

Leirintäalueesta TYKY-toimijaksi

Case: Taulaniemen leirintäalue

Eveliina Ruonela

Opinnäytetyö

Kesäkuu 2017

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Restonomi (AMK), matkailun koulutusohjelma

Tekijä(t) Ruonela, Eveliina	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Kesäkuu 2017
	Sivumäärä 63	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Leirintäalueesta TYKY-toimijaksi Case: Taulaniemen leirintäalue		
Tutkinto-ohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Petra Blinnikka		
Toimeksiantaja(t) Taulaniemen leirintäalue		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, miten Taulaniemen leirintäalueen palveluja tulisi kehittää, jotta ne vastaisivat paremmin TYKY-asiakkaiden tarpeisiin. Opinnäytetyön tehtävänä oli selvittää, millaisia palveluja potentiaaliset yritysasiakkaat haluavat TYKY-päivältään, millainen mielikuva yrityksestä on kohderyhmän keskuudessa ja onko se yrityksille entuudestaan tuttu. Toimeksiantajan toiveesta aihe rajautui nimenomaan TYKY-päiviin.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena hyödyntäen menetelminä sekä teema-haastatteluja että benchmarkingia eli vertailukehittämistä, jolla verrattiin kilpailijoiden tuotteita ja palveluita Tampereen ja koko Suomen alueella. Teemahaastattelut toteutettiin keväällä 2017 ja haastateltavana oli 15 tamperelaista yrittäjää tai yrityksen yhteyshenkilöä. Tutkimuksen teoriapohja muodostui työkyvyn ja työhyvinvoinnin määritelmistä sekä yritysasiakkaiden kuvauksesta matkailupalveluiden ostajina ja käyttäjinä.</p> <p>Tuloksista kävi ilmi, että tamperelaiset yritykset haluavat TYKY-päiviltään liikunnallista yhdessäoloa, hyvää ruokaa ja saunomista. Taulaniemen leirintäalue koettiin viehättävänä paikkana, mutta markkinointia tulisi tehostaa, sillä paikka ei ollut suurimmalle osalle yrityksistä ollenkaan tuttu. Tampereen ja Teiskon alueella on monia potentiaalisia kilpailijoita TYKY-toiminnalle, mutta elämyksellistämällä tuotteensa Taulaniemi houkuttelisi myös yritysasiakkaita.</p> <p>Työn tuloksia voidaan hyödyntää niin Taulaniemen leirintäalueella sen toiminnan kehittämisessä kuin muissa tamperelaisissa yrityksissä, jotka haluavat ottaa TYKY-tuotteita valikoimiinsa. Lisäksi tuloksista on hyötyä yrityksissä, sillä ne saavat tietoa siitä, mitkä asiat vaikuttavat työntekijöiden työkykyyn ja siitä, millaisia TYKY-päiviä esimiehet ja alaiset haluaisivat Tampereella viettää.</p>		
<p>Avainsanat (asiasanat)</p> <p>Taulaniemen leirintäalue, TYKY-päivä, TYKY-matkailu, työkyky, työkykyä ylläpitävä toiminta, työhyvinvointi, kvalitatiivinen tutkimus, teemahaastattelut, benchmarking</p>		
Muut tiedot		

Author(s) Ruonela, Eveliina	Type of publication Bachelor's thesis	Date June 2017
	Number of pages 63	Language of publication: Finnish
		Permission for web publication: x
Title of publication From a camping centre to a centre of work welfare Case: Camping Taulaniemi		
Degree programme Degree Programme in Tourism		
Supervisor(s) Blinnikka, Petra		
Assigned by Camping Taulaniemi		
Description <p>The purpose of the thesis was to study how Camping Taulaniemi should develop their services to better match the needs of customers needing to maintain their welfare at work. In addition, the thesis explored what kinds of services potential business customers wished regarding their days of promoting welfare at work, what kind of mental image Camping Taulaniemi had among the target group and how well-known it already was. The commissioner of the thesis wished to limit the subject to cover only the days of promoting welfare at work.</p> <p>The research was conducted as a qualitative research method by using focused interviews and benchmarking, which compared the competitors' products and services both in the Tampere region and in Finland in general. The focused interviews were executed in spring 2017 in which 15 entrepreneurs or business contacts were interviewed. The theory of the study consisted of defining the work ability, welfare at work and business customers as users of tourism services.</p> <p>The results showed that the Tampere-based companies would like to get together practicing sporting activities, enjoying a good food and sauna. Camping Taulaniemi was considered an attractive place, but the marketing should be intensified because the place was not familiar to most companies. There are many potential competitors in the Tampere and Teisko area for providers of promoting welfare at work, but improving the services and products to be phenomenal would certainly attract business customers.</p> <p>The results of the study can be utilized to develop the operations in Camping Taulaniemi as well as in other Tampere-based companies that wish to take work ability maintenance days into their selection.</p>		
Keywords (subjects) Camping Taulaniemi, workplace health promotion, welfare at work, work ability, recreation day, qualitative research, focused interviews, benchmarking		
Miscellaneous		

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Taulaniemen leirintäalue	4
3	Työkyky ja työhyvinvointi	10
3.1	Työhyvinvoinnin portaat.....	13
3.2	Työkykytalo-malli	16
4	Yritysasiakkaat matkailupalveluiden käyttäjinä	18
5	Tutkimuksen toteutus	21
5.1	Tutkimusongelma	22
5.2	Tutkimusote ja tiedonkeruumenetelmä	23
5.3	Tutkimusprosessi	25
5.4	Analyyksimenetelmä.....	27
6	Kilpailijoiden TYKY-palvelutarjonta	28
7	Tamperelaisten yritysten kokemuksia TYKY- ja virkistyspäivistä	32
7.1	Työkyky yksilön näkökulmasta	33
7.2	TYKY- ja virkistyspäivän sisältö.....	35
7.3	Markkinointiviestintä	42
7.4	Taulaniemen leirintäalue	44
8	Leirintäalueesta TYKY-toimintakohteeksi	46
8.1	Tutkimuksen luotettavuus	46
8.2	Yksilön kokemukset työkyvystä ja työhyvinvoinnista	47
8.3	Kehitysehdotukset Taulaniemen leirintäalueelle.....	49
9	Pohdinta	54
	Lähteet	56
	Liitteet	59
	Liite 1. Teemahaastattelun haastattelurunko.....	59
	Liite 2. Teemahaastattelun visuaalisessa osiossa käytetyt kuvat.....	61

Kuviot

Kuvio 1. Leirintäalueen miljöötä	4
Kuvio 2. Taulaniemen leirintäalueen päärakennus	5
Kuvio 3. Taulaniemen lomamökki	6
Kuvio 4. Rannassa on veneilymahdollisuus	7
Kuvio 5. Työhyvinvoinnin portaat	14
Kuvio 6. Työkyky-talo	16
Kuvio 7. Murikanrannan TYKY-tarjontaa	29
Kuvio 8. Elämispalvelut Nostalgian laaja tarjonta ja selkeät internetsivut.....	30
Kuvio 9. Aktiviteetit, joita yritykset mainitsivat haluavansa TYKY-päiväänsä.....	38
Kuvio 10. Taulaniemeä kuvattiin mm. näillä adjektiiveilla	45

1 Johdanto

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, miten Taulaniemen leirintäalueen palveluja tulisi kehittää, jotta ne vastaisivat paremmin TYKY-asiakkaiden tarpeita. Opinnäytetyön aiheena oli selvittää, millaisia mielikuvia potentiaalisilla yritysasiakkailta on Taulaniemen leirintäalueesta ja onko se yritysasiakkaille jo entuudestaan tuttu, mitä tamperelaiset yritykset haluaisivat TYKY-päivänsä sisältävän ja mitä näistä ideoista voisi soveltaa Taulaniemen leirintäalueen kehittämiseen.

Opinnäytetyön aihe valikoitui sen perusteella, että opinnäytetyön tekijä on viettänyt lapsuutensa samalla alueella, missä Taulaniemen leirintäalue sijaitsee. Tämän vuoksi halutaan päästä kehittämään alueen matkailutoimintaa ja nähdä lopputulokset käytännössä toimeksiantajan toiminnassa. Lisäksi opinnäytetyön tekijä haluaa syventyä yritysasiakkaisiin ja heidän mielikuviansa opinnäytetyön avulla. Aihetta on tärkeää tutkia, sillä se tulee todelliseen tarpeeseen toimeksiantajalle. Toimeksiantajana toimii Taulaniemen leirintäalue Tampereen Teiskossa. Toimeksiantaja halusi myös keskittyä nimenomaan yritysasiakkaisiin ja kertoi olevansa kiinnostunut juuri TYKY-toimintaan siirtymisestä leirintäaluetoinnin sijaan, joten aihe valikoitui ja rajautui luonnollisesti myös sen pohjalta. TYKY-päiviä on Taulaniemen leirintäalueella järjestetty muutamia kymmeniä vuosien varrella (Pursiainen 2016).

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys sisältää työhyvinvoinnin ja työkyvyn käsitteet, jonka jälkeen pystyttiin määrittelemään työkykyä ylläpitävä toiminta ja TYKY-päivä. Koska tässä opinnäytetyössä tavoitteena on kehitysehdotuksia nimenomaan yritysten TYKY-päivään, määriteltiin tietoperustassa myös yritysten ostokäyttäytymistä ja yrityksiä matkailupalveluiden käyttäjinä. Näin saatiin kuvaa niistä erityispiirteistä, joita yrityksillä on TYKY-päiviä suunnitellessaan ja ostaessaan. Tämä teoreettinen viitekehys auttaa ymmärtämään keskeiset käsitteet, jotta tutkittavan ilmiön ymmärtäminen olisi mahdollista. Teoreettisen viitekehysten malleja käytettiin myös tutkimuksen tulosten kuvaamisessa.

2 Taulaniemen leirintäalue

Taulaniemen leirintäalue on aloittanut toimintansa vuonna 1961 ensimmäisenä yksityisenä leirintäalueena Suomessa. Se sijaitsee noin puolen tunnin päässä Tampereen keskustasta kauniissa kartanoympäristössä Teiskossa Taulajärven rannalla. Taulaniemen leirintäalue on suosittu juhlien ja häiden viettopaikka, ja varsinkin kesäisin kaunis miljöö houkuttelee asiakkaita. (Taulaniemi n.d.) Asiakkaita tulee myös ulkomailta, ja noin 40 % leirintäalueen asiakkaista tulee Saksasta, Itävallasta ja Sveitsistä (Purssainen 2016). Leirintäalue tarjoaa parkkipaikkoja niin matkailuautoille kuin matkailuvaunuille, ja asiakas voi valita parhaan paikan rannalta, puunkatveesta tai tasaiselta nurmikentältä. Leirintäaluetta reunustaa metsikkö, joten myös telttailijoille löytyy suojaisia leiriytymispaikkoja. (Leirintäalue n.d.)



Kuvio 1. Leirintäalueen miljööä (Taulaniemen leirintäalueen Facebook-sivut 2016)

Leirintäalueen vastaanotto sijaitsee Taulaniemen kartanomaisessa päärakennuksessa. Vastaanotossa on lisäksi pieni kahvila, josta asiakkaat voivat ostaa pientä syötävää ja juotavaa. Lisäksi kahvilassa myydään Särkänniemi-huvipuiston rannekkeita. Särkänniemi sijaitsee Tampereen keskustassa, joten ostamalla rannekkeen etukäteen Taulaniemestä asiakkaat välttävät jonottamisen itse huvipuistossa. Vastaanoton ja kahvilan lisäksi leirintäalueella on myös uudenaikaiset WC- ja pesutilat, sauna, pyykinpesumahdollisuus, juomavesipisteitä, keittorakennus, astianpesumahdollisuus,

nuotiopaikka sekä neuvontapiste. Koirille on oma ulkoilutusalue ja liikuntaesteiset on pyritty ottamaan huomioon tilojen suunnittelussa. Leirintäalueella on myös kuiva-jäteastiat kierrätykseen sekä harmaaveden tyhjennysmahdollisuus. (Leirintäalue n.d.; Elämyksiä n.d.)



Kuvio 2. Taulaniemen leirintäalueen päärakennus (Taulaniemen leirintäalueen Facebook-sivut 2016)

Vuorokauden perusmaksu leirintäalueella on aikuisilta viisi euroa, alle 15-vuotiailta kaksi ja puoli euroa sekä 14,50 euroa perheeltä. Camping Key Europe- ja SF-Caravan-jäsenkorteilla saa perusmaksusta alennusta kaksi euroa. Päiväkäynti klo 12–18 välillä kustantaa 15 euroa perheeltä. Kausipaikka maksaa 135 euroa kuukaudelta yhdeltä vaunulta ja sähköliitännät asuntoautoihin ja -vaunuihin maksavat kuusi euroa vuorokaudelta. Lisäksi alueella on vuokrattavissa oleva sauna, joka kustantaa 25 euroa tunnilta perheeltä, 28 euroa tunnilta neljältä aikuiselta ja 31 euroa tunnilta kuudelta aikuiselta. (Leirintäalue n.d.)

Leirintäpaikkojen lisäksi alueella on siistejä ja viihtyisiä leirintämökkejä omine pihoinen, jotka sijaitsevat lähellä uutta WC-rakennusta. Osa mökeistä sijaitsee järven rannalla ja osalla puolestaan on järvinäköala. Mökkien varustukseen kuuluu vuodevaatteet, ja niiden lisäksi asiakas voi joko tuoda omat lakanansa tai vuokrata lakanat kahdeksan euron hintaan vuoteelta. Mökkejä on kolmenlaisia, joista perusmökkit ovat

kaikkein vaatimattomampia, ja niiden varustukseen kuuluu pieni jääkaappi. Hyvin varustellut leirintämökit sisältävät puolestaan minikeittiön, jääkaapin, kylmän veden, astiat, kahvinkeitin sekä mikroaaltouunin. Lomamökit ovat näistä kolmesta mökityypistä parhaiten varusteltuja, ja niistä löytyykin minikeittiön, jääkaapin, astioiden, kahvinkeitin ja mikroaaltouunin lisäksi kylmä sekä lämmin vesi, oma suihku ja WC. (Mökit n.d.)



Kuvio 3. Taulaniemen lomamökki (Taulaniemen leirintäalueen Facebook-sivut 2016)

Taulaniemi tarjoaa niin rentoutumista kuin aktiivisempaakin lomailua. Viereinen Taulajärvi on rauhoitettu moottoriveneiltä, joten kalastus sujuu rauhallisissa merkeissä Taulaniemen veneillä. Maalaismiljöötä reunustavat kauniit metsät, joiden polkuja pitkien asiakkaat voivat käydä esimerkiksi retkellä läheisen Näsijärven saarella Taulasalossa, joka on vain veneilijöiden ja retkeilijöiden käytössä. Taulaniemi tarjoaa myös uintimahdollisuudet puhtasvetisessä järvessä sekä rantasaunan ja hiekkarannan. Lisäksi vieressä sijaitsee lasten leikkipaikka, jossa on talon isännän veistämiä puueläimiä. (Elämyksiä n.d.; Leirintäalue n.d.)



Kuvio 4. Rannassa on veneilymahdollisuus (Taulaniemen leirintäalueen Facebook-sivut 2016)

Taulaniemessä on jo pitkät perinteet juhlien järjestämisessä. Tiloja on erilaisia, joita voidaan yhdistää juhlien teeman mukaan. Kartanomaisessa päärakennuksessa voidaan esimerkiksi järjestää ruokailu, sillä siellä ruokailee kerralla noin 150 henkeä. 1700-luvun tunnelmaisessa pirtissä voidaan järjestää juhlat noin 50 hengelle. Tallin vintti on Taulaniemen suurin yhtenäinen tila, jossa juhlii kerralla jopa 200 henkeä. (Juhlat n.d.) Pursiainen (2016) kertoo, että lähellä ei ole kilpailijoita, joilla olisi yhtä suuri yhtenäinen tila juhlien järjestämiseen. Lähin tällaista isoa juhlatilaa tarjoava toimija sijaitsee Nokialla Tampereen kupeessa. (Pursiainen 2016.) Tallin vintti on muoltaan ja koristeluiltaan tila, jossa voidaan pitää esimerkiksi konsertteja. Juhlia vietettäessä voidaan esimerkiksi ruokailla ensin päärakennuksessa ja sitten kahvitella sekä tanssia tallin vintillä. Laaja piha-alue takaa myös sen, että kauniina kesäiltoina ohjelmaa voidaan järjestää myös ulkona. (Juhlat n.d.) Häät ja juhlat kesäisin ovatkin tällä hetkellä Taulaniemen tuottavin tulonlähde, ja toiminta pyörii tällä hetkellä pitkälti niistä saaduilla varoilla (Pursiainen 2016).

Taulaniemen leirintäalue on erinomainen paikka esimerkiksi häiden järjestämiseen, sillä sen läheisyydessä sijaitsee useampikin kirkko. Teiskon kirkko sijaitsee vain kahdeksan kilometrin päässä, Aitolahden vanha kirkko 20 kilometrin päässä, Messukylän uusi kirkko 29 kilometrin päässä ja Tampereen keskustan kirkot noin 32 kilometrin päässä (Juhlat n.d.). Näin rauhalliseen maalaistunnelmaan pääsee nopeasti kaupungin vilinästä. Juhlapaketit sisältävät yleensä tilavuokran, kakun, kahvituksen sekä maalaispitopöydän. Taulaniemen henkilökunta valmistaa perinteisen pitopöydän ottaen huomioon asiakkaiden toiveet ja ruoka-aineallergiat. Pääruoaksi voidaan myös valmistaa varraspossu, jonka valmistaminen on jo itsessään yksi ohjelmanumero. (Juhlat n.d)

Taulaniemessä ollaan kiinnostuneita yritysasiakkaista ja heille järjestettävästä toiminnasta, ja koko toimintavuosiensa aikana siellä onkin järjestetty muutamia kymmeniä TYKY-päiviä (Pursiainen 2016). Ympäröivä luonto on järvineen ja polkuineen kaunista, ja alueella sijaitsevat rakennukset tuovat mahdollisuuden järjestää monenlaista erilaista ohjelmaa. Aluetta ympäröivät isot niityt sekä kaksi tasaista hiekkakenttää, joilla voidaan järjestää tilaa vieväkin ohjelmaa. Kokouksia varten Taulaniemessä on isoja ja pieniä tiloja rauhallisessa ympäristössä, ja rantasaunaa voidaan hyödyntää onnistuneen kokoustapahtuman tekemisessä. (Yritykset n.d.)

Taulaniemen leirintäalueella on kotisivut, joilla he antavat paljon informaatiota toiminnasta kiinnostuneille. Lisäksi heillä on ollut mainoksia esimerkiksi SF-Caravanin sivuilla, joka on suomalainen matkailuajoneuvon käyttäjien muodostamien yhdistysten valtakunnallinen keskusjärjestö (Pursiainen 2016; SF-Caravan ry n.d.). Ulkomaalaisia asiakkaita on aikaisemmin tavoitettu ulkomaalaisen ACSI-kanavan kautta, joka tarjoaa tietoa leirinnästä ja leirintäaluemajoituksesta Euroopassa. (Pursiainen 2016; About ACSI n.d.) Toimeksiantajan mukaan leirintäalueen ylläpitäminen ei kuitenkaan ole enää järkevää, sillä vain muutamia asiakkaita tulee sattumanvaraisesti, mutta samalla vastaanotossa täytyy olla henkilökuntaa päivystämässä melkein vuorokauden ympäri. Useat karavaanarit eivät enää myöskään ”löydä” Taulaniemeen, sillä he ajavat nyt moottoritietä Serlachius-museon avattua Mänttään. Lisäksi mm. SF-Caravanin ja ACSI:n tarkastajat työllistävät karavaanarialueita, eikä toimintaa siksikään haluta jatkaa. Myöskään mainostamista SF-Caravanin ja ACSI:n sivustoilla ei haluta jatkaa,

vaikka ne tuovatkin ulkomaalaisia asiakkaita, sillä nämä kanavat tuovat nimenomaan vain karavaanareita. (Pursiainen 2016.)

Leirintäalueen pääasiakassegmenttinä on ollut lapsiperheet, mutta toimeksiantajan mukaan he haluavat keskittyä nyt yritysasiakkaisiin. Lisäksi toiminta halutaan pitää auki vain tilauksesta, jotta henkilökuntaa ei tarvitse olla vastaanotossa päivystämässä vuorokauden ympäri. Taulaniemen leirintäalueella ei ole internetvarausmahdollisuutta, sillä henkilökunta haluaa hyvin tarkkaan katsoa, millaisia asiakkaita paikalle on tulossa, eikä internetajanvaraus ole tulevaisuuden suunnitelmissa. Tulevaisuudessa toiminta halutaan pitää sellaisena, että se pystyttäisiin pitkälle toteuttamaan itse oman henkilökunnan voimin. Lisäyöntekijöitä on ollut apuna esimerkiksi häissä, mutta pääasiassa Taulaniemessä työskentelee vain oma henkilökunta, johon kuuluu kolme henkeä. Toiminnan ollessa vain tilausluontoista pystyisi Taulaniemen henkilökunta varautumaan suurempiin tapahtumiin lisäyöntekijöin. Taulaniemen leirintäalue on tarjonnut asiakkaille aktiviteetteina aikaisempina vuosina mm. temppuratoja ja hyvinvointipolun. Tulevaisuudessa olisi mahdollisuus esimerkiksi frisbeegolfiin tai yhteistyösopimukseen esimerkiksi moottoriurheilun saralla. Toimeksiantajan toiveena on, että yritysasiakkaita saataisiin houkuteltua viipymään Taulaniemessä muutaman päivän ajan ja yöpymään mökeissä. (Pursiainen 2016.)

