

Opinnäytetyö (YAMK)

Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma

Restonomi (YAMK)

2017

Laura Ojanen

# UUSI TYÖHUONEESI ON AVATTU!

– Cowork – tilan suunnittelu

Laura Ojanen

## UUSI TYÖHUONEESI ON AVATTU!

- Cowork –tilan suunnittelu

Tässä opinnäytetyössä suunniteltiin palvelumuotoilun viitekehityksessä cowork -tilakonsepti case -yritykselle. Työn tulevaisuuden muutoksien tarkastelun, liikematkailun trendien, sekä benchmarking -analyysin avulla tehtiin johtopäätöksiä siitä, miten case – hotellin aulapalveluja tulisi kehittää.

Liikeasioiden vuoksi matkustaminen on ollut koko matkailun historian ajan yksi tärkeimmistä matkustamisen motiiveista. Liikematkailu voidaan laskea taloudellisesti merkittävämmäksi ja voimakaimmin kasvavaksi matkailun osa-alueeksi kaikkialla maailmassa. Samalla teknologinen kehitys muuttaa saavutettavuutta ja kommunikaatiota, ja heijastuu näin työskentelypaikkoihin ja -tapoihin. Yhteisöllisten työtilojen lisääntyminen on globaalisti iso trendi, joka tarjoaa yhteisöllisyyttä ja verkottumisen etuja itsenäisille ammattilaisille ja pienyrittäjille.

Matkailun kasvu tulee jatkumaan tulevaisuudessa ja oleellista yritysten kannattavuuden näkökulmasta on pyrkiä ennakoimaan asiakkaiden ostokäyttäytymistä sekä ennakoimaan asiakkaiden tarpeita. Tulevaisuudessa uskotaan hotellien menestyksen ja kasvun takana olevan erilaisiin elämäntyyliin suunnatut hotellit (esim. lifestyle-, design- ja butik – hotellit) ja perinteisen jaon liike-matka – ja vapaa-ajanhotelleihin taas uskotaan häviävän. Myös mobiiliteknologia nähdään liikematkailua tulevaisuudessa muuttavana isona trendinä.

Palveluiden jatkuva kehittäminen organisaatioissa on nykypäivänä ja tulevaisuudessa erittäin tärkeää. Muuttuva ja kasvava kysyntä ja niihin vastaaminen oikeanlaisella tarjoamalla nähdään yhtenä liiketoiminnan menestystekijänä. Palvelumuotoilun avulla voidaan parantaa palveluiden toimivuutta sekä luoda asiakkaalle uusia, lisäarvoa luovia palveluja. Palvelumuotoilun metodien avulla esiteltiin kehittämistyön eri vaiheet ja palvelukonseptin määrittelyllä esiteltiin cowork – tila-konsepti.

ASIASANAT:

Liikematkailu, cowork, palvelumuotoilu

Laura Ojanen

## YOUR NEW OFFICE IS OPEN!

- The design of the coworking space

In this thesis, a coworking space concept was planned for a case company, in the framework of service design. With examining future changes and business travel trends, as well as a benchmarking analysis, conclusions were drawn concerning how the lounge services of the case hotel should be developed.

Traveling for business has been one of the most important motives for traveling during the entire history of traveling. Business traveling can be considered economically the most significant, as well as the most rapidly growing field of travel around the world. Simultaneously, the technological development is transforming accessibility and communication, which will affect workplaces and ways of working. The increase of communal work spaces is a big global trend which offers a sense of community as well as networking advantages for independent professionals and small business owners.

The growth of traveling will continue in the future. The traditional division into business and leisure hotels is projected to become irrelevant, and hotels will rather be directed to customers with similar lifestyles (e.g. theme, lifestyle and design hotels). Even though the future of the field seems bright, it is essential in terms of continuity of growth and profitability to strive for predicting the needs and the purchasing behavior of the customers in light of prevalent trends. In this way, the growing and changing demand can be met with the right products and innovations.

Today, developing is part of almost everybody's job description and tasks in companies and other organizations. With service design it is possible to identify new business opportunities and to create strategically reasonable services that bring more value to the customer.

### KEYWORDS:

Business travel, cowork, service design

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
1.1 Työn taustaa	6
1.2 Työn tavoitteet ja tutkimusongelma	7
1.3 Työssä käytettävät menetelmät	8
1.4 Kohdeorganisaatio	9
<b>2 LIIKEMATKAILUN TULEVAISUUS</b>	<b>11</b>
2.1 Liikematkailu ja alan kehitys	11
2.2 Liikematkailun trendit ja hiljaiset signaalit	12
2.3 Liikematkailun tulevaisuus	14
<b>3 TYÖN TEKEMINEN MUUTOKSESSA</b>	<b>17</b>
3.1 Teknologioiden kehitys	17
3.1.1 Teknologioiden kehitys työn murroksen mahdollistajana	17
3.1.2 Työn tekemisen muutosten vaikutukset työtilaan	18
3.2 Taustalla maailmanlaajuiset muutokset	19
3.2.1 Globalisaatio ja verkostoitunut maailma	19
3.2.2 Demografiset muutokset työpaikoilla	20
3.2.3 Individualismi ja yhteisöt	20
3.3 Yhteisölliset tilat	21
3.3.1 Cowork – ilmiön määritelmä	21
3.3.2 Yhteisölliset työtilat maailmalla	23
3.3.3 Monipaikkainen työ	24
<b>4 COWORK- AULATILAKONSEPTIN KEHITTÄMINEN</b>	<b>25</b>
4.1 Palvelumuotoilun prosessin määrittely	25
4.1.1 Brief	27
4.1.2 SWOT – analyysi	27
4.1.3 Havainnointi	28
4.1.4 Benchmarking – vertailuanalyysin tekeminen	29
4.1.5 Yhteenveto benchmarking- vertailusta	32
4.2 Suunnittelu – palvelupolun ja palvelukonseptin luominen	33
4.2.1 Cowork- asiakkaan palvelupolku	33
4.2.2 Cowork – tilakonsepti	34

4.3 Pohdintaa cowork- aulatilán kehittámisestá	36
4.4 Työn validiteetti ja reliabiliteetti	37
<b>5 YHTEENVETO</b>	<b>39</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>41</b>

## **KUVAT**

Kuva 1. Liikematkustuksen trendit (SMT 2017; CWT 2017; Hámäláinen 2006; Kause 2017; Naukkarinen 2011)	12
Kuva 2. Liikematkailun hiljaiset signaalit. (Yeoman 2008; TUI 2017)	14
Kuva 3. Adjektiivéja, joita yleisimmin kýtetáán kuvaamaan coworking-tiloja (Deskmag 2012)	22

## **KUVIOT**

Kuvio 1. Kehittámistýön etenemisprosessin ja menetelmien kuvaus.(Tuulaniemi 2013 muokattu).	25
Kuvio 2. Palvelumuotoiluprosessi (Tuulaniemi 2013, 128)	26
Kuvio 3. Yhteenveto SWOT-analyysista.	28
Kuvio 4. Benchmarking- yritykset.	30
Kuvio 5. Cowork -asiakkaan palvelupolku	34

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Työn taustaa

Työelämän muutokset nykypäivänä liittyvät olennaisella tavalla tietoteknologian yleistymiseen, taloudellisiin muutoksiin ja globalisaatioon. Työelämään siirtyvät uudet sukupolvet ja tietotyön murros ovat jo pidemmän aikaa muokanneet käsityksiämme perinteisestä toimistotyöstä. Tieto- ja viestintäteknologioiden kehitys on mahdollistanut paikasta riippumattoman työskentelyn, mikä on toiminut alkusysäyksenä laajempialaisille pohdinnoille työn tekemisen luonteesta. 2010-luvulla muutoksiin on havahduttu suuremmassa mittakaavassa ja työympäristösuunnittelu on alkanut osoittaa monipuolistumisen merkkejä. Uudet työnteon tavat haastavat vanhat mallit ja uusi käyttäytyminen synnyttää uusia tarpeita. Säilyäkseen kilpailukykyisinä organisaatioiden on uusiuduttava jatkuvasti. Niihin vastaaminen rakennetun ympäristön keinoin luo uusia tapoja tehdä työtä sekä jopa kokonaan uusia tilaratkaisuja. (Tekes 2011, 17.)

Liikeasioiden vuoksi matkustaminen on ollut koko matkailun historian ajan yksi tärkeimmistä matkustamisen motiiveista. Liikematkailu voidaan laskea taloudellisesti merkittävimmäksi ja voimakkaimmin kasvavaksi matkailun osa-alueeksi kaikkialla maailmassa. (Verhelä 2000, 7-9.) Samalla teknologinen kehitys muuttaa saavutettavuutta ja kommunikaatiota, ja heijastuu näin työskentelypaikkoihin ja – tapoihin (Tekes 2011, 7). Yhteisöllisten työtilojen lisääntyminen on globaalisti iso trendi, joka tarjoaa yhteisöllisyyttä ja verkottumisen etuja itsenäisille ammattilaisille ja pienyrittäjille (Mow 2016).

Palveluiden jatkuva kehittäminen organisaatioissa on nykypäivänä ja tulevaisuudessa erittäin tärkeää. Muuttuva ja kasvava kysyntä ja niihin vastaaminen oikeanlaisella tarjoamalla nähdään yhtenä liiketoiminnan menestystekijänä. Palvelumuotoilun avulla voidaan parantaa palveluiden toimivuutta sekä luoda asiakkaalle uusia, lisäarvoa luovia palveluja. (Tuulaniemi 2013, 96.)

Tulevaisuudentutkimuksen avulla voidaan pohtia minkälaisilla päätöksillä ja toimenpiteillä on mahdollista pyrkiä erilaisiin tulevaisuuden maailmoihin nykyisyydestä käsin (Hiltunen 2012, 94–95). Tulevaisuuden ennakointiin liittyy erilaisia käsitteitä, kuten megatrendit, trendit ja heikot signaalit. Megatrendit muodostuvat erilaisista trendeistä ja ovat laaja-alaisia. Trendit puolestaan muodostuvat erilaisista nousevista asioista, joita voidaan etsiä esimerkiksi heikkojen signaalien avulla. Villit kortit ovat nopeita ja radikaaleja

tapahtumia, jotka vaikuttavat asioihin laaja-alaisesti. (Hiltunen 2012, 75–76.) Tulevaisuuden ennakkoinnissa trendit tarkoittavat pitkäkestoisia yhteiskunnan suuntauksia, joiden oletetaan ehkä jatkuvan tulevaisuudessakin (Hiltunen 2012, 94–95). Megatrendejä ja trendejä tutkitaan ja analysoidaan tulevaisuudentutkimuksessa eri organisaatioiden toimesta. Niitä hyödynnetään monipuolisesti liiketoiminnassa, elinkeinopolitiikassa sekä pienten yritysten strategiatyössä. (Hernesniemi 2000, 61.)

## 1.2 Työn tavoitteet ja tutkimusongelma

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää case hotelliin cowork -aulatilakonsepti palvelumuotoilun keinoin ja kuvata tätä kehittämisprosessia. Työn teoriaosuudessa tutkittiin työn tulevaisuuden muutoksiin vaikuttavia tekijöitä, cowork -ilmiötä, liikematkailun tulevaisuuden trendejä sekä perehdyttiin palvelumuotoiluun ja sen prosesseihin. Tämän työelämälähtöisen opinnäytetyön tavoitteena on kehittää ja ideoida palvelumuotoilun viitekehityksessä cowork -tilakonsepti case yritykselle.

Opinnäytetyössä pyritään selvittämään:

- Millaiset asiat muuttavat työn tekemisen ympäristöä sekä liikematkustusta tulevaisuudessa?
- Millainen cowork -tilakonsepti sopii hotellin aulaan?

Työn tulevaisuuden muutoksien tarkastelun, liikematkailun trendien, sekä benchmarking -analyysin avulla on tehtävissä johtopäätöksiä siitä, miten hotellin aulapalveluja tulisi kehittää. Osana työn tekemistä käytetään ennakkointia, jonka avulla tarkastellaan ja analysoidaan tietoa tulevaisuudesta. Tässä työssä on otettu tutkimuksen kohteeksi työn tekemisen muutokseen vaikuttavat megatrendit, liikematkustuksen trendit sekä hiljaiset signaalit, joita tarkastellaan erilaisista kansainvälisistä ja kotimaisista lähteistä.

Tapaustutkimuksessa tutkitaan yritystä tai organisaatiota syvällisesti sen omassa ympäristössä. Tarkoituksena oli luoda aiheesta syvälinen tietopohja, jonka jälkeen tietoa sovellettiin konkreettiseen projektiin case hotellissa. Suunnitteluosuudessa luotiin tilakonsepti kohdeorganisaation aulapalveluiden kokonaisuuden kehittämiseen. Tavoitteena on suunnitella helposti muunneltava ja yhteisöllinen työskentelytila hotellin ravintolan yhtey-

teen. Tavoitteena on luoda vetovoimainen, viihtyisä ja luonteva kokoontumispaikka hotellivieraille sekä satunnaisille käyttäjille. Tilakonsepti on tarkoitus ottaa käyttöön maaliskuun 2017 aikana.

