

Jenna Kantola

TYÖHYVINVOINTIPAKETIN KEHITTÄMINEN YRITYSASIAKKAILLE STOCKFORSISSA

Opinnäytetyö

Restonomi (AMK)

Matkailu- ja palveluliiketoiminta

2020



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Restonomi (AMK)
Tekijä/Tekijät	Jenna Kantola
Työn nimi	Työhyvinvointipaketin kehittäminen yritysasiakkaille Stockforsissa
Toimeksiantaja	Patruunantalo Stockfors Pyhtää
Vuosi	Marraskuu 2020
Sivut	62 sivua, liitteitä 5 sivua
Työn ohjaaja(t)	Sirpa Sahinjoki

TIIVISTELMÄ

Hyvinvoiva ja työkykyinen henkilöstö on yrityksen tärkein voimavara ja kilpailuetu, mutta silti työ voi kuluttaa yksilön voimavarat tai jopa terveyden loppuun. Työhyvinvointiin panostettu euro maksaa itsensä moninkertaisena takaisin.

Tässä opinnäytetyössä tavoitteena oli kehittää työhyvinvointiin liittyvä palvelutuote toimeksiantajalle, Pyhtäällä toimivalle Stockforsin Patruunantalolle, joka tarjoaa majoituspalveluita. Toimeksiantajan kriteereinä palvelutuotteelle ovat ihmisen kokonaisvaltainen hyvinvointi, ympäröivän luonnon ja alueen monipuolisten tilojen hyödyntäminen. Stockforsin Patruunantalosta on tavoitteena luoda Olemisen majatalo, jossa jokainen asiakas kohdataan ihmisenä ja tarjotaan heille mahdollisuus monenlaiseen toimintaan, omien voimavarojen mukaan.

Työssä käytettiin sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista tutkimusotetta, joten tutkimus on monimenetelmäinen. Tutkimushaastattelun, sähköisen kyselyn, net scoutingin ja benchmarkingin avulla kerättiin aineistoa, jonka pohjalta kehitettiin uusi palvelutuote toimeksiantajalle. Tutkimuksella selvitettiin vastauksia seuraaviin kysymyksiin: Miten tuotteistetaan työhyvinvointituote yritysasiakkaille Stockforsissa? Mitä työhyvinvointipaketti pitää sisällään? sekä Mitä työhyvinvointi on? ja Mitä hyvinvointimatkailu on?

Tutkimus toteutettiin vuoden 2020 kevään, kesän ja alkusyksyn aikana. Teemahaastattelu suoritettiin maaliskuussa kasvotusten, juuri ennen koronapandemian aiheuttamien rajoitusten alkamista. Sähköinen kysely toteutettiin kesäkuussa ja net scouting sekä benchmarking käytännössä koko opinnäytetyöprosessin ajan.

Työn aikana selvitettiin työhyvinvoinnin ja ihmisen kokonaisvaltaisen työhyvinvoinnin vaikutuksia sekä työhyvinvoinnin edistämismenetelmiä. Lisäksi työssä havainnollistetaan tuotteistamisprosessia ja sen hyötyjä matkailutuotteiden suunnittelussa. Sähköisen kyselyn avulla saadut vastaukset lähialueen yrityksistä antavat vahvistusta suunnitellulle palvelutuotteelle ja kertovat yritysten tämänhetkisestä työhyvinvoinnin tilasta.

Asiasanat: työhyvinvointi, tuotteistaminen, hyvinvointimatkailu, matkailutuote-paketointi

Degree	Bachelor of Hospitality Management
Author (authors)	Jenna Kantola
Thesis title	Developing a workplace wellbeing package for business customers in Stockfors
Commissioned by	Patruunantalo Stockfors Pyhtää
Time	November 2020
Pages	62 pages, 5 pages of appendices
Supervisor	Sirpa Sahinjoki

ABSTRACT

Wellbeing and a healthy staff are company's main assets and a competitive advantage, but work can still consume an individual's resources or even their health. Every euro— invested in welfare at work— pays itself back multiple times.

The objective of this thesis was to develop a service product related to wellbeing at work for the commissioner, Stockfors Patruunantalo, based in Pyhtää, which provides accommodation services. The criteria for the service product are the comprehensive wellbeing of people, the utilization of the surrounding nature and the diverse facilities of the region. Patruunantalo aims to create an Inn of Being, where each customer is encountered as a human being and provided them with an opportunity for a wide range of activities, according to their own resources.

Both qualitative and quantitative research were used in the work, so the study is multi-methodical. Through a research interview, an online survey, internet scouting and benchmarking material was collected on the basis of which a new service product was developed for the commissioner. The study examined answers to the following questions: How do you produce a wellbeing product at work for business customers at Stockfors? What does the welfare package include? What is wellbeing at work? what is welfare tourism?

The study was conducted during the spring, summer and early autumn of 2020. The interview was conducted in March face-to-face, just before the restriction caused by the coronavirus pandemic began. The survey was conducted in June, and internet scouting as well as benchmarking were practiced throughout the thesis process.

During the project, the effects of welfare at work, comprehensive human wellbeing at work and methods of promoting wellbeing at work were explored. In addition, the work illustrates the process of productization and its benefits in designing tourism products. Survey responses from businesses in the local area provide confirmation of the planned service product and reveal the current state of wellbeing at work.

Keywords: wellbeing at work, productization, welfare tourism, tourism product packaging

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TOIMEKSIANTAJA STOCKFORS PYHTÄÄ	6
3	TYÖHYVINVOINTI	11
3.1	Työhyvinvoinnista yleisesti	11
3.2	Työhyvinvoinnin ja sen vajavaisuuden vaikutukset	13
3.3	Työhyvinvoinnin edistäminen	16
4	MATKAILUTUOTEPAKETOINTI.....	19
4.1	Matkailupalvelu ja matkailutuote	19
4.2	Tuotteistaminen	21
4.3	Hyvinvointimatkailu	22
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	24
5.1	Tutkimuskysymykset	25
5.2	Tutkimusmenetelmät	26
5.3	Tutkimuksen toteutus, aikataulu ja analysointi	29
5.4	Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti.....	29
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET JA ANALYYSI	31
6.1	Tutkimushaastattelu	32
6.2	Sähköinen kysely.....	32
6.3	Net scouting	42
6.4	Benchmarking.....	43
6.5	Uusi palvelutuote Stockforsille	45
7	KEHITYS- JA JATKOTUTKIMUSEHDOTUKSET	50
8	POHDINTA.....	51
	LÄHTEET	53

LIITTEET

Liite 1. Sähköisen kyselyn kysymykset

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa toimeksiantajalle uusi työhyvinvointiin liittyvä palvelutuote. Idea aiheeseen syntyi toimeksiantajan tarpeen lisäksi aiemmin toteutettujen oppimistehtävien myötä, kun Stockfors-projekti kokonaisuutena osoittautuikin liian laajaksi toteuttaa ainoastaan muutaman opintojakson aikana. Olen usealla opintojaksolla ollut kehittämässä ja ideoimassa erilaisia toimeksiantajan toimintaa tukevia palvelutuotteita ja palveluita, joten kehittämistyö pohjautuu niihin ja toimeksiantajan tarpeisiin. Toimeksiantajan kriteereinä palvelutuotteelle ovat ihmisen kokonaisvaltainen hyvinvointi, ympäröivän luonnon ja alueen monipuolisten tilojen hyödyntäminen. Stockforsin Patruunantalosta on tavoitteena luoda *Olemisen majatalo*, jossa jokainen asiakas kohdataan ihmisenä ja tarjotaan heille mahdollisuus monenlaiseen toimintaan, omien voimavarojen mukaan. Tämä opinnäytetyö kehittämistyönä ja sen tulos ovat siinä avuksi.

Työhyvinvointia käsittelevä aihe on tutkimisen ja kehittämisen arvoinen, sillä se on ajankohtainen, tärkeä ja jatkuvasti muuttuva asia, jota voidaan tarkastella monesta näkökulmasta. Aihe koskettaa kaikkia työssäkäyviä ja heidän perheitään sekä lisäksi sen monenlaisia vaikutuksia voidaan havaita käytännössä kaikessa toiminnassa niin yritysten sisällä kuin yhteiskunnallisesti. Työhyvinvoinnin kehittämiseen on monia vaihtoehtoja ja uusia edistämistapoja täytyy suunnitella ja tuottaa jatkuvasti.

Rajasin opinnäytetyöni teoriaperustaa käsitteiksi, joiden avulla muodostettiin teoreettinen viitekehys. Keskeiset käsitteet ovat työhyvinvointi, hyvinvointituote, matkailutuotepaketointi ja palveluiden tuotteistaminen. Työhyvinvoinnin teoriaosuudessa tarkastellaan työssä jaksamisen, viihtymisen ja työn mielekkyyden vaikutuksia työn tuottavuuteen ja työyhteisön voimavaroihin. Matkailutuotepaketointi ja tuotteistaminen toimivat viitekehystenä siihen, miten työhyvinvoinnista tehdään myytävä tuote.

Työssä käytettiin sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista tutkimusotetta, joten tutkimus on monimenetelmäinen. Tutkimushaastattelun, sähköisen kyselyn, net scoutingin ja benchmarkingin avulla kerättiin aineistoa, jonka pohjalta kehi-

tettiin uusi palvelutuote toimeksiantajalle. Kysely toteutettiin sähköpostitse satumanvaraisesti valittuihin yrityksiin Kotkan-Haminan seudulla. Net scouting toimii laskeutumisalustana benchmarkingiin, jonka avulla vertailtiin muiden yritysten palvelutarjontaa Stockfors Patruunantalon uutta palvelutuotetta varten. Työn tavoitteena oli kartoittaa hyvinvointiin liittyvien palvelutuotteiden sisältöjä, hinnoittelua ja löytää niistä vinkkejä uuden palvelutuotteen kehittämiseen.

Tärkeimpiä kysymyksiä, joihin tutkimuksella haettiin vastauksia ovat; Miten tuotteistetaan työhyvinvointituote yritysasiakkaille Stockfors Pyhtäällä? Mitä työhyvinvointituotepaketti pitää sisällään? Alakysymyksiä ovat; Mitä työhyvinvointi on? Mitä hyvinvointimatkailu on?

Aluksi opinnäytetyössä esitellään toimeksiantaja ja toimeksianto. Tämän jälkeen kolmannessa ja neljännessä luvussa käsitellään varsinaista aihetta teorian avulla. Viides luku esittelee tutkimusta ja sen toteutusta, jonka jälkeen kuudennessa luvussa esitellään tutkimuksen tulokset, joiden pohjalta syntyy uusi työhyvinvointiin liittyvä palvelupaketti. Seitsemäs luku esittelee kehitys- ja jatkotutkimusehdotukset ja viimeisessä luvussa käydään läpi pohdintaa.

2 TOIMEKSIANTAJA STOCKFORS PYHTÄÄ



Kuva 1. Stockforsin tehdasalueen rakennuksia (Matkalla kotimaassa s.a.)

Pyhtään kirkonkylässä sijaitseva Stockforsin historiallinen tehdasalue syntyi 1900-luvun alussa, kun alueelle perustettiin Suomen suurin puuhiomo. Puuhiomo oheistoimintoineen toimi Pyhtään suurimpana työllistäjänä, kunnes toiminta ajettiin alas Stora Enson omistuksessa. 1990-luvulla ränsistymään ehtinyt alue siirtyi Reino Uusitalon omistukseen. Uusitalo on tullut tunnetuksi paitsi paperin- ja kartonginjalostusyritys Pyrollin omistajana, myös aktiivisena koti-seututoimijana Pyhtäällä. (Cursor Oy 2019a; Matkalla kotimaassa s.a.; Sillanpää 2016.)



Kuva 2. Vanha paloasema Stockforsissa toimii esimerkiksi näyttelytilana (Cursor Oy 2019b)

Uusitalo on kunnostanut alueen rakennuksia historiaa vaalien, ja tätä nykyä Stockfors toimii monipuolisen yritys- ja tapahtumatoiminnan näyttämönä. (Cursor Oy 2019a, Matkalla kotimaassa s.a.; Sillanpää 2016.)

Stockforsin alueen päärakennus Patruunantalo on vanha arvokas rakennus, joka huokuu menneiden vuosikymmenten tunnelmaa. Patruunantalossa on aikaisemmin toiminut Next Hotels -ketjun hotelli, mutta aluetta kokonaisuutena ja sen lukuisia mahdollisuuksia ei ole kuitenkaan kokonaisvaltaisesti hyödynnetty matkailutarjonnassa. Stockforsin alueen nykyiset toimijat haluavat kehittää aluetta nimenomaan kokonaisuutena, jossa hotelli on vain yksi osa pakettia. Ensisijaisena tavoitteena onkin myydä asiakkaalle erityinen Stockfors-kokemus, jossa alueen palvelut on paketoitu sopivaksi kokonaisuudeksi.



Kuva 3. Stockforsin alueen päärakennus Patruunantalo (Cursor Oy 2019b)

Patruunantalossa majoitustoimintaa pyörittää Katja Lemberg, jonka taustalla taas vaikuttaa Kasvava ry. Lemberg on perustanut Kasvava ry:n omien kokemustensa ohjaamana. Lemberg on kahdesti masennusdiagnoosin saanut insinööri, entinen toiminnanohjaaja ja toimitusjohtaja. Kasvava ry syntyi, kun Lemberg halusi rakentaa jotain, mitä olisi itse masentuneena tarvinnut ja kaivannut tueksi. Kasvava ry tarjoaa tukea, tietoa ja apua kaikille, jotka eivät jaksakaan yksin, syystä tai toisesta. Usein Kasvava ry:n asiakkaat ovat työssään uupuneita, masentuneita, tai muutoin elämäntilanteessaan väsyneitä. (Kasvava ry. s.a.)

Patruunantalossa on 10 majoitushuonetta ja pihapiirissä olevassa Hunajatalossa on 8 huonetta. Patruunantalolla ja Stockforsin alueella järjestetään tapaamisia, erilaisia kursseja ja retriittejä, leirejä, näyttelyitä, teemailtoja ja -viikkoja, residenssijaksoja ja häitä. Stockforsin alue on erityisesti taiteilijoiden suosiossa. Alueen monet tehdashallirakennukset ja pienemmät, niin sanotut tallitilat, mahdollistavat erilaisten palveluiden tarjoamisen ja tuottamisen. Patruunantalon vieressä sijaitsee Pakkausmuseo sekä Paloasema, jossa kesäisin on vaihtuvia näyttelyitä. Alueella on myös lintuhoitola ja kesäisin tehdasmiljööseen rakentuu Stocfors Art Fair. (Cursor Oy 2019b.)



Kuva 4. Yksi Patruunantalon huoneista (Korhonen 2018)

Lemberg ja Uusitalon toiveissa on ihmisen kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin keskittyvää matkailutarjontaa, jossa halutaan hyödyntää ympäröivää luontoa ja Stockforsin alueen monipuolisia tiloja, jotka soveltuvat muun muassa erilais-
ten käsitöiden tekemiseen.

Lemberg oma tausta on mielenterveystyössä ja ihmisten auttamisessa, joten sitä kautta hän peilaa myös Stockforsin mahdollisuuksia kehittyä ainutlaatuiseksi hyvinvoinnin tyyssijaksi, ”olemisen majataloksi”. Toiminnan keskiössä on henkisen hyvinvoinnin, levon ja omien voimavarojen löytäminen ja kokeileminen; tarjottujen tuotteiden ja palveluiden tulee antaa asiakkaalle mahdollisuuksia niin lepoon kuin omaehtoiseen toimintaan voimavarojensa mukaan. (Lemberg 2020.)

Myös alueen ainutlaatuista luontoympäristöä ja sen tuomia mahdollisuuksia halutaan hyödyntää palvelutarjonnassa. Lemberg vertaa visiotaan vanhan ajan parantoloihin, mutta pitää kuitenkin suoraa vertausta niihin ehkä liian pelottavana ja jyrkkänä. Lisäksi toiminnassa halutaan painottaa alueen historiaa varsinkin sen henkisten ja sosiaalisten vaikutusten näkökulmasta, joita sillä on Pyhtään kunnassa ollut. (Lemberg 2020.)

Lemberg itse ajattelee, että hyvinvointipalvelutuotteiden potentiaalisena tulevaisuuden kohderyhmänä ovat yritykset ja erityisesti niiden työntekijät. Nykymaailmassa työuupumus on yleistä ja monia uupuneita auttaneena Lemberg pitää uupumuksen ennaltaehkäisyä sekä työntekijöiden hyvinvoinnista ja voimavaroista huolehtimista erittäin tärkeänä. Keskustelumme aikana esille nousi ajatus palvelupaketista, joka toteutettaisiin arkipäivinä ja kohdistettaisiin yrityksille ja organisaatioille, jotka voivat tarjota työntekijöilleen mahdollisuuden muutaman päivän lepoon ja akkujen lataamiseen. Yrityksen panostaessa työntekijöidensä työhyvinvointiin ennaltaehkäisevästi saadaan usein vähennettyä esimerkiksi sairauspoissaoloja, työntekijöiden vaihtuvuutta ja tapaturmien määrää (Lemberg 2020; Työterveyslaitos s.a.a.).

Katja Lembergin kirjoitelma Visit Kotka-Hamina -sivustolta (Cursor Oy, 2019a):

Tämä ei ole tuhansien tapahtumien areena, vaikka täällä lukuisia tapahtumia onkin. Tämä ei ole menoa ja meininkiä kaikille. Ei kaikkea, kaikille, kaiken aikaa. Tämä on oikeita asioita juuri Sinulle, oikeaan aikaan. Sopivasti. Rauhassa. Oikealla tavalla. Ihmisten keinoin ihmisille. Ei ulkokultaista markkinahumua, vaan todellista elämää. Minä olen täällä, koska rakastan täällä olemista. Haluan sinun rakastavan sitä mitä teet ja miten elät. Ja jos rakastat asioita kanssamme täällä, tämä on Sinulle sopiva paikka. Tervetuloa Olemisen majataloon, huikean kauniiseen, mukavaan, käsiteltävän kokoiseen, kotoisaan Patruunantaloon ja rosoisen rustiikkiseen, luokseen kutsuvaan, monien mahdollisuuksien Stockforsin tehdasalueeseen, vielä salaiseen paratiisiin Kymijoen rannalla. Pidetään se sellaisena, meidän omana ja yhteisenä aarteena, oikealla tavalla, arvostaen sen historiaa, juhlien sen nykyisyyttä ja innostuen yhdessä rakentaen sen tulevaisuutta. Stockforsin kaltaiset paikat Suomessa rakensivat sen mitä meillä on nyt. Hyvinvointivaltio, jossa elää maailman onnellisimmat ihmiset. Stockforsin kaltaisissa paikoissa voimme siis rakentaa senkin, millainen haluamme Suomemme olevan tulevaisuudessa. Suomi on ollut esimerkki maailmalle niin monessa. Missä me tahdomme sen olevan esimerkki jatkossa, sitä me teemme Stockforsissa. Ja toivomme Sinun olevan osa sitä uutta tulevaisuutta, olemalla nyt kanssamme. Jokaisen läsnäolo jättää jälkensä, joka suuntaa paikkaa tulevaan. Siksi olet tärkeä, kaikkialla missä olet. Myös jo meille. "jokainen ihminen on laulun arvoinen" ja jokainen tarina luo osan kokonaisuutta. Tuo siis tarinasi Stockforsiin ja ole osa uuden syntyä. Olemalla, tekemällä, sanomalla ja hiljaa olemalla. Olemalla. Se riittää ja on kaikki. Se mitä olet. Tärkeä meille. Muutat osallistumalla, olemalla osa yhteisöä. Ja ehkä samalla muutut Stockforsin voimalla.

3 TYÖHYVINVOINTI

Työhyvinvointi tarkoittaa turvallista, terveellistä ja tuottavaa työtä, jota tekevät ammattitaitoiset työntekijät ja työyhteisöt hyvin johdetussa organisaatiossa.

