttyä? Mikä saa asiakkaan tulemaan uudestaan/jatkamaan asiakassuhdetta kulttuurikahvilassa?
- **Revenue Streams (Kassavirta):** Mitä asiakas on valmis maksamaan arvosta? Onko asiakkaat kiinnostuneita käyttömaksusta(maksetaan käytetyistä palveluista) vai jäsenyydestä(maksetaan toistuvasti palvelusta)?
- (Key Resources)
- (Key Activities)
- **Key Partners (Yhteistyökumppanit):** Olisiko asiakas kiinnostunut samaan tarjottavan palvelun lisäksi muita palveluita saman katon alta?
- (Cost Structure)

ASiantuntijahaastattelun kysymykset

Eläkeläisten tarpeiden ja toiveiden kartoittaminen kulttuurikahvilan suhteen

- Millaisia kulttuuripalveluita eläkeläisille on olemassa/tarjolla Forssassa tällä hetkellä?
- Miten eläkeläisille suunniteltuja kulttuuripalveluita tulisi kehittää?
- Millaisia kulttuuritoiminnan ja -palveluiden tulisi olla sisällöltään?
- Millaisia kulttuuritoiminnan ja -palveluiden tulisi olla laadultaan?
- Millaisia kulttuuritoiminnan ja -palveluiden tulisi olla tavoitteiltaan?

Kulttuurikahvila on paikka, jossa pääsee keskustelemaan ja harrastamaan muiden eläkeläisten kanssa. Kulttuurikahvila tarjoaa mahdollisuuden mm. käsitöiden tekemiseen, musiikista nauttimiseen, esiintymiseen ja kuvien avulla muisteluun yksin tai yhdessä muiden kanssa. Paikalla on aina osaavaa henkilökuntaa, joka auttaa, kannustaa ja keskustelee. Kulttuurikahvilassa tulet nähdyksi ja kuulluksi. Kulttuurikahvila on avoinna arkisin 8-16.

- Mitä ajatuksia sinulle heräsi kulttuurikahvilasta?
- Mikä tekee kulttuurikahvilasta kiinnostavan?
- Mitä palveluita tai toimintoja voisi sisällyttää kulttuurikahvilaan?
- Onko sillä vaikutusta, millä nimellä tarjotaan yllä määritellyjä kulttuuritoiminnan palveluita? Miksi?
- Mikä voisi olla edellä määritellyn kulttuuritoiminta-palvelun nimi?
- Miten palveluista tulee tiedottaa eläkeläisille?
- Mikä ikääntyvälle on tärkeintä kulttuuripalveluissa?
- Mikä saa asiakkaan tulemaan uudestaan ja jatkamaan asiakassuhdetta kulttuuripalveluissa?
- Kumpi on mielekkäämpi maksutapa ikääntyvälle: käyttömaksu (maksetaan käytetyistä palveluista) vai jäsenyys (maksetaan toistuvasti palvelusta)?
- Mitä ikääntyvä on valmis maksamaan laadukkaasta kulttuuritoiminnasta? Yhdestä kerrasta? Kuukaudessa? Vuodessa?

SÄHKÖPOSTIKYSELYLOMAKE

Lomakehaastattelu eläkeläisjärjestöjen puheenjohtajille:
Eläkeläisten tarpeiden ja toiveiden kartoittaminen kulttuurikahvilan suhteen

Nimi:

Ikä:

Eläkeläisjärjestö:

Miten eläkeikäiset tällä hetkellä käyttävät Forssassa vapaa-aikansa? Tai mitä he harrastavat tällä hetkellä?

Millaista tekemistä eläkeikäiset haluaisivat Forssaan? Tai mitä he haluaisivat harrastaa?

Kulttuurikahvila on paikka, jossa pääsee keskustelemaan ja harrastamaan muiden eläkeläisten kanssa. Kulttuurikahvila tarjoaa mahdollisuuden mm. käsitöiden tekemiseen, musiikista nauttimiseen, esiintymiseen ja kuvien avulla muisteluun yksin tai yhdessä muiden kanssa. Paikalla on aina osaavaa henkilökuntaa, joka auttaa, kannustaa ja keskustelee. Kulttuurikahvilassa tulet nähdyksi ja kuulluksi. Kulttuurikahvila on avoinna arkisin 8-16.

Millainen on laadukas kulttuurikahvila?

Mikä voisi olla kulttuurikahvilan nimi?

Millaista toimintaa eläkeläiset haluavat kulttuurikahvilassa olevan?