### 1.3 Työssä käytettävät menetelmät

Tämä opinnäytetyö on luonteeltaan kvalitatiivinen tapaustutkimus sekä kehittämistyö, jossa haetaan uusia mahdollisuuksia ja ratkaisuja kohdeorganisaation tarpeisiin. Tapaustutkimus soveltuu kehittämistyön lähestymistavaksi, jossa tehtävänä on tuottaa kehittämisehdotuksia ja ideoita tutkittavasta aiheesta. Tapaustutkimus soveltuu kehittämistyön lähestymistavaksi, kun halutaan syvällisesti ymmärtää kehittämisen kohdetta ja tuottaa uusia kehittämisehdotuksia. Tapaustutkimuksen tyypillisin piirre on, että monenlaisia menetelmiä käyttämällä saadaan monipuolinen ja kokonaisvaltainen kuva tutkittavasta tapauksesta. (Ojasalo ym. 2014, 52–55.) Tutkimuksen kohteena tässä opinnäytteessä oli kohdeorganisaation tuote sekä palvelu.

Palveluiden jatkuva kehittäminen organisaatioissa on nykypäivänä ja tulevaisuudessa erittäin tärkeää. Muuttuva ja kasvava kysyntä ja niihin vastaaminen oikeanlaisella tarjoamalla nähdään yhtenä liiketoiminnan menestystekijänä. Palvelumuotoilu (service design) on looginen toimintaketju, joka tarjoaa monipuolisia työkaluja toiminnan kehittämiseen.

Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palvelujen käyttäjälähtöistä ja kaupallista kehittämistä muotoilun menetelmiä hyödyntäen. Moritzin (2005, 6) mukaan palvelumuotoilun avulla luodaan uusia tai kehitetään olemassa olevia palveluja. Tuulaniemen (2013) määritelmän mukaan palvelumuotoilussa lähestytään systemaattisesti palvelujen innovointia ja kehittämistä sekä analyyttisellä että intuitiivisella otteella. Analyyttisellä lähestymistavalla tarkoitetaan loogisen päättelyketjuun, faktoihin, asiakastutkimukseen ja dataan liittyvää tietoa. Intuitiivinen ote puolestaan tarkoittaa taitoa ja kokemusta nähdä se, mitä ei ole vielä olemassa. (Tuulaniemi 2013, 10 – 11.) Tuulaniemen mukaan palvelumuotoilu on prosessi, jonka avulla organisaatio havaitsee missä, milloin ja miten organisaatio voi tehdä palvelunsa arvokkaammaksi (Tuulaniemi 2013, 96).

Oman toiminnan vertaaminen toisten toimintaan voi edistää yrityksen kilpailuasemaa monin eri tavoin: esimerkiksi oman toiminnan taso muihin verrattuna selkiytyy, toisten innovaatiot nopeuttavat omaa kehitystä ja tietoisuus kilpailijoiden olemassaolosta yleensä kiihdyttää kehittämisshalukkuutta (Ojasalo ym. 2014, 186). Osana työn tekemistä



käytetään benchmarking -menetelmää. Benchmarkingin avulla tutkitaan menestyvää tai menestyviä organisaatioita, pyritään oppimaan niiden menestyksen syitä ja ottamaan käyttöön muualla hyväksi havaittuja tapoja toimia. Vertailukohteena voivat olla esimerkiksi toisten toimialojen organisaatiot, oman yrityksen muut osastot, kilpailijat tai toimialan tilastolliset keskiarvot ja standardit. (Ojasalo ym. 2014, 186.)

Aluksi benchmarkingissa identifioidaan oma kehittämistä vaativa kohde ja sen jälkeen etsitään kehittämiskohteelle vertailukumppanit eli organisaatiot, joilla kyseinen asia onnistuu paremmin. Tämän jälkeen kerätään järjestelmällisesti tietoa siitä, kuinka nämä organisaatiot tässä onnistuvat. Benchmarkingin jälkeen tuloksia tulkitaan kriittisesti ja luovasti ja niitä sovelletaan oman organisaation toimintaan. (Ojasalo ym. 2014, 186.) Benchmarkingia eli vertailuanalyysiä käytettiin menetelmänä, jotta kyettäisiin vertaamaan kehitettävän hotellin aulapalveluja muihin hotelleihin. Vertailun kohteiksi valittiin kolme vastaavaa palvelua ja otettiin selvää erilaisten tilojen palvelutarjonnasta.

Kehittämistyössä toteutettiin palvelumuotoiluprosessin viisivaiheisesta mallista kolme ensimmäistä vaihetta: määrittely, tutkimus ja suunnittelu. Tutkimusaineistoa kerättiin mm. nykytilan arvioinnilla, havainnoinnilla ja benchmarkingilla, monipuolisesti palvelumuotoilun työkaluja hyödyntäen. Opinnäytetyön ulkopuolelle jätetään palvelumuotoiluprosessin vaiheista palvelutuotanto ja sen arviointi. Tutkimusprosessin kautta toimeksiantoon perustuvan projektin reunaehdot ja tavoitteet tarkentuivat. Tapaustutkimukselle tyypillisellä useiden menetelmien käytöllä saatiin kehittämisen kohteesta monipuolinen ja syvälinen kuva sekä pystyttiin luomaan perusteltu kehittämissuositus case yritykselle. Työn suunnitteluosuudessa tutkimuksen aikana kerättyä tietoa sovellettiin käytäntöön ja lopputuloksena syntyi muuntuva coworking-tilakonsepti, joka esitellään palvelumuotoiluprosessin kautta.

#### 1.4 Kohdeorganisaatio

Toimeksiantaja on Varsinais-Suomessa sijaitseva keskisuuri hotelli, joka kuuluu yhteen Suomen suurimmista hotelli- ja ravintolaketjuista. Hotellissa on 130 huonetta, 70 paikainen ravintola sekä kaksi pientä kokoustilaa. Hotelli tarjoaa jokaiselle yöpyjälle mukavan ja rentouttavan majoituksen. Majoitukseen kuuluu aamiainen. Hotellin asiakkailta on käytössä sauna ja kuntosali. Hotelli sijaitsee keskustassa, ja tarjoaa täyden palvelun majoitusta. (Hotellipäällikkö 2016.) Hotellista löytyy kaksi kokoustilaa, joita voidaan muokata asiakkaan tarpeen mukaan. Hotellin suurin asiakasryhmä on suomalaiset liikematkustajat

(Hotellipäälikkö 2015). TripAdvisorin (2016) mukaan kohdeorganisaatio profiloituu noin kolmen tähden hotelliksi. TripAdvisor on matkailijasivusto, joka auttaa suunnittelussa ja jossa kävijät voivat arvostella kohteita, joissa ovat vierailleet.

## 2 LIIKEMATKAILUN TULEVAISUUS

### 2.1 Liikematkailu ja alan kehitys

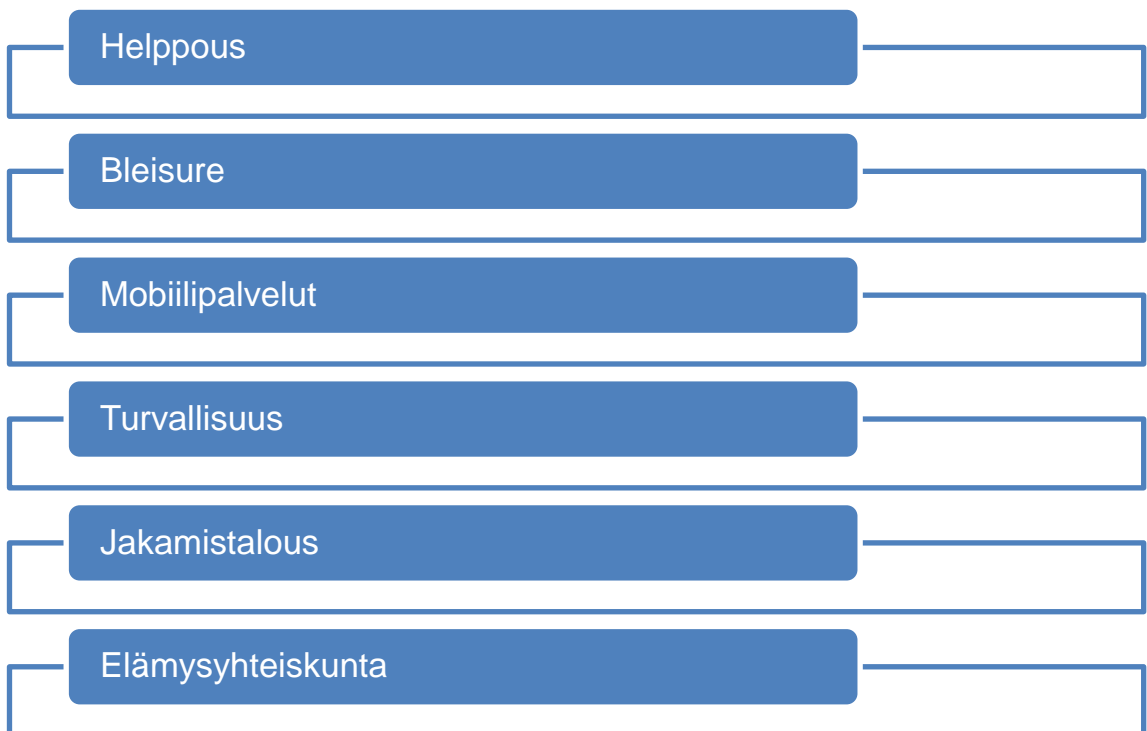
Matkailu on alana yksi maailman kasvavimmista ja jatkuvasti kehittyvimmistä aloista ja tulevaisuudessa matkailijamäärien ennustetaan jatkavan kasvua. Matkailun kasvuun vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa ihmisten vapaa-ajan lisääntyminen, tulotason ja liikennevälineiden kehittyminen sekä tietoyhteiskunnan kasvu. Maailman matkailujärjestö UNWTO:n tilastojen mukaan saapuneiden matkailijoiden määrä koko maailmassa on kasvanut vuoden 2000 vajaan 700 miljoonasta matkailijasta vuoden 2014 1,133 miljardiin matkailijaan. Kasvun ennustetaan jatkuvan yhä edelleen, ja vuonna 2030 matkailijamäärien odotetaan saavuttavan 1,8 miljardin rajan. (Verhelä 2014, 4 - 5, 15 - 16; UNWTO 2014.)

Matkailu jaotellaan perinteisesti kotimaan matkailuun sekä ulkomailla tapahtuvaan matkailuun. Tämän lisäksi matkailu jaetaan tämän lisäksi kahteen päälajeihin, vapaa-ajan matkailuun ja työsidonnaiseen matkailuun. Työsidonnaiseen matkailuun kuuluvat ja työmatkailu ja liikematkustus, sekä omana lajinaan työmatkaliikenne, joka käsittää yrityksen sisäisen matkustuksen. (Verhelä 2014, 29 - 33, 37 - 43.) Liikeasioiden vuoksi matkustaminen on ollut koko matkailun historian ajan yksi tärkeimmistä matkustamisen motiiveista. Liikematkailu voidaan laskea taloudellisesti merkittävimäksi ja voimakkaimmin kasvavaksi matkailun osa-alueeksi kaikkialla maailmassa. (Verhelä 2000, 7-9.)

Suuret yritykset pyrkivät jatkuvasti kasvamaan ja samalla globalisoitumaan entistä laajemmin ulkomaisille markkinoille. Liikematkailu on kaikkialla maailmassa riippuvainen maailmantaloudesta ja suhdanteista kotimaassa ja ulkomailla, mutta sen trendi on kaiken aikaa ollut hyvässä kasvussa. Tilastokeskuksen mukaan kotimaassa tehtiin vuonna 2015 1,4 miljoonaa työ- ja kokousmatkaa, joista ulkomaille suuntautui 0,7 miljoonaa työ- ja kokousmatkaa. Kotimaan työmatkojen määrä väheni 7 prosenttia ja ulkomaan työmatkojen määrä 3 prosenttia. (Tilastokeskus 2015.)

## 2.2 Liikematkailun trendit ja hiljaiset signaalit

Liikematkailuun vaikuttavia trendejä on luokiteltu eri tutkimuksissa runsaasti ja monipuolisista kartoituksista. Liikematkustamisen suuret trendit nousevat osittain vapaa-ajan matkustamisen puolelta. Kuvaan 1 on kerätty niitä trendejä, joita useampi eri tarkastelun kohteena ollut lähde oli nostanut tärkeäksi. Trendien rinnalle kerättiin matkailun hiljaisia signaaleita maailmalla.



Kuva 1. Liikematkustuksen trendit (SMT 2017; CWT 2017; Hämäläinen 2006; Kaase 2017; Naukkarinen 2011)

Matkustajan maailma tulee muuttumaan. Teknologia tulee mahdollistamaan liikematkailun sujuvuuden uusien sovellusten avulla. Helppouden ja tehokkuuden vaatimukset jo matkan suunnitteluvaiheessa kasvavat, kun matkan voi varata helposti netistä. Esimerkiksi SMT tuo Suomeen uudistuneen ovelta ovelle -varauspalvelun, jonka avulla matkustaja hakee kahdella askeleella parhaimman reittivaihtoehdon ja pystyy vertailemaan eri liikennevälineitä. Samalla myös tulevaisuudessa Travel Managereiden työkuva tulee entistä tärkeämmäksi osaksi yritysten toimintaa. (SMT 2017.)