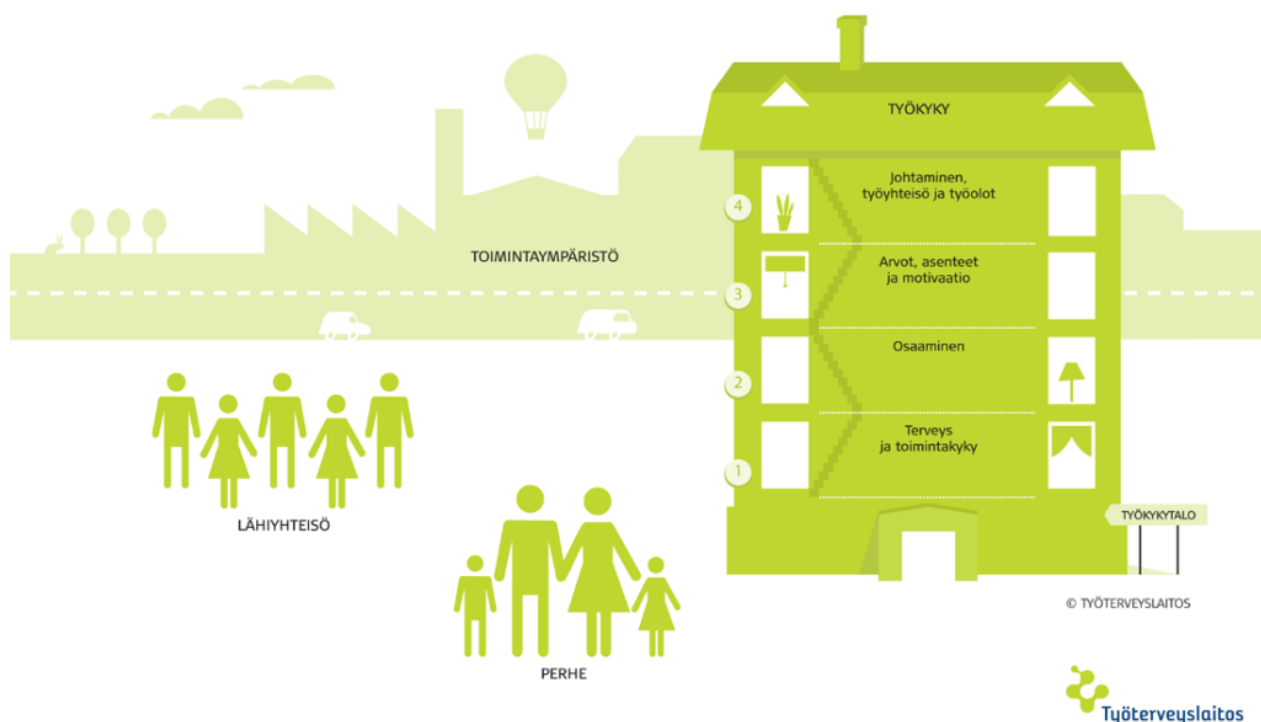
Työhyvinvointi on siten siis kokonaisuus, jossa työ, terveys, turvallisuus ja hyvinvointi yhdistyvät. (Juuti & Salmi 2014, 32; Rauramo 2013, 12.)

3.1 Työhyvinvoinnista yleisesti

Työhyvinvointia ohjaavat paitsi lainsäädäntö ja työehtosopimukset, myös erilaiset työelämän tutkimukset, suositukset, arvot, etiikka ja yhteiskuntavastuu. Esimerkiksi työterveys ja -turvallisuus, laatu- ja ympäristökysymykset sekä henkilöstön kokonaisvaltainen hyvinvointi ovat osa organisaatioiden yhteiskuntavastuuta. Säädökset esimerkiksi työajasta, työsopimuksista ja yhdenvertaisuudesta ovat työhyvinvointia ohjaavaa lainsäädäntöä ja toisaalta etiikkaa. Myös eettisiin periaatteisiin ja tieteelliseen tutkimukseen pohjautuen tulee työhyvinvoinnista huolehtia ja sitä kehittää. (Rauramo 2012, 17–19.)

Kokonaisvaltainen työhyvinvointi koostuu fyysisen, psyykkisen, sosiaalisen ja henkisen työhyvinvoinnin osista. Nämä ovat kaikki sidoksissa toisiinsa, joten jonkin osa-alueen puutteet heijastuvat toisiin ja saavat aikaan työpahoinvointia. Esimerkiksi psyykkisesti stressaava työ heijastuu fyysiseen terveyteen ja työntekijä sairastuu. (Virolainen 2012, 11–12.) Työhyvinvointia tarkasteltaessa ja sen toteuttamista suunnitellessa onkin kannattavaa keskittyä hyvinvoinnin edistämiseen ja sairauksien ennaltaehkäisyyn. (Ikäläinen 2017, 4–6.)

Työkykyä, joka on tulosta työhyvinvoinnista, voidaan kuvata Työterveyslaitokselle (s.a.c.) professori Juhani Ilmarisen suunnitteleman talomallin (kuva 5) mukaisesti. Talon (kuva 5) neljän kerroksen kolme alimmaista kuvaavat yksilön henkilökohtaisia voimavaroja ja neljäs kerros itse työtä, työoloja ja niiden johtamista. Kun kaikkien kerrosten kaikkia osa-alueita kehitetään läpi työelämän, työkykytalo (kuva 5) pysyy pystyssä. Työkyky on ihmisen voimavarojen sekä työn yhteensopivuuden ja tasapainon tulos. Kaikki kerrokset tukevat toisiaan ja niitä tulee kehittää ja muokata työn tai henkilökohtaisten voimavarojen muuttuessa. (Työterveyslaitos s.a.b.)



Kuva 5. Työkykytalo (Työterveyslaitos s.a.c.)

Talon alimmainen kerros (kuva 5) kuvaa yksilön terveyttä. Fyysinen, psyykinen ja sosiaalinen toimintakyky yhdessä terveyden kanssa muodostavat työkykytalon perustan. Toisessa kerroksessa (kuva 5) on osaaminen, jonka perustana ovat peruskoulutus sekä ammatilliset tiedot ja taidot. Elinikäinen oppiminen ja tietotaidon jatkuva kehittäminen on nykypäivänä entistä tärkeämpää, sillä työkykyvaatimukset sekä osaamisen alueet laajenevat ja uusiutuvat vauhdilla, kaikilla toimialoilla. Kolmannen kerroksen (kuva 5) arvot, asenteet ja motivaatio kuvaavat yksilön kokemaa työn mielekkyyttä, joka vahvistaa työkykyä. Tässä kerroksessa työelämän ja muun elämän yhteensovittaminen kohtaavat.

Työkykytalon (kuva 5) ylimpään kerrokseen kuuluu varsinainen työ: työolot, työyhteisö ja niiden johtaminen. Esimiehillä on vastuu ja velvollisuus huolehtia työpaikan työhyvinvointia ja työkykyä ylläpitävästä toiminnasta. Kyseisenlaisessa toiminnassa eri osapuolten ja tukiorganisaatioiden (mm. työterveyshuolto, työsuojelutoimikunta) yhteistyö tuo parhaimman tuloksen. Työkykytalon ympärille (kuva 5) sijoittuvat yksilön perheen, sukulaisten ja ystävien verkostot. Myös yhteiskunnan rakenteet ja säännöt vaikuttavat yksilön työkykyyn. (Työterveyslaitos s.a.c)

Lembergin ja Uusitalon (2020) toive kehittää palvelutuote, joka tukee ja edistää ihmisen kokonaisvaltaista hyvinvointia, voidaan nähdä perustuvan työkykytalon ja sen kuvaamiin osa-alueisiin ihmisen elämässä. Työkykytaloissa olevat kerrokset vaikuttavat osaltaan ihmisen kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin ja ovat siten ohjenuorana palvelutuotetta kehitettäessä. Uuden palvelutuotteen suunnittelussa painottuu kuitenkin työkykytalon alimmainen kerros, eli yksilön fyysinen, psyykinen ja sosiaalinen toimintakyky yhdessä terveyden kanssa. Stockforsissa uuden palvelutuotteen sisältö halutaan pitää mahdollisimman vapaasti räätälöitävissä, jotta asiakkaat voivat omien voimavarojensa mukaan koota itselleen sopivan paketin aktiviteetteja tai rauhallista olemista.

3.2 Työhyvinvoinnin ja sen vajavaisuuden vaikutukset

Ihmisen keskeinen hyvinvoinnin, innostuksen ja toimeentulon lähde on työ. Työ rytmittää ja ryhdittää elämää, tuo mukanaan sosiaalisia suhteita ja mielekästä tekemistä, mutta työ voi myös kuluttaa loppuun ihmisen voimavarat ja jopa terveyden. Siksi kokonaisvaltainen hyvinvointi ja henkinen kasvu ovat tärkeitä työssä ja yksityiselämässä. Työpaikan tärkein voimavara on hyvinvoiva henkilöstö ja työkykyinen työntekijä vaikuttaa moneen. Organisaation maine, kilpailukyky ja taloudellinen tulos ovat riippuvaisia henkilöstöstä. Erityisesti yrityksen tulos on valtavan riippuvainen hyvästä työympäristöstä. Työterveydestä ja työturvallisuudesta huolehtimisella lisätään kustannustehokkuutta ja työympäristöön suunnatuilla toimenpiteillä vähennetään tapaturmista ja sairauspoissaoloista aiheutuvia kuluja. Esimerkiksi työntekijän yksi poissaolopäivä maksaa keskimäärin 325 euroa, kun työpanos korvataan täysin. Työhyvinvointiin panostettu euro maksaa itsensä moninkertaisena takaisin, sillä viiden prosentin parannus työn laadussa parantaa liiketulosta noin 2000 euroa per työntekijä. (Rauramo 2012, 8–10, 19; Työterveyslaitos s.a.b.)

”Ihmisen voimavarojen tarve ja määrä on yksilöllinen, johon vaikuttavat yksilön henkilökohtaisten tekijöiden lisäksi työn fyysiset ja psyykkiset vaatimukset sekä työympäristö ja työyhteisö.” (Tykypäivä.net 2020.)

Työssä käyvän väestön yleisiä ongelmia ovat masennus, ahdistuneisuus, alkoholiriippuvuus ja alkoholin väärinkäyttö sekä unihäiriöt. Yhteiskunnalle näistä oireista ja sairauksista aiheutuu mittavia kustannuksia. Usein näiden

häiriöiden ja ongelmien yhteyteen liittyy sairastuneen henkilön saama heikko sosiaalinen tuki, niin työssä kuin vapaa-ajallakin, sekä huono työilmapiiri. Sosiaalinen tuki lisää työtyytyväisyyttä ja vähentää työstressiä ja se toimii mahdollisesti suojana työn kuormittavuustekijöitä vastaan. Työilmapiirillä on vaikutus työstressiin, työperäisten ongelmien määrään ja sairauspoissaoloihin. Huono työilmapiiri lisää sekä psyykkisiä että tuki- ja liikuntaelinoireita. (Sinokki 2011, 34 ja 89.) Sydän- ja verisuonitaudit, diabetes sekä tuki- ja liikuntaelinsairaudet ovat suomalaisten kansantauteja, mutta myös mielenterveysongelmat, työuupumus ja masennus lisääntyvät väestössä jatkuvasti ja mielenterveydelliset ongelmat ovatkin yleisin syy työkyvyttömyyseläkkeisiin. (Ikäläinen 2017, 4–6.)

Vuonna 2015 peräti 66 500 henkilöä oli työkyvyttömyyseläkkeellä mielenterveydellisten syiden vuoksi. Erityisesti nuorten, alle 30-vuotiaiden sairauspoissaolot ja työkyvyttömyys mielenterveydellisistä syistä on kasvanut roimasti viime vuosina. Vuonna 2010 kyseisten syiden vuoksi maksettavia sairauspäiviä kertyi Kelan maksettavaksi yli 400 000, joka on kasvua 44% vuoteen 2004 verrattuna. (Manka & Manka 2016, 37—38.) Koska työhyvinvointi on fyysisen, psyykkisen, sosiaalisen ja henkisen hyvinvoinnin kokonaisuus, niin jonkin osa-alueen puutteet heijastuvat toisiin ja saavat aikaan työpahoinvointia. Esimerkiksi psyykkisesti stressaava työ heijastuu fyysiseen terveyteen ja työntekijä sairastuu. (Virolainen 2012, 11–12.)

Todistetusti mielenterveyden ongelmat ovat yhteydessä fyysiseen sairastuvuuteen, sillä diabeteksen ja ennen aikaisten kuolemien määrä ja kustannukset näkyvät myös terveydenhuoltojärjestelmän ulkopuolella. OECD-maissa työkyvyttömyyskorvausten saajista jopa 30–40 prosenttia ovat saaneet mielenterveyden häiriön diagnoosin. Mielenterveydellisten ongelmien vuoksi maksettavat työkyvyttömyyskorvaukset vastaavat suunnilleen 0,7 prosenttia bruttokansantuotteesta. Arvioiden mukaan Euroopassa työhyvinvointiin ja mielenterveyden edistämiseen sijoittaminen tuottaa yhden vuoden aikana 0,8–13,6-kertaisesti. Kustannusvaikutteiltaan tehokkaaksi menetelmäksi on todettu mielenterveystaitoihin ja mielenterveyden ongelmiin keskittyvä koulutus. (Kasurinen 2019.)

Nykymaailmassa työuupumus on siis yleistä ja monia uupuneita auttaneena Lemberg (2020) pitää uupumuksen ennaltaehkäisyä sekä työntekijöiden hyvinvoinnista ja voimavaroista huolehtimista erittäin tärkeänä. Työhyvinvointiin liittyvä palvelutuote koettiin tarpeelliseksi Stockforsin tarjota, sillä Lemberg itse on aikoinaan uupunut työssään. Hän haluaakin tarjota konkreettisen, fyysisen paikan uupuneille, jossa he voivat voimaantua ja ladata akkujaan oman kykynsä mukaan. Työterveyslaitoksenkin (s.a.a) mukaan yrityksen panostaessa työntekijöidensä työhyvinvointiin ennaltaehkäisevästi saadaan usein vähennettyä esimerkiksi sairauspoissaoloja, työntekijöiden vaihtuvuutta ja tapaturmien määrää.

Kuten Lemberg ja Uusitalo (2020) ovat arvelleet ja havainneetkin, että luonnon läheisyydellä, ympäristöllä ja taiteella on vaikutuksia yksilön kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Seuraavissa kappaleissa on tutkimustietoa kehittämistyön eduksi. Stockforsissa ja lähialueilla on runsaasti mahdollisuuksia toteuttaa sekä taiteellisia että luontoon liittyviä aktiviteetteja erilaisiin palvelupaketteihin liittyen, asiakkaiden toiveiden mukaan.

Tutkitusti vesi- ja luontoympäristö vaikuttavat positiivisesti ihmisen kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Yksilön fyysinen, psyykinen ja sosiaalinen hyvinvointi paranevat ja vaikutukset ovat selvästi havaittavissa. Jo lyhyt oleskelu ja kevyet aktiviteetit luontoympäristössä kohentavat mielialaa ja helpottavat stressiä. Erityisesti veden äärellä ympäristö voi olla moniaistisesti miellyttävä ja siten vesiympäristö lievittääkin stressiä ja lisää ihmisen onnellisuutta enemmän kuin muut luontoympäristöt. Luontoympäristö ei myöskään väsytä yksilön aisteja samoin, kuten rakennettu ympäristö, ja siksi luonnossa syntyvä eri aistien yhteisvaikutus luo hyvinvointikokemuksia. (Kuuluvainen & Sarén 2016, 5–6; Eskelinen ym. 2018, 9–10.)

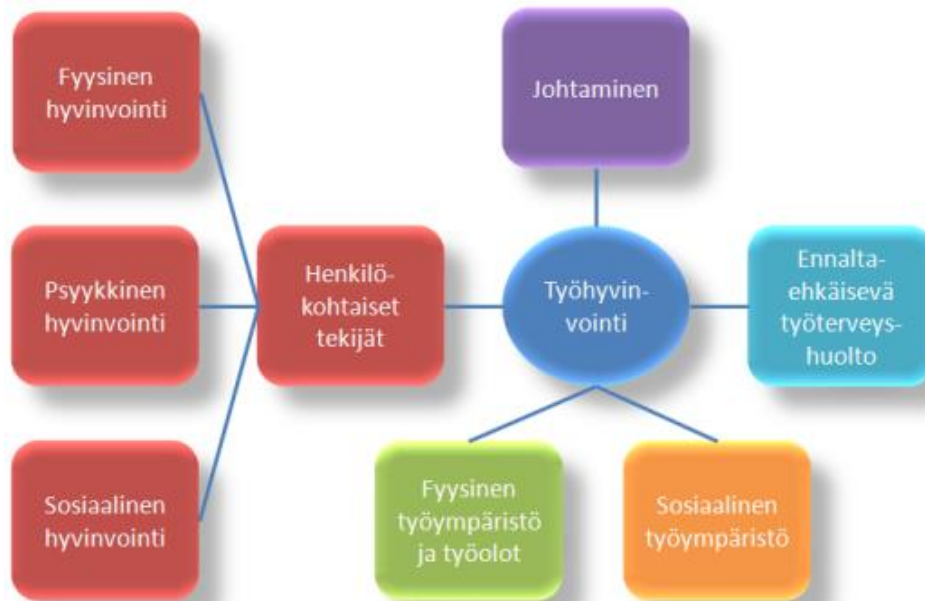
Tutkimusten mukaan taiteeseen liittyvällä toiminnalla ja siihen yhdistetyillä menetelmillä voidaan lievittää ihmisten kiputiloja ja taiteella on todettu olevan hyödyllisiä terveysvaikutuksia. Taiteen avulla voidaan saada aikaan positiivisia vaikutuksia muun muassa elämänlaatuun, onnellisuuden kokemiseen ja mielen terveyteen. Yksilön psykofyysiset oireet vähenevät, sosiaalinen pääoma kasvaa ja yhteisöllisyys sekä ryhmään kuulumisen tunne lisääntyvät. Taidetta

on monenlaista ja erilaisten taiteen muotojen hyödyntäminen hyvinvoinnin tueksi voi tuottaa monipuolisemmin positiivisia vaikutuksia. Esimerkiksi tanssi ja musiikki, kuvataiteet ja luova kirjoittaminen ovat vaivattomasti tuotettavia ja yleisesti käytettyjä taiteen muotoja hyvinvoinnin edistämiseksi. Musiikkia ja visuaalista taidetta on onnistuneesti hyödynnetty mielenterveyden ja henkisen jaksamisen hoidossa. (Houni 2019, 10; Ikäläinen 2017, 4–6.)

3.3 Työhyvinvoinnin edistäminen

Työpaikoilla yleistyy tapa, että työhyvinvointia pidetään toiminnan kehittämisen lähtökohtana. Erilaiset työhyvinvointiohjelmat, -suunnitelmat, toimikunnat ja arviointimenetelmät ovat toimenpiteitä työhyvinvoinnin edistämiseksi. (Rauramo 2012, 9.)

TYHY on lyhenne työhyvinvointia edistävästä toiminnasta. Se on korvaamassa entistä termiä TYKY, joka tarkoittaa työkykyä ylläpitävää toimintaa, sillä työhyvinvointi on laajempi kokonaisuus kuin vain työkyvyn ylläpito. TYHY-toiminnan on tarkoitus olla läsnä joka päivä kaikessa arkisessa toiminnassa ja kohtaamisissa, kun taas TYKY-toiminta oli lähinnä kerran vuodessa järjestettävä virkistyspäivä. Merkitykselliseltä tuntuva työ, jonka sisältöön ja tekemiseen työntekijä voi itse vaikuttaa on parhaiten työkykyä ja -hyvinvointia edistävä seikka. Lisäksi hyvä työyhteisö, kehittymismahdollisuudet ja joustava työ lisäävät työhyvinvointia merkittävästi. Työhyvinvoinnin edistämiseen on kaksi tapaa; voidaan lisätä tekijöitä, jotka parantavat hyvinvointia ja terveyttä sekä ehkäistään ja poistetaan niitä vaarantavia tekijöitä. TYKY- ja TYHY-päivät ovat jokapäiväisen työn tärkeä lisä henkilöstön motivoimiseksi ja aktivoimiseksi. (Tyhy-toiminta 2020; Tyky-päivä 2020.)



