

Toimitilat yhteisöllisyyden keskiössä

Minna-Liisa Ilkka

Opinnäytetyö
Kesäkuu 2020
Matkailu- ja ravitsemisala
Restonomi (AMK), palveluliiketoiminta
Käyttäjälähtöiset tilat

Tekijä(t) Ilkka, Minna-Liisa	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Kesäkuu 2020
	Sivumäärä 59	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Toimitilat yhteisöllisyyden keskiössä		
Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja palveluliiketoiminta		
Työn ohjaaja(t) Anita Hukkanen		
Toimeksiantaja(t) Kielo Office Solutions Oy		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Kielo Office Solutions Oy:n uuden Innova 3 toimistotalon rakentaminen Jyväskylän Lutakon alueelle oli tarkoitus aloittaa kevään 2020 aikana. Rakennukseen suunniteltiin uudenlaista yhteisöllisen tilan toimitilakonseptia, jollaista ei ole vielä ainakaan Suomessa toimistotaloympäristöissä nähty.</p> <p>Markkinatutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, onko uudelle tilakonseptille kysyntää ja käyttöä, mikäli sellainen uuden kiinteistön yhteyteen toteutuisi. Tarkoituksena oli samalla selvittää, millaista tilaa potentiaaliset käyttäjät kaipaisivat ja kuinka paljon he olisivat valmiita maksamaan lisäpalveluksi suunnitellusta toimitilapalvelusta.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. Tutkimusaineisto kerättiin internetkyselyllä toimeksiantajan alueen nykyisiltä ja potentiaalisilta asiakasyritysten henkilöiltä. Kysely oli vastaajien täytettävissä kolme viikkoa vuoden 2020 alussa. Kyselyyn vastasi 51 henkilöä ja tutkimusaineisto analysoitiin ristiintaulukoimalla, korrelaatioanalyysin sekä kvantifioimalla avoimista kysymyksistä saadut vastaukset.</p> <p>Tutkittavien vastauksissa ilmeni yhteneväisyyksiä teoriaosuudessa esitellyihin artikkeleihin, trendeihin ja tutkimuksiin. Lisäpalveluna toimivalle yhteisölliselle tilalle löytyi kysyntää vastaajien keskuudessa ja tilaa käytettäisiin eniten työpäivän aikana.</p> <p>Tutkimustuloksissa nousi vahvasti esiin Ambiuksen vuoden 2020 tilatrendiraportissa oleva luonto ja sen läheisyys toimitiloissa eri tavoin. Luonto ja olohuonemaisuus tuovat kontrastia työpäivään, koska usein fyysinen työympäristö on kolkko. Maisemanvaihto kesken päivää voisi lisätä työhyvinvointia vastaajien mielestä. Yhteisöllisyyden vastaajat kokivat pääsääntöisesti positiivisena asiana, jota voisi toimistotaloympäristöissä lisätä.</p>		
Avainsanat (asiasanat) yhteisöllinen tila, yhteisöllisyys, toimitilat, käyttäjälähtöisyys, markkinatutkimus		
<p>Muut tiedot (Salassa pidettävät liitteet)</p> <p>Liitteet 3 ja 4 ovat salassa pidettäviä, ja ne on poistettu julkisesta työstä. Salassapidon peruste Julkisuuslain 621/1999 24§, kohta 17 ja 20, yrityksen liike- tai ammattisalaisuus. Salassapitoaika kolme (3) vuotta, salassapito päättyy 25.5.2023.</p>		

Author(s) Ilkka, Minna-Liisa	Type of publication Bachelor's thesis	Date June 2020 Language of publication: Finnish
	Number of pages 59	Permission for web publication: x
Title of publication Facilities as the heart of communality		
Degree programme Tourism and Hospitality Management		
Supervisor(s) Hukkanen, Anita		
Assigned by Kielo Office Solutions Oy		
Abstract <p>The construction of the new Innova 3 office building of Kielo Office Solutions Oy was scheduled to begin during the spring of 2020 in the Lutakko area in Jyväskylä. A new type of communal space concept was planned into the building which has not yet been seen in business park environments, at least not in Finland.</p> <p>The purpose of the market study was to investigate whether there was a demand and use for the new type of space concept in case it would be built into the new building. The aim was also to study what kind of space the potential users would need or want and how much they would be willing to pay for the additional facility service.</p> <p>The study was conducted as a quantitative study. The research data was collected with an online survey from the employees of the current and potential client companies of the area. The survey was available to the respondents for three weeks in early 2020. The survey was answered by 51 people and the research data was analyzed by cross-tabulation, correlation analyzes, and quantification of the answers from the open questions.</p> <p>The responses showed similarities to the articles, trends and studies presented in the theory section. There was a demand among the respondents for the community space as an additional service and the space would be used the most during the working day.</p> <p>The results of the study highlighted the trend of nature in workspaces the same way as the Ambius 2020 trend report. Nature and living room-like feeling in spaces bring contrast to the workday, as workspaces are often bleak. According to the respondents, changing surroundings in the middle of the day could increase well-being at work. They also felt that communality was a positive matter that could be increased in business park environments.</p>		
Keywords/tags (subjects) communal space, communality, facilities, user-oriented design, market research		
Miscellaneous (Confidential information) <i>Appendixes 3 and 4 are confidential and they have been removed from the public thesis. Grounds for secrecy: Act on the Openness of Government Activities 621/1999, Section 24, 17 and 20: business or professional secret. Period of secrecy is three (3) years and it ends 25.5.2023.</i>		

Sisältö

1	Yhteisöllisyyttä toimitilapalveluista	2
2	Tutkimusasetelma	5
2.1	Tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoitteet	5
2.2	Tutkimusmenetelmä	7
2.3	Tutkimuksen luotettavuus.....	10
3	Viihtyisä ja tuottava työympäristö	12
3.1	Toimitilojen vaikutus työntekijöihin.....	13
3.2	Yhteisöllisyyden merkitys työkuulttuuriin.....	17
4	Tutkimuksen toteutus.....	20
5	Tutkimustulokset.....	28
5.1	Vastanneiden taustatiedot.....	28
5.2	Vastaajien ajatukset yhteisöllisyydestä ja tiloista	29
5.3	Yhteisöllinen tila	29
6	Johtopäätökset.....	29
7	Pohdinta.....	29
	Lähteet	33
	Liitteet	36
	Liite 1 Kyselyn saatekirje.....	36
	Liite 2 Webropol kysely.....	37
	Liite 3 Tutkimustulokset (salassa pidettävä)	41
	Liite 4 Johtopäätökset (salassa pidettävä).....	55

1 Yhteisöllisyyttä toimitilapalveluista

Fyysinen elinympäristömme vaikuttaa suuresti meihin ihmisiin. Oli kyseessä sitten oma koti, työpaikka, lähipuisto tai kauppa. Nämä kaikki edellä mainitut ovat erilaisia tiloja, joissa vietämme aikaa jokaisena päivänä. Mikäli ollessamme jossakin näistä, tila ei ole puhdas, toimiva tai kunnossa, kiinnitämme tähän epäkohtaan heti huomionsamme. Toisaalta, mikäli tila herättää meissä suuren positiivisen tunteen, saatamme muistaa sen vielä vuosienkin jälkeen ja verrata tulevia tiloja menneeseen. Kun tila on toimiva ja siisti, emme useinkaan kiinnitä tilaan itsessään mitään huomiota, se vain mahdollistaa meidän kulloisenkin toimintamme.

Toinen osa elinympäristöämme ovat kaikki ne ihmiset, joita kohtaamme päivien aikana. Kuulumme niin tietoisesti kuin tiedostamattammekin moniin eri yhteisöihin elämämme aikana. Esimerkiksi sukujuuret, työpaikka, harrastustoimi ja asuinpaikka ovat selkeitä peruskiviä eri yhteisöjemme muodostajina. Se, kuinka aktiivinen jäsen olemme missäkin yhteisössä, johon kuulumme, voi vaihdella paljon. Riippuen yhteisön koosta ja sen sisäisestä dynamiikasta, voi yksilö vaikuttaa yhteisöön ja sen toimintaan. Yhteisön jäsenet voivat tavata toisiaan säännöllisesti, vapaasti tai ei lainkaan. Yhteisöissä vallitsee sen jäsenien kesken hyväksytty toimintakulttuuri.

Tilojen vaikutusta ihmisiin on tutkittu hyvinkin laajasti, mutta vasta viime aikoina tutkimukset ovat keskittyneet laajemmin fyysiseen työympäristöön eli siihen, missä konkreettisesti vietämme työaikamme. Huomio on siirtynyt hiljalleen työergonomian kautta toimitiloihin ja siihen, kuinka niillä voi olla joko positiivinen tai negatiivinen vaikutus työntekijöihin. Kun tilojen käyttäjät otetaan mukaan kehittämään tiloja, niiden viihtyvyys ja käyttöaste nousevat. Yritysmaailmassa puhutaan toimitiloista eli erilaisista tiloista, joissa on yritystoimintaa. Näissä tiloissa on käyttäjänä niin yritys kuin myös yrityksen työntekijät, yksilöt.

Käyttäjälähtöisissä toimitiloissa huomio keskittyy asiakasyrityksen sijaan tilojen loppukäyttäjiin. Tarkoituksena on nostaa esiin, kuinka käyttäjät yksilöinä kokevat jonkin tilan ja kuinka he siinä viihtyvät. Viihtyvyys on termi, jonka määritelmä poikkeaa yksi-

löistä, mutta tutkimuksien avulla pystytään kartoittamaan, mikä on otoksessa vallitsevissa oleva käsitys termistä. Jotta tilan käyttöaste ja viihtyvyys saavat korkeammat arvosanat, käyttäjien mieltymyksiä on välttämätöntä tutkia. Tällöin ymmärretään paremmin käyttäjien tarpeet ja toiveet tiloista.

Toimeksiantajana opinnäytetyössä on Kielo Office Solutions Oy. Vuonna 2017 perustetun yrityksen liiketoimintana on tarjota täyden palvelun toimitiloja sekä kokous- ja saunatiloja kaiken kokoisille yrityksille. Yrityksen toiminnan tarkoituksena on, että heidän asiakasyrityksensä pystyvät keskittymään täysin omaan liiketoimintaansa, kun toimitilojen hallinta ja ylläpito on täysin ulkoistettu. Kielo Office Solutions Oy:n toimitilojen sijainneissa on keskitetty huomioimaan, että ne ovat keskeisien kulkureittien varsilla. Kaiken tarkoituksena on antaa asiakasyrityksille optimaaliset puitteet keskittyä ydintoimintaansa, mikä mahdollistaa yrityksen kasvun. Asiakasyrityksiä opinnäytetyön toimeksiantajalla on Jyväskylässä yli 220. (Kielo yrityksenä n.d.)

Opinnäytetyön tekijä on ollut työharjoittelujaksolla toimeksiantajan aulapalveluissa syksyllä 2018, jonka jälkeen hän on ollut keikkaluontoisesti tuuraajana aulapalvelussa käyttäjälähtöisten tilojen restonomiopintojensa ohella. Muutaman vuoden yhteistyön seurauksena toimeksiantajaksi opinnäytetyölle valikoitui luontevasti Kielo Office Solutions Oy. Innova 3 rakennushanke julkaistiin mediassa syksyllä 2019, jonka vuoksi rakennus oli luonteva ja ajankohtainen valinta opinnäytetyön kattoaiheeksi. Yhteisöllisen tilan markkinatutkimus tuli ehdotuksena toimeksiantajalta yhteydenoton jälkeen, jonka opinnäytetyön tekijä hyväksyi välittömästi.

Aihe on hyvin ajankohtainen, sillä työympäristöihin kiinnitetään koko ajan enemmän huomiota ja aihetta on tutkittu enemmän viime vuosina, kuin koskaan aiemmin. Työterveyslaitoksen tutkimus HYVE 2020 tutkii uudenlaisten tilojen sekä yhteisöllisyyden vaikutusta työelämään kolmessa maassa sijaitsevissa eri yrityksissä (HYVE 2020: Työ, yhteisö ja kestävä talous n.d.). Toimistotiloja usein pohditaan vain rakennusvaiheessa, mutta olisi hyvä muistaa, että niiden pitää pystyä mukautumaan käyttäjien ja niissä tapahtuvien toimintojen perusteella, eikä toisinpäin.

Innova 3:n rakennusurakan oli tarkoitus alkaa kevään 2020 aikana ja valmistua syksyllä 2021, mutta viivästyksen myötä rakennus valmistunee vasta alkuvuodesta 2022 (Kröger 2020). Valmistumisen jälkeen Lutakossa on neljä Innova -toimistotaloa, jotka muodostavat yhdessä Jyväskylän suurimman moniyrittäjäkeskittymän. Innova 3 toimistotalon teemoiksi on valittu yhteisöllisyys, työhyvinvointi sekä vastuullisuus, jotka näkyvät kaikilla osa-alueilla, sillä Innova 3 on tarkoitus olla ”koti bisnekselle”. Rakennukseen tulee kuusi kerrosta ja 8 600 kerrosneliötä ja suunnitteluvaiheessa asiakkaiden toiveet pyritään huomioimaan mahdollisuuksien mukaan. (Lutakkoon nousee uusi bisneksen koti – Innova 3:n pääteemoina yhteisöllisyys, työhyvinvointi ja vastuullisuus 2019.)