Yksi nouseva trendi liikematkailun parissa on yhdistää myös omia lomiam ja viikonloppuja työmatkan yhteyteen. Kokouspaikkakunnalle saavutaankin jo edellisenä viikonloppuna,

tai viivytään vielä pari päivää työasioiden jälkeen. Näin matkатыöstä saa mielekkäämmän ja kohdekaupungista ehtii nähdä muutakin kuin lentokentän ja kokoussalin. (CWT 2017)

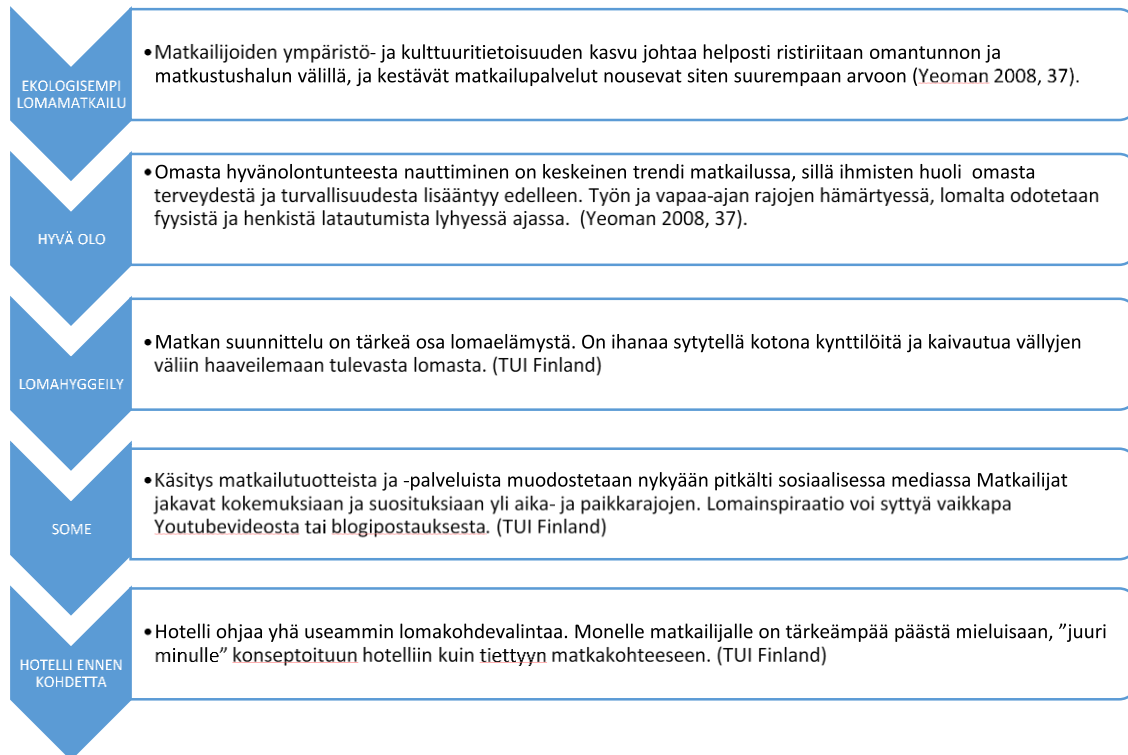
Mobiilipalveluiden merkitys tulee tulevaisuudessa kasvamaan varsinkin liikematkailussa. Jokaisella meistä on älypuhelin taskussaan, ja viime vuoden arvion mukaan vain 25 % liikematkustajista ei käytä lainkaan matkustussovelluksia puhelimessaan. Kännykkä onkin matkustajalle käden jatke. Sen tulee toimia sujuvasti tilanteessa kuin tilanteessa. Se on tukesi ja muistuttajasi matka-aikataulun suhteen, turvasi poikkeustilanteissa ja klikkauksen päässä oleva juttukumppani, kun haluat tavoittaa meidät vuorokauden ympäri. Voit myös varata matkoja kännykästäsi helppokäyttöisellä ja havainnollisella online-sovelluksella, joka huomioi samat matkustussäännöt ja sopimuspalveluntuottajat kuin organisaatiosi oma varauskanava. (SMT 2017.)

Nykymaalimassa turvallisuushakuisuus heijastuu ihmisten kulutustottumuksiin. Maailman taloudellinen tila, globaalien uhkien määrä sekä yleinen elämänrytmin kiihtyminen ovat aiheuttaneet epävarmuutta, jonka vastapainoksi kodeista halutaan turvallisia sataamia, perinteitä suositaan ja hiljaisuutta sekä yksinkertaisuutta arvostetaan. (SMT 2017.)

Jakamistalouden palvelut, kuten Airbnb ja Uber, hakevat markkinaosuutta tarjoamalla ratkaisujaan myös yrityksille. Liikematkustajat voivat jo nyt varata itse lentonsa, majoituksensa ja kuljetuksensa näiden sovellusten kautta, ja tulevaisuudessa tämän tyyppisten palveluiden käyttö todennäköisesti vain yleistyy. Tämä vaatii myös matkahallinnolta kykyä omaksua uusia toimintatapoja. (Kause 2017.)

Henkilökohtaisilla toiveilla ja kokemuksella on entistä tärkeämpi arvo tulevaisuudessa, kun matkustajan historia, tarpeet, toiveet ja niiden oikea analysointi voivat auttaa asiakaskokemuksen muokkaamisessa. Hotellienkin tulisi tulevaisuudessa vastata Maslowin tarvehierarkian ylempiin, itsensä toteuttamisen tarpeisiin. (Naukarinen 2011, 87.)

Matkailuyritykset voivat havainnoida hiljaisia tarkkailemalla asiakkaiden ja henkilökunnan käyttäytymistä. Vuonna 2017 TUI Finlandin mukaan matkailijoita kiinnostavia ilmiöitä tänä vuonna ovat ekologisempi lomamatkailu, lomahyggeily, hyvä olo ja somessa jakaminen. Myös hotellin merkitys kohdevalinnassa korostuu entisestään tulevaisuudessa.



Kuva 2. Liikematkailun hiljaiset signaalit. (Yeoman 2008; TUI 2017)

### 2.3 Liikematkailun tulevaisuus

Asiakkaiden muuttuvat tarpeet ja niihin varautuminen kiinnostavat eri toimialojen yrityksiä. Ennakoinnin avulla pyritään vastaamaan näihin muuttuviin asiakastarpeisiin. (Puhakka 2011, 4; TEM 2014.) Suomalainen liikematkailu on riippuvaista maailmantaloudesta sekä suhdanteista kotimaassa ja muualla maailmassa, mutta sen trendi on ollut kaiken aikaa yleisesti kasvussa. Monet suuret yritykset pyrkivät nykyisin kasvamaan ja samalla globalisoitumaan entistä laajemmin ulkomaisille markkinoille. Globalisoituminen onkin ollut viime vuosikymmeninä yksi liikematkailun suurin moottori. (Puhakka 2011, 5.)

Liikematkailun tulevaisuutta on kaiken kaikkiaan melko vaikea ennustaa, mutta on esitetty muutamia näkökulmia, mitä liikematkailulle tulee tapahtumaan. AirPlus Internationalin ja ACTE:n (Association of Corporate Travel Executives) vuonna 2009 tuottamasta matkahallinnon nykytilaa kartoittavasta tutkimuksesta käy yhtenä näkökulmana ilmi, että globalisoitumisen vauhti ei tule enää jatkumaan, mikä osittain aiheutuu talouden taantumasta sekä siitä, että monet yritykset ovat jo päässeet kasvamaan suuriin kansainvälisiin

mittoihin. Tämän katsotaan olevan yksi liikematkailua vähentävä tekijä. Yhden ajattelumallin mukaan liikematkailu tulee vähenemään usean vuosikymmenen kestäneen nopean kasvun jälkeen, koska kaiken aikaa kehittyvä teknologia mahdollistaa yhä paremmin erilaiset video-, internet- ja puhelinkonferenssit. Näiden ratkaisujen katsotaan ainakin osittain syrjäyttävän eri osapuolten väliset konkreettiset tapaamiset. (Verhelä 2000b, 60.)

Toisen näkökulman mukaan henkilökohtainen tapaaminen on usein silti kaikkein merkittävin ja monesti välttämätön tapa ylläpitää liikesuhteita, eikä teknologian kehitys näin ollen tulisi vaikuttamaan matkustuksen määrään. Yksi oleellinen syy matkojen ja henkilökohtaisten tapaamisten tärkeyteen ja välttämättömyyteen on aikaero; liikekumppanien ollessa eri puolella maapalloa videokonferenssien järjestäminen voi olla haastavaa. (Verhelä 2000b, 60; AirPlus International & ACTE Global 2009, 10.) Mobiiliteknologian ja sosiaalisen median merkitys myös tuotetietojen levittäjänä korostuu sekä kokemusten ja elämäntavan jakaminen sosiaalisissa kanavissa lisääntyy. (Puhakka 2011, 8-13.) Työn ja vapaa-ajan sekoittuessa ja etätöiden lisääntyessä korostuu muun muassa tietoliikenneyhteyksien laatu hotellihuoneissa. (Puhakka 2011, 17.)

Jo nyt elämyksellisyyden tavoittelu on yksi keskeisistä matkailualan trendeistä, ja ainutlaatuisuuden ja yksilöllisyyden etsintä lisääntyy tulevaisuudessa kun asiakasryhmät pirstaloituvat ja jakautuvat yhä pienempiin segmentteihin. (Puhakka 2011, 6-7, 12–13.) Tulevaisuudessa uskotaan hotellien menestyksen ja kasvun takana olevan erilaisiin elämäntyyliin suunnatut hotellit (esim. lifestyle-, design- ja butik – hotellit) ja perinteisen jaon liikematka – ja vapaa-ajanhotelleihin taas uskotaan häviävän. Hotellit pyrkivät olemaan persoonallisia ja erottumaan muista yksilöllisten ja räätälöityjen palveluiden avulla.

Tulevaisuuden hotelliliiketoiminnassa teknologian ja ekologisuuden yhdistyminen koetaan tärkeänä ja asiakkaat odottavat hotelleissa tehtyjen ratkaisujen olevan yhä ympäristöystävällisempiä. Nuorten, ekologisuuden tiedostavien asiakkaiden ennustetaan nousevan isoksi asiakasryhmäksi tulevaisuudessa ja yksilöllisten sekä interaktiivisuuden uskotaan lisääntyvän uusien teknologisten ratkaisujen ja lisääntyvän automatisaation rinnalla. (Puhakka 2011, 17.)

Tulevaisuuden matkailijan tarpeet ovat monimuotoisia ja herkkiä muutoksille sekä trendeille. Liikematkailuyritysten kasvun turvaaminen edellyttää ennakkointia sekä huolellista

suunnittelua. Oleellista yritysten kannattavuuden ja kasvun säilyttämiseksi on pyrkiä ennakoidaan asiakkaiden osto – ja kulutuskäyttäytymistä, näin pystytään vastaamaan asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin. (TEM 2014, 14.)



## 3 TYÖN TEKEMINEN MUUTOKSESSA

Tulevaisuuden ennakkoinnilla pyritään selvittämään ja arvioimaan tulevaisuuden kulkua ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Ennakointikirjallisuus tunnistaa melko yhteneväisesti ne globaalit megatrendit, joiden vaikutukset muuttavat maailmaa lähivuosina ja vuosikymmeninä. Megatrendit ovat kehityksen suuria linjoja, ilmiöitä tai ilmiökokonaisuuksia, joilla on toteutuneen kehityksen valossa tunnistettava suunta ja sen voidaan perustellusti arvioida jatkavan kulkuaan tulevaisuudessa. (Hiltunen 2012, 94–95.)

### 3.1 Teknologioiden kehitys

#### 3.1.1 Teknologioiden kehitys työn murroksen mahdollistajana

Teknologinen kehitys muuttaa saavutettavuutta ja kommunikaatiota, ja heijastuu näin työskentelypaikkoihin ja -tapoihin. Tieto- ja viestintäteknologiat ovat kehittyneet valtavasti viime vuosien aikana. Teknologian avulla työtä voidaan tehdä uudella tavalla ajasta ja paikasta riippumatta. Organisaatiot hyötyvät uudesta teknologiasta entistä hajautetuimmissa, maailmanlaajuisissa yhteistyöverkostoissa. (Tekes 2011, 7.)

Teknologia mahdollistaa jatkuvan 24/7 valmiustilan ja saavutettavuuden ympäri maailman (Viitala ym. 2014, 1-4). Työntekijät työskentelevät tulevaisuudessa globaaleissa verkostomaisissa projektiorganisaatioissa, jossa tiedon käsittely, oppiminen, yhteistoiminta ja vuorovaikutus mahdollistavat organisaatioiden osaamisen, luovuuden ja monimuotoisuuden. (Asp 2010, 72–73.) Teknologian nopea kehitys vaikuttaa merkittävästi liiketoimintaympäristöön muuttamalla tapojamme työskennellä, toimia yhdessä ja olla vuorovaikutuksessa ympäröivän maailman kanssa.

Uusi työ on täällä – raportin mukaan reilu 60 % vastaajista haluaa tehdä töitä sekä kotona että työpaikalla, ja lähes 70 % vastaajista kannattaa mahdollisuutta tehdä töitä rajoittamattomasti missä tahansa (Tekes 2011). Monipaikkaisen työn lisääntyessä fyysisen työympäristön merkitys kasvaa. Haapamäki kirjoittaa Tekesin Käyttäjälähtöiset tilat -julkaisussa siitä, miten kolmansiä työpaikkoja ja liikkuvia tiloja ei ole vielä kehitetty vastaamaan näihin monipaikkaisen työn tarjoamiin mahdollisuuksiin. Kolmannet työtilat ovat yleisesti julkisia tiloja, kuten lentokenttiä, kahviloita tai hotelleja. (Tekes 2011, 7.)

Elina ja Kari Hiltunen esittävät teoksessaan Teknoelämää 2035 tietotekniikkaan liittyvissä ennusteissa enenevinä trendeinä muun muassa pilvipalveluiden yleistymisen, virtuaalitodellisuuden leviämisen, digitaalisen tiedon määrän eksponentiaalisen kasvun, holografian, muistiteknologian kehittymisen, DNA-tietokoneet, 3D- ja 4D-tulostuksen, uudet näyttötekniikat, puettava teknologia, biometrinen tunnistus, ubiikkiteknologian (eli tietotekniikka on kaikkialla). Tietotekniikan kehittyessä yhä useampi toimiala saa nauttia enemmän tietotekniikan kehityksen tuomista tulevaisuuden mahdollisuuksista. (Hiltunen & Hiltunen 2014, 57–58.)