3 Työkyky ja työhyvinvointi

Työhyvinvointi ja työkyky määritellään monin eri tavoin ja ne sisältävät eri osa-alueita, joita tähän alle on koottu kokonaiskuvan hahmottamiseksi. Vaikka tässä opin- näytetyössä keskitytäänkin enemmän työkykyä ylläpitävään toimintaan, täytyy työ- hyvinvoinnin käsite sisällyttää myös mukaan, sillä työkyky on työhyvinvoinnin yksi lähtökohdista ja sen keskeinen osa (Tamminen 2011, 2). Käsitteitä käytetään siis täy- dentämään toisiaan. Työkyky voidaan tässä opinnäytetyössä lyhentää muotoon TYKY, joka tarkoittaa työkykyä ylläpitävää toimintaa.

Työhyvinvointi sisältää kaikki ne ominaisuudet, jotka auttavat organisaatiota teke- mään työstä tuloksellista. Työyhteisössä tapahtuvan toiminnan lisäksi työhyvinvoin- tiin sisältyy yksilön tasapaino vapaa-ajan, työn ja levon välillä. Kehittämällä työhyvin- vointia jokapäiväisen työn osana on tuloksena työntekijöiden parempi jaksaminen, työkyvyttömyyden ehkäiseminen ja työurien pidentäminen. (Tamminen 2011, 2.) Työhyvinvoinnin lisääntyessä työhön sitoutuminen ja työn tuottavuus kasvavat, kun taas sairauspoissaolojen määrä vähenee (Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskus n.d.). Työhy- vinvointia ohjaavat työelämän lainsäädäntö ja työehtosopimukset, työelämään liitty- vät tutkimuksen ja suositukset sekä arvot, etiikka ja yhteiskuntavastuu. Työhyvin- voinnin perustana on työn tuottavuus, tuloksellisuus ja organisaation kilpailukyvyyn vaaliminen niin yksilön kuin yhteiskunnan kannalta. (Rauramo 2012, 17.)

Kehusmaan (2011, 14) mukaan Työterveyslaitos (2009) määrittelee työhyvinvoinnin olevan tuottavaa ja samalla terveellistä ja turvallista työtä. Tätä työtä tekevät am- mattitaitoiset työntekijät ammattitaitoisessa työyhteisössä. Näin työ koetaan palkit- sevana ja mielekkäänä sekä omaa elämänhallintaa tukevana. Kehusmaa (2011, 14– 15) jatkaa Otalan ja Ahosen (2003) mukaan työhyvinvoinnin olevan sekä yksilön hen- kilökohtaista hyvinvointia ja viretilaa kuin koko työyhteisön yleistä viretilaa. Työhy- vinvointi on tällaisessa ympäristössä yksilöiden ja yhteisön yhteistyötä, joka kehittyy jatkuvasti ja jossa jokainen yksilö kokee olevansa tärkeä.

Tampereen yliopiston työhyvinvointiopas (Manka et al. 2007) kuitenkin kritisoi työ- hyvinvoinnin määritelmiä siitä, että yleiset työhyvinvoinnin määritelmät eivät ota

huomioon työn mielekkyyttä ja motivaatiota, vaan tarkastelevat käsitettä vain psyykkisen rasittavuuden kautta. Kun otetaan huomioon työn ilo ja motivaatio, työhyvinvoinnin käsitteen tulisi sisältää aiemmista malleista puuttuneet osa-alueet, kuten työn imun ja transformatiivisen oppimisen. Näin laaja-alaisemmin ajateltuna työhyvinvointi johtaa juurensa työn organisoinnin, esimiestoiminnan ja työorganisaation tai ryhmän toiminnan kehittämistarpeista. (Kehusmaa 2011, 14–15.)

Työhyvinvoinnin ylläpitäminen

Työhyvinvoinnin ylläpitäminen ja edistäminen ovat yhteistyötä. Samalla kun työnantaja huolehtii työn turvallisuudesta, työntekijöiden tasapuolisesta kohtelusta ja hyvästä johtamisesta, on työntekijällä vastuu oman ammatillisen osaamisen ja työkykynsä ylläpidosta. Lisäksi jokainen työntekijä vaikuttaa positiivisen työilmapiirin syntymiseen. Työhyvinvointia voidaan edistää työolojen ja ammatillisen osaamisen kehittämällä, työterveyshuollolla sekä työkykyä ylläpitävällä toiminnalla. (Sosiaali- ja terveysministeriö n.d.)

Työhyvinvointia voidaan ylläpitää jokaisessa työyhteisössä päivittäin. Sen perusta on määritelty työturvallisuuslaissa (738/2002), jossa on säädetty veloitteet johdolle ja esimiehille työntekijöiden turvallisuudesta ja terveydestä. Laki ohjaa työhyvinvoinnin ylläpitoa yhdessä työ- ja suojeluhenkilöstön, työterveyshuollon, henkilökunnan sekä organisaation välillä. Työhyvinvointi on käytännössä muun muassa hyvää työilmapiiriä, turvallista työympäristöä, yksilön työkykyä ja terveyttä, osaamisen arvostamista ja kehittymismahdollisuuksia, hyvää johtamista ja sujuvaa tiedonkulkua, työn organisoimista ja mitoitusta sekä työyhteisön taitoja ja sosiaalisia suhteita. (Tamminen 2011, 2.)

Työhyvinvointi on edellytys tulokselliselle organisaatiolle ja se on osa strategista johtamista. Jotta työhyvinvointia ja tuloksellisuutta voidaan ylläpitää ja kehittää, tarvitaan ylimmän johdon ja luottamushenkilöiden sitoutuminen ja tuki. Ylimmän johdon tulee huolehtia työhyvinvoinnin edellytyksistä ja toteuttaa ne käytännössä: näin saadaan kaikilta osa-alueiltaan toimiva organisaatio. Johto määrittää organisaation tavoitteet ja varaavat tarvittavat resurssit. Lisäksi johto on esikuvana työhyvinvoinnin

kehittämisessä ja sääntöihin sitoutumisessa sekä huolehtii lakisääteisistä järjestelyistä, kuten vakuutuksista. Keskijohto huolehtii toiminnan ohjaamisesta ja valvonnasta, jotta esimiehet toimivat yhteisten pelisääntöjen mukaan, ja jotta heidän osaamisensa on ajan tasalla. (Tamminen 2011, 2.) Vastuullisesti johtavan organisaation tulee myös ottaa huomioon asiakasnäkökulmat, selkeyttää tavoitteet, pitää toiminta läpinäkyvänä ja prosessit sujuvina sekä tuottaa taloudellista lisäarvoa (Salojärvi 2010, 14).

Työhyvinvoinnin ylläpito on tärkeää jokaisessa työyhteisössä, sillä se on suhteessa tuottavuuteen: työhyvinvoinnin parantuessa organisaation tuottavuus paranee, ja tuottavuuden parantuessa taas työhyvinvointi paranee. Tutkimus on osoittanut, että kun yritys panostaa tietoisesti puolentoista vuoden aikana hyviin työterveyskäytäntöihin, tiedotukseen ja yhteistoimintaan, hyviin työsuojelukäytäntöihin, henkilöjohtamiseen sekä esimiesvalmennukseen, sairauspoissaolot vähenevät merkittävästi jo tänä aikana. (Salojärvi 2010, 14.)

Työkyvyn ylläpitäminen

Työkyky puolestaan perustuu ihmisen psyykkiseen ja fyysiseen toimintakykyyn ja näiden tasapainoon. Työn täytyy olla tasapainossa ja yhteensopivaa suhteessa molempiin toimintakykyihin, jotta työ on onnistunutta sekä työn vaatimusten, että yksilön voimavarojen kannalta. Työkykyyn vaikuttaa myös työntekijöiden ja työyhteisön ammattitaito sekä asenteet. (Tamminen 2011, 2; Työeläkevakuuttajat TELA ry n.d.)

Työkykyä ylläpitävä toiminta on työpaikalla tapahtuvaa toimintaa, jolla kehitetään työntekijän toimintakykyä ja terveyttä, työyhteisöä sekä työympäristön terveellisyttä ja turvallisuutta. Vastuu työkyvyn ylläpitämisestä kuuluu niin työnantajalle, esimiehille kuin organisaation yhteistyöelimille, henkilöstöryhmille sekä yksittäiselle työntekijälle. Työkyky on siis kaikkien toimijoiden yhteistyötä. Nykymuotoinen työkykyä ylläpitävä toiminta sai alkunsa vuonna 1989, kun keskeiset työmarkkinajärjestöt sopivat suosituksesta työkykyä ylläpitävän toiminnan järjestämiseen. 1990-luvun al-

kupuoilella toiminnasta tuli osa työterveyshuollon lakisääteistä sisältöä. Työkykyä ylläpitävä toiminta ei kuitenkaan levinnyt työpaikoille nopeasti, sillä työpaikoilla ei vielä ollut menetelmiä sen toteuttamiseksi. (Suontausta & Tyni 2005, 54.)

Työpaikoilla voidaan järjestää työkykyä ylläpitävää ohjelmaa, jonka tarkoituksena on ylläpitää työntekijöiden työkykyä. Esimerkiksi kestävyysharjoituksilla ja lihaskuntoa sekä motoriikkaa kehittämällä voidaan pitää yllä työntekijöiden fyysistä kuntoa. Rentoutumisharjoitukset ja elämänhallintaa harjoittamalla sekä valmiudella sopeutua muutoksiin voidaan ylläpitää yksilön henkistä kuntoa, jonka tavoitteena on yksilön jaksaminen sekä työssä että vapaa-ajalla. Panostamalla yhteistyöhön, yhteiseen toimintaan ja vuorovaikutukseen ylläpidetään ihmisen sosiaalista kuntoa. (Verhelä & Lackman 2003, 142–143.)

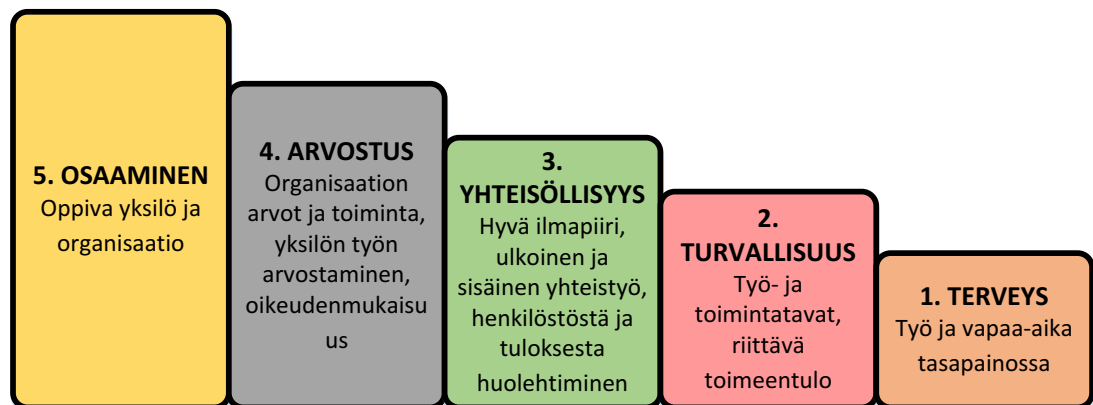
Työelämän laatua voidaan tutkia työolobarometrillä, joka on Työ- ja elinkeinoministeriön toteuttama tutkimus. Barometri koostuu neljästä eri osa-alueesta, jotka määrittelevät työelämän laatua. Nämä osa-alueet ovat työpaikan varmuus, tasapuolinen kohtelu koko työyhteisössä, yksiköiden voimavarat suhteessa vaatimustasoon sekä työyhteisössä vallitseva innostavuus, kannustavuus sekä keskinäinen luottamus. (Kehusmaa 2011, 15.) Tutkimus kuvaa työelämän tilaa Suomessa ja se toteutetaan työntekijöiden haastatteluin. Esimerkiksi viimeisin työolobarometri osoittaa, että kehitystä on tapahtunut 15 vuoden aikana ja työpaikoilla kiinnitetään enemmän huomiota työntekijöiden osaamiseen kuin aiemmin. (Työ- ja elinkeinoministeriö n.d.)

3.1 Työhyvinvoinnin portaat

Työhyvinvointia kuvaa myös Rauramo (2012) mallillaan työhyvinvoinnin portaista, jonka perustana on perustarpeita kuvaava 1940-luvulla julkaistu Maslowin tarvehierarkia. Maslowin mukaan on olemassa viisi perustarvetta, joita ovat fysiologiset tarpeet, yhteisöllisyyden tarve, turvallisuuden tarve, arvostuksen tarve ja itsensä toteuttamisen tarve. Nämä tarpeet eli perustavoitteet ovat riippuvaisia toisistaan. Rauramon työhyvinvoinnin porrasmalli sisältää yksilön ja työyhteisön hyvinvoinnin, ja

niissä tutkitaan ihmisen perustarpeiden suhdetta työhön ja näiden tarpeiden vaikutusta motivaatioon. Hyvinvoinnin portaiden tarkoituksena on kehittää niin yksilön kuin työyhteisön työhyvinvointia porraskerrallaan. (Rauramo 2012, 13.)

Työn imu eli niin sanottu flow-ilmiö tuo esille parhaiten eri tarveportaiden korostamisen eri tilanteissa. Flow-ilmiössä yksilö syventyy työhönsä niin tarkasti, että jopa fyysiset perustarpeet, kuten nälkä, jäävät huomiotta. Tässä ilmiössä täyttyy Maslowin tarvehierarkian ylin porraskerros eli itsensä toteuttamisen tarve, ja on flow-ilmiötä pidetty jopa Maslowin tarvehierarkian kuudentena porttana. Maslow on myöhemmin lisännyt, että tarvehierarkian ylemmän portaan täytyminen ei edellytä alempien portaiden tarpeiden täyttymistä, joka on kuitenkin aiemmin ollut tarvehierarkian perustana. Kun tämä otetaan huomioon, Rauramon porrasmalli sopii hyvin kuvaamaan työhyvinvointia. (Kehusmaa 2011, 18.)



Kuvio 5. Työhyvinvoinnin portaat (Rauramo 2012, 15, muokattu)

Rauramon työhyvinvoinnin portaat sisältävät viisi askelmaa, joiden tarpeet voivat siis täyttyä toisistaan riippumatta. Ensimmäinen porraskerros on psykologiset perustarpeet, jotka täyttyvät, kun työn kuormittavuus on tasapainossa ja työ mahdollistaa tarpeeksi vapaa-aikaa. Tähän portaaseen kuuluu organisaation tarjoama työpaikkaruokailu, työntekijän terveydestä huolehtiminen työterveyden kautta ja sairauksien ehkäisy sekä työntekijän terveelliset elämäntavat, kuten liikunta ja laadukas ravinto. Näitä psykologisia perustarpeita voidaan arvioida ja mitata terveystarkastuksilla, kyselyillä ja fyysisen kunnon mittauksilla, ja tämän portaan tavoitteena onkin hyvä ter-

veys. Toisen portaan eli turvallisuuden tarpeen toteutumisen edellytyksenä on työntekijän turvalliset ja ergonomiset työ- ja toimintatavat, työn pysyvyys ja riittävää toimeentulo sekä työyhteisön oikeudenmukaisuus ja tasa-arvoisuus. Näiden toteutumisista voidaan arvioida työpaikkaselvityksillä, tilastoilla ja riskien kartoittamisella. Tavoitteena on kokonaisvaltainen turvallisuus. (Kehusmaa 2011, 18; Rauramo 2012, 14–15.)

Kolmas porras on yhteisöllisyyden tarve, joka tyydyttyä työyhteisön yhteishenkeä tukevilla toimilla sekä henkilöstöstä ja tuloksesta huolehtimisella. Se sisältää hyvän ilmapiirin, sisäisten ja ulkoisten tukiverkostojen käytön sekä yhteistyön sujumisen. Työyhteisössä vallitsee luottamus ja hyvä johtaminen sekä toimivat esimies-alaisuuhteet. Yksilö on joustava, hyväksyy erilaisuuden ja on kehitysmönteinen, ja lisäksi hänen ihmissuhteensa ovat kunnossa myös työssä ja vapaa-ajalla. Tämän tarpeen toteutumista voidaan mitata esimerkiksi työilmapiiri-, työtyytyväisyys- sekä työyhteisön toimivuuskyselyillä, ja tavoitteena onkin organisaation päämäärää, perustehtävää, tavoitteita ja yksilön hyvinvointia tukeva yhteisöllisyys. (Kehusmaa 2011, 18–19; Rauramo 2012, 14.)

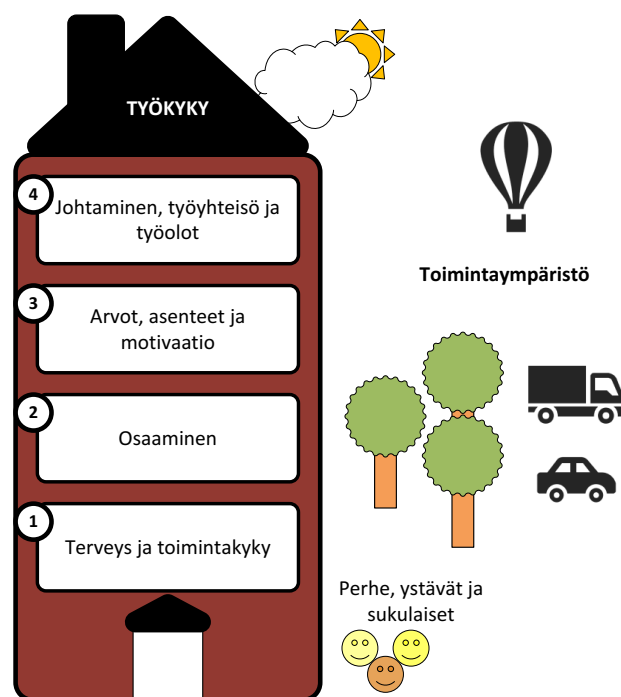
Neljäs porras on arvostuksen tarve, joka sisältää organisaation arvot ja toiminnan, talouden sekä palkitsemis-, palaute- ja palkkajärjestelmät. Lisäksi arvostuksen tarpeessa täytyy täytyä sujuva ja avoin tiedonkulku. Yksilön kannalta arvostuksen tarveporras täyttyy, kun hän saa aktiivisen roolin organisaation toiminnassa ja kehittämisessä. Oman työn arvostaminen ja itsearvostus sekä myönteinen minäkuva ovat myös osa arvostuksen tarvetta. Kaikki nämä ovat osa jokapäiväistä arkea, ja niiden tavoitteena onkin arvostus omaa ja toisten työtä kohtaan. Mittaustapoja ylläoleville ovat esimerkiksi työtyytyväisyysmittaukset sekä taloudelliset ja toiminnalliset tulokset. (Kehusmaa 2011, 18–19; Rauramo 2012, 14.)

Viimeisen portaan eli itsensä toteuttamisen tarpeen portaalla on yksilötasolla yksilön oman työn hallinta ja osaamisen ylläpito, luova toiminta sekä oppimisen ja oivaltamisen ilo. Organisaation tasolla se sisältää yksilön ja työyhteisön oppimisen tukemisen ja osaamisen hallintaa, mielekkään työn mahdollistamista sekä luovuutta ja vapautta.

Näitä voidaan mitata esimerkiksi osaamisprofileilla, kehityskeskusteluilla, innovaatioilla sekä tieteellisillä ja taiteellisilla tuloksilla. Yksilön ja työyhteisön osaamista ja oppimista tuetaan, ja itsensä kehittäminen tukee sekä yksilön osaamista, että organisaation tavoitteita. Lisäksi työympäristön viihtyisyydestä pidetään huolta. Tämän portaan tavoitteena on kilpailukykyä tukeva osaaminen. Jokaisen portaan arviointimenetelmällä organisaation jäsen voi pisteyttää omaa toimintaansa ja organisaation toimintaa. Nämä arviointimenetelmät antavat arvokkaita tuloksia siitä, mitkä ovat oman organisaation vahvuuksia ja puutteita ja kuinka kokonaisvaltaista työhyvinvointi voi ylipäättään olla. (Kehusmaa 2011, 18–20; Rauramo 2012, 14.)