Kuva 6. Työhyvinvointiin vaikuttavat päätekijät (Tykypäivä.net 2020)

Yllä olevassa kuvassa (kuva 6) on esitelty ne tekijät, jotka pääasiassa vaikuttavat yksilön työhyvinvointiin. Työhyvinvointi on laaja käsite ja se tarkoittaa esimerkiksi sitä, miten työhyvinvointi näkyy ja tuntuu työssä, sekä miten työyhteisö toimii. Kuvasta (kuva 6) voidaan huomata, että suuri osa työhyvinvoinnin eteen tehtävästä työstä on yksilöllä itsellään, sillä työpaikalla voidaan vaikuttaa vain johtamiseen, ennaltaehkäisevään työterveyshuoltoon, sosiaaliseen ja fyysiseen työympäristöön sekä työoloihin. Fyysisestä, psyykkisestä ja sosiaalisesta hyvinvoinnista huolehtiminen jää yksilön itsensä vastuulle.

Vaikka TYKY-päivä onkin usein näkyvin ja yleisin keino parantaa työhyvinvointia työpaikoilla, TYKY-toiminnan ei kuitenkaan tulisi olla ainoastaan yksi virkistytymispäivä kerran vuodessa, vaan sen tulisi olla osana jokapäiväistä toimintaa. TYKY on kaikessa laajuudessaan työn, työolojen, työyhteisön ja yksilön työkyvyn sekä hyvinvoinnin edistämistä ja muutosten turvallista hallintaa. (Tykypäivä.net 2020.)

Työhyvinvointia voidaan edistää esimerkiksi portaittain, kuten Rauramo (2012, 13) on teoksessaan kuvannut. Maslowin tarvehierarkiaan pohjautuva Työhyvinvoinnin portaattien mallin (kuva 7) askelmat on nimetty työelämään sopivin käsittein: terveys, turvallisuus, yhteisöllisyys, arvostus ja osaaminen. Jokaisella portaalla on tavoite ja keinot sen saavuttamiseen. Työhyvinvoinnin kehittämisen

järjestelmä tuo esiin työhyvinvoinnin taustalla olevia keskeisiä tekijöitä ja toimintamalleja. Nämä tekijät ja niiden vahvistaminen ovat avuksi pitkäjänteisessä ja suunnitelmallisessa työhyvinvoinnin kehittämistoiminnassa. (Rauramo 2012, 13–15.)



Kuva 7. Työhyvinvoinnin portaajat (Rauramo 2012, 15)

Työhyvinvoinnin portaajat (kuva 7) muistuttavat Työkykytalon (kuva 5) sisältöä. Samat asiat ovat hieman eri järjestyksessä ja eri tavalla muotoiltuna. Molemista kuvista voidaan havaita, että monet asiat vaikuttavat yksilön ja yhteisön työhyvinvointiin ja työkykyyn. Työhyvinvoinnin portaajat (kuva 7) onkin kehitetty

nimenomaan työkyvyn ja työssä viihtymisen edistämiseksi, kun taas työkykytalo (kuva 5) kuvaa asioita, jotka työkykyyn vaikuttavat ja mistä tekijöistä työkyky koostuu.

Kokonaisvaltaisen työhyvinvoinnin edistäminen ei ole ainoastaan työntekijän ja työnantajan vastuulla, vaan myös yhteiskunnalla on osansa tehtävässä. Yhteiskunnan on luotava puitteet ja mahdollisuudet työkyvyn ylläpitämiselle. Tämä tapahtuu säätämällä lakeja ja tukemalla toimintaa, jolla voidaan edistää kansalaisten terveyttä, oppimista, työssä osaamista ja työnteon kannattavuutta. Organisaation, eli työnantajan vastuulla on työpaikan turvallisuudesta huolehtiminen, työntekoa koskevan lainsäädännön noudattaminen ja miellyttävän työskentelyilmapiirin rakentaminen. Työntekijän, eli yksilön vastuulle jää omista elintavoistaan huolehtiminen sekä työpaikan sääntöjen ja ohjeiden noudattaminen. (Virolainen 2012, 12.)

4 MATKAILUTUOTEPAKETOINTI

Tässä luvussa käsitellään aluksi matkailupalvelua, matkailutuotetta, matkailutuotepaketointia ja tuotteistamista. Näiden käsitteiden avaamisen jälkeen esitellään hyvinvointimatkailua, joka liittyy olennaisesti tämän työn tavoitteeseen, eli työhyvinvointipaketin kehittämiseen yritysasiakkaille. Vaikka työhyvinvointipäivät yleensä ovat yhden päivän pituisia, tuodaan tässä opinnäytetyössä esille hyvinvointimatkailu yhtenä teoreettisen viitekehyksen osana, sillä toimeksiantajalle kehitettävä palvelutuote on osa hyvinvointimatkailua.

4.1 Matkailupalvelu ja matkailutuote

Matkailutuotteen käsite koostuu tuotteen ja palveluiden useista eri osista. Yleensä se rakentuu ydintuotteen ja avustavien- tai tukituotteiden ja -palveluiden ympärille, joita muut kokonaismatkailutuotteen osat taas täydentävät ja tukevat. Tällaisia tukevia osia ovat mm. fyysinen ympäristö, saavutettavuus, asiakkaalle luodut odotukset sekä palvelun ja matkailutuotteen koettu arvo, sekä asiakkaan kokemus vuorovaikutus palveluntarjoajaan, mutta myös muihin asiakkaisiin. (Komppula & Boxberg 2002, 10–11.)

Kokonaismatkailutuote syntyy kokonaisuudesta, kun asiakas alkaa suunnittelemaan matkaa, ostaa ja kuluttaa matkan, ja päättyy vasta kun hän palaa matkaltaan esimerkiksi kotiin. Kokonaismatkailutuote muodostuu näin ollen myös aina enemmän kuin yhden palveluntarjoajan palveluista; kokonaisuus sisältää yleensä ainakin esimerkiksi matkustamista ja ravitsemuspalveluita itse pääkohteen lisäksi. Tämä kokonaisuus sisältää yleensä sekä aineellisia ja aineettomia osia, ja tuotteen arvo ja hinta muodostuvat asiakkaalle näiden kaikkien osien yhteisvaikutuksesta. Näiden kaikkien erillisten matkan osien ja palveluiden onnistuminen vaikuttaa siihen, miten asiakas kokee matkansa onnistuneen yhtenä tuotteena. Kaikkiin osiin palveluntarjoajat eivät voi vaikuttaa; esimerkiksi sää tai turvallisuustilanne voivat pilata matkan. Ajankohtaisena tästä esimerkiksi koronapandemia, joka vaikuttaa suuresti juuri matkailualaan ja ihmisten turvallisuudentunteeseen. (Komppula & Boxberg 2002, 12–13.)

Matkapaketti syntyy, kun asiakas ostaa vähintään kaksi matkailupalvelua samaa matkaa tai lomaa varten ja maksaa niistä yhteishinnan. Tällaisia matkapalveluita ovat mm. kuljetukset ja majoitus, tai jokin muu matkan kannalta merkittävä palvelu, joka myös muodostaa merkittävän osan matkan kuluista; esimerkiksi retki, opastettu vierailu tai kylpylähoidot. Matkapakettiin kuuluvat palvelut voi tuottaa useampi eri toimija ja palveluntarjoaja, mutta erilliset palvelut muodostavat matkapaketin silloin kun ne ostetaan vain yhdestä paikasta ja kaikki palvelut maksetaan etukäteen, tai kun palveluita markkinoidaan ja myydään yhtenä kokonaisuutena. Matkapaketti syntyy myös silloin, kun matkailupalveluja paketoitaan asiakkaan toiveesta tai esimerkiksi lahjakorttia vastaan. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2018.)

Stockforsille kehitetyt työhyvinvointipaketit ovat matkapaketteja, sillä ne ovat erillisten matkailupalveluiden kasaamista yhdeksi tuotteeksi. Majoitus- ja ravitsemispalvelut ovat yksi tuote, jonka asiakas ostaa suoraan Stockforsin tuottamana, mutta moniin aktiviteetteihin, retkiin ja ohjelmiin on ulkopuolinen alihankkija palveluntuottajana. Esimerkiksi joogatunnit ja luonto-opastukset hankitaan ulkopuoliselta tuottajalta.

4.2 Tuotteistaminen

Tuotekehitystyö lähtee usein liikkeelle asiakkailta saadun palautteen ja ideoiden myötä. Ajatukset, kehitysideat ja suunnitelmat kuitenkin harvoin nivoutuvat yhteen kokonaiseksi prosessiksi tai konseptiksi, ja tuloksena on joukko toisistaan irrallaan olevia toimintoja. Tuotteistamisprosessin avulla voidaan rakentaa tuote, jonka kohderyhmä, asiakkaan saama arvo ja tuotteen toimivuus on määritelty selkeäksi ja toimivaksi. Tuotteistamisessa on kyse uuden tuotteen kehittämisestä, hyödyntäen jo olemassa olevia resursseja, joiden avulla voidaan luoda edellytyksiä elämysten syntymiseen. Tuotteistamisen kohteena voi olla erilaiset paikan tai kulttuurin vetovoimatekijät, kuten kylät ja metsät, mutta myös paikkaan liittyvä historia ja tarinat. Nämä ovat perustana uusien matkailutuotteiden kehittämisessä. (Komppula & Boxberg 2002, 92–93.)

Tuotteistamista käsitteenä on vaikea määritellä ja sen käyttötarkoitus ja ymmärrettävyys riippuu paljon siitä, mitä tuotteistetaan. Tuotteistamiseen liittyviä asioita ovat tuotekehitys, palvelun sisällön rakentaminen ja esimerkiksi paikallisen tarinan käyttäminen matkailutuotteen vetovoimatekijänä. Palvelujen tuotteistamisessa on kyse asiakkaan ongelman ratkaisemisesta tai tarpeen tyydyttämisestä. Palveluntarjoaja tarjoaa osaamisensa, työaikansa ja huomionsa asiakkaan hyväksi. Asiakkaan saama arvo on aineeton, mutta hyödyttävä. (Tonder 2013, 12, 14–15.)

Palvelun tuotteistamisessa on näin ollen tarkoitus muokata aineeton osaaminen ja suorite sellaiseksi, että se vastaa asiakkaan tarpeita, ostamisen motiivia ja myös muodostaa selkeän, vakiomuotoisen ja hinnoiteltavan toimenpiteen. Tuotteistamisen tulisi myös aina olla asiakaslähtöistä, eli asiakas on prosessin keskiössä ominaisuuksineen ja tarpeineen. (Tonder 2013, 12, 14–15.)

Tuotteen tai palvelun eri vaiheiden vakiointi ja kiteyttäminen kokonaisuudeksi on tuotteistamista. Tuote tai palvelu saatetaan sellaiseen muotoon, jossa se voidaan myydä yhden tai useamman kerran. Jokaiselle tuotteen tai palvelun osa-alueelle tulee määritellä hinta, palvelusisältö ja tuotantoprosessi ja tämä kokonaisuus tulee dokumentoida tarkasti. Tuotteen tai palvelun kehittäminen on tehokasta, kun tuotteistamisprosessista on dokumentoitu itse tuote, sen tuottaminen ja palvelun suunnittelu. Tuotteistamisen tarkoitus on

alentaa riskiä, jonka asiakas on tuotteeseen tai palveluun liittänyt. Tuotteistamisen avulla tuotteista ja palveluista saadaan helpommin myytäviä ja ostettavia. Tuotteistaminen on tuotteen tai palvelun palvelupolun mallintamista ja siten yrityksen toiminnan yhtenäistämistä. (Tamminen 2012, 6; Villanen 2016, 221–222.)

Kun palvelun tuotantokustannukset ovat alhaisia, on palvelun tuottaminen yrittäjälle helppoa ja yksinkertaista. Jotta helppoon ja yksinkertaiseen tuotantoon päästään, tulee palvelun tuotteistamisprosessi dokumentoida, eli kirjata asiakirjoihin, muistioihin ja muistilistoihin. Dokumentointi on tärkeää, jotta tuotteistettu palvelu voidaan siirtää ammattilaiselta toiselle. Tuotteistetun palvelun tulisi olla myös mahdollisimman vähän sidoksissa yksittäiseen henkilöön, eli riippumaton juuri tietyn henkilön osaamisesta ja tekemisestä. (Tonder 2013, 12, 14–17.)

Hyvin tuotteistetut palvelut perustuvat siis formaatteihin. Tällöin niiden tuottaminen ja myyminen ovat tehokkaimmillaan. Formaatti vähentää tuottamisen henkilösidonaisuutta ja työtä voidaan jakaa muille, sillä palvelun tuottaminen on ikään kuin rutinoitu. Palvelu on tuotteistettu hyvin, kun sillä on selkeä kohderyhmä ja markkinat, se menee kaupaksi, se tuottaa katetta palvelun tarjoajalle ja kun se on monistettavissa. Tuotteistaminen on avuksi matkailupalveluiden helpompaan tuottamiseen, kannattavuuteen ja tasalaatuisuuteen. (Tonder 2013, 12, 14–17.)

4.3 Hyvinvointimatkailu

Hyvinvointimatkailu käsitteenä tarkoittaa wellness- ja terveysturmatkailua. Wellness tulee sanoista wellbeing eli hyvinvointi, ja fitness eli kunnossa pysyminen. Suomen hyvinvointimatkailusta käytetään mieluummin wellbeing- kuin wellness-käsitettä. Pääasiassa hyvinvointimatkat suuntautuvat kylpylöihin sekä erilaisiin rentoutumista ja virkistäytymistä tarjoaviin palveluyrityksiin. Hyvinvointimatkailussa palveluihin kuuluu yleensä hierontaa, hemmotteluhoitoja ja terveellistä ruokaa, myös erilaiset aktiviteetit ja liikuntamuodot ovat yleisiä. Hyvinvointimatkailun tarkoitus ei ole varsinaisesti sairauden parantaminen tai kunnan kohottaminen, vaan tuottaa hyvää oloa fyysisesti ja psyykkisesti siten, että hyvä vointi ja mieli säilyisi matkan lisäksi myös sen jälkeen. (Rantanen &

Väyrynen 2017, 8–9.) Seuraavassa kaaviossa (kuva 8) on havainnollistettu hyvinvointimatkailun rakennetta ja sen eri käsitteiden sisältöjä.



Kuva 8. Hyvinvointimatkailun rakenne (Rantanen & Väyrynen 2017, 9)

Terveys- tai terveydenhoitomatkailu on matkustamista, johon sisältyy lääketieteellisiä toimenpiteitä, kun taas hyvinvointimatkailu on kattava kokonaisuus erilaisia hyvinvointia elvyttäviä tai ylläpitäviä tuotteita ja palveluita. Wellness-tuote eroaa hyvinvointituotteesta kokonaisvaltaisella korkealaatuisuudellaan, johon liittyy usein hemmottelu- ja luksuselementtejä tai kulttuurielämyksiä. (Suontausta & Tyni 2005, 40–42.)

Hyvinvointi matkailutuotteena käsittää yleensä kuljetuksen, majoituksen, ravitsemispalvelut ja ohjelmapalvelut. Kun matkailutuotteen keskiössä on hyvinvointi ja wellness, tulee kaikki siihen liittyvät moduulit suunnitella sen mukaisesti. Kuljetuspalveluiden suhteen myös ympäristöasioiden huomioiminen hyvinvointiin liittyvän matkailutuotteen kohdalla olisi suotavaa. Tämä luo toki haasteita, mutta esimerkiksi matkailijoiden ”perehdyttäminen” matkan tarkoitukseen jo kuljetuksen aikana voisi olla yksi vaihtoehto muun muassa luentomateriaalin ja rauhallisen matkustusympäristön tarjoamisella. Majoituspalveluiden osalta hyvinvointiteeman näkyminen liittyy harmoniaan, esimerkiksi värihin, valoon ja akustiikkaan. (Suontausta & Tyni 2005, 141–149.)

Erilaisiin hyvinvointitoimintoihin liittyvien tilojen tulisi olla ominaan, jotta matkailijalla on mahdollisuus valita yksilöllisen ja sosiaalisen sekä rentoutumisen ja aktiivisen suorittamisen tilojen väliltä. Myös majoituspalveluissa ympäristöystävällisyys on ehdotonta hyvinvointimatkailussa. Ravitsemispalvelut hyvinvointimatkailutuotteessa ovat luonnollisesti terveellisiä ja hyvää oloa edistäviä. Joillekin matkailijoille puhdas, hyvinvointia edesauttava ruoka voi olla tärkein syy matkustaa. Puhtaat, tuoreet ja mahdollisimman luonnonmukaiset raaka-aineet kevyesti ja kauniisti tarjottuina on hyvinvointimatkailupakettiin sopivia. Samalla tulee huomioida ravitsemuksen ympäristöaspekti. (Suontausta & Tyni 2005, 141–149.)

Ohjelma- ja aktiviteettipalvelut hyvinvointimatalla tulisi olla kehon, mielen ja sielun hyvinvointia edistäviä. Erilaiset liikunnalliset ja luontoon liittyvät aktiviteetit ovat yleisiä hyvinvointimatkatuotteissa. Kuitenkaan moottorivälineillä liikkuminen ei kuulu wellness-ajatteluun, kuten ei myöskään raskaat henkistä tai fyysistä ponnistusta vaativat lajit. Kulttuurielementit, ruokaan ja juomaan sekä käsitöihin liittyvät toiminnot ovat luonteva osa hyvinvointimatkatuotetta. Yhä useammin kokousten, neuvotteluiden ja koulutuspäivien yhteyteen liitetään TYKY-toimintaa, joka liittyy yleensä hyvinvointiin. Näin saadaan kokouksentamisesta nautittavampaa ja paremmin siedettyä, vähemmän puuduttavaa. (Suontausta & Tyni 2005, 141–149.)

Hyvinvointiin liittyvä matkailu on lisääntynyt viime vuosina. Yhtenä syynä tähän on Maailman terveysjärjestön, WHO:n pitkään markkinoima näkemys hyvinvoinnista (wellbeing) ja kunnossa pysymisestä (fitness). Myös kaiken kaikkiaan ihmisten koulutusten myötä lisääntynyt tietoisuus hyvinvoinnista ja henkilökohtaisesta terveydestä on kasvattanut hyvinvointimatkailun suosiota ja tarjontaa. Hyvinvointimatkailun tulevaisuus nähdään matkailualan asiantuntijoiden mukaan optimistisena. Investointien, sijoitusten ja työllisyyden ennustetaan kasvavan näillä markkinoilla. (Koncul 2015, 525, 533.)

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimuksen toteuttamiseen tarvitaan syy, miksi se tehdään ja jotta on syy tutkia asioita, on oltava olemassa myös ongelma, johon tutkimuksella haetaan

vastausta tai ratkaisua. Tässä luvussa käsitellään tutkimuskysymykset, tutkimusmenetelmät ja lopuksi esitellään tutkimuksen analysointia, luotettavuutta ja yleistettävyyttä.

5.1 Tutkimuskysymykset

Tutkimustyöhön kuuluvat tietyt tutkimuskysymykset ja mahdollisesti myös alakysymyksiä. Tutkimus on hyvällä perustalla, kun sen tutkimusongelma, eli pääkysymys tai -kysymykset on määritelty täsmällisesti. Muutoin tutkimus jää tuloksiltaan merkityksettömäksi, jos ongelmaa ja kysymyksiä ei ole rajattu riittävän tarkasti. Alakysymyksistä käytetään myös nimitystä teoreettiset tutkimuskysymykset, koska niitä ei esitetä informanteille, eli haastattelussa tai lomakekyselyssä tutkittaville henkilöille. Vaikka tutkimus perustuu tutkimusongelmaan, ei se silti tarkoita arkikielen negatiivista estettä tai haastetta, vaan enemmänkin avointa asiaa, johon tarvitaan vastaus ja selvitys. (Vilkkä 2015, 37.)