Yhteisöllinen tila on toimeksiantajan niin sanottu työnimi uudentilakonseptille, jota he ovat pohtineet tulevan Innova 3:n yhteyteen. Tilan alkuperäisenä tarkoituksena on toimia lisäpalveluna ja olla ensisijaisesti kohtaamispaikka asiakasyrityksien henkilöstöille. Ajatuksena on 10 % työntekoa mahdollistavia puitteita ja 90 % jotain muuta, esimerkiksi rentoutumispaikka kesken hektisen työpäivän. Koska tilakonsepti on uusi toimistotalomaailmassa, aihetta on tutkittava, jotta saadaan selville, kaipaavatko asiakasyritysten henkilöstöt tällaista tilaa heidän fyysiseen työympäristöönsä vai eivät.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, onko Kielo Office Solutions Oy:n asiakasyritysten henkilöstöjen keskuudessa kysyntää yhteiskäyttöön suunnitellulle yhteisölliselle tilalle, joka toimisi lisäpalveluna. Mikäli kysyntää tilalle on, millaista tilaa käyttäjät kaipaavat ja haluavat fyysiseen työympäristöönsä. Sekä, mitä tilan käyttäjät haluaisivat tilassa tehdä ja mihin toimintoon tilan tulisi keskittyä. Toimeksiantajan asiakasyritysten henkilöstöille suunnatun kyselyn avulla pyritään saamaan asiaan selvyys. Tutkimuksessa tutkitaan kyselyn ja kansainvälisiä tutkimuksien avulla, mitä työntekijät haluavat työtiloiltaan sekä mikä saisi heidän viihtyvyytensä ja tämän kautta tuottavuutensa kohoamaan. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saatuja tuloksia pyritään skaalata koko perusjoukkoon ja näin ollen saada selkeä kuva siitä, onko yhteisöllisen tilan konseptia kannattavaa viedä eteenpäin. Tutkimus antaa uudenlaista tietoa siitä, onko toimistotaloympäristössä halua tai tarvetta kasvattaa yhteisöllisyyttä eri yritysten ja näiden henkilöstöjen välille.

Yhteisöllistä tilaa, joka olisi kaikkien asiakasyritysten käytössä, ei tiedettävästi ole toistaiseksi toimistotaloissa Suomessa. Tämän vuoksi aihetta on tärkeää tutkia, ennen kuin tilaan aletaan rakentaa ja siihen investoidaan. Yhteisöllisiä tiloja on rakennettu isojen yritysten tiloihin maailmalla, ja trendi on saapunut hiljalleen viime vuosien saatossa Suomeen, mutta kyseiset tilat ovat toistaiseksi vielä vähäisiä. Yhteisöllisiä tiloja on yleisesti vain yritysten omissa tiloissa, jonka vuoksi tutkimus tuo alalla uutta tietoa.

2 Tutkimusasetelma

2.1 Tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoitteet

Palvelutuotteen ollessa täysin uudenlainen tilakonsepti, ei aikaisempaa tutkimustietoa aiheesta suoraan löydy. Tämän vuoksi ei voida ennalta tietää olisiko tilalle käyttäjiä vai ei, kuinka he kokisivat tilan ja mitä käyttöominaisuuksia he haluaisivat tai kaipaisivat tilaan. Yhteisöllisyyden käsite tarkoittaa ihmisille eri asioita ja sosiaalisia kanssakäymisiä toisten kanssa kaivataan eri määrin ja tavoin. Toiset saavat lisää virtaa, kun voivat keskustella työpäivän mittaan toisten kanssa, kun toiset ihmiset voivat kokea tämän jopa ahdistavana. Myös tilat jakavat ihmisten mielipiteitä runsaasti, toisen mielestä viihtyisä tila voi toisesta olla liian valoisa tai hämärä.

Tutkimusongelma yllä kerrotun mukaan on laaja ja sen selvittämiseksi voidaan muotoilla tutkimuskysymys: *Millainen olisi toimeksiantajan asiakasyrityksien keskuudessa mielekäs yhteisöllinen tila?* Alakysymyksiksi tutkimusongelmalle johdetaan tutkimuskysymyksestä ja toimeksiantajan aiheesta tarvitsemien tietojen pohjalta seuraavat:

Haluavatko ja/tai tarvitsevatko toimistotalojen käyttäjät yhteisöllistä tilaa fyysiseen työympäristöönsä?

Millainen ja mitä ominaisuuksia tila pitäisi sisällään?

Paljonko tilan käytöstä oltaisiin valmiita maksamaan?

Nämä kysymykset auttavat selvittämään tutkimusongelman. Tuloksen selvittämiseksi, opinnäytetyössä tehdään markkinatutkimus Kielo Office Solutions Oy:n asiakasyrityksien henkilöstöille. Jotta yhteisöllistä tilakonseptia olisi kannattavaa viedä eteenpäin, on tiedettävä, millainen tila olisi tuleville käyttäjille mieluisa. Selkeä kuva uudesta tilakonseptista auttaa sen taloudellisen kannattavuuden laskemisessa.

Palvelutuotteen ollessa uusi, käyttäjäryhmän ymmärtäminen korostuu entisestään. Mikäli tutkimuksen avulla löydetään tuotteelle selkeä käyttäjäprofiili eli arkkityyppi, auttaa se luomaan uuden palvelutuotteen paremmin. Arkkityypit kertovat millaiset ihmiset tuotetta käyttäisivät ja miksi. Ennen kaikkea nämä kertovat, mitkä asiat uudessa palvelutuotteessa toisivat arvoa asiakkaille. Tämä taas auttaa palveluntuottajaa viilaamaan tuotteensa pidemmälle, jolloin käyttäjien tyytyväisyys sekä käyttöaste kohoaisi. (Tuulaniemi 2011, 68 – 67.) Tutkimuksessa pyritään selvittämään, onko uudentilaiselle tilakonseptille löydettävissä selkeää arkkityyppiä ja mitkä piirteet tilassa toisivat lisäarvoa sen käyttäjille. Arkkityypit auttavat ymmärtämään, onko tilalle sen toteutuessa laisinkaan käyttöä vai ei. Näiden avulla pyritään myös selvittämään, onko tilalle selkeää kohderyhmää, jonka vuoksi taustakysymyksien tärkeys korostuu.

Yhteiskehittämisen avulla otetaan sidosryhmät mukaan kehittämään palvelutuotetta. Tavoitteena on, että yhdistämällä löydettävä tutkimustieto ja käytännön tietotaito, saadaan aikaan jotain enemmän kuin nämä kaksi yhteensä. Kun palvelua on kehitetty yhdessä käyttäjien kanssa, he todennäköisesti sitoutuvat lopputulokseen paremmin ja pitävät sitä positiivisempänä sekä luotettavampana. (Koskinen, Ruuska & Suni 2018, 177 – 179.) Tutkimuksen avulla pyritään yhdistämään toimeksiantajan sidosryhmiä yhteen, jolloin he pääsevät vaikuttamaan yhteisöllisen tilan lopputulokseen. Yhteiskehittämisen avulla pyritään saamaan lisäarvoa tuovat elementit osaksi uutta yhteisöllistä tilaa.

Tutkimus antaa tietoa siitä, onko yhteisölliselle tilalle kysyntää vai ei. Mikäli kysyntää toimeksiantajan asiakasyritysten henkilöstöistä löytyy, saadaan selville myös se, millaista tilaa he fyysiseen työympäristöönsä kaipaavat. Lisäksi tutkimus antaa toimeksiantajalle tietoa, oltaisiinko yhteisöllisen tilan lisäpalvelusta valmiita maksamaan vai ei. Mikäli tilalle ei löydy käyttäjiä eikä maksajia, tilakonseptia ei ole kannattavaa viedä

eteenpäin, mikä olisi tutkimuksen toimeksiantajalle tärkeä tieto. Jos kysyntää tilalle löytyy tarpeeksi, antaa se toimeksiantajalle tietoa siitä, mihin suuntaan yhteisöllistä tilakonseptia kannattaa viedä. Näin ollen tutkimus antaa toimeksiantajalle tukea päätöksenteossa ja tilan toteutuminen voidaan perustaa tietoon sekä minimoida uuden palvelutuotteen luomisen riskejä.

2.2 Tutkimusmenetelmä

Hakalan (2015) mukaan tutkimustehtävän eli tavoitteen tarkka määrittäminen antaa viitteitä sopivaan tutkimusmenetelmään ja onnistuneen valinnan kautta saadaan laadukas aineisto. Markkinatutkimusta tehdessä, tavoitteena on selvittää, onko uudelle tuotteelle kysyntää vai ei potentiaalisten asiakkaiden joukossa. Tämän vuoksi tässä tutkimuksessa käytetään kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, jotta saadaan määrällistä tietoa aiheesta.

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivisen tutkimuksen tulos on numeerinen eli se sisältää mitattavaa aineistoa, kun taas kvalitatiivinen tutkimus tuottaa mittaamatonta ja ei-numeerista aineistoa. Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus perustuukin tutkittavaan ilmiöön ja sen määrittelyyn, joten se pureutuu kysymykseen ”mitä?”. (Kananen 2011.) Tässä tutkimuksessa käytetään kvantitatiivista tutkimusta, koska halutaan saada määrällistä tietoa yhteisöllisestä toimitilakonseptista ja sen kannattavuudesta.

Kanasen (2011, 12) mukaan tutkittavan aiheen tekijät ovat kvantitatiivisessa tutkimuksessa muutettava muuttujiksi ja nämä taas mittareiksi, jotta tilastollinen tarkastelu on mahdollista. Mittareiden pohjalta luodaan kysymyksiä, jotka muodostavat toisiinsa yhdistettyinä kyselylomakkeen, jonka avulla voidaan kerätä tutkimusaineistoa. Koska kvantitatiivisen tutkimuksen avulla pyritään tekemään yleistyksiä, valitaan ilmiötä koskevasta kohderyhmästä pienempi otos eli joukko, joka kuvastaa kattavasti koko kohderyhmää. (Kananen, 2011, 14 – 17.) Koska toimitilapalvelut ja yhteisöllisyyden käsitteet tunnetaan hyvin, voidaan niistä tehdä toimivia mittareita kysymyksien avulla. Tutkimuksen tavoitteena on saada määrällistä tietoa aiheesta ja tämän avulla

tekemään yleistyksiä koko perusjoukkoon. Näin ollen valinta kvantitatiiviselle tutkimusmenetelmälle on perusteltua.

Sillä kvantitatiivinen tutkimus pyrkii saamaan tietoa isolta joukolta ihmisiä, tutkimusmenetelmään soveltuvia työkaluja ovat erilaiset kyselylomakkeet, systemaattinen havainnointi sekä valmiiden tilastoiden ja rekistereiden käyttö. Yleisin edellä mainituista on kyselylomake. (Vilka 2005, 73.) Tutkittavien määrän ollessa suuri, kaikkien tutkiminen laadullisin keinoin esimerkiksi haastatteluiden avulla, ei ole mahdollista tai järkevää. Tämä puoltaa myös kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän valintaa. Työkaluksi tähän tutkimukseen valikoitu kyselylomake, koska aiheesta ei voida tehdä havainnointia eikä aiheesta ole olemassa rekistereitä. Kun tutkimusaineisto on saatu kerättyä, voidaan sen käsittelyyn käyttää tilasto-ohjelmia (Kananen, 2011, 14).

Aineistonkeruumenetelmä

Vakioitu kysely on kyselypohja, joka lähetetään samanlaisena kaikille potentiaalisille vastaajille. Kyselyn suurimpina hyötyinä on se, että sen avulla voidaan tutkia suurta joukkoa ja vastaajien anonymiteetti on helppo toteuttaa. Haitaksi voi koitua pieni vastausprosentti, jonka sattuessa kyseessä on tutkimusaineiston kato. (Vilka 2005, 74.) Internetkyselyn etuna toimii taloudellisuus ja nopeus, sillä vastaukset saadaan analysoitavaksi nopeasti. Kysely voidaan lähettää linkkinä sähköpostilla halutulle otokselle vaivattomasti. Ennen kyselyn lähettämistä on varmistettava sen toimivuus eri laitteilla. Vaikka internetkyselyä voidaan visualisoida, tulee se pitää hillittynä. (Valli & Perkkilä 2015, 109 – 111.) Tutkimuksessa käytetään vakioitua internetkyselyä, jotta se saadaan lähetettyä kaikille potentiaalisille vastaajille samanlaisena helposti sekä nopeasti ja anonymiteetti voidaan taata.

Tutkimusongelma antaa pohjan aineistonkeruukysymyksien muodostamiseen. Kysymyksien asetteluun on kiinnitettävä erityistä huomiota, sillä väärät sanavalinnat tai kysymysmuotoilut voivat vaikuttaa kysymysten ymmärrettävyyteen. Kysymyksiin voidaan joko antaa valmiit eli strukturoidut vastausvaihtoehdot tai jättää ne täysin avoimeksi tekstikentäksi. Jälkimmäisen kohdalla on tärkeää, että vastaajat ymmärtävät selkeästi sen, mitä heiltä kysytään ja heillä on vastaamiseen edellytettävä tieto. (Kananen 2014, 142.) Tutkimuksen tavoitteen selvittämiseksi, kyselyssä on niin avoimia

kuin strukturoituja vastausvaihtoehtoja sisältäviä kysymyksiä, jotta aiheesta saataisiin kerättyä kattava aineisto.

