

Työhyvinvointipäivän kiinnostavuus yritysasiakkaiden näkökulmasta

Case Lomakeskus Revontuli Oy

Kirsi-Maarit Latvala
Melissa Tuliranta

Opinnäytetyö
Marraskuu 2014

Matkailun koulutusohjelma
Matkailu- ja ravitsemisala





Tekijä(t) Latvala, Kirsi-Maarit Tuliranta, Melissa	Julkaisun laji Opinnäytetyö Sivumäärä 58	Päivämäärä 20.11.2014 Julkaisun kieli Suomi Verkkojulkaisulupa myönnetty: X
Työn nimi Työhyvinvointipäivän kiinnostavuus yritysasiakkaiden näkökulmasta Case Lomakeskus Revontuli Oy		
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Päivi Paukku		
Toimeksiantaja(t) Lomakeskus Revontuli Oy, Tommi Sipilä		
Tiivistelmä <p>Tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Hankasalmella sijaitsevalle Lomakeskus Revontuli Oy:lle. Lomakeskus Revontuli Oy haluaa suunnitella ja kehittää TYHY-päivä -pakettien tarjontansa. Työn tarkoituksena oli selvittää, onko yrityksillä kiinnostusta järjestää TYHY-päiviä, millaisia TYHY-päiviä he ovat viettäneet aikaisemmin ja miten Lomakeskus Revontulen tämän hetkinen TYHY-päivä – malliohjelman tarjonta vastaa yritysten tarpeisiin ja toiveisiin.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena puolistrukturoituna lomakekyselynä. Kysely lähetettiin verkkokyselynä 331:een Pieksämäen, Jyväskylän, Varkauden sekä Sisä-Savon seutukunnissa sijaitseviin yrityksiin. Kyseisillä alueilla toimivat yritykset ovat Lomakeskus Revontuli Oy:n potentiaalisimpia asiakkaita sijaintiensä vuoksi. Aikavälillä 10.10.2014 - 15.10.2014 kyselyyn vastasi yhteensä 42 eri yrityksen edustajaa.</p> <p>Tulokset osoittivat, että yritykset ovat järjestäneet säännöllisesti TYHY-päiviä. Suurin osa yrityksistä oli kiinnostunut järjestämään niitä myös tulevaisuudessa. Kuitenkin vain muutama vastanneista yrityksistä oli aikaisemmin viettänyt TYHY-päivää Lomakeskus Revontullessa. Pienten ja suurten yritysten budjeteissa sekä TYHY-päivien kestoissa, ajankohdissa ja sisältötoiveissa oli paljon eroja. Siksi paketteja suunniteltaessa niiden räätälöitävyys nousi tärkeäksi arvotekijäksi.</p> <p>Opinnäytetyön toimeksiantaja voi hyödyntää kyselyn tuloksia tulevien TYHY-päivien suunnittelu- ja markkinointivaiheissa. Työn tulokset tarjoavat myös hyvät lähtökohdat kvalitatiiviselle jatkotutkimukselle. Tällöin yritysten motiiveja ja toiveita TYHY-päivien suhteen voidaan syventää. Suurin osa vastaajista antoi myös Lomakeskus Revontuli Oy:lle luvan jälkimarkkinointiin, jolloin potentiaalisten yritysasiakkaiden tavoittaminen helpottuu.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Työhyvinvointi, TYHY-toiminta, TYHY-päivä, matkailutuote, markkina-analyysi		
Muut tiedot		



Author(s) Latvala, Kirsi-Maarit Tuliranta Melissa	Type of publication Bachelor's thesis	Date 20.11.2014
		Language of publication: Finnish
	Number of pages 58	Permission for web publication: X
Title of publication The attractiveness of a workplace wellness day from corporate customers' point of view Case Holiday Centre Revontuli Oy		
Degree programme Degree Programme in Tourism		
Tutor(s) Paukku, Päivi		
Assigned by Holiday Centre Revontuli Oy, Tommi Sipilä		
Abstract <p>This thesis was commissioned by Holiday Centre Revontuli Oy, which is located in Hankasalmi, Finland. Holiday Centre Revontuli Oy is planning and developing the offers of their workplace wellness packages. The purpose of the thesis was to find out what kind of workplace wellness days the companies had spent in the past and if they still have any interest in organizing these kinds of days also in the future. The thesis also aimed at finding out how the current workplace wellness days packages of Holiday Centre Revontuli Oy meet the needs and expectations of the companies.</p> <p>The study was carried out by using a quantitative half-structured online survey. The online survey was distributed by email to 331 companies, which were located in Pieksämäki, Jyväskylä, Varkaus and Sisä-Savo. The companies in these locations are potential customers of Holiday Centre Revontuli Oy. During 10.10.2014-15.10.2014 the responses of 42 different companies were received.</p> <p>The results of the study showed that companies have held workplace wellness days regularly in the past – and most of the companies are interested in organizing them also in the future. However, only a few of the responding companies had spent their workplace wellness days in Holiday Centre Revontuli Oy. The results also revealed that the budgets of small and large companies differ and there were also differences concerning the duration and the suitable point of time of these</p>		
Keywords/tags (subjects) Workplace wellness, TYHY-activity, TYHY-day, tourism product, market analysis		
Miscellaneous		

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Työhyvinvointi.....	5
2.1	Työhyvinvointi käsitteenä	5
2.2	Työhyvinvoinnin osa-alueet	6
2.3	TYHY-toiminta	10
3	Työhyvinvointi matkailutuotteena	11
4	Tutkimuksen toteutus	13
4.1	Tutkimusote ja tutkimuskysymykset.....	13
4.2	Aineiston keruu	14
4.3	Aineiston analysointi	16
4.4	Tutkimuksen luotettavuus	17
5	Tutkimustulokset ja johtopäätökset.....	19
5.1	Vastaajien taustatiedot	19
5.2	TYHY-pakettien kysyntä.....	20
5.3	Aikaisemmat TYHY-päivät	21
5.4	Optimaalinen TYHY-päivä.....	25
6	Markkina-analyysi työhyvinvointimatkailusta	31
6.1	Trendit ja tulevaisuus	31
6.2	Markkinoiden koko.....	34
6.3	Kilpailijakartoitus	36
6.4	Asiakkaat ja segmentointi	39
7	Pohdinta.....	40
	Lähteet	43
	Liitteet	48
	Liite 1. Lomakeskus Revontulen hyvinvointimalliohjelma	48
	Liite 2. Kyselylomake	54

Kuviot

Kuvio 1. Työhyvinvoinnin osa-alueet	6
Kuvio 2. Työhyvinvointimatkailun suhde muuhun matkailuun	12
Kuvio 3. Hyvinvointimatkailutuotteen kehitys.....	13
Kuvio 4. Yritysten toimialajakauma.....	20
Kuvio 5. Budjetin suuruus kaikkien vastanneiden kesken	21
Kuvio 6. Budjetin suuruus erikokoisilla yrityksillä	22
Kuvio 7. TYHY-päivän varausajankohta erikokoisissa yrityksissä	23
Kuvio 8. Yritysten aikaisemmissa TYHY-päivissä kokeillut aktiviteetit.....	24
Kuvio 9. Työhyvinvoinnin osa-alueiden tärkeys työyhteisön kehittämisessä.....	25
Kuvio 10. TYHY-päivän matkakohteen valintaan vaikuttavien tekijöiden tärkeys.....	26
Kuvio 11. Ihanteellinen vuorokauden aika erikokoisilla yrityksillä	27
Kuvio 12. Revontulen tarjoamien aktiviteettien kiinnostavuus kaikkien vastaajien kesken.....	29
Kuvio 13. Tietoisuus työeläkeyhtiöiden tuesta	29
Kuvio 14. Tietoisuus tuesta erikokoisissa yrityksissä	30
Kuvio 15. Luentoaiheiden kiinnostavuus	31

Taulukot

Taulukko 1. Työpaikan terveydenhuollon toiminnan seuranta	35
Taulukko 2. Kilpailijakartoitus	37

1 Johdanto

Työhyvinvoinnin vaikutuksia organisaatioiden kilpailukykyyn ja niiden taloudelliseen menestykseen on huomioita viime aikoina useiden eri tahojen johdosta. Yritysten kannattaisikin keskittyä parantamaan ja edistämään työhyvinvoinnin osa-alueita, sillä niihin kulutettu rahasumma ei ole missään nimessä hukkaan heitettyä. Mikäli työhyvinvointia lisäävät toimenpiteet ovat hyvin suunniteltu ja toteutettu, voivat hyödyt olla tutkimusten mukaan jopa kuusinkertaisia panostuksiin nähden. (Työterveyslaitos 2014.) *"Hyvinvoiva henkilöstö on nykypäivänä työpaikan tärkein voimavara"*, todetaankin Työterveyslaitoksen verkkosivuilla.

Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen selvitti verkkokyselyn avulla henkilöstöpäätäjien käsityksiä työhyvinvoinnin tilasta heidän omissa yrityksissään. Kyselyn tulokset julkaistiin Työhyvinvoinnin pulssi 2014 – nimisessä julkaisussa 2.10.2014. Kyselyssä selvitettiin myös taantuman vaikutuksia työhyvinvointiin. Tulokset osoittivat taantuman vähentäneen henkilöstön työhyvinvointia, mutta sen kehittäminen koettiin yrityksissä silti tärkeäksi asiaksi. Siihen halutaan keskittyä myös tulevaisuudessa, sillä *"henkilöstö luo yrityksen kilpailukyvyn"*. Jopa 83 % vastaajista koki työhyvinvoinnilla olevan mitattavia vaikutuksia yrityksen tulokseen. (Työhyvinvoinnin pulssi 2014.) Siksi yrityksille suunnatuilla TYHY-paketeilla voisikin olla tilausta tämän hetkisestä haastavasta taloudellisesta tilanteesta huolimatta. TYHY-paketteja tarjoavan yrityksen tehtäväksi jää löytää ja kehittää kullekin työyhteisölle sopivin paketti.

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka kiinnostuneita yritykset ovat järjestämään TYHY-päiviä ja kuinka Lomakeskus Revontuli Oy:n tämän hetkinen tarjonta vastaa yritysten toiveisiin. Tutkimuksessa pyrittiin myös selvittämään millaisia TYHY-päiviä yrityksissä on aikaisemmin järjestetty. Näin voidaan verrata aikaisempien TYHY-päivien sisältöä nykyisiin sisältötoiveisiin.

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena puolistrukturoituna verkkokyselynä. Tutkimuksen perusjoukkoon kuuluivat Jyväskylän, Pieksämäen, Varkauden ja Sisä-Savon seutukunnissa toimivat yritykset. Tulosten perusteella arvioitiin Lomakeskus Revontuli

Oy:n tämän hetkisen hyvinvointipäivän malliohjelman kiinnostavuutta yritysten näkökulmasta, ja esitetään kehitysehdotuksia malliohjelman sisällön parantamiseksi. Kyselyn perusteella tehtiin myös markkina-analyysi työhyvinvointimatkailusta. Tutkimuksen tulosten pohjalta Lomakeskus Revontuli Oy voi suunnitella erikokoisiin yrityksiin vetoavia TYHY-päivä- paketteja. Myös työhyvinvointimatkailutuotteiden markkinointiin yrityksille voidaan kiinnittää huomiota.

Työn tietoperustassa käsitellään työhyvinvointia yleisellä tasolla ja sen osa-alueita, sekä avataan TYHY-toiminta käsitettä. Sen jälkeen siirrytään kertomaan työhyvinvoinnista matkailutuotteena. Tietoperustan avulla voidaan ymmärtää paremmin kaikki työhyvinvointiin vaikuttavat tekijät, ja kuinka työhyvinvoinnista voidaan muodostaa matkailutuote.

Työhyvinvointi on meitä molempia koskettava aihe ja se näkyy jokapäiväisessä elämässämme. Halusimme opinnäytetyötä tehdessämme oppia ymmärtämään työhyvinvoinnin eri ulottuvuuksien tärkeydet kiinnostavien matkailutuotteiden luomisen pohjana. Aiheen valitsemista helpotti myös se, että olimme opintojemme aikana tehneet kehitystehtäviä Lomakeskus Revontululle. Täten toimeksiantaja oli jo entuudestaan tuttu.

Toimeksiantaja: Lomakeskus Revontuli Oy

Lomakeskus Revontuli Oy sijaitsee Hankasalmella Keski-Suomessa. Sijainti järvimaisemissa mahdollistaa monipuolisten palveluiden tuottamisen kauniin ja puhtaan luonnon keskellä. Revontulen palvelutarjonnan kokonaisuuden muodostavat majoitus-, ravitsemis-, juhla-, kokous-, aktiviteetti- ja hyvinvointipalvelut. Erityisesti kesäisin asiakkaita houkuttelee paikalle Revontulen tarjoama 18-reikäinen golfkenttä. Talvisin vetonaulana toimivat erilaiset esiintyvät artistit. (Lomakeskus Revontuli Oy 2014.)

Arvojaan Lomakeskus Revontuli Oy määrittelee seuraavin sanoin: ihmisläheinen, palveluhenkinen, aito ja ”vielä vähän enemmän”. Revontuli kuvailee itseään aktiivisten ihmisten ympärivuotiseksi mukavuusalueeksi, joka kutsuu asiakkaat rauhoittumaan, rentoutumaan tai villiintymään. (Mt.)

Revontulen historian aikana sen omistajat ja ideat ovat vaihtuneet moneen kertaan, ja paikoin yritystoimintaa on ollut vaikea saada onnistumaan. Viimeisimpänä toimijana ennen Revontulta paikalla toimi Hankamotelli-niminen majoituspalveluyritys. Nykyiset omistajat aloittivat toiminnan kyseisellä paikalla vuonna 1993. Nykyään Lomakeskus Revontuli Oy on menestynyt lomakeskus ja perheyritys, jonka toimitusjohtajana toimii perheen tytär Tiia Valkama. (Mt.)

Lomakeskus Revontulen kehitysjohtaja Tommi Sipilän mukaan, TYHY-päiviä järjestetään tällä hetkellä noin 5-6 kappaletta kuukaudessa. Noin 95 prosenttia asiakkaista tulee Jyväskylän, Sisä-Savon ja Varkauden seutukunnista. Siksi opinnäytetyön kysely suunnattiin edellä mainittujen seutukuntien yrityksille. Lomakeskus Revontulen kokonaisliikevaihdosta noin 35 prosenttia tulee yritysasiakkailta. Yritysten tiloissa järjestettävien TYHY-päivien ja yritysasiakkaiden määrä olisi tarkoitus tuplata tulevaisuudessa. (Sipilä 2014.)

2 Työhyvinvointi

2.1 Työhyvinvointi käsitteenä

Työsuojelusanasto (2006, 144) on määritellyt työhyvinvoinnin seuraavasti: Työhyvinvointi tarkoittaa työntekijän fyysistä ja psyykkistä olotilaa, joka perustuu työn, työympäristön ja vapaa-ajan sopivaan kokonaisuuteen. Työhyvinvointia edistäviksi tekijöiksi työsuojelusanasto on nostanut esiin työntekijän ammattitaidon ja työn hallinnan.

Sosiaali- ja terveysministeriö (2014) on puolestaan määritellyt työhyvinvoinnin tarkoittavan työn turvallisuutta, terveellisyyttä sekä mielekkyyttä. Työhyvinvointia heidän mukaansa lisäävät muun muassa hyvä ja motivoiva johtaminen, työyhteisön ilmapiiri sekä työntekijöiden ammattitaito.

Molemmille näille määrittelyille on yhteistä niiden moniulotteisuus; työhyvinvoinnin ei odoteta koostuvan vain yhdestä tietystä seikasta, vaan se on useammasta tekijästä koostuva kokonaisuus. Juuti ja Salmi (2014) ovat kuitenkin todenneet, että heidän

mielestään työhyvinvoinnin käsitettä on mahdotonta määritellä. Heidän mukaansa työhyvinvointi, kuten hyvinvointi ja elämä yleensäkin, jäsentyvät jokaisella ihmisellä erilaisiksi (Juuti & Salmi 2014, 37).

2.2 Työhyvinvoinnin osa-alueet

Seuraavassa kerrotaan työhyvinvointiin vaikuttavista tekijöistä Keskinäisen Työeläkevakuutusyhtiö Varman työhyvinvointiympyrän osa-alueiden mukaisesti. Nämä osa-alueet ovat johtaminen, työyhteisö, osaaminen, motivaatio, elämäntilanne ja terveys.



Kuvio 1. Työhyvinvoinnin osa-alueet (Muutos haastaa työhyvinvoinnin n.d, 7.)

Kun henkilöstö on osaavaa ja voi hyvin, se jaksaa tehdä tuloksellista työtä ja jatkaa pidempään työelämässä. Siten tulokset heijastuvat suoraan myös yrityksen taloudelliseen tilanteeseen parantamalla tulosta ja tuottavuutta sekä lisäten asiakastyytyväisyyttä. Siksi kaaren uloimpana ovat taloudelliset vaikutukset, johon nämä kaikki yksittäiset osa-alueet ovat joko suoraan tai epäsuoraan yhteydessä. (Muutos haastaa työhyvinvoinnin, 6-7.)

Johtaminen

Aivan ympärön ytimessä on johtaminen. Työeläkevakuutusyhtiö Varman (2014) mukaan *"johtaminen heijastuu kaikkeen toimintaan ja vaikuttaa jokaiseen työntekijään"*. Hyvää johtajuutta ja sen tärkeyttä on pohdittu lukuisissa eri teoksissa, ja sen vaikutusta tulokselliseen työntekoon sekä positiiviseen työilmapiiriin tuskin kukaan voi kiistää. Sosiaali- ja terveysministeriön (2014) mukaan *"hyvällä johtamisella on suuri vaikutus työhyvinvointiin ja työurien pidentymiseen sekä työelämän laatuun ja työn tuottavuuteen"*.

Sosiaali- ja terveysministeriön koordinoima Työhyvinvointi-Foorumi on julkaissut Hyvä pomo-taskuoppaan, johon on koottu hyvän johtajuuden tunnusmerkkejä. Opas antaa myös konkreettisia vinkkejä siitä, kuinka toimia hyvänä esimiehenä. Kyseisen oppaan mukaan hyvä johtaja on *"oikeudenmukainen ja aidosti kiinnostunut työntekijöistään."* Kun työntekijä kokee johtamistyylin epäreiluksi, voi se heijastua suoraan myös asiakkaisiin. Yhden maailman suurimman hotelliketjun Marriott Internationalin toimitusjohtaja J. W. Marriott Jr. onkin todennut seuraavaa: *"We know that if we treat our employees correctly, they'll treat the customer right"* (Bell & Zemke 2007, 18).

