



Kokouspalvelupakettien hintatason ja asiakkaiden kokouspalvelubudjettien selvitys

Ronja Turunen

2020 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Kokouspalvelupakettien hintatason ja asiakkaiden kokouspalvelubudjettien selvitys

Ronja Turunen
Matkailu- ja palveluliiketoiminnan
koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Kesäkuu, 2020

Ronja Turunen

Kokouspalvelupakettien hintatason ja asiakkaiden kokouspalvelubudjettien selvitys

Vuosi

2020

Sivumäärä 67

Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Porvoossa sijaitseva majoitus-, kokous-, sekä virkistyspalveluja tuottava Kokouspoukama Oy. Tarkoituksena oli kartoittaa kokouspalveluita tuottavien yritysten palvelupakettien sisältöjä hintoineen selvittäen lisäksi asiakkaiden tarpeita sekä budjettia kokouspalveluiden ostamiseen liittyen. Tavoitteena oli muodostaa tutkimuksesta saatujen tulosten pohjalta kehitysehdotuksia Kokouspoukama Oy:n kokouspalvelutoiminnan kehittämisen tueksi.

Työn tietoperusta koostui kokouspalveluiden tuottamisesta, kuten kokouspalveluiden hinnoittelusta ja järjestelyistä. Tutkimusmenetelminä käytettiin avointa haastattelua, net scoutingia sekä kyselyä. Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin tarjouspyyntömenettelyä. Avoin haastattelu tehtiin toimeksiantajalle, saadut vastaukset toimivat apuna tarjouspyyntölomakkeen teossa. Net scoutingilla etsittiin tarjouspyyntömenettelyyn sopivia yrityksiä. Menetelmällä löytyi 11 yritystä, tarjoukset saatiin kahdeksalta yritykseltä. Kyselyä käytettiin asiakkaan budjetin sekä palveluun liittyvien tarpeiden selvittämiseen. Kysely lähetettiin 28 henkilölle, vastauksia saatiin 26 kappaletta.

Opinnäytetyössä tehdyn tutkimuksen keskeisimmiksi tuloksiksi nousivat kokouspalveluiden hintatasoon liittyvät tiedot sekä asiakkaan kokouspalveluita varten varaama budjetin suuruus. Tarjouspyynnössä pyydettiin hintaerittelyä yhden- sekä kahden päivän mittaisille tilaisuuksille. Hintahajonta yhden päivän tilaisuuksien välillä ei ollut merkittävää, sen sijaan kahden päivän tilaisuuksien välinen hintahajonta oli merkittävämpää hintojen vaihdellessa 200,00€-500,00€ välillä/hlö. Tutkimustuloksista voitiin havaita asiakkaan varaaman budjetin kohtaavan palveluntarjoajien hintatason kanssa.

Opinnäytetyön keskeisenä tuotoksena syntyi kehitysehdotuksia, joita Kokouspoukama Oy käyttää oman kokouspalvelutoimintansa kehittämisen tukena. Keskeisiksi kehitysehdotuksiksi nousivat toimeksiantajan internetsivuille julkaistavat kokouspalveluiden hinnat sekä ohjelmistotarjonnan lisääminen etenkin meriaktiviteetteja silmällä pitäen.

Asiasanat: hinnoittelu, kokouspalvelut, palvelu, palvelupaketti, tarjouspyyntö

Ronja Turunen

An Analysis of Conference Package Prices and Customer Budgeting

Year 2020

Pages

67

The commissioner of this thesis was a Porvoo based accommodation, meeting and recreational services provider Kokouspoukama Oy. The objective was to survey the contents of several businesses that provide similar service packages, to compare their offered price range according to customers' needs, as well as to map out the budget for purchasing the offered conference services. In conclusion, the objective was to create reform proposals according to the results obtained from this study to support the revising of Kokouspoukama Oy's services.

The theoretical framework of the thesis consists of the aspects related to production, pricing and the arrangement of conference services. The methods used in this research were an open interview, net scouting and a survey. A cost request was used to collect the pricing of studied businesses and the method used for the commissioner was open interview. The inquiry form for the cost was then based on the gathered feedback. In addition, net scouting was used as a way to detect other suitable companies, which the inquiry about the cost could be conducted to. This method identified 11 companies, of which eight presented their best offer. The survey was used to identify the clients' budgets, as well as their need for other related services. In total, the survey was sent to 28 individuals, and 26 answers were received.

The research carried out in the thesis displayed some vital results. The conference service provider's budget and the customers' own budget for the conference services in question. This presented the need for a detailed breakdown of the costs for conference events, lasting either one or two days. The cost deviation between conference events lasting for one day was not significant, while two day events were more dispersed, ranging from €200,00 - €500,00 per individual attendee. To conclude, the results indicate that the budget reserved by the customer was equivalent with the cost offered by the conference service providers.

The fundamental product for the thesis was to create an accountable reform proposal that Kokouspoukama Oy would then use to support the development of their conference service operations. The central reforms that arose in the study were that the cost of the conference services should be placed on the commissioner internet page and the company should also consider increasing services related to water activities.

Keywords: Conference services, Service Package, Service, Pricing, Cost request

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Kokouspoukama Oy.....	7
2.1	Tutkimuksen tausta.....	7
3	Kokouspalvelut.....	8
3.1	Kokous	8
3.2	Palvelu ja palvelunlaatu	11
3.3	Palvelupaketti	13
3.4	Kokouspalveluiden hinnoittelu	15
3.5	Kokousasiakas.....	16
3.6	Kokoustilaisuuden järjestelyt	17
3.7	Kokoustilat ja kokoustekniikka	18
3.8	Kokoustarjoilut	20
4	Tutkimuksen toteutus ja menetelmät.....	21
4.1	Avoim haastattelu	21
4.2	Net scouting.....	22
4.3	Tarjouspyyntömenettely	23
4.4	Kysely	23
5	Tutkimustulokset	27
5.1	Avoimen haastattelun tulokset.....	28
5.2	Net scoutingin tulokset.....	29
5.3	Tarjouspyyntömenettelyn tulokset	30
5.3.1	Ravitsemispalvelut	30
5.3.2	Kokoustekniikka ja välineet	31
5.3.3	Kokoustan vuokra	32
5.3.4	Ohjelmapalvelut	32
5.3.5	Majoituspalvelut	33
5.3.6	Hintataso	34
5.4	Kyselyn tulokset	35
6	Kehitysehdotukset.....	44
7	Johtopäätökset	45
	Lähteet.....	47
	Kuviot	50
	Taulukot	50
	Liitteet	51

1 Johdanto

Toimeksiantajana opinnäytetyölle toimi porvoolainen majoitus-, kokous-, sekä virkistystilaisuuksia järjestävä elämyskeskus Kokouspoukama Oy. Opinnäytetyössä toteutettavan tutkimuksen taustalla oli toimeksiantoyrityksen vuonna 2018 tapahtunut nimen vaihdos, jonka seurauksena brändin uudistaminen sekä yritystoiminnan kehittäminen käynnistyi. Toiminnan kehittämisessä tulee huomioida muun muassa markkinoiden tarjontaa sekä kysyntää. Idea opinnäytetyön tekemiseen syntyi näiden asioiden saattamana.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa Porvoossa ja pääkaupunkiseudulla sijaitsevien kokouspalveluita tuottavien yritysten hintatasoa ja palvelupakettien sisältöä. Tarkoituksena oli lisäksi selvittää asiakkaan tarpeita ostettua kokoustilaisuutta kohtaan sekä sitä, paljonko asiakkaat ovat budjetoineet käytettäväksi ulkoistettuja kokouspalveluita varten. Työ käsittelee aihetta palveluita tarjoavien yritysten sekä palveluita ostavien asiakkaiden näkökulmista. Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa tutkimuksesta saatujen tietojen sekä tuloksien pohjalta kehittämissuhteita toimeksiantoyrityksen kokouspalvelutoiminnan sekä palvelutarjonnan kehittämisen tueksi.

Opinnäytetyö koostuu yrityksen esittelystä, teoriaosuudesta sekä tutkimustuloksista. Työ alkaa toimeksiantajan esittelyllä, jonka jälkeen käsitellään opinnäytetyön aiheen taustaa. Teoriaosassa kerrotaan yleisesti kokouspalveluista toimialana, kokousten järjestämisestä sekä siitä, mitä kokous vaatii onnistuakseen. Teoriaosassa käydään läpi opinnäytetyön kannalta keskeisimmät käsitteet, jotka ovat kokouspalvelut, palvelu, palvelupaketti, hinnoittelu sekä tarjouspyyntö. Työn teoriaosuudesta on hyötyä kaikille, jotka tarvitsevat tietoa yleisesti kokouspalveluista.

Opinnäytetyössä tehdyn tutkimuksen avulla toimeksiantaja saa tietoa ja vertailukuvaa oman toimintansa tueksi siitä, minkä tyyppisiä kokouspalveluita kilpailevat sekä samoja ominaispiirteitä toimeksiantajan kanssa omaavat yritykset tuottavat ja mihin hintaluokkiin ne sijoittuvat. Tutkimustulosten avulla toimeksiantaja saa tietoa asiakkaan varaamasta budjetista kokouspalveluita varten sekä siitä, mitä odotuksia tai tarpeita asiakkaalla on ostettua palvelua kohtaan. Tutkimuksesta saatujen tulosten sekä opinnäytetyössä esitetyn teorian pohjalta syntyi kehittämissuhteita Kokouspoukama Oy:n kokouspalvelutoiminnan sekä kokouspalvelutarjonnan kehittämisen tueksi.

Opinnäytetyötä tehdessä, löytyi useita kokouspalveluihin liittyviä töitä. Useat näistä töistä olivat kehittämistöitä tai vastaavanlaisia toiminnallisia opinnäytetöitä, joissa tavoitteena oli luoda esimerkiksi uusi elämyksellinen kokouspalvelu. Tutkimuksellisia töitäkin oli, mutta vähemmän. Aikaisemmin suoritettut tutkimukset liittyivät pitkälti tutkimaan tulevaisuuden

kokouspalveluita, asiakkaiden oheis- ja ohjelmapalvelutarpeiden selvittämistä, kehityskohteiden tunnistamiseen tai kilpailijavertailuiden tekemiseen. Muita tutkimuksia ja töitä tarkastellessa ei löytynyt työtä tai tutkimusta, missä nämä useat komponentit yhdistyisivät.

2 Kokouspoukama Oy

Toimeksiantajana opinnäytetyölle toimii majoitus-, kokous-, sekä virkistystilaisuuksia järjestävä elämyskeskus Kokouspoukama Oy. Kohdeyritys sijaitsee Porvoon saaristossa Emäsalossa, Byvikenin lahdella (Kokouspoukama 2018). Kokouspoukamaan voi saapua autolla ja veneellä. Suurehko parkkipaikka mahdollistaa ajoneuvojen pysäköimisen alueelle ilmaiseksi. Venelaituri on meriteitse saapuvien asiakkaiden käytössä sovitusti. (Kokouspoukama 2018a.)

Kokouspoukamalla on kaksi omistajaa. Omistajien lisäksi yritys työllistää vakituisesti ja koko-aikaisesti 10 työntekijää. Yrityksessä työskentelee myös useita sesonkityöntekijöitä vuosittain. (Kokouspoukama 2018h.)

Kokouspoukamassa on mahdollista majoittautua, sillä yritys tuottaa majoituspalveluita omassa hotellissaan Hotelli Poukamassa. Hotellissa on 25 huonetta, jotka mahdollistavat majoituksen noin 70 henkilölle. Useimmiten hotellissa majoittuvat ovat kokous- tai juhlavieraita. Aamiainen sisältyy hotellihuoneiden hintaan kokousasiakkaille. (Kokouspoukama 2018c.)

Kokouspoukama on tehnyt yhteistyötä monien porvoolaisten majoituspalveluita tuottavien yritysten kanssa. Yhteistyön avulla yritys pystyy tarvittaessa järjestämään lisämajoitusta ja -vuoteita suuremmille ryhmille. Esimerkkeinä yhteistyökumppaneista Salmi (2020) mainitsee Budget Hotel Easystayn sekä Haikon kartanon (Salmi 2020).

Kokous- sekä majoituspalveluiden lisäksi yritys tarjoaa monipuolisia ohjelma- ja juhlapalveluita. Ohjelmapalvelut voivat olla mitä vain pikkujoulujen sekä erilaisten virkistyspäivien väliltä. Ruoat sekä muut tarjottavat tilaisuuksiin valmistetaan Kokouspoukaman omassa keittiössä. (Kokouspoukama 2018d.) Juhlatilaisuudet ovat niin häitä, kuin hautajaisiakin. Tilaisuudet järjestetään aina asiakkaan toiveiden mukaisesti. (Kokouspoukama 2018e.)

2.1 Tutkimuksen tausta

Vuosina 1997-2002 yritys toimi nimellä Emäsalo Tourist Center. Tuona aikana yrityksen toiminta perustui lähinnä majoituspalveluiden tuottamiseen matkailijoille. Vuodesta 2002 yritys alkoi käyttää nimeä Seikkailulaakso Oy. Yritys toimi Seikkailulaakso Oy nimellä ja brändillä vuoteen 2018 asti, jolloin yrityksen nimi muutettiin nykyiseen. (Kokouspoukama 2018i.)

Vanha palvelukonsepti näkyy edelleen osana Kokouspoukaman arkea. Osa vanhoista palvelukonseptin tyyleistä ja tavoista ovat peräisin niiltä ajoilta, kun Kokouspoukama oli vielä

Seikkailulaakso Oy. Yritys on uudistanut tyyliään sekä palveluitaan uuden brändin mukaiseksi nimen vaihdon myötä (Salmi 2020).

Kokouspoukama valikoitui toimeksiantajaksi opinnäytetyölle mielenkiinnosta yritystä kohtaan. Ensikosketus kohdeyritykseen oli vuonna 2006, jolloin kohdeyritys toimi vielä vanhalla nimellä. Kohdeyritys tuottaa palveluita, joiden tutkiminen sopii erinomaisesti restonomin opinnäytetyöhön. Ensimmäinen yhteydenotto toimeksiantajaan tapahtui syksyllä 2019. Työn aihe valikoitui sen perusteella, mikä toi toimeksiantajan mukaan yritykselle eniten arvoa ja hyötyä. Myöhemmin keväällä 2020 toimeksiantosopimus allekirjoitettiin.

Opinnäytetyön aihe syntyi toimeksiantajan mielenkiinnosta kokouspalveluiden ohelle myytävien ohjelmapalveluiden hinnoittelua sekä asiakkaan käytettävissä olevaa budjettia kohtaan. Toimeksiantajaa kiinnosti tietää ”Mikä olisi hyvä hinnoittelu ja paljonko asiakas olisi valmis maksamaan mistäkin palvelusta” (Salmi 2019). Asiaa päätettiin lähestyä niin palveluntarjoajan, kuin palveluita käyttävän asiakkaan näkökulmista toimeksiantajan esittämän tutkimuskysymyksen mukaisesti tuoden samalla esille palveluiden sisällön, sekä asiakkaiden tarpeet. Kokouspalveluiden ollessa yritykselle arvoa tuovin palvelu, opinnäytetyön aihe rajattiin käsittelemään pelkästään niitä. Tutkimusalue rajattiin pääkaupunkiseutuun sekä Porvooseen, koska suurin osa yrityksen potentiaalisista kokousasiakkaista tulevat näiltä alueilta. (Salmi 2020).

3 Kokouspalvelut

Opinnäytetyön aihe käsittelee kokouspalveluita. Täyden ymmärtämisen takaamiseksi työssä kerrotaan, mikä on kokous. Lisäksi avataan laajemmin käsitteitä palvelupaketti sekä palvelu, selittäen samalla hyvän palvelun merkityksellisyydestä kokoustilaisuuksissa. Teoreettisessa osassa avataan tarkemmin lisäksi kokouspalveluihin oleellisesti liittyviä asioita, kuten kokouspalveluiden hinnoittelua, kokoustilaisuuden järjestämistä, kokoustarjoiluja sekä tyypillisimpiä kokoustiloja varusteluineen.

3.1 Kokous

Kokous määritellään tilaisuudeksi, jossa ihmiset kokoontuvat tiettyyn paikkaan tiettyinä ajankohtana. Kokouksia on erilaisia. Ne voivat vaihdella yksinkertaisista palaverista aina monipuolisiin kongresseihin. Kokouksen kestot vaihtelevat muutamasta tunnista useisiin päiviin. Usein kokouksessa käsitellään jotakin entuudestaan rajattua aihetta. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 24.)

Usein kokoukset liittyvät liiketoimintaan. Ne voivat liittyä myös ei-kaupallisten organisaatioiden toimintaan. Tyypillisimpiä kokouksia ovat erilaisten organisaatioiden pienimuotoisemmat

sisäiset palaverit, joissa vetäjänä on usein organisaation lähiesimies ja muina osallistujina ovat lähinnä kollegat. (Blinnikka & Kuha 2004, 25.)

Kokoukset mahdollistavat tavoitteiden toteuttamisen, mikäli halutaan esimerkiksi tehdä päätöksiä, neuvotella, tiedottaa, ratkaista ongelmia, kouluttaa, ideoida tai verkostoitua. Usein kokouksella on jokin tavoite sekä päämäärä. Päämääriä voi olla myös useita. (Blinnikka & Kuha 2004, 12-13.) Kokouksen onnistuminen edellyttää, että tapaamisen tavoitteet ovat ennalta mietitty tarkkaan sekä määritelty täsmällisesti. Kokouksen suunnitteluvaiheessa on tärkeää selvittää, keiden kaikkien läsnäolo on välttämätöntä kokouksen tavoitteiden kannalta. (Blinnikka & Kuha 2004, 13.)

Kokouksen ajankohdalla on väliä. Aamupäivällä järjestetyt kokoukset ovat ajankohdaltaan usein parhaimpia, sillä ihmiset ovat silloin vireimmillään. Huonoin ajankohta kokoukselle on heti lounaan jälkeen. Usein kokouksen alussa tehdään nopea katsaus siihen, mitä aikaisemmassa kokouksessa käsiteltiin ja päätettiin. Kokouksissa käsiteltävät aiheet pilkotaan järkevään kokosiin osa-alueisiin, jotta osallistujat pysyvät tahdissa mukana ja sisäistävät käsiteltävät asiat. Mikäli käsiteltävä aihe on valtava, mutta kokouksen aika hyvinkin rajallinen, tulee asiat käytyä usein vain pintapuolisesti läpi. Tällöin kokous jää usein yksipuoleiseksi ja varsinainen pääaihe unohtuu. Tyypillisesti kokoukseen kuuluu myös tauot, sillä ne auttavat osallistujia pysymään virkeinä koko kokouksen ajan. (Opintokeskus Sivis 2003.)

Erlaisia kokoustilaisuuksia IAPCO:n mukaan	
Conference= konferenssi, kokous	Keskustelua, ongelmanratkaisua ja konsultointia varten järjestetty. Luonteeltaan usein valikoidumpi ja kooltaan pienempi kuin kongressi. Kestää usein määrätyn ajan, vaikka kestoaikaa ei olla rajoitettu. Selkeät tavoitteet ominaisia.
Congress= kongressi	Järjestetään säännöllisin väliajoin. Osallistuu satoja, jopa tuhansia esim. saman ammatillisen tai kulttuurisen ryhmittymän edustajaa. Järjestetään usein tietyn aiheen käsittelyä varten. Kesto yleensä useita päiviä. Voi olla myös kansainvälisiä.
Meeting= neuvottelu	On yleiskäsite, jolla tarkoitetaan useiden henkilöiden kokoontumista samaan paikkaan mm. neuvottelua varten. Järjestetään usein tarpeen vaatiessa tai säännöllisesti.
General assembly= yleiskokous	Esim. liiton tai seuran virallinen kokous. Osallistujia aina vähintään tietty ennalta määrätty osa ks. organisaation jäsenistä. Aiheina usein mm. budjetin tai tilinpäätöksen hyväksymistä. Noudatetaan tiettyjä menettelytapoja. Järjestetään usein tiettyinä ajankohtina.

Taulukko 1: Tärkeimmät kokoustyytit Blinnikkaa ja Kuhaa (2004, 13-14) mukailten

Kansainvälisen kongressijärjestäjien liiton IAPCO:n (International Association of Professional Congress Organizers) mukaan tärkeimpiä kokoustyyppisiä ovat muun muassa konferenssit,

kongressit, neuvottelut sekä yleiskokoukset. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 25-27.) Taulukossa 1. esitellään IAPCO:n mukaan osa tärkeimmistä erilaisista kokoustyypeistä Blinnikkaa ja Kuhaa (2004, 13-14) mukaillen.

Kokousala on moninainen ja kokouspalveluiden tuottamiseksi tarvitaan paljon erilaisia palvelujen tarjoajia. Yhteistyö kokouspalveluiden tuottajien, sekä palvelujen tarjoajien kanssa on runsasta. Vaikka suurin kommunikointi kokouspalveluiden tuottajan sekä tarvittavien palvelujen tarjoajien välillä tapahtuu yleensä suorassa kontaktissa, on silti riskinä, ettei tieto heidän välillään kulje niin kuin pitäisi. Toinen yleinen riskitekijä on, ettei yhteistä laatumieliä kuvaa toiminnan tasosta synnykään toimijoiden välille. (Blinnikka & Kuha 2004, 29-31.)

Kokouksen aloitteentekijä		
Organisaation 1. suunnitteluryhmä		
Rahoittajat, sponsorit		
Yrityksen / organisaation kokouksesta vastaava ryhmä		
Kongressipalvelu- toimiston kongressipalvelut	Kongressitoimiston markkinointipalvelut	Matkailupalvelut
Kongressikeskuksen tai kokouspaikan tila- ja kokouspalvelut	Majoituspalvelut	Kirjanpito- ja pankki- palvelut
AV-laittepalvelut tulkki- ja käännös- palvelut	Logistiikkapalvelut	Tukituotteiden valmis- tajiin tuotepalvelut
Turvapalvelut	Matkatoimistopalvelut	Mainos- ja viestintä- palvelut
Ravitsemispalvelut	Ohjelma- ja taukopalvelut	Messu- ja näyttelypalvelut
Asiakkaat: osallistujat, esiintyjät ja järjestäjät		

Kuvio 1: Kokous- ja kongressipalveluja ja niiden tarjoajia (Blinnikka & Kuha 2004, 30)

Kuviossa 1 on asiakkaan kannalta tärkeimmät kokouksissa käytettävät ydin-, liitännäis-, ja oheispalvelut palvelujen tarjoajineen. Osa taulukossa esitetyistä palveluista ovat asiakkaille näkymättömiä palveluita. Mikäli yhteistyö jonkin palvelujen tarjoajan kanssa ei toimi, tai se puuttuisi kokonaan, tulee se näkymään kokoukseen osallistuvalla tai sen järjestäjällä.

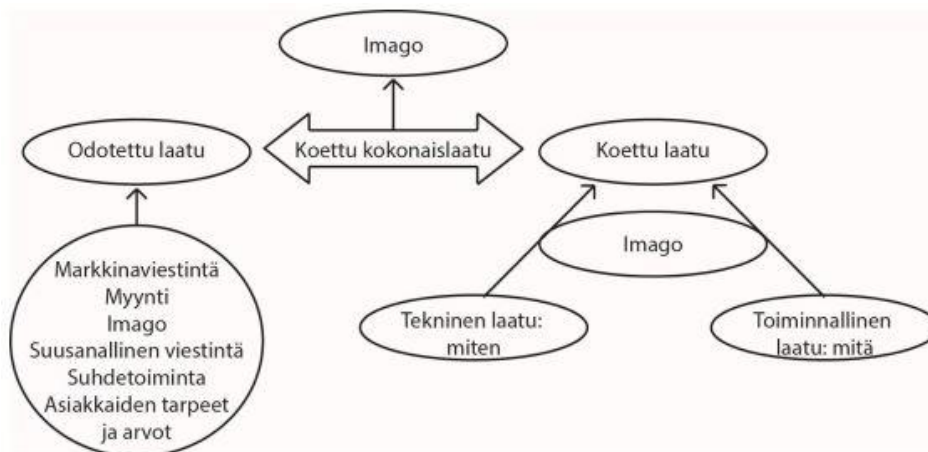
3.2 Palvelu ja palvelunlaatu

Palvelu on käsitteenä laaja. Sille on vaikea löytää yhtä tiettyä määritelmää. Tärkein palveluiden piirre on niiden prosessiluonne. Palveluissa esiintyy useimmiten vuorovaikutustilanteita asiakkaan sekä palveluntarjoajan välillä. Palveluilla on yleisesti ottaen kolme peruspiirrettä; palvelut kulutetaan ja tuotetaan jossain määrin samanaikaisesti, palvelut ovat tietynlaisia prosesseja, jotka koostuvat toiminnoista tai joukosta toimintoja. Kolmantena peruspiirteenä korostetaan, että asiakkaan rooli palveluprosessissa ei ole ainoastaan vastaanottaa palvelua. Asiakas on palvelun kanssatuottajana osallistuessaan palveluprosessiin tuotantoresurssina. Palvelut eivät ole konkreettisia asioita. Ne ovat monista toiminnoista koostuvia prosesseja. Palvelu koetaan usein subjektiivisesti. Silti ei voida sanoa, että yhden asiakkaan saama ja kokema palvelu olisi sama kuin seuraavan asiakkaan saama palvelu. (Grönroos 2009, 76-82.)