### 3.1.2 Työn tekemisen muutosten vaikutukset työtilaan

Tekesin Käyttäjälähtöiset tilat – julkaisu kokosi suurten megatrendien vaikutuksia tilojen suunnittelua silmällä pitäen. Teknologia mahdollistaa jatkuvan 24/7 valmiustilan ja saavutettavuuden ympäri maailman ja työntekijät työskentelevät tulevaisuudessa globaaleissa verkostomaisissa projektiorganisaatioissa. (Viitala ym. 2014, 1-4.) Yrittäjämäisen otteen lisääntyminen työn teossa sekä diginatiivien siirtyminen työelämään tulee vaikuttamaan monien asiakaspalvelutilojen suunnitteluun. Uusi käyttäytyminen synnyttää uusia tarpeita ja niihin vastaaminen rakennetun ympäristön keinoin luo jopa kokonaan uusia tilaratkaisuja. (Tekes 2011, 17.)

Teknologisen kehityksen myötä monipaikkainen työ on muuttunut arkipäiväiseksi asiaksi tietotyöläisille. Monipaikkaisessa työssä organisaatiolla on monta työn tekemisen mahdollistavaa tilaa. Joustavuus työn tekemisessä lisääntyy ja etätö, hajautettu yhteistyö ja kolmannet työpaikat mahdollistavat työn tekemisen erilaisissa työtiloissa. (Tekes 2011, 18.) Kolmannet työpaikat tarjoavat työntekijöille mahdollisuuden tehdä liikkuvaa eli mobiilityötä. (Tekes 2011, 21.)

Tilojen uudelleenlaiseen käyttötärpeeseen vaikuttavat monet muutostrendit, kuten työn – ja vapaa-ajan sekoittuminen, teknologioiden kehitys sekä kestävä kehitys. Tiloilta vaaditaan ekologisuuden lisäksi monikäyttöisyyttä, yksilöllisyyttä ja käyttäjälähtöisyyttä. Kiinteistöjen omistajien ja palveluyritysten on toteutettava käyttäjille entistä kustannustehokkaampia ja ekologisesti kestäviä ratkaisuja. (Tekes 2011, 7.)

Tieto- ja viestintäteknologiat ovat kehittyneet paljon viimeisten kahdenkymmenen vuoden aikana. Sosiaalisen median työkalut, yhteistyövälineet ja videoneuvottelujärjestelmät ovat nykyisin jo välttämättömiä ja merkittäviä apuvälineitä työskentelyn onnistumiselle. Teknologia mahdollistaa tulevaisuudessa entistä paremmin monipaikkaisen työn, jossa työtä voidaan tehdä uudella tavalla missä ja milloin vain. (Tekes 2011, 7.)

## 3.2 Taustalla maailmanlaajuiset muutokset

### 3.2.1 Globalisaatio ja verkostoitunut maailma

Globalisaation kiihtymisen vaikutukset näkyvät jo jokapäiväisessä elämässämme. Globalisaation myötä monet ilmiöt ovat siirtyneet nopeasti osaksi arkeamme tiedonjakamisen ja helpottuneen kommunikaation myötä. Oivallus -hankkeen raporteissa globalisaation vaikutuksia työelämään avattiin sen vaikuttavuuden kannalta. Raportin mukaan tulevaisuudessa paikallisuus, kansainvälistyminen ja maailmanlaajuisuus kulkevat rinnakkain ja yrityksiltä vaaditaan entistä enemmän toimintatapojen ja kulttuurien syvällistä tuntemusta, kielitaitoa sekä kansainvälisen kaupan erityisosaamista. Verkostoituneessa maailmassa toimiminen vaatii uudenlaista, monipuolista osaamista yrityksiltä ja jokaiselta työntekijältä. (Oivallus 2010, 14.)

Globalisaation seurauksena kustannuksia pyritään alentamaan, työntekijöiden osaamista ja tuottavuutta kasvattamaan ja asioita pyritään tekemään paremmin ja halvemmalla. Globalisaation myötä työskentelyltä vaaditaan tehokkuutta, innovatiivisuutta ja sen hyväksymistä, että työn turvallisuus saattaa heikentyä. Globalisaation myötä uraliikkuvuus helpottuu eri maiden välillä ja myös lahjakkuuksista kilpaillaan kansallisuudesta riippumatta. (Viitala ym. 2014, 1-4.) Työpanoksen ostaminen toiselta puolelta maailmaa, virtuaaliset työpaikat ja avoin innovaatio ovat vain muutamia globalisaation tuomista ilmiöistä, jotka ovat keinoja saavuttaa kasvua globaaleilla markkinoilla. Aspin (2010) mukaan tulevaisuuden organisaatioiden kilpailuetu tulee liittymään merkittävästi heidän kykyynsä koordinoida globaalisti hajautuneita arvoketjujaan. (Asp 2010, 20-21.)

### 3.2.2 Demografiset muutokset työpaikoilla

Demografisilla muutoksilla tarkoitetaan väestöllisiä muutoksia. Elinajanodotteen kohoaminen ja syntyvyyden aleneminen nostattavat ikääntyvän väestön osuutta kaikkialla maailmassa. Ennusteen mukaan vuonna 2030 13 % väestöstä ovat iältään yli 65 vuotiaita, tilanteen ollessa tällä hetkellä vain 8 % väestöstä. (KPMG Future State 2030, 14.)

Demografisesti tulevaisuuden työelämään vaikuttavat suurten ikäluokkien vanhenemisen lisäksi nuorempien sukupolvien siirtyminen työelämään (Alasoini 2012, 10.) Työelämässä olevat eri sukupolvet muuttavat työtä, sen tekemistä, kokevat erilaisia haasteita työssään ja vaativat myös erilaista johtamista ja organisointia. Sukupolvien väliset erot nousevat esiin suhtautumisessa työhön, työn ja vapaa-ajan tasapainottamiseen sekä sitoutumisessa organisaatioon. (Asp 2010, 21–22.) Alasoinin (2010) mukaan monet maat kärsivät suurten ikäluokkien vanhenemisesta ja tämä muodostaa suuren haasteen monissa teollisuusmaissa organisaatioiden yrittäessä täyttää eläkkeelle siirtyvän työväestön jättämää vajetta osaamisessa (Alasoini 2012, 10.)

Haapamäki kirjoittaa Tekesin julkaisussa siitä, miten suhtautuminen työntekoon ja tilojen käytettävyyteen ohjaavat tulevaisuudessa myös tilojen suunnittelua. Nuoret sukupolvet, diginatiivit ovat eläneet koko elämänsä tietotekniikan kanssa ja asettavat näin uudenlaisia vaatimuksia työtavoille ja tilojen käytölle. Diginatiivit tulevat kaikella varmuudella kyseenalaistamaan työelämän toimintatapoja, sillä heille fyysisen ja virtuaalisen läsnäolon ja yhteisön välillä ei ole merkittävää eroa. Työyhteisöt ja työympäristöt tulevat Haapamäen mukaan kohtaamaan näiltä osin uusia haasteita, sillä kaikilla ikäluokilla on erilaisia toiveita tilojen käytölle. (Tekes 2011, 9.)

### 3.2.3 Individualismi ja yhteisöt

Individualismin nousun ennakoidaan vaikuttavan työympäristöön. Yrittäjämäinen ote työntekoon on yksi Oivallus -hankkeessa keskustelluista tulevaisuuden tahtotiloista. Työurat ovat jo tällä hetkellä pirstaloituneita erilaisiin työuriin ja ihmiset vaihtavat työpaikkaa usean kerran elämänsä aikana. (Oivallus 2010, 10.) Työnteon tapojen ja ehtojen yksilöllistymistä edistää myös työn luonteen ja sisällön muutos. Työn muuttuessa tieto -ja palveluvaltaisemmaksi, onnistunut ja tuloksellinen

työsuoritus riippuu yhä enemmän tekijästään ja tämän motivaatiosta, sitoutumisesta ja koko persoonan peliin laittamisesta. (Alasoini 2014, 99.) Kuten työn merkityksellisyys, myös arvot ohjaavat tulevaisuuden työelämää. Dialogi -hankkeen mukaan 62 % opiskelijoista ei halua työskennellä työnantajalla, jonka arvomaailma on ristiriidassa oman arvomaailman kanssa. (Dialogi – uusi työ on täällä 2012, 14.)

Individualismin nousun käänköpuolena nähdään yhteisöllisyyden tarve. Yksin puurtamisen sijaan ihmiset hakeutuivat erilaisiin ryhmiin ja verkostomaisiin työskentelytapoihin ja -tiloihin. (Tekes 2011, 10.) Verkkoletti Deskmagin vuonna 2012 tekemän kansainvälisen tutkimuksen mukaan suurimmat syyt liittyä yhteisölliseen työtilaan ovat sen tarjoama sosiaalinen ja miellyttävä ilmapiiri (66 %), mahdollisuus kuulla yhteisöön (62 %) sekä mahdollisuus kanssakäymiseen muiden jäsenten kanssa (57 %) vastaajista (Deskmag 2012). Yrittäjämäisen otteen lisääntyminen tulevaisuudessa sekä teknologian mahdollistama ajasta ja paikasta riippumaton työnteko on vaikuttanut moniin asiakaspalvelutiloihin. Uusi käyttäytyminen synnyttää uusia tarpeita ja niihin vastaaminen rakennetun ympäristön keinoin luo jopa kokonaan uusia tilaratkaisuja. ( Tekes 2011, 10.)

### 3.3 Yhteisölliset tilat

#### 3.3.1 Cowork – ilmiön määritelmä

Työpaikan käsite viittaa yleensä samanaikaisesti sekä fyysiseen tilaan että organisaatioon. Aikaisempien sukupolvien ymmärrys työstä ja sen tekemisestä ovat kytkeytyneet juuri tämän kaltaiseen työpaikan ajatukseen. (Houni ym. 2015, 14.) Hounin ym. mukaan viimeistään 1990-luvun alkupuolelta lähtien länsimaaisessa työelämässä on tapahtunut merkittäviä muutoksia, joiden myötä yhä useampien ihmisten työ on irronnut perinteisestä ”työpaikasta” ja työyhteisöstä. Muutosten tärkeimpänä taustatekijänä nähdään tietotekninen vallankumous, joka mahdollistaa työntekijän hajauttamisen ympäri maailmaa. (Houni ym. 2015, 22.)

Yhteisöllisen työtilan käsite tulee englannin kielisistä termeistä ”coworking” ja ’coworking space’. Niille ei ole vakiintuneita suomennoksia, joskin joskus coworking on käännetty ”rinnakkain työskentelyksi”. (Houni ym. 2015, 9.) Coworking -tyyppisistä työtiloista puhuttaessa tarkoitetaan usein yhteisöllisiä työtiloja tai luovia tiloja, joskus vain



Coworking-tilojen määrällinen kasvu on ollut voimakasta, vuonna 2012 cowork -tilojen määrä maailmalla oli noin 2000 ja vuonna 2016 niitä on maailmanlaajuisesti jo 10 000 (Deskmag 2016).

Yhteisöllisten työtilojen lisääntyminen on globaalisti iso trendi, joka tarjoaa yhteisöllisyyttä ja verkottumisen etuja itsenäisille ammattilaisille ja pienyrityksille. Samalla se tuo joustavuutta yrityksen kulurakenteeseen, kun palvelut ja tilat voidaan sopeuttaa liiketoiminnan tarpeisiin. (Mow 2016.)

### 3.3.2 Yhteisölliset työtilat maailmalla

#### Urban Station tilakonsepti

Urban Station on argentiinan Buenos airesista lähtöisin oleva tilakonsepti, joka yhdistää toimiston, kadunvarsikahvilan ja kodinomaisen sisustuksen. Konseptin tavoitteena on tuoda erilaiset työskentelymuodot lähelle ihmisiä. Tila on suunniteltu erityisesti etätyöskentelijöiden, yksityisyrittäjien ja muiden liikkuvien työntekijöiden käyttöön. Tilassa on suuret pöydät ja paljon kannettavien tietokoneiden latauspistokkeita. Tämän lisäksi tilassa on mahdollisuus rennompaan työskentelyyn sohvoryhmien avulla, erilaisia neuvottelutapaamisia varten sekä tekniset valmiudet toimistotyöskentelyyn, kuten nopea langaton internet-yhteys, tulostus- ja skannausmahdollisuus sekä erilaisia sovelluksia työnteon helpottamiseksi. Laaja kirja- ja lehtivalikoima sekä polkupyörän vuokraus mahdollistavat rentoutumisen työnteon välillä. Tilasta maksetaan vuokraa, vain siitä ajasta joka kuluu työnteeseen. Lisäksi hintaan kuuluvat juomat ja pienet syötävät sekä lounasmahdollisuus. Urban Station -tilakonseptiketju toimii tällä hetkellä neljässä eri maassa 12 erilaisella tilakonseptillä. (Urban Station 2016.)

#### Mothership of Work MOW

Mothership of Work-toimitila MOW on helmikuussa 2016 Helsingin keskustaan perustettu cowork-tila. Tila mahdollistaa uudenlaisen työskentelyn tavan, johon kuuluu vahvasti työssä viihtyminen ja inspiroituminen uusista ihmisistä ja tavoista ajatella. ja sinne mahtuu 300 työntekijää. MOW- toimitilaan mahtuu 300 työntekijää ja mahdollistaa esimerkiksi yhteisöllisyyden pienen yrityksen tai yksinyrittäjän liiketoimintaan. (Hytönen 2015.)

