

Yhteisöllisen työtilan asiakaskoke- muksen kehittäminen

Terhi Hannikainen

Opinnäytetyö
Joulukuu 2020
Matkailu- ja palveluliiketoiminta
Restonomi (AMK)

Tekijä(t) Hannikainen, Terhi	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Joulukuu 2020
	Sivumäärä 84	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Yhteisöllisen työtilan asiakaskokemuksen kehittäminen		
Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja palveluliiketoiminta		
Työn ohjaaja(t) Kaisa Kokko		
Toimeksiantaja(t) Kauppakeskus Willa		
Tiivistelmä <p>Tutkimuksessa käsiteltiin työn tekemisen murroksen vaikutusta yhteisöllisten coworking-tilojen käyttötapoihin. Tutkimuksen kohteena oli Hyvinkäällä kauppakeskus Willassa sijaitseva ilmainen yhteisöllinen Kimppakonttori työtila sekä kyseisen tilan käyttäjät. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää asiakaskokemusta tutkimalla, miten työtila vastaa monipaikkaista työtä tekevien tila- ja palvelutarpeisiin.</p> <p>Ymmärrystä yhteisöllisen työtilan viitekehyksestä rakennettiin toimintaympäristön teoreettisen tausta selvittämällä sekä benchmarking-analyysillä. Benchmarking suoritettiin havainnoimalla kauppakeskus Kaaren etätyötila Konttorin käyttäjiä ja tilaa. Teoreettisessa viitekehyksessä käsiteltiin mobiilia ja monipaikkaista työtä, työympäristön monia ulottuvuuksia, kauppakeskusta työympäristönä, coworking-tilojen ominaispiirteitä sekä palvelumuotoiluprosessia.</p> <p>Tutkimus toteutettiin monimenetelmätutkimuksena palvelumuotoilun menetelmiä käyttäen. Tiedonhankintamenetelminä käytettiin havainnointia, kyselylomaketta sekä eksploratiivista eläytymistehtävää. Tutkimuksella saatiin kuvailevaa tietoa asiakaskokemuksen tilasta, käyttäjistä sekä heidän motiiveistaan käyttää tilaa. Tulosten pohjalta toimeksiantajalle esitettiin NPS-luku, käyttäjäprofiilit, SWOT-analyysi tilan asiakaskokemuksesta sekä kuvailevaa tietoa käyttäjien työtilaa kohtaan liittyvistä haaveista.</p> <p>Tilaa käyttävät erilaisissa työasemissa työskentelevät ihmiset ja opiskelijat. Tila vastaa joustavasti käyttäjien tarpeisiin. Käyttäjien tila- ja palvelutarpeisiin liittyvät toive- ja haavekuvat mukailivat vallitsevia työympäristöjen suunnittelutrendejä, oissa keskiössä ovat hyvinvointilähtöinen työtilojen suunnittelu ja luontoelementtien käyttäminen. Tiloilta toivotaan muuntojoustavuutta ja että ne ovat toimintaperusteisesti suunniteltuja.</p>		
Avainsanat (asiasanat) etätyö, monipaikkainen työ, mobiilityö, kauppakeskus, coworking-tila, palvelumuotoilu		
Muut tiedot (Salassa pidettävät liitteet)		

Author(s) Hannikainen, Terhi	Type of publication Bachelor's thesis	Date December 2020 Language of publication: Finnish
	Number of pages 84	Permission for web publication: x
Title of publication Developing the customer experience of coworking space		
Degree programme Tourism and Hospitality Management		
Supervisor(s) Kokko Kaisa		
Assigned by Shopping Centre Willa		
Abstract <p>The study addressed the impact of new ways of working on coworking space usage patterns. The subject of the study was a coworking space called "Kimpakonttori" located in the shopping center Willa in Hyvinkää and the users of that space. The purpose of the study was to find out the state of customer experience by examining how the workspace manage to meet the needs of facility needs of those who work in multiple locations.</p> <p>The understanding of the frame of reference of the coworking space was built by finding out the theoretical background of the operating environment and with benchmarking analysis. Benchmarking was performed by observing the users and coworking space of the shopping center Kaari. The theoretical framework dealt with mobile and multi-location work, different dimensions of the working environment, the shopping center as a work environment, the characteristics of coworking spaces and the service design process.</p> <p>The study was carried out as a multi-method study using service design methods. The data acquisition methods used were observation, a questionnaire and an exploratory empathy task. The study provided descriptive information about the status of the customer experience, users and their motives for using the space.</p> <p>Based on the results, the customer experience was presented with an NPS figure, user profiles, a SWOT analysis of the customer experience of the space, and descriptive information about the users' dreams related to the work space.</p> <p>The space is used by people and student working on different workstations. The space flexibly meets the need of users. The responses reflected trends in business premises, such as the flexibility of conversion, well-being and nature-orientation and activity based design.</p>		
Keywords/tags (subjects) remote work, multilocational work, mobile work, coworking space, service design		
Miscellaneous (Confidential information)		

Sisältö

1	Johdanto	4
2	Toimeksiantajan esittely. Kauppakeskus Willa -Sadan idean kauppakeskus.....	7
3	Mobiilin ja monipaikkaisen työn luonne	9
4	Työympäristöjen monet ulottuvuudet.....	13
4.1	Työympäristösuunnittelu.....	17
4.2	Työympäristö palveluna – Workplace-as-a-Service (WaaS).....	18
4.3	Tulevaisuuden toimitilatarpeet.....	19
4.4	Toimistojen sisustustrendit 2020.....	21
5	Kauppakeskus työympäristönä.....	24
6	Kohti käyttäjälähtöistä työtilaa	28
6.1	Coworking-tila.....	28
6.2	Kimppakonttori yhteisöllinen työtila	30
7	Palvelumuotoilulla kohti ainutlaatuista ja erinomaista palvelukokemusta	32
7.1	Asiakaskokemus.....	33
7.2	Palvelumuotoiluprosessi.....	36
7.3	Tuplatimantti	40
7.4	Net Promoter Score (NPS) ®	43
8	Tutkimusasetelma ja tutkimusmenetelmät	45
8.1	Havainnointi ja benchmarking	48
8.2	Kyselylomake	50
8.3	Eläytymismenetelmä	52
9	Tutkimustulokset	54
9.1	Kyselyn tulokset	54
9.2	Kimppakonttorin NPS-luku	65
9.3	Unelmien työtilan ominaispiirteet.....	66
9.4	Kahden työtilan vertaileva havainnointi	70

	2
9.5 Käyttäjäprofiilit	73
11 Johtopäätökset	76
12 Pohdinta	80
Lähteet	85
Liitteet	90
LIITE 1. Webropol-kyselylomake	90
LIITE 2. Saatekirje työtilan seinille ja työpöydille:	96
LIITE 3. Unelmien työtila-eläytymistehtävä	97
LIITE 4. Havainnoinnin tulokset	101

Kuviot

Kuva 1. Kauppakeskus Willan toimialajakauma pinta-alan mukaan (Kauppakeskukset 2020).	8
Kuva 2. Työtilojen verkosto (mukaillen Blakstad 2015; Nenonen, Jalo & Vanhatalo, mukaan 2019, 33).	10
Kuva 3. Kauppakesten myynti toimialoittain Q1/2020 (KTI Markkinakatsaus, 2020, 12).	27
Kuva 4. Double diamond (Design Council N.d.; Koivisto, 2019, 43.)	42
Kuva 5. Kohti asiakaslähtöisempää työtilaa Tuplatimantti mallia mukaillen (ks. British Design Council N.d; Koivisto, 2019, 43).	48
Kuva 6. Ikäjakauma ammatin mukaan.	55
Kuva 7. Tilan käyttötapojen jakauma ammattiryhmittäin (%).	56
Kuva 8. Koko otannan tilan käyttötapojen jakauma	56
Kuva 9. Tilan käyttöaika ammattiryhmittäin.	57
Kuva 10. Koko otannan tilan käyttöajan jakauma (%).	57
. Kuva 11. Yhtäjaksoiseen työskentelyyn käytetty aika ammattiryhmittäin.	58
Kuva 12. Koko otannan kuvaava yhtäjaksoiseen työskentelyyn käytetty aika (%).	58
Kuva 13. Vastaajien tyytyväisyys tilan ominaisuuksiin	62

Kuva 14. Kiinnostus kauppakeskuksen muita palveluja kohtaan. (%).....	65
Kuva 15. Kimppakonttorin NPS-luku	66

Taulukot

Taulukko 1. Tutkimusmenetelmät	46
Taulukko 2. Vastausjakauma ammattiryhmittäin	55
Taulukko 3. Erilaiset hinnoittelumahdollisuudet	70
Taulukko 4. Työtilojen yhteneväisyydet ja eroavaisuudet	71
Taulukko 5. Kimppakonttori työtilan asiakaskokemuksen SWOT-analyysi	79

1 Johdanto

Elämme vuonna 2020 poikkeuksellista aikaa. Covid-19 epidemian leviämisen estämiseksi hallitus asetti maaliskuussa etätyösuosituksen ja muita rajoituksia, joilla turvata yhteiskunnan ja talouden toiminta. Ensimmäisen kerran etätyösuosio astui voimaan maaliskuussa 2020, ja se koski sekä julkisen että yksityisen sektorin työntekijöitä, joille etätyöhön siirtyminen oli mahdollista. Kesäkuussa linjattiin, että toistaiseksi voimassa ollutta etätyösuositusta jatketaan 1.8.2020 asti. Toisen kerran etätyösuositus asetettiin uudelleen toistaiseksi voimaan 13. elokuuta. Kun tutkimusaineisto kerättiin, etätyösuositus oli toistaiseksi voimassa koko maassa vuoden 2020 loppuun saakka. (Suositus etätyön käytöstä osana covid-19 viruksen asteittain laajenevia toimenpiteitä, 2020.) Hallituksen asettama etätyösuositus on johtanut siihen, että yhä useampi suomalainen tekee etätöitä tai opiskelee etänä.

Työtä tehdään aina jossain paikassa, oli se sitten oma koti, työpaikka tai julkinen kulkuväline. Työelämän murroksesta on puhuttu jo pitkään. Teknologian kehityksen myötä töiden luonne ja työn tekemisen tavat ovat muuttuneet. Teknologia mahdollistaa työntekemisen missä vain ja milloin vain. Työntekijälle työn murros on lisännyt yksilön vapautta valita missä ja miten työtään tekee. Coworking-tilat ovat yhteisöllisiä työtiloja, joihin eri alojen yksityisyrittäjät, freelancerit ja etätyöntekijät voivat kokoontua tekemään työtehtäviään. Coworking-tilat voivat olla sekä kaupallisesti että ei-kaupallisin periaattein toimivia. Coworking-tilat ovat usein monitilaympäristöjä, joissa on joustavasti eri käyttötarkoituksiin sopivia tiloja, esimerkiksi ryhmätöitä ja yksilötyötä varten. Coworking-tilat pyrkivät houkuttelemaan tilaan käyttäjiä innovatiivisilla ja luovilla tilaratkaisuilla sekä luomalla kohtaamisen paikkoja verkostoitumiselle ja innovoinnille. Tarkemmin co-working tiloista kerrotaan luvussa 6.

Kun tutkimusta tehtiin lokakuussa 2020, elettiin epidemian kiihtymisvaihetta, jossa Tartuntalain (1227/2016) 8 § mukaisesti aluehallintavirastot olivat vastuussa julkisia tiloja koskevien kokoontumisrajoitusten päätösten tekemisestä. Voimassa olleet ohjeistukset suosittelivat tarpeettomien kontaktien välttämiseksi 1–2 metrin turvavälejä. Yleiseen kokoontumiseen, yleisötilaisuuteen, julkisiin tilaisuuksiin tai ei saanut osallistua oireisena. Riskiryhmään kuuluvien suositeltiin välttämään lähikontakteja

eikä yleisötilaisuuksiin osallistumista suositeltu. Hyvällä käsi- ja yskimishygienialla pyrittiin välttämään tartuntoja. Kädet tuli pestä aina sisätilaan tai rajattuun ulkotilaan saapuessa. Kosketuspintojen puhdistamista tuli tehostaa niin, että ne puhdistettiin vähintään päivittäin. (Ohje koronavirustartuntojen ehkäisemisestä yleisötilaisuuksien ja yleisten kokoontumisten yhteydessä sekä julkisten tilojen käytöstä, 2020.) Lokakuussa 2020 Terveyden ja hyvinvoinninlaitos oli asettanut voimaan koko maata koskevan maskisuosituksen yli 15-vuotialle (Suositus kasvomaskien käytöstä kansalaisille, 2020).

Tässä tutkimuksessa käsitellään työn tekemisen murroksen vaikutusta yhteisöllisten coworking-tilojen käyttötapoihin. Tutkimuksen kohteena on Hyvinkäällä kauppakeskus Willassa sijaitseva ilmainen yhteisöllinen Kimppakonttori työtila sekä kyseisen tilan käyttäjät. Tämän tutkimuksen tarkoitus on selvittää asiakaskokemusta tutkimalla, miten kauppakeskuksessa sijaitseva ilmainen coworking-tila pystyy vastaamaan monipaikkaista työtä tekevien tila- ja palvelutarpeisiin. Tutkimuksella saadaan tietoa käyttäjistä sekä heidän motiiveistaan käyttää tilaa.

Ymmärrystä yhteisöllisen työtilan viitekehuksesta rakennettiin toimintaympäristön teoreettisen taustan selvittämällä sekä vertailevalla kilpailija-analyysillä, joka suoritettiin havainnoimalla kauppakeskus Kaaren etätyötila Konttorin käyttäjiä ja tilaa. Teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään mobiilia ja monipaikkaista työtä, työympäristön monia ulottuvuuksia, kauppakeskusta työympäristönä, co-working-tilojen ominaispiirteitä sekä palvelumuotoiluprosessia. Tutkimus toteutettiin monimenetelmä-tutkimuksena palvelumuotoilun menetelmiä käyttäen. Tutkimukseen valikoituneet menetelmät täydentävät toisiaan syvällisen asiakasymmärryksen muodostamisessa. Tutkimuksen kulku noudattaa British Councilin vuonna 2004 lanseeraamaa Tuplatimantti- palvelumuotoiluprosessia (ks. Design Council). Tuplatimantti-malli esitellään tarkemmin tutkimusasetelma luvussa (ks. Luku 8.).

Opinnäytetyön tekijällä oli omakohtaista kokemusta Kimppakonttorissa työskentelestä. Opinnäytetyötä kirjoitettiin tilassa ja suurin osa aineistosta kerättiin autenttiossa ympäristössä. Tulevaisuudessa uusia työntekeksen paikkoja kuten coworking-

tiloja tai satelliittitoimistoja voi avautua aivan kotikulmille ja asuinalueille lähelle työntekijöiden koteja, jotta työntekijöille voidaan tarjota mahdollisuus työskennellä muuallakin kuin kotona. Kun työpiste löytyy kotikulmilta, voidaan työntekijöille taata turvallinen työmatkan teko, vaikka kävellen tai pyörällä. Coworking-tilojen suosio on kasvava trendi. Organisaatiot voivat ostaa tilaa ja paikkoja coworking-tilasta itselleen sopivin ehdoin, kun halutaan saavuttaa joustavuutta toimitilakustannuksissa. Kotitoimistojen ergonomian uskotaan paranevan, kun työnantajat ottavat tästä enemmän vastuuta.

2 Toimeksiantajan esittely. Kauppakeskus Willa -Sadan idean kauppakeskus

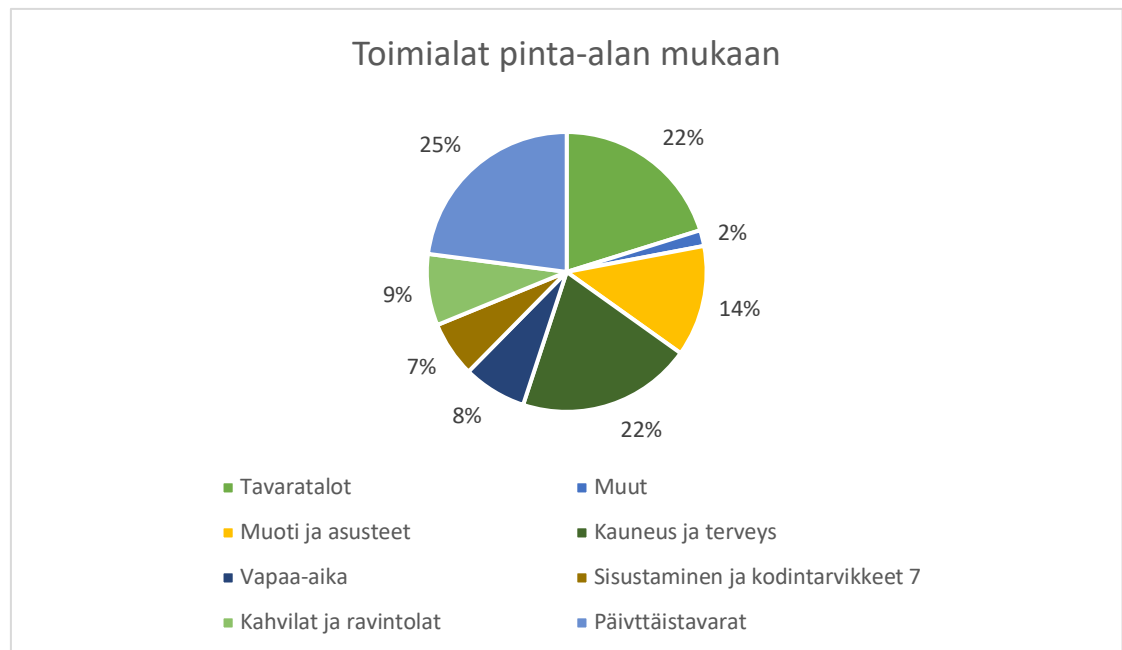
Kauppakeskus Willa sijaitsee keskeisellä paikalla vanhan Villatehtaan kupeessa Hyvinkään keskustassa. Hyvinkää on Suomen 23. suurin kaupunki ja Uudenmaan viidenneksi suurin. Hyvinkäällä on noin 47 000 asukasta. Kauppakeskus lukeutuu Suomen suurimpiin kauppakeskuksiin myynnin ja pinta-alan mukaan. Kauppakeskuksen myynti oli vuonna 2019 198 miljoonaa euroa. (Kauppakeskukset, 2020.)

Kauppakeskus Willa on rakennettu vuonna 2012. Kauppakeskus on neljän kiinteistön kokonaisuus, jonka omistajia ovat: Keskinäinen vakuutusyhtiö Varma, Reserve Capital Finland Oy, CapMan RE II Ky sekä HOK-elanto. Samassa kiinteistöstä löytyy vuokrattavan liiketilan lisäksi asuntoja ja toimistotilaa. Kauppakeskuksessa on 53 496 m² vuokrattavaa pinta-alaa. Toimistotilaa on 4600 m². Asuntoja on yhteensä 70 kappaletta. (Liiketilän vuokraus, N.d.)

Kauppakeskuksen asiakkaat saapuvat ympäryskunnista. Viikoittain kauppakeskuksessa asioi noin 120 000 asiakasta. Vuositasolla kauppakeskuksessa vieraillee noin 7,2 miljoonaa kävijää. Kauppakeskus sijaitsee vain viiden minuutin kävelymatkan päässä rautatieasemalta, josta on yhteys sekä etelään että pohjoiseen. Kauppakeskus on helppo saavuttaa jalan, pyörällä, junalla, bussilla tai autolla. (Mt.)

Kauppakeskus Willa valittiin vuonna 2019 Suomen toiseksi parhaaksi kauppakeskukseksi Nordic Council of Shopping Centres Awardsin kilpailussa (Mt.). Kauppakeskuksessa on sata liikettä, johon kauppakeskuksen slogan ”Sadan idean kauppakeskus” viittaa. Willa on vahvasti paikallinen kauppakeskus, jonka arvoina toimivat yhteisöllisyys ja vastuullisuus. Nämä arvot muodostavat Willan brändin ytimen. Willa on aktiivisesti mukana rakentamassa Hyvinkäätä yhteisönä ja sen tulevaisuutta toimiesaan Hyvinkään kaupunkiyhdistyksen jäsenenä. Willa Kauppakeskuksessa järjestetään aktiivisesti tapahtumia, joilla elävöitetään kaupunkikulttuuria. Kauppakeskus Willan ankkuriyrityksiä ovat Alko, Clas Ohlson, Halonen, H&M, Prisma ja Citymarket. Eniten pinta-alaa kauppakeskuksesta syö päivittäistavaroiden kaupat. Muoti ja asusteet sekä

tavaratalot ovat yhtä suuresti edustettuina kauppakeskuksessa pinta-alan perusteella (ks. Kuva 1). (Kauppakeskukset, 2020.)



Kuva 1. Kauppakeskus Willan toimialajakauma pinta-alan mukaan (Kauppakeskukset 2020).

3 Mobiilin ja monipaikkaisen työn luonne

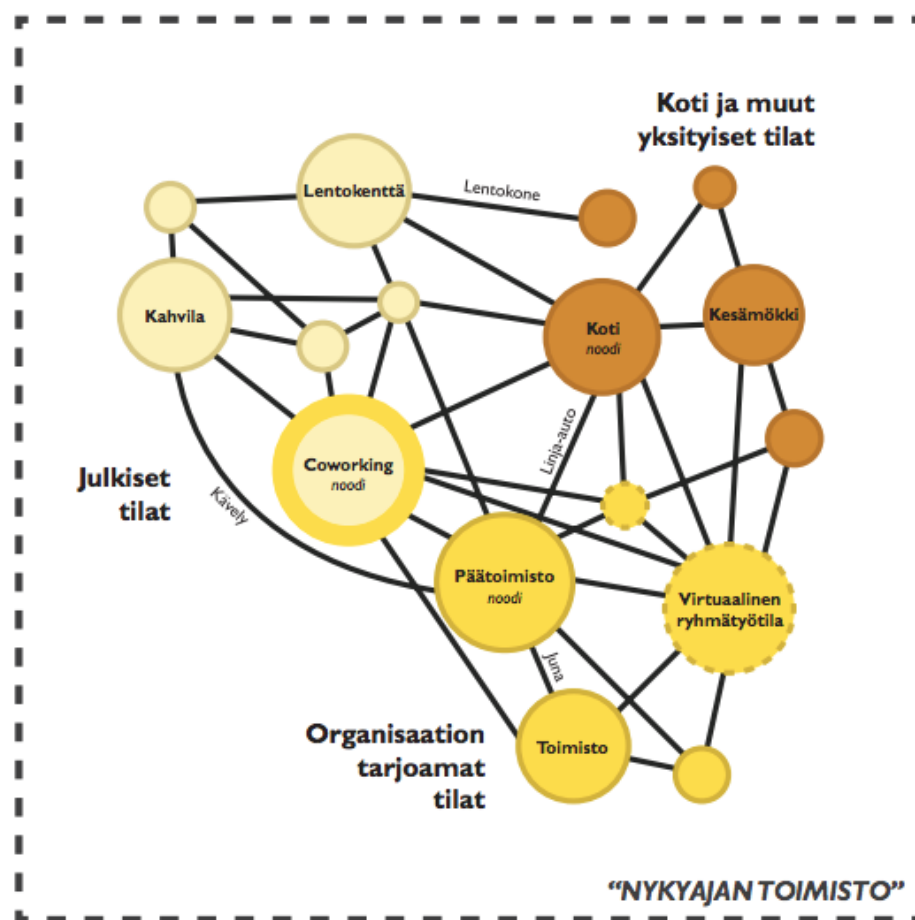
Työtekemisen murros on kiihtynyt vallitsevan pandemia tilanteen vaikutuksesta. Verkostomainen työ, etätyö, liikkuvatyö, hajautettu työ sekä mobiili ja monipaikkainen ovat muuttaneet työntekeksen tapoja ja paikkoja. Mobiiliin ja monipaikkaiseen työtapaan kuulu se, että työtä tehdään monissa eri paikoissa. Käytössä olevat digitaaliset työkalut, alustat ja kanavat mahdollistavat työskentelyn missä vain. Mobiilityö-tapa edellyttää työntekijältä itsensä johtamista sekä taitoa työskennellä itseohjautuvasti ja kykyä soveltaa työntekeksen tapoja. (Hietanen, Mikkonen, Nenonen & Nissinen, 2011, 7; Hyrkkänen & Vartiainen, 2019, 11.)

Vallitseva poikkeuksellinen tilanne mahdollistaa työntekeksen tapojen ja työympäristöjen tarkastelun uudessa valossa. Työn tekemisen murroksen myötä mobiilin ja monipaikkaisen työn tekeminen on lisääntynyt. Työtä voidaan tehdä ajasta ja paikasta riippumatta missä vain ja milloin vain. Etätyön ja hybridityön malli on yleistynyt. Hybridityöllä tarkoitetaan työskentelymallia, jossa työtä tehdään osittain sekä etänä että fyysisellä työpaikalla. Tilanne on johtanut nurinkuriseen tilanteeseen. Kun ennen sovittiin milloin voi tehdä etätöitä, nyt pitää sopia milloin pitää olla fyysisesti läsnä paikalla. (Etätyö ja hybridityö, N.d.)

Etätyö tarkoittaa työskentelyä, joka tapahtuu päätoimipaikan ulkopuolella esimerkiksi kotona tai muussa etätyöpisteessä, kuten asiakkaan luona tai coworking-tilassa (Haapamäki, Nenonen & Vartiainen, 2011, 18). Etätyösuositus on edellyttänyt uudelleenjärjestelyjä työpaikoilla lähikontaktien ja muiden riskitekijöiden välttämiseksi. Etätyösuosituksen tarkoituksena on myös minimoida riski saada tartunta työmatkoilla, kun töihin ei tarvitse matkustaa julkisissa liikennevälineissä. Ennen koronaa etätyön mahdollistaminen nähtiin keinoina kasvattaa tuottavuutta, hyvinvointia sekä helpottaa työn ja vapaa-ajan yhdistämistä. Etätyön tekeminen nähdään myös ympäristötekona. (Hietanen ym. 2011, 10.)

Tietotyötä tekevät ovat jo pitkään nauttineet teknologian kehityksen myötä vapaudesta tehdä työtä eri paikoissa ajasta ja paikasta riippumatta. Sekä työympäristö että työntekijät ovat päässeet osaksi digiloikkaa, kun suomalaiset ovat opetelleet etätyö-,

ja etäopiskelukulttuuria. Mobiilia ja monipaikkaista työtä tehdään fyysisten ja digitaalisten tilojen muodostamissa verkostoissa. Ihmisten kohtaaminen tapahtuu näissä verkostoissa ja niiden solmukohtissa. Verkostojen solmukohtia kutsutaan noodeiksi. Noodit ovat merkityksellisimpiä tiloja. Mobiilia ja monipaikkaista työtä tekevien työntekijöiden verkostoa on kuvattu havainnollistavasti Nenosen, Jalon ja Vanhatalon (2019) kirjoittamassa artikkelissa, joka on julkaistu osana ”Työn muotoilua mobiilissa ja monipaikkaisessa työssä” (2019) käsittelevää teosta (ks. Kuva 2). Mobiilia ja monipaikkaista työtä tekevien työntekijöiden toimisto muodostuu fyysisten ja digitaalisten tilojen verkostosta. Kuviossa työn tekemisen paikat luokitellaan kolmeen eri kategoriaan, jotka ovat koti ja yksityiset paikat, organisaation tarjoamat tilat sekä julkiset tilat. Tässä mallissa coworking-tila luokitellaan julkisen ja organisaation tarjoaman tilan hybridiksi. Verkostona kuvatussa mallissa nähdään myös työnteekemiseen liittyvät siirtymät eri kulkuneuvoilla. (Nenonen, Jalo & Vanhatalo, 2019, 32.)



Kuva 2. Työtilojen verkosto (mukaillen Blakstad 2015; Nenonen, Jalo & Vanhatalo, mukaan 2019, 33).

Tilasuunnittelulla voidaan luoda paikkoja, joissa voi olla vuorovaikutuksessa ja työskennellä yksin. Tilasuunnittelulla on oma osansa siinä, miten tilassa työskennellään. Eri paikat ja tilat mahdollistavat erilaisia toimintoja tilan luonteen, tilaa koskevien sääntöjen ja käyttäjien valmiuksien mukaan käyttää tilaa. Toimintaperusteisesti ja käyttäjälähtöisesti suunnitellut tilat tukevat erilaisten ihmisten tapoja tehdä työtä tarkoituksenmukaisesti ja tuloksellisesti. Onnistuneella tilasuunnittelulla voidaan vaikuttaa niin työhyvinvointiin kuin myös työn tuloksellisuuteen. (Hietanen ym. 2011, 10.)

Monitilatoimistot rakennetaan sillä ajatuksella, että työntekijän on mahdollista valita sopiva työtila kulloiseenkin työtehtävään. Omaa henkilökohtaista työskentelypistettä ei siis enää ole. Työntekijät valitsevat itselleen sopivan tilavyöhykkeen. Tilavyöhykkeitä erottelevat pelisäännöt ja sopimukset tilojen toimintatavoista. Pelisäännöillä vaikutetaan siihen, millainen äänimaisema tilassa on sallittu, minkä pituisiin työrupeamiin tilaa käytetään ja missä määrin tilassa työskennellään yksin tai ryhmässä. Monitilatoimistoissa on rauhallisia tiloja keskittymistä vaativalle työlle sekä ryhmätyö ja kokoontumistiloja neuvotteluja varten sekä avoimia tiloja. Tila valitaan työtehtävän ja vuorovaikutuksen tyyppin mukaan. Avoimet tilat tukevat vapaamuotoista keskustelua. Työtyytyväisyys paranee, kun työntekijä saa valita sopivan tilan kullekin työtehtävälle. Työtilan valinnalla työntekijä samalla viestii omasta saatavuudestaan. Hiljaiseen tilaan hakeutunutta ei ole soveliasta mennä häiritsemään. Teknologian on myös tuettava ihmisen mahdollisuutta vaihtaa tilaa ja toisaalta tilan on myös mahdollistettava teknologian hyödyntäminen osana työtä. (Nenonen, Jalo & Vanhatalo, 2019, 31-34.)

Mobiililla työtavalla nähdään olevan yhteys työkykyyn, työssä jaksamiseen, työterveyteen ja turvallisuuteen. Työn tekemiseen liittyy paljon valinnanvapautta. Mobiili työskentelytapa asettaa sekä työntekijälle että työympäristölle uusia vaatimuksia. Työntekemiseen yhdistetään matkustaminen, monipaikkainen työskentely, joustavasti rakentuva työaika, projektiluontoinen työ, tarve vuorovaikutukselle, yhteistyön- ja tiimityön tekeminen sekä erilaisissa kulttuureissa toimiminen. (Mt. 31.)

Työn muotoilun taidot liittyvät vahvasti yksilön työkykyyn. Mobiilia ja monipaikkaista työtä tekevän on hallittava työnsä lisäksi uutta modernia toimintaympäristöä, jossa työn tekeminen tapahtuu erityyppisissä työtiloissa ja moderneilla vuorovaikutusten tavoilla sekä erilaisissa ympäristöistä. Työn muotoilulla työntekijä pyrkii hallitsemaan työtään ja voimaan hyvin erikeinoin. Mobiilissa työssä on työn lisäksi muotoiltava myös toimintaympäristö itselle sopivaksi, mielekkääksi ja työn iloa edistäväksi. (Hyrkkänen & Vartinainen, 2019, 11.)