Uusia palveluita suunnitellessa tai jo olemassa olevien palveluiden uudistamisessa tulee kuvata palveluprosessi. Palveluprosessi tarkoittaa tapahtumaketjua, jonka mukaan palvelu tapahtuu. Palveluprosessin luomisessa tulee miettiä vaihe vaiheelta palvelun kulkua asiakaspalvelijan sekä asiakkaan näkökulmista. Tärkeää on, että palveluprosessissa kuvataan myös itse palvelutapahtumaan liittyvät, sekä palvelun taustalla olevat asiat tarkasti. Palveluprosessin tekeminen mahdollistaa palvelun kriittisimpien sekä tärkeimpien kohtien tunnistamisen. Palveluprosessin luomisessa on tärkeää ottaa huomioon myös sellaiset asiat, joiden vuoksi prosessin eteneminen ei välttämättä suju oletetulla tai asiakkaalle luvutulla tavalla. Prosessissa tulee käsitellä lisäksi myös ne asiat, joita tulee ottaa huomioon ja tehdä ennen varsinaisen palvelutapahtuman alkua sekä sen jälkeen. Jokaisen palveluprosessin vaiheelle tulisi määrittellä vähimmäis- eli riittävän palvelun taso sekä mitä vaaditaan hyvän ja erinomaisten palvelutasojen tavoittamiseksi. Palveluprosessin laatimisen yhteydessä on hyvä laatia myös toimintaohjeita yksittäisten asiakaskohtaamisten varalle. Tämä helpottaa työntekijöitä esimerkiksi haastavampien asiakaspalvelutilanteiden hoitamisessa. Selkeiden ohjeiden avulla välttyään sekaannuksilta ja näin jokaista asiakasta tullaan palvelemaan saman arvoisesti. (Bergström & Leppänen 2016, 167-171.)

Kokouspoukaman palveluprosessin kulusta on kuvattu esimerkki opinnäytetyön liitteessä 1 (Liite 1. Esimerkki Kokouspoukaman palveluprosessista). Kaaviossa on tyypillisesti eroteltu asiakkaalle näkyvät- sekä näkymättömät prosessivaiheet. Kaavio kuvaa Kokouspoukaman tyypillisimmät palveluprosessi vaiheet kokoustilaisuuksien varauksesta tilaisuuden läpivientiin.

Palvelun laatu jakaantuu kahteen perusosaan. Tekniseen laatuun eli siihen mitä asiakas saa, sekä toiminnalliseen laatuun eli miten hän sen saa. Palvelun laatu koetaan usein subjektiivisesti. (Grönroos 2009, 100-106.)



Kuvio 2: Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2009, 105)

Kuvio 2 osoittaa, että asiakkaan laatukokemuksiin liittyy myös perinteiset markkinointitoimet kuten markkinointiviestintä sekä imago. Nämä kaikki yhdessä johtavat koettuun palvelun laatuun, eli siihen miten asiakas kokee saamansa palvelun sekä mitä hän siitä saa. Palvelun laadun ollessa hyvää koettu laatu vastaa asiakkaan odotuksia, eli odotettua laatua. (Grönroos 2009, 100-106.)

Kiire sekä ajan riittämättömyys johtaa välillä siihen, ettei yrityksellä ole esimerkiksi tarpeeksi resursseja henkilökunnan perehdyttämiseksi. On tilanteita, jolloin tärkeitä tilaisuuksia on viemässä läpi henkilö, joka ei välttämättä ole tietoinen kaikista tilaisuuden kannalta tärkeistä asioista. Hän ei välttämättä tiedä mitä hänen kuuluisi tehdä, eikä hänellä ole kokonaiskuvaa koko tilaisuuden luonteesta. Tilaisuudessa avustava henkilökunta edustaa omaa yritystään. Henkilökunnan keskinäinen ilmapiiri sekä fyysinen olemus ovat asioita, joita kutsutaan asiakkaalle näkyviksi palveluprosessin osiksi. Tämän takia on tärkeää muistaa, että kokonaiskokemus tilaisuudesta jää usein negatiiviseksi, mikäli henkilökunnan ystävällisyys sekä palvelualttius ei vastaisikaan asiakkaan tarpeita tai olettamaa tasoa. (Aarrejärvi 2003, 25-26; Blinnikka & Kuha 2004, 165.)

Asiakas on tyytyväinen, kun kaikki kokoukseen liittyvät asiat on hoidettu hyvin. Sujuva ja mutkaton palvelu on merkittävä osa onnistunutta kokousta. Tyytyväinen asiakas toimii niin sanotusti yrityksen käyntikorttina, sillä todennäköisimmin hän valitsee seuraavalla kerralla palvelun samalta yritykseltä, johon on jo kertaalleen ollut tyytyväinen. Henkilökunnan ajan tasalla pitäminen kokouksen tapahtumakulun sekä aikataulun suhteen ovat tärkeässä roolissa asiakas-tyytyväisyyden tavoittamiseksi. Onnistumisen ehtona on, että henkilökunnan jäsenet tietävät ja tuntevat omat vastualueensa. (Aarrejärvi 2003, 78-79.)

3.3 Palvelupaketti

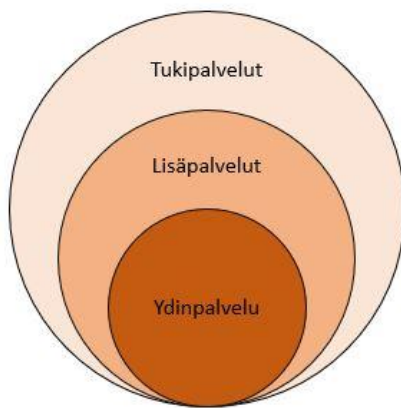
Palvelu kuvataan palvelupakettimallissa usein paketiksi eli aineettomista tai konkreettisista palveluista koostuvaksi kokonaisuudeksi (Grönroos 2009, 222). Yleisestä näkökulmasta paketti muodostuu perus- tai ydinpalvelusta sekä lisäpalveluista. Ydinpalvelu, eli se mitä palveluita tai tuotteita yritys tuottaa on käytännössä markkinoilla olon syy. Ydinpalvelun käyttämiseksi tarvitaan usein lisäpalveluita eli mahdollistavia palveluita, jotka tekevät ydinpalvelun käyttämisen mahdolliseksi. Mahdollistavia palveluita voidaan suunnitella huomioon ottaen kilpailijan tarjoamat vastaavat palvelut. Suunnittelemalla mahdollistavat palvelut erilaisiksi kilpailijan kanssa palvelu muuttuu kilpailukeinoksi. (Grönroos 2009, 224-225.)

Yritykset käyttävät lisäksi tukipalveluita. Tukipalvelut ovat myös lisäpalveluita, mutta niitä käytetään arvon lisäämistarkoituksessa tai palvelun erilaistamiseksi. Tukipalveluita käytetään ainoastaan kilpailukeinona. Vaikka tukipalveluita ei olisi lainkaan, voidaan ydinpalvelua silti käyttää. (Grönroos 2009, 224-225.)

Kokouspoukama on suunnitellut asiakkailleen valmiiksi neljä erilaista kokouspakettia. Paketit rakentuvat eri teemojen ympärille, jotka ovat: hyvinvointi, tiimi, sportti ja elämys. Jokaiselle paketille on räätälöity erilaisia ohjelmia, joista asiakas saa itse valita tilaisuudelleen mieluisimman. Ohjelmavaihtoehtoja on aina rentouttavasta sauna- ja palju hetkestä vauhdikkaaseen värikuulasotaan. Paketit sisältävät ohjelman lisäksi teemaan sopivat kokoustarjoilut sekä muut kokouksen kannalta välttämättömät asiat, kuten asianmukaisesti varustellun kokoustilan. (Kokouspoukama 2018j.)

Kokouksien ja kongressien markkinointiryhmän sekä järjestäjien yksi avainkysymys on, mitkä ovat ne ratkaisevat tekijät, jolla asiakas saadaan käyttämään juuri meidän kokous- tai kongressipalveluitamme? Kilpailu alalla on kovaa, jonka takia on äärimmäisen tärkeää huomioida asiakkaan tarpeet ja toiveet. (Saarelma 2002, 70.) Kokouspalveluiden näkökulmasta ajatellen kokouksen tuotantoprosessin tärkein toimenpide on palvelupaketin, eli tilaisuuden ohjelmakokonaisuuden huolellinen suunnittelu (Blinnikka & Kuha 2004, 96).

Kuten edellä mainittiin, ydinpalvelun toimiminen edellyttää usein joitakin oheis-, liitännäis- ja tukipalveluita. Kokouspalveluiden näkökulmasta nämä voivat tarkoittaa esimerkiksi kokoustiloja, taukopalveluita tai kokousruokailua. Majoitus-, tauko- sekä ravitsemispalvelut ovat ydinpalvelun tukena. Kokouspalveluita järjestävien yritysten on tärkeää muistaa, että kokouksen tavoitteena on saada käsiteltyä kokoukselle ennalta määritelty aihe. Kokoukset voivat kestää jopa päiviä, joten on tärkeää huolehtia kokousasiakkaan mukavuudesta sekä vireystason ylläpitämisestä. Ohjelmat ajoituksineen tulee suunnitella tarkoin. Mikäli ajoitukset ovat liian tiukkoja eikä lisäpalveluitakaan olla sen kummemmin suunniteltu jää kongressin anti vähäiseksi. (Blinnikka & Kuha 2004, 102-103.)



Kuvio 3: Palvelupaketin rakentuminen Blinnikka & Kuhaa (2004, 97; 102-103) mukailten

Kuvio 3 havainnollistaa palvelupaketin rakentumisen. Kokouksen ydinpalvelu syntyy kokouksen ohjelmankokonaisuuden arvosta, jonka se tuottaa kokoukseen osallistujalle sekä muulle taustaorganisaatiolleen. (Blinnikka & Kuha 2004, 97.) Yksi Kokouspoukaman ydinpalveluista eli syistä miksi asiakas menee Kokouspoukamaan, on kokouspalvelut. Kokouspalveluiden tuottamisen tukena eli lisäpalveluna yritys käyttää mm. omia ravitsemis- sekä majoituspalveluitaan. Tukipalveluina Kokouspoukama käyttää esimerkiksi vaihtoehtoisia ohjelmia, joissa kokousasiakkaat pääsevät hetkeksi irtaantumaan työnteosta.

Erilaisissa oheisohjelmissa on voimaa, sillä se jää usein kokous- ja/tai kongressitilaisuuteen osallistuneelle asiakkaalle päällimmäisenä mieleen. Ryhmässä koettu yhteinen tekeminen voi olla mitä vain, erilaisista juhlista erilaisiin retkiin. Mikäli kokouspaketti myydään asiakkaalle niin, että se sisältää jonkin oheisohjelman, voi asiakkaan mielikuva jäykästä tavanomaisesta harmaasta tilaisuudesta muuttua päiväväiseksi. Kokoustilaisuuksien järjestäjien onkin osattava vastata kysymykseen: mikä saisi kokouksen osanottajat innostumaan ja mistä he todella nauttivat? (Saarelma 2002, 71.)

Kokouspoukama on suunnitellut valmiiksi ohjelmapaketteja erilaisia ryhmäytymistilaisuuksia silmällä pitäen sekä kokouspalveluiden ohelle. Pakettien ideana on kasvattaa ryhmähenkeä. Näistä ohjelmapaketeista esimerkkeinä ovat: Saaren arvoituspeli, joka on ryhmätyöskentelytaitoja vaativa ja kasvattava pakohuone pelin kaltainen kilpailu aikaa vastaan, sekä tällä hetkellä Salmen (2020) mukaan suosituin Emäsalo Race- ohjelmapaketti, jossa ratkotaan haastavia, mutta hauskoja tehtäviä ryhmissä kilpaillen. (Kokouspoukama 2018g; Salmi 2020.)

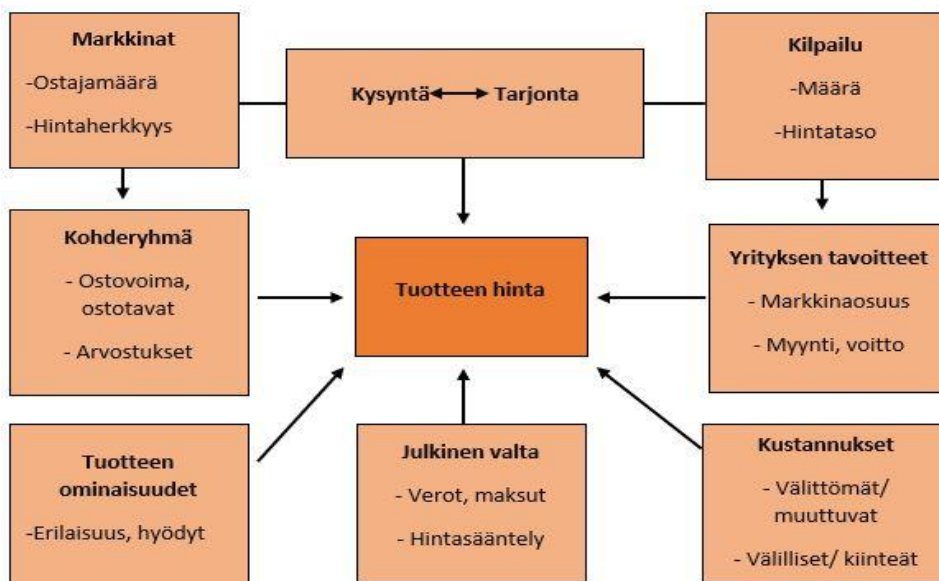
Kokouspoukamassa on lisäksi erilaisia aktiviteetteja. Niiden suunnittelussa on huomioitu Suomen 4 eri vuodenaikaa. Osa aktiviteeteista voidaan harjoittaa ympärivuotisesti. Muutamia esimerkkejä yrityksen tarjoamista aktiviteeteista ovat: melontaretket, maastopyöräily, Batmax moottorivenesafarit sekä pilkkiretket. (Kokouspoukama 2018f.)

3.4 Kokouspalveluiden hinnoittelu

Kokouspalveluiden hinnoittelua voidaan tarkastella eri näkökulmista. Kokouspalveluita myyvä organisaatio määrittelee palvelulleen hinnan, joka koostuu usein erilaisista kiinteistä ja muuttuvista kuluista. Suurimpia kiinteitä kuluja ovat esimerkiksi yritystilojen vuokrat sekä henkilöstökulut. Kiinteät kulut eivät riipu esimerkiksi kokouksien osallistujamäärästä. Muuttuvia kuluja ovat esimerkiksi raaka-aine-, sähkö- ja vesikustannukset. Muuttuvat kulut ovat sen sijaan sidonnaisia tilaisuuksien osanottajamäärästä. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 164-165.)

Hyvin usein ulkoistettuja kokouspalveluita käyttävillä yrityksillä on olemassa jonkin suuruinen budjetti eli talousarvio siitä miten paljon erilaisiin kokoustilaisuuksiin on käytettävissä rahaa. Budjetti määrittelee pitkälti sen, mitä palveluita tilaisuuteen pystytään ottamaan. Budjetti voidaan ilmoittaa palveluntarjoajalle kokonaissummana tai niin, että esimerkiksi kokoustarjoiluiden kohdalla kerrotaan, miten paljon rahaa on käytettävissä per. 1 osallistuja. Tarjouspyynnöt tulisi tehdä aina mahdollisimman yksilöidysti, sillä se helpottaa tarjouksen tekoa ja mahdollistaa mahdollisimman tarkan arvion kuluista. (Aarrejärvi 2003, 32-33; 36-37.)

Hintaa voidaan käyttää kilpailukeinona. Markkinahinnoittelu edellyttää kuitenkin, että hintoja pystytään erilaistamaan tilanteen mukaan. Hinnalla pitää osata operoida eri tavoin esimerkiksi kilpailutilanteen tai markkinoiden muuttuessa. Hintoja voidaan operoida eri tavoilla, joista tyypillisimmät lienee alennukset, hinnan paketointi ja pilkkominen, hinnan esittämis-tapa ja psykologinen hinnoittelu. Hinnalla operoimisessa tulee huomioida lainsäädäntö sekä siihen liittyvät ohjeet. Myyntihinta tarkoittaa sitä, mitä asiakas maksaa palvelusta tai tavara-sta. Kokonaishinta sisältää sen sijaan kaikki verot sekä maksut, kuten ALV:n. (Bergström & Leppänen 2016, 248-249.)



Kuvio 4: Tuotteen hinnoitteluun vaikuttavat tekijät (Bergström & Leppänen 2016, 238)

Hinnoittelussa tulee huomioida yrityksen ulkopuoliset- ja sisäiset tekijät. Markkina- ja kilpailutilannetta, asiakkaita, omia kustannuksia ja tavoitteita tulee tarkastella. Kuvio 4 havainnollistaa tyypilliset hinnoitteluun vaikuttavat tekijät, jotka ovat: markkinat, julkinen valta, yrityksen tavoitteet, myytävä tuote ja kustannukset. (Bergström & Leppänen 2016, 238.)

Markkinat perustavat hintatason. Hintatasoon vaikuttavat kysynnän ja tarjonnan välinen suhde. Mitä enemmän tarjontaa on kysyntään suhteutettuna, sitä enemmän syntyy painetta hintatason alenemiseen ja toisinpäin. Tehdessään päätöksiä hinnoittelun suhteen, yrittäjän tulee tutkia ostovoimaa, markkinoiden kokoa, kohderyhmän hintaherkkyyttä sekä ostokäyttäytymistä. Lisäksi on tärkeää tuntea tärkeimpien kilpailijoiden tuotteet hinnoitteluineen. Yrityksen tulee pohtia yrityksensä imagoa. Sitä millainen imago halutaan luoda ja miten se säilytetään hinnan avulla. Mitä parempi imago palvelulla tai tuotteella on, sitä suuremmaksi vapaus hinnoittelulle syntyy. Edellä mainittujen lisäksi se mitä myydään, määrittelee myös hinnoittelua. Mikäli tuotetta pystytään erilaistamaan, kilpailevista tuotteista syntyy enemmän vapauksia hinnoitteluun. Kustannukset sen sijaan muodostavat alarajan sille, mitä tuotteen tai palvelun on vähintään maksettava. Hinnoittelualue kuvaa liikkumisvaraa, joka yrityksellä on hinnoitellessaan tuotetta tai palvelua siten, että se on kilpailukykyinen. (Bergström & Leppänen 2016, 237-239.)

Osallistujamaksujen hinnoittelu kokouksissa perustuu usein järjestävän organisaation tavoitteisiin sekä toimintaan. Yritystoiminnan näkökulmasta ajateltuna kokoukset ovat enemmänkin kuluerä kuin tulonlähde. Harkittu ja selkeä hinnoittelupolitiikka helpottaa myyntiä sekä markkinointia. (Blinnikka & Kuha 2004, 72.)

Hinnoittelutyössä voidaan käyttää erilaisia menetelmiä kuten kustannusperäisiä-, kilpailu- perusteisia-, kysyntälähtöisiä-, asiakkaan kokemaan hyötyyn perustuvia-, kiinteitä- tai sopimukseen perustuvia hinnoittelumenetelmiä. Kokouspalveluiden hinnoitteluun sopii myös arvo- perusteinen hinnoittelutyyli, joka perustuu arvoon, jonka palvelu asiakkaalle tuottaa. (Anttila & Iltanen 2001, 180.)

Kaikkien edellä mainittujen hinnoittelutapojen lisäksi kokouspalvelut voidaan hinnoitella myös erilaisiksi paketeiksi. Pakettityylejä on kolme: peruspaketti, riisuttu paketti sekä all inclusive-paketti. Eri pakettityylit on varusteltu nimensä mukaan eri ominaisuuksin. Pakettihinnoittelu helpottaa kokouksen tai kongressin järjestämistä, sillä se yksinkertaistaa asiakkaan ostosuoritusta. (Blinnikka & Kuha 2004, 74.)

3.5 Kokousasiakas

Kokousasiakkaasta puhuessa, ei useimmiten puhuta yksittäisenä ihmisenä, kuten asiakkaasta yleensä. Kokousasiakkaita on erilaisia ja tyypillisesti kokousasiakas on jostakin yhdistyksestä tai yrityksestä peräisin oleva ryhmä. Usein kokousryhmää yhdistää jokin asia ja yhdistävä

tekijä voi olla esimerkiksi se, että kuuluu työpaikalla johonkin tietyistä organisaation osasta vastaavaan tiimiin. Yhdistävä tekijä voi olla myös jonkin organisaation tietyn yksikön henkilökuntaan kuuluminen. (Blinnikka & Kuha 2004, 25.) Kokouksiin osallistuva eli loppukäyttäjä on usein yksittäinen henkilö, jonkin työ yhteisön- tai yhdistyksen jäsen (Blinnikka & Kuha 2004, 26).

Kokousasiakkaat jakautuvat kahteen luokkaan: seura- tai yhdistyssektoriin sekä yrityssektoriin. Organisaatiot voivat jakautua siis voittoa tuottamattomiin tai voittoa tuottaviin organisaatioihin. (Shone 1998, 19.) Yrityssektorin eli voittoa tavoittelevien organisaatioiden tyypillisimpiä kokoustyyppejä ovat erilaiset työpalaverit sekä normaalit kokoukset. Laajempia järjestelyitä vaativia kokoontumisia ovat muun muassa koulutukset, seminaarit, tiimityön kehittämistapahtumat ja johtoryhmän kokoukset. (Rogers 2003, 30.)

Yhdistyssektoriin eli voittoa tavoittelemattomiin organisaatioihin luokitellaan esimerkiksi liitot, seurakunnat, uskonnolliset ja aatteelliset järjestöt sekä julkiset palveluorganisaatiot (Shone 1988, 27). Voittoa tavoittelemattomien organisaatioiden tyypillisimpiä kokoustyyppejä ovat esimerkiksi koulutustapahtumat, viestintä- ja teknologiapainotteiset kokoontumiset sekä vuosittaiset sääntömääräiset kokoontumiset (Rogers 1993, 38).

Yrittäjät voivat myöskin olla kokousten ja kongressien järjestäjäryhmä. Yrittäjät eivät varsinaisesti kuulu kumpaakaan edellä mainituista. Yrittäjät omaavat usein tärkeitä aiheita ja tietoja, joita he haluavat jakaa eteenpäin. Tiedon jakoon soveltuu parhaiten kokouksen tai kongressin pitäminen. (Rogers 2003, 43.)

3.6 Kokoustilaisuuden järjestelyt

Kokousjärjestelyt käsittävät usein kokoustarjoiluihin liittyviä järjestelyjä. Usein kokousjärjestelyt sisältävät myös sosiaalisia tapahtumia, oheisohjelmaa, virkistysmahdollisuuksia sekä mahdollisesti myös kuljetuksen ja majoituksen. Riippuen palvelutarjoajasta kokousjärjestelyt voivat käsittää muutakin. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 24.)

Kokouspalveluita tilaavan organisaation on alussa tiedettävä, kuka ottaa vastuun minkäkin asian hoitamisesta. Etukäteen tulee päättää, kuka ehdottaa osallistumista, kuka lopulta päättää osallistumisesta. Järjestelyiden edetessä on sovittava, kuka yritystä lähtee edustamaan vai osallistuuko tilaisuuteen kaikki. Lisäksi tulee keskustella ja sopia siitä, kuka tekee käytännönjärjestelyt ja kuka hoitaa matkajärjestelyt. Näitä vastuhenkilöitä kutsutaan maksajiksi, tilaajiksi päättäjiksi sekä osallistujiksi. (Blinnikka & Kuha 2004, 26-27.)

Kokouspalveluala on moninainen ja kokouksia on erilaisia sekä eri kokoisia. 400-600 osanottajan keskisuuren kansainvälisen kongressin toteuttamiseksi suunnittelut aloitetaan jo 2-4 vuotta ennen varsinaista kokousta. Tällaisen tilaisuuden järjestäminen vaatii myös n. 25-40

järjestelytoimikunnan kokousta, joissa päätetään ja sovitaan tilaisuuteen liittyvistä asioista. (Saarelma 2002, 27.)

Jokaisella organisaatiolla on oma tyylinsä kokoustilaisuuksien järjestämisessä. Näihin vaikuttavat esimerkiksi organisaation resurssit ja puitteet. Kokousjärjestelyt riippuvat myös siitä, mistä näkökulmasta asiaa käsitellään, eli puhutaanko siitä, mitä järjestelyjä palveluita tuotava organisaatio tekee vai puhutaanko siitä, mitä järjestelyjä palveluita käyttävä yritys tekee ennen kokouspalvelun varaamista. Järjestelyihin vaikuttaa paljon tilaisuuden luonne, eli onko kyseessä 400-600 henkilön kongressi vai 20-30 henkilön toimipaikka palaveri. (Blinnikka & Kuha 2004, 26-27; Saarelma 2002, 27.)

