

Kahvitottumukset ja kahvipalvelun vaikutukset Warrior Coffeen asiakasyrityksessä

Hanna-Maria Penttinen



Tekijä Penttinen Hanna-Maria	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Kahvitottumukset ja kahvipalvelun vaikutukset Warrior Coffeen asiakasyrityksessä	Sivu- ja liitesivumäärä 42 (+16)
<p>Warrior Coffee on harvoja luomusertifioituja pienpaahtimoja Suomessa. Warrior Coffeen palveluihin kuuluu kahvi- sekä teet tuotteiden lisäksi toimistokahvipalvelu, joka sisältää kahvilan tai kahvipisteen konseptisuunnittelun, kahvi- ja teelaitteet, koulutukset, laitehuollon sekä tuoreet käsin paahdetut luomukahvit.</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoite on auttaa Warrior Coffeeta kehittämään toimistokahvipalveluaan. Opinnäytetyön tarkoitus on selvittää: millaisia kahvitottumuksia asiakasyrityksen työntekijöillä on, kuinka he kokevat Warrior Coffeen palvelun kokonaisuudessaan sekä miten Warrior Coffeen toimistokahvipalvelu vaikuttaa työpaikan työilmapiiriin, työviihtyvyyteen sekä tyytyväisyyteen työntantajaa kohtaan.</p> <p>Aihetta on tutkittu hyvin vähän, vaikka työpaikoilla on ollut kahvikulttuuria vuosikymmenten ajan. Tutkimus suoritettiin määrällisenä tutkimuksena asiakasyrityksessä, jossa työntekijöitä on noin 750 henkilöä. Vastausprosentti oli noin 18 %. Vastauksia kerättiin sähköisellä Webropol-ohjelmalla kyselyn muodossa. Lisäksi kyselyitä jaettiin asiakasyrityksen toimistokahvilalla paperiversiona. Tutkimusote on kvantitatiivinen.</p> <p>Tutkimuksen perusteella kahvittelun perinne sekä kahvitaumat näyttävät olevan edelleen olennainen osa työpäivää. Kyselyssä nousi ilmi etenkin kahvitaumon merkityksellisyys sosiaalisten suhteiden edistämiseksi. Kyselyn perusteella voi päätellä, että kahvitauko sekä laadukas kahvipalvelu vaikuttavat työviihtyvyyteen sekä tyytyväisyyteen työntantajaa kohtaan.</p> <p>Tutkimuksessa selvisi, etteivät kahvin kulutustottumukset juurikaan ole muuttuneet entisestään. Yleisimmät syyt kahvin nauttimiseen ovat sosiaaliset tekijät, työpäivän tauotus sekä kahvin maku.</p> <p>Kahvitauko koetaan edelleen tärkeäksi asiakasyrityksessä tehdyn tutkimuksen perusteella. Kyselyn perusteella voi sanoa, että Warrior Coffeen toimistokahvipalveluun asiakasyrityksen työntekijät ovat tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä. Suurin osa työntekijöistä on sitä mieltä, että Warrior Coffeen kahvipalvelu vaikuttaa paljon tai erittäin paljon työviihtyvyyteen. Tutkimuksessa selvisi, että työntajan tarjoama Warrior Coffeen kahvipalvelu vaikuttaa myös tyytyväisyyteen työntantajaa kohtaan. Asiakasyrityksen työntekijät kokivat kahvipalvelun merkityksellisenä etuna.</p>	
Asiasanat Työviihtyvyys, kahvi, kahvitottumukset, kahvikulttuuri, työilmapiiri	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Tutkimuksen lähtökohdat.....	2
1.2	Tutkimusongelma	2
1.3	Tutkimuksen merkitys ja tavoitteet.....	3
1.4	Opinnäytetyön rajaukset.....	3
1.5	Opinnäytetyön rakenne.....	4
2	Kahvin historia kahvipensaasta työpaikoille	5
2.1	Kahvin lyhyt historia.....	5
2.2	Kahvittelu työpaikoilla	7
3	Kahvi sekä kahvitaumat osana työviihtyvyyttä ja työilmapiiriä	10
3.1	Työviihtyvyys sekä työilmapiiri	10
3.2	Kahvi kokonaisvaltaisena kokemuksena.....	13
4	Tutkimus.....	15
4.1	Warrior Coffee	15
4.2	Tutkimuksen toteuttaminen.....	16
4.3	Tutkimuksen tulokset.....	17
4.4	Empirian arviointi	17
5	Tulokset.....	19
5.1	Kahvitottumukset.....	19
5.2	Kokemukset kahvitaumasta.....	26
6	Pohdinta	37
6.1	Tutkimuksen reliabiliteetti.....	38
6.2	Jatkotutkimusehdotukset	38
7	Yhteenveto	39
	Lähteet.....	41
	Liitteet	43
7.1	Liite 1.....	43
7.2	Liite 2.....	49

1 Johdanto

Kahvilla on syvät juuret suomalaisessa kulttuurissa sekä perinteissä. Juomme kahvia aamuisin arjessa, juhlapöytää koristaa pannullinen kahvia ja työpaikan käytävillä kaikuu kahviautomaatin pörinä. Keräännymme kupin ääreen tapaamaan ystäviä, juttelemaan työasioista tai rauhoittaaksemme hetken kiireisestä arjestamme. Joukossamme on joitakin, joille kahvi ei syystä tai toisesta maistu. Silti heidänkin päivärytmi rakentuu kahvin ympärille muodostuneiden tapojen mukaisesti sillä kahvihan tauottaa päiväämme – etenkin työpaikoilla. Suomi onkin tietävästi ainoa maa, jossa työsopimuksesta voi löytää erikseen nimetyn kahvitaun.

Kahvitaunot koetaan tärkeäksi osaksi työpäivää. Työpaikkojen ja toimistojen kahvikulttuurissa on tapahtunut muutoksia viime vuosien aikana. Olemme ajan myötä siirtyneet kahvinkeittovuoroista automaatteihin ja varsinaisten kahvitaunokojen rooli muuttui sen myötä. Tänä päivänä toimistoilla voi kuitenkin törmätä myös pienpaahtimoiden kahveihin sekä laadukkaisiin laitteisiin tai automaattikoneisiin, jotka jauhavat kahvipavut tuoreeltaan. Uusimpana trendinä on käsikäyttöiset espresso-laitteet. Kahvitaunosta ollaan keskusteltu paljon mediassa ja vaikuttaisi siltä, että vanhat ”kahvittelun” perinteet ovat palaamassa takaisin.

1.1 Tutkimuksen lähtökohdat

Warrior Coffee on harvoja luomusertifioituja pienpaahtimoja Suomessa. Warrior Coffeen palveluihin kuuluu kahvituotteiden lisäksi toimistokahvipalvelu, joka sisältää kahvilan tai kahvipisteen konseptisuunnittelun, kahvi- ja teelaitteet, koulutukset, laitehuollon sekä tuotteet käsin paahtetut luomukahvit Warrior Coffeen paahtimolta. Warrior Coffeen toimistokahvila asiakkaisiin kuuluu muun muassa Microsoft Flux, Varusteleka, Eficode sekä Tieto.

1.2 Tutkimusongelma

Laadukkaan kahvipalvelun merkitystä työntekijöille ei ole juurikaan tutkittu Suomessa, joten aihealuetta oli haastava lähetä rajaamaan tai rakentamaan sille teoreettista viitekehystä. Työntekijöiden yleisistä kahvitottumuksista ja kahvitausta sekä sen vaikutuksista työyhteisöön ei juurikaan löydy tieteelliseen pohjaan perustuvaa tietoa. Myöskään pienpaahtimoiden tarjoamien kahvipalveluiden vaikutuksia yrityksen kahvikulttuuriin ei ole tutkittu. Syy tähän saattaa olla se, että olemme hitaasti siirtyneet tutustumaan pienpaahtimoiden kahveihin ja useimmille suomalaisille maistuu edelleen se perinteinen Juhla Mokka.

Tutkimusongelmani on, millainen merkitys Warrior Coffeen kahvipalvelulla on asiakasyrityksen työntekijöille. Alakysymyksenä selvitin:

- Mihin työilmapiiriin, työviihtyvyyden sekä työhyvinvoinnin osa-alueisiin kahvipalvelulla on vaikutusta?
- Millaisia kahvitottumuksia asiakasyrityksen työntekijöillä on?
- Millaisia vaikutuksia kahvilla on yrityksen työntekijöihin?
- Mikä merkitys kahvitaustalla on ja mihin tekijöihin sillä on vaikutusta?
- Miten tyytyväisiä asiakasyrityksessä ollaan Warrior Coffeen kahvipalveluun?
- Mihin asioihin Warrior Coffeen kahvipalvelulla on vaikutusta työntekijöiden mielestä?
- Kokevatko työntekijät, että kahvipalvelu lisää työviihtyvyyttä?
- Kokevatko työntekijät, että työnantajan tarjoama Warrior Coffeen kahvipalvelu vaikuttaa heidän tyytyväisyyteen työnantajaan kohtaan?

Alakysymyksien tarkoitus on selvittää, paljonko kahvia juodaan sekä miten työntekijät kokevat, että kahvi heihin vaikuttaa. Lisäksi alakysymyksien kautta halusin selvittää, mihin kaikkeen laadukas kahvipalvelu voi vaikuttaa työympäristössä. Palvelutyytyväisyyttä mitaavalla kysymyksellä taas Warrior Coffee voi kehittää toimistokahvipalveluaan, sillä

Warrior Coffeen toiminta on siirtymässä uusiin toimitiloihin Helsingin Pitäjänmäkeen, jonne rakennetaan moderni kahvipaahtimo sekä toimistokahvila keskelle työympäristöä.

1.3 Tutkimuksen merkitys ja tavoitteet

Tutkimuksen tarkoitus on selvittää kokevatko asiakasyrityksen työntekijät Warrior Coffeen toimistokahvipalvelun merkitykselliseksi sekä mihin he kokevat sillä olevan vaikutusta työyhteisössä.

Tutkimuksen tavoite on lisätä tietoisuutta suomalaisten kahvitottumuksista sekä kahvikulttuurista työpaikoilla. Työn tarkoitus on selvittää mitä merkitystä on kahvilla, kahvitaulla sekä toimistokahvipalvelulla työympäristössä. Lisäksi halusin selvittää, onko kahvittelu vain rutiininomainen tapa; rituaali, johon ollaan totuttu sekä onko se merkityksellinen hetki työntekijälle. Entä onko laadukkaalla kahvilla sekä palvelulla vaikutusta kahvikulttuuriin työpaikoilla.

Tutkimuksesta saatavat tiedot auttavat Warrior Coffeeta kehittämään heidän toimistokahvipalvelua sekä asiakasyritystä ymmärtämään hankkimansa palvelun merkityksen työyhteisössä.

1.4 Opinnäytetyön rajaukset

Aihealuetta oli hankala rajata. Laadukkaalla kahvipalvelulla voi olla vaikutusta moneen työviihtyvyyteen tai organisaatiokulttuuriin vaikuttavaan tekijään, kuten työilmapiiriin, sosiaalisiin suhteisiin, työtyytyväisyyteen tai työntekijän psyykkiseen hyvinvointiin. Oli hankalaa arvioida etukäteen, millaisia tuloksia opinnäytetyön kyselystä nousee. Päätin kuitenkin rajata työni kahvitottumusten selvittämiseen, asiakastyytyväisyyskyselyyn sekä yritin selvittää, nousisiko joitakin yllättäviä asioita pinnalle, kun puhutaan kahvikulttuurista työpaikalla.

Opinnäytetyössä ei käsitellä tarkemmin muita työhyvinvointiin tai -viihtyvyyteen vaikuttavia tekijöitä eikä vertailupohjana käytetä Warrior Coffeeta edeltävien palvelutarjoajien tuottamia kahvipalveluja. Opinnäytetyö rajoittuu yhteen asiakasyritykseen, sillä Warrior Coffeen toimistokahvipalvelun konseptointi toimistolle on asiakasyrityksestä riippuvaista ja ne eivät ole keskenään suoraan vertailtavissa. Opinnäytetyökyselyssä on kysymyksiä, jotka eivät suoranaisesti liity opinnäytetyöhön vaan keskittyvät Warrior Coffeen palvelun kehittämiseen. Laadukkaan kahvipalvelun määritelmä rajoittuu työssä Warrior Coffeen tarjoamaan palveluun eikä yleisesti pienpaahtimoiden tarjoamiin toimistokahvipalveluihin.

1.5 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyöni alkaa kahvin historiaan sekä kahvikulttuuriin perehtymisellä. Kerron kahvin synnyintarinan ja kahvittelun vaiherikkaasta matkasta osaksi suomalaista kulttuuria. Kerron myös kahvittelun roolista osana työelämää ja kuinka historiamme aikana kahvitauoista tuli useille suomalaisille tärkeä osa työpäivää. Historian jälkeen käsittelen kahvia ja kahvitaukoja osana työpaikkojen viihtyvyyttä sekä ilmapiiriä. Kerron myös lisää Warrior Coffeesta yrityksenä sekä asiakasyrityksestä, jossa kyselyn toteutin. Yritysesittelyistä siirryn kyselyn vastauksiin ja johtopäätöksiin.

Aihealue on laaja ja kahvikulttuurista työpaikoilla löytyisi monta mielenkiintoista aihetta tutkittavaksi. Päätin kuitenkin asiakasyrityksessä työskentelevien kahvitottumuksiin ja selvittää kahvipalvelun mahdollisia vaikutuksia työympäristössä. Tavoitteenani on myös selvittää, kokevatko työntekijät laadukkaat kahvit sekä kahvipalvelun merkitykselliseksi työpaikallaan vai riittääkö, että kupista löytyy jotain, mikä vie kahvihimon.

Warrior Coffeella on useita toimistokahviasiakkaita. Valitsin tutkimuksen kohteeksi Warrior Coffeen ensimmäisen toimistokahvipalvelun asiakkaan, koska rakennuksessa on useampia yrityksiä ja satoja työntekijöitä, joten uskoin saavani suurimman otannan juuri kyseiseltä kahvilalta. Lisäksi asiakasyrityksen kahvila on erityinen, sillä siellä työskentelee arkisin kaksi baristaa, jotka valmistavat ammattimaisilla laitteilla espresso-pohjaisia juomia suodatinkahvin lisäksi. Hyvää vertailupohjaa tutkimukseen antaa rakennuksen sisällä olevat kilpailijoiden tarjoamat kahvipalvelut ja -ratkaisut. Asiakasyrityksen eri kerroksissa ja toimitiloissa on kilpailevien yritysten kahvipalveluja, joten työntekijöiltä löytyy vertailupohjaa läheltä.

Ota siis kuppi kahvia ja rentoudu!

2 Kahvin historia kahvipensaasta työpaikoille

Kahvilla ja sen historialla on merkitystä tämän opinnäytetyön kannalta, jotta voidaan ymmärtää, miten merkityksellinen kahvikulttuuri Suomessa on ja kuinka kahvista syntyi osa yrityskulttuuria. Teoreettinen viitekehys keskittyy ensimmäisessä osiossa kahviin sekä sen historiaan.

2.1 Kahvin lyhyt historia

Useat meistä aloittavat aamunsa kahvilla. Kahvilla on ollut suuri merkitys usean suomalaisen arjessa sekä juhlallisissa hetkissä jo usean vuosisadan ajan. Tänä päivänä ihmiset kerääntyvät kahviloihin kahvin äärelle ystävien kanssa ja työntekijät tauottavat päivää kahvitauoin (Knuutila, Pöysä, Saarinen 2004, 162-163). On tutkittu, että suuri osa suomalaisista jättäisi mieluummin aamupalan ja suihkussa käynnin aamurutiineistaan kuin kahvitte-
lun (Nieminen & Puustinen 2014, 22-24).

Kahvin syntytarinasta on useita eri versioita. Eurooppalaisilla ja arabeilla on omat näkemysensä siitä, kuinka tämä useiden rakastama nautintoaine syntyi. Tarinoita yhdistää kahvin synnyn alkuperä, joka on Etiopiassa. Eurooppalaisen uskomuksen mukaan kaksi kristittyä munkkia maistelivat kahvipapuja vahingossa ja huomasivat pian sen piristävän vaikutuksen. Arabilainen versio tarinasta kertoo Kaldi-nimisestä paimenesta, joka huomasi muutoksen paimentamiensa vuohien vireystilassa niiden syötyään kahvimarjoja pensasta. Luostarin apotit kuuluivat piristävästä kivihedelmistä ja halusivat myös itse kokeilla, mitä kahvimarjat saavat heissä aikaan. Kahvimarjat saatuaan, maistelivat apotit marjaa hedelmälihoineen. Marja maistui apottien mielestä karvaalta, jonka seurauksena apotit heittivät marjat nuotioon. Paahdettujen marjojen pavuista syntyi tuoksu, jonka houkutteli apotit maistamaan takaisin papujen ääreen. Näin syntyi uusi nautintoaine: kahvi. (Nieminen & Puustinen 2014, 49-50.)

Suomeen kahvi on rantautunut jo 1700-luvun lopussa. 1800-luvun Suomessa kotiin kannettiin raakapapuja ja kahvit paahdettiin itse kotona. Vasta 1900-luvun alussa kahvin valmistus kaupallistettiin ja syntyi ensimmäisiä suomalaisia kahvipaahtimoja. Paahtimot joutuivat tekemään paljon töitä muuttaakseen kahvin kulutustottumuksia ja jotta kahvit hankittaisiin pienissä paketeissa valmiiksi paahdettuina paahtimolta kotiin kuljetettujen raakakahvisäkkien sijaan. Valmiiksi jauhetut kahvit saapuivat kaupan hyllyille vasta 1930-luvulla. (Nieminen & Puustinen 2014, 33.)

Kahvi on kautta historian ollut arvostettu nautintoaine. Suomessa ennen sotia kahvi oli varakkaiden nautintoaine ja vähävaraisilla ei ollut siihen varaa. Kahvia keitettiin

pääsääntöisesti juhlatilanteissa. Arkena turhaa kahvittelua vältettiin. Jokaiselle vieraille oli kohteliasta tarjota kahvia, mutta säästellen sillä sitä ei haluttu heittää hukkaan. Suomalaisille naisille kahvihetket muodostuivat erityisen tärkeäksi psyykkisen hyvinvoinnin kannalta. Aikana, jolloin naiset olivat sitoutuneita kodinhoitoon ja lapsiin, kahvihetkestä syntyi naisia yhdistävä sosiaalinen tapahtuma. (Knuuttila, Pöysä, Saarinen 2004, 162-163.)

Kahvinkulutusta Suomessa voi selittää monilla eri tekijöillä, kuten kylmällä ilmastolla, jolloin lämpimät juomat maistuvat paremmin. Ehkä haluamme piristää itseämme keskellä pahimman kaamoksen. 1800-luvulla suomalaiset kuluttivat paljon alkoholia. Sen korvikkeeksi kaivattiin jotain terveellisempää ja kahvi oli nautintoaine, joka oli sosiaalisesti hyväksyttävää valtion ja kirkon silmissä. Hetkittäin kahvipula on hankaloittanut kahvin saatavuutta. Tällaisia ajanjaksoja ovat olleet etenkin sota-ajat. Sota-aikoina kahvittelun kulttuuri kuitenkin vahvistui entisestään Suomessa. Vaikka kahvia ei ollut pula-aikana saatavilla, ihmiset kokoontuivat ”kahville” nauttimaan erilaisia korvikkeita. Sotien jälkeen, kun kahvia oli taas saatavilla, kahvin kulutus kasvoi huomattavasti entisestään. (Nieminen & Puustinen 2014, 18.)

Kahvittelun rytmi on syntynyt 1900-luvun alussa. Suomalaiset ovat jo tuolloin juoneet kahvia aamulla, päivällä ja illalla. Kaupungistumisen myötä kahviloita alkoi nousta katukuvaan, mutta kahvinjuonti kuppiloissa sekä kahvilakulttuuri oli hyvin rajallista ennen 90-lukua. Maailmalla vallinnut trendi julkisesta kahvittelusta rantautui pikkuhiljaa myös Suomeen. Kahvilamyynnissä kärjessä ovat kuitenkin pitkään olleet liikenneasemat maanteiden varrella, mikä kertoo siitä, että kahvia edelleen nautitaan pääsääntöisesti kotioiloissa. Vaikka suomalaiset ovatkin kovia kahvinjuojia, kahvilakulttuurin rakentamisessa Suomi ei ole iso tekijä kansainvälisellä mittakaavalla. Vuonna 2012 tehdyn tutkimuksen mukaan noin 70% nautitusta kahvista juotiin kotona. Vain 30% kahvikupeista juodaan työpaikoilla sekä kahviloissa tai ravintoloissa. (Nieminen & Puustinen 2014, 27, 33.)