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelma nousi esiin jo ensimmäisessä keskustelussa toimeksiantajan kanssa. Tuolloin ei toki tiedetty, että tätä ongelmaa tultaisiin työstämään opinnäytetyönä, kehittämällä uutta palvelutuotetta toimeksiantajalle. Tutkimuskysymyksiksi tämä ongelma muotoiltiin opinnäytetyötä aloittaessani, kun pohdin aihetta työlleni yhdessä toimeksiantajan kanssa. Lemberg (2020) toi tuolloin uudestaan esille tämän ajatuksensa palvelupaketista, joka voisi olla avuksi ja ennaltaehkäisevänä toimenpiteenä työuupumuksen suhteen. Päätimme siis, että työni tutkimusongelma on palvelutuotteen kehittäminen ja tuote tarkentui miltei heti työhyvinvointiin ja yritysasiakkaisiin keskittyväksi. Tutkimusongelmasta johdettiin tutkimuksen pääkysymykset, joista edelleen alakysymykset.

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelma ja pääkysymykset ovat:

- Miten tuotteistetaan työhyvinvointituote yritysasiakkaille Stockfors Pyhtäällä?
- Mitä työhyvinvointipaketti pitää sisällään?

Alakysymyksiä eli teoreettisia kysymyksiä ovat;

- Mitä työhyvinvointi on?
- Mitä hyvinvointimatkailu on?

Tutkimuskysymykset toimivat siis punaisena lankana, johdattavana tekijänä läpi koko opinnäytetyön. Työssä pyrittiin löytämään vastaus yllä esiteltyihin tutkimuskysymyksiin teoriaan perehtymällä ja erilaisia tutkimusmenetelmiä hyödyntäen, jotka esitellään seuraavaksi.

5.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmiä on kahdenlaisia, kvalitatiivinen eli laadullinen ja kvantitatiivinen eli määrällinen. Jako tarkoittaa, että tutkimisen tapoja on kaksi erilaista. Laadullisen tutkimuksen avulla tutkitaan usein tulevaisuutta ja tässä tutkimusmenetelmässä tutkittavaa kohdetta parannetaan, kehitetään tai uudistetaan. Laadullinen tutkimustapa perustuu ihmisten maailman ilmiöiden tutkimista sosiaalisessa ympäristössä ja laadullinen tutkimus vastaa kysymyksiin *mitä* ja *miten*. (Pitkäranta 2014, 8–9; Vilkka 2005, 45.)

Tätä voidaan kutsua myös tiedonintressiksi, eli millaista tietoa tutkimuksella tavoitellaan? Kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonintressi on saavuttaa tietoa, joka auttaa ilmiön tai asian ymmärtämisessä. Määrällinen tutkimus taas painottuu menneisiin tapahtumiin ja sitä tehdään luonnontieteellisessä ympäristössä. Määrällisen tutkimuksen avulla voidaan tarkastella pörssikursseja, valuuttoja, säätä tai muita numeerisia arvoja ja se vastaa kysymyksiin *miten paljon* ja *miksi*. Kvantitatiivisen tutkimuksen tiedonintressi on siis saavuttaa numeraalista tietoa. (Pitkäranta 2014, 8–9; Vilkka 2005, 45.)

Tutkimusongelman kysymysmuoto, eli tiedonintressi, määrittää käytettävän tutkimusmenetelmän. Tutkimusmenetelmä taas määrittää tutkimusaineiston keräämisen tavan. Molemmilla tutkimusmenetelmillä on tyypilliset aineiston keräämisen tavat. Kvalitatiivisen tutkimuksen aineiston kerääminen tapahtuu usein tutkimushaastattelun avulla, joka voi olla luonteeltaan syvähaastattelu, avoin haastattelu tai lomakehaastattelu. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineiston kerääminen tapahtuu hyödyntäen kyselylomaketta, systemaattisen havainnoinnin tai valmiiden rekisterien ja tilastojen käytön avulla. (Pitkäranta 2014, 8–9; Vilkka 2005, 45.)

Tähän opinnäytetyöhön tutkimustavaksi valittiin käytettäväksi triangulaatiomenetelmä, eli monimenetelmällisyys aineiston ja tutkimusmenetelmän suhteen. Tutkimus toteutettiin neljän erilaisen menetelmän avulla: tutkimushaastattelun, sähköisen kyselyn, net scoutingin ja benchmarkingin. Monimenetelmäisyys valikoitui tähän työhön, koska aiheena on täysin uuden palvelutuotteen kehittäminen ja toimeksiantajan toiminta on muutoinkin vielä kovin järjestäytymätöntä. Monimenetelmäisyyden avulla saatiin laajempi katsaus tämänhetkisestä tilanteesta aiheeseen liittyen niin potentiaalisten asiakkaiden, kilpailijoiden kuin toimeksiantajan itsensäkin näkökulmasta. Lisäksi triangulaatiomenetelmän on tarkoitus lisätä tutkimuksen luotettavuutta. (Anttila 2014; Vilkka 2005, 45.)

Kvalitatiivista tutkimusmenetelmää edustaa tässä opinnäytetyössä tutkimushaastattelu, joka toteutettiin keväällä Stockforsin Patruunantalossa. Haastatteluvina olivat majoitustoiminnasta vastaava emäntä Katja Lemberg ja Stockforsin alueen puuhamies ja omistaja Reino Uusitalo. Kvalitatiivisiin tutkimusmenetelmiin kuuluvat myös kaikki muu ihmisen tuottama tutkimusaineisto, kuten puhe-, kuva- ja tekstiaineistot, joista tätä työtä tehdessä on käytetty kuva- ja tekstiaineistoja Lembergin luotsaaman Kasvava ry:n verkkosivuilta ja Kotkan-Haminan seudun kehittämissyrityksen verkkosivuilta sekä Stockforsin sosiaalisesta mediasta. (Vilkka 2005, 80–81.)

Tutkimushaastattelu oli luonnollinen valinta yhdeksi tämän työn menetelmäksi, sillä toimeksiantajat ovat kehittämistyön perustana ja haastattelussa heillä on mahdollisuus tuoda esille asioita mahdollisimman vapaasti. Haastattelulla saadaan myös syventäviä ja tarkempia vastauksia ja aiheessa on myös sellaisia arkoja asioita, joiden käsittely on huomaavaista ja kohteliasta tehdä kasvotusten. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 35.)

Kyselylomakkeen käyttäminen tutkimusaineiston keräämisen tapana on kvantitatiivista tutkimusta. Tutkimusaineiston keräämistä varten tarvitaan jokin tapa, eli otantamenetelmä, jotta voidaan valita pienempi havaintoyksikköjoukko (otos) suuremmasta määrästä (perusjoukosta). Otantamenetelmiä on viisi: kokonaisotanta, yksinkertainen satunnaisotanta, systemaattinen-, osi-

tettu- ja ryväotanta. Tämän tutkimuksen aineiston otantamenetelmäksi on valittu yksinkertainen satunnaisotanta. Tämä tarkoittaa, että otantaan poimittavat havaintoyksiköt, eli yritykset, on arvottu. Tätä otantamenetelmää käytettäessä kaikilla perusjoukon yksiköillä, eli yrityksillä, on yhtä suuri mahdollisuus tulla valituksi tutkimuksen otokseen. (Vilka 2005, 66–67.)

Sähköisen kyselyn tarkoituksena oli saada tietoa potentiaalisilta yritysasiakkailta siitä, millaisia työhyvinvointiteemoja heidän organisaatioissaan on tällä hetkellä ja millaisista he voisivat olla kiinnostuneita. Näin kartoitettiin kehitettävän työhyvinvointituotteen palvelutarjontaa ja sen potentiaalista kysyntää. Lisäksi saatiin tietoa siitä, mitkä työhyvinvointitoimenpiteet havaitaan hyviksi ja mitkä ei niin välttämättömiksi. Kysely toimi siis asiakaslähtöisen kehittämistyön perustana. Sähköisen kyselyn kysymykset muotoutuivat luonnollisesti sen perusteella mitä tietoja potentiaalisilta asiakkailta haluttiin selvittää.

Net scouting on suhteellisen vähän tunnettu termi, mutta lähestulkoon jokainen on sitä tehnyt. Net scouting on yksinkertaisimmillaan internetin selailua. Tarkemmin selitettynä se tarkoittaa tiedustelua ja informaation hankintaa internetin avulla. Internetin tietomäärä on valtava ja ajankohtaisuus sekä laaja jakelukanava ovat syitä, miksi sen kautta suoritettava tiedonhankinta on sen tärkeimpiä tehtäviä. Valtavan tietomäärän ja valtavan käyttäjämäärän vuoksi tulee muistaa lähdekritiikki ja alkuperäisen lähteen tarkistaminen ennen tiedon käyttämistä työhön. Net scouting on oiva alusta tutkimuksen tekemiseen, kunhan varmistaa tietojen oikeellisuuden ennen niiden käyttämistä. Etenkin työn alkuvaiheessa aiheeseen tutustuminen on luontevaa toteuttaa hyödyntäen net scouting -menetelmää. (Moritz 2005, 194.)

Benchmarking, eli vertailukehittäminen toimii sekä oppimiseen muilta että oman toiminnan kehittämiseen. Siksi se valittiin yhdeksi opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi, sillä se on erinomainen apuväline, kun halutaan tietää miten muut ovat tutkittavassa asiassa onnistuneet tai epäonnistuneet.

Benchmarking toimii siis myös tarkistustyökaluna siihen kannattaako suunnittelemaansa toteuttaa käytännössä ja toisaalta se on avuksi täysin uuden palvelun osan, tai palvelumallin suunnittelussa. (Saranpää & Sistonen 2012, 32; Komppula & Boxberg 2002, 123–124.)

5.3 Tutkimuksen toteutus, aikataulu ja analysointi

Tutkimus toteutettiin vuoden 2020 kevään, kesän ja alkusyksyn aikana. Teemahaastattelu suoritettiin maaliskuussa kasvatusten, juuri ennen koronapandemian aiheuttamien rajoitusten alkamista. Sähköinen kysely toteutettiin kesäkuussa ja net scouting sekä benchmarking käytännössä koko opinnäytetyöprosessin ajan. Kahta viimeiseksi mainittua on mahdotonta tarkalleen ajoittaa, sillä käytännössä kaikki tiedonhankinta opinnäytetyön teemasta on net scoutingia ja benchmarkkausta. Toimeksiantajan kanssa on tehty yhteistyötä jo aiemmin muiden oppimistehtävien kautta, joten myös niiden aikana suoritettu tiedonhankinta varmasti osaltaan vaikuttaa tämän työn ja tutkimuksen tekemiseen. Kaikissa oppimistehtävissä on aihe käsitelty enemmän tai vähemmän tämänkin työn aiheena olevia työhyvinvointia ja ihmisen kokonaisvaltaista hyvinvointia. Tutustuminen aiheeseen on siis alkanut jo ennen tämän opinnäytetyön aloittamista ja net scouting on ollut osa sitä.

Tutkimuksen aikataulu ei ollut kiireinen ja tiukka, eikä kysymysten analysointiin mennyt paljoakaan aikaa sillä otos on varsin pieni. Vastauksista saatiin Webpropol-ohjelmassa koottu raportti, josta kyselyn vastaukset on myös tähän työhön tuotu esille. Vastauksista on tehty yhteenveto, joka esitellään kapaleessa kuusi, sähköisen kyselyn osiossa.

5.4 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Yleisiä luotettavuusmittareita tieteelliselle tutkimukselle ovat tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti, pätevyys ja pysyvyys. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa luotettavuus on usein vain arvio, sillä sitä ei voida laadullisessa tutkimuksessa laskea ja arvioida samalla tavalla kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Tutkimuksen luotettavuuden kriteerinä voi olla informantin vahvistus, eli tutkittu todistaa tutkimuksessa esitetyt tulokset, analyysit ja johtopäätökset oikeiksi. Toinen kriteeri on vahvistettavuus, eli kerätään, verrataan ja analysoidaan eri lähteistä hankittuja tietoja, joiden avulla pyritään saamaan todistus ja varmuus tutkitulle väitteelle. (Kananen 2017, 176–179.)

Kolmantena kriteerinä on riittävä dokumentaatio, eli arvioitavuus. Tämä tarkoittaa, että kaikki tutkimuksessa tehdyt päätökset tulee perustella ja dokumentoida, jotta ratkaisut on mahdollistaa jäljittää ja arvioida. Neljäs kriteeri, tutkimuksen sisäinen validiteetti on todella haastavaa etenkin laadullisessa tutkimuksessa, jossa ei ole täsmällisiä tulkintasääntöjä. Kahden tutkijan tutkimustyössä tulkinnan ristiriidattomuus on helppo varmistaa, sillä se tarkoittaa, että molemmat tutkijat tulevat samaan johtopäätökseen. Viidentenä kriteerinä on tutkimuksen saturaatio, joka tarkoittaa tutkimustulosten toistuvuutta eri lähteistä. Myös aikaisemmat tutkimukset samasta aiheesta lisäävät tutkimuksen luotettavuutta. (Kananen 2017, 176–179.)

Validiteetti tarkoittaa siis tutkimuksen pätevyyttä, eli sitä että tutkitaanko oikeita asioita. Esimerkiksi onko jokin tietty menetelmä validi jonkin aiheen analysoinnissa. Muun muassa looginen, sisäinen, ulkoinen ja aineisto- eli sisältövaliditeetti ovat eri näkökulmia, joiden mukaan tutkimusmenetelmän validiteettia voidaan tarkastella. Näkökulman voi valita tutkimusaiheen ja -otteen mukaan. Tutkimuksen validiteettia tulee tarkastella myös tulosten näkökulmasta, jolloin saadaan vastaus kysymykseen; oikeuttavatko käytetty aineisto, tutkimusmenetelmät ja saadut tulokset esitetyt väitteet. (Hiltunen 2009.)

Kvalitatiivisessa, eli laadullisessa tutkimuksessa laatu korvaa määrän, kuten nimikin jo sen kertoo. Tutkimusaineiston koolla ei siis ole väliä ja pienikin aineisto toimii apuvälineenä asian tai ilmiön ymmärtämisessä. Kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta on hankalampi todistaa, sillä tutkimuksen kohde eli ihmiset, ilmiöt ja asiat ovat yhteiskuntatieteellisiä ilmiöitä, joita ei voida laboratorioissa testata ja varmistaa todeksi, kuten kvantitatiivisen tutkimuksen numeraalinen tieto. (Vilkkä 2005, 96; Kananen 2017, 173–179.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuus pohjautuu luonnontieteisiin, kuten kemiaan ja fysiikkaan, josta tieteellisen tutkimuksen luotettavuusmittarit on omaksuttu. Kvantitatiivisen tutkimuksen tutkimuskohteet eivät muutu ja ne voidaan testata ja mitata uudestaan, toisin kuin kvalitatiivisen tutkimuksen kohteet. Erityisen ongelmallista kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden todistaminen on silloin, kun tarkastellaan ihmisten käyttäytymistä, ajattelua ja toimintaa. (Vilkkä 2005, 96; Kananen 2017, 173–179.)

Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten pysyvyyttä, eli sitä, että uusintamittaus vahvistaisi saadut tutkimustulokset. (Kananen 2017, 173–179.) Tutkimuksen reliabiliteetti on hyvä silloin, kun tulokset eivät johdu sattumasta. Samoissa olosuhteissa tulisi siis saada samat vastaukset, jos tutkimus uusittaisiin. Siksi kysymysten tulee olla ymmärrettäviä ja yksiselitteisiä. Periaatteessa tutkimus voi olla reliabeeli eli luotettava, vaikka tutkimus ei olisi validi, eli pätevä. Kuitenkin, mitä alhaisempi reliabiliteetti, sitä alhaisempi validiteetti. (Hiltunen 2009.)

Tämän opinnäytetyön validiteetin puolesta toimii informantin ja tutkimuksen vahvistettavuus sekä se, että palvelutuotteen kehittämistyö on toteutettu täysin toimeksiantajan toiveen mukaan. Työn vaiheita, kehittämisideoita ja suunnitelmaa on esitelty toimeksiantajalle työn aikana ja valmis opinnäytetyö lähetetään heidän hyväksyttäväkseen ennen julkaisua. Tutkimuksen vahvistettavuus ilmenee monimenetelmäisyyden hyödyntämisenä ja aineistotriangulaationa, jossa on kerätty tietoa eri lähteistä ja verrattu niitä tutkijan omaan tulkintaan, tai on arvioitu tuottavatko eri tietolähteet toisiaan tukevia tuloksia. (Kananen 2017, 176–178.)

Omasta mielestäni tutkimuksen kysymykset oli asetettu oikein tavoitteisiin nähden ja niihin saatiin myös vastaus teorian ja tutkimuksen kautta. Tutkimusmenetelmät olivat mielestäni työn aiheeseen nähden sopivat ja oikeat. Tämän opinnäytetyön reliabiliteettia on hankala todentaa, sillä haastattelu ja sähköinen kysely tulisi kohdistaa täysin samalle vastaajajoukolle, olettamuksena, että heidän vastauksensa olisivat täysin samat kuin aiemmalla kerralla. (Kananen 2017, 176–178.)

6 TUTKIMUKSEN TULOKSET JA ANALYYSI

Tässä luvussa käydään tutkimuksen tuloksia läpi samoilla teemoilla, kuin tutkimuksen toteutuksen esittelyssä. Ensin kerron tutkimushaastattelusta, sähköisestä kyselystä, net scoutingista ja benchmarkkauksesta. Luvun lopussa esitellään kokonaisuudessaan uusi työhyvinvointipaketti.

6.1 Tutkimushaastattelu

Tutkimushaastattelu toteutettiin keväällä 2020 Stockforsin Patruunantalossa. Haastateltavina olivat majoitustoiminnasta vastaava emäntä Katja Lemberg ja Stockforsin alueen puuhamies ja omistaja Reino Uusitalo. Haastattelussa olivat heidän ja itseni lisäksi kaksi muuta opiskelijakollegaani, joiden kanssa olemme useita muita oppimistehtäviä Stockforsin toiminnan kehittämiseksi tuottaneet.

Haastattelu oli hyvin vapaamuotoinen ja etukäteen oli lähinnä muistiinpanoiksi asetettu joitakin aiheita, joista tarvitsimme lisätietoja. Keskustelu kuitenkin rönnyili hyvinkin rentona ja soljuvasti, mutta ehkä juuri siitä syystä saimme paljon irti haastateltavista, alueesta ja heidän tilanteestaan. Uskon saaneemme selkeän näkemyksen toimeksiantajien tavoitteista ja tarpeista. Tämän haastattelun turvin, muutamien lisätietopyyntöjen lisäksi, on Stockforsiin kehitetty erilaisia hyvinvointipaketteja, sähköisen liiketoiminnan suunnitelma, muutama matkapaketti, kokous- ja majoituspaketti sekä nyt tämä työhyvinvointipaketti. Haastattelun vapaamuotoisuuden ansiosta saimme paljon tietoa alueesta ja toiminnasta. Lembergin ja Uusitalon hyvin avoin suhtautuminen suunnitelmiin on mahdollistanut monien tuotosten aikaansaamisen.

Haastattelu taltioitiin kolmen opiskelijan omaan päänsisäiseen muistiin, kirjallisten muistiinpanojen ja myöhemmin lähetettyjen, täsmentävien viestien lisäksi. Vapaamuotoinen teemahaastattelu sopi tähän työhön hyvin, sillä työssä käsiteltävät aiheet ovat henkilökohtaisia ja arkojakin, joten henkilökohtainen tapaaminen ja avoin, luottamuksellinen keskustelu arvioitiin parhaaksi tavaksi tiedonhankintaan.