Työn muotoilu on työntekijän keino hallita työnsä vaatimuksia sekä omia ja työnsä voimavaroja. Työntekijä muokkaa työympäristöään, työnsä sisältöjä, toimintatapojaan ja sosiaalisia suhteitaan sekä työnsä tiedostettua hallintaa vastaamaan arvoaan, osaamistaan ja tarpeitaan. (Hyrkkänen & Vartinainen, 2019, 11.)

Kauppakeskukset voivat tarjota tiloja, joilla vastata mobiiliin työtapaan. Kauppakeskukset sijaitsevat lähellä ihmisiä ja ne ovat helposti saavutettavissa erilaisin kulkuneuvoin. Kauppakeskusten ympäröivät harrastemahdollisuudet ja palvelut tukevat työn ja vapaa-ajan yhteensovittamista. Monipaikkaista työtä tekevät työntekijät voidaan houkutella yhteisöllisiin tiloihin, kun opitaan tunnistamaan niitä periaatteita, joiden mukaan työntekijä valitsee fyysisen ja digitaalisen työympäristönsä. Työntekijältä tämä edellyttää kykyä ja halua soveltaa erilaisia työn tekemisen tapoja sekä taitoa sovittaa oma tilatarve työn luonteeseen. (Nenonen, Jalo & Vanhatalo, 2019, 34.)

Taukojen pitämisellä, luonnonvalolla ja raikkaalla ilmalla on todettuja hyvinvointivaikutuksia (Huotilainen & Saarikivi, 2018, 37). Liikunta vaikuttaa yksilöllisesti ihmisten kykyyn tehdä töitä. Pakollinen taukojumppa kesken flowtilan voidaan kokea enemmän haitallisena kuin hyödyllisenä. Tärkeintä on, että käyttäjä löytää itselleen sopivat tavat ylläpitää vireystilaa työpäivän aikana ja tila tukee siinä. Taukojen pitäminen lisää tutkitusti työntehokkuutta, tehostaa palautumista ja parantaa keskittymiskykyä. Unelmien työtilaa pidettiin myös liikuteltavana paikkana. Mobiilia ja monipaikkaista työtä tekevät työskentelevät erilaisissa ympäristöissä. Ympäristöä vaihtamalla voidaan vaikuttaa luovuuteen, sillä uudessa ympäristössä aktivoituu paikkasidonnaisen muistin ja ajattelun vuoksi uudenlaisia ratkaisuja. (Huotilainen & Saarikivi, 2018, 132.)

4 Työympäristöjen monet ulottuvuudet

Työympäristö koostuu erilaisista tiloista ja paikoista, joissa työtä tehdään. Työympäristön nähdään rakentuvan sosiaalisesta, virtuaalisesta ja fyysisestä ulottuvuudesta. Työympäristö käsittää organisaation toiminnan, tilat, työkalut, teknologian ja palvelut sekä kokemukselliset tekijät kuten asiakaskokemuksen, tilojen käytettävyyden ja elämyksellisyyden. (Työn murros, N.d.)

Mellasen & Mellasen (2020) mukaan työympäristö on työntekijäkokemuksen tukiranka. Työympäristö vaikuttaa työntekijän onnellisuuteen, tuottavuuteen ja suorituskykyyn. Fyysinen työympäristö parhaimmillaan inspiroi ja innostaa sekä antaa työkalut tehokkaaseen työskentelyyn. Toimivan työympäristön nähdään olevan sidoksissa tehokkuuden ohella tuottavuuteen, työtyytyväisyyteen ja sitoutumiseen. Mellasen & Mellasen (2020) mukaan moderni työympäristö rakentuu kahden ulottuvuuden kautta, jotka ovat tehokkuus ja viihtyisyystekijät. Tehokkuutta mitataan sillä, kuinka hyvin työympäristö onnistuu tukemaan työntekoa. Viihtyisyyttä mitataan sillä, kuinka hyvin työympäristöön on sisällytetty niitä mukavuustekijöitä, joita työntekijät haluavat työympäristöltä. (Mellanen & Mellanen, 2020, 328–329.)

Työympäristön sosiaalinen ulottuvuus on osa työkuultuuria, jota voidaan tarkastella työyhteisön pelisääntöjen ja normien sekä vuorovaikutuksen kautta. Vuorovaikutukseen liittyy yhteenkuuluvuuden tunteen vahvistaminen, kohtaamisten ja vuorovaikutustilanteiden luominen. Sosiaaliseen ulottuvuuteen liittyy työntekijän työhyvinvoinnista ja osaamisesta huolehtiminen. Etätö on tuonut haasteita työntekijän jaksamiselle ja esimiestyölle. Erityisesti itseohjautuvuuden tukeminen ja itseorganisoituminen ovat vaatineet uusien tapojen opettelemista. Organisaatiolla on sisäisiä eroja etätövalmiuksissa ja rutiinien luomisessa. Yhteiset päiväkahvikeskustelut ovat korvattu virtuaalisilla vaihtoehdoilla. Erityisesti videon käyttöä kaikissa etätapaamisissa vuorovaikutuksen aitouden takaamiseksi. (Muuttuvat käytännöt, pelisäännöt ja sosiaaliset normit, N.d.)

Työympäristön virtuaalisella ulottuvuudella tarkoitetaan työtekoa tukevan ja mahdollistavan teknologian ja digitaalisten elementtien muodostavaa kokonaisuutta älyteknologiasta digitaalisiin sovelluksiin ja työvälineisiin. (Älytoimiston ratkaisusta tukea arkeen. N.d.) Fyysinen ulottuvuus koskee fyysistä tilaa, tuotteita ja kiinteistöä. Tilaan liittyy tilasuunnittelua ja sen ympärille rakennettuja toimintoja, kalusteita ja niiden sijoittelua, värimaailman valintaa, estetiikkaa, energiatehokkuuden tasoa ja valaistusta. Organisaation näkökulmasta fyysinen toimitila on ennen tuonut kilpailuetua, kun toimitilat ovat sijainneet merkittävien kulkuyhteyksien varrella, johon asiakkaiden, työntekijöiden ja alihankkijoiden on ollut helppo saapua. Hyvin suunnitellut ja edustavat tilat ovat toimineet yrityksen imagon jatkeena ja vetänyt puoleensa osaavaa työvoimaa. (Leväinen, 2013, 106–108.) Siirtyminen uusiutuvan energian käyttäjäksi sekä ympäristösertifikaattien (ks. BREAAAM, LEED & WWF Green Office) hankkiminen ovat keinoja osoittaa yrityksen vastuullisuutta ja lisätä myönteistä ja vastuullista mielikuvaa organisaatiosta.

Leväisen (2013) mukaan työympäristö koostuu tiloista ja työpiste-ergonomiasta. Työskentelyolosuhteilla kuten lämpötilalla, ilmanvaihdolla ja akustiikalla vaikutetaan viihtyvyyteen ja työtehoon. Työpisteen ergonomia ja käytettävyys lisäävät käyttömu-kavuutta ja helpottavat työskentelyä. Työntekijöiden tyytyväisyys ja työhyvinvointi heijastuvat työsuoritukseen ja sitä kautta yrityksen tulokseen. Leväinen (2013) mukaan ulkopuoliset asiat voivat vaikuttaa tilan käyttökokemukseen. Työntekijä peilaa aiempien kokemusten perusteella tilaa ja sen käytettävyyttä suhteessa omaan urakehitykseen. Työntekijä arvioi, kuinka tila tukee ja edistää tätä hänen työuralleen asetettuja haaveita ja päämääriä. Työntekijä voi tarkastella työympäristöä työn ja vapaa-ajanyhteensovittamisen näkökulmasta ja arvioida kuinka hyvin työ tukee työntekijän tapaa tehdä työtä. (Leväinen, 2013, 108.)

Työympäristön muutokset pandemian keskellä

Agile Workin toukokuussa 2020 järjestämään webinaariin ”Työympäristöt pandemian keskellä” osallistuneet 140 osallistujaa saivat ennustaa, mikä työpäivän elementti tulee muuttumaan eniten pandemia aikana. Vaihtoehdot olivat: etättyö, työmatkat, kokouskäytännöt, työntekemisen tavat, koulutukset, organisaatorakenne, palkitseminen, prosessit ja työsopimukset. Vastaajien mukaan eniten muutoksia tulee ensinnäkin työntekemisen tapoihin, toiseksi etättyökäytäntöihin ja kolmanneksi työmatkoihin. Pandemian seurauksena työprofiilien nähtiin tasa-arvoistuneen työyhteisössä ja inhimillisen tavan suhtautua toisiin lisääntyneen. (Muuttuvat käytännöt, pelisäännöt ja sosiaaliset normit, N.d.)

Osallistujat saivat ottaa myös kantaa mikä älyteknologia tulee olemaan merkittävässä roolissa pandemian aikana. Vastausten mukaan kommunikaatiota helpottavat alustat kuten TEAMS tai G-suite koettiin merkitsevämmäksi teknologiaksi. Toiseksi eniten ääniä sai työpisteiden varaus ja kolmanneksi ilmanlaadun mittaus. (Älytoimiston ratkaisuista tukea arkeen. N.d.)

Älyteknologian nähdään mahdollistavan turvallisen paluun toimistolla luovalla tavalla. Tilan käyttötietoa analysoimalla voidaan seurata, milloin työpiste tai tila on viimeksi siivottu tai onko toimistolla liikaa ihmisiä. Perustamalla ja ottamalla käyttöön ennakkovarausjärjestelmän työpisteille tai tilanvarausjärjestelmän voidaan varmistaa, että toimistolle mahtuu ja sinne voi lähteä turvallisesti työskentelemään. Tekoäly voi tulevaisuudessa mahdollistaa myös työmatkaliikenteen tilanteen seuraamisen, jolloin työntekijä voi arvioida milloin on hyvä ja turvallinen ajankohta liikkua toimistolle. Datan kerääminen auttaa ennakoimaan tulevia tilatarpeita, sillä kiinteistön johto saa tärkeää tietoa eri tilojen käyttöasteesta ja tilatarpeesta datan perusteella. (Mt.) Osallistujilta kysyttiin myös millaisten tilojen tarpeen työympäristönä he uskovat eniten lisääntyvän pandemian myötä. Vastaajat kokivat, että eniten tarvetta on kotitoimistolle, toiseksi eniten monitilatoimistoille ja kolmanneksi coworking-tiloille. (Toimitilat ja fyysiset työympäristöt pandemian aikana ja jälkeen. N.d.)

Fyysisiltä tiloilta odotetaan, että ne ovat kutsuvia, mukavia ja tilavia, jotta kokouksia ja tapaamisia voidaan järjestää turvallisissa olosuhteissa (Martela Visionary Webinars, 2020). Vallitseva pandemia tilanne on tuonut työtilan suunnitteluun uusia vaatimuksia, kun erilaisten kosketuspintojen puhdistettavuus tulee huomioida. Kosketuspintojen kuten ovenkahvojen, hissien nappien ja pöytäpintojen puhdistettavuus tulee huomioida. Älyteknologia mahdollistaa ovien automaattivauksen ja hissien painamista varten on jo kehitteillä erilaisia apuvälineitä. Tilasuunnittelulla voidaan vaikuttaa ihmisvirtojen liikkumiseen ohjaamalla ne kulkemaan tiettyjä reittejä ja etäisyydet huomioiden. Kestävä työympäristökehittäminen edellyttää työntekokoekosysteemin tuntemista ja työympäristöosaamista. (Toimitilat ja fyysiset työympäristöt pandemian aikana ja jälkeen, N.d.)

Eri sukupolvet ovat työuransa aikana ehtineet työskentelemään erilaisissa työympäristöissä. Tällä hetkellä työelämässä vaikuttaa kolmen eri sukupolven edustajia: Vanhimmat työntekijät ovat x-sukupolven edustajia, jotka ovat syntyneet vuosina 1961–1980. Milleniaali-sukupolven edustajat ovat syntyneet vuosina 1980–1997, heitä kutsutaan myös y-sukupolveksi. Z-sukupolven edustajat ovat syntyneet vuosina 1998–2010. Sukupolvet ajattelevat ja käyttäytyvät työelämässä eri tavoin. (XYZ- Miten sukupolvet eroavat toisistaan, 2020.) Mellasen & Mellasen mukaan eri sukupolvilla on erilaisia tarpeita ja odotuksia työelämää kohtaan. Ennen työntekijät kilpailivat parhaista työpaikoista, tänä päivänä työpaikat kilpailevat parhaista työntekijöistä. (Mellanen & Mellanen, 2020, 17).

Milleniaalit ovat nyt työelämän suurin ikäpolvi. Milleniaali-sukupolvi on arvostaa ketteriä työympäristöjä, joissa heille suodaan mahdollisuus valita työympäristö itsenäisesti vaihtuvan tehtävän mukaan. Milleniaalit työskentelevät mieluusti monitilatoimistoissa, jotka mahdollistavat hiljaiseen työskentelyyn kuin myös sujuvan kommunikoinnin ja yhteistyön tekemisen. Tilojen odotetaan myös tukevan vapaamuotoisten keskustelun syntyä ja mahdollistavan ideoiden ja tiedon vaihtamisen nopeasti. Milleniaalit kokevat, että he ovat avoimessa työympäristössä innovatiivisempia ja inpiroituneempia. (Mellanen & Mellanen, 2020, 328.)

Mellasen & Mellasen (2020) mukaan työnantajan vastuulla on kehittää työympäristöä harkitusti, jotta se palvelee tarkoituksessaan. Kun työkuultuuria ja työympäristöä ohjaa yhteisesti luodut pelisäännöt, voivat työntekijät keskittyä paremmin itse työn tekemiseen. Työnteon mukavuutta luo asianmukaiset työvälineet, ergonomiset työpisteet ja mahdollisuus ottaa päivän aikana vähän rennommin. (Mellanen & Mellanen, 2020, 334.) Houkuttelevat tilat ovat imagotekijä. Tiloihin panostaminen on keino houkutellessa osaavaa työvoimaa. Myös ympäristöasioiden huomioonottaminen on tänä päivänä tärkeä osoitus vastuullisuudesta.

Kulttuuriset erot työntekemisen tavoissa eri maiden välillä vaikuttavat myös siihen millaisissa työympäristöissä ja olosuhteissa ihmiset työskentelevät. Megatrendit kuten digitaalisuus ja jakamisen kulttuuri muuttavat tulevaisuudessa tapoja, kuinka tiloja käytetään ja miten tiloja varustellaan. (Nenonen & Lindahl, 2016.)

4.1 Työympäristösuunnittelu

Työympäristösuunnittelulla voidaan vaikuttaa työskentelyolosuhteisiin ja sitä kautta vaikuttaa työmotivaatioon ja sitoutumiseen. Hyvin muotoillut työympäristöt lisäävät innovatiivisuutta ja luovuutta, joka voidaan nähdä kilpailuetuna. Kun työskentelyolosuhteet ovat kunnossa ja työntekijän tarvitsemat virkistystilat ja palvelut löytyvät läheltä, työntekijä on helppo sitouttaa. Näin myös työhyvinvointi paranee ja hän pysyy tyytyväisenä ja motivoituneena. Tilan kehittäminen on aina investointi. Älykkäästi suunniteltu tila ja sen korkea tilankäyttöaste takaa, että tila on ollut hyvä investointi, joka maksaa itsensä takaisin. (Haapamäki, Nenonen, Vartiainen, 2011, 27–28.)

Organisaation tarpeet, työnkuvat ja työn vaatimukset vaihtelevat, jonka vuoksi tiloilta odotetaan joustavuutta. Onnistunut työympäristön kehittäminen edellyttää, että tuntee omat työntekijät. Heitä tulisi osallistaa mukaan työympäristön kehittämiseen ja hankintoihin. (Mellanen & Mellanen, 2020, 332.)

Työympäristöä suunnitellessa teknisestä näkökulmasta kiinnitetään huomiota valaistukseen, lämpötilaan, sisäilmanlaatuun ja ilmanvaihtoon. Huonosti ilmastoidussa työskentely kesähelteillä on epämukavuustekijä samoin kuin liian vetoisessa paikassa työskentely. (Leväinen, 2013, 108.)

Tänä päivänä erilaiset työn tekemisen tavat ovat toimistoissa huomioitu toimintalähtöisellä suunnittelulla, jossa työntekijälle suodaan mahdollisuus valita ja vaihtaa työpistettä aina työtehtävän luonteen mukaan sitä vastaavalle sopivalle tilavyöhykkeelle. Kun työntekijä työstää projektia, joka vaatii keskittymistä hän voi hakeutua hiljaisen työskentelyn vyöhykkeelle, jossa työrauha on taattu. Jos projekti vaatii yhteiskehittelyä ja vuorovaikutusta on syytä hakeutua alueelle, jossa on helppo tehdä yhteistyötä. Innovaatioiden nähdään syntyvän tänä päivänä epämuodollisissa vuorovaikutustilanteissa, joten rennompia tiloja ja seurustelualueita olisi hyvä myös tarjota. (Haapamäki, Nenonen, Vartiainen, 2011, 17–18.)

4.2 Työympäristö palveluna – Workplace-as-a-Service (WaaS)

Työympäristöpalveluilla tähdätään tilankäytön optimointiin, työtehokkuuden ja tuottavuuden parantamiseen ja mahdollisesti myös kustannusten alentamiseen. Tilojen käyttö- ja ylläpitokustannusten alentaminen vaatii asiantuntemusta, jotta tilojen toiminnallisuus saadaan säilytettyä (Leväinen, 2013, 11).

“As-a-service”- loppuliite on peräisin IT-alalta ja sieltä levinnyt myös muiden alojen käyttöön. WaaS on lyhenne termistä “Workplace-as-a-Service” (suom. työympäristö palveluna). Yhteistä työympäristöpalveluille on resurssien ja infrastruktuurin jakaminen, joustavat on-demand palvelut ja palvelun saavutettavuus helposti, milloin vain ja mistä vain. (Petrulaitiene, Korba, Junnila, Nenonen, Vasell, Jääskeläinen & Horstia, 2018, 8.)

Työympäristöjen muuttuessa työympäristöjohtamisen merkitys korostuu. Työympäristöjohtamisella edistetään organisaation suorituskykyä ja työntekijöiden hyvinvointia. Tällä hetkellä työympäristön määritelmä hakee uutta muotoa. Työnmurroksen

nähdään vauhdittavan kiinnostusta kehittää fyysisten tilojen sijaan organisaatiokulttuuria ja työtapojen muotoilua. Tilat nähdään lähinnä välineenä, jolla tukea yrityskulttuuria ja muuttuvia työtapoja. Tänä päivänä älyteknologian avulla voidaan kerätä dataa, joilla voidaan lisätä ymmärrystä tilojen käytöstä, työtavoista ja olosuhteista. Teknologia luo tilaa uusille palveluinnovaatioille, joilla työympäristö muutetaan palvelualueeksi tilan käyttäjälle. (Työn murros. N.d.)

4.3 Tulevaisuuden toimitilatarpeet

Toimitiloilta edellytetään tulevaisuudessa joustavuutta, mikä tarkoittaa, että lisätilan hankkiminen ja toisaalta tilasta eroon pääseminen voidaan hoitaa nopeasti (Leväinen, 2013, 94). Nähdäkseni joustavuus edellyttää työntekijöiltä uudenlaista suhtautumistapaa tiloihin ja käytäntöihin poikkeusaikoina. Tiloihin ja käytäntöihin on suhtauduttava väliaikaisina ratkaisuin, joihin on olosuhteiden vuoksi sopeuduttava. Kun halutaan saavuttaa joustavuutta tiloihin, asiaa voidaan tarkastella taloudellisesta, sopimuksellisesta, toiminnallisesta ja fyysisestä näkökulmasta. Taloudellista joustavuutta voidaan lisätä alentamalla kiinteistöihin sitoutuneen pääoman määrää eli siirtymällä vuokratiloihin. Näin yrityksen ei tarvitse sitoa tiloihin pääomia. Kun markkinahinnat ovat korkealla voidaan olla vuokralla ja odottaa hintojen laskua. Sopimuksellisella joustavuudella- sopimuksen aika, hinta irtisanomisaika. Kiinteistöt ovat organisaation yksi suurimmista kulueristä, sillä vuokrasopimukset sidotaan vuosiksi eteenpäin. Toiminnallinen joustavuus toteutuu, kun yrityksellä on mahdollisuus reagoida tilankäyttöön liittyviin tulevaisuuden muutoksiin työpisteiden, työntekopaikkojen ja työaikojen osalta. Työpisteiden käyttöä ja määrää optimoimalla voidaan vähentää tarvittavan toimitilan kokoa. (Leväinen, 2014, 108.)

Fyysisestä näkökulmasta joustavuutta voidaan saavuttaa muuntojoustavilla tiloilla. Muuntojoustavat tilat ovat muunneltavissa rakennusten rakenteellisten ja teknisten järjestelmien osalta. Tilojen tulee olla myös monikäyttöisiä ja laajennettavia, jotta tiloja mahdollista muuttaa nopeasti tuleviin käyttötarkoituksiin. Fyysinen näkökulma tulee tärkeäksi erityisesti, kun tilan käyttötarkoitusta on tarpeen muuttaa omistussuhteen tai käyttötarkoituksen mukaan. (Mt. 108–109.)

Rakli on kiinteistöjen ammattimaisten omistajien, kiinteistösjoiittajien, toimitilajohdon ja rakennuttajien järjestö, joka valvoo jäsenten etuja ja ottaa kantaa yhteiskunnalliseen keskusteluun. Rakli tuottaa tietoa kiinteistö- ja rakentamisalasta, erilaisten ratkaisujen vaikutuksista Suomeen asumis-, toiminta-, ja investointiympäristönä sekä tulevaisuuden tärkeimmistä kysymyksistä. (Toimintamme, N.d.) Rakli julkaisi huhtikuussa 2020 käyttäjäorganisaatioille ja omistajille suunnatun työympäristöä koskevan kysyntäennusteen tulokset. Kyselyyn vastasi 40 henkilöä. Pilottina toteutetun tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millaista tilaa käyttäjät tarvitsevat nyt ja tulevaisuudessa. Tutkimuksen tavoitteena oli tunnistaa työympäristöjen käyttötarpeiden muutoksia ja tuoda vertailutietoa organisaatioille työympäristöjen kehittämiseen ja muutostarpeiden tunnistamiseen. Tutkimuksen mukaan käyttäjäorganisaatioiden liiketoiminnan kannalta työympäristöjen tärkeimpiä tekijöitä ovat: hyvinvointi, suorituskyky, käyttäjäkokemus, sijainti, osaajien rekrytointi ja sitouttaminen sekä vastuullisuus. (Millaisia työympäristöjä käyttäjät haluavat nyt ja tulevaisuudessa, 2020, 2–3.)

Radikaalisti muuttuneet olosuhteet etäsuosituksen myötä ovat vaikuttaneet työskentelemisen tapoihin, tilatarpeisiin ja tilan käyttötapaan. Toimistot hyvien kulkuyhteyksien varrella ovat kysytyjä satelliittitoimistojen ohella. Saavutettavuus autolla, jalan ja pyörällä nähdään tärkeänä vetovoimatekijänä. Turvalliset ja terveelliset tilat ovat tärkeimmässä roolissa toimitilamarkkinoilla. Toimistoilta toivotaan, että riittävät turvavälit ja korkea hygieniatasoa on mahdollista järjestää ja ylläpitää. Myös It-turvallisuuden ja tietosuoja-asioiden merkityksen nähdään kasvavan. Selkeät toimintaohjeet ja teknologian hyödyntäminen helpottavat toimistolle paluuta. (Työelämä koronan jälkeen, 2020.)

Toimiston turvallisuutta voidaan lisätä järjestämällä etäisyyttä toisiin esimerkiksi etätyösuosituksella, työpisteitä vähentämällä, fyysisten esteiden rakentamisella ihmisten välille, hallinnollisella valvonnalla eli tarkentamalla vastuunjakoa siitä, kuka huolehtii siitä, että fyysisiä kontakteja rajoitetaan ja maskisuosituksen käyttöönnotolla. (Martela Visionary Webinars, 2020.)

Kyselyyn vastanneet ennustivat, että tarve keskittymisalueille, hiljaisille tiloille, vuorovaikutusalueille, nopeasti käyttöön otettaville neuvottelutiloille, projektituloille

sekä varattavien neuvottelutilojen ja henkilöstön hyvinvointiin keskittyneille tiloille sekä nimeämättömille työpisteille lisääntyy. Kyselyyn osallistuneista organisaatioista yli 83 prosenttia mahdollisti työntekijöilleen toimiston lisäksi muitakin työpisteitä eli paikkoja tehdä työtä. Vaihtoehtoina toimivat koti, yrityksen muut toimipisteet ja co-working-tilat. Suuret organisaatiot ylibuukkaavat toimitiloja monipaikkaisen työn myötä tehostaakseen tilankäyttöä. Heillä on 0,73 työpistettä työntekijää kohden. (Millaisia työympäristöjä käyttäjät haluavat nyt ja tulevaisuudessa, 2020, 4)

Palvelullistamisen trendi näkyy pian toimitiloissa. RAKLIN kysyntäennusteen (2020) mukaan käyttäjäorganisaatioiden vastaajista yli 60 prosenttia toivoi enemmän palveluita työympäristöönsä. Vastaajat toivoivat arkea helpottavia palveluita, kuten pesulapalveluita, kauppakassipalvelua ja henkilökunnan työhyvinvointia edistäviä palveluja toimiston yhteyteen. Tilatarpeita arvioidessa ilmeni suurempi tarve erityyppisille tiloille, kuten keskittymistä edistävillä hiljaisilla tiloilla, vuorovaikutusaluille, nopeasti käyttöön otettavilla neuvottelutiloilla sekä nimeämättömille työpisteille. Myös tiloja projektityölle, varattaville neuvottelu tiloille ja henkilöstön hyvinvointia tukeville tiloille oli kysyntää. (Mt, 4.)

Käyttäjäorganisaatiot toivovat joustavia sopimusmalleja, sillä liiketoiminnan syklisyys ja ennakoimattomuus nähdään kasvavana trendinä. Käyttäjäyritykset eivät enää välttämättä halua sitoutua pitkälle aikavälille. Joustavuuden kysyntä on lisännyt myös pienten tilojen kysyntää. Kiinteistöliiketoiminnan ja työympäristön osalta koetaan kiinnostavana seurata työympäristö palveluna- (WaaS)- palvelukonseptin kehittymistä tulevaisuudessa. (Mt., 6.)

4.4 Toimistojen sisustustrendit 2020

Maisemasuunnitteluun erikoistuneen Ambiuksen (2019) työtiloja koskevassa sisustustrendiennusteessa näkyi vahvasti ihmisen hyvinvointiin, suosituskyyvyn parantamiseen ja onnellisuuteen tähtäävä suunnittelu. Toimistojen tilasuunnittelua ohjaa jatkuvasti kehittyvä teknologia ja hyvinvointikeskeinen suunnittelu. Tiloilta odotetaan joustavuutta ja mahdollisuutta ottaa uutta teknologiaa vastaan. Hyvinvointikeskei-

sesti suunnitellut työtilat tukevat työntekijän suorituskykyä sekä edistävät hyvinvointia ja onnellisuutta. (Stenkenberg, 2019.) Foxin (N.d.) mukaan hyvinvointilähtöisyys, coworking-tilojen suosio, tekoäly ja teknologia sekä tilojen käyttöastemittaukset ohjaavat tilojen suunnittelua tulevaisuudessa. (Fox, N.d.).

Toimitilojen kokeman evoluution seurauksena persoonattomista huonetoimistosta on siirrytty suosimaan toimintaperusteisia monitilatoimistoja. Toimintaperusteisesti toimivien monitilatoimistojen suunnittelulähtökohtana on luoda ihmisiä ja heidän tarpeitaan palvelevia tiloja, jossa työntekijälle annetaan vapaus valita missä ja miten työtään tekee. Hyvinvointia edistetään niin ergonomisilla kalustevalinnoilla, laajalla palvelutarjonnalla, joustavilla työtiloilla ja siirrettävillä kalusteilla. Fyysiselle työpäikällä saapuminen edistää hyvinvointia. Työpaikalla työpäivään voi liittää rutiineja, enemmän liikettä sekä tukea oppimista ja muistamista vaihtelemalla paikkaa. Toimitiloihin haetaan työntekijän hyvinvointia tukevia elementtejä tilaan muun muassa lisäämällä toiminnallisuutta eri tavoin osaksi työpäivää. Toimistoon voidaan suunnitella liikkumaan kannustavia tiloja ja siirtymiä. Monitoimikalusteilla ja kuntolaitteilla voidaan myös kannustaa ihmisiä liikkumaan. (Sterkenberg 2019; Fox, N.d.)

Modulaarisilla ja liikuteltavilla kalusteilla luodaan joustoa tilatarpeille. Liikuteltavat työtasot, puhelinkopit, seisomapöydät voidaan siirtää aina sinne missä niitä tarvitaan. Tilaa teknologialle tarvitaan. Kestävä kehitys toimii suunnannäyttäjänä tilan sisustussuunnittelussa, ohjaten materiaalivalintoja ja suosien energiatehokasta teknologiaa. Mahdollisimman vähän prosessoituja ja kierrätettyjä kalusteita suositaan ja luonnonvaloa pyritään hyödyntämään. Ekologisuus näkyy niin materiaalien kuin kalusteiden hankinnassa. (Sterkenberg, 2019.)

Vuoden 2020 sisustustrendeissä näkyy monitoimitilojen suosio. Tänä päivänä suunnittelua ohjaa hyvinvointikeskeisyys. Monitoimitilojen idea on luoda monikäyttöisiä ja muuntojoustavia tiloja. Tilat sisältävät liikuteltavia, kevyitä ja ergonomisia elementtejä, jotka voidaan tarvittaessa siirtää mihin tilaan vain. Tilasta kuin tilasta voidaan luoda juuri tarvetta vastaava tila liikuteltavien kalusteiden sekä säädettävän valaistuksen ja teknologian avulla. (Mt. 2019)

Puuelementit ja luonnonläheinen design on toinen trendi. Puuta käytetään monipuolisesti osana toimiston sisustusta. Puun ja kasvien luonnollisesta muotokielestä haetaan inspiraatiota sisustukseen. Luonnonläheisen designin (Biopihic design) ideana on lähentää luontosuhdetta tuomalla luonto lähelle työntekijää. Viher- ja sammalseinät ovat jo tunnettuja monessa toimistossa. Suunnittelulla vältetään luomasta rajanvetoa ulko- ja sisätilojen välille. Tiloissa voidaan käyttää luonnollisia tuoksua ja suosia luonnonvaloa. Tilassa suositaan luonnollisia ja lähituotettuja materiaaleja ja huolehditaan, että tilassa on paikka, jossa yksityisyys on turvattu. (Mt. 2019)

Kolmas trendi koskee yhteisöllisyyden luomista etätyömaailmassa. Etätyöaikana suunnittelijat pyrkivät luomaan kutsuvia ja mukavia tiloja, jotka edistävät yhteisöllisyyttä ja yhteisten arvojen toteutumista, jotta toimistolle on kiva tulla töihin. Nykyään toimitilat ovat hakeneet vaikutteita matkailu- ja ravintola-alalta. Toimitilat ovat kuin pienoishotelleja ja -ravintoloita erilaisine palveluineen. Töihin tullaan viihtymään ja tapaamaan kollegoita. (Mt., 2019.)