Nykypäivänä suomalaiset juovat keskimäärin 160 litraa kahvia vuodessa. Suomessa ollaan suosittu vaaleampi paahtoisia kahveja verrattuna muihin kahvin suurkulutusmaihiin. Tämän oletetaan johtuvan siitä, että meidän hanavesi on pehmeämpää kuin muualla Euroopassa, johon vaaleampipaahtoinen kahvi sopii hyvin – kahvilla ei tarvitse peitellä pahanmakuista hanavettä. Kahvi valmistetaan suomalaisissa kodeissa useimmiten suodatinkeittimellä. (Nieminen & Puustinen 2014, 16.)

Lukuisat saatavat kahvilajikkeet ovat hiljalleen rantautuneet Suomeen 2000-luvulla. Jatkuvasti uusiutuvat kahvijuomat sekä kansainvälistynyt kahvikulttuuri on tuonut vaaleapaahtoisien kahvin rinnalle myös tummapaahtoisien kahvin sekä espresso-pohjaiset

kahvi juomat. (Knuutila, Pöysä, Saarinen 2004, 171.) Vaaleampipaahtoisten kahvien kysyntä onkin viime vuonna kääntynyt pikkuhiljaa laskuun, vaikkakin suomalaiset edelleen suosivat vaalea paahtoisia kahveja. Syy tähän on kahvi – sekä kahvilakulttuurin maltillinen muutos ja kahvitarjonnan monipuolistuminen. Kahvialan jättejä vastaan kilpailee useampia pienpaahtimoja. Useiden kahvilajikkeiden sekä erilaisten paahtojen lisäksi kuluttajat ovat yhä kiinnostuneempia kahvin eettisyydestä sekä sertifioiduista kahveista. Viime vuosina tuontikahvit ovat vallanneet kauppojen hyllyt, jonka seurauksena kotimaiset paahtimot ovat laajentaneet valikoimaansa myös tummempi paahtoisiin kahveihin. (Nieminen & Puustinen 2014, 30.)

2.2 Kahvittelu työpaikoilla

Palataan vielä hiukan taaksepäin. Ensimmäisen maailmansodan jälkeen kahvikulttuuria alkoi muodostua myös työpaikoilla, kun teollistuminen loi tehtaita ja toimistoja Yhdysvalloissa. Tehtailla koneet määräsivät työntekijöiden työtahdin. Pitkiin työpäiviin kahvi oli otollinen juoma tuomaan työntekijöille pikaista jaksamista. Työntekijät piristyivät silminnähden kahvia nautittuaan ja huomattiin, että kahvillä sai pidettyä nälkää loitolla. Kahvia kutsuttiin ”teollisen vallankumouksen ideaaliksi huumeeksi”. (Luttinger & Dicum 2006 13.) Naispaineisilla aloilla kuten ompeluseuroissa oli tapana ompelun ohella juoda kahvia. Tavasta muodostui naisille erityisen tärkeä, sillä ompeluseuroissa vaihdettiin tietoa ja keksittiin uusia ideoita. Naisille se mahdollisti pääsyn vaikuttamaan yhteiskuntaelämää. (Knuutila, Pöysä, Saarinen 2004, 162-163.)

Kahvitausta tuli pian osa instituutiota. Työnantajat tarjosivat työntekijöilleen kahvitaun ja liitot alkoivat vaatia työntekijöille taukoja. Kahvitaun tekivät työntekijät tyytyväisiksi sosiaalisen hetken ja rentoutumisen myötä sekä yritysten johtajat ymmärsivät levänneiden sekä energiaa keränneiden työntekijöiden hyödyn yritykselle. Levännyt ja hyvinvoiva työntekijä on tehokkaampi ja aikaansaavampi. Kahvitaun muodostuivat yleisiksi sopimuksissa yritysten ja työntekijöiden välillä. (Luttinger & Dicum 2006 13.)

Suomessa kahvia ja sen tarjoilua ollaan pidetty eräänlaisena vieraanvaraisuuden mittarina. Kahvi on työpaikalla edelleen usein nautittu nautintoaine. Ensimmäinen aamukahvi työpaikoilla juodaan yhdeksän maissa. Toimistoilla kahvia juodaan päivän mittaan useampaan otteeseen. Palaverien ja kokouksien aikana tarjolla on usein kahvia. Lounaan jälkeen nautitaan kahvit, jonka päälle vielä päiväkahvit ja iltapäivisin kello 14 sekä 15 välillä pidetään kahvitauko. Suomi on ainoa maa, jossa tietävästi vietetään virallinen työsopimukseen kirjattu kahvitauko. Vaikka muuallakin maailmalla on työaikalakiin perustuva tauko lounaan lisäksi, Suomi on ainoa maa, jossa tauko on nimetty kahvin mukaan.

Kaupan alan työsopimuksessa kahvitaukoja on jopa kaksi. Suomessa työntekijän oletusarvo on, että työnantaja takaa työntekijöille mahdollisuuden kahvin nauttimiseen. Vaikka kaikki suomalaiset eivät kahvia nauttisikaan, se kuitenkin on olennainen osa meidän kaikkien kulttuuria ja päivän rytmitystä. (Nieminen & Puustinen 2014, 23.)

Suomalaiset juovat kahvia muutamasta kupista jopa yli litraan päivässä. Useat kahvittelijat pitävät viittä kuppia kahvia päivässä normaalina annosmääränä. Useat toimistot ovat mahdollistaneet kahvin suurkulutukseen kahvikoneiden lisääntymisen myötä. Suurin osa suomalaisista kuitenkin kertoo pärjäävänsä kolmesta viiteen kupilla kahvia päivässä. Noin 10 % juo vain kupin kahvia päivään ja saman suuruinen määrä työntekijöistä ei juo kahvia ollenkaan. Suomalaisille kahvihetkestä tekee nautinnollisemman hyvä seura. Kahvihetkellä luodaan sosiaalinen yhteys kanssaeläjään. Kahvihetken kokonaisuus muodostuu kahvin mausta, seurasta, tunnelmasta ja mielentilasta. (Nieminen & Puustinen 2014, 23.)

Hyvän kahvin tarjoaminen työpaikoilla alkaa olla kilpailuvaltti yrityksille. Tämän huomaa siitä, että Suomen suurimmissa kaupungeissa kahvipalvelut, laitteet ja raaka-aineet toimittaa yhä useammin pienpaahtimo. Ongelmaksi usein isossa yrityksessä muodostuu kahvin hinta. Kahvia halutaan taata työntekijöille kuitenkin samalla säästämällä kustannuksia. Näissä tilanteissa päädytään ostamaan heikkolaatuista kahvia sekä laitteet, joiden huolto ja ylläpito on ulkoistettu täysin. Työpaikkakahvilla voidaan tukea yrityksen arvoja ekologisuudesta sekä eettisyydestä. Yrityksessä vieraileville asiakkaille voi antaa positiivista mielikuvaa tarjoamalla laadukasta kahvia edullisten kahviautomaattikahvien sijaan. (Talouselämä 8.11.2011.)

Kahviautomaatit ovat mullistaneet työpaikan kahvikulttuuria, koska kahvia on saatavilla nopeasti ja vaivattomasti. Perinteiset kahvitauot ovat jääneet vähemmälle, kun kahvia nautitaan automaattista vapaasti pitkin päivää työn ohessa. Suunta on ollut pitkän aikaa kohti nopeaa ja entistäkin nopeampaa kahvin valmistusta. Kahviautomaatit ovat tulleet keittimien rinnalle kilpailuun mukaan ja kahveja saa yksittäispakatuissa valmiina annoksina. (Nieminen & Puustinen 2014, 26-27.)

Vaikka kahvin valmistus on siirtynyt yleistyvien kahviautomaattien tehtäväksi, on ihmisillä kaipuu kahvittelun ympärille rakennettuihin rituaaleihin ja tapoihin. Kahvikulttuurin muutoksen myötä kodeissa ja työpaikoilla kaivataan elämyksellisempiä sekä vaikuttavampia kahvikokemuksia, jotka syntyvät ammattilaisten sekä ammattimaisten välineiden myötä. Automaateilla on edelleen suuri rooli kahviloissa ja työpaikoilla, mutta käsikäyttöiset manuaaliset kahvikoneet ovat yhä yleisempi näky toimistoilla. Käsikäyttöiset laitteet mahdollistavat erikoiskahvien yksilöllisemmän toteutuksen asiakkaalle sekä samalla asiakkaille tarjotaan

kokemuksia ja elämyksiä, jotka ovat myyntivaltteja kilpailussa. (Nieminen & Puustinen 2014, 34.)

Pikakahvin aikakausi oli kahvitrendinä varsin lyhyt. Edelleen pikakahvia on useissa paikoissa tarjolla, mutta suomalaisessa kahvikulttuurissa ollaan siirtymässä yhä useammin tuoreisiin kahvipapuihin. Automaateille, jotka jauhavat pavut tuoreeltaan, on kysyntää työpaikoilla ympäri Suomea. Trendi jauhaa kahvipavut tuoreeltaan saapui ensin kahviloihin, minkä jälkeen kahvimyllyjä ollaan hankittu koteihin ja pikkuhiljaa trendi on siirtymässä myös työpaikoille. Papumyllyt kahviautomaateissa mahdollistavat laadukkaiden kahvien nauttimisen myös työpaikoilla. Automaattien kahvimyllyt jauhavat kahvit ennen uuttamista. Vastajauhetuissa kahvipavuissa aromit säilyvät pidempään valmiiksi jauhettujen kahvien sijaan. Kahvimyllyt ovat selkeä trendi työpaikoilla. Kahvimyllyllisten automaattien ohella myös tuorelaitteet ovat kasvattaneet suosiotaan. Tuorelaitteet mahdollistaa laadukkaampien erikoiskahvien valmistuksen entistä laadukkaammilla kahviautomaateilla. (Helsingin Sanomat 24.8.2016.)

3 Kahvi sekä kahvitaumat osana työviihtyvyyttä ja työilmapiiriä

Kahvittelu on usein sosiaalinen tapahtuma ja sen lomassa hoidetaan ystävyys-suhteita, puhutaan työasioista tai hiljennetään omien ajatuksien ääreen. Kahvin sekä kahvitaumon vaikutuksista työviihtyvyyteen, työpaikan ilmapiiriin tai työhyvinvointiin ei ole tutkittu Suomessa. Teoreettisen viitekehyksen toinen osio keskittyy työviihtyvyyteen sekä työilmapiiriin sekä kahvin ja kahvitaumon merkitykseen osana työhyvinvointia.

3.1 Työviihtyvyys sekä työilmapiiri

Työyhteisön onnellisuuteen vaikuttavat useat eri tekijät. *Työyhteisön ilmapiiriin* voivat vaikuttaa esimerkiksi yhteisö, esimiehen johtamistaidot sekä kokonaisuus, joka muodostuu organisaatioilmapiiristä. (Rauramo 2008, 124.) Ilmapiirillä voidaan vaikuttaa henkilöstön työmotivaatioon ja asenteisiin. Positiivinen asenne lisää puolestaan henkilöstön viihtyvyyttä, energisyyttä ja vireyttä. (Virolainen 2012, 193.)

Ilmapiiri on kuvainnollisesti osa organisaation persoonallisuutta, koska se viestii organisaation arvoista, asenteista ja normeista. Ilmapiiri on siis organisaatioita toisistaan erottava tekijä. Voisi siis sanoa, että ihmisen motivaationaalinen käytös on riippuvainen työympäristöstä ja ilmapiiri kuvastaa tätä sanana. Johdon sekä yksittäisten työntekijöiden teot sekä käytös vaikuttaa siihen, millaiseksi yksilö ilmapiiriin yrityksessä kokee. Sana työilmapiiri tunnetaan usein termillä työtyytyväisyys. On totta, että työilmapiiri on työtyytyväisyyteen vaikuttava tekijä, mutta käsitteinä ne tarkoittavat eri asioita. Ilmapiiri kuvastaa sekä tarkastelee todellisuudessa vain ryhmän kiinteyttä, ihmissuhteita sekä työntekijän sitoutuneisuutta tehtäviinsä. Työtyytyväisyys on luonteeltaan paljon moninaisempi yksilön arvioima summa siitä, miten työ vastaa yksilön odotuksia. (Virolainen 2012, 184.)

Ilmapiiriin uskotaan, useiden tutkijoiden mukaan, muodostuvan organisaation rakenteesta, yksilön vastuusta sekä autonomiasta, riskeistä, palkitsemisesta, tuesta, tasa-arvosta, viestintäilmapiiristä, yksilön sitoutumisesta sekä identiteetistä, yrityksen standardeista työntekijää kohtaan sekä palkitsemisesta. Myönteisessä ilmapiirissä yksi tärkeä tekijä on yksilön henkinen hyvinvointi, johon vaikuttaa yksilön identiteetti yhteisössä. Identiteetin rakentuminen työyhteisössä muodostuu tunteesta, että on arvokas yhteisön jäsen. Myönteisessä työilmapiirissä koetaan, että yhteisöllä on aikaa sosiaaliselle kanssakäymiselle. (Virolainen, 2012, 185-186.) Meidän kulttuurissa kahvihetkien sosiaalinen merkitys on vahvempi kuin esimerkiksi ruokailun. Kahvin ääressä keskustellaan, jaetaan tietoa ja otetaan kanssa kahvittelijat huomioon. Kahvihetki sitoo ryhmiä yhteen ja tuo yhteenkuuluvuuden tunteen. (Nieminen & Puustinen 2014, 21.)

Osa työyhteisön viihtyvyyttä on sosiaalinen hyvinvointi. Sosiaalinen hyvinvointi työyhteisössä tarkoittaa jäsenten sosiaalista kanssakäymistä työyhteisön keskuudessa. Organisaatioissa pitäisi olla mahdollisuus keskustella työasioista vapaasti henkilöstön kesken sekä tutustua työkavereihin myös ihmisenä. Tämä saattaa edesauttaa myös työasioista käytävää avointa keskustelua. (Virolainen 2012, 24.) Sosiaalinen ilmapiiri vaikuttaa työyhteisöön ja parhaimmillaan toimivassa työyhteisössä henkilöstöllä on mahdollisuus luoda yhteisöllisyyden tunnetta työpaikoilla. Työpaikoilla henkiseen hyvinvointiin vaikuttavia osa-alueita ovat työnteon merkityksellisyyden kokeminen, työnteosta nauttiminen, tavat kohdata työtovereita, yhteisön sujuvuus ja asiakkaiden kohtelu. (Virolainen 2012, 26-27.)

Tyytyväinen työyhteisö on tuottava. Kun työilmapiiri on positiivinen, on työntekijöiden työskentelytapa tuottavampi. Jotta organisaation positiivinen ilmapiiri toteutuu, on otettava huomioon työntekijöiden muodostamat tarpeet ja odotukset. Tyytyväisyys on yksilön kokemus, kuinka paljon työ vastaa yksilön toiveita sekä vaativuutta. (Walker & Miller 2012, 277.) Työyhteisön ilmapiiriä voidaan kuvailla erilaisilla adjektiiveilla kuten esimerkiksi rento, hyvä, huono, kannustava tai iloinen ilmapiiri. Käsitteet työilmapiiri sekä työhyvinvointi usein sekoitetaan toisiinsa. Työilmapiiri tarkoittaa kollektiivisia havaintoja työyhteisöissä. Näitä havaintoja voidaan tehdä organisaation eri osa-alueista kuten esimerkiksi yhteistyöhön tai johtamisen ilmapiiristä. Kokonaiskäsitys työyhteisön ilmapiiristä muodostuu, kun yhteisön jäsenten havainnot yhdistetään. Organisaation kulttuuri sekä asenteet vaikuttavat yksilön kokemukseen yrityksen ilmapiiristä. Ilmapiirillä voidaan vaikuttaa työntekijöiden käytökseen ja motivaatioon. (Virolainen 2012, 184.)

Kahvitauko on useammassa tutkimuksessa nimetty yhdeksi tärkeimmistä sosiaalisen ja henkilökohtaisen hyvinvoinnin tekijäksi. Kahvitauko on yleinen sekä olennainen sosiaalinen tapahtuma, joka kokoaa ihmisiä yhteen työpaikoilla. Kahvitauko on suurimmalle osalle suomalaisista edelleen pyhä hetki. Sillä on sosiaalinen merkitys etenkin vanhemmalle ikäryhmälle. Nuoremmille työntekijöille kahvitauko on pikemminkin rentoutumishetki. Kahvitauolla ei keskustella työasioista vaan irtaudutaan hetkellisesti työtovereiden kanssa muiden asioiden ääreen. Harva kokee kahvitaukojen olevan negatiivinen asia tai töitä häiritsevästi keskeyttävä. (Tekniikka & Talous 29.2.2008.)

Nespresson Ranskassa toteuttaman tutkimuksen mukaan 79% vastanneista kertoi viettävänsä kahvitaukoa kollegan kanssa ja näistä 54% kertoi kahvittelevan toisen osaston työntekijöiden kanssa. Kahvitauoilla puhutaan usein rentoutumisen ohella työasioista. Tutkimuksessa haastateltiin 1004 työntekijää sekä 303 ammattilaista, joista yli 202 oli päätöksentekijöitä. (Nespresso.)

Työhyvinvointi on käsitteenä hyvin moninainen. Pääasiassa työhyvinvointi on yksilöllinen kokemus ja siihen vaikuttaa sosiaaliset suhteet sekä omaan työtehtävään liittyvät tekijät, kuten esimerkiksi ammattitaito. Hyvinvointi näkyy yksilössä aloitekyvyssä sekä motivaatiossa. Työhyvinvointi on oleellinen osatekijä, kun puhutaan organisaation kilpailukyvyistä. (Sosiaali- ja Terveysministeriö.) Tämän opinnäytetyön kannalta on syytä tarkastella sosiaalisia suhteita ja kahvikulttuurin vaikutusta sosiaalisena tekijänä.

Työhyvinvointi on työntekijöiden sekä työyhteisöjen turvallista, hyvinvointia tukevaa sekä tuottavaa työtä organisaatiossa, joka on hyvin johdettu. Työnteko lisää hyvinvointia töissä, kun yhteisöt kokevat työnsä palkitsevaksi ja mielekkääksi. Hyvinvointi on työyhteisön yksilöiden sekä työnantajan vastuulla. Yhteistyö organisaatiossa edistää työhyvinvointia. Hyvinvointi on pitkäjänteisen työn tulos ja se syntyy arkisista asioista kuten henkilöstöstä, viihtyvistä työympäristöstä, yhteisöistä työpaikalla sekä laadukkaasta johtamisesta. Hyvinvoiva työyhteisö on tuottavampi sekä kärsii vähemmän sairaspotilaista sekä työtapaturmista. Tuottavaan hyvinvoivaan työyhteisöön tulee investoida, mutta se usein maksaa itsensä takaisin. (Työterveyslaitos.)

Etenkin Suomessa kahvikulttuuri on olennainen osa kohtaamisia, joka on yksityinen tapahtuma. Kahvin äärellä kohdataan perhettä, ystäviä ja kollegoja. Työpaikoilla kahvihetki on osa sosiaalista arvojärjestystä ja ne saattavat lisätä työntekijöissä yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä ryhmähenkeä. (Nieminen & Puustinen 2014, 15.) Kahvia juodaan pöydän ääressä keskustelun ohella ja se kerää ihmisiä yhteen. Kahvipöytäkeskusteluissa otetaan usein huomioon kanssakuulija. Kahvittelijat luovat keskustelua aiheesta, joka on kaikille kahvihetken jakaville yhteinen. Yhteenkuulumista korostetaan keskustelemalla asioista, jotka koskettavat jokaista paikalla olevaa – oli se työasia tai yhteiset tuttavat. (Knuutila, Pöytä, Saarinen, 2004, 188.)