6.2 Sähköinen kysely

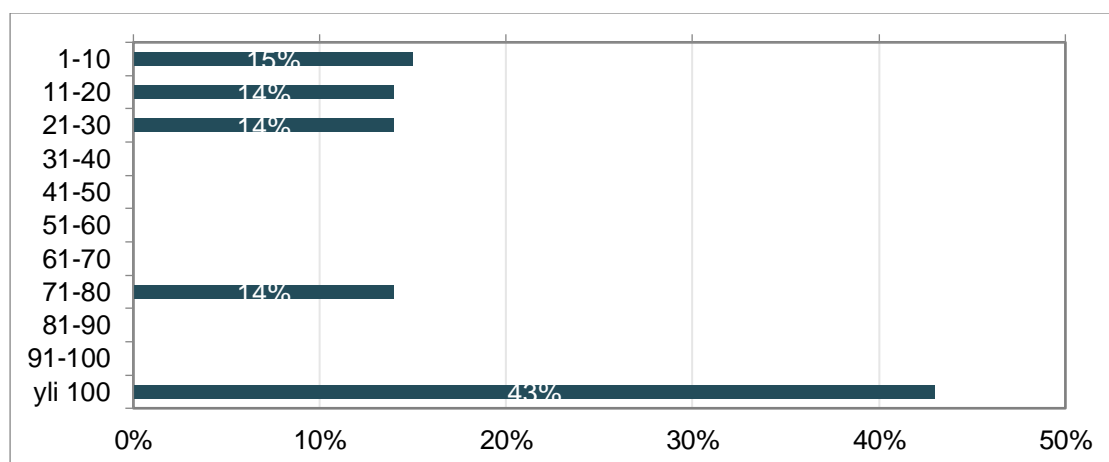
Sähköisen kyselyn tarkoituksena oli saada tietoa potentiaalisilta yritysasiakailta siitä, millaisia työhyvinvointiteemoja heidän organisaatioissaan on tällä hetkellä ja millaisista he voisivat olla kiinnostuneita. Näin kartoitettiin kehitettävän työhyvinvointituotteen palvelutarjontaa ja sen potentiaalista kysyntää. Lisäksi saatiin tietoa siitä, mitkä työhyvinvointitoimenpiteet on havaittu hyviksi ja mitkä ei niin välttämättömiksi. Kysely toimi siis asiakaslähtöisen kehittämistyön

perustana. Sähköisen kyselyn kysymykset muotoutuivat luonnollisesti sen perusteella mitä tietoja potentiaalisilta asiakkailta haluttiin selvittää.

Tutkimuksen aineiston kerääminen toteutettiin sähköisesti Webpropol-kysely- ja raportointityökalun avulla. Kyselyn linkki lähetettiin saatekirjeen kera sähköpostitse neljääntoista Stockforsin lähialueen yritykseen, jotka oli valittu satunnaisesti noin 70 yrityksen joukosta. Yritystietoja hankittiin Kotkan-Haminan seudun kehittämissyhtiöltä, Cursor Oy:ltä (2020), josta saatiin alle sata henkilöä työllistävien yritysten yhteystietoja. Yritykset valittiin sattumanvaraisesti. Kyselyn linkki lähetettiin yrityksiin toukokuun lopussa ja kysely oli avoinna kesäkuun kaksi ensimmäistä viikkoa, ajalla 1.–14.6.2020. Vastauksia saatiin seitsemästä yrityksestä, joka tarkoittaa, että kyselyn vastausprosentti oli 50. Seuraavaksi esitellään kyselyn tulokset.

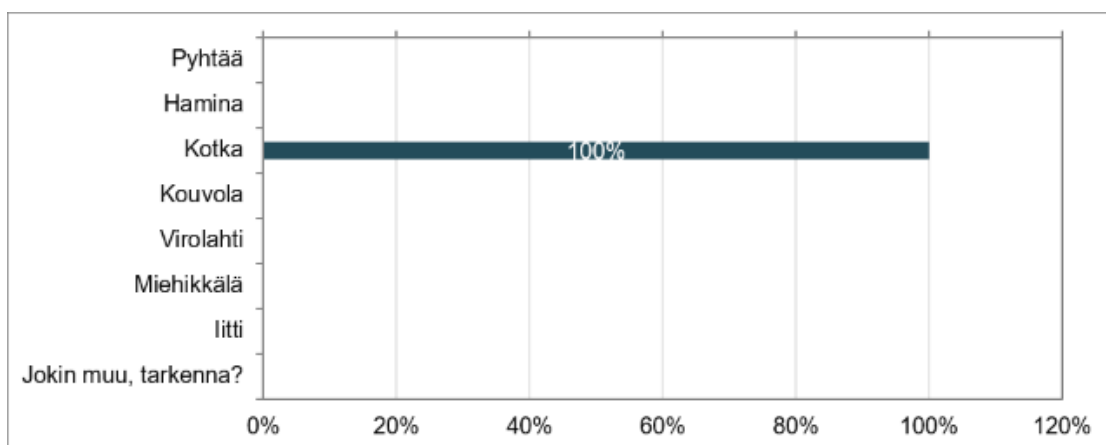
Kyselyn alussa oli viisi taustatietojä käsittelevää kysymystä: yrityksen toimiala, henkilöstömäärä, toiminta-alue sekä vastaajan toimenkuva ja ikä.

Ensimmäinen, yrityksen toimialaa koskeva kysymys oli vastausosioltaan avoin ja vastaajan tuli kirjoittaa toimialansa. Kaksi yritystä toimii kiinteistöalalla, yksi terveyspalveluissa, yksi teollisuudessa, yksi logistiikka-alalla, yksi ahtausalalla ja yksi satamaoperoinnissa. Tätä kysymystä ei tuotu opinnäytetyöhön kuvion muodossa, koska kysymys oli avoin.



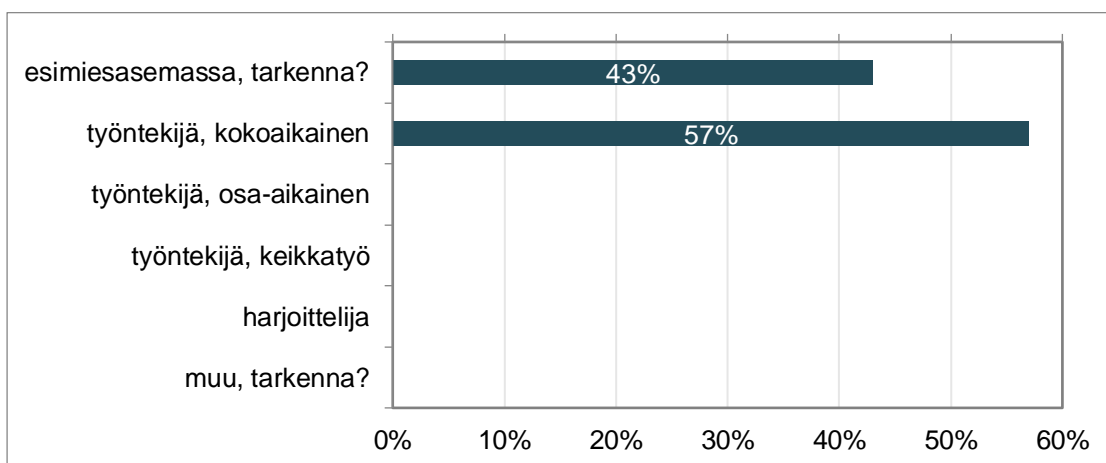
Kuva 8. Kysymys nro. 2. Yrityksen henkilöstömäärä

Yrityksen henkilöstömäärää kuvaavasta diagrammista (kuva 8) voidaan huomata, että lähes puolet vastanneista yrityksistä ovat yli sadan hengen yrityksiä, kaksi pieniä yrityksiä, yksi on mikroyritys ja yhdessä yrityksessä on 71–80 henkilöä. Tämän kysymyksen vastaukset ovat osittain hieman ristiriidassa sen kanssa, että Cursor Oy:ltä saadut yritystiedot piti koskea alle sadan hengen yrityksiä. Voisiko mahdollisesti olla syynä se, että yritysten koko on kasvanut sen jälkeen, kun Cursor Oy on listaansa päivittänyt.



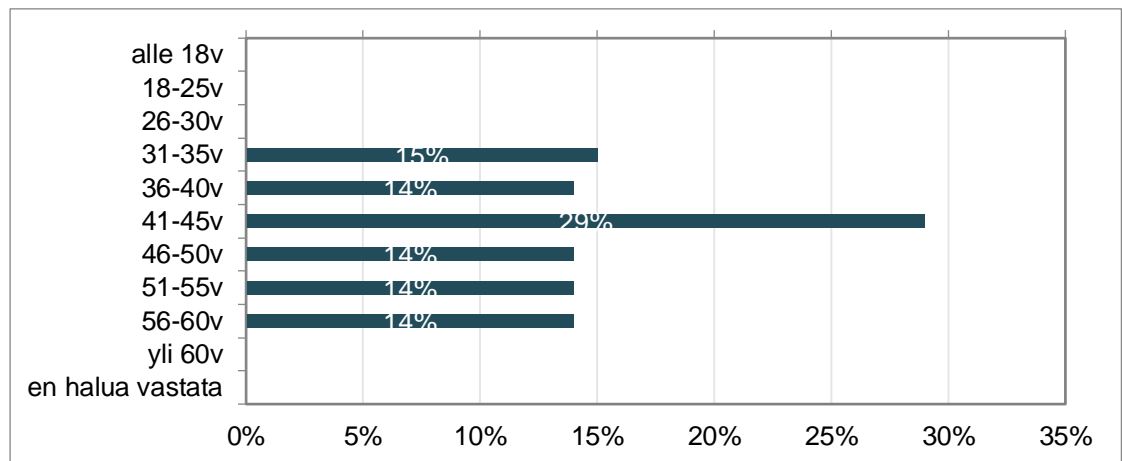
Kuva 9. Kysymys nro. 3. Millä alueella yrityksenne pääasiassa toimii? Valitse yksi vaihtoehto.

Kolmas kysymys (kuva 9) käsitteli yrityksen pääasiallista toiminta-aluetta ja vastauksista käy ilmi, että kaikki kyselyyn vastanneet yritykset toimivat Kotkassa.



Kuva 10. Kysymys nro. 4. Vastaajan asema yrityksessä

Hieman yli puolet vastaajista työskentelee kokoaikaisena työntekijänä ja toinen, lähes puolet vastaajista työskentelee esimiestehtävissä. Kysymykseen (kuva 10) pyydettiin tarkentavaa vastausta kahdessa valintakohtassa, joista esimiesasema oli toinen. Esimiesasemassa työskentelevistä 43 % kaksi toimii toimitusjohtajana ja yksi johtavana hoitajana. Tämän kyselyn vastauksissa voidaan siis nähdä suhteellisen tasaisesti sekä esimiehen että työntekijän näkemys työhyvinvoinnista.



Kuva 11. Kysymys nro. 5. Vastaajan ikä

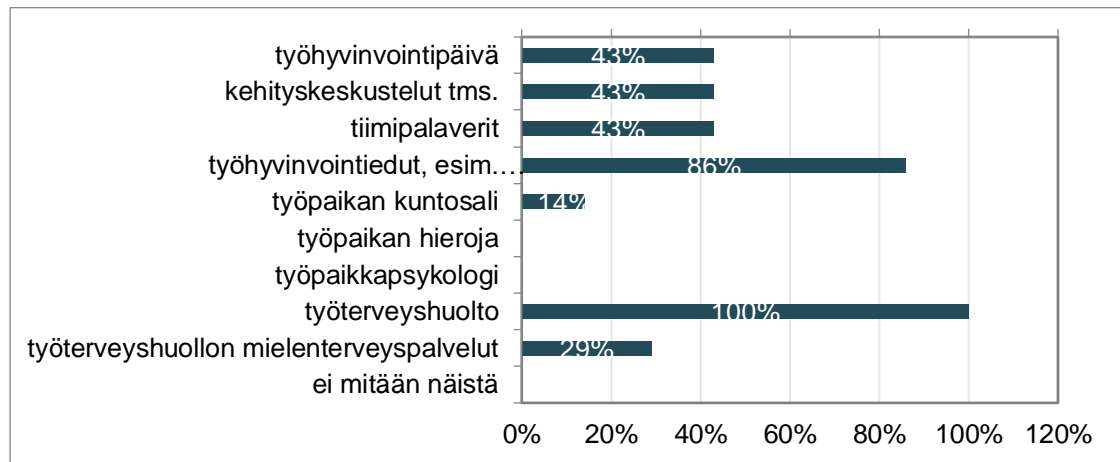
Viidennen kysymyksen diagrammista (kuva 11) huomataan, että ikäjakauma vastaajien kesken oli hyvin tasainen ja kaikki vastanneet sijoittuivat 31 – ja 60-vuotiaiden välille. Lievä enemmistö vastaajista oli 41 – 45-vuotiaita ja muut ikähaarukan ryhmät olivat tasaisesti edustettuina.

	1 ei yhtään tärkeää	2 ei juuri- kaan tärkeää	3 en osaa sanoa	4 jonkin ver- rantärkeää	5 erittäin tärkeää
Työhyvinvoinnin ylläpito	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %
Työhyvinvoinnin edistäminen	0 %	0 %	0 %	14,29 %	85,71 %
Fyysisestä työhyvinvoinnista huolehtiminen	0 %	0 %	0 %	14,29 %	85,71 %
Henkisestä työhyvinvoinnista huolehtiminen	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %
Työnantajan osuus työhyvinvoinnista huolehtimisessa	0 %	0 %	0 %	14,29 %	85,71 %

Kuva 12. Kysymys nro. 6. Kuinka tärkeää on mielestäsi...

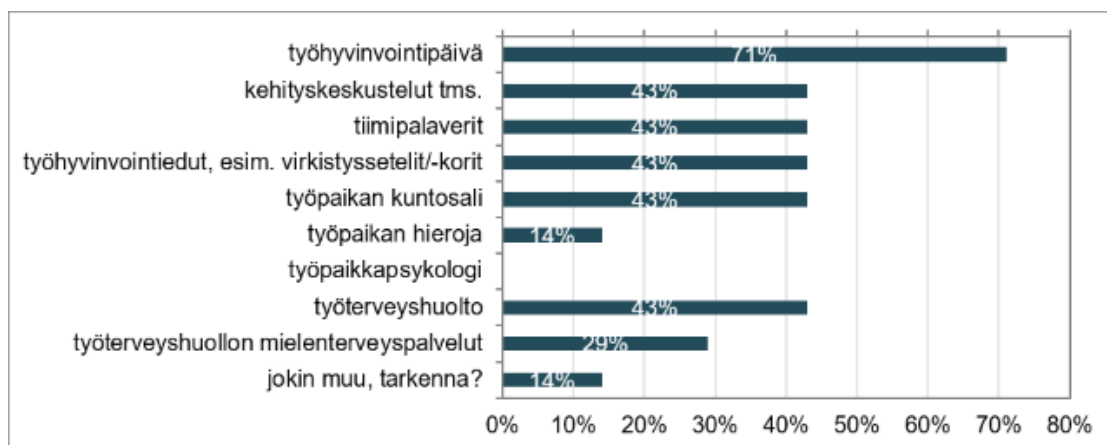
Kuudennesta kysymyksestä (kuva 12) eteenpäin alkoi varsinainen kysely. Ensimmäinen kyselykysymys käsitteli työhyvinvointiin liittyvien eri tekijöiden tärkeyttä. Vastaajan tuli vastata jokaiseen kohtaan ja pisteyttää jokainen tekijä

sen mukaan, kuinka tärkeäksi sen kokee. Kaikkien vastanneiden mielestä työhyvinvoinnin ylläpito on erittäin tärkeää, kuten myös henkisestä työhyvinvoinnista huolehtiminen. Hieman hajontaa oli työhyvinvoinnin edistämisen, fyysisestä työhyvinvoinnista huolehtimisen ja työnantajan osuuden tärkeydestä. Kaikki vastausvaihtoehdoiksi annetut tekijät koettiin kuitenkin vähintään jonkin verran tärkeiksi.



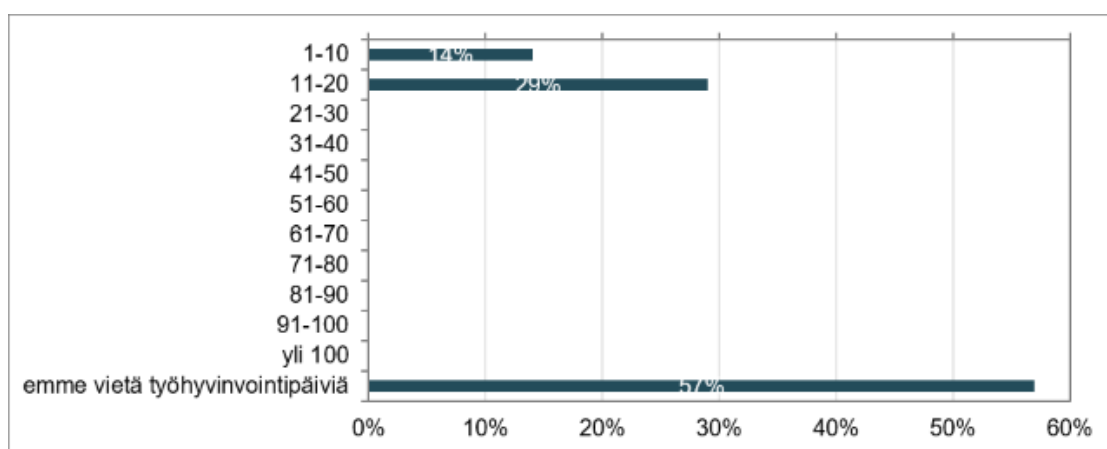
Kuva 13. Kysymys nro. 7. Millä tavoin yrityksessänne huolehditaan työhyvinvoinnista

Seitsemäs kysymys (kuva 13) käsitteli yrityksen työhyvinvoinnista huolehtimisen tilaa tällä hetkellä. Kysymyksessä oli kymmenen vastausvaihtoehtoa, joista vastaaja pystyi valitsemaan niin monta vaihtoehtoa, kuin hänen edustamansa yrityksen kohdalla piti paikkansa. Jokaisessa kyselyyn vastanneessa yrityksessä on jokin työhyvinvointiin liittyvä palvelu tai etuus ja kaikissa on saatavilla työterveyshuolto. Lähes puolessa yrityksistä on vietetty työhyvinvointipäivää, pidetty kehityskeskusteluja ja tiimipalavereja. Valtaosassa yrityksistä on käytössä työhyvinvointietuja, kuten virkistyssetelit tai -kortit. Muutamassa on saatavilla työterveyshuoltoon kuuluva mielenterveyspalvelu ja työpaikan kuntosali. Yhdessäkään yrityksessä ei ole työpaikan hierojaa tai työpaikkapsykologia.



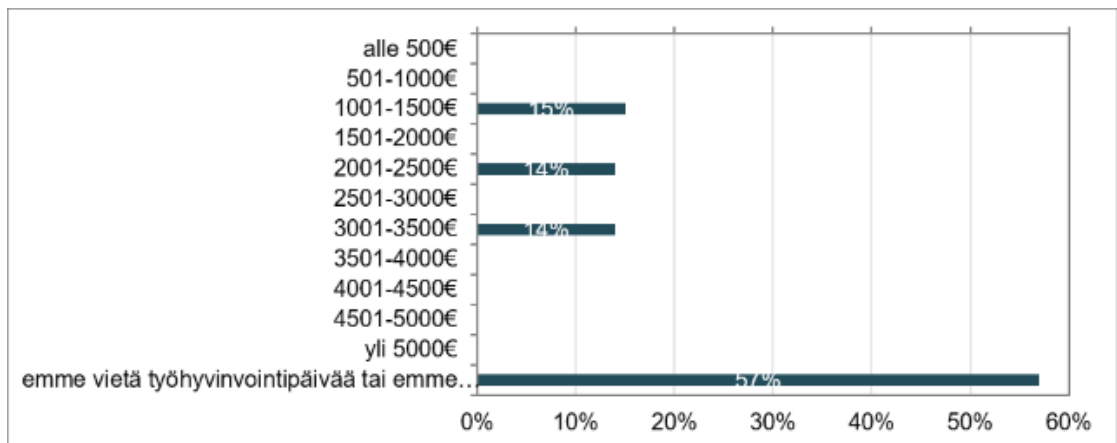
Kuva 14. Kysymys nro. 8. Millä tavoin haluaisit työhyvinvoinnista huolehdittavan työpaikallasi?