Vastuullisuus on neljäs trendi, mikä näkyy siinä, että suositaan mahdollisuuksien mukaan kierrätettyjä ja vastuullisesti tuotettuja rakennusmateriaaleja ja kalusteita. Energiatehokkuus ja tilan maisemointi osaksi ympäristöä ovat tärkeässä osassa. Tilankäyttöastetta mittaavaa teknologiaa käytetään tilankäytön tehokkuutta parantamaan. (Mt., 2019.)

Mikrotrendit eivät kestä yhtä pitkään kuin edellä mainitut trendit. Toimistosisustuksen mikrotrendejä ovat muun muassa ovat yksivärisyys, riippuvat viherelementit ja -seinät, liikuteltavat moduulirakenteiset tilaratkaisut ja kodinomaisten elementtien tuominen toimistoon. (Mt., 2019.)

5 Kauppakeskus työympäristönä

Suomen kauppakeskusyhdistyksen (2020) määritelmän mukaan: ”Kauppakeskus muodostuu liikerakennuksesta, jossa myymälät ja palvelut avautuvat sisäänpäin käytäville tai keskusaukiolle. Vuokrattavan liiketilan määrä on yleensä vähintään 5000 h-m². Kauppakeskuksessa on vähintään 10 myymälää. Kauppakeskuksessa on yksi tai useampi ankkuri- tai veturiyritys ja joukko avainyrityksiä sekä muita myymälöitä ja palveluja. Palvelut voivat olla joko kaupallisia tai julkisia. Yksittäisen yrityksen osuus liiketilan kokonaismäärästä ei ylitä 50 %. Kauppakeskuksella on yhteinen johto ja markkinointi.” (Kauppakeskukset, 2020, 153.)

Suomen ensimmäinen kauppakeskus on vuonna 1984 avattu Itäkeskus. (Kojo & Nenonen, 2016, 15). Kauppakeskusyhdistyksen mukaan Suomessa oli vuonna 2019 yhteensä 111 kauppakeskusta. Kauppakeskusten lukumäärä on kasvanut 10-vuodessa 74:stä kauppakeskuksesta peräti 111:sta. (Kauppakeskukset 2020 ,3.)

Kauppakeskukset eivät ole enää ainoastaan paikkoja, joissa tehdään ostoksia ja vieteään vapaa-aikaa. Kauppakeskuksista on tullut kaupunkikeskustojen elävöittäjiä ja olohuoneita, jotka luovat kohtaamisen paikkoja ja tarjoavat elämyksiä. Kauppakeskusten palvelutarjonta on laajentunut niin, että saman katon alta voi löytyä niin ostomahdollisuuksia, kulttuuripalveluja, liikuntapalveluita, harrastetiloja, toimitilaa, vapaa-ajan palveluita, kauneuspalveluita, julkisia palveluita, terveystilaa, kahviloita ja ravintoloita, työpaikkoja jne. Erityisesti viihde- ja vapaa-ajan palveluiden tarjonta on viime vuosina kasvanut, kun taas kaupan toimialojen tilan tarve pienentynyt. (Kauppakeskukset, 2020, 3; Rantanen, 2011, 63.)

Verkkokaupan suosion myötä ennustetaan, että pian myös nekin perustavat showroom-henkisiä kivijalkamyymälöitä. Kauppakeskuksissa sijaitsevat erilaiset pakettien noutopisteet ja kaupakassipalvelut ovat esimerkkejä verkkokauppojen jalkautumista kauppakeskuksiin. Suomessa kauppakeskuksia ei brändätä tietyille kohderyhmälle vaan kauppakeskukset pyrkivät olemaan demokraattisia paikkoja, joista löytyy paljon erityyppisiä palveluita. (Kukkonen, 2018.) Eri-kuluttajaryhmät käyvät eri kaupoissa ja käyttävät eri palveluita erilaisella rytmillä ja budjetilla. Kauppakeskuksissa

useat eri toimialat toimivat saman katon alla rinnakkain ja hyötyvät parhaillaan toisensa toiminnasta. Kauppakeskuksen käyttäjille käyttömukavuus syntyy siitä, että saman katon voi hoitaa monta asiaa kerralla. (Rantanen, 2011, 63-66.)

Kauppakeskuksen ulottuvuudet ja käytettävyys

Kauppakeskus nähdään fyysisenä, sosiaalisen ja virtuaalisena ympäristönä. Sosiaalisena ympäristönä kauppakeskus luo kohtaamisen paikkoja, joissa voi tulla viettämään vapaa-aikaa. Kauppakeskuksissa ei vain liikuta kaupasta seuraavaan, vaan ostosten lomassa kulutetaan myös muita palveluja. Kauppakeskuksen arvomaailmaa kuvaa myös ympäristövastuulliset toimet ja kestävän kehityksen huomioon ottaminen. Kun kauppakeskusta tarkastellaan virtuaalisena ympäristönä, arvioinnin kohteena on digimarkkinoinnin toimivuus, tieto-, ja viestintäteknologian palvelut ja nettisivut, mobiilisovellukset ja virtuaaliympäristöt. Fyysisestä ulottuvuudesta tarkastelemalla käyttömukavuutta tuo selkeä ja helposti omaksuttava käyttöliittymä. Tilasuunnittelulla, värikoodeilla ja opasteilla voidaan selkeyttää ja opettaa navigointia kauppakeskuksessa. Hissien, wc-tilojen ja poistumisteiden opasteiden tulisi olla helposti nähtävillä. (Kojo & Nenonen, 2016, 82.)

Kauppakeskuksen käytettävyys on sekä palvelumuotoilua että rakennetun ympäristön hallintaa siten, että se on käyttäjän logiikan kannalta sujuva kokonaisuus. Hyvä käytettävyys nähdään kilpailuetuna. Kulkureittien suunnittelulla ja liikkeiden sijoittelulla vaikutetaan kauppakeskuksen käyttäjäkokemukseen. Erilaisilla tilallisilla keinoilla ja reittien suunnittelulla vaikutetaan asiakasvirtojen kulkuun. Myös vuokralaiskirjolla ja palveluiden sijainnilla suhteessa toisiinsa voidaan vaikuttaa vetovoimaan. (Ainoa, Alho, Nenonen, & Nissinen, 2010, 79.)

Kauppakeskusten käytettävyys tarkoittaa erilaisia asioita sijaintipaikasta ja palvelukonseptista riippuen. Tarjonta luonnollisesti eriytyy kilpailun ja kysynnän seurauksena palvelemaan paikallisia kuluttajia. Kauppakeskusten sijainti, ja siten saavutettavuus eri kulkuneuvoin vaikuttavat merkittävästi siihen, kuinka paljon asiakasvirtaa suuntautuu kauppakeskukseen houkuttelevan palvelutarjonnan ohella. Vuokralais-tenkirjo ja palveluiden sijainti suhteessa toisiinsa ohjaavat myös vetovoimaa. Pop-up

liikkeet, kampanjat ja tapahtumat tuovat uutuuden viehätystä ja yllätyksellisyyttä kauppakeskuksen valikoimaan. (Rantanen, 2011, 66.)

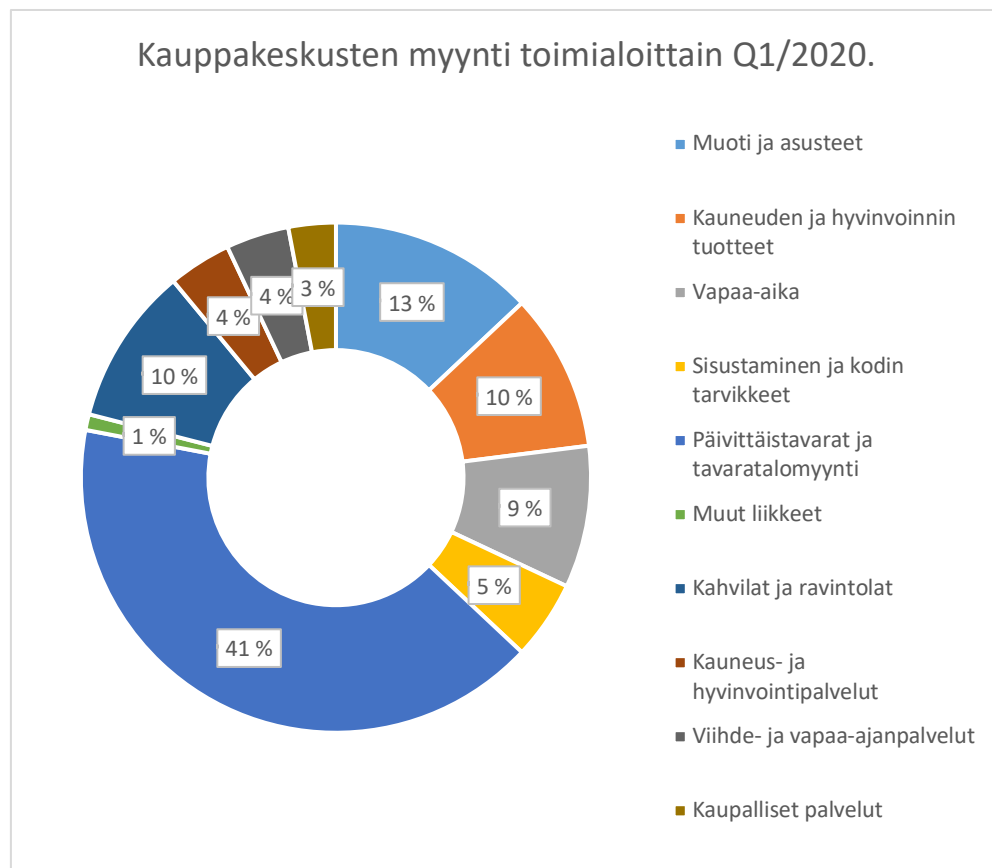
Kauppakeskukset tunnuslukujen valossa

Suomen Kauppakeskusyhdistys ry kokoaa vuosittain tietoa kauppakeskustoimialasta kauppakeskukset-julkaisuissa. Julkaisu sisältää tunnuslukuja toimialasta sekä yhdenmukaisesti kaikkien merkittävimpien kauppakeskusten esittelyt, perustiedot ja -tunnusluvut. (ks. Suomen Kauppakeskus ry. N.d.)

Kauppakeskusten luonnollinen sijainti on yhdyskuntarakenteen keskustoissa, sillä hyvä saavutettavuus on olennaista. On tärkeää luoda merkityksellisiä ja yhteisöllisiä tiloja. Trendinä on myös lisätä elämyksellisyyttä. Viihtymiseen panostetaan myös kaupunkikeskustojen suunnittelussa, sillä keskusta toimii veturina tarjoten elinvoimaisia palveluita, työssäkäynnin, asumisen mahdollisuuksia. Kauppakeskukset ovat elämyksellisiä katettuja kaupunkikeskustoja, jotka kokoavat yhteen yhteisöjä ja tarjoavat jatkuvasti kehittyvän alustan monenlaiselle toiminnalle. (Kauppakeskukset 2020, 3.)

Vuonna 2020 kauppakeskusten ensimmäisen vuosipuoliskon kokonaismyynti oli 13,7 prosenttia matalampi ja kävijämäärä pieneni 25 prosenttia vuoden takaiseen verrattuna. Kauppakeskukset, joiden yhteydessä sijaitsee hypermarketteja eivät menettäneet myyntiä yhtä paljon kuin muut. Turvalliseen asioimiseen panostetaan kauppakeskuksissa erilaisin toimin. Siivousta on tehostettu, sisäänkäynneiltä löytyy käsidesi-automaatteja, kuulutusten määrää on lisätty ja turvavälitarroja on lisätty muistuttamaan riittävästä turvaväleistä. Kauppakeskuksen on mahdollista hankkia itselleen Safe Shopping Centersin COVID-19 Compliant-sertifioinnin, jolla osoitetaan, että viiruksen torjuntaan liittyvät turvatoimenpiteet on hoidettu hyvin. (Kauppakeskusten ensimmäisen vuosipuoliskon kokonaismyynti 13,7 prosenttia edellisvuotta pienempi, 2020.)

Kuvassa 3. näkyy, kuinka kauppakeskusten myynti jakautui toimialoittain ensimmäisellä vuosineljänneksellä. Päivittäistavarat ja tavaratalomyynti kattaa peräti 41 prosenttia kauppakeskuksen kokonaismyynnistä. Toiseksi suurimmat myyntiluvut ovat muodin ja asusteiden toimialalla. Yhtä suurta myyntiä tekevät kahvilat ja ravintolat sekä kauneuden ja terveyden tuotteet. (KTI Markkinakatsaus, 2020, 12.) Vapaa-ajan palvelut itsessään kattavat 10 prosenttia myynnistä. Viihde- ja vapaa-ajanpalvelut 4 prosenttia.



Kuva 3. Kauppakesten myynti toimialoittain Q1/2020 (KTI Markkinakatsaus, 2020, 12).

6 Kohti käyttäjälähtöistä työtilaa

6.1 Coworking-tila

Coworking-tilat ovat aikanaan syntyneet tukemaan ja vastaamaan muuttuneisiin työn tekemisen tapoihin ja työelämän vaatimuksiin. Tänä päivänä työelämässä arvostetaan tuottavuutta, luovuutta, joustavuutta ja vuorovaikutusta. (Kojo & Nenonen, 2016). Coworking-tilalla tarkoitetaan erilaisia yhteisöllisiä työtiloja, joihin ihmiset voivat kokoontua tekemään töitä. Tutkimusten mukaan co-working tiloihin hakeudutaan paremman työn tuottavuuden toivossa ja sosiaalisista syistä. Coworking-tilojen nähdään lisäävään luovuutta ja tuottavuutta. Erityisesti hyvä infrastruktuuri, kuten saavutettavuus ja toimivat tietoliikenneyhteydet nähdään coworking-tilojen vetovoimatekijöinä. (Nenonen & Lindahl, 2016; Brower, N.d.) Vuonna 2019 maailmassa oli yli 22 400 coworking tilaa. On ennustettu, että vielä vuonna 2020 coworking tiloissa työskentelee 2,26 miljoonaa ihmistä. (Statista, 2020.)

Coworking-termi kätkee sisäänsä laajan kirjon erilaisia tiloja työprofiilista riippuen. Salovaara (2014) jaoittelee coworking tilat kolmeen eri tyyppiin: vapaamuotoisiin tiloihin, perinteisiin yhteisöllisiin työtiloihin sekä toimistohotelleihin (Salovaara, 2014, 41.) Vapaamuotoisissa tiloissa ryhmä ihmisiä kokoontuu säännöllisen epäsäännöllisesti erilaisiin tiloihin tekemään töitä yhdessä. Tila voi olla yksityinen tai julkinen esimerkiksi jonkun koti, työhuone tai kahvila. Työtila voi siis olla muukin kuin toimistotila. Perinteisenä pidetty yhteisöllinen työtila on tila, joka tarjoaa jäsenilleen toimiston infrastruktuurin ja palvelut jäsenmaksua vastaan. Toimistohotelleilla tarkoitetaan tiloja, joihin voi kuukausiperusteisesti vuokrata itselleen oman työhuoneen tai toimintilan. Toimistohotelli voi tarjota vuokralaisilleen myös yhteiskäyttötiloja tilavuokran päälle, joita kaikki toimistohotellin asiakkaat saavat käyttää tai niistä veloitetaan lisäpalveluna. (Mt. 41.)

Yhteisöllisille työtiloille on ominaista kodinomainen sisustaminen, yhteisölliset tapahtumat ja satunnaisten kohtaamisten luominen tilasuunnittelulla. Taustalla vaikuttaa

jakamisen kulttuuri sekä ideologia, jonka tähtäimessä on avoin ja osallistava yhteistyöhön ja yhteisöllisyyteen perustuva työnteon malli. Yhteisöllisten työtilojen käyttäjä osallistuu jakamistalouteen jakamalla tilaresursseja. Jakamistalouden ideana on omistamisen sijaan kuluttaa palveluita ja tavaroita lainaamalla ja vuokraamalla. (Mt. 41–45.)

Kojo ja Nenonen (2016) luokittelivat tutkimuksessaan coworking tilat kuuteen eri kategoriaan, joita ovat: julkiset toimistot, kolmannet paikat, yhteistyöhubit, coworking toimistohotellit, yrityshautomot ja jaetut studiot. Nämä eroteltiin vielä toisistaan liiketoiminnanmallin mukaisesti joko kaupalliseen tai ei-kaupalliseen ja käyttömahdollisuuden mukaan. Suurin osa on suunniteltu toimintaperusteisen työtilan periaattein, joissa käyttäjä voi valita itse paikan työtehtävän luonteen mukaan. (Kojo & Nenonen, 2016.)

Kaupalliset coworking-tilat tarjoavat eri tasoisia jäsenyyksiä erilaisilla palvelupaketeilla. Tilassa työskentely edellyttää jäsenyyden ostamista ja rekisteröitymistä, jolloin tilasta maksetaan sopimuksen mukaan. Sopimukset voivat olla joustavia yhdestä tunnista vuosijäsenyyksiin. Kaupallisia coworking-tiloja ovat coworking julkiset toimistot, toimistohotellit ja jaetut studiot. Yhteistyöhubit voivat myös periä jäsenmaksuja ulkopuolisilta. Kaupalliset toimijat ovat tavallisesti palkanneet tilaan yhteisömanagerin, jonka vastuu on järjestää tilaan tapahtumia ja luoda verkostoitumisen paikkoja. Jäsenilleen coworking-tilat tarjoavat muun muassa yhteiskäyttökeittiön tai kahvilapalveluja, kokoushuoneita, tiimityöhuoneita, tapahtumatilaa, hiljaisen työskentelyn tilaa, lukualueen ja joogahuoneen. Lisäpalveluina on mahdollista ostaa muun muassa postiosoite, lokeroaika, sanomalehtiä, suihkutilan käyttöoikeus ja aamupalaa. Yrityshautomoiden tilat ja palvelut ovat tyypillisesti käytössä vain yrityksen kiihdyttämishjelman ajan aloitteleville yrittäjille, jotka ovat sinne etukäteen valittuja. (Mt.)

Ei-kaupalliset coworking-tilat ovat tavallisesti kaikille avoimia ja kaikkien helposti saatavissa. Tilassa työskentely ei edellytä muodollista jäsenyyttä, tilassa asioiminen perustuu vapaaehtoisuuteen ja tila on avoin niin epämuodollisille kuin muodollisillekin kanssakäymiselle. Tavallisesti tilan käyttöön liittyy kuitenkin liitännäispalveluiden kuluttaminen kuten kahvilatuotteiden ostaminen. Ei-kaupallisia co-working tiloja

ovat kaikki kolmannet paikat kuten hotellien aulat, tapaamispaikat, puistot, julkiset kulkuneuvot, lentokentät, kauppakeskukset ja kahvilat. (Kojo & Nenonen, 2016.)

Läheisiä termejä ovat myös *Hoffice*, *Coffice* ja *Moffice*. Hoffice on lyhenne sanoista home office, joka on saanut alkunsa Ruotsista. Hoffice muuttaa kodit pop-up toimistoiksi. Coffice tarkoittaa joukkoa, jotka työskentelevät kahviloissa ja moffice kuvastaa ryhmää, jotka vaihtavat (move) työntekeksen paikkaa. (Salovaara, 2015, 45.)

6.2 Kimppakonttori yhteisöllinen työtila

Työtila on suunnattu kuluttaja-asiakkaille, joiden kokemusta tilasta työympäristönä arvioidaan. Kauppakeskukset ovat niin sanottuja kolmansia paikkoja tehdä töitä. Kauppakeskus Willan yhteisöllisessä kimppakonttori-tilassa on mahdollista tehdä töitä ostosten tai muun asioinnin ohessa. Kimppakonttori tarjoaa ilmaiset ja joustavat tilat työnteekoon. Kauppakeskus toimii työympäristönä kauppakeskuksen liikkeissä työskenteleville, josta jokainen liike itse myymäläkonseptin puitteissa vaikuttaa myymälän ulkoasuun ja palvelumaisemaan. Kauppakeskus tarjoaa B2B asiakkaille sopimusehtojen puitteissa erilaisia käyttäjä- ja kiinteistöpalveluita.

Kimppakonttori työtila perustettiin tyhjäksi jääneeseen liiketilaan kokeiluhengessä. Tilaa ei ole avoimesti markkinoitu kuin kauppakeskuksen verkkosivuilla, sillä tilan kysynnän arvioitiin kasvavan niin suureksi, ettei käyttäjien tilatarpeita tai yhtä laadukkaita puitteita olisi välttämättä onnistuttu täyttämään. Tila on suunniteltu modulaarisilla elementeillä. Tilan kalusteet on mahdollista siirtää toisaalle, mikäli liiketila halutaan vuokrata.

Tila on ollut osa kauppakeskuksen palveluja heinäkuusta 2018 lähtien. Tilasuunnittelu on tilattu suunnittelutoimistolta. Kalusteet tilaan on hankittu kierrätettyinä. Tila on avoinna kauppakeskuksen aukioloaikojen puitteissa arkisin ja lauantaisin kello 7.30–18.00 ja sunnuntaisin kello 10.30–18.00.

Ennen koronaa työtilaan mahtui istumapaikkojen mukaan 45 henkilöä. Koronan rajoitustoimien myötä istumapaikkoja vähennettiin takaamaan riittävät turvavälit niin,

että istumapaikkoja jäi jäljelle 26 kappaletta. Tila on tarkoitettu yli 16-vuotiaille. Tilassa on käyttäjille avoin ilmainen wifi ja jokainen työpiste on varustettu pistokkeella oman laitteen lataamista varten. Tilassa on 9 yhdeksän lukollista säilytyslokeroa omille tavaroille, mikäli tilan käyttäjä haluaa jättää tavaroita säilöön. Tilan läpikulku on kielletty. Tilassa on kaksi sisäänkäyntiä ja molempien sisäänkäyntien yhteydessä on käsiendesinfiointi mahdollisuus.

Kimppakonttori on toimintälähtöisesti suunniteltu tila, joka on jaettu neljään eri vyöhykkeeseen työskentelyn luonteen mukaan. Toimintälähtöisesti suunnitellussa tilassa (engl. Activity Based Office) käyttäjä valitsee paikan työtehtävän vaativuuden ja luonteen mukaan. Eri vyöhykkeille on määritelty omat pelisäännöt ja sopimukset, jotka ohjaavat, kuinka tiloissa toimitaan. (Nenonen, Jalo & Vanhatalo, 2019, 34.) Kimppakonttorin vyöhykkeet ovat:

- Yksilötyön tila
- Kimppaduunialue
- Puhelut-alue
- Kahvihetki ja eväät-alue

Yksilötyötä varten tilaan on varattu yhteensä 10 työskentelypistettä. Yksilötyötä tekevien työrauha ja riittävä etäisyys toisiin on turvattu näköesteillä ja sermeillä, jotka samalla äänieristävät tilaa. Työpöytien korkeutta ja istuimia on mahdollista säätää itselleen sopiviksi, mikä tukee ergonomista työskentelyä.

Kimppaduunialue mahdollistaa tiimi- tai ryhmätöiden tekemisen. Vyöhykkeellä voi koontua istumaan pöydän ympärille työtilan keskelle, istuutua rennosti olohuone- maisen tilan äärelle sohvaryhmiin tai asettautua korkean pyöreän pöydän ympärille työskentelemään. Kimppaduunialueella oli tutkimushetkellä yhteensä 13 istumapaikkaa. Pyöreän pöydän ympärillä mahtui työskentelemään myös seisten.

Puheluita varten tilassa on äänieristävillä selkänojilla varustettuja tuoleja yhteensä kolme, jotka ovat sijoitettu lähelle uloskäyntiä. Kahvihetki & eväät alueelta on poistettu istuimet toistaiseksi pois käytöstä. Aiemmin alueella sai nauttia omia eväitä yhteisen taukopöydän äärellä.

7 Palvelumuotoilulla kohti ainutlaatuista ja erinomaista palvelukokemusta

Palvelumuotoiluprosessissa asiakaslähtöisyys on avainasemassa, kun halutaan saavuttaa ainutlaatuisia ja erinomaisia palvelukokemuksia. Palvelumuotoilu on palvelun kehittämistä käyttäjälähtöisesti syklisesti etenevissä iteraatioissa muotoiluajattelun periaatteilla. Prosessin keskeisenä tavoitteena on palvelun käyttäjälähtöinen kehittäminen siten, että palvelu vastaa asiakkaiden tarpeita ja palveluntarjoajan liiketoiminnallisia tavoitteita. (Koivisto, 2019, 32-33.)

Palvelumuotoilua tehdään yhdessä palvelun nykyisten tai tulevien käyttäjien kanssa. Yhteiskehittämällä tarkoitetaan sitä, että palvelun eri osapuolet osallistetaan palvelun kehittämiseen. Yhteiskehittämällä varmistetaan, että palveluun liittyvät asiat ja näkökannat tulevat mahdollisimman laaja-alaisesti huomioiduiksi tiedonkeräämis- ja analysointivaiheessa. Yhteiskehittämistä tehdään tavallisesti työpajatyypisessä ryhmätyötä tukevissa tiloissa tai virtuaalisessa ympäristössä etänä. (Mt. 41.)

Palvelumuotoilun keinoja voi käyttää organisaation strategisella-, systeemisellä- kuin asiakasrajapinnan tasolla. Kehittämisen kohteena voi olla palveluprosessien ja kontaktipisteiden kehittäminen, palvelutuotteen ja tarjoaman kehittäminen, palvelun viestinnän, -myynnin ja markkinoinnin kehittäminen, yrityksen sisäisen toiminnan kehittäminen tai yrityksen liiketoiminnan kehittäminen. (Tuulaniemi, 2011, 51–52.)

Palvelumuotoiluprosessin ytimen muodostaa palvelupolku. Palvelupolkulla kuvataan palvelun käyttäjän matka palveluprosessin läpi. Palvelupolku muodostuu palvelutuokioista ja kontaktipisteistä. Palvelutuokiot ovat palveluprosessin yksittäiset vaiheet ja kontaktipisteillä kuvataan vuorovaikutusta niin esineiden, laitteiden, tilojen kuin ihmisten välillä. Palvelumuotoilu nojaa muotoiluajattelun periaatteisiin, joita ovat ihmislähtöisyys, oikean ongelman ratkaisu, eksploratiivisuus, iteratiivisuus, divergentin ja konvergentin ajattelun vuoropuhelu, protoilu ja testaus, yhteiskehittäminen ja monialaisuus. Luovassa ongelmanratkaisussa divergenssi tarkoittaa ideoiden

tuottamista ja konvergenssi analyysiä ja karsintaa. Nämä kaksi vuorottelevat muotoiluprosessin aikana. Suunnittelu on kokeilevaa ja kokemuksellista. Ideoita testataan prototyypeillä eli nopeilla demonstraatioilla ja visualisoinneilla. (Koivisto, 2019, 35-42).

Asiakaslähtöisyys

Asiakaslähtöisyys tarkoittaa toiminnan kehittämistä tai palvelun luomista asiakkaan tarpeiden näkökulmasta. Kaikkien palveluiden keskiössä on palvelun käyttäjät eli asiakkaat, joka tulevat palveluita käyttämään. Kun keskiössä on ihminen ja hänen todelliset tarpeensa, voidaan minimoida epäonnistumisen riskiä ja muotoilla palveluita, jotka todella helpottavat asiakkaiden elämää. Ennakoivan ymmärryksen avulla voidaan luoda palveluja, jotka todella helpottavat elämää. (Tuulaniemi, 2011, 35–36.) Tästä syystä asiakasymmärrys luo pohjan palvelun kehittämislle.

7.1 Asiakaskokemus

Löytänä ja Korteso (2011) määrittelevät asiakaskokemuksen seuraavasti: ”Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa” (Löytänä & Korteso, 2011, 11). Mitä vahvempia tunteita, kohtaamisia ja mielikuvia kohtaamisen aikana syntyy, sitä vahvempi asiakaskokemus on. Kokemus on vahvasti subjektiivinen eli ihmisen omien tulkintojen summa. Löytänen ja Korteson (2011) mukaan tästä syystä ei ole täysin mahdollista vaikuttaa siihen, millaisen asiakaskokemuksen asiakas kokemastaan lopulta muodostaa. Kokemus on monien tekijöiden summa, jossa tunteet ovat vahvasti mukana. Yritykset voivat tästä huolimatta pyrkiä vaikuttamaan kokemusten luomiseen ja sitä kautta luoda arvoa asiakkaalle. (Mt. 11.)

Asiakaskokemus syntyy eri kontaktipisteiden kautta, joihin yritys voi vaikuttaa. Asiakaskokemukseen keskittyminen on yksi kilpailustrategioista, jolla erottautua, ja luoda kilpailuetua markkinoilla. Kun asiakas kertoo hyvistä kokemuksista eteenpäin, sillä suuria vaikutuksia. Asiakaskokemuksen johtaminen edellyttää organisaatiolta aktiivi-

sia toimia ja vastuunottoa, jotta merkityksellisiä kokemuksia voidaan luoda asiakkaalle. Asiakaskokemuksen johtamisella tavoitellaan asiakkaiden odotusten systemaattista ylittämistä. (Löytänä & Korteso, 2011, 11, 45.) Ainutlaatuisen asiakaskokemuksen rakentaminen ei tarkoita ainoastaan yrityksen velvollisuutta tuottaa arvoa asiakkaalle, vaan yritykset voivat luoda puitteita tilaisuuksille, jossa asiakas tuottaa arvoa itselleen (Löytänä & Korteso, 2014, 57).

Löytänä ja Korteso (2011) esittelevät neljä näkökulmaa asiakaskokemuksen muodostumiseen psykologiselta kannalta, jotka tulee ottaa huomioon, kun asiakaskokemusta ryhdytään johtamaan. Ensimmäiseksi asiakaskokemuksen tulee vahvistaa asiakkaan minuutta, identiteettiä ja omakuvaa niin, ettei hänen tarvitse pelätä kasvojen menettämistä. Yritykset voivat pohtia, millä tavoin he voivat suojata asiakasta kasvojen menettämiseltä ja toisaalta vahvistaa hänen identiteettiään. Toinen näkökulma on pyrkiä luomaan elämyksiä, jotka aiheuttavat vahvoja myönteisiä tunnekokemuksia kuten iloa, onnea, oivallusta tai ilahtumista. Yllätykselliset elementit jäävät hyvin asiakkaan mieleen. (Mt. 44–45.)

Kolmas näkökulma puhuu muistijälkien jättämisen puolesta. Muistijälkien jättämistä täytyy tehdä tavoitteellisesti. Yrityksen tulee analysoida kontaktipisteitä, jotka luovat totuuden hetkiä. Mittaamalla muistijälkiä ja niiden positiivisuutta voidaan saada tietoa asiakkaan kokemuksesta. Asiakkaalta voidaan kysyä suoraan, millaisia kokemuksia hänellä on yrityksestä tai selvittää epäsuorasti tiedustellen toimialan yrityksiä, joista hänellä on positiivinen ja negatiivinen mielikuva. Mikäli asiakas ei mainitse yritystä, joka tätä mittaa, voidaan sanoa, että kyseinen yritys on epäonnistunut muistijäljen luomisessa. Kun yritys onnistuu palvelullaan mielihyvän tuottamisessa, se saa asiakkaan haluamaan lisää ja sitoutumaan. Tästä neljännessä näkökulmasta asiakaskokemuksen tulee tuottaa asiakkaalle mielihyvää, jotta asiakas palaa uudelleen ja suosittelee palvelua tai tuotetta myös muille. (Mt., 48–49.)