Nespresson vuonna 2012 tekemässä tutkimuksessa havaittiin, että kahvitaumat lisäävät yhteenkuuluvuuden tunnetta työpaikoilla. Lisäksi tutkimuksessa nousi ilmi, että kahvitaumat lisäävät tuottavuutta sekä vahvistavat sosiaalisia suhteita. Jopa 79 % työntekijöistä ajattelee kahvitaumat lisäävän yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä vähentävän konflikteja työpaikoilla. 91-prosenttia vastaajista uskoo, että kahvitaumat ovat hyvä hetki rakentaa suhteita sekä vaihtaa tietoa kollegojen kanssa. Tutkimuksessa havaittiin myös kahvin laadun olevan yhteydessä mielikuvaan työnantajasta. Jos työnantaja tarjoaa laadukasta kahvia, on se merkki työntekijää kohtaan, että heistä välitetään. 81 % vastaajista yhdisti laadukkaan kahvin ja työnantajan kiinnostukseen työntekijöiden hyvinvointiin. 70 % vastaajista oli sitä mieltä, että laadukas kahvi motivoi työntekijää ja 92 % vastaajista kertoi sen lisäävän tehokkuutta työpaikalla. (Nespresso)

3.2 Kahvi kokonaisvaltaisena kokemuksena

Kahvin nauttiminen voidaan jakaa kolmeen eri osioon. Ensimmäinen näistä on tuoreen kahvin tuoksu, eli *fragrance*, joka herättää hajuaistin ja aivomme tietävät, mitä tästä tuoksusta seuraa. Keitetty kahvi kupissa aloittaa maistelukokemuksen, kun kahvin tuoksu eli *aroma* leijailee ilmassa. Kahvin juonnin seurauksena makunystyröiden avulla maistamme erilaisien makujen yhdistelmiä (*flavour*). Siitä seuraa mielihyvää kahvin juojalle. Elämyksen sitoo suussa olevat kahvin tuottamat höyryt (*nose*), jotka nousevat nenäonteloon uudestaan ja täydentää makukokemuksen. (Nieminen & Puustinen 2014, 37.)

Kahvin kofeiini alkaa imeytyä kehoon heti kahvin nauttimisen jälkeen. Noin 30 minuutin kohdilla kehon kofeiinipitoisuus on usein korkeimmillaan. Kahvin ainesosat imeytyvät verenkiertoon, kun vatsalaukussa kahvin lämpötila on laskenut kehonlämpöön ja kulkeutuu ruoansulatuskanavaan. Maksa säätelee kofeiinipitoisuutta veressä puolittamalla sitä joka viides tunti. Kofeiinin vaikutus perustuu aivojen etuosassa olevien adenosiinien määrään. Adenosini säätelee vireystilaamme. Lisäksi kofeiini vaikuttaa dopamiinisäätelyyn. Kahvin terveysvaikutuksiin lukeutuu: vaikutus meidän vireystilaan, muistin parantaminen, aineenvaihdunta sekä maksan suojele. On myös todettu, että kahvin nauttimisella on yhteys syöpäriskin laskemiseen, kahvin juominen parantaa psyykkistä sekä fyysistä toimintakykyä ja pienentää 2-typin diabeteksen riskiä. Kahvi saattaa ärsyttää vatsaa ja nostaa hetkellisesti verenpainetta sekä pahimmillaan voi aiheuttaa kofeiinimyrkytyksen, joka on miltei mahdollista, koska se vaatii noin litran verran kahvia todella nopeasti nautittuna. (Nieminen & Puustinen 2014, 39.)

Kahvitarjoilu on arvotettu ele Suomessa. Kahvihetki on sosiaalinen tapahtuma, joka jaetaan perheen, ystävien tai työkavereiden kanssa. Kahvihetki viestii meille yhteenkuuluvuutta ja se toimii ryhmähengen kohottajana. Vuoden 2012 tilastoihin perustuen 70 % juodusta kahvista nautitaan kotona. Loput 30 % nautitaan kahviloissa, ravintolassa tai työpaikalla. (Nieminen & Puustinen 2014, 26-27.) Kahvi on hintava nautintoaine ja vaikka se ei olekaan ylellisyystuote, arvostetaan kahvin ympärille rakentunutta symboliikkaa edelleen. Kahvinjuonti erottaa juhlat ja lepo hetket arjesta sekä työstä. Kahvin tarjoaminen symboloi myös työnantajan tai isäntäperheen vieraanvaraisuutta. (Knuutila, Pöysä, Saarinen, 2004, 170.)

Kahvinjuonti on osa ihmisten keskinäistä kanssakäymistä sen aiheuttaman nautinnon ohella. Kahvihetki ei siis ole pelkästään nestemäisessä muodossa olevan nautintoaineen tarvetta, vaan sosiaaliset kahvihetket työpaikoilla kollegoiden kesken vahvistavat myös

yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä tyydyttää sosiaalisia tarpeita. (Knuutila, Pöysä, Saari-
nen, 2004, 166.) Vaikka kahvinjuontiin liittyvät jäykät perinteet sekä kahvilla kerskailu ovat
jääneet historiaan, on kahvilla edelleen sosiaalinen merkitys. Kahvihetki on rennompimpi ja
monipuolisempi kuin ennen. Kuitenkin kahvinjuonti tapana ja tarve kahvin saantiin on säi-
lynnyt entisistä ajoista. Suomessa kahvituotanto sekä kahvilat työllistää tuhansia ihmisiä.
(Nieminen & Puustinen 2014, 28.)

Kahvilla on vaikutusta ihmisten suorituskykyyn. Kofeiinilla on myös lihasten verenkiertoa
sekä adrenaliinituotantoa aktivoiva vaikutus. Lisäksi kahvin kofeiinin on tutkittu vaikuttavan
ihmisen muistiin. Etenkin lähimuisti voi parantua kofeiinin avulla. On myös todettu, että
kahvilla on positiivinen vaikutus suorituksissa, jotka vaativat tarkkaavaisuutta. (Nieminen
& Puustinen 2014, 40-41.)

Tutkijat Lontoon School of Hygiene and Tropical Medicine -yliopistossa löysivät kahvin yh-
teyden työntekijän muistiin sekä keskittymiskykyyn. Tutkimuksen mukaan kahvia nauttivat
tekivät vähemmän virheitä kuin ne, jotka eivät juo kahvia. Tutkimuksessa tuli ilmi, että
kahvin juonti voi vähentää työtapaturmia. Tutkimus perustuu 13 eri tutkimukseen ympäri
maailman ja suurin osa niistä on toteutettu 2000-luvulla. Tutkimuksessa vapaaehtoisia
pyydettiin suorittamaan erilaisia harjoituksia, jotka liittyivät muistiin sekä keskittymisky-
kyyn. Tutkimuksessa osalle annettiin kahvia ennen tutkimuksen toteuttamista ja osalle an-
nettiin placebo-kahvia. Kahvia juoneet selviytyivät paremmin muistia sekä keskittymistä
vaativissa tehtävissä kuin he jotka eivät kahvia nauti. (Telegraph 12.5.2010.)

4 Tutkimus

Tutkimus on tehty toimeksiantona Warrior Coffee-nimiselle kahvipaahdimolle. Tutkimuksen tavoite on kehittää Warrior Coffeen toimistokahvipalvelua sekä kerätä tietoa asiakasyrityksen tyytyväisyydestä palvelua kohtaan.

4.1 Warrior Coffee

Warrior Coffee on suomalainen osakeyhtiö, jonka toimiala on elintarvikkeiden valmistus ja myynti. Yritys valmistaa itse luomukahvia ja myy sen lisäksi muita ruoka-aineita, laitteita sekä palveluja kuluttajalle, yrityksille, kahviloille ja jälleenmyyjille. Warrior Coffeen luomusertifoidut kahvit on paahdettu käsityönä Vantaalla kesään 2018 asti. Syksyllä 2018 Warrior Coffeen toiminta jatkuu Pitäjänmäessä. Warrior Coffeen tavoite on parantaa kahvikulttuuria työyhteisössä ja luoda kahvitausta merkityksellinen niille, joille Warrior Coffeen kahvia kupissa on. Missio on parantaa päivää edes hiukan entisestään paremman kahvin voimin.

Warrior Coffeen tarina sai alkunsa, kun yrityksen toimitusjohtaja Riku Uski halusi lähteä kehittämään yritysten kahvikulttuuria ja pohti, miten se tehdään maassa, jossa kahvia juodaan tottumuksen vuoksi. Suomalaisten kahvimaku on hyvin yksipuolinen, josta kertoo Juhla Mokaan suuri markkinaosuus kaikista ostetuista kahveista. Halusta kehittää kahvikulttuuria Suomessa ja etenkin työpaikoilla, Uski perusti Warrior Coffee -nimisen yrityksen vuonna 2014. Jo samana vuonna avattiin ensimmäinen Warrior Coffee -toimistokahvila. Warrior Coffee on osakeyhtiö, jonka osakkaina ovat esimerkiksi muusikko ja monitoimimies Kimmo Laiho, joka tunnetaan artistinimellä Elastinen, sekä vuonna 2016 osakkaaksi lähti myös koomikko sekä yrittäjä Sami Hedberg.

Warrior Coffeen tämänhetkisiin toimistokahviasiakkaihin kuuluu esimerkiksi Microsoft Flux, GE Healthcare, Eficode, Varusteleka ja Tieto. Warrior Coffeen tarjoamia palveluita näille yrityksille ovat kahvi- ja teet tuotteet sekä kahvikoneet ja kahvivälineet. Jokaisella toimistokahvilalla on oma konseptinsa, joka pohditaan yhteistyössä yrityksen tarpeiden sekä toiveiden mukaisesti.

Warrior Coffeen arvoja ovat kiinnostus ympäristöä ja työntekijöitä kohtaan sekä asiakaslähtöinen palvelu. Warrior Coffee tähtää jatkuvaan kehitykseen ja mukautuu asiakkaiden tarpeisiin luomalla uusia tuotteita. Warrior Coffeen tavoite on luoda puhtaita sekä laadukkaita luomukahveja. Nimi Warrior Coffee kertoo halusta herättää asiakkaiden ja ympärillä olevien ihmisten taistelija-asenne sekä omasta palavasta halusta luoda jotain uutta merkityksellistä. Warrior Coffeen paahtimo sekä kahvi- ja teet tuotteet ovat luomusertifioituja.

4.2 Tutkimuksen toteuttaminen

Opinnäytetyön tarkoitus on selvittää, millaisia kahvitottumuksia asiakasyrityksen työntekijöillä on sekä kuinka he kokevat Warrior Coffeen toimistokahvipalvelun ja ovatko he tyytyväisiä palveluun. Kysely on jaettu kahteen osioon. Ensimmäinen osio käsittelee työntekijöiden kahvitottumuksia. Vastauksista selviää, kuinka paljon työntekijät juovat kahvia, mihin aikaan päivästä he kahvia nauttivat, miksi kahvia nautitaan ja kuinka he itse kokevat kahvin sekä kahvitauon vaikutuksen. Selvitin myös, onko kahvitauolla työssä viihtymiseen ja kokevatko ihmiset sen tärkeäksi. Kyselyn toisessa osiossa selvitin, milloin Warrior Coffeen toimistokahvipalvelua käytetään, kuinka tyytyväisiä palveluun ollaan, mihin tekijöihin kahvipalvelulla on vaikutusta, onko laadukkaalla kahvipalvelulla merkitystä työpaikalla sekä vaikuttaako palvelu tyytyväisyyteen työntajaa kohtaan.

Kysely on toteutettu Warrior Coffeen toimistokahvipalvelun asiakkaan työntekijöille. Asiakasyritys on kansainvälinen monialayritys, joka työllistää Suomessa noin 750 työntekijää. Kyseinen yritys valikoitui sillä perusteella, että se on Warrior Coffeen ensimmäisiä toimistokahvipalvelun asiakkaita. Lisäksi yrityksessä oleva toimistokahvila on erityinen myös sen konseptin takia; toimistolle on rakennettu suljettu oma kahvila asiakasyrityksen työntekijöiden käyttöön ja kahvilassa työskentelee kaksi ammattibaristaa, jotka valmistavat espressoja sekä muita espresso-pohjaisia kahveja. Asiakasyrityksen nimeä ei mainita, koska sillä ei ole opinnäytetyön kannalta merkitystä.

Kysely rakennettiin Webropol-kyselypohjalla, joka toimii verkkoselaimen välityksellä. Kysely rakentui 27 kysymyksestä, joista kahdeksan oli avoimia kysymyksiä. Kysymysten määrä on perusteltu sillä, että Warrior Coffeen kahvipalvelun tueksi oli ensin selvitettävä yrityksen työntekijöiden kahvitottumukset. Lisäksi kyselyssä on haettu tekijöitä, kuten sukupuoli sekä ikä, joista voi löytää korrelaatiota siihen, miten työntekijä kahvitauon kokee.

Kysely on melko pitkä opinnäyttekyselyksi. Syy tähän on se, että aihealuetta on tutkittu hyvin vähän maassa, jossa kahvi on merkityksellinen osa kulttuuria. Kysymykset perustuvat pääosion opinnäytetyön teoriaosioon. Toisaalta oli hankala arvioida etukäteen, millaiseksi opinnäytetyö rakentuu, koska vastauksissa saattaa nousta esiin hyvin erilaisia asioita, joita teoriassa ei ole osattu ottaa huomioon. Lisäkysymyksiä on Warrior Coffeen palveluun liittyviä kysymyksiä, jotka ovat hyödyllisiä Warrior Coffeen toiminnan kehittämisen kannalta.

Kysely on määrällinen, eli kvantitatiivinen tutkimus. Opinnäytetyö keskittyy yhteen asiakasyritykseen, jossa kahvipalvelun vaikutuksia pyritään tutkimaan ilmiönä. Tutkimuksen

hypoteesiksi päättelin, että kahvilla sekä kahvitaupoilla on merkitystä työilmapiiriin johtuen kahvin asemasta Suomen kulttuurissa sekä suomalaisten kahvin kulutustottumuksien perusteella.

Jokaiselta kyselyyn osallistuneelta on pyydetty lupa huhtikuussa 2018 haastatteluun ja kyselyn materiaalin käyttöön opinnäytetyön aineistossa. Lisäksi jokaiselta kyselyyn osallistuvalla pyydettiin lupa julkaista heidän vastauksiaan opinnäytetyön materiaalissa. Kummasakin tapauksessa painotettiin, että tietoa käytetään luottamuksellisesti. Kyselyyn osallistuville luvattiin tietosuojatiteetti.

4.3 Tutkimuksen tulokset

Kysely jaettiin asiakasyrityksen työntekijöille heidän sisäisessä viestintäkanavassa. Lisäksi opinnäytetyötä on mainostettu yrityksen sisällä julistein, jotka ovat olleet esillä hisseissä ja Warrior Coffeen kahvilassa. Julisteissa oli merkattuna bitly-linkki sekä QR-koodi, jotta pääsy kyselyyn olisi mahdollisimman helppoa myös sellaisille työntekijöille, joilla ei ole tietokonetta käytössään.

Kyselyyn sain vastauksia 138 kappaletta potentiaalisesta 750 työntekijästä. Kyselyyn vastanneet toimivat eri tehtävissä asiakasyrityksessä. Vastanneiden ikähaarukka on 18-vuotiaista yli 54-vuotiaisiin. Suurin osa vastaajista, eli noin 30 prosenttia, kuuluu ikäryhmään 36-44 vuotta. Vastaajista 36 prosenttia on naisia ja 63 prosenttia miehiä. Prosentti vastaajista ei halunnut kertoa sukupuoltaan.

Vastauksista voi päätellä, että osa vastaajista oli Warrior Coffeen kahvilan päivittäisiä asiakkaita, osa vierailee kahvilalla harvoin ja joitakin vastauksia tuli myös työntekijöiltä, jotka eivät käytä Warrior Coffeen kahvipalvelua lainkaan.

4.4 Empirian arviointi

Otosryhmää pystyin arvioimaan kysymällä vastaajan yritystä sekä osastoa, jolla työntekijä työskentelee. Osastoa kysyin lähinnä sen takia, että toivoin saavani vastauksia mahdollisimman laajasti eri osastoilta ja mitatakseni saavuttiko kyselyni myös ne osastot, joissa työntekijöillä ei ole tietokonetta käytössään.

Kyselyssä kysyttiin tarkoituksellisesti joitakin kysymyksiä useaan otteeseen, jolla voi mitata ovatko työntekijät pohtineet kysymyksiä huolellisesti ja miten he mieltävät erilaisia aiheytymiä toisiinsa, kuten esimerkiksi kahvitaunon tai Warrior Coffeen kahvipalvelun

vaikutuksen työviihtyvyyteen. Kuvailevissa kysymyksissä käytin vastakohtaisia adjektiiveja, jotta pystyin selvittämään, onko väittämät ristiriidassa keskenään.

5 Tulokset

Tutkimustulokset on kerätty Warrior Coffeen asiakasyrityksestä. Tutkimustuloksissa keskitytään havainnoimaan olennaisimpia asioita, joita tutkimuksessa tuli ilmi liittyen yleisiin kahvitottumuksiin työpaikalla, kahvitaukojen merkityksellisyyteen sekä Warrior Coffeen toimistokahvipalvelun asiakastyytyvyyteen.

5.1 Kahvitottumukset

Ensiksi selvitin, kuinka monta kuppia kahvia asiakasyrityksen työntekijät nauttivat päivittäin, kuinka monta näistä kupeista nautitaan työpaikalla ja kuinka monta kuppia nautitusta kahvista on Warrior Coffeen tuotteita. Tutkimuksen kannalta on tärkeää ymmärtää, kuinka paljon kahvia kulutetaan työpaikalla ja mikä kahvin sekä kahvitauon merkitys on työympäristössä. Lisäksi halusin selvittää, löytyykö kahvin kulutuksen määrällä sekä muilla kahvitaukoon liittyvillä tekijöillä vaikutusta siihen, miten kahvin koetaan vaikuttavan yksilöön.



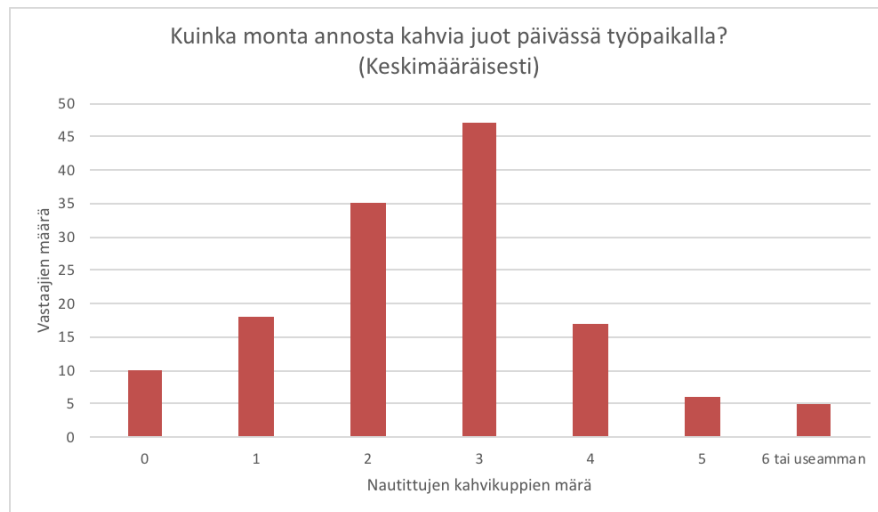
Kuva 1 Työntekijöiden päivittäiset kahviannokset

27 prosenttia, eli 37 vastaajista, kertoivat nauttivansa keskimäärin kolme kuppia kahvia päivän aikana. 22 prosenttia vastasi taas nauttivansa neljä kuppia ja 21 prosenttia vastasi juovansa kaksi kuppia kahvia päivän aikana. Suurin osa vastaajista (70 prosenttia) nauttii päivän aikana kahdesta neljään kuppia kahvia päivässä. 138 henkilön yhteenlaskettu kulutusmäärä on siis yli 500 kuppia kahvia päivässä. Vain kymmenen vastaajista eli seitsemän prosenttia työntekijöistä kertoi, ettei juo ollenkaan kahvia työpaikalla.

Suurin osa vastaajista kertoo juovansa keskimääräisesti kolme kuppia kahvia päivässä. Toiseksi yleisin vastaus oli neljä kuppia kahvia päivittäin. 30 työntekijää vastasi juovansa

kaksi kuppia kahvia päivässä. Vain seitsemän prosenttia juo kuusi kuppia tai enemmän kahvia päivittäin.

Kahvin suurkuluttajien osuus on suhteellisen pieni. Vain kymmenen 138 työntekijästä kertoi nauttivansa päivän aikana kuusi kuppia kahvia tai enemmän. Tulokseen saattaa vaikuttaa asiakasyrityksen toimiala, joka keskittyy terveysteknologiaan, joten vastaajat saattavat olla tietoisia, missä määrin kahvia kannattaa nauttia päivän aikana.