Seuraavassa kysymyksessä (kuva 14) oli samat vastausvaihtoehdot kuin edellisessä kysymyksessä, mutta kysymyksessä tiedusteltiin, että mitä työhyvinvointia tukevia palveluita ja mahdollisuuksia työpaikoille haluttaisiin. Perinteisen työhyvinvointipäivän järjestämisen kannalla oli valtaosa vastaajista, yli 70 %. Ainoastaan työpaikkapsykologi jäi ilman kannatusta, muut vaihtoehdot saivat ääniä. Työpaikan hieroja, työterveyshuollon mielenterveyspalvelut ja jokin muu vaihtoehto saivat hieman vähemmän kannatusta kuin kehityskeskustelut, tiimipalaverit, työhyvinvointiedut, työpaikan kuntosali ja työterveyshuolto. Vastaaja, joki valitsi vaihtoehdon jokin muu, tarkensi vastaustaan ”laajemmat työterveyspalvelut”, josta voidaan päätellä, että kyseisen vastaajan työpaikalla ei ole riittävä työterveyshuolto. Valitettavasti vastaaja ei tarkentanut enempää, millä tavoin työterveyspalveluiden tulisi olla laajemmat.



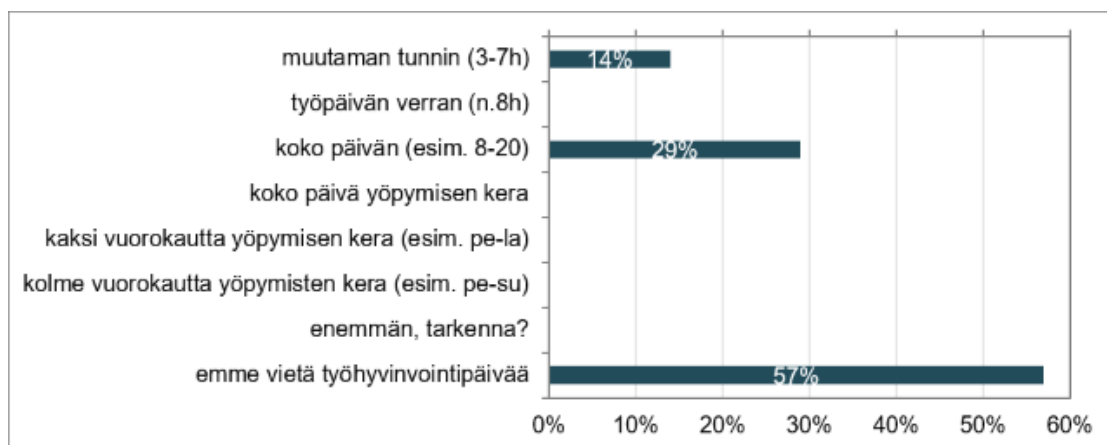
Kuva 15. Kysymys nro. 9. Kuinka monta henkilöä yrityksessänne yleensä osallistuu työhyvinvointipäivään?

Kysymyksessä numero yhdeksän (kuva 15) tiedusteltiin yritysten työhyvinvointipäivien osanottajamääriä. Yli puolet vastasi, etteivät vietä työhyvinvointipäivää, vajaa kolmasosassa osallistuu alle 20 henkilöä ja muutamissa yrityksissä osallistuu alle 10 henkilöä. Kysymys olisi voitu asettaa yrityksen henkilöstömäärää käsittelevän kysymyksen yhteyteen ja linkittää toisiinsa, jotta olisi saatu käsitys yritysten osallistujamääristä. Nyt vastauksista saatiin käytännössä vain tietoa siitä, minkä kokoisia ryhmiä työhyvinvointipäiviin yleensä osallistuu, mutta tätä tarkempi yritysten osallistujaprocentti jäi selvittämättä.



Kuva 16. Kysymys nro. 10. Kuinka paljon yrityksessänne yleensä käytetään rahaa työhyvinvointipäivään?

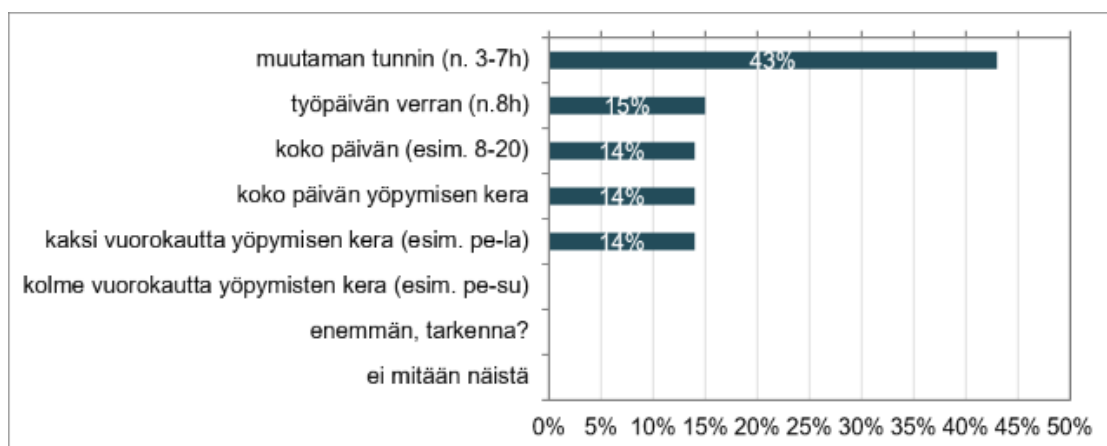
Yli puolet vastaajista ilmoitti, ettei heidän yrityksessään vietetä työhyvinvointipäivää tai siihen ei käytetä rahaa. Loput vajaa puolet vastauksista jakautui kolmen vastausvaihtoehdon kesken tasaisesti, vaihtoehtoihin 1001–1500 euroa, 2001–2500 euroa ja 3001–3500 euroa asettui jokaiseen yksi kuudesosa vastauksista. Tämänkin kysymyksen olisi voinut liittää osallistujamäärää koskevaan kysymykseen, jotta olisi saatu selkeä kuva siitä, että minkä kokoinen ryhmä käyttää minkäkin verran rahaa työhyvinvointipäiväänsä. Nyt voidaan vain arvailla, millaisella henkilömäärällä käytettäisiin mikäkin summa. Kuitenkin uutta palvelutuotetta hinnoiteltaessa tätä voidaan jossakin määrin hyödyntää, sillä vastauksista pystyttiin laskemaan jonkinlainen suuntaa-antava summa jokaista osallistuvaa henkilöä kohden, vaikka ei suorita linkkejä henkilömäärän ja rahasumman välillä voitukaan todentaa.



Kuva 17. Kysymys nro. 11. Kuinka paljon yleensä käytätte aikaa työhyvinvointipäivään?

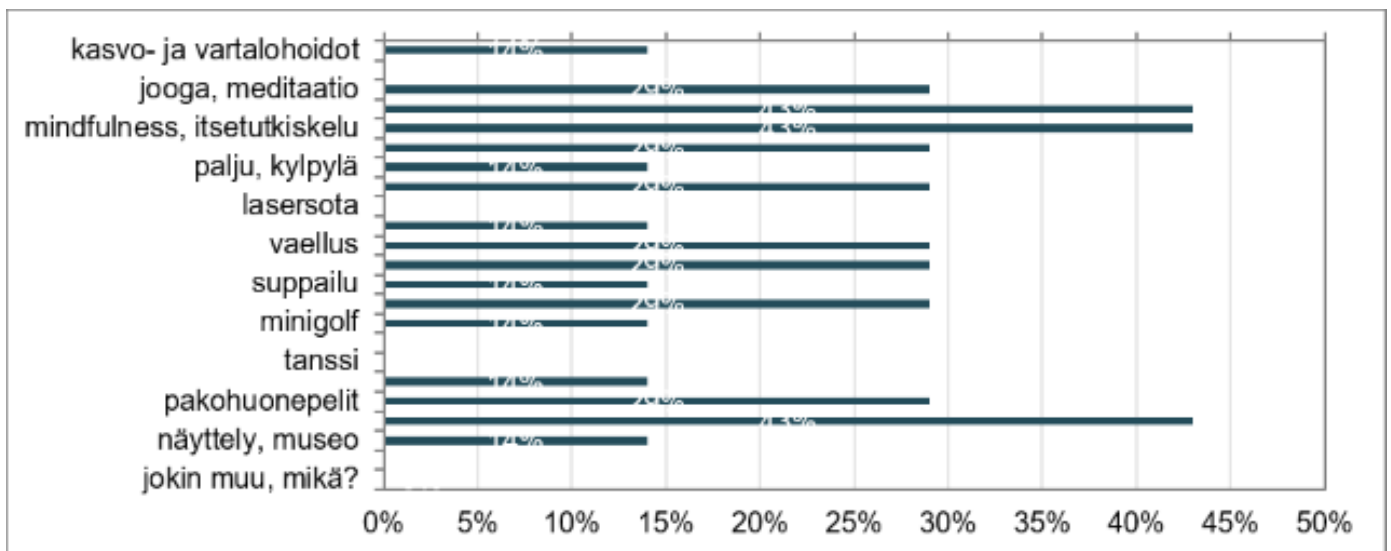
Työhyvinvointipäivään vietettävä aika voidaan päätellä olevan yhteydessä aiempien kysymysten vastauksiin työhyvinvointipäivään osallistuvien määrästä ja käytettävästä summasta. Samat luvut toistuvat tämänkin kysymyksen (kuva 17) vastauksissa, hieman yli puolet eivät vietä työhyvinvointipäivää, kuudesosa käyttää päivään muutaman tunnin ja kolmasosa käyttää koko päivän.

Kolmen edellisen kysymyksen vastauksista voidaan arvioida, että vajaa puolet vastaajista, 43 %, viettää työhyvinvointipäivää, joihin osallistuu yleensä 1–20 henkilöä ja näissä yrityksissä työhyvinvointipäivään kulutetaan yleensä 1001–3500 euroa. Kuudesosa työhyvinvointipäivää viettävistä yrityksistä käyttää siihen muutaman tunnin ja kolmasosa vastanneista koko päivän. Nämä ovat kuitenkin vain niin sanotusti maalaisjärjellä pääteltäviä seikkoja, sillä kysymysten toisiinsa linkittäminen ei ollut tässä kyselyssä käytössä ja siksi varmuutta vastausten yhteenliittymisestä ei saada.



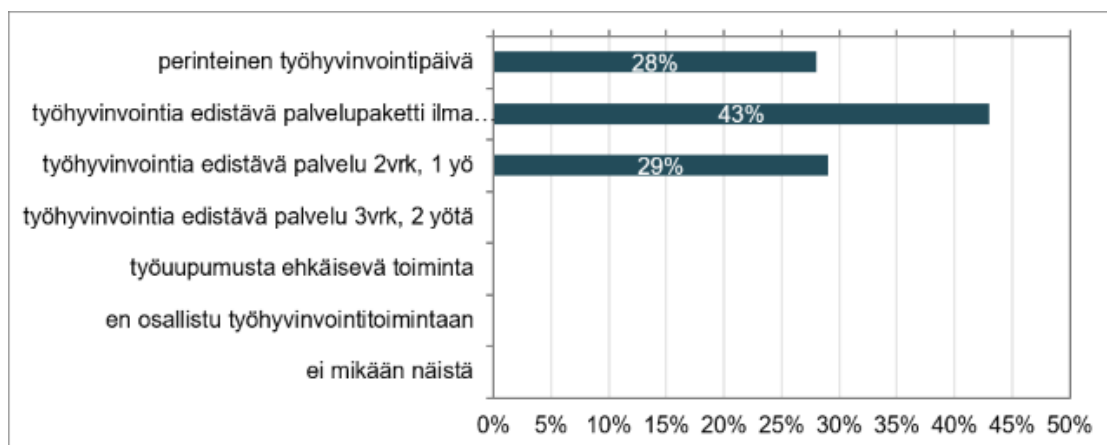
Kuva 18. Kysymys nro. 12. Kuinka paljon olisitte valmiita käyttämään aikaa työhyvinvointipäivään?

Lähes puolet käyttäisi työhyvinvointipäivään muutaman tunnin, kuudesosa käyttäisi työpäivän verran, kuudesosa koko päivän, kuudesosa koko päivän yöpymisen kera ja kuudesosa olisi valmiita käyttämään kaksi vuorokautta yöpymisen kera. Jälkeenpäin ajateltuna tähän kysymykseen olisi voinut liittää joi-takin esimerkkejä palvelupaketeista, jotta vastaajan mielikuva tyhy-toiminnan kestosta olisi helpompi hahmottaa ja toisaalta avartaa vastaajan katsomusta työhyvinvointitoimintaa kohtaan.



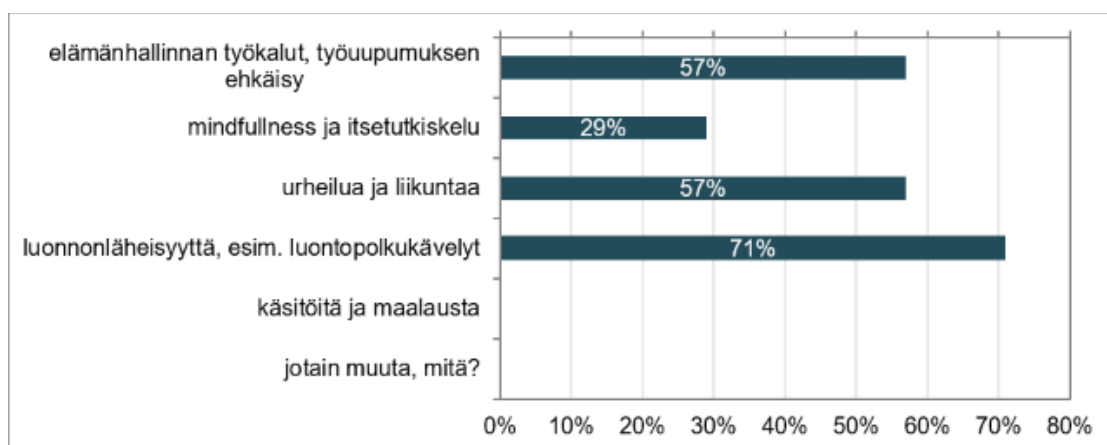
Kuva 19. Kysymys nro. 13. Minkälaisia aktiviteetteja tai palveluita haluaisit työhyvinvointipäivään?

Työhyvinvointipäivän sisältöä käsittelevä kysymys (kuva 19) sai lähes jokaiseen vastausvaihtoehtoonsa kannatusta. Ainoastaan hieronta, keilaus, tanssi, jokin kurssi ja vaihtoehto jokin muu, eivät saaneet ääniä. Eniten kannatusta saivat jooga ja meditaatio, mindfulness ja itsetutkiskelu sekä konsertti.



Kuva 20. Kysymys nro. 14. Osallistuisitko näistä mieluiten...?

Kysymyksessä numero 14 (kuva 20) tiedusteltiin vastaajilta, että millaiseen työhyvinvointia edistävään toimintaan he mieluiten osallistuisivat. Eniten kannatusta, 43 % vastauksista, sai työhyvinvointia edistävä toiminta ilman yöpymistä. Seuraavaksi suosituin vaihtoehto oli 29 prosentin kannatuksellaan yöpymisen sisältävä toiminta ja kolmanneksi eniten, 28 % vastauksista, sai perinteinen työhyvinvointipäivä. Useamman vuorokauden pituinen palvelupaketti ja työuupumusta ehkäisevä toiminta jäivät ilman valintaa. Jokainen vastaaja toivoo jonkinlaista työhyvinvointitoimintaa työpaikalleen, sillä kukaan ei vastannut, ettei osallistuisi työhyvinvointitoimintaan.



Kuva 21. Kysymys nro. 15. Jos tarjolla olisi uusi palvelupaketti työhyvinvointiin liittyen, mitä sen tulisi sisältää?

Viimeinen kysymys (kuva 21) käsitteli suunniteltavan palvelupaketin sisältöä. Valittavista kuudesta vaihtoehdosta neljä saivat ääniä ja selvästi suosituin vaihtoehto oli luonnonläheisyys. Toiseksi suosituimman sijan jakavat urheilua ja liikuntaa sekä elämänhallintaan liittyviä työkaluja sisältävät vaihtoehdot. Näiden vaihtoehtojen kesken vastausprosentti oli 57 % molemmissa. Myös

mindfulness ja itsetutkiskelu sai kannatusta 29 %. Käsityöt ja maalaus sekä avoin vaihtoehto jostain muusta toiminnasta jäivät ilman ääniä.

Sähköisen kyselyn vastaukset olivat suunnan näyttäjinä uudelle palvelutuotteelle. Vastausten avulla voitiin suunnitella paketti, joka parhaiten vastaisi alueella toimivien yritysten tarpeita työhyvinvoinnin edistämiseksi. Päällimmäisenä kyselyn vastauksista ilmeni, että vastanneista yrityksistä valtaosassa ei vietetä lainkaan työhyvinvointipäivää, vaan työhyvinvoinnista huolehditaan työterveyshuollon ja erilaisten työhyvinvointietujen, kuten virkistysretkien avulla.

Vastausten perusteella voitiin päätellä myös, että kannattavinta olisi suunnitella muutaman tunnin mittainen palvelupaketti, jonka sisältöön kuuluisi luonnonläheisyyttä, urheilua ja liikuntaa sekä elämänhallinnan työkaluja ja työuupumuksen ehkäisyä. Myös konsertti, mindfulness ja itsetutkiskelu olisivat potentiaalisia ja toivottuja toimintoja palvelutuotteelta. Vastaukset antoivat vahvistusta sille ajatukselle ja suunnitelmalle, että työhyvinvointipaketin tulisi keskittyä omaan jaksamiseen, rauhalliseen toimintaan ja voimavarojen kasvatamiseen. Työhyvinvointipakettilta toivottiin enemmänkin nautiskeluun ja akkujen lataamiseen liittyvää toimintaa, kuin raskasta liikuntaa tai kovin fyysistä tekemistä.

6.3 Net scouting

Net scouting on ikään kuin alustavaa tiedustelua, kun sen yhdistää benchmarkkaukseen. Näitä kahta voi olla vaikea erottaa toisistaan, mutta oman arvion mukaan benchmarkkaus on syvällisempi ja tuloshakuisempi tiedonhankintamenetelmä kuin net scouting. Internetissä seikkailun tuloksina löytyi muutamia hyvinvointia painottavia yrityksiä, jotka tarjoavat samankaltaisia palveluita, kuin mitä Stockforsille on suunnitteilla. Benchmarkkaukseen näistä valikoitui kaksi samankaltaista yritystä, joita vertailen myöhemmin alempana.

Internetin suuressa ympäristössä voi löytää mitä ihmeellisempiä asioita, mutta työhyvinvointiin liittyvien matkailupakettien tarjonta ei kuulunut tällä kertaa niihin. Usein työhyvinvointipaketit ovat perinteisiä tyhy-päiviä ja virkistysiltamia, joten kehittämäni tyylistä ennakoivaa ja ennaltaehkäisevää pakettia ei ollut

suoraan tarjolla. Käytännössä kuitenkin työhyvinvointipaketin räätälöiminen on mahdollista missä tahansa matkailu- ja ohjelmapalvelualan yrityksessä. Tätä ei lähdetty selvittämään tarkemmin, sillä tiedustelut todennäköisesti halutaan tarjouspyyntöinä ja myös aikataulu meinasi painaa päälle. Tässä tutkimuksessa täsmälliset net scouting -tulokset jäivät siis varsin laihoiksi, vaikka palveluiden tarjonnasta ja tarjoajista saikin varsin laajan näkökulman.

6.4 Benchmarking

Tässä luvussa käsitellään benchmarkkauksen kautta saatuja tuloksia. Työhyvinvointiin keskittyviä matkapaketteja tai palvelutuotteita on verrattain vähän valmiina, vaikka monet matkailupalveluiden tuottajat niitä varmasti tarjoavatkin. Useissa lomakohteissa matkapaketit ja palvelutuotteet ovat räätälöitävissä, joten tarjouspyynnön lähettämällä yritykset varmasti saisivat ainakin jonkinlaisen työhyvinvointipaketin lähes mistä tahansa matkailupalveluiden tuottajalta. Keskityin tässä työssä vertailemaan muutamaa matkailupalveluiden tuottajakohdetta Stockforsin kanssa. Kohteiden samankaltaisuudet on määriteltä pääasiassa palveluiden perusteella.