3.2 Työkykytalo-malli

Työkykyä voidaan tarkastella myös Juhani Ilmarisen kehittämän Työkykytalo-mallin kautta. Tässä mallissa on neljä eri kerrosta, joiden perustana on terveys ja toimintakyky. Kolme alimmaista kerrosta kuvaavat yksilön henkilökohtaisia voimavaroja ja ylin neljäs kerros työoloja, työtä ja johtamista. (Työterveyslaitos 2014.)



Kuvio 6. Työkyky-talo (Työterveyslaitos 2014, muokattu)

Ensimmäisessä kerroksessa on psyykinen, fyysinen ja sosiaalinen työkyky ja terveys, jotka ovat koko työkyvyn perustana. Toisessa kerroksessa on osaaminen, jonka ydin

on peruskoulutuksessa ja ammatillisissa tiedoissa ja taidoissa. Tämän kerroksen merkitys on vahvistunut viime vuosina, sillä uusia osaamisen alueita ja vaatimuksia kehittyy kaikilla toimialoilla. Niinpä tietojen ja taitojen ylläpito ja päivittäminen ovat tärkeää läpi ihmisen eliniän. Kolmannessa kerroksessa on arvot, asenteet ja motivaatio. Yksilön asenteet vaikuttavat joko positiivisesti tai negatiivisesti työkykyyn: työkykyä vahvistaa, jos työ koetaan mielekkäänä ja sopivan haasteellisena. Jos työ koetaan merkityksettömäksi eikä se vastaa yksilön omia odotuksia, heikentää tämä työkykyä. Asenteet työtä ja eläkettä kohtaan muuttuvat iän myötä, ja ne voivat myös johtaa työelämästä vetäytymiseen tai syrjäytymiseen. Tässä kerroksessa kohtaavat myös työelämän ja vapaa-ajan tasapaino. (Mt.)

Neljäs eli ylin kerros sisältää työn johtamisen, työolot ja työyhteisön. Ne kuvaavat itse työtä ja työoloja, työpaikkaa, työyhteisöä ja koko organisaatiota. Lisäksi johtaminen ja esimiestyö ovat osa tämän kerroksen toimintaa, sillä johtajilla ja esimiehillä on velvollisuus ja vastuu työkyvyn ylläpitävän toiminnan kehittämisestä työpaikalla. Kaikki talon kerrokset tukevat toisiaan ja niistä muodostuukin vankka talo, joka toimii ja pysyy pystyssä. Työkyky muodostuu ihmisen voimavarojen ja työn välisestä tasapainosta ja yhteensopivuudesta. Muutoksia tulee iän myötä esimerkiksi ensimmäisen kerroksen yksilön voimavaroja kuvaavaan kerrokseen. Myös neljäs kerros, eli työtä kuvaava kerros, muuttuu nopeasti ja saattaa kasvaa liian raskaaksi, jolloin se painaa alempia kerroksia huonoin seurauksin. Työ ei myöskään aina ota riittävästi huomioon ihmisen edellytyksiä vastata näihin muutoksiin. (Mt.)

Talon eri kerroksia tulisi kehittää jatkuvasti koko työelämän ajan. Tavoitteena on turvata kerrosten yhteensopivuus, kun ihminen ja työ muuttuvat. Työnantaja ja esimiehet vastaavat talon neljännessä kerroksesta, kun yksilö vastaa omista voimavaroistaan. Työkykytalon ympärillä on perheen, sukulaisten ja ystävien verkostot, jotka tukevat yksilön työkykyä. Vastuu yksilön työkyvystä jakaantuu myös yhteiskunnalle, sillä sen rakenteet ja säännöt vaikuttavat yksilön työkykyyn. (Mt.)

4 Yritysasiakkaat matkailupalveluiden käyttäjinä

Jotta pystytään ymmärtämään yritysasiakkaiden TYKY-päivien osto- ja käyttöprosessia, täytyy ensin tarkastella yritysasiakkaiden ominaispiirteitä matkailupalveluiden käyttäjinä. Organisaatioiden ostokäyttäytyminen nähdään usein suunnitelmallisempina kuin kuluttajien ostokäyttäytyminen ja ostaminen onkin usein hyvin harkittua ja laskelmoitua. Toisin kuin yksilön ostoprosessissa, organisaatiossa on useita henkilöitä, jotka vaikuttavat tuotteiden ja palveluiden ostamiseen. Siihen vaikuttavat niin varsinainen ostaja kuin yrityksen päättäjät, jotka hyväksyvät tuotteen tai palvelun ostamisen. Lisäksi esimerkiksi sihteerit ja puhelinvaihteen ohjaajat sekä muu tekninen henkilöstö voi vaikuttaa ostopäätökseen, sillä he säätelevät sitä tietoa, mikä organisaatioon kulkeutuu. (Begstöm & Leppänen 2015, 111.)

Löytänä (2011) kertoo Arussyn (2010) määritelleen kirjassaan Customer Experience Strategy yritysasiakkaiden olevan asiakkaita, joiden päätöksentekoon osallistuu monia henkilöitä ja jotka harkitsevat pitkään päätöksiään. Yritysasiakkaat haluavat ennakoida riskejä ja tehdä tarkat sopimukset sekä odottavat pitkäkestoisia asiakassuhteita ja tasavertaisuutta yhteistyökumppaniltaan. (Löytänä 2011.) Alakoski (2014) puolestaan kertoo Fitzsimmonsin, Nohin ja Thiesin (1998) luokitelleen neljään eri ryhmään yritysten ostamat ja käyttämät palvelut niiden ominaisuuksien mukaan: asiantuntija-palveluihin, tiloihin ja välineisiin, henkilöstöön ja työsuhteisiin sekä työvoimaan liittyviin palveluihin. Koska ostajat ovat ammattilaisia, eroaa yritysasiakkaan päätöksentekoprosessi kuluttajan päätöksentekoprosessista: yleensä yritysasiakkailla on organisaation eri osastot tai tasot mukana ostopäätösten tekemisessä. (Alakoski 2014, 27.)

Organisaationkulttuuri ja sen tarpeet ja asenteet vaikuttavat yritysasiakkaiden ostokäyttäytymiseen ja päätöksentekoon. Ostoprosessiin liittyy erilaisia tarpeita, joita voidaan luokitella kolmeen ryhmään. Niitä ovat ostajan omat henkilökohtaiset tarpeet, yrityksen tarpeet sekä itse osto- ja käyttöprosessissa ilmenevät tarpeet. Ostajina yritysasiakkaat ovat yleensä vaativia ja rationaalisia. (Alakoski 2014, 28.) Yrityksen ostoprosessissa markkinointiviestit ja muut ulkoiset ärsykkeet vaikuttavat ostopäätökseen. Lisäksi, kuten yllä jo mainittiin, on yrityksessä useita tarpeita, jotka vai-

kuttavat myös tähän ostopäätökseen. Näiden ärsykkeiden ja tarpeiden lopputulokseksi on ostajan reaktio, joka sisältää palvelun tai tuotteiden valinnan, tavarantoimittajan valinnan, tilauksen koon, tilaus- ja toimitusehdot sekä tilauksen maksun. Jotta tuotetta tai palvelua voidaan markkinoida yritykselle, tulee myyjän ymmärtää yritysasiakkaan prosessi ja se, miten hänen tulee käyttää ulkoisia ärsykeitä, jotta niiden tulokseksi saadaan ostoreaktio. (Kotler & Armstrong 1999, 173.)

Matkailupalveluiden ostamisessa ja käyttämisessä yritysasiakkaat eroavat vapaa-ajan matkailijoista mm. matkustusajankohdan, matkakohteen, matkan varaajan, matkan päättäjän ja matkan maksajan mukaan. Yrityksessä matkan maksaa ja matkakohteen päättää matkustajan työnantaja, kun vapaa-ajan matkustuksessa matkustaja itse maksaa ja päättää oman matkansa. Yritysten matkustusaika on yleensä arkisin maanantaista perjantaihin vuoden ympäri, toisin kuin vapaa-ajan matkailijoilla, joiden matkat painottuvat lomakausiin ja viikonloppuihin. Yritykset valitsevat matkakohteen matkan luonteen ja sisällön mukaisesti, ja matkan aikana käytetäänkin erilaisia kokous- ja kongressipalveluita, kulttuuri-, ohjelma- ja elämispalveluita sekä teemaopastuksia ja retriittejä. (Verhelä & Lackman 2003, 28–29.)

Matkan luonteesta riippumatta matkailija käyttää kuitenkin mm. samoja majoitus-, ravitsemis- ja kuljetuspalveluita. Usein on myös vaikea vetää selkeää rajaa yritysmatkailijan ja vapaa-ajanmatkailijan välille, sillä molemmissa matkustamistyypeissä käytetään samoja ohjelmapalveluita, ja yritysasiakkaat yhdistävät ammattiin liittyvään matkaan myös vapaa-ajan matkailupalveluita. Tärkeää matkailupalvelun tarjoajan kannalta on kuitenkin se, että hänen täytyy ottaa huomioon niin matkailijan työnantaja eli matkan maksaja, kuin matkailupalvelun käyttäjä. (Verhelä & Lackman 2003, 28.)

Työkykyä ylläpitävä matkailu on työntekijöiden, työnantajan ja työterveyshuollon yhteistyössä järjestämää toimintaa. Yleensä työnantaja kustantaa tällaisen toiminnan, ja usein se tapahtuu työpaikan ulkopuolella matkailualan yritysten toimesta. (Suontausta & Tyni 2005, 71–72.) Suuri osa työkykyä ylläpitävästä toiminnasta toteutetaan TYKY-matkailuna, jolloin matkustamisen motiivina on työkyvyn ylläpitäminen. Tällöin

työyhteisö matkustaa kohteeseen esimerkiksi paikkakunnan tai Suomen mittakaa-
vassa työpaikan ulkopuolelle, ja toteuttaa kevyitä toiminnallisia leikkejä ja pelejä,
jotka ylläpitävät niin fyysistä, psyykkistä kuin sosiaalista työkykyä. Tätä toimintaa oh-
jaa esimerkiksi terveydenhuollon ammattilaiset, matkailukeskusten työntekijät tai
kylpylöiden ohjaajat. (Verhelä & Lackman 2003, 142–143.) Jos TYKY-toiminnassa käy-
tetään liikunta- ja virkistyspaketteja, se voidaan laskea osaksi hyvinvointimatkailua,
kun puolestaan työkykyä ylläpitävät lääketieteellisiä toimia vaativat kuntoutuslomat
lasketaan osaksi terveydenhoitomatkailua. (Suontausta & Tyni 2005, 72.)

TYKY-toimintaan sisältyy usein myös wellness-matkailua ja suurin osa TYKY-matkai-
lusta täyttääkin wellness-matkailutuotteiden kriteerit. Wellness-matkailutuotteita
ovat sellaiset tuotteet, jotka edistävät kehon, sielun ja mielen hyvinvointia, ja joissa
on huomioitu asiakkaan henkilökohtaiset tarpeet. Wellness-matkailussa on myös ri-
paus luksusta, ja tuotteen ympäristö on esteettinen sekä rauhallinen. (Matkailun
edistämiskeskus 2005; Suontausta & Tyni 2005, 146.) Näitä ovat käytännössä esimer-
kiksi luontomatkaillen ohjelmapalvelut, kuten kalastus tai vaellus, liikuntamatkaillen
ohjelmapalvelut, kuten melonta, laskettelu tai ratsastus, kulttuurimatkaillen ohjelma-
palvelut kuten taiteet ja käsityöt, seikkailumatkaillen ohjelmapalvelut, kuten kiipeily
ja selviytymispelit, ruokaan ja juomaan liittyvät ohjelmapalvelut, kuten viini- ja olut-
matkoihin tai kulinaristisiin matkoihin liittyvät palvelut, sekä hyvinvointi ja terveys-
matkaillen ohjelmapalvelut, kuten hiljaisuuteen tai virkistykseen tarkoitetut terveys-
matkaillen palvelut. (Suontausta & Tyni 2005, 146–148.)

Yhä useammat yritykset haluavat viettää TYKY-päivänsä luontomatkaillen parissa, kun-
taas aikaisemmin työntekijöiden virkistymispäivät painottuivat juhlimiseen. Yritykset
ovatkin keskittymässä enemmän mm. kalastamiseen ja ulkoiluun sekä muihin rentoi-
hin aktiviteetteihin kuin alkoholipitoisiin juhliin. Esimerkiksi Lapissa yritysmatkaillen on
lisääntynyt ja eräkeskusten tarjoamien palveluiden kysyntä on kasvanut. Eventworks
Oy:n toimitusjohtaja Markku Köngäs uskookin, että nykyään varsinkin pienemmät
yritykset tahtovat panostaa työntekijöidensä hyvinvointiin. (Hannukainen 2014.)

TYKY-pakettien sisältö voi olla hyvinkin monipuolista, sillä ne voivat sisältää sekä erilaisia hoitoja että luontoelämyksiä ja liikuntaa, ja lisäksi ne voivat pitää sisällään asiakkaiden omia kokouksia, luentoja tai ryhmätehtäviä. Pakettien kesto vaihtelee yleensä muutamista tunneista muutamiin päiviin, ja tuotteita tarjotaan pääosin ympäri vuoden. TYKY-palveluiden tarjoajat ovat yleensä pienempiä yrityksiä, joiden majoituskapasiteetti on alle sata vuodepaikkaa. Asiakaskunta TYKY-tuotteille on laaja, mutta usein asiakkaina on kuitenkin keski-ikäiset naiset. (Matkailun edistämiskeskus 2005.)

Niin henkilöstö, työnantaja kuin työterveyshuolto olivat tutkimuksessa yhtä mieltä siitä, että liikunta ja kunnon kohotus ovat tärkeimpiä TYKY-toimintoja. Virkistystoiminta, kuten kulttuuritapahtumat, laivaseminaarit ja kylpyläviikonloput, ovat sekä työnantajan että työntekijöiden mielestä toiseksi tärkein TYKY-toiminta. Työterveyshuolto pitää puolestaan toiseksi tärkeimpänä toimintana työympäristön turvallisuuden, työhygienian ja ergonomian parantamista. Työnantajalle kolmanneksi tärkein TYKY-toiminta oli ammatillisen osaamisen kehittäminen, kun taas henkilöstölle se oli työympäristön, työhygienian ja ergonomian parantaminen. Työterveydenhuollolle kolmanneksi tärkeintä TYKY-toimintaa oli kuntoutus. (Matkailun edistämiskeskus 2005.)

Matkailun edistämiskeskus (2005) on koonnut esimerkin yritykselle järjestettävästä TYKY-päivästä. Esimerkki sisältää TYKY-päivän idyllisessä kartanoympäristössä, jossa on ensin aamiainen, sen jälkeen liikunnallista aktiviteettia valinnan mukaan sekä vesiliikuntaa, saunaa ja uintia. Tämän jälkeen olisi vuorossa lounas, jonka jälkeen valinnan mukainen asiantuntijan 60 minuutin tietoisku ja päiväkahvi. Minimäärä tällaiselle paketille olisi 10 henkeä ja hinta 68 euroa hengeltä. Tällaisia TYKY-päiviä yritykset mielellään usein haluavat toteuttaa. (Matkailun edistämiskeskus 2005.)

5 Tutkimuksen toteutus

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, mitä palveluja tamperelaiset yritysasiakkaat haluavat TYKY-päivältään. Tavoitteena on tutkia, miten Taulaniemen leirin-

täalueen palveluita tulisi kehittää, jotta ne vastaavat TYKY-asiakkaiden tarpeisiin. Lisäksi halutaan tietoa siitä, millainen mielikuva kohderyhmällä on Taulaniemen leirintäalueesta ja onko se heille entuudestaan tuttu yritys.

5.1 Tutkimusongelma

Tutkimusongelmana on selvittää, minkälaisia palveluja potentiaaliset yritysasiakkaat haluavat TYKY-päivältään. Potentiaaliset yritysasiakkaat ovat tässä tapauksessa Tampereella tai sen lähialueilla toimivia yrityksiä, sillä oletamus on, ettei kauempaa saapuisi yritysasiakkaita viettämään TYKY-päiväänsä Taulaniemeen. Esimerkiksi Keski-Suomen maaseudun TYKY-matkailupalveluiden käyttäjät tulevat viettämään TYKY-päiväänsä vain lähiseuduilta (Suontausta & Tyni, 117).

Tämän lisäksi halutaan saada selville, mikä on työkykyä ylläpitävien aktiviteettien tarjonta Tampereella ja Suomessa, jotta Taulaniemen leirintäalueelle saataisiin sellaisia kehitysehdotuksia, joiden ideat olisivat kilpailukykyisiä. Näin kartoittamalla tarjontaa voidaan poimia uusia ideoita, joita voidaan Taulaniemessä myöhemmin hyödyntää, ja saadaan tietoa kilpailutilanteesta. Samalla halutaan myös selvittää, millaisen mielikuvan potentiaaliset yritysasiakkaat saavat Taulaniemen leirintäalueesta, jotta tiedetään, pitäisikö Taulaniemen muuttaa imagoaan tai markkinointiaan saadakseen TYKY-asiakkaita.

Näiden kysymysten pohjalta voidaan lopputuloksiksi saada kehitysehdotuksia siitä, mitä aktiviteetteja Taulaniemen leirintäalueen kannattaisi ottaa palvelutarjoomaansa houkutellakseen yritysasiakkaita käyttämään palvelujaan. Lisäksi saadaan tietoa siitä, onko Taulaniemen leirintäalue jo entuudestaan tuttu Tampereen alueen yrityksille, ja mitä markkinointikanavia sen tulisi käyttää, jotta yritysasiakkaita tavoitettaisiin. Aihe on rajattu nimenomaan TYKY-toimintaan toimeksiantajan toivomuksesta, sillä he haluavat keskittää asiakassegmenttinsä yritysasiakkaisiin ja TYKY-toimintaan heillä on myös kiinnostusta.

Tutkimuskysymys on siis:

- Millaisia palveluja tai aktiviteetteja potentiaaliset yritysasiakkaat haluavat virkistys- tai TYKY-päivältään?

Ja alakysymyksiä tälle ovat:

- Minkä tyyppisiä palveluita Taulaniemen leirintäalueen pitäisi tarjota, jotta erotutaan kilpailijoista?
- Millainen mielikuva potentiaalisilla yritysasiakkailla on Taulaniemen leirintäalueesta?

5.2 Tutkimusote ja tiedonkeruumenetelmä

Tutkimusotteena käytettiin laadullista eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Laadullinen tutkimus eli kvalitatiivinen tutkimus on mikä tahansa tutkimus, jonka avulla halutaan saada vastauksia ilman tilastollisia keinoja tai muita määrällisiä menetelmiä. Laadullinen tutkimus perustuu lauseisiin ja sanoihin, kun määrällisen tutkimuksen pohjana on puolestaan luvut. Lisäksi laadullinen tutkimus keskittyy ilmiön ymmärtämiseen syvällisesti eikä siinä pyritä määrällisen tutkimuksen kaltaiseen yleistämiseen. (Kananen 2008, 24.)

Kvalitatiivinen tutkimus pyrkii siis ymmärtämään ilmiötä syvällisesti, eikä siinä ole kvantitatiivisen tutkimuksen kaltaista tarkkaa viitekehystä. Lisäksi aineiston analyysissä ei ole tiukkoja sääntöjä, toisin kuin kvantitatiivisen tutkimuksen kohdalla. (Kananen 2008, 24.) Koska yritysasiakkaiden mielikuvista halutaan saada kokonaisvaltainen kuva, valittiin tutkimusmenetelmäksi juuri kvalitatiivinen tutkimus. Näin on mahdollisuus ilmiön rikkaaseen ja syvälliseen kuvaamiseen, ymmärtämiseen ja selittämiseen. Analysointi on laadullisessa tutkimuksessa läsnä myös kaikissa tutkimusprosessin eri vaiheissa, ja se ohjaa koko tutkimusprosessia ja tiedonkeruuta. (Kananen 2008, 24).

Tiedonkeruumenetelmäksi valittiin teemahaastattelu, jotta haastateltavat pystyvät itse kertomaan aiheesta yksityiskohtaisesti ja jotta ilmiöstä saadaan laaja käsitys heidän itsensä kertomana. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelu, johon on

poimittu tutkimusongelman keskeiset teemat. Tavoitteena on saada vastauksia tutkimusongelmaan siten, että haastateltava kuvaa jokaista teemaa omin sanoin. (Vilka 2015, 124.) Teemahaastattelun pohjalta saadaan vastauksia, jotka lisäävät ymmärrystä ilmiöstä, ja kehittävät näin lisää kysymyksiä. Lopuksi teemahaastatteluista saadaan analysointivaiheeseen kokonaisvaltainen kuva ja ymmärrys tutkimuskohteesta. Taustalla on koko ajan vastauksen etsiminen tutkimusongelmaan, joten tutkimusongelma ohjaakin haastattelun kysymyksiä. (Kananen 2014, 72.)