Kuva 2 Työpaikalla nautittujen kahvikuppien määrä

47 vastaajista, eli 34 prosenttia, kertoo juovansa työpaikalla kolme kuppia kahvia päivässä. 26 prosenttia, eli 35 henkilöä vastasi juovansa kaksi kuppia kahvia työpaikalla. Työpaikalla nautittujen kahviannoksien määrä on noin 360 kappaletta.

Verrattuna edelliseen kuvaajaan voisi siis päätellä, että kyseisessä yrityksessä nautitaan reippaasti kahvia työpäivän aikana, mutta kahvia selkeästi juodaan myös kotiloissa.



Kuva 3 Warrior Coffeen kahvilassa nautittujen kahviannoksien määrä

Suurin osa vastaajista (59 prosenttia) kertoi nauttivansa työpaikalla yhden kupin kahvia Warrior Coffeen kahvilassa. 12 prosenttia vastaajista kertoo, että he eivät juo ollenkaan kahvia Warrior Coffeen kahvilassa.

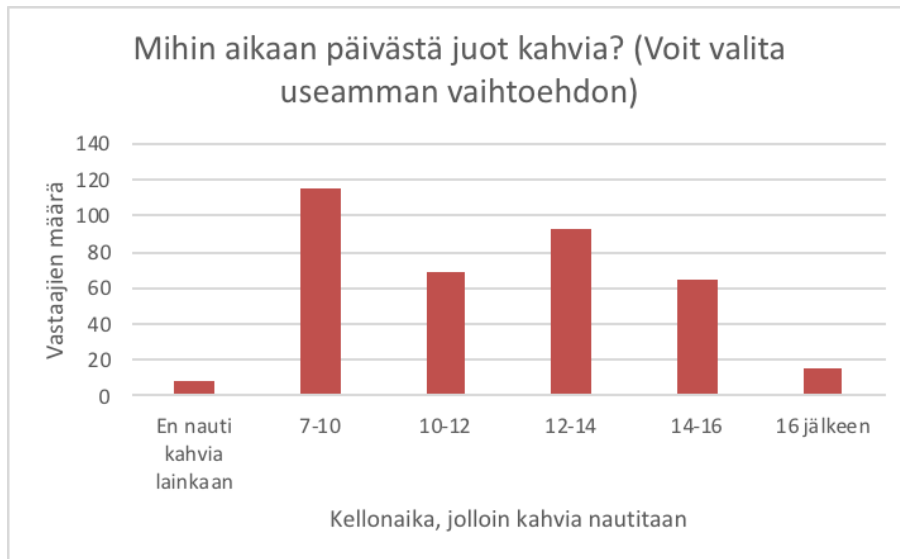
Tulokseen vaikuttaa varmasti moni tekijä. Kahvila on osalle työntekijöistä liian kaukana heidän työskentelypisteeltään, joten matka kahvitaulle kestäisi liian pitkään. Kyselyn avoimista kysymyksistä selvisi, että Warrior Coffeen kahvilaa käytetäänkin pääosin lounaan yhteydessä tai iltapäivällä kahvitaulla.

”Warrior Coffee on ulottumattomissani. Tulisi sanomista, jos kävisin hakemassa kahvini sieltä. Ei ole kahvitaukoja ja kahvi pitää juoda työn ohessa.”

”Laatu, palvelu ja mukava ympäristö on erittäin tärkeä kokonaisuus. Kahvitaukoja voi pitää työpisteen läheisyydessä olevilla taukoalueilla ja juoda automaattista tulevaa kahvia, joka on ”ihan ok”. Tilanne on kuitenkin täysin erilainen ja hyvin ”arkinen”. Tällaisilla kahvitaunoilla tunnelma on jostain syystä hyvin erilainen. Harvemmin puhutaan työasioista ja lähinnä suurin osa viettää aikaa omalla kännykällä. Warriorin kaltaisella kahvilalla on mielenkiintoinen vaikutus kahvilakulttuuriin.”

”Ei ole kahvitaukoja. Juon kahvin työn ohessa. Ainoa tauko on kävelymatka työpisteestä kahviautomaatille ja takaisin.”

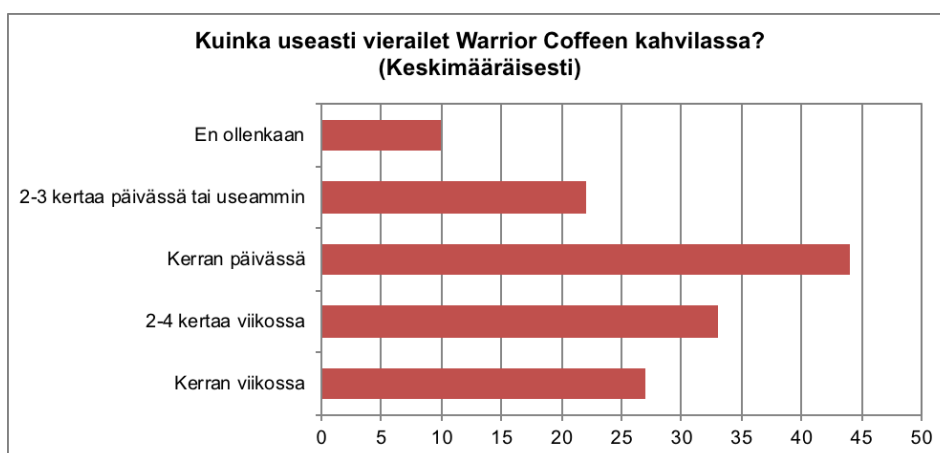
”Kahvilan käyttö on vähäistä omalla kohdallani. Jos istuisin lähempänä niin varmasti vaikuttaisi positiivisesti.”



Kuva 4 Aika, jolloin asiakasyrityksessä nautitaan kahvia

Kahvia nautitaan useimmiten aamulla kello seitsemän ja kymmenen välillä. Toiseksi yleisin aika nauttia kahvia on lounasaikaan ja iltapäivällä kello 12 ja 14 välillä. Vain harva nauttii kahvia iltapäivällä neljän jälkeen.

Jopa 116 henkilöä, eli 84 prosenttia, 138 vastaajasta kertoi juovansa kahvia aamulla kello seitsemän ja kymmenen välillä. 67 prosenttia kertoi juovansa kahvia kello 12 ja 14 välillä. Kysymys on oleellinen, kun tutkitaan millaisia tunteuksia kahvi saa ihmisissä aikaiseksi sillä nautitun kahvin määrä sekä aika, jolloin kahvia juodaan saattaa vaikuttaa esimerkiksi unen laatuun.



Kuva 5 Vierailujen määrä Warrior Coffeen kahvilassa.

32 prosenttia vastaajista kertoo käyvänsä Warrior Coffeen kahvilassa päivittäin. Seitsemän prosenttia kertoo, ettei vieraile kahvilassa ollenkaan.

Vastaukset ovat linjassa Warrior Coffeen kahvilassa nautittujen kahvien määrän kanssa (kuva 3).



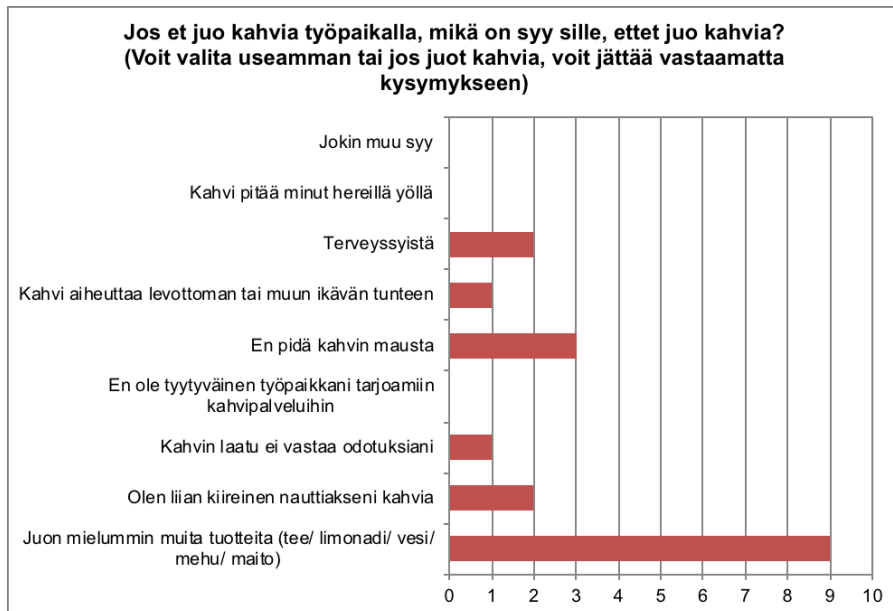
Kuva 6 Yleisimmät syyt, miksi työntekijät nauttivat kahvia työpaikalla

103 vastaajista kertoo juovansa kahvia sen takia, että he pitävät kahvin mausta. Seuraavaksi yleisin syy juoda kahvia on työpäivän tauotus. 59 prosenttia vastaajista kertoi juovansa kahvia sosiaalisten tekijöiden vuoksi ja virkistymisen vuoksi. Noin puolet vastaajista (49 %) nauttii kahvia tottumuksen vuoksi.

Vain yksi vastaajista kertoi, ettei juo kahvia tai pidä kahvitaukoja. Kahdeksan 138 vastaajasta kertoi liittyvänsä kahvitauelle kollegoiden seuraksi, vaikka he eivät juokaan kahvia.

Kyselyssä kysyttiin avoimella kysymyksellä, mitä muita syitä kahvin juomiseen löytyy. Vastauksista nousi Warrior-kahvilan tunnelma verrattuna oman työpisteeseen. Yksi vastaajista mainitsi haluavansa kahvitaulla mieltä seuraavia työtehtäviä.

Kyselyssä oli tarkoitus myös selvittää, miksi jotkut työntekijät eivät juo kahvia työpaikalla. Kysymyksellä halusin ottaa myös heidät huomioon, jotka välttelevät kahvia ja kannustaa heitä vastaamaan opinnäytetyökyselyyn.



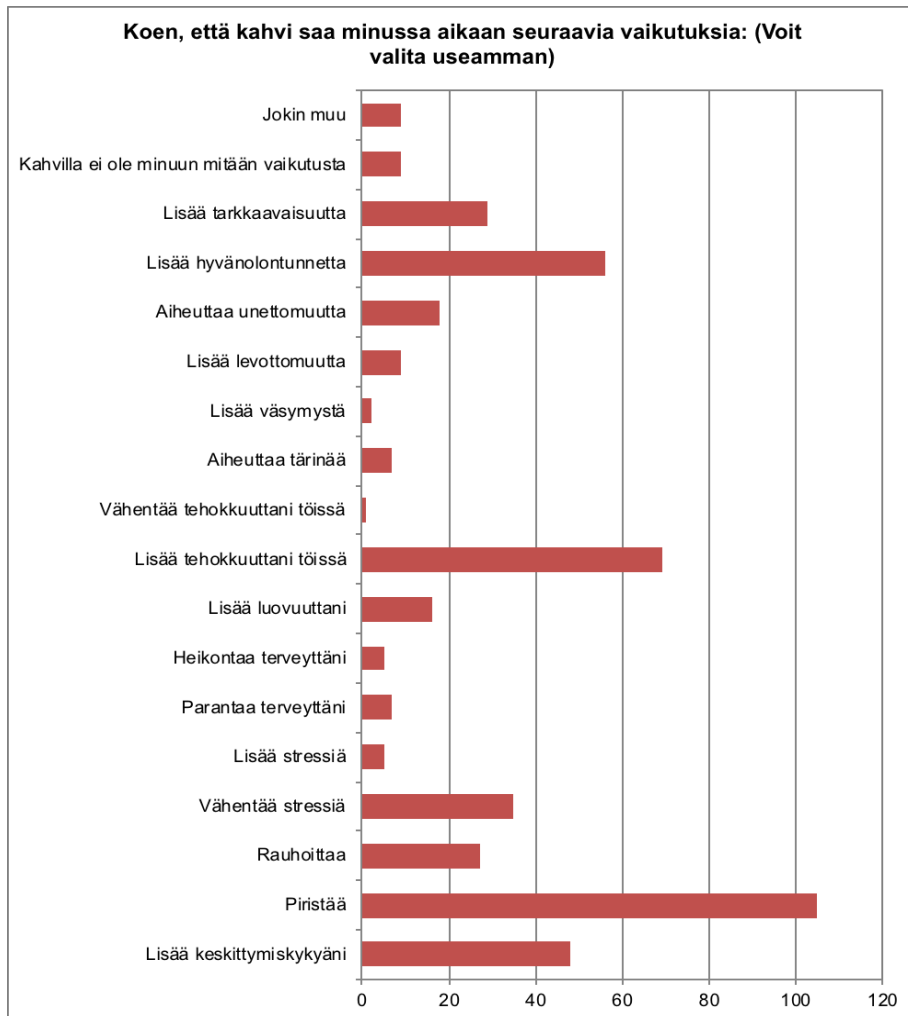
Kuva 7 Syy, miksi työntekijät eivät nauti kahvia

Tähän kysymykseen vastasivat vain henkilöt, jotka kertoivat, etteivät juo kahvia työpaikalla. Kahvittelijat pääsivät siirtymään kyselyssä näiden kysymysten kohdalla eteenpäin, sillä tarkoitus oli keskittyä työntekijöihin, jotka eivät nauti kahvia.

Kyselyyn vastanneista vain seitsemän prosenttia kertoi, että he eivät nauti kahvia työpaikalla. Yleisin syy sille, miksi kahvia ei nautita, on se, että vastaajat juovat mieluummin muita juomia tai virvokkeita. Yksi kertoi kahvin aiheuttavan hänelle levottoman tai muun ikävän tunteen.

Kolme vastaajista kertoi, ettei nauti kahvin mausta. Vain yksi vastaajista kertoi, ettei kahvin laatu vastaa työpaikalla hänen odotuksiaan. Kaksi vastaajista kertoi, että syyt liittyvät terveyteen tai työn asettamiin kiireisiin.

Seuraavaksi tarkastelemme, millaisia vaikutuksia kahvi saa työntekijöistä heissä aikaiseksi. Valitsin vaihtoehtoiksi yleisimpiä positiivisia sekä negatiivisia vaihtoehtoja, joita kahvi saattaa meissä aiheuttaa. Kysymyksessä haasteellista on vastaajan oman kokemuserän havainnointi, sillä harvoin osaamme yhdistää erilaisia tuntemuksia niiden lähteeseen. Stressi, unettomuus, tärinä, väsymys ja levottomuus voivat johtua myös muista kuormittavista tekijöistä työpaikalla tai omasta elämästä, joka heijastuu arkeen.



Kuva 8 Yleisimmät vaikutukset, joita kahvi saa työntekijöissä aikaan

Jopa 76 % vastaajista kertoivat, että kahvilla on piristävä vaikutus. Seuraavaksi yleisempiä vastauksia olivat: työtehokkuuden lisääntyminen, keskittymiskyvyn lisääntyminen sekä hyvinolontunteen lisääntyminen. Vain harva kertoi kahvilla olevan negatiivisia vaikutuksia kuten stressin lisääntyminen, terveyden heikentyminen, väsyneen tunteen lisääntyminen, tärinä, työtehokkuuden väheneminen tai levottomuuden lisääntyminen. Harva kuitenkaan on myöskään sitä mieltä, että kahvilla olisi heihin positiivisia terveysvaikutuksia.

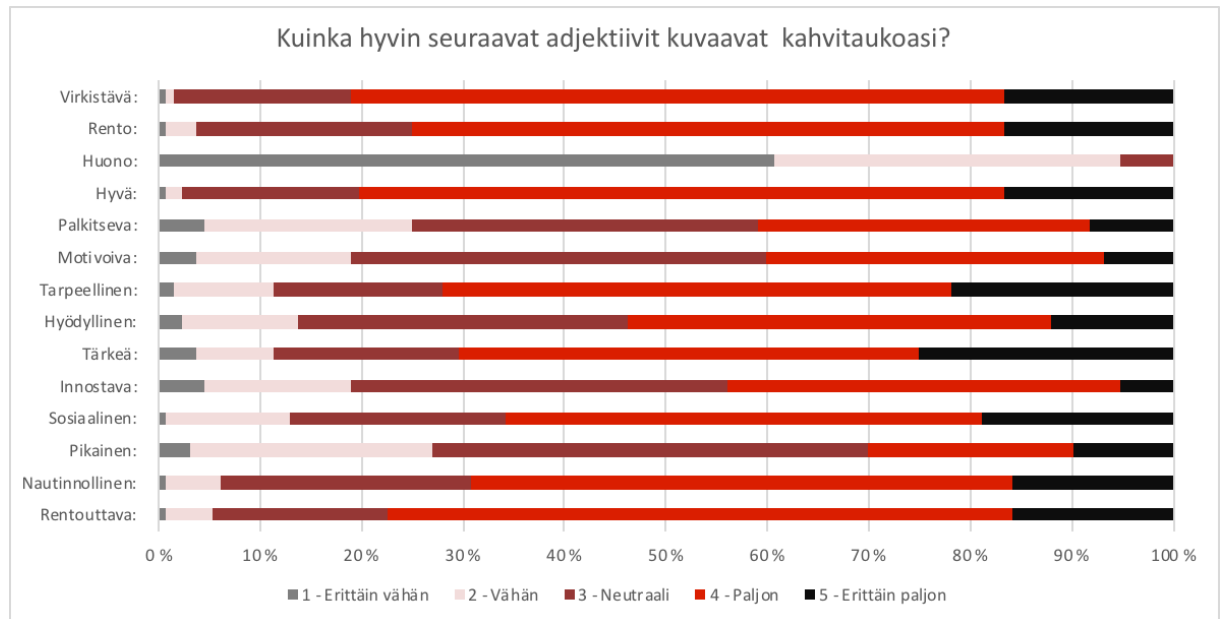
Jos vastauksista olisi noussut esille selkeämmin kahvin aiheuttamia negatiivisia terveysvaikutuksia kuten esimerkiksi unettomuutta tai levottomuutta, olisi ollut aiheellista tutkia, löytyykö näihin oireisiin yhteyttä kahvin kulutuksen määrästä sekä ajankohdasta, jolloin kahvia yleensä nautitaan. Otos jäi kuitenkin sen verran pieneksi, että mielestäni ei ole aiheellista tutkia negatiivisten vaikutusten tai kahvin kulutustottumusten yhteyttä.

Kun työntekijöiltä kysyttiin avoimella kysymyksellä, mitä muita tuntemuksia kahvi saa aikaan, nousi esille yksittäisistä vastauksista seuraavia vaikutuksia: kahviriippuvuus, liian

suuren määrän jälkeen seuraava huono olo ja liian myöhään nautitun kahvin jälkeinen unettomuus tai levottomuus yöaikaan.

5.2 Kokemukset kahvitausta

Kyselyssä selvitettiin, kuinka asiakasyrityksen työntekijät kokevat kahvitaun ja millainen merkitys sillä työntekijöille on. Kun puhutaan kahvikulttuurista työpaikalla, kahvin rinnalla olennaista on myös kahvitaukojen merkityksen ymmärtäminen työyhteisössä.