Kun kehitetään palvelun käyttäjän asiakaskokemusta, pitää pohtia, mitä arvoa käyttäjä saa käyttäessään palvelua. Arvoa luodaan jokaisessa kohtaamisessa. Arvonmuodostukseen vaikuttavat muun muassa tarpeet, odotukset, tottumukset, tavat, arvot,

muiden ihmisten mielipiteet, palvelun hinta, palvelun ominaisuudet ja muiden vastaavien palveluiden hinta. (Tuulaniemi, 2011, 36.)

Löytänä ja Kortesus (2011) jäsentävät asiakkaan arvon lähteet kahteen ulottuvuuteen: utilitaarisiin ja hedonistisiin. Utilitaariset lähteet eivät itsessään tuota arvoa asiakkaalle vaan toimivat keinoina jonkin päämäärään saavuttamiseksi. Rationaalisuus ohjaa arvon muodostumista. Hedonistiset lähteet ovat vahvasti tunnepohjaisia, subjektiivisia ja irrationaalisia. Arvo muodostuu saavutetusta tunnekokemuksesta palvelua tai tuotetta kohtaan. Arvoa tuotetaan myös hyvin hoidetulla asiakassuhteilla, sillä yrityksellä on mahdollisuus tuottaa arvoa jokaisessa kohtaamisessa. Jokainen kohtaaminen luo mahdollisuuden kartuttaa tietoa asiakkaan tarpeista, joita hyödyntää seuraavissa kohtaamisissa ja asiakassuhteen syventämisessä. (Löytänä & Kortesus, 2011, 55.)

Asiakaskokemuksen mittaaminen

Löytänen ja Kortesus (2014) mukaan asiakaskokemuksen mittaaminen tulee olla strategista ja johdettua, jotta se on tarkoituksenmukaista ja tuloksellista. Asiakaskokemuksen mittaamista tulisi tapahtua sekä asiakastasolla, henkilöstötasolla että taloudellisilla mittareilla. Asiakastasolla asiakaskokemuksen mittaamisella varmistetaan, että vuorovaikutus kehittyy haluttuun suuntaan. Henkilöstötasolla huolehditaan, että henkilöstöä ja toimintakulttuuria johdetaan asiakaskeskeisempään suuntaan. Taloudelliset mittarit varmistavat, että uuden strategian jalkautumisessa on onnistuttu. (Löytänä & Kortesus, 2014, 57.)

Asiakaskokemus muodostuu asiakkaan kokemuksista hänen kulkiessaan palvelukokonaisisuuden läpi eli kohdatessaan yrityksen tarjoaman. Yrityksen tarjoama käsittää kontaktit ennen palvelua, asiakaspalvelun laadun, palveluominaisuudet, käytön helpouden ja luotettavuuden. Asiakas arvioi palvelukokemusta suhteessa omiin arvioihin. Tästä syystä on tärkeä tunnistaa palveluprosessin vaiheet ja asiakaskokemuksen elementit, jotka muodostavat arvoa asiakkaalle. (Tuulaniemi, 2011, 37.)

Asiakaskokemus voidaan Tuulaniemen mukaan (2011) jakaa kolmeen tasoon: toiminnan tasoon, tunnetasoon ja merkitystasoon. Tuulaniemi (2011) on jäsentänyt nämä tasot arvon muodostumisen pyramidiksi. Toiminnan taso tarkoittaa palvelun kykyä vastata asiakkaan funktionaaliseen tarpeeseen sekä palvelun saavutettavuutta, käytettävyyttä, tehokkuutta ja monipuolisuutta. Prosessin sujuvuuteen ja hahmotettavuuteen kiinnitetään huomiota tarkastelemalla, miten vaivattomasti ja sujuvasti palvelu toteuttaa asiakkaan tavoitteen? (Mt. 37)

Tunnetason kautta tarkastellaan asiakkaalle syntyviä välittömiä tuntemuksia ja henkilökohtaisia kokemuksia: kokemuksen miellyttävyyttä, helppoutta, kiinnostavuutta, innostavuutta, tunnelmaa, tyyliä ja kykyä koskettaa aisteja. Tunnetason odotuksiin voidaan vastata pohtimalla, miten hyvin konsepti sopii mielikuviin ja tuntemuksiin, joita asiakas haluaa kokea? (Mt.37.)

Merkitystaso eli ylin asiakaskokemuksen taso on henkilökohtainen ja se kattaa kokemukseen liittyvät mielikuva- ja merkitysulottuvuudet. Tämä taso koostuu kulttuurisista koodeista, unelmista, tarinoista ja lupauksista. Kokemusta peilataan omaan identiteettiin ja elämäntapaa. Tällä tasolla tarkastelun kohteena on, miten palvelu mahdollistaa asioita, joita asiakas haluaa oppia, oivaltaa, saavuttaa? (Mt.37.)

7.2 Palvelumuotoiluprosessi

Palvelumuotoilu on asiakaskokemuksen innovointia ja kehittämistä muotoilun menetelmin. Palvelumuotoiluun kytkeytyy design thinking eli muotoiluajattelu, visualisoinnit, asiakaskeskeisyys sekä iteratiivinen kehittämistoiminta. Palvelumuotoiluprosesseja on viime vuosina mallinnettu eri tavoin. Erilaiset rungot toimivat tienviittoina, joiden avulla palvelun kehittämisen kokonaiskuva on helppo hahmottaa. Yhteistä eri prosessikuvauksille on luovan ongelmanratkaisun periaatteiden noudattaminen. (Tuulaniemi, 2011, 55.) Tunnetuin palvelumuotoiluprosessin malli lienee British Design Councilin Tuplatimantti-malli (eng. the Double Diamond) (ks. Kuvio 4.).

Palvelumuotoiluprosessi alkaa käyttäjäymmärryksen rakentamisella ja tarpeiden kartoittamisella laadullisin menetelmin. Menetelminä hyödynnetään esimerkiksi haastattelua, havainnointia tai luotaimia. Iteratiivinen prosessi etenee käyttäjiä osallistamalla mukaan ratkaisujen yhteiskehittämiseen. Olennaista on ratkaisuehdotusten tekstaaminen erilaisten prototyypin avulla. Ratkaisujen kehittämisessä huomioidaan käyttäjien tarpeet, tekninen toteutettavuus ja yrityksen liiketoiminnalliset tavoitteet. Ratkaisujen kehittäminen on iteratiivinen prosessi, jota tehdään yhteiskehittämällä. Olennaista on testata ratkaisuehdotuksia prototyypin avulla. Kehittämisprosessi on oppimisprosessi. Ratkaisujen kehittäminen on käyttäjien ja toimeksiantajan tarpeiden yhteensovittamista.

Tuulaniemi (2011) esittelee teoksessaan viisivaiheisen mallin palvelumuotoiluprosessista. Vaiheet ovat: määrittely, tutkimus, suunnittelu, tuotanto ja arviointi. (Tuulaniemi, 2011, 55.) Asiakasorganisaation käytännön resurssit luovat raamit prosessille.

Määrittelyvaiheessa määritellään tavoitteet tutkimukselle sekä luodaan ymmärrys palvelun tuottavasta organisaatiosta. Tutkimusvaiheessa rakennetaan ymmärrystä kehittämiskohteesta, toimintaympäristöstä, resursseista ja käyttäjätarpeista. Suunnitteluvaiheessa ideoidaan ja konseptoidaan ratkaisuja. Suunnitteluvaiheessa prototyyppi eli testaaminen on vahvasti läsnä. Palvelutuotanto-vaiheessa kehitettyä palvelukonseptia testataan asiakkaiden kanssa. Arviointivaiheessa kehitysprosessin onnistumista arvioidaan ja kehitetään asiakaskokemuksen ja palautteen perusteella. (Mt. 56.)

Tutkimusvaiheessa kerätään monipuolista tietoa kohderyhmän odotuksista, tarpeista ja tavoitteista tarkoituksenmukaisin tiedonkeruumenetelmin. Tutkimusvaihe jakautuu kahteen vaiheeseen: asiakasymmärryksen rakentamiseen ja strategiseen suunnitteluun. Asiakasymmärryksen rakentaminen edellyttää arkielämän motiivien ja tarpeiden tunnistamista ja tarkastelua. Tiedonkeruumenetelminä voi käyttää haastatteluita ja eri menetelmillä toteutettavia kyselyitä, havainnointia, luotaimia eli itsedokumentointimenetelmiä, yhteiskehittämistä ja verkkoetnografiaa. (Mt. 60)

Strategisen suunnitteluvaiheen aikana tutkimuksen aikana esiin tulleita asioita peilataan suhteessa tavoitteeseen ja yrityksen strategiaan. Kehittämisen kohteena olevaa palvelua arvioidaan suhteessa muihin kilpailijoihin ja omaan asemaan markkinoilla kilpailustrategian valinnalla. Tässä vaiheessa yritys valitsee paikkansa markkinoilla ja asemoi brändinsä osaksi toimintaympäristöä. Tunnetuin ja käytetyin kilpailustrategia malli on Michael Porterin käsialaa. Porterin mallissa yritys valitsee yhden seuraavista kilpailustrategioista suunnakseen: kustannusjohtajuus-, differentointi eli erikoistumistrategian tai keskittämistrategian. Kustannusjohtajuusstrategiassa palvelu on halvin omalla alallaan, mikä edellyttää palvelun tuottamista alhaisemmilla kustannuksilla ja isommilla volyyymeillä kuin muut. Differentointistrategialla yritys eroaa muista kilpailijoista yhdellä tai usealla asiakkaalle tärkeällä ominaisuudella, joita muiden on vaikea kopioida. Keskittämistrategia tarkoittaa palvelun tuottamista kapealle asiakassegmentille, jonka tarpeisiin pyrkii vastaamaan. Keskittämistrategiaa voi johtaa joko kustannuspainotteisesti tai differentointipainotteisesti. Kustannospainotteisessa yritys tavoittelee kilpailuetua alhaisilla kustannuksilla ja differentointipainotteisessa yritys pyrkii täyttämään pienen kohderyhmän erikoistarpeita. (Mt. 75.)

Tuulaniemen (2011) mukaan palvelumuotoiluprosessissa asiakaskeskeisyys ohjaa kohti differentointistrategian valintaa tai Sinisen meren strategiaa. Sinisen meren strategian ajatuksena on löytää ja luoda uusia markkinoita, joita muita kilpailijoita ei vielä ole. (Tuulaniemi, 2011, 75-76).

Strategisen suunnitteluvaiheen aikana luodaan liiketoimintasuunnitelma, jos sitä ei ole vielä olemassa. Liiketoimintasuunnitelma on kätevä luoda Business Model Canvas työkalulla, joka auttaa hahmottamaan organisaation liiketoiminnan kannalta keskeiset toiminnot ja arvon muodostumisen. Business Model Canvas koostuu yhdeksästä osasta. Valmiita ilmaiseksi ladattavia pohjia tuottavat muun muassa Design a better business ja Strategyzer (Design a better business, N.d.; Strategyzer., N.d.).

Tutkimusvaihetta seuraa suunnitteluvaihe, joka jakautuu kahteen vaiheeseen: ideointiin ja konseptointiin sekä prototypointiin. Suunnitteluvaihe on kokeileva ja luova vaihe. Ideoinnin aikana tavoitteena on kehittää mahdollisimman paljon ratkaisuehdo-

tuksia. Erilaisia ideointimenetelmiä on lukuisia mutta yhteistä menetelmille on divergenssin ja konvergenssin vuoropuhelu. Ideoita luodaan, hylätään, yhdistetään ja kiteytetään. Ideoinnissa voidaan hyödyntää Benchmarkingia eli esikuva-analyysiä ja ottaa toisilta opiksi. Palvelun keskeiset suorituskyvyn mittarit (KPI) ohjaavat suunnittelutyötä. (Tuulaniemi, 2011, 80, 105.)

Ideat kiteytetään konseptointi vaiheessa palvelun suureksi kuvaksi. Palvelukonsepti sisältää kuvauksen palvelupolusta palvelutuokioineen ja kontaktipisteineen. Palvelupolun luomiseen voi käyttää prosessiajatteluun perustuvaa Blueprint-mallia apuna. Blueprint-mallissa palveluketjun eri toiminnot esitetään palveluntuottajan ja asiakkaan näkökulmista. Näkymätön osa kuvaa palveluntuottajan vastuita ja näkyvä osa kuvaa asiakkaan. Ylimmällä rivillä kuvataan palveluketjun eri toiminnot asiakkaan palvelukokemuksia sekä havainnollistetaan arvoketjun rakentuminen. Toisella rivillä kuvataan palveluntuottajan teot, jotka toteutetaan vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Kolmannella rivillä kuvataan kaikki kontaktipisteet esineiden ja laitteiden kanssa, joita asiakas palveluketjun aikana käyttää. Neljännellä rivillä kuvataan palveluntuottajan näkymättömät tukipalvelutoimet. (Mt. 91.)

Palvelujen prototyypointi tarkoittaa nopeaa hahmottelua mallista suunnittelun ja kehittämisen tueksi. Prototyypoinnin tarkoituksena on lisätä ymmärrystä kehitettävästä palvelutuotteesta ja sen toimivuudesta sekä selvittää, mitkä asiat toimivat konseptissa ja mitkä eivät. Näin voidaan minimoida riskejä ja varmistaa, että konseptia ollaan kehittämässä oikeaan suuntaan. Prototyyppejä voi valmistaa esimerkiksi nopealla leikkaa-liimaa-tekniikalla. (Mt. 84–85.)

Palvelun tuotantovaiheessa palvelukonsepti pilotoidaan eli viedään markkinoille kulluttajien testattavaksi. Pilotoinnilla lisätään jälleen ymmärrystä palvelukonseptin toimivuudesta. Mittareina voidaan käyttää mysteryshoppingia, haastattelua, havainnointia ja yrityksen sisäistä arviointia. Jälleen tuloksia analysoimalla selviää, mikä toimii ja mikä ei. Kun testaus on suoritettu, prosessi etenee arvioinnin kautta takaisin ideointiin ja kehittämiseen tai palvelun implementointiin ja lanseeraukseen. Lanseeraaminen tarkoittaa palvelun viemistä markkinoille. (Mt, 102.)

Palvelu on luonteeltaan muuttuva prosessi, jonka vuoksi palvelu ei tule koskaan valmiiksi. Kilpailukyvyn ylläpitäminen edellyttää palvelun jatkuvaa kehittämistä ja arviointia. Yleisimmin suoriutumista selvitetään suorituskyvyn mittareilla (KPI), asiakastyytyväisyyttä tai brändin tunnettuutta mittaamalla tai Net Promoter Score-mittarilla. Palvelumuotoilun vaikutusta voidaan selvittää myös tarkastelemalla sijoitetun investoinnin tuotto prosenttia (ROI). (Mt, 104.)

Helposti lähestyttäviä materiaaleja ja työkalupakkeja palvelumuotoiluprosessin hyödyntämiseen on julkaistu useita, jotka ovat kaikkien saatavilla netistä. Tunnettuja malleja ovat myös HCD-malli (IDEO), 3 I model (Brown & Whyatt, 2010), The Double Diamond (British Design Council 2004) ja Service Design model (Stickdorn & Schneider 2010) (ks. Tschimmel, 2012.).

7.3 Tuplatimantti

Design Councilin vuonna 2004 esittelemässä Tuplatimantti (the Double Diamond)-prosessimallissa kuvataan palvelumuotoiluprosessin konseptoinnin vaiheet. Malli tunnetaan myös 4D-mallina, sillä prosessi rakentuu neljästä vaiheesta, jotka kaikki alkavat englanniksi D:llä: Discover, Define, Develop ja Deliver. Neljä toisiaan seuraava vaihetta kuvataan kahden timantin muodostamana työparina. Mallia voidaan tarkastella vasemmalta oikealle etenevänä prosessina, jossa divergentin ja konvergentin ajattelun vaiheet ovat visualisoitu. Kolmion kärjestä avautuvat kolmiot vuoroin laajenevat ja supistuvat oikealle päin liikuttaessa divergentin ja konvergentin ajattelun vuoropuheluna. (Design Council, N.d.; Tschimmel, 2012.)

Divergentin ajattelun tarkoituksena on laajentaa, etsiä ja luoda uusia näkökulmia ja ideoita perustuen kerättyyn tietoon ja reunaehtoihin. Sulkeutuvat puolikkaat kuvaavat visuaalisesti vaihetta, jolloin aiemmin kerättyä tietoa ja luotuja ideoita rajataan ja kiteytetään konvergentin ajattelun hengessä. Prosessin aikainen kommunikointi perustuu vahvasti visuaalisiin malleihin ja jäsenyyksiin. Kehittämistä tehdään yhdessä asiakkaiden, henkilökunnan ja sidosryhmien kanssa erilaisissa työpajoissa prosessin aikana. (Koivisto, 2019, 40.)

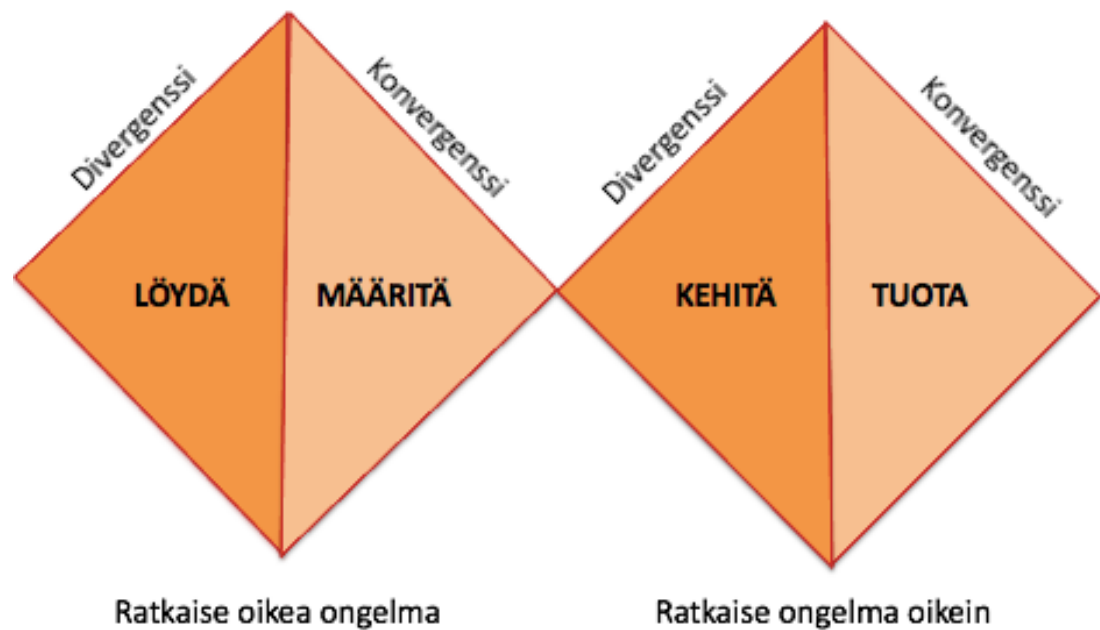
Ensimmäiseen timanttiin kiteytyy ymmärrys asiakastarpeista ja käyttäytymismalleista, jotta voidaan varmistua siitä, että ollaan ratkaisemassa todellista ongelmaa. Timantti alkaa löydä-vaiheesta, jonka aikana etsitään kehittämismahdollisuuksia ja selvennetään, millaiset reunaehdot ja liiketoiminnalliset tavoitteet ohjaavat palvelun kehittämistä. Kehittämismahdollisuudet johdetaan asiakkaiden tarpeista. Löydä -vaiheessa suositetaan useita eri asiakas- ja käyttäjätiedonkeruumenetelmiä, sillä aluksi halutaan saada moniulotteista tietoa asiakkaiden motiiveista, unelmista, käyttäytymisestä sekä toiminnan sosiaalisesta ja kulttuurisesta kontekstista. Koiviston (2019) mukaan perustutkimuksen menetelmillä kuten kyselyillä, haastatteluilla voidaan kartoittaa sellaista tietoa, mitä voidaan selvittää kysymällä. Kontekstuaalisen tutkimuksen menetelmällä kerätään tietoa havainnoimalla. Havainnoimalla on mahdollista selvittää, miten ihmiset käyttäytyvät ja toimivat sekä, miten ympäristö vaikuttaa toimintaan. Eksploratiivisen tutkimuksen menetelmillä kerätään tietoa ja ymmärrystä ihmisten tunnekokemuksista, unelmista ja latenteista tarpeista muun muassa luotaimilla, make tools-työkaluilla. Myös projektiiviset menetelmät tarjoavat mahdollisuuden oppia ihmisistä heidän tuotoksiaan tulkitsemalla. (Koivisto, 2019, 44–47.)

Määritä-vaiheen aikana kerättyä monipuolista aineistoa tulkitaan ja analysoidaan. Aineistosta etsitään samankaltaisuuksia ja luodaan syvälinen ymmärrys asiakkaiden tarpeista ja käyttäytymismalleista. Tiivistämällä aineistoa saavutetaan asiakasymmärrys, joka toimii pohjana kehitettävälle ratkaisulle. Asiakasymmärrys kiteytetään helposti tulkittavaan visuaaliseen muotoon esimerkiksi asiakasprofieileiksi, palvelupoluiksi tai designdriveiksi eli suunnitteluohjureiksi. (Mt. 46.)

Toisen timantin ”kehitä”-vaiheen aikana syntyy erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja, joita ”tuota”-vaiheessa karsimalla ja rajaamalla saadaan lopullinen ratkaisu ensimmäisen timantin ongelmaan konseptin muodossa. Kehitä-vaiheen ideoinnin tukena käytetään ymmärrystä asiakkaiden tarpeista. Vaiheen aikana järjestetään yhteiskehittämisen työpajoja. Työpajojen tarkoituksena on osallistaa eri osapuolia mukaan ratkaisujen kehittämiseen luovilla menetelmillä. Tuota-vaiheen aikana karsitaan pois ideat, jotka eivät toimi. Jäljelle jääneiden ideoiden toimivuutta testataan asiakkaalla, henkilökunnalla tai sidosryhmällä. Arviointia tehdään teknisen toimivuuden ja taloudellisen kannattavuuden näkökulmista. Lopuksi kehittämisen tuloksena syntyy valmis

konsepti ja tehdään päätös ratkaisun toteuttamisen vaatimista jatkotoimenpiteistä. (Mt. 47.)

Vaikka prosessi on mallinnettu lineaarisena neljän vaiheen kautta eteneväksi, se ei poissulje mahdollisuutta palata aiempiin vaiheisiin. Tuplatimanttimallissa iteratiivisuus on jokaisessa vaiheessa läsnä, sillä prosessi on jatkuvaa kehittämistoimintaa. Tietoa, toimintaa ja ideoita arvioidaan jatkuvasti. Palvelumuotoilun jokaisessa vaiheessa hyödynnetään omia aineistonkeruumenetelmiä. Tuplatimanttimalli on kuvattu Kuvasessa 4.



Kuva 4. Double diamond (Design Council N.d.; Koivisto, 2019, 43.)

Käyttäjäprofilointi

Käyttäjäprofiilien luominen on palvelumuotoilun menetelmä, jossa luodaan kuvitteellisia, havainnollistavia kuvauksia käyttäjistä ja heille tyypillisistä ominaisuuksista.

Käyttäjäprofilointi tarkoittaa samaa kuin asiakasprofilointi tai persoonien luominen (ks. Innokyla, N.d.; Tuulaniemi 2011, 69; Nenonen, Jalo & Vanhatalo, 2019, 34 ; Sivistötoimen työkalupakki palvelumuotoiluun, N.d, 31.)

Käyttäjäprofiilien luominen on keino ymmärtää paremmin nykyisiä tai potentiaalisia käyttäjiä ja heidän maailmankuvaansa. Kaikille persoonille kehitetään vastaukset samoihin kysymyksiin, jotta niitä voidaan vertailla keskenään. (Käyttäjäprofiilit ja persoonat, N.d.)

Asiakasprofilointi on keino jäsentää saatua asiakastietoa. Asiakasprofiileissa kiteytetään tutkimuksessa esiin nousseet toimintamallit ja toiminnanmotiivit ymmärrettävään muotoon. Asiakasprofiililla kuvataan samankaltaisia palvelunkäyttäjiä arkkityypeiksi, jotka jakavat samoja motiiveja, pelkoja ja arvoja. Asiakasprofiloinnit toimivat suunnittelun ja ideoinnin apuna prosessin eri vaiheissa. Profilointi auttaa kohdentamaan markkinointia ja viestintää tarkoituksenmukaisesti. (Tuulaniemi, 2011, 69.)

Asiakasprofilointeja käytetään hyödyksi tilasuunnittelussa, kun käyttäjistä muodostetaan erilaisia käyttäjäprofiileja sen mukaan millaisia toimintatapoja ja käyttötapoja heillä on. Käyttäjäprofiilien avulla on mahdollista tunnistaa millaiset toimintatavat tukevat parhaiten kunkin ryhmän hyvinvointia. (Nenonen, Jalo & Vanhatalo, 2019, 34.)

7.4 Net Promoter Score (NPS) ®

Kyselyn yhteydessä kerätään tietoa asiakaskokemuksen nykytilasta Net Promoter Score-mittarilla. Net Promoter Score (NPS) on asiakaskokemuksen keskeinen mittari, joka kerää tietoa siitä, kuinka todennäköisesti asiakas suosittelisi palvelua häneltä sitä kysyttäessä. NPS-luku osoittaa tuloksellisuuden kasvun ja asiakasuskollisuuden yhteyden. (Tuulaniemi, 2011, 104–105.) NPS-luku kuvaa, miten yritys on onnistunut asiakaskohtaamisessa ja asiakassuhteessa.

Löytänän ja Kortesuon (2014) mukaan NPS sopii sekä kuluttaja-asiakkaiden (B2C) että yritysten (B2B) asiakaskokemuksen mittaamiseen. Kuluttajaliiketoiminnassa mittaaminen keskittyy kohtaamisiin kuten ostotapahtuman tai asiakaspalvelun mittaamiseen, kun taas yritysten välisessä liiketoiminnassa painottuu asiakassuhteiden mittaaminen. (Löytänä & Kortesusuo, 2014, 82.)

Löytänen & Kortesoja (2014) mukaan pelkällä NPS-luvun tarkastelulla ei saada riittävästi tietoa asiakaskokemuksesta vaan arvon rinnalla tulisi selvittää perusteluita, miksi hän antaa tietyn NPS-arvon. Asiakaskokemuksen mittaamisen ajoitukseen tulisi kiinnittää huomiota tulosten luotettavan tarkastelun kannalta. Mittaamisen tulisi tapahtua mahdollisimman pian kohtaamisen jälkeen silloin, kun kokemus on vielä tuoreessa muistissa. NPS-tuloksen luotettavuuteen vaikuttaa vastaajien määrä ja vastausprosentti. Kuluttajayritysten kohdalla riittävä vastausprosentti on 10 prosenttia. (Löytänen & Kortesoja, 2014, 83.)

Asiakas antaa arvosanan asteikolla 0-10: 0 en suosittelisi 10 ehdottomasti suosittelisin. Arvosanan 9 ja 10 antaneet luokitellaan suosittelijoiksi, 7 ja 8 antaneet passiiviksi ja 0-6 antaneet arvostelijoiksi. NPS -luku lasketaan vähentämällä arvostelijoiden määrä prosentteina suosittelijoiden määrästä prosentteina. Mitä suurempi luku on, sitä paremmin asiakaskokemuksen rakentamisessa on onnistuttu. Yli 50 saavuttavaa arvoa pidetään erinomaisena. (Tuulaniemi, 2011, 105.) Tavallisesti tuloksia käytetään asiakaskokemuksen kehittämiseen aloittamalla toimilla, jotka kohdistuvat 0-6 arvon antaneisiin arvostelijoihin. Arvostelijoita kontaktoidaan, jotta voidaan ratkaista arvostelua aiheuttaneet tekijät. (Löytänen & Kortesoja, 2014, 33.)

8 Tutkimusasetelma ja tutkimusmenetelmät

Tutkimuksen toimeksianto tuli Hyvinkäällä sijaitsevalta Kauppakeskus Willalta. Kauppakeskuksessa sijaitseva yhteisöllinen Kimppakonttori -työtila tarjoaa monipaikkaista tietotyötätekeväille ilmaisen ja joustavan työskentelytilan. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten tila vastaa monipaikkaista työtä tekevien työntekoa tukeviin tila- ja palvelutarpeisiin sekä odotuksiin.

Tutkimus toteutettiin monimenetelmätutkimuksena palvelumuotoilua soveltavin tutkimusmenetelmin, jossa käytettiin rinnakkain sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Tiedonhankintamenetelminä käytettiin kyselylomaketta, havainnointia sekä eksploratiivista eläytymistehtävää, jotta oli mahdollista saada moniulotteista tietoa tutkimusongelmaan sekä varmistaa tulosten luotettavuus. Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen tavoitteet ovat esitetty Taulukossa 1. Jokainen tutkimusmenetelmä esitellään erikseen myöhemmin tässä luvussa omana alalukunaan.

Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen yhdistäminen luo parempaa ymmärrystä tutkimusongelmiin kuin jompikumpi yksinään. Kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohtana on pyrkiä luomaan mahdollisimman syvää ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä ja toimintaympäristöstä. Kvalitatiivisen tutkimuksessa tunnistetaan tutkijan asema ja hänen valintansa vaikutukset tulosten luotettavuuteen. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, 57.)

Tutkimuksen kohderyhmänä olivat tilan käyttäjät. Kyselylomakkeeseen vastasivat harkinnanvaraisesti valittu joukko tilan käyttäjiä, jotka työskentelivät tilassa lokakuussa 20.-30.10.2020. Eläytymistehtävän vastaajat tavoitettiin kolmen eri kanavan avulla. Tehtävään oli mahdollista vastata itsenäisesti Kauppakeskus Willan Facebook-sivulla jaetun linkin kautta tai kimppakonttori tilassa sijainneiden Qr-koodien avulla. Kolme vastaajaa eläytymistehtävään saatiin ottamalla henkilökohtainen kontakti työskentelijään työtilassa, kun heiltä kysyttiin kiinnostusta tehtävän tekemiseen palkkiota vastaan.

Tutkimus luo tietoa tilan käyttötavoista, käyttäjistä sekä asiakaskokemuksen tilasta. Tilan käyttäjistä ja tilan käyttöasteesta ei ole kerätty dataa aiemmin. Tulosten pohjalta voidaan kehittää asiakaskokemusta ja tilaa vastaamaan paremmin käyttäjien tarpeita. Kyselyn ja havainnoinnin tulokset tiivistetään SWOT-analyysiin. Kyselyn pohjalta luodaan tilankäyttäjiä kuvaavat käyttäjäprofiilit, joiden pohjalta tilaa ja asiakaskokemusta voidaan kehittää myöhemmin. Tilan käyttäjien asiakastytyvyyttä tai asiakaskokemusta ei ole selvitetty aiemmin, joten NPS-luku antaa viitteitä asiakaskokemuksen tilasta. Jatkokehittelyn myötä olisi mahdollista selvittää tarkemmin, millainen kaupallinen coworking-tilakonsepti voisi houkutella lisää työntekijöitä ja opiskelijoita eli asiakkaita kauppakeskukseen

Tutkimusongelma:

- Miten tila vastaa monipaikkaista työtä tekevien työntekoa tukeviin tila- ja palvelutarpeisiin sekä odotuksiin?