Kokouspoukamassa tilaisuuksien järjestelyt lähtevät liikkeelle asiakkaan jättämästä tarjouspyynnöstä tai muusta yhteydenotosta. Tarjouspyynnön tai yhteydenoton jälkeen tilaisuudelle lasketaan sopiva hinta sen mukaan, mitä ominaisuuksia asiakas kokoukselleen toivoo. Kun hinnasta ja muista käytännönjärjestelyistä on sovittu, merkitään varaus kalenteriin. Kokouspäivän lähestyessä tarkistetaan vielä kyseisen päivän muu ohjelma ja tehdään tarvittavat toimenpiteet esimerkiksi henkilökunnan määrän suhteen. Asiakkaan saapuessa paikanpäälle kokouspäivänä kaikki on valmiina asiakasta varten. Tilaisuuden aikana henkilökunta huolehtii tilaisuuden sujumuudesta sekä asiakkaiden tarpeista pitäen samalla kiinni aikataulusta. Kokouksen päättyessä asiakkaita kiitetään ja heidät toivotetaan tervetulleeksi uudelleen. Hyvästelyn jälkeen tilat siivotaan. Maksu hoidetaan usein jälkikäteen laskutuksella muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta. (Salmi 2020.)

3.7 Kokoustilat ja kokoustekniikka

Kokoustilalla tarkoitetaan tilaa, jossa kokous tai kongressi järjestetään. Suurempia kongresseja järjestäessä tulisi ensimmäiseksi huomioida kongressin luonne ja valita paikka sen mukaan, joka soveltuisi kongressikaupungiksi. Usein suurempien kongressien tilat ovat helposti muunneltavia. Suuremmista kongressikeskuksista löytyy usein kaikki infotiskistä erilaisiin ravintoloihin sekä kahviloihin. Tällaisten messu- tai kongressikeskusten tavoitteena on, että siellä pystyttäisiin järjestämään useita tilaisuuksia samanaikaisesti. Esimerkkeinä Suomen suurimmista kongressitaloista ovat Finlandia-talo sekä Tampere-talo. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 38-40.)

Kokouksia ja kongresseja voidaan järjestää myös pienemmissä tiloissa. Esimerkiksi yliopistojen auditoriotyyppiset juhlasalit soveltuvat tähän käyttötarkoitukseen hyvin. Lisäksi erilaiset hotellit tarjoavat kokouspalveluita, joissa tyypillisimpiä kokoustilajoja ovat erilaiset luento- tai ryhmätötilat. Kokoushotellien etuna ovat majoitus- ja ravitsemuspalvelut, jotka tuovat lisää mahdollisuuksia kokouksen toteuttamiselle. Laivat ja risteilyalukset ovat myös suosittuja kokouksien pitopaikkoja. Laivojen kokoustilat ovat myös eri tavoin muokattavissa ja niihin mahtuu useita satoja kokoustajia. Edellä mainittujen lisäksi myös monet kartanot ja maalaistilat

tarjoavat kokouspalveluita. Kartanoiden tai maalaistilojen kokoustilat ovat usein hieman pienempiä, mutta soveltuvat täydellisesti hieman pienimuotoisempien tilaisuuksien pitämiseen. Usein kartanoissa tai maalaistiloissa on omia erityispiirteitään, jotka tuovat oman mausteensa kokouspalveluihin. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 41-48.)

Usein kokoustilaa valitessaan asiakas kiinnittää huomiota sen sijaintiin sekä kulkuyhteyksiin. Asiakasta kiinnostaa myös kokoustilojen koot sekä niihin saatavilla oleva tekniikka. Majoitus- ja ravitsemispalveluiden saatavuudella on oma positiivinen vaikutuksena. Lisäksi asiakas kiinnittää huomiota ympäristön rauhallisuuteen. (Saarelma 2002, 46.) Hyvä kokous- tai kongressitila on pohjasuunnittelultaan yksinkertainen. Tilat ovat monipuolisesti muunneltavissa. Kokoustilan tulisi olla myös mahdollisimman esteetön, jotta myös esimerkiksi liikuntarajoitteisten liikkuminen tilassa olisi mahdollista. (Aarrejärvi 2003, 11.)

Kokouspoukamalla on käytössään 6 erilaista kokoustilaa. Kokoustilat on varusteltu erilaisilla teemoilla ja jokaisessa huoneessa meri ja luonto ovat vahvasti läsnä. Kokoustilat ovat erikoisia. Pienimpään kokoustilaan mahtuu 14 henkilöä, suurimpaan sen sijaan jopa 200 henkilöä. Joidenkin kokoustilojen yhteydessä on terassi. Terassit mahdollistavat kokoustilojen laajentamisen suuremmiksi. Kokoustiloja pystytään muokkaamaan asiakkaan toiveiden mukaisesti. (Kokouspoukama 2018b.)

Kokoustilojen varustelut riippuvat usein tilaisuuden tyypistä ja koosta. Tyypillisesti kokoustilojen varusteluun kuuluu fläppitaulu, videotykki, valkokangas sekä langaton internetyhteys. Näiden lisäksi myös hyvä valaistus sekä ilmastointi tuovat lisäarvoa. Useat palveluntarjoajat tarjoavat asiakkaille myös muistiinpanovälineet. Suuremmissa kokoustiloissa tulee huolehtia sujuvasta äänentoistosta sekä kokoustilan akustiikasta, sillä kyseisissä tilaisuuksissa puhujat käyttävät usein mikrofoniasetusta saadakseen äänensä kuulumaan kaikille. (Aarrejärvi 2003, 15; Blinnikka & Kuha 2004, 118-119.)

Tietokone on tänä päivänä kokouksissa yleisimmin käytetty työkalu. Tietokoneella käytetään usein erilaisia kokouksen kannalta tärkeitä ohjelmia kuten Power Pointtia, jonka avulla voidaan tehdä erilaisia diaesityksiä. Diaesityksiä käytetään usein kokouksessa käsiteltävien asioiden läpikäymisen työkaluna. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 68.)

Kokouspoukamassa kokoustilojen varustelussa otetaan huomioon asiakkaan toiveet. Jokainen huone sisältää aina fläppitaulun, muistiinpanovälineet, videotykin sekä langattoman valokuituyhteyden. Kalastajan venevajassa sekä verkkovajassa on valokuituyhteyden sijaan langaton internetyhteys. Tarvittaessa tiloihin pystytään järjestämään esimerkiksi lisää fläppitauluja. Videotykit ovat kiinteinä kolmessa suosituimmassa huoneessa, muihin huoneisiin viedään irtotuiset videotykit, mikäli niitä tarvitaan (Salmi 2020).

3.8 Kokoustarjoilut

Kokoustarjoilut luokitellaan kokouspalveluita tuottaessa lisäpalveluiksi. Useissa tapauksissa tarjoilut kuuluvat kokouspakettiin, etenkin jos palveluntarjoajana on yritys, jolla on käytössään oma keittiö missä tarjoilut valmistuvat.

Organisaatiot, jotka eivät pysty tarjoamaan kokousasiakkaille tarjoiltavia itse tekevät usein yhtistyötä eri ravitsemispalveluita tuottavien yritysten kanssa, joilta tarjoiltavat saadaan paikalle sovitettuun hintaan. Edellä mainitusta poiketen on olemassa lisäksi pelkästään kokoustiloja varusteluineen vuokraavia yrityksiä, joihin asiakas tilaa itse haluamansa tarjoiltavat sekä muut palvelut täysin ulkoistettuna. Molemmista edellä mainituista esimerkkinä toimii Suomenlinna. Suomenlinna vuokraa pelkästään kokoustiloja. He ovat listanneet valmiiksi palveluntarjoajia, joilta asiakas voi halutessaan tilata lisäpalveluita kokoukseensa. Kaikki luetellut yritykset ovat Suomenlinnassa toimivia ja tekevät yhteistyötä kokoustiloja vuokraavan tahon kanssa. (Suomenlinna N.d.)

Yleensä ravitsemispalveluiden tuottajaa valitessaan asiakas kiinnittää suurimmalta osin huomiota hintaan tai kokemusperäiseen tietoon. Asiakas punnitsee usein hinta-laatu-suhdetta sekä ammattitaitoa. Kokoustarjoiluita sopiessa on oltava tarkka siitä, mitä niihin sisältyy. Usein kokouksen teema, tavoitteet tai arvot vaikuttavat siihen, miltä pohjalta ruokailut suunnitellaan. Lisäksi kokoustarjoiluihin voi vaikuttaa myös esimerkiksi loppukäyttäjien ikä, ammatti, kulttuuritausta tai sukupuoli. (Blinnikka & Kuha 2004, 144-145.)

Kokouspoukamassa tuotetaan myös ravitsemispalveluita. Kokouspoukama käyttää ruoissaan lähituotettuja raaka-aineita sekä paikallisia Porvoolaisia yrityksiä. Esimerkiksi tilaisuuksissa tarjoiltavat suklaat tulevat Porvoolaiselta Brunbergin tehtaalta. Kokouspoukama on suunnitellut kaikkiin kokouspaketteihinsa omat teemoihin sopivat menut. (Kokouspoukama 2018k.)

Kokoustamisessa on tärkeää pitää taukoja ja tauoilla on usein tarjolla jotain pientä, mikä pitää loppukäyttäjän virkeänä ja auttaa jaksamaan päivän loppuun asti. MacLaurinin ja Wykesin (1997, 200.) mukaan erinomaiset kokousten taukohetkien tarjoilut koostuvat esimerkiksi tuoreista hedelmistä ja hedelmämehuista, sillä ne auttavat saamaan uutta energiaa. Taukotarjoilujen ei tarvitse olla perinteikkäästi aina esimerkiksi kahvia pullan kera. (MacLaurin 1997, 200.)

Kokouslounas tai -päivällinen on mahdollista tarjoilla eri tavoilla. Tarjoilutapa riippuu kokouksen luonteesta. Tarjoilutapoja ovat niin buffet-pöydästä itse otettavat tarjoiltavat kuin pöytiintarjoilukin. Kokoustarjoiluihin liittyy myös, miten esimerkiksi kokoustilan pöydät on järjestetty ja millaiset katteet ja niiden värit huoneessa yhdistyy. Kaiken tulee tukea kokoustilaisuuden teemaa ja materiaalien tulee olla sopuosinnussa keskenään. (Blinnikka & Kuha 2004, 150; Blinnikka & Kuha 2004, 147.)

4 Tutkimuksen toteutus ja menetelmät

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset olivat ”Minkälainen hintataso Porvoossa ja pääkaupunki-seudulla sijaitsevilla kokouspalveluilla tuottavissa yrityksissä on ja mitä näiden yritysten palvelupaketit sisältävät” sekä ”Mikä on kokouspalveluilla käyttävien asiakkaiden kokouspalveluilla varten käytettävissä oleva budjetti ja mitä tarpeita tai odotuksia asiakkaalla on ostettua kokoustilaisuutta kohtaan” Opinnäytetyön empiirinen osa muodostui yritys- sekä asiakasnäkökulmien selvityksistä.

Opinnäytetyön tutkimusosuus toteutettiin tarjouspyyntömenettelyn sekä sähköisen verkkokyselyn avulla. Tutkimuksessa käytettiin lisäksi avointa haastattelua sekä net scouting menetelmää. Avoin haastattelu tehtiin Kokouspoukaman hotelli- ja ravintolavastaavalle. Siitä saatuja tuloksia käytettiin tarjouspyyntömenettelyä varten tehdyn tarjouspyyntölomakkeen laatimisessa. Net scouting menetelmää käytettiin tutkimukseen sopivien yritysten kartoittamisessa.

Tutkimusmenetelmien avulla saatiin vastaukset opinnäytetyön tutkimuskysymyksiin. Tarjouspyyntömenettelyn avulla saatiin tietoa kokouspalveluilla tuottavien yritysten hintatasosta sekä näiden yritysten kokouspalvelupakettien sisällöistä. Verkkokyselyn avulla saatiin tietoa asiakkaan budjetista, tarpeista sekä odotuksista kokouspalveluiden ostamiseen sekä käyttämiseen liittyen.

Ensimmäisenä käsitellään avoimen haastattelun teoriaa ja sitä, miten se tässä opinnäytetyössä toteutettiin. Seuraavaksi käsitellään net scouting menetelmän teoria. Teorian jälkeen kerrotaan miten net scouting toteutettiin. Lopuksi käydään läpi tarjouspyyntömenettelyn sekä kyselyn teoriat ja kuvattiin, miten ne tässä opinnäytetyössä toteutettiin.

4.1 Avoin haastattelu

Ensimmäisenä tutkimusmenetelmänä oli Kokouspoukaman hotelli- ja ravintolavastaavalle puhelimitse tehty strukturoimaton- eli avoin haastattelu, joka on tämän opinnäytetyön liitteenä 3, nimellä: Avoimen haastattelun runko. Avointa haastattelua käytettiin tarjouspyyntölomakkeen suunnittelun tukena yhdessä Kokouspoukaman internetsivuilla olevan kahden päivän kokoustapahtuma esimerkin kanssa (Kokouspoukama 2018l).

Kokouspoukaman hotelli- ja ravintolavastaavalle tehty avoin haastattelu käytiin puhelimitse 12.4.2020. Haastattelun kysymykset liittyivät Kokouspoukaman tyypilliseen kokouspalveluilla käyttävään asiakkaaseen sekä tyypilliseen Kokouspoukaman kokoustilaisuuteen lisäpalveluihin. Haastattelu kesti noin 30min. Osa kysymyksistä oli valmiiksi pohdittu ja osa niistä syntyi haastateltavan vastausten perusteella haastattelun edetessä. Haastattelu oli avoimelle haastattelumuodolle tyypillisesti aiheeseen liittyvää keskustelua, jossa kysymykset esitettiin täysin satunnaisessa järjestyksessä. Haastattelusta saadut vastaukset toimivat apuna

tarjouspyyntölomakkeen sekä kyselyn luomisessa. Haastatteluun saatuja vastauksia käsitellään enemmän opinnäytetyön kohdassa 5.1 Avoimen haastattelun tulokset.

Avoim- eli strukturoimaton haastattelu on laadullisen tutkimusmenetelmän tutkimushaastattelumuoto, jota ei rakenneta kysymysten tai teemojen ympärille. Se muistuttaa kaikista haastattelun muodoista eniten vapaata keskustelua, sillä sitä ei olla sidottu tiukasti kysymys-vastaus-muotoon. Avoimessa haastattelumuodossa molemmat keskustelun osapuolet voivat nostaa esille uusia puheenaiheita ja kuljettaa keskustelua haluamaansa suuntaan. On tyypillistä, että tutkimusongelmaan liittyvistä aiheista keskustellaan useita kertoja haastateltavan kanssa ja haastateltava saa puhua haluamistaan näkökulmista haastattelukertojen aikana vapaasti. Avoin haastattelu toteutetaan yleensä yksilöhaastatteluna, jossa haastattelija voi tehdä kysymyksiä haastateltavan vastauksiin tai kuvauksiin perustuen. Tällöin ideana on syventää käsiteltävää aihetta. (Ruusuvoori & Tiittula 2005, 11-12; Vilka 2015.)

Avoimen haastattelun sisältö liittyy oleellisesti tutkimuksen tarkoitukseen sekä tutkimustehtävään tai ongelmanasetteluun. Tutkimuksen viitekehys ei määrää haastattelun suuntaa. Ajatuksena on, että tutkimuksen viitekehys helpottaa tutkijaa hahmottamaan ilmiötä, jota tutkitaan. Haastateltavan on annettava puhua rauhassa. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 90-91.)

Haastattelija selvittää lähinnä haastateltavan mielipiteitä, ajatuksia, käsityksiä sekä tunteita. Haastattelumuodossa ei ole kiinteää runkoa ja käytävän aiheen määrittely on usein väljää. Alkuperäinen aihe voi täysin jopa muuttua keskustelua käydessä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 209-210; Hirsjärvi & Hurme 2008, 45-46.)

4.2 Net scouting

Net scoutingia käytettiin tässä opinnäytetyössä tarjouspyyntömenettelyyn sopivien yritysten kartoittamisessa. Tavoitteena oli löytää 10. yritystä Porvoon ja pääkaupunkiseudun alueilta, joissa yhdistyy Kokouspoukaman konseptiin kuuluvat kokouspalveluihin liitettävät lisäpalvelut: majoitus-, ravitsemis- sekä ohjelmopalvelut. Net scouting menetelmästä saadut tulokset on avattu tarkemmin opinnäytetyön kohdassa 5.2 Net scoutingin tulokset.

Net scouting on tiedonkeruumenetelmä, jota käytetään internetistä kerättävän tiedon etsimiseen. Net scouting on tärkeä väline aiheen tai asian ymmärtämissä ja tukemisessa. Sen avulla voidaan löytää esimerkiksi tilastoja, markkinoilla olevia ratkaisuja sekä markkinaosuuksia. Lisäksi se auttaa tiedostamaan erilaisia trendejä. Net scouting menetelmää käyttäessä tulee olla tarkka lähdekritiikin suhteen, sillä internetistä löytyy valtava määrä tietoa ja tieto saattaa olla joissain tapauksissa vanhentunutta tai jopa täysin paikkansapitämätöntä. (Moritz 2005, 194-195.)

4.3 Tarjouspyyntömenettely

Kun haastattelun ja net scoutingin avulla tehdyt taustatyöt tutkimuksen toteuttamiseksi saatiin valmiiksi, aloitettiin tarjouspyyntölomakkeen teko. Idea tarjouspyyntömenettelyyn syntyi ensimmäisessä tapaamisessa toimeksiantajan kanssa. Opinnäytetyön tutkimuskohteena oli 11 kokouspalveluita tuottavaa yritystä. Yritysten määrässä huomioitiin opinnäytetyön aikataulu, sekä jonkun tai joidenkin yritysten vastaamatta jättäminen. Tutkimusalue rajattiin toimeksiantajan kanssa pääkaupunkiseutuun sekä Porvooseen, sillä katsottiin että kilpailija enemmistö sijaitsee edellä mainituilla alueilla. Tavoitteena oli saada tietoa valittujen yritysten hintatasoon sekä heidän tarjoamiin palveluratkaisuihin liittyen. Tutkimuksessa käytetty tarjouspyyntölomake on tämän opinnäytetyön liitteenä 3 nimellä: Tarjouspyyntölomake.

Tutkimusta varten laaditussa tarjouspyynnössä pyydettiin tarjousta keravalaisen yksityisyri-tyksen henkilökunnan kokouspäivien pitämiseksi. Yrityksen taluspäälliköltä pyydettiin tätä varten erikseen suostumus ja asiasta sovittiin suullisesti. Parhaimpien tulosten saamiseksi tarjouspyynnöistä ei käynyt ilmi, että niitä käytettiin opinnäytetyön empiirisen osan tekemiseen. Tarjouspyynnössä esitetty ajankohta kokoukselle oli 11-12.8.2020. Esitettyyn kokoukseen vaikutti koronaviruksen aiheuttamat poikkeusjärjestelyt. Tarjouspyyntömenettelyn tuloksia käydään tarkemmin läpi opinnäytetyön kohdassa 5.3 Tarjouspyyntömenettelyn tulokset.

Tarjouspyynnöllä tarkoitetaan sopimuksen tekemistä edeltävää kehotusta tarjouksen tekemiseksi. Tarjouspyyntömenettelyn aloittaa työn tai palvelun tilaaja, joka lähettää tarjouspyynnöt niihin yrityksiin, joista tarjous halutaan. Yritykset vastaavat tarjouspyyntöön omalla tarjouksellaan. Tarjouksessa esitetään usein, millaisin ehdoin ja mihin hintaan pyydetty työ tai palvelu toteutetaan. (Kansallispalvelu N.d.)

Tarjouspyyntö tulee laatia kirjallisesti sekä selkeästi siten, että sen perusteella voidaan antaa keskenään vertailukelpoisia tarjouksia. Tarjouspyynnössä tulee ilmoittaa ne tiedot, joilla on olennaisesti merkitystä tarjousten tekemisessä. Tarjouspyynnössä voidaan esittää sen voimassaoloaika sekä kuvaus työlle tai palvelulle, jota pyydetään. (Hankinnat 2016.)

4.4 Kysely

Opinnäytetyössä kyselyä käytettiin kokouspalveluita ostavien asiakkaiden kokouspalveluita varten käytettävissä olevan budjetin selvittämiseen. Kyselyssä selvitettiin lisäksi kokouspalveluiden laatuun liittyviä asioita. Kysely toteutettiin kokouspalveluita käyttävän asiakkaan näkökulmasta. Kysely luotiin Google Forms- työkalulla, joka on Googlen kehittämä kyselylomakkeiden teko ohjelma (Google, N.d). Kysely oli jaettavissa eteenpäin. Saatteessa painotettiin, että kyselyä jaettaisiin eteenpäin vain potentiaalisille vastaajille. Kyselyssä oli kaikkiaan 17 kohtaa, mutta niihin kaikkiin ei ollut pakko vastata. Vastaamiseen kului aikaa noin 5-10

minuuttia. Kysely oli vastaajille auki 20.4-28.4.2020. Kyselystä saadut tulokset esitellään tarkemmin opinnäytetyön kohdassa 5.4.

Kysely valittiin tiedonkeruumenetelmäksi tutkimukseen, koska sen avulla saatiin kerättyä tietoa tehokkaasti ja se soveltui tämän tyyppisen tutkimuksen tekemiseen hyvin. Menetelmien valintaan vaikutti lisäksi koronaviruksesta johtuva vallitseva tilanne. Kysely lähetettiin henkilöille, jotka vastaavat ulkoistettujen kokouspalveluiden ostamisesta siinä yrityksessä, missä hän tällä hetkellä työskentelee tai on aiemmin työskennellyt.

Kysely koostui laadullisista- sekä määrällisistä kysymyksistä. Kyselyssä käytetyt kysymykset olivat strukturoituja- eli monivalintakysymyksiä, sekä strukturoimattomia- eli avoimia kysymyksiä. Kysely jaettiin kaikkiaan neljään osioon. Ensimmäisessä kyselyn osassa selvitettiin vastaajan taustatietoja. Toisessa osassa selvitettiin, minkälainen ulkoistettujen kokouspalveluiden käyttäjä kyselyyn vastaavan edustama yritys on. Kolmannessa osiossa selvitettiin kokouspalveluita varten varatun budjetin määrää. Kyselyn viimeinen osio koski kokouspalveluiden laadullisuutta.

Kysely on pääosin kvantitatiivisen- eli määrällisen tutkimuksen menetelmä. Kyselyn avulla voidaan kuitenkin kerätä myös laadullista- eli kvalitatiivista tietoa. Usein laadullista tietoa voidaan kerätä avointen kysymysten avulla. Kyselytutkimuksella voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto. Kyselyistä saadut tulokset perustuvat tyypillisesti numeroihin ja niitä voidaan käsitellä tilastollisesti. Kysely voidaan toteuttaa eri tavoin. Tyypillisimmät tavat ovat internetissä täytettävät, sekä postitse lähetettävät kyselyt. Verkkokysely lähetetään tutkittavalle usein sähköpostitse. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 108-109. 119; Tuomi & Sarajärvi 2018, 83.)

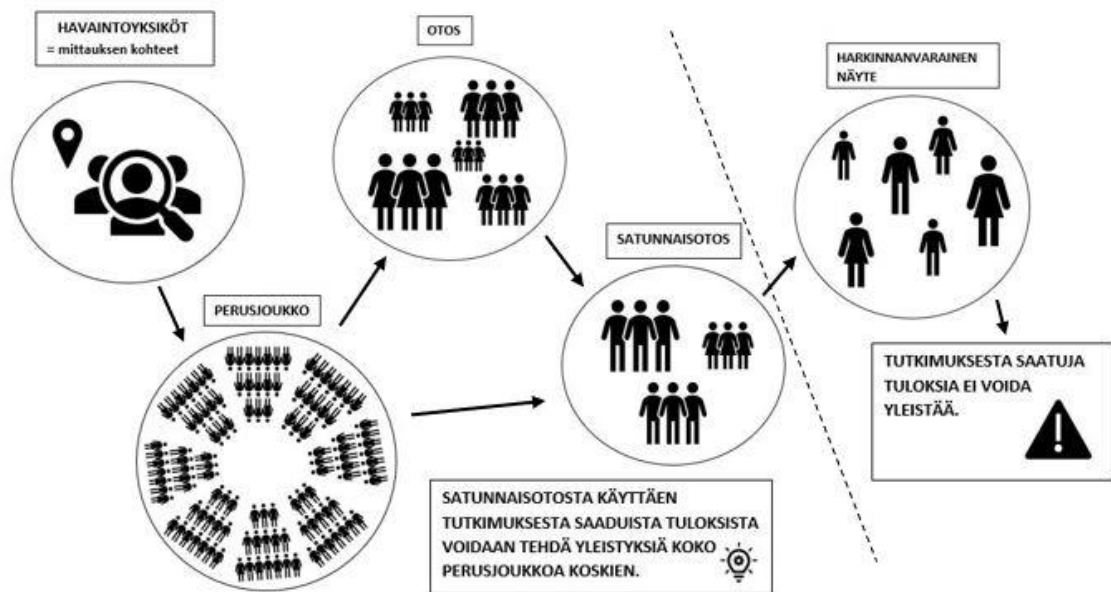
Kysely on menetelmänä tehokas sekä nopea toteuttaa, mutta sillä on myös omat heikkoutensa. Kyselyn tekijä ei esimerkiksi tiedä, että miten vakavasti vastaajat ovat vastanneet siihen. Ei tiedetä, onko kyselyyn pyritty vastaamaan rehellisesti sekä huolellisesti, eikä ole selvyyttä siitä, miten onnistuneita kyselyssä kysyttävät kysymykset tai niille annetut vastausvaihtoehdot ovat. Kyselytutkimuksen heikkouksina ovat lisäksi, ettei tiedetä varmaksi, miten paljon vastaaja on perehtynyt aiheeseen, josta kyselyssä kysyttiin. Ongelmana on usein myös, ettei kyselyihin välttämättä haluta vastata. Tällöin puhutaan kadosta eli vastaamattomuudesta. (Hirsjärvi ym. 2009, 195.)