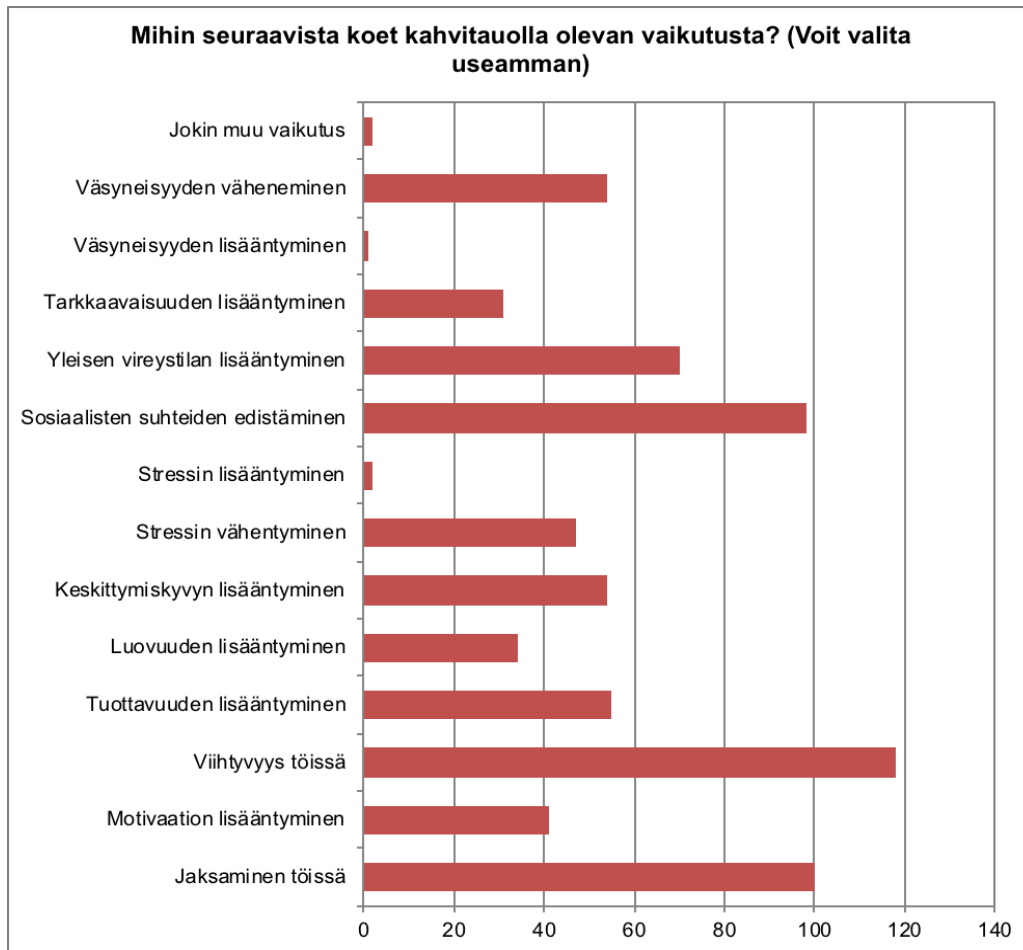


Kuva 9 Työntekijöiden arvio kahvitausta

Kyselyssä pyydettiin työntekijöitä arvioimaan, miten he kuvailisivat kahvitaukoaan. Pysin heitä arvioimaan kahvitaukoaan erilaisin adjektiivein asteikolla 1 – erittäin vähän 5 – erittäin paljon. Pysin heitä arvioimaan kahvitaukoaan seuraavin adjektiivein: virkistävä, rento, huono, hyvä, palkitseva, motivoiva, tarpeellinen, hyödyllinen, tärkeä, innostava, sosiaalinen, pikainen, nautinnollinen sekä rentouttava.

Noin 80 prosenttia vastaajista kertoi, että heidän kahvitaukonsa on virkistävä. Yli 70 prosenttia kuvaili taukoa rennoksi. Noin 80 prosenttia sanoi kahvitaun olevan hyvä ja 70 prosenttia kokevat, että kahvitauko on tarpeellinen. Kahvitaun kerrottiin olevan myös sosiaalinen, nautinnollinen sekä rentouttava. Kukaan ei kertonut kahvitaun olevan heidän mielestään huono.

Kyselyssä selvitettiin myös, mihin kahvitaulla on vaikutusta työntekijöiden mielestä. Seuraava kuva kertoo, kuinka kysymykseen vastattiin.



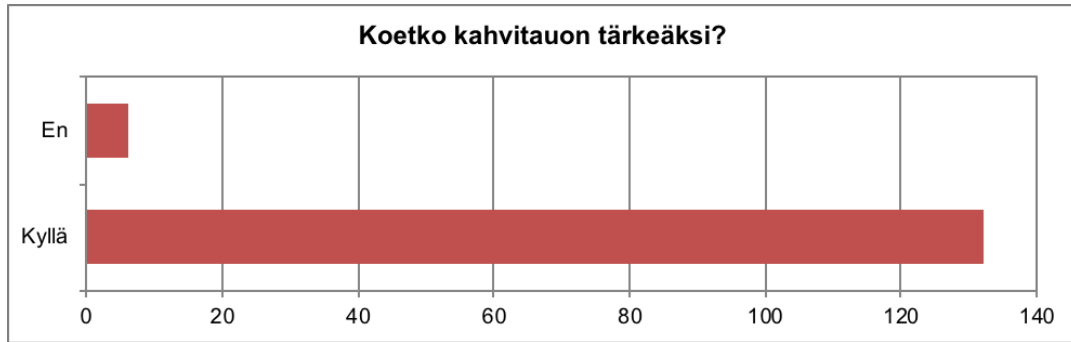
Kuva 10 Asiat, joihin kahvitauoilla on työntekijöiden mielestä vaikutusta

Vastaajista 86 prosenttia on sitä mieltä, että kahvitauko vaikuttaa työviihtyvyyteen. Yli puolet vastaajista kokee, että kahvitauko vaikuttaa myös työssä viihtymiseen sekä sosiaalisten suhteiden edistämiseen.

Kun työntekijöitä pyydettiin kuvailemaan kahvitaukooaan (kuva 5), useimmat vastasivat, että kahvitaukoa kuvastaa adjektiivi ”*motivaatio*” melko paljon. Kuitenkin vain 30 prosenttia vastasi, että kahvitauko vaikuttaa motivaatioon.

Noin kolmasosa vastaajista kertoi kahvitauon lisäävän työmotivaatiota, tuottavuutta sekä keskittymiskykyä. Yli kolmasosa myös kertoi kahvitauon vähentävän stressiä sekä väsymystä.

Vain muutama työntekijä vastasi kahvitauon lisäävän stressiä tai väsymystä.



Kuva 11 Kahvituksen tärkeys työntekijöille

132 vastanneista kertoi kokevansa, että kahvitauko on heille tärkeä. Myös osa teen juojista kertoo kahvitauolla olevan merkitystä. Vain kuusi työntekijää, neljä prosenttia vastaajista, oli sitä mieltä, että kahvitauolla ei ole merkitystä. Kysymyksen asettelu on hyvin yksiselitteinen, joten kysyin avoimessa kysymyksessä, miksi työntekijät kokevat kahvituksen tärkeäksi. Avoimiin kysymyksiin tuli 61 vastausta. Tässä otoksia vastauksista:

”Tauotus ja sosiaalinen vaikutus ovat erittäin tärkeitä, mutta etenkin sen rauhoittava vaikutus ja mielihyvä motivoivat.”

”Kahvitauko auttaa ottamaan hetkeksi etäisyyttä työhön. Sen jälkeen jaksaa keskittyä tylsempiinkin tehtäviin paremmin ja katsomaan pulmallisempia tehtäviä eri vinkkelistä.”

Avoimissa vastauksissa nousi usein esille kahvituksen merkityksellisyys sosiaalisena tekijänä. Vastauksista selvisi myös, että kahvitauolla usein puhutaan työasioista, mutta keskustelu siirtyy usein rennommaksi jutusteluksi ja kuulumisten vaihteluun. Nämä tekijät ovat olennaisia työviihtyvyyden sekä yhteenkuuluvuuden kannalta työyhteisössä. Useat vastaajista kertoivat tapaavansa kahvitauolla eri tiimin tai osaston kollegan, jota ei työn ohessa muuten usein tapaa. Esille nousi useaan otteeseen myös halu irrottautua omalta työpisteeltä hetkeksi. Ympäristön muutos antaa tilaa ajatella muita asioita tai vain hengähtää hetkeksi, minkä jälkeen työn teko maistuu paremmalta sekä tehokkuus ja keskittymiskyky lisääntyvät.

”Rentouttavaa sosiaalista kanssakäymistä; naurua. Työasioiden läpikäymistä, tiedonvaihtoa ja ideoiden saamista.”

Muutamit vastaajat, jotka eivät kokeneet kahvitaukoa tärkeäksi, kertoivat etteivät he ehdi pitää kahvitaukoa lainkaan työkiireiden vuoksi.

"Lounaan jälkeinen kahvitauko on tärkeä, mutta päivä ei mene pilalle, jos sitä ei pidä. Käymme tiimimme kesken lounaalla ja syödessä tulee juteltua vielä työasioista. Kahvin ääressä aiheet muuttuvat paljon rennommiksi."

Vaikka kysymyksessä kysyttiin yleisesti kahvitauoista, nousi Warrior Coffeen kahvila isoon rooliin avoimissa vastauksissa. Useat yhdistävät kahvitauon Warrior Coffeen kahvilaan, vaikka rakennuksessa on useita kahviautomaatteja ja työntekijät ovat itse hankkineet joillekin työpisteilleen omat kahvinkeitinimet. Warrior Coffeen kahvila on osalle työntekijöistä vastausten perusteella liian kaukana ja he eivät kerkeä kävellä kahvilaan asti nauttimaan kahvitaukoaan.

*"Työtä on tärkeä tauottaa, tulee monesti juteltua rennosti kollegoiden kanssa JA meillä on superhyvät kahvit Warriorissa. Myös meidän kerrokseen on tilattu hyvää kahvia ja hyvät keittimet niin ei tarvitse juoda ikinä kamalaa ***** automaattikahvia!"*

"Työkavereiden kanssa on todella mukava viettää hetki päivittäin ja lounas + kahvilatauko katkaisee työpäivän mukavasti, mikä auttaa irrottamaan ajatukset töistä. Koen että tauko vaikuttaa positiivisesti jaksamiseen erittäin paljon. Warrior-kahvila myös on erittäin viihtyisä paikka - musiikkia myöten."

"Tauko ja hyvä kahvi - hyvä mieli!"

Vastaajilta kysyttiin myös kokevatko he, että kahvitauko vaikuttaa heidän työssä viihtymiseen. Vastaukset olivat hyvin samankaltaisia. 96 prosenttia on sitä mieltä, että kahvitauko vaikuttaa työssä viihtymiseen. Vain kuusi, eli neljä prosenttia, vastaajista on sitä mieltä, että kahvitauko ei vaikuta työvihtymiseen.

Kun työntekijöiltä kysyttiin, miksi he kokevat kahvitauon tärkeäksi työvihtyvyyden kannalta, nousi esille vahvasti kahvitauon sosiaalisuus ja kuinka se vaikuttaa työssä viihtymiseen. Avoimia vastauksia tuli 54, eli 39 prosenttia vastaajista vastasi tähän avoimeen kysymykseen.

"Sosiaaliset tilanteet työpaikalla ovat rentouttaneet töissä käymistä, sekä olen tutustunut enemmän ihmisiin ympäri taloa."

"Töissä viettää suuren osan päivästä, siksi työkavereiden tunteminen on tärkeää. Haluan tuntea ihmiset, joiden kanssa olen tekemisissä."

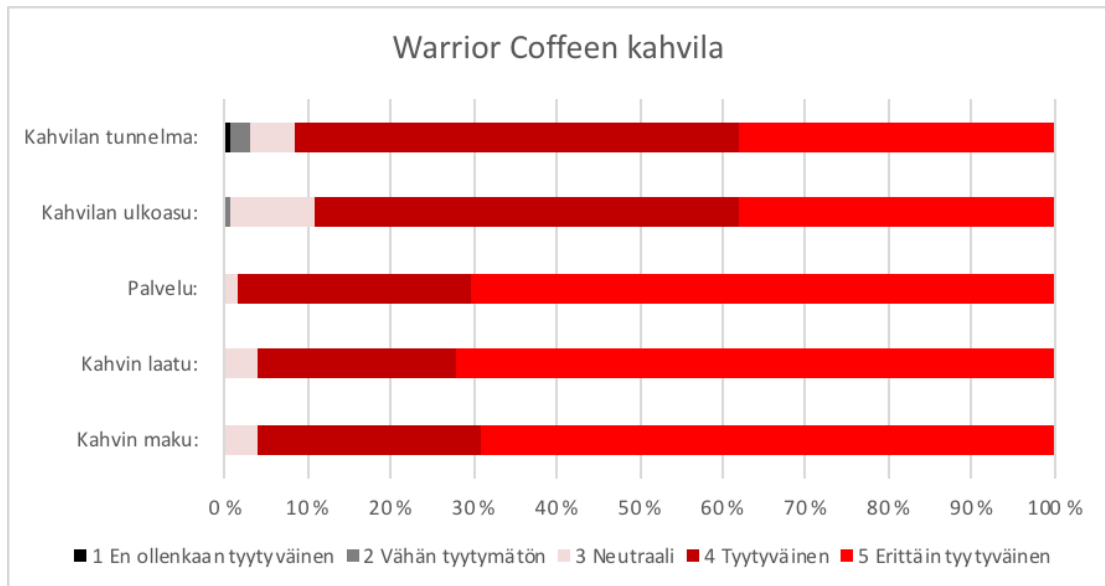
"Hyvästä kahvista tulee hyvä olo, jaksaa paremmin. Kun sen vielä saa juoda mukavassa ympäristössä, poissa omalta työpisteeltä, piristää se kummasti. Ja jos vielä on juttuseuraa, saa ajatukset hetkeksi pois omista töistään ja jaksaa taas paremmin keskittyä. Sitä paitsi usein kahvihetken aikana voi saada uusia hyviä ideoitakin työhön!"

Vastaukset vahvistavat käsitystä siitä, että sosiaalinen kanssakäyminen ja hyvät suhteet ovat tärkeitä työviihtyvyyden kannalta. Kahvitaumat luovat yhteenkuuluvuuden tunnetta, joka on yksi työhyvinvoinnin merkittäviä tekijöitä. Tauotus ja ympäristön muutos antaa mahdollisuuden hetkeksi sulkea työasioita mielestä. Lisäksi vastauksista nousi esille kahvitaumon merkitys työssä jaksamiseen, virkistymiseen sekä hyvinolontunteen lisääntymiseen. Vastauksista nousi ilmi, että useat vastaajat yhdistää Warrior Coffeen myös työssä viihtymiseen.

"Nämä ovat tärkeitä rentoutumisen ja yleisen viihtymisen kannalta. Aamu on mukava aloittaa kahvilla työn ohessa ja iltapäivällä sitä tulee juotua väsymykseen tai tavan takia. Todella tärkeitä työn, sosiaalisen kanssakäymisen ja viihtyvyyden kannalta ovat kuitenkin lounaskahvit Warriorissa!"

"Warriorissa käyminen piristää ja on mukava nähdä muita työntekijöitä, mikä ehkä auttaa siinäkin, että tuntee kuuluvansa samaan porukkaan. Työkaverit, joiden kanssa vietän kahvitaukoa, ovat sitten muutenkin niitä läheisimpiä, ja heidän kanssa on helpompi hoitaa työasioitakin. Tauko viihtyisässä ympäristössä katkaisee työpäivää hyvällä tavalla."

"Ilman kahvitaukoa työpäivä olisi todella harmaa. Kahvitaulla tarkoitan siis Warriorin kahvilassa käymistä, en kahvikoneen käyttämistä. Kahvitauko myös rytmittää päivää kivasti."



Kuva 12 Asiakastyytyväisyys Warrior Coffeen kahvilan palveluihin

Jotta voidaan tarkastella lisää, mihin kaikkeen Warrior Coffeen palvelulla voi olla vaikutusta työyhteisössä, oli selvitettävä, miten tyytyväisiä työntekijät ovat Warrior Coffeen toimistokahvipalveluun. Lisäksi kysymys on oleellinen Warrior Coffeelle, jotta toimistokahvipalvelua voidaan kehittää. Kuvaaja esittää vastaukset prosenttimääräisesti, kuinka vastaukset ovat jakautuneet kunkin aihealueen kohdalla. Tyytyväisyyttä mitattiin asteikolla yhdestä viiteen, jolla työntekijät arvioivat kahvilan tunnelmaa, ulkoasua, palvelua ja kahvin laatua sekä makua. Asteikolla numero yksi tarkoittaa, että asiakas ei ole ollenkaan tyytyväinen ja numero viisi tarkoittaa, että asiakas on erittäin tyytyväinen toimistokahvilan eri osa-alueisiin.

Kahvila sijaitsee lounasravintolan läheisyydessä erillisenä tilana. Kahvilaan astuessa voisi kuvitella olevansa, missä tahansa kahvilassa ja työympäristöstä se eroaa huomattavasti. Istumatilaa on reilusti sohvien, baarijakkaroitten sekä erillisten pöytäryhmien muodossa. Baaritiskiltä löytyy terveellisiä välipalavaihtoehtoja, suodatinkahvivalintoja termoskanuissa sekä laaja teevalikoima. Baaritiskin takana baristat valmistavat espresso-pohjaisia juomia ammattimaisilla välineillä. Kahvilassa on Naavan viherseinä sekä tuotehylly, jossa myydään Warrior Coffeen tuotteita.

Yli 90 prosenttia työntekijöistä on joko tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä kahvilan tunnelmaan. Vain yksi 138 vastaajasta taas ei ollut lainkaan tyytyväinen kahvilan tunnelmaan. Kahvilan ulkoasuun erittäin tyytyväisiä oli 36 prosenttia vastaajista ja tyytyväisiä oli 48 prosenttia vastaajista. Tästä voi siis päätellä, että kahvilan ulkoasuun ja tunnelmaan ollaan tyytyväisiä asiakasyrityksessä.

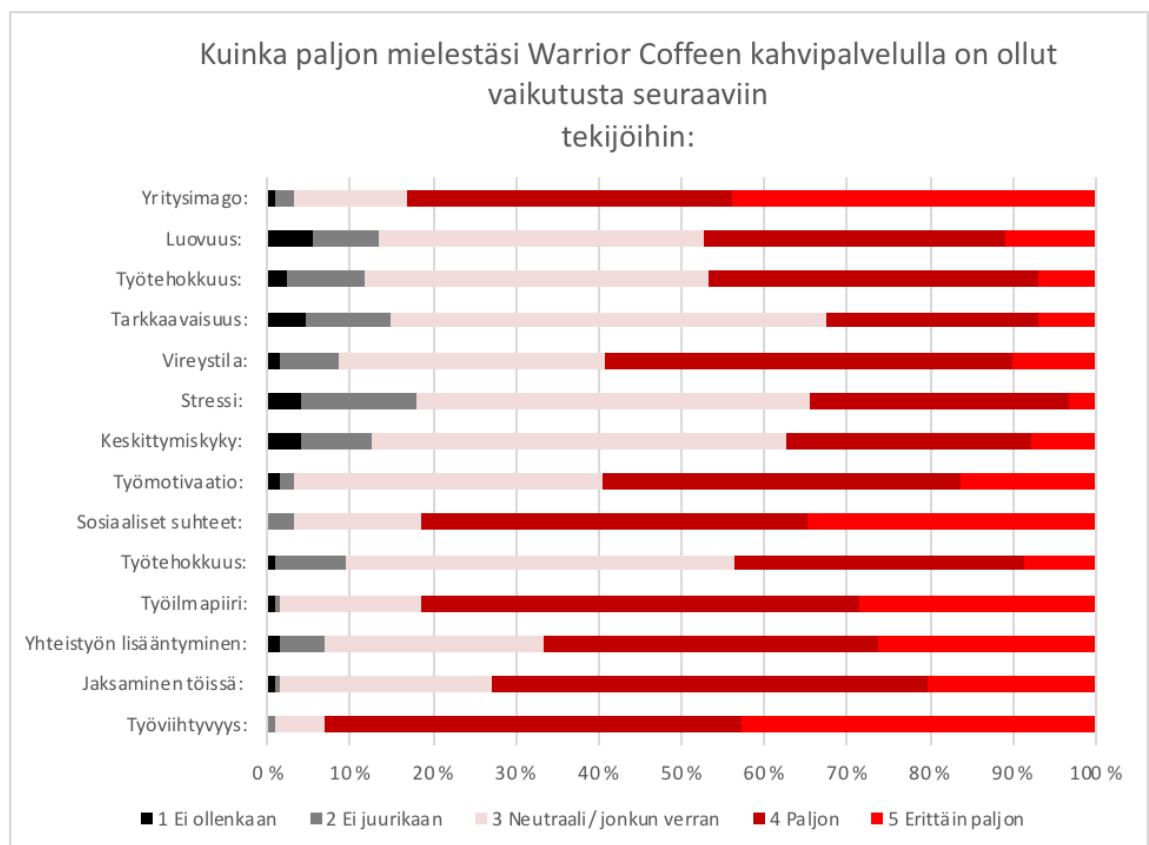
91 prosenttia vastaajista on tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä kahvilan palveluun. Osa kyselyn vastaajista jätti vastaamatta kysymykseen, minkä takia kuvaaja kertoo vain muutamien prosenttien vastanneen, että he kokevat kahvilan palvelun neutraalina. Avoimissa kysymyksissä nousikin usein esille tyytyväisyys asiakaspalveluun sekä baristoihin, jotka kahvilassa työskentelevät. Yli 90 prosenttia vastaajista on myös tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä kahvin makuun sekä laatuun.