Usein huomio suunnataan esimiehen kykyyn johtaa alaisiaan, mutta Hyvä pomo-taskuopas muistuttaa myös siitä, kuinka tärkeää hyvän johtajan on johtaa myös itseään. Hyvä johtaja on tietoinen omasta itsestään, arvoistaan, ajatuksistaan sekä tavastaan puhua ja toimia vuorovaikutustilanteissa. (Hyvä pomo-taskuopas.) Vaikka esimiestehtävissä toimivien työuupumusta on tutkittu tähän mennessä harmillisen vähän, osoittaa Helsingin yliopistossa syksyllä vuonna 2013 tarkastettu psykologian lisensiaatin tutkimus, kuinka esimiesten stressi ja työuupumus ovat yhteydessä myös työntekijöiden stressiin ja työuupumukseen. Lisensiaatti Palo mainitseekin, kuinka esimiesten työuupumuksella voi pahimmillaan olla varsin laaja-alaisia vaikutuksia koko työyhteisön työhyvinvointiin (Laakso 2014). Tämä on yksi syy, minkä vuoksi esimies ei saisi olla itseään kohtaan liian ankara; myös esimiesten tulisi oppia tietämään ja tunnistamaan omat heikkoutensa ja rajansa (Hyvä pomo-taskuopas).

Työyhteisö

Yhteiset tavoitteet ja selkeät pelisäännöt ovat hyvin toimivan työyhteisön tunnusmerkkejä. Jokainen työyhteisön jäsen vaikuttaa työpaikalla vallitsevaan ilmapiiriin. Työntekijät voivat siis omalla toiminnallaan joko edistää tai jarruttaa työhyvinvointia. (Muutos haastaa työhyvinvoinnin, 9.) Tämä tarkoittaa sitä, että vastuuta työhyvinvoinnista ei voida kokonaan sysätä johdon harteille, vaikka organisaatioiden johtamiskulttuurilla tärkeä rooli työhyvinvoinnin kannalta onkin.

Rauramon (2004, 127) mukaan hyvän ja tasa-arvoisen työyhteisön kriteereihin on katsottu kuuluvan muun muassa yhteiset arvot ja yrityskulttuuri, yhteisöllisyys ja yhteishenki, yhteiset tavoitteet ja oman työn merkityksen ymmärtäminen, ura- ja kehittymismahdollisuudet, vaikutus- ja osallistumismahdollisuudet, oikeudenmukaisuus, tasa-arvo sekä niiden toteutuminen käytännössä.

Osaaminen

Osaaminen on yksittäisen työntekijän kannalta yksi työhyvinvoinnin peruspilareista. Mikäli työntekijä kokee osaamisensa suhteessa suoritettavaan työhön olevan puutteellinen, saattaa se johtaa työntekijän työn hallinnan tunteen menettämiseen ja ylikuormitukseen. Pahimmassa tapauksessa tämä voi johtaa jopa työntekijän työuupumukseen. Työhyvinvoinnin kannalta olisikin tärkeää, että työntekijä kokisi henkilökohtaisen osaamistasonsa vastaavan työn vaatimustasoa. (Johda työhyvinvointia tuloksellisesti, 6.)

Aivan kuten meitä ympäröivässä yhteiskunnassa, myös työelämässä tapahtuu jatkuvasti muutoksia. Nämä muutokset edellyttävät kaikilta työntekijöiltä ja organisaatioilta kykyä pystyä sopeutumaan muutoksiin sekä uudistumaan. Rauramo (2004, 149) huomauttaakin, että työntekijän osaamisen ylläpitäminen on merkittävä kilpailutekijä työmarkkinoilla. Se myös edistää työn hallintaa sekä jaksamista, ja sitä kautta omalta osaltaan työhyvinvointia. Kilpailukykyisen yrityksen on tunnettava työntekijöidensä osaaminen, ja pystyttävä kehittämään sitä tavoitteellisesti (Muutos haastaa työhyvinvoinnin, 10).

Motivaatio

Motivaatio voidaan määritellä yksilön mielensisäiseksi tilaksi, joka määrää miten aktiivisesti ihminen toimii ja mihin hänen mielenkiintonsa on suuntautunut (Finnish Institute of Health and Fitness 2011). Työelämässä yksittäisten työntekijöiden motiivit, eli syyt suoriutua työstään mahdollisimman hyvin, nousevat suureen asemaan erityisesti silloin, kun johto miettii esimerkiksi palkkaus- tai palkitsemisjärjestelyitä.

Motivaatiotekijät voidaan määritellä sisäisiin tai ulkoisiin motiiveihin. Työntekijän sisäiset motivaatiotekijät pohjautuvat yleensä työn mielekkääksi kokemiseen. Muita työntekijän sisäisiä motiiveja voivat olla työtehtävästä suoriutumiseen liittyvät motiivit (performance motives), omien kykyjen käyttöön liittyvät motiivit (competence motives) sekä sosiaalisiin motiiveihin (sociability motives) liittyvät tekijät. Työtehtävästä suoriutumiseen liittyvillä motivaatiotekijöillä viitataan itse työn sisällön motiivoivaan vaikutukseen. Tällöin työtehtävä itsessään tyydyttää työntekijän tarpeet. Omien kykyjen käyttöön liittyvillä motiiveilla tarkoitetaan puolestaan sitä, että työ on ikään kuin työkalu tavoitella menestystä. Työn sisältö vastaa työntekijän tietotaito- ollen tarpeeksi haastava, mutta ei liian vaikea. Tällöin työ antaa työntekijän omalle lahjakkuudelle käyttöä. Sosiaalisissa motiiveissa korostuu työkavereiden merkitys, jolloin yhdessä työskentely koetaan motivoivaksi. (Friedrichs 2011, 7.)

Ulkoiset motivaatiotekijät pohjautuvat työstä saatuihin tuloksiin tai seurauksiin. Niitä voivat olla taloudelliset motiivit - useille työntekijöille juuri työnteosta saatava rahallinen korvaus toimii motivaationa käydä töissä. Sisäisen turvallisuuden (security motives) tunteeseen liittyvät motivaatiotekijät liittyvät työntekijän tietoihin tai tiedostamattomiin tarpeisiin, joita työntekijä kokee työnsä tyydyttävän. Asemaan tai statukseen liittyvät motiivit (prestige and status motives) pohjautuvat haluun erottautua ympäristöstä ja muista ihmisistä, sekä ansaita hyväksyntää. (Mts. 8.)

Työntekijät voivat löytää halun onnistua ja menestyä työssään siis hyvin erilaisista tekijöistä. Esimiesten vastuulle jää, kuinka näitä tekijöitä huomioidaan.

Elämäntilanne

Jokaisen työntekijän elämäntilanteet muuttuvat niin iän kuin yksilöllisen kehityksenkin myötä. Useilla työkäisillä on perhettä, jolloin oma elämä voidaan kokea haastavaksi sovittoa työelämään. Tasapainon löytäminen näiden kahden elämän välille tukee työhyvinvointia ja auttaa jaksamaan työelämässä. (Muutos haastaa työhyvinvoinnin, 12.)

Erilaiset joustot työajassa, esimerkiksi liukuva tai vaihteleva aika, ovat omiaan helpottamaan näiden kahden yhteen sovittamista. Myös urakehitystä tukevat toiminnot sekä johtamiskulttuuri ovat asioita, joilla on koettu olevan positiivisia vaikutuksia näiden kahden elämän tasapainoisessa yhteen sovittamisessa. (Kauppinen, Toivanen & Moisio 2014.)

Terveys

Hyvä terveydentilanne varmistaa työntekijän työkyvyn säilymisen mahdollisimman pitkään. Terveelliset elämäntavat, joihin kuuluvat säännöllinen liikunta, ravitsemussuosituksen mukainen ravinto sekä riittävä uni, tukevat työssä jaksamista.

Työpaikat voivat olla edistämässä työntekijän terveyttä huolehtimalla turvallisista työoloista sekä kannustamalla työntekijöitään hyviin elämäntapoihin. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että yritykset voivat esimerkiksi laatia yhteisen liikuntastrategian. Se on keskeinen osa organisaation työhyvinvointistrategiaa. Myös erilaisten liikuntakampanjoiden ja liikuntaohjelmien toteuttaminen yrityksen sisällä voi kannustaa työntekijöitään liikkumaan myös vapaa-aikanaan. (Juuti & Salmi 2014, 216.)

2.3 TYHY-toiminta

Rauramon (n.d) mukaan TYKY-toiminta on käsite, joka syntyi vuonna 1989 keskeisten työmarkkinajärjestöjen tulopoliittisen sopimuksen myötä. Sopimuksessa suositeltiin TYKY-toiminnan sisällyttämistä osaksi työpaikkojen työterveyshuoltoa. Suomessa kehitettiin 1990-luvulla TYKY-malli, jonka tavoitteena oli ylläpitää ja edistää työntekijöiden työkykyä. Tällöin TYKY-toiminnalla pyrittiin lähinnä edistämään työntekijöiden

fyysistä kuntoa. Myöhemmin TYKY-toimintaan sisällytettiin myös ammatillista osaamista, työn laatua ja tuottavuutta sekä psyykkistä hyvinvointia edistäviä toimenpiteitä. Siten syntyi käsite TYHY-toiminta, eli työhyvinvoinnin edistämistoiminta. TYHY-toiminta on siis TYKY-toimintaa laaja-alaisempaa kehitystoimintaa.

TYHY-toiminnan tulee olla läsnä yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa, ei vain kerran tai kaksi vuodessa ainoastaan TYHY-päivän merkeissä. Työhyvinvointi tulee ottaa huomioon päätöksenteossa, yrityskulttuurissa ja prosesseissa. (Mt.)

Työhyvinvoinnin edistämässä on tärkeä muistaa, että työnantajan ja työntekijöiden tulee kehittää toimintaa yhdessä. Toiminnan kehittämiseen voidaan nimittää TYHY-vastaavat tai TYHY-ryhmä, jossa on edustajia sekä yrityksen esimiehistä että työntekijöistä. (Mt.)

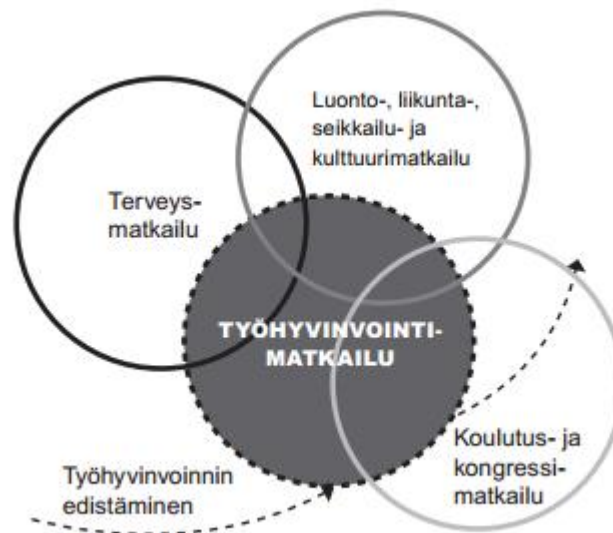
Työhyvinvoinnin pääpaino on nykypäivänä siirtynyt selkeästi vuorovaikutustaitojen kehittämiseen ja yleisesti työolojen parantamiseen. Toiminnan ei ole katsottu enää koskevan pelkkiä työntekijöitä yksilöinä tai pieninä ryhminä, vaan koko yritystä aina esimiehiä myöten. TYHY-toiminnalle on ominaista, että se on jatkuvaa ja jokapäiväisessä työnteossa näkyvää. Siinä missä TYKY-toiminnalla pyrittiin hoitamaan ongelmia pintapuolisesti, TYHY-toiminta pyrkii ennaltaehkäisemään ongelmien muodostumista. (Helminen, Kukkonen & Saarela 2008, 40-42.)

3 Työhyvinvointi matkailutuotteena

Työhyvinvointimatkailu on vielä Suomessakin suhteellisen uusi käsite. TYKY-matkailua on käsitelty aikaisemmin hyvinvointimatkailusta puhuttaessa. Matkailun edistämiskeskus (2005) määrittelee TYKY-matkailun seuraavasti:

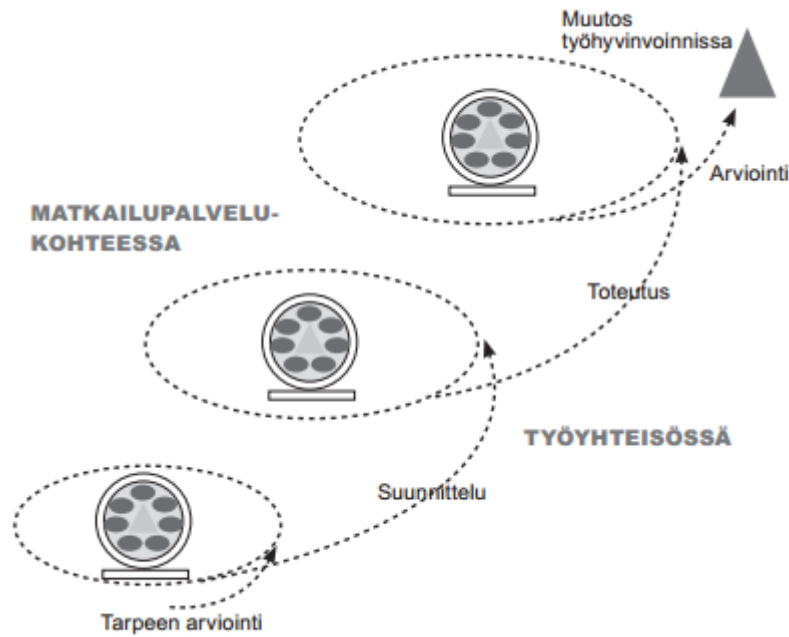
TYKY- matkailu on yritysten ja julkisyhteisöjen työnantajien ja työntekijöiden toteuttamaa työkyvyn ylläpitoon liittyvää toimintaa, joka tapahtuu työpaikan ulkopuolella ja joka toteutetaan matkailualan yritysten toimesta. Maksajana on pääasiassa työnantaja.

Työhyvinvointimatkailun käsite eroaa tavallisesta terveysturmatkailusta sekä TYKY-matkailusta siten, että se pyrkii vaikuttamaan positiivisesti kaikkiin työhyvinvoinnin osa-alueisiin ja työhyvinvointiin kokonaisuutena. Työhyvinvointimatkailussa yhdistyvät terveysturmatkailu, luonto-, liikunta-, seikkailu- ja kulttuurimatkailu sekä koulutus- ja kongressimatkailu. (Jänkä, Kangas, Rahkola, Tekoniemi-Selkälä & Tolvanen 2009, 32.)



Kuvio 2. Työhyvinvointimatkailun suhde muuhun matkailuun (Jänkä ym. 2009, 32.)

Työhyvinvointimatkailutuotteen suunnittelussa on samat lähtökohdat kuin minkä tahansa muunkin matkailutuotteen suunnittelussa. Tässä opinnäytetyössä on keskitytty ensimmäiseen vaiheeseen, eli tarpeen arviointiin. Tuotteen suunnittelu, toteutus ja arviointi jäävät toimeksiantajalle.



Kuvio 3. Hyvinvointimatkailutuotteen kehitys (Jänkälä ym. 2010, 38.)

Työhyvinvointimatkailutuotteen tulee nykypäivänä olla enemmän kuin työkykyä ylläpitävää toimintaa (erilaiset kuntotestit, fyysiset aktiviteetit ja muut ohjelmapalvelut) tai pelkkää hyvinvointimatkailua. Se on yksi osa asiakasyrityksen työterveyshuoltoa, joka tuotetaan ulkopuolisessa matkailuyrityksessä. Koska työhyvinvointitoimintaa on ohjaamassa lakeja, täytyy niiden luomat vaatimukset ottaa tuotteen suunnittelussa huomioon. Myös asiakasorganisaation visio, tavoitteet, arvot ja strategiat ohjeistavat juuri oikeanlaisen tuotteen suunnitteluun. Tuotteiden tulee olla helposti asiakkaan saatavilla, ja palveluodotusten täytyy ylittyä niin markkinoinnissa, tilaamisprosessissa kuin toteutuksen yhteydessä. (Mt. 34-36.)

4 Tutkimuksen toteutus

4.1 Tutkimusote ja tutkimuskysymykset

Tutkimusmenetelmät voidaan jaotella joko **kvantitatiiviseen** (määrälliseen) menetelmään tai **kvalitatiiviseen** (laadulliseen) menetelmään. Kvantitatiivisella tutkimuksella

pyritään saamaan tietoa, joka on yleistettävissä. Tiedon käsittely tapahtuu tilastollisina yksiköinä, jotta kaikki subjektiiviseen tulkintaan johtavat seikat saadaan karsittua pois. Aineisto kerätään yleensä satunnaisotoksella. Kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä haastattelukysymykset ovat yleensä strukturoituja. Kvalitatiivisessa tutkimusmenetelmässä puolestaan korostuu valittujen yksilöiden haastattelut avointen kysymysten avulla. (Tilastokeskus 2014.)

Tarvekartoitus tehtiin kvantitatiivisen tutkimuksen avulla. Työssä päädyttiin käyttämään kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, sillä tavoitteena oli selvittää yritysten mielipiteitä yleisellä tasolla heidän aikaisemmista TYHY-päivien toteutuksista, sekä tuleviin TYHY-päiviin liittyvistä toiveista. Opinnäytetyön toimeksiantaja oli myös sitä mieltä, että kvantitatiivisella tutkimusotteella kerätty tieto vastaisi parhaiten heidän tarpeitaan. Toimeksiantajan puolelta oli hyvin selvää, mitä tietoja vastaajilta haluttiin kerätä.

Tavoitteena oli selvittää, vastaako lomakeskus Revontulen tämän hetkinen työhyvinvointimatkailuun liittyvä tarjonta valittujen asiakassegmenttien kysyntään. Kyselyn tuloksilla pyrittiin vastaamaan seuraaviin kolmeen tutkimuskysymykseen:

1. Onko yrityksissä TYHY-paketille kysyntää?
2. Millaisiin TYHY-päiviin yritykset ovat aikaisemmin osallistuneet
3. Millainen olisi yrityksille optimaalinen TYHY-päivä?

4.2 Aineiston keruu

Kyselylomakkeen toteutuksessa päädyttiin käyttämään puolistrukturoitua haastattelua. Puolistrukturoitu haastattelu tarkoittaa suurimman osan haastattelun kysymyksistä olevan strukturoituja kysymyksiä. Strukturoiduilla kysymyksillä puolestaan tarkoitetaan kysymyksiä, joissa kysymysten lisäksi myös vastausvaihtoehdot on mietitty ja rakennettu tarkoin. Puolistrukturoidussa haastattelussa voi joukossa olla kuitenkin myös kokonaan avoimiakin kysymyksiä. Useat strukturoiduista kysymyksistä antoivat vastaajalle myös mahdollisuuden lisätä oma vastausvaihtohehtonsa kohtaan "jotain muuta, mitä?". Tällä tavoin haluttiin luoda kyselyyn hieman joustavuutta.