Kyselylomakkeiden avulla voidaan kerätä tietoa esimerkiksi arvoista, tosiasioista, asenteista, uskomuksista, käsityksistä sekä mielipiteistä. Vastaajaa voidaan myös pyytää perustelemaan vastaustaan. Useat kyselylomakkeet sisältävät edellä mainittujen lisäksi kysymyksiä, joissa tiedustellaan vastaajan taustatietoja, kuten ikää, ammattia ja sukupuolta. Kyselylomakkeen laadinnassa on tärkeää huomioida, että kysymykset ovat lyhyitä, spesifejä sekä selkeitä. Kysymysten määrää ja järjestystä tulee harkita. Kaksoismerkityksellisiä kysymyksiä tulisi välttää. Lopuksi on tärkeää tarkistaa sanojen käyttö sekä valinta, sillä niillä voi olla vaikutuksia

kysymysten tai vastausvaihtoehtojen ymmärtämiseen. Vastaamiseen käytettävä aika tulisi olla korkeintaan 15-20 minuuttia. (Hirsjärvi ym. 2009, 197-203.)

Kyselyn yhteyteen tulee kirjoittaa saate. Saate on tärkeä dokumentti, jolla voi olla vaikutusta tutkimuksen onnistumiseen. Saatteen avulla kyselyyn vastaava ymmärtää, mistä tutkimuksessa on kyse ja usein sen perusteella vastaaja päättää osallistumisestaan tutkimukseen. Saatteella on usein myös suora vaikutus kyselytutkimuksen vastausprosenttiin. Saatteesta tulee käydä ilmi, että mikä kysely tai tutkimus on kyseessä, mikä on kyselyn kohderyhmä ja kuka sen on laatinut. Tutkimuksen tarpeellisuus tulee perustella ja tutkimuksesta saatavien tulosten käyttötarkoitus tulee käydä ilmi. Saatteessa on tärkeää kertoa, vastaajien anonymiteetin säilymisestä sekä mainita siitä, että jokainen vastaus on tärkeä. Siitä tulee käydä ilmi, milloin vastausaika umpeutuu ja se on hyvä päättää etukäteiskiitokseen sekä kyselyn tekijän nimeen ja allekirjoitukseen. Usein vastausprosentin kasvattamiseksi on syytä lähettää kyselyyn vastaamiseen liittyen vielä erikseen muistutus. Muistutus on myös eräänlainen saate, joka voidaan lähettää kaikille tai vain niille, jotka eivät ole vielä vastanneet kyselyyn. Siitä on käytävä ilmi, milloin kysely alun perin lähetettiin sekä muistutettava, milloin vastausaika umpeutuu. Kyselyn tekijän on käytävä myös muistutuksessa ilmi. On tärkeää kertoa syy siihen, miksi muistutusviesti lähetettiin ja painottaa, että kyselyyn jo vastanneiden ei tarvitse vastata siihen uudelleen. Kyselyn ja siihen saatujen vastausten tärkeyttä on hyvä korostaa. Muistuttava saate tulee päättää alkuperäisen saatteen tavoin etukäteiskiitoksiin tutkijan nimeen sekä allekirjoitukseen. (Ojasalo ym. 2009, 118-119; Hirsjärvi ym. 2009, 204.) Usein suurelle joukolle lähetetyn kyselyn vastausprosentti on vain noin 30-40%. Muistutuksen jälkeen vastausprosentti voi nousta jopa 70-80 prosenttiin. (Hirsjärvi ym. 2009, 196.)

Kyselytutkimuksen kohteena oleva ilmiö määrittyy tutkimukselle asetettujen tavoitteiden perusteella. Havaintoyksiköt eli mittauksen kohteina olevat muodostavat tutkimuksen perusjoukon. Luotettavinta määrällistä tietoa saadaan, mitattaessa haluttuja ominaisuuksia kaikista perusjoukon havaintoyksiköistä. Usein perusjoukosta valitaan kuitenkin satunnaisesti valittu otos, jonka tutkimiseen keskitytään. Otantaan perustuvissa tutkimuksissa ollaan aina kiinnostuneita koko perusjoukon- ei pelkästään otoksen ominaisuuksista. Perusjoukkoa pienempiä havaintoyksikköjoukkoja kutsutaan otoksiksi ja näytteiksi. Otoksella tarkoitetaan havaintoyksikköjoukkoa, johon kaikilla perusjoukkoon kuuluvilla on tiedossa oleva nollaa suurempi todennäköisyys valituksi tulemisesta. Näytteellä tarkoitetaan havaintoyksikköjen valintaa, joka on usein harkinnanvaraista eikä valituksi tulemisen todennäköisyys ole tiedossa. Koko perusjoukkoa edustava otos saadaan varmimmin perusjoukosta otettavan satunnaisotoksen avulla. (Ojasalo ym. 2009, 109-111.)



Kuvio 5: Havainnollistus havaintoyksikköjoukkojen vaikutuksesta tutkimustulosten yleistämiseen Ojasalo ym. (2009, 106-111.) mukailten

Satunnaisotosta käyttäen voidaan tehdä yleistyksiä, jotka koskevat koko perusjoukkoa. Satunnaisotoksen saaminen perusjoukosta on käytännössä mahdotonta, mikäli kyselyn tekijän käytettävissä ei ole otantakehikkoa eli esimerkiksi selkeää listausta perusjoukkoon kuuluvista. Mikäli otantakehikkoa ei ole, joudutaan usein tyytymään harkinnanvaraiseen näytteeseen. Kuvio 5 havainnollistaa havaintoyksikköjen vaikutuksia sen suhteen, miten tutkimustuloksia voidaan yleistää. Voidaan huomata, että kyselytutkimuksia laatiessa tulisi aina välttää näytettä ja pyrkiä otokseen. Mikäli näytettä päädytään käyttämään, tulee työn tuloksien tulkinnessa huomioida, että tutkimuksesta saatuja tuloksia ei voida yleistää, sillä ne koskevat yksinomaan kyselyyn vastanneita. (Ojasalo ym. 2009, 109-111.)

Opinnäytetyötä varten tehdyn kyselyn teko aloitettiin pohtimalla havaintoyksikköiden muodostamia perusjoukkoja ja määrittelemällä kyselylle tavoitteet. Toteutetun kyselytutkimuksen tavoitteena oli saada tietoa ulkoistettuja kokouspalveluita käyttävien asiakkaiden kokouspalveluita varten varatusta budjetista, heidän tarpeistaan sekä kokouspalveluiden laatuun liittyvistä asioista. Tähän perustuen toteutetun kyselytutkimuksen havaintoyksikköinä, olivat ulkoistettuja kokouspalveluita ostavat yritykset sekä henkilöt, jotka ovat olleet mukana kokouksissa, joka on ostettu ulkoistettuna palveluna. Työssä käytetty kysely on tämän opinnäytetyön liitteenä 8 nimellä: Kysely ulkoistettujen kokouspalveluiden ostamiseen & käyttämiseen liittyen.

Opinnäytetyön kyselyn toteuttamisen haasteena oli potentiaalisten vastaajien löytäminen. Perusjoukkoon kuuluvista ei ollut käytettävissä otantakehikkoa, jonka vuoksi perusjoukosta ei

saatu valittua satunnaista otosta, johon tutkimuksessa pyrittiin. Potentiaalisten vastaajien kartoittamisen apuna käytettiin sosiaalista mediaa. Kartoituksen avulla löytyi 28 potentiaalista vastaajaa, jotka muodostivat harkinnanvaraisen näytteen.

Ennen kyselyn lähettämistä lomake testattiin. Testaamalla kyselylomaketta ennen sen lähettämistä vastaajille on suositeltavaa. Testaamisen avulla voidaan varmentaa kyselyn toimivuutta ja selkeyttä. Testaamisen voi tehdä esimerkiksi siten, että luetuttaa kyselylomakeversioita muilla alaa tuntevilla henkilöillä. Lopuksi on hyvä täyttää lomake itse ja tehdä siihen mahdolliset tarvittavat korjaukset. (Ojasalo ym. 2009, 118.)

Lomakkeen testaus tapahtui lähettämällä se kahdelle alaa tuntevalle henkilölle. Henkilöitä pyydettiin keskittymään kysyttäviin kysymyksiin, sanamuotoihin, vastausvaihtoehtoihin, kyselyn osioihin sekä kyselyn runkoon. Korjaukset tehtiin ja lopuksi opinnäytetyön tekijä täytti kyselyn itse. Lomakkeen testaamisella varmistettiin sen sisällön lisäksi myös vastauslinkin toimivuus ja kyselyn näkyminen oikealla tavalla. Testaamisella tarkisteltiin lisäksi sitä, millä tavalla työkalu alkaa koostamaan kyselyn vastauksista yhteenvedoksi.

Jokaiselta vastaajalta pyydettiin kartoituksen yhteydessä sähköpostiosoite kyselyyn vastaamista varten. Sähköpostiviestiin kirjoitettiin saate, missä kerrottiin kaikki oleelliset tiedot kyselyyn liittyen. Viestin loppuun liitettiin linkki, jonka kautta vastaaminen tapahtui. Saate on lisätty tämän opinnäytetyön liitteeksi 7 nimellä: Kyselylomakkeen saate. Viikon kuluessa kyselyn lähettamisestä kaikille vastaajille lähetettiin erikseen vielä muistutusviesti kyselyyn vastaamisesta. Muistutusviesti on opinnäytetyön liitteenä 9 nimellä: Muistutusviesti kyselyyn vastaamisesta. Muistutusviesti lähetettiin kaikille, sillä vastanneista henkilöistä ei kerätty erikseen tietoa. Kyselyn asetukset muutettiin sellaisiksi, ettei kyselyyn vastaajien sähköpostiosoitteita kerätty talteen. Asetukset muutettiin vastaajien anonymiteetin suojelemiseksi.

5 Tutkimustulokset

Tässä osassa esitellään opinnäytetyössä käytettyjen menetelmien tuloksia. Opinnäytetyössä yhdistyy laadullinen- sekä määrällinen tutkimusnäkökulma, jonka vuoksi tuloksia analysoidaan laadulliselle- sekä määrälliselle tutkimukselle ominaisista toisiaan täydentävistä näkökulmista. Tuloksia käsitellään kohteen kuvaamisen, numeroiden sekä erilaisten taulukoiden avulla.

Haastattelun sekä net scoutingin tulokset esitetään ensin. Haastattelua sekä net scoutingia käytettiin kyselyn sekä tarjouspyyntömenettelyn toteuttamisen tukena. Tämän vuoksi haastattelusta sekä net scoutingista saadut tulokset käydään tässä opinnäytetyössä läpi vain pinta-puolisesti ja niiltä osin, kun ne vaikuttivat tarjouspyyntömenettelyn sekä kyselyn toteuttamiseen.

Myöhemmin keskitytään tarjouspyyntömenettelystä sekä kyselystä saatuihin tuloksiin, jotka esitellään tarkemmin omissa luvuissaan. Kehitysehdotukset Kokouspoukaman kokoustoiminnan kehittämiseksi on rakennettu opinnäytetyöstä saatujen tutkimustulosten sekä työssä esitetyn teorian pohjalta. Tulokset esitellään tekstimuodossa sekä kuvioita käyttäen. Kuvioilla pyritään havainnollistamaan ja selventämään tekstimuodossa esitettyjä tuloksia.

5.1 Avoimen haastattelun tulokset

Avoimen haastattelun kysymykset keskittyivät pitkälti selvittämään, minkälainen on tyypillinen Kokouspoukaman kokouspalveluita ostava asiakas. Haastattelussa kysyttiin lisäksi kysymyksiä, jotka liittyivät Kokouspoukaman tyypillisen kokouspaketin sisältöön sekä rakentamiseen. Haastattelun runko on opinnäytetyön liitteenä 3 nimellä: Avoimen haastattelun runko.

Haastattelun ensimmäisenä kysymyksenä kysyttiin, mikä on tyypillisin henkilömäärä kokoustilaisuuksissa. Vastaukseksi kerrottiin henkilömäärän olevan tyypillisesti 20-35 henkilöä. Tähän tietoon perustuen opinnäytetyön toteutuksessa käytetty tarjouspyyntö laadittiin siten, että tarjousta pyydettiin 20 henkilölle. Seuraavaksi kysyttiin tyypillistä kokoustilaisuuden kestoa koska haluttiin tietää, järjestetäänkö Kokouspoukamassa useammin yhden- vai kahden päivän mittaisia tilaisuuksia. Vastaukseksi kerrottiin, että yhden päivän mittaisia kokouksia järjestetään useammin, kuin kahden päivän kokouksia. Kahden päivän mittaisia kokouksia järjestetään kuitenkin myös ajoittain. Vastauksen myötä yhdessä toimeksiantajan kanssa päätettiin, että tarjouspyyntöjä pyydetään yrityksiltä erikseen yhden- sekä kahden päivän kokouksia varten. Kun tarjouspyyntöä kysyttiin myös kahden päivän tilaisuutta varten, lomakkeessa tiedusteltiin luonnollisesti eriteltyä tarjousta myös majoituspalveluihin liittyen.

Ensimmäisten kysymysten jälkeen tiedusteltiin, miten usein Kokouspoukaman kokousasiakas ostaa kokoustilaisuuden ohelle lisäpalveluna ohjelmapalveluita? Vastaukseksi kerrottiin, että asiakas ostaa yleensä aina kokouksen ohelle jonkin ohjelmapaketin, eikä ostopäätös ole aina riippuvainen kokouksen kestosta. Vastauksen myötä päätettiin, että myös ohjelmapalvelut sisällytetään osaksi tarjouspyyntöä, jotta myös niiden sisällöistä sekä hinnoista saataisiin tietoa. Ohjelmapalveluita pyydettiin tarjouspyynnön selkeyttämiseksi vain kahden päivän mittaisen kokouksen lisäpalveluksi.

Haastattelun edetessä tiedusteltiin myös sitä, mitä ruoka- tai juomatuotteita Kokouspoukaman tyypilliseen kokoustilaisuuteen kuuluu? Vastaukseksi kerrottiin, että tilaisuuksiin kuuluu useimmiten aamukahvi, lounas, iltapäiväkahvit sekä illallinen. Kahden päivän tilaisuudessa molemmat aamut alkavat aamukahvilla ja molempina päivinä nautitaan lounas. Usein kahden päivän mittainen tilaisuus päättyy iltapäiväkahveihin. Tarjouspyynnössä esitetyt ravitsemis- palveluihin liittyvät pyynnot esitettiin haastattelusta saatuaan vastaukseen perustuen. Yhdessä toimeksiantajan kanssa päätettiin, että tarjouspyynnössä esitetty kahden päivän mittainen tilaisuus päättyy iltapäiväkahveihin.

Kysymykseen, jossa tiedusteltiin minkä tyyppisistä yrityksistä Kokouspoukaman kokouspalveluita ostavat asiakkaat yleensä tulevat ei osattu eritellä. Kokouspalveluita ostavia yrityksiä tulee eri aloilta eri tyyppisistä yrityksistä. Saatuun vastaukseen perustuen opinnäytetyössä tehty kysely päätettiin lähettää eri aloja edustaviin yrityksiin.

5.2 Net scoutingin tulokset

Net scoutingia käytettiin tässä opinnäytetyössä tarjouspyyntömenettelyyn sopivien yritysten kartoittamiseen. Net scouting menetelmän avulla löytyi 11 kriteereihin sopivaa yritystä joihin tarjouspyynnöt lähetettiin. Internetistä löytyneet yritykset koottiin ominaisuuksineen taulukoon, johon eriteltiin edellä mainitut lisäpalvelut pääominaisuuksineen. Taulukko helpottaa yrityksille ominaisten palveluiden tulkintaa. Taulukko on lisätty opinnäytetyön liitteeksi 2 nimellä: Net scoutingin tulokset.

Net scoutingin tuloksista kävi ilmi, että kaikki 11. yritystä myivät kokouspalveluiden ohelle lisäpalveluina ravitsemis- sekä ohjelmapalveluita. Kaikki muut, paitsi yritykset J ja K myivät lisäpalveluina lisäksi majoituspalveluita. Tulokset osoittivat, että yritysten välillä oli eroavaisuuksia, mutta niistä huolimatta liikeidea oli sama. Ravitsemispalveluiden kohdalla kaikissa yrityksissä oli A-oikeudet sekä oma keittiö. Kaikissa yrityksissä lukuun ottamatta yrityksiä E, F, J ja K toimi oma ravintola, joissa tarjoiltiin päivittäin niin buffet lounasta, kuin näyttäviä ala carté annoksiakin. Yrityksissä E, F, J ja K toimi tilausravintola, jotka ovat auki sovitusti. Kaikissa yrityksissä oli saatavilla erilaisia menu kokonaisuuksia ryhmille. Rungoltaan ravitsemispalvelut olivat jokaisessa yrityksessä saman tyyppisiä, mutta esimerkiksi yritys G erottui muista omalla palvaamalla, lihanleikkaamalla sekä leipomolla.

Ohjelmapalveluiden osalta tulokset osoittavat, että aktiviteetit keskittyvät pääosin luontoon, hyvinvointiin sekä liikuntaan. Ohjelmapalvelut olivat monipuolisia ja ne on suunniteltu kattavasti erilaisille asiakasryhmille. Yrityksissä H ja I toimi oma kylpylä saunatiloineen. Tulosten mukaan saunatilat löytyivät edellä mainittujen lisäksi myös kaikista muista yrityksistä, yrityksiä G ja E lukuun ottamatta.

Net scoutingin tuloksista huomattiin, että majoituspalveluita tarjottiin kaikissa yrityksissä lukuun ottamatta yrityksiä J ja K. Muiden yritysten yhteydessä toimivien hotellien koot vaihtelivat. Suurimmat majoitusmahdollisuudet olivat yrityksessä I, jossa hotellihuoneita on yhteensä 208kpl. Pienin hotelli toimi sen sijaan yrityksessä G, jossa hotellihuoneita oli yhteensä 61kpl. Majoituspalveluiden suhteen yritysten välillä oli hieman saman kaltaista erottuvuutta, kuin ravitsemispalveluissa. Esimerkiksi yritys B tarjosi huoneistohotellissa majoittumisen vaihtoehdoksi mahdollisuuden oman villan vuokraamiseen, kun yritys G vuokrasi perinteisten hotellihuoneiden vaihtoehdoksi majoittumista varten pihapiirissään olevaa hirsimökkiä sekä aittaa.

5.3 Tarjouspyyntömenettelyn tulokset

Tarjouspyyntömenettelyä käytettiin tässä opinnäytetyössä menetelmänä, jonka avulla selvitettiin net scoutingilla löydettyjen yrityksen hintatasoa sekä kokouspakettien sisältöä. Tarjouspyynnöt lähetettiin kaikkiin edellä mainittuihin 11 yritykseen. Tarjouspyynnöt lähetettiin yrityksille 20.4.2020 ja vastauksia pyydettiin 28.4.2020 mennessä. Vastausajassa huomioitiin korona epidemian mahdolliset vaikutukset vastaamisaikoihin. Tarjouksia saatiin 8 kpl. Vastausprosenttia voitiin pitää hyvänä sen ollessa 73%.

Yritysten anonymiteetin säilyttämisen vuoksi yritykset nimettiin aakkosten A-K mukaan. Tarjousta pyydettiin erikseen yhden sekä kahden päivän kokouksille. Yhden päivän kokoukseen pyydettiin eriteltyinä tilavuokra, ravitsemispalvelut sekä kokoustekniikka ja välineet. Kahden päivän kokoukseen pyydettävä tarjous sisälsi edellä mainittujen lisäksi ohjelma- sekä majoituspalvelut. Tarjous pyydettiin 20 henkilön kokousryhmälle siten, että niissä on eriteltyinä hinnat sekä ominaisuudet kokoustiloista ja tilavuokrasta, majoitus- sekä ravitsemispalveluista, ohjelmalveluista sekä kokoustekniikasta ja välineistä. Hintoja pyydettiin täsmennettynä per./hlö tyylisesti niiltä osin, kun ne oli mahdollista ilmoittaa.

Tarjouspyyntömenettelyn tulokset on vedostettu taulukkoihin tämän opinnäytetyön liitteiksi 5 ja 6. Liitteessä 5 on eriteltyinä ravitsemispalvelut, kokoustekniikka ja välineet sekä tilavuokra yhdeltä päivältä. Liitteessä 6 on eriteltyinä edellä mainittujen lisäksi ohjelma- sekä majoituspalvelut kahdelta päivältä. Molemmissa taulukoissa on oma sarakkeensa hinnoille, jotka on laskettu saatuun tarjoukseen perustuen. Hinnat on laskettu erikseen yhdelle henkilölle sekä koko ryhmälle (20hlö). Tulokset vedostettiin taulukkoihin kokouspakettien sisältöjen sekä hintatason ymmärtämisen sekä havainnoinnin helpottamiseksi. Liite 5 on nimetty tähän työhön nimellä: Yhden päivän tarjoukset. Liite 6 on nimetty työhön nimellä: Kahden päivän tarjoukset. Seuraaviin lukuihin on avattu tarkemmin tarjouspyyntömenettelystä saatuja tietoja ravitsemispalveluista, kokoustekniikasta ja välineistä, tilavuokrasta, ohjelma- ja majoituspalveluista sekä tuloksiin perustuva hintatasosta.

5.3.1 Ravitsemispalvelut

Tarjouspyynnössä pyydettiin, että kokoustilaisuus sisältäisi ravitsemispalveluita. Ravitsemispalveluita pyydettiin sekä yhden- että kahden päivän mittaisiin tilaisuuksiin. Yhden päivän mittaiseen tilaisuuteen pyydettiin tarjousta, joka sisältää aamukahvit suolaisella kahvileivällä, lounaan, iltapäiväkahvit makealla kahvileivällä sekä illallisen. Kahden päivän mittaiseen tilaisuuteen pyydettiin tarjousta, jonka tarjoilut koostuivat ensimmäisenä kokouspäivänä aamukahvista suolaisella kahvileivällä, lounaasta, iltapäiväkahveista makealla kahvileivällä sekä illallisesta. Toisen kokouspäivän tarjoiluiksi pyydettiin aamiaista, lounasta sekä iltapäiväkahveja makean kahvileivän kera.

Saadut tarjoukset olivat pitkälti tarjouspyynnön mukaiset. Jokainen yritys oli eritelty tarjouksissaan pyydetyt ruokailut, kuten pyydettiin. Yritykset A, B, G ja H tarjosivat pyedetyn aamukahvin ja suolaisen kahvileivän sijasta aamiaista, kahden päivän mittaisen tilaisuuden lisäksi tarjouspyynnöstä poiketen myös yhden päivän mittaiselle tilaisuudelle. Kaikki yritykset, yrityksiä C ja E lukuun ottamatta tarkensivat lounaan olevan buffet tyyliin tarjoiltava. Jokainen yritys mainitsi tarjouksessaan iltapäivä kahvit. Yritys E tarjosi tarjouspyynnössä pyedetyn iltapäiväkahvin ja makean kahvileivän lisäksi pähkinöitä, hedelmiä sekä makuveden. Sen sijaan yritys F antoi vaihtoehdon valita iltapäiväkahvin rinnalle makean kahvileivän tai hedelmät. Yritys B antoi vaihtoehdoiksi iltapäiväkahvin rinnalle makean- tai suolaisen kahvileivän. Kahvitukset, aamiaiset sekä lounaat kuuluivat yritysten kokouspaketin hintaan. Muista yrityksistä poiketen yritys B oli tarjouksessaan eritelty jokaiselle tuotteelle hinnat yhtä henkilöä kohden.