Benchmarking

Opinnäytetyössä toisena tiedonkeruumenetelmänä käytettiin benchmarkingia eli vertailukehittämistä. Benchmarking on työkalu, joka pohjautuu Demingin laadunhallinnan teoriaan, jonka tavoitteena puolestaan on parantaa ja ylläpitää laatua. Vaikka monet eri tahot ovat määritelleet benchmarkingin eri tavoin, jokainen näistä määritelmistä sisältää kuitenkin saman johtopäätöksen: benchmarking on jatkuvaa organisaation toiminnan mittaamista ja parantamista vertailemalla organisaatiota alan parhaisiin. Näin saadaan tietoa uusista työmenetelmistä ja käytännöistä, joita käytetään toisissa organisaatioissa. Benchmarking ei ole on uuden omaksumista ja kopioimista suoraan toisilta, vaan käytäntöjen ja menetelmien mukauttamista organisaation omaan toimintaan. (Kozak & Nield 2001, 8.)

Jotkut tutkijat uskovat, että jokainen vertailututkimus on benchmarkingia. Näin ei kuitenkaan ole, sillä esimerkiksi kilpailija-analyysissa tarkastellaan vain samalla alueella olevien kilpailijoiden toimintaa, kun benchmarkingissa etsitään parhaita ratkaisuja riippumatta sijainnista. Benchmarkingin tarkoituksena on mm. auttaa yritystä löytämään vahvuutensa ja heikkoutensa, jonka avulla organisaatio voi esimerkiksi parantaa kilpailukykyään. (Kozak & Nield 2001, 9.)

Benchmarkingilla selvitetään, mitä työkyvyn ylläpitoon tarjottavia palveluita on tarjolla Tampereen ja Suomen alueella, ja näistä rajataan sellaisia ideoita, joita olisi mahdollista toteuttaa Taulaniemessä. Teemahaastattelujen jälkeen siitä saatuja vastauksia voidaan verrata benchmarkingista saatuihin ideoihin, jotta saadaan valittua

parhaimmat ideat juuri Taulaniemelle. Benchmarking valittiin toiseksi tiedonkeruumenetelmäksi, sillä sen avulla saadaan tietoa eri ideoista ja vaihtoehdoista, joita voitaisiin hyödyntää suunniteltaessa TYKY-päivien sisältöä Taulaniemeen. Vaikka tätä tietoa saadaan jo teemahaastattelusta, benchmarkingin avulla voidaan tämän lisäksi kartoittaa kilpailutilannetta sekä palveluita, joilla erotutaan kilpailijoista.

5.3 Tutkimusprosessi

Tutkimusta varten tehtiin teemahaastattelurunko tamperelaisille yrityksille. Yrityksistä haastateltiin joko yrityksen antamaa yhteyshenkilöä tai itse yrittäjää. Haastateltavia yrityksiä oli 15 kappaletta, ja ne olivat yrityksiä niin pienemmistä 1–5 hengen yrityksistä suuriin, noin 100 hengen yrityksiin. Mukana oli myös muutama yksityisyrittäjä. Yritykset olivat myös eri aloilta, jotta vastauksiin saatiin mahdollisimman laajoja ja erilaisia näkökulmia. Haastateltavista 10 oli naisia ja viisi miehiä, ja tämä johtui varmasti siitä, että osa haastateltavien aloista oli naispainotteisia aloja.

Kananen (2008, 34–35) kirjoittaa, että tutkimusaineiston määrä on riittävä, kun uudet tapaukset eivät enää vaikuta ilmiön tulkintaan, ja yleensä riittävä tutkimusaineisto saadaan kerättyä hieman yli kymmenellä haastattelulla. Näitä haastatteluja tehdessä havaittiin, että kun haastatteluja oli tehty 15 kappaletta, eivät ne tuoneet enää uutta informaatiota. Tämän vuoksi toteutuneita haastatteluja oli juuri siis 15 kappaletta. Teemahaastattelut toteutettiin yrityksen jäsenen kanssa yhdessä sovitussa paikassa, joka oli joko heidän työpaikallaan tai yleisellä paikalla, kuten kahvilassa. Yksityisyrittäjien kohdalla haastattelut tehtiin heidän työpaikallaan eli kotonaan. Haastateltavat hankittiin joko käymällä paikan päällä ja kysymällä yritykseltä haastattelumahdollisuudesta tai tamperelaisten yritysverkostojen kautta. Sähköpostitse haastateltavia ei saatu, sillä vastausprosentti sähköposteihin oli todella alhainen. Haastattelut toteutettiin maaliskuun toisella ja kolmannella viikolla.

Haastattelijat saivat kertoa oman näkemyksensä neljästä teemasta, ja haastattelut etenivätkin paljon haastateltavan kertomusten mukaan, kuten teemahaastattelussa on tapana. Haastatteluiden tarkoituksena oli ensin selvittää yksilön näkemyksiä työkyvystään, jotta saadaan näkökulma siitä, mitä se heille ylipäätään tarkoittaa. Tämän

jälkeen voitiin kartoittaa näiden yritysten näkökulmia TYKY- ja virkistyspäiviin, heidän kokemuksiin toimivista markkinointiviestimisistä ja TYKY-päivän suunnittelusta sekä Taulaniemen tunnettavuudesta. Taulaniemen tunnettavuuden ja mielikuvien selvittämisessä käytettiin apuna visuaalista keinoa, joka tässä tapauksessa oli viisi valokuvaa Taulaniemen leirintäalueesta, jotta haastateltava sai paikasta käsityksen kuvien perusteella. Kuvat teemahaastatteluun valikoituivat niin, että ne kuvaisivat mahdollisimman monipuolisesti Taulaniemen leirintäaluetta. Siksi kuviksi valikoitui kuvia ympäröivästä luonnosta ja miljööstä sekä kuvia Taulaniemessä sijaitsevista rakennuksista (ks. Liite 2: Teemahaastattelun visuaalisessa osiossa käytetyt kuvat, 61).

Teemoja haastatteluun valikoitui siis neljä: työkyky yksilön näkökulmasta, TYKY- ja virkistyspäivän sisältö, markkinointiviestintä sekä Taulaniemen leirintäalue. Nämä teemat valittiin siksi, että ensimmäisessä teemassa saatiin vastauksiksi, mitä työkyky tarkoittaa haastateltavalle. Kun saatiin ymmärrys ja näkökulma siitä, miten hän kokee työkykynsä, pystyttiin syventymään TYKY- ja virkistyspäivien sisältöön. TYKY-päivän mielisestä kestosta kysyttiin siksi, koska toimeksiantajan toiveena olisi saada yrityksiä myös yöpymään Taulaniemessä TYKY-päivänsä ohessa. Kolmanneksi teemaksi valikoitui puolestaan markkinointiviestintä, koska haluttiin vastauksia siihen, mitkä kanavat yritykset kokevat hyödyllisimmiksi markkinoinnin suhteen, jotta Taulaniemessä voitaisiin panostaa juuri näihin kanaviin. Viimeiseksi teemaksi valikoitui Taulaniemen leirintäalue, sillä haluttiin selvittää Taulaniemen tunnettavuutta ja ensivaikutelmaa tai kokemuksia paikasta. Lomakkeella näkyy tummennetut kysymykset, jotka olivat pääkysymyksiä teemahaastattelussa. Muut kysymykset olivat täydentäviä kysymyksiä, joita ei kaikissa tapauksissa kysytty haastateltavilta heidän kertoessaan laajasti ja kattavasti aiheesta (ks. Liite 1: Teemahaastattelun haastattelurunko, 59). Haastattelut kestivät lyhimmillään 13 minuuttia ja pisimmillään 42 minuuttia, keskimäärin kuitenkin 22 minuuttia.

Kaikki haastattelut nauhoitettiin, äänitykset tallennettiin ja tämän jälkeen litteroitiin sanasta sanaan. Litterointi tarkoittaa tutkimuksessa käytettyjen tallenteiden, kuten äänitteiden, videoiden ja kuvien, purkamista kirjoitettavaan muotoon, jotta niitä voidaan analysoida. Litterointia voidaan tehdä joko sanatarkasti, yleiskielisesti tai propositionaalilla. Sanatarkassa litteroinnissa kaikki äännähdyksetkin on kirjattu ylös. Jopa

eleet tai äänenpainot voidaan kirjata, mutta se vaatii haastattelijalta ammattitaitoa eikä ole kovin yleistä. Yleiskielisessä litteroinnissa teksti on muutettu kirjakielen muotoon ja siitä on poistettu sekä puhe- että murrekielen ilmaisut. Propositiotason litteroinnissa kirjataan ylös vain aineiston ydinsisältö. (Kananen 2014, 101–102.) Tässä teemahaastattelussa käytettiin sanatarkkaa litterointia, sillä haluttiin kirjata tutkimustulokset mahdollisimman tarkasti, jotta ilmiöstä saadaan laaja kuva. Lisäksi puhe- ja murre sanat elävöittivät tulosten esittämistä ja toivat henkilökohtaiset mielipiteet ja kokemukset esille niin kuin ne on haastatteluissa ilmaistu. Äännähdyksiä ei kirjattu ylös, sillä tässä tutkimuksessa ne eivät vaikuta vastausten tulkittavuuteen.

Toisena tutkimusmenetelmänä käytettiin benchmarkingia eli vertailukehittämistä, jonka avulla kartoitettiin mahdollisia kilpailijoita ja heidän palveluitansa. Tarjontaa tutkittiin niin Tampereen kuin Suomen mittakaavassa. Oletuksena oli, että Tampereelta löytyy monia TYKY-palveluita tarjoavia yrityksiä, joten tutkimuskohdetta tuli rajata. Lopulta tutkittiin 20:n Tampereen alueella sijaitsevan TYKY-palveluja tarjoavan yrityksen tarjontaa sekä vastaavasti 20:n Suomen alueella sijaitsevan TYKY-palveluja tarjoavan yrityksen tarjontaa. Näin saatiin laaja käsitys siitä, millaisia palveluja kilpailijoilla olisi tarjottavanaan. Tutkimus toteutettiin yritysten verkkosivuja tarkkailemalla ja yritykset valittiin internethakujen mukaan. Hakusanoina käytettiin mm. ”TYKY-päivät Tampereella”, ”virkistyspäivät Tampere”, ”TYKY-päivät” sekä ”missä järjestän TYKY-päivän?”.

5.4 Analyysimenetelmä

Tutkimuksen analysointimenetelmänä käytettiin teemoittelua. Teemoittelussa tulokset koodataan, jotta aineisto saadaan käsiteltävään muotoon. Esimerkiksi saman teeman alle kuuluva tieto yhdistetään samalla koodilla, jotta aineistoa saadaan tiivistettyä. Koodaus ei kuitenkaan vielä ole analyysikeino vaan välivaihe, jonka avulla analyysi on mahdollinen. (Kananen 2008, 89–91.)

Teemahaastattelut nauhoitettiin ja sitten litteroitiin eli kirjoitettiin sanatarkasti tekstiksi tietokoneelle. Nauhoituksia kuunneltiin useaan kertaan, jotta oltiin varmoja, että

kaikki aineisto saatiin varmasti kirjattua. Tämän jälkeen koko teemahaastatteluai-
neisto tulostettiin, jotta pystyttiin kokoamaan saman teeman alle kuuluvat vastauk-
set yhteen. Tekstiä tiivistettiin karsimalla tutkimuksen kannalta epäolennaiset asiat
pois, jotta analysoitavasta materiaalista tulisi selkeämpää. Benchmarkingin kohdalla
haut teemoitettiin Teiskon alueen, Tampereen ja koko Suomen alueen mukaan. Koko
Suomen alue jaettiin vielä Etelä-, Länsi-, Keski-, Itä- ja Pohjois-Suomeen, jotta pystyt-
tiin tarkastelemaan kullekin alueelle ominaisia piirteitä.

6 Kilpailijoiden TYKY-palvelutarjonta

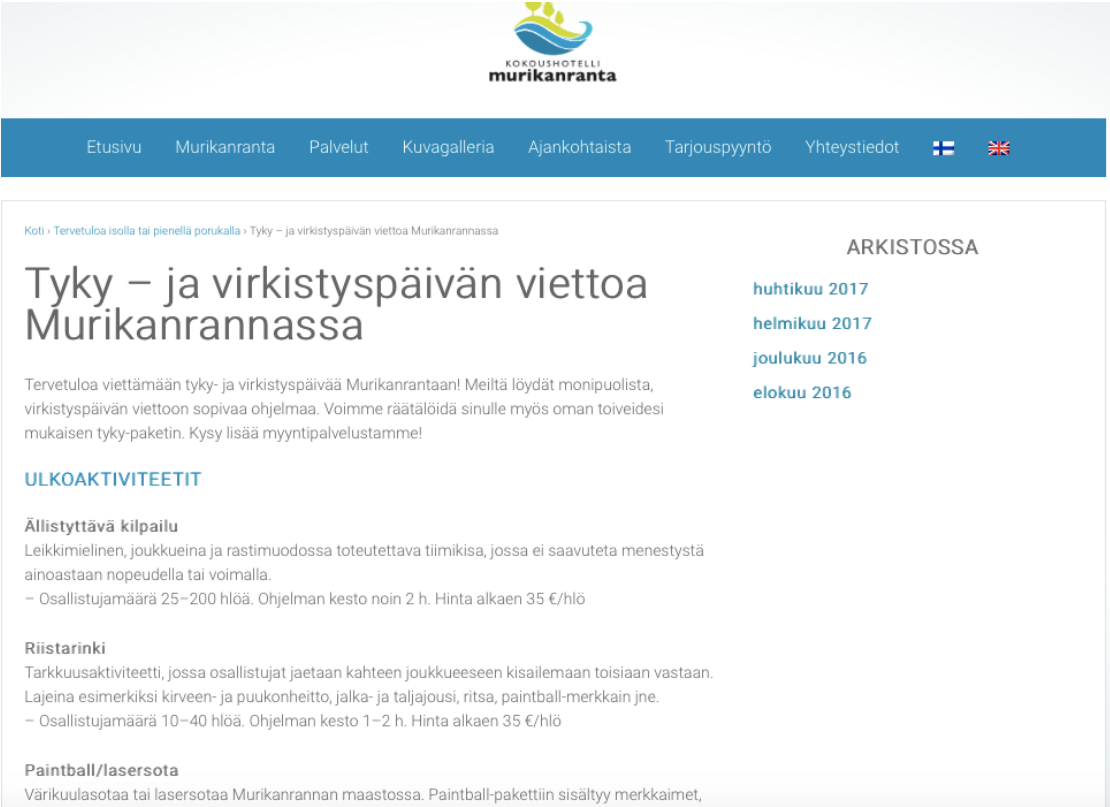
Tässä luvussa käsitellään benchmarkingin eli vertailukehittämisen tuloksia, joita saa-
tiin internethakujen perusteella. Tampereen alueelta tutkittiin 20:n TYKY-palveluja
tarjoavan yrityksen valikoimaa. Jo Tampereen Teiskon alueelta, jossa Taulaniemen
leirintäalue myös sijaitsee, löytyi useita TYKY-aktiviteetteja ja -palveluja tarjoavia yri-
tyksiä. Palvelutarjonta oli todella laajaa, joten kilpailu alueella on hyvinkin tiukkaa.
TYKY-palveluja tarjoavia yrityksiä pelkästään Teiskon alueella löytyi seitsemän kappa-
letta, joita olivat Kaanaa Karting, Teiskon Viini, Murikanranta, Kelo ja Kallio Adventu-
res, Luonnonhyvä Instituutti, Viitaniemen tila sekä Elämyspalvelut Nostalgia.

Kaanaa Karting tarjoaa nimensä mukaisesti karting-ajelua erikokoisille ryhmille (Kaa-
naa Karting n.d.). Viitaniemen tila tarjoaa puolestaan TYKY-päivään ratsastusviestejä,
maastoratsastusta ja kenttäratsastusta sekä räätälöityjä TYKY-päiviä yrityksille (Viita-
niemen tila n.d.). Teiskon Viinillä on räätälöityjä kokouspalveluja yrityksille, mm. viini-
prooveja ja lauluiltoja (Teiskon Viini n.d.). Nämä kolme yritystä ovat kilpailijoita sa-
malla alueella TYKY-palveluiden tuottamisessa, mutta tarjoavat hyvin erityyppisiä
palveluita kuin mitä Taulaniemessä olisi tällä hetkellä mahdollisuus toteuttaa: siksi
näiden kolmen yrityksen palveluita ei voitu hyödyntää benchmarkingin avulla.

Murikanranta on selvästi yksi varteenotettavimmista kilpailijoista, sillä sen TYKY-akti-
viteettitarjonta on hyvin laaja, ja välimatka Murikanrannan ja Taulaniemen leirintä-
alueen välillä onkin vain 11 kilometriä. Murikanranta tarjoaa TYKY-päiviin räätälöity-
jen pakettien lisäksi sisä- ja ulkoaktiviteettipaketteja, teemallisia illanviettoja sekä

erikoisohjelmia. Ulkoaktiiviteettipaketteina on rastikilpailua, tarkkuusaktiiviteettikilpailua (sisältää mm. jalka- ja taljajousiammuntaa, kirveen- ja puukonheittoa ja ritsalla ammuntaa) sekä paintball- ja lasersotaa. Sisäaktiiviteettipaketteihin sisältyy kuplajal-kapalloa, rastipistekilpailua sekä Peden pelit, jossa on Speden spelit-TV-formaatin mukaisia yksilöpelejä. (Murikanranta n.d.)

Teemallisiin illanviettoihin Murikanrannassa kuuluu Hupi-kasino, teemaillanvietto menneiden vuosikymmenten tyyliin tai illanvietto erilaisten elektronisten pelien kanssa, joita ovat mm. ajo-, ampuma- ja taitopelit, flipperit, pajatsot ja konsolipelit. Erikoisohjelmiin sisältyy oman musiikkivideon tekeminen yhdessä ryhmän kanssa, jonka apuna on kuvaaja, tekninen avustaja sekä ohjaaja. Murikanranta tarjoaa yllä mainittujen TYKY-pakettien lisäksi myös pihapelejä (mm. mölkkyä ja petanqueta), frisbeegolfia, metsägolfia, kalastusta, sienestystä ja marjastusta, uintia, avantouintia, saunomista, geokätköilyä, soutuveneilyä, sauvakävelyä, polkupyöräilyä, luontopolun ja kuntopolun, lautapelejä ja biljardia, sähkyä, koripalloa, lentopalloa, kuntosalin sekä seinäkiipeilyn. (Murikanranta n.d.)



Koti > Tervetuloa isolla tai pienellä porukalla > Tyky – ja virkistyspäivän viettoa Murikanrannassa

ARKISTOSSA

- [huhtikuu 2017](#)
- [helmikuu 2017](#)
- [joulukuu 2016](#)
- [elokuu 2016](#)

Tyky – ja virkistyspäivän viettoa Murikanrannassa

Tervetuloa viettämään tyky- ja virkistyspäivää Murikanrantaan! Meiltä löydät monipuolista, virkistyspäivän viettoon sopivaa ohjelmaa. Voimme räätälöidä sinulle myös oman toiveidesi mukaisen tyky-paketin. Kysy lisää myyntipalvelustamme!

ULKOAKTIVITEETIT

Ällistytävä kilpailu
Leikkimielinen, joukkueina ja rastimuodossa toteutettava tiimikisa, jossa ei saavuteta menestystä ainoastaan nopeudella tai voimalla.
– Osallistujamäärä 25–200 hlöä. Ohjelman kesto noin 2 h. Hinta alkaen 35 €/hlö

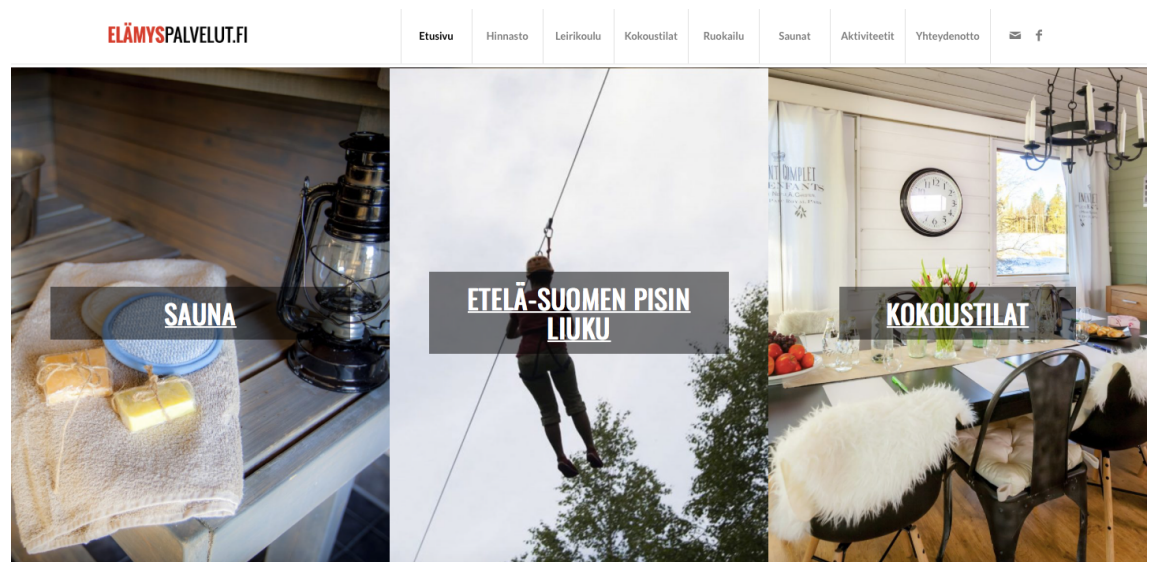
Riistarinki
Tarkkuusaktiiviteetti, jossa osallistujat jaetaan kahteen joukkueeseen kisailemaan toisiaan vastaan. Lajeina esimerkiksi kirveen- ja puukonheitto, jalka- ja taljajousi, ritsa, paintball-merkkain jne.
– Osallistujamäärä 10–40 hlöä. Ohjelman kesto 1–2 h. Hinta alkaen 35 €/hlö

Paintball/lasersota
Värikuulasotaa tai lasersotaa Murikanrannan maastossa. Paintball-pakettiin sisältyy merkkaimet,

Kuvio 7. Murikanrannan TYKY-tarjontaa (Murikanranta n.d.)