Tutkimuksessa päädyttiin lomakehaastatteluun, sillä tietoa haluttiin kerätä mahdollisimman nopeasti. Tutkimuksen vastaajiin päätettiin tehdä rajauksia yritysten maantieteellisen sijainnin perusteella. Näin ollen lomaketta jaettiin yritysten sähköposteihin, jotka toimivat Pieksämäen, Jyväskylän, Varkauden tai Sisä-Savon seutukunnissa. Koimme yhdessä toimeksiantajan kanssa, että kyseisten alueiden yritykset ovat sijaintiansa vuoksi Lomakeskus Revontulen potentiaalisimpia asiakkaita.

Tutkittava ryhmä oli siis melko yhtenäinen, sillä vastaajat olivat pk-yrityksiä tietyiltä maantieteellisiltä alueilta. Metsämuurosen (2006) mukaan lomakehaastattelun käyttö nähdäänkin erityisen tehokkaaksi silloin, kun tutkittava ryhmä on melko yhtenäinen. Edellä mainituista tekijöistä johtuen koimme, että vältymme myös lomakehaastattelun mahdollisilta ongelmilta. Tällaisia ongelmia voivat olla esimerkiksi tietyn haastateltavan poikkeavat näkemykset muusta perusjoukosta.

Ennen kyselyn laatimista kävimme tapaamassa Lomakeskus Revontuli Oy:n kehitysjohtajaa Tommi Sipilää. Kysyimme hänen toiveitaan opinnäytetyön tavoitteiden ja lopputuotoksen suhteen. Tommi esitteli Revontulen tämän hetkisen työhyvinvointimatkailutuotteen rungon (ks. Liite 1).

Tämän jälkeen hahmoteltiin kysymykset ja niihin sopivat vastausvaihtoehdot. Lomakkeen kysymykset jaettiin kolmeen osaan: taustatiedot, aikaisempien TYHY-päivien sisältö ja optimaalinen TYHY-päivä. Taustatietojen avulla pyrittiin mahdollistamaan vastaajien tarkastelu erinäisten ominaisuuksien mukaan, kuten yrityksen toimialan, koon ja sijainnin perusteella. Toisessa kyselyn osassa pyrittiin saamaan kattava yleiskuva siitä, millaisia TYHY-päiviä yritykset ovat aikaisemmin järjestäneet, millä budjetilla, milloin ja missä. Sen jälkeen kysyttiin mitä osia yritykset olisivat kiinnostuneita sisällyttämään TYHY-päiviinsä Revontulen jo tarjoamien palveluiden puitteissa. Vastausvaihtoehdoiksi annettiin siis vain aktiviteetteja ja luentoaiheita, mitä Revontulen tämän hetkisestä tarjonnasta löytyy. Toimeksiantajan toiveena myös oli, että yrityksiltä kysytään heidän tietoisuudestaan työeläkeyhtiöiden tarjoamasta tuesta TYHY-päivien opetusosuuksiin. Ennen varsinaisen kyselylomakkeen laatimista, lomakkeen kysymykset hyväksyttiin vielä toimeksiantajalla ja opinnäytetyön ohjaajalla.

Kyselylomakkeen pohjaksi valittiin Webropol. Kysymykset ja vastausvaihtoehdot syötettiin suoraan kyselytutkimuspohjaan, jossa sovellus analysoi ja muodosti tuloksista taulukoita.

Saimme Revontulelta valmiin Excel-tiedoston, johon he olivat listanneet erikokoisten yritysten nimiä ja puhelinnumeroita jo aikaisemmin mainituilta seutukunnilta. Haastattelujen toteuttaminen puhelimitse tai paikanpäällä olisi vienyt liikaa aikaa, sillä vastauksia oli tarkoitus saada vähintään viisikymmentä. Kyseinen tapa ei olisi myöskään palvellut valitsemaamme tutkimusmenetelmää, joten päädyimme lähettämään yritysten sähköposteihin linkin sähköiseen kyselyymme. Vastausten vähyyden vuoksi päädyimme lopulta lähettämään kyselyn 331 yritykselle, joiden sähköpostiosoitteet löysimme.

Kysely lähetettiin yrityksiin perjantaina 10.10.2014 ja vastausaikaa annettiin keskiviikkoon 15.10.2014 asti. Valitettavasti syysloma sattui tuolle ajalle, mikä osaltaan rajoitti saamiemme vastausten määrää. Moni yrityksen edustaja oli tuolloin lomalla, eikä näin ollen ehtinyt vastaamaan kyselyyn lyhyen vastausajan puitteissa. Vastauksia saimme lopulta 42 kappaletta, mikä oli hieman vähemmän kuin olimme odottaneet.

4.3 Aineiston analysointi

Tutkimuksen tekemisen ydinasioita ovat aineiston analysointi ja sen pohjalta tehtävät johtopäätökset. Usein johtopäätösten tekemiseen päästään kuitenkin vasta esitöiden jälkeen. Esitöitä ovat kerätyn aineiston tietojen tarkastus, niiden täydentäminen ja järjestäminen. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2009, 221-222.) Olimme yhdessä toimeksiantajan kanssa rajanneet kyselyn koskemaan Jyväskylän, Pieksämäen, Varkauden ja Sisä-Savon seutukunnissa sijaitsevia yrityksiä. Aineiston tarkastuksessa kuitenkin huomattiin vastauksia tulleen myös näiden seutukuntien ulkopuolelta sijaitsevista yrityksistä, esimerkiksi Turusta ja Tampereelta. Kyseisten yritysten vastaukset poistettiin aineistosta, sillä ne eivät palvelleet alkuperäistä tavoitetta tutkia vain tiettyjen seutukuntien sisällä olevia yrityksiä.

Kyselylomaketietojen kattavuutta voidaan pyrkiä lisäämään lomakkeita "karhuamalla" (mts. 222). Kyselyn ensimmäisinä aukiolopäivinä vastauksia tuli odotettua vähemmän. Siksi yrityksille lähetettiin sähköposti, jossa muistutettiin kyselyyn vastaamisesta. Muistutusviestin lähetys kannatti, sillä osa yrityksistä aktivoitui vastaamaan kyselyyn vasta muistutusviestin saatuaan.

Hirsijärven ja muiden (2009) mukaan, aineiston järjestämiseen valitut toimenpiteet riippuvat pitkälti tutkimusstrategiasta (mts. 222). Webropolin muodostamat taulukot muutettiin helppolukuisempaan muotoon. Tuloksia myös ristiintaulukoitiin vastanneiden yritysten koon mukaan. Vaikka kyselyssä yritysten koko jaettiin neljään kategoriaan, tehtiin ristiintaulukointi kolmen kategorian mukaan. Kategoriat jakautuivat pieniin yrityksiin (1-25 työntekijää), keskisuuriin yrityksiin (26-100 työntekijää) ja suuriin yrityksiin (yli 100 työntekijää). Näin saatiin paremmin vertailtua vastausten eroavaisuuksia. Avoimet vastaukset listattiin tuloksiin sellaisenaan niiden vähäisten määrien vuoksi. Analysoinnissa hyödynnettiin myös meidän ja toimeksiantajan oletuksia mahdollisista vastauksista, sekä omakohtaisia kokemuksiamme työelämästä. Analyysin pohjalta tehtiin kehitysehdotuksia siitä, kuinka Revontuli voisi kohdentaa työhyvinvointipakettejaan ja niiden markkinointia erikokoisille yrityksille.

4.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuuskysymyksiä voidaan arvioida validiteetti- ja reliabiliteettikäsitteillä. **Validiteetin** ydin voidaan tiivistää yhteen kysymykseen: ollaanko tutkimassa sitä, mitä on tarkoituskin tutkia? Validiteetti voidaan usein jakaa joko ulkoiseen tai sisäiseen validiteettiin. Ulkoisella validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen yleistettävyyttä; onko kyseinen tutkimus yleistettävissä ja jos on, mihin ryhmiin. Tällöin tärkeään rooliin nousee tutkimusasetelma sekä otanta, joissa on pyritty eliminoimaan niin monta luotettavuuden uhkaa kuin mahdollista.

Sisäinen validiteetti korostaa puolestaan tutkimuksen omaa luotettavuutta. Metsämuurosen (2006) mukaan sisäisen validiteetin kannalta tärkeitä kysymyksiä ovat:

- Ovatko käsitteet oikeita?
- Onko teoria oikein valittu?
- Onko mittari oikein muodostettu?
- Mitataanko mittarilla sitä, mitä on tarkoituskin mitata?
- Mitkä tekijät mittaustilanteissa vaikuttavat luotettavuutta alentavasti?

Hyvä asetelma, oikea käsitteen muodostus sekä teorian johtaminen ja otanta ovat asioita, joilla voidaan parantaa tutkimuksen validiteettia - joskaan ei aivan täysin sataprosenttisesti varmista. (Metsämuuronen 2006, 55-56.) Tutkimuksen mittarit (eli kysymykset) laadittiin toimeksiantajan toiveet huomioiden. Kyselylomakkeen kysymykset olivat kaikille samat ja yritykset vastasivat kysymyksiin samassa järjestyksessä. Tällä varmistettiin tutkimusaineiston vertailukelpoisuus. Tutustuimme ennen mittarin laatimista samankaltaisiin opinnäytetöihin ja lähetimme ennen varsinaista levitystä valmiin kyselyn kolmelle testivastaajalle, jotka olivat henkilökohtaisia yrittäjäjätuttavia.

Yritysten sähköpostiosoitteita etsiessämme, pyrimme välttämään lähettämästä kyselyä yritysten yleisiin asiakaspalvelun sähköpostiosoitteisiin. Tutkimuksen onnistumisen kannalta oli erittäin olennaista, että vastaajilla olisi hallussaan kaikki vastaamiseen tarvittava tieto. Tämän vuoksi lähetimme kyselyn johtotehtävissä tai henkilöstöosastolla työskentelevien ihmisten sähköposteihin varmistaaksemme, että lomakkeen kysymyksiin osattaisiin vastata. Täten saisimme mahdollisimman luotettavaa tietoa.

Reliabiliteetti tarkoittaa myös tutkimuksen luotettavuutta, mutta sillä viitataan usein tutkimuksen toistettavuuteen sekä pysyvyyteen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että mikäli samaa asiaa mitattaisiin useita kertoja samalla mittarilla, olisivatko vastaukset yhteneväisiä vai poikkeaisivatko ne toisistaan. Vastausten ollessa melko samankaltaisia, mittari olisi reliabeli. (Metsämuuronen 2006, 65.) Työn tutkimuksesta saatavien tulosten voidaan olettaa muuttuvan jonkin verran ajan kuluessa, esimerkiksi yritysten taloudellisten tilanteiden muuttuessa. Eläkeyhtiö Ilmarisen Työhyvinvoinnin pulssi 2014 - kyselyyn osallistuvasta henkilöstöpäättäjistä lähes neljännes

kertoi vähentäneensä työhyvinvoinnin kehittämistä taantuman vuoksi. (Työhyvinvoinnin pulssi 2014.) Yritysten heikentyneellä (tai päinvastaisesti parantuneella) taloudellisella tilanteella on selkeästi vaikutusta yritysten järjestämiin TYHY-päiviin, ja vaikutukset ulottuvat myös TYHY-päivä-paketteja tarjoaviin yrityksiin.

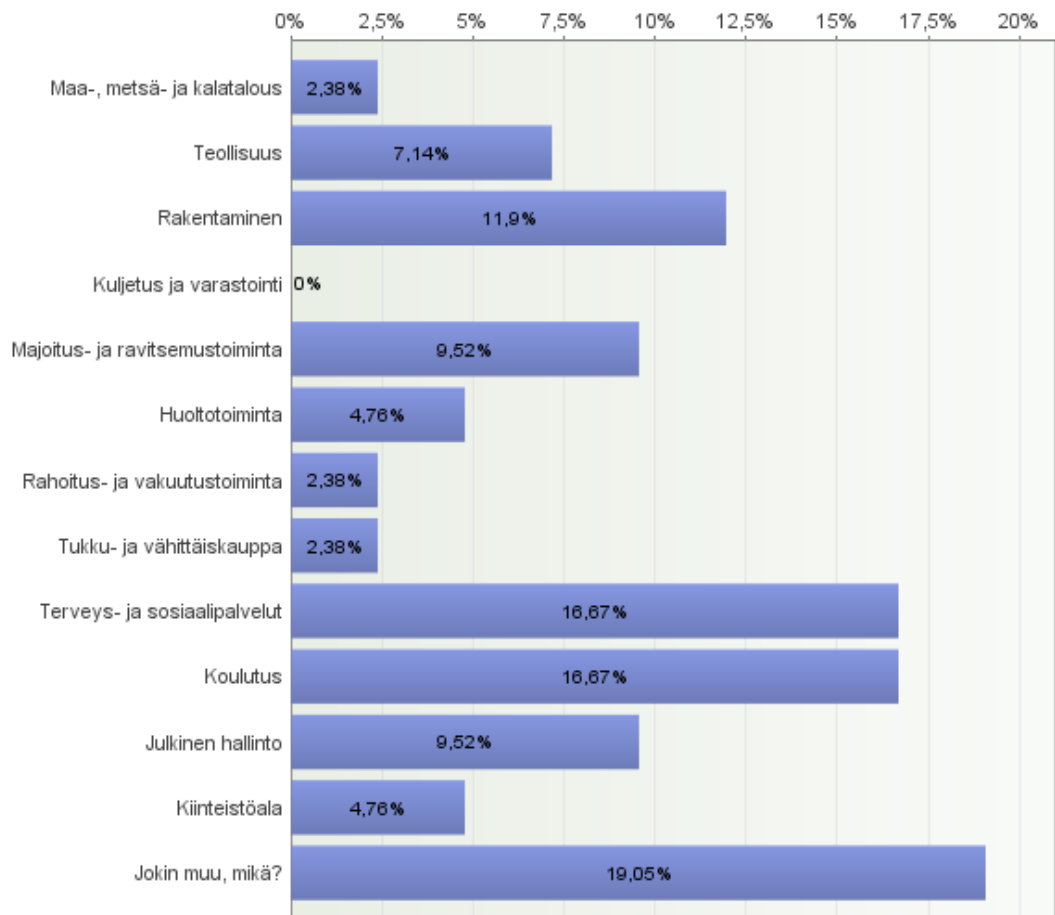
Tutkimuksen reliabiliteettia voi heikentää myös vastaajan vaihtuminen. On mahdollista, että kysymykseen vastannut henkilö ei ole osannut ottaa kyselyyn vastatessaan huomioon koko henkilöstöä ja sen mieltymyksiä. Tällöin hän on voinut vastata esimerkiksi kysymykseen, *mitä seuraavista aktiviteeteista olisitte kiinnostuneita kokeilemaan TYHY-päivässä?*, omien henkilökohtaisten mieltymystensä mukaan. Nämä mieltymykset voivat taas vaihdella sen mukaan, kuka henkilöstöasioista on päättämässä. Tällöin myös vastaukset kyseiseen kysymykseen voivat vaihtua.

5 Tutkimustulokset ja johtopäätökset

Varsinaisia tutkimustuloksia ennen esitellään vastaajien taustatiedot. Sen jälkeen tulokset käsitellään kyselyn teemojen mukaisessa järjestyksessä. Ensimmäiseksi avaamme vastaajayritysten aikaisempien TYHY-päivien sisältöä. Sen jälkeen selvitetään yrityksille optimaalisen TYHY-päivän sisältöä sekä TYHY-päivien vietolle optimaalisinta ajankohtaa. Tuloksia pyrittiin vertailemaan pienten ja suurten yritysten välillä. Näin Revontuli voi tulosten perusteella arvioida, minkä kokoisten yritysten vaatimukset ja tottumukset vastaavat juuri heidän tarjontaansa. Tutkimustulosten pohjalta tehtiin ehdotuksia, millaiset yritykset olisivat potentiaalisimpia ja kannattavimpia asiakkaita Revontulelle ja mitä näille asiakkaille tulisi tarjota.

5.1 Vastaajien taustatiedot

Vastanneita yrityksiä oli 17 eri toimialalta (ks. kuvio 4). Eniten kyselyyn vastasi yrityksiä terveys- ja sosiaalipalveluista, koulutusosalta sekä rakennusosalta. Muiksi kuin taulukossa ilmenneiksi toimialoiksi ilmoitettiin henkilöstöpalvelu, tutkimus- ja kehitystyö, kaivosteollisuus, päihdehoito ja työvalmennus sekä taide ja kulttuuri.



Kuvio 4. Yritysten toimialajakauma

Vastanneista yrityksistä alle 26 henkilöä työllisti noin neljännes (24 %), puolet 26–100 henkeä ja viimeinen neljännes (24 %) työllisti yli 100 henkilöä.

5.2 TYHY-pakettien kysyntä

TYHY-päivien järjestäminen on selkeästi yritysten koosta riippumatta yleistä; vastaajista 81 prosenttia kertoi järjestäneensä aikaisemmin TYHY-päiviä. Kuitenkin vain 16 prosenttia vastaajista oli aikaisemmin viettänyt TYHY-päivää Revontulella. Revontulen pitäisi siis selkeästi parantaa markkinointiaan työhyvinvointimatkailun kohteena.

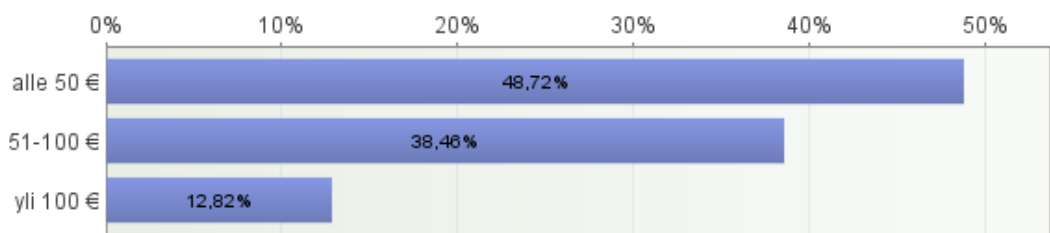
Lähes puolet vastaajista (44 %) ilmoitti järjestävänsä TYHY-päiviä kaksi kertaa vuodessa, mikä on yrityksissä normaali määrä. Noin kolmannes (36 %) puolestaan järjes-

tää yhden TYHY-päivän vuodessa. Yllättäväksi koimme, että jopa 16 prosenttia vastaajista järjestää useamman kuin kaksi TYHY-päivää vuodessa. TYHY-päiviin liittyviä tarjouksia kannattaisikin lähettää yrityksille ainakin kaksi kertaa vuodessa.