”Todella kivat ja aina hyvällä tuulella olevat baristat on ihan huippuja :)”

”Maukas kahvi ja aina ystävällinen henkilökunta!”

”Mahtavat erikoiskahvit, erittäin hyvän makuinen ja laadukas kahvipapu. Baristat ammattitaitoisia ja aina ystävällinen ja rento palvelu. Kiva paikka!”

”Tykkään kovastikin! :) Ootte ihania! Kiitos, kun piristätte meidän työpäiviä!!”



Kuva 13 Warrior Coffeen kahvilalla on vaikutusta etenkin yritysimagoon sekä työviihtyvyyteen

Kyselyssä kysyttiin, kuinka paljon Warrior Coffeen kahvipalveluilla on ollut vaikutusta eri osa-alueisiin liittyen jaksamiseen, työilmapiiriin sekä työhyvinvointiin. Oli vaikea ennustaa,

mihin kaikkeen kahvipalvelulla voi isossa yrityksessä vaikuttaa. Valitsin arvioitaviksi asioiksi erilaisia työviihtyvyyden, työilmapiirin sekä työhyvinvoinnin tekijöitä, jotta saisin mahdollisimman laajan ymmärryksen siitä, mihin kaikkeen laadukkaalla kahvipalvelulla voidaan vaikuttaa.

Kuten kuvaaja osoittaa, yli 90 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että kahvipalvelu vaikuttaa paljon tai erittäin paljon työviihtyvyyteen. Aikaisemmassa taulukossa (kuva 10) esitettiin, mihin kaikkeen kahvitaulla on vaikutusta työntekijöiden mielestä. Vastaajista 86 prosenttia oli sitä mieltä, että kahvitauko vaikuttaa työviihtyvyyteen. Jopa 87 prosenttia vastaajista on sitä mieltä, että Warrior Coffeen kahvipalvelu vaikuttaa työviihtyvyyteen. Yli 70 prosenttia kertoi palvelun vaikuttavan myös työssä jaksamiseen. Hiukan yli 40 prosenttia vastaajista on sitä mieltä, että Warrior Coffeen kahvipalvelulla on vaikutusta myös työtehokkuuteen.

Yli 80 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että Warrior Coffeen palvelu vaikuttaa joko paljon tai erittäin paljon yritysimagoon. Vastaajille oli avattu sana yritysimago seuraavalla tavalla: *Yritysimago = Kuinka yrityksessänne käyvät vieraat sinun mielestäsi kokevat Warrior Coffeen kahvipalvelun vaikuttavan yrityksenne imagoon.

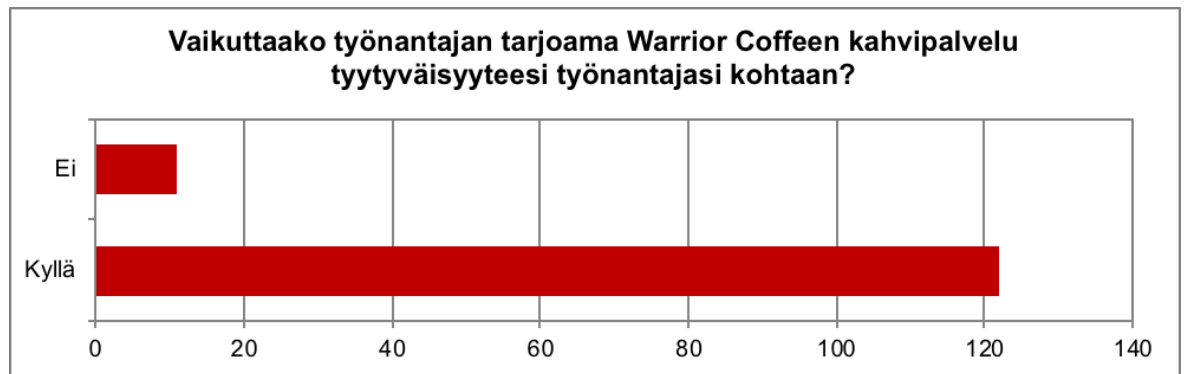
"Hyvä kahvi kahvipalveluineen tuo hyvän lisän. Jos kaksi muuten saman tasosta työnantajaa olisi valittavissa ja toisella laatukahvi, kun taas toisella pikakahviautomaatti, ei paljoa tarvitsisi miettiä kumman valitsee."

"Laadukas ja mukava palvelu piristää päivää. Kahvila varmasti antaa vierailijoidenkin hyvän kuvan meistä."

Sosiaalisten suhteiden rooli nousi korkealle myös tämän kysymyksen kohdalla. Yi 80 prosenttia vastaajista kertoi, että kahvipalvelulla on vaikutusta sosiaalisiin suhteisiin sekä hiukan yli 60 prosenttia kertoi sen vaikuttavan myös yhteistyön lisääntymiseen.

Työhyvinvoinnin kannalta tarkasteltiin vireystilaa, stressiä, tarkkaavaisuutta, luovuutta sekä keskittymiskykyä ja työmotivaatiota. Suurin osa, melkein 60 prosenttia vastaajista, on myös sitä mieltä, että palvelu vaikuttaa heidän vireystilaan joko paljon tai erittäin paljon. Hiukan yli 40 prosenttia vastaajista kokee palvelun vaikuttavan työtehokkuuteen sekä luovuuteen. Stressin sekä tarkkaavaisuuden osalta, Warrior Coffeen palvelun vaikuttavuuden työntekijät kokivat melko neutraaliksi.

Kun tarkastelee yleiskuvaa, voisi kuitenkin sanoa, että Warrior Coffeen kahvipalvelu vaikuttaa moneen eri tekijään niin työiihtyvyyden, työilmapiirin sekä työhyvinvoinnin osa-alueissa.



Kuva 14 Työntekijöiden mielipide Warrior Coffeen kahvilan vaikutuksesta tyytyväisyyteen työnantajaa kohtaan

Kysyin vaikuttaako työnantajan tarjoama kahvipalvelu työntekijöiden tyytyväisyyteen työnantajaa kohtaan. 122 työntekijää, eli 88 prosenttia vastaajista, kertoi kahvipalvelun vaikuttavan tyytyväisyyteen työnantajaa kohtaan. Vain 12 prosenttia vastaajista kertoi, ettei se vaikuta tyytyväisyyteen lainkaan.

Kysyin avoimella kysymyksellä, miksi työntekijä kokee tai vastaavasti ei koe Warrior Coffeen kahvipalvelun vaikuttavan tyytyväisyyteen työnantajaa kohtaan. Sain avoimeen kysymykseen vastauksia 71, mikä tarkoittaa sitä, että 51 prosenttia vastaajista vastasi avoimeen kysymykseen. Pidän tätä lukua korkeana peilaten siihen, kuinka vähäisiksi avoimien kysymysten vastausmäärät usein jäävät. Kyselyn avoimista kysymyksistä tämä kysymys keräsi eniten avoimia vastauksia.

”Avokonttoriin siirryttyä tarvitsemme jonkun erillisen sosiaalisen tilan vapaaseen (äänekkääseenkin) keskusteluun. Laadukas kahvi ammattilaisten tarjoamana luo puitteet hyvälle tauolle ja keskustelulle sekä motivoi meidätkin tavoittelemaan tavallista parempaa laatua kaikessa tekemisessämme.”

”Vaikutus on erittäin positiivinen. Warriorissa vietetyt lounastauot parantavat huomattavasti sosiaalisia suhteita, kun ihmiset tulevat tutuiksi. 70 % näistä kahvihetkestä puhutaan asioista työn ulkopuolelta, mutta jopa 30 % on puhdasta työ-asiaa, kun paikalla on usein oman core-porukan ulkopuolisia. Warriorin osuus työpaikan mukavuudesta on osoittautunut itsellekin yllättävän suureksi. Se on hetki päivästä, jota oikeastaan odottaa aika paljon.”

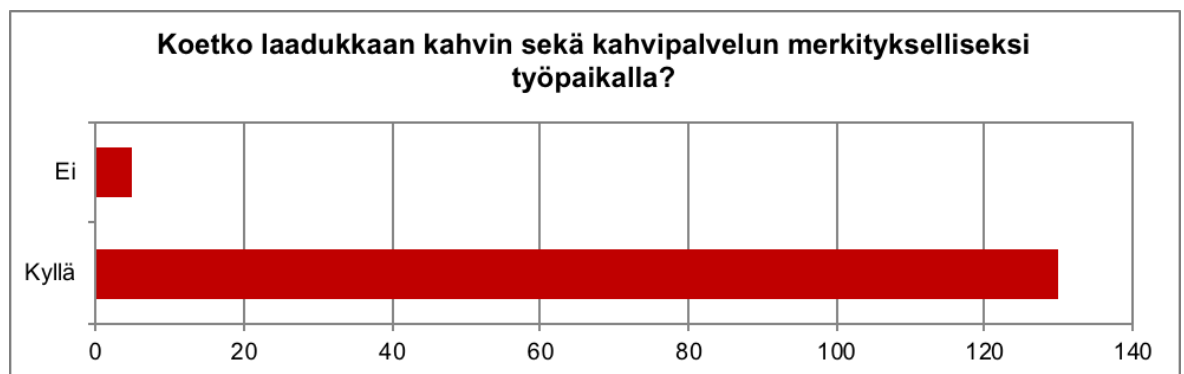
Useat kertoivat avoimissa vastauksissa kahvilan vaikuttavan sosiaalisiin suhteisiin ja jotkut mainitsivat erikseen, että työnantajan tarjoama kahvipalvelu viestii työntekijöille siitä, että heistä välitetään. Muutamat mainitsivat, että kahvipalvelu antaa myös työnantajasta sekä yrityksestä modernin kuvan.

”Laadukkaan kahvipalvelun tarjoaminen viestii siitä, että työntekijöistä välitetään.”

”Työnantaja selvästi haluaa, että työpaikalla viihdytään. Olen tyytyväinen, että cross-functional suhteitten ylläpitämiseen satsataan.”

”Se voitelee työntekijää. Tuntuu hyvältä, että arvostetaan tällaisella luksuksella.”

”Kahvilapalvelu työpaikan sisällä oli minulle ihan uusi juttu, ja tuntuu mukavalta, että työnantaja haluaa panostaa viihtyvyyteemme ja antaa hieman bonusta tällaisessakin muodossa.”



Kuva 15 Työntekijöiden kokemus laadukkaan kahvin merkityksestä työpaikalla

Kyselyssä kysyttiin myös, kokeeko työntekijät laadukkaan kahvin sekä kahvipalvelun merkitykselliseksi työpaikalla. Kysymys sitoo edellisiä kysymykset yhteen ja halusin painottaa sanaa ”laadukas”, sillä halusin erottaa heikkolaatuisen kahviautomaattikahvin ja laadukkaan kahvipalvelun erillisiksi asioiksi. Sen myötä halusin selvittää vaikuttaako työntekijään kahvin sekä kahvilakonseptin laadukkuus vai onko sillä merkitystä, millaisia kahvipalveluja työnantaja työntekijöillensä tarjoaa. Tässä kysymyksessä työntekijät olivat vielä yksimielisempiä siitä, että laadukas kahvipalvelu on merkityksellinen työpaikalla. Jopa 96 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että kahvipalvelu on merkityksellinen.

Avoimella kysymyksellä selvitettiin, miksi työntekijä kokee tai vastaavasti ei koe laadukkaan kahvipalvelun olevan merkityksellinen työpaikalla. Sain avoimeen kysymykseen

vastauksia 58. Avoin kysymys on merkityksellinen kyseisen kysymyksen kohdalla, sillä vastaajalla on näin mahdollisuus kertoa omin sanoin, miksi kahvipalvelu on tai ei ole hänelle tärkeä.

"Laadukas ja mukava palvelu piristää päivää. Kahvila varmasti antaa vierailijoleikin hyvän kuvan meistä."

*"Eihän kukaan nyt mitään ***** halua juoda."*

"Jos kahvi on hyvä, siitä nautitaan enemmän. Nauttiminen vähentää stressiä ja lisää viihtyvyyttä. Vaihtoehtona on hakea pahanmakuista kahvia automaatista ja juoda se työpisteellä, mikä on aika tylsä."

"Parantaa työviihtyvyyttä ja työilmapiiriä sekä omaa jaksamista."

"Huonostakin kahvista saa kofeiinia, mutta hyvä kahvi lisää hetken nautinnollisuutta. Toki sosiaalisuutta voi lisätä, jos voi yhdessä haukkua kahvin huonoutta työporukalla?"

6 Pohdinta

Tutkimusongelmani on, millainen merkitys Warrior Coffeen kahvipalvelulla on asiakasyrityksen työntekijöille. Tutkimuksen perusteella voi päätellä, että laadukkaalla kahvipalvelulla on vaikutusta työiihtyvyyteen sekä tyytyväisyyteen työnantajaa kohtaan. Lisäksi tutkimuksen perusteella voi sanoa, että laadukas kahvipalvelu koetaan merkitykselliseksi työpaikalla. Positiivisen työilmapiirin tärkeä tekijä on sosiaaliset suhteet. Kyselyn perusteella sosiaaliset kanssakäymiset ovat tärkeä ja olennainen osa kahvitaukoa Warrior Coffeen asiakasyrityksessä.

Kahvittelun perinne näyttää olevan edelleen olennainen osa työpäivää asiakasyrityksessä. Sen muoto on tosi muuttunut jonkin verran vuosikymmenien saatossa. Odotin, että kiire nousisi yleiseksi syyksi jättää kahvitauko pitämättä. Kuitenkin harva kertoi kiireen vaikuttavan heidän kahvitteluun. Sosiaalisten suhteiden toistuminen vastauksissa kertoo mielestäni siitä, että kyseisessä asiakasyrityksessä ollaan siirtymässä takaisin kahvittelun alkuperäisille juurille; kahvihetki nautitaan mielellään kollegan kanssa keskustellen pikaisten automaattikahvien sijaan.

Kahvitottumukset eivät ole juurikaan muuttuneet entisestään. Kahvia nautitaan työpaikoilla yhä reippain määrin ja yleisimmäksi syyksi kahvin nauttimiselle mainittiin, että työntekijät pitävät kahvin mausta. Kahvia nautitaan tasaisesti työpäivän aikana. Vastauksista ilmeni myös, että työntekijät kokevat kahvilla olevan enemmän positiivisia kuin negatiivisia vaikutuksia.

Kyselystä selvisi, että kahvia nautitaan yleisimmin kahdesta neljään kuppia päivässä. Tulokseen saattaa vaikuttaa käsitys siitä, millaiseksi annokseksi työntekijä mieltää ”kupillisen” kahvia. Joillekin kahvikupillinen saattaa tarkoittaa isoa kuppia ja toisille normaalikokoinen annos kahvia, joka on tilavuudeltaan kaksi desilitraa, on kupillinen. Kysymyksessä olisi selvennyksen vuoksi voinut olla määritelmä tilavuudeltaan kupin koolle, jotta tulokset olisivat tarkempia. Uskon kuitenkin, että määrät ovat vastaajille haastavia arvioitavia, joten tarkat määritelmät olisivat saattaneet vain hankaloittaa kysymykseen vastaamista.

Alakysymyksenä halusin selvittää kahvitottumuksien lisäksi, kuinka tyytyväisiä työntekijät ovat Warrior Coffeen kahvipalveluun ja mihin palvelulla on työntekijöiden näkökulmasta vaikutusta asiakasyrityksessä. Tutkimuksen perusteella voi sanoa, että asiakkaat ovat tyytyväisiä Warrior Coffeen toimistokahvilaan, sen palveluihin sekä kahvin makuun ja laatuun. Työntekijät kokevat, että palvelulla on vaikutusta etenkin sosiaalisiin suhteisiin,

työviihtyvyyteen, työilmapiiriin sekä yritysimageeseen. Sen sijaan vähemmän sillä on työntekijöiden mielestä vaikutusta stressiin, tarkkaavaisuuteen sekä keskittymiskykyyn.

Tutkimuksen perusteella voi sanoa, että kahvitaulla on edelleen merkitystä yrityskulttuurissa ja työnantajan kannattaa pitää työntekijöistään huolta panostamalla kahviin sekä kahvikulttuuriin työpaikalla.

6.1 Tutkimuksen reliabiliteetti

Otoskoko oli 138 työntekijää. On hankala arvioida, kuinka monen ulottuville kysely laajeni, koska kyseisessä yrityksessä on työntekijöitä, joilla ei ole tietokonetta käytössään tai he eivät liiku tiloissa, joissa opinnäytetyötä markkinoitiin. Lisäksi rakennuksessa on muidenkin alan yrityksiä, joiden työntekijät pääsevät nauttimaan Warrior Coffeen kahvipalvelusta.

Arviolta kysely on ollut noin 750 ihmisen saavutettavissa, jolloin otoskoko olisi riittävä, koska se on noin 18-prosenttia perusjoukosta. Arviossa on otettu huomioon asiakasyrityksen työntekijöiden määrä. Ei ole mahdollista, että perusjoukko kuitenkaan ylittäisi tuhatta työntekijää, jolloin otoskoko olisi edelleen riittävä.

6.2 Jatkotutkimusehdotukset

Jatkotutkimusehdotus tulevaisuutta varten voisi olla, kuinka laadukas kahvipalvelu vaikuttaa työtehokkuuteen ja tarkkaavaisuuteen sekä voiko sillä olla vaikutusta poissaolojen sekä sairauslomien vähenemiseen. Jatkotutkimuksissa voisi vielä tarkemmin pureutua eri aihealueisiin, joita opinnäytetyössäni käsittelin.

Lisäksi olisi mielenkiintoista tietää, miten tyytyväisiä kahvikulttuuriin ollaan yrityksissä, joissa juodaan heikompilaatuista kahvia.

7 Yhteenveto

Toteutin kyselyn Warrior Coffeen toimistokahvipalvelun asiakkaan työntekijöille. Asiakasyritys on kansainvälinen monialaryritys, joka työllistää Suomessa noin 750 työntekijää. Kysely rakennettiin Webropol-kyselypohjalla, joka toimii verkkoselaimen välityksellä. Kysely rakentui 27 kysymyksestä, joista kahdeksan oli avoimia kysymyksiä. Kysymysten määrä on perusteltu sillä, että Warrior Coffeen kahvipalvelun tueksi oli ensin selvitettävä yrityksen työntekijöiden kahvitottumukset.

Kahvitottumukset eivät juurikaan ole muuttuneet viime vuosikymmeninä. Kahvia kulutetaan edelleen reippaasti työyhteisöissä. Suurin osa asiakasyrityksen työntekijöistä (noin 70%) nauttii päivän aikana kaksi tai kolme kuppia kahvia päivässä. Vain 7% vastaajista kertoi, etteivät nauti kahvia lainkaan. Warrior Coffeen toimistokahvilassa nautitaan keskimääräisesti kuppi kahvia päivässä.

Kahvia nautitaan pääsääntöisesti joko aamulla tai lounasaikaan. Yleisimmät syyt kahvin nauttimiseen ovat sosiaaliset tekijät, työpäivän tauotus sekä työntekijät kertoivat yksinkertaisesti pitävänsä kahvin mausta. Yleisimmäksi syyksi, miksi kahvia ei nautita on se, että työntekijä haluaa nauttia muita virvokkeita, kuten esimerkiksi teetä.

Kahvin vaikutuksista esille nousi etenkin, että se koetaan piristävänä nautintoaineena. Seuraavaksi yleisimmät vaikutukset ovat: työtehokkuuden lisääntyminen, keskittymiskyvyn lisääntyminen sekä hyvinvointitunteen lisääntyminen. Vain harva kertoi kahvilla olevan negatiivisia terveysvaikutuksia.

Vastaukset eivät yllätä. Kuten teoriaosiossa mainittiin, suomalaiset juovat pääsääntöisesti kolmesta viiteen kuppia kahvia päivässä. Asiakasyrityksen työntekijät ovat siis perinteisiä kahvin kuluttajia. Myös teoria siitä, että noin 10 prosenttia suomalaisista juo vain kupillisen päivään ja saman suuruinen osuus ei nauti kahvia lainkaan, piti lähestulkoon paikkansa asiakasyrityksen työntekijöiden keskuudessa.

Kahvitaukoa kuvaillessaan työntekijät kertoivat sen olevan virkistävä, rento, hyvä, palkitseva, motivoiva, tarpeellinen sekä hyödyllinen. Useimmat kokevat kahvitauon olevan myös sosiaalinen, nautinnollinen sekä rentouttava. Vastaajista 86 prosenttia on sitä mieltä, että kahvitauko vaikuttaa työviihtyvyyteen. Yli puolet kokevat, että kahvitauko vaikuttaa myös työssä viihtymiseen sekä sosiaalisten suhteiden edistämiseen. Noin kolmasosa vastaajista kertoi kahvitauon lisäävän työmotivaatiota, tuottavuutta sekä keskittymiskykyä. Yli kolmasosa myös kertoi kahvitauon vähentävän stressiä sekä väsymystä.