Kvantitatiivisilla menetelmillä voidaan analysoida avoimien kysymyksien tuottamaa tietoa. Saadusta aineistosta etsitään samankaltaisuuksia ja luokitellaan sekä tilastoidaan nämä määrät. Avoimien kysymyksien kautta päästään syvemmälle aiheeseen kuin antamalla vain valmiita vastausvaihtoehtoja. (Valli 2015, 70 – 71.) Koska tutkimuksen aiheena on uudenlainen yhteisöllinen tila, on tutkittaville annettava mahdollisuus kertoa, millainen tila heidän mielestään voisi olla, mitä he tilalta haluavat tai kaipaisivat. Näin ollen tutkimuksen tavoitteen selvittämiseksi on kyselyyn tuotava useita avoimia kysymyksiä, jotta potentiaaliset ajatukset sekä ideat yhteisölliseen tilaan saadaan selville.

Kysymykset, joidenka vastauksilla ei saada lisäarvoa tutkimukselle, ovat epärelevantteja ja ne tulisi poistaa tutkimuksesta. Koska saman kysymyksen voi muotoilla monella eri tavalla, tulee niitä muotoillessa pohtia, onko ne ymmärrettävissä eri tavoin. Kysymysten laadinnassa tulee jo pohtia, millaisilla mittareilla saatavaa aineistoa tullaan analysoimaan. (Kananen 2011.) Kysymysten asetteluita pohditaan tutkimuksessa huolella, koska jo sanamuotojen vaihto voi muuttaa kysymysten luonnetta selkeästi. Väärä sanamuoto tai lauserakenne voi tehdä hyvästäkin kysymyksestä epärelevantin, joka tuottaisi aineistoon mittauskelvotonta aineistoa.

Erikoistermien käyttämistä kysymyksissä on vältettävä, sillä kaikki termit eivät ole kaikille tuttuja. Kysymysten on oltava selkeitä, yleiskieltä eivätkä saa johdatella vastaajia. Kysymysten ei tulisi myöskään sisältää negatiivisia tai ei-kysymysmuotoja. Vastaaja voi kokea kyselystä turhautumista ja lopettaa kyselyn teon kokonaan, mikäli se ei etene loogisessa järjestyksessä. (Kananen 2014, 143 – 147.) Yhteisöllisen tilan ollessa täysin uusi toimitilakonsepti ja termi, tulee vastaajia johdatella aiheeseen, antamatta termille kuitenkaan valmista määrittelyä. Tämä asettaa kyselyn alkuun haasteen, kuinka vastaajat saadaan johdateltua aiheeseen. Kysymyksien järjestyksen tärkeys korostuu näin ollen entisestään.

Vastaajia ei saa pakottaa vastaamaan kysymyksiin, vaan heille on aina annettava vastausvaihtoehtoisissa mahdollisuus olla vastaamatta. Usein, tähän käytetään kyselyissä ”en osaa sanoa” -vaihtoehtoa, mutta tämä on hankala, koska se voidaan ymmärtää eri tavoin. Joko vastaajalla ei ole tietoa aiheesta tarpeeksi tai hänen mielipiteensä on annetun asteikon puolella välillä. Parempia vaihtoehtoja tämän sijaan ovat suoraviivaisemmat vaihtoehdot ”en tiedä” ja ”en halua vastata”. Mikäli vastaajalle ei anneta mahdollisuutta olla vastaamatta, voi se johtaa virheellisiin tutkimustuloksiin. (Mts. 149.) Näin ollen kyselyssä ei pakoteta missään kohtaan vastaajia vastaamaan, vaan heille annetaan aina vaihtoehto olla vastaamatta. Myös ”en osaa sanoa” vaihtoehtoa kyselyn laadinnassa tullessa välttämään ja sen sijaan käytetään edellä mainittuja suoraviivaisempia vaihtoehtoja.

Tutkimuksen kohderyhmä

Perusjoukko koostuu havaintoyksiköistä, joita ovat tutkittavat kohteet, esimerkiksi ihmiset. Otanta on menetelmä, jolla perusjoukosta valitaan osa eli otos, jotka osallistuvat tutkimuksen aineistonkeruuseen. (Vilka 2005, 77.) Perusjoukkona tässä tutkimuksessa ovat kaikki Kielo Office Solutions Oy:n Jyväskylän asiakasyritykset sekä näiden työntekijät. Toimeksiantajalla on Jyväskylässä tutkimuksen aikana vuokrattavia toimitiloja kolmella eri alueella, jotka ovat: Lutakko, Mattilanniemi ja Ylistönmäki. Otantamenetelmänä otoksen valintaan käytetään ryväotantaa. Vilkan (2005, 79 – 80) mukaan ryväotanta on toimiva, kun kohteena on luonnollisia ryhmiä kuten yrityksiä ja valitulle ryppäälle voidaan tehdä kokonaistutkimus. Koska Innova 3 rakennetaan Lutakon alueella, valikoidaan ryppääseen kaikki ne yritykset, jotka toimivat kyseisellä alueella toimeksiantajan toimitiloissa. Valittua ryvästä ei pilkota muilla otantamenetelmillä pienemmäksi, koska kyselylomakkeilla suoritettavissa tutkimuksissa on riski pienille vastausprosentteille.

2.3 Tutkimuksen luotettavuus

Kvantitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on saatujen tuloksien yleistäminen isompaan joukkoon. Koska tuloksien skaalaus ei aina välttämättä onnistu, esimerkiksi tutkimuksen aikana tapahtuneiden virheiden tai ongelmien myötä, on tutkimuksissa

aina otettava kantaa sen luotettavuuteen eli validiteettiin sekä reliabiliteettiin. (Kananen 2011.) Markkinatutkimuksessa tuloksien skaalaus laajempaan joukkoon on tärkeää, jotta saadaan tarpeeksi kattava kuva perusjoukon ajatuksista. Tämän vuoksi luotettavuuteen kiinnitetään suuresti huomiota.

Reliabiliteetti kertoo, kuinka paljon sattumia tuloksissa ja niiden mittaamisessa on. Sattumien vähäinen esiintyminen tutkimuksessa kertoo sen luotettavuudesta. Reliabiliteetti voidaan laskea rinnakkaismittauksella, puolitusmenetelmällä ja toisintomittauksella. (Valli 2015, 139 – 143.) Reliabiliteettitutkimus pystytään suorittamaan samanlaisena myöhemmin uudestaan ja saamaan samat tulokset (Ketokivi 2009). Niin Ketokiven (2009) kuin Vallin (2015, 159) mukaan tutkimuksen mittareiden toimivuutta ja oikeellisuutta tutkittavalle aiheelle kuvataan validiteetin avulla, saadaanko esimerkiksi älykkyydestillä selville vastaajan älykkyys vai kuvastaako mittari vastaajan lukutaitoa. Kananen (2011, 118) tiivistää ytimekkäästi reliabiliteetin tarkoittavan pysyvyyttä ja validiteetin mittareiden oikeellisuutta.

Tutkijan vastuulla on tutkimuksen kaikissa vaiheissa pitää huolta tutkittavien anonymiteetista, varsinkin tilanteissa, joissa tunnistamisriski kasvaa suureksi. Tälle suojan antaa tutkijan etiikan lisäksi Suomen henkilötietolaki. Kvantitatiivisen tutkimuksen aineistosta tulee poistaa kaikki tunnistusteelliset tiedot mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, viimeistään kuitenkin tutkimuksen päättymisen jälkeen. Taustamuuttujien vastauksia on vertailtava keskenään ja pohdittava, pysyvätkö kaikki vastaajat saatujen tietojen perusteella anonyymeina. Tutkija voi tarvittaessa yhdistää, muokata tai poistaa jokin tai joitakin muuttujia, mikäli anonymisyyttä ei muutoin pystytä varmistamaan. Tutkijan tulee pohtia käyttämänsä sitaatit tarkoin. (Kuula 2015, 141 – 146.)

Jotta tutkimus olisi mahdollisimman luotettava, pyritään kysymysasetteluissa välttämään ohjailua. Tämän vuoksi kyselyyn tullaan asettamaan avoimia kysymyksiä, eikä valmista kuvausta yhteisölliseen tilaan anneta. Aineistonkeruun jälkeen tarkistetaan, pystytäänkö joidenkin taustamuuttujien kautta tunnistamaan joku tai joitakin vastaajista ja mikäli näin on, tullaan edellä mainituin tavoin joko yhdistämään tai muokkaamaan näitä. Webropolin markkinatutkimuksen toteutusoppaassa suositelluksi mini-

kooksi määritellään validiin markkinatutkimukseen 50 loppuun asti suoritettua vastausta (Opas markkinatutkimuksen toteutukseen n.d., 5). Tämän perusteella minimimääräksi tälle tutkimukselle olisi hyvä saada 50 vastausta, mutta paremman yleistettävyyden saamiseksi vastauksia toivotaan mahdollisimman paljon.

3 Viihtyisä ja tuottava työympäristö

Käsitettä kiinteistö käytetään puhekielessä kuvaamaan rakennusta, mutta virallisesti tämä tarkoittaa maa- tai vesialuetta rakennuksineen, joka on merkitty kiinteistörekisteriin. Kiinteistökehitys on kiinteistön tai alueen arvoa kasvattavaa toimintaa. Uuden tilan tai rakennelman rakentamista kutsutaan uudisrakentamiseksi, jonka yksi muodoista on lisärakentaminen. Tällöin uusi tila tai rakennelma tulee jo olemassa olevan rakennuksen välittömään läheisyyteen. Tätä voidaan kutsua myös täydennysrakentamiseksi, kun rakennetaan tyhjälle tontille, muutoin rakennetulle alueelle. Toimitila on rakennettu tila kiinteistössä, jota käytetään erilaisten hyödykkeiden tuotantoon ja toimitilakustannukset muodostuvat toimitilojen ylläpidosta ja käytöstä. Kiinteistöliiketoiminnan pyrkimyksenä on luoda lisäarvoa tuottavia palveluita kiinteistön loppukäyttäjille, jonka kautta kiinteistön omistajat ja kiinteistösijoittajat saavat tuottoa. (Kiinteistöliiketoiminnan sanasto 2012.)

Leväsen (2013, 23) mukaan kiinteistöjen arvoon kiinnitettiin suuresti huomiota 1990-luvun laman seurauksena ja tämän myötä alkoi syntyä kiinteistöalan konsulttien ammattikunta. Vielä ennen lamaa yritykset ostivat jokaisen tarvitsemansa palvelun erikseen, mutta laman taloudellisen tilanteen vuoksi kokonaisuuksien palveluntarjoajia alkoi syntyä. Kiinteistöliiketoiminnassa toimitilapalvelut jaetaan yleisimmin kahteen ryhmään, jotka ovat: kiinteistö- sekä käyttäjäpalvelut. Kiinteistöpalveluihin kuuluvat kaikki kiinteistön ylläpitoon liittyvät toiminnot, kun taas käyttäjäpalvelut on suunnattu kiinteistön käyttäjien hyödynnettäväksi, jolloin asiakas on osa palvelutapahtumaa. Tällaisia palveluita ovat esimerkiksi lounasravintola ja aulapalvelu. (Levänen 2013, 47 – 50.)

3.1 Toimitilojen vaikutus työntekijöihin

Työympäristöt ovat kokeneen 2000-luvulla suuria mullistuksia, jotka eivät todennäköisesti tule loppumaan. Vain muutos tuntuu olevan pysyvää toimitilojen maailmassa. Hyvä ja laadukas työympäristö auttaa työntekijöitä saavuttamaan parempia tuloksia ja tilat voivat vähentää stressiä. Kohll (2019) mukaan Fellowesin työhyvinvoinnin trendiraportissa peräti 87 % työntekijöistä haluaisi, että työnantajan puolesta olisi laadukkaammat toimitilat ja hyvinvointipalveluita. Saman raportin mukaan nuoremmat yritykset suostuvat todennäköisemmin työntekijöidensä pyyntöihin esimerkiksi seisomapöydistä kuin vanhemmat yritykset. Tutkimuksessa peräti 93 % teknologia-alan työntekijöistä olisi valmiimpia tekemään pidempiä työuria yrityksissä, mikäli heidän työnantajansa tarjoaisi terveellisemmän työympäristön. Työntekijöiden hyvinvointiin vaikuttavat oleellisesti tilat ja tämä on tärkeää huomioida, sillä vietämme noin kolmanneksen elämästämme töissä. (Kohll 2019.)

Vaikka elämme juuri nyt työympäristöjen kovassa muutosvaiheessa, pysyvänä elementtinä tilamuutoksissa on aina ollut tuotteliaisuuden maksimoiminen. Tulemme olemaan vuoden 2020 lopussa siinä tilanteessa, että 22 – 37 -vuotiaat milleniaalit ja 38 – 53 -vuotiaat sukupolvi x ovat maailmanlaajuisesti yhtä suuret ikäluokat työelämässä. Kummatkin näistä ikäluokista vastaavat 35 prosenttiosuuksia. Näiden lisäksi työelämässä on sekä vanhempia kuin nuorempiakin. Tämä asettaa tilasuunnittelulle haasteensa, koska kaikki työntekijät ansaitsevat hyvän työympäristön ja tilamuutokset ovat usein kalliita. Sukupolvista puhuessa nousee esiin olettamuksien tekeminen, joita olisi hyvä välttää ja keskittyä sen sijaan yksilöiden tarpeisiin. Muokattavuus ja yksilöllisyys tulisi olla työtilasuunnittelun keskiössä. (Sugden 2019.)