Tutkimuskysymykset:

- Millainen on Kimppakonttori-työtilan asiakaskokemuksen nykytila?
- Miten tilaa ja asiakaskokemusta voisi kehittää?

Taulukko 1. Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmä	Aineiston keruu	Tavoite	Otanta	Milloin	Tuotos
Havainnointi	Havainnointi tiloissa & tutkijan muistutukset	Käyttäjänäkökulman ymmärtäminen ja kontekstin selvittäminen	Kauppakeskus Kaari: Konttori Kauppakeskus Willa: Kimppakonttori	Lokakuu 2020	Koonti tilojen yhteistyökäytännöistä ja eroavaisuuksista, Liite 3. SWOT-analyysi

Kysely	Webropol	Tietoa tilan toimivuudesta ja tilan käyttötavoista, käyttäjäymmärryksen lisääminen	27 tilan käyttäjää.	Lokakuu 2020	SWOT-analyysi, NPS-luku Käyttäjäprofiilit
Unelmien työtila -eläytymistehtävä	Webropol	Ymmärrystä käyttäjien piilevistä tarpeista ja haaveista	10 vastaajaa	Lokakuu 2020	Kuvailevaa tietoa subjektiivisista tarpeista.

Tutkimus toimii ajankuvauksena pandemia ajan työntekemisen tavoista ja työympäristön uusista vaatimuksista. Tutkimus tuo arvokasta tietoa asiakaskokemuksesta ja asiakkaiden odotuksista. Tutkimus vahvistaa opinnäytetyötä tekevän ammatillista osaamista. Tutkimus vahvistaa tutkijan taitoja kerätä ja analysoida tietoa palvelumuotoilun keinoin ja kehittää kauppakeskuksessa sijaitsevan tilan vetovoimaa ja asiakaskokemusta.

Asiakaslähtöisen työtilan kehittämisprosessi

Tutkimus kohdistuu kauppakeskus Willan jo olemassa olevan yhteisöllisen Kimppakonttori -työtilan asiakaskokemuksen analysointiin ja kehittämiseen. Asiakasymmärrys rakennetaan observoimalla tilaa ja käyttäjiä autenttisessa ympäristössä sekä käyttäjille kohdistetulla kyselyllä. Eläytymistehtävällä kerätään tietoa tilankäyttäjien haaveista ja työn tekemisen tavoista. Tyytyväisyyttä tähänhetkiseen palvelukokemukseen arvioidaan NPS-lukua tarkastelemalla. Kerätyn aineiston analyysin tuloksena luodaan asiakasprofiilit, joita voidaan käyttää asiakaslähtöisen tilan jatko kehittämässä eli palvelumuotoilun tuplatimantti mallin ongelmanratkaisuun keskittyneessä vaiheessa.

Tutkimusprosessin kulku täyden tuplatimantti mukaisesti on kuvattu Kuviossa 5. Tämän tutkimuksen tavoitteena on toteuttaa Tuplatimantti-mallin ensimmäiset kaksi vaihetta, joiden aikana hankitaan tietoa asiakasymmärryksen viitekehyksen rakentamista varten. Tutkimus luo tietoa asiakaskokemuksen nykytilasta, jonka avulla toimeksiantajan on mahdollista lähteä kehittämään asiakaskokemusta haluttuun suuntaan tai kehittää täysin uusi tilapalvelukonsepti.



Kuva 5. Kohti asiakaslähtöisempää työtilaa Tuplatimantti mallia mukailen (ks. British Design Council N.d; Koivisto, 2019, 43).

8.1 Havainnointi ja benchmarking

Havainnointia käytettiin tässä tutkimuksessa toimintaympäristön ja käyttäjänäkökympäristön ymmärtämiseen sekä kilpailija-analyysin tekemiseen. Benchmarking-kilpailija-analyysi tehtiin varjostamalla käyttäjiä toisessa yhteisöllisessä työtilassa sekä havainnoimalla tilojen ominaispiirteitä ja käyttötapoja. Havainnointimenetelmällä on mahdollista saada tietoa palvelukokemuksesta ja keinoista kehittää käyttäjäkokemusta. Havainnointi auttaa havaitsemaan parannusehdotuksia ja ongelmia ja soveltuu erityisen hyvin jo olemassa olevan palvelun kehittämiseen. (Sivistystoimen työkalupakki

palvelumuotoiluun, N.d., 11). Havainnoinnin aikana keskityttiin tilan toiminnallisten elementtien tarkasteluun, tilan viihtyisyyteen vaikuttaviin tekijöihin sekä käyttäjien tapoihin käyttää tilaa.

Havainnointimenetelmää voidaan käyttää, kun halutaan saada välitöntä informaatiota yksilön, ryhmien ja organisaatioiden toiminnasta ja käyttäytymisestä. Havainnointi on laadullisen tutkimuksen menetelmä, joka voidaan jakaa osallistuvaan, ei-osallistuvaan ja suoraan havainnointiin. Havainnointi voi olla joko reaktiivista tai ei-reaktiivista eli havainnoitava kohde voi olla tietoinen havainnoinnista tai ei. Tutkijan rooli ja positio suhteessa havainnoitavaan kohteeseen päätetään ennen havainnointia. Havainnointi voi olla systemaattista ja standardoitua tai ei-systemaattista. Systemaattinen havainnointi tarkoittaa, että tutkija on jäsentänyt etukäteen tutkimusongelmasta riippuvia luokitteluja. Strukturoimatonta havainnointia suositetaan silloin, kun halutaan kerätä mahdollisimman paljon ennakkotietoa asiasta. Luokittelu tehdään vasta havainnoinnin jälkeen. Havainnointia voidaan käyttää joko itsenäisesti tai toisen menetelmän lisänä ja tukena. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, N.d.).

Havainnointia ja osallistumista tehdessään tutkija käyttää omaa persoonaansa tutkimuksensa tärkeimpänä välineenä. Tutkijan on hyvä tuntea omaan persoonaan liittyvät piirteet, jotka voivat vaikuttaa niin aineiston keruuseen ja siten tutkimuksen tuloksiin (Grönfors, 2015, 147). Havainnointi perustuu henkilökohtaiseen tunnekokemukseen ja vuorovaikutukseen tutkittavien ja tutkijan välillä. (Mt. 160) Tavallisesti havainnointiin liittyy osallistumista jollain tavoin. Osallistumalla aineistoon saadaan mukaan moniaistillisesti laaja aineisto, jossa myös tunteita voidaan hyödyntää ja analysoida osana tutkimusta. Luotettavuuden näkökulmasta nämä näkökulmat on tiedostettava ja otettava huomioon, kun tuloksia esitetään ja arvioidaan. (Grönfors, 2015, 147.)

Havainnoinnin aikana tutkija teki muistiinpanoja havainnoistaan. Muistiinpanojen tekeminen on osa havainnointiprosessia, sillä muistinvaraiset muistiinpanot eivät yksin riitä muistin on valikoivan luonteen vuoksi. Muistiinpanoja tehdessä on päätettävä missä ja miten usein muistiinpanoja tekee. Tutkija itse päätti mitä kirjaa ja missä muodossa, jotta se palvelee tarkoituksenmukaisesti. Muistiinpanoja voidaan

tehdä vuorovaikutuksen näkökulmasta analysoiden mitä kukin sanoo ja tekee sekä myös kontekstin näkökulmasta, mihin kukin tilanne on kytkeytynyt, millaiset olosuhteet ovat olleet taustalla ja mihin aikaan tapahtuma tapahtui. Muistiinpanojen tekeminen on esianalyysia, sillä tutkija tekee valikointia. Kaikesta havaitusta ei voi kirjoittaa. Tutkija kirjaa sen minkä kokee tarkoituksenmukaiseksi ja tutkimuksen problematiikan kannalta olennaiseksi. (Mt. 156–157.)

Havainnointi tehtiin julkisesti avoimissa tiloissa, jossa ei ollut tarpeen kysyä erikseen havainnointilupaa. Tutkimusetiikan näkökulmasta havainnointia oli mahdollista suorittaa tilassa ilman että tilan käyttäjät olivat siitä tietoisia.

Havainnoinnin lähtökohtana toimi benchmarking toisin sanoen esikuva-analyysi. Benchmarking on tapa perehtyä markkinaan ja toimintaympäristöön. Benchmarkingin on tutkimusta, havainnointia, vertailua, arviointia ja kiinnostusta muiden organisaatioiden toiminnasta. Tutkimalla ja vertailemalla muiden organisaatioiden toimintatapoja, voidaan välttää muiden tekemiä virheitä ja toisaalta hyödyntää hyviä toimintatapoja yrityksen omassa palveluprosessissa. Benchmarkingin myötä kilpailijoiden toimintakenttä tulee tutuksi. Kilpailuetua on mahdollista saavuttaa erotautumalla toisista. Kun muiden toimijoiden toimintalogiikka on tuttu, on mahdollista muuttaa ja uudistaa toimialan tuttuja pelisääntöjä. Toimintaympäristön tunteminen helpottaa strategisten valintojen tekemistä. (Tuulaniemi, 2011, 59–60.) Benchmarking kilpailija-analyysi toteutettiin havainnoimalla käyttäjiä ja tilan käyttöä Kauppakeskus Kaaressa. Vastaukset tiivistettiin taulukkoon, jossa summattiin työtilojen yhtenäisyyksiä ja eroavaisuuksia.

8.2 Kyselylomake

Tässä tutkimuksessa asiakasymmärryksen rakentamista varten kerättiin tietoa asiakaskokemuksesta kyselylomakkeella. Kyselylomake auttaa ymmärtämään asiakaskokemusta isossa kuvassa ja tulokset tilastollisesti esitettyinä on helposti tulkittavissa. Kyselylomake mahdollisti laadullisen aineiston keräämisen nopeasti matalalla kynnyksellä ja vastaajille mieluisalla tavalla. Verkkokyselynä kerätty aineisto on valmiiksi

sähköisessä muodossa analyysiä varten. Avoimien kysymysten aineisto on mahdollista käsitellä siinä muodossa kuin vastaaja on sen tuottanut. (Valli & Perkkilä, 2015, 108.)

Kyselylomakkeen laatimista edeltää huolellinen perehtyminen kirjallisuuteen. Tutkimusongelman ja tavoitteen tulisi olla selvillä ja tärkeimmät käsitteet määriteltyinä, jotta ilmiötä mittaavia kysymyksiä voidaan muodostaa. Tutkimusasetelma ohjaa miten aineisto kerätään ja analysoidaan. Hyvät kysymykset ja oikea kohderyhmä luovat edellytykset tutkimuksen onnistumiselle. Saatekirjeen tehtävä on motivoida ja selvittää tutkimuksen taustaa, jotta vastaajan on helppo orientoitua vastaamiseen. (Heikkilä, 2014, 59)

Kyselylomake toteutettiin verkossa Webropol-alustalla. Kysely jaettiin viidelle vastaussivulle, jotta eri aihealueet olivat eri sivuilla ja kyselyyn oli helppo vastata myös mobiililaitteella. Tutkimus oli suunnattu kimpapakonttori-tilan käyttäjille. Vastaajat koostuivat kimpapakonttori-tilan käyttäjistä, jotka työskentelivät tilassa 20.10.-30.10.2020 välisenä aikana. Vastaajia lähestyttiin saatekirjeellä, joka sisälsi sekä linkin että Qr-koodin suoraan kyselyyn. Vastaajien motivaatiota vastata kyselyyn kunnolla varmistettiin ottamalla henkilökohtainen kontakti tilan käyttäjään ja vastauspalkkiolla. Kiitoksena kyselyyn vastaamisesta sai Willan logolla varustetun kangaskassin ja kahvilalahjakortin, jolla sai ilmaisen kahvin, teen tai pienen limun. Vastaajilla oli mahdollisuus esittää tarkentavia kysymyksiä lomaketta täyttäessä, sillä tutkija oli tilassa paikalla. Palkkio jaettiin, kun kysely oli palautettu onnistuneesti. Kysymys pyrittiin luomaan vastaajaystävälliseksi selkeillä kysymyksillä ja helposti ymmärrettävällä rakenteella.

Kysely koostui sekä monivalinta- että avoimista kysymyksistä. Avoimilla kysymyksillä selvitettiin perusteita ja motiiveja tilan käytölle, kehitysehdotuksia tilan viihtyvyyden parantamiselle sekä tietoa, miten pandemia tilanne on vaikuttanut tapaan tehdä töitä. Käyttäjien mielipiteitä tilan viihtyvyyteen ja toimivuuteen vaikuttavista asioista mitattiin Likert-asteikolla, jossa vastaajat arvioivat mielipiteitään viisiportaisella asteikolla. (1=täysin eri mieltä, 2= osittain eri mieltä, 3=ei osaa sanoa, 4=osittain samaa

mieltä, 5=täysin samaa mieltä). Kysely ja saatekirje löytyvät tutkimuksen liitteistä. (ks. Liite 1 ja Liite 2.)

Saatekirjeessä oli kuvattu tutkimuksen tarkoitus sekä arvioi vastaamiseen kuluva ajasta. Aineisto analysoitiin anonyymisti, jotta vastaajat uskalsivat vastata avoimiin kysymyksiin rehellisesti. Kyselyn kaikki 23 kysymystä asetettiin pakolliseksi, jotta saatiin kattava aineisto kasaan. Mikäli vastaajalla olisi ollut mahdollisuus jättää vastamatta avoimiin kysymyksiin, kuvaileva aineisto olisi voinut jäänyt suppeaksi.

Kyselyn tulokset tiivistettiin SWOT-analyysin muotoon ja vastausten pohjalta käyttäjäprofiileja tilan käyttäjistä. Käyttäjäprofiileja voidaan käyttää tuplatimantti mallin ongelmanratkaisuvaiheessa uusien palvelukonseptien ideoinnin pohjana. Asiakaskokemuksen tilaa analysoidaan NPS-lukua tarkastelemalla. NPS-luku esitetään tutkimustuloksissa.

8.3 Eläytymismenetelmä

Unelmien työtila- eläytymistehtävällä kerättiin tietoa tilankäyttäjien haaveista ja työn tekemisen tavoista. Eläytymismenetelmä on eksploratiivinen tutkimusmenetelmä, joka tarkoituksena on tuoda tietoa ihmisten piilevistä tarpeista ja haaveista. Kaikki eläytymistehtävään vastanneet saivat kiitokseksi Willa-kangaskassin yhteystietojen jättämistä vastaan.

Eläytymismenetelmällä tarkoitetaan menetelmää, jossa tutkimusaineistona toimivat pienet esseet ja lyhyet tarinat, jotka ovat kirjoitettu tutkijan antamien ohjeiden mukaan. Tarinan kirjoittamiseen varataan noin 20 minuuttia aikaa. Vastaajia pyydetään kehyskertomuksen ohjaamana eläytymään tarinaan ja kirjoittamaan omia tuntemuksiaan tarinan muodossa. Kehyskertomuksen tarkoituksena on ohjata vastaajaa kuvailemaan jatkoa tarinalle tai kuvailemaan spekulatiivisesti tilannetta; Miten tilanteeseen on päädytty eli mitä on voinut tapahtua ennen kehyskertomuksessa esitettyä tilannetta? Eläytymismenetelmän myötä syntyneet tarinat voivat olla kuvauksia todellisuudesta tai spekulatiivisia. (Eskola & Wallin, 2015, 56.) Eskolan & Wallinin

(2015) mukaan eläytymismenetelmän aineistoa voi analysoida kuin mitä tahansa laadullista aineistoa (Mt. 68).

Eläytymismenetelmälle ominaista on erilaisten kehyskertomuksen variointi ja tuotos-ten vertaileva analyysi. Tämä tarkoittaa, että aluksi luodaan kaksi toisista poikkeavaa kehyskertomusta. Lopuksi eri kehyskertomusten aineistoja verrataan keskenään toisiinsa, jotta voidaan selvittää mikä vastauksissa muuttuu, kun kehyskertomuksessa muutetaan jotain keskeistä elementtiä. Varioinnin ja vertailun jälkeen saadaan selville tutkittavan ilmiön erityispiirteet. Aineistojen avulla tutkija voi löytää uusia näkökulmia. Eläytymismenetelmän tulokset kertovat, miten asiat voisivat olla. (Mt. 63–68.)

Eläytymismenetelmän haasteet liittyvät onnistuneen kehyskertomuksen luomiseen sekä vastaajien motivoimiseen. Kehyskertomuksen tulisi olla lyhyt ja selkeä, jotta se motivoi ja inspiroi vastaajaa tuottamaan luovaa aineistoa. Liian pitkät kehyskertomukset voivat saada vastaaja kiinnittämään huomiota eri asioihin ja ne voivat ohjailla liikaa. (Mt. 68.)

Eläytymismenetelmää on käytetty monimenetelmätutkimuksissa esimerkiksi haastattelun tai kyselylomakkeen rinnalla. Eläytymismenetelmää on hyödynnetty muun muassa osana kuluttajatutkimusta sekä tulevaisuuden tutkimusta. Eskolan & Wallinin (2015) mukaan menetelmä soveltuu teoreettiseen työskentelyyn sekä käytännönläheisten selvitysten ja tutkimusten tekemiseen. (Mt. 68.)

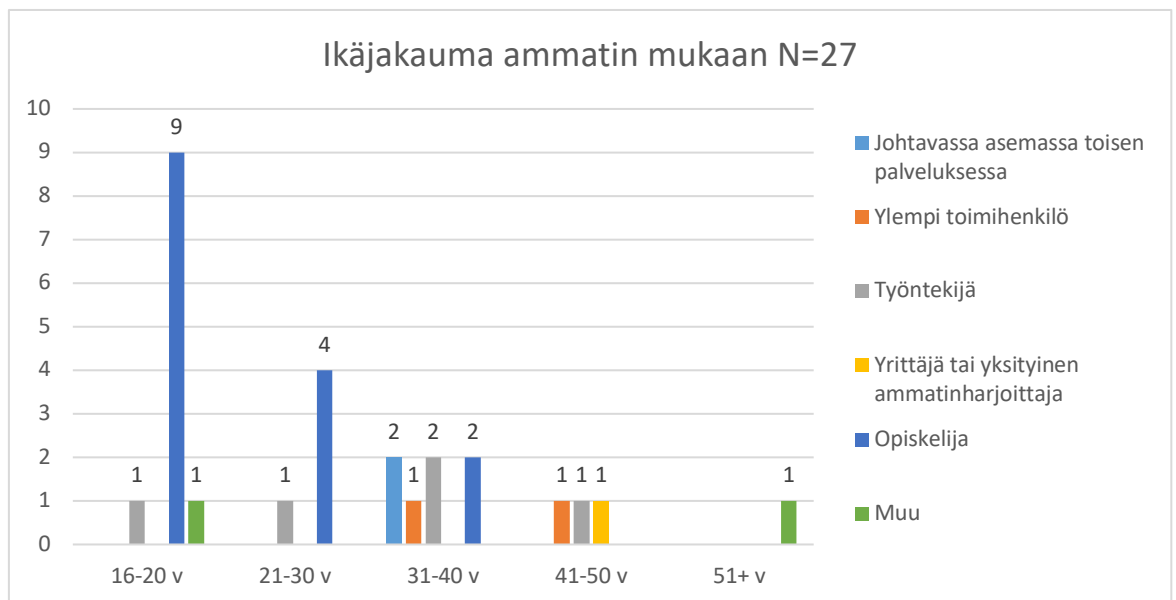
Vertailevaa tutkimusta varten olisi täytynyt kerätä myös toinen aineisto kehyskertomusta muuttamalla. Epämiellyttävän työtilan ominaispiirteitä kartoittavalla aineistolla olisi voinut tehdä vertailevaa tutkimusta ja saada enemmän tietoa latenteista tarpeista. Eläytymistehtävän vastaukset käsitellään sisällönanalyysillä. Eläytymistehtävän yhteenveto kuvataan unelmien työtilan ominaispiirteet-luvussa.

9 Tutkimustulokset

9.1 Kyselyn tulokset

Kyselyyn vastasi 27 kimpapakonttorin käyttäjää. Kysely oli vastaajille avoinna 20.-30.10.2020. Kyselyssä käytettiin taustamuuttujina ikää, sukupuolta ja ammattia. Kyselyyn vastasi 18 naista ja yhdeksän (9) miestä. Vastaajat olivat yli 16-vuotiaita. Avoimet kysymykset analysoitiin sisällönanalyysillä. Strukturoidut kysymykset, jotka tuottivat laadullista dataa, analysoitiin tarkastelemalla frekvenssejä ammattiryhmittäin sekä koko joukon vastausjakaumaa prosentuaalisesti. Analyysissä käytettiin ristiintaulukointia. Strukturoidut monivalintakysymykset, joissa vastaukset esitettiin lukuina, analysoitiin tarkastelemalla keskiarvoa ja keskihajontaa.

Kyselyyn vastasi erilaisessa ammattiasemassa olevia henkilöitä. Ammattiryhmien jakauma näkyy Taulukossa 2. Ammattiryhmien edustajista valittiin kaksi tarkemmin tarkasteltavaa joukkoa: opiskelijat ja työntekijät. 56 prosenttia (N= 15) vastaajista oli opiskelijoita. Työntekijöitä oli 19 prosenttia (N= 5). Kyselyyn vastanneet opiskelijat olivat 16–40-vuotiaita ja työntekijät 16–50-vuotiaita. Eniten työntekijöitä oli edustettuna 31–40-vuotiaiden muodostamassa ikäryhmässä, kun taas opiskelijoita oli 16–20-vuotiaiden ikäryhmässä. Muut kyselyyn vastanneet ammattiryhmät ja niiden ikäkaumat esitetään Kuvassa 6. Ammattijakauman perusteella voidaan todeta, että tilaa käyttävät eri asemassa työelämässä olevat työntekijät sekä opiskelijat. Jatkotutkimuksella voitaisiin tarkemmin selvittää ammattiryhmien välisiä eroja.



Kuva 6. Ikäjakauma ammatin mukaan.

Ammatti	Lukumäärä N=27	Prosentti
Johtavassa asemassa toisen palveluksessa	2	7 %
Ylempi toimihenkilö	2	7 %
Työntekijä	5	19 %
Yrittäjä tai yksityinen ammatinharjoittaja	1	4 %
Opiskelija	15	56 %
Muu	2	7 %
Yhteensä	27	100 %

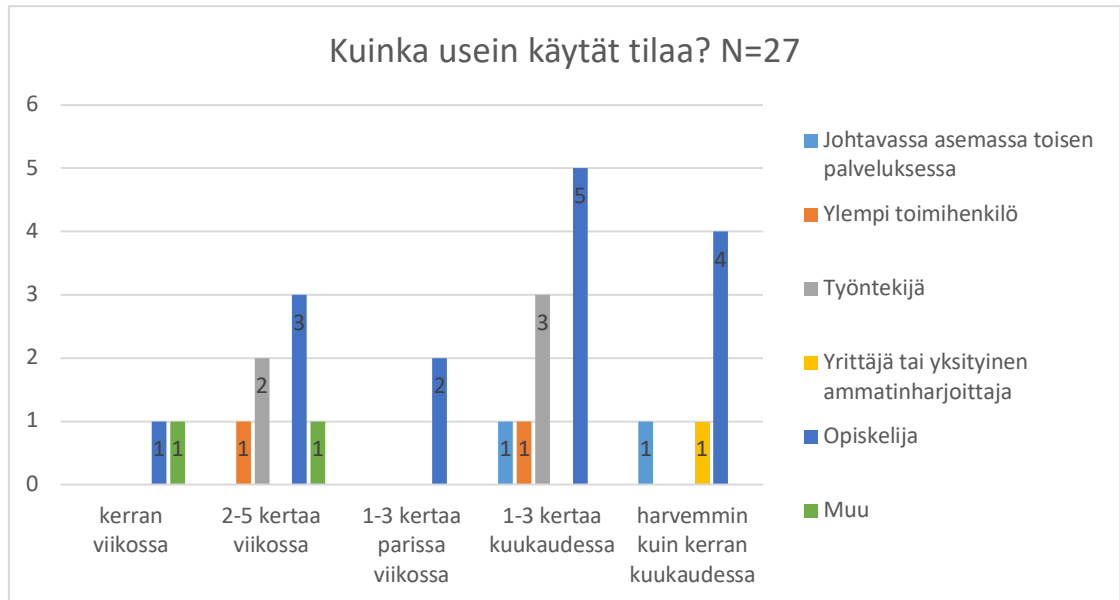
Taulukko 2. Vastausjakauma ammattiryhmittäin

Tilan käyttötavat

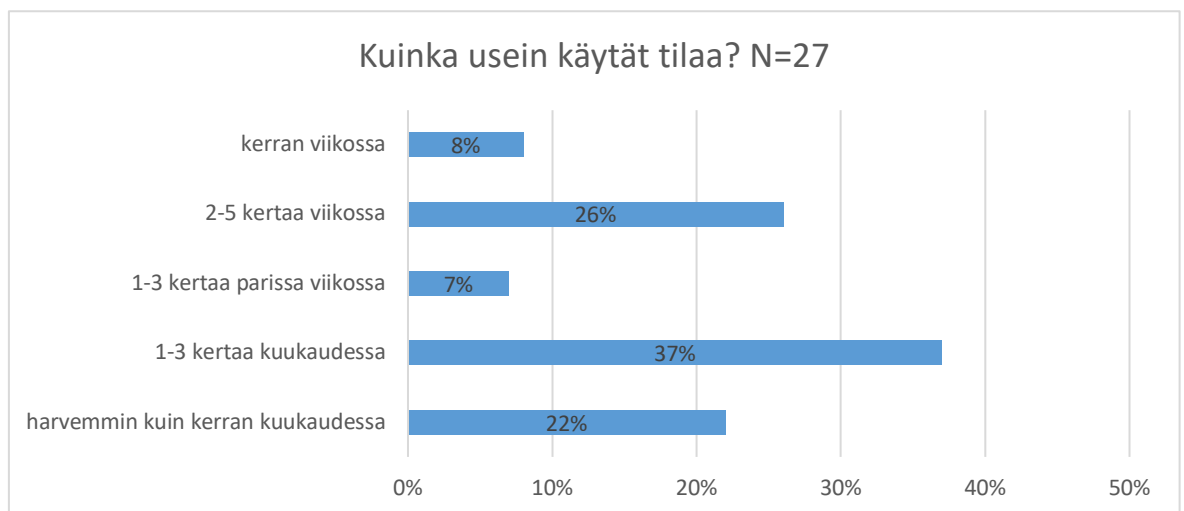
Tietoa tilankäyttöön liittyvistä tavoista kerättiin kysymyksillä: Kuinka usein käyttäjät käyttävät tilaa työskentelyyn? Kuinka pitkään he työskentelevät yhtäjaksoisesti tilassa? Kenen kanssa tilassa työskentelee? Mihin aikaan tavallisesti tilassa työskentelee?

Vastausten perusteella opiskelijoiden keskuudessa on havaittavissa vaihtelua ja hajontaa sen suhteen, kuinka usein tilaa käyttää. Suurin osa opiskelijoista käyttää tilaa 1–3 kertaa kuukaudessa. Työntekijöiden keskuudessa on käyttäjiä, jotka käyttävät tilaa joko arkisin 2–5 kertaa viikossa tai 1–3 kertaa kuukaudessa. Isompi joukko heistä käyttää tilaa 1–3 kertaa kuukaudessa (ks. Kuva 7.)

Koko joukkoa koskevan analyysin perusteella 37 prosenttia vastaajista käyttää tilaa 1-3 kertaa kuukaudessa ja toiseksi eniten eli 26 prosenttia vastaajista käyttävät tilaa 2-5 kertaa viikossa (ks. Kuva 8). Vastausten perusteella tilankäyttötavat ovat hyvin yksilöllisiä ja vaihtelevia.



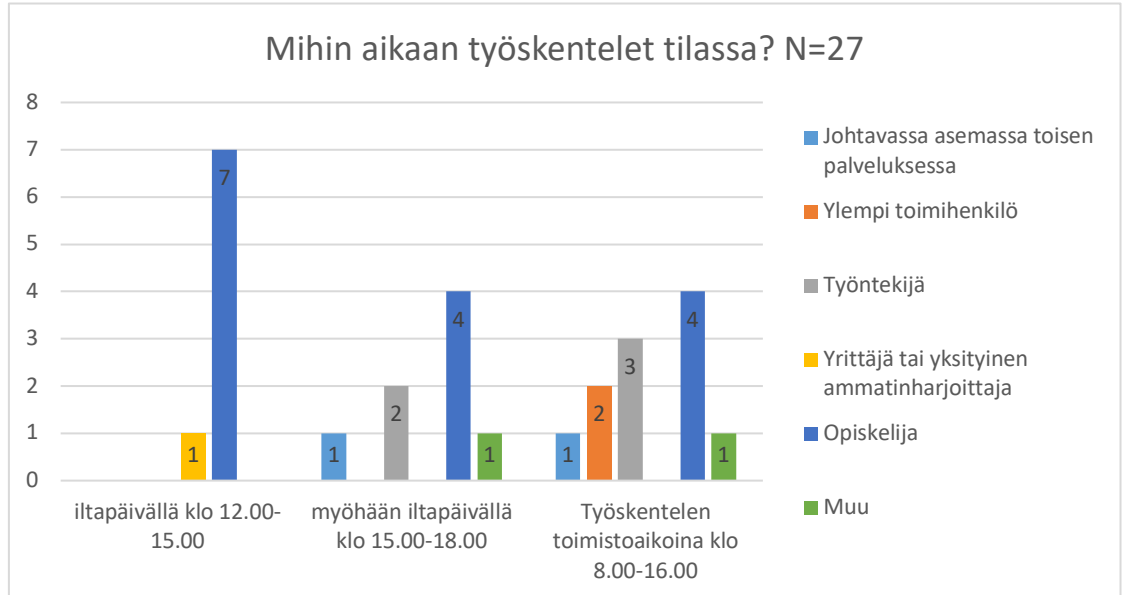
Kuva 7. Tilan käyttötapojen jakauma ammattiryhmittäin (%).



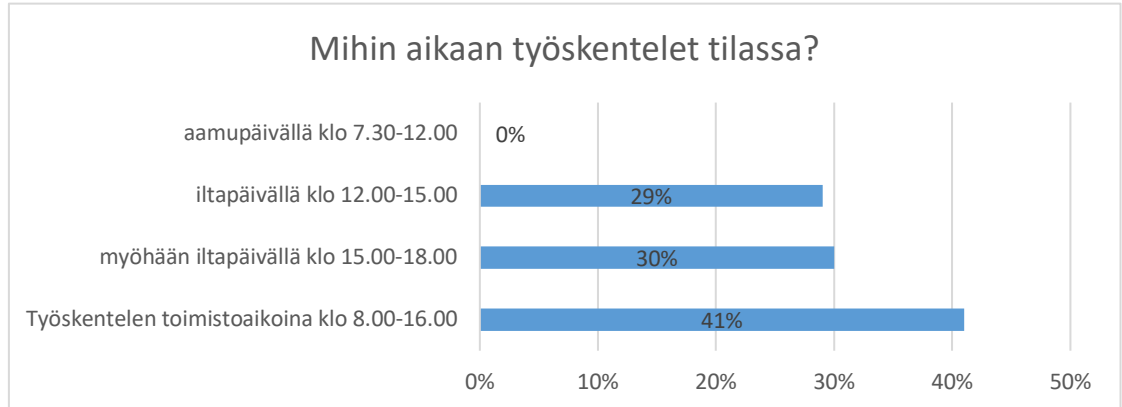
Kuva 8. Koko otannan tilan käyttötapojen jakauma

Tilan käyttöajan suhteen oli havaittavissa hajontaa niin opiskelijoiden kuin työntekijöiden vastausten keskuudessa. Sekä työntekijät että opiskelijat käyttävät tilaa ilta-päiväaikoihin tai toimistoaikoihin (ks. Kuva 9.) Tarkasteltaessa koko otantaa suurin osa vastaajista 41 prosenttia työskentelee tilassa toimistoaikoina kello 8.00–16.00

välisenä aikana (ks. Kuva 10). Yksikään vastaajista ei käytä tilaa aamupäivisin kello 7.00–12.00 välisenä aikana. Vastauksia ei kerätty tilassa tällä aikavälillä, joten todennäköisesti aamupäivän käyttäjiäkin löytyy.