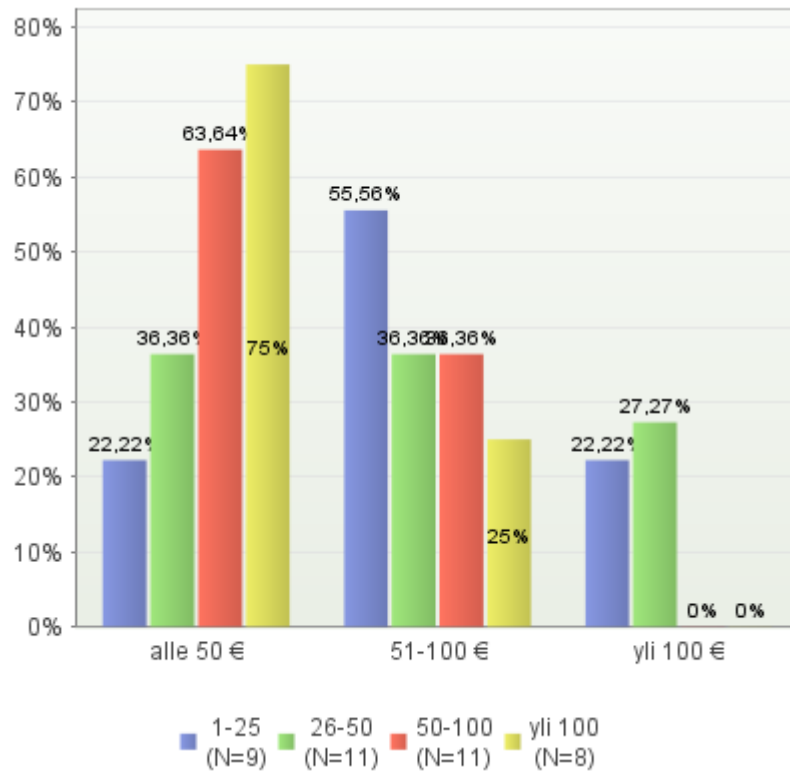
Yritysten kiinnostus järjestää TYHY-päiviä jatkossa oli suuri. Vastaajista 98 prosenttia vastasi olevansa kiinnostuneita järjestämään TYHY-päiviä myös tulevaisuudessa.

5.3 Aikaisemmat TYHY-päivät

Lähes puolella vastaajista (49 %) TYHY-päivän budjetti oli alle 50 euroa henkilöä kohden. Vain 16 prosentilla vastaajista budjetti oli yli 100 euroa henkilöä kohden. Yli 100 henkilön yrityksissä budjetti oli enemmistöllä (75 %) alle 50 euroa, eikä yhdelläkään budjetti ylittänyt 100 euroa henkilöä kohden. Tämä oli oletettava tulos yritysten suuren henkilöstömäärän vuoksi. Alle 50 hengen yrityksistä puolestaan jopa puolet vastasi heidän TYHY-päivän budjettinsa olevan yli 100 euroa henkilöä kohden. Näin ollen Revontulen olisi kannattavampaa suunnitella TYHY-paketteja erityisesti pienemmille yrityksille. Henkilökuntaa ei tarvitse pakettien toteuttamiseen niin paljon, ja voitot ovat osallistujamäärään nähden korkeammat kuin isoille yrityksille järjestettäessä.

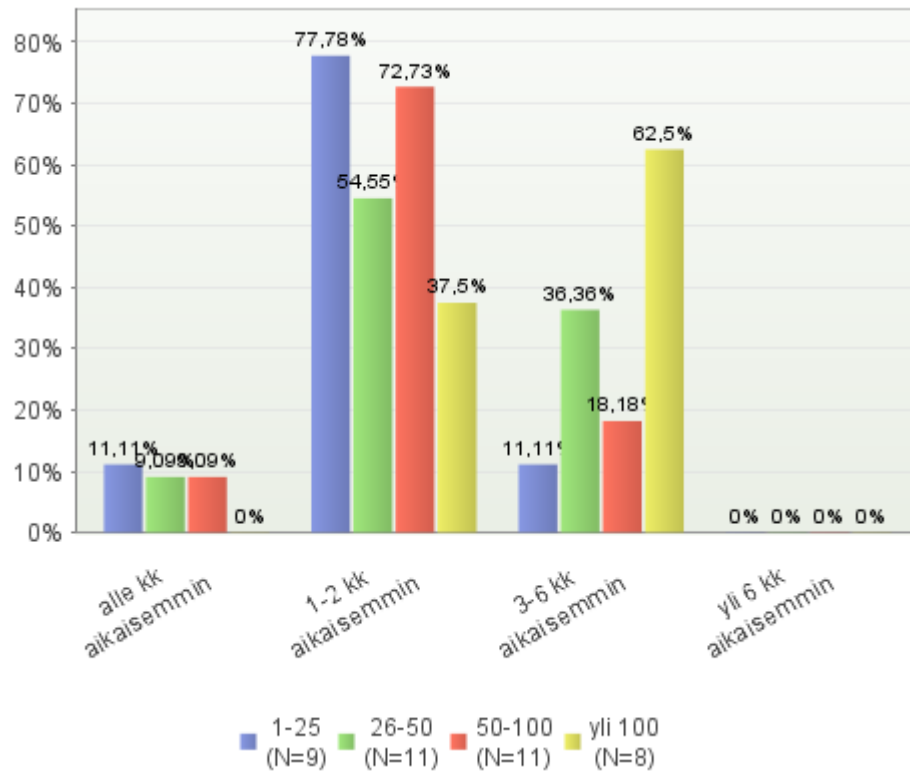


Kuvio 5. Budjetin suuruus kaikkien vastanneiden kesken



Kuvio 6. Budjetin suuruus erikokoisilla yrityksillä

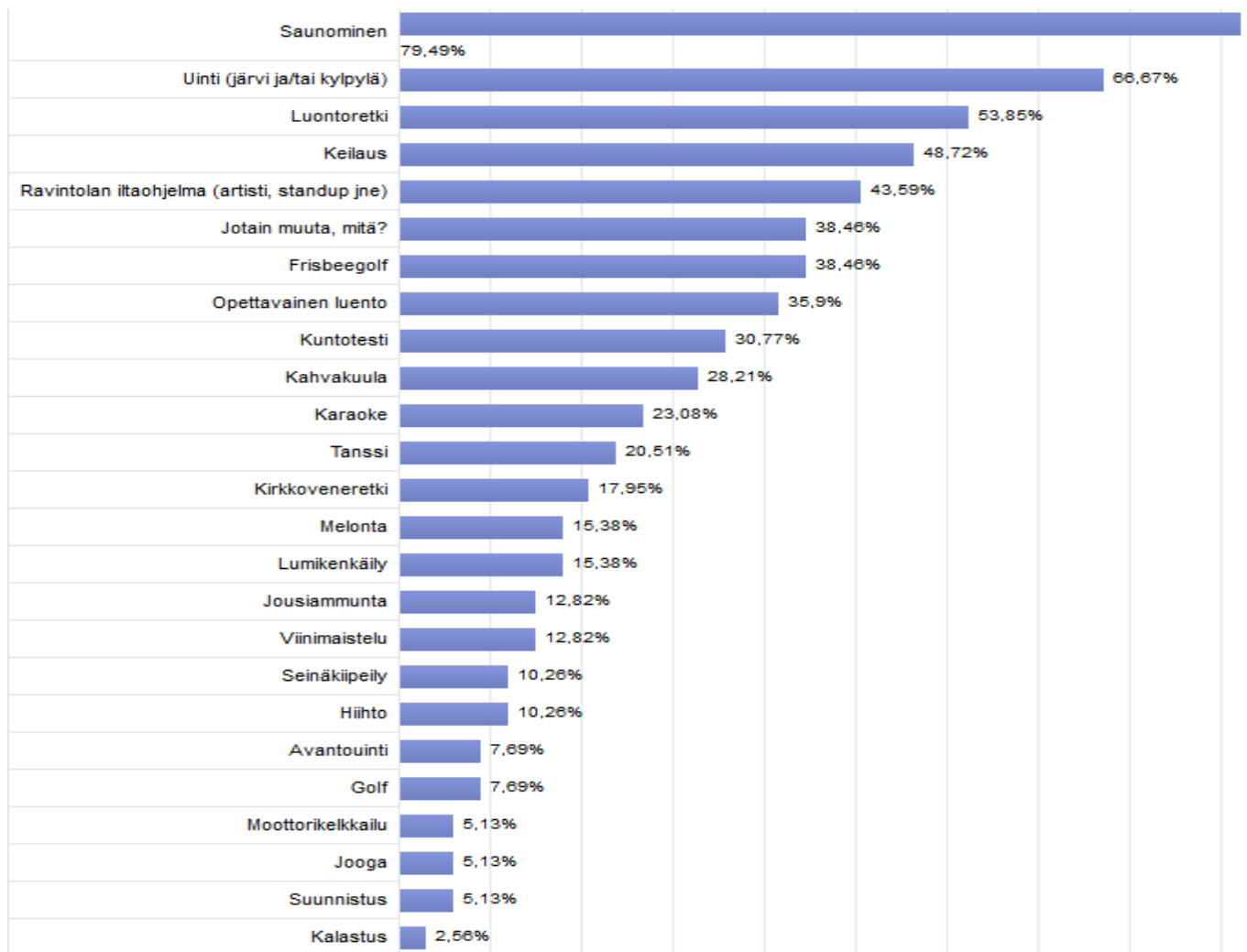
Myös varausajankohdissa oli eroja pienten ja suurten yritysten välillä. Alle 100 hengen yritykset tekevät TYHY-päiviin liittyvät varaukset yleensä 1-2 kuukautta aikaisemmin, mutta yli 100 hengen yritykset puolestaan jo 3-6 kuukautta aikaisemmin. Markkinointi palveluista tulisikin aloittaa yrityksille vähintään muutamaa kuukautta aikaisemmin.



Kuvio 7. TYHY-päivän varausajankohta erikokoisissa yrityksissä

TYHY-päivien kestossa ilmeni myös selkeitä eroja pienten ja suurten yritysten välillä. Yli puolet alle 50 hengen yrityksistä vastasi TYHY-päivän yleensä kestävän koko päivän, kun taas yli 50 hengen yrityksissä vastaava luku oli vain noin 20 prosenttia. Tämä selittyy sillä, että pienten yritysten budjetti on suurempi. Näin ne pystyvät järjestämään pidempiä TYHY-päiviä työntekijöilleen. Isommissa yrityksissä enemmistö vastasi TYHY-päivän kestävän iltapäivän ajan. Siksi isommille yrityksille kannattaisi tarjota muutaman tunnin kestäviä paketteja. Paketit voisivat sisältää esimerkiksi ruokailun ja yhden yhteisen aktiviteetin.

Seuraavaksi selvitettiin, mitä Revontulen tarjoamista aktiviteeteista yritykset olivat jo kokeilleet TYHY-päivillään. Revontulen tarjoamia aktiviteetteja ovat kahvakuula, opettavainen luento, hiihto, lumikenkäily, suunnistus, luontoretki, golf, kuntotesti, frisbeegolf, seinäkiipeily, karaoke, keilaus, saunominen, jooga, viinimaistelu, jousiammunta, avantouinti, moottorikelkkailu, melonta, järviuinti, kalastus, tanssi, kirkkoveretki ja ravintolan iltaohjelma (esimerkiksi esiintyvä artisti). Edellä mainituista aktiviteeteista viisi suosituinta oli: saunominen (80 %), uinti (67 %), luontoretki (54 %), keilaus (49 %) ja ravintolan iltaohjelma (44 %).



Kuvio 8. Yritysten aikaisemmissa TYHY-päivissä kokeillut aktiviteetit

Muita vastaajien mainitsemia aktiviteetteja olivat crossfit, lasersota, ammunta, rentoutus, värikuulasota ja koskiseikkailu.

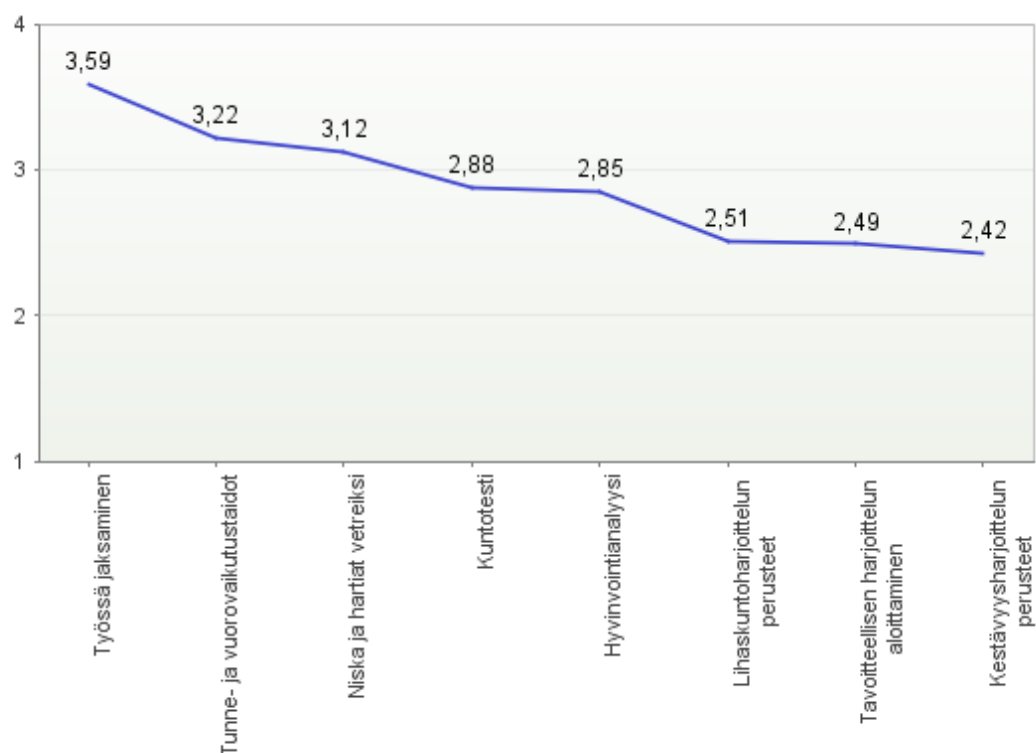
Lisäksi selvitettiin, ovatko yritykset jääneet kaipaamaan jotain aikaisemmissa TYHY-päivissään. Seuraavat mielipiteet tulivat vastauksista ilmi:

- Illtaohjelma on jäänyt usein vajaaksi.
- Liikuntaa saisi olla enemmän.
- Osallistujamäärä voisi olla suurempi.
- Tulisi sisältää ohjeistusta oman kunnon ylläpitämiseen.
- Enemmän vaihtoehtoisten kuntoilumuotojen esittelyä.
- Ohjelmien vaihtuvuus päivän aikana liian vähäistä.
- Sisällön tarjonnan tulisi houkutella eri henkilöstöryhmiä.

Paketeista tulisi tehdä siis mahdollisimman räätälöitäviä, eli tarjota eri vaihtoehtoja ajankohdan, keston, aktiviteettien ja ruokailujen suhteen. Näin mahdollistetaan se, että paljon liikuntaa haluavat yritykset voivat valita useamman liikuntapainotteisen aktiviteetin esimerkiksi luentojen sijaan. Myös ne yritykset, jotka haluavat kokeilla paljon erilaisia aktiviteetteja päivän aikana, voivat valita useasta vaihtoehdosta mieluisimmat. Kun tarjotaan aktiviteetteja, jotka mahdollistavat osallistumisen iästä ja kunnosta riippumatta, taataan miellyttävä TYHY-päivä yrityksen koko henkilöstölle.

5.4 Optimaalinen TYHY-päivä

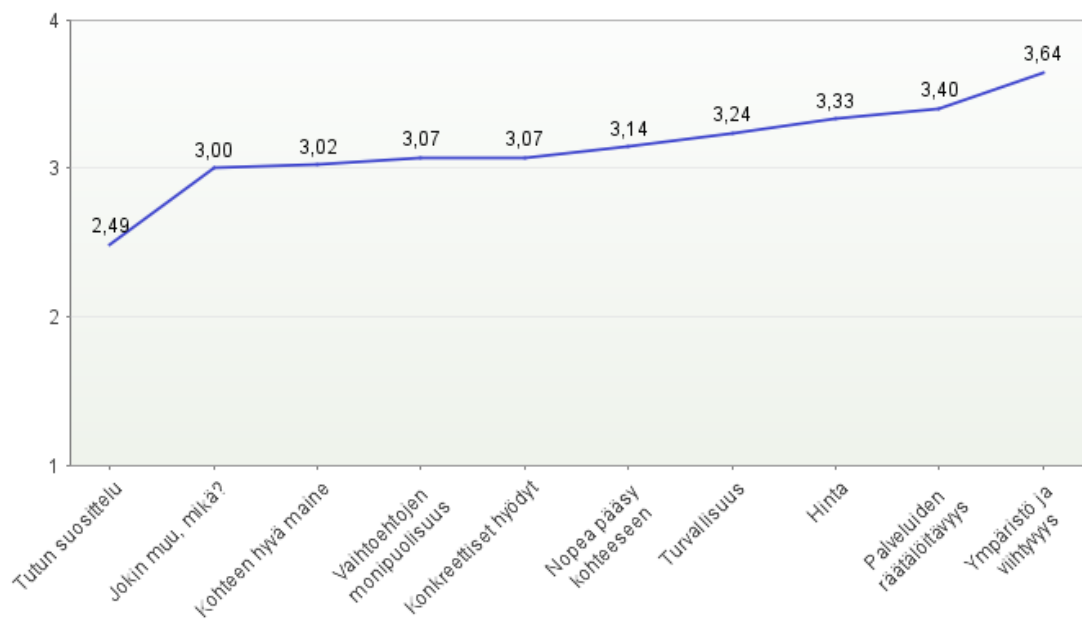
TYHY-päivä-pakettien ja niiden aktiviteettien teemoittamiseksi selvitettiin, mitä työhyvinvoinnin osa-alueita yritykset ovat kiinnostuneita kehittämään työyhteisössään. Vastaajat saivat arvioida osa-alueet asteikolla 1 - 4 niiden tärkeyden mukaan. Arvosana 1 tarkoitti, ettei osa-alueen kehittäminen ole lainkaan tärkeää. Arvosana 4 oli erittäin tärkeää. Osa-alueet sijoituivat asteikolla seuraavasti:



Kuvio 9. Työhyvinvoinnin osa-alueiden tärkeys työyhteisön kehittämisessä

Tärkeimmäksi osa-alueeksi nousi työssä jaksaminen. Melko tärkeitä olivat myös tunne- ja vuorovaikutustaidot sekä niska- ja hartia-alueen vetreytys. Kaikki vaihtoehdot kuitenkin koettiin vähintään hieman tärkeiksi.