Illalliset olivat miltei jokaisessa yrityksessä esitelty illallispaketteina. Useat yritykset olivat liittäneet tarjouksensa yhteyteen liitteeksi vaihtoehtoja illallispaketeistaan. Muutamat yritykset olivat tuoneet tarjouspyyntöönsä suoran ehdotuksen tilaisuuteen sopivasta illallispaketista. Jokaisessa tarjouksessa painotettiin, että asiakas saa itse valita illallispaketeista sen mieluisimman vaihtoehdon, mutta jokaiselle ryhmän jäsenelle tulisi valita sama paketti. Illallispaketteja oli erilaisia ja eri kokoisia. Niiden rinnalle suositeltiin myös juomapaketteja. Juomapakettia ei kuitenkaan laadittuun tarjouspyyntöön eritelty, joten niitä ei huomioida tuloksien tarkastelussa lainkaan. Illallispaketit valittiin siten, että ne vastaisivat ominaisuuksiltaan toisiaan. Taulukoissa (liite 5 ja 6) ilmoitetut illallispaketit käsittävät jokaisen yrityksen kohdalla kolme ruokalajia: alku-, pää- ja jälkiruoan. Lisäksi taulukoissa ilmoitetut illallispaketien hinnat on ilmoitettu alkaen hintoina. Illallispakettien alkaen hinnoissa on hajontaa. Edullisimman illallispaketin tarjosi yritys B hinnallaan alk. 32,00€/hlö. Sen sijaan yrityksessä F illallispaketit olivat alkaen 62,00€/hlö. Illallispakettien sisältöä tarjoiltavineen ruokineen ja komponentteineen ei tässä opinnäytetyössä tarkemmin avata, sillä tutkimuksessa haluttiin tarkastella vain tutkimukseen oleellisesti vaikuttavia tietoja.

Illallispaketit eivät kuuluneet minkään yrityksen tarjouksessa kokouspaketin hintaan muiden ruokatuotteiden tavoin. Taulukoihin eritelty hinta ravitsemispalveluihin liittyen käsittää näin ollen pelkästään illallispaketin.

5.3.2 Kokoustekniikka ja välineet

Kokoustekniikkaa pyydettiin eritellysti tarjouksiin, sillä asiakkailla on usein halu saada tietää mitä tekniikkaa ja välineitä kokouspakettiin kuuluu. Keskeisimpänä ominaisuutena jokaisen palveluntarjoajan kokoustekniikka erittelyssä oli langaton internetyhteys sekä videotykki. Myös valkokangas sekä fläppitaulut olivat mainittuna usean yrityksen tekniikka ja väline listassa. Muistiinpanovälineet mainittiin kaikkien muiden yritysten paitsi yritys B:n tarjouksessa.

Osa yrityksistä oli nostanut tarjouksissaan esille joitakin erikoisempia välineitä. Esimerkiksi yritys A ja H mainitsivat kokoustiloissa olevasta ilmastoinnista. Yritys E nosti esille mahdollisuuden pienryhmätilojen vuokraamiseen lisähinnasta. Yritys D mainitsi mahdollisuudesta vuokrata käyttöönsä tietokoneen sekä lisä fläppitauluja lisähinnasta. Lisäksi yritykset B ja H nostivat esille äänentoistovälineistön. Kokoustekniikka on jokaisessa yrityksessä kehittynyttä ja nykyaikaista. Tekniikka on pieni, mutta välttämätön tekijä kokousten pitämisessä. Kaikissa tarjouksissa kokoustekniikka ja välineet sisältyivät kokouspaketin hintaan.

5.3.3 Kokoustan vuokra

Osa yrityksistä tarjoaa tilavuokraa edullisemmalla hinnalla kahden päivän mittaiselle tilaisuudelle. Tilavuokrat on tarjouksissa esitetty yhtä henkilöä tai yhtä tuntia kohden. Edullisin tilavuokra yhdelle päivälle oli yrityksessä D hintaan 59,00€/hlö. Yritys B tarjosi kokoustilaa hintaan 35,00€/h tai vastaavasti omaa Villaa klo 8.30-16.00 väliselle ajalle hintaan 1050,00€. Yritys G ilmoitti tarjouksessaan tilavuokraksi 370,00€ koko tilaisuuden ajaksi. Kallein tilavuokra oli yrityksessä A, jossa hinta oli 76,00€/hlö. Tilavuokrien välillä ei ollut merkittävää hintajontaa.

Yritys B ilmoitti kahden päivän mittaiselle tilaisuudelle saman tilavuokran, kuin yhden päivän kokoukselle. Muut yritykset ovat käyttäneet kahden päivän tilaisuuden tilavuokran ilmoittamisessa erilaista hinnoittelumenetelmää. Edullisimman tilavuokran kahdelle päivälle tarjoaa yritys D hintaan 113,00€/hlö. Sen sijaan kallein tilavuokra on yrityksessä E, kun tilavuokra on 219,00€/hlö. Yritys G:n tilavuokra muodostuu kahden kokouspäivän yhteenlasketusta summasta. Yritys G:n tilavuokra on 570,00€ ja se käsittää tilan käytön molempina kokouspäivinä.

Osassa tarjouksista puhutaan tilavuokrasta ja osassa puolestaan kokouspalvelumaksusta. Taulukossa tilavuokra- sarakkeessa on esitetty tarkemmin yritysten tarjoamat hinnat kokoustiloille sekä se, mitä kaikkea kokouspalvelumaksu käsittää.

5.3.4 Ohjelmapalvelut

Ohjelmapalveluita pyydettiin tarjouspyynnöissä vain kahden päivän mittaiselle kokoukselle. Useat yritykset toimivat tämän suhteen samankaltaisesti, kuin illallispakettien kanssa. Yritykset saattoivat suositella jotakin tiettyä ohjelmaa, mutta liittivät tarjouksen ohelle listan ohjelma- ja aktiviteettivalikoimistaan ja pyysivät valitsemaan sieltä omaan tilaisuuteen sopivimman vaihtoehdon.

Taulukkoon (liite 6) listatut ohjelmapalvelut valittiin palveluntarjoajien ohjelma ja aktiviteetti valikoimista. Taulukkoon tuotujen ohjelmien valitsemiseen vaikutti suoraan, minkä kokoisille ryhmille aktiviteetti tai ohjelma oli mahdollista järjestää, sillä tarjousta pyydettiin 20 henkilön ryhmälle. Lisäksi valinnoissa huomioitiin ohjelmapalveluiden hinta, sillä joidenkin

ohjelmien hinnat olivat niin suuria, etteivät ne kohdanneet lainkaan sen kanssa minkä tyyppiisiä vastauksia saatiin esimerkiksi kyselyssä esitettyyn kysymykseen asiakkaiden kokouspalveluita varten varaamaan budjettiin liittyen.

Aktiviteettien ja ohjelmien valinnat haluttiin tehdä siten, että taulukkoa havainnoidessa saataisiin monipuolinen kuva tarjolla olveista ohjelma vaihtoehdoista. Samalla huomioitiin Kokouspoukamassa olevat puitteet sekä tutkimustulosten pohjalta tehtävät kehitysehdotukset.

Ohjelmia ja aktiviteetteja on paljon erilaisia. Yritykset C, D, E ja F nostivat tarjouksissaan esille mahdollisuuden saunatilojen vuokraamiseen. Yritys D tarjosi saunatilojen vuokraamisen ohelle lisäksi paljon vuokraus mahdollisuuden. Yritykset E ja F mainitsivat tarjouksissaan, että saunatilan vuokraamiseen kuuluu uima-altaan käyttäminen. Saunatilojen hinnoittelussa on käytetty erilaisia tapoja. Yritys C vuokraa saunatiloja hintaan 350,00€/2h ja lisätunnit maksavat 100,00€/h. Yritys D vuokraa rantasaunaa sekä paljua yhteishintaan 500,00€/2h, lisätunnit maksavat 150,00€/h. Yritys E vuokraa saunatilojaan hintaan 23,00€/hlö/2h. Alaraja veloitukselle on kuitenkin 230,00€/2h ja hinta sisältää uima-altaan käyttämisen. Yritys F vuokraa saunatilojaan ilman alarajaa hintaan 26,00€/hlö/1,5h. Hinta sisältää uima-altaan käytön.

Lisäksi yritysten ohjelmavalikoimissa oli paljon erilaisia ohjelmia, jotka liittyivät oleellisesti luontoon ja liikuntaan. Myös ohjelmien ja aktiviteettien hinnoittelussa on käytetty erilaisia menetelmiä. Esimerkiksi yritys B myy luonnossa toteutettavia ohjelmia alkaen hintaan 175,00€/h ja yritys F tarjoaa mahdollisuuden rentouttavaan patikkaretkeen luonnon äärellä hintaan 43,30€/hlö.

Monet yritykset sijaitsevat meren tai järven äärellä. Näiden yritysten ohjelmapalveluvalikoimassa oli paljon erilaisia vesi aktiviteetteja. Esimerkiksi yritys D:n ohjelma valikoimasta löytyi ohjelma, jossa tehdään melontaretki saaristoon hintaan 87,00€/hlö. Yritys E:n ohjelma valikoimasta löytyi SUP-lautailu ohjelma noin 60,00€ hintaan yhtä henkilöä kohden. Yritys G mahdollistaa perinteisen kirkkovenesoudun sekä liikunnallisen kickbike retken yhdistelmän. Näiden ohjelmien perusmaksu on 1890,00€ johon lisätään erikseen 13,40€/hlö lisämaksu. Edellä mainittujen lisäksi yritys H:n aktiviteetti valikoimasta löytyi kalastuspaketti. Kalastuspaketti oli kaikista aktiviteeteista kallein, sillä sen perusmaksu oli noin 3852,00€, johon lisätään vielä jokaiselle osallistujalle erikseen 20,00€ kalastuslupamaksu. Ohjelmapalveluina tarjottiin myös rauhallisempia virkistys- ryhmäytymisohjelmia. Ohjelmapalvelut eivät kuuluneet kokouspaketin hintaan, joten niistä syntyneet kustannukset on laskettu omaksi kokonaisuudekseen taulukossa olevaan sarakkeeseen, johon on laskettu kokonaishinta kokouspaketille.

5.3.5 Majoituspalvelut

Tarjoustu majoituspalveluihin liittyen pyydettiin myös luonnollisesti vain kahden päivän tilaisuutta varten. Tarjouspyyntömenettelyyn valitut yritykset J ja K eivät tuottaneet

majoituspalveluita lainkaan. Kaikki tarjoukset, jotka tarjouspyyntömenettelyn avulla saatiin, tulivat kuitenkin yrityksistä, joissa myös majoituspalveluita myytiin. Majoituspalvelut eivät kuuluneet minkään yrityksen tarjouksessa kokouspaketin hintaan. Taulukon sarakkeeseen, johon on laskettu kokonaishinta kokouspaketille, on viety erikseen tarjouksessa majoituspalveluiden eritelty hinta.

Jokainen palveluntarjoaja antoi tarjouksessaan hinnan yhden- sekä kahden hengen huoneelle. Yhden hengen huoneet ovat aina hieman kalliimpia, kun kahden hengen huoneet. Huoneiden hintojen välillä oli hajontaa. Edullisimman yhden hengen huoneen tarjosi yritys B hintaan 100,00€/huone. Sen sijaan kalleimman yhden hengen huoneen tarjosi yritys H hintaan 155,00€/huone. Tarkastellessa kahden hengen huoneen hintoja, edullisimman huoneen tarjosi yritys D hintaan 114,00€/huone ja kalleimman sen sijaan yritys H hintaan 175,00€/huone.

Yritys B poikkesi muista yrityksistä majoituspalveluillaan siten, että he tarjosivat ryhmälle koko tilaisuuden ajaksi käytettäväkseen oman Villan. Yhteen Villaan mahtuu 10 henkilöä, jonka vuoksi niitä pitäisi vuokrata tarjouspyynnössä esitetulle ryhmälle kaksi. Tarjouksessa ilmoitettu hinta yhdelle villalle oli 1550,00€/10hlö.

5.3.6 Hintataso

Tehdyn tarjouspyyntömenettelyn tuloksista saatiin tietoa kokouspalveluiden hintatasosta Porvoon ja pääkaupunkiseudun alueella. Tarjouspyyntömenettelyn avulla saatiin tietoa myös siitä, mitä palvelupaketit sisältävät ja millaista kokoustekniikkaa sekä välineitä yrityksillä on käytössään.

Tarkastellessa tarjouksiin perustuvien yhden päivän mittaisten tilaisuuksien yhteenlaskettuja hintoja taulukosta (liite 5) huomataan, että merkittävää hajontaa hinnoissa ei ole. Yhden päivän mittaisten tilaisuuksien hintataso yhdelle hengelle laskettuna asettuu jokaisessa tarjouksessa noin 70,00€-130,00€ välille. Koko ryhmälle (20hlö) lasketuista hinnoista voidaan myös huomata, että summien välinen hajonta on useita satoja euroja. Hinnat sijoittuvat tässä tapauksessa noin 1300,00€-2600,00€ välille.

Kahden päivän mittaisen kokouksen hintaa nostavat majoitus- ja ohjelmapalvelut. Yhtä henkilöä kohden lasketut hinnat sijoittuvat noin 200,00€-500,00€ välille. Koko ryhmälle lasketut hinnat sijoittuvat noin 5000,00€-9000,00€ välille. Tuloksista huomataan, että lukujen välillä hajonta on jo huomattavaa, vaikka yrityksille lähetetyt tarjouspyynnöt olivat täysin samanlaiset.

Tarkastellessa lukuja myöhemmin kyselyyn saatujen vastausten tiimoilta koskien asiakkaan budjettia huomataan, että luvut ovat keskenään realistisia. Eli asiakkaan budjetti sekä yrityksen asettamat hinnat palveluille ovat toisiinsa suhteutettuina tasapainossa.

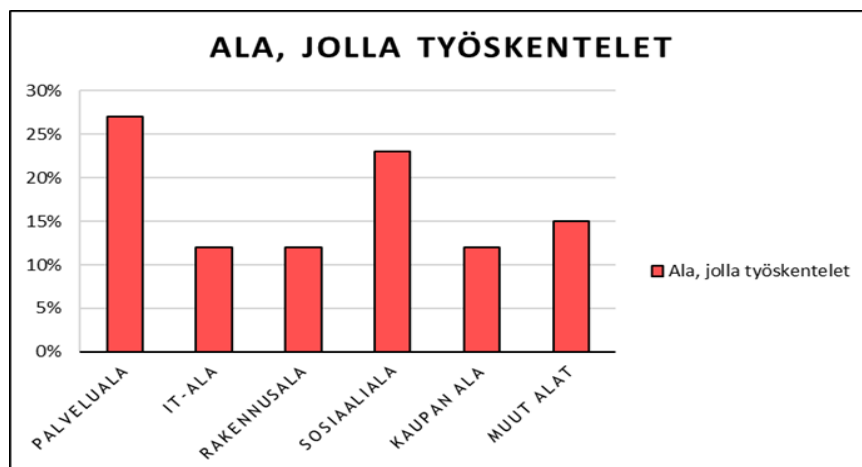
5.4 Kyselyn tulokset

Kyselyä käytettiin menetelmänä, jonka avulla selvitettiin asiakkaan ulkoistettuja kokouspalveluita varten suunniteltua budjettia, kokouspalveluiden laatuun sekä asiakkaan tarpeisiin liittyviä asioita. Kyselystä saatuja tuloksia käytettiin toimeksiantajalle tehtyjen kehitysehdotusten tukena.

Kysely lähetettiin kaikkiaan 28 henkilölle 20.4.2020. Kahden ensimmäisen päivän aikana vastauksia tuli yhteensä 14kpl. Saman viikon sunnuntaihin 26.4.2020 mennessä vastauksia oli tullut yhteensä 18kpl. Koska vastauksia puuttui ja vastausaikaa oli jäljellä, vastaajille lähetettiin muistutusviesti kyselyyn vastaamisesta. Muistutusviesti lähetettiin kaikille vastaajille 26.4.2020. Muistutusviesti vaikutti vastausten määrään, sillä vastausajan umpeutuessa tiistaina 28.4.2020 vastauksia oli tullut kaikkiaan 26kpl. Vastausprosenttia kyselyyn voitiin pitää hyvänä sen ollessa 93%.

Kyselyn viidessä ensimmäisessä kohdassa selvitettiin vastaajan taustatietoja. Taustatietoja koskevat kysymykset selvittivät alaa, jolla vastaaja työskentelee sekä hänen titteliansä tai työskentely nimikettään. Lisäksi selvitettiin vastaajan sukupuoli sekä ikä. Viimeisessä taustatietoja koskevassa kohdassa tiedusteltiin henkilökunnan määrää vastaajan edustamassa yrityksessä. Taustatietoihin liittyviä kysymyksiä kysyttiin, jotta saataisiin tietoa siitä, minkä tyyppiset ihmiset ovat useimmiten vastuussa ulkoistettujen kokoustilaisuuksien hankkimisesta sekä niihin liittyvien asioiden hoitamisesta. Lisäksi kysymysten avulla pyrittiin selvittämään, minkä tyyppiset yritykset käyttävät ulkoistettuja kokouspalveluita.

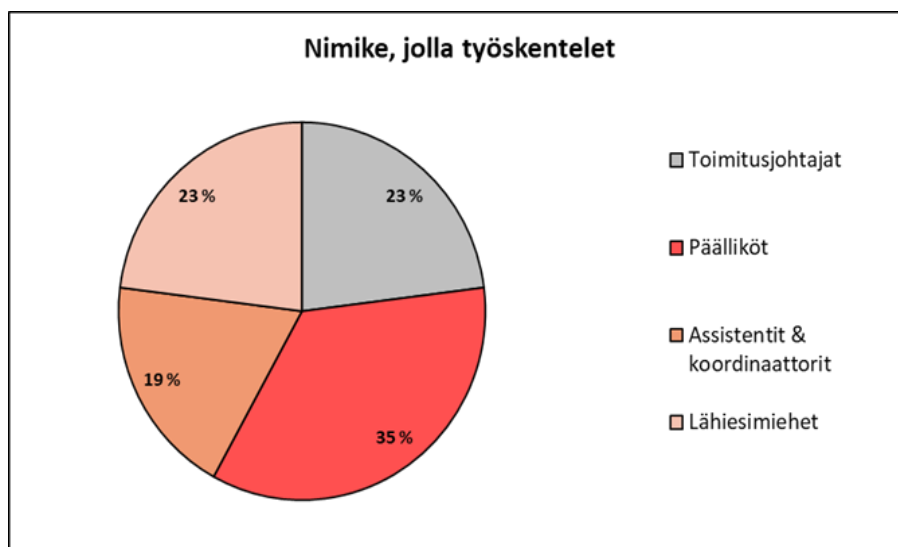
Kysymyksessä 1 selvitettiin, minkä alan yrityksissä vastaajat työskentelevät. Kyseessä oli avoin kysymys, johon saadut vastaukset olivat monipolisia. Monipuolisuudesta huolimatta saadut vastaukset linkittyivät aina selkeästi johonkin tiettyyn alaan. Kaikki samaa alaa edustavat vastaukset koottiin yhteen ja niistä vedostettiin yhtenäinen kaavio.



Kuvio 6: Ala, jolla kyselyyn vastaava työskentelee

Kuvio 6 havainnollistaa, että enemmistö kyselyyn vastaajista työskentelee palvelualojen yrityksissä. Sosiaalialan yrityksistä vastaajia oli 23%, kun rakennus-, IT- ja kaupan alan yrityksissä työskenteleviä oli 12%. Vastaajia oli edellä mainittujen lisäksi myös muilta aloilta, kuten turvallisuus- sekä logistiikka-alalta sekä järjestöistä. Tuloksista ilmeni, että kokouspalveluita käyttää monipuolisesti eri alojen yritykset.

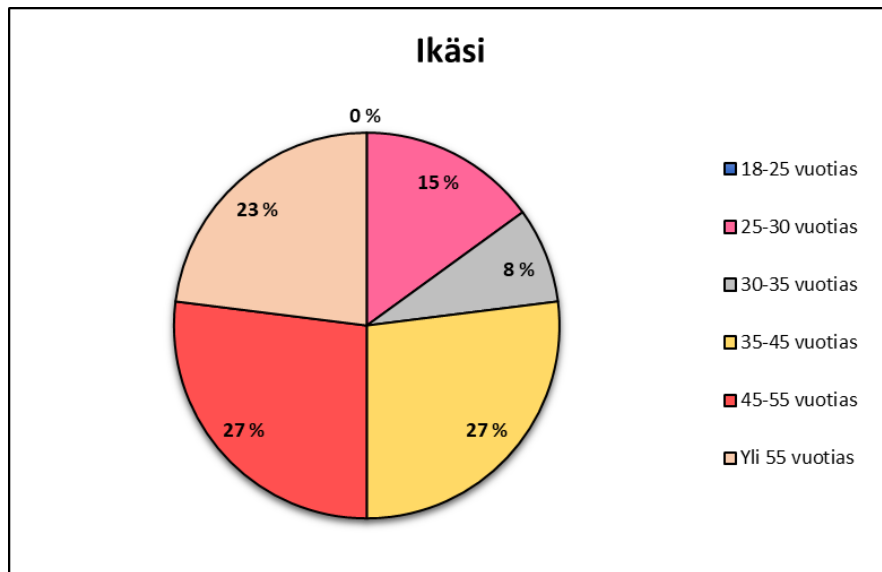
Kysymyksessä 2 selvitettiin vastaajan tittelä tai työnimikettä. Kysymys oli myös tyypiltään avoin kysymys. Tuloksia analysoidessa huomattiin, että jokainen vastaaja oli jonkin tasoinen esimies tai työskenteli erilaisissa johtotason tehtävissä. Vastaukset jakautuivat avoimesta kysymystyypistä huolimatta neljään selkeään kategoriaan.



Kuvio 7: Nimike, jolla vastaaja työskentelee

Kyselyyn vastanneista enemmistö (35%) työskentelee erilaisten päälliköiden rooleissa (kuvio 8). Vastaajista 23% oli toimitusjohtajia. Vastaajien joukossa oli lisäksi lähiesimiehiä. Heitä oli prosentuaalisesti saman verran, kuin kyselyyn vastanneita toimitusjohtajia. Toimitusjohtajien sekä lähiesimiehiä lisäksi liki 20% vastaajista oli erilaisia koordinaattoreita sekä assistentteja.

Kolmannessa kohdassa kysyttiin vastaajan sukupuolta. Kyseessä oli monivalintakysymys, jossa oli kaksi vastausvaihtoehtoa: nainen ja mies. Kyselyyn vastanneista 65% oli naisia ja loput 35% vastaajista oli miehiä. Kohdassa 4 kysyttiin vastaajan ikää. Kyseessä oli monivalintakysymys, jossa vastausvaihtoehtoja oli kuusi.



Kuvio 8: Vastaajien ikä

Kuvio 8 havainnollistaa, miten vastaajien iät jakautuivat. Vastaajista liki 30% oli iältään 35-45 vuotiaita. 45-55 vuotiaita oli tulosten mukaan prosentuaalisesti täysin saman verran. Vastaajista 23% oli yli 55 vuotiaita ja vain 8% oli 30-35 vuotiaita. Tuloksista kävi ilmi, että kukaan vastaajista ei ollut 18-25vuotias. Tuloksista voidaan päätellä, että uransa alkutaipaleella olevat nuoret henkilöt työskentelevät harvemmin sellaisten työtehtävien parissa, jossa yhtenä vastuualueena on ulkoistettujen kokouspalveluiden ostaminen.

Viimeisenä vastaajan taustaan liittyvänä kysymyksenä oli vastaajan edustaman yrityksen henkilökunnan määrään liittyvä kysymys. Kysymys oli myöskin tyyliltään monivalintakysymys, jossa oli neljä vastausvaihtoehtoa. Oheinen kysymys antoi tukea myöhemmin kysytylle kysymykselle, jossa tiedusteltiin vastaajalle tyypillistä kokousryhmän kokoa.

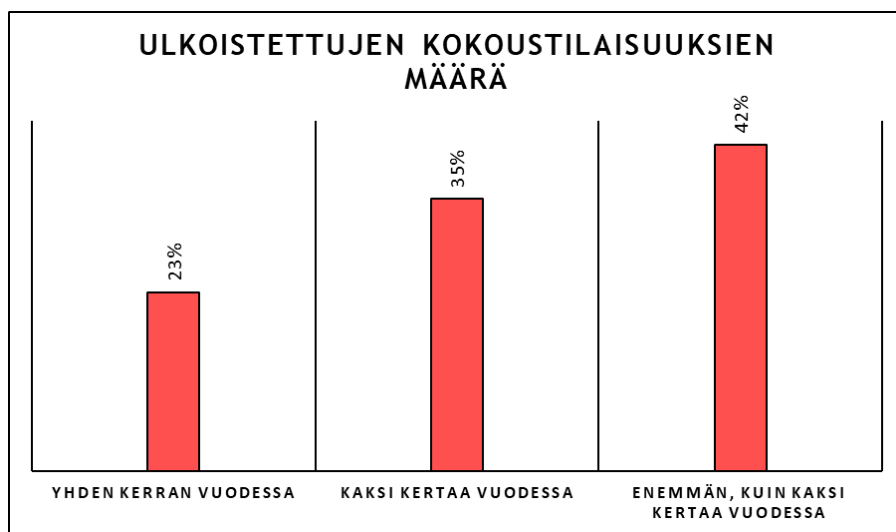


Kuvio 9: Työntekijöiden määrä yrityksessä

46% kyselyyn vastanneista kertoi edustamassaan yrityksessä työskentelevän 10-50 henkilöä. Tulokset osoittivat, että yrityksiä, joissa työskentelee 50-100 henkilöä on muihin vaihtoehtoihin verrattuna huomattavasti vähemmän (8%). Vastanneista liki 30% kertoi työskentelevänsä suurissa yli 500 henkilöä työllistävässä yrityksissä ja loput noin 20% kertoi työskentelevänsä 100-500 henkilön yrityksessä (kuvio 9).