Kuva 9. Tilan käyttöaika ammattiryhmittäin.



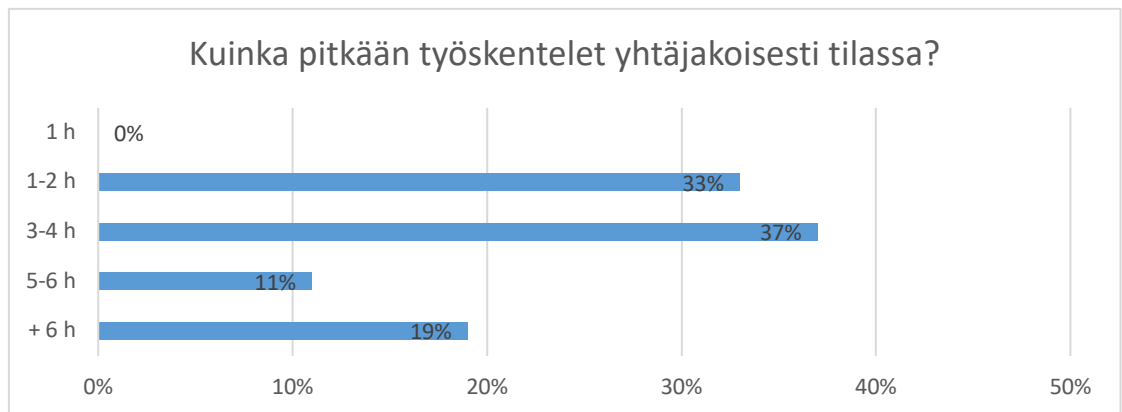
Kuva 10. Koko otannan tilan käyttöajan jakauma (%).

Opiskelijat käyttävät tilaa yhdestä tunnista kuuteen tuntiin kerralla. Suurin osa opiskelijoista työskentelee yhtäjaksoisesti 3–4-tuntin ajan. Työntekijöiden kohdalla on havaittavissa hajontaa sen suhteen, kuinka pitkää tilassa työskentelee yhtäjaksoisesti. Työntekijät työskentelevät tunnista yli kuuteen tuntiin kerralla. Hajontaa voi selittää yksilöiden erilaiset tavat työskennellä tai työn luonteen väliset erot. (ks. Kuva 11.).

Kun tarkastellaan koko joukon vastauksia, 37 prosenttia vastaajista työskentelee tilassa yhtäjaksoisesti 3–4 tuntia kerralla ja 33 prosenttia työskentelee 1–2 tunnin jaksoissa. Kokopäiväisesti työskenteleviä oli 19 prosenttia vastaajista. Tästä voidaan päätellä, että tilassa työskennellään eniten lyhyissä 1–4 tunnin jaksoissa mutta tilassa tehdään myös kokonaisia työpäiviä. (ks. Kuva 12.)



Kuva 11. Yhtäjaksoiseen työskentelyyn käytetty aika ammattiryhmittäin.



Kuva 12. Koko otantaa kuvaava yhtäjaksoiseen työskentelyyn käytetty aika (%).

67 prosenttia vastaajista työskentelevät tilassa yksin yksilötyöhön tarkoitettulla vyöhykkeellä. Kaveri kanssa tilassa työskentelee 33 prosenttia vastaajista. Tila mahdollistaa hyvin kollegiaalisen työskentelyn kimppaduunialueella.

Avoimella kysymyksellä tiedusteltiin, millaiset aukioloajat parhaiten palvelisivat tilankäyttäjiä. Kolmasosa vastaajista, 9 vastaajaa, kirjoittivat olevansa tyytyväisiä voimassa oleviin aukioloaikoihin. Toinen kolmannes vastaajista sitä vastoin toivoivat, että tila olisi auki myöhempään kuin kello 18.00. Kolme vastaajaa olivat sitä mieltä, että kello 8.00–20.00 aukioloaika palvelisi heitä parhaiten. Vastauksissa mainittiin myös, että aukioloajalta toivottiin joustavuutta tilan tarpeen vaihdellessa. Kimppakonttorin lisäksi vastaajat ilmoittivat työskentelevänsä myös kotona, koulussa, työpaikalla, asiakkaiden tiloissa, kirjastossa ja kahvilassa.

Tilan käytön motiivit

Tilan käytön motiiveja selvitettiin kahdella kysymyksellä: Miksi käyttäjät käyttävät tilaa ja mikä saa tilankäyttäjät palaamaan uudelleen? Vastaukset avoimeen kysymykseen analysoitiin sisällönanalyysillä luokittelemalla vastaukset aineistolähtöisesti teemoihin. Teemoittelun jälkeen vastaukset muodostivat yhdeksän eri motiivia käyttä tilaa. Motiivit ovat:



Tilan luonne on yksi tilan käytön motiiveista. Tilaa luonnetta kuvattiin vastauksissa seuraavilla adjektiiveilla: rauhallinen, viihtyisä, rento, monikäyttöinen, kätevä, hyödyllinen, mukava ja siisti. Tilaa luonnehdittiin hyvin myönteisillä adjektiiveilla, joiden

perusteella voidaan sanoa, että tilaa pidetään viihtyisänä. Käyttäjät kokevat myös, että tilavyöhykkeet vastaavat hyvin erilaisten käyttäjien tarpeisiin ja tapoihin tehdä töitä. Tila luo mahdollisuuden työympäristön vaihtelulle kotona työskentelyn tai koulussa opiskelun rinnalle. Tila luo mahdollisuuden työskennellä joustavasti aukioloaikojen puitteissa.

Hiljaisuus, helppo sijainti, mukavat työtilat, latausmahollisuudet ja ilmainen netti.

Työrauha motivoi saapumaan työskentelemään tilaan. Vastauksissa mainittiin, että tila mahdollistaa keskittymistä vaativan työskentelyn ja siellä vallitsee hyvä työrauha. Työntekijät kokevat, että pystyvät tilassa keskittymään paremmin kuin kotona tai työpaikalla. Työrauha motivoi myös opiskelijoita käyttämään tilaa. Tilaa käytetään niin omatoimiseen opiskeluun kuin etäopiskeluun. Opiskelijat kokevat, että paikassa on paremmat puitteet opiskella kuin kotona. Opiskelijat kokevat, että tilaan on helppo tulla ja kokoontua tekemään ryhmä- ja projektitöitä. Opiskelijoita saapuu tilaan työskentelemään yksin tai kaverin kanssa. Opiskelijoiden mukaan tila tuo mukavaa vaihtelua kouluympäristössä opiskelulle.

Tänne voi tulla kaverin kanssa yhdessä opiskelemaan. Täällä on hyvä keskittyä.

Vastaajien mielestä tila sijaitsee hyvällä ja keskeisellä paikalla ja sinne on helppo tulla. Sijainti ja saavutettavuus on yksi motiiveista. Työtilan läheltä löytyvä palvelutarjonta houkuttelee myös käyttämään tilaa. Vastaajat kertovat käyttävänsä tilaa, sillä se on lähellä päiväkotia, lounaspaikkaa, kuntosalia, kauppaa, koulua ja kahviloita. Osa työskentelee tilassa sillä aikaa, kun lapset ovat harrastuksissa Willan lähellä tai koulussa.

Helppo paikka tulla ja viihtyisä. Myös kauppojen läheisyys plussaa.

Hyvät työskentelyolosuhteet vetävät käyttäjiä tilaan. Säädettyvät työpöydät ja istuimet lisäävät käyttömukavuutta ja houkuttelevat käyttämään tilaa. Osa vastaajista kertoi, ettei kotona ole yhtä hyviä työskentelypuitteita kuin Kimppakonttorissa. Käyttäjät arvostavat tilassa myös sitä, että sen käyttäminen on ilmaista ja tila tarjoaa ergonomiset työskentelypuitteet. Tila on viihtyisästi sisustettu ja se tarjoaa käyttäjilleen ilmaisen wifi-yhteyden ja sähköä työvälineiden lataamista varten.

Osalla ei ole kotona tarpeeksi tilaa työskennellä, sopia puitteita tai mahdollisuutta osallistua muun perheen häiriöttä palaverihin. Kotona työskentely koetaan hankalaksi, jonka vuoksi tarve poistua kodista toimii motiivina Kimppakonttorin käytölle. Yhdellä vastaajista oli putkiremontti käynnissä, jonka vuoksi kotoa oli pakko poistua.

Minun täytyy poistua kotoa, jotta pystyn keskittymään. Kimppakonttori on rento ja kauppa lähellä.

Kilpailevan vaihtoehdon puute toimi myös motiivina. Aivan vastaavaa tilakonseptia ei löydy läheltä Kimppakonttoria. Kauppakeskuksen välittömässä läheisyydessä sijaitsee kuitenkin kaupungin Kirjasto, jonne voi myös mennä ilmaiseksi työskentelemään. Lähin toimistohotelli löytyy Villatehtaalta aivan kauppakeskus Willan läheltä, josta toimilaa voi vuokrata. Lähin kaupallinen coworking-työtila Crazy Town löytyy Hämeenlinnasta.

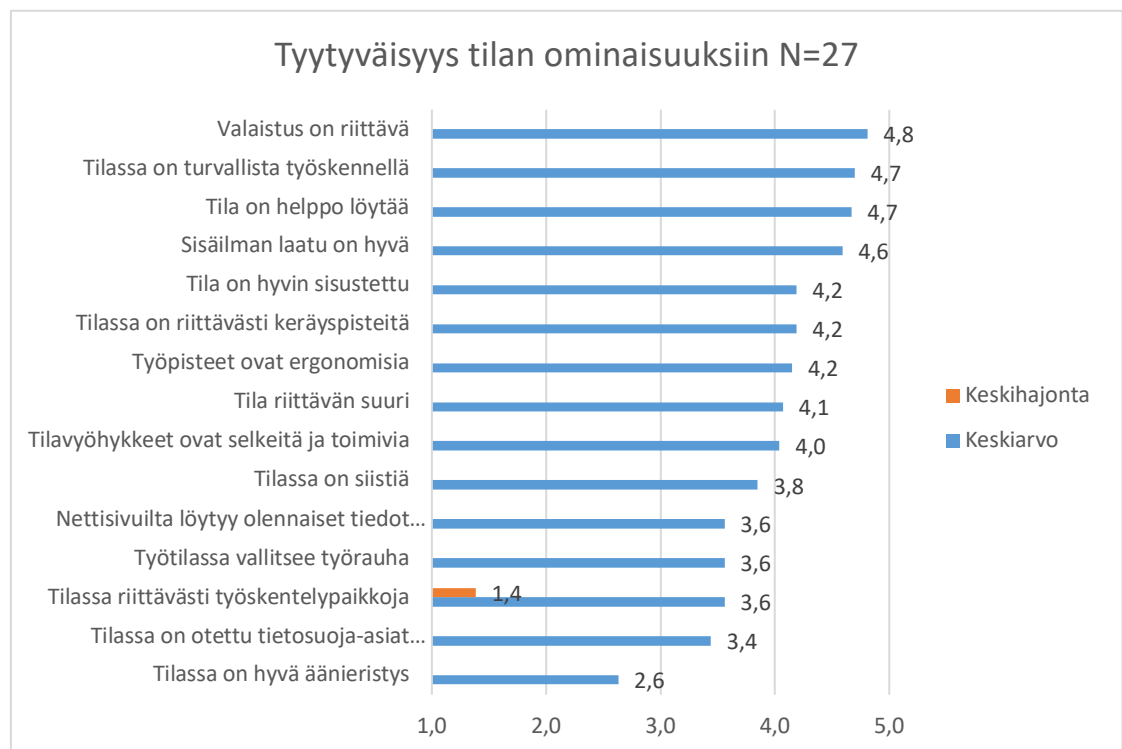
Avoimet työskentelytilat sopivat työmentaliteettiini. Tilalle ei ole nähdäkseni kilpailevaa vaihtoehtoa (ts. tilaa, joka olisi tehty avoimen työskentelyn lähtökohdista)

Tyytyväisyys tilan ominaisuuksiin

Tyytyväisyyttä tilan ominaisuuksiin mitattiin kysymyksillä, joihin vastattiin viisiportaisella Likert-asteikolla (5=täysin samaa mieltä- 1=täysin eri mieltä) sekä avoimilla kysymyksillä. Avoimilla kysymyksillä selvitettiin, mihin käyttäjät ovat erityisen tyytyväisiä ja millä tavoin he kokevat, että tilan viihtyisyyttä voisi parantaa. Avoimet vastaukset

teemoiteltiin ja teemoittelun jälkeen vastauksia peilattiin strukturoidun kysymyksen vastauksiin.

Tyytyväisyyttä mittaavien ominaisuuksien keskiarvoja tarkastelemalla voidaan sanoa, että käyttäjät ovat tyytyväisiä tilan toiminnallisiin ominaisuuksiin kuten valaistukseen, turvallisuuteen, sisäilman laatuun, tilan sisustukseen ja kokoon sekä tilavyöhykkeisiin. Tilan saavutettavuus ja tilan toimivuus toimivat motivaatioina tilan käytölle kuten aiemmin todettiin. Ominaisuudet, joiden keskiarvo oli alle neljä, voidaan nähdä kehityskohteina, joilla asiakaskokemusta voidaan parantaa. Alle neljän arvon sai tilan siisteys, viestintä, äänieristys, tietosuoja-asiat ja työskentelypaikkojen määrä. Suurin hajonta (1,4) vastaajien keskuudessa ilmeni työskentelypaikkojen määrän suhteen, muiden ominaisuuksien kohdalla hajonta vaihteli 0,1–0,4 arvojen välillä. Tulokset esitetään Kuvassa 13.



Kuva 13. Vastaajien tyytyväisyys tilan ominaisuuksiin

Työpisteet ja ergonomia

Vastaajat ovat tyytyväisiä työpisteisiin ja ergonomiaan. Työpisteet ovat riittävän erilään ja niitä on erilaisia. Vastausten keskihajonnan mukaan käyttäjät olivat hieman

eri mieltä, siitä onko tilassa riittävästi työskentelypaikkoja. Tilavyöhykkeet ja säädettävät kalusteet mahdollistavat erilaisia tapoja tehdä töitä. Tilavyöhykkeet ovat vastaajien mielestä selkeitä ja toimivia mutta vastaajat toivovat, että tilassa saisi syödä jokaisella työpisteellä. Tilassa peräti 81 prosenttia vastaajista ilmoitti syövänsä tilassa omia eväitä. Tauko- ja työskentelyvyöhykkeiden väliselle erottelulle toivottiin selkeyttä, jotta työrauha tilassa saadaan säilytettyä. Vastaajat kokevat, että tilassa on riittävästi keräyspisteitä, valaistus on riittävä, sisäilman laatu on hyvä ja tila on helppo löytää. Vastausten perusteella käyttäjät kokevat, että tila on riittävän suuri.

Akustiikka ja äänimaisema

Vastaajat kokevat, että tilan akustiikkaa voisi parantaa. Tila koetaan meluisana, sillä tilaan kantautuu kauppakeskuksen mainokset ja taustamusiikki. Tilan ohi kuljetetaan tavaraa rullakoilla, josta lähtee ääntä. Moitteita käyttäjät antoivat moitteita äänierityksen puutteesta ja heidän mielestensä tietosuoja-asioita tulisi ottaa paremmin huomioon. Vastauksissa ehdotettiin, että tilan akustiikkaa voisi parantaa äänieristävillä seinillä tai seiniin kiinnitettävillä akustiikkalevyillä sekä sulkemalla toinen sisäänkäynti. Suurin osa vastaajista ei osannut sanoa löytyykö nettisivuilta olennaiset tiedot tilasta.

Virtuaalisuus

Erityisen tyytyväisiä tilan käyttäjät ovat ilmaiseen langattomaan verkkoyhteen eli wi-fiin sekä siihen, että tilassa on mahdollista ladata omia laitteita. Tilan keskellä sijaitsevista pöydästä puuttuu vastaajan mukaan laturipaikat.

Kalustus

Käyttäjät ovat tyytyväisiä sisustukseen ja pitävät tilaa viihtyisenä ja rentona. Käyttäjät toivovat tilaan lisää tuoleja. Erityisesti rennon asennon mahdollistavia tuoleja, kuten säkkituoleja toivottiin.

Käyttäjäpalvelut

Käyttäjät toivovat lisää käyttäjäpalveluja osaksi tilaa. Tilaan toivotaan kahviautomaattia, juoma-automaattia, äänieristettyä ja suljettua neuvotteluun ja hiljaiseen työhön

sopivaa tilaa, wc-tilaa ja vesihanaa ja parempaa valvontaa. Erilliselle ja suljetulle äänieristetylle tilalle olisi tarvetta kolmasosalle vastaajista. Käyttäjät toivovat myös saavansa täyden työpäivän mittaisen pysäköintimahdollisuuden. Tilan siisteystaso sai sekä kiitosta että moitteita vastaajien keskuudessa. Vastaajat toivoivat, että sohvaryhmä ja lattia puhdistettaisiin. Viihtyisyyttä lisäämään tilaan toivotaan viherkasveja. Viherkasvien hoitaminen edellyttäisi viherpalveluiden hankintaa.

Nuoriso

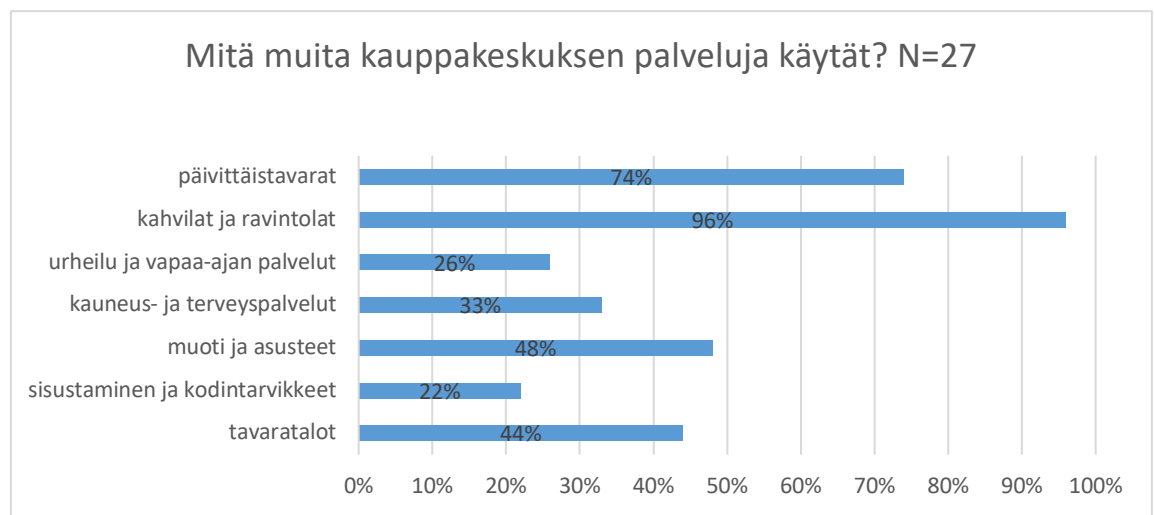
Häiriötekijöinä pidetään tilassa aikaa viettäviä teinejä. Vastaajat toivovat, että asiattomat teinit saataisiin tilasta pois parantamalla valvontaa. Havainnoinnin aikana järjestyksenvalvojat puuttuivat kahdesti nuorten asiattomaan käytökseen. Kauppakeskuksessa sijaitsee Nuorisopalveluiden nuortentila Spotti, jossa nuoret voivat viettää aikaa nuoriso-ohjaajan valvonnan alla.

Muutoksia työn tekemisen tavoissa

Käyttäjiltä kysyttiin avoimella kysymyksellä, miten pandemia on vaikuttanut heidän tapansa työskennellä. Vastauksissa korostui lisääntynyt etätyöskentelyn määrä. Vastaajat kertovat, että pandemia on lisännyt varovaisuutta. He ovat vähentäneet sosiaalisia kontakteja, jonka myötä he ovat nähneet vähemmän ihmisiä ja välttäneet isoja ihmisjoukkoja. Osalla opiskelijoista opiskelu on siirtynyt kokonaan etäopetukseen. Osalla työntekijöistä fyysiset asiakaskäynnit ovat vähentyneet ja pandemia on lisännyt online-tapaamisia. Etäopiskeluun suhtaudutaan kahtiajakoisesti. Osa kokee etäopiskelun mielekkäänä, osa rasitteena. Osa kertoo, ettei pandemia ole vaikuttanut heidän tapansa työskennellä, sillä työpaikalla on suosittu etätyötä jo aiemmin. Osa on vähentänyt ja osa on lisännyt julkisten tilojen käyttöä työskentelyyn. Etätyöhön siirtymisen myötä osa ei ole enää tarvetta matkustaa toiselle paikkakunnalle töihin.

Tilan käyttäjän kiinnostus kauppakeskuksen muita palveluja kohtaan

Tilan käyttäjiltä tiedusteltiin, mitä muita kauppakeskuksen palveluita he käyttävät kimppakonttorin lisäksi. Vastaajat saivat valita yhden kuin useamman vastausvaihtoehdon. Eniten käyttäjät kuluttavat myös kahvila- ja ravintolapalveluita, 96 prosenttia. Toiseksi eniten käyttäjät asioivat myös päivittäistavara-kaupoissa, 74 prosenttia. Vastausjakauma kiinnostus muita palveluita kohtaan näkyy Kuvassa 14.



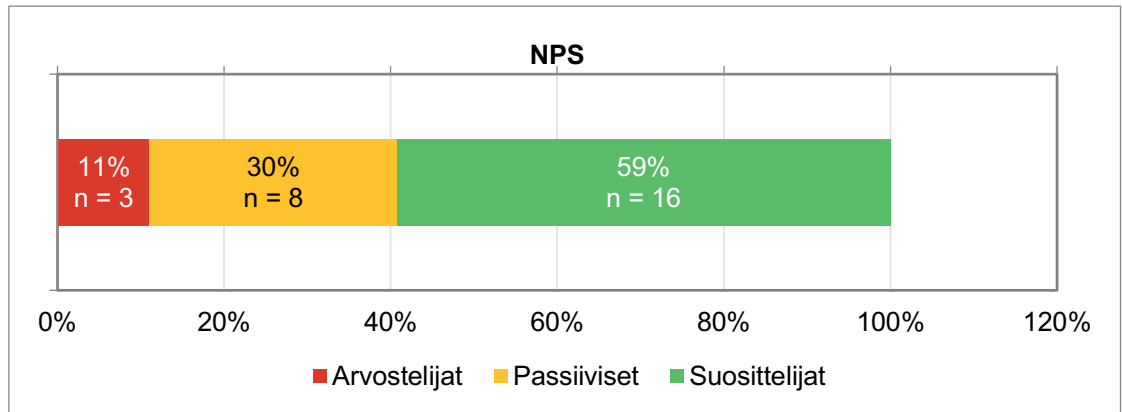
Kuva 14. Kiinnostus kauppakeskuksen muita palveluja kohtaan. (%)

Maksullisen tilakonseptin kehittämistä varten vastaajilta kysyttiin, paljonko he olisivat valmiita maksamaan tilan käytöstä päiväkohtaisesti, jos se muuttuisi maksulliseksi. Vastauksia kerättiin asteikolla 0–100 euroa, johon he saivat vastata yhden euron tarkkuudella. Vastausten keskiarvo oli 3,81 euroa ja keskihajonta 4,10 euroa. Tulos antoi osviittaa siitä, että päiväkohtaisen hinnoittelun mukaan käyttäjät olisivat valmiita maksamaan tilan käytöstä 0–17 euron välillä. Neljäsosa vastaajista eivät olisi halukkaita maksamaan tilan käytöstä lainkaan.

9.2 Kimppakonttorin NPS-luku

Kyselyn tulosten perusteella kimppakonttorin NPS-luku oli 48, kun arvostelijoiden määrä prosentteina vähennettiin suosittelijoiden määrästä prosentteina. 59 prosenttia vastaajista antoivat kimppakonttorille arvosanan 9 tai 10. Passiivisen arvon antoi-

vat 30 prosenttia vastaajista. Arvostelijoita oli 11 prosenttia vastaajista. Tulokset näkyvät Kuviossa 15. Kimppakonttorin NPS-luku on lähellä erinomaista tulosta. Luvusta voidaan päätellä, että tila vastaa tällä hetkellä hyvin käyttäjien tarpeisiin ja odotuksiin.



Kuva 15. Kimppakonttorin NPS-luku

9.3 Unelmien työtilan ominaispiirteet

Unelmien työtila -eläytymistehtävällä selvitettiin, millaisia ominaisuuksia unelmien työtilalta odotetaan ja millaisia piileviä tarpeita tilaan liitetään. Vastaajat vastasivat tehtävään kyselylomakkeeseen kirjattujen apukysymysten avulla, jotka olivat valmiiksi jaettu teemoihin helpottamaan vastausten analyysiä. Tehtävään vastasi 10 henkilöä, joista viisi tavoitettiin Facebookin kautta ja viisi Kimppakonttorilta. Vastauksissa korostuivat subjektiiviset tarpeet, jonka vuoksi vastaukset tiivistettiin alaotsikoihin.

Tilan sisustus ja tunnelma

Unelmien työtilan sisustuksen värimaailman rakentuu vaaleista, neutraaleista, hempeistä ja hillityistä sävyistä. Sisustuksen odotetaan olevan moderni ja lämmin, kunhan se on hyvään makuun sisustettu. Rohkealla värienkäytöllä koetaan, että tilaan on mahdollista luoda lisää energisyyttä. Vastaajat kuvaavat tilassa vallitsevaa tunnelmaa seuraavilla adjektiiveilla: rauhallinen, seesteinen, lämmin, kutsuva ja energisoiva.

Tuoksu

Tilan toivottiin olevan neutraali ja hajusteeton, jotta myös hajusteyliherkät voisivat tilassa työskennellä. Tilassa voisi myös osan mielestä käyttää huonetuoksuja ja vaihdella niitä vuodenaikojen mukaan. Osalle myös puhdas tuoksu olisi mieluinen.

Tuntoaisti

Tilan toivotaan rakentuvan eri tuntuisista pinnoista. Tila pintojen toivotaan muodostuvan pehmeiden, kovien ja sileiden pintojen yhdistelmästä. Yhdessä vastauksessa ehdotettiin, että tilassa voisi olla pehmeä kokolattiamatto. Lisäksi ehdotettiin, että tilassa voisi hyödyntää jollain tavalla hiekkaa ja jotain ilmavaa.

Äänimaisema

Tilan äänimaisemaan kohdistui seuraavia odotuksia. Tilan toivottiin olevan hiljainen, niin ettei siellä soisi taustamusiikkia eikä kaikuisi. Osa vastaajista sallisivat tilassa kuuluvan pientä puheensorinaa ja rauhallista taustamusiikkia. Yhden unelmien työtilassa äänimaisema täyttyisi luonnon äänillä. Kaiuttimista kuuluvia mainoksia ei tilaan toivottu.

Toiminnallisuus

Tilan toivotaan vastaavan erilaisiin työskentelytapoihin tarjoamalla vaihtelua. Tilan odotetaan olevan tilava ja avara, josta näkee ulos ikkunasta.

Yksi haaveilee työtilasta, josta löytyisi lukuisia valikoima erilaisia työskentelypisteitä ja joilla olisi jokaisella oma tarina ja tarkoitus. Tilasta löytyisi erilaisia tuoleja kuten työtuoleja, jumppapalloja, satulatuoleja, lepotuoleja ja hierontatuoleja ergonomian takaamiseksi. Säädettävä sähköpöytä tukisi myös ergonomiaa.

Tilaan toivotaan yksilötyöpisteitä, jotka ovat erillään toisistaan. Unelmien tilassa olisi myös ryhmätyöskentelyn mahdollistavia tiloja, taukopaikkoja ja rentoutumisalueita. Vastauksissa ei otettu kantaa olisiko tila avonainen tila vai olisiko siellä erilaisia huoneita. Yhden unelmien työtilassa olisi äänieristetty, suljettu tila videopuheluita ja puheluita varten.

Työskentelytavat

Unelmien työtilassa työskentely tapahtuisi lyhyissä muutaman tunnin intensiivisissä työskentelyjaksoissa. Tilassa työskenneltäisiin yhtäjaksoisesti 2-3 tuntia, 3-7 tuntia. Yksi vastaajista kertoo, että itse rytmittäisi työskentelyä jakamalla työpäivän aina 35-45 minuutin intensiivisiin jaksoihin, joiden jälkeen pitäisi lyhyen tauon. Toinen taas toteaa, että työskentelisi kahden tunnin jaksoissa ja pitäisi jaksojen välissä lyhyen toiminnallisen tauon (ts. kävisi happihyppelyllä).

Tilassa olisi mahdollista työskennellä sekä yksin että eritaustaisten ja eri-ikäisten ihmisten kanssa. Tilaa saisivat käyttää niin opiskelijat ja etätyöntekijät, kunhan he vain käyttäytyvät tilassa sääntöjen mukaisesti.

Käyttäjät asettautuisivat työskentelemään eripuolille tilaa oman tilatarpeen ja työntaajuuden mukaan. Osa suosii mukavuustekijöitä ennen ergonomiaa ja he hakeutuisivat työskentelemään sohvalle tai nojatuoliin. Osa työskentelisi mahdollisimman häiriöttömässä paikassa kuten nurkassa tai hiljaisessa tilassa, jotta saisi työrauhan. Osa hakeutuisi paikkaan, jolla olisi energisoivin vaikutus. Ennen tilaan saapumista energiaa ja motivaatioita haetaan kahvilla.

Tilan aukioloajoilta toivottiin joustoa, jotta olisi mahdollista työskennellä joustavasti oman tarpeen mukaan. Vastauksissa tila aukeisi aikaisintaan kello 7.00 ja menisi kiinni vasta illalla kello 21.00. Vastauksissa ehdotettiin muun muassa kello 7-17.00 aukioloa sekä kello 9.00-20.00 aukioloa.

Saavutettavuus ja sijainti

Unelmien työtilan nähdään sijaitsevan helppojen ja hyvien kulkuyhteyksien varrella, syrjäisessä paikassa ja mahdollisesti tilassa tila sisällä, jossa se olisi liikuteltavissa. Osan mielestä sijainti kauppakeskuksessa on hyvä. Tilan toivotaan sijaitsevan poissa ihmishälinän keskeltä. Tilan toivotaan sijaitsevan lyhyen etäisyyden päästä keskustassa, josta olisi näkymä luontoon ja mahdollisuus lähteä lenkipolulle. Tilan lähellä sijaitseisi kahviloita, ravintoloita ja ruokakauppa.