Työntekijöiden tuottavuutta voidaan lisätä monella tapaa, riippuen työtehtävästä, jota henkilö suorittaa. Yritysten pitäisikin tarjota erilaisia työskentely- ja taukotiloja, jotka mahdollistaisivat monipuolisen ja muuttuvan lähityöympäristön. Työpisteeltä pitäisi päästä työpäivän aikana pois, jotta työteho pysyy yllä koko päivän. Olohuone- maisetilat lisäävät huomaamattomasti työpaikkakulttuurin määrään ja saa luovien ajatuksien määrän sekä hyvinvoinnin kohoamaan. Vaikka avo- ja monitilatoimistot

ovat syrjäyttäneet monet niin sanotut perinteiset toimistorakenteet, on hyvä muistaa, että jotkut ihmiset tarvitsevat yksityistä tilaa työskennelläkseen tuottavasti. Toimitiloista on alkanut tulemaan osa yritysten strategiaa, joilla pyritään viestittämään oman yrityksen brändiä vierailijoille. Värit ja uniikit tilaratkaisut jäävät vierailijoiden mieleen ja luovat tunnelmaa. (Mt.)

Työympäristöjen viihtyvyyden tärkeys korostuu nykypäivän hektisessä elämässä jatkuvasti. Ymmärrys siitä, kuinka tilat vaikuttavat työntekijöihin on viime vuosina saavuttanut huomiota erilaisten tutkimusten ja julkaisujen myötä. Tilat vaikuttavat työntekijöiden tuottavuuteen ja luovuuteen. Myös yhteisöllisyyden positiivinen vaikutus on saanut osakseen huomiota, sillä työympäristössä viihtyvät työntekijät ovat työnantajan näkökulmasta tuottavampia. Näin ollen ihmisiä pyritään tuomaan yhteen myös työpaikoilla tilojen avulla. Viereisten rakennuksien yritykset ovat osa potentiaalista verkostoa, joita ei aina huomioida. Hektisessä työelämässä on nykyisin tarvetta rentoutua ja rauhoittua toisinaan. Erilaiset tapahtumat ja kokoontumiset saavat ihmiset tulemaan yhteen ja verkostoitumaan helpommin. Toimivat ja inspiroivat tilat saavat ihmiset ja yritykset kukoistamaan parempaan menestykseen. (The growing importance of workplace community n.d.)

Digitaalisuus on vaikuttanut työympäristöihin, jonka vuoksi nykyisin avainsanoina ovat etätyö ja ketterä työskentely. Laajoissa tutkimuksissa on käynyt ilmi, että työpaikkojen suunnittelulla on suuri vaikutus tuottavuuteen ja työntekijöiden sitoutumiseen yrityksissä. Yhteistyöskentelyn eli coworking-tilojen kasvu on esimerkki nopeasti muuttuneesta työkuulttuurista. Vuonna 2011 maailmanlaajuisesti oli vain noin tuhat coworking-tilaa, kun vuonna 2018 luku oli 37 000 ja peräti 2,5 miljoonalla työntekijällä oli jäsenyys. Nykyaikainen suunnittelu on strateginen työkalu kiinteistöliiketoiminnassa, sillä se voi korottaa rakennuksen arvoa kiinteistömarkkinoilla, koska ne luovat pohjaa yritysten kasvulle ja innovaatioille. (Manitsidou & Balogiannis 2018.)

Tilojen ja erityisesti toimistojen muokattavuus unohtuu usein rakentamisprojektien jälkeen kuin seinään. Kun parhaista työntekijöistä käydään kovaa kilpailua, fyysinen toimintaympäristö eli toimitilat, voivat antaa etulyöntiasemaa kilpailijoihin nähdessä työntekijämarkkinoilla. Toimistojen tiloja olisi hyvä verrata muuhun työhömmee,

kuten esimerkiksi tietojärjestelmiimme. Kehitämme jatkuvasti kaikkea työhömmme liittyvää, mutta itse työympäristömme pysähtyy rakentamisen tai muutosremontin jälkeen. (Mellanen & Mellanen 2020, 327 – 328.) Tämän vuoksi toimitilojen tulisikin olla helposti muokattavia, jotta muutosremonttikustannuksia voidaan kohtuullistaa. Mellanen (2020, 328) mukaan työympäristö vaikuttaa suuresti onnellisuuteen, terveyteen, tuottavuuteen sekä suorituskykyyn, ja nämä ovat suoraan kytköksissä muun muassa työtyytyväisyyteen ja yritykseen sitoutumiseen.

Modernissa työympäristössä on kaksi osa-aluetta, jotka ovat tehokkuus ja viihtyvyys. Tämä tarkoittaa, että on tutkittu sitä, mitä työntekijät tiloissa tarvitsevat ja haluavat. Oleellisena osana tehokkuutta on, että työntekijöillä on ne työvälitteet ja sellainen työympäristö, mikä antaa heille mahdollisuudet suorittaa heiltä odotettu työtä. Viihtyvyyteen liittyy enemmän yksilön omia preferenssejä, jotka lisäävät hänen henkilökohtaista mielenkiintoansa olla tilassa. Kun tilojen viihtyvyys on kunnossa, syntyy helpommin vapaita keskusteluita, joista innovaatiot saavat usein alkunsa. (Mellanen & Mellanen 2020, 328.)

Toimistotrendeissä on nähtävissä niin suuria kuin pienempiäkin linjauksia ja näitä tarkastellaan vuosittain. Teknologian kehitys sekä hyvinvoinnin merkityksen kasvu ovat nousseet suureen arvoon ja jopa tilasuunnittelun keskiöön. Tilojen tulee tukea yrityksen brändiä, käyttäjien hyvinvointia, uuden teknologian hyödyntämistä, muokattavuutta ja olla trendikäs. Ambius julkaisee vuosittain tiloihin liittyvän trendiraportin. Vuoden 2020 makrotrendeiksi listautui: dynaaminen muokattavuus, puu elementtinä, yhteisöllisyyttä korostavat tilaratkaisut ja vastuullisuus. Mikrotrendejä puolestaan ovat listauksessa: monisävyisyys yhdessä värissä, roikkuvat kasvielementit, modernit moduuliratkaisut ja kodinomaiset työtilat. (Sterkenberg 2019.)

Dynaamisen muokattavuuden tiloissa, itse käyttäjät pystyvät muokkaamaan nopeasti ja helposti tilan esimerkiksi kokoushuoneesta podcast-studioksi. Näissä tiloissa hyödynnetään siirreltäviä seiniä, kevyitä huonekaluja sekä säädettävää valaistusta. Puu tekee paluun toimistoihin kahdesta syystä; se on kestävä materiaali ja luonnon elementti. Trendien mukaan puuta käytetään sisustuksessa näkyvästi esimerkiksi seinillä, tasoilla sekä tehostuselementteinä ja rustiikkinen tyyli ei ole pahasta. Etätyö on

jo vuosia ollut nouseva trendi, mutta samalla se myös luo etäisyyttä yrityksen ja työntekijän väliin. Tämä saattaa joissakin tilanteissa muodostua ongelmaksi, joten yritykset pyrkivät innovatiivisilla tiloilla houkuttelemaan työntekijöitään säännöllisesti käymään toimistolla tai viettämään siellä enemmän aikaa. Nämä tilat sisältävät elementtejä, joita yleensä palveluliiketoiminnan toimitiloissa on, esimerkiksi: pelihuone, hyvinvointialue, kylpylä ja kiviseinä. Nämä toimivat myös houkutteena alan uusille kyyville. Työntekijöitä halutaan toimistoihin, koska se luo yhteistä moraalialueita ja kehittää työskentelyvälejä. Vastuullisuus on pitkään ollut trendi, mutta vuonna 2020 se nostetaan uudelle tasolle. Toimitiloissa tulisi tämän trendin myötä näkyä ympäristön hyvinvointi. Tähän trendiin liittyvät erilaiset kiinteistöihin liittyvät sertifikaatit kuten WELL Building. (Mt.)

Koska työtilojen vaikutusta työntekijöihin on tutkittu paljon viime vuosien aikana, on tämän seurauksena luotu WELL Building -sertifikaatti. Sertifikaatti on lanseerattu vuonna 2013, seitsemän vuoden kehitystyön jälkeen, IWBI:n eli International WELL Building Institutin toimesta. Enää ei riitä, että työympäristöt ovat inspiroivia, vaan niiden on tehtävä ihmisistä terveempiä. Uuden sukupolven, tultua työkään on työympäristöstä tullut yksi keskeisin valintakriteeri työnantajien laajassa joukossa vihreiden arvojen lisäksi. Panostamalla työympäristön laatuun yritykset saavat tutkimuksien mukaan tehokkaampia ja laadukkaampia työntekijöitä joukkoonsa. Työntekijät ovat myös vähemmän sairauslomalla, kun heidän terveyteensä myötävaikutetaan jo ennalta. (Lorenzetti 2016.) Tuottavuuteen vaikuttaa neljä asiaa, jotka ovat yhteisö, ympäristö, organisaatio ja työntekijä itse. Näiden neljän asian ollessa kunnossa, tuottavuus saavuttaa optimaalisen tason. (Levänen 2013, 107.)

Vastuullinen kiinteistöliiketoiminta on nykyisin enemmänkin edellytys alalla, tästä on kiittäminen kestävä kehityksen ajattelua, lainsäädäntöä sekä vapaaehtoisia ympäristösertifiointeja, jotka keskittyvät rakennuksien ympäristövaikutuksiin. WELL Building -sertifikaatti pohjautuu seitsemään eri käyttäjälähtöiseen kriteeriin, jotka ovat: ilma, vesi, valo, mieli, ravitsemus, kunto ja viihtyvyys. Sertifikaatti tuo tärkeät osa-alueet esille, joihin olisi hyvä kiinnittää huomiota, sillä keskimäärin ihminen viettää sisätiloissa peräti 90 % päivästänsä. Pohjoismaissa sertifikaatti myönnettiin ensimmäisenä Suomeen. (Pohjoismaiden terveellisin toimisto löytyy Suomesta 2018.)

3.2 Yhteisöllisyyden merkitys työkuultuuriin

Ihminen on aina ollut osa jotakin yhteisöä. Alkujaan yhteisöt ovat muodostuneet luontaisesti esimerkiksi sukujuurten tai asuinalueiden seurauksena. Myöhemmin niitä alettiin muodostamaan tarkoituksen mukaisesti esimerkiksi ammattiyhteisöjen muodossa, joidenka tarkoituksena oli jakaa alaan liittyvää tietoutta. Nykyisin yhteisöllisyyteen liittyy vahvasti sopimuksellisuus, eivätkä ne muodostu itsestään niin kuin aikaisemmin. Erona näissä on myös se, että nykyisin yksilön asema yhteisössä on korostunut, kun aiemmin yhteisö määritteli ihmisen. Uusimpana muotona ovat syntyneet niin sanotut verkkoyhteisöt. (Kangaspunta 2011, 15.)

Yhteisöt muodostuvat yleensä seuraavien kolmen peruspilarin varaan: sukuun, statukseen tai sopimukseen. Jokainen meistä kuuluu sukujuuriensa kautta biologisiin ja kulttuurillisiin yhteisöihin. Statusyhteisöt ovat yhteiskunnallisia tekijöitä, jotka erottavat meidät toisistaan. Yksilöiden itse muodostavat yhteisöt puolestaan perustuvat erilaisiin sopimuksiin ja yksilöt voivat näin ollen itse valita mihin yhteisöön kuuluvat. Viimeisimmässä mallissa yhteisössä oleminen lakkaa, jos yksilö niin haluaa. Yhteiskuntien kehitysten ja sopimuksien myötä, aito sosiaalisuus usein katoaa. (Mts. 17.) Viime vuosina ihmisten yksilöllisyys on lisääntynyt suuresti, jonka myötä uusia erilaisia yhteisöjä on syntynyt yhteiskuntaamme. Nämä uudet yhteisöt korostavat yksilöllisyyttä ja saavat yksilöt vapautumaan yksilöinä enemmän. (Aro 2011, 35.)

Viestintä eli kommunikaatio pohjautuu latinaan ja tarkoittaa suoraan käännettynä ”tehdä yhteiseksi”. Joukkoviestintä onkin tärkeä osa yhteisöllisyyden muodostamista, sillä se yhdistää kaikki viestin vastaanottajat osaksi esimerkiksi johonkin sosiaaliseen ryhmään. Viestijän kohderyhmä on organisaatioissa aina yhteisö, vaikka kuulijat eivät keskenään koe olevansa yhteisö. Tämän vuoksi Suomessa organisaatioviestintä kutsutaankin usein suoraan yhteisöviestinnäksi. Yhteisömedia puolestaan on koko yhteisön välistä kommunikointi julkisesti ja se helpottaa yhteisön jäsenten osallistumisesta. Toimivassa yhteisössä toimii sekä yhteisöviestintä että yhteisömedia harmoniassa keskenään. (Kangaspunta 2011, 21 – 24.)

Yhteisöllisyyden käsite on ollut nousukiidossa viime vuosina työelämässä, koska sen merkitys ihmisiin on merkittävä. Yhteisöllisyys ei aina ole positiivinen asia, vaan se voi myös olla negatiivinen. Parhaimmillaan yhteisöllisyys antaa sen jäsenille lisää henkistä voimavaraa ja motivoi heitä parempiin suorituksiin. Pahimmillaan yhteisöllisyys hiljentää jäsenensä ja saa heidät luopumaan omasta identiteetistään. Käsitteelle yhteisöllisyys ei ole olemassa yhtä ainoaa tulkintaa, ja käsityksemme yhteisöllisyydestä muuttuu ajan kuluessa. Yhteisössä olevat yksilöt muokkaavat yhteisöä ja sen toimintamalleja sisältäpäin kunnioittaen silti yhteisön arvoja sekä sääntöjä, koska yhteisö on aina yksilöiden muodostama ja yhteisö on yksittäistä yksilöä suurempi. Yhteisön immateriaalinen olemus on yhteisöllisyys, johon yhteisön jäseniä ei voi pakottaa. (Paasivaara & Nikkilä 2010.)