Benchmarkkauksesta ei aikataulullisista syistä tehty taulukkoa, josta eri palveluntarjoajien yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia olisi voinut helpommin vertailla. Vertailussa Stockforsin rinnalla toimivat kuitenkin Iloranta Hämeenlinnan Hauholta ja Hotelli Punkaharju Savonlinnasta. Molemmat sijaitsevat Etelä-Suomessa, vaikkakin Iloranta Kanta-Hämeessä ja Punkaharju Etelä-Savossa. Stockfors sijaitsee Pyhtäällä, Kymenlaaksossa, joten mitkään näistä vertailukohteista eivät sijaitse aivan lähellä. Jokaisen vertailukohteen päärakennus on vanha ja historiallinenkin ja jokainen sijaitsee maaseudulla tai maaseutumaisissa, luonnonläheisissä maisemissa. Palvelutarjonta on kaikissa hyvin samankaltainen ja lähinnä niiden kesken pääasiallinen vertailu tässä työssä tapahtuukin.

Hotelli Punkaharju Savonlinnassa on mallimaailmastakin tunnetun Saimi Hoyerin luotsaama hyvinvointikeidas. Punkaharjun palveluita ovat majoitus- ja ravitsemispalvelut sekä erilaiset tapahtumat. Tiloja on mahdollista myös vuokrata omiin tilaisuuksiin. Hotelli Punkaharju on ympäristönsä ja palveluidensa suhteen sellainen kompleks, jota Lemberg (2020) itse sanoi ihailevansa ja

joka toimii eräänlaisena innoittajana ja tavoitteena Stockforsin Patruunantololle. Hotelli Punkaharjun toiminta perustuu hyvin samankaltaiselle ajatukselle kuin Stockfors halutaan perustaa, ihmisen kokonaisvaltaiselle hyvinvoinnille. Lisäksi luonnonläheisyys, kiireettömyys ja aistien käyttö ovat merkittävässä roolissa niin Punkaharjulla kuin Stockforsissa. (Hotelli Punkaharju 2020a; Hotelli Punkaharju 2020b; Hotelli Punkaharju 2020c.)

Punkaharju on toiminut erilaisten tapahtumien näyttämönä ja hotelli tarjoaa erilaisia majoitus- ja tapahtumapaketteja asiakkailleen. Erillistä yksinomaan työhyvinvointiin liittyvää palvelupakettia heillä ei ole, mutta kokouspaketteja oheisohjelmineen löytyy, joten työhyvinvointipakettien räätälöinti on heillekin varmasti tuttua. Monien tapahtumien areenana Hotelli Punkaharju tarjoaa teemaviikonloppuja, kuten esimerkiksi ”Lumoudutaan luonnosta”, Neulontareittiä, Maalauskurssia ja Samppanjaviikonloppua. Kaikki edellä mainitut paketit on rakennettu teemansa ympärille ohjelmaa ja aterioita myöden. Hyvin samankaltaisia paketteja on toteutettu Stockforsilla, pienemmässä mittakavassa tuki. (Hotelli Punkaharju 2020a; Hotelli Punkaharju 2020b; Hotelli Punkaharju 2020c.)

Hämeenlinnan Hauhon kylässä sijaitseva Iloranta tarjoaa majoitus-, tapahtuma- ja hyvinvointipalveluita yksityisille henkilöille, yrityksille ja myös leirikouluina. Iloranta on ikään kuin mummola maaseudulla, jossa on kuitenkin paljon mahdollisuuksia aktiviteetteihin ja tekemiseen. Iloranta pitää hyvinvointia yhtenä tärkeimmistä arvoistaan ja on rakentanut monia palveluitaan sen ympärille. Ilorannan tarjonnassa on myös työhyvinvointiin keskittyvä palvelupaketti, joista on verkkosivuilla esimerkkejä ja muistutus, että kaikki palvelut ovat räätälöitävissä asiakkaiden toiveiden mukaan. Myös kokouksiin yhdistettäviä aktiviteetteja on saatavilla. (Iloranta 2020a.) Ilorannassa järjestetään myös monia tapahtumia ja erilaisia palvelu- ja tapahtumapaketteja on saatavilla, kuten etätyöpaketti ja isänpäivän hemmottelupaketti. Tiloja on mahdollista myös vuokrata omiin tilaisuuksiin. (Iloranta 2020b.)

Tulevaisuudessa uutta työhyvinvointipakettia lanseerattaessa edellä esitellyistä kilpailijoista ja heidän toiminnastaan voisi saada enemmän inspiraatioita. Tällä hetkellä en löytänyt varsinaisesti mitään uutta sisältöä kehittämäni pal-

velupakettiin, vaan lähinnä tutustuin toisten palvelutarjontaan, niiden markkinoitiin ja hinnoitteluun. Benchmarking on kuitenkin ehdottomasti hyödyllinen keino omaa toimintaa ja palvelutarjontaa kehitettäessä ja sitä todennäköisesti tullaan käyttämään myös Stockforsin toiminnan laajetessa ja kehittyessä.

6.5 Uusi palvelutuote Stockforsille

Kun kyseessä on uusi palvelutuote, joka on tarkoitettu työhyvinvointia tukeväksi, oli luontevaa kehittää palveluvalikoima, josta asiakas pystyy poimimaan ja kokoamaan itselleen sopivat palvelut. Aluksi yksittäiset tuotteet ja palvelut ovat omasta valikoimasta, mutta yhteistyö alueen muiden toimijoiden ja yritysten kanssa nähdään erittäin tärkeänä. Asiakaskokemuksen laajentaminen Stockforsin varsinaisen tehdasalueen ulkopuolelle on vaihtoehto, sillä Pyhtäällä on paljon nähtävää ja ainutlaatuisia luontokohteita. Yhtenä tulevaisuuden visiona voidaankin nähdä kokonaisvaltainen Pyhtää-kokemus, joka olisi Lembergin (2020) näkemys alueen kehityssuunnasta.

Kuten jo monesti todettu, palvelutuotteen sisällön pääteemana on kokonaisvaltainen hyvinvointi. Palvelupaketissa pyrittiin tuomaan esille Pyhtään alueen luontoa sekä edistämään alueen yrittäjien yhteistyötä. Palvelupakettiin kuuluvia palveluita ovat majoitus, ruokailut sekä erilaiset aktiviteetit ja tarvittaessa niihin liittyvät kuljetukset. Myös monipuoliset liikuntamahdollisuudet, luova toiminta taiteen, tai kädentaitojen muodossa sekä hyvinvointiin liittyvät palvelut ovat tärkeä osa palvelukonseptia.

Keskustelu Lembergin (2020) kanssa ja toimeksiantajan selkeä näkemys palvelutuotteen tarkoituksesta ohjasivat suunnittelemaan palveluvalikoiman, josta yritysasiakkaat voivat koota henkilöstölleen sopivia työhyvinvointipaketteja ikään kuin tyhy-päivän merkeissä. Nämä paketit olisivat ensisijaisesti yksittäisille työntekijöille räätälöitäviä, työkykyä ja hyvinvointia ylläpitäviä työhyvinvointipaketteja. Yksilöidyillä vierailuillaan asiakkaat saisivat henkilökohtaista ohjausta, omaa aikaa ja irtiotta työpaikasta ja -ympäristöstään. Toki paketteja voitaisiin myydä myös ryhmille perinteisinä tyhy-paketteina. Oma, hieman humoristinenkin näkemykseni (miksi ei jopa mainoslause) palvelutuotteesta olisi: ”Kun on aika tyhyillä, voi työnantaja lähettää työntekijänsä Stockforsiin latautumaan. Työntekijä palaa töihin energisempänä, parantolan vaikutusten jäljiltä.”

Palvelutuotteen toteuttamiseksi olemassa olevat resurssit ovat jo lähtökohtaisesti hyvät. Stockforsin alue vanhoine tehdashalleineen ja inspiroivine ympäristöineen mahdollistaa taiteen ja itsetutkiskelun toteuttamisen erilaisessa ja mielenkiintoisessa miljöössä. Alueella on oma rauhaisa pihapiiri ja esimerkiksi Valkmusan kansallispuisto on lähellä. Lisäksi Stockforsin toimintaan tällä hetkellä kuuluvat majoituspalvelut, eli tuotteen toteutuksen mahdollistavat resurssit ovat pääasiassa jo olemassa. Lisäksi aiemmin mainittu Lembergin (2020) aikaisempi työkokemus mielen terveystyöstä, sekä verkostot sitä kautta ovat resursseja, joista varmasti olisi hyötyä luennoitsijoiden tai kuuntelijoiden muodossa. Lisäksi Stockforsin alue ja Patruunantalo tarjoavat monipuolista ja hyvinvointia edistävää ympäristöä, eli luontoa ja vettä sekä historiallista tehdasympäristöä, jossa on monipuolisesti ja runsaasti tiloja käytettäväksi.

Työhyvinvointipakettiin sisältyvät ateriat

Lemberg (2020) toi esille tärkeän huomion, jonka hän on tehnyt työskennellessään uupuneiden ja masentuneiden ihmisten parissa: silloin kun ihmisellä on jo valmiiksi haasteita oman henkisen hyvinvointinsa kanssa, ruoka voi nousta todella merkitykselliseksi asiaksi ihmisen elämässä. Tällöin on aivan ratkaisevan tärkeää, että ihminen saa ateriallaan sellaista ruokaa, jonka hän itse kokee itselleen hyväksi, ja ulkopuolelta tulevat käsitykset terveellisestä ruuasta saattavat olla ristiriidassa ihmisen oman kokemuksen kanssa. Tästä syystä Stockforsissa halutaan olla erityisen asiakaslähtöisiä ja joustavia ruokatarjoilun suhteen, vaikka se aiheuttaakin lisäkustannuksia ja työtä henkilökunnalle.

Iloa päivään -hyvän olon aamiainen

Puhtaasti lähellä ja läheltä -lounas

Kevyesti ja kattavasti -päivällinen

Lempeästi unten maille -iltapala

Kaikki ateriat valmistetaan lähi- ja luomuruokaa suosien, puhtaista raaka-aineista ja erityisruokavaliot huomioidaan, kuten myös asiakkaiden toiveet. Kevyet ja terveelliset ateriat edistävät kokonaisvaltaista hyvinvointia ja sopivat hyvinvointiteemaan. Lisäksi vastuullisuus ja kestävä tulevaisuus saadaan samalla huomioitua. Seisovan pöydän aterioihin asetetaan tarjoilupöytä tuote-

selosteen yhteyteen tiedot ruoka-aineiden vaikutuksista kehoon ja ihmisen hyvinvointiin. Esimerkiksi miten smoothien sisältämät ainesosat vaikuttavat terveyttä edistävasti ja kuinka paljon annoksesta saa energiaa ja kaloreita. Tällä tavoin edelleen tuodaan enemmän esille kokonaisvaltainen hyvinvointi ja sen huomioiminen pienissäkin, arkipäiväisissä asioissa. Toki pieniä hemmotteluherkkuja on myös tarjolla aterioiden yhteydessä, sillä moni kokee erityisesti lomalla ollessaan tärkeäksi nauttia elämästä myös herkuttelemalla.

Hyvän olon aamiaisella tarjotaan melko perinteinen kattaus suomalaisia ja kansainvälisiä aamiaisruokia. Runsas hotelliaamiainen mielletään usein hemmotteluksi jo sellaisenaan, ja se on yksi tärkeä vetovoimatekijä hotelleissa. Stockforsin erikoisuutena on se, että terveellisyyteen ja hyvään oloon on panostettu mahdollisimman paljon, kuitenkin niin että ruoka valmistetaan aina maku edellä. Aamiaiselle valitaan terveyttä edistäviä ruokia, kuten suomalaisesta superfoodista valmistettu mustikkasmoothie tai suolistoterveydelle ystävällinen hapanjuurileipä. Ruokien terveysvaikutukset tuodaan esille myös asiakkaille ja näin hienovaraisesti rohkaistaan tekemään terveellisiä valintoja aamiaispöydässä. Iloa päivään -teemaa voisi tuoda esille positiivisilla mietelauseilla, joita voisi olla esimerkiksi lautasliinoihin painettuna.

Lounaan ja päivällisen suunnittelussa huomioidaan myös asiakkaiden erilaiset tarpeet ja ruokailurytmit. Joku syö runsaan aamiaisen ja hyvin kevyen lounaan, kun taas toinen on tottunut syömään päivän tukevimmän aterian lounasaikaan. Sekä lounaalla että päivällisellä tarjotaan runsaasti kasviksia, ja pääruokavaihtoehtoja on tarjolla erilaisia. Lounasvaihtoehtona kevyt keitto tai salaatti ja myös ruokaisampi vaihtoehto. Lisukkeita voisi näihin varioida asiakkaan toiveiden mukaan, kevyempi annos runsailla kasviksilla tai ruokaisampi perunalisukkeen kanssa.

Iltapalalle valikoidaan ruokia, jotka edistävät rauhallista yöunta. Illalla suositellaan syötäväksi kuitupitoisia hiilihydraatteja, kuten täysjyväleipää, sekä marjoja tai hedelmiä ja sopivasti proteiinia. Alkoholi ja kofeiinipitoiset juomat eivät tee hyvää yöunille, joten iltapalan erikoisuudeksi voisi kehitellä vaikkapa Stockforsin oman sekoituksen rauhoittavaa yrttiteetä.

Työhyvinvointipakettiin sisältyvä ohjelma

Seuraavassa listaus aktiviteeteista, joita pystytään järjestämään heti Stockforsissa, ilman merkittäviä lisäkustannuksia esimerkiksi työvoimasta tai hankinnoista. Tämä mahdollistaa myös sen, että palveluiden käyttäminen on asiakkaalle mahdollisimman omaehtoista ja mihinkään ei ole pakko osallistua.

- puutarhatyöt (kasvimaan hoito, haravointi, nurmikonleikkaus)
- maalaus, piirtäminen
- luontokävelyt (metsässä, kansallispuistossa, joen rannassa)
- sauna, palju
- hemmotteluhoidot
- avustavat kotityöt (ruuanlaitto, pyykinpesä, imurointi)
- liikunta (metsäkävely, keppijumppa, pyöräily)
- käsityöt (tekstiili, savi, kuvataide)
- käsityöt (metalli, puu)
- meditaatio, mindfulness
- jooga, syvävenyttely
- kirjoittaminen, lukeminen
- ruuanlaitto, leipominen

Lembergjin mukaan olisi toivottavaa, että palveluiden ja tuotteiden käyttäminen olisi asiakkaan kannalta mahdollisimman pitkälle omaehtoista, ja siihen voisi osallistua oman jaksamisensa mukaan. Asiakkaalle tarjotaan ohjausta ja työkaluja, mutta samalla hän voi tarjonnan mukaan itse päättää, miten ja milloin niitä haluaa käyttää. Suunnitellun tuotteen elämyksellisyys ja sen onnistuminen nojaa pitkälti juurikin asiakkaan henkiseen kokemukseen tuotteesta. Se ei tarjoa ensisijaisesti fyysistä hyvinvointia tai luksusta, vaan mahdollisuuksia kokea mentaalisia elämyksiä. Elämys voi syntyä, kun asiakas on myös yksilötasolla aiheesta kiinnostunut ja haluaa kokea Stockforsin luontoympäristöä sekä aidosti rauhoittua ja levätä.

Vaihtoehto 1:

Asiakkaat voivat valita yllä esitellystä listasta itselleen mieluisinta toimintaa.

Ainoastaan ruokailuajat ja alueen hiljaisuus ovat kellonaikoihin sidottuja, muu-

toin aikataulussa on väljyyttä. Yön yli kestävä paketti sisältää siis ateriat, majoituksen, aktiviteetit ja ohjelman sekä ohjauksen. Päivien kulku ja tarjonta on aikataulullisesti samanlainen, mutta toki asiakkaan valintojen mukaan sisältö voi vaihdella aktiviteettien suhteen. Seuraavassa aikatauluhahmotelma (taulukko 1), jossa jokainen päivä ohjelmien ja aktiviteettien osalta räätälöidään sen hetkisen asiakkaan voimavarojen, tarpeiden ja toiveiden mukaan.

Taulukko 1. Aikatauluhahmotelma työhyvinvointipäivästä

aika	ohjelma
7-11	brunssityylinen aamiainen tarjolla
11-12	yhteinen ohjaus ja mindfulness-harjoitus
12-15	omaa aikaa työskennellä, henkilökohtausta ohjausta tarjolla, mahdollisuus opastettuun luontoretkeen
13-17	yhdistetty lounas+ päiväkahvi+ päivällinen tarjolla
17-18	yhteinen ohjaus ja jooga
18-19	omaa vapaata aikaa, henkilökohtausta ohjausta tarjolla, mahdollisuus maalauskurssiin
19-21	rantasauna lämpimänä, hemmotteluhoitoja
21-22	iltapalaa tarjolla
23	hiljaisuus

Vaihtoehto 2: Tämä paketti ei sisällä yöpymistä, vaan asiakas tulee Stockforsiin ikään kuin kahteen tai kolmeen ”kurssipäivään”. Kaikki ohjelma ja aktiviteetti järjestetään siis siten, että asiakas palaa öiksi kotiinsa. Tässä paketissa on tarjolla samat toiminnot kuin yöpymisen sisältävässä paketissa (taulukko 1), pois lukien aamiaisbrunssi ja iltapala. Nämä on mahdollista sisällyttää pakettiin lisähinnasta ja tätä pakettia myydään arkipäiville.

En lähtenyt tarkasti hinnoittelemaan työhyvinvointipakettia, sillä niin monet asiat vaikuttavat vielä palvelutuotteen toteutumiseen. Hahmotelman mukaan hinnoittelun perustana on majoitus ja ravitsemus, johon lisätään siivouksesta ja tekstiilien pesusta aiheutuvat kustannukset sekä saunassa tarjolla olevat pesuaineet ja kosmetiikkatuotteet. Edellä mainittujen kulujen lisäksi täytyy ottaa huomioon työvoimakustannukset, hoitojen tekijä voisi olla paikallinen pienrittäjä, joka laskuttaa tuntihinnalla ilman matkakustannuksia. Lisäksi kustannuksia syntyy taidemateriaalien ja -välineistön hankinnasta, taideohjaajan

ajasta ja materiaaleista sekä jooga- tai mindfulness-ohjaajan ajasta. Stockforsin suosio ja tunnettuus taiteilijoiden keskuudessa sekä aiemmat asiakassuhteet heidän kanssaan voisivat kuitenkin poikia ohjaajia taidetunneille, jolloin myös siitä kohteesta voitaisiin säästää.

7 KEHITYS- JA JATKOTUTKIMUSEHDOTUKSET

Jos ja kun tässä työssä kehitetty työhyvinvointipaketti saadaan myyntiin ja käyttöön, voitaisiin tulevaisuudessa tutkia sen saamaa vastaanottoa asiakastyytyväisyystutkimuksen avulla. Tuon uuden tutkimuksen myötä voitaisiin palveluita kehittää lisää ja tarjontaa sekä markkinointia mahdollisesti laajentaa. Uudesta tutkimuksesta saataisiin myös merkityksellistä tietoa työhyvinvointipaketin vaikutuksista ja kehittämistyö voisi jatkua edelleen asiakaskeskeisesti. Tärkeää olisi tutkia myös toimeksiantajan ja yhteistyökumppaneiden näkökulmaa työhyvinvointipaketin järjestämisestä, menestyksestä ja kehitysehdotuksista.