Eräässä vastauksessa unelmien työtila sijaitsisi keskustarakennuksen ylimmässä kerroksessa, josta avautuisi upeat näkymät ulos. Korkeasta sijainnista huolimatta edellytetään, että tilaan olisi helppo ja nopea päästä. Tila olisi suljettu ulkopuolisilta, jotta sitä ei voisi käyttää läpikulkuun.

Käyttäjäpalvelut ja hyvinvointi

Tilaan toivotaan äänieristettyjä työpisteitä, lepo ja hierontatuoleja. Yksi haaveilee, että tilan yhteydestä löytyisi kahvila, josta voi hakea kahvia ja pientä terveellistä purtavaa työskentelyvireen ylläpitoa varten. Tilasta löytyisi vesipiste ja wc-tilat.

Luonto

Tilan toivottiin sijaitsevan lähellä luontoa, jotta ikkunasta olisi näkymä ulos ja käyttäjällä olisi mahdollisuus lähteä ulkoilemaan työpäivän lomassa. Luonnonläheisyys miellettiin rauhoittavana tekijänä, joka tukee keskittymistä.

Omaperäisyys ja erottautumistekijät

Unelmien työtilan erottuu muista erityisesti sisustuksella, käyttäjillä, erilaisilla tilaratkaisuilla ja työskentelypisteillä. Muista erotutaan uniikilla sisustuksella ja pienillä yksityiskohdilla, värienkäytöllä ja designilla. Työtilassa näkyy Hyvinkää jollain tavalla.

Omaperäisyyttä tuodaan erilaisilla työskentelypisteillä. Tilaratkaisuilla ja monia eri tunnelmia yhdistelemällä voidaan saavuttaa idearikas työskentely-ympäristö. Erilaisen työpisteiden tarinallistamisella tai konseptoinnilla voidaan luoda erilaisia työskentelykokonaisuuksia, joita varustaa eritavoin.

Hinnoittelu

Vastaajilta kysyttiin, miten he hinnoittelisivat tilankäytön avoimella kysymyksellä ”Paljonko tilan käyttäminen maksaisi?”. Näin voitiin selvittää, millaisia erilaisia mahdollisuuksia ja uusia innovaatioita voidaan soveltaa tilojen hinnoittelussa. Vastauksissa esitettiin tunti-, päivä-, viikko- ja kuukausiperusteisia hinnoitteluja. Tuntiperusteinen hinnoittelu vaihteli 2-10 euron välillä. Päiväkohtainen hinnoittelu vaihteli 1-10 euron välillä. Viikkoperusteisesti hinnoiteltu tila kustantaisi 5 euroa viikossa ja kuukausiperusteisesti 50 euroa kuukaudessa tai mahdollisesti käytöstä maksettaisiin

omantunnon ja omantaloudellisen tilanteen mukaan. Osa summasta voitaisiin lahjoittaa hyväntekeväisyyteen. Hinnoittelun mahdollisuudet on kuvattu taulukossa 3. Vastauksien perusteella käyttäjät toivovat erilaisia hinnoitteluperusteita ja ovat valmiita maksamaan tilasta hyvin vähän. Päiväkohtaisessa hinnoittelussa oli paljon haajontaa. Kuukausihintana 50€ kuulostaisi kohtuulliselta mikäli käyttäjäpalveluita olisi huomattavasti enemmän kuin Kimp pakonttorissa tällä hetkellä on.

Taulukko 3. Erilaiset hinnoittelumahdollisuudet

Hinnoitteluperuste	Hinta €
Tuntihinta	2-10 €
Päivähinta	1-10 €
Viikkohinta	5 €
Kuukausihinta	50 €

9.4 Kahden työtilan vertaileva havainnointi

Tutkimuksessa käytettiin ei-osallistuvaa havainnointia, jossa havainnoitava kohde ei ollut tietoinen havainnoinnista. Benchmarking suoritettiin Kauppakeskus Kaaren Konttorilla maanantaina 12.10. klo 12.30–14.00. Havainnointijakson aikana tilassa oli parhaillaan samanaikaisesti 8–15 henkilöä. Vertaileva havainnointi suoritettiin Kimp pakonttori-tilassa 20.-30.10.2020 välisenä aikana, kun tutkija oli keräämässä aineistoa kyselyyn ja eläytymistehtävään.

Havainnoinnin aikana keskityttiin tilan toiminnallisten elementtien tarkasteluun, tilan viihtyisyyteen vaikuttaviin tekijöihin sekä käyttäjien tapoihin käyttää tilaa. Havainnointi toteutettiin sekä Kauppakeskus Kaaressa että Kauppakeskus Willassa. Vertaileva havainnointi kokonaisuudessaan löytyy liitteistä (Ks. Liite 4).

Havainnointi menetelmin kerätty aineisto tiivistettiin taulukkoon tilojen yhteneväisyyksistä ja eroavaisuuksista.

Taulukko 4. Työtilojen yhteneväisyydet ja eroavaisuudet

Työtilojen ominaisuudet	Yhteneväisyydet	Eroavaisuudet	
Saavutettavuus	<p>Saavutettavissa julkisilla, omalla autolla, jalan ja pyörällä.</p> <p>Esteettömyys on huomioitu molemmissa tiloissa.</p>	<p>Konttorin aukioloaika on laajempi kuin Kimppakonttorin.</p>	<p>Kimppakonttori sijaitsee lähempänä juna-asemaa.</p>
Viestintä ja palautteen kerääminen	<p>Kauppakeskuksen nettisivuilla tietoa työskentelytiloista ja niiden aukioloajoista.</p>	<p>Konttorilla palautetta voi jättää suoraan tilasta löytyvät QR-koodin kautta.</p>	<p>Palautetta voi antaa kauppakeskuksen yleisen palautejärjestelmän kautta.</p>
Tilan varustelu	<p>Säädettäviä työpöytiä, puhelinuoleja, tilaa ryhmätöiden tekemistä varten.</p> <p>Mahdollisuus ladata puhelinta ja omia laiteita.</p> <p>Kalusteet ovat helposti siirrettävissä toiseen tilaan.</p>	<p>Konttorissa on keinutuoli ja suuret pyöreät matot.</p> <p>Konttori on sisustettu Ikean kalusteilla.</p> <p>Tilasta löytyy koiranpeti</p> <p>Keinutuoli</p>	<p>Kimppakonttorissa on enemmän säädettäviä työpöytiä ja työtuoleja. Työpöytien välissä on sermit.</p> <p>Kimppakonttorissa on sohvaryhmä</p> <p>Kimppakonttori tila on sisustettu Martelan Outlet-kalusteilla.</p>

Tilavyöhykkeet		Etättyö & Ryhmätyö	Yksilötyön alue, kimppaduuni-alue, kahvihetki & eväät-alue ja relax-nurmi.
Ergonomia	Molemmissa tiloissa on mahdollista vaihtaa ja säätää työskentely-asentoa.		Kimppakonttorin työtuolien korkeutta ja kaltevuutta voi säätää. Kimppakonttorin työtuolien korkeutta ja kaltevuutta voi säätää.
Opasteet		Konttori etättyötila sijaitsee keskeisellä paikalla ja tilaan ohjaavia opasteita on runsaasti ei paikoissa kauppakeskusta	Kauppakeskusten opastekartasta puuttuu Kimppakonttorin sijaintitiedot.
Luontoelementit		Konttori etättyötilassa on aitoja viherkasveja ja akvaario. Tilaa valaisee ikkunoista saapuva luonnonvalo.	
Teknologia	Ilmainen wifi-yhteys & sähkövirta	Mahdollisuus ladata puhelin lukollisessa lokeroissa.	Teknologinen varustelu on Kimppakonttorissa runsaampaa, mainostaulun, älylukollisen lokeron ja

			sähköisten työ- pöytien myötä.
Kierrät- täminen	Molemmissa vain sekajäteasioita		
Käyttäjät	<p>Eri ikäisiä käyttäjiä, jotka asettautu- vat työskentelemään eri paikkoihin tilassa.</p> <p>Takit ja omaisuus säilytetään omalla paikalla.</p> <p>Käyttäjillä kuulokkeet ja oma kan- nettava tietokone mukana.</p> <p>Tiloissa tehdään sekä yksilö että ryhmätöitä.</p> <p>Tilassa työskennellään pääosin is- tuen.</p> <p>Tilan käyttäjillä on mukana omia eväitä ja he hakevat myös juomia lähikahviloista mukaan.</p>	Konttorissa ih- miset ottavat kengät pois työpisteellä.	

9.5 Käyttäjäprofiilit

Sopiva määrä käyttäjäprofiileja määräytyy sillä, kuinka monta erilaista käyttäjää ti-
lalla on. Tilan käyttäjät jakautuivat kyselyn perusteella kahteen ryhmään: työntekijöi-
hin ja opiskelijoihin. Käyttäjäprofiileihin kiteytyy tutkimuksen aikana kerätty ymmär-
rys käyttäjien toiminta- ja käyttötavoista. Kyselyn tulosten ja käyttäjien havainnoi-
nin pohjalta luotiin kaksi käyttäjäprofiilia, joista toinen kuvastaa 35-vuotiasta etä-
työntekijän ja toinen 23-vuotiaan opiskelijan tila- ja palvelutarpeita.

Etätyöntekijä 35-vuotias Kalle	
Tarve:	Mahdollisuus tehdä töitä keskittyneesti. Tila sijaitsee kodin lähellä. Tilassa on toimiva wifi ja mahdollisuus ladata omia laitteita.
Negatiiviset trendit:	Covid-19, sosiaalisten kontaktien vähyys
Päänsärkyä aiheuttaa:	Epävarmuus, onko tilassa paikkoja vapaana. Keskeytykset ja meteli. Missä pitää tauon? Missä syö?
Pelot:	Onko vapaata työskentelytilaa jäljellä? Turvataanko tietoturva? Onko tilassa mahdollinen tartuntariski?
Positiiviset trendit:	Vapaus valita, missä, miten ja mihin aikaan tekee töitä.
Mahdollisuudet:	Mahdollisuus valita millä kulkuvälineellä tilaan saapuu ja kauan tilassa viihtyy. Voisi kuvitella maksavansa työtilasta sekä kuvitella käyttävänsä äänieristettyä puhelinkoppia. Käyttää sujuvasti teknologiaa työn tekemiseen. Tilan lähellä on päiväkotia ja tekemistä lapsille.
Toiveet:	Ajanvarausjärjestelmä, parempi äänieristys, yksilötyötä tukevat tilat, äänieristetyt tilat. Toimiva wifi yhteys, joka mahdollistaa etätyöntekemisen ja palaveriinkin osallistumisen ilman, että yhteys katkeaa.

Opiskelija: 23-vuotias Olivia	
Tarve:	Tarve: Mahdollisuus opiskella itsenäisesti ja tehdä ryhmätöitä. Tilan käyttö on ilmaista.
Negatiiviset trendit:	Negatiiviset trendit: Covid-19, sosiaalisten kontaktien vähyys, etäopiskelu
Päänsärkyä aiheuttaa:	Päänsärkyä aiheuttaa: Liian matala verensokeri ja liian pitkään kestävät työskentelyjaksot. Työrauhan puute.
Pelot:	Pelot: Onko tilaa vapaana ryhmätyöskentelylle. Voidaanko tilassa pitää riittävät turvavälit.
Positiiviset trendit:	Positiiviset trendit: Tila mahdollistaa toiminnallisuutta ja taukojen pitämisen. Tila sijaitsee lähellä kotia, koulua sekä kuntosalia. Työskentelyä rytmittää ajanhallintamenetelmien käyttäminen, jossa intensiiviset työskentelyjaksot ja palautuminen vuorottelevat ajastetusti. Ilmainen ja hyvin toimiva wifi on olennainen osa etäopiskelua.
Mahdollisuudet:	Mahdollisuudet: Opiskelija toivoo, että voivat vapaasti vaihdella työpisteitä ja tuoleja parempien oppimistulosten toivossa. Opiskelijat tekevät tilassa ryhmätöitä, joten erilliset varattavat tilat ryhmätyötä varten olisivat tarpeen.
Toiveet:	Toiveet: Rentoja työskentelypaikkoja, ryhmätyön mahdollistavat tilat. Tilassa on mahdollista syödä omia eväitä. Tilassa voisi olla kahvi tai juoma-automaatti tai siellä voisi toimia kahvila, josta saisi terveellisiä välipaloja.

10 Johtopäätökset

Tutkimus tuotti kuvailevaa tietoa Kimppakonttorin käyttäjien tilan käyttötavoista, asiakaskokemuksen tilasta sekä toivekuvista ja mahdollisuuksista, mitä unelmien työtilalta edellytetään. Työtila vastaa opiskelijoiden ja työssä käyvien funktionaalisiin tarpeisiin. Käyttäjät kokevat, että tila on helposti saavutettavissa ja se tarjoaa sekä monipuoliset että toimivat työskentelyolosuhteet. Tilaan on helppo löytää ja tilavyöhykkeet ovat käyttäjien mielestä selkeitä. Käyttäjät kokevat, että tila vastaa hyvin myös tunnetason odotuksiin. Tilaa pidetään viihtyisänä ja Kimppakonttoria ollaan valmiita suosittelemaan myös muille. Kimppakonttorin NPS-luku oli 48, mikä on lähellä erinomaista tulosta.

Työtila on sopiva paikka mobiilia ja monipaikkaista työtä tekeville. Tilassa voi työskennellä joustavasti aukioloaikojen puitteissa itselle sopivana ajankohtana. Tila tarjoaa käyttäjille paljon valinnanmahdollisuuksia. Käyttäjät voivat valita, millä työskentelyalueella he haluavat työskennellä, kenen kanssa ja kuinka pitkään. Tilassa käyttäjät todentavat työpaikkansa etätyökulttuuria tai itselle ominaisia tapoja opiskella ja tehdä töitä. Tilan käyttäjät pääsevät käyttämään toimintaperusteisesti suunniteltua tilaa tarkoituksenmukaisella tavalla.

Asiakaskokemuksen ydinarvot koostuvat nähdäkseni tilan ominaisuuksista ja hinnasta. Käyttäjät arvostavat sitä, että tila on ilmainen ja, että se tarjoaa monipuoliset ja joustavat työskentelyolosuhteet. Toimitiloja koskeva palvelullistamisen trendi näkyi myös kyselyn tuloksissa. Käyttäjät toivoivat tilaan kahvi- ja juoma-automaattia, vesipistettä, wc-tilaa sekä tehostettua valvontaa ja siivousta.

Opiskelijoiden ja työssä käyvien välillä ei ollut havaittavissa suuria eroja tilan käyttötapojen suhteen. Tilaa vastaa joustavasti sekä työtä tekevien että opiskelijoiden tarpeisiin. Opiskelijoista suurin osa käyttää tilaa iltapäivällä kello 15.00–18.00 välisenä aikana, kun taas töissä käyvistä suurin osa työskentelee tilassa toimistoaikoina kello 8.00–16.00.

Unelmien työtila- eläytymistehtävän kuvauksista oli havaittavissa yhteys vallitseviin työympäristöjen sisustustrendeihin, joissa hyvinvointilähtöisyys ja luonnonläheiset elementit ovat edustettuina. Tehtävä antoi viitteitä käyttäjien piilevistä tarpeista ja arvoista, joita työtilalta odotetaan. Unelmien työtilan odotetaan mahdollistavan hyvinvointia tukevia työn tekemisen tapoja sekä mahdollistavan viireystilan säätelyä työpäivän aikana. Työtilassa on tarjolla laaja valikoima erilaisia työskentelypisteitä ja erilaisia tuoleja, joista kukin saisi valita itselleen mieluisimman. Työtilassa olisi paikkoja rentoutumiselle ja taukojen pitämistä varten. Rentoutumista varten tilassa olisi sekä lepo- että hierontatuoleja.

Unelmien työtilan sijainnin näkökulmasta pidettiin tärkeänä, että tila on helppo saavuttaa ja tilasta avautuisi upea maisema ulos luontoon. Sijainti luonnon välittömässä läheisyydessä mahdollistaisi sen, että päivän aikana olisi mahdollista käydä ulkona esimerkiksi lenkillä.

Työtilan läheisyydessä olisi hyvä sijaita kahviloita, ravintoloita ja ruokakauppa, jotta työntekijät pystyvät pitämään verensokerinsa tasaisena. Verensokeri vaikuttaa viireystilaan, joten on tärkeää, että työntekijät voivat valita ja suosia terveellisiä vaihtoehtoja. Yksi ehdottikin, että työtilan yhteydessä toimisi kahvila, josta voisi hakea kahvia ja pientä terveellistä syötävää.

Kauppakeskus Kaaren Konttori-työtilassa luonnonläheisyys ja kodinomaiset elementit ovat paremmin edustettuina kuin Kimppakonttorissa. Luonnonvaloa tulvii tilaan isoista maisemaikkunoista sekä kattoikkunasta. Tilassa on myös viherkasveja sekä akvaario. Kodinomaisina elementteinä tilassa oli avohyllyköitä, joihin oli laitettu koriste-esineitä.

Tutkimus antoi viitteitä siitä, että tilan äänieristystä ja akustiikkaa parantavilla toimitilla sekä tilan valvontaa lisäämällä tilaan saataisiin parempi työrauha. Käyttäjien mukaan tietosuoja-asioita tuli ottaa tilassa paremmin huomioon. Sermeillä, äänieristetyillä tiloilla ja kalusteiden uudelleen sijoittelulla voitaisiin turvata, ettei ulkopuoliset eli tilan muut käyttäjät pääse käsiksi salassa pidettäviin asioihin. Myös viestintää ja markkinointia olisi hyvä kehittää, sillä kauppakeskuksen verkkosivut ja tila ovat

tällä hetkellä ainoa kanava, josta saa tietoa tilasta. Tilan käyttäjät saapuvat tilaan työskentelemään yksin, kavereiden tai kollegoiden kanssa. Havainnoinnin aikana toisilleen tuntemattomat käyttäjät eivät keskustelleen toistensa kesken. Ei-kaupallisen co-working-tilan käyttö perustuu vapaaehtoisuuteen ja tila mahdollistaa epämuodollisten ja muodollisten vuorovaikutustilanteiden syntymistä. Tutkimuksen tekohetkellä Kimppakonttori-työtilasta oli poistettu tuolit kahvihetki & eväät- alueelta riittävän suuren etäisyyden turvaamiseksi. Alun perin kahvihetki & eväät-alue on ollut paikka, jossa epämuodollisia keskusteluja tuntemattomien kanssa on mahdollisesti syntynyt. Nyt vallitsevan pandemian vuoksi sosiaalisia kontakteja pyritään välttämään. Käyttäjät kokivat, että pandemia on lisännyt varovaisuutta sekä suurten ihmisjoukkojen välttämistä. Kimppakonttorissa on tehty riittäviä toimia työskentelijöiden turvallisuuden takaamiseksi, sillä vastaajat kokivat, että tilaa on turvallista käyttää.

Tutkimuksen tuloksien perusteella laadittiin SWOT-analyysi Kimppakonttori työtilan asiakaskokemuksen tilasta. SWOT-analyysiin tiivistyy olennaiset kehityskohteet ja uhat. (ks. Taulukko 5.) Toimeksiantaja voi peilata käytössä olevia resursseja tilan kehitysmahdollisuuksiin.

Taulukko 5. Kimppakonttori työtilan asiakaskokemuksen SWOT-analyysi

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> • Sijainti ja saavutettavuus • Palvelut ympärillä • Ilmainen • Toimivat tilavyöhykkeet, jotka palvelevat erilaisia työn tekemisen tapoja • Ergonomiset ja säädettävät työpisteet • Ilmainen wifi ja sähkövirta • Viihtyisästi sisustettu ja hyvä valaistus • Turvallinen paikka työskennellä • Korkea NPS-luku • Tilan kalusteet on mahdollista siirtää toiseen tilaan. • Esteettömyys huomioitu 	<ul style="list-style-type: none"> • Viestintä. Nettisivujen päivittäminen. • Onko tarpeeksi tilaa? • Äänieristyksen puute ja melu • WC-tila ja vesipiste puuttuvat • Nuorison häiriökäyttäytyminen
Uhat:	Mahdollisuudet:
<ul style="list-style-type: none"> • Pandemia tilanne ja kokoontumisrajoitukset • Tilan joutuminen ilkeivallankohteeksi • Nuorten asiaton oleskelu tilassa (Ikäraja 16) • Tilan yhteisten pelisääntöjen rikkinen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaupallisen coworking-tilan kehittäminen • Työtilan paikanvarausjärjestelmä • Kulkulupajärjestelmä • Tilamanagerin palkkaaminen • Äänieristettyjen tilojen tai koppien tarjoaminen • Akustiikan parantaminen • Kalusteiden uudelleen järjestely tietoturvan parantamiseksi • Lisää istuimia mm. rentoja istuimia. • Luonnonelementtien lisääminen: Puumateriaalien käyttö, viherkasveja tai viherseinä. • Huolellinen hygienia ja siivous • Työtilan toisen sisäänkäynnin sulkeminen • Järjestyksenvalvonnan lisääminen • Tilan siirtäminen liiketilaan, josta olisi näkymä ulos.

11 Pohdinta

Tutkimus toimii työn tekemisen murroksen ajankuvauksena. Tutkimuksella selvitettiin, miten kauppakeskuksessa sijaitseva ilmainen työtila vastaa mobiilia ja monipaikaista työtä tekevien tila- ja palvelutarpeisiin. Kauppakeskukset ovat tänä päivänä monipuolisia elämyskeskuksia ja kaupunkikeskustojen elävöittäjiä. Kauppakeskusten palvelutarjonta muuttuu ja erikoistuu kysynnän mukaan ja brändin saattelemana. Kauppakeskusten liiketoiminta perustuu liiketilojen vuokraamiseen ja kiinteistön hallintoon. Kauppakeskusten ankkuriliikkeiden rooli on vetää asiakkaita puoleensa. Samalla, kun asiakkaat saapuvat jonkun liikkeen perässä asioimaan kauppakeskuksessa, saattavat he myös käyttää kauppakeskuksen muita palveluja. Kyselyn tulosten perusteella kauppakeskuksessa sijaitsevan Kimppakonttorin käyttäjistä peräti 96 prosenttia käyttää myös kahvila- ja ravintolapalveluita ja 76 prosenttia asioi samalla myös päivittäistavarakaupoissa.

Tutkimusaineisto kerättiin monimenetelmällisesti palvelumuotoilun menetelmiä käyttäen. Tutkimusmenetelminä käytettiin kyselylomaketta, eläytymistehtävää sekä havainnointia. Tutkimuksen tarkoituksena oli tuottaa kuvailevaa tietoa tilan käyttäjistä, tilan käyttötavoista, asiakaskokemuksen tilasta sekä toivekuvista ja mahdollisuuksista, mitä unelmien työtilalta edellytetään. Triangulaation avulla oli mahdollista lisätä tutkimuksen luotettavuutta, sillä yksittäisellä tutkimusmenetelmällä ei välttämättä saavuteta tarpeeksi kattavaa kuvaa tutkittavasta kohteesta. (Saaranen-Kauppien & Puusniekka. N.d.) Tutkimuksessa toteutettiin Tuplatimantti-mallin ensimmäiset kaksi vaihetta, löydä ja määritä, joiden aikana ymmärrys asiakkaiden tarpeista ja käyttäytymismalleista tiivistettiin lopuksi käyttäjäprofiileiksi ja suunnitteluohjureiksi. Tutkimuksen aikana hankittiin tietoa tilan käyttäjien motiiveista, unelmista, käyttäytymismalleista sekä toiminnan sosiaalisesta ja kulttuurisesta kontekstista. Tietoa analysoimalla löydettiin työtilalle uusia kehitysmahdollisuuksia.

Aluksi valittu tutkimusasetelma toi mukanaan epäilyksen siitä, onko mahdollista saada kattavaa aineistoa kasaan poikkeuksellisena aikana. Opinnäytetyön tekijä oli asettanut tutkimukselle tavoite aikataulun, jonka mukaan työ pyrittiin toteuttamaan. Tavoite aikataulu toi mukanaan omia haasteita, mikä ilmeni muun muassa puutteellisenä perehtymisenä tutkimuksessa käytettyihin menetelmiin ennen kuin aineistoa alettiin kerätä. Kyselylomaketta olisi pitänyt esitellä, jotta olisi voitu varmistua, että kysymyksen asettelut onnistuvat mittaamaan toivottua asiaa. Eläytymismenetelmän käyttäminen tutkimusmenetelmänä edellyttää, että kerätään keskenään vertailtavaa aineistoa. Tässä tutkimuksessa olisi ollut perusteltua myös kerätä kuvailevaa aineistoa ”kamalana” pidetystä työtilasta.

Aineisto kerättiin kasaan lokakuun 2020 aikana. Huoli tautitilanteen etenemisestä toi mukanaan pelkoa tutkimuksen onnistumisesta. Koska tilan käyttäjistä ei ole kerätty tietoa aiemmin, ei tutkimukseen lähdeettäessä ollut varmuutta saapuuko tilaan käyttäjiä, jotka suostuvat vastaamaan kyselyyn tai eläytymistehtävään. Kysely valittiin tutkimusmenetelmäksi haastattelun sijaan, sillä se on nopea ja taloudellinen tapa kerätä aineistoa. Lomakkeella kerätty aineisto tallentui valmiiksi sähköiseen muotoon analyysin tekoa varten.

Käyttäjille informoitiin tutkimuksesta sosiaalisessa mediassa ja työtilassa. Työtilaan vietiin viisi pöytätelinettä, jossa saatekirjeellä kerrottiin lyhyesti tutkimuksen tarkoituksesta ja mahdollisuudesta osallistua työtilan ideointiin eläytymistehtävän avulla. Suora linkki eläytymistehtävään jaettiin Kauppakeskus Willan Facebook-sivuilla 21. ja 27. lokakuuta, jotta voitiin samalla informoida käyttäjiä tilassa tehtävästä tutkimuksesta ja samalla innostaa ja osallistaa vastaajia mukaan asiakaskokemuksen kehittämiseen. Eläytymistehtävä tavoitti Kauppakeskuksen Facebook-sivuilla jaetun linkin kautta viisi vastaajaa. Loput viisi vastasivat eläytymistehtävään tutkijan pyynnöstä työskennellessään kimpakonttori tilassa. Otos oli riittävän kokoinen analyysin tekemistä varten. Eläytymismenetelmällä kerättyä aineistoa voi analysoida kuin mitä tahansa laadullista aineistoa.

Tutkimuksessa ei käytetty eläytymismenetelmää, kuten sitä oikeaoppisesti tulisi käyttää. Eläytymismenetelmää sovellettiin unelmien työtila-eläytymistehtävässä, jonka

tarkoituksena oli lisätä ymmärrystä coworking-tiloihin liittyvistä tilaa ja palveluja koskevista tarpeista, toiveista ja kehitysmahdollisuuksista. Tehtävä toteutettiin Webropol-alustalle ja aineistoa kerättiin avointen apukysymysten avulla. Eläytymistehtävän kehyskertomuksessa vastaajia pyydettiin kuvailemaan unelmien työtilaa moniaistillisesti. Vastaukset analysoitiin sisällönanalyysillä luokittelemalla aineistoa teemoihin. Nähdäkseni kehyskertomuksen luomisessa onnistuttiin. Kehyskertomus oli lyhyt ja se sekä motivoi että inspiroi vastaajia tuottamaan luovaa aineistoa.

Alun perin tutkimus oli tarkoitus toteuttaa täysin laadullisena ja kerätä aineisto teemahaastatteluilla. Haastatteleamalla tilan käyttäjiä olisi voinut saada syvemmän ymmärryksen tilan käyttäjistä, sillä haastattelun aikana tutkijan on mahdollista esittää tarkentavia kysymyksiä ja vastaajan on mahdollista ilmaista mielipiteilleen perusteita. Kysely valittiin tutkimusmenetelmäksi haastattelun sijaan, sillä sosiaalisia kontakteja suositellaan välttämään. Lisäksi maskisuosituksen ja etätyösuosituksen aikana vastaajia olisi voinut olla vaikeaa motivoida käyttäjiä osallistumaan kahdenkeskeiseen haastatteluun. Haastattelulla olisi voinut saada tarkemmin selville, miten arvomuodostuminen tilassa tapahtuu eri kontaktipisteissä. Aineiston luotettavuuden kannalta olisi ollut parempi, että vastaajat olisivat saaneet perehtyä kyselylomakkeen kysymyksiin ja teemoihin etukäteen.

Laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin, vaan pyritään kuvaamaan jotain ilmiötä, tapahtumaa ja ymmärtämään tiettyä toimintaa tai antamaan teoreettisesti mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, 73.) Aineiston keruussa käytettiin harkinnanvaraista otantaa, jotta voitiin varmistua, vastaajilla oli omakohtaista kokemusta tilasta.

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan tarkastella kahden eri käsitteen kautta, joita ovat validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteetilla tarkoitetaan, että tutkimuksella pyritään vastaamaan mahdollisimman hyvin tutkimusongelmaan. Validiteettiin vaikuttaa tutkimuksen kohde ja käytetyt tutkimusmenetelmät. Kerätyn aineiston tulee olla riittävää ja aitoa. Aineistosta tehtyjen tulkintojen ja johtopäätösten tulee olla oikeita. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten pysyvyyttä eli käytetty mittari tai uudelleen toteutettu tutkimus tuottaa samat tulokset eri mittauskerroilla. (Kananen, 2017, 32,

36.) Tutkimusprosessin eri vaiheissa on mahdollisia riskejä, jolloin voidaan tehdä väärä ratkaisuja ja tulkintoja. Sekä kyselylomake että eläytymistehtävä toteutettiin Webropol-alustalle. Lomakkeen toimivuudella voidaan vaikuttaa tulosten luotettavuuteen ja raportointiin (Heikkilä, 2014, 113). Tutkimuksen tarkastelussa kiinnitetään huomiota tulosten pysyvyyteen ja pätevyYTEEN. Tässä tutkimuksessa tarkoituksena oli tuottaa kuvailevaa tietoa tilan käyttäjistä. Tulokset eivät ole yleistettäviä vaan suuntaa antavia. Tulokset toimivat hyvin pohjana mahdollisesti kauppakeskuksessa sijaitsevalle kaupalliselle coworking-konseptille sen ideoinnille sekä Kimppakonttorin asiakaskokemuksen kehittämiseksi. Tutkimuksen luottavuutta olisi lisännyt se, että myös eläytymistehtävässä olisi kysytty samat taustamuuttuja-tiedot kuin kyselyssä. Myös kontrollikysymykset olisivat lisänneet tutkimuksen luotettavuutta.

Markkinatutkimuksella voitaisiin selvittää sekä paikallisten että yritysasiakkaiden kiinnostusta kaupallisia coworking-tiloja kohtaan sekä selvittää millaisia palveluita ja joustavuutta asiakkaat toivovat toimitiloilta ja liiketiloilta pandemian aikana. Jatko-tutkimuksella voitaisiin myös selvittää, millaisilla tilaratkaisuilla voidaan tukea käyttäjiä ottamaan itse aktiivinen rooli omasta palautumisesta ja vireystilan säätelystä työpäivän aikana.