Milleniaalit ovat tutkimuksien mukaan uskollisempia omalle ammatilleen kuin työnantajalle, tämä tuo haasteita yhteisöllisyyden kasvattamiseen sekä ylläpitämiseen työpaikoilla. Muutoksen aikakausi luo myös haastetta niin yksilö- kuin organisaatiotasolla. Jatkuvassa muutoksessa, yhteisön on oltava uudistushenkinen ja joustava. Se, mikä toimi vuosi sitten, ei välttämättä enää toimi. Tämän vuoksi yhteisöllisyyttä tulisi ajatella prosessina, joka ei koskaan ole valmis ja, jonka keskiössä on se, että yksilöt ymmärtävät ja kokevat tarvitsevansa toisiansa. Yhteenkuuluvuuden tunne on yhteisöiden perusta ja parhaimmillaan se antaa yksilöille voimaa sekä luo ajatusta, että yhdessä olemme vahvempia. Negatiivinen yhteisöllisyys on liian pitkälle vietyä ja siinä usein yksilöiden mielipiteet korvautuvat yhteisön mielipiteillä, jolloin yksilöt pahimmassa tapauksessa katoavat ja ovat vain osa jotain yhteisöä. Positiivinen yhteisö koostuu yksilöistä, joilla on vapaus omiin tunteisiin ja mielipiteisiin. (Mt.)

Työyhteisöissä, jokaisella siihen kuuluvalla jäsenellä on syy, esimerkiksi työtehtävä, jonka vuoksi he ovat tärkeä osa yhteisöään. Varsinkin suurissa työyhteisöissä on pieniä ryhmiä, joilla on oma ryhmädynamiikkansa ja ovat oikeataan pienempiä yhteisöjä isomman sisällä. Nämä pohjautuvat usein henkilökemioihin ja henkilökohtaisiin ihmissuhteisiin, muodollisen ja sopimukseen pohjautuvan työyhteisön sijasta. Yhteisön kulttuuri ja, joko tiedostamattomat tai tietoiset, pienet tavat viestivät kulttuurin luonteesta. Perustui yhteisö mihin tahansa, on niissä aina olemassa ainakin kirjoitta-

mattomat käytössännöt siitä, mikä on hyväksyttävää ja mikä ei. Yhteisöllisyyden perustana on luottamus sekä oikeudenmukaisuus ja ilman näitä yhteisöllisyys on ristiriidassa eikä sen vaikutus ole positiivista sen jäseniin. Positiivinen yhteisöllisyys kasvat-
taa motivaatiota ja antaa samalla tilaa luovuudelle sekä innokkuudelle työtä kohtaan, jotka ovat pohja innovaatioiden synnylle. (Mt.) Kun työyhteisöstä on saatu luotua houkutteleva, siitä huokuu heittäytymisrohkeus, joka on sekä positiivista että realistista. Tällöinen yhteisö huomataan ja se vetää puoleensa uusia tekijöitä, sidosryhmiä sekä asiakkaita. (Virtanen 2005, 207 – 208.)

Tutkimuksissa on keskitytty aikojen saatossa ihmisten negatiivisiin asioihin ja kokemuksiin. Kuitenkin positiiviset asiat auttavat ihmisiä jaksamaan ja saamaan aikaiseksi asioita. Viime vuosina positiivisia tunne- ja mielentilat eli flow ovat alkaneet saamaan osakseen huomiota. Työelämässä flow-hetket ovat työnantajalle kannattavia, koska ne saa yksilöt suoriutumaan paremmin työstänsä. Tutkimuksien mukaan flow auttaa jokaisen alan työntekijöitä saavuttamaan paremman suoriutumiskyvyn, kuitenkin tähän mielentilaan pääsee useimmin sellaiset työntekijät, jotka ovat enemmän tekemisissä toisten ihmisten kanssa. Yrityksissä voidaan tietoisesti tavoitella työntekijöiden flowtilaa, jolloin yrityksen toiminta saadaan kannattavammaksi. (Matikka 2015.)

Innovaatiot syntyvät usein tarvelähtöisesti ja niin kutsutulla ruohonjuuritasolla. Kun käyttäjät kokevat, että asia voitaisiin tehdä toisin, syntyy keskusteluja mahdollisuuksista. Keskusteluiden myötä puolestaan löytyy verkostoja ja osaamista toisista ihmisistä. Innovaatiot lähtevät toisinaan lentävistä ideoista, jotka kehittyvät konkreettiseksi ja käyttökelpoisiksi ajatuksiksi, kun niitä jaetaan sekä kehitetään yhteisöjen keskuudessa. Varsinkin talouden taantumien aikoihin paikalliset yhteisöt hakevat turvaa toisistaan, mikä mahdollistaa yhteisten innovaatioiden synnyn, jolloin yhdessä on mahdollista nousta haastavissa taloudellisissa olosuhteissa. (Mäkinen 2011.)

Ihmisen perustarpeiden tunnetuin teorian luoja on Abraham Maslow, jonka pyramidin malliin luotu tarvehierarkia on yksi tunnetuimmista psykologian teorioista. Teoria perustuu siihen, että ihminen pyrkii täyttämään perustarpeensa ennen kuin kaipaa lisäarvoa omaavia asioita elämäänsä. Pyramidin malliin luodussa teoriassa alimpana

ovat ihmisen välttämättömimmät tarpeet, joita ilman, emme selviäisi hengissä. Näihin kuuluu esimerkiksi ravinto ja suoja. Seuraavalla tasolle noustessa tarpeet luovat turvallisuutta ympärille ja tähän kuuluu muun muassa työ ja terveys. Kolmannella asteella tulevat sosiaaliset tarpeet, joihin kuuluvat yhteisö ja rakkaus. Toiseksi ylimmälle tasolle päästyä ihminen haluaa kokea tunnustusta osakseen ja ylimpänä tarpeena ovat esimerkiksi itsensä kehittäminen. (Maslow'n tarvehierarkia 2018.) Tämän tutkimuksen yhteisöllinen tila kohdistuu Maslow'n tarvehierarkian kahteen eri kohtaan eli sosiaaliseen yhteisön kuulumisen tarpeeseen ja ylimpään itsensä kehittämisen mahdollisuuksien antamiseen.

4 Tutkimuksen toteutus

Yhteisöllisen tilan markkinatutkimuksen aineistonkeruuseen käytettiin kvantitatiivista menetelmää ja luotiin nettikysely, jotta vastauksia pystyttiin samaan mahdollisimman kattavasti. Kysely lähetettiin toimeksiantajan sähköpostirekisterin perusteella asiakasyrityksien yhteyshenkilöille, joita pyydettiin jakamaan kyselyä eteenpäin omassa yrityksessään. Otokseksi valikoitui ryväsotannalla Lutakossa kyselyn aikana työskentelevät yritykset ja heidän henkilöstönsä. Tämän lisäksi kyselyä jaettiin myös Innova 3:n potentiaalisille tai jo tiedossa oleville tuleville asiakkaille.

Kyselyn suunnittelu

Kysymyksen luomiseen käytettiin runsaasti aikaa, jotta pystyttiin varmistumaan kompleksin aiheen kysymyksen muotoilujen selkeydestä. Tutkimuksen tarkoitus oli selvittää mielipiteitä ja tuntemuksia, jonka vuoksi kysymyksen täytyi olla selkeitä, jotta aineistoon saatiin osuvia vastauksia. Tutkimuksessa käytettiin paljon aikaa pohdittua, kuinka vastaajat saataisiin johdateltua aiheeseen, ilman valmiiden mielikuvien luomista tilasta. Mikäli johdattelua tutkittavaan ilmiöön eli yhteisölliseen tilaan olisi ollut liikaa, olisi se saattanut vaikuttaa tutkimuksen aineistoon negatiivisessa mielessä ja jotkut toteuttavissa olevat lennokkaat ideat tilalle eivät olisi tulleet esille.

Kvantitatiivinen tutkimus kulkee suoraan lineaarisesti eteenpäin. Mikäli tutkimuksen edetessä ilmenee ongelma, kvalitatiivisessa tutkimuksessa se voidaan ratkaista nopeasti tai kiertää. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ongelman eteen tullessa, joudutaan

usein lähtöruutuun tai ainakin ottamaan tutkimuksen etenemisessä takapakkia. (Kananen 2011.) Ensimmäinen versio kyselystä käytiin lävitse toimeksiantajan ja heidän kolmen kumppaniyrityksen edustajan kanssa, jonka seurauksena kysely muuttui radikaalisti kuukauden mittaisen pohdinnan seurauksena.

Ensimmäisen version läpikäynnissä huomattiin, kuinka tärkeää sanavalinnat ovat kyselyssä ja kuinka tutkimuksen aihe saattaa asettaa tutkittavien mieleen erilaisia mielikuvia. Esimerkiksi startup-yritysmaailmasta tunnetut coworking- sekä jaetut työtilat luovat hyvinkin pinttyneitä mielikuvia, jonka vuoksi tutkimuksen saatetekstissä oli pyrittävä välttämään viittauksia näihin. Yhteisöllisen tilan konseptiin oli kuitenkin johdattava vastaajat, jotta toimeksiantajan kumppaniyritysten edustajien kanssa koe-tiluilta ymmärryseroilta tilan toiminnallisuuksista vältyttäisiin tutkimuksen otoksen kanssa. Toimeksiantajan kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta tilan ajatuksena olisi 10 % työnteen mahdollistavia piirteitä ja 90 % jotain muuta. Koska ihmisillä on luontainen taipumus etsiä uudesta ajatuksesta tuttuja piirteitä, saattavat startupmaailmassa toimineet ja työskennelleet verrata uutta tilakonseptia liikaa jaettuihin työtiloihin.

Jatkojalostaessa ensimmäistä versiota kyselystä, huomattiin, etteivät ensimmäisen kyselyn kaikki kysymykset toimineet samalla tavalla kaikissa mahdollisissa vastauslaitteissa eli tietokoneella, tabletilla ja puhelimella. Tämän vuoksi kyselyn rakennetta muutettiin suuresti, sillä parhaiten kaikissa laitteissa toimivat kysymysmallit, joissa oli selkeä yksi kysymys ja vastausvaihtoehdot. Näin ollen, ensimmäisen version kysymys ”Mitä mieltä olet seuraavista väitteistä”, jossa oli useampia väitteitä allekkain, poistui kyselystä toimimattomana.

Markkinatutkimuksessa oli tärkeää saada vastaajien ajatuksia, ideoita ja toiveita näkyviin, jonka vuoksi avoimia kysymyksiä tutkimuksen kyselyssä oli useita. Strukturoidut kysymykset valmiine vastausvaihtoehtoineen ovat nopea analysoida, mutta niiden ongelmaksi tässä tutkimuksessa tulisi se, ettei potentiaaliset ja toteuttavissa olevat ideat pääsisivät esille. Lisäksi avoimilla kysymyksillä pyrittiin löytämään, millaisia tunteita yhteisöllisen tilan konsepti vastaajissa herättää, esimerkiksi heidän kirjoitustyyliinsä saattoi paljastaa jotain tunteita. Tutkimuksessa päädyttiin käyttämään

sekä avoimia että strukturoituja kysymyksiä, koittaen pitää kysely kuitenkin mahdollisimman lyhyenä ja käyttäjäystävällisenä. Käyttäjäystävälliseksi suunnitellulla kyselyllä pyrittiin siihen, etteivät vastaajat lopettaisi kyselyn tekoa kesken. Kysely luomiseen ja aineistonkeruuseen päätettiin käyttää Webropolia.

Taustamuuttujien valinta

Taustamuuttujiksi kyselyyn valittiin: sukupuoli, ikä, äidinkieli, toimiala, sijainti, henkilöstön määrä, asema, työskentelytapa ja tyytyväisyys toimeksiantajan palveluihin. Kaksi ensimmäistä taustamuuttujaa on perinteisiä taustamuuttujia, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Äidinkieltä kysymällä, saatiin selvitettyä vastaajien kulttuuritautaa. Toimeksiantajan tiloissa työskentelee kansainvälistä väkeä, jonka vuoksi oli mahdollista, että vastauksista olisi löydettävästi kulttuurillisia eroavaisuuksia.

Toimialan selvittäminen aiheutti hankaluutta, sillä valmiita vastausvaihtoehtoja olisi pitänyt olla kymmeniä ja monialaisissa yrityksissä työntekijät eivät välttämättä vastaisi samalla tavalla. Tämän vuoksi, päätettiin asettaa taustakysymykseksi; missä yrityksessä vastaaja työskentelee, jolloin pystyttäisiin aineistonkeruun jälkeen itse muuttamaan yritykset toimialoiksi. Toimimalla näin, toimialat vastaisivat yrityksen virallisia kaupparekisterimerkintöjä eikä tulkinnanvaraisuutta olisi. Tutkittavien anonymiteettiä lisäisi se, että yritykset muutettiin aineistossa toimialoiksi.