Muutoinkin Stockforsin toimintaan liittyviä kehittämistöitä on vielä tulevaisuudessa monia. Kokonaan puuttuvat internetsivut ja varausjärjestelmä ovat kärkipäässä toiminnan kehittämistä. Tähän tehtävään Lembergillä olikin jo tekijät tiedossa ja muutaman hidasteena olevan asian selvittyä verkkosivujen rakentaminen varmasti pääsee konkreettisesti vauhtiin. Tässä opinnäytetyössä suunniteltua palvelutuotetta varten ei ole vielä konsultoitu paikallisia yrityksiä ja toimijoita. Heitä ja myös Pyhtään kuntaa tulisi kuitenkin lähestyä yhteistyökumppanuuden merkeissä. Yhteistyökumppanit voisivat toimia palveluiden tuottamisessa alihankkijoina ja erilaisten matkapakettien toteuttamisessa.

Lembergillä on monia investoimisen arvoisia ideoita ja innovaatioita Stockforsin saattamiseksi taas kukoistukseensa. Vaikka majoitustilat ovat tällä hetkellä viehättävät kartanomaiset, haluaisi Lemberg niihin kuitenkin jotain särmää. Tilojen uudistaminen ja myös majoituskapasiteetin kasvattaminen täysin uusilla majoitustiloilla on vakaassa harkinnassa. Näiden toteutukseen Lemberg toivoisi hyödynnettävän alueella vierailevien taiteilijoiden kykyjä.

Lemberg on luonnollisesti saanut tietoonsa minun ja opiskelukollegoideni toteuttamia oppimistehtäviä ja kehittämistöitä, joten myös näiden kaikkien jatkojalostaminen jopa myyntiin ja toteutukseen asti kasvattaisi Stockforsin alueen palvelutarjontaa roimasti. Lisäksi kaikkien toteuttamiemme kehittämistöiden keskiössä on Lembergille ja Uusitalolle niin tärkeät hyvinvointi, luonto ja taide, joten ne tukisivat ja täydentäisivät kokonaisuutta, joka Stockforsiin halutaan palveluista rakentaa.

8 POHDINTA

Pohdintaa ja ajatuksen kulkua työn osalta on kytkeytynyt tekstiin läpi koko tämän työn, joten tässä luvussa ajatuksia käsitellään enää melko lyhyesti.

Uuden palvelutuotteen kehittämistyö ja siihen liittyvä tutkimus on ollut mielenkiintoinen, vaikkakin myös haastava prosessi. Työn kulku, sisältö ja tulos on ollut kirkkaana mielessäni koko tutkimuksen ja kirjoittamisen ajan ja nyt niiden ollessa valmiita, voin todeta, että tulos vastaa mielikuvaani hyvin. Työn haastavuus johtui lähinnä tekijästä itsestään, sillä liika vaativuus omia töitä kohtaan ja kova tahto saada kaikki valmiiksi heti, aiheuttivat toisinaan stressaantumista ja täydellistä tekstin muokkaamista.

Aiheesta olisi saanut paljon laajemmankin, mutta tietoisesti jouduin rajaamaan aihetta ja tiputtamaan väliotsikoita pois sekä tiivistämään teoreettista viitekehystä. Tämä ei tullut yllätyksenä, kuten työn alussa on kerrottu, että Stockforsiin liittyvät oppimistehtävät ovat aina paisuneet kuin pullataikina ja siksi oli tärkeää vetää raja johonkin. Toisaalta se on positiivinen uutinen heille, jotka tulevaisuudessa kaipaavat oppimistehtäviinsä tai opinnäytetyöhönsä aihetta, sillä Stockforsissa varmasti riittää vielä kehitettävää ja ideoitavaa. Tähän tutkimukseen liittyviä jatkotutkimus- ja kehitysehdotuksia on avattu aiemmassa luvussa.

Tämän opinnäytetyön kehittämistyö ja suunnitelmat on tehty asiakaslähtöisesti, eli Lemberg ja Uusitalon toiveiden mukaan. Heidän toiveensa taas pohjautuvat empiirisiin kokemuksiin sekä olemassa olevien ja potentiaalisten asiakkaiden tarpeisiin. Toistaiseksi Stockforsin toiminnan ollessa vielä hajal-

laan ja järjestäytymätöntä, myös nämä kehitysehdotukset ja suunnitelmat elävät sen mukana. Lisäksi epävarman tilanteen ja tulevaisuuden vuoksi suunnitelmia tullaan toteuttamaan maltillisella aikataululla, sillä koronapandemian vaikutukset erityisesti matkailuun ja palvelutoimintaan tulevat näkymään vielä pitkään. Toisaalta pandemialla voi olla myös suotuisia vaikutuksia tässä työssä suunnitellun palvelutuotteen menestymiseen, sillä pandemian vuoksi asetettujen rajoitusten ja työllisyysvaikutusten myötä mielenterveyspuolen potilaat ja ahdistuksen sekä pelon kokeminen ihmisten keskuudessa ovat lisääntyneet. Nähtäväksi siis jää, että saadaanko kehittämistyöni tulos, uusi työhyvinvointipaketti lanseerattua myyntiin asti ja jos kyllä, niin koska. Aika näyttää.

LÄHTEET

Anttila, P. 2014. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Verkkojulkaisu. Saatavissa: <https://metodix.fi/2014/05/17/anttila-pirkko-tutkimisen-taito-ja-tiedon-hankinta/#8.1.2%20Triangulaatio> [viitattu 3.11.2020].

Cursor Oy. 2020. Lista alle sadan hengen työllistävistä yrityksistä. Ei julkisesti saatavilla.

Cursor Oy. 2019a. Stockforsin hiomoalue, Pyhtää. Luonnostaan vahva Kotkan-Haminan seutu. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.visitkotkahamina.fi/nae-ja-koe/nähtävyydet/miljööt/stockforsin-hiomoalue-pyhtää> [viitattu 31.8.2020].

Cursor Oy. 2019b. Patruunantalo. Luonnostaan vahva Kotkan-Haminan seutu. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.visitkotkahamina.fi/nae-ja-koe/kokous-ja-juhlapalvelut/patruunantalo> [viitattu 9.10.2020].

Hiltunen, L. 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti. Päivitetty 19.2.2009. PDF-julkaisu. Jyväskylän yliopisto. Graduryhmä. Saatavissa: http://www.mit.jyu.fi/OPE/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ ja_reliabiliteetti.pdf [viitattu 2.11.2020].

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.218629> [viitattu 3.11.2020].

Hotelli Punkaharju. 2020a. Palvelut. Verkkosivut. Saatavissa: <https://hotellipunkaharju.fi/palvelut/> [viitattu 3.11.2020].

Hotelli Punkaharju. 2020b. Kokouspalvelut. Verkkosivut. Saatavissa: <https://hotellipunkaharju.fi/kokouspalvelut/> [viitattu 3.11.2020].

Hotelli Punkaharju. 2020c. Tapahtumat. Verkkosivut. Saatavissa: <https://hotellipunkaharju.fi/tapahtumat/> [viitattu 3.11.2020].

Houni, P. Taide ja kulttuuri vaikuttavat hyvinvointiin – tiedosta toimintaan. Taiteen edistämiskeskus. Taiteen käytön, hyvinvoinnin ja osallistamisen kehittämisohjelma. PDF-julkaisu. Helsinki. Saatavissa: https://storage.googleapis.com/turku-amk/2019/06/taidejakulttuurivaikuttavathyvinvointiin_.pdf [viitattu 2.11.2020].

Ikäläinen, P. 2017. Taiteesta tukea työhyvinvointiin. Yleisimmät sairaspotilaiden syyt ja taidelähtöisen toiminnan mahdollisuudet työterveyden ylläpitämisessä. Taiteen edistämiskeskus ja työterveyslaitos. PDF-julkaisu. Helsinki. Saatavissa: https://storage.googleapis.com/turku-amk/2017/05/taiteesta_tukea_tyohyvinvointiin_web-2.pdf [viitattu 25.10.2020].

Iloranta. 2020a. Työhyvinvointipäivät. Verkkosivut. Saatavissa: <https://iloranta.fi/hyvinvointi/#tyohyvinvointipaivat> [viitattu 3.11.2020].

Iloranta. 2020b. Palvelut. Verkkosivut. Saatavissa: <https://iloranta.fi/palvelut/> [viitattu 3.11.2020].

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

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 234.

Kasurinen, L. 2019. Ehkäisevä mielenterveystyö on taloudellisesti vaikuttavaa. WWW-artikkeli. Suomen Mielenterveys ry. Saatavissa: <https://mieli.fi/fi/yhteiskunta/vaikuttaminen/ehk%C3%A4isev%C3%A4-mielenterveysty%C3%B6-taloudellisesti-vaikuttavaa> [viitattu 4.11.2020].

Kasvava ry. s.a. Olemisen ja tekemisen tasapainoa. Verkkosivut. Saatavissa: www.kasvava.org [viitattu 9.10.2020].

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. 2018. Mikä on matkapaketti? WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/matkustaminen-ja-liikenne/matkapaketit/mika-on-matkapaketti/> [viitattu 13.9.2020].

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Koncul, N. 2015. Wellness: A New Mode of tourism. Teoksessa Taylor&Francis Online. Economic Research - Ekonomska Istraživanja. An open access journal. Artikkelin. Saatavissa: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1331677X.2012.11517521?src=recsys&#aHR0cHM6Ly93d3cudGFu-ZGZvbmxpbmUuY29tL2RvaS9wZGYvMTAuMTA4MC8xMzMxNjc3WC4yM-DEyLjExNTE3NTIxP25lZWRY2Nlc3M9dHJ1ZUBAQDA=> [viitattu 28.10.2020].

Korhonen, J. 2018. Stockfors elää. Helsingistä itään -blogi. Saatavissa: https://static.wixstatic.com/media/83862c_c7a6dd9d821141d5bb5b2d694f00d3e0~mv2.jpg/v1/fill/w_925,h_618,al_c,q_90,usm_0.66_1.00_0.01/83862c_c7a6dd9d821141d5bb5b2d694f00d3e0~mv2.webp [viitattu 3.11.2020].

Lemberg, K. 2019. Kirjoitelma Visit Kotka-Hamina -sivustolla. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.visitkotkahamina.fi/nae-ja-koe/kokous-ja-juhlapalvelut/patruunantalo> [viitattu 9.10.2020].

Lemberg, K. 2020. Haastattelu. 13.3.2020. Stockfors Pyhtää, Patruunantalo.

Manka, M-L. & Manka, M. 2016. Työhyvinvointi. Helsinki: Talentum pro.

Matkalla kotimaassa. s.a. Stockforsin tehdasalue – Pyhtää. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://www.matkallakotimaassa.fi/stockforsin-tehdasalue.html> [viitattu 31.8.2020].

Moritz, S. 2005. Service Design Practical access to an evolving field. Digitaalinen julkaisu. Köln International School of Design. London. Saatavissa: https://issuu.com/st_moritz/docs/pa2servicedesign/4 [viitattu 3.11.2020].

Pitkäranta, A. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. E-kirja. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/book/9789522828019> [viitattu 2.11.2020].

Rantanen, A. & Väyrynen, K. 2017. Hyvinvointimatkailupakettien tuotteistaminen. Case Hyvärilän nuoriso- ja matkailukeskus. Opinnäytetyö. Joensuu: Karelia-ammattikorkeakoulu. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/131965/Rantanen_Anniina_Vayrynen_Kariina_2017_06_12.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 13.9.2020].

Rauramo, P. 2012. Työhyvinvoinnin portaat. Viisi vaikuttavaa askelta. Porvoo: Bookwell Oy.

Saranpää, J. & Sistonen, P. 2012. Foursquare osana Finnairin digitaalista markkinointiviestintää. Opinnäytetyö. Laurea ammattikorkeakoulu. Espoo, Leppävaara. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/46216/Foursquare%20osana%20Finnairin%20digitaalista%20markkinointiviestintaa_Saranpaa_Sistonen.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 3.11.2020].

Sillanpää, M. 2016. Pyhtääläismesenaatti pelasti Stockforsin kulttuurialueen – palkitaan nyt kulttuuriteosta. Yle Uutiset 14.9.2016. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-9166250> [viitattu 31.8.2020].

Sinokki, M. 2011. Social factors at work and the health of employees. Tampere: Juvenes Print – Tampere University Print Ltd.

Suontausta, H. & Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu – hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita Prima Oy.

Tamminen, V. 2012. Tuotteistamisen taskukirja. Lahti: Velos Oy/Opin.

Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi. Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Vantaa: Hansaprint Direct Oy.

Työpäivä.net. 2020. TYKY-päivä osana työhyvinvointia. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.tyopaiva.net/> [viitattu 3.11.2020].

Työterveyslaitos. s.a.a. Työhyvinvointi. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.ttl.fi/tyoyhteiso/tyohyvinvointi/> [viitattu 14.10.2020].

Työterveyslaitos s.a.b Työkykyinen työntekijä. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.ttl.fi/tyontekija/> [viitattu 14.9.2020].

Työterveyslaitos s.a.c. Työkykytalo. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.ttl.fi/tyoyhteiso/tyokykytalo/> [viitattu 24.9.2020].

Vilka, H. 2005. Tutkimusmetodeja ammatilliselle kentälle. PDF-julkaisu. Saatavissa: <http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-kehita-C3%A4.pdf> [viitattu 3.11.2020].

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.222384> [viitattu 3.11.2020].

Villanen, J. 2016. Tuotteista tähtituotteita. Helsingin seudun kauppakamari.

Työhyvinvointipaketin kehittäminen

Hei!

Tervetuloa vastaamaan työhyvinvointia käsittelevään kyselyyn.

Olen restonomiopiskelija Xamkin Kotkan kampuksella ja toteutan osana opin-
näytetyötäni tämän kyselyn, jolla kartoitetaan yritysten työhyvinvointiasioita.

Kyselyn tarkoituksena on saada tietoa työhyvinvoinnin järjestämisestä ja sen
edistämistoimista työpaikoilla. Vastausten avulla kehitetään uudenlaista työhy-
vinvointipakettia Stockfors Pyhtään palvelutarjontaan.

Kyselyssä on 15 kysymystä ja vastaamiseen menee noin viisi minuuttia. Vas-
tauksesi on arvokas ja se auttaa opiskelijan ja yrityksen yhteistyötä palvelui-
den kehittämisessä.

Kysely on täysin luottamuksellinen, vastaukset käsitellään anonymisti ja vas-
taajia tai heidän työpaikkojaan ei voi jäljittää tai saada selville missään vai-
heessa.

Kaikissa kyselyyn liittyvissä kysymyksissä tai halutessasi lisätietoa kyselystä,
voitte ottaa yhteyttä sähköpostitse tai puhelimitse, yhteystiedot löytyvät alta.

Kiitos vastauksestasi!

Jenna Kantola
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

ajeka012@edu.xamk.fi
p. 040 580 7454

1. Millä alalla yrityksenne toimii? Kirjoita.

2. Yrityksenne henkilöstömäärä? Valitse yksi vaihtoehto.

- 1-10
- 11-20
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61-70
- 71-80
- 81-90
- 91-100
- yli 100

3. Millä alueella yrityksenne pääasiassa toimii? Valitse yksi vaihtoehto.

- Pyhtää
- Hamina
- Kotka
- Kouvola
- Virolahti
- Miehikkälä
- Iitti
- Jokin muu, tarkenna?

4. Vastaajan toimenkuva yrityksessä. Valitse yksi.

Jos toimit esimiesasemassa, niin tarkenna oletko esimerkiksi vuorovastavaana vai osaston johtajana.

- esimiesasemassa, tarkenna?
- työntekijä, kokoaikainen
- työntekijä, osa-aikainen
- työntekijä, keikkatyö
- harjoittelija
- muu, tarkenna?

5. Vastaajan ikä? Valitse yksi.

- alle 18v
- 18-25v
- 26-30v
- 31-35v
- 36-40v
- 41-45v
- 46-50v
- 51-55v
- 56-60v

- yli 60v
- en halua vastata

6. Kuinka tärkeää on mielestäsi...

Arvioi asteikolla 1-5, jossa 1=ei tärkeää ja 5=erittäin tärkeää.

- Työhyvinvoinnin ylläpito
- Työhyvinvoinnin edistäminen
- Fyysisestä työhyvinvoinnista huolehtiminen
- Henkisestä työhyvinvoinnista huolehtiminen
- Työnantajan osuus työhyvinvoinnista huolehtimisessa

7. Millä tavoin työpaikallasi huolehditaan työhyvinvoinnista?

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- työhyvinvointipäivä
- kehityskeskustelut tms.
- tiimipalaverit
- työhyvinvointiedut, esim. virkistyssetelit/-kortit
- työpaikan kuntosali
- työpaikan hieroja
- työpaikkapsykologi
- työterveyshuolto
- työterveyshuollon mielenterveyspalvelut

8. Millä tavoin haluaisit työhyvinvoinnista ja työkykyisyydestä huolehdittavan työpaikallasi? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- työhyvinvointipäivä
- kehityskeskustelut tms.
- tiimipalaverit
- työhyvinvointiedut, esim. virkistyssetelit/-kortit
- työpaikan kuntosali
- työpaikan hieroja
- työpaikkapsykologi
- työterveyshuolto
- työterveyshuollon mielenterveyspalvelut

9. Kuinka monta henkilöä yrityksessänne yleensä osallistuu työhyvinvointipäivään? Valitse yksi.

- 1-10
- 11-20
- 21-30
- 31-40
- 41-50

- 51-60
- 61-70
- 71-80
- 81-90
- 91-100
- yli 100
- emme vietä työhyvinvointipäiviä

10. Kuinka paljon yrityksessänne yleensä käytetään rahaa työhyvinvointipäivään? Arvioi summa koko ryhmälle ja valitse yksi vaihtoehto.

- alle 500€
- 501-1000€
- 1001-1500€
- 1501-2000€
- 2001-2500€
- 2501-3000€
- 3001-3500€
- 3501-4000€
- 4001-4500€
- 4501-5000€
- yli 5000€
- emme vietä työhyvinvointipäivää tai emme käytä siihen rahaa

11. Kuinka paljon yleensä käytätte aikaa työhyvinvointipäivään?

- muutaman tunnin (3-7h)
- työpäivän verran (n. 8h)
- koko päivän (esim. 8-20)
- koko päivä yöpymisen kera
- kaksi vuorokautta yöpymisen kera (esim. pe-la)
- kolme vuorokautta yöpymisen kera (esim. pe-su)
- enemmän, tarkenna?
- emme vietä työhyvinvointipäivää

12. Kuinka paljon olisitte valmiita käyttämään aikaa työhyvinvointipäivään?

- muutaman tunnin (3-7h)
- työpäivän verran (n. 8h)
- koko päivän (esim. 8-20)
- koko päivä yöpymisen kera
- kaksi vuorokautta yöpymisen kera (esim. pe-la)
- kolme vuorokautta yöpymisen kera (esim. pe-su)
- enemmän, tarkenna?
- emme vietä työhyvinvointipäivää

13. Minkälaisia palveluita tai aktiviteetteja haluaisit työhyvinvointipäivään?

- kasvo- ja vartalohoidot
- hieronta
- jooga, meditaatio
- elämänhallintaan liittyvät toiminnot
- mindfulness, itsetutkiskelu
- sauna
- palju, kylpylä
- tastingit
- lasersota
- värikuulasota
- vaellus
- melonta, soutu
- suppailu
- joukkueurheilulajit, esim. jalkapallo, pesäpallo yms.
- minigolf
- keilaus
- tanssi
- maalaus, taidekäsityöt
- pakohuonepelit
- konsertti
- näyttely, museo
- jokin kurssi, tarkenna?
- jokin muu, mikä?

14. Osallistuisitko näistä mieluiten...?

- perinteinen työhyvinvointipäivä
- työhyvinvointia edistävä palvelupaketti ilma yöpymistä
- työhyvinvointia edistävä palvelu 2vrk, 1 yö
- työhyvinvointia edistävä palvelu 3vrk, 2 yötä
- työuupumusta ehkäisevä toiminta
- en osallistu työhyvinvointitoimintaan
- ei mikään näistä

15. Jos tarjolla olisi uusi palvelupaketti työhyvinvointiin liittyen, mitä sen tulisi sisältää?

- elämänhallinnan työkalut, työuupumuksen ehkäisy
- mindfulness ja itsetutkiskelu
- urheilua ja liikuntaa
- luonnonläheisyyttä, esim. luontopolkukävelyt
- käsitöitä ja maalausta
- jotain muuta, mitä?