Kelo ja Kallio Adventures toimii Tampereen keskustassa, mutta järjestää TYKY-päiviä Teiskossa Elämyspalvelu Nostalgian tiloissa. Välimatka Taulaniemen leirintäalueelle on yhdeksän kilometriä. Kelo ja Kallio Adventuresin tarjontaan kuuluu lajikokeiluja ja joukkuekilpailuja, ja aktiviteetteina se tarjoaa mm. kajakkimelontaa, makkaranpistoa, saunomista, kävelyä ja lumikenkäilyä, jousiammuntaa, kirveen- ja veitsenheittoa, kori- ja puukiipeilyä, kalliokiipeilyä, köysilaskeutumista, vaijeriliukua sekä erilaisia erätaitotyöpajoja. (Kelo ja Kallio Adventures n.d.)

Elämyspalvelut Nostalgia järjestää TYKY-päiviä yrityksille yhdeksän kilometrin päässä Taulaniemen leirintäalueesta. Valikoimaan sisältyy mm. jousiammuntaa, värikuulasotaa, joogaa, nuotiokokkausta, ASAHI-terveysliikuntaa, vaijeriliukua, kalastusta, kiipeilyä, kuplajalkapalloa, retkeilyä, melontaa, ratsastusta, saunomista, lumikenkäkävelyä sekä tarkkuuslajeja, ja näiden lisäksi saatavilla on myös koulutuksia ja asiantuntijapalveluita. Elämyspalvelut Nostalgia löytyy myös yrityksille muutama valmis TYKY-paketti, joita ovat kokkausohjelmisto ja leikkimieliset olympialaiset. (Elämyspalvelut Nostalgia n.d.)



Kuvio 8. Elämyspalvelut Nostalgian laaja tarjonta ja selkeät internetsivut (Elämyspalvelut Nostalgia n.d.)

Luonnonhyvä Instituutti toimii myös Tampereen keskustassa, mutta järjestää kevään syksyin TYKY-päivätoimintaa Teiskossa. Valmispaketteihin kuuluu aktiviteetti, joka on joko tarkkuusottelu (sisältäen mm. jousiammuntaa, vipukeihästä, kirveenheittoa, frisbeegolfia ja puhallustikkaa), luontokävelyä tai mindfulness-harjoitteita luonnossa.

Pakettiin sisältyy myös luento ja ohjattua rentoutumista, kuten intialaista päähieron-
taa pareittain, ASAHI-harjoituksia tai aivojumppaa. TYKY-päivään voi yhdistää myös
muita Luonnonhyvä Instituutin tarjoamia aktiviteetteja, joita ovat Luonnon hoiva ja
voima-ohjelmat, villiyrttikävely, lyhtykävely, kirkkovenesoutu ja köysilaskeutuminen.
Lisäksi Luonnonhyvä Instituutti tarjoaa erilaisia hemmottelusaunoja Tampereen kes-
kustassa. (Luonnonhyvä Instituutti n.d.)

Verkkosivustoja havainnoimalla tutkittiin yllä olevien lisäksi myös muita Tampereen
alueen yrityksiä ja heidän TYKY-tarjontaansa. TYKY-palveluiden tarjonta on Tampe-
reella hyvin laaja, ja niitä tarjoavat mm. erilaiset urheilukeskukset, kylpylät ja viihde-
keskukset sekä elämys- ja kulttuuripalveluja tuottavat yritykset. TYKY-tarjontaan
Tampereella sisältyy mm. erilaisia teemallisia retkiä ja suunnistuksia, kuten kanootti-
safaria ja kaupunkisuunnistusta sekä luontoretkiä, mutta myös hemmotteluhoitoja,
viihteellistä ohjelmaa kuten teatteria, keilausta ja minigolfia, sirkusteemaista ohjel-
maa, ruokaan ja juomaan liittyviä kierroksia, pakohuonepelejä ja muita älypelejä,
jumppatunteja sekä muita erilaisia liikunnallisia aktiviteetteja, kuten venyttelyä ja
teemakävelystenlenkkejä. Erikoisuutena on myös mm. köysilaskeutuminen Pyynikin nä-
kötornista.

Koska Etelä-Suomessa toimii paljon yrityksiä, on myös TYKY-aktiviteettien ja -palve-
luiden tarjonta siellä oletetusti suurempi. Etelä- ja Länsi-Suomessa tarjonnasta nousi-
vat esiin erilaiset kaupunkikierrokset, merimatkailu kuten purjehdus, kylpylöiden tar-
joamat hemmotteluhoidot ja -saunat sekä mobiililaitteilla toimiva sovellus ActionT-
rack, jonka pohjalle voidaan rakentaa erilaisia rastityyppisiä aktiviteetteja TYKY-päi-
vää varten. ActionTrack kuulosti myös hyvin uudelta sovellukselta eikä tutkija löytä-
nyt monia yrityksiä Tampereella, jotka sitä käyttäisivät. Pääkaupunkiseudulla se oli
luontoretkiä ja TYKY-tuotteita tarjoavissa yrityksissä yleisempi.

Keski-Suomessa TYKY-tarjonta on paljolti keskittynyt luontoon ja liikuntaan, kuten
patikointi- ja vaellusretkiin, mutta siellä on myös paljon erilaisia mysteerihuoneita ja -
pelejä sekä niiden ympärille rakennettavia TYKY-päiviä. Itä- ja Pohjois-Suomessa
TYKY-palvelutarjonta on paljolti myös luonnon ympärille kehiteltyä, ja valikoimassa
on mm. mönkijäsafaria, seikkailupuistoja ja erilaisia selviytymisseikkailuja. Erätaidot,

kalastus ja melonta nousevat esille, ja lomakeskuksissa on tarjolla TYKY-palveluita niin kylpylöissä kuin laskettelukeskuksissa.

7 Tamperelaisten yritysten kokemuksia TYKY- ja virkistyspäivistä

Tässä luvussa käsitellään tuloksia tamperelaisille yritykselle tehtyjen haastattelujen pohjalta. Iältään haastateltavat olivat 24–57-vuotiaita, jotta tuloksiin saataisiin mahdollisimman laaja näkökulma myös ikärakenteen osalta. Haastateltavien keski-ikä oli noin 37 vuotta ja haastateltavia oli yhteensä 15 kappaletta. Miehiä haastateltavista oli viisi kappaletta ja naisia 10 kappaletta, joka johtui varmasti siitä, että osa aloista oli naispainotteisia.

Tuloksissa on eritelty otteita laajasti eri-ikäisten ja eri alojen informanttien eli tutkimuksen kohteena olevien henkilöiden kommentteista. Informantti A on 29-vuotias nainen, joka työskentelee opetusallalla yli 80 hengen yrityksessä, ja informantti B puolestaan on 24-vuotias nainen hotelli- ja ravintola-alalla yli 50 hengen ketjuyrityksessä. Informantti C, 43-vuotias nainen, toimii yrittäjänä 15 hengen kiinteistöpalvelualan yrityksessä, ja informantti D, 48-vuotias nainen, toimii sosiaalialan yli 80 hengen yrityksessä. Informantti E on 57-vuotias 20 hengen logistiikkayrityksessä työskentelevä mies, ja Informantti F on 26-vuotias nainen yli 40 hengen kaupan alan ketjuyrityksessä. Informantti G on puolestaan 25-vuotias pienyrityksessä toimiva nainen, ja informantti H 49-vuotias mies, joka toimii suunnittelu- ja konsultointialan yrittäjänä.

Kaikki haastateltavat yritykset sijaitsivat Tampereen kunnan alueella ja suurin osa yrityksistä sijaitsi Tampereen keskustassa tai sen liepeillä. Muutama yksityisyrittäjä toimi lähempänä Taulaniemeä Teiskon alueella. Teemahaastatteluissa oli neljä teemaa, jotka olivat työkyky yksilön näkökulmasta, TYKY- ja virkistyspäivän sisältö, markkinointiviestintä ja Taulaniemen leirintäalue.

7.1 Työkyky yksilön näkökulmasta

Teemahaastattelun alussa haluttiin selvittää, mitä työkyky tarkoittaa haastateltavalle. Ilman tätä tietoa ei voitaisi syventyä TYKY- ja virkistyspäivien sisältöön, sillä ei tiedettäisi, miten haastateltavat ymmärtävät käsitteen työkyky. Haastateltavia pyydettiin kuvailemaan työkykyään ja sitä, mitä käsite tarkoittaa juuri heille. Näin saatiin myös kuva siitä, millaisista erilaisista lähtökohdista haastateltavat suhtautuivat TYKY-päiviin.

Työkyvyn koettiin olevan sekä fyysistä että henkistä jaksamista töissä, ja jokainen haastateltava mainitsi ainakin yrittävänsä harrastaa jonkinlaista liikuntaa fyysisen työkyvyn ylläpitämiseksi. Fyysistä työkykyä ylläpidettiin esimerkiksi lenkkeilemällä, erilaisilla harrastuksilla, liikkumalla muuten ulkona, hyvällä työergonomialla ja venyttelyllä. Hyötyliikunta työssä oli muutamalle haastateltavalle pääasiassa se tapa, jolla he pitivät fyysistä työkuuntoaan yllä, sillä työ oli fyysisesti niin kuormittavaa. Kolme neljäosaa haastateltavista toimi yrityksen johdossa tai esimiehinä, tai heidän työnsä oli muuten todella joustavaa. He kertoivat työkyvyn ylläpidon olevan heille myös sitä, että he saavat päättää itse työvuoronsa, ja näin vaikuttaa työn kuormittavuuteen.

Työkyvyn kokemus muuttui hieman ikään verrattaessa. Iäkkäämmät haastateltavat nostivat esille sen, että työkyky oli vanhetessa sitä, että pystyisi tekemään vielä mahdollisimman pitkään töitä, mieluiten eläkeikään asti. Muutama iäkkäämpi haastateltava kertoi vasta nyt havahtuneensa, ettei fyysinen työkyky ole mikään itsestänselvyyks ja että siitä tulisi pitää entistä enemmän huolta ikääntyessään. Työkyvyn koettiin olevan myös sellaista, että työssä voitiin hyvin henkisesti. Hyvä työilmapiiri oli tärkeää henkisen työkyvyn kannalta, jotta töihin on motivoitunut lähtemään ja jotta työpaikalla olisi mukava työskennellä. Henkistä työkykyä ylläpidettiin puhumalla töistä perheen sekä kollegojen ja ystävien kanssa, pitämällä tarpeeksi taukoja työpäivän aikana sekä viettämällä tarpeeksi lomia. Lisäksi kaksi haastateltavaa mainitsi työn olevan henkisesti niin kuormittavaa, että työ tuli rajata selkeästi vain työpaikalle, ja työ ja vapaa-aika oli pidettävä erillään toisistaan. Työn henkistä kuormittavuutta kevennettiin työpaikalla näissä tapauksissa huumorilla.

Informantti A kertoi työkyvyn olevan hänelle lähinnä sitä, että jaksaa olla vuorovaikutuksessa toisten ihmisten kanssa. Hän lisäsi, ettei kukaan vaadi häneltä positiivista vuorovaikutusta, mutta se on hänelle tärkeää työssään. Huolehtimalla omasta jaksamisestaan esimerkiksi aikatauluttamalla työnsä hän sanoi jaksavansa myös kohdata ihmisiä ja olla luova työssään.

Mulle se tarkoittaa sitä tietenkin, että mä jaksan olla ihmisten kanssa tekemisissä, mun työssä on paljon ihmisten kohtaamista. Ja se on niinku se tärkein, siis tärkein osa sitä, että mä jaksan hymyillä opiskelijoille ja ajatella ja kohdata ne ihmisinä.

– Informantti A

Tärkeänä työyhteisöissä koettiin se, että yrityksessä oli otettu huomioon jokaisen yksilön työkyky, jotta työ kuormittavuus olisi suhteessa työntekijän työkykyyn. Esimiesten toivottiin kuuntelevan herkällä korvalla alaisiaan, jotta työnteosta saataisiin helpompaa ja mielekkäänpää, sillä työntekijöiden havaintojen koettiin olevan usein sellaisia, mitä esimiehet eivät välttämättä itse näe tai koe. Myös työntekijöiden palkitseminen esimerkiksi hyvästä tuloksesta mainittiin. Esimiehen ja työntekijän välinen vaivaton kommunikointi koettiin yhdeksi tärkeimmistä osista työnteossa ja sen mielekkyydessä, ja kaksi haastateltavista mainitsi heillä olevan joka viikko tai joka aamu yhteispalaveri työntekijöiden ja esimiesten kanssa, jossa käydään läpi kuluvan viikon tai päivän suunnitelmat.

Vaikka kaikissa haastateltavien työyhteisöissä pyrittiin mahdollisimman hyvään kommunikaatioon esimiehen ja alaisten välillä, se ei ollut kahdessa yrityksessä onnistunut. Esimerkiksi informantti B kertoi, että heidän työyhteisössään esimiehet eivät ota huomioon tarpeeksi alaistensa toiveita ja tarpeita. Tämä on puolestaan johtanut siihen, että työntekijät ovat todella uupuneita, yleinen työilmapiiri on huono sekä työn mielekkyys on kadoksissa. Informantti B jatkoi, että tämä tilanne on tällä hetkellä se, että yrityksen työntekijät ovat todella usein sairaslomalla, työvuoroja joutuu tekemään alimiehityksellä ja se puolestaan myös syö pois hyvää yhteishenkeä ja työilmapiiriä entuudestaan.

Usealla työpaikalla oli määrätty oma ryhmänsä, joka piti huolta henkilöstön työhyvinvoinnista. Nämä ryhmät järjestivät esimerkiksi jumppaa tai venyttelyä ennen työvuo-ron alkua tai suunnittelivat erilaisia TYKY-päiviä tai pienempiä yhteisiä illanviettoja. Yhdessä yrityksessä oli käytössä lajikoikeilu, jolloin he menevät joka kuukausi kokeilemaan jotakin uutta urheilulajia yhdessä työyhteisön kanssa organisaation sponso-roiduna. Kahdessa yrityksessä oli hieroja tilattu tietyin väliajoin pitämään huolta työntekijöiden fyysisestä työkyvystä, toisessa tapauksista se oli yrityksen tukemaa toimintaa ja toisessa yritys antoi työpäivästä ajankohdan hieronnalle, mutta se piti kuitenkin kustantaa itse. Yhdessä yrityksessä oli jaettu koko henkilöstölle virkistysläh- jakortit, jolla haluttiin pitää huolta työntekijöiden hyvinvoinnista. Yrityksissä haluttiin myös pitää kalusto ja työvälineet ajan tasalla, jotta työntekijöiden olisi hyvä ja helppo tehdä töitä. Esimerkiksi informantti C kertoi tarkistavansa tietyn väliajoin työvälineet ja kysyvänsä alaisiltaan palautetta siitä, voisiko työtä jollakin tavoin helpottaa. Yh- dessä yrityksessä oli lisäksi hankittu työpaikalle erilaisia apuvälineitä, joita pystyi esi- merkiksi tauoilla käyttämään venyttelyssä.

7.2 TYKY- ja virkistyspäivän sisältö

Seuraavassa teemassa haastateltavia pyydettiin kuvailemaan heidän mielestään mie- lekästä TYKY-päivää, jotta saataisiin tietoa siitä, mitä he haluavat TYKY-päivän sisältä- vän. Kaksi haastateltavaa ei ollut ikinä osallistunut minkäänlaisiin TYKY- ja virkistys- päivin, sillä he toimivat yksityisyrittäjinä. Heille TYKY- ja virkistyspäivä tarkoitti lä- hinnä sitä, että heillä olisi vapaapäivä töistä. Yksi haastateltava oli työskennellyt yri- tyksessä niin vähän aikaa, ettei hän ollut päässyt kyseisen yrityksen kanssa vielä viet- tämään TYKY-päivää. Kaikki muut haastateltavat olivat osallistuneet tällaiseen toi- mintaan, ja he kokivat TYKY- ja virkistyspäivien olevan sellaisia, jolloin lähdettiin kol- legojen ja mieluiten jopa esimiesten kanssa viettämään aikaa pois työpaikalta. Osalla haastateltavista oli enemmänkin tapana järjestää pienempiä illanviettoja kuin TYKY- päiviä. Suuremmissa yrityksissä haluttiin järjestää TYKY-päiviä niin, että eri osastot ”sekoitettaisiin” päivän aikana, jolloin tutustuttaisiin myös muihin työntekijöihin.

Ja nyt ku on isommassa firmassa töissä niin ehdottomasti kiva että on niinkun sellasta missä on sitten koko talo mukana, koska se kaataa tosi paljon niitä osastojen välisiä raja-aitoja sitten.

– Informantti B

Jokainen haastateltava kahta yksityisyrittäjää lukuun ottamatta nosti tärkeäksi asiaksi sen, että TYKY-päivän sisältöön saataisiin vaikuttaa yhdessä koko yrityksen voimin, jotta sen sisällöstä saataisiin mieluinen aivan jokaiselle. TYKY-päivien koettiin tekevän työyhteisöä tiiviimmäksi ja kasvattavan me-henkeä, joka puolestaan johti parempaan tulokseen. Osa myös mainitsi sen johtavan siihen, että työnteke ei tunnu enää silloin työnteolta, vaan hauskalta yhdessäololta. Yleisesti ottaen kaikilla oli positiivisia kokemuksia TYKY-päivistä ja niiden vaikutuksista työilmapiiriin, mutta esimerkiksi informantti D kertoi aikaisempien TYKY-päivien olleen epäonnistuneita. Ne oli vietetty työpaikalla työajan lomassa, eikä niiden sisältöön oltu saatu vaikuttaa yhdessä. Sisältönä heillä oli ollut koulutusta omasta työstä luennon muodossa.

Se ei edistäny meidän hyvinvointia mitenkään ja kun me lähdettiin sieltä, me oltiin siis, kaikki hajaantu taas omille suunnillensa, ja seuraavana päivänä töissä niinku mietittiin että oliko tos mitään järkee.

– Informantti D

Aktiviteetit

Melkein jokainen haastateltava koki, että TYKY-päivien tarkoituksena on viettää aikaa yhdessä ja harrastaa erilaisia aktiviteetteja. Kaksi haastateltavaa kertoi, että he yhdistäisivät mieluusti TYKY-päivään myös luennollisia osuuksia, jotka olisivat välineitä työssä jaksamisessa. Yleinen kanta oli kuitenkin se, että TYKY-päivänä tahdottiin rentoutua ja harrastaa yhdessä työyhteisön kanssa ilman ajatustakaan itse työstä. Jokainen haastateltava koki, että TYKY-päivä tekee työyhteisöstä tiiviimmän, ja että TYKY-päivänä tärkeintä olisi se, että kaikki osallistuisivat yhtä innokkaasti koko päivän ohjelmaan.

Lisäksi riippumatta siitä, millaiset aktiviteetit päivään sisältyisivät, painotti 10 haastateltavaa sitä, että kaikkien tulisi pystyä osallistumaan niihin fyysisesti. Tärkeää oli myös se, että kaikki osallistuisivat yhdessä näihin aktiviteetteihin eikä yksilösuorituksia haluttu osaksi TYKY-päivää. Suurin osa yhdistäisi TYKY-päiviin erilaisia liikunnallisia aktiviteetteja, sillä liikunnan koettiin yhdistävän ihmisiä ja saamaan aikaan rentoutuneen ilmapiirin. Esimerkiksi informantti E kertoi järjestävänsä mielellään sellaisen TYKY-päivän, jossa otettaisiin huomioon kaikki sukupuoleen ja ikään katsomatta, ja että työyhteisössä kaikki saisivat vaikuttaa TYKY-päivän sisältöön.