Tutkimuksessa pääosin kaikki taustakysymykset määriteltiin pakollisiksi, mutta avoimet kysymykset olivat kaikki vapaaehtoisia, jotta vastaajat vastaisivat suuremmalla varmuudella kyselyyn tai ainakin osaan kysymyksistä. Taustakysymyksistä vain ”missä yrityksessä työskentelet” ja ”kuinka tyytyväinen olet yleisesti Kielon palveluihin” kysymykset olivat vapaaehtoisia. Niin pakollisissa kuin vapaaehtoisissa kysymyksissä oli vaihtoehtona myös suoraviivaiset ”en tiedä” tai ”en halua vastata” vaihtoehdot, jotta vastaaja ei kokisi, että hänet pakotetaan vastaamaan. Taustakysymysten pakollisuus on tutkimuksessa tärkeää, koska sillä varmistettiin aineistoanalyysia varten kattava kuva vastaajista.

Koska kysely lähetettiin toimeksiantajan toimesta kahdelle selkeästi eri ryhmälle eli nykyisille ja potentiaalisille Lutakon alueen asiakkaille, oli tutkimuksessa pystyttävä

erittelemään nämä vastaukset toisistaan aineiston analysointivaiheessa. Tämän vuoksi lisättiin taustakysymyksiin kohta viisi, jonka avulla pystyttiin erottelemaan nykyiset ja potentiaaliset asiakkaat toisistaan. Tutkimuksen kannalta oli tärkeää saada myös selville, minkä kokoisissa yrityksissä kiinnostusta olisi. Toimeksiantajan asiakas-yrityksien joukossa oli niin kansainvälisiä henkilöstömäärältään suuria yrityksiä kuin pieniä paikallisia. Tutkimuksessa haluttiin selvittää, onko yritysten välinen yhteisöllisyys riippuvainen yrityksen koosta. Asemaa työpaikalla kysyttiin kahdesta syystä. Ensimmäiseksi johtajille/omistajille ja yrittäjille aukeni kyselyn loppuun ylimääräinen hintaan liittyvä kysymys ja toisaalta tutkimuksessa pyrittiin selvittämään vaikuttaako henkilöiden asema mielipiteisiin tilasta.

Työnteon tavalla voisi olla vaikutusta tilan käyttöön, tämän vuoksi oli hyvä tutkia, onko esimerkiksi etätyön tekemisellä vaikutusta tilan käyttöön vai ei. Etätyötä tekeville avautui lisäkysymys siitä, missä ja miksi he tekevät etätyötä. Kysymyksen tavoitteena oli saada selville, millaisissa tiloissa perinteisen toimistoympäristön sijasta vastaajat tykkäävät työskennellä. Mikäli jatkokysymys olisi muotoiltu miksi ja missä muotoon, vastaukseksi saattaisi tulla esimerkiksi ”etämatkan takia kotona”, jolloin vastaus ei olisi tuonut lisäarvoa tutkimukselle. Sen sijaan missä ja miksi kysymyksellä pyrittiin saamaan tiloihin liittyviä vastauksia kuten ”kotona, rauhallisempi ympäristö”. Viimeiseksi taustakysymyksen ”Kuinka tyytyväinen olet yleisesti Kielon palveluihin?” tarkoituksena oli saada selville, vaikuttaako tyytyväisyysaste mielenkiintoon lisäpalveluista.

Kysymyksien muodostaminen

Varsinaisia kysymyksiä laatiessa päätettiin johdatella vastaajat yhteisöllisen tilan maailmaan kolmen ensimmäisen avoimen kysymyksen avulla. Ensimmäiseksi kysymykseksi valikoitui ”Mitä yhteisöllisyys sinulle merkitsee?”, koska tutkimuksen teoriaosuudessa kävi ilmi, että yhteisöllisyydelle ja sen tunteelle ei ole olemassa yhtä ainoaa oikeaa määritelmää. Tämän vuoksi, koettiin tärkeäksi selvittää, mitä yhteisöllisyys tarkoittaa tutkittaville. Toisena johdattelevana kysymyksenä oli ”Mitkä tilat ovat mielestäsi viihtyisiä? Miksi?”. Näiden kysymyksien avulla saatiin pilkottua markkina-tutkimuksen aihe eli yhteisöllinen tila kahteen osaan. Sillä yhteisöllinen tila on toi-

meksiantajan työnimenä toiminut nimi ja termi tilalle, haluttiin selvittää, mitä mielikuvia se luo tutkittavien mieleen. Näin syntyi kolmas kysymys ” Mitä mielikuvia termi ”yhteisöllinen tila”, business park ympäristössä, herättää sinussa?”. Näillä kolmella kysymyksellä tutkittavat saatiin johdateltua aiheeseen, heidän jokaisen omien mielikuvien avulla, ilman että heille annettiin valmiita määritelmiä tai mielikuvia.

Kun vastaajat oli saatu johdateltua aiheeseen heidän omien mieltymyksien kautta, pyydettiin heitä määrittelemään strukturoitujen vastausvaihtoehtojen kautta, mikä heille itselleen olisi yhteisöllisessä tilassa kaikkein tärkeintä. Vastausvaihtoehdoiksi annettiin verkostoituminen, hetkellinen rentoutuminen keskellä hektistä työpäivää, järjestetyt tapahtumat, hyvinvointipalvelut kuten hieronta tai taukojumppa, muu sekä en tiedä. Tämän kysymyksen kautta pyrittiin kartoittamaan, mikä vastausvaihtoehdoista olisi kaikkein tärkein vastaajille, jolloin tilan päätarkoitus tulisi selkeästi näkyviin tuloksissa.

Näin vastaajat oli saatu kertomaan, mitä yhteisöllinen tila heille olisi. Seuraavien kahden avoimen kysymyksen ”Mitä sinä haluaisit tehdä yhteisöllisessä tilassa?” ja ”Mikä saisi sinut käyttämään yhteisöllistä tilaa?” avulla, pyrittiin pääsemään syvemmälle aihepiiriin. Näillä kysymyksillä haettiin vastaajien motiiveja tilan mahdolliselle käytölle. Ensimmäinen näistä tarkasteli vastaajan toiveita ja unelmia tilasta, kun jälkimmäinen kysymys toi tilan käytön konkreettisemmalle asteelle. Tutkimuksessa päädyttiin kysymysasetteluun, koska usein eri asioita halutaan tehdä, kun oikeasti tehdään.

Seuraavaksi haluttiin selvittää vastaajien mahdollisen käytön tilalle. Kysymys numero seitsemäntoista oli ”Milloin voisit kuvitella käyttäväsi yhteisöllistä tilaa?” ja tähän oli annettu vastausvaihtoehdoiksi: ennen työpäivää, työpäivän aikana, työpäivän jälkeen, illalla tai viikonloppuna, en käyttäisi tilaa, en tiedä. Kysymyksen alle lisätiedoksi annettiin, että vastaajat pystyvät valitsemaan useamman vaihtoehdon. Useamman vaihtoehdon mahdollistamisen avulla pystyttäisiin analysoimaan paremmin, milloin tilalla olisi käyttöä vai olisiko sillä lainkaan. Tämä kysymys oli erityisen tärkeä, koska se antaa suoraan vastauksen yhteen tutkimusongelman kysymyksistä: onko yhteisölliselle tilalle kysyntää ja käyttöä.

Yhteisöllisyyden ollessa maailmalla trendi ja yritysten sisällä kannatteleva voima, tutkimuksessa pyrittiin selvittämään kaipaavatko yritykset sijaintinsa kautta määriteltyä yhteisöllisyyttä. Avoin kysymys numero kahdeksantoista sai näin muodokseen: ”Voisiko yhteisöllisyyttä mielestäsi lisätä Kielon asiakasyritysten kesken? Miten?”. Sillä erilaisia yhteisöjä on olemassa, pyrittiin kysymyksen 19 avulla täsmentämään, millainen yhteisö olisi vastaajille mieluinen. Kysymykseen asetettiin valmiit vastausvaihtoehdot, jotka olivat: virtuaalinen, sosiaalinen ja vapaamuotoinen yhteisö sekä ei mikään näistä, muu ja en tiedä.

Kyselyn viimeinen aihe eli hinta osoittautui kaikista hankalimmaksi kysymykseksi muotoilla. Yhteisöllisen tilan lisäpalvelua ei haluta hinnoitella liian kalliiksi potentiaalisille asiakkaille, joten tämän kysymyksen tarkoituksena oli saada apua tilan hinnoitteluun. Kysymys sai muotoiluvaiheessa useita erilaisia muotoja ja päätös, onko kysymys avoin, strukturoitu vai jotain silti väliltä asetti myös haastetta. Varsinkin, kun markkinatutkimuksen aikana vastaajat voivat kuvailla täysin erilaisia tiloja. Lopulta kysymys muotoutui seuraavaksi ”Kuinka paljon sinä, käyttäjänä, olisit valmis maksamaan yllä kuvailemastasi yhteisöllisen tilan lisäpalvelusta kuukaudessa?”. Vastaajille, jotka ovat ilmoittaneet asemakseen johtajan tai yrittäjä/omistaja avautui tämän jälkeen vielä hieman erilainen hintakysymys, joka sai lopulta muodon: ” Kuinka paljon uskot, että yrityksesi olisi valmis maksamaan yhteisöllisestä, työhyvinvointia lisäävästä, tilasta kuukaudessa per työntekijä?”. Tämän kysymyksen avulla pyrittiin selvittämään, paljonko yrityksen päättäjätasolla olevat henkilöt arvioisivat, että yritykset olisivat valmiita maksamaan lisäpalvelusta. Kysymys piilotettiin muilta vastaajilta, koska päättäjätaso tietää yrityksen budjetit ja maksuhalukkuuden parhaiten.

Vastausvaihtoehdoksi hintakysymyksille asetettiin liikkuva kytkin, jossa vastaaja pystyi määrittelemään vastauksensa nollan ja kolmensadan väliltä. Kytкин asetettiin näyttämään 150 € eli yhtä kauas kummastakin ääripäästä. Ratkaisuun päädyttiin kahdesta syystä. Ensinnäkin coworking-työskentelytilojen vuokrat pyörivät noin kahdensadan euron paikkeilla ja hinta tulisi kertomaan, onko vastaaja pohtinut enemmän tilaa paikkana työskennellä vai oletusarvoisena olevasta yhteisöllisestä tilasta. Toiseksi

vastaajat houkutellaan liikuttamaan kytkintä asettamalla se keskimmäiseen mahdolliseen arvoon eikä se tällöin anna vastaajille tietoa toimeksiantajan olettamasta hintatasosta.

Kyselyn viimeiselle sivulle haluttiin antaa vapaata tilaa vastaajille kommentoida uudenlaista yhteisöllisen tilan konseptia. Näin ollen syntyi avoin kommenttikenttä, jonka yläpuolelle kysymyksen paikalle kirjoitettiin ” Vapaa sana yhteisöllisen tilan konseptista”. Tämän jälkeen haluttiin antaa vastaajille mahdollisuus palauteen tai kommenttien jättämiselle, joten kyselyssä kohdalle 23 syntyi avoin kohta ”Palautetta ja kommentteja kyselystä”. Kyselyn viimeisessä kohdassa ” Jos haluat osallistua arvontaan, jätä sähköpostiosoitteesi” annettiin vastaajille mahdollisuus osallistua luvattuun arvontaan, jossa palkintona oli lounaslippuja.

Valmiin kyselyn testaus

Valmista kyselyä testattiin useaan kertaan opinnäytetyön tekijän lähipiirin toimesta, johon kuuluu myös henkilöitä, jotka työprofiililtaan vastasivat hyvin varsinaista kohderyhmää. Koska tiedettiin, että tutkimuksen otokseen kuului äidinkieleltään muitakin kuin suomenkielisiä, kysely käännettiin myös englanniksi. Englanninkielisen version kieliasu ja ymmärrettävyys tarkastettiin kahdelta kyselyä testanneelta henkilöltä, joista toinen on natiivi englannin kielen puhuja ja toisen taidot vastaavat natiivia. Näin pystyttiin varmistamaan, että suomen- ja englanninkieliset kyselyt vastasivat toisiaan täysin ja tulkintaerot käänöksissä pystyttiin minimoimaan.

Aineistonkeruu

Aineistonkeruu aloitettiin tammikuun viimeisellä viikolla tiistaina 28.1.2020 ja kyselyyn vastaamisaika rajoitettiin kolmeen viikkoon. Aineistonkeruu-aika päättyi perjantaina 14.2.2020 ja muistutus kyselyyn vastaamisesta lähetettiin torstaina 6.2.2020. Sähköinen linkki Webropol-kyselyyn ja muistutus lähetettiin Kielon asiakaspalvelun toimesta Lutakon alueella sijaitsevien yritysasiakkaiden yhteyshenkilöille, joita pyydettiin jakamaan viesti omalle henkilöstölleen. Kysely lähetettiin GDPR:n toteutumisen takaamiseksi Kielo Office Solutions Oy:n sähköpostista yhteensä 137 vastaanottajalle. Vastaanottajien sähköpostiosoitteet laitettiin piilokopiokenttään, jotta ne eivät näkyneet toisille vastaanottajille. Mikäli kaikki vastaanottajat välittivät viestin eteenpäin

koko Lutakon alueen henkilöstölleen, kysely saavutti ainakin 2 334 potentiaalista vastaajaa. Tämä luku on saatu kulunvalvonnan kautta, joten työntekijät, joilla ei ole omia avaimia toimistoihin, ei ole voitu huomioida luvussa. Kyselyä jaettiin myös myyntipalvelun toimesta Innova 3 potentiaalisille asiakkaille.