Tilassa on otettu huomioon keskittymistä vaativan työn edellytykset sekä monipuoliset ja erikokoiset tilaratkaisut. Tilasta löytyy myös yhteisöllisyyttä lisääviä tekijöitä, kuten viihtyvyys, ravintola, sauna sekä yhteinen lounge – tila.. (Hytönen 2015.) Tila luo erinomaiset edellytykset verkostoitumiseen ja yhteisöllisyyteen. Tätä tukee myös MOW-host palvelu, joka pitää huolen tilasta ja palveluista. (Hytönen 2015.)

### 3.3.3 Monipaikkainen työ

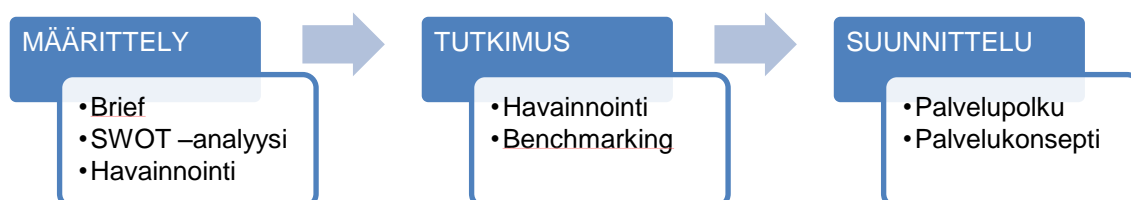
Monipaikkainen työ määritellään joko useissa eri paikoissa tapahtuvana työnä tai eri paikasta käsin tehtävänä yhteistyönä. Organisaation päätoimipiste voi olla vain yksi työnteon monista paikoista, joita hyödynnetään sähköisten viestintä- ja yhteistyövälineiden avulla. Teknologia mahdollistaa tulevaisuudessa entistä paremmin monipaikkaisen työn, jossa työtä voidaan tehdä uudella tavalla missä ja milloin vain. (Tekes 2011, 7.)

Näitä kolmansiä työpaikkoja ovat muun muassa erilaiset julkiset tilat, kuten lentokentät, kahvilat ja hotellit. Haastavaa työn teon kannalta on tilojen suunnitelmattomuus työn tekemistä ajatellen, ja tiloissa saattaa ilmetä haasteita internet – yhteyden tai yksityisyyden puutteen vuoksi. Vaikka teknologia mahdollistaakin liikkuvan, eli mobiilityön, eivät tarjolla olevat tilat tue tätä työskentelyn tapaa (Tekes 2011, 18.) Monissa kolmansissa työpaikoissa ja julkisissa tiloissa on alettu kiinnittämään asiaan huomiota ja parannuksia voi jo nähdä. Työnteon edellytyksiä pyritään kehittämään kiinnittämällä huomiota tietoliikenneyhteyksiin, ergonomiaan sekä tarjoamalla mahdollisuuksia rauhalliseen työskentelypaikkaan. Selkeää linjaa eri toimijoiden välillä ei kuitenkaan ole, mutta yksittäiset organisaatiot ovat tähän alkaneet panostamaan. (Tekes 2011, 21.) Kolmansien työpaikkojen haasteena on tarjota asiakkailleen sopivat puitteet. Yhtenä mielenkiintoisena kysymyksenä on myös se, millaisia haasteita kolmansien työpaikkojen käyttäminen osana työskentely-ympäristöjä asettaa yksilön itsensä johtamiselle. (Tekes 2011, 21.)



## 4 COWORK- AULATILAKONSEPTIN KEHITTÄMINEN

Tässä opinnäytetyössä kehitetään olemassa olevaa toimintaa asiakaslähtöisemmäksi palvelumuotoilun keinoin, jotta varmistetaan asiakastyytyvyyden parantaminen ja yrityksen kilpailukyky jatkossakin. Kehittämistyössä sovelletaan Tuulaniemen (2013) esittelemää palvelumuotoiluprosessimallia kuviossa 1. Lisäksi kuviossa on kuvattu palvelumuotoiluprosessissa käytettyjä menetelmiä.



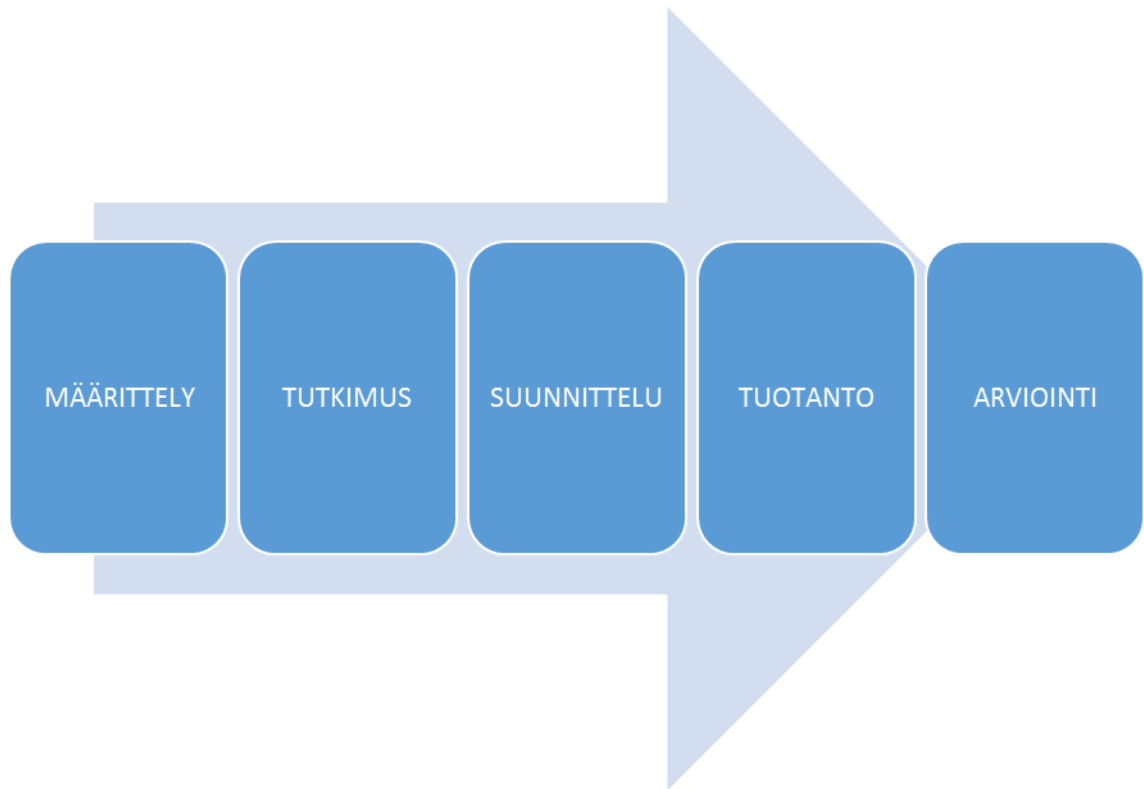
Kuvio 1. Kehittämistyön etenemisprosessin ja menetelmien kuvaus.(Tuulaniemi 2013 muokattu).

### 4.1 Palvelumuotoilun prosessin määrittely

*”Palvelumuotoilun kivijalka on asiakkaan ymmärtäminen”* (Miettinen 2011, 18, 22.)

Palvelumuotoiluprosessi alkaa määrittelyvaiheella, jossa selvitetään kehittämistyön tavoitteet palvelun tuottavan yrityksen kannalta. Vaiheen tarkoituksena on luoda syvälinen ymmärrys palveluyrityksestä sekä sen tavoitteista. Määrittelyvaiheessa tutustutaan tarkasti palvelun tuottajan nykytilaan ja tavoitteisiin sekä analysoidaan palvelun tuottajan toimintaympäristöä. Nykytilan kartoituksen, toimintaympäristön analysoinnin ja palvelun tuottajan tavoitteiden pohjalta määritellään mitä ongelmaa ollaan ratkaisemassa. (Tuulaniemi 2013, 129 – 130.)

Asiakkaan ymmärtäminen ja käyttäjätiedon hankinta auttaa löytämään uusia kaupallistamisen mahdollisuuksia. (Miettinen 2011, 18, 22.) Palvelumuotoiluprosessissa noudatetaan luovan ongelmanratkaisun periaatteita ja prosessin toiminnot toistuvat loogisessa sarjassa (Tuulaniemi 2013, 126.)



Kuvio 2. Palvelumuotoiluprosessi (Tuulaniemi 2013, 128)

Jokainen palvelu on aina erilaisensa prosessi ja tämän vuoksi palvelumuotoilu prosessikin on monenlaisia. Kuviossa 2 on esitelty Tuulaniemen (2013, 126) määrittelemä yleinen palvelumuotoilun toimintarunko, jota voi soveltaa oman palvelun kehittämiseen. Tässä opinnäytetyössä toteutetaan Tuulaniemen palvelumuotoilumallin kolme ensimmäistä vaihetta.

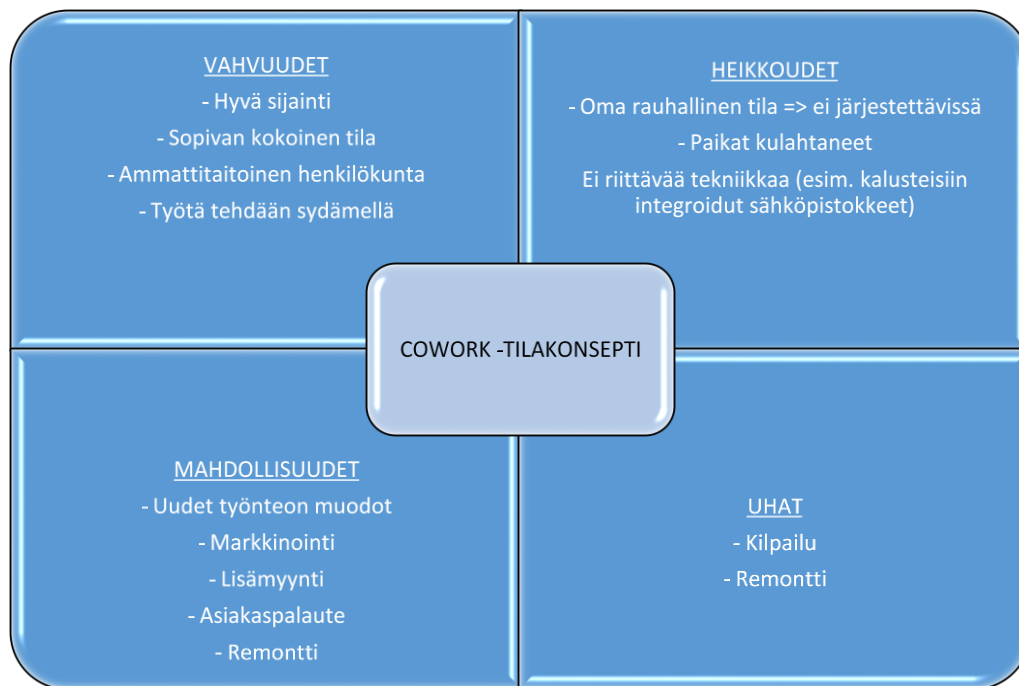
#### 4.1.1 Brief

Kehittämiprojektit käynnistyvät tavoitteiden määrittelyllä, jonka jälkeen määritellään kehittämiprojektin suunta. (Tuulaniemi 2013, 132). Kehittämistyö käynnistyi tehtävänantopalaverilla, briefillä, jossa oli mukana kohdeyrityksen hotellijohtaja ja päälliköt.

Toimeksiantopalaverissa keskusteltiin päälliköiden näkemyksistä hotelliaulan toiminnan kehittämiseksi sekä kartoitettiin toiminnan nykytilaa. Lisäksi keskusteltiin ketjuohjaukselta saadun ohjeistuksen toteuttamisesta sekä mahdollisten lisämyyntituotteiden kehittämisestä. Kehittämistyön tavoitteeksi määriteltiin hotellin ja ravintolan aulatilain kehittäminen ja kehittämismenetelmänä päätettiin hyödyntää palvelumuotoiluprosessia. Palvelumuotoiluprosessiin päädyttiin sen muokattavuuden ja käytännöllisyyden vuoksi.

#### 4.1.2 SWOT – analyysi

SWOT-analyysi (strengths, weakness, opportunity, threats) tarkoittaa nelikenttäanalyysia, jota käytetään yritystoiminnan analysointiin. Sen avulla voidaan selvittää yrityksen nykytilaa analysoimalla yrityksen vahvuuksia ja heikkouksia sekä tulevaisuutta analysoimalla yrityksen uhkia ja mahdollisuuksia. Hotellin aulatilaa analysointiin SWOT-analyysin avulla. Analysointiin osallistuivat hotellipäällikkö, ravintolapäällikkö ja ravintolan vuoropäällikkö. SWOT -analyysi tehtiin palaverin muodossa, jossa pohdimme aulatilain nykytilaa.



Kuvio 3. Yhteenveto SWOT-analyysistä.

#### 4.1.3 Havainnointi

Havainnointi on laadullisen aineiston keruumenetelmä, jonka tavoitteena on ilmiön ymmärtäminen. Erilaisia havainnoinnin muotoja ovat esimerkiksi tekninen havainnointi (videotallenteet, internet), osallistuva havainnointi ja suora havainnointi. Havainnointi dokumentoidaan kirjoittamalla ylös havainnoinnin tulokset. (Kananen 2015, 78 – 79.)

Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin havainnointia, jonka avulla pyrittiin kasvattamaan asiakasymmärrystä. Tutkija tarkkaili asiakkaita kahdessa erilaisessa tilanteessa. Ensimmäisessä tilanteessa havainnoitiin hotelliaulan käyttäjiä heidän tietämättään pyrkimyksenä saada tietoa asiakaspalvelun sujuvuudesta ja toimivuudesta. Toinen havainnointi tehtiin kohdeyrityksen toisessa yksikössä, olemalla yksi asiakaspalveluhenkilö muiden joukossa. Toinen havainnointi mahdollisti luonnollisen vuorovaikutustilanteen asiakkaiden kanssa. Tässä oli myös mahdollisuus jutella asiakkaiden kanssa ja saada tietoa heidän kokemuksestaan hotellissa. Molemmat havainnointitilanteet dokumentoitiin muistiinpanoja tekemällä ja näistä saatuja tietoja hyödynnettiin palvelukonseptin suunnittelussa.

#### 4.1.4 Benchmarking – vertailuanalyysin tekeminen

Yhtenä suunnitteluprosessin osa-alueena hyödynnettiin benchmarking eli vertailuanalyysi menetelmää, jossa otettiin mallia muista aulatilapalveluista Suomessa. Benchmark analyysin avulla pyrittiin tutkimaan ja vertailemaan erityyppisiä ratkaisuja hotellien aulatiloiissa olevista coworking -palveluista. Benchmarking on prosessi, jonka tarkoitus on systemaattisesti verrata omaa tuottavuutta, laatua tai työprosessien tehokkuutta saman toimialan yrityksiin tai palveluntarjoajiin, jotka ovat alansa parhaita. (Karlöf ym. 2003, 134.)

Vertailuun otettiin mukaan kolme erilaista hotellia, jotka ovat kehittäneet aulatiloihin yhteisöllisen työn mahdollistavia palvelukonsepteja. Analyysin avulla pyrittiin saada selkeä kuva siitä, mitä erilaisia palveluja yhteisöllisessä aulatilassa tulisi olla. Menestyäkseen yrityksen on tunnettava kilpailijansa, toimintaympäristönsä sekä itsensä. Benchmarkauksen tavoite on muilta oppiminen tarkkailemalla muiden tuotteita, palveluja ja toimintatapoja. Kaikki yritykset eivät ole valmiita suoraan jakamaan liiketoimintasuunnitelmansa osia muille, mutta myös internetin käyttö ja kilpailijan observointi paikan päällä tuottaa arvokasta tietoa benchmarkkaajalle. (Tuulaniemi 2013, 138–139.)

Vertailuun valittiin tarkoituksella erikokoisia ja erityyppisiä aulatilakonsepteja Suomen alueelta. Vertailuun valitut hotellit valittiin ketjun tunnettuuden sekä kollegoiden näkemysten perusteella. Benchmarking tapahtui pääosin palveluiden nettisivujen, artikkelien, arvostelujen ja blogien avulla alkaen marraskuussa 2016. Yhteen vertailukohteeseen käytiin lisäksi tutustumassa paikan päällä. Artikkelit ja käyttäjien arvostelut toimivat hyvinä lähteinä. Niistä sai todenmukaista tietoa palveluista ja niiden toimivuudesta.

PALVELUT	RADISSON BLU PLAZA	HOLIDAY INN HELSINKI	OSH VAAKUNA VAASA
AVOINNA	24/7	24/7	24/7
KENELLE	Hotelliasiakkaat Kaupunkilaiset	Hotelliasiakkaat Kaupunkilaiset	Hotelliasiakkaat Kaupunkilaiset
WIFI	FREE	FREE	FREE
RAVINTOLAPALVELUT	AAMIAINEN, LOUNAS JA ILLALLINEN KEVYEMPI AAMIAIS- VAIHTOEHTO CRAB & RUN AAMIAINEN BAR 7 BLING	AAMIAINEN, LOUNAS JA ILLALLINEN TO GO CAFE TAKE IN PALVELU OPEN LOBBY BAR	AAMIAINEN, LOUNAS JA ILLALLINEN S-CARD LOUNGE SHOP
KOKOUSPALVELUT	KOKOUS – JA JUHLAPALVELUT BUSINESS CENTER BUSINESS LOUNGE	KOKOUS – JA JUHLAPALVELUT POP UP – LOUNGE	KOKOUS – JA JUHLAPALVELUT
LISÄPALVELUT	POP UP – MYYMÄLÄT ONE TOUCH SERVICE	MEDIA – LOUNGE PÖYTÄJALKAPALLO LAUTAPELEJÄ PS4	SHOP
TYÖTILAT	SOSIAALISUUS KOHTAAMISET YKSINTYÖSKENTELY ITSE MUOKATTAVAT TILAT	E-BAR – SOPIVAT TYÖPISTEET ETÄTÖIDEN TEKOON INTEGROIDUT VIRTAPISTOKKEET	ERILAISIA PÖYTÄRYHMIÄ ITSENÄISEEN TYÖSKENTELYY YHTEISÖLLINEN PÖYTÄ INTEGROIDUT VIRTA- PISTOKKEET

Kuvio 4. Benchmarking- yritykset.

#### Radisson Blu Plaza, Helsinki

Radisson Blu Plaza Hotel aula on avoinna sekä hotellivieraille että kaupunkilaisille, joka on aina ollut yksi Helsingin merkityksellisimmistä kokoontumispaikoista. HUB on rento kohtaamispaikka hotellin katutasossa. HUBissa voi viihtyä, työskennellä ja herkutella vuorokauden ympäri.

HUB on sosiaalinen kohtauspaikka hotellin sydämessä ja on aulatilojen kahvilan, baarin ja oleskelutilan yhdistelmä. Hotelli tarjoaa monipuolisia kokous – ja ravintolapalveluja sekä palveluita business lounge – tyyppisesti liikematkustajille. Aulatilalla on monipuolinen, erilaisten tilojen ja kalusteiden kokonaisuus, jota asiakas voi muokata tarpeidensa mukaan. Tiloissa onnistuvat niin työskentely kuin sosiaaliset kokoontumiset. HUBin vitriineissä on myös kokeiltu vaihtuvien yhteistyökumppanien pop up -myymälöitä. (Radisson Blu 2017.)

#### Holiday Inn Helsinki City Centre

Holiday Inn Helsinki City Centren yleiset tilat on toteutettu ketjun uuden Open Lobby -mallin mukaisesti. Open Lobby on rento olohuonemainen tila, joka yhdistää vastaanoton, loungen, työpisteen, baarin, kahvilan ja ravintolan palvelut. Holiday Inn on lanseerannut uuden ajatuksen hotellin perinteisestä aulasta. Tarkoitus on elävöittää hotellia ja tarjota asiakkaille elämyksiä.

Open Lobby on 640 neliömetrin kokoinen aulatilalla, johon mahtuu paljon erilaisia aktiviteetteja. Erilaiset tapahtumat, keikat, viininmaistelut, pöytäfutiskisat sekä kirjakerhot ovat osa Open Lobbyn toimintaa. Open Lobbysta on saatavilla kellon ympäri ajankohtaan sopivia aterioita aikaisista aamupaloista myöhäisiin illallisiin - Koko päivän ruokalista, To Go Café, Open Lobbyn baari.

Open Lobby tarjoaa mahdollisuudet erilaisiin työskentelytilanteisiin. Open Lobbysta löytyy Media Lounge, jossa voi rentoutua pitkän työpäivän jälkeen, mahdollisuus pitää pieniä palavereja tai rajata itselle rauhallisempi tila etätöiden tekemiseen. Open Lobbysta löytyy myös erilaisia pelejä ajanviettoon, mm. pöytäjalkapallo, lautapelejä ja PS4. (Holiday Inn 2017.)

#### Original Sokos Hotel Vaakuna, Vaasa

Original Sokos Hotel Vaakuna on uudistettu ja tasokas hotelli kaupungin sydämessä. Original Sokos Hotel Vaakunan aulatilalla voi pistäytyä hoitamaan työasioita, verkostoitumaan, tai vaikka tekemään tehtäviä, vaikkei olisi hotellin asukas. Hotellin aulassa on myynnissä kahvia ja virvokkeita, ilmainen wlan-yhteys sekä sähköpistokkeita. Jatkossa myös aulojen sisustusta muokataan palvelemaan paremmin cowork-asiakkaiden tarpeita, esimerkiksi erilaisilla pöytävaihtoehdoilla. Aulatilasta löytyy myös yhteisöllinen pöytä nopeisiin palavereihin tai tiimikokoontumisiin. Hotelli tarjoaa aamiais-, lounas- ja

illallismahdollisuuden asiakkailleen, ja aulassa on SHOP -palvelu, josta voi ostaa suo-laista tai makeaa syötävää. Lisäksi hotellin kanta-asiakkaille on S-Card Lounge, jossa kortinhaltijana voi nauttia ateriaedulla lähiruokaa buffetpöydästä. Original Sokos Hotel Vaakunasta löytyvät tasokkaat ja monipuoliset kokoustilat kokousten ja tilaisuuksien jär-jestämiseen. Hotellissa on 5 erilaista kokoustilaa (max. 120 hengelle), kaksi tilausravin-tolaa sekä SKY- sauna erikseen varattavissa. (Sokos Hotels 2017.)

#### 4.1.5 Yhteenveto benchmarking- vertailusta

Vertailuanalyyssissä vertailtiin hotellin aulapalveluita kokonaisuuksina. Miltä brändi näyt-tää, miten palveluympäristö on rakennettu, ja mitä palveluita tilat sisältävät. (Kuvio 4.) Menestyäkseen yhteisöllinen hotellin aulatila vaatii otollisen sijainnin, mahdollisuuden erilaisiin työskentelyn tapoihin, sekä toimivat ravintolapalvelut työn teon mahdollista-miseksi. Parhaimman vertailukohdan ajatellen kohdeorganisaation palveluita olivat ko-konsa puolesta Vaasan Vaakuna sekä Radisson Blu Plaza. Holiday Inn:n Open Lobby kokonaisuus oli kokonsa puolesta (640 neliömetriä) turhan suuri kokonaisuus kohdeor-ganisaation vertailuun.

Kaikki analyysiin mukaan otetut hotellit olivat selvästi työn teon muutokseen liittyviä seik-koja aulatiloihin suunnitellessaan. Yhtäläisyyksiä oli tilojen aukioloajoilla, jotka ovat kaikki pääsääntöisesti avoinna 24/7, sekä kaikki tilat oli tarkoitettu myös hotellin ulkopuolisille asiakkaille. Ravintolapalvelut kaikissa hotelleissa oli pääsääntöisesti samankaltaiset, mahdollisuus nauttia kahveja, aamiaista, lounasta sekä illallista. Kaikissa hotelleissa oli otettu huomioon erilaiset työnteon tavat, mutta parhaiten aulatilaa oli konseptoinut Holi-day Inn Helsinki erilaisine tilaratkaisuineen. Parhaimmat tilat työskentelyyn oli ehdotto-masti Holiday Inn Helsingissä, jossa oli panostettu erilaisiin työpisteisiin sekä itse muo-kattaviin työskentelyryhmiin.

Vaasan Vaakuna ja Radisson Blu Plaza nostivat sosiaalisuuden, erilaiset kohtaamiset ja yhteisöllisyyden esille. Tämä näkyi tilojen rentoutena sekä hotellikulttuurin vahvana roo-lina. Holiday Inn:n Open Lobby -konsepti oli hiottu tarkimmin vastaamaan erilaisiin asia-kastarpeisiin, ja toiminta on viety aivan uudelle laatutasolle. Open Lobby -konseptista löytyi lähes kaikki mitä hotellivieraat ja muut käyttäjät tarvitsevat. Jokaisella vertailukoh-teella oli myös oman tyyppisensä lisäpalvelut. Kahdessa huomioitiin kanta-asiakkaat eri-laisina lounge -tyyppisinä ratkaisuin. Yksi hotelli tarjosi myös yhteisiä tapahtumia, kuten konsertteja tilan käyttäjille.



Panostus kokonaisvaltaisiin palveluihin ja yleiseen viihtyvyyteen ja tunnelmaan tuntui olevan yhteisöllisen aulatilan parhaat tunnusmerkit. Lisäpalveluilla rikastetaan käyttäjien kokemuksia sekä saadaan lisää uusia käyttäjiä palveluille. Vertailuanalyysin avulla saatiin entistä vahvempi käsitys siitä, millainen kohdeorganisaation aulatilojen malli tulee olemaan. Benchmarking kohteita hyödynnettiin kohdeorganisaation aulapalveluiden suunnitteluprosessissa.