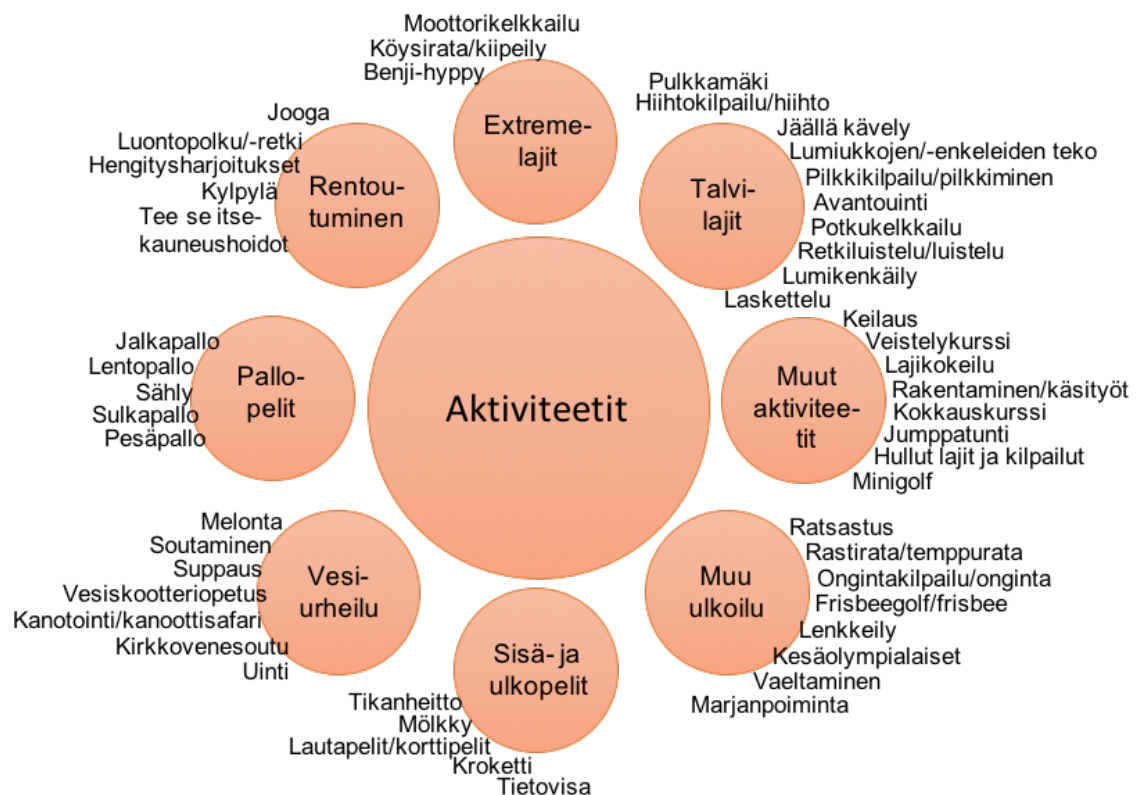
– Että kun sitä suunnitellaan, niin sit pitäis tehdä semmonen, pitäis muistaa aina just nää eri ikäryhmät ja eri sukupuolet. Just se, että siitä sais tarpeeks vivahteikkaan, et siinä ois kaikille jotain. Et se suunnittelupuoli on hyvin tärkeä siinä, eikä sit semmosta just, että siis että se vaikka niinku just kaikista toiminnallisin henkilö, että mennään sen aktiviteettien mukaan, ei se oo hyvä silloin.

– Informantti E

Kolme haastateltavaa haluaisi sisällyttää päivään erilaisia extreme-lajeja, joita ei tulisi arkena kokeiltua. Osalla haastateltavista oli myös sellainen oletamus, että juuri nuoret yrityksen työntekijät haluaisivat extreme-lajeja ja liikuntaa, ja vanhempi väestö taas rauhallisempaa toimintaa. Tämä ei näkynyt ainakaan tämän tutkimuksen tuloksissa, sillä vain yksi iäkkäämpi haastateltava mainitsi menevänsä mieluiten kylpylään rentoutumaan TYKY-päivänään. Kaikki muut haastateltavat, iästä riippumatta, haluaisivat harrastaa liikuntaa ja ehkäpä jopa kokeilla extreme-lajeja.

Haastateltavat luettelivat todella suuren määrän aktiviteetteja, joita he haluaisivat TYKY-päivänään harrastaa. Lisäksi nähdessään kuvia Taulaniemen leirintäalueesta listasivat he aktiviteetteja, joita eivät olleet aikaisemmin vielä kertoneet. Haastatelluissa kävi ilmi, että usein TYKY-päivä mielletään järjestettäväksi kesäaikaan. Haastateltavat kuvailivat ainoastaan kesäisiä aktiviteetteja, vaikka TYKY-päiviä voidaan vietää myös talvisin. Haastattelija pyysi myös heitä kertomaan talviaktiviteetteja, jotta siitäkin saataisiin informaatiota, jos Taulaniemessä haluttaisiin tarjota TYKY-tuotteita myös ympäri vuoden.

Jokainen 15:sta haastateltavasta halusi ulkoilla ja harrastaa ulkona järjestettäviä aktiviteetteja. Pallopelit olivat haastateltavien suosiossa, sillä peräti yhdeksän 15:sta haastateltavasta kertoi liittävänsä mieluusti jonkin pallopelin TYKY-päiväänsä. Näitä olivat mm. pesäpallo, sulkapallo, sähly, lentopallo sekä jalkapallo. Kuusi haastateltavaa mainitsi TYKY-päivänään mieluusti pelaavansa erilaisia ulkokepelejä, kuten mölkkyä tai krokettia. Myös frisbeenheitto ja frisbeegolf mainittiin kolmessa haastattelussa. Urheiluaktiviteetit olivat melkein kaikkien haastateltavien mieleen, sillä vain yksi kertoi mieluummin viettävänsä päivänsä rentoutuen ilman liikuntaa. Muita suosittuja TYKY-päivän aktiviteetteja olivat vaeltaminen ja erilaiset luontoretket ja -polut sekä rastiradat luonnossa. Kanotointi, melominen ja souteleminen olivat myös puolelle haastateltavista mieluisia aktiviteetteja. Lisäksi erilaiset leikkimieliset olympialaiset ja kilpailut olivat mieleen kuudelle haastateltavista. Myös muita aktiviteetteja mainittiin paljon (ks. Kuvio 9, 38).



Kuvio 9. Aktiviteetit, joita yritykset mainitsivat haluavansa TYKY-päiväänsä

Jokaiselle 15:sta haastateltavasta sauna oli tärkeä osa TYKY-päivää. Se mainittiin jokaisessa haastattelussa, ja siihen liitettiin mukaan myös järvessä uiminen tai saunapaljun käyttö. Kaksi haastateltavaa oli myös sitä mieltä, että saunan lämmittäminen

voisi olla yksi mukava aktiviteetti TYKY-päivään sen sijaan, että TYKY-päivän järjestäjä tekisi sen heidän puolestaan. Katsellessaan kuvia Taulaniemen leirintäalueesta suurin osa kertoi haluavansa TYKY-päivältään myös rentoutumista. Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että ympäröivästä luonnosta nauttiminen tavalla tai toisella voisi olla hyvä rentoutumiskeino. Yksi haastateltava myös mainitsi, että hän itse haluaisi päivään pienen hetken omaa aikaa, jolloin voisi esimerkiksi istua yksin laiturille ja vain nauttia ympäröivästä luonnosta.

Talvi ei selvästikään ollut yhtä suosittu ajankohta viettää TYKY-päivää, sillä useat haastateltavista kertoivat mieluummin viettävänsä sitä kesällä. Talviaktiviteeteista mainittiin hiihtäminen sekä leikkimieliset hiihtokilpailut, joita harrastaisi neljä haastateltavaa. Luistelua ja retkiluistelua haluaisi TYKY-päiväänsä puolestaan viisi 15:sta haastateltavasta. Muita mainittuja talviaktiviteetteja olivat lumikenkäily, potkukelkailu, lumiukkojen tekeminen, jäällä kävely, pilkkiminen sekä pulkkamäki. Haastattelussa talviaktiviteeteista kysyttäessä huomattiin, että moni haastateltava ei ollut edes ajatellut TYKY-päivän mahdollisuutta talvella, mutta kuitenkin heidän pohtiessaan asiaa tuli ilmi monia aktiviteetteja, joita he haluaisivat talvella järjestettävänä TYKY-päivänä tehdä (ks. Kuvio 9, 38). Talvella sauna oli myös jokaisen 15 haastateltavan mielestä tärkeä osa TYKY-päivää, ja avantouinti oli viidelle haastateltavista mieluinen. Esimerkiksi informantti D mainitsi, ettei kukaan hänen kollegoistaan varmastikaan ole sitä aikaisemmin kokeillut, ja näin se olisi heille uusi elämys TYKY-päivänä.

Palvelut

Et ei ehkä, en mä, mun mielestä ois kiva tehdä just jotain paremmin yhdessä mieluummin kuin että lähettäis tyyliin ryyppää tai juhlimaan tai niinku tollain ni ei se mun mielestä oo mitenkään työhyvinvointia.

– Informantti F

Alkoholi ja juhliminen jakoivat haastateltavat kahtia. Osa, kuten esimerkiksi informantti F, oli sitä mieltä, että juhliminen ei kuulu TYKY-päivän sisältöön. Heidän mielestään TYKY-päivänä tulisi rentoutua yhdessä sen sijaan, ja viettää iltaa rauhallisimmissa merkeissä, kuten saunoen tai nuotiolla istuen. Juhlimisen sijaan koettiin, että muutama saunaolut tai muu juoma olisi parempi vaihtoehto TYKY-päivän yhteydessä.

Osa haastateltavista taas oli sitä mieltä, että illalla onnistuneen TYKY-päivän päätteeksi voitaisiin hyvin yhdessä lähteä juhlimaan ja viettämään iltaa Tampereen keskustaan. Tätä perusteltiin mm. sillä, että alkoholin tiedetään rentouttavan ihmisiä ja että juhliminen yhdessä työryhmän kanssa olisi mukava tapa päättää päivä.

Kaikki 15 haastateltavaa kertoivat, että TYKY-päivässä ruokailun tulisi tulla järjestäjän taholta. Kaksi haastateltavaa kertoi myös mielellään pitävänsä piknikin TYKY-päivänään, kunhan raaka-aineet saisi järjestäjän puolesta. Ruokailua pidettiin todella tärkeänä osana päivän ohjelmaa, ja ruoan haluttiin olevan laadukasta. Yksi haastateltava kertoi aikaisemmin olleensa paikassa, josta raaka-aineet ruokailuihin kerättiin oman maan antimista, ja hän arvosti niiden laadukkuutta ja sitä, että ruoka tuli läheltä. Kolme haastateltavaa mainitsi, että heidän mielestään voisi tavallisen lounaan tai päivällisen sijaan olla ruoanlaittokurssi, jossa he yhdessä saisivat kokata maittavan päivällisen tai illallisen. Yksi heistä kertoi, että hänen nuorekkaalle työyhteisölleen voisi esimerkiksi sushikurssin järjestäminen olla ainutlaatuinen elämys TYKY-päivänä. Myös makkaranpaisto ja grillailu olivat viidelle haastateltavista mieluisia tapoja ruokailla ja viettää aikaa.

Kymmenen 15:sta haastateltavasta oli sitä mieltä, että TYKY-päivän tulisi olla sellainen, että aktiviteetit ja päivän kulku on räätälöity nimenomaan heidän näköisekseen. Kuitenkin koettiin positiivisena se, että järjestäjällä olisi antaa jonkinlaisia valmiita raameja päivän kulkuun ja aktiviteetteihin, tai että asiakkaana oleva yritys voisi valita aktiviteetit tietystä valmiista valikoimasta. Vaikka päivän haluttiin olevan hyvin suunniteltu, koettiin toisaalta suunniteltu aikataulu myös liian tiukaksi, sillä päivältä haluttiin myös rentoutumista. Yksi olennainen asia oli myös se, että TYKY-päivänä paikalla ei olisi muita ryhmiä viettämässä TYKY-päiväänsä, vaan asiakasyritys saisi rauhassa olla ainoana ryhmänä paikalla. Suurin osa haastateltavista mainitsi myös sen, että järjestäjän tulisi osata järjestää päivä niin, ettei asiakkaiden tarvitse miettiä sen kulkua tai käytännön järjestelyitä. Lisäksi paikan siisteys oli yksi suurimmista vetovoimatekijöistä.

Mut sitte puitteet pitää olla kyllä kunnossa. Että kyllä siis se jää aina mieleen, jos on vaikka saanu huonoo palvelua tai huonoo ruokaa, niin ne jää aika negatiivisena mieleen. Että se ois hyvä että kaikki ois silleen, ei nyt täydellistä, mutta ainakin kunnossa.

– Informantti G

Kesto

Toimeksiantajan toiveena oli, että yritykset haluaisivat viipyä Taulaniemessä pari päivää ja yhden yön. Tämä ei kuitenkaan ollut yleinen tapa viettää TYKY-päivää haastateltavien keskuudessa. Viisi haastateltavaa kertoi mieluisen TYKY-päivän olevan kestoltaan yhden kokonaisen päivän aamusta iltaan. Koko päivän kestävä TYKY-päivää perusteltiin mm. sillä, että jos TYKY-päiviä järjestettäisiin harvoin, esimerkiksi kerran vuodessa, ehtisi siinä ajassa rentoutumaan ja kohottamaan tiimihenkeä sekä kokeilemaan monipuolisesti eri aktiviteetteja. Koko päivän kestävä TYKY-päivää perusteltiin myös niin, että siinä ajassa työpaikalla vallitsevat tietyt roolit ehtisivät murenemaan ja pääsisi tutustumaan paremmin niin esimiehiin kuin alaisiin. Myös työpäivän pituinen TYKY-päivä, eli noin kahdeksan tuntia kestävä TYKY-päivä, oli osan mielestä paras kestoltaan, kunhan tämä aika vietettäisiin muualla kuin työpaikalla.

Haastattelijan suureksi yllätykseksi oli suurin osa haastateltavista sitä mieltä, että jopa puoli päivää kestävä TYKY-päivä olisi jo riittävä. Tätä perusteltiin mm. sillä, että työn ohessa henkilöstön täytyisi kuitenkin pitää yllä omaa arkea samalla eikä pidempää aikaa ehtisi näin TYKY-päivälle varata. Toisaalta sellaiset yritykset, jotka kertoivat haastatteluissa järjestävänsä pikemminkin lyhempiä illanistujaisia tai lajikokeiluja, olivat sitä mieltä myös, ettei pidempiä koko päivän kestäviä TYKY- tai virkistyspäiviä tarvittaisi.

Kolme haastateltavaa kertoi voivansa mielellään viettää yön yli kestävä TYKY-päivän. Tätä perusteltiin mm. niin, että työporukasta tulisi vieläkin tiiviimpi tällaisen pidemmän päivän tuloksena, ja sen lisäksi pystyttäisiin yhdessä viettämään rennosti koko päivä ja ilta samassa paikassa, kun kenenkään ei tarvitsisi kiirehtiä illalla kotiin. Näissä tapauksissa mainittiin usein myös mökkiyöpyminen mieluisimpana vaihtoehtona. Toisaalta yön yli kestävä TYKY-päivää vastustettiin mm. siitä syystä, ettei se

sopisi esimerkiksi kolmivuorotyöhön ohelle, joten kaikki työyhteisön jäsenet eivät pääsisi osallistumaan samaan aikaan. Muutama haastateltava kertoi myös mielellään viettävänsä vieläkin pidempiä, esimerkiksi koko viikonlopun kestäviä TYKY-päiviä. Yksi haastateltava sanoi, ettei TYKY-päivän kestolla ole hänen mielestään sinänsä väliä, oli sen keston sitten muutama tunti tai muutama päivä, kunhan siinä ajassa päästäisiin irtautumaan työstä ja tekemään asioita yhdessä.

7.3 Markkinointiviestintä

Jokainen haastateltava koki, että TYKY- ja virkistyspäiviä suunnitellessa internet on oikeastaan ainoa kanava, jota he käyttävät ja jota kautta heidät tavoittaa parhaiten. Toimivia ja ajankohtaisia internetsivuja painotettiin. Tärkeäksi koettiin myös WOM eli word-of-mouth-markkinointi, joka suomeksi tarkoittaa ns. ”puskaradiota” tai suusallista markkinointia. WOMin vaikutus asiakkaiden päätöksentekoon on ollut jo tiedossa pitkään, ja sillä onkin tärkeä rooli asiakkaiden asenteisiin ja käytökseen vaikuttamisessa. Viime vuosina word-of-mouth on siirtynyt myös internetiin, jossa se näkyy esimerkiksi keskusteluforumeilla ja tuotearvosteluissa. (Kalam Siddike & Kiran 2015, 144.)

Suurin osa haastateltavista kertoi kysyvänsä suosituksia ystäviltään tai tutuiltaan, ja ”puskaradion” käyttöä painotettiin erityisesti TYKY-päivän paikkaa etsiessä.

Mainoslehtiset puolestaan menivät usein roskakoriin eikä lehdissä mainostamista koettu tärkeänä. Ainoastaan aikaisemmin mainittu informantti D oli ainoa, joka kertoi, että heillä luetaan paljon oman alan julkaisuja, joten siellä mainostaminen olisi varma tapa kiinnittää heidän huomionsa. Kolme haastateltavaa kertoi heidän valinneen TYKY-päivän järjestäjän sillä perusteella, että siellä oli aikaisempinakin vuosina vietetty TYKY-päivää hyvällä menestyksellä.

Vaikka internet koettiin hyvin tärkeänä kanavana, suurten ja pienten yritysten edustajat sanoivat, että yhteydenottaminen heihin suoraan joko soittamalla tai lähettämällä sähköpostia olisi hyvä markkinointikeino. Yksi haastateltava painotti, että vaikka kohdennetulla markkinoinnilla ei heti onnistuisikaan saamaan uusia asiak-

kaita, jäisi TYKY-järjestäjä heille varmasti mieleen tällä tavoin. Haastattelijalla oli oletus, että sosiaalinen media nousisi yhdeksi hyväksi koetuista markkinointikanavista yritysten keskuudessa, mutta näin ei tapahtunut, sillä yrityksen omat internetsivut koettiin tärkeämpänä kanavana kuin sosiaalisen median käyttö.

Enkä mä sitäkään sano vielä että niinkun esimerkiks sosiaalinen media ois välttämättä se ihan nappi juttu sekään, mut että semmonen niinkun suoramarkkinointi omalla tavallaan niin tota netin tai sitten ihan oikeesti niin, että mennään sitten soitetaan tai muuten, niin se vois olla hyvä keino.

– Informantti H

Omat nettisivut on aika sellanen, koska kuitenkin tuolla on paljon ihmisiä, jotka ei vielä ole sosiaalisen median käyttäjiä, ja sitten on paljon yrityksiä missä ei osata mieltää sitä, että some voi olla muutakin–

– Informantti B

TYKY-päivän järjestämiseen vaikutti kaikkien haastateltavien kohdalla tietenkin budjetti eli se, kuinka paljon TYKY-päivään oli varattu rahaa. Lisäksi TYKY-päivän järjestäjän valintaan vaikutti se, millainen kapasiteetti järjestäjällä oli. Noin yksi kolmasosa haastateltavista työskenteli suurissa yrityksissä, ja he painottivat sitä, että koko ryhmän mahtuminen valittuun paikkaan on tärkeää. Nämä kaikki ylläolevat asiat vaikuttivat siihen, mihin paikkoihin yritykset olivat ottaneet yhteyttä aikaisemmin. Yrityksen välittämä ammattitaitoinen kuva ja rento ote tekemiseen vaikuttivat myös siihen, että heihin otettaisiin herkemmin yhteyttä. Useassa haastattelussa mainittiin myös monipuolisuus eli se, että TYKY-päivän järjestäjällä oli tarjottavanaan monia eri aktiviteetteja, ja että kaikki nämä pystyisi tekemään joko samassa paikassa tai yhden paikan läheisyydessä.