Liitteen yksi mukainen saatekirje sisälsi linkin kyselyyn, joka on näkyvissä liitteessä kaksi. Saatekirjeessä kerrottiin, että vastaajilla on mahdollisuus vaikuttaa heidän omaan työympäristöönsä. Toimeksiantajana oleva Kielo Office Solutions Oy halusi pyrkiä kasvattamaan loppuun asti suoritettujen vastauksien määrää, antamalla kyselyyn vastanneiden keskuuteen arvottavaksi kaksi lounaslippua ravintola Fiiluun, joka sijaitsee Innova 1 kiinteistössä. Arvonnan suoritti toimeksiantaja sähköpostilistan perusteella, joka muodostettiin aineistonkeruujan päätyttyä tutkimusaineistosta ennen näiden tietojen poistoa. Näin yksittäisiä vastauksia ei voitu yhdistää osoitteisiin ja vastaajien anonymisyys saatiin taattua. Sähköpostiosoitteen jättäminen kyselyyn oli vapaaehtoista.

Aineistoanalyysi

Kvantitatiivisen tutkimuksen aineiston analysoinnissa on tarkoitus saada numerollisia tuloksia sekä löytää muuttujien riippuvuus- ja syy-seuraus-suhteita. Tutkimuksessa käytetyt mittarit eli kysymykset vaikuttavat siihen, mitkä analysointimenetelmät soveltuvat aineiston tulkintaan. Tuloksien esittämiseen on monia tapoja, kuten suora jakauma eli yksiulotteinen frekvenssijakauma ja ristiintaulukointi. Suoran jakauman avulla voidaan kuvata kerrallaan vain yhden muuttujan arvoja, ominaisuuksia tai käyttäytymistä aineistossa ja prosenttilukko on sen yleisin havainnointitapa. (Kananen 2011.)

Riippuvuuksien tarkastelussa ristiintaulukointi on käytetyin analysointimenetelmä. Tämän avulla aineistosta on löydettävissä riippuvuussuhteita sekä eroja kahden eri muuttujien välillä. Ristiintaulukoinnin yhteydessä voidaan Khiin neliötestin tai t-testin avulla tutkia muuttujien välistä merkittävyyttä. Testien avulla selviää, onko ryhmien väliset eroavaisuudet oleellisia vai sattumia. Merkittävyyttä voidaan tarkastella kolmiasteisella asteikolla: erot ovat melkein merkitseviä, merkitseviä tai erittäin merkitseviä. (Mt.)

Strukturoitujen kysymysten vastauksien analysointiin käytettiin pääasiassa SPSS-analysointiohjelmaa ja Excelin eri työkaluja. Analysointityökaluja hyödyntämällä aineistosta oli helpompi löytää syy-seuraus-suhteita ja tehdä tulkintoja. Avoimien vastauksien analysointia helpotukseksi kirjoitettiin kaikki vastaukset post-it -lapuille, jotta niitä oli helpompi siirrellä ja järjestellä. Tämän jälkeen ne aseteltiin toimeksiantajan tyhjän kokoustilan pöydälle, jolloin niistä oli selkeästi havaittavissa, mitkä asiat tutkimusta nousivat toistuvasti esiin. Vastauksissa oli selkeitä ja konkreettisia ehdotuksia, mutta myös mielikuvia luovia tunnelmallisia muotoiluita.

Tuloksia esitetään eri tavoin, kuten frekvenssitaulukoilla ja ristiintaulukoinnista muodostetuilla kuvioilla. Merkittävyyseroja pyrittiin löytämään Khiin neliötestin sekä t-testin avulla. Avoimista kysymyksistä saadun aineiston havainnointiin käytettiin avuksi Excelin ja PowerPointin työkaluja.

Tutkimusaineisto säilytettiin verkossa salasanojen takana. Posti-it -lapuille kirjoitetut vastaukset säilyivät joko opinnäytetyön tekijän kotona tai tarvittaessa hänen mukanaan tarkoin varjeltuna. Tutkimusaineisto tuhottiin huolellisesti tutkimuksen päätteeksi edellä mainituista säilytyspaikoista. Toimeksiantajalle muodostettiin tiedosto aineistosta, jossa eri vastaukset oli sekoitettu huolellisesti, jolloin vastaajien anonymiteetti voitiin varmistaa myös tulevaisuuteen. Vastaukset luovutettiin toimeksiantajalle, jotta tilan toteutuessa tilasuunnittelija voisi hyödyntää jo kerättyä aineistoa varsinaisessa suunnittelutyössä.

5 Tutkimustulokset

Tämän pääluvun sisältö on salattu ja löytyy liitteestä 3.

5.1 Vastanneiden taustatiedot

Tämän alaluvun sisältö on salattu ja löytyy liitteestä 3.

5.2 Vastaajien ajatukset yhteisöllisyydestä ja tiloista

Tämän alaluvun sisältö on salattu ja löytyy liitteestä 3.

5.3 Yhteisöllinen tila

Tämän alaluvun sisältö on salattu ja löytyy liitteestä 3.

6 Johtopäätökset

Tämän pääluvun sisältö on salattu ja löytyy liitteestä 4.

7 Pohdinta

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, onko toimeksiantajana toimivan Kielo Office Solutions Oy:n suunnittelema yhteisölliselle tilalle kysyntää heidän asiakasyritysten henkilöstöjen keskuudessa ja mikäli kysyntää on, millaista tilaa käyttäjät kaipaavat fyysiseen työympäristöönsä. Aihetta tutkittiin niin yhteisöllisyyden kuin toimitilojen muutoksen ja trendien kautta kvantitatiivista tutkimusmenetelmää hyväksikäyttäen. Tutkimuksen tuloksissa oli yhteneväisyyksiä teoriaosuudessa esiteltyihin artikkeleihin, trendeihin ja tutkimuksiin.

Tutkimuksen kyselyyn vastaajien määrä jäi pieneksi potentiaaliseen vastausmäärään nähden, mutta saavutti kuitenkin validin markkinatutkimuksen minimiarvon eli 50 vastaajaa. Tutkimusaineiston kato on suuri ongelma internetkyselyissä, joissa edes muistutuksien avulla todella harvoin päästään lähelle tai yli 50 vastausprosentin luokkaa (Kananen 2011, 72). Kyselyä kuitenkin avattiin tuplasti suurempi määrä, mitä loppuun asti vastanneita oli. Tämä osittain selittyy sillä, että toimeksiantajan aulapalvelusta on selvinnyt, että oma henkilökunta on käynyt avaamassa ja lukemassa kyselyn lävitse. Tämä ei selitä kokonaismäärää, mutta osittain antaa ymmärrystä. Koska kyselyssä oli asetettu taustakysymyksiä pakollisiksi, uteliaisuudesta seuranneet kyselyn

avaamiset ja vastauksien aloittamisia ei voida pitää luotettavina, kun arvioidaan otoksen käyttäytymistä.

Tutkimuksen hinnoittelukysymykset olisi jälkikäteen asetettu kummatkin kaikille näkyviin. Vaikka ajatuksena oli, ettei niin sanotusti rivityöntekijät välttämättä osaa sanoa, kuinka paljon yritys voisi olla valmis maksamaan jostakin palvelusta, olisi tämä antanut analysointivaiheeseen enemmän aineistoa. Tämä olisi puolestaan voinut auttaa toimeksiantajaa paremmin lisäpalvelun hinnoittelussa. Johtajien, omistajien sekä yrittäjien vastauksia olisi voinut analysointivaiheessa tutkia erikseen, jonka vuoksi kysymyksen piilottamiselle ei jälkikäteen ajateltuna olisi enää ollut aiheutta. Mikäli kummatkin kysymykset olisi olleet kaikille näkyvissä, olisi ollut mielenkiintoista tutkia vaikuttaisiko maksajan ominaisuus tilasta koettuun arvo-odotukseen.

Validiteetti tutkimukselle onnistui hyvin, ennalta pohditut mittaustavat saadulle aineistoille toimivat hyvin ja odotuksien mukaisesti. Avoimien kysymyksien kohdalla on aina mahdollisuutta tulkintavirheisiin, mutta ne pyrittiin omien henkilökohtaisten kykyjen mukaan minimoimaan, tarkistamalla tulokset useaan kertaan. Avoimien kysymyksen vastauksista muodostetut sanapilvet poistavat avoimien vastauksien virheellistä tulokinnallisuutta. Tilastollinen tapa analysoida tuloksia oli luonteva, jonka vuoksi valittujen mittareiden käyttötavat olivat selkeitä ja toimivia.

Kuukausi ennen kyselyn julkaisua eräessä toimeksiantajan aamupalatilaisuudessa julkaistiin, että Innova 3 rakennukseen tullaan rakentamaan kahvio. Koska tätä ei maininnut saatekirjeessä tai kyselyn infotekstissä, osa vastaajista ei ollut välttämättä tietoisia tulevasta kahvilasta. Tämän vuoksi vastauksissa toistui toive kahvilasta useaan otteeseen. Mikäli tuleva kahvila olisi mainittu olevan jo tulossa uuteen toimistotaloon, olisi tutkimuksessa voinut ilmetä enemmän tilojen käyttäjien muita toiveita. Toisaalta, tämä tulos antaa toimeksiantajalle tietoa ja varmuutta siitä, että heidän suunnitelmallensa kahvilalle on suurta kysyntää ja tietoa voidaan käyttää hyödyksi kahvilapalveluita tuottavien yritysten kanssa neuvotteluissa.

Mikäli tutkimus toistettaisiin samanlaisena myöhemmin samalle joukolle, tutkimuksen reliabiliteetti saattaa erota alkuperäisestä, koska tutkimus käsittelee vahvasti

mielipiteitä ja arvomaailmaa. Eroavaisuutta kasvattaa yksilöiden maailmankuvan ja mielipiteiden muutokset ajan kuluessa. Esimerkiksi markkinatutkimuksen aikana tapahtunut koronaviruspandemia voi muuttaa suuresti yksilöiden maailmankuvaa. Kaikkien yritysten taloudelliset tilanteet eivät esimerkiksi ole enää samalla tasolla kuin ne olivat markkinatutkimuksen kyselyä tehdessä. Muuttuneen tilanteen vuoksi, jo muutaman kuukauden aikaero kyselyn teosta tutkimuksen valmistumiseen saattaa valitettavasti vaikuttaa tutkimustuloksien ajankohtaisuuteen. Vaikka pandemian aikana etätyön määrä on kasvanut suuresti, ei sen pysyvyyttä voida ennustaa. Fyysisen etäisyyden ottaminen toisiin ihmisiin saattaa lisätä tulevaisuudessa yhteisöllisyyden merkityksellisyyttä, jonka vuoksi yhteisöllisen tilan tuomat mahdollisuudet voivat kasvattaa suosiotaan.

Mikäli toimeksiantaja päätyy rakentamaan Innova 3 yhteyteen yhteisöllisen tilan, hyviä jatkotutkimusaiheita tälle opinnäytetyölle olisi: tilan markkinointi, tilan käyttöönotto ja asiakastytyvyisyys, kun tila on ollut jo käytössä. Tilan hinnoittelumahdollisuuksista on mahdollista tehdä syvempää tutkimusta ja kartoittaa esimerkiksi tämän tutkimuksen johtopäätöksissä syntyneen uudenlaisen hinnoitteluvaihtoehdon kysyntä ja mahdollisuus. Hinnoitteluvaihtoehtoa on mahdollista testata laskentatoimen keinoin. Mielenkiintoista olisi myös tutkia tulevaisuudessa, kuinka koronaviruspandemia vaikutti yhteisöllisyyden kokemiseen sekä työntekoon toimistotaloympäristöissä.

Tilan toteutuessa olisi sille hyvä luoda oma tilastrategia, jonka avulla tilaa pystyttäisiin johdonmukaisesti hallinnoida ja kehittää. Tilastrategian olisi oltava osa Innova 3:n kiinteistöstrategiaa. Tilastrategiassa tulisi jo ennakolta pohtia esimerkiksi yhteisöllisen tilan vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia eli tehdä tilalle SWOT-analyysi. Tilalle olisi hyvä pohtia myös säännöt, joita sen käyttäjien tulisi noudattaa. Onko käyttäjien esimerkiksi sallittua tuoda tilaan vieraita ja mihin aikaan tai voidaanko tilaa vuokrata yritysten tai ulkopuolisten käyttöön. Taikka millaisiin tapahtumiin tilaa voitaisiin hyödyntää. Aihe sopisi tämän tutkimuksen jatkotutkimusaiheeksi, koska näitä seikkoja olisi hyvä tarkastella laajemmin jo ennen tilan rakentamista.

Opinnäytetyö on prosessi ja tämä tutkimus vaati rohkeutta uudistaa kertaalleen tehty kysely kokonaisuudessaan, jotta tutkimukselle saatiin kerätty laadukkaampi ja

kattavampi aineisto. Toinen merkittävä asia tutkimustyön loppuunsaattamiselle oli motivaation ylläpito loppumetreille asti sekä aikataulussa pysyminen. Aiheeseen perehtyneisyys, auttoi kyselyn muodostamisessa ja kiinnostus aihetta kohtaan antoi uskoa sekä voimaa uudistaa kysely tutkimuksen puolivälissä. Oppimiskokemuksena tutkimuksen teko oli suuri, mikä auttaa opinnäytetyön tekijää eteenpäin toimitiloihin kohdistuvalla urapolullaan ja opinnäytetyö lisäsi tietotaitoa aihepiiriä kohtaan merkittävästi.