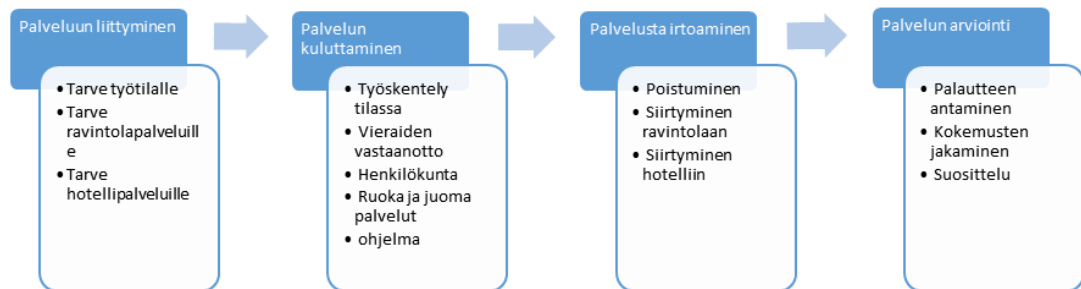
#### 4.2 Suunnittelu – palvelupolun ja palvelukonseptin luominen

Palvelupolku tarkoittaa palvelukokonaisuuden kuvaamista vaiheittain asiakkaalle muodostuvan arvon näkökulmasta. Palvelupolku muodostuu kontaktipisteistä, joiden avulla kuvataan asiakkaan konkreettista kohtaamista asiakaspalvelijan kanssa. Palvelupolun määrittämisen avulla huomataan palvelun tuottamiseen liittyviä rakenteita, se auttaa myös huomaamaan palvelun heikot lenkit, eli ne tilanteet, jolloin palvelutilanne ei suju odotusten mukaisesti. Asiakas näkee palvelun kuitenkin yhtenä kokonaisuutena ja tämän vuoksi on tärkeää, että kaikki palvelupolun vaiheet toimivat samalla tavalla. (Tuulaniemi 2013, 79 – 81.)

Palvelukonsepti kuvaa palvelun tuottamiseen liittyviä rakenteita kuten palvelupolkua. Näiden avulla voidaan konkretisoida palvelun tuotantotapa, rakenne ja päävaiheet vaikka palvelua ei vielä ole olemassa. Konseptin avulla kuvataan käyttäjien tarpeita ja tehdään niistä ymmärrettäviä. (Miettinen ym. 2011, 107.) Olennaisinta palvelukonseptissa on kuitenkin se, että siinä kuvataan miten palvelu vastaa asiakkaiden tarpeisiin ja miten palvelu tuottaa lisäarvoa yrityksille (Miettinen ym. 2011, 109).

##### 4.2.1 Cowork- asiakkaan palvelupolku

Palvelupolun avulla kuvataan asiakkaan kokema palvelukokonaisuus. Palvelukokonaisuuteen voivat vaikuttaa ihmiset, ympäristöt, esineet sekä toimintatavat. Palvelun eri vaiheissa voidaan asiakkaaseen pyrkiä vaikuttamaan kaikilla mahdollisilla aistiärsykeillä, äänillä, väreillä, valoilla, mauilla ja tuoksuilla erilaisten tunnelmien luomiseksi. Asiakkaan palvelukokemusta tarkasteltaessa määritellään tarkasti, mikä osa palvelupolusta otetaan tarkastelun kohteeksi. (Tuulaniemi 2013, 78 – 81.)



Kuvio 5. Cowork -asiakkaan palvelupolku

Kuviossa 5 kuvataan cowork -tilan asiakkaan palvelupolku kohdeyrityksessä. Asiakkaan palvelupolku alkaa työtilan tarpeesta. Työ -tai kokoustilan kartoitusvaiheessa ärsykkeenä voi toimia esim. ystävän suositus, yrityksen mainos tai asiakkaan oma aiempi palvelukokemus yrityksessä. Tämän jälkeen asiakas ottaa yhteyttä valitsemaansa yritykseen puhelimitse, henkilökohtaisesti paikan päällä tai sähköpostitse. Päätöksen tehtyään asiakas varaa työ -tai kokoustilan käyttöönsä. Asiakas saapuu paikalle vastaanottamaan vieraitaan. Asiakkaat nauttivat tilan palveluista ja ruokatarjoiluista. Palvelun päättyessä asiakas keskustelee henkilökunnan kanssa päivän onnistumisesta sekä antaa mahdollisesti palautetta.

#### 4.2.2 Cowork – tilakonsepti

Palvelukonsepti kuvaa palvelun tuottamiseen liittyviä rakenteita kuten palvelupolkuja. Näiden avulla voidaan konkretisoida palvelun tuotantotapa, rakenne ja päävaiheet vaikka palvelua ei vielä ole olemassa sekä sen avulla kuvataan käyttäjien tarpeita ja tehdään niistä ymmärrettäviä. (Miettinen ym. 2011, 107.) Hyvän konseptin muodostamisen edellytyksenä on kattava määrä tietoa tulevan palvelun käyttäjistä ja ympäristöstä. Määrittelyvaiheessa suunnittelija hankkii tietoa käyttäjistä muodostaakseen käsityksen käyttäjien tarpeista suunniteltavaan tuotteeseen liittyen. Käyttäjien ja käyttöympäristön lisäksi on huomioitava alalla vallitsevat ja tulevaisuudessa odotettavat trendit. On varauduttava nopeasta teknologisesta kehityksestä samoin kuin alan vakiintumattomuudesta johtuviin nopeisiin muutoksiin. (Miettinen ym. 2011, 107.)

Cowork -tilakonsepti on hotellin aulatilaa ja sieltä löytyy useita ja keskenään erityyppisiä istuskeluryhmiä. Näin tilassa on paikkoja eri seurueille sekä yksittäisille henkilöille. Tilassa on sekä aulabaari- tyyppisiä matalia istuinryhmiä sekä kahvilamaisia normaalikorkuisia istuinryhmiä.

Konseptin suunnittelussa huomioitiin muuttuvan työn toimintaympäristön mukanaan tuomia mahdollisuuksia. Työtilojen muutokseen vaikuttavina tekijöinä tässä työssä olivat teknologian kehitys, globalisaatio, demografiset tekijät sekä individualismi ja yhteisöt. Teknologinen kehitys muuttaa saavutettavuutta ja kommunikaatiota, ja heijastuu näin työskentelypaikkoihin ja -tapoihin. (Tekes 2011, 7.) Työelämässä olevat eri sukupolvet muuttavat työtä, sen tekemistä, kokevat erilaisia haasteita työssään ja vaativat myös erilaista johtamista ja organisointia. Globalisaation kiihtymisen vaikutukset näkyvät jo jokapäiväisessä elämässämme. Verkostoituneessa maailmassa toimiminen vaatii uudenlaista, monipuolista osaamista yrityksiltä ja jokaiselta työntekijältä. (Oivallus 2010, 14.) Yrittäjämäinen ote työntekoon on yksi Oivallus -hankkeessa keskustelluista tulevaisuuden tahtotiloista. Individualismin nousun käänköpuolena nähdään yhteisöllisyyden tarve. Yksin puurtamisen sijaan ihmiset hakeutuivat erilaisiin ryhmiin ja verkostomaisiin työskentelytapoihin ja -tiloihin. (Tekes 2011, 10.)

Rento tila sopii ideointiin, ryhmäkeskusteluihin sekä ryhmätyöskentelyyn. Tilasta löytyy yhteisöllinen pöytä ryhmätyöskentelyä varten. Suuri pöytä houkuttelee kokoontumaan yhteen, esimerkiksi pelaamaan pelejä, piirtämään tai suunnittelemaan päivän ohjelmaa. Se on paikka, johon on helppo tulla hetkeksi työskentelemään, vaikka kahvikupin ääressä. Tilaratkaisu soveltuu myös yksilötyöhön ja kalusteiden lähellä on sähkö tietokone työskentelyä varten. Työskentely on lähinnä sähköpostien käsittelyä, selaamista, puheluita ja pikaviestimistä, ei niinkään syvällistä tiedon tuottamista ja työstämistä. Tila mahdollistaa välittömän vuorovaikutuksen ja sopii lyhytaikaisiin tehtäviin, jotka vaativat epämuodollista vuorovaikutusta muutaman henkilön kesken. Tila on myös kumppaneiden ja vieraiden kohtaamispaikka. Tilasta löytyy myös kabinetti intensiiviseen yksilö- ja ryhmätyöhön. Sisäänkäynti tapahtuu hotellin ja ravintolan puolelta, jotka toimivat vuorovaikutuksen välineenä tilan ja ihmisten välillä. Tilasta löytyy wc:t, naulakot, kahvia, tulosmahdollisuus sekä ruokailumahdollisuus aamupala, lounas sekä ilta-aikaan ravintolassa.

Yhtenä suunnitteluprosessin osa-alueena hyödynnettiin tietoa liikematkailun tulevista trendeistä sekä hiljaisista signaaleista. Tärkeimpinä trendeinä tilakonseptia suunnitel-

lessa nähtiin helppouden vaatimukset, bleisure sekä elämystalouden kasvu. Helppouden ja tehokkuuden vaatimukset jo matkan suunnitteluvaiheessa kasvavat, kun matkan voi varata helposti netistä. Nousevana trendinä liikematkailun parissa on yhdistää myös omia lomiam ja viikonloppuja työmatkan yhteyteen. Henkilökohtaisilla toiveilla ja kokemuksella on entistä tärkeämpi arvo tulevaisuudessa, kun matkustajan historia, tarpeet, toiveet ja niiden oikea analysointi voivat auttaa asiakaskokemuksen muokkaamisessa.

Tilakonsepti on helposti saavutettavissa ja hyvän sijaintinsa vuoksi työskentelypiste on keskellä kaupunkia. Tilakonseptin tuottama lisäarvo asiakkaalle on tilat yksilö- /ryhmätyöskentelyyn, seurustelu työn tai vapaa-ajan roolissa muiden kanssa. Hotellin muut palvelut ovat käden ulottuvilla myös paikallisilla asukkailla. Tilassa työskentelevät asiakkaat pääsevät tiiviin hotellyhteisömmen jäseniksi sekä mahdollisuuden työskentelyyn yhdessä. Tila on sosiaalinen ja vuorovaikutteinen työympäristö, joka toimii yhteistyössä hotellin sekä ravintolan henkilökunnan kanssa. Asiakkaiden henkilökohtaiset toiveet pyritään myös aina ottamaan huomioon hotellissa.

Tilakonseptilla haluttiin vastata niin työn muutoksiin vaikuttaviin megatrendeihin sekä liikematkustuksen tulevaisuuden trendeihin. Tilakonsepti on helposti muunneltavissa erilaisiin asiakastarpeisiin ja helposti saavutettavissa. Työn tulevaisuuden muutosten tarkastelun, liikematkailun trendien sekä benchmarking -analyysin avulla tehtiin johtopäätökset siitä, millainen hotellin uusi tilakonsepti tulisi olemaan. Palvelumuotoilun metodien avulla esiteltiin kehittämistyön eri vaiheet ja palvelukonseptin määrittelyllä esiteltiin cowork – tilakonsepti.

#### 4.3 Pohdintaa cowork- aulatilán kehittámisestä

Varsinaiset käytännön toimenpiteet case – yritykseen valmistuivat maaliskuussa 2017 tämän opinnäytetyön tuloksena. Työelämän muutokseen vaikuttavien tekijöiden sekä liikematkustuksen trendien tutkiminen antoi hyvän teoriapohjan suunnittelutyölle. Tulevaisuuden muutokset ja työn teon tavat tulevaisuudessa koskettavat suurta osaa ihmisistä.

Asiakkaan ymmärtäminen ja käyttäjätiedon hankinta auttaa löytämään uusia kaupallistamisen mahdollisuuksia. Mikäli yrityksessä halutaan jatkossa hyödyntää palvelumuotoilun menetelmiä kehitystyössä, voitaisiin pohtia esimerkiksi erilaisia työpajoja eri toiminoille. Palvelumuotoilun menetelmät auttavat kuvaamaan asiakkaan kokemaa palvelu-

kokonaisuutta ja tapahtumaketjujen kuvaaminen prosesseina säästää resursseja ja vapauttaa aikaa luovaan työhön. Mahdollisen saavutetun kilpailuedun ylläpitämistä varten palvelumuotoilua ja varsinkin palvelupolun kuvaamista olisi mielestäni syytä kartoittaa säännöllisesti yrityksen toiminnan lomassa. Asiakkaan kokema palvelukokonaisuus voidaan kuvata palvelupolun avulla vaihe vaiheelta, jotta sitä voidaan analysoida ja tarvittaessa kehittää.

Liiketoiminnan kehittämisessä on olennaista luoda oikeanlaisia tuotteita asiakkaan tarpeisiin. Tässä työssä kehittämisen kohteena ollut case – yritys tarvitsee tietoa sekä yleisistä matkailun markkinoista ja toimialalla tapahtuvista muutoksista että matkailijoiden tarpeista. Yhtä tärkeää on tunnistaa asiakkaiden tarpeet ja kehittää omat tuotteet vastaamaan niitä. Kehittämisen ja jatkotutkimuksen kohteena voisi olla myös tuotteistaminen ja tuotevalikoima, erityisesti aulatilán elävöittämiseksi kehitetyt tapahtumat tai after-work – tyylinen konsepti olisivat oivallisia myös nostamaan ravintolakaupan myyntiä. Kaiken kaikkiaan voidaan ajatella, että yrityksen toimintaa on jatkossakin kehitettävä ja sen on oltava ajan tasalla ympäristön muutoksista pärjätäkseen muuttuvilla markkinoilla.

#### 4.4 Työn validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksessa on olennaista välttää virheitä ja sen vuoksi tulosten pätevyyttä ja luotettavuutta on syytä arvioida. Reliabiliteetti tarkoittaa, että tutkimus on toistettavissa siten, että sen tulokset ovat samanlaisia. Samoin jos kaksi tutkijaa saisivat tutkimuksesta samanlaiset tulokset, kertoisi se, että tutkimus on reliaabeli. Validiteetti puolestaan tarkoittaa, että tutkimuksessa on käytetty sellaisia menetelmiä, että tulos on sitä mitä on tarkoitettukin tutkia tai mitata. Lisäksi tulosten validiteettia voidaan parantaa, jos tutkimuksessa on käytetty useita eri menetelmiä. (Hirsjärvi, ym. 2009, 231 – 233.)