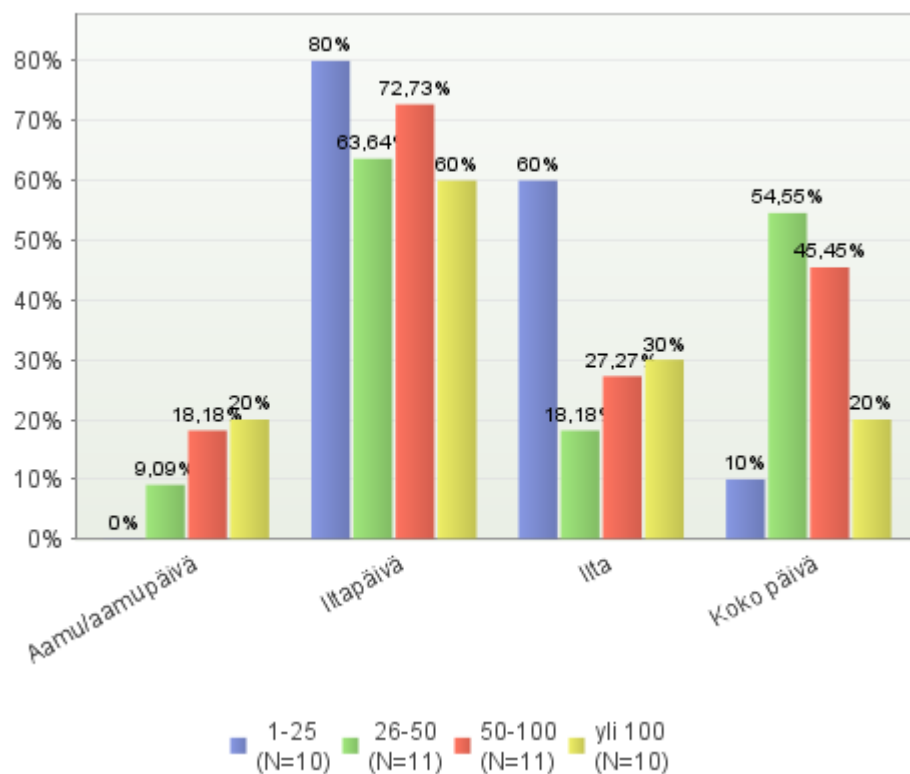
TYHY-päivien suunnitteluun vaikuttavia tärkeimpiä tekijöitä olivat vastaajien mukaan ympäristö ja viihtyvyys, palveluiden räätälöitävyys ja hinta. Yllättävää oli, että ympäristö ja viihtyvyys olivat tärkeimmät tekijät TYHY-matkakohteen valinnassa. Räätälöitävyyden painotus nousi jälleen vahvasti esiin. Sen tärkeys nousi esille myös avoimissa vastauksissa. Eräs vastaus oli, *”Tärkeää on helppous, että saa kaiken samasta paikasta. Pitää olla toiminnallista tekemistä, ei niinkään luentopohjainen.”* Toinen vastaaja taas ilmoitti tärkeäksi tekijäksi hengellisen ohjelman ja kolmas hyvän ruoan ja sen riittävyden. Vastaukset poikkesivat siis hyvin paljon toisistaan. Tämä vahvistaa entisestään oletustamme siitä, että yritysten tarpeet ja toiveet ovat hyvin erilaisia. Revontulen sijainnin kannalta on hyvä, ettei nopeaa pääsyä kohteeseen pidetä tärkeimpänä. Harmillista mielestämme on, ettei TYHY-päivän konkreettisia hyötyjä yritykselle pidetä yhtä tärkeinä kuin hintaa tai nopeaa pääsyä kohteeseen. Tämä kertoo siitä, että TYHY-päivät nähdään vieläkin jossain määrin henkilöstön yhteisenä ”humputtelupäivänä” eikä hyvinvointia konkreettisesti edistävänä työhyvinvoinnin toimena.



Kuvio 10. TYHY-päivän matkakohteen valintaan vaikuttavien tekijöiden tärkeys

TYHY-päivän toteutusajankohdaksi valikoituivat selkeästi kevät ja syksy. Tämä on ymmärrettävää, sillä kesällä henkilöstö viettää kesälomiaan ja talvella monissa yrityksissä järjestetään pikkujoulut. Koska aikaisemmin tuloksissa kävi ilmi yritysten tekemien varaukset 1 - 2 kuukautta aikaisemmin, otollinen markkinointiaika TYHY-paketeille olisi alkuvuodesta ja alkusyksystä.

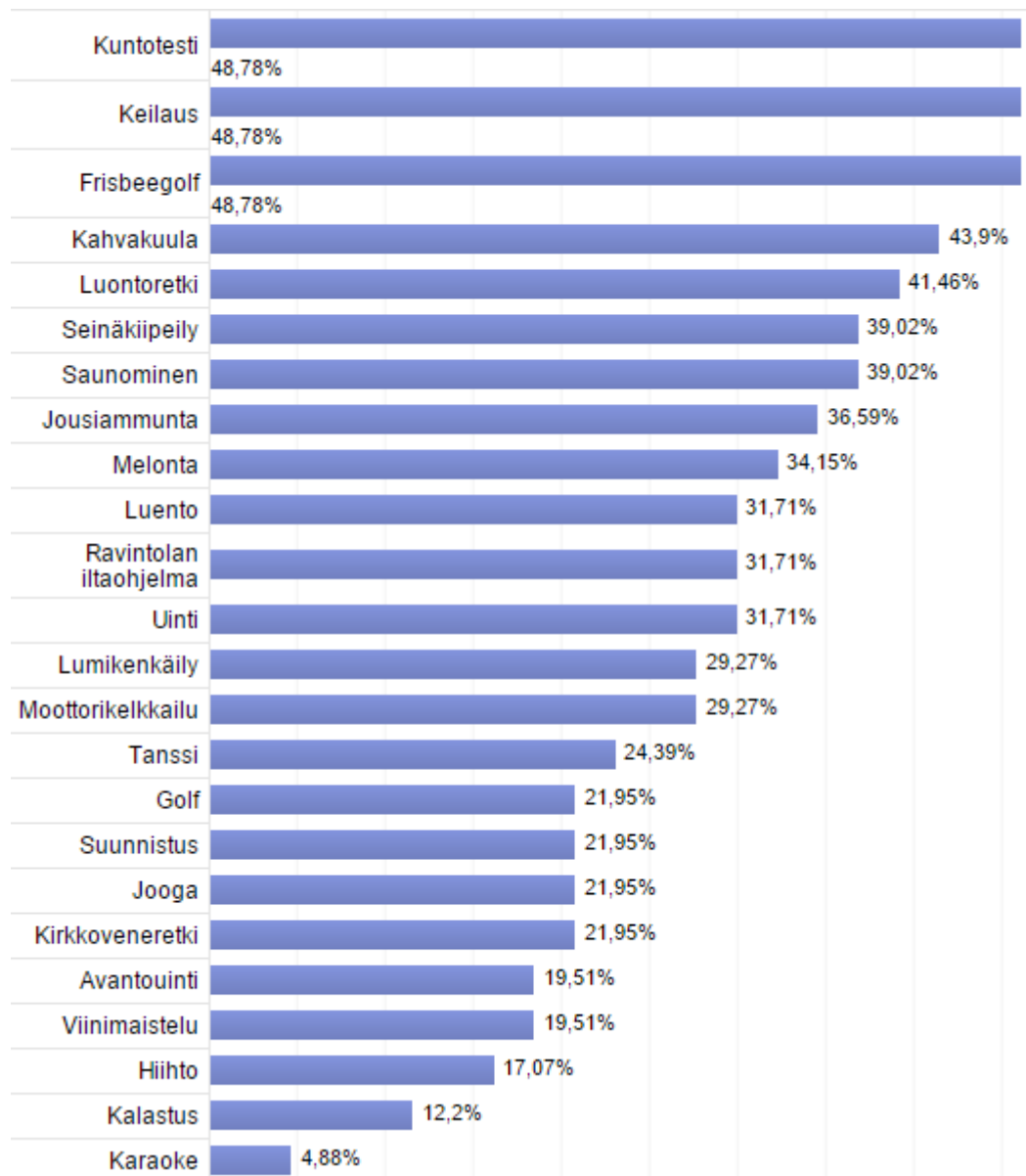
Ihanteellista vuorokauden aikaa TYHY-päivän viettoon selvitetiin pyytämällä vastaajia valitsemaan seuraavista vaihtoehdoista: aamu/aamupäivä, iltapäivä, ilta, koko päivä. Vastaajat saivat valita useamman vaihtoehdon. Ihanteellinen vuorokauden ajankohta TYHY-päivälle poikkesi vastaajayritysten koon mukaan: kaiken kokoiset yritykset olivat yhtä mieltä siitä, että iltapäivä olisi ihanteellisin ajankohta TYHY-päivälle. Kuitenkin puolet keskisuurista yrityksistä (26 - 100 henkilöä työllistävät) vastasi koko päivän kestävä TYHY-päivän olevan seuraavaksi ihanteellisin ajankohta. Alle 25 henkilöä työllistävistä yrityksistä 33 prosenttia ja yli 100 hengen yrityksistä vain 20 prosenttia piti koko päivää ihanteellisena ajankohtana. Pienissä ja suurissa yrityksissä puolestaan ilta oli selkeästi toiseksi ihanteellisin ajankohta iltapäivän jälkeen.



Kuvio 11. Ihanteellinen vuorokauden aika erikokoisilla yrityksillä

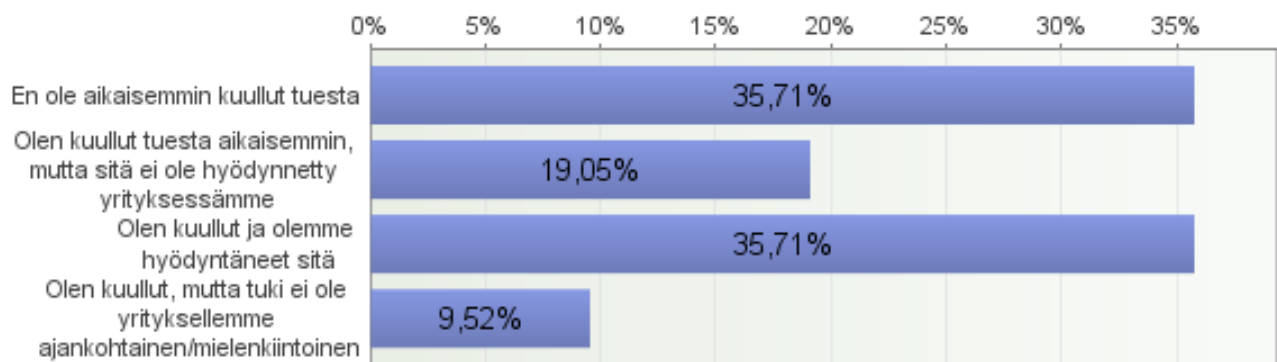
Aamu ja aamupäivä eivät olleet odotettavasti ihanteellisia ajankohtia yritysten koosta riippumatta. Kaikkien vastaajien kesken enemmistö (69 %) oli iltapäivän kannalla. Ilta ja iltapäivä saivat yhtä paljon (33 %) kannatusta.

Ensimmäisessä kyselyosiossa selvitettiin, mitä Revontulen tarjoamista aktiviteeteista yritykset olivat jo aikaisemmin TYHY-päivissä kokeilleet. Lisäksi haluttiin vielä selvittää, mitä Revontulen jo tarjoamista aktiviteeteista yritykset olisivat kiinnostuneita kokeilemaan myös tulevaisuudessa. Vastaajat saivat valita useamman vaihtoehdon. Frisbeegolf, kuntotesti ja keilaus kiinnostivat kaikkia eniten (49 %). Myös kahvakuula, luontoretki, saunominen, jousiammunta, melonta ja seinäkiipeily kiinnostivat yli kolmasosaa yrityksistä.



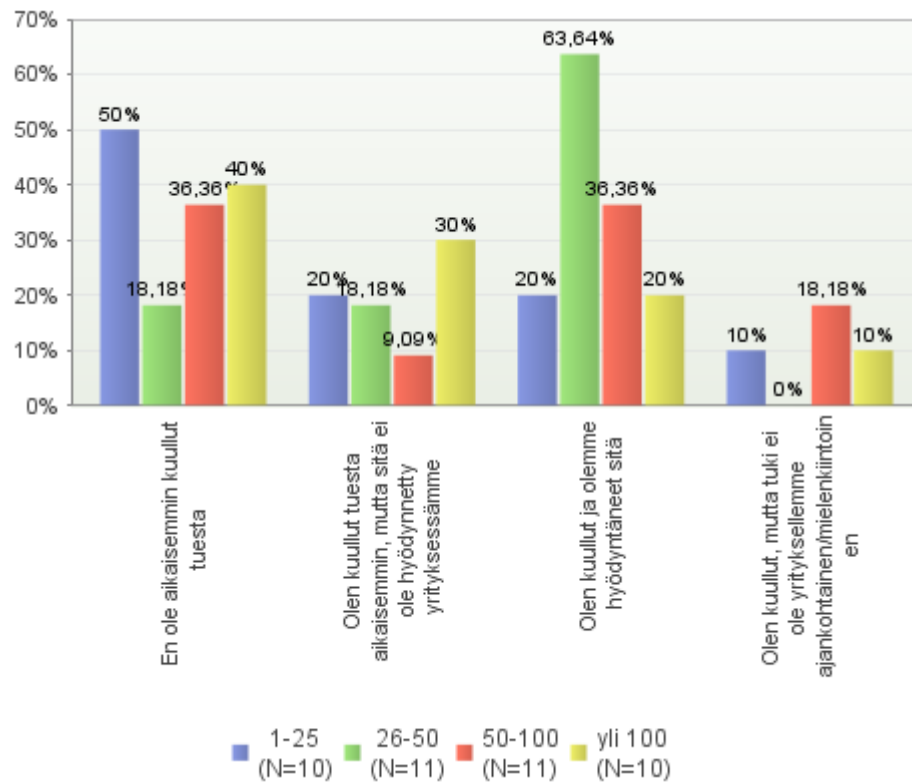
Kuvio 12. Revontulen tarjoamien aktiviteettien kiinnostavuus kaikkien vastaajien kesken

Toimeksiantajan toive oli, että yrityksiltä kysytään ovatko he tietoisia työeläkeyhtiöiden tarjoamasta tuesta TYHY-toiminnan opetuksellisiin osuuksiin, kuten luentoihin. Toimeksiantajan oletuksena oli, että pienemmät yritykset eivät ole kuulleet tuesta ja etteivät yritykset ole juuri hyödyntäneet tukea. Noin kolmasosa (36 %) vastaajista oli kuullut tuesta ja hyödyntänyt sitä aikaisemmin. Saman verran vastaajista ei ollut kuullut tuesta ja noin viidesosa (19%) oli kuullut tuesta, muttei ollut hyödyntänyt sitä.



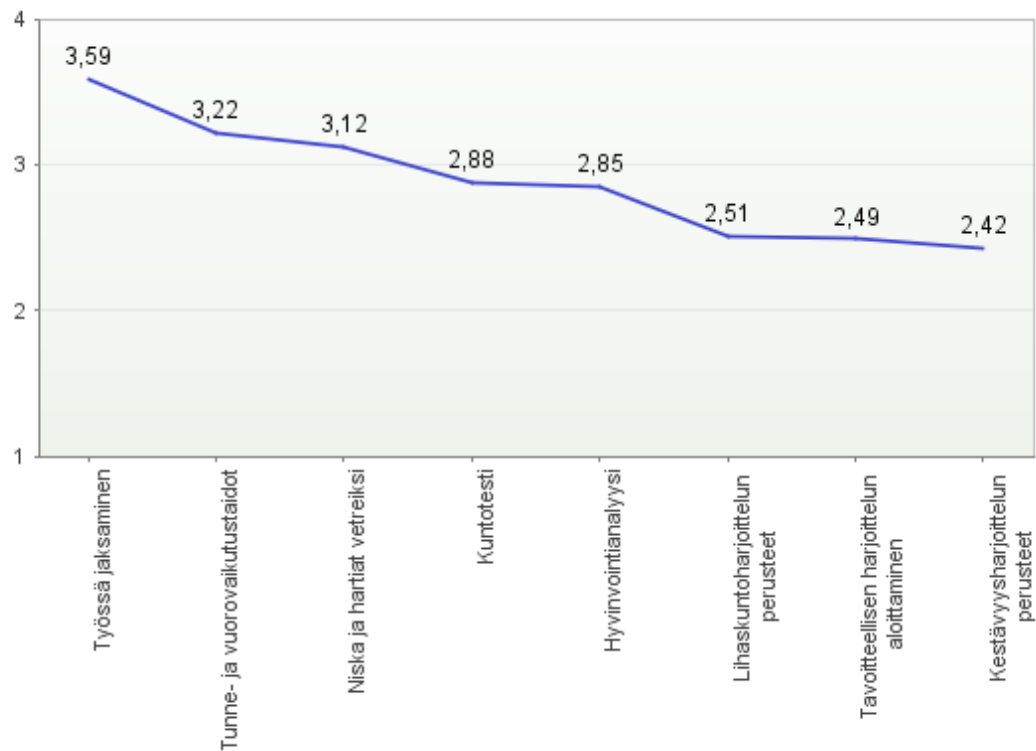
Kuvio 13. Tietoisuus työeläkeyhtiöiden tuesta

Erikokoisten yritysten vastauksissa oli jälleen eroja. Pienistä yrityksistä 36 prosenttia vastasi, ettei ollut aikaisemmin kuullut tuesta. Suurissa yrityksissä osuus oli vielä suurempi (40%). Vastaavasti vain viidesosa pienistä ja isoista yrityksistä vastasi hyödyntäneensä tukea aikaisemmin. Keskisuurissa yrityksissä (26–100 henkilöä työllistävissä) puolestaan jopa puolet vastasi hyödyntäneensä tukea jo aikaisemmin. Vajaa kolmannes (27 %) ilmoitti, ettei ollut kuullut tuesta aikaisemmin. Vain noin 10 prosenttia vastaajista - yrityksen koosta riippumatta - vastasi kuulleen tuesta, mutta ei kokenut sitä mielenkiintoiseksi tai yritykselle ajankohtaiseksi. Enemmistö vastaajista kuitenkin on tietoinen tuesta. Tällöin he olisivat todennäköisesti kiinnostuneita TYHY-paketeista, jotka on suunniteltu tuen mahdollisen saamisen mukaisesti.



Kuvio 14. Tietoisuus tuesta erikokoisissa yrityksissä

Koska tuen saaminen edellyttää TYHY-päivän sisältävän opetuksellisen osuuden, (kuten luennon), halusimme selvittää kuinka kiinnostuneita yritykset ovat Revontulen tällä hetkellä tarjoamista luentoaiheista. Selkeästi eniten yrityksiä kiinnosti työssä jaksaminen. Myös tunne- ja vuorovaikutustaidot sekä niska ja hartiat vetreiksi-teema koettiin vähintään melko mielenkiintoiseksi. Liikunnalliset aiheet puolestaan koettiin vähiten mielenkiintoisiksi.



Kuvio 15. Luentoaiheiden kiinnostavuus

6 Markkina-analyysi työhyvinvointimatkailusta

Markkina-analyysissä avataan työhyvinvointiin liittyviä trendejä työterveyslaitoksen määrittämien skenaarioiden kautta. Markkinoiden koko selvitettiin niiltä seutukunnilta, jotka nähdään Revontulella potentiaalisimpina asiakasalueina. Kilpailija-kartoitukseen puolestaan valittiin yritykset, jotka mainittiin kyselyssä useimmiten aikaisempina TYHY-matkakohteina. Asiakkaiden segmentoinnissa pohdittiin, millaiset yritykset sopisivat Revontulen asiakkaiksi kyselyn perusteella. Lopuksi käsitellään lait, jotka vaikuttavat työhyvinvoinnin toteutukseen yrityksissä ja näin ollen myös työhyvinvointimatkailutuotteen suunnitteluun ja toteutukseen Lomakeskus Revontulella.