Kahvitauko koetaan edelleen tärkeäksi. Avoimessa kysymyksessä nousi kahvitaun merkityksellisyys etenkin sosiaalisena tekijänä. Vastauksista nousi ilmi, että kahvitaulla usein puhutaan työasioista, mutta keskustelu muuttuu usein myös rennommaksi jutusteluksi ja kuulumisien vaihtamiseksi. Nämä tekijät ovat olennaisia työviihtyvyyden sekä yhteenkuuluvuuden kannalta työyhteisössä. Esille nousi useaan otteeseen myös halu irrottautua työpaikalta hetkeksi, jolloin voi ajatella muita asioita tai hengähtää, jonka jälkeen työskentely maistuu paremmalta sekä tehokkuus ja keskittymiskyky lisääntyvät.

Warrior Coffeen toimistokahvipalveluun asiakasyrityksen työntekijät ovat lähtökohtaisesti tyytyväisiä. Yli 90 prosenttia työntekijöistä on joko tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä kahvilan tunnelmaan. Kahvilan ulkoasuun erittäin tyytyväisiä on 36 prosenttia vastaajista ja tyytyväisiä 48 prosenttia vastaajista. 91 prosenttia vastaajista oli tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä kahvilan palveluun. Yli 90 prosenttia vastaajista oli myös tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä kahvin makuun sekä laatuun.

Suurin osa työntekijöistä on sitä mieltä, että Warrior Coffeen kahvipalvelu vaikuttaa paljon tai erittäin paljon työviihtyvyyteen. Suurin osa vastaajista kertoo palvelun vaikuttavan myös työssä jaksamiseen. Tutkimuksessa selvisi myös, että työntekijät näkevät laadukkaan kahvipalvelun vaikuttavan yritysimageeseen, eli siihen millä tavalla yritys nähdään ulkopuolisten silmin. Tutkimuksessa myös korostui kahvilan vaikutus sosiaalisiin suhteisiin.

Tutkimuksessa selvisi, että työnantajan tarjoama Warrior Coffeen kahvipalvelu vaikuttaa myös tyytyväisyyteen työnantajaa kohtaan sekä on usealle työntekijälle merkityksellinen etu.

”Huono kahvi pilaa koko kahvitaun.”

”Harva asia on tärkeämpää kuin hyvä kahvi.”

Aika hyvin sanottu. Millainen sinun kahvitaukosi on?

Lähteet

Finding Comfort in Coffee Cups: Social Breaks Help Workers Cope with Workplace Stress, Stroeback, P, Julkaistu: 16.9.2013, Luettavissa: <https://www.wiley.com/WileyCDA/PressRelease/pressReleaseld-109541.html> Luettu: 15.3.2018.

Haaga-Helia 2013. Tutkintosääntö. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/opinto-opas/yleista-hhsta/tutkintosaanto>. Luettu: 14.3.2018.

Hakanen, J. & Perhoniemi, R. (2012). Tarttuuko stressi? Teoksessa K. Ahola, S. Toppi-Tanner & A. Elo (toim.). Kaikki stressistä. Helsinki: Työterveyslaitos.

Hinkka, K., Kuoppala, J., Väänänen-Tomppo, I. & Lamminpää, A. (2013). Psychosocial work factors and sick leave, occupational accident, and disability pension: A cohort study of civil servants. *Journal of Occupational & Environmental Medicine* 55(2), 191-197.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Tammi. Helsinki.

How office coffee breaks make staff work harder, Bingham J., Julkaistu: 12.5.2010, The Telegraph, Luettavissa: <http://www.telegraph.co.uk/news/health/news/7710780/How-office-coffee-breaks-make-staff-work-harder.html> Luettu: 2.2.2018.

Le rôle sociétal du café en entreprise, Nespresso, Julkaistu: 20.11.2012, Luettavissa: https://www.nespresso.com/ecom/medias/sys_master/public/9317672714270.pdf Luettu: 2.2.2018.

Meillä on oikeus kunnan kahviin, Hakola E., Talouselämä, Julkaistu 8.11.2011, Päivitetty 26.8.2015, Luettavissa: <http://www.talouselama.fi/tyoelama/meilla-on-oikeus-kunnan-kahviin-3369312> Luettu: 10.3.2018.

Nieminen P., Puustinen T. 2014. Kahvi suuri suomalainen intohimo. Tammi. Painettu EU:ssa.

Pikakahvi on katoamassa työpaikoilta – automaattikahvi syntyy useammin vastajauheista pavusta, Koskinen S., Helsingin Sanomat, Julkaistu 24.8.2016, Luettavissa: <http://www.hs.fi/talous/art-2000002917525.html> Luettu: 5.3.2018.

Tietoa ja tutkimuksia työhyvinvoinnista, STM, Työ- ja tasa-arvo-osasto
Luettavissa: <http://stm.fi/tietoa-tyohyvinvoinnista> Viitattu 10.4.2018.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Luettavissa: http://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf. Luettu: 14.5.2018.

Työhyvinvointi, Työterveyslaitos, Luettavissa: <https://www.ttl.fi/tyoyhteiso/tyohyvinvointi/>
Viitattu 10.4.2018.

Valtioneuvoston asetus ammattikorkeakouluista (352/2003). Luettavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030352>. Luettu: 6.10.2017.

Viisi kuppia päivässä, Törmänen E., Tekniikka & Talous, 29.2.2008, Luettavissa:
<http://www.tekniikkatalous.fi/tyoelama/2008-02-29/Viisi-kuppia-p%C3%A4iv%C3%A4ss%C3%A4-3253593.html> Luettu: 6.10.2017.

Virolainen H., 2012 Kokonaisvaltainen työhyvinvointi. Author Publisher.

Walker J. R., Miller J. E. 2012. Supervision in the hospitality industry. Seventh Edition.
New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Liitteet

7.1 Liite 1.

Warrior Coffeen Kahvipalvelu

1. Sukupuoli *

- Nainen
- Mies
- En halua vastata

2. Ikä *

- 18
- 18-26
- 27-35
- 36-44
- 45-53
- 54-

Kahvitottumukset työpaikalla

3. Kuinka monta annosta kahvia juot päivässä?(Keskimääräisesti) *

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 tai useamman

4. Mihin aikaan päivästä juot kahvia? (Voit valita useamman vaihtoehdon) *

- En nauti kahvia lainkaan
- 7-10
- 10-12
- 12-14
- 14-16
- 16 jälkeen

5. Kuinka monta annosta kahvia juot päivässä työpaikalla? (Keskimääräisesti) *

- 0
- 1
- 2

- jn 3
- jn 4
- jn 5
- jn 6 tai useamman

6. Miksi juot kahvia työpaikalla? (Voit valita useamman) *

- Pidän kahvin mausta
- Tottumuksen vuoksi
- Tauottaakseni työpäivää
- Virkistymisen vuoksi
- Poistaakseni/ vähentääkseni väsymystä
- Sosiaalisten tekijöiden vuoksi
- Koska sitä on tarjolla
- Vähentääkseni stressiä
- Tavatakseni kollegan toiselta osastolta
- En juo kahvia, mutta liityn kollegoiden seuraan tauolle
- En juo kahvia, enkä pidä ollenkaan kahvitaukoja
- Jokin muu syy

7. Jos vastasit edelliseen kysymykseen syyksi "jokin muu syy" - mikä on syy, että juot kahvia työpaikalla?

8. Jos et juo kahvia työpaikalla, mikä on syy sille, ettet juo kahvia? (Voit valita useamman tai jos juot kahvia, voit jättää vastaamatta kysymykseen)

- Juon mielummin muita tuotteita (tee/ limonadi/ vesi/ mehu/ maito)
- Olen liian kiireinen nauttiakseni kahvia
- Kahvin laatu ei vastaa odotuksiani
- En ole tyytyväinen työpaikkani tarjoamiin kahvipalveluihin
- En pidä kahvin mausta
- Kahvi aiheuttaa levottoman tai muun ikävän tunteen
- Terveysystistä
- Kahvi pitää minut hereillä yöllä
- Jokin muu syy

9. Jos vastasit edelliseen kysymykseen syyksi "jokin muu syy" - mikä on syy, että et juot kahvia työpaikalla?

10. Kuinka hyvin seuraavat adjektiivit kuvailevat kahvitaukoasi useimmiten? 1 Erittäin vähän – 5 Erittäin paljon (Jos et juo kahvia, voit ohittaa kysymyksen)

	1	2	3	4	5	
Rentouttava: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Nautinnollinen: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Pikainen: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Sosiaalinen: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Innostava: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Tärkeä: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Hyödyllinen: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Tarpeellinen: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Motivoiva: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Palkitseva: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Hyvä: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Huono: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Rento: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Virkistävä: Erittäin vähän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon

11. Koen, että kahvi saa minussa aikaan seuraavia vaikutuksia: (Voit valita useamman) *

- Lisää keskittymiskykyäni
- Pirstää
- Rauhoittaa
- Vähentää stressiä
- Lisää stressiä
- Parantaa terveyttäni
- Heikontaa terveyttäni
- Lisää luovuuttani
- Lisää tehokkuuttani töissä
- Vähentää tehokkuuttani töissä
- Aiheuttaa tärinää
- Lisää väsymystä
- Lisää levottomuutta
- Aiheuttaa unettomuutta
- Lisää hyvinolontunnetta
- Lisää tarkkaavaisuutta
- Kahvilla ei ole minuun mitään vaikutusta
- Jokin muu

12. Jos vastasit edelliseen kysymykseen "jokin muu" - millaisia tunteita kahvi saa sinussa aikaan?

13. Mihin seuraavista koet kahvitaulla olevan vaikutusta? (Voit valita useamman) *

- Jaksaminen töissä
- Motivaation lisääntyminen
- Viihtyvyyttä töissä

- Tuottavuuden lisääntyminen
- Luovuuden lisääntyminen
- Keskittymiskyvyn lisääntyminen
- Stressin vähentyminen
- Stressin lisääntyminen
- Sosiaalisten suhteiden edistäminen
- Yleisen vireystilan lisääntyminen
- Tarkkaavaisuuden lisääntyminen
- Väsyneisyyden lisääntyminen
- Väsyneisyyden väheneminen
- Jokin muu vaikutus

14. Jos vastasit edelliseen kysymykseen "jokin muu vaikutus" - mihin koet kahvituolla olevan vaikutusta?

15. Koetko kahvituon tärkeäksi? *

- Kyllä
- En

16. Perustelut, miksi koet/ et koe kahvituon tärkeäksi?

17. Koetko kahvituon vaikuttavan työssä viihtymiseesi? *

- Kyllä
- En

18. Perustelu, miksi koet/ et koe kahvituon vaikuttavan työssä viihtymiseesi:

Warrior Coffeen kahvipalvelut (Jos et käytä Warrior Coffee kahvipalveluja, voit ohittaa tämän osion)

19. Kuinka useasti vieraillet Warrior Coffeen kahvilassa? (Keskimääräisesti)

- Kerran viikossa
- 2-4 kertaa viikossa
- Kerran päivässä
- 2-3 kertaa päivässä tai useammin
- En ollenkaan

20. Mihin aikaan yleensä vieraillet Warrior Coffeen kahvilassa? (Voit valita useamman)

- En nauti kahvia lainkaan
- 9-10
- 10-12
- 12-14
- 14-15

21. Kuinka monta kuppia työpaikalla nauttimistasi kahviannoksista on Warrior Coffeen tuotteita? (Keskimääräisesti)

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 tai useampi

22. Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin osa-alueisiin Warrior Coffeen kahvilassa? 1 En ole ollenkaan tyytyväinen – 5 Olen erittäin tyytyväinen

	1	2	3	4	5	
Kahvin maku: En ollenkaan tyytyväinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen erittäin tyytyväinen
Kahvin laatu: En ollenkaan tyytyväinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen erittäin tyytyväinen
Palvelu: En ollenkaan tyytyväinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen erittäin tyytyväinen
Kahvilan ulkoasu: En ollenkaan tyytyväinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen erittäin tyytyväinen
Kahvilan tunnelma: En ollenkaan tyytyväinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Olen erittäin tyytyväinen

23. Kuinka paljon mielestäsi Warrior Coffeen kahvipalvelulla on ollut vaikutusta seuraaviin tekijöihin? 1 Ei ollenkaan – 5 Erittäin paljon *Yritysimago = Kuinka yrityksessänne käyvät vieraat sinun mielestäsi kokevat Warrior Coffeen kahvipalvelun vaikuttavan yrityksenne imagoon.

	1	2	3	4	5	
Työviihtyvyyys: Ei ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Jaksaminen töissä: Ei ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Yhteistyön lisääntyminen: Ei ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Työilmapiiri: Ei ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Työtehokkuus: Ei ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Sosiaaliset suhteet: Ei ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Työmotivaatio: Ei ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Keskittymiskyky: Ei ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Stressi: Ei ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Vireystila: Ei ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Tarkkaavaisuus: Ei ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon
Työtehokkuus: Ei ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin paljon

Luovuus: Ei ollenkaan jn jn jn jn jn Erittäin paljon
Yritysimago*: Ei ollenkaan jn jn jn jn jn Erittäin paljon

24. Vaikuttaako työnantajan tarjoama Warrior Coffeen kahvipalvelu tyytyväisyyteesi työnantajasi kohtaan?

Kyllä

Ei

25. Perustelut miksi työnantajan tarjoama Warrior Coffeen kahvipalvelu vaikuttaa/ ei vaikuta tyytyväisyyteesi työnantajaasi kohtaan?

26. Koetko laadukkaana kahvin sekä kahvipalvelun merkitykselliseksi työpaikalla?

Kyllä

Ei

27. Perustelut, miksi koet/ et koe laadukasta kahvia sekä kahvipalvelua merkitykselliseksi työpaikalla.

28. Yhteystietolomake: Tähän voit jättää tietosi, jos haluat osallistua kahvipaketin arvontaan!

Etinimi

Sukunimi

Matkapuhelin

Sähköposti

Yritys / Organisaatio

Osasto

Kiitos ajastasi ja vastauksista!

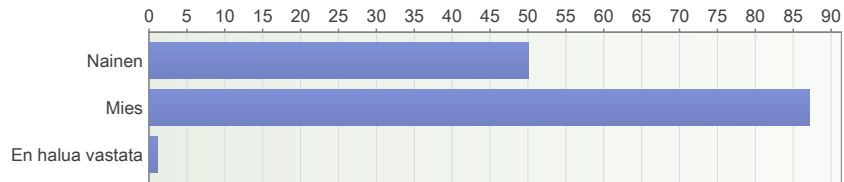
29. Tähän voit halutessasi jättää risut tai ruusut Warrior Coffeen kahvipalveluista. Arvostamme jokaista palautetta! :)

7.2 Liite 2.

Warrior Coffeen Kahvipalvelut - Peruserä

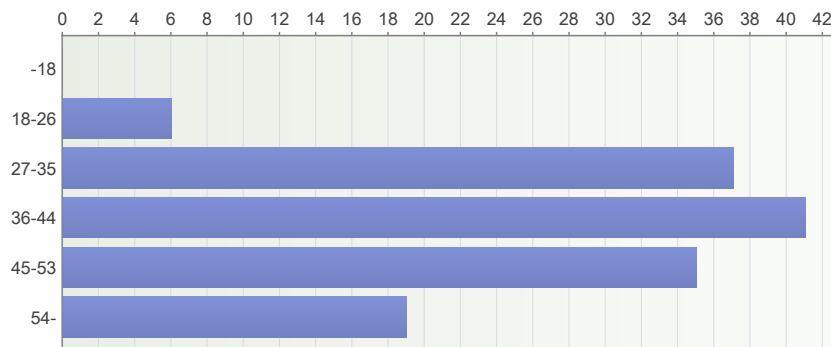
1. Sukupuoli

Vastaajien määrä: 138



2. Ikä

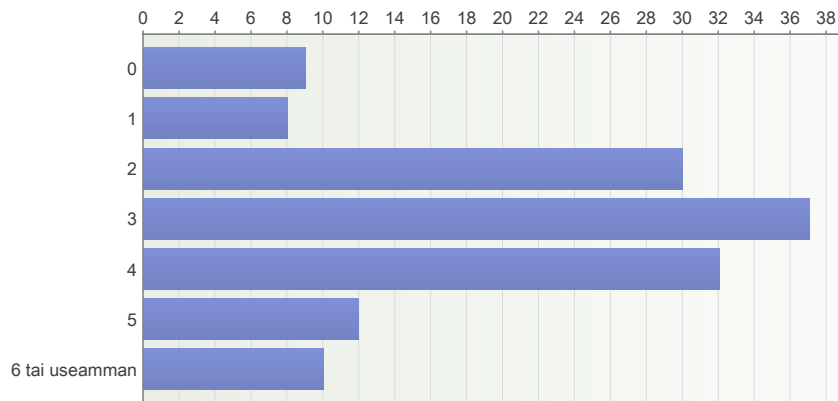
Vastaajien määrä: 138



Kahvitottumukset työpaikalla

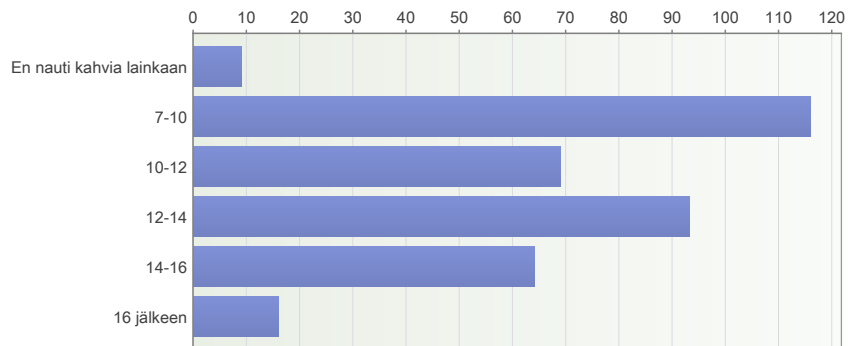
3. Kuinka monta annosta kahvia juot päivässä?(Keskimääräisesti)

Vastaajien määrä: 138



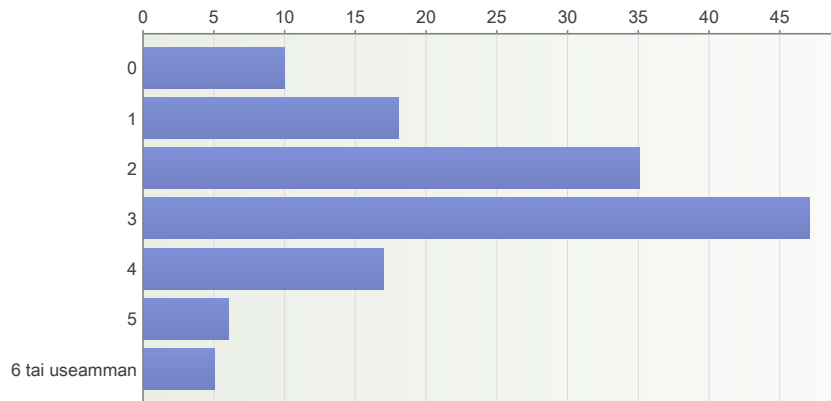
4. Mihin aikaan päivästä juot kahvia? (Voit valita useamman vaihtoehdon)