Opinnäytetyön tutkimusote oli yhdistelmä laadullista ja määrällistä tutkimusta. Laadulliselle tutkimukselle on ominaista, että kerätty aineisto on kuvailevaa, kun taas määrällisellä tutkimusotteella pyritään yleistämiseen ja aineisto koostuu luvuista. Määrällinen tutkimusote sopii tutkimukseen, jossa halutaan luoda yleistettävää tietoa. Tavallisin aineistonkeruumenetelmä on kyselytutkimus. Kyselyn aineistoa käsitellään tilastollisesti tunnuslukujen valossa. Tässä tutkimuksessa määrällisesti kerätty aineisto analysoitiin strukturoitujen kysymysten keskiarvoja ja keskihajontaa tarkastelemalla. Kyselyyn vastasi 27 kimppakonttorin käyttäjää eikä tilastollisia ja yleistettäviä analyysejä voi luotettavasti toteuttaa näin pienellä otoksella. Kyselyn otoskoko oli tutkimuksen tarkoitukseen nähden riittävä, sillä tutkimuksella saatiin riittävästi tietoa asiakaskokemuksen tilasta sekä käyttäjämääräyksen muodostamista varten.

Tutkimus vahvisti opinnäytetyön tekijän ammatillista osaamista käytännön projektin muodossa. Tutkimus toimii työnäytteenä opiskelijan opintojen aikana hankkimasta

osaamisesta. Tutkimuksen aikana opiskelija oppi soveltamaan palvelumuotoilun menetelmiä asiakaskokemuksen kehittämiseen.

Tuulaniemeä (2011) mukailleen, tutkimuksen merkitys on tiivistettävissä näihin sanoihin: ”Hyvin analysoitu ja jäsennelty tieto asiakkaiden käyttäytymisestä ja heille arvoa tuottavista asioista mahdollistaa sellaisten palvelukonseptien kehittämisen, josta asiakkaat ovat valmiita maksamaan ja josta voidaan arvioida tuotto-odotus palvelun tuottajalle ja palvelun potentiaalinen arvo asiakkaalle.” (Tuulaniemi, 2011, 61).

Lähteet

Agile Work. 2020. Työympäristöt pandemian keskellä. Webinaarin ja työpajan yhteenveto. Viitattu 15.10.2020. Saatavilla: <https://www.agilework.fi/tyoymparistot>

Ainoa, J. Alho, J., Nenonen, S. & Nissinen, K. 2010. Käytettävä kauppakeskus. TKK rakennustuotantotekniikan laitoksen julkaisu B; Nro TKK-R-B25. Espoo: Teknillinen korkeakoulu.

Design a better business. N.d. Viitattu 15.10.2020. <https://www.designabetterbusiness.tools/>

Design Council. N.d. Design Council. Viitattu 20.10.2020. <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>

Etätyö ja hybridityö. N.d. Muutostaito. Viitattu 11.11.2020. <https://www.muutostaito.fi/etatyo/>

Fox, B. N.d. 2019 Workplace Trend Predictions. Viitattu 11.11.2020. <https://www.workdesign.com/2019/01/2019-workplace-trend-predictions/>

Grönfors, M. Havaintojen teko aineistonkeräyksen menetelmänä. 2015. Teoksessa R. Valli & Aaltola J. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin osa 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus.

Haapamäki, J., Nenonen, S. & Vartianen, M. 2011. Uudet työnteon tavat haastavat kehittämään työympäristöjä. Teoksessa: Käyttäjälähtöiset tilat. Uutta ajattelua tilojen suunnitteluun. Tekesin julkaisu 11/2011. Helsinki: Tekes.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. E-kirja. Helsinki: Edita

Hietanen, P., Mikkonen, V., Nenonen, S. & Nissinen, S. 2011. Tilojen käyttö muuttuu - uudistuvatko suunnittelu ja toteutus. Teoksessa: Käyttäjälähtöiset tilat. Uutta ajattelua tilojen suunnitteluun. Tekesin julkaisu 11/2011. Helsinki: Tekes.

Huottilainen, M. & Saarikivi, K. 2018. Aivot työssä. E-kirja. Otava.

Hyrkkänen, U. & Vartianen, M. 2019. Mobiiliin ja monipaikkaisen työn muotoilu. Teoksessa Työnmuotoilu mobiilissa ja monipaikkaisessa työssä. M. Roininen (toim.). Turku: Turun ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. E-kirja. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kauppakeskukset 2020. 2020. Kauppakeskus ry. Viitattu 15.10.2020. https://www.kauppakeskusyhdistys.fi/media/kauppakeskusjulkaisu/kauppakeskusyhdistys_julkaisu2020_low.pdf

Kauppakeskusten ensimmäisen vuosipuoliskon kokonaismyynti 13,7 prosenttia edellisvuotta pienempi. 2020. Kauppakeskus ry. Viitattu 15.10.2020. <https://www.kauppakeskusyhdistys.fi/ajankohtaista/kauppakeskusten-ensimmaisen-vuosipuoliskon-kokonaismyynti-137-prosenttia-edellisvuotta-pienempi.html>

Kauppakeskus Kaari. N.d. <https://www.kauppakeskuskaari.fi/>

Kauppakeskus Willa. N.d. <https://www.kauppakeskuswilla.fi/>

Koivisto, M. 2019. Palvelumuotoilun kehittämisote ratkaisuna. Teoksessa Palvelumuotoilun bineskirja. M. Koivisto, J. Säynäkangas & S. Forsberg. E-kirja. Alma Talent.

Kojo, I. & Nenonen, S. 2016. Typologies for co-working spaces in Finland – what and how? Facilities. Vol. 34 No. 5/6.

KTI Markkinakatsaus. 2020. KTI Markkinakatsaus kevät 2020. Viitattu 10.10.2020. https://kti.fi/wp-content/uploads/KTI_MK_K_2020.pdf

Kukkonen, A. 2018. Tulevaisuuden kauppakeskukset tarjoavat brändielämysten ohella elämyksiä: ”Nyt verkkokauppakin hakee kivijalkaa” 30.8.2018. Markkinointi & Mainonta. Viitattu 11.11.2020. <https://www.marmai.fi/uutiset/tulevaisuuden-kauppakeskukset-tarjoavat-brandimyymaloiden-ohella-elamyksia-nyt-verkkokauppakin-hakee-kivijalkaa/d7b13dd8-7c29-308a-ae91-4466997fb573>

Käyttäjäprofiilit ja persoonat. N.d. Innokylä. Viitattu 13.11.2020. <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/kayttajaprofiilit-ja-persoonat>

Käyttäjälähtöiset tilat. 2011. Käyttäjälähtöiset tilat. Uutta ajattelua tilojen suunnitteluun. Tekesin julkaisu 11/2011. Helsinki. Viitattu 11.11.2020. <https://docplayer.fi/41064414-Kayttajalahtoiset-tilat-uutta-ajattelua-tilojen-suunnitteluun.html>

Leväinen, K. 2013. Kiinteistö- ja toimitilajohtaminen. Helsinki: Otatieto.

Liiketilän vuokraus. N.d. Kauppakeskus Willa. Viitattu 15.10. 2020. <https://www.kauppakeskuswilla.fi/liiketilän-vuokraus>

Löytänä, J. & Korhikoski, K. 2011. Asiakaskokemus. Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen.

Löytänä, J. & Korhikoski, K. 2014. Asiakkaan aikakausi. Rohkeus+Rakkaus=Raha. E-kirja. Talentum.

- Martela Remote Work Insights 2020. 16.4.2020. Viitattu 10.10.2020. <https://www.martela.com/fi/tietoa-meista/martela-yrityksena/uutiset/martela-remote-work-insights-2020>
- Martela Visionary Webinars. 2020. Kuinka pandemia muuttaa työympäristöämme 23.9.2020. Webinaari-tallenne. Viitattu 15.10.2020. https://spaces.martela.com/martela_visionary_webinars
- Mellanen, A. & Mellanen, K. 2020. Hyvät, pahat ja milleniaalit. Miten meitä tulisi johtaa. EU: Atena.
- Millaisia työympäristöjä käyttäjät haluavat nyt ja tulevaisuudessa. RAKLI:n laadullinen kysyntäennuste. 2020. RAKLI. Viitattu 10.10.2020. Selvitys ladattavissa: <https://www.rakli.fi/rakli-tiedottaa/rakli-toteutti-pilotin-tyoymparistojen-laadullisesta-kysyntaennusteesta/>
- Muuttuvat käytännöt, pelisäännöt ja sosiaaliset normit, N.d. Agile Work. Viitattu 10.10.2020. <https://www.agilework.fi/tyoymparistot-sosiaalinen>
- Nenonen, S., Hyrkkänen, U., Rasila, H., Hongisto, V., Keränen, J., Koskela, H. & Sandberg, E. 2012. Monitilatoimisto. Ohjeita käyttöön ja suunnitteluun. TTL. Viitattu 15.10.2020. <https://www.ttl.fi/wp-content/uploads/2016/11/monitilatoimiston-suunnitteluohje.pdf>
- Nenonen, S., Jano, H. & Vanhatalo, J. 2019. Teoksessa M. Roininen (toim.) Työn muotoilu mobiilissa- ja monipaikkaisessa työssä. Tampere: Turun ammattikorkeakoulun raportteja 261.
- Nenonen, S. & Lindahl, G. 2017. Nordic workplace concept development from office to city as an office. Emerald. Journal of Facilities Management. Vol. 15 No 3.
- Nenonen, S. & Niemi, O. 2013. Tilat ja työympäristö- näkökulmia monitilatoimistoon. Viitattu 15.10.2020. Rakennustieto. <https://www.rakennustieto.fi/Downloads/RK/RK130302.pdf>
- Tekes. 2011. Käyttäjälähtöiset tilat. Uutta ajattelua tilojen suunnitteluun. Helsinki: Tekesin julkaisu 12/2011.
- Toimintamme. N.d. Rakli. Viitattu 15.10.2020. <https://www.rakli.fi/toiminta/>
- Toimitilat ja fyysiset työympäristöt pandemian aikana ja jälkeen. N.d. Agile Work. Viitattu 11.11.2020. <https://www.agilework.fi/tyoymparistot-fyysinen>
- Tschimmel, K. 2012. Design Thinking as an effective Toolkit for Innovation. ISPIM Conference Proceedings. Manchester 1-20. The International Society for Professional Innovation Management. ProQuest.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. E-kirja. Helsinki: Tammi

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. E-kirja. Hämeenlinna: Talentum.

Työn murros. N.d. RAKLI Viitattu 10.10.2020. <https://www.rakli.fi/tyon-murros/>

Työelämä koronan jälkeen. 2020. EQ Toimitilat. 25.6.2020. Viitattu 10.10.2020. <https://toimitilat.eq.fi/ajankohtaista/tyoelama-koronan-jalkeen>

Työtilojen kehittäminen. N.d. Työterveyslaitos. Viitattu 10.10.2010. <https://www.ttl.fi/tyoymparisto/tyotilojen-suunnittelu/>

Ohje koronavirustartuntojen ehkäisemisestä yleisötilaisuuksien ja yleisten kokoontumisten yhteydessä sekä julkisten tilojen käytöstä. 2020. Opetus ja kulttuuriministeriö & Terveys- ja hyvinvoinninlaitos 21.9.2020. <https://minedu.fi/documents/1410845/22330894/Ohje+yleis%C3%B6tilaisuuksiin+yleisiin+kokoontumisiin+ja+julkisten+tilojen+k%C3%A4ytt%C3%B6%C3%B6n+21.9.2020.pdf/bef30f76-8187-9d78-1444-bb0686c8eeb6/Ohje+yleis%C3%B6tilaisuuksiin+yleisiin+kokoontumisiin+ja+julkisten+tilojen+k%C3%A4ytt%C3%B6%C3%B6n+21.9.2020.pdf?/Ohje+yleis%C3%B6tilaisuuksiin+yleisiin+kokoontumisiin+ja+julkisten+tilojen+k%C3%A4ytt%C3%B6%C3%B6n+21.9.2020.pdf>

Pantsu, P. 2020. Ylen kysely: Yli miljoona suomalaista siirtynyt etätöihin koronakriisin aikana -heistä noin puolet haluaa jatkaa etätöissä koronan jälkeenkin. 5.4.2020. Viitattu 10.10.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-11291865>

Petrolaitiene, V., Korba, P., Junnila, S., Nenonen, S., Vasell, T., Jääskeläinen, A., & Horstia, J. 2018. Palvelu korvaa tilan (PATI): Final report. Aalto University.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. Ei-osallistuva havainnointi. Kvali-MOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovarasto. Viitattu 16.10.2020. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_4_1.html

Salonvaara, P. 2015. Co-working kansainvälisenä ilmiönä. s.41-45.P., Houni & H., Ansio toim. Teoksessa Duunia kimpassa. Yhteisölliset työtilat Helsingissä. Helsinki: Helsingin kaupunki.

SDT -Palvelumuotoilun työkalupakki. Prosessit ja työpohjat. N.d. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. https://www3.uef.fi/documents/10975/1474731/sdt_palvelumuotoilun_tyokalupakki.pdf/7c23433a-bb17-4c0f-8724-153d265f4551

Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun. N.d. Espoo. https://www3.uef.fi/documents/10975/1474731/Sivistystoimen_tyokalupakki_palvelumuotoiluun2.pdf/c08f8051-8400-4da7-ad7e-692ff4cd0acd

Statista. 2020. Number of coworking spaces worldwide from 2005 to 2020. Viitattu 12.10.2020. <https://www.statista.com/statistics/554273/number-of-coworking-spaces-worldwide/>

Strategyzer. N.d. Viitattu 15.10.2020. <https://www.strategyzer.com/>

Stenkenberg, 2019. Office Futures: Office Design Trends of 2020. Viitattu 10.11.2020. <https://www.ambius.com/blog/2020-office-design-trends/>

Suomen kauppakeskusyhdystys ry. Nd. Viitattu 10.10.2020. <https://www.kauppakeskusyhdystys.fi/>

Suositus etätyön käytöstä osana covid-19 viruksen asteittain laajenevia toimenpiteitä. 2020. Valtiovarainministeriön ja sosiaali- ja terveysministeriön valtakunnallinen suositus etätyön käytöstä osana koronavirusepidemian torjuntatoimenpiteitä 23.10.2020. Viitattu 11.11.2020. <https://vm.fi/valtio-tyonantajana/virka-ja-tyoehdot-henkilostohallinnon-asiakirjat/henkilostohallinnon-asiakirjat/ohjeet-maaraykset-ja-suositukset>

Suositus kasvomaskien käytöstä kansalaisille. 2020. Terveystieteiden tutkimuskeskus ja Hyvinvoinnin tutkimuskeskus. Viitattu 11.11.2020 <https://thl.fi/fi/web/infektiotaudit-ja-rokotukset/ajankohtaista/ajankohtaista-koronaviruksesta-covid-19/tarttuminen-ja-suojautuminen-koronavirus/suositus-kasvomaskien-kaytosta-kansalaisille>

XYZ- Miten sukupolvet eroavat toisistaan. 2020. Viitattu 8.11.2020. <https://www.a-lehdet.fi/artikkelit/xyz-miten-eri-sukupolvet-eroavat-toisistaan>

Älytoimiston ratkaisusta tukea arkeen. N.d. Agile Work. Viitattu 10.10.2020. <https://www.agilework.fi/tyoymparistot-virtuaalinen>

Liitteet

Liite 1. Webropol-kyselylomake



Tämä kysely on osa Jyväskylän ammattikorkeakoulussa toimitilarestonomiksi opiskelevan Terhi Hannikaisen opinnäytetyötä. Kysely tarkoituksena on selvittää kimppakonttori-tilaa käyttävien kokemuksia ja mielipiteitä tilasta. Vastauksia käsitellään käyttäjäkokemuksen kehittämisideoiden esittämistä varten.

Tulokset käsitellään luottamuksellisesti ja anonyymisti. Kiitokseksi kyselyyn vastaamisesta saat Willa- kangaskassin sekä kahvilalahjakortin. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 10-15 min.

1. Ikä *

- 16-20 v
- 21-30 v
- 31-40 v
- 41-50 v
- + 50 v

2. Sukupuoli *

- Nainen
- Mies
- Muu
- En halua vastata

3. Ammatti *

- Johtavassa asemassa toisen palveluksessa
- Ylempi toimihenkilö
- Alempi toimihenkilö
- Työntekijä
- Yrittäjä tai yksityinen ammatinharjoittaja
- Maatalousyrittäjä
- Opiskelija
- Eläkeläinen
- Kotiäiti tai koti-isä
- Työtön
- Muu

4. Oletko vierailut tilassa aiemmin *

- Kyllä
- En

5. Miksi työskentelet tilassa? *

6. Millä vyöhykkeellä työskentelet eniten? *

- Yksilötöyön tila
- Kimppaduunialue
- Puhelut alue
- Kahvihetki ja eväät-alue

7. Kuinka usein käytät tilaa? *

- kerran viikossa
- 2-5 kertaa viikossa
- 1-3 kertaa parissa viikossa
- 1-3 kertaa kuukaudessa
- harvemmin kuin kerran kuukaudessa

8. Millaiset aukioloajat palvelevat sinua? ***9. Kuinka pitkään työskentelet yhtäjakoisesti tilassa? ***

- 1 h
- 1-2 h
- 3-4 h
- 5-6 h
- + 6 h

10. Mihin aikaan työskentelet tilassa? *

- aamupäivällä klo 7.30-12.00
- iltapäivällä klo 12.00-15.00
- myöhään iltapäivällä klo 15.00-18.00
- Työskentelen toimistoaikoina klo 8.00-16.00

11. Mikä saa sinut palaamaan tilaan uudelleen? *

12. Arvioi tilan viihtyisyyttä ja toimivuutta. 1=täysin eri mieltä, 2= osittain eri mieltä, 3=en osaa sanoa, 4=osittain samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä. *

	1	2	3	4	5
Tilassa riittävästi työskentelypaikkoja *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Tila riittävän suuri *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Tila on hyvin sisustettu *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Työpisteet ovat ergonomisia *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Työtilassa vallitsee työrauha *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Valaistus on riittävä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Sisäilman laatu on hyvä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Tilavyöhykkeet ovat selkeitä ja toimivia *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Tilassa on siistiä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Tilassa on riittävästi keräyspisteitä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Tilassa on hyvä äänieristys *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Tilassa on turvallista työskennellä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Tila on helppo löytää *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Tilassa on otettu tietosuoja-asiat huomioon *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Nettisivuilta löytyy olennaiset tiedot tilasta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

13. Mihin olet tilassa erityisen tyytyväinen? *

14. Kuvaile, miten tilan viihtyisyyttä voisi mielestäsi parantaa?

15. Mitä tilasta mielestäsi puuttuu?

16. Syötkö tilassa omia eväitä? *

- Kyllä
 En

17. Kenen kanssa työskentelet tilassa? *

- Yksin
 Yhdessä työkavereiden kanssa
 Yhdessä opiskelukavereiden kanssa

18. Missä muualla teet töitä / opiskelet kimppakonttorin lisäksi? ***19. Onko sinulla tarvetta erilliselle ryhmätyötilalle tai äänieristetylle kopille? ***

- Kyllä
 Ei

20. Miten pandemia on vaikuttanut tapasi tehdä työtä? *

21. Mitä muita kauppakeskuksen palveluja käytät? Voit valita usean vastausvaihtoehdon. *

- päivittäistavarat
- kahvilat ja ravintolat
- urheilu ja vapaa-ajan palvelut
- kauneus- ja terveyspalvelut
- muoti ja asusteet
- sisustaminen ja kodintarvikkeet
- tavaratalot

22. Jos kimppekonttori tila muuttuisi maksulliseksi paljonko olisit valmis maksamaan tilan käytöstä /pv *



23. Kuinka todennäköisesti suosittelisit kimppekonttoria kavereillesi asteikolla 1-10? *

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
En lainkaan todennäköisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin todennäköisesti

Liite 2. Saatekirje työtilan seinille ja työpöydille:

Tehdään yhdessä Kimppakonttori-työtilasta vieläkin parempi ja mukavampi paikka työskennellä!

Opinnäytetyötä työstävä toimitilarestonomiopiskelija Terhi Hannikainen tutkii tilan asiakaskokemusta palvelumuotoilun keinoin. Terhi haastattelee ja havainnoi tilassa työskenteleviä viikkojen 43. ja 44. aikana. Kimppakonttorissa tutkimukseen osallistuneet saavat kiitokseksi Willa-kangaskassin ja kahvilalahjakortin.

Lähde jo nyt mukaan innovoimaan uutta tilaa: Voit osallistua omalla ajallasi QR-koodin tai linkin ohjaamana eläytymistehtävään, jossa tehtävänäsi on kuvailla moniaistillisesti unelmien työtilaa.

Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja anonyymisti.

Vastausaikaa on pe 30.10.20 asti.

Kiitos vastauksista jo etukäteen!

bit.do/kimppakonttori



Liite 3. Unelmien työtila-eläytymistehtävä

WILLA

Tehdään Kimppakonttorista vieläkin mukavampi paikka työskennellä.
Osallistu tilan innovointiin moniaistillisella "Unelmien työtila"-
eläytymistehtävällä.

Jätä yhteystietosi niin saat Willa-kangaskassin kiitokseksi. Vastaukset
käsitellään anonyymisti.

1. Olet juuri astunut unelmiesi työtilaan. Kuvaile, miltä unelmien työtilassasi näyttää?
Miten tila on sisustettu? Millainen tunnelma valitsee tilassa?

2. Missä tila sijaitsee? Miksi?

3. Millainen äänimaisema tilassa on?

4. Miltä tilassa tuoksuu?

5. Miltä pinnat tuntuvat?

6. Mikä tekee tilasta omaperäisen?

7. Mihin asettaudut työskentelemään, miksi?

8. Mitä palveluja löytyy läheltä?

6. Mikä tekee tilasta omaperäisen?

7. Mihin asettaudut työskentelemään, miksi?

8. Mitä palveluja löytyy läheltä?

9. Kuinka pitkään työskentelet yhtäjaksoisesti?

10. Milloin työtila olisi käytettävissä?

11. Ketkä työtilaa saisivat käyttää?

12. Paljonko tilan käyttäminen maksaisi, jos siitä pitäisi maksaa?

13. Ketkä työskentelisivät tilassa kanssasi?

14. Jätä yhteystietosi, niin saat kiitokseksi Willa-kangaskassin.

Sähköposti

Liite 4. Havainnoinnin tulokset

Taulukko 1. Havainnoinnin tulosten vertailua.

Kauppakeskus	Kaari	Willa	Huomioita
<i>Coworking tila</i>	Konttori etätyötila	Yhteisöllinen kimppakonttori-työskentelytila	
<i>Kauppakeskuk- sen kävijä- määrä 2019</i>	<ul style="list-style-type: none"> 7,2 miljoonaa 	<ul style="list-style-type: none"> 7,2 miljoonaa 	<ul style="list-style-type: none"> Kävijöitä saman verran
<i>Liikkeiden määrä</i>	<ul style="list-style-type: none"> 80 	<ul style="list-style-type: none"> 100 	<ul style="list-style-type: none"> Willassa on enemmän liikkeitä
<i>Sijainti</i>	<ul style="list-style-type: none"> Kannelmäki, Helsinki 	<ul style="list-style-type: none"> Keskusta, Hyvinkää 	
<i>Saavutetta- vuus</i>	<ul style="list-style-type: none"> Kannelmäen tai Pohjois-Haagan juna-asemalta 1km. Autolla Kehä I ja Hämeenlinnanväylä, 1700 parkkipaikkaa, joissa 3h ilmainen parkki, Katettu pyöräparkki. Aukioloajat: 7-22 Konttori sijaitsee kauppakeskuksen 3. kerroksessa. 	<ul style="list-style-type: none"> Hyvinkään juna-asemalta 500m. Autolla E12-moottoritie sekä tien 25 ovat läheisimmät pääväylät. Parkkipaikoja 1600 kpl, 4h ilmainen parkki, sisäänkäyn- 	<ul style="list-style-type: none"> Kauppakeskus Kaaren etätyötilan aukioloajat ovat laajemmat kuin Willan

	<ul style="list-style-type: none"> Tilaan pääsee rullaportilla tai hissillä. Kaaren nettisivujen etusivulla tietoa konttorista. 	<p>nin läheisyydessä 1h.</p> <ul style="list-style-type: none"> Aukioloajat: ma-la 7.30-18.00, su 10.30-18.00 Konttori sijaisee kauppakeskuksen W1 kiinteistön 3.kerroksessa. Tilaan pääsee rullaportilla tai hissillä. Kauppakeskuksen nettisivuilta löytyy tietoa konttorista. 	
<i>Opasteet</i>	<ul style="list-style-type: none"> Runsaasti opasteita konttoriin: Rullaportaat, Konttorin seinämät. Ei ohjeistusta lähimpään Wc-tilaan tai vesipisteeseen. 	<ul style="list-style-type: none"> Ei opastusta lähimpään Wc-tilaan tai vesipisteeseen. Kauppakeskuksesta puuttuu kimppakonttorin sijaintitieto kartasta. 	<ul style="list-style-type: none"> Ei opasteita WC-tiloihin tai lähimpään vesipisteeseen Kaaren tila on helppo löytää runsaiden opasteiden myötä
<i>Kierrätys</i>	<ul style="list-style-type: none"> Sekäjäteasteita yhteensä 4 kpl 	<ul style="list-style-type: none"> Sekäjäteasteita yhteensä 5 kpl 	<ul style="list-style-type: none"> Molemmissa tiloissa on ainoastaan sekäjätekeräys
<i>Työpisteet (lukumäärä)</i>	<ul style="list-style-type: none"> Etätyötilassa on 10 työpistettä. Työpöytien korkeutta pystyy säätämään manuaalisesti viivulla. Ryhmätilassa 14 istumapaikkaa, 4 puhelin tuolia, yksi iso 	<ul style="list-style-type: none"> Yksilötyön alueella 10 työpistettä ja säädettävää pöytää. Kimppaduunialueella 6 tuolia ja sohva-ryhmä 	<ul style="list-style-type: none"> Kimppakonttorissa on enemmän säädettäviä työpöytiä ja työpöytien välissä on sermit. Konttorissa on enemmän tuoleja.

	ryhmätyöpöytä sekä kaksi liikuttavaa pikkupöytää.	<ul style="list-style-type: none"> • Puhelut: 3 puhelintuolia • Kahvihetki ja eväät: istuimet poistettu tutkimus-hetkellä. 	
<i>Tilavyöhykkeet</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kaksi tilavyöhykettä: etätyötila ja ryhmätyötila. 	<ul style="list-style-type: none"> • Neljä tilavyöhykettä: yksilötyö, kimppaduunialue, puhelut ja kahvihetki ja eväät-alue. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kimppakonttorissa on enemmän tilavyöhykkeitä
<i>Teknologia</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pistokkeita jokaiselle työpisteelle saatavilla. • Käytettävissä kauppakeskuksen Wifi ilmaiseksi. • Puhelimenlataus lukolissa kaapissa. • Pöytävalaisimet työpisteillä 	<ul style="list-style-type: none"> • Pistokkeita jokaiselle työpisteelle saatavilla. • Käytettävissä kauppakeskuksen Wifi ilmaiseksi. • Pöytävalaisimet työpisteillä • Tilassa digitaalinen mainos-taulu • älylukolliset lokerot tavaran säilyttämistä varten • Sähköllä toimivat korkeussäädettävät työpöydät 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknologinen varustelu on Kimppakonttorissa runsaampaa. Mainos-taulun ja korkeussäädettävien pöytien myötä. • Puhelinlatauskoppi löytyy myös Kimppakonttorin läheltä tilaa kauppakeskuksen käytävältä.
<i>Ergonomia</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Etätyötilan työpisteiden tuolien ja pöytien korkeus on säädettävissä 10 kpl • loput perinteisiä tuoleja. 	<ul style="list-style-type: none"> • Korkeussäädettävät työpöydät 8 kpl • Työtuolien korkeuden ja selkänojan 	<ul style="list-style-type: none"> • Molemmissa tiloissa on mahdollista vaihtaa ja säätää työskentelyasentoa. • Kimppakonttorissa on suu-

		kaltevuuden säätömahdollisuus, 10 kpl pehmustettuja tuoleja	rempi valikoima erilaisia tuoleja.
<i>Viihtyisyys ja Käyttömukavuus</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tilassa viherkasveja • Akvaario • Kodinomaisena elementtinä hyllyköt ryhmätyötilassa. • Keinutuoli • Kattoikkuna • Luonnon valoa • Maisema ulos • Naulakko • Lukolliset lokerot tavaransäilyttämistä varten • Koiranpeti • lähin WC ja kahvila sijaitsee kerroksen alempana. • Kauppakeskuksen mainokset kaikkuvat tilassa 	<ul style="list-style-type: none"> • Sisustus suunnittelu ja värien käyttö luo harmonisen kokonaisuuden • Paljon erilaisia valaisimia. • Sohva-ryhmä • Tekokasveja • Naulakkoja 5kpl • älylukolliset lokerot tavaransäilyttämistä varten • Wc-löytyy samasta kerroksesta • Kaksi kahviaa samassa kerroksessa • Mahdollisuus syödä omia eväitä • Käsiendesinfointilaitteita 3 kpl • Kauppakeskuksen mainokset ja taustamusiikki soivat tilassa 	<ul style="list-style-type: none"> • Konttoria valaisee ikkunoista saapuva luonnonvalo sekä valaisimet. Tilasta tekee omaperäisen akvaario ja ai-dot viherkasvit, keinutuoli, kodinomaiset elementit sekä koiranpeti. • Kimppakonttori tila on sisustettu harmoniseksi kokonaisuudeksi. Tilassa on erilaisia istuimia ja valaisimia. Tilan läheisyydestä löytyy WC. • Tilassa on mahdollista syödä omia eväitä erillisellä kahvitauko & eväätvyöhykkeellä.
<i>Palaute</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tilassa QR-koodi, joka ohjaa suoraan palautelomakkeeseen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kauppakeskuksen yleinen palautelomake. • järjestyksenvalvojan 	<ul style="list-style-type: none"> • Konttorissa palautteen antaminen on tehty vaivattomaksi.

	yhteystiedot löytyvät tilasta		
<i>Käyttäjät</i>	<ul style="list-style-type: none"> • työskentelevät istuen • jättävät takkinsa ja laukunsa omalle paikalle, eivät naulakkoon • käyttävät kuulokkeita ja osalla on myös mikrofoni varustetut kuulokkeet • mukana juotavaa ja syötävää (energiajuoma, vesipullo, kuuma-juoma pahvimukissa). • Työskentelevät omilla kannettavilla tietokoneilla • Saman työpöydän äärellä työskenteli ihmisiä yksin ja kaverin kanssa rinnakkain. • Uusia käyttäjiä ottaa kensä pois omalla paikalla. • Tavarointa jätetään paikalle varaamaan paikkaa. kun itse lähtee käymään toisaalla. 	<ul style="list-style-type: none"> • Työskentelevät istuen. • käyttäjät kuulokkeita. • takit ja laukut säilytetään omalla paikalla. • Paljon eri ikäisiä käyttäjiä tilassa • Tilassa paljon nuoria opiskelijoita • Tilassa myös eri ikäisiä. • Ihmiset hakeutuvat työskentelmään eri puolille tilaa. • Yksilötyön paikat ovat lähes aina täynnä klo 15. • Tilassa syödään eväitä joka paikassa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Eri ikäisiä käyttäjiä, jotka asettautuvat työskentelmään eri paikkoihin tilassa. • Takit ja omaisuus säilytetään omalla paikalla • Käyttäjillä kuulokkeet ja oma kannettava tietokone mukana. • Konttorilla työskentelee ihmisiä, jotka ottavat kengät pois jalasta. • Tiloissa tehdään sekä yksilö että ryhmätöitä. • Tilassa työskennellään pääosin istuen. • Tilan käyttäjillä on mukana omia eväitä ja he hakevat myös juomia lähikahviloista mukaan.