Kyselyn toinen osa koostui kysymyksistä, jotka liittyivät siihen, minkälainen ulkoistettujen kokouspalveluiden käyttäjä kyselyyn vastaavan edustama yritys on. Tähän kyselyn osioon liittyivät kyselyn kohdat 6-9. Aluksi tiedusteltiin, miten usein yritykset ostavat ulkoistettuja kokouspalveluita vuositasolla. Kohdassa 7 tiedusteltiin, mikä mittaisena kokouspalvelu useimmiten ostetaan. Kohdassa 8 pyydettiin perustelemaan, mikä saa asiakkaan valitsemaan kokouksen kestoksi kaksi päivää. Osion viimeisessä kysymyksessä tiedusteltiin, mikä kokoisella ryhmällä kokoustamaan usein lähdetään.

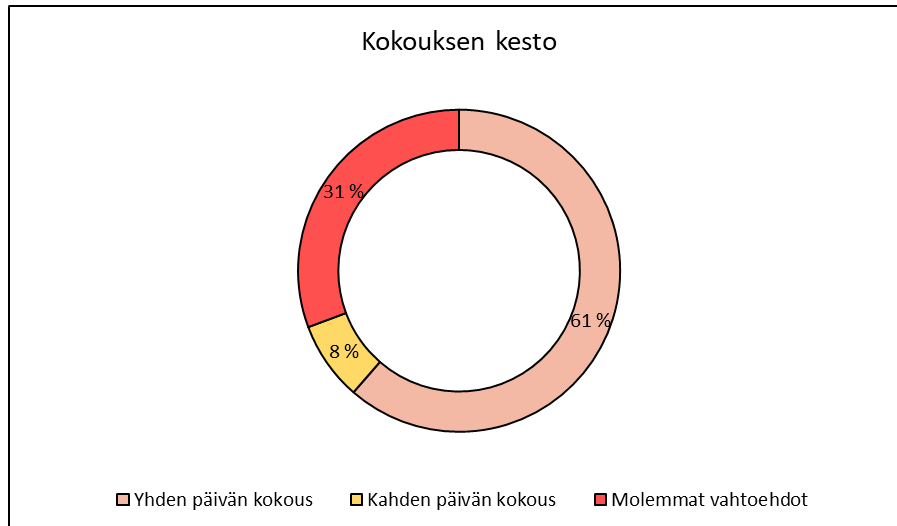
Kyselyn kohdassa 6 selvitettiin, kuinka usein vastaajan edustama yritys käyttää ulkoistettuja kokouspalveluita. Kyseessä oli monivalintakysymys, jossa oli kolme vastausvaihtoehtoa. Vastausvaihtoehdot olivat yhden kerran vuodessa, kaksi kerran vuodessa sekä enemmän, kuin kaksi kertaa vuodessa.



Kuvio 10: Ulkoistettujen kokoustilaisuuksien määrä vuositasolla

Kuvio 10. havainnollistaa, että noin 40% kyselyyn vastanneista kertoi edustamansa yrityksen käyttävän ulkoistettuja kokouspalveluita enemmän, kuin kaksi kertaa vuodessa. Sen sijaan vain noin 20% vastanneista kertoi käyttävänsä vastaavia palveluita vain kerran vuodessa. 35% vastaajista kertoi, että kokoustilaisuuksia ostetaan kaksi kertaa vuodessa. Tuloksien perusteella yritykset käyttävät kokouspalveluita vuositasolla useammin, kuin kerran vuodessa.

Kohdassa seitsemän selvitettiin kokouksen keston liittyvää tietoa. Kyseessä oli monivalinta-kysymys. Vastausvaihtoehtoja oli kolme: yhden päivän- tai kahden päivän kokous, sekä molemmat edellä mainitut. Kysymyksellä haluttiin saada tietoa siitä, minkä mittaisia kokoustilaisuuksista yritykset ostavat mieluummin.

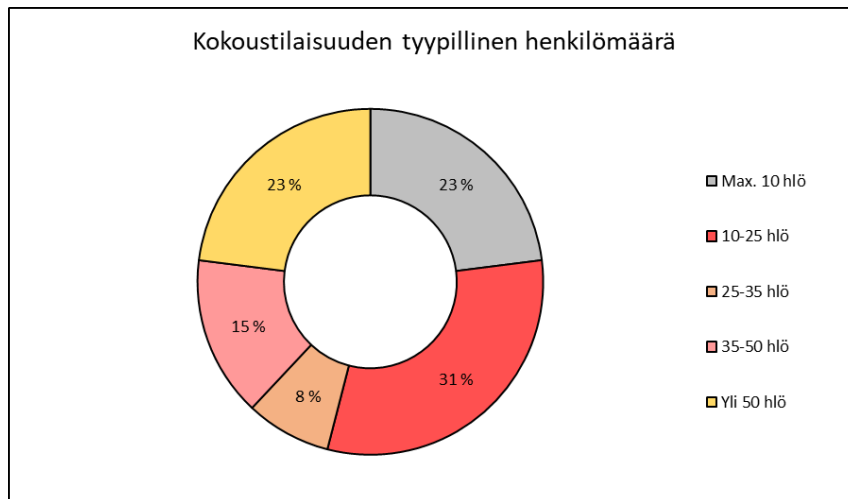


Kuvio 11: Kokoustilaisuuden kesto

Noin 60% vastaajista kertoi ostavansa kokouksen yhden päivän mittaisena, kun vain 8% vastaajista ostaisi kahden päivän mittaisen tilaisuuden. Noin 30% vastaajista kertoi ostavansa eri mittaisia kokoustilaisuuksia. Kuvion 11 mukaan yhden päivän mittaisen kokouksen ostavien yritysten määrä on kuitenkin huomattavasti isompi, kuin kahden muun vastausvaihtoehdon osiot yhteensä. Tulosten perusteella yhden päivän mittaiset kokoustilaisuudet ovat suosittumia, kuin kahden päivän mittaiset tilaisuudet.

Kyselyn kohdassa kahdeksan kysyttiin perusteita sille, miksi kokoustilaisuus halutaan pitää pidempänä kaksi päiväisenä kokouksena lyhyemmän tilaisuuden sijasta. Kohtaan pyydettiin vastausta vain, mikäli vastasi edelliseen kohtaan edustamansa yrityksen suosivan kahden päivän mittaisia kokoustilaisuuksia. Kyseessä oli luonnollisesti avoin kysymys. Vastaajat perustelivat valitsevansa kahden päivän kokoustilaisuuden, jotta kokouspäivään voitaisiin yhdistää jokin ohjelma tai aktiviteetti, jonka avulla ryhmähenkeä saataisiin nostatettua entisestään tai pidettyä sitä yllä. Vastaajat perustelivat valintaansa myös kokouspaikan sijainnilla. Mikäli kokouspaikka sijaitsee kauempana, on mukavampaa jäädä paikanpäälle yöksi, jolloin koko päivä saataisiin hyödynnettyä tehokkaasti. Vastauksista kävi ilmi, että joskus kokouksessa läpikäytäviä asioita on yksinkertaisesti niin paljon, että on viisaampaa valita tilaisuuden kestoksi suoraan kaksi päivää, jotta kaikki suunnitellut asiat saadaan varmasti käytyä läpi. Vastaajat kertoivat myös haluavansa ostaa erilaisia elämyksiä työntekijöilleen. Lisäksi vapaa-aikaa sekä vapaaseen keskusteluun käytettävän ajan määrää korostettiin.

Aiemmin kyselyn ensimmäisessä osiossa pyydettiin vastausta siihen, miten monta työntekijää työpaikalla työskentelee. Kyselyn kohdassa yhdeksän kysyttiin, minkä kokoisella ryhmällä kokoustilaisuuksia lähdetään useimmiten viettämään. Kyseessä oli monivalintakysymys, jossa oli viisi vastausvaihtoehtoa.



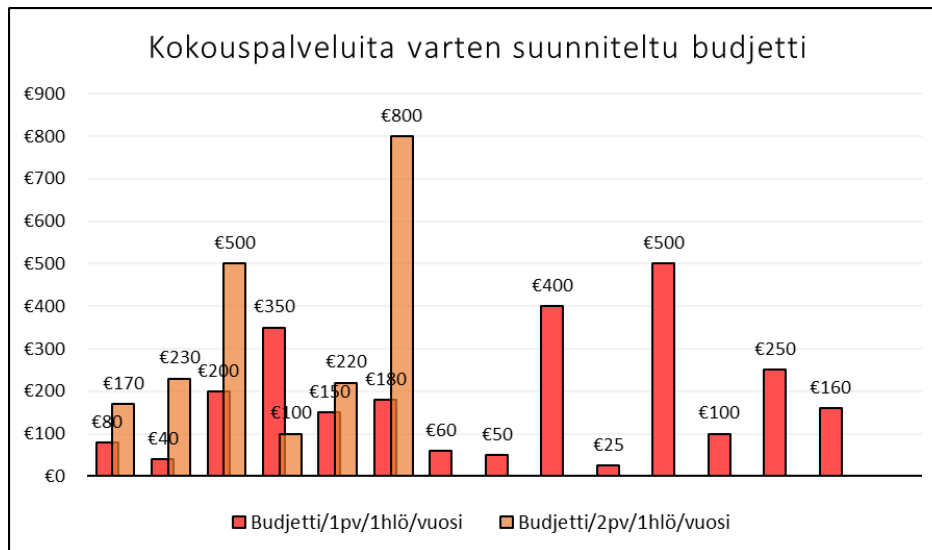
Kuvio 12: Kokoustilaisuuden henkilömäärä

Tulosten mukaan tyypillisin henkilömäärä kokoustilaisuuksissa on 10-25 hlö (31%). Kuviosta 12 ilmenee kuitenkin myös, että kokouksia pidetään prosentuaalisesti saman verran yli 50 henkilön sekä maksimissaan 10 henkilön ryhmissä (23%). Kyselystä saatujen tulosten mukaan kokouksia pidetään harvemmin 25-35 henkilön ryhmissä. Kyselyn ensimmäisessä osiossa esitettyyn kysymykseen työpaikan henkilökunnan määrään liittyen saaduista vastauksista ilmeni, että liki 50% vastaajista työskentelee yrityksissä, joissa on töissä 10-50hlö. Verratessa saatuja tuloksia tyypillisen kokousryhmän henkilömäärään huomataan, että välttämättä kaikki samassa työpaikassa työskentelevät eivät kokousta aina yhdessä. Kokouksia pidetään enemmän pienempien ryhmien kesken.

Kyselyn kolmannessa osiossa selvitettiin ulkoistettuja kokouspalveluita varten varatun budjetin määrää. Budjettia koskevat kysymykset olivat kohdat 10-12. Budjetti pyydettiin eriteltyinä yhden- sekä kahden päivän kokoustilaisuuksia varten vuositasolla. Vastaajille annettiin myös vaihtoehdoksi vastata pelkästään siihen, mitä he ovat budjetoineet käytettäväksi vuositasolla, sillä kaikki yritykset eivät laske budjettia yhtä henkilöä kohden. Budjettia koskevat vastaukset pyydettiin kohdentamaan mahdollisuuksien mukaan yhtä henkilöä kohti, jotta luvuista saataisiin mahdollisimman vertailukelpoisia keskenään. Kaikkiin budjettia koskeviin kysymyksiin ei ollut pakko vastata.

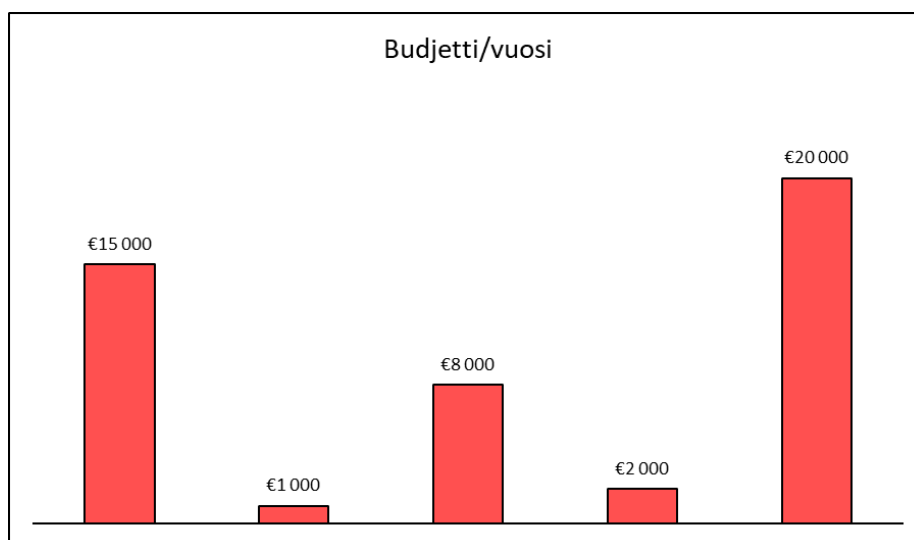
50% vastaajista vastasi kysymykseen, jossa kysyttiin budjettia yhden päivän mittaiselle kokoustilaisuudelle. 4% vastaajista antoi budjettia koskevan tiedon kahden päivän mittaiselle tilaisuudelle. 19% vastaajista vastasi kohtaan, jossa kysyttiin kokoustilaisuuksiin varattua

budjettia vuositasolla. Toiset 19% antoivat vastauksensa yhden- sekä kahden päivän tilaisuuksien budjettia varten. Loput 8% vastasivat sen sijaan kaikkiin budjettia koskeviin kysymyksiin.



Kuvio 13: Yhden ja kahden päivän kokoustilaisuuksiin suunniteltu budjetti

Kuvio 13. havainnollistaa suunniteltua budjettia yhden- sekä kahdenpäivän kokoustilaisuuksia varten. Luvut on ilmoitettu per. 1 hlö tyylisesti vuositasolla. Kuviosta huomataan, että luvut vaihtelevat merkittävästi kummankin kestoisen kokoustilaisuuden välillä. Pienin ilmoitettu budjetti yhden päivän kokoukselle on 25€/hlö, kun suurin vastaavan mittaista tilaisuutta varten ilmoitettu budjetti on 500€/hlö. Kahden päivän mittaista tilaisuutta varten pienin ilmoitettu budjetti on 100€/hlö, suurin puolestaan 800€/hlö.



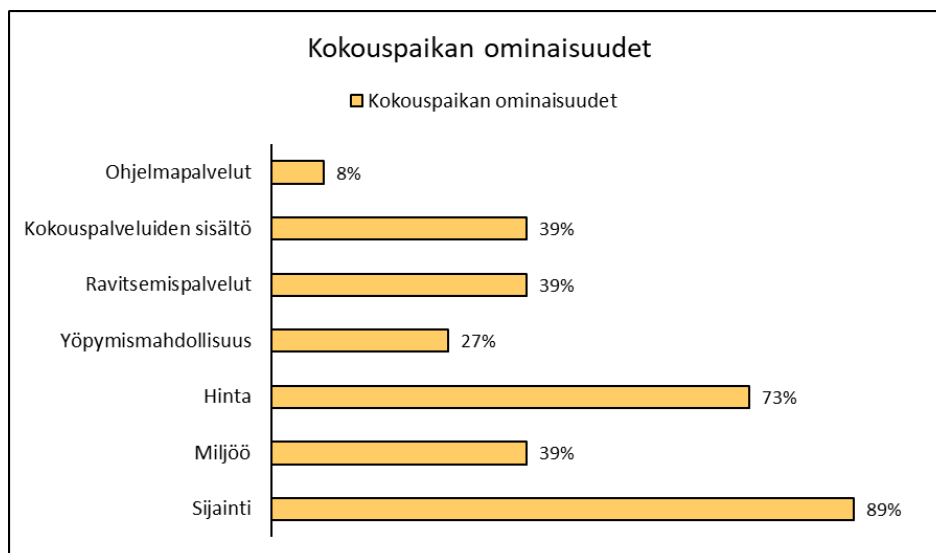
Kuvio 14: Kokoustilaisuuksia varten suunniteltu budjetti vuositasolla

Kuvioon 14. koottiin vastaajien antamat arviot kokoustilaisuuksia varten suunniteltuun budjettiin liittyen. Luvut on ilmoitettu vuositasolla. Suurin ilmoitettu budjetti oli 20 000€/vuosi, pienin puolestaan 1000€/vuosi.

Neljännessä kyselyn osiossa keskityttiin kokoustilaisuuden laadullisuuteen. Laadullisuuteen liittyvät kysymykset olivat kyselyn viisi viimeisintä kysymystä, kohdat 13-17. Laadullisilla kysymyksillä haluttiin selvittää asioita, joita kokousasiakas pitää esimerkiksi tärkeinä kokouspaikka valitessaan. Lisäksi selvitettiin, mikä on asiakkaan mielestä mieluisin tapa saada tietää kokouspalveluiden hinnasta. Kysymykset 15-17 koskivat pelkästään kokouspalveluiden käyttämistä sekä odotuksia asiakkaan näkökulmasta.

Opinnäytetyö projektin alussa pohdittiin, mikä mahtaisi olla asiakkaan mielestä mieluisin tapa saada tietää hinta kokoustilaisuudelleen. Kyselyn kohdassa 13 kyseistä asiaa selvitettiin. Tuloksista kävi ilmi, että 54% vastaajista pitää tarjouspyyntömenettelyä mieluisampana tapana hinnan ilmoittamisessa. Loput 46% haluaisivat nähdä hinnan mieluummin suoraan palveluntarjoajan internetsivuilta.

Kyselyssä pyydettiin nimeämään kolme tärkeintä kriteeriä kokouspaikan valitsemisessa. Valittavissa olevia vastausvaihtoehtoja oli seitsemän. Kysymyksellä haluttiin saada tietoa siitä, mitkä ominaisuudet vaikuttavat ensisijaisesti asiakkaan päätökseen kokouspaikkaa valitessaan.



Kuvio 15: Kokouspaikan tärkeimmät ominaisuudet

Kuviosta 15. havainnollistuu, että tulosten mukaan kaksi selvästi tärkeintä asiaa kokouspaikkaa valitessa pidetään sijaintia sekä hintaa. Liki 90% vastaajista pitää kokouspaikan sijaintia yhtenä tärkeimpänä asiana ja noin 70% vastaajista on sitä mieltä, että hinnalla on oleellinen vaikutus valinnassa. Kolmanneksi tärkeimpinä ominaisuuksina pidettiin kokouspaikan miljööä,

ravitsemispalveluita sekä kokouspalveluiden sisältöä. Tulosten mukaan liki 30% piti yöpymismahdollisuutta vaikuttavana ominaisuutena kokouspaikan valinnassa. Vain 8% vastaajista piti ohjelmapalveluita tärkeiden kriteerien joukossa kokouspaikan valitsemisessa.

Vaikka ohjelmapalvelut eivät olleet enemmistön mielestä tärkeimpien ominaisuuksien joukossa kokouspaikan valinnassa, nousivat ne monen vastaajan mieleen seuraavassa kohdassa. Kohdassa 15. kysyttiin mitä lisätuotteita tai palveluita olisi kiva pystyä ostamaan kokouspalveluiden ohelle. 46% vastaajista kertoi, että kokouksen ohelle olisi kiva saada ostettua jonkin näköinen ohjelma tai aktiviteetti, jonka parissa pääsee viettämään aikaa oman ryhmän kanssa. 12% vastauksista liittyi saunomiseen yhdessä uintimahdollisuuden tai esimerkiksi paljon kanssa. Vastaajat kertoivat, että saunominen ja uiminen lisäpalveluna olisi sellainen, jota tulisi varmasti hyödynnettyä, mikäli siihen olisi kokouspaikassa puitteet. 35% vastauksista liittyi oleellisesti ravitsemispalveluihin. Myös yöpymismahdollisuutta korostettiin. Lisäksi muutama vastaaja mainitsi, että ergonomiset työtilat olisivat kiva huomio erilaisissa työtiloissa yhdessä erilaisten hyvinvointiohjelmien kera. Toiveet pysäköintimahdollisuudesta sekä oman tilaisuuden vastuuhenkilöstä, eli kokousisännästä- tai emännästä tulivat myös esille. Vastauksen joukossa oli myös maininta siitä, että ohjelmapalveluiden sekä ravitsemispalveluiden tulisi olla koko ryhmälle sopivia, sillä ryhmä saattaa koostua esimerkiksi eri ikäisistä tai eri uskontoon kuuluvista henkilöistä.

Kyselyn kohdassa 16. kysyttiin, mitä vastinetta vastaaja odottaa saavansa rahoilleen, kun hän päätyy ostamaan kokouspalveluita ulkoistetusti. Vastauksissa korostui pitkälti samat asiat, mitä opinnäytetyön teoreettisen osan luvussa 3.2 Palvelu ja palvelun laatu kerrottiin. Useat vastaajat korostivat, että kokoustilojen tulisi olla muunneltavia, tilavia, siistejä sekä laadukkaita. Kokoustekniikkaa korostettiin myös paljon. Vastaajien mukaan kokoustekniikan tulee olla toimivaa, nykyaikaista sekä laadukasta. Lisäksi mainittiin, että tilojen olisi hyvä olla ilmastoituja ja niissä tulisi olla kunnollinen internetyhteys. Tiloihin pitäisi päästä tutustumaan etukäteen ja asiakkaan toiveet esimerkiksi tietystä pöytämuodosta tulisi huomioida. Kokousympäristön tulisi olla rento, mutta inspiroiva.

Vastauksissa korostettiin erittäin paljon palvelun laatua. Asiakas odottaa saavansa laadukasta, joustavaa sekä asiantuntevaa palvelua henkilökunnalta. Asiakas odottaa, että palveluntarjoaja pitäisi yhteyttä asiakkaaseen tilaisuuteen liittyvissä asioissa. Yhteistyön tulisi toimia ja sen tulisi olla täysin mutkatonta sekä sujuvaa. Asiakas haluaa, että palveluntarjoaja antaa selkeät ohjeet, esimerkiksi tilojen vastaanottamiselle ja/tai luovuttamiselle sekä kertoo, mitkä asiat ovat asiakkaan vastuulla hoitaa. Lisäksi asiakas odottaa, että ostaessaan kokouspalvelut ulkoistetusti kaikki sovitut sekä tilatut asiat ovat valmiina sovitun aikataulun mukaisesti.

Ruoan odotetaan olevan hyvää ja laadukasta. Asiakas odottaa myös, että mahdolliset erityisruokavaliot huomioidaan ilman ongelmia. Kaikkiaan asiakas odottaa, että ostetulla palvelulla on hyvä hinta-laatu-suhde. Eräissä kyselyyn annetussa vastauksessa useat edellä mainitut asiat kiteytyivät yhdeksi: ”Ulkoisia kokouspalveluita käytettäessä ihmiset rentoutuvat eri tavalla, kun pääsevät pois omasta työpisteestään. Hyvä ruoka, palvelu ja kiireettömyys antavat vastinetta rahalle”.

Kyselyn viimeiseen kohtaan ei ollut pakko vastata. Kohdassa kysyttiin, millainen on mielestäsi onnistunut kokoustilaisuus. Vastauksista tuli ilmi pitkälti saman tyyppisiä asioita, kuin edellisessä kohdassa. Ulkoistetulta palveluntarjoajalta ostettu kokoustilaisuus on asiakkaan mielestä onnistuessaan kiireetön, vaivaton, mutkaton sekä sujuva. Vastauksissa korostui etenkin aikataulussa pysyminen. Kokous on onnistunut, kun saadaan käsiteltyä kaikki entuudestaan päätetyt asiat ja päästään yhdessä johonkin lopputulokseen asian suhteen. Onnistunut kokous kuvataan tilaisuudeksi, joka tarjoaa asiasisällön lisäksi elämyksiä, hyvää ruokaa sekä mahdollisuuden irrottautua arjesta.

6 Kehitysehdotukset

Opinnäytetyön tavoitteena oli muodostaa tutkimuksesta sekä siitä saatujen tulosten pohjalta kehitysehdotuksia Kokouspoukama Oy:n kokouspalvelutoiminnan kehittämisen tueksi. Syntyneet kehitysehdotukset on esitelty tässä luvussa.

Tarjouspyyntömenettelyyn etsittäessä sopivia yrityksiä havaittiin, että jokaisella yrityksellä oli internetsivuillaan ”Jätä tarjouspyyntö” painike. Osassa tutkimukseen valikoituneiden yritysten internetsivuilla oli myös suoraan asiakkaille ilmoitettuja hintoja kokouspalveluihin liittyen. Yhden yrityksen internetsivuilla oli käytössä perinteisen verkkokaupan tyylinen ohjelma, jonka avulla asiakas sai valita internetsivuilta kaiken kokoustilaisuuttaan varten haluamansa ja siirtää tuotteet sekä palvelut niin sanotusti ostoskoriin. Järjestelmä muodosti tehtyjen valintojen päätteeksi yhteenvedon, josta asiakas pystyi vielä varmistamaan valitsemiaan palveluita ja tuotteita ennen varsinaisen ostopäätöksen tekoa.