Lähteet

- Aro, J. 2011. Yhteisöllisyys ja sosiaalinen side. Julkaisussa Yksilöllinen yhteisöllisyys – avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Toim. S. Kangaspunta. Tampere: Tampere University press.
- Frey, B. B. 2016. There's a stat for that!: What to do & when to do it. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- Hakala, J. 2015. Toimivan tutkimusmenetelmän löytäminen. Julkaisussa Ikkunoita tutkimusmetodeihin. Toim. R. Valli & J. Aaltola. 4. uudistettu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- HYVE 2020: Työ, yhteisö ja kestävä talous. N.d. Työterveyslaitos. Viitattu 15.2.2020. <https://www.ttl.fi/tutkimushanke/hyve-2020-tyo-yhteiso-ja-kestava-talous/>.
- Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu
- Kananen, J. 2014. Verkkotutkimus opinnäytetyönä: Laadullisen ja määrällisen verkko-tutkimuksen opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kangaspunta, S. 2011. Traditionaalista yhteisöstä verkkoyhteisyyteen. Julkaisussa Yksilöllinen yhteisöllisyys – avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Toim. S. Kangaspunta. Tampere: Tampere University press.
- Ketokivi, M. 2009. Tilastollinen päättely ja tieteellinen argumentointi. Helsinki: Gaudemus Helsinki University press.
- Kiinteistöliiketoiminnan sanasto. 2012. Rakli ry. 2.painos. Helsinki: Sanastokeskus TSK ry. Viitattu 19.11.2019. <https://www.rakli.fi/media/toimitilat/kiinteistoliiketoiminnan-sanasto.pdf>.
- Kielo yrityksenä. N.d. Kielo Office Solutions Oy. Viitattu 22.3.2020. <https://kieloofficesolutions.fi/yritys/>.
- Kohll, A. 2019. How Your Office Space Impacts Employee Well-Being. Forbes. Viitattu 29.2.2020. <https://www.forbes.com/sites/alankohll/2019/01/24/how-your-office-space-impacts-employee-wellbeing/#28480d8964f3>.
- Koskinen, I. Ruuska, M. & Suni, T. 2018. Tutkimuksesta toimintaan. Tieteentekijän opas viestintään ja vaikuttamiseen. Helsinki: Art House.
- Kröger, K. 2020. Innova 3:n päivitetty rakennusaikataulu. Sähköpostiviesti 13.5.2020. Vastaanottaja M-L. Ilkka. Opinnäytetyön toimeksiantajan edustajan lähettämä sähköpostiviesti opinnäytetyön kirjoittajalle.
- Kuula, A. 2015. Tutkimusetiikka: Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Vastapaino. <https://janet.finna.fi/>, Ellibs.

- Levänen, K. I. 2013. Kiinteistö- ja toimitilajohtaminen. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University press.
- Lorenzetti, L. 2016. This Is the Future: Workplaces that Make You Healthier. Fortune Magazine. Viitattu 24.11.2019. <https://fortune.com/2016/07/13/mckesson-headquarters-well-building-certification-wellness/>.
- Lutakkoon nousee uusi bisneksen koti – Innova 3:n pääteemoina yhteisöllisyys, työhyvinvointi ja vastuullisuus. 2019. Keski-Suomen Kauppakamari, 2019, 4, 11. Viitattu 15.2.2020. https://issuu.com/kskauppakamari/docs/marraskuunlehti_web.
- Manitsidou, L. & Balogiannis, T. 2018. Workplace design as a strategic tool for real estate development. Observing global mind-set shift to wellness. RELAND: International Journal of Real Estate & Land Planning, 1. Viitattu 11.2.2020. <https://janet.finna.fi>, BASE - Bielefeld Academic Search Engine.
- Maslow'n tarvehierarkia. 2018. Mielen ihmeet. Viitattu 5.4.2020. <https://mielenihmeet.fi/maslown-tarvehierarkia/>.
- Matikka, L. 2015. Yhteinen Flow. Helsinki: Intimare.
- Mellanen, A & Mellanen, K. 2020. Hyvät, pahat ja milleniaalit. Jyväskylä: Atena Kustannus.
- Mäkinen, M. 2011. Paikallisuuden uudet merkitykset yhteisöjen innovaatioverkostoissa. Julkaisussa Yksilöllinen yhteisöllisyys – avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Toim. S. Kangaspunta. Tampere: Tampere University press.
- Opas markkinatutkimuksen toteutukseen. N.d. Webropol. Viitattu 22.2.2020. https://webropol.fi/pdf/Opas%20markkinatutkimuksen%20tekemiseen%202015_09_10.pdf.
- Paasivaara, L. & Nikkilä, J. 2010. Yhteisöllisyydestä työhyvinvointiin. Helsinki: Kirjapaja.
- Pohjoismaiden terveellisin toimisto löytyy Suomesta. 2018. Green building partners. Viitattu 23.3.2020. <https://gbp.fi/pohjoismaiden-terveellisin-toimisto-loytyy-suomesta/>.
- Sterkenberg, Z. 2019. The office design trends of 2020. Viitattu 28.3.2020. <https://www.ambius.com/blog/2020-office-design-trends/>.
- Sugden, P. 2019. How workplace design drives productivity. Strategic HR review, 18, 5, 237-238. Viitattu 6.3.2020. <https://janet.finna.fi>, Emerald Insight (Journals).
- The growing importance of workplace community. N.d. Bruntwood. Viitattu 29.2.2020. <https://bruntwood.co.uk/blog/the-growing-importance-of-workplace-community/>.
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum. Viitattu 4.4.2020. <https://janet.finna.fi>, Ellibs.

Valli R. 2015. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. 2. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Valli, R. & Perkkilä, P. 2015. Nettikyselyt ja sosiaalinen media aineistonkeruussa. Julkaisussa Ikkunoita tutkimusmetodeihin. Toim. R. Valli & J. Aaltola. 4. uudistettu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. 1.-3. painos. Helsinki: Tammi.

Virtanen, P. 2005. Houkutteleva työyhteisö. Helsinki: Edita.

Liitteet

Liite 1 Kyselyn saatekirje

Hei!

Suunnittelemme parhaillaan uudenlaista toimistotaloa Innova 3 ja kartoitamme mahdollisuutta luoda täysin uudenlaisen yhteisöllisen tilan, asiakasyrityksiemme henkilöstöjen yhteiskäyttöön.

Haluammekin ottaa teidät, nykyiset Innovien asiakkaamme, mukaan kehitysprojektiin.

Toteutuessaan tila voi toimia taukotilana, kohtaamispaikkana, co-working tilana tai juuri sellaisena tilana, mitä sinä kaipaisit tai haluaisit käyttää.

Tilassa voi olla tarjolla myös erilaisia palveluita tai tapahtumia, kuten hierontaa, taukojumppaa tai vaikkapa järjestetty asiakasyrityksiemme välinen biljarditurnaus.

Vain mielikuvituksemme on tässä vaiheessa rajana. Minkälaista tilaa, juuri sinä kaipaat työympäristöösi? Osallistu ja vaikuta.

Olemme saaneet projektiin mukaan JAMKista meillä harjoittelussa olleen ja nykyisin aulapalvelun tuuraajana toimivan Minna-Liisa Ilkan.

Minna-Liisa on rakentanut yhteisölliseen tilaan liittyen kyselyn, osana käyttäjälähtöisten tilojen opinnäytetyötään. Linkki kyselyyn löytyy alta.

Välitättehän kyselyn yrityksenne Innovissa työskentelevälle henkilöstölle. Kysely on suomeksi ja englanniksi.

Kysely on avoinna 14.2.2020 asti.

<https://webropol.com/s/innova3yhteisollinentila>

Kaikkien vastaajien kesken arvotaan 2kpl lounaita ravintola Fiiluun.

Ystävällisin terveisin / Best Regards,

Kielon asiakkuustiimi

Kielo Office Solutions

jyvaskyla@kieloofficesolutions.fi

Liite 2 Webropol kysely

Yhteisöllisen tilan markkinatutkimus

Tämä kysely on osa Jyväskylän ammattikorkeakoulun, käyttäjälähtöisten tilojen, restonomiopiskelija Minna-Liisa Ilkan opinnäytetyötä. Kyselyssä tutkitaan, onko Kielo Office Solutions Oy:n suunnittelema yhteisölliselle tilalle, Innova 3 yhteyteen, kysyntää asiakasyritysten henkilöstöjen keskuudessa. Tila on toteutuessaan tarjolla lisäpalveluna kaikille Kielon asiakasyrityksille ja näiden henkilöstön jäsenille. Tilan tarkoituksena on lisätä asiakasyritysten keskele yhteisöllisyyttä ja työntekijöiden työhyvinvointia.

Nyt jokaisella kyselyyn vastaajalla, on mahdollisuus vaikuttaa siihen, millainen tuo yhteisöllinen tila olisi toteutuessaan. Olisiko tilassa kenties biljardipöytä, taukojumppavälineet, paikka ottaa nokoset, ~~co-working~~ mahdollisuus... Vain mielikuvitus on tässä vaiheessa rajana.

Kyselyyn vastaaminen vie noin 10-15 minuuttia. Kyselyn lopussa voit jättää sähköpostiosoitteesi, mikäli haluat osallistua arvontaan, jonka palkintona on 2kpl lounaita Innova 1:ssä sijaitsevaan ravintola Filuun.

Kysely on täysin anonyymi ja luottamuksellinen. Yksittäisiä vastauksia ei voida jäljittää.

Mahdollisissa ongelmatilanteissa tai kysymyksissä kyselyyn liittyen, olettehan yhteydessä kyselyn tekijään sähköpostitse: L4937@student.jamk.fi

Kiitos ajastasi ja vastaamisestasi kyselyyn jo etukäteen!

Taustatiedot

1. Sukupuoli *

- nainen
 mies
 muu
 en halua vastata

2. Ikä *

- 25 tai alle
 26 - 35
 36 - 45
 46 - 55
 56 tai yli

en halua vastata

3. Äidinkieli *

suomi

ruotsi

englanti

muu, mikä?

en halua vastata

4. Missä yrityksessä työskentelet?

5. Toimiiko yritys tällä hetkellä Kielon tiloissa? *

kyllä

ei

en halua vastata

6. Henkilöstömäärä Jyväskylässä *

0 - 9

10 - 19

20 - 49

50 - 99

100 -

en tiedä

7. Missä asemassa työskentelet? *

Valitse parhaiten sopiva vaihtoehto

työntekijä

asiantuntija

esimies

johtaja

omistaja / yrittäjä

muu, mikä?

en halua vastata

8. Millaista työsi on pääasiassa? *

Valitse parhaiten sopiva vaihtoehto

toimistotyötä

liikkuvaa työtä

etätyötä

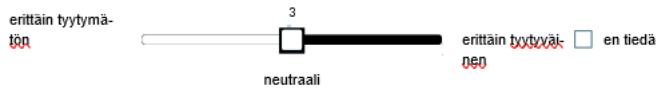
fyysistä työtä

en halua vastata

9. Missä ja miksi teet etätyötä?

10. Kuinka tyytyväinen olet yleisesti Kielon palveluihin?

Liikuta kytintä



Yhteisöllisyys ja yhteisöllinen tila

11. Mitä yhteisöllisyys merkitsee sinulle?

12. Mitkä tilat ovat mielestäsi viihtyisiä? Miksi?

Kielon rakennuksissa tai julkisissa kohteissa

13. Mitä mielikuvia termi "yhteisöllinen tila", business park ympäristössä, herättää sinussa?

14. Mikä seuraavista olisi sinulle tärkeintä yhteisöllisessä tilassa?

- verkostoituminen
- hetkellinen rentoutuminen keskellä hektistä työpäivää
- järjestetyt tapahtumat
- hyvinvointipalvelut, esim. hieronta, taukojumppa...
- muu, mikä?
- en tiedä

15. Mitä sinä haluaisit tehdä yhteisöllisessä tilassa?

16. Mikä saisi sinut käyttämään yhteisöllistä tilaa?

17. Milloin voisit kuvitella käyttäväsi yhteisöllistä tilaa?

Voit valita useamman vaihtoehdon

- ennen työpäivää
- työpäivän aikana
- työpäivän jälkeen
- illalla tai viikonloppuna
- en käyttäisi tilaa
- en tiedä

18. Voisiko yhteisöllisyyttä mielestäsi lisätä Kielon asiakasyritysten kesken? Miten?

19. Millainen Kielo-yhteisö olisi sinulle mieluisin?

- virtuaalinen yhteisö, jossa voi keskustella verkossa toisten yhteisön jäsenien kanssa
 sosiaalinen yhteisö, jossa tapaa toisiaan säännöllisesti kasvotusten
 vapaamuotoinen yhteisö, jonka jäseniä tapaa satunnaisesti yhteisöllisessä tilassa
 ei mikään näistä
 muu, mikä?
 en tiedä

20. Kuinka paljon sinä, käyttäjänä, olisit valmis maksamaan yllä kuvailemastasi yhteisöllisen tilan lisäpalvelusta kuukaudessa?

Liikuta kytöntä



21. Kuinka paljon uskot, että yrityksesi olisi valmis maksamaan yhteisöllisestä, työhyvinvointia lisäävästä, tilasta kuukaudessa per työntekijä?

Liikuta kytöntä



Lopuksi

22. Vapaa sana yhteisöllisen tilan konseptista

23. Palautetta ja kommentteja kyselystä

24. Jos haluat osallistua arvontaan, jätä sähköpostiosoitteesi

sähköpostiosoitte

Liite 3 Tutkimustulokset (salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

Liite 4 Johtopäätökset (salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)

(Salassa pidettävä)