Vastaajien määrä: 138



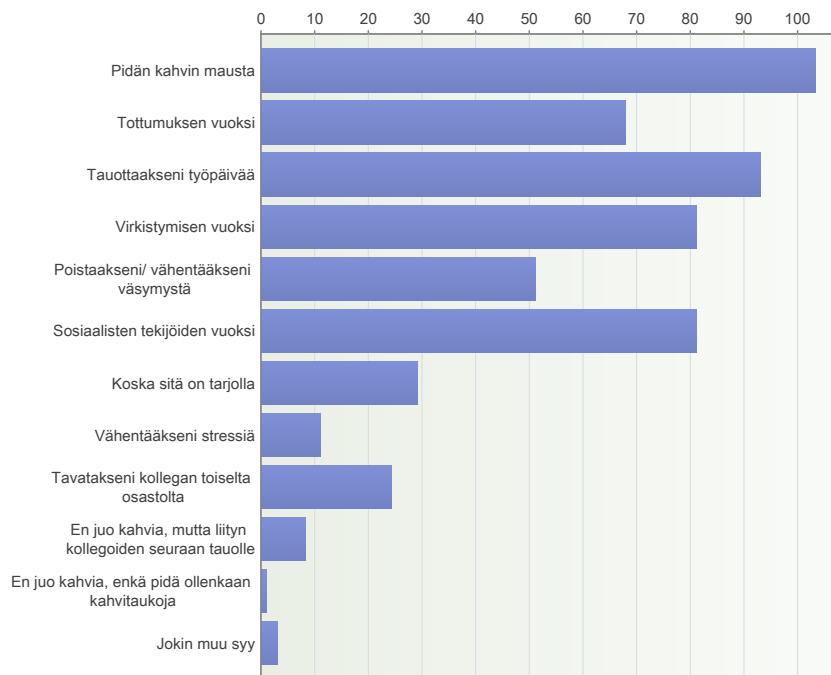
5. Kuinka monta annosta kahvia juot päivässä työpaikalla? (Keskimmääräisesti)

Vastaajien määrä: 138



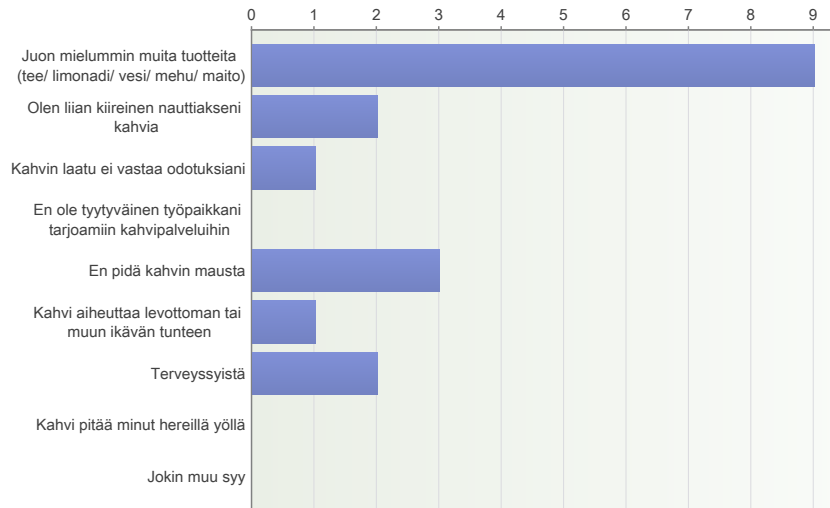
6. Miksi juot kahvia työpaikalla? (Voit valita useamman)

Vastaajien määrä: 138



7. Jos et juo kahvia työpaikalla, mikä on syy sille, ettet juo kahvia? (Voit valita useamman tai jos juot kahvia, voit jättää vastaamatta kysymykseen)

Vastaajien määrä: 13



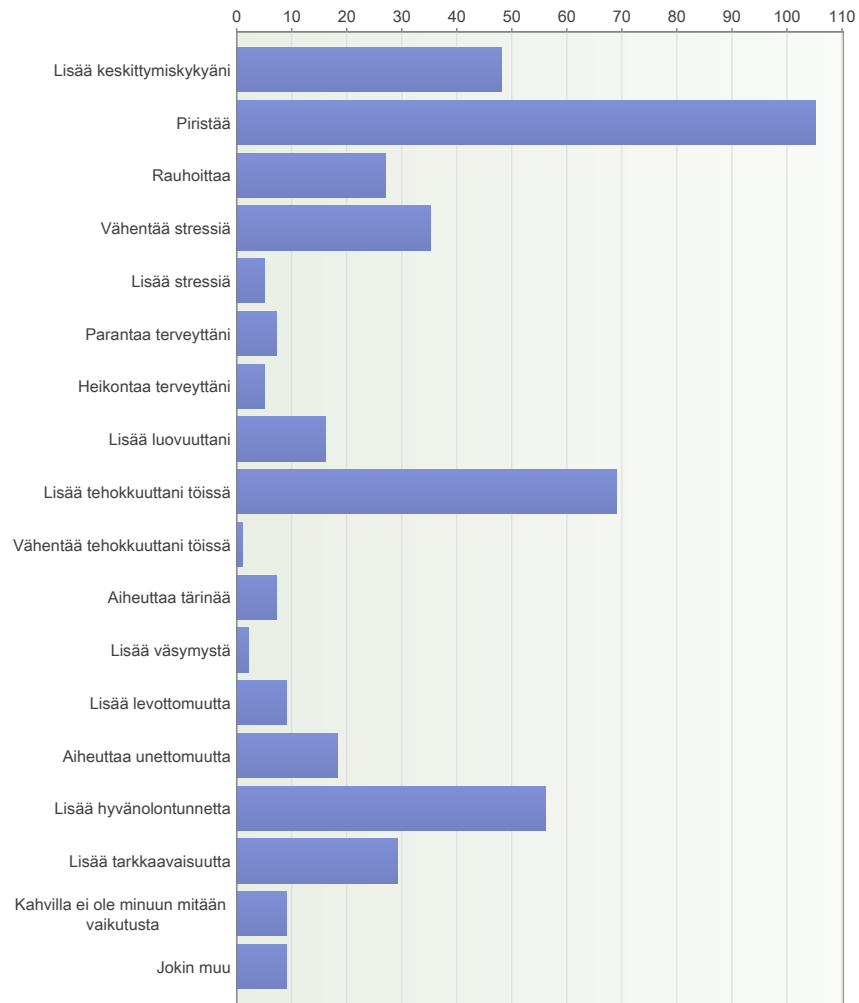
8. Kuinka hyvin seuraavat adjektiivit kuvailevat kahvitaukoasi useimmiten? 1 Erittäin vähän – 5 Erittäin paljon (Jos et juo kahvia, voit ohittaa kysymyksen)

Vastaajien määrä: 133

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Rentouttava: Erittäin vähän	1	6	23	82	21	Erittäin paljon	133	3,87
Nautinnollinen: Erittäin vähän	1	7	33	71	21	Erittäin paljon	133	3,78
Pikainen: Erittäin vähän	4	32	57	27	13	Erittäin paljon	133	3,1
Sosiaalinen: Erittäin vähän	1	16	28	62	25	Erittäin paljon	132	3,71
Innostava: Erittäin vähän	6	19	49	51	7	Erittäin paljon	132	3,26
Tärkeä: Erittäin vähän	5	10	24	60	33	Erittäin paljon	132	3,8
Hyödyllinen: Erittäin vähän	3	15	43	55	16	Erittäin paljon	132	3,5
Tarpeellinen: Erittäin vähän	2	13	22	66	29	Erittäin paljon	132	3,81
Motivoiva: Erittäin vähän	5	20	54	44	9	Erittäin paljon	132	3,24
Palkitseva: Erittäin vähän	6	27	45	43	11	Erittäin paljon	132	3,2
Hyvä: Erittäin vähän	1	2	23	84	22	Erittäin paljon	132	3,94
Huono: Erittäin vähän	80	45	7	0	0	Erittäin paljon	132	1,45
Rento: Erittäin vähän	1	4	28	77	22	Erittäin paljon	132	3,87
Virkistävä: Erittäin vähän	1	1	23	85	22	Erittäin paljon	132	3,95
Yhteensä	117	217	459	807	251		1851	3,46

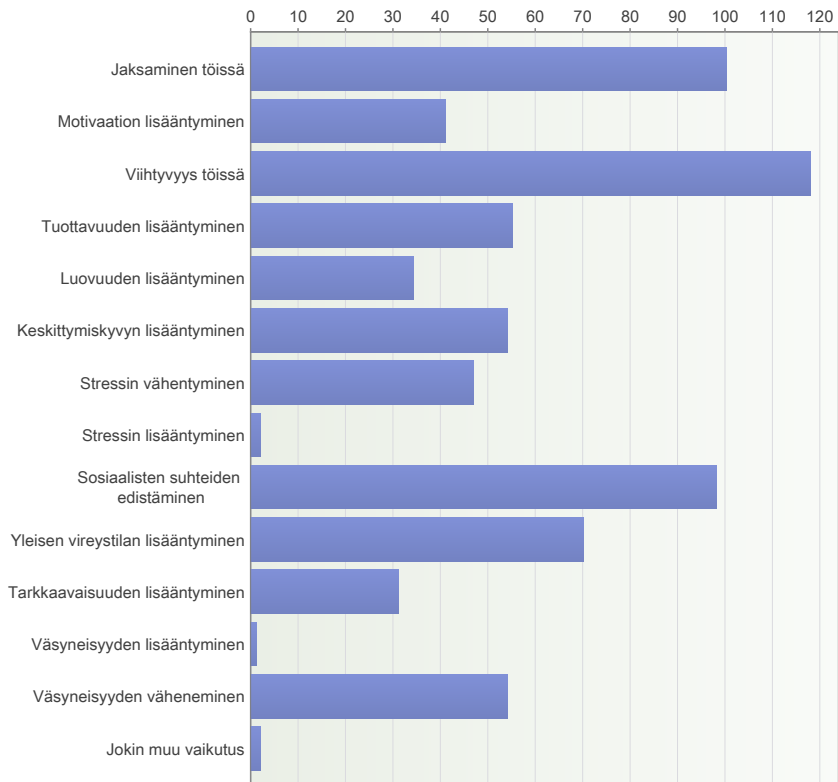
9. Koen, että kahvi saa minussa aikaan seuraavia vaikutuksia: (Voit valita useamman)

Vastaajien määrä: 138



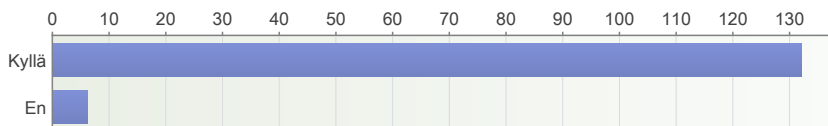
10. Mihin seuraavista koet kahvituolla olevan vaikutusta? (Voit valita useamman)

Vastaajien määrä: 138



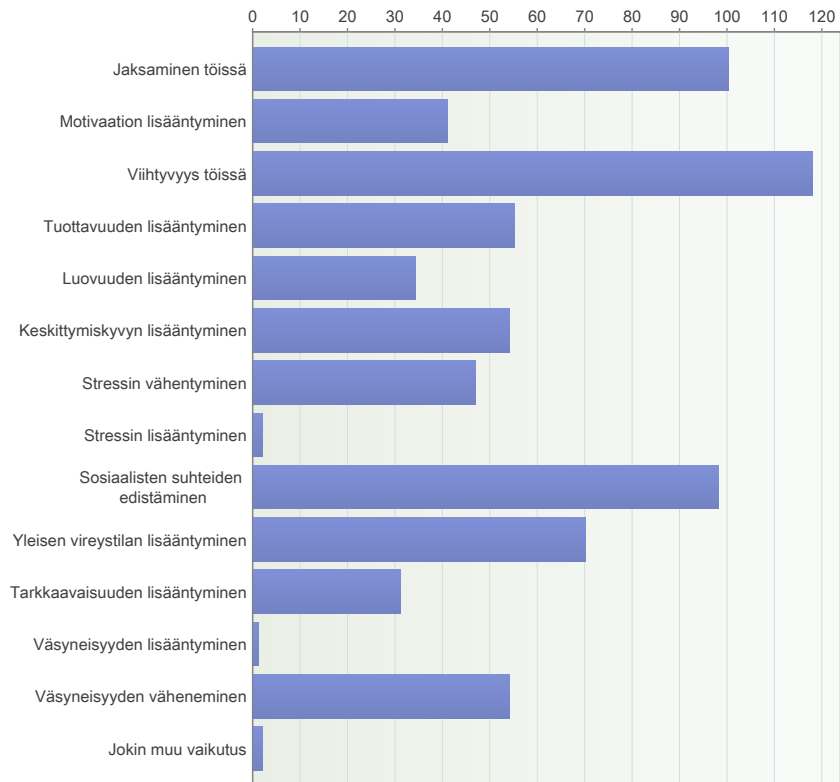
11. Koetko kahvituon tärkeäksi?

Vastaajien määrä: 138



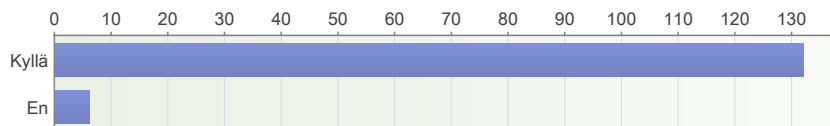
10. Mihin seuraavista koet kahvituolla olevan vaikutusta? (Voit valita useamman)

Vastaajien määrä: 138



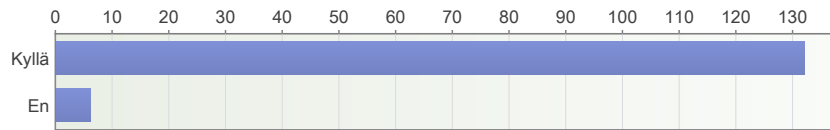
11. Koetko kahvituon tärkeäksi?

Vastaajien määrä: 138



12. Koetko kahvitaun vaikuttavan työssä viihtymiseesi?

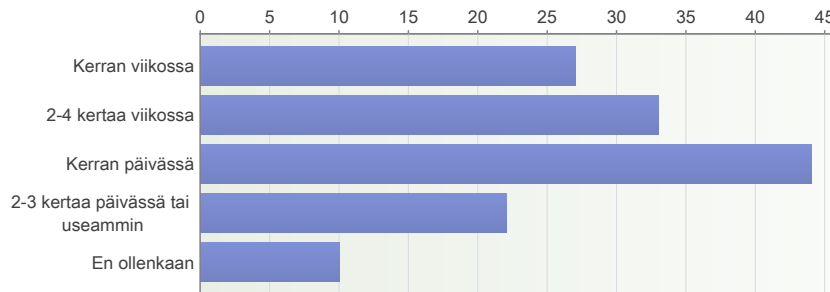
Vastaajien määrä: 138



Warrior Coffeen kahvipalvelut (Jos et käytä Warrior Coffee kahvipalveluja, voit ohittaa tämän osion)

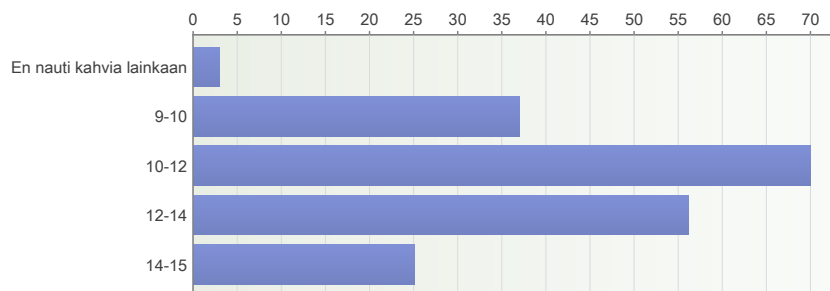
13. Kuinka useasti vieraillet Warrior Coffeen kahvilassa? (Keskimääräisesti)

Vastaajien määrä: 136



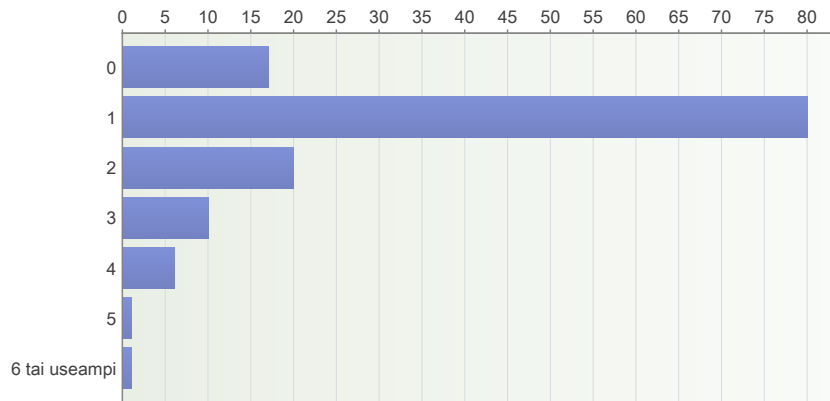
14. Mihin aikaan yleensä vieraillet Warrior Coffeen kahvilassa? (Voit valita useamman)

Vastaajien määrä: 133



15. Kuinka monta kuppia työpaikalla nauttimistasi kahviannoksista on Warrior Coffeen tuotteita? (Keskimmäärisesti)

Vastaajien määrä: 135



16. Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin osa-alueisiin Warrior Coffeen kahvilassa? 1 En ole ollenkaan tyytyväinen – 5 Olen erittäin tyytyväinen

Vastaajien määrä: 129

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Kahvin maku: En ollenkaan tyytyväinen	0	0	5	34	87	Olen erittäin tyytyväinen	126	4,65
Kahvin laatu: En ollenkaan tyytyväinen	0	0	5	30	91	Olen erittäin tyytyväinen	126	4,68
Palvelu: En ollenkaan tyytyväinen	0	0	2	36	90	Olen erittäin tyytyväinen	128	4,69
Kahvilan ulkoasu: En ollenkaan tyytyväinen	0	1	13	66	49	Olen erittäin tyytyväinen	129	4,26
Kahvilan tunnelma: En ollenkaan tyytyväinen	1	3	7	69	49	Olen erittäin tyytyväinen	129	4,26
Yhteensä	1	4	32	235	366		638	4,51

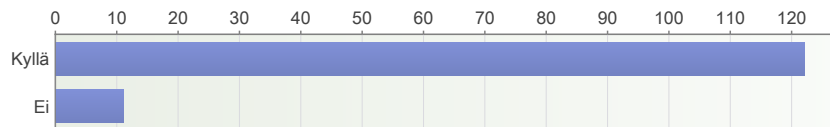
17. Kuinka paljon mielestäsi Warrior Coffeen kahvipalvelulla on ollut vaikutusta seuraaviin tekijöihin? 1 Ei ollenkaan – 5 Erittäin paljon *Yritysimago = Kuinka yrityksessänne käyvät vieraat sinun mielestäsi kokevat Warrior Coffeen kahvipalvelun vaikuttavan yrityksenne imagoon.

Vastaajien määrä: 129

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Työviihtyvyys: Ei ollenkaan	0	1	8	65	55	Erittäin paljon	129	4,35
Jaksaminen töissä: Ei ollenkaan	1	1	33	68	26	Erittäin paljon	129	3,91
Yhteistyön lisääntyminen: Ei ollenkaan	2	7	34	52	34	Erittäin paljon	129	3,84
Työilmapiiri: Ei ollenkaan	1	1	22	68	37	Erittäin paljon	129	4,08
Työtehokkuus: Ei ollenkaan	1	11	60	45	11	Erittäin paljon	128	3,42
Sosiaaliset suhteet: Ei ollenkaan	0	4	20	60	45	Erittäin paljon	129	4,13
Työmotivaatio: Ei ollenkaan	2	2	48	56	21	Erittäin paljon	129	3,71
Keskittymiskyky: Ei ollenkaan	5	11	64	38	10	Erittäin paljon	128	3,29
Stressi: Ei ollenkaan	5	18	61	40	4	Erittäin paljon	128	3,16
Vireystila: Ei ollenkaan	2	9	41	63	13	Erittäin paljon	128	3,59
Tarkkaavaisuus: Ei ollenkaan	6	13	68	33	9	Erittäin paljon	129	3,2
Työtehokkuus: Ei ollenkaan	3	12	53	51	9	Erittäin paljon	128	3,4
Luovuus: Ei ollenkaan	7	10	50	46	14	Erittäin paljon	127	3,39
Yritysimago*: Ei ollenkaan	1	3	17	49	55	Erittäin paljon	125	4,23
Yhteensä	36	103	579	734	343		1795	3,69

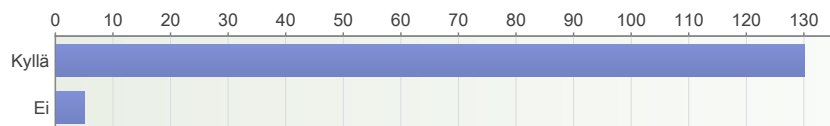
18. Vaikuttaako työnantajan tarjoama Warrior Coffeen kahvipalvelu tyytyväisyytesi työnantajasi kohtaan?

Vastaajien määrä: 133



19. Koetko laadukkaan kahvin sekä kahvipalvelun merkitykselliseksi työpaikalla?

Vastaajien määrä: 135



Kiitos ajastasi ja vastauksista!