6.1 Trendit ja tulevaisuus

Työhyvinvointi on kehittynyt käsitteenä paljon viimeisen vuosikymmenen aikana. Näin ollen voidaan olettaa, että sen kehitys jatkuu myös tulevaisuudessa. Vaikka yhteiskunnan hyvinvointia on jo pitkään mitattu esimerkiksi bruttokansantuotteen suuruudella, ei taloudellinen hyvinvointi kerro koko totuutta yhteiskunnan hyvinvoinnin

tilasta. Tämän vuoksi on alettu kehittämään ja hyödyntämään uusia mittareita, kuten aidon kehityksen mittaria. (Työn sankareita ja selviytyjiä 2010.)

Työ ei ole enää vain pakollinen keino hankkia rahaa; työ on mahdollisuus lisätä hyvinvointia, toteuttaa itseään ja hankkia sekä ylläpitää sosiaalisia suhteita. Ihmisten työelämä tulee linkittymään entistä vahvemmin heidän kaikkiin elämän osa-alueisiinsa. (Mts. 92.) Tämä tulee korostamaan kokonaisvaltaisen työhyvinvointiohjelman tarjoamisen tärkeyttä. Ei kuitenkaan ole varmaa, tulevatko päättäjät ja yritysten johtajat ylläpitämään työhyvinvointitoimintaa mahdollisista talousongelmista huolimatta.

Työterveyslaitoksen skenaariot vuodelle 2025

Työterveyslaitos esitteli tekemässään teoksessa Työn sankareita ja selviytyjiä (2010) neljä skenaariota vuoden 2025 työn ja hyvinvoinnin tilasta Suomessa. Skenaarioiden muodostamisen pohjan loivat seuraavat suomalaisen yhteiskunnan kehitykseen vaikuttavat trendit (mts. 8):

- globalisaatio ja talouden rakennemuutos
- ekologiset arvot
- työ ja sen eri muotojen muutos
- arvomaailman jännitteiden lisääntyminen
- eriarvoisuuden lisääntyminen
- väestön ikärakenteen muutos ja monikulttuurisuuden lisääntyminen
- teknologian kehittyminen
- terveyden, mielenterveyden ja työkyvyn arvostuksen säilyminen
- terveydenhoidon ja sosiaaliturvan säilyttämisen haasteellisuus

Näiden todennäköisten kehitystrendien pohjalta päädyttiin neljään erilaiseen skenaarioon; selviytymiskamppailu (skenaario A), vastuullinen valinta (skenaario B), tuotava hyvinvointi (skenaario C) ja markkinoiden valta (skenaario D).

Skenaario A - Selviytymiskamppailu

Skenaario A:ssa epävarmuutta tuo ympäristökriisin syventyminen sekä epävakaa taloustilanne. Tästä johtuen myös työelämä on epävarmaa, mutta taloudellista hyvin-

vointia ei enää pidetä niin suuressa arvossa kuin ennen. Ihmiset ovat lähteneet tavoittelemaan elämäänsä sisältöä ja onnea niin sanotusti oravan pyörän ulkopuolelta. Pienyrittäjien määrä on kasvussa, koska halutaan itse olla vastuussa omasta ammattitaidosta ja sen kehittamisestä. Teollisuuden ja siihen liittyvien palveluiden merkitys on laskenut ja Suomessa on palattu alkutuotannon pariin.

Skenaario B – Vastuullinen valinta

Skenaario B painottaa hyvinvoinnin, tasa-arvon ja talouden tärkeyttä ja tasapainottamista. Ympäristökysymykset koetaan tärkeiksi globaalisti, mikä vaikuttaa negatiivisesti Suomen bruttokansantuotteeseen, mutta kansan hyvinvointi puolestaan lisääntyy. Julkisen ja yksityisen sektorin lisäksi on muodostunut kolmas sektori; yhteiskunnallinen yrittäjyys, joka perustuu yhteisöllisyydelle. Verokannustimet ja vastikkeellinen kansalaispalkka on kehitetty lisäämään ihmisten halua työskennellä yhteisen hyvän eteen. Työelämän valintoja ohjaavat yksilöiden oma arvomaailma ja työn on oltava palkitsevaa sisällöllisesti. Taloudellinen palkitseminen on siis toissijaista.

Skenaario C – Tuottava hyvinvointi

Skenaario C:ssä yhteiskunnan julkiset palvelut ovat ajautuneet taloudelliseen kriisiin; ikärakenteen muutoksen myötä rahoitustarpeet ovat kasvaneet. Näin ollen julkisia palveluita on jouduttu karsimaan rajusti. Tämä on antanut yksityisille palveluille mahdollisuuden kukoistaa markkinoilla.

Säästäminen ja tehokkuuden lisääminen näkyvät myös työpaikoilla. Samat työtehtävät pyritään hoitamaan jatkuvasti pienemmällä henkilöstömäärällä. Näin ollen yritysten kilpailukyky perustuu pitkälti innovatiivisuuteen sekä teknologian hyödyntämiseen työn järjestämistä suunniteltaessa. Oikeanlainen muutosjohtaminen on tärkeää, koska työelämän muutokset vaativat yrityksiltä ja työntekijöiltä nopeaa sopeutumista ja uuden tiedon omaksumista.

Työelämän tärkeitä arvoja ovat työn mielekkyys ja kiinnostavuus, osaamisen kehittäminen sekä työn ja vapaa-ajan joustava yhdistäminen. Tässäkin skenaariossa terveydestä ja osaamisesta huolehtiminen on ihmisille tärkeää, mutta silti kaikki eivät vielä tätä taitoa omaa.

Skenaario D – Markkinoiden valta

Neljännessä skenaariossa työelämään eniten vaikuttava tekijä ovat monikansalliset yritykset. Vaikkakin työttömyyttä ei enää juurikaan ole, ei työ silti turvaa kaikille kohtuullista toimeentuloa. Työstä on tullut ihmisten elämää hallitseva tekijä ja kansa on jakautunut selkeästi köyhiin ja rikkaisiin.

Työterveyshuoltoa pidetään tärkeänä, mutta palveluita tarjoaa pääasiassa yksityinen sektori. Etujen taso tosin vaihtelee suuresti työntekijän yritykselle tuottaman lisäarvon mukaan.

6.2 Markkinoiden koko

Työllisiä oli kesäkuussa 2014 ELY-keskuksen mukaan Sisä-Savossa 6046, Varkaudessa 14 223 ja Jyväskylässä 66 524. Näin ollen Revontulen päämarkkina-alueella on 82 329 työllistä. Näistä työntekijöistä 1755 henkeä on vammaisia tai pitkäaikaissairaita.

(Pohjois-Savon työllisyyskatsaus, 2014, 6; Keski-Suomen työllisyyskatsaus, 2014, 9.)

Työhyvinvointia edistäviä palveluita ja tuotteita tarvitaan siis Revontulen määrittämällä markkina-alueella kymmenille tuhansille henkilöille. Kaikki seutukuntien työlliset ihmiset ovat potentiaalisia asiakkaita Revontulelle.

Kansaneläkelaitoksen vuoden 2012 työterveyshuoltotilaston (2014) mukaan, työterveyshuollon piirissä oli toissa vuonna 1 853 700 työntekijää, joista sairaanhoidon ja muun terveydenhuollon palvelujen piirissä oli 1 746 300. Työterveyshuollon piiriin kuuluvien henkilöiden määrä on ollut jatkuvassa kasvussa. Samoin työterveyshuollon kattavuus on parantunut vuosi vuodelta. Kattavuuteen vaikuttaa se, etteivät pienet työnantajat aina hae korvauksia Kansaneläkelaitokselta työterveyshuollon kustannuksiin. Joissain tapauksissa työnantajat eivät järjestä minkäänlaista työterveyshuoltoa työntekijöilleen.

Työterveyshuollon käyttökattavuuden lisääntyessä myös kustannukset luonnollisesti lisääntyvät. Vuonna 2012 työterveyshuollon kokonaiskustannukset olivat 733 miljoonaa euroa.

naa euroa. Kustannuksista 291 miljoonaa tuli ehkäisevän työterveyshuollon palveluista, joihin myös TYHY-toiminta lukeutuu. Korvauksia maksettiin työntekijää kohti 173 euroa kustannusten ollessa 396 euroa. (Mt.)

Kansaneläkelaitoksen työterveyshuoltotilastossa (2014) raportoitiin myös työterveyshuollon toteuttamisesta, työpaikan yhteistyöstä sekä laadun ja vaikuttavuuden arvioinnista ja seurannasta. Työnantajien korvaushakemuksista selviää, että yksilötason toiminta työterveyden edistämiseksi on hyvällä mallilla, mutta työpaikkatasolla toiminnassa on vielä parannettavaa. Vain 65,4 % työnantajista vastasi toteuttavansa ryhmäkohtaista neuvontaa ja ohjausta. Tätä voitaisiin järjestää ulkopuolisen matkailuyrityksen tiloissa, kuten Revontulessa. Luentopohjaiset TYHY-päivät sopisivat erinomaisesti ryhmäohjaukseen ja –neuvontaan. Kuitenkin suuri osa vastaajista oli sitä mieltä, että työkyvyn hallinta, seuranta ja varhainen tuki toteutuvat yrityksissä; työpaikan ja työterveyshuollon yhteiset hallintatavat ovat käytössä 81,5 % työnantajista. (Mts. 62.) Lähes kaikki vastaajat seuraavat työpaikan terveydenhuollon toimintaa -toimenpiteiden vaikuttavuutta työympäristössä ja työyhteisössä (ks. taulukko 1). Työnantajat ovat siis selkeästi kiinnostuneita työntekijöidensä hyvinvoinnista. On myös ymmärretty, että työntekijöiden hyvinvoinnista ei kerro vain alhainen sairauspoissaolojen, työtapaturmien ja ammattitautien määrä. Työnantajat ovat aloittaneet seuraamaan myös muun muassa asiakastyytyväisyyttä ja tavoitteiden toteutumista. Markkinoilla on siis tarvetta työhyvinvointimatkaluotteille, joista on hyötyä monella tavalla sekä työnantajalle että työntekijöille.

Taulukko 1. Työpaikan terveydenhuollon toiminnan seuranta (Työterveyshuoltotilasto 2012, 62)

Laadun ja vaikuttavuuden arviointi ja seuranta	Yhteensä	Seuranta toteutettu sovitusti		Seurantaa ei ole	
		Lkm	%	Lkm	%
Työpaikan terveydenhuollon toimintaa on arvioitu seuraamalla					
- toimenpiteiden vaikuttavuutta työympäristössä ja työyhteisössä	45 877	42 474	92,6	3 403	7,4
- työntekijöiden altistumista ja kuormitusta	45 877	44 740	97,5	1 137	2,5
- työntekijöiden terveydentilaa ja työkykyä	45 877	45 051	98,2	826	1,8
- työperäisiä (tapaturmat ja ammattitaudit) ja työhön liittyviä sairauksia	45 877	44 444	96,9	1 433	3,1
- työntekijöiden sairauspoissaoloja	45 877	39 878	86,9	5 999	13,1
- työterveyshuollon omia toimintatapoja (laatua)	45 877	42 768	93,2	3 109	6,8
- tavoitteiden ja toimenpide-ehdotusten toteutumista	45 877	43 398	94,6	2 479	5,4
- asiakastyytyväisyyttä	45 877	42 474	92,6	3 403	7,4

6.3 Kilpailijakartoitus

Muun muassa kilpailijatietojen kartoitus- ja analysointipalveluita tarjoavan yrityksen TopCompetitorsin (2014) mukaan, kilpailijakartoituksen tarkoituksena on selvittää yrityksen kilpailutilanne, sekä tärkeimmät toimijat yrityksen toimialalla ja markkina-alueella. Kilpailijakartoitus toteutetaan yleensä taulukoimalla.

Yksi lomakkeen kysymyksistä oli, missä yrityksissä vastaajat ovat aikaisemmin viettäneet TYHY-päiviään. Vastauksissa toistuivat seuraavat yritykset: Kylpylähotelli Peurunka, Rantasipi Laajavuori, Varjolan tila sekä Juhlatalo Majakoski. Tästä syystä päätimme valita edellä mainitut yritykset kilpailijakartoitukseen. Taulukon avulla yritys voi halutessaan jatkojalostaa kartoituksesta kilpailija-analyysin, jonka tarkoituksena on syventää kilpailijoista saatua tietoa. Tiedot perustuvat Rantasipi Laajavuoren, Kylpylähotelli Peurungan, Varjolan tilan sekä Juhlatalo Majakosken verkkosivujen tarjoamiin tietoihin kuluttajille.

Taulukko 2. Kilpailijakartoitus

	Laajavuori	Peurunka	Varjola	Majakoski
Hotellimajoitus	X	X	-	-
Mökkimajoitus	-	X	X	-
Ravintolapalvelut	X	X	X	tilauksesta
Kokouspalvelut	X	X	X	X
Kylpyläpalvelut	X	X	-	-
Muut aktiviteetti- palvelut	X	X	X	X
-Frisbeegolf	X	X	-	X
-Kuntotesti	-	X	-	-
-Keilaus	X	X	-	-
-Kahvakuula	X	X	-	-
-Luontoretki	X	X	X	-
-Sauna	X	X	X	X
-Jousiammunta	X	X	-	-
-Melonta	X	X	X	-
-Seinäkiipeily	-	-	-	-
-Luento	X	X	-	X
Etäisyys Jyväsky- län keskustasta	4 km.	28 km.	26 km.	13 km.

Laajavuoren ja Peurungan valtteina ovat niiden monipuolisuus; molempien palveluista löytyvät niin majoitus-, kylpylä-, kokous- kuin ravintolapalvelut. Useat yritysten kaipaamat palvelut löytyvät saman katon alta, mikä oli yksi tärkeä kriteeri TYHY-päivien viettopaikalle. Erityisesti Peurunka on investoinneillaan onnistunut muuntautumaan kuntoutuslaitoksesta ympärivuotiseksi matkailukeskukseksi. Siksi se on pystynyt myös kasvattamaan asiakaskuntaansa. Peurungan verkkosivuilta aktiviteetti- valikosta löytyy myös erikseen kohta työhyvinvointi", jossa se mainostaa työhyvinvointipalvelujensa avulla tuoda työyhteisöön kaivattua yhteistä tekemistä, käsitellä hyvinvoinnin teemoja sekä kehittää motivoivaa ilmapiiriä (Kylpylähotelli Peurunka 2014).

Yrityksen markkinointi on ollut näkyvää ja investoinneilla on parannettu imagoa. Peurunka on rohkealla tavalla näyttänyt mallia myös muille matkailuyrityksille, mitä hyvällä strategialla voidaan saavuttaa. Myös kylpylähotelli Laajavuoren suhteen on kehitystä nähtävissä; metsää on raivattu uusille rinteille ja investointeja tehty - viimeimpänä uudet pienet mäki-hyppymäet (Kylpylähotelli Laajavuori 2014).

Kyselyyn osallistujien vastauksista tuli selkeästi ilmi palveluiden räätälöitävyyden merkitys TYHY-päivän viettokohteen valinnassa. Yritysten kilpaillessa TYHY-päiviä viettävistä asiakkaista, tulisi ohjelmatarjonnassa kiinnittää tähän seikkaan erityistä huomiota. Erityisesti Varjolan tila on tässä asiassa vahvoilla. Vuonna 2012 Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät ry valitsi kyseisen tilan vuoden "kellokkaakseen", joka on Maaseutumatkailuyrittäjät ry:n myöntämä korkein tunnustus yritykselle tai henkilölle, jotka ovat toimineet erityisen ansiokkaasti maaseutumatkailun ja sen kehittämisen parissa. Palkitsemisperusteina olivat Varjolan tilan jatkuva kehittäminen ja sen tekemät lukuisat investoinnit; kiitosta saivat myös tiuhaan tahtiin solmitut verkostoitumissuhteet alueen muiden yrittäjien kanssa. Juuri nämä kyseiset verkostot ovat mahdollistaneet heidän laajan ohjelmalvelutarjonnan, jotka ovat osasyitä Varjolan tilan suosioon myös yritysasiakkaiden keskuudessa. (Laukaan yrittäjät 2012.) Tarjolla on muun muassa erilaisia kelkka- ja mönkijäsafareita, rallikyyditystä, tankojalkapalloa, koskielämyksiä sekä patikkaretkiä (Varjolan Tila 2014). Varjolan isäntänä toimiva Markus Kallio onkin todennut seuraavaa: *"Tämänkokoisella yrityksellä ei ole menestysmahdollisuuksia, jos sillä ei ole laajaa yhteistyöverkostoa"* (Suur-Jyväskylän Lehti 2009, 15).

Juhlatalo Majakoski on näistä selkeästi toiminnaltaan suppein, mutta se oli silti mainittu useampaan otteeseen yritysten vastauksissa. Vastaajista miltei kukaan ei ilmoittanut TYHY-päiviensä kestäneen yön yli, joten majoituspalveluiden merkitys TYHY-päivää valittaessa ei yritysten osalta nouse selkeästikään niin suureksi. Peurungan lisäksi Juhlatalo Majakoski mainitsi verkkosivuillaan kykynsä järjestää yritysten TYHY-päiville myös opetuksellista sisältöä, esimerkiksi luentoja. Juhlatalo Majakoski mainitsee verkkosivuillaan tekevän myös yhteistyötä lukuisten eri ohjelmayritysten kanssa. Valikoimaan kuuluu esimerkiksi yhteistyö Kokkisirkuksen ja Toimintatodellisuuden

kanssa, jotka saattavat erikoisuudellaan kiehtoa myös yritysasiakkaita (Juhlatalo Majakoski 2014). On selvää, että pienempien yritysten tuleekin verkostoitua keskenään pystyäkseen kilpailemaan suuria toimijoita - kuten esimerkiksi Rantasipi Laajavuorea tai Kylpylähotelli Peurunkaa - vastaan.

6.4 Asiakkaat ja segmentointi

Asiakkaita voidaan segmentoida usean eri tekijän avulla. Usein yritykset segmentoivat liian laajasti, esimerkiksi vain sukupuolen tai maantieteellisen sijainnin mukaan. Segmentoidessa tulisi rohkeasti rajata palvelun tai tuotteen potentiaalisimmat asiakkaat markkinoinnin ja tuotesuunnittelun kohdentamisen helpottamiseksi. (Rope 2003, 160.)

Segmentointia helpottamaan Rope (2003, 160-163) listaa seuraavat kriteerit: läheisyys, volyyymi, tuottomahdollisuudet, ostopäätöskriteerien yhteensopivuus ja segmentin kehitysvaihe.