Tämä opinnäytetyö on luonteeltaan kvalitatiivinen tapaustutkimus sekä kehittämistyö, jossa oleellista ei niinkään ole uuden teorian luominen, vaan uusien mahdollisuuksien ja ratkaisujen etsiminen kohdeorganisaation tarpeisiin.

Sekä määrällisessä että laadullisessa tutkimuksessa luotettavuutta ja pätevyyttä voidaan tarkentaa useiden erilaisten menetelmien yhteiskäytöllä. Monimenetelmällisyyttä pidetään tutkimuksen luotettavuutta lisäävänä tekijänä. (Hirsjärvi ym. 2004, 217–218.) Tässä

kehittämistyössä on käytetty monipuolisesti palvelumuotoilun menetelmiä. Hyödyntämällä palvelumuotoilun erilaisia työkaluja saatiin kehittämistyöhön sekä asiakkaiden että hotellin työntekijöiden näkökulmia. Näin ollen palvelumuotoilun perus-ajatus asiakasymmärryksen hyödyntämisestä liiketaloudellista näkökulmaa unohtumatta toteutui.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa luotettavuutta voidaan edistää mahdollisimman tarkalla selostuksella tutkimuksen kulusta. Aineistojen hankinnan olosuhteiden kuvaukset, analyysimenetelmät sekä selitysten ja tulkintojen yhteensopivuus lisäävät laadullisen työn validiteettia. (Hirsjärvi ym. 2004, 216-217.) Tässä työssä on pyritty varmistamaan luotettavuuden ja pätevyyden toteutuminen käyttämällä laajaa aineistoa sekä useita menetelmiä analyysien tekemiseksi. Aineistojen hankinnassa on kiinnitetty huomiota lähdekritiikkiin ja otettu lähempään tarkasteluun ilmiöitä, jotka ovat nousseet esille useammassa eri lähteessä.

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda uusi tilakonsepti kohdeorganisaatiolle palvelumuotoilun menetelmiä hyödyntäen. Tavoite on toteutunut ja työn lopputuloksena cowork – tilakonsepti on otettu käyttöön yrityksessä. Tämä opinnäytetyö oli tapaustutkimus, eivätkä sen tulokset sellaisinaan ole yleistettävissä muihin yrityksiin. Lopputuloksen samankaltaisuuteen vaikuttavat analyysin tekijöiden lisäksi kohdeorganisaatiossa työskentelevät henkilöt ja näin ollen toisen tutkimuksen lopputulos tuskin on yhteneväinen tämän opinnäytetyön tulosten kanssa.

## 5 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa millaisia tarpeita liikematkailualalla on tulevaisuudessa ja miten työn tekeminen tulee muuttumaan. Tarkoituksena oli suunnitella helposti muunneltava ja yhteisöllinen cowork – työskentelytila case – hotellin ravintolan yhteyteen.

Työn tulevaisuuteen vaikuttavien megatrendien ja liikematkustukseen vaikuttavien trendien valossa sekä tässä työssä tarkasteltujen tutkimusten ja raporttien perusteella hotellin aulatilojen kehittämällä olisi liiketoiminnallista potentiaalia tulevaisuudessa. Liikeasioiden vuoksi matkustaminen on ollut koko matkailun historian ajan yksi tärkeimmistä matkustamisen motiiveista. Liikematkailu voidaan laskea taloudellisesti merkittävimmäksi ja voimakkaimmin kasvavaksi matkailun osa-alueeksi kaikkialla maailmassa. Teknologia tulee mahdollistamaan liikematkailun sujuvuuden uusien sovellusten avulla sekä muuttaa saavutettavuutta ja kommunikaatiota.

Tuotteistaessaan palveluita erilaisille kohderyhmille yrityksen on tunnettava asiakkaansa. Tulevaisuudessa perinteisen jaon liikematk- ja vapaa-ajanhotelleihin uskotaan häviävän ja hotelleja suunnattavan enemmän elämäntyyliään samankaltaisille asiakkaille (esim. teema-, lifestyle- ja design-hotellit). Kaikkea kaikille tarjoavalla yrityksellä tuskin on tulevaisuudessa samanlaisia menestyksen mahdollisuuksia kuin yksilöllisiä ja uniikkeja palveluita tarjoavalla erikoistuneella matkailutoimijalla. Tulevaisuuden ennakkoinnin avulla matkailuyritys voi saavuttaa kilpailuetua huomioimalla ympäristössä tapahtuvan muutoksen ennen muita ja sopeuttamallaan toimintaansa muutoksen mukaisesti.

Tässä työssä kehittämisen kohteena olevan yrityksen tavoitteena on vastata liikematkustajien tulevaisuudessa muuttuviin tarpeisiin ja kehittää entisestään palveluitaan. Benchmarking – analyysin ja työssä tarkasteltujen tutkimusten perusteella voidaan todeta, että alalla on kilpailua. Merkittävimmät keinot kilpailukeinot case – yrityksen näkökulmasta ovat erottautuminen kilpailijoista sekä asiakaslähtöisyys.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi uusi cowork – tilakonsepti case – hotellin aulatilaan. Kehittämistyön tavoitteena oli luoda uusia toimintatapoja, menetelmiä, tuotteita tai palveluja muuttuvan toimintaympäristön ja asiakkaiden tarpeiden pohjalta. Palvelumuotoilun me-

todien avulla esiteltiin kehittämistyön eri vaiheet ja palvelukonseptin määrittelyllä esiteltiin cowork – tilakonsepti. Opinnäytetyön tuloksia pyritään hyödyntämään myös yrityksen muissa mahdollisissa projekteissa.



## LÄHTEET

- Asp, Juha 2010. Työyhteisön johtaminen vuonna 2020. Pro gadu –tutkielma. Helsingin kauppakorkeakoulu. Viitattu 30.12.2016. [http://epub.lib.aalto.fi/ethesis/pdf/12264/hse\\_ethesis\\_12264.pdf](http://epub.lib.aalto.fi/ethesis/pdf/12264/hse_ethesis_12264.pdf).
- Becker J., Foertsch C., Cashman a. & Dullroy J. 2012. 2nd annual Global Coworking Survey [online]. Berliini: deskmag. Viitattu 4.1.2017. <http://www.deskmag.com/en/first-results-of-global-coworking-survey-171>.
- CWT 2017. Viitattu 26.5.2017. <http://www.carlsonwagonlit.fi/content/cwt/fi/fi/insights/report/combining-business-and-leisure-trips.html>
- Elinkeinoelämän keskusliitto. Oivallus 2. väliraportti 2010. Viitattu 30.12.2016. <https://ek.fi/wp-content/uploads/Oivallus-2-valiraportti.pdf>.
- Etätyössäkin halutaan verkostoitua – Yhteisölliset työtilat ovat nyt kysytyjä. 2016. Esitetty 2.2.2016. <http://yle.fi/uutiset/3-8642825>.
- Gandini, Alessandro 2015: The Rise of Coworking Spaces, A literature review. 193-205. Viitattu 4.1.2017.
- Hernesniemi, H. 2000. Megatrendit ja klusterien kehitys. Viitattu 25.5.2017. <http://www.mol.fi/esf/ennakointi/raportit/klusteri/luku4.pdf>.
- Hiltunen E., Hiltunen K. Teknoelämää 2035, 2014. Helsinki. Talentum.
- Hiltunen, E. 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Helsinki: Talentum.
- Hirsjärvi, S.; Remes, P. & Sajavaara P. 1997/2004. Tutki ja kirjoita. 10. osin uudistettu laitos. Helsinki: Tammi
- Houni, P. Ansio H., 2015. Duunia kimpassa. Yhteisölliset työtilat Helsingissä. Viitattu 4.1.2017 [http://www.hel.fi/hel2/Tietokeskus/julkaisut/pdf/15\\_08\\_26\\_Tutkimuksia\\_4\\_Houni%26Ansio.pdf](http://www.hel.fi/hel2/Tietokeskus/julkaisut/pdf/15_08_26_Tutkimuksia_4_Houni%26Ansio.pdf).
- Holiday Inn 2017. Viitattu 26.5.2017. <http://www.finland.holidayinn.com/hotellit/holiday-inn-helsinki-city-centre>.
- Hytönen, J. 2015. Tulevaisuuden yrittäjä on yhteisöllinen. Viitattu 4.1.2017. <http://magazine.sponda.fi/ilmiot/tulevaisuuden-yrittaja-on-yhteisollinen/>.
- Kananen J. 2015. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kause 2017, trendit (<http://www.necorpoint.com/liikematkustuksen-trendit-2015-ja-joukkoistaminen>)
- Kauttu, M. 2017. Viitattu 26.5.2017. <http://www.bomentis.fi/wp-content/uploads/2012/01/Tyomuuttaa-tilaa-Faarao-0912.pdf>.
- Karlöf, B., Lundgren, K. & Edenfeldt Froment, M. 2003. Ota oppia parhaista! Tehoa vertailuoppimisesta. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- KPMG Future State 2030. Viitattu 30.12.2016. <https://www.kpmg.com/ID/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Future-State-2030.pdf>.

Lehto, P. 2011. Alkusanat. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu – Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. uudistettu painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Mannermaa, M. 2004. Heikoista signaaleista vahva tulevaisuus. Helsinki: WSOY. Viitattu 26.5.2017. <http://www.matkailu.org>.

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu – yhteissuunnittelua, empatiaa ja osallistumista. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu – Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. uudistettu painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Moritz, S. 2005. Service Design – Practical access to an evolving field. KISD: Köln International School of Design.

Mow 2016. Viitattu 26.5.2017. <http://www.mow.fi/mowlaiset/blog/asiakaskokemuksen-ammattilainen-verkottuu-cowork-tilassa>

Ojasalo, K., Moilanen, T., Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Sanoma Pro Oy. Helsinki.

Puhakka 2011. Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä.

Ruotsalainen, N. 2016. Mow yhdistää työtehon ja hauskuuden. 2.2.2016. Viitattu 4.1.2017. <http://magazine.sponda.fi/videot/mow-yhdistaa-tyotehon-ja-hauskuuden/>.

Radisson Blu 2017. Viitattu 26.5.2017. <https://www.radissonblu.com/fi/plazahotelli-helsinki/ravintolat>.

Sokos Hotels 2017. Viitattu 26.5.2017. <https://www.sokshotels.fi/fi/vaasa/sokos-hotel-vaakuna-vaasa>.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Suomalaisten matkailu 2015. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu: 26.5.2017. [http://www.stat.fi/til/smat/2015/15/smat\\_2015\\_15\\_2016-02-05\\_tie\\_001\\_fi.html?ad=notify](http://www.stat.fi/til/smat/2015/15/smat_2015_15_2016-02-05_tie_001_fi.html?ad=notify)

SMT 2017. Viitattu 26.5.2017. <https://www.smt.fi/smt-trends/maailma-muuttuu-mita-se-tarkoittaa-matkanvaraajalle>.

Tekes. 2011. Käyttäjälähtöiset tilat - uutta ajattelua tilasuunnitteluun. Helsinki: Tekes - teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus. Viitattu 30.12.2016. [http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/kayttajalahtoiset\\_tilat.pdf](http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/kayttajalahtoiset_tilat.pdf).

Toivonen T. 26.5.2017. Hotellipäällikkö. Turun Osuuskauppa.

Trip Advisor 2017. Viitattu 26.5.2017. <https://www.tripadvisor.fi/>

Tui Finland 2017. Viitattu 26.5.2017. <http://news.cision.com/fi/tui-finland-oy-ab/r/matkailun-trendit-2017,c2160164>

Tukiainen, M. 2010. Luova tila, tulevaisuuden työpaikka. Helsinki. Rakennustieto Oy.

Tuulaniemi, J. 2013. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Tulevaisuuden yrittäjä on yhteisöllinen, 2016. Kauppalehti. 5.4.2016. Viitattu 30.12.2016. <http://studio.kauppalehti.fi/sponda-tilaa-menestyä-tulevaisuuden-yrittäjä>

Työ -ja elinkeinoministeriö. Työelämä 2020, 2012. Viitattu 30.12.2016. [http://www.tyoelama2020.fi/tyoelama\\_2020\\_-hanke/tyoelamatoimijat/kumppanit/dialogi](http://www.tyoelama2020.fi/tyoelama_2020_-hanke/tyoelamatoimijat/kumppanit/dialogi)

Työ –ja elinkeinoministeriö 2012. Suomen työelämä vuonna 2030. Miten ja miksi se on toisennäköinen kuin tällä hetkellä? Viitattu 30.12.2016. [http://www.tem.fi/files/33157/TEMrap\\_14\\_2012.pdf](http://www.tem.fi/files/33157/TEMrap_14_2012.pdf)

Työ –ja elinkeinoministeriö 2014. Katsaus suomalaisen työn tulevaisuuteen. Viitattu 30.12.2016. <https://tem.fi/documents/1410877/2859687/Katsaus+suomalaisen+ty%C3%B6n+tulevaisuuteen+09092014.pdf>

UNWTO 2014. Tourism Highlights. 2014 Edition. Viitattu 26.5.2017. [http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf)

Urban Station 2017. Viitattu 26.5.2017. <http://www.enjoyurbanstation.com>

Verhelä, P. 2000. Liikematkailu. Helsinki. Oy Edita Ab.

Verhelä, P. 2014. Matkailun perusteet. Helsinki. Oy Edita Ab.

Viitala, R., Järnlström, M. & Uotila, T. 2014. Henkilöstöjohtaminen uuden edessä. Viitattu 30.12.2016. [http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn\\_978-952-476-537-4.pdf](http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-537-4.pdf)

Vilka H. 2015. Tutki ja kehitä. Tammi.

Yeoman, I. 2008. Tomorrow's Tourist. Scenarios & Trends. Oxford: Else