Mikä eläkeläiselle on tärkeintä kulttuurikahvilassa?

Miten usein eläkeläiset haluavat osallistua kulttuurikahvilan toimintoihin?

Mikä saa eläkeläiset sitoutumaan kulttuurikahvilaan?

Vastaisiko kulttuurikahvila eläkeläisten tarpeeseen tavata toisia ihmisiä?

Mitä kautta tieto uusista palveluista tavoittaa parhaiten?

Mitä muita palveluita kulttuurikahvilassa voisi olla kulttuuripalveluiden lisäksi?

Ovatko eläkeläiset valmiita maksamaan kulttuurikahvilan kaltaisesta toiminnasta?

Ovatko eläkeläiset valmiita maksamaan kulttuurikahvilan kaltaisesta toiminnasta käyttömaksuja (maksetaan käytetyistä palveluista) vai jäsenyyttä (maksetaan toistuvasti palvelusta)?

Mitä eläkeläinen on valmis maksamaan kulttuurikahvilan kaltaisesta toiminnasta? Yhdestä kerrasta? Kuukaudessa? Vuodessa?

Vapaa sana:

KYSELYLOMAKE

**Kyselylomake iltapäivätansseissa,
eläkeläisten tarpeiden ja toiveiden kartoittaminen kulttuuripalveluiden suhteen**

Sukupuoli

Mies

Nainen

Ikä _____ vuotta

Kuinka kauan olette olleet eläkkeellä? _____ vuotta

Mikä on asuinpaikkakuntanne? _____

Mitkä seuraavista toiminnoista kuuluvat edes jollain tavalla elämäänne tällä hetkellä? (Voitte valita useampia.)

- Käsityöt
- Musiikki
- Valokuvat/Kuvat
- Kirjallisuus
- Esiintyminen
- Taide
- Tietotekniikka
- Liikunta
- Saman ikäiset ihmiset
- Nuoremmat ihmiset
- Omien tuntemusten jakaminen

Mitä seuraavista toiminnoista haluaisitte elämäänne lisätä? (Voitte valita useampia.)

- Käsityöt
- Musiikki
- Kuvat
- Kirjallisuus
- Esiintyminen
- Taide
- Tietotekniikka
- Liikunta
- Saman ikäiset ihmiset
- Nuoremmat ihmiset
- Omien tunteiden jakaminen

Kulttuurikahvila on paikka, jossa pääsee keskustelemaan ja harrastamaan muiden eläkeläisten kanssa. Kulttuurikahvila tarjoaa mahdollisuuden mm. käsitöiden tekemiseen, musiikista nauttimiseen, esiintymiseen ja kuvien avulla muisteluun yksin tai yhdessä muiden kanssa. Paikalla on aina osaavaa henkilökuntaa, joka auttaa, kannustaa ja keskustelee. Kulttuurikahvilassa tulet nähdäksesi ja kuulluksi. Kulttuurikahvila on avoinna arkisin 8-16.

Mitkä ovat tärkeimmät seikat, joita kulttuurikahvilan pitäisi tuottaa teille? (Valitkaa 1-3)

- Hyvä mieli ja muistot
- Aineellinen tuotos
- Uuden oppiminen
- Asiantuntijoiden kuuleminen
- Omista kokemuksista kertominen
- Kuulluksi tuleminen
- Ihmisten kohtaaminen
- Muuta. Mitä? _____

Olisitteko valmiita maksamaan kulttuuripalveluiden yksittäisistä kerroista tai kuukausijäsenyydestä kulttuurikahvilassa?

- Kyllä
- Ei

Mikäli vastasitte edelliseen kysymykseen kyllä: Mitä voisitte maksaa kulttuurikahvila-jäsenyydestä kuukaudessa?

- Vähemmän kuin 50 euroa
- 50-100 euroa
- 100-150e
- 150-200e
- Yli 200e

Mitä muita palveluita haluaisitte saada kulttuuripalveluiden lisäksi kulttuurikahvilassa?

- Ruoka
- Kahvila
- Ystäväpalvelu
- Kampaamo/Parturi
- Hieronta
- Muu. Mikä? _____

Mikä olisi hyvä nimi eläkeläisten kulttuurikahvilalle?

Miten tieto uusista palveluista tavoittaa teidät parhaiten? (Valitkaa 1-3)

- Lehdessä oleva mainos
- Internet-sivut
- Postilaatikosta löytyvä mainos
- Tarjous-ilmoitus
- Tieto ystävältä
- Tieto perheenjäseneltä
- Muu. Mikä? _____

Kiitos vastauksista!