Hintojen ilmoittamiseen liittyvää asiaa lähdettiin tarkistelemaan lisäksi kyselyn avulla, jotta saataisiin tietoa asiakkaan kannasta liittyen hintojen ilmoitustapaan. Kyselyssä kysyttiin, että kumpi on mieluisempi tapa saada tietoa kokouspalvelun hinnasta. Vastausvaihtoehdoiksi asetettiin edellä mainittuun perustuen vaihtoehdot tarjouspyynnöstä sekä hinnan näkymisestä suoraan palveluntarjoajan internetsivuilta. Tähän kyselyn kohtaan saaduista vastauksista kävi ilmi, että tulokset menivät melkein tasan. Tarjouspyyntömenettely sai kuitenkin osakseen muutaman äänen enemmän, kuin toinen annettu vaihtoehto. Näiden tulosten pohjalta yhdeksi kehitysehdotukseksi Kokouspoukaman yritystoiminnalle syntyikin ajatus siitä, että myös

toimeksiantaja voisi ottaa käyttöönsä samantyyppisen verkkokauppa-alustan internetsivuilleen tai vaihtoehtoisesti mahdollisuus tarjouspyynnön jättämiselle annetaan edelleen, mutta palveluiden sekä tuotteiden hinnat julkaistaisiin toimeksiantajan omille internetsivuille asiakkaiden tarkasteltavaksi päätöksen tekoa helpottamaan.

Tarkastellessa yritysten ohjelma ja aktiviteettipalveluvalikoimia tarjouspyyntömenettelyn myötä huomattiin, että useat tarjouspyyntömenettelyyn liittyneet yritykset tekevät yhteistyötä jonkin ohjelma- tai aktiviteettipalveluiden tarjoajan kanssa. Yhteistyö ulkoistetun palveluntarjoajan kanssa tuo yrityksille lisäarvoa samalla luoden täysin uudenlaisia ohjelma- ja aktiviteettimahdollisuuksia asiakkaille. Lisäksi huomattiin, että yritysten sivuilla oli kattavat esittelyt ohjelman tai aktiviteetin sisällöstä. Kehitysehdotukset liittyvätkin Kokouspoukaman nykyisen ohjelmapalveluvalikoiman laajentamiseen itsenäisesti tai vastaavasti ulkoistetun palveluntarjoajan kanssa tehdyn yhteistyön kautta. Kokouspoukama sijaitsee Emäsalon saaristossa meren rannalla, joten esimerkiksi uusia meriaktiviteetteja tai mereen liittyviä ohjelmia voitaisiin ehdottomasti lisätä. Yrityksen internetsivuille tulisi lisäksi kertoa yksityiskohtaisemmin ohjelmien ja aktiviteettien sisällöistä, jolloin asiakkaalle muodostuisi siitä kokonaisvaltaisempi kuva. Kehitysehdotusta tukee kyselyyn saadut vastaukset liittyen siihen, mitä olisi asiakkaan mielestä kiva ostaa kokouspalveluiden ohelle. Useissa vastauksissa erilaiset ohjelmat sekä aktiviteetit nousivat esille. Tulokset kertovat siitä, että kyseisiä palveluita pidetään tärkeinä kokouspalveluiden komponentteina.

7 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tekoon ryhdyttiin pohtimalla Kokouspoukama Oy:n toiminnan taustalla ollutta nimen vaihdosta ja sen myötä syntynyttä tarvetta kehittää yritystoimintaa. Ajat muuttuvat ja palvelut kehittyvät. Asiakas on se henkilö, jonka vuoksi palveluita tuotetaan. Kilpailu samoja palveluita tuottavien yritysten välillä kiihtyy ja asiakas on nykyisin entistä arvokkaammassa asemassa kilpailun keskiössä. Kilpailukyvyyn säilyttämiseksi on oman yritystoiminnan kehittäminen aika ajoin todella tärkeää. Lisäksi on tärkeää olla ajan tasalla markkinoilla tapahtuvista asioista. Edellä mainitut asiat olivat syynä sille, miksi tämän opinnäytetyön avulla haluttiin selvittää samankaltaisten sekä samoja palveluita tuottavien yritysten hintatasoa ja palvelupakettien sisältöä sekä asiakkaan budjettia ja tarpeita kokouspalveluihin liittyen.

Opinnäytetyön haasteena oli tutkittavien alueiden laajuus. Takautuvasti pohtien tutkimuskysymyksiä olisi voinut olla vähemmän ja tutkittavaa aluetta olisi voitu rajata vieläkin tiukemmin. Tutkimus kuitenkin toteutettiin ja kaikkiin tutkimuskysymyksiin onnistuttiin saamaan vastaukset. Toisin sanoen tutkimuksesta voidaan sanoa sen olevan onnistunut.

Tutkittaviin asioihin saatiin tutkimuksen avulla vastaukset. Tarjouspyyntömenettelyn tuloksia voidaan pitää luotettavina, sillä yritykset ovat laatineet ne nimenomaan heidän palveluistaan kiinnostuneelle asiakkaalle palvelun myymistarkoituksessa. Kahdeksasta eri tarjouksesta saadut tiedot antavat toimeksiantajalle hyvän tietoperustan sekä vertailukelpoistietoa oman kokouspalvelutoiminnan kehittämiseksi. Varsinaista vertailua Kokouspoukaman sekä tarjouspyyntömenettelyyn liittyneiden yritysten välillä ei tässä opinnäytetyössä tehty, sillä se ei kuulu opinnäytetyön tekoprosessiin. Lisäksi katsottiin, ettei sen tekemiseen ollut myöskään tarvittavia tietoja. Tarjouspyyntömenettelystä saadut tulokset toimivat toimeksiantajan työvälineinä yritystoiminnan kehittämisessä sillä toimeksiantaja pystyy peilaamaan tarjouspyyntömenettelystä saatuja tuloksia omaan yritystoimintaansa kattavasti.

Tässä opinnäytetyössä toteutettiin tarjouspyyntömenettelyn lisäksi kysely, jolla selvitettiin asiakkaiden kokouspalveluita varten varaamaa budjettia, sekä asiakkaiden tarpeita kokouspalveluihin liittyen. Tämän opinnäytetyön kohdalla tulee huomioida, että kyselystä saatuja tuloksia ei voida yleistää koko perusjoukkoon tai havaintoyksikköön, sillä tutkimustulokset on saatu harkinnanvaraisen näytteen avulla. Kyselystä saadut tulokset ovat siis suuntaa antavia tuloksia tutkittaville kysymyksille asiakkaiden budjettiin sekä tarpeisiin liittyen.

Työhön valikoitunut tietoperusta ohjaili työn tekemistä ja sitä voidaan pitää olennaisesti tähän työhön liittyvänä osana. Tutkimustuloksia analysoidessa voitiin huomata, että opinnäytetyöhön kerätty tietoperusta sekä tutkimustulokset tukivat sekä täydensivät toisiaan, joka vuorostaan lisää kyselystä saatujen tulosten luotettavuutta.

Tässä opinnäytetyössä tehty tutkimus yhdessä siihen kerätyn tietoperustan sekä tutkimustulosten kanssa tuottivat yhdessä tärkeää tietoa tutkittaviin teemoihin liittyen. Tutkimus sekä siitä saadut tulokset tuottivat lisäarvoa tuovaa tietoa Kokouspoukama Oy:lle. Lisäksi tutkimuksesta hyötyvät muut kokouspalveluihin liittyvien tutkimusten tekijät.

Lähteet

- Aarrejärvi, L. 2003. Kokoukset ja kongressit. Järjestäjän käsikirja. Helsinki: Edita.
- Anttila, M. & Iltanen, K. 2001. Markkinointi. Porvoo: WSOY.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2016. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.
- Blinnikka, P. & Kuha, M. 2004. Ideasta kokoukseksi. Asiakaslähtöisten kokousten ja kongressien järjestäminen. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 4. painos. Helsinki: WSOY.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- MacLaurin, D. & Wykes, T. 1997. Meetings and Conventions: A Planning Guide. Toronto: Meeting Professionals International Canadian Council.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro.
- Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2007. Kokous- ja kongressipalvelut. 4. painos. Vantaa: Dark.
- Rogers, T. 1998. Conferences, A twenty-first century industry. Singapore: Addison Wesley Longman Singapore Ltd.
- Rogers, T. 2003. Conferences and Conventions. A global industry. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. 2005. Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino.
- Saarelma, K. 2002. Kongressiopas. Kuinka tieteellinen kongressi järjestetään? Helsinki: Prima-carrera.
- Shone, A. 1998. The business of conferences. A hospitality sector overview for the UK & Ireland. Oxford: Reed Educational and Professional Publishing Ltd.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Sähköiset

Google. N.d. Forms. Viitattu 7.5.2020.

<https://www.google.com/forms/about/>

Hankinnat. 2016. Kansallinen hankinta. Tarjouspyyntö. Viitattu 27.4.2020.

<https://www.hankinnat.fi/kansallinen-hankinta/tarjouspyynto>

Kansallispalvelu. N.d. Tarjouspyyntö. Viitattu 27.4.2020.

<http://kansallispalvelu.fi/tarjouspyynto/>

Kokouspoukama. 2018. Meistä. Kokouspaikka lähellä Helsinkiä. Viitattu 2.3.2020.

<https://kokouspoukama.fi/kokouspaikka-lahella-helsinki/>

Kokouspoukama. 2018a. Meistä. Kokouspaikka lähellä Helsinkiä. Viitattu 2.3.2020.

<https://kokouspoukama.fi/kokouspaikka-lahella-helsinki/>

Kokouspoukama. 2018b. Kokoukset. Kokoustilat. Viitattu 3.3.2020.

<https://kokouspoukama.fi/kokoukset/kokoustilat-porvoo/>

Kokouspoukama. 2018c. Majoitus. Hotelli Poukama. Viitattu 3.3.2020.

<https://kokouspoukama.fi/majoitus/hotelli-poukama/>

Kokouspoukama. 2018d. Ohjelmapalvelut. Viitattu 10.3.2020.

<https://kokouspoukama.fi/ohjelmapalvelu/>

Kokouspoukama. 2018e. Juhlat. Viitattu 10.3.2020.

<https://kokouspoukama.fi/juhlat/>

Kokouspoukama. 2018f. Virkistyspäivät. Aktiviteetit. Viitattu 4.3.2020.

<https://kokouspoukama.fi/aktiviteetteja-tyoporukalle/>

Kokouspoukama. 2018g. Virkistyspäivät. Aktiviteetit. Tiimiaktiviteetit. Viitattu 4.3.2020.

<https://kokouspoukama.fi/aktiviteetteja-tyoporukalle/#tiimi>

Kokouspoukama. 2018h. Meistä. Miehistömme. Viitattu 4.3.2020.

<https://kokouspoukama.fi/meista/miehistomme/>

Kokouspoukama. 2018i. Meistä. Tapahtui entisaikaan Emäsalossa. Viitattu 4.3.2020.

<https://kokouspoukama.fi/meista/historiaa/>

Kokouspoukama. 2018j. Kokoukset. Kokouspaketit. Viitattu 7.4.2020.

<https://kokouspoukama.fi/kokoukset/kokouspaketti-porvoo/>

Kokouspoukama. 2018k. Ravintola. Kokoustarjoilut. Viitattu 12.4.2020.
<https://kokouspoukama.fi/tilausravintola/virkistyspaiva-ja-kokoustarjoilut/>

Kokouspoukama. 2018l. Kokoukset. Viitattu 27.4.2020
<https://kokouspoukama.fi/kokoukset/>

Moritz, S. 2005. Service Design: Practical Access to an Evolving Field. Köln International School of Design. Maisterin lopputyö. Viitattu 26.4.2020.
<http://www.stefan-moritz.com/>

Opintokeskus Sivis. 2003. Kokoukset. Onnistunut kokous. Viitattu 8.4.2020.
<https://www.ok-sivis.fi/kokouskaytannot/kokoukset/kokoukset-yhdistystoiminnassa/onnistunut-kokous.html>

Suomenlinna. N.d. Kokous ja juhlatilat. Palveluntarjoajat. Viitattu 12.4.2020
<https://www.suomenlinna.fi/kokous-ja-juhlatilat/palveluntarjoajat/>

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. Viitattu 2.5.2020.

Julkaisemattomat

Salmi, A. Hotelli- ja ravintolavastaavan haastattelu 19.2.2020. Kokouspoukama. Porvoo.

Salmi, A. Hotelli- ja ravintolavastaava. Viestikeskustelu puhelimitse 4.10.2019.

Salmi, A. Hotelli- ja ravintolavastaava. Kysymyksiä opinnäytetyöhön sähköpostikeskustelu 16.3.2020.

Salmi, A. Hotelli- ja ravintolavastaavan avoin haastattelu puhelimitse 14.4.2020.

Kuviot

Kuvio 1: Kokous- ja kongressipalveluja ja niiden tarjoajia (Blinnikka & Kuha 2004, 30)	10
Kuvio 2: Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2009, 105)	12
Kuvio 3: Palvelupaketin rakentuminen Blinnikkaa & Kuhaa (2004, 97; 102-103) mukaillen ...	14
Kuvio 4: Tuotteen hinnoitteluun vaikuttavat tekijät (Bergström & Leppänen 2016, 238)	15
Kuvio 5: Havainnollistus havaintoyksikköjoukkojen vaikutuksesta tutkimustulosten yleistämiseen Ojasaloa ym. (2009, 106-111.) mukaillen	26
Kuvio 6: Ala, jolla kyselyyn vastaava työskentelee	35
Kuvio 7: Nimike, jolla vastaaja työskentelee	36
Kuvio 8: Vastaajien ikä	37
Kuvio 9: Työntekijöiden määrä yrityksessä	37
Kuvio 10: Ulkoistettujen kokoustilaisuuksien määrä vuositasolla	38
Kuvio 11: Kokoustilaisuuden kesto	39
Kuvio 12: Kokoustilaisuuden henkilömäärä	40
Kuvio 13: Yhden ja kahden päivän kokoustilaisuuksiin suunniteltu budjetti	41
Kuvio 14: Kokoustilaisuuksia varten suunniteltu budjetti vuositasolla	41
Kuvio 15: Kokouspaikan tärkeimmät ominaisuudet	42

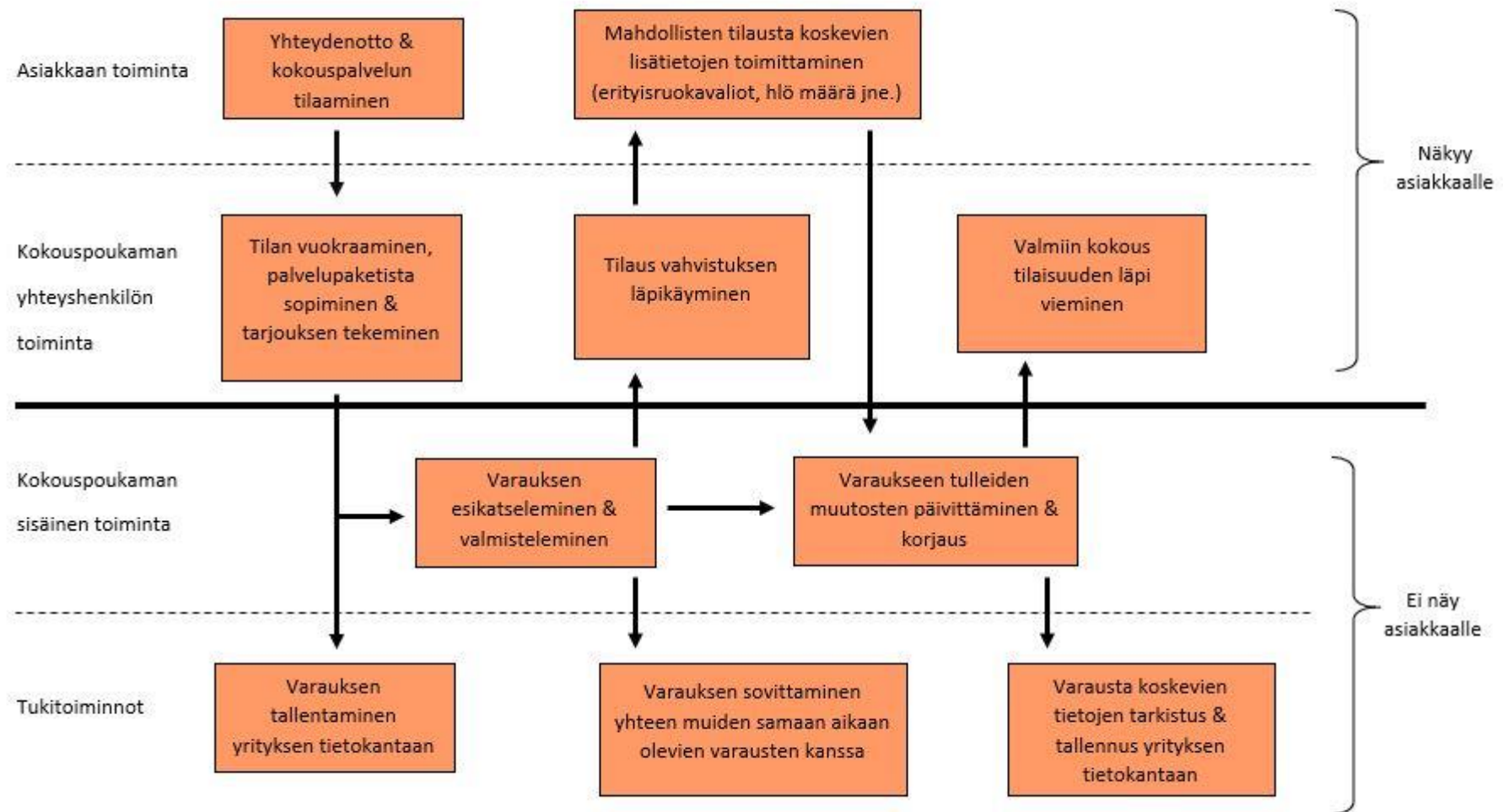
Taulukot

Taulukko 1: Tärkeimmät kokoustyyppit Blinnikkaa ja Kuhaa (2004, 13-14) mukaillen	9
--	---

Liitteet

Liite 1: Esimerkki Kokouspoukaman palveluprosessista, Bergströmiä & Leppästä (2016,169) mukailten	52
Liite 2: Net scoutingin tulokset	53
Liite 3: Avoimen haastattelun runko	55
Liite 4: Tarjouspyyntölomake	56
Liite 5: Yhden päivän tarjoukset	57
Liite 6: Kahden päivän tarjoukset	59
Liite 7: Kyselylomakkeen saate	63
Liite 8: Kysely ulkoistettujen kokouspalveluiden ostamiseen & käyttämiseen liittyen.	64
Liite 9: Muistutusviesti kyselyyn vastaamisesta	67

Liite 1: Esimerkki Kokouspoukaman palveluprosessista, Bergströmiä & Leppästä (2016,169) mukaillen



Liite 2: Net scoutingin tulokset

Yritys:	Ohjelmanpalvelut	Ravitsemispalvelut	Majoituspalvelut
A	Monipuoliset saunatilat, virkistys-ohjelmia sekä hyvinvointiohjelmopaketteja.	Oma ravintola, erilaisia menu paketteja, useita kabinetteja. A-oikeudet.	Oma hotelli, huoneita 97kpl, majoitustilaa yht. 170 hlö.
B	Liikunnallisia aktiviteetteja, liikuntatestejä, luonnossa toteutettavia ohjelmia. Villoissa omat saunatilat.	Tilausravintola, lounasravintola ja kahvio. Ryhmille räätälöityjä menu paketteja. A-oikeudet.	Oma huoneistohotelli, huoneita 72kpl. Mahdollisuus villan vuokraamiseen.
C	Saaristomerellisiä ohjelmapaketteja, erilaisia ryhmätehtäviä ja monipuoliset saunatilat ja iso uima-allas.	Ravintola, jossa 240 asiakaspaikkaa, kabinetti. Kahvila ja viinibaari. A-oikeudet.	Oma hotelli, jossa huoneita 66kpl.
D	Rantasauna ja palju. Ohjelmapaketteja ryhmille: luonnossa toteutettavia- sekä liikunnallisia aktiviteetteja, kisailuja ja elämyspaketteja.	Ravintola 120:llä asiakaspaikalla. Terassi ja Bar. 2 erilaista tilausravintolaa, joissa tilaa 160-200 henkilölle. A-oikeudet.	Oma hotelli, jossa 70 huonetta. Huoneistoja 7kpl.
E	Hyvinvointiin ja liikuntaan liittyviä ohjelmapaketteja.	Tilausravintola 125:llä asiakaspaikalla. A-oikeudet.	Oma hotelli, jossa 87 hotellihuonetta.
F	Rantasaunoja kolme, erilaisin varusteluin & hotellin saunaosasto. Aktiviteetit keskittyvät pääosin luontoon tai hyvinvointiin. Vaihtoehtoina myös erilaisia kisoja ryhmille.	Tilausravintola, aulabaari, kolme kabinettia. Ruokailusaleja, joissa tilaa jopa 90 henkilölle. A-oikeudet. Tilaisuuksiin räätälöityjä menu kokonaisuuksia.	Oma hotelli, jossa 106 huonetta. Vuodepaikkoja yht. 130kpl. Lisävuoteillamajoitusmahdollisuus 200 henkilölle.
G	Aktiviteetteina esim. golfia, pakuhuonepelejä sekä kesäteatteri esityksiä. Virkistysohjelmia, joissa korostuu uuden oppiminen, yhdessä tekeminen, kulttuuri, liikunta sekä käsin tekeminen.	Oma palvaamo, lihanleikkaamo ja leipomo. Viinikellari, A-oikeudet. Ravintola ja kesäravintola 100:lla asiakaspaikalla. Terassi 160:llä asiakaspaikalla.	Majoitushuoneita yhteensä 61kpl. Hotellin lisäksi pihapiirissä on yksi hirsimökki sekä aitta.
H	Kylpylä, jossa spa-hoitoja sekä saunatilat. Golf mahdollisuus. Ohjelmat keskittyvät pääosin merelle ja luontoon.	Ravintola, jossa tarjolla erilaisia menu kokonaisuuksia ja illallispaketteja. Lounge bar ja A-oikeudet.	Hotelli, jossa 96 huonetta. Huoneissa korostuu erilaiset teemat.
I	Kylpylä, jossa spa- ja sauna- osastot. Ryhmille rantasaunat poreallajulla. Ohjelma-paketteja liikuntaan ja hyvinvointiin liittyen. Teambuilding paketteja ja merellisiä aktiviteetteja.	Ala carté ravintola. Kylpylähotellissa toimiva kahvila- ja ruokailupaikka. Lisäksi aulabaari PUB sekä baari A-oikeuksineen. Iso terassi.	Kaksi hotellirakennusta, joissa yhteensä 208 huonetta.

J	Aktiviteetteja luonnossa, kisailuja, mindfulness-ohjelmia ja extreme lajeja. Kädentaitoja hiovia työpajoja. Lisäksi saunatiloja erilaisin varusteluin.	Tilausravintola, jossa räätälöidään erilaisiin tilaisuuksiin sopivia menu kokonaisuuksia. A-oikeudet. Viisi kabinettia.	Yrityksellä ei omia majoitusmahdollisuuksia. Sijaintina alue, jonka lähellä toimii useita erilaisia hotellikonsepteja.
K	Ulkoaktiviteetteja, ongelmanratkaisutehtäviä. Olut- ja viini tastingeja. Luentoja sekä ohjattuja liikunnallisia aktiviteetteja. Saunatilat paljulla sekä poreammeella	Tilausravintola, jossa muutama erilainen menu paketti. A-oikeudet.	Yrityksellä ei omia majoitusmahdollisuuksia. Lähimmät hotellit sijaitsevat noin 7km etäisyydellä yrityksestä.

Liite 3: Avoimen haastattelun runko

Avoimen haastattelun runko

Haastateltava: Hotelli- ja ravintolavastaava A. Salmi

Haastattelun pvm: 12.4.2020

Toteutustapa: Puhelimitse

-Mikä on tyypillisin henkilömäärä kokouksissa?

-Mikä on tyypillisin kesto kokoukselle?

-Järjestetäänkö enemmän yhden vai kahden päivän kokoustilaisuuksia?

-Miten usein Kokouspoukaman kokousasiakas ostaa kokoustilaisuuksien ohelle lisäpalveluna ohjelmapalveluita?

-Ostetaanko ohjelmapalveluita myös yhden päivän mittaiselle tilaisuudelle?

-Mistä päin Suomea Kokouspoukaman kokousasiakas yleensä tulee?

-Mitä ruoka- tai juomatuotteita kokoustilaisuuksiin useimmiten kuuluu?

-Minkä tyyppisistä yrityksistä Kokouspoukaman kokouspalveluita käyttävät asiakkaat yleensä tulevat?