Läheisyydellä tarkoitetaan potentiaalisen asiakkaan maantieteellistä sijaintia. Markkinointia helpottaa, jos yrityksen tärkeimmät asiakasryhmät sijaitsevat lähellä. Revontuli rajasi tutkimuksen vastaajayritykset maantieteellisesti seuraaviin seutukuntiin: Jyväskylän, Sisä-Savon, Varkauden ja Pieksämäen seutukuntaan. Revontuli pitää edellä mainittuja seutukuntia potentiaalisimpina markkina-alueina.

Toinen kriteeri on volyyymi, millä tarkoitetaan valitun segmentin suuruutta. Toisin sanoen jokaisen yrityksen tulisi valita asiakassegmenttejä, joita se pystyy palvelemaan parhaalla mahdollisella tavalla. TEM:in ja ELY-keskuksen mukaan, vuonna 2012 Varkauden seutukunnassa oli 1814 yrityksen toimipaikkaa, Sisä-Savossa 1169 ja Keski-Suomessa 9476 (Nieminen 2014, 83-84; 99). Revontulen segmentoimilla seutukunnilla riittää siis potentiaalisia asiakasyrityksiä. Yritysten määrää voidaan karsia entisestään unohtamalla pienimmät ja suurimmat yritykset; Revontuli ei hyödy rahallisesti pienimpien yritysten TYHY-päivistä, eivätkä pienimmät yritykset juuri järjestä TYHY-päiviä. Revontulella ei myöskään puolestaan ole kapasiteettia suurten yritysten

TYHY-päivien järjestämiseen. Näin ollen potentiaalisin asiakassegmentti olisivat keski-suuret yritykset.

Myös segmentistä saatavat tuottomahdollisuudet on otettava huomioon. Erilaiset segmentit tuottavat luonnollisesti eri tavalla rahaa. Kuten tutkimustuloksista huomattiin, suuret yritykset eivät käyttäneet rahaa TYHY-päiviin niin paljon kuin keski-suuret yritykset. Pienillä yrityksillä oli luonnollisesti pienemmät budjetit.

Ostopäätöskriteerien on tärkeää sopia yhteen yrityksen osaamisen kanssa. Asiakastytyväisyyteen ja hyvään palvelukokemukseen vaikuttaa vahvasti palveluntarjoajayrityksen ammattiosaaminen. Yritys, joka ei jaa pääsegmenttiensä ostopäätöskriteerejä, ei pysty vastaamaan asiakassegmenttinsä tarpeisiin. Revontulen ei esimerkiksi kannata järjestää TYHY-päivien yhteydessä liikunnan ammattilaisille kahvakuulatuntia tai ravintola-alan ihmisille kokkikoulua. Ennemmin kannattaa miettiä mitä uutta mutta hyödyllistä asiakkaat voisivat Revontulussa oppia.

Täytyy myös muistaa ottaa selvää segmenttien kehitysvaiheesta. On selvää, että vahvassa kasvussa oleva segmentti on yritykselle kannattavampi sijoitus, kuin niin sanotusti muodista poistuva segmentti. (Rope 2003, 160–163.) Esimerkiksi nykypäivänä ei olisi enää kannattavaa suunnitella liikunta- ja ruokapalveluita karppaajille, koska trendi on jo voimakkaasti hiipunut.

7 Pohdinta

Työelämä on kokenut viime vuosikymmeninä valtavasti muutoksia. Työelämän vaatimukset ovat kasvaneet teknologian kehittymisen myötä, jolloin työntekijät kokevat työnkuviinsa yhä enemmän uusia osaamisvaatimuksia ja haasteita. Työtahdin kiristymiseen liittyvät paineet ovat asettaneet omat haasteensa työntekijöiden henkiselle ja fyysiselle jaksamiselle. Aivan kuten ylipäättensä koko elämän, myös työelämän koetaan muuttuneen kiireisemmäksi ja hektisemmäksi. Iltapäivälehtien otsikoissa olleet ja säännöllisin väliajoin toteutetut laajat irtisanomiset ovat myös omiaan lisäämään työntekijöiden epävarmuutta, jolloin työpaikan ihmissuhteet kärsivät ja kiristyvät.

Eläkevakuutusyhtiö Ilmarisen järjestämään Työhyvinvointipulssi 2014 - kyselyyn vastanneista yrityksistä peräti joka toinen oli käynyt yt-neuvotteluita kuluvana vuotena. Ilmarisen työhyvinvointijohtaja Kati Huoponen onkin todennut yt-neuvottelujen aikana henkilöstön hyvinvoinnin voivan romahtaa hetkessä, ja pahimmillaan koko työpaikan työskentelyn lamaantuvan. Siksi yt-neuvotteluidenkin aikana tulisi huolehtia ihmisten hyvinvoinnista.

Näiden kaikkien muutosten myötä myös työhyvinvointi on säännöllisin väliajoin ollut mukana julkisissa keskusteluissa - joskus enemmän, joskus vähemmän. Tuntuukin siltä, että erityisesti näinä taloudellisesti haastavina aikoina työhyvinvoinnin merkitys on vain korostunut. Työhyvinvoinnista julkisuudessa käydyille keskusteluille yhteistä on yleensä ollut se, että kaikki keskusteluun osallistujat niin organisaatio- kuin työntekijätahoilta ovat halunneet parantaa sitä. Erityisesti päättäjät painottavat työssä pidempään jaksamista, jolloin työhyvinvointiin panostaminen koetaan yhdeksi ratkaisuksi asiaan (Pääministeri Alexander Stubbin hallituksen ohjelma 2014, 5).

Työhyvinvoinnin edistämiseen on olemassa useita tapoja. Yhtenä osana työhyvinvoinnin edistämisprosessia voidaan nähdä yritysten ammattitaidolla järjestetyt TYHY-päivät. Siksi matkailuyritykset, joilla on hyvät puitteet, soveltuisivat tällaiseen työhyvinvoinnin edistämisprosessiin mainiosti. Kun suunnitellaan TYHY-paketteja, pitäisi kuitenkin huomioida työhyvinvointi laaja-alaisena käsitteenä. Tällöin paketteja suunnittelevan yrityksen työhyvinvointiajattelun pitäisi vastata työelämän muuttuneisiin vaatimuksiin.

Usein työhyvinvoinnin edistämiseen liittyvät palvelut liitetään vain työntekijöiden fyysisen toimintakyvyn ylläpitämiseen. Tällöin yksilön psykososiaalinen puoli jää kokonaan huomioimatta, jolloin TYHY-päivä voidaan kokea mukavaksi mutta hieman "turhaksi puuhasteluksi" vailla konkreettista ja kauaskantoista hyötyä. Usein tällaiset päivät voivat olla antoisia ja kohottaa työpaikan ilmapiiriä hetkellisesti, mutta syvemmän tavoitteen täyttyminen jää usein vajavaiseksi. TYHY-päivässä esiin nostettujen teemojen tulisikin kantaa myös yrityksen arkielämässä ja strategisessa päätöksenteossa.

Nykypäivänä monen menestyvän yrityksen taustalla on verkostoituminen alueen muiden yritysten kanssa. TYHY-päiviä suunnittelevien yritysten olisikin järkevää verkostoitua esimerkiksi työhyvinvoinnin koulutus- ja kehittämispalveluiden tuottajien kanssa. Myös yhteistyö työterveyshuollon kanssa saattaisi osoittautua kannattavaksi. Mikäli palveluita järjestävät matkailuyritykset osaisivat kehittää TYHY-päiviään vastaamaan enemmän nykypäivän muuttuneita vaatimuksia, saatettaisiin palvelut kokea hyödyllisimmiksi. Tällöin niiden käyttöä saatettaisiin myös lisätä. Tutkimukseemme vastanneista yrityksistä jopa yli 30 % ilmoitti halukkuudestaan liittää TYHY-päiviinsä jonkin opetuksellisen osuuden. Yritykset ovat siis myös heränneet TYHY-päivillä työntekijöidensä kokonaisvaltaisempaan huomioimiseen. Voikin olla, että tulevaisuudessa TYHY-päivillä korostetut asiat tulevat yhä enenevässä määrin painottumaan fyysisen työkyvyn ylläpitämisen lisäksi myös työntekijöiden henkisen ja sosiaalisen työkyvyn ylläpitämiseen.

Tutkimustulosten ja kehitysehdotuksien pohjalta Lomakeskus Revontuli Oy pystyy suunnittelemaan paremmin yritysten tarpeita vastaavia TYHY-paketteja. Suunnittelu-prosessissa voidaan ottaa huomioon myös erikokoisten yritysten toisistaan poikkeavat tarpeet ja mielenkiinnot. Tuloksien avulla pystytään suunnittelemaan pakettien markkinointia; mihin yrityksiin markkinoidaan, milloin ja kuinka usein.

Tuloksia voi myös hyödyntää jatkotutkimusten toteuttamiseen, kuten tarkempaan laadulliseen tutkimukseen. Vastaajien joukosta voidaan poimia ne yritykset, jotka vastasivat olleensa jo aikaisemmin Revontulella viettämässä TYHY-päivää. Näin heiltä voidaan pyytää tarkempaa palautetta. Suurin osa vastaajista antoi myös luvan jälkimarkkinointiin TYHY-päiviin liittyen, joten Lomakeskus Revontuli sai kyselyn myötä myös uusia potentiaalisia asiakkaita.

Lähteet

Aktiviteetit. N.d. Kylpylähotelli Peurunka. Viitattu 2.11.2014.

<http://www.peurunka.fi/aktiviteetit/tyohyvinvointi/>

Aktiviteetit ja tapahtumat 2014. Rantasipi Laajavuori. Viitattu 2.11.2014.

http://www.rantasipi.fi/hotellit/laajavuori/fi_FI/etusivu/

Bell, C.R & Zemke R. 2007. Managing Knock Your Socks off Service. 2.painos. New York: Amazon.

Elämykset. N.d. Varjolan tila. Viitattu 27.9.2014.

<http://www.varjola.com/elamykset/>

Esimiesten ja asiantuntijoiden työuupumusta voidaan vähentää työkytkentäisellä varhaiskuntoutuksella. 20.1.2014. Tiedote. MPS- Career. Viitattu 17.9.2014.

<http://www.epressi.com/tiedotteet/sosiaaliset-kysymykset/esimiesten-ja-asiantuntijoiden-tyouupumusta-voidaan-vahentaa-tyokytkentaisella-varhaiskuntoutuksella.html>

Friedrichs, C. 2011. Seven simple tools to build a motivating work environment. Hamburg: Diplomica Verlag.

Helminen, J., Kukkonen P., Kukkonen P. & Saarela E. 2008. Ammatillisen kuntoutuksen cocktail – Tulevaisuus työelämässä?. Turku: AURA-instituutti.

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. Helsinki: Tammi.

Hyvä Pomo- taskuopas. N.d. Erweko Painotuote 2009.

Hyvinvointi- ja wellness – matkailun peruskartoitus. 2005. Matkailun edistämiskeskus.

Jansson, A. & Korhonen, J. 2009. Työhyvinvointipalvelun kehittäminen. Laurean ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Viitattu 4.10.2014.

http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/3696/Jansson_anniina_Korhonen_julia.pdf?sequence=1

Johda työhyvinvointia tuloksellisesti. N.d. Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen. Viitattu 22.9.2014

https://www.ilmarinen.fi/Production/fi/Yritys/02_tyohyvinvointi/01_johda/index.jsp

Juuti, P. & Salmi, P. 2014. Tunteet ja työ - uupumuksesta iloon. Jyväskylä: PS- kustannus.

Jänkälä, R., Kangastie, H., Rahkola, M., Tekoniemi-Selkälä, T. & Tolvanen, T. 2010. Hektisyydestä harmoniaan – Työhyvinvointimatkailutuote matkailun uutena palveluna. Rovaniemen ammattikorkeakoulun julkaisusarja C nro 21.

Kansaneläkelaitoksen työterveyshuoltotilasto 2012. Toim. Partio, T. Kansaneläkelaitos. Viitattu 3.11.2014.

www.kela.fi/tilastot

Kauppinen, K., Moisio, E. & Toivanen, M. 2014. Työn, perheen ja muun elämän yhteensovittaminen. Työterveyslaitos.

Keski-Suomen Työllisyyskatsaus Kesäkuu 2014. Keski-Suomen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen verkkosivut. Viitattu 3.11.2014.

<http://www.ely-keskus.fi/documents/10191/56916/Keski-Suomen+ty%C3%B6llisyyskatsaus+kes%C3%A4kuu+2014/3f656499-3787-421b-b20e-660c14274eca>

Kilpailijakartoitus- ja analyysi. N.d. TopCompetitors. Viitattu 28.10.2014.

<http://topcompetitors.com/fi/>

Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot. N.d. Tilastokeskus. Viitattu 3.10.2014.

<http://tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/01/07/>

Laakso, L. 20.1.2014. Stressaantunut esimies – stressaantunut työyhteisö. Kauppalehti. Viitattu 20.9.2014.

<http://www.kauppalehti.fi/etusivu/stressaantunut+esimies+-+stressaantunut+tyoyhteiso/201401606959>

Lomakeskus Revontuli Oy. N.d. Viitattu 29.9.2014.

<http://www.revontuli.fi/>

Maaseutumatkailun Kellokas vuonna 2012 on Varjolan Tila. 20.3.2012. Suomen Yrittäjät. Viitattu 29.9.2014.

<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/keski-suomenyrittajat/laukaa/uutinen/?groupId=2d364a78-defe-4a95-8c38-cdff6dc7bf2&announcementId=dedfd79f-ed62-49f8-bdbe-5bb3d6002d56>

Manka, M-L., Hakala, L., Nuutinen, S & Harju, R. 2010. Työn iloa ja imua – työhyvinvoinnin ratkaisuja pientyöpaikoille. Tampere: Tammerprint Oy.

Manninen, O. 2008. Työelämäosaamisen käsikirja. Työelämäosaamisen edistäminen Pirkanmaalla-verkostot.

Markkanen, L. 22.4.2009. Yhteistyössä on voimaa. Suur-Jyväskylän Lehti.

Metsämuuronen, J. 2006. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. Vaajakoski: Gummerus Kirjapaino. 3. uudistettu painos.

Motivaatio. Mitä motivaatio on ja mistä se syntyy. 2.8.2011. Finnish Institute of Health and Fitness. Viitattu 22.9.2014.

<http://www.terveysverkko.fi/tietopankki/tyoikaisille/motivaatio>

Muutos haastaa työhyvinvoinnin-opas. N.d. Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Varma. Viitattu 2.11.2014.

<https://www.varma.fi/fi/PdfDocuments/Anonymous/Julkaisut/tyohyvinvointi/MuutosHaastaaTyohyvinvoinninOpas.pdf>

Nieminen, J. 2014. Alueelliset kehitysnäkymät syksyllä 2014. TEM:in ja ELY-keskusten julkaisu. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 2.11.2014. http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2193/Alueelliset_kehitysnakymat_2_2014.pdf.

Ohjelmapalvelut. N.d. 2.11.2014. Juhlatalo Majakoski. Viitattu 2.11.2014.

<http://www.majakoski.fi/ohjelmapalvelut/>

Pessala, P. & Syrjänen, M. 2010. Työn sankareita ja selviytyjiä. Työterveyslaitos.

Pohjois-Savon työllisyyskatsaus Kesäkuu 2014. Pohjois-Savon elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen verkkosivut. Viitattu 3.11.2014.

<http://www.ely-keskus.fi/documents/10191/2500357/2014+06+%28kes%C3%A4kuu+2014%29.pdf/30c1e84b-132d-4520-9fc0-40da810810d8>

Pääministeri Alexander Stubbin hallituksen ohjelma. 24.6.2014. Viitattu 21.10.2014.

<http://valtioneuvosto.fi/hallitus/hallitusohjelma/pdf-stubb/fi.pdf>

Rauramo, P. 2004. Työhyvinvoinnin portaat. Helsinki: Edita.

Rauramo, P. N.d. TYKYstä TYHYyn. Työturvallisuuskeskus. Viitattu 1.10.2014.

<http://www.tyoturva.fi/index.phtml?s=345>

Ravantti, E. 2012. Työhyvinvointi yhteiskunnallisen markkinoinnin tuotteena työnantajan näkökulmasta. Viitattu 5.10.2014.

http://www.ttl.fi/fi/tutkimus/hankkeet/tyohyvinvoinnin_tilannekuva/Documents/Gradu_Elina_Ravantti_2012.pdf

Sipilä, T. 2014. Opinnäytetyöstä. Sähköpostiviesti 13.11.2014. Vastaanottaja M. Tuliranta. Lomakeskus Revontulen kehitysjohtajan tiedonanto yritysasiakkaiden osuudesta liiketoiminnassa.

Työhyvinvoinnin pulssi 2014 - kyselyn tulokset. 2.10.2014. Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen. Viitattu 16.10.2014.

http://www.ilmarinen.fi/Production/fi/ilmarinen/06_mediapalvelu/02_uutiset_tiedotteet/0_0_0_uutiset_2014/liitteet_2014/tyohyvinvointikysely_2014.pdf

Työhyvinvointi. N.d. Sosiaali- ja terveysministeriö 2014. Viitattu 20.9.2014.

<http://www.stm.fi/tyoelama/tyohyvinvointi>

Työhyvinvointi kannattaa myös taloudellisesti. 10.9.2014. Työterveyslaitos. Viitattu 19.9.2014.

<http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/tuottavuus/sivut/default.aspx>

Työsuojelusanasto 2006. Työterveyslaitos & Sanastokeskus TSK. Helsinki: Otava

Liitteet

Liite 1. Lomakeskus Revontulen hyvinvointimalliohjelma

Hyvinvointipäivän malliohjelma 1.0

Saapuminen Revontuleen

Tulokahvi + suolainen kahvileipä

Toiminnallinen liikuntaluento, Polar-lepotesti, verenpaineen ja vyötärönympäryksen mittaus

Lounas noutopöydästä

Ohjattu golf-opetus

Päiväkahvi + makea kahvileipä

Frisbeegolf, minigolf, keilaus

Savusauna

Päivällinen

Malliohjelman hinta 20 henkilön ryhmälle 90 € / henkilö

Hinta sisältää voimassaolevan arvonlisäveron



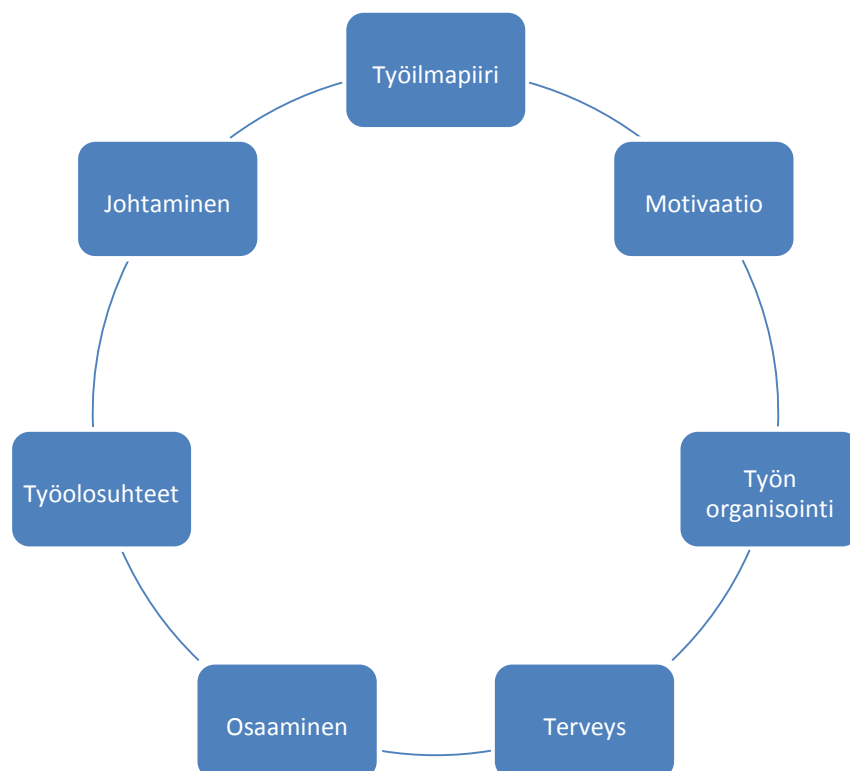


Revontulen mukavuusalueen työhyvinvointipäivässä saadaan erilaisia elämyksiä ja opitaan erilaisia tietoja ja taitoja sekä edistetään terveyttä, arjessa ja työssä jaksamista.