Yhdellä haastateltavista oli suora kehitysehdotus internetsivuja varten, sillä hänen mielestä TYKY-aktiviteetteja tarjoavien yritysten tulisi esittää valikoimaansa laajemmin ja sisältö yksityiskohtaisemmin internetsivuillaan. Hän kertoi törmänneensä vain sellaisiin tarjoajiin, jotka mainitsivat kotisivuillaan TYKY-palveluista ja aktiviteeteista vain muutamalla lauseella, ja tämän jälkeen vain yhteystiedot, joista voi tiedustella lisää. Kertomalla tarkempaa tietoa TYKY-päivien sisällöstä houkuttelisi TYKY-toimija

ainakin hänen yritystään enemmän ostamaan näitä palveluita. Hän myös kertoi, että internetsivuilla olevien kuvien sijaan esimerkiksi lyhyet videot toisivat mukanaan jotain uutta sekä erottautuisivat kilpailijoiden internetsivujen joukosta. Toinen haastateltava oli puolestaan sitä mieltä, että TYKY-aktiviteetteja ja -palveluita tarjoavien yritysten tulisi koota tietonsa yhdelle sivustolle, josta asiakasyritysten olisi helppo löytää kaikki TYKY-toimijat yhdestä paikasta. Hänen mielestään myös Googlen hakukoneoptimointiin tulisi käyttää aikaa ja vaivaa, sillä kirjoittamalla oikeat hakusanat internetsivuilleen löytäisi sinne suurempi ryhmä asiakkaita Googlen haun kautta.

7.4 Taulaniemen leirintäalue

Taulaniemen leirintäalue oli entuudestaan tuttu noin yhdelle kolmasosalle haastateltavista. Nämä haastateltavat olivat joko käyneet Taulaniemessä vuosia sitten tai olivat kuulleet paikasta, mutta eivät olleet itse vierailleet siellä. Yhdelläkään haastateltavista ei ollut tuoretta kokemusta paikasta tai sen palveluiden käytöstä. Suurimmalle osalle Taulaniemen leirintäalue ei ollut kuitenkaan ollenkaan tuttu. Ensivaikutelma haastattelussa näytettyjen kuvien perusteella oli todella positiivinen ja haastateltavat kehuivat paikkaa kovin. Yleinen kuva paikasta oli luonnonläheinen, ja suomalainen järvimaisema oli haastateltaville mieleen. Koska tämä teema oli haastattelussa viimeinen, oli moni haastateltava ehtinyt jo asennoitumaan TYKY-päiviin, joten moni kuvia katsoessaan kertoi paikan näyttävän juuri siltä, missä he haluaisivat TYKY-päivänsä järjestettävän. Tampereen läheisyys koettiin myös todella positiivisena tekijänä, sillä moni haastateltava kertoi sijainnin vaikuttavan todella paljon TYKY-päivän paikan valintaan.

Kesä, sauna ja järvi olivat asioita, jotka haastateltaville tulivat kuvista ensimmäisenä mieleen. Myös suomalainen kesämökki ja luonto olivat monen haastateltavan mielessä. Kuvista välittyi melkein kaikille haastateltaville hyvin rauhallinen kuva ja rentoutumisen ilmapiiri, ja paikkaa kuvattiin myös maalaisromanttiseksi ja ideaaliksi levähdyspaikaksi. Yksi haastateltava kertoi kuvista tulevan mieleen tyttöjen illan, jota hän voisi heti lähteä viettämään kuvan maisemiin. Tässä muutama ote haastateltavien kommentteista:

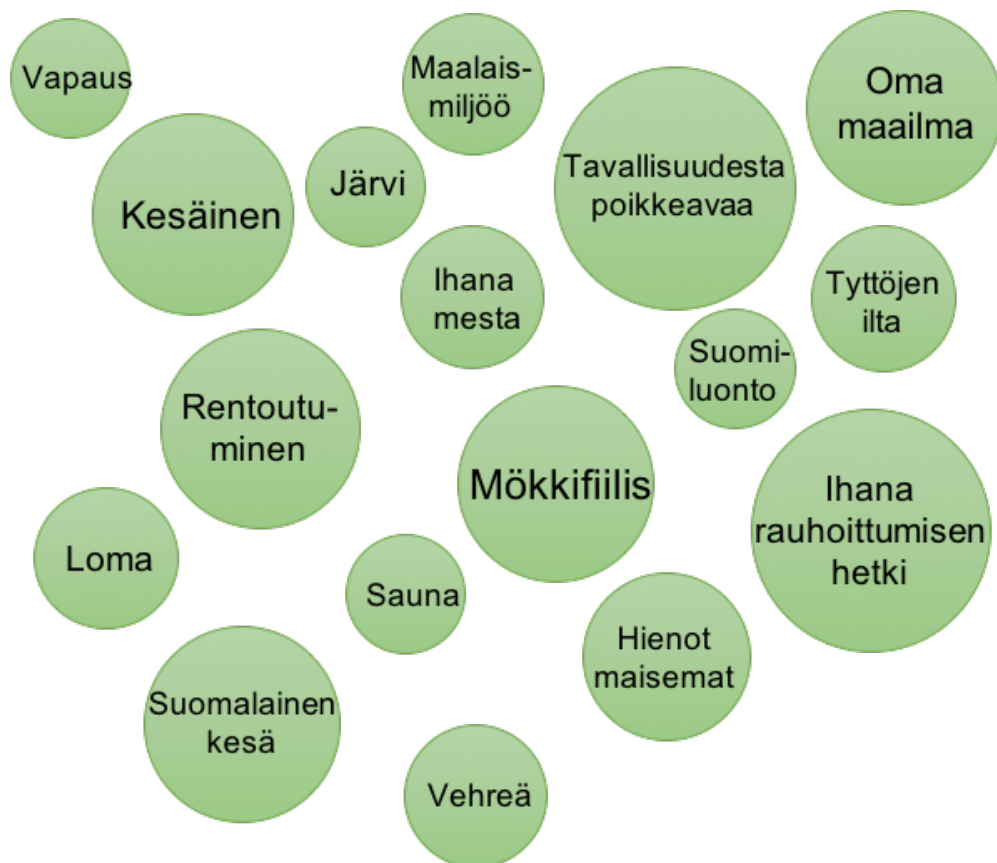
Mä haluaisin vaan pyyhkeen ympärille ja istua nököttää tonne ja mielellään siideri kädessä, ai että.

Toi on kuitenkin sellanen niinku tietyllä tapaa turvallisen näkönen mesta.

Että on miljöö semmonen, että siinä on vanhaa ympärillä ja se on vähän niinku semmonen oma maailma mihinkä sä meet –

Ihana maisemia. No tää ois se meidän työhyvinvointipäivän paikka. Aivan ihana tää laituri ja tää järvi tietysti, koska suomalaiset on jotenki niin hulluja tähän veteen, siis tälläisiä maisemia, siis sieluhan lepää jos sä saat seisoo näillä rappusilla ja hengitellä ja kattoo tiekkö tota vettä.

Aivan ihana rauhallinen idylli. Rentoutumispaikka, semmonen tulee että mä voisin viettää kesäloman tuolla rentoutuen.



Kuvio 10. Taulaniemeä kuvattiin mm. näillä adjektiveilla

Kuvien perusteella haastateltavat siis tykäsivät paikkaan kovin. Kuitenkin ne, joille paikka oli entuudestaan tuttu, eivät olleet törmänneet minkäänlaiseen mainontaan tai kuulleet kokemuksia keneltäkään siellä vierailleelta. Yksi haastateltava, jolle paikka oli entuudestaan tuttu hänen ollessa kotoisin samalta suunnalta kuin missä

Taulaniemi sijaitsee, ei tiennyt myöskään oliko siellä saatavilla esimerkiksi mökkimajoitusta tai telttailumahdollisuutta, sillä hän ei ollut törmännyt Taulaniemen leirintäalueen markkinointiviesteihin missään. Yksi haastateltava myös tokaisi kuvia katsoessaan, että jos oikeasti olisi yksi paikka, jossa yhdistyisivät nämä kaikki kuvat, niin hän lähtisi sinne mielellään. Haastattelijan myöntäessä tällaisen paikan oikeasti sijaitsevan, oli haastateltava hyvin ihmeissään, sillä hän oli koko ikänsä asunut Tampereella mutta ei ollut kuullut ko. paikasta. Yksi haastateltava oli käynyt Taulaniemessä nuoruudessaan, ja nyt katsoessaan kuvia hän kertoi positiivisesti yllättyneensä siitä, että paikka näyttää kuvien perusteella hänen mielestään nyt enemmän virkistymisalueelta kuin leirintäalueelta.

8 Leirintäalueesta TYKY-toimintakohteeksi

Tässä luvussa analysoidaan sekä teemahaastatteluista saatuja tuloksia, että benchmarkingin avulla saatua aineistoa, jotta Taulaniemen leirintäalueelle saataisiin kehitysehdotuksia TYKY-päivien järjestämiseen potentiaalisille yritysasiakkaille. Tämän lisäksi analysoidaan tutkimuksen luotettavuutta sekä tuloksien pohjalta saatua informaatiota työkyvystä ja työhyvinvoinnista aikaisemmin mainittujen teorioiden ja mallien avulla.

8.1 Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisessa tutkimuksessa tutkimuksen luotettavuus perustuu vain tutkijan omaan arviointiin ja näyttöön, sillä tutkimuksen luotettavuutta ei voida laskea kuten kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Tutkimusprosessi on aina taipuvainen virheisiin, jotka voivat johtua niin siitä, että on tutkittu väärää asioita, tai siitä, että jotain on jätetty tekemättä. Koko luotettavuustarkastelun perusta on tutkimusprosessin ja opinnäytetyön riittävä dokumentointi (Kananen 2014, 147). Tämä tutkimus on dokumentoitu tarkasti vaihe vaiheelta ja jokainen tutkimukseen sidoksissa ollut päätös, kuten tiedonkeruumenetelmä, on perusteltu. Lisäksi haastatteluja oli kerätty niin paljon, että vastaukset alkoivat toistaa itseään, joten uutta materiaalia ei enää saatu.

Tutkimuksessa haastateltavat saivat itse kertoa niin työkyvystä kuin TYKY-päivistä ja niihin liittyvistä aiheista. Täytyy kuitenkin muistaa, että kyseessä on yhden ryhmän

näkemyksistä, ja tätä näkemystä ohjaa heidän henkilökohtaiset mielipiteensä ja kokemuksensa. Vaikka tutkimuksessa saatiin laaja otanta haastateltavista, sillä he olivat eri ikäluokkaa, eri ammattialoilta ja eri sukupuolta, olivat haastateltavat tamperelaisia yrityksiä, joten tuloksia ei voida yleistää koskemaan koko Suomea. Myös sukupuolijakauma voi vaikuttaa tulokseen, sillä naisia oli haastateltavissa enemmän kuin miehiä. Teemahaastattelun runko käytiin läpi opinnäytetyön ohjaajan kanssa ennen sen käyttöä, jotta siihen saatiin objektiivinen näkökulma. Näin varmistuttiin siitä, että tutkimuksessa kerättiin tutkimusongelman kannalta oikeaa ja hyödyllistä tietoa.

8.2 Yksilön kokemukset työkyvystä ja työhyvinvoinnista

Rauramon Työhyvinvoinnin portaat-mallissa (ks. sivu 13–16) oli mainittu viisi eri porrasta, jonka mukaan työkyky muodostuu. Haastatteluissa tutkittiin myös yksilön kokemuksia työkyvystä, joita voidaan verrata suoraan Työhyvinvoinnin portaat-malliin. Mallia käytetään työhyvinvoinnin määrittämiseen, joten sen perusteella ei lähdetty suunnittelemaan kehitysehdotuksia, vaan vertaamaan haastatteluissa ilmi tulleita seikkoja mallin sisältöön.

Ensimmäinen porras Työhyvinvoinnin portaat-mallissa oli työntekijän psykologiset perustarpeet, johon sisältyi terveys sekä työn ja vapaa-ajan tasapaino. Tämä näkyi myös haastateltavien kokemuksena työhyvinvoinnistaan, sillä terveydestä haluttiin pitää huolta liikkumalla. Kaikki haastateltavat mainitsivat edes yrittävänsä harrastaa jotakin liikuntaa pitääkseen huolta fyysisestä työkyvystään. Myös henkinen jaksaminen koettiin tärkeänä, ja työstä puhuttiin sekä perheelle että ystäville. Työ ja vapaa-aika pyrittiin pitämään erossa toisistaan, sillä monet haastateltavat kertoivat työn olevan henkisesti niin kuormittavaa.

Toinen työhyvinvoinnin porras oli turvallisuuden tarve, ja myös se näkyi haastatteluissa, sillä tämän portaan täyttymisen edellytyksenä oli ergonomiset ja turvalliset työtavat. Useat haastateltavat kertoivat yrittävänsä ylläpitää hyvää työergonomiaa sekä taukoja pitkin työpäivää. Osassa työpaikoista oli myös huomioitu työergonomia päivitettyillä työvälineillä, ja yksi yrittäjä mainitsikin kysyvänsä alaistensa mielipidettä työvälineistä, jotta työ olisi mahdollisimman ergonomista ja helppoa.

Kolmas porras oli yhteisöllisyyden tarve, joka sisälsi mm. hyvän työilmapiirin ja sen, että esimiehen ja alaisten välinen kommunikointi on vaivatonta, esimies-alaisuhteet ovat kunnossa ja henkilöstöstä huolehditaan. Myös tämä porras ja yhteisöllisyyden tarve näkyivät haastattelussa, sillä luotettavaa esimies-alaisuhdetta ja hyvää kommunikointia pidettiin oleellisena. Tuloksissa kävi ilmi, että kahdessa yrityksessä esimiehet eivät ottaneet huomioon tarpeeksi alaistensa tarpeita eikä kommunikointi sujunut. Yhteisöllisyyden tarpeen portaan tulisi siis myös toteutua, jotta työhyvinvoinnin koetaan olevan kunnossa. Hyvällä työilmapiirillä oli myös olennainen vaikutus yhteisöllisyyden tarpeen täyttymiseen.

Arvostuksen tarve oli neljäntenä portaana, ja siihen sisältyi mm. palkitsemisjärjestelmät. Kukaan haastateltavista ei kertonut sen enempää palkitsemisjärjestelmistään, mutta työntekijöiden palkitseminen hyvästä tuloksesta mainittiin kyllä tärkeänä haastatteluissa. Avoin tiedonkulku koettiin myös hyvin olennaisena työyhteisössä, ja haastatteluissa kävi ilmi, että henkilöstö koki olevansa tärkeä osa organisaatiota, kun he saivat tarpeeksi informaatiota esimiehiltään itseään koskevista asioista.

Viimeinen eli viides porras oli itsensä toteuttamisen tarve, joka sisälsi mm. oppimisen ja luovuuden tukemista työyhteisössä, sen viihtyvyyden ylläpitämistä ja mielekkään työn mahdollistamista. Haastattelujen perusteella lähes kaikki haastateltavat viihtyivät erittäin hyvin töissään ja kokivat, että esimiehet tai alaiset tukivat toisiaan työyhteisössä. Lisäksi viides porras sisältää yksilön vapauden toimia työssään, ja haastatteluissa esimiesasemassa olevat sekä myös osa muusta henkilöstöstä koki viihtyvänsä työssään myös siksi, että heillä on vapaus päättää omasta työstään. Haastattelujen perusteella Rauramon Työhyvinvoinnin portaat kuvaavat hyvin työhyvinvoinnin käsitettä, sillä niissä on selviä yhtäläisyyksiä haastatteluiden tuloksiin. Jokaisen portaan sisällöstä oli informaatiota myös tuloksissa, ja tuloksissa olisikin voinut haastatteluiden vastaukset jaotella myös Työhyvinvoinnin portaiden mukaan.

Työkyvyn mallina oli Työkykytalo-malli (ks. sivu 15), jossa oli neljä eri kerrosta kuvaamassa kokemuksia yksilön työkyvystä. Kaikki talon neljä kerrosta tulivat ilmi myös

haastatteluissa. Ensimmäisenä kerroksena oli niin fyysinen, psyykkinen kuin sosiaalinen terveys ja työkyky, jotka toimivat työkyvyn perustana. Jokaiselle haastateltavalle niin psyykkinen kuin fyysinen työkyky oli hyvin tärkeä osa heidän työkykyään, ja varsinkin iäkkäämmille haastateltaville tämä ensimmäinen kerros oli olennainen osa työssä jaksamista.

Toista kerrosta eli osaamista ei mainittu suoraan haastatteluissa, mutta esimerkiksi muutama haastateltava mainitsi mielellään sisällyttävänsä TYKY-päiväänsä luentoja tai koulutuksia omaan työhönsä liittyen, eli osaamista halutaan pitää yllä ainakin muutaman haastateltavan toimesta. Kolmas kerros sisälsi arvot ja asenteet ja sen, että työ koettaisiin mielekkäänä. Mielekäs työ vahvistaa työkykyä, samoin tämän kerroksen työn ja vapaa-ajan tasapaino, jonka osa haastateltavista mainitsi yrittävänsä ylläpitää. Työ koettiin sitä mielekkäämpänä, mitä positiivisempi oli työilmapiiri.

Ylimpänä Työkyky-talossa oli työolot, työyhteisö ja johtaminen. Nämä kaikki tulivat ilmi myös haastatteluissa, sillä huono johtaminen vaikutti selkeästi työilmapiiriin ja siten koko työyhteisöön. Hyvällä johtamisella saatiin henkilöstö viihtymään työssään ja ylläpidettiin positiivista ilmapiiriä. Kun työyhteisössä vietettiin TYKY-päiviä, koettiin yhteishengen olevan parempi, joka puolestaan parantaa kokemuksia työyhteisöstä ja näin ollen yksilön työkyvystä. Myös Työkykytalo-malli kuvaa hyvin yksilön työkykyä, sillä kaikki sen kerrokset tulivat ilmi myös haastatteluissa ja yksilön kokemuksessa työkyvystään. Molemmat mallit työkyvystä ja työhyvinvoinnista olivat siis linjassa haastatteluista saatujen tuloksien kanssa.

8.3 Kehitysehdotukset Taulaniemen leirintäalueelle

Tässä luvussa analysoidaan sekä teemahaastatteluista saatuja tuloksia, että benchmarkingin avulla saatua aineistoa. Näin saataisiin Taulaniemen leirintäalueelle kehitysehdotuksia siitä, millaisia TYKY-päiviä tamperelaiset yritysasiakkaat haluaisivat siellä viettää.

Tuloksista nousi selvästi kolme tärkeää teemaa, joita haastateltavat pitivät hyvin tärkeinä TYKY-päivän sisältöä koskien: näitä olivat ruoka, sauna ja yhdessäolo. Niinpä

näihin kolmeen teemaan tulisi Taulaniemessä keskittyä ja panostaa myös laadullisesti, jotta yritysasiakkaat haluaisivat tilata TYKY-päivänsä Taulaniemestä. Haastateltavat kokivat, että TYKY-päiviin osallistuminen on tärkeä osa työn mielekkyyttä. TYKY-päiviltä haettiin eritoten yhdessäoloa ja sellaisia aktiviteetteja, joita voidaan tehdä koko työyhteisön voimin. Liikunnalliset aktiviteetit olivat suosittuja vastaajien keskuudessa, joten niitä tulisi ehdottomasti sisällyttää TYKY-päivän ohjelmaan.

Täysin uniikkeja urheilulajeja voi olla kuitenkin vaikeaa keksiä, koska Teiskon ja Tampereen alueella liikunnallisista TYKY-päivistä ei ole pulaa: mm. Murikanranta ja Elämyspalvelut Nostalgia tarjoaa monipuolisesti erilaisia liikunnallisia aktiviteetteja lähellä Taulaniemeä. Osa haastateltavista kuitenkin kertoi haluavansa TYKY-päivältään sellaisia lajeja, jotka olisi helppo toteuttaa myös Taulaniemessä. Näitä olivat esimerkiksi erilaiset pallopelit, joten mahdollisuudet tällaisiin perusaktiviteetteihin kannattaisi hankkia. Lisäksi erilaiset paketit, kuten leikkimieliset olympialaiset tai lajikokeilut, joissa yhdistetään haastateltavien mielestä mielekkäät lajit, kuten pallopelit, muut ulkopelit sekä esimerkiksi soutu tai kanotointi, olisivat tamperelaisille yrityksille näiden tulosten valossa mieleen. Lajikokeiluun voisi yhdistää kuvion 9 aktiviteetteja yritysten mieltymysten mukaan (ks. kuvio 9, 38).

Koska Taulaniemeä ympäröivä luonto oli myös haastateltavien mielestä todella kauniista, olisi hyvä keskittää TYKY-aktiviteetit tietysti luontoon. Erilaiset rentoutumishetket järven rannalla tai laiturilla voisivat tuoda päivään kaivatun hengähdyksen ja rentoutuksen hetken. Koska luontopolut ja -rastit olivat myös monelle mieleen, voisivat yritykset käyttää luonnossa liikkumista rentoutumiseen. Myös liikunnalliset aktiviteetit tulisi järjestää ensisijaisesti ulkona, jotta asiakkaat pääsisivät nauttimaan kauniista ympäröivästä luonnosta. Taulaniemessä on jo valmiina luontopolku, joten sitä tulisi ehdottomasti hyödyntää TYKY-päiviä järjestettäessä.