Liite 4: Tarjouspyyntölomake

TARJOUSPYYNTÖ

20.4.2020

Yritys x:n henkilökunnan kokouspäivä(t) n. 20hlö

Pyydän alustavaa tarjousta n. 20 henkilölle erikseen päiväkokoukselle sekä kahden päivän kokoustilaisuudelle oheisten tietojen mukaan:

Päiväkokous 11.8.2020 klo 8.30-18.00

- Aamukahvit suolaisella kahvileivällä
- Lounas
- Iltapäiväkahvit makealla kahvileivällä
- Illallinen

Kahden päivän kokous 11.8-12.8.2020 ensimmäisenä päivänä kokous alkaa klo 8.30 ja loppuu vasta illalla ohjelman ja illallisen jälkeen n. klo 22. Toisena päivänä kokous alkaa klo 8.30 ja päättyy klo 16.00.

Päivä 1.

- Aamukahvit suolaisella kahvileivällä
- Lounas
- Iltapäiväkahvit makealla kahvileivällä
- Virkistysohjelmaa
- Illallinen
- Yhden yön majoitus

Päivä 2.

- Aamiainen
- Lounas
- Iltapäiväkahvit makealla kahvileivällä

Pyydän, että tarjouksessanne olisi eriteltyinä hinnat (per./hlö tyylisesti*) kokoustiloista ja tilavuokrista, majoitus- sekä ravitsemispalveluista, ohjelmalveluista sekä kokoustekniikasta ja välineistä.

Pyydän hintoja per./hlö tyylisesti niiltä osin, kun ne on mahdollista ilmoittaa*

Odotan tarjoustanne sähköpostitse 28.4.2020 mennessä.

Ystävällisin terveisin,

Ronja Turunen

Liite 5: Yhden päivän tarjoukset

YHDEN PÄIVÄN TARJOUS: KLO 8.30-18.00 (Kaikki hinnat sis. ALV:n)				
Yritys:	RAVITSEMISPALVELUT	KOKOUSTEKNIikka & VÄLINEET	TILAVUOKRA/€	HINTA TARJOUKSEEN PERUSTUEN: 1 HLÖ/€ JA 20 HLÖ/€
A	Hotelliaamiainen, lounasbuffet, iltapäiväkahvi ja makea kahvileipä, illallispaketit alk. 49,00€/hlö	Dataprojektori, langaton verkko, ilmastointi, äänentoistolaitteet, valkokangas, 1-2 fläppitaulua, DVD soitin, muistiinpanovälineet & kaiuttimet av-esityksiin.	Kokouspalvelumaksu: sis. kokoustarjoilut illallista lukuun ottamatta, kokoustilan varusteineen & jääveden 76€/hlö	Ruoka 49€x 20hlö=980€ + tila 76,00€x20hlö=1520€ = 2500€/20hlö 49€+76€ = 125€/hlö
B	Aamiainen (8,10€/hlö), lounasbuffet (11,50€/hlö), kahvi + makea kahvileipä (10,00€/kpl), illallinen alk. 32,00€/hlö	Valkokangas, videotykki, äänentoistolaitteet & internetyhteys.	Tilavuokra 35€/1h tai oma villa 1050€ (klo 8.30-16.00)	Ruoka 61,60€x20hlö=1232€ + tila 35€/1h x9,5h =332,50€ = 1564,50€/20hlö 61,60€+16,60€ = 78,20€/hlö
C	Aamukahvi tarjoilut, lounas, iltapäiväkahvi ja makea kahvileipä, illallispaketit alk. 48€/hlö	LED-laajakuvanäyttö, lehtiötaulu, ClickShare- tiedonsiirtojärjestelmä, sekä ilmainen & langaton WLAN-verkkoyhteys.	Palvelumaksu sis. kokoustarjoilut illallista lukuun ottamatta, kokoustilan varusteineen 68€/hlö	Ruoka 48€x20hlö=960€ + tila 68€x20hlö=1360€ = 2320€/20hlö 48€+68€ = 116€/hlö
D	Aamukahvitus suolaisella kahvileivillä, lounasbuffet, iltapäiväkahvitus makealla kahvileivillä, illallispaketit alk. 53€/hlö	Muistiinpano- ja av-välineet, 1-2 fläppitaulua, videotykki ja valkokangas. Kaikissa tiloissa ADSL-yhteys ja WIFI.	Kokouspaketti sis. kokoustarjoilut illallista lukuun ottamatta, tilavuokran ja kokousvälineet 59€/hlö	Ruoka 53€x 20hlö=1060€ + tila 59€x20hlö= 1180€ = 2240€/20hlö 53€+59€= 112€/hlö

E	Aamukahvit ja suolainen kahvileipä tai aamiaisbuffet, lounas, iltapäiväkahvi ja makea kahvileipä, pähkinöitä & hedelmiä, virkistävä makuvesi, illallinen alk. 51€/hlö	Dataprojektori, valkokangas, valkotaulut, fläppitaulut, langaton kuituverkkoyhteys sekä muistiinpanovälineet.	Kokouspaketti sis. kokoustarjoilut illalista lukuun ottamatta, tilavuokran ja kokousvälineet 64€/hlö	Ruoka 51€x20hlö=1020€ + tila 64€x20hlö= 1280€ =2300€/20hlö 51€+64€= 115€/hlö
F	Tulokahvit, suolainen kahvileipä ja smoothie, lounasbuffet, iltapäiväkahvi makean kahvileivän tai hedelmien kera. Tarjoiltu illallispaketti alk. 62€/hlö.	Videotykki, kokouksen pitäjälle kannettava tietokone, valko- ja fläppitaulut, langaton verkkoyhteys sekä muistiinpanovälineet.	Kokouspaketti sis. kokoustarjoilut illalista lukuun ottamatta, tilavuokran, jääveden & kokousvälineet 69€/hlö	Ruoka 62€x20hlö=1240€ + tila 69€x20hlö=1380€ =2620€/20hlö 62€+69€= 131€/hlö
G	Aamiainen, lounasbuffet, iltapäiväkahvi tai tee sekä makea kahvileipä, illallinen alk. 49€/hlö	Varusteina muistiinpanovälineet, datatykki, valkokangas, fläppitaulu sekä langaton laajakaistayhteys.	Tilavuokra 370€, tilassa tarjolla koko tilaisuuden ajan jäävettä sekä kokouskaramelleja.	Ruoka 49€x20hlö= 980€ + tila 370€ =1350€/20hlö 49€+18,50€= 67,50€/hlö
H	Aamiaisbuffet, lounasbuffet, iltapäiväkahvit, illallinen alk. 49€/hlö	Ilmainen WLAN, äänentoisto, dataprojektori, valkokangas tai LCD-näyttö, fläppitaulut 2kpl, ilmastointi ja muistiinpanovälineet.	Kokouspaketti sis. kokoustarjoilut illalista lukuun ottamatta, tilavuokran ja kokoustekniikan 69€/hlö	Ruoka 49€x20hlö= 980€ + tila 69€x20€=1380€ =2360€/20hlö 49€+69€= 118€/hlö
I				Yritykseltä ei saatu tarjousta.
J				Yritykseltä ei saatu tarjousta.
K				Yritykseltä ei saatu tarjousta.

Liite 6: Kahden päivän tarjoukset

KAHDEN PÄIVÄN TARJOUS: 11.8 KLO 8.30-22.00 & 12.8 KLO 8.30-16.00 (Kaikki hinnat sis. ALV:n)						
Yritys:	RAVITSEMISPALVELUT	OHJELMAPALVELUT	MAJOITUSPALVELUT	KOKOUSTEKNIikka & VÄLINEET	TILAVUOKRA/€	HINTA TARJOUKSEEN PERUSTUEN 1 HLÖ/€ JA 20 HLÖ/€
A	Pvä 1: Aamiainen, lounasbuffet, iltapäiväkahvi ja makea kahvileipä, illallispaketit alk. 49,00€/hlö Pvä 2: Aamiainen, lounasbuffet iltapäiväkahvi ja makea kahvileipä	Virkistys-ohjelmia ja hyvinvointi paketteja alk. n. 500€/10 hlö	Yhden hengen huone 115€/huone. Kahden hengen huone 145€/huone (sis. aamusaunan ja aamiaisen)	Dataprojektori, langaton verkko, ilmastointi, äänentoistolaitteet, valkokangas, 1-2 fläppitaulua, muistiinpanovälineet, DVD-soitin & kaiuttimet av-esityksiin.	Kahden päivän kokouspalvelumaksu sis. kokoustarjoilut illallista lukuun ottamatta ja kokoustan varusteineen 126€/hlö (63€/hlö/pvä)	Ruoka 49€x 20hlö= 980€ + ohjelma 1000€ + majoitus (2hh) 145€x10hlö= 1450€ + tila 126€x 20hlö= 2520€ = 5950€/20hlö 49€+50€+115€ (1hh) +126€ = 340€/hlö
B	Pvä 1: Aamiainen (8,10€/hlö), lounasbuffet (11,50€/ hlö), Iltapäiväkahvi + suolainen/makea kahvileipä (10,00€/kpl), illallinen alk. 32,00€/hlö Pvä 2: Aamiainen, lounasbuffet, iltapäiväkahvi+ suolainen/makea kahvileipä	Liikunnallisia aktiviteetteja liikuntatestejä, luonnossa toteutettavia ohjelmia alk. 175€/h. Villoissa omat saunatilat.	Yhden hengen huone 100€/huone. Kahden hengen huone 135€/huone TAI oma villa 1550€/10hlö	Valkokangas, videotykki, äänentoistolaitteet & internetyhteys.	Tilavuokra 35€/ 1H TAI oma villa, jolloin tilavuokra sis. majoitushintaan.	Ruoka 16,20€+23,00€+ 20,00€+ 32,00€= 91,20€/1hlö + ohjelma 175€x2h=350€ + majoitus (2hh) 135€x10hlö=1350€ + tila 35€x15h= 525€ = 4049€/20hlö 91,20€+17,50€+100€ (1hh) + 26,25€= 234,95€/hlö

C	Pvä 1: Aamukahvi tarjoilut, lounas, iltapäiväkahvi + makea kahvileipä, illallispaketit alk. 48€/hlö Pvä 2: Aamukahvi tarjoilut, lounas, iltapäiväkahvi + makea kahvileipä	Saunatilat 350€/2h, lisätunnit 100€/h ja Tiimipako pakopeli n.1,5h alk. 485€/10hlö	Yhden hengen huone 144€/huone. Kahden hengen huone 166€/huone (sis. aamiaisen, aamu-uinnin ja saunan sekä kuntosalin)	LED-laajakuvanäyttö, lehtiötaulu, ClickShare-tiedonsiirtojärjestelmä, sekä ilmainen & langaton WLAN-verkkoyhteys kokotalossa.	Kokouspalvelumaksu sis. tarjoilut illallista lukuun ottamatta ja kokoustilan varusteineen 136€/hlö (68€/hlö/pvä)	Ruoka 48€x20hlö=960€ + ohjelma ja sauna 970€+350€=1320€ + majoitus (2hh) 166€x10hlö=1660€ + tila 136€x20hlö=2720€ = <u>6680€/20hlö</u> 48€+66€+144€ (1hh) +136€= <u>394€/hlö</u>
D	Pvä 1: Aamukahvitus suolaisella kahvileivällä, lounasbuffet, iltapäiväkahvitus makealla kahvileivällä, illallispaketit alk. 53€/hlö Pvä 2: Hotelli aamiainen, lounasbuffet, iltapäiväkahvitus makealla kahvileivällä	Rantasauna + palju 500€ (sauna 350€/2h + palju 150€) Lisätunnit 150€/h ja täyden palvelun melontaretki saaristoon n.3h 87€/hlö	Yhden hengen huone 104€/huone. Kahden hengen huone 114€/huone (sis. aamiaisen & kuntosalin käytön)	Muistiinpano- ja av-välineet, 1-2 fläppitaulua, videotykki sekä valkokangas. Kaikissa kokoustiloissa ADSL-yhteys ja WIFI. (tietokoneen vuokraus 75€/pvä, lisä fläppitaulut 5€/kpl.)	Kokoustarjoilut illallista lukuun ottamatta, tilavuokran ja kokousvälineet 59€/hlö/koko päivän kokous + 54€/hlö/puolen päivän kokous = 113€/hlö	Ruoka 53€x20hlö=1060€ + sauna + palju ja ohjelma 500€ + 1740€=2240€ + majoitus (2hh) 114€x10hlö=1140€ + tila 113€x20hlö=2260€ = <u>6700€/20hlö</u> 53€+112€+104€ (1hh) + 113€ = <u>382€/hlö</u>
E	Pvä 1: Aamukahvit ja suolainen kahvileipä tai aamiaisbuffet, lounas, iltapäiväkahvi ja makea kahvileipä, pähkinöitä & hedelmiä, makuvesi, illallinen alk. 51€/hlö Pvä 2: Aamukahvit, suolainen kahvileipä ja aamiaisbuffet, lounas, iltapäiväkahvi ja makea kahvileipä, pähkinöitä & hedelmiä, makuvesi	Sauna 23€/hlö/2h, minimi veloitus 230€ (sis. uima-altaan käyttö) ja SUP outdoor basic ohjelma 60-90min n. 60€/hlö	Yhden hengen huone 110€/huone. Kahden hengen huone 130€/huone (sis. aamu-uinti ja sauna & kuntosali)	Dataprojektori, valkokangas, valkotalut, fläppitaulut, langaton kuituverkkoyhteys sekä muistiinpanovälineet. (pienryhmätiloja vuokrattavissa lisähinnasta 65€/tila/pvä)	Kokouspaketti sis. majoituksen (1hh), kokoustarjoilut illallista lukuun ottamatta, tilavuokran sekä kokousvälineet 219€/hlö	Ruoka 51€x20hlö=1020€ + sauna ja ohjelma 460€ + 1200€= 1660€ + tila (sis. majoitus 1hh) 219€x20=4380€ = <u>7060€/20hlö</u> 51€+83€+ 219€ (tila+1hh) = <u>353€/hlö</u>

F	Pvä 1: Tulokahvit, suolainen kahvileipä ja smoothie, lounasbuffet, iltapäiväkahvi + makea kahvileipä tai hedelmiä. Tarjoiltu illallinen alk. 62€/hlö. Pvä 2: Aamukahvit, suolainen kahvileipä ja smoothie, lounasbuffet, iltapäiväkahvit ja makea kahvileipä tai hedelmiä.	Sauna 26€/hlö/1,5h (sis. uima-altaan käytön) ja Lataudu luonnossa ohjelma (rentouttava patikkaretki luonnon helmassa) n. 1,5h n. 43,30€/hlö	Yhden hengen huone 130€/huone. Kahden hengen huone 160€/huone. (sis. buffet aamiaisen, aamuinnin hotellin uima-altaalla & kuntosalin)	Kokousvälineet: video-tykki, kokouksen vetäjälle kannettava tietokone, valko- ja fläppitaulut, langaton verkkoyhteys sekä muistiinpanovälineet.	Kokouspaketti sis. kokoustarjoilut illallista lukuun ottamatta, sekä tilavuokran, jääveden & kokousvälineet 128,50€/hlö	Ruoka 62€x20hlö=1240€ + sauna ja ohjelma 520€ + 866€= 1386€ + majoitus (2hh) 160€x10hlö=1600€ + tila 128,50€ x20hlö= 2570€ = <u>6796€/20hlö</u> 62€+63,30€+130 (1hh) + 128,50€= <u>383,80€/hlö</u>
G	Pvä 1: Tulokahvit, aamiainen noutopöydästä, lounas noutopöydästä, iltapäiväkahvi tai tee ja makea kahvileipä, illallinen alk. 49€/hlö. Pvä 2: Hotelliaamiainen, lounas noutopöydästä, iltapäiväkahvi tai tee ja makea kahvileipä.	Ohjelmana Kirkkovenesoutu + liikunnallinen kickbike-retki n.3h perusmaksu 1890€+13,40€/hlö	Yhden hengen huone 131€/huone. Kahden hengen huone 147€/huone. (sis. aamiainen)	Kokoustilan varusteina muistiinpanovälineet, datatykki, valkokangas, fläppitaulu sekä langaton laajakaistayhteys.	Tilavuokra kokous pvä 1. 370€+ kokouspvä 2. 200€= 570€. Tilassa tarjolla koko tilaisuuden ajan jäävettä sekä kokouskaramelleja.	Ruoka 49€x20hlö=980€ + ohjelmapaketti 13,40€x20hlö + perusmaksu 1890€= 2158€ + majoitus (2hh) 147€x10hlö=1470€ + tila 570€ = <u>5178€/20hlö</u> 49€+107,90€+131€ (1hh) + 28,50€ = <u>316,40€/hlö</u>
H	Pvä 1: Aamiaisbuffet, lounasbuffet, iltapäiväkahvit, illallinen alk. 49€/hlö. Pvä 2: Aamiaisbuffet, lounasbuffet, iltapäiväkahvit.	Kalastuspaketti 3-6h 20hlö/4 venettä= 3852€ + kalastusluvat 20€/hlö. (sis. kalastusvälinevuokran, lämpimän kelluntapuvun, kalastus oppaan, kahvia, suolaista & makeaa purtavaa)	Yhden hengen huone 155€/huone Kahden hengen huone 175€/huone (sis. buffet aamiainen, kuntosali, sekä pääsy kylpylään)	Ilmainen WLAN, äänentoisto, dataprojektori, valkokangas tai LCD-näyttö, fläppitaulut 2kpl, ilmastointi sekä muistiinpanovälineet.	Paketti sis. kokoustarjoilut illallista lukuun ottamatta sekä tilavuokran kokoustekniikan kanssa 119€/hlö.	Ruoka 49€x20hlö=980€ + ohjelma 20€x20hlö + perusmaksu 3852€= 4252€ majoitus (2hh) 175€x10hlö= 1750€ + tila 119€x20hlö=2380€ = <u>9362€/20hlö</u> 49€+212,60€+155€ (1hh) + 119€ = <u>535,60€/hlö</u>

I						Yritykseltä ei saatu tarjousta.
J						Yritykseltä ei saatu tarjousta.
K						Yritykseltä ei saatu tarjousta.

Liite 7: Kyselylomakkeen saate

Hei ja mukavaa alkanutta viikkoa!

Olen kolmannen vuoden restonomi opiskelija Laurea Ammattikorkeakoulusta. Teen opinnäytetyötä kokouspalveluihin sekä niiden hinnoitteluun liittyen ja lähestyn aiheen tutkimista kyselyn avulla. Kysely toimii opinnäytetyöni empiirisen (= tutkimuksellisen) osan toteuttamisessa. Tutkimuksen tulokset tulevat näkymään vain minulle, enkä tule jakamaan tietoja eteenpäin. Analysoin kyselyn tuloksia opinnäytetyössäni täysin anonyymisti.

Oheisesta linkistä pääset vastaamaan kyselyyn. Vastaamiseen kuluu aikaa n. 5-10min. Vastaminen onnistuu niin tietokoneella, puhelimella, kuin tabletillakin.

Mikäli sinulla on kokemusta kokouspalveluista tai erilaisista virkistäytymistilaisuuksista useamalta eri työnantajalta voit vastata lomakkeeseen uudelleen. Vastattuasi kyselyyn ensimmäisen kerran ja lähetettyäsi vastaukset, näytölle tulee teksti "Kiitos, vastauksesi on tallennettu". Em. tekstin alapuolella on "linkki", jossa lukee "Lähetä toinen vastaus" sitä klikkaamalla pääset vastaamaan kyselyyn uudelleen. Toinen keino on vain yksinkertaisesti avata kysely oheisesta linkistä uudelleen.

Mikäli tunnet ihmisiä (työpaikaltasi tai tuttavapiiristäsi) jotka osaisivat vastata oheiseen kyselyyn, voi jakaa linkkiä myös eteenpäin. Linkin jakaminen onnistuu perinteisesti kopioimalla linkki ensin leikepöydälle ja liittämällä sen sitten viestiin.

Kyselyyn on aikaa vastata ti 28.4.2020 klo 18.00 asti. Kaikki vastaukset ovat todella tärkeitä, kiitos niistä jo etukäteen!

<https://forms.gle/U2QNzKHJVqycycUD6>

Ystävällisin terveisin,

Ronja Turunen

Restonomi opiskelija (2018)

Laurea Leppävaara

Vanha maantie 9, 02650 Espoo

www.laurea.fi

Liite 8: Kysely ulkoistettujen kokouspalveluiden ostamiseen & käyttämiseen liittyen.

Kysely ulkoistettujen kokouspalveluiden ostamiseen & käyttämiseen liittyen.

*Pakollinen

Vastaajan taustatietoja. Kohdat 1-5.

1. Minkä alan yrityksessä työskentelet? *

2. Tittelisi tai nimikkeesi, jolla työskentelet? *

3. Sukupuoli: *

- Nainen
- Mies

4. Ikäsi? *

- 18-25 vuotias
- 25-30 vuotias
- 30-35 vuotias
- 35-45 vuotias
- 45-55 vuotias
- Yli 55 vuotias

5. Kuinka monta työntekijää yrityksessä työskentelee? *

- 10-50 hlö
- 50-100 hlö
- 100-500 hlö
- Yli 500 hlö

Yrityksesi ulkoistettujen kokouspalveluiden käyttäjänä. Kohdat 6-9.

6. Kuinka usein ostat kokouspalveluita ulkoistetusti? *

- Yhden kerran vuodessa
- Kaksi kertaa vuodessa
- Enemmän kuin kaksi kertaa vuodessa

7. Ostatko kokouksen yhden vai kahden päivän mittaisena? *

- Yhden päivän kokous
- Kahden päivän kokous
- Molemmat yllämainitut

8. Mikä saa sinut valitsemaan kokouksen kestoksi kaksi päivää?

Tarkennuksena: Mikäli valitsit kokouksen kestoksi kohdassa seitsemän (7) "kahden päivän kokous" vastaa myös tähän kysymykseen. Muussa tapauksessa siirry kohtaan yhdeksän (9).

.....

.....

.....

9. Minkä kokoiselle ryhmälle ostatte kokouspalveluita? *

Vastaa sen mukaan, minkä suuruisen ryhmän kanssa lähdette kokoustamaan.

- Max. 10 hlö
- 10-25 hlö
- 25-35 hlö
- 35-50 hlö
- Yli 50 hlö

Kokouspalveluita varten varattu budjetti. Kohdat 10-12. Valitse seuraavista vähintään yksi, johon vastaat. Voit vastata myös jokaiseen. Mikäli tarkkaa budjettia ei ole tiedossa, ilmoita budjetti arviosi tai aiemmin toteutuneiden tilaisuuksien budjetin mukaan.

10. Budjetti YHDEN PÄIVÄN kokouksiin Ilmoita varattu/suunniteltu budjetti vuodessa per. 1 hlö.

.....

.....

11. Budjetti KAHDEN PÄIVÄN kokouksiin Ilmoita varattu/suunniteltu budjetti vuodessa per. 1 hlö.

.....

.....

12. Kokouspalveluita varten varattu budjetti VUODESSA. Vastaa tähän: Jos budjettia ei voida eritellä yhden tai kahden päivän kokouksiin. Mikäli budjettia ei voida ilmoittaa kohdennetusti yhteen henkilöön (per. 1 hlö.)

.....

.....

Kokouspalveluiden laadullisuus. Kohdat 13-17.

13. Kumpi on mieluisempi tapa saada tietää kokoustilaisuutenne hinnasta? *

- Tarjouspyyntö
- Hinnan näkyminen suoraan palveluntarjoajan verkkosivuilta

14. Mitkä ovat tärkeimmät kriteerinne kokouspaikkaa valitessanne? *

Valitse 3 tärkeintä

- Sijainti
- Miljö
- Hint
- Yöpymismahdollisuus
- Ravitsemispalvelut
- Kokouspalveluiden sisältö
- Ohjelmapalvelut

15. Mitä lisätuotteita tai palveluita olisi kiva pystyä ostamaan kokouspalveluiden ohelle? *

16. Mitä vastinetta odotat saavasi rahoillesi ostaessasi kokouspalveluita ulkoisesti? *

17. Millainen on mielestäsi onnistunut kokoustilaisuus?

Liite 9: Muistutusviesti kyselyyn vastaamisesta

Hei,

Lähetin sinulle sunnuntaina 19.4.2020 kyselyn ulkoistettujen kokouspalveluiden ostamiseen ja käyttämiseen liittyen. Muistuttelisinkin, että kaikki vastaukset ovat todella tärkeitä ja niistä saatu tieto on arvokasta opinnäytetyön tutkimuksellisen osan toteuttamisen kannalta.

Mikäli et ole vielä kerennyt vastaamaan kyselyyn, niin vastausaikaa on vielä jäljellä. Vastausaika umpeutuu tiistaina 28.4 klo 18.00. Vastauksia on tullut jo useita, Kiitos niistä erittäin paljon! Mikäli olet jo kerennyt vastaamaan kyselyyn, sinun ei tarvitse tehdä sitä uudelleen. Vastaamiseen kuluu aikaa n. 5-10min. Voit vastata kyselyyn tietokoneella, puhelimella kuin tabletillakin.

Vastaaminen tapahtuu oheisesta linkistä:

<https://forms.gle/P9GgrWPj8Uqpj6tG6>

Ystävällisin terveisin,

Ronja Turunen
Restonomi opiskelija (2018)
Laurea Leppävaara
Vanha maantie 9
02650 Espoo
www.laurea.fi