Lomakeskus Revontulella on tarjolla monipuolista ohjattua ohjelmaa jokaiseen makuun. Talvelle ja kesälle on omat malliohjelmat, joihin kaikkien on helppo osallistua ja ne eivät vaadi aikaisempia taitoja. Tavoitteena on tarjota tietoa, elämyksiä, rentoutumista ja yhdessä tekemistä. Alla on esitetty tarkemmat kuvaukset tarjolla olevasta ohjelmasta ja aktiviteettien tavoitteista.

Työhyvinvointipäivän sisältö voidaan painottaa erityisesti jollekin osa-alueelle työyhteisön tilan ja tarpeen mukaan.

Työhyvinvoinnin osa-alueet



Aamupäivän luentoon vaihtoehtoisia ohjelmia:

- Firstbeat Hyvinvointianalyysi
 - Hyvinvointianalyysi on työkalu hyvinvointipalveluiden tuottamiseen ja ennaltaehkäisevään terveydenhuoltoon. Sen avulla voidaan mitata stressiä ja palautumista, työn kuormitusta, osoittaa liikunnan terveys- ja kuntovaikutukset sekä arvioida elämäntapoihin liittyviä riskejä.
- Firstbeat kuntotesti
 - Uusi ja luotettava kuntotesti, jossa osallistuja ei edes huomaa olevansa testattavana. Voidaan toteuttaa juoksemalla maastossa, juoksumatolla tai radalla. Helppolukuisen muotoon kirjattu palaute voidaan antaa heti, mikä innostaa systemaattisen harjoitteluun Kuntovalmentajan tukemana.
- Hyvinvointiluento
 - Luennon teemoja ovat mm. tunne- ja vuorovaikutustaidot työhyvinvointi ja henkilöstökoulutukset ja työnohjaus.
- Toiminnallinen luento valitsemastasi aiheesta
 - Tavoitteellisen harjoittelun aloittaminen
 - Miten luoda järkeviä ja itselle sopivia tavoitteita
 - Miten välttää liikunnan aloittamisen karikot
 - Monipuolisen harjoittelun kulmakivet (lihaskunto/aerobinen/liikkuvuus)
 - Lihaskuntoharjoittelun perusteet
 - Millainen harjoittelu sopii erilaisiin tavoitteisiin
 - Kuinka aloittaa lihaskuntoharjoittelu turvallisesti ja tehokkaasti
 - Millaisia erilaisia lihaskuntoharjoittelun muotoja on
 - Lyhyt lihaskuntoharjoitus oman kehon painolla
 - Kestävyyskuntoharjoittelun perusteet
 - Kestävyyskunto yleisesti
 - Kuinka aloittaa aerobinen harjoittelu turvallisesti ja tehokkaasti
 - Millainen harjoitusohjelma
 - Juoksutekniikka
 - Sykemittarin käyttö
 - Varusteet
 - Lyhyt juoksutekniikan demo
 - Niska- ja hartiavetreiksi
 - Niska- ja hartiakipujen yleisimpiä syitä
 - Ergonomian merkitys
 - Selkää vahvistava lihaskuntoharjoittelu
 - Taukojumppa toimistossa
 - Venyttelyn merkitys
 - Venyttely ja keppijumppa kotiin

Toiminnalliset luennot toteuttaa Jyväskylän yliopiston liikuntatieteen ammattilaiset

Lounaan jälkeen iltapäivälle vaihtoehtoisia ohjelmia:

Luontopolku:

Keskisenlammen luontopolku ja lintutorni sijaitsevat Lomakeskuksen alueella. Lammen kiertävän polun pituus on noin 3 km. Useat linnut pesivät alueella keväällä ja alkukesästä. Luontopolun varrella on lintutorni ja luontotauluja, joissa kerrotaan eri suotyypeistä, kasvillisuudesta ja linnuista. Ohjatussa luontopolussa luonnon ihmeistä kerrotaan kiinnostavalla tavalla.

Tavoite: Yhdessä tutustumista luonnon keskellä. Luonto antaa voimaa ja energiaa.



Keilaus:

Ohjatussa keilauksessa kerrotaan kaikille alkuun keilauksen perusteet ja tämän jälkeen tarjoamme opetusta sitä haluaville. Lopuksi voimme järjestää leikkimielisen kisan.

Tavoite: Yhdessä tekeminen, yhdessä kokeminen hausalla ja rennolla tavalla.



Golf:

Golfin saloihin voi tutustua omalla porukalla viihtyen Golfopettajan johdolla. Ohjattulla golftunnilla opetamme golfin peruslyönnit harjoituslyöntialueella ja käymme läpi golfin etikettiä. Lopuksi järjestämme leikkimielisen puttauskisan.

Tavoite: Oppia uuden lajin perusteet, tarjota kipinä uuden harrastuksen aloittamiselle ja liikuntaan innostaminen.



Frisbeegolf:

Lomakeskuksen alueella kiertää 9-reikäinen frisbeegolfrata. Frisbeegolfin saloihin voi tutustua ohjatulla kierroksella. Ohjatun kierroksen alussa kerromme eri heittoytyyleistä ja opastamme lajin perusteet. Ryhmä voidaan jakaa joukkueisiin ja järjestää joukkuekisa.

Tavoite: Tarjota hauskaa yhdessä oloa, opettaa tiimityötä ja joukkueessa pelaamista.



Minigolf:

Ohjattu minigolf sopii erityisen hyvin koko perheen yhteiseen ajanviettoon. Minigolf on hauskaa ja rentoa yhdessäoloa.

Tavoite: Tarjota ryhmälle mukavaa aikaa yhdessä pelaten.



Kahvakuula:

Kahvakuula on loistava väline keskivartalon, jalkojen ja selän vahvistamiseen. Kuu-laharjoittelu sopii hyvin esimerkiksi istumatyötä tekeväille. Ohjatun kahvakuula tunnin aikana tulee hiki ja hyvämieli.

Tavoite: Istumatyö ja tietokoneella työskentely aiheuttavat usein niska ja yläselän jumitusta Kahvakuula-treenillä voi päästä eroon niska- ja selkävaivoista.

**Suunnistus:**

Lomakeskuksen alueelle on piilotettu rasteja, jota kartan avulla etsitään. Rasteissa on kysymys toisiin ryhmäläisiin liittyen. Näin testataan, kuinka hyvin ryhmä on tuntee toisensa.

Tavoite: oppia tuntemaan työkaverista hiukan enemmän, saada liikuntaa ja oppia suunnistuksen saloja.

Savusaunan lämmitys:

Savusaunan lämmitys on pitkä prosessi ja vaatii tietoa ja taitoa. Savusaunamestari ottaa ryhmän mukaan lämmitysprojektiin ja opastaa savusaunan lämmityksen perusteet. Ryhmä pääsee lopuksi nauttimaan itselämmitetyn savusaunan tunnelmaa ja rentoutumaan ulkoporealtaaseen. **Tavoite:** Tarjota uusia elämyksiä, kokemuksia ja taitoja.

**Jooga:**

Jooga on menetelmä, jonka avulla voi oppia tuntemaan ja kehittämään itseään. Joogaharjoituksilla voi edistää ja vaalia hyvää terveyttä. Jooga tähtää ihmisen henkiseen kasvuun ja kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Joogatunti on rentouttava ja lihaksia avaavaa liikuntaa.

Tavoite: Itsensä kehittäminen, terveyden edistäminen ja rentoutus arjen kiireistä.

**Triathlon:**

Triathloniin kuuluu kolme leikkimielistä lajia. Kesällä lajeina ovat, frisbeegolf, minigolf ja keilaus. Talvella minigolfin tilalla on golfputtaus. Ryhmä käy kaikki kolme lajia läpi ja lajien yhteispisteet lasketaan.

Tavoite: Hauskaa yhdessä oloa, kolmen lajin oppiminen ja liikunnan riemu.

**Karaoke:**

Ilta ohjelmassa voi olla karaoke saunalla.

Tavoite: mukavaa yhdessä oloa, rentoutumista ja heittäytymistä.

Seinäkiipeily:

Keilaratojen yhteydessä on seinäkiipeilyseinä, jossa pääsee kiipeämään Spidermannin kanssa samalle seinälle. Seinäkiipeilyssä on aina mukana ohjaaja, joka opastaa lajin pariin.

Tavoite: Uuden lajin oppiminen, liikkuminen.

**Hiihtoretki:**

Lomakeskuksen alueella on noin 4 km:n mittainen hiihtolatu, pääsee kokeilemaan hiihtoa porukalla ohjaajan kanssa. Ohjaaja opettaa aloittelijoita lajin pariin. Innokaimmat hiihtäjät voivat tehdä hiihtoretken Häkärinteille, jonne on matkaa 10 km.

Tavoite: Opettaa hiihtämään ja tarjota mahdollisuus saada hiki pintaa ja hyvä mieli luonnossa hiihtäen.

**Lumikenkäretki laavulle ja nokipannukahvit:**

Ohjattu lumikenkäretki kulkee jäätä pitkin läheiselle partiolaisten majalla. Partiolaisten majan laavulla keitämme nokipannukahvit ja opetlemme oikeaoppisen tulenteon.

Tavoite: Erätaitojen kartoitus, rentouttava liikunta luonnonrauhassa.

**Golfkierros:**

Ryhmälle oma golfkierros Revontulen 18-reikäisellä kentällä.

Tavoite: Liikuntaa n. 10 km kävelyn muodossa, yhdessä tekemistä ja yhteisiä tarinoita



Liite 2. Kyselylomake

Työhyvinvointipäivän kysyntä yrityksissä

Seuraavilla sivuilla on esitetty kysymyksiä työpaikkasi työhyvinvointipäiviin liittyen. Kyselyn tarkoituksena on kerätä tietoa, jonka avulla voidaan kehittää yrityksiä kiinnostavia ja hyödyttäviä TYHY-päiväpaketteja Lomakeskus Revontuleen.

TYHY-päivällä tarkoitetaan tässä kyselyssä työntekijöiden työhyvinvointia ylläpitämiseen ja edistämiseen tähdättyjen toimien järjestämistä yhden päivän aikana.

Varaa aikaa vastaamiseen noin 10-15 minuuttia. Suurimpaan osaan kysymyksistä vastataan rastittamalla mielestäsi parhaiten sopiva vastaus.

TAUSTATIEDOT

1. Yhteystiedot

Yritys / Organisaatio *

Osasto

Sähköposti *

Puhelin *

Postitoimipaikka *

2. Mikä on yrityksenne toimiala? *

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Maa-, metsä- ja kalatalous | <input type="checkbox"/> Teollisuus | <input type="checkbox"/> Rakentaminen |
| <input type="checkbox"/> Kuljetus ja varastointi | <input type="checkbox"/> Majoitus- ja ravitsemustoiminta | <input type="checkbox"/> Huoltotoiminta |
| <input type="checkbox"/> Rahoitus- ja vakuutus toiminta | <input type="checkbox"/> Tukku- ja vähittäiskauppa | <input type="checkbox"/> Terveys- ja sosiaalipalvelut |
| <input type="checkbox"/> Koulutus | <input type="checkbox"/> Julkinen hallinto | <input type="checkbox"/> Kiinteistöala |
| <input type="checkbox"/> Jokin muu, mikä? <input type="text"/> | | |

3. Kuinka monta henkilöä yrityksessänne on töissä? *

- 1-25 26-50 50-100 yli 100

4. Kuka/ketkä yrityksessänne vastaa hyvinvointitoiminnasta?

AIKAISEMMAT TYHY-PÄIVÄT

5. Oletteko aiemmin järjestäneet TYHY-päivän yrityksessänne?

- Kyllä
- Ei

Jos vastasit edelliseen kysymykseen "Ei", voit siirtyä suoraan kysymykseen 15.

6. Oletteko aiemmin käyneet työporukkanne kanssa Revontulussa viettämässä TYHY-päivää?

- Kyllä
- Ei

7. Mainitse 1-3 yritystä, joissa olette viettäneet TYHY-päiviä.

60 merkkiä jäljellä

8. Kuinka usein yrityksessänne järjestetään TYHY-päiviä?

- Harvemmin kuin kerran vuodessa
- Kerran vuodessa
- Kaksi kertaa vuodessa
- Useamman kerran vuodessa

9. Paljonko TYHY-päivienne budjetti on keskimäärin ollut per/hlö?

- alle 50 €
- 51-100 €
- yli 100 €

10. Kuinka paljon aikaisemmin teette varaukset TYHY-päivään liittyen?

- alle kk aikaisemmin
- 1-2 kk aikaisemmin
- 3-6 kk aikaisemmin
- yli 6 kk aikaisemmin

11. Kuinka kauan yrityksenne TYHY-päivä on yleensä kestänyt?

- Aamupäivä Iltapäivän Illan Koko päivän Yön yli Useamman yön

12. Mitä seuraavista aktiviteeteista TYHY-päivänne ovat aikaisemmin sisältäneet?

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Kahvakuula Opettavainen luento Hiihto Lumikenkäily Suunnistus
- Luontoretki Golf Kuntotesti Frisbeegolf Seinäkiipeily
- Karaoke Keilaus Saunominen Jooga Jotain muuta, mitä?
- Viinimaistelu Jousiammunta Avantouinti Moottorikelkkailu Melonta
- Uinti (järvi ja/tai kylpylä) Kalastus Tanssi Kirkkoveneretki Ravintolan illtaohjelma (artisti, standup jne)

13. Mitä ruokailuja TYHY-päivänne on sisältänyt?

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Aamupala Kahvi+ pientä suolaista/makeaa Lounas Välipala Illallinen

14. Oletteko jääneet kaipaamaan jotain erityistä TYHY-päiväänne? Jos olette, niin mitä?

100 merkkiä jäljellä

OPTIMAALINEN TYHY-PÄIVÄ

15. Onko teillä kiinnostusta jatkossa järjestää TYHY-päiviä yrityksessänne?

- Kyllä
 Ei

16. Kuinka tärkeitä seuraavat työhyvinvoinnin osa-alueet ovat työyhteisönne kehittämisessä?

(1=ei lainkaan tärkeä, 2=hieman tärkeä, 3=melko tärkeä, 4=erittäin tärkeänä)

	1	2	3	4
Fyysisen hyvinvoinnin edistäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkisen hyvinvoinnin edistäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työergonomian kehittäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Työmotivaatio ja työssä jaksaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiimihengen kohottaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stressin purku/rentoutuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ammatillisen osaamisen lisääminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työolosuhteiden parantaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Kuinka tärkeitä seuraavat tekijät ovat TYHY-päivän suunnittelussa?

(1=ei lainkaan tärkeä, 2=hieman tärkeä, 3=melko tärkeä, 4=erittäin tärkeänä)

	1	2	3	4
Palveluiden räätälöitävyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ympäristö ja viihtyvyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nopea pääsy kohteeseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vaihtoehtojen monipuolisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konkreettiset hyödyt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kohteen hyvä maine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turvallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tutun suosittelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jokin muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Mikä olisi ihanteellisin vuodenaika viettää TYHY-päivää?

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Kevät Kesä Syksy Talvi

19. Mikä olisi ihanteellisin vuorokaudenaika viettää TYHY-päivää?

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Aamu/aamupäivä Iltapäivä Ilta Koko päivä

20. Mitä seuraavista aktiviteeteista olisitte kiinnostuneita kokeilemaan TYHY-päivässä?

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Viinimaistelu | <input type="checkbox"/> Moottorikelkkailu | <input type="checkbox"/> Tanssi |
| <input type="checkbox"/> Jousiammunta | <input type="checkbox"/> Melonta | <input type="checkbox"/> Kirkkoveneretki |
| <input type="checkbox"/> Karaoke | <input type="checkbox"/> Uinti (järvi ja/tai kylpylä) | <input type="checkbox"/> Luontoretki |
| <input type="checkbox"/> Jooga | <input type="checkbox"/> Kalastus | <input type="checkbox"/> Ravintolan iltaohjelma (artisti, standup jne) |
| <input type="checkbox"/> Saunominen | <input type="checkbox"/> Kahvakuula | <input type="checkbox"/> Suunnistus |
| <input type="checkbox"/> Avantouinti | <input type="checkbox"/> Golf | <input type="checkbox"/> Frisbeegolf |
| <input type="checkbox"/> Opettavainen luento | <input type="checkbox"/> Lumikenkäily | <input type="checkbox"/> Keilaus |

- Kuntotesti Luontoretki Hiihto
 Seinäkiipeily Jotain muuta, mitä?

21. Oletteko tietoinen, että työeläkeyhtiöt voivat tukea yritysten työhyvinvointia, esimerkiksi kustantamalla TYHY-päivän opetusosuuden (esim. asiantuntijaluento)?

- En ole aikaisemmin kuullut tuesta
 Olen kuullut tuesta aikaisemmin, mutta sitä ei ole hyödynnetty yrityksessämme
 Olen kuullut ja olemme hyödyntäneet sitä
 Olen kuullut, mutta tuki ei ole yrityksellemme ajankohtainen/mielenkiintoinen

22. Kuinka mielenkiintoisiksi koette seuraavat luentoaiheet osaksi yrityksenne TYHY-päivää?

	1	2	3	4
Hyvinvointianalyysi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntotesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työssä jaksaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunne- ja vuorovaikutustaidot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tavoitteellisen harjoittelun aloittaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lihaskuntoharjoittelun perusteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kestävyysharjoittelun perusteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Niska ja hartiat vetreiksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Saako Revontuli lähettää teille tarjouksia TYHY-päivään liittyen? *

- Kyllä
 Ei