Suomen mittakaavassa TYKY-tarjonta oli hyvin laajaa. Yksi uudempi aktiviteettimahdollisuus löytyi benchmarkingin avulla, jota ei juuri Tampereen alueella ole vielä hyödynnetty. Tämä oli ActionTrack-sovelluksen ympärille rakennettu TYKY-aktiviteetti. ActionTrack on älypuheliiniin ladattava sovellus, jonka avulla voidaan tehdä esimerkiksi digitaalisia rastiratoja fyysiseen tilaan tai esimerkiksi opastettuja kävelyreittejä.

Rastit voivat sisältää niin kysymyksiä, multimediaa, tietoja kuin ohjeita, ja sovellus käyttääkin puhelimen GPS-koordinaatteja sijainnin paikantamiseen. ActionTrackin kehittänyt yritys on lisäksi tamperelainen, joten tuotteen kehittäminen ja yhteydenpito olisi varmasti helpompaa, kun myös Taulaniemen leirintäalue sijaitsee Tampereella. (Action Track n.d.) Tässä tapauksessa luontorastien ollessa yritysten suosiossa, voisi Taulaniemeen tehdä sovelluksen pohjalta erilaisia rastiratoja, joita joukkueet kiertäisivät kilpaillen pienissä ryhmissä tai kierrellen rauhassa yhtenä ryhmänä.

Talviaktiviteeteista mainittiin avanto, erilaiset aktiviteetit jäällä sekä sauna, joten talvella nämä mahdollisuudet kannattaisi ottaa käyttöön. Toisaalta vaikka näiden aktiviteettien kannalla oli suurin osa haastateltavista, ovat ne juuri niitä, joita myös kilpailijat tarjoavat. Erottautuakseen joukosta tulisi Taulaniemen siis keksiä niihin jotain sellaista, jota jokaisella kilpailijalla ei olisi valikoimassaan. Hyvänä esimerkkinä on esimerkiksi Luonnonhyvä Instituutti, sillä heidän järjestämänsä lyhtykävely oli sellainen aktiviteetti, joita ei muilta verratuilta yrityksiltä löytynyt. Tällaisia elementtejä voitaisiin myös Taulaniemessä hyödyntää, jotta erotuttaisiin kilpailijoista. Esimerkiksi talvella luonnossa kävely lyhtyjen valossa tai jokin muu erikoinen luontokävely, vaikka yöllä tapahtuma kuutamokävely, voisi olla tällainen elämyksellinen aktiviteetti. Myös erilaiset teemaillat, joita järjestettiin mm. Murikanrannassa, voisivat olla talvi-iltojen aktiviteetteja.

Koska sauna oli tärkeä kaikille haastateltavista kesällä ja talvella, voisi osan TYKY-päivän ohjelmista nitoa sen ympärille. Kaksi haastateltavaa ehdotti, että voisi olla hauskaa lämmittää sauna yhdessä työporukan kanssa. Tätä mahdollisuutta voisi tarjota yhtenä TYKY-päivän ohjelmana, sillä se ei varmasti ole tuttu kaikille kaupungista saapuville asiakkaille. Tampereella on myös hemmottelusaunoja, joten hemmotteluhoitojen elementtejä, kuten voiteita tai erilaisia aromaattisia tuoksuja, voisi hyödyntää rentouttavan saunakokemuksen luomisessa myös Taulaniemeen. Esimerkiksi Luonnonhyvä Instituutti tarjoaa yrttisaunan havujen tuoksussa tai äijien tervasaunan, jotka erottuvat heti sillä, että saunakokemukseen on tuotu jotain elämyksellistä. Näistä ideoista voisi Taulaniemeen tuoda juurikin erilaiset saunakokemukset kohde-ryhmän mukaan.

Ruokailu oli kaikille haastateltaville tärkeä osa TYKY-päivää. Niinpä laadukkaisiin raaka-aineisiin tulisi panostaa, jotta asiakkaille saataisiin mahdollisimman maittavaa ruokaa. Osa kertoi mielellään haluavansa kokeilla kokkauskurssia, joten puitteet ja välineet siihen voisivat olla hyödyllisiä siinäkin mielessä, ettei Taulaniemessä henkilökunnan tällöin tarvitsisi itse valmistaa ruokaa vierailevalle ryhmälle. Toisaalta isommissa TYKY-päivissä voisi ruoat tilata esimerkiksi pitopalvelusta, jolloin Taulaniemen henkilökunnalle jäisi enemmän aikaa järjestää muuta toimintaa päivän aikana. Mahdollisuuksien puitteissa ruoka voisi olla esimerkiksi lähellä tuotettua, jotta Teiskon pientuottajat tulisivat tutuiksi myös tamperelaisille yrityksille.

Kestoltaan suosituin oli puoli päivää kestävä TYKY-päivä ja seuravaksi suosituin aamusta iltaan kestävä TYKY-päivä. Toimeksiantajan toiveissa oli kuitenkin järjestää sellainen TYKY-päivä, jossa asiakkaat haluaisivat yöpyä paikan päällä. Vaikka yön yli kestävät tai tätä pidemmät TYKY-päivät eivät olleet suosittuja haastateltavien keskuudessa, voisi TYKY-asiakkaille mahdollisuuksien mukaan tarjota myös yöpymistä mökeissä. Jos aktiviteetit ja päivän ohjelma nidotaan niin, että illalla voisi saunomisen ja nuotion jälkeen jäädä yöksi, voisi tällaiseen TYKY-päivään saada enemmän asiakkaita. Vähintäänkin yöpymismahdollisuudesta ja mökeistä kannattaa mainita TYKY-aktiviteettien ja -palvelujen yhteydessä.

Markkinoinnillisesti haastattelujen pohjalta on varsin selvää, että Taulaniemen leirintäalueen tulisi panostaa ajanmukaisiin kotisivuihin. Tällä hetkellä kotisivut ovat hyvin informatiiviset, mutta niiden ilmettä voisi nykyaikaistaa. Yrityksiin voisi olla myös suoraan yhteydessä puhelimitse ja sähköpostitse, sillä niin kuin osa haastateltavista mainitsi, jäisi Taulaniemi paremmin mieleen heidän ottaessa suoraa yhteyttä potentiaalisiin asiakkaisiin. Yhdellä haastateltavalla oli kehitysehdotus, että osan internetsivujen kuvista voisi korvata videoilla. Videot voisivat antaa paremman kuvan ympäröivästä kauniista miljööstä ja erottautuisivat varmasti kilpailijoiden kotisivujen kuvista. Koska internet koettiin sellaisena kanavana, jota käytettiin eniten juuri TYKY-päivien varaamisessa, voisi Taulaniemi tulevaisuudessa harkita internetvarausjärjestelmää, sillä sen avulla saataisiin varmasti helposti yritysryhmiä paikalle. Tällä hetkellä internetvarausmahdollisuutta ei Taulaniemessä ole. Taulaniemen leirintäalueen kotisi-

vuilla on myös maininta TYKY-päivien järjestämismahdollisuudesta, mutta jotta asiakkaita saataisiin houkuteltua ostamaan näitä tuotteita heiltä, tulisi sivuilla kertoa TYKY-päivän sisällöstä laajemmin. Kuten yksi haastateltava mainitsi, voisi sivuilla olla yksityiskohtaisemmin tietoa tulevaisuudessa siitä, millaisia TYKY-päiviä Taulaniemessä järjestetään, jotta asiakas saa tietoa TYKY-päivän sisällöstä ja ostaa tuotteen herkemmin.

Muutama haastateltava kertoi kiinnittävänsä siisteyteen hyvin paljon huomiota, ja oletettavasti paikan siisteys ja viihtyisyys ovat kaikille TYKY-päiväänsä viettäville edes jonkinlaisessa arvossa. Niinpä tilojen siisteyteen ja viihtyvyyteen tulisi myös panostaa, jotta asiakkaat viihtyisivät Taulaniemessä. Tuotekehittelyllä saataisiin varmasti sellaisia valmiita TYKY-palvelupaketteja, jotka yhdistävät niin liikunnallisuutta kuin ympäröivän luonnon elämyksellisyyttä houkutellakseen yritysasiakkaita viettämään TYKY-päiväänsä Taulaniemessä. Loppujen lopuksi yritykset halusivat TYKY-päiviltään sellaisia asioita, joita ei olisi vaikea toteuttaa realistisesti myöskin Taulaniemessä, joten yritysasiakkaita saataisiin varmasti tulevaisuudessa houkuteltua viettämään TYKY-päiväänsä Taulaniemessä.

9 Pohdinta

Tutkimuksen tavoitteena oli löytää kehitysehdotuksia Taulaniemen leirintäalueelle siitä, miten heidän tulisi kehittää palvelujaan, jotta ne vastaisivat paremmin TYKY-asiakkaiden tarpeisiin. Aiheena oli selvittää, millaisia mielikuvia potentiaalisilla yritysasiakkailta oli Taulaniemen leirintäalueesta, oliko se heille jo entuudestaan tuttu sekä millaisia TYKY-päiviä he haluaisivat viettää.

Tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että tamperelaiset yritykset haluavat TYKY-päiväl-tään liikunnallisia aktiviteetteja hyvän ruoan ja saunan parissa. Mielikuva Taula-niemestä oli haastateltavien keskuudessa positiivinen, ja kaikki haastateltavat tykäs-tyivätkin sen miljööseen ja ympäröivään luontoon, vaikka se ei ollutkaan suurimmalle osalle entuudestaan lainkaan tuttu. Markkinoinnissa Taulaniemen tulisikin keskittyä internetsivujensa päivittämiseen sekä suoramarkkinointiin yrityksille, jotta se tulisi tutummaksi tamperelaisille yrityksille.

Teemahaastattelu toimi hyvin tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä, sillä ilmi-östä saatiin laaja kuvaus, ja samalla pystyttiin keräämään haastateltavien omakohtai-sia kokemuksia yksityiskohtaisesti. Haastateltavia oli 15 kappaletta, joka oli riittävä määrä tässä tapauksessa, sillä vastaukset alkoivat toistaa toisiaan eikä uutta materi-aalia enää niistä saatu. Joissakin tilanteissa teemahaastattelusta ei saatu niin paljon irti informaatiota kuin olisi haluttu, sillä haastateltavat olivat kiireisiä. Näissä tapauk-sissa olisi kvantitatiivinen kyselylomake voinut olla toimiva ratkaisu, jolloin haastatel-tava olisi saanut täyttää sen rauhassa omalla ajallaan. Toisaalta vastaukset olisivat voineet olla vieläkin lyhempiä, jos kyselylomaketta olisi käytetty, sillä tutkijan läsnä-olo varmasti vaikutti siihen, että vastaukset olivat laajoja ja syvällisiä.

Haastattelujen puolesta välissä huomattiin, että haastateltavilla olisi voinut olla lisät-tävää teemojen jälkeen. Tuloksista olisi siis voinut tulla informatiivisempia, jos kai-kilta haastateltavilta olisi kysytty, olisiko heillä vielä jotain lisättävää aiheeseen. Haas-tattelujen lopuksi haastateltavat olivat ehtineet miettiä teemoja itsekseen, joten tut-kimuksen jälkeen ei voida olla pohtimatta, olisiko myös loppuilla haastateltavista saat-tanut olla jotain tärkeää lisättävää tai uusia ideoita.

Tutkimusongelman ratkaisu hyödyttää niin Taulaniemeä sen miettiessään tulevaisuuttaan kuin Tampereen ja Teiskon seudun matkailua. Taulaniemen leirintäalue saa tutkimuksesta ehdotuksia siihen, mihin suuntaan sen tulisi viedä toimintaansa, jotta se vastaisi TYKY-asiakkaiden tarpeisiin. Lisäksi tutkimustulokset antavat eväitä niille yrityksille, jotka pohtivat TYKY-palveluiden ja -aktiviteettien tarjoamista Tampereen alueella. Jos Taulaniemi ottaa kehitysehdotukset käyttöönsä, monipuolistaa se samalla Teiskon ja Tampereen matkailutuotevalikoimaa. Tutkimustulosten perusteella Taulaniemen leirintäalue pystyy myös kohdentamaan markkinointiaan paremmin halutulle kohderyhmälle.

Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää niin Taulaniemen leirintäalueella sen toiminnan kehittämisessä kuin muissa tamperelaisissa yrityksissä, jotka haluavat ottaa TYKY-tuotteita tarjontaansa. Tämän tutkimuksen perusteella he saavat tietoa siitä, millaisia aktiviteetteja ja palveluita tamperelaiset yritykset haluavat TYKY-päivältään, ja voivat näin poimia omaan käyttöön sopivimmat kehitysehdotukset ja tuotteet. Tälle tutkimukselle jatkumona olisikin tuotekehittely Taulaniemen leirintäalueelle näistä kehitysideoista. Lisäksi tämän opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää itse tamperelaisissa yrityksissä, sillä tuloksien perusteella he saavat kuvaa siitä, mitkä asiat vaikuttavat työntekijöiden työkykyyn ja työn mielekkyyteen, sekä millaisia TYKY-päiviä niin esimiehet kuin alaiset haluaisivat Tampereella järjestää ja viettää.

Lähteet

About ACSI. N.d. Everything about camping and campsites. Viitattu 11.1.2017.

<http://www.acsi.eu/en/about-acsi/l2-n145/>.

ActionTrack. N.d. Suomen tilausaktiviteetit Oy. Viitattu 4.4.2017. <http://www.action-factory.info/tilattavat-ulkoaktiviteetit/action-track.html>.

Alakoski, L. 2014. Yritysassiakkaan arvon muodostuminen luontomatkailupalvelusta – palvelukeskeisen liiketoimintalogiikan näkökulma. Akateeminen väitöskirja. Helsingin yliopisto, maatalous-metsätieteellinen tiedekunta, taloustieteen laitos. Viitattu 1.4.2017. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/42944/alakoski_vaitoskirja.pdf?sequence=1.

Begstöm, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita Publishing.

Elämyspalvelut Nostalgia. N.d. TYHY – TYKY TOIMINTA. Viitattu 1.3.2017.

<http://www.elamyspalvelut.fi/aktiviteetti/tyhy-TYKY/>.

Hannukainen, H. 2014. Yritysmatkailu siirtyi kosteista juhlista luontoon. Yle Uutiset Kotimaa 24.6.2014. Viitattu 25.1.2017. <http://yle.fi/uutiset/3-7314637>.

Kaanaa Karting. N.d. Hinnat. Viitattu 1.3.2017. <http://www.kaanaakarting.com/hinnat.html>.

Kananen, J. 2008. Kvali: Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylän yliopistopaino.

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä: Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Suomen yliopistopaino.

Kehusmaa, K. 2011. Työhyvinvointi kilpailuetuna. Kariston Kirjapaino.

Kelo ja Kallio Adventures. N.d. Toimintaa Teiskossa. Viitattu 1.3.2017.

<https://www.pro-kiipeily.fi/ohjelmalvelut-tampere/tiimi-ja-TYKYpaivat/toimintaa-teiskossa/>.

Kotler, P. & Armstrong, G. 1999. Principles of Marketing. 8. p. Prentice-Hall, Inc.

Kozak, M. & Nield, K. 2001. An Overview of benchmarking literature: Its strengths and weaknesses. Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism, 2, ¾, 7–23. Viitattu 1.2.2017. <https://janet.finna.fi>, Hospitality & Tourism Complete.

Löytänä, J. 2011. Viisi erilaista asiakasta. Viitattu 25.1.2017. <http://www.asiakaskokemus.fi/2011/02/viisi-erilaista-asiakasta/>.

Matkailun edistämiskeskus. 2005. Hyvinvointi- ja wellness-matkailun peruskartoitus. MEK A: 144. Viitattu 6.2.2017. <http://www.visitfinland.fi/studies/hyvinvointi-ja-wellness-matkailun-peruskartoitus/>.

Murikanranta. N.d. Murikanrannan tarjoamat TYKY-palvelut ja aktiviteetit. Viitattu 1.3.2017. <http://www.murikanranta.fi/palvelut/>, Aktiviteetit, Aktiviteettipalvelut.

Pursiainen, P. 2016. Opinnäytetyön toimeksiantaja, Taulaniemen leirintäalue. Toimeksianto 5.12.2016.

Rauramo, P. 2012. Työhyvinvoinnin portaat. 2. uud. p. Edita Publishing.

Salojärvi, S. 2010. Työhyvinvointi ja tuottavuus ovat yhtä. Talouselämä 8, 14. Viitattu 6.2.2017. <https://janet.finna.fi>, Talentum.

SF-Caravan ry. N.d. SF-Caravan ry:n kuvaus toiminnastaan. Viitattu 11.1.2017. <https://www.karavaanarit.fi/sf-caravan-ry/sf-caravanry/>.

Siddike, A. & Kiran, K. 2015. Marketing of academic library services through social networking sites: Implications of electronic word-of-mouth. Education for Information, 31, 3, 143–159. Viitattu 17.3.2017. <https://janet.finna.fi>, Academic Search Elite.

Sosiaali- ja terveysministeriö. N.d. Työhyvinvointi. Viitattu 24.1.2017. <http://stm.fi/tyohyvinvointi>.

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

Tamminen, H. 2011. Työhyvinvointia yhteistyöllä. Tietolehti työhyvinvoinnin vastuista ja velvoitteista. Työturvallisuuskeskus. Päivitetty 10.9.2014. Viitattu 24.1.2017. https://sykettatyojon.fi/files/tietopankki/tyohyvinvointia-yhteistyolla/Tyohyvinvointia_yhteistyolla.pdf.

Taulaniemen lomakoti ja leirintäalue. N.d. Tietoa Taulaniemestä ja sen tarjoamista palveluista. Viitattu 11.1.2017. <http://www.taulaniemi.fi>, Elämyksiä; Leirintäalue; Mökit; Juhlat; Yritykset.

Teiskon Viini. N.d. Palvelut. Viitattu 1.3.2017. <http://www.teiskonviini.fi/palvelut>.

Työ- ja elinkeinoministeriö. N.d. Työolobarometri mittaa työelämän muutoksia. Viitattu 19.1.2017. <http://tem.fi/tyoolobarometri>.

Työeläkevakuuttajat TELA ry. N.d. Työkyvyn muodostuminen. Viitattu 19.1.2017. <http://www.tela.fi/tyokyky>.

Työterveyslaitos. 2014. Mitä työkyky on? Viitattu 2.2.2017. http://partner.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/TYKYtoiminta/mita_on_tyokyky/sivut/default.aspx.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut – Matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. WSOY.

Viitaniemen Tila. N.d. TYKY-päivät. Viitattu 1.3.2017. <http://www.viitaniemen-tila.fi/TYKY>.

Vilkkä, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4. uud. p. PS-kustannus.

Liitteet

Liite 1. Teemahaastattelun haastattelurunko

YRITYKSEN PERUSTIEDOT

Yrityksen nimi ja sijainti:

Yrityksen koko (henkilömäärä):

Haastateltavan ikä:

TEEMA: TYÖKYKY YKSILÖN NÄKÖKULMASTA

Mitä työkyky tarkoittaa Teille?

Miten pystytte itse pitämään yllä työkykyänne?

Miten työpaikallanne näkyy työkyvyn ylläpitäminen?

Miten esimies pystyy pitämään huolta työkyvystänne? / Miten pystytte esimiehenä pitämään huolta alaistenne työkyvystä?

TEEMA: TYKY-/VIRKISTYSPÄIVÄN SISÄLTÖ

Kuvaillkaa mielestänne mielekästä TYKY-päivää.

Mitä aktiviteetteja se sisältäisi?

Millaiset TYKY-päivät olisivat kestoaltaan sopivia?

Mitkä asiat vaikuttavat mielestänne onnistuneeseen TYKY-päivään?

Miksi osallistutte TYKY-päivään tai miksi järjestätte sellaisen/sellaisia? Mitkä ovat tavoitteenne?

Millainen on kokemuksenne TYKY-/virkistyspäivistä?

Kuinka usein olette niitä viettäneet?

TEEMA: MARKKINOINTIVIESTINTÄ

Mitkä asiat vaikuttavat siihen, kun suunnittelette TYKY-päivää?

Mistä etsitte tietoa TYKY-päivän järjestäjistä?

Mitkä ominaisuudet vaikuttavat paikan valintaan?

Mitä kautta haluaisitte saada tietoa TYKY-päivien järjestäjistä?

TEEMA: TAULANIEMEN LEIRINTÄALUE

(3–5 kuvaa Taulaniemen leirintäalueesta) **Mitä Teille tulee mieleen näistä kuvista?**

Minkälaisen TYKY-päivän haluaisitte viettää täällä?

Mitä elementtejä se sisältäisi tai millaisia aktiviteetteja haluaisitte täällä harrastaa?

Onko Taulaniemen leirintäalue Teille entuudestaan tuttu?

Jos on, mitä kautta ja millaisia kokemuksia Teillä on?

Jos ei ole, millaisen mielikuvan saatte ko. paikasta näiden kuvien perusteella?

Liite 2. Teemahaastattelun visuaalisessa osiossa käytetyt kuvat





