

Anni Nuutinen

HUONEISTOHOTELLI LIETSUN SAUNA- JA KOKOUSPALVELUIDEN TUOTEKEHITYS

Opinnäytetyö

Matkailu- ja ravitsemisalan ammattikorkeakoulututkinto

Matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutus

2024



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Restonomi (AMK)
Tekijä/Tekijät	Anni Nuutinen
Työn nimi	Huoneistohotelli Lietsun sauna- ja kokouspalveluiden tuotekehitys
Toimeksiantaja	Huoneistohotelli Lietsu
Vuosi	2024
Sivut	44 sivua, liitteitä 4 sivua
Työn ohjaaja(t)	Marjut Kasper, Helena Puhakka-Tarvainen

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyössä kehitettiin joensuulaisen Huoneistohotelli Lietsun sauna- ja kokouspalveluita. Työn tavoitteena oli käytettyjen menetelmien avulla ideoida uudenlainen palveluidea toimeksiantajan jo olemassa olevaan sauna- ja kokouspalvelupakettiin. Tarkennetusti tavoitteena oli kehittää uudenlainen idea sauna- ja kokouspalvelupaketille pikkujoulukauteen. Työssä oli tarkoituksena myös luoda tekstisisältö paketin tuotekortille.

Tutkimusongelmana työssä toimi yrityksen tarve uudistetulle tuotepaketille. Menetelminä ongelman ratkaisemiseksi työssä käytettiin vertailuanalyysiä, palvelumuotoilua ja tuplatimanttimalia. Palvelumuotoilun kaavan mukaan työn loppuosassa tuotepaketti testattiin asiakkailta ja asiakkaiden mielipiteitä kartoitettiin kyselylomakkeella.

Työn teoriaosuudessa tutkittiin Pohjois-Karjalan matkailun historiaa ja tärkeitä elementtejä alueen matkailussa. Teoriaosuudessa käytiin läpi myös suomalaista saunaa sekä sitä, miten luoda saunasta elämys ja tuotteistaa se. Työn toteutusvaiheessa ideointiin käytettyjä menetelmiä apuna käyttäen erilaisia mahdollisia ideoita palvelulle. Näiden ideoiden joukosta muodostettiin testiryhmää varten hieman supistettu palvelukokonaisuus, jonka asiakkaat testasivat ja testaamisen jälkeen vastasivat kyselyyn.

Testiryhmän vastausten perusteella pystyttiin kartoittamaan selkeästi tuotepakettiin liittyviä positiivisia ja negatiivisia puolia. Näiden avulla kerättiin hyödyllistä tietoa siitä, miten pakettia voisi testaamisen jälkeen vielä kehittää. Testiryhmä vastasi myös kysymykseen paketin hinnoittelusta, jonka avulla saatiin suuntaa sille millaisen summan asiakkaat, olisivat valmiita maksamaan lisäpalveluista, jotka kuuluisivat sauna- ja kokouspakettiin.

Asiasanat: palvelumuotoilu, vertailuanalyysi, sauna, kokouspalvelut, Pohjois-Karjala

Degree title	Bachelor of Hospitality Management
Author	Anni Nuutinen
Thesis title	Development of Aparthotel Lietsu's sauna and conference services
Commissioned by	Aparthotel Lietsu
Time	2024
Pages	44 pages, 4 pages of appendices
Supervisor	Marjut Kasper

ABSTRACT

In this thesis an apartment hotel located in Joensuu, sauna and conference services are being developed. The objective of the thesis was to create new ideas for the commissioner's sauna and conference services. More specifically, the focus was on pre-Christmas party season. The aim was also to produce the text content for the service's data sheet.

Methods used in the thesis comprised benchmarking, service design and the double-diamond model. The theoretical framework is established by examining the history and characteristics of tourism in the North Karelia region and investigating the features of Finnish sauna and its productization potential. By way of benchmarking and service design, suggestions for the content of the new service were made. Based on these suggestions, a reduced version of the service package was made and tested with a group of people. After the test, the experience of the participants was evaluated with a questionnaire.

The testing of the created service package provided useful information for further development. The responses of the test group concerning the pricing of the service also gave insight into the amount of money they might be willing to pay for extra features.

Keywords: service design, benchmarking, sauna, conference services, North Karelia

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
1.1	Toimeksiantajan esittely	6
1.2	Työn kehittämiskohde, tavoite ja lopputuote.....	7
1.3	Käytetyt menetelmät.....	7
2	KATSAUS POHJOIS-KARJALAN MATKAILUUN JA SEN HISTORIAAN	8
2.1	Yleistä.....	8
2.2	Koli.....	8
2.3	Parppeinvaaran runokylä.....	9
2.4	Bomba	10
3	SUOMALAINEN SAUNA.....	11
3.1	Suomalaisen saunan historiaa ja tärkeimmät elementit.....	11
3.2	Suomalaisen saunan terveysvaikutuksista	12
3.3	Suomalaisen saunaelämyksen ydinarvot.....	13
4	SAUNA- JA KOKOUSPALVELUIDEN VERTAILU.....	16
4.1	Yleistä vertailuanalyysistä.....	16
4.2	Vertailuanalyysin vaiheet	17
4.3	Vertailun kohteet.....	18
4.4	Yrityksen oma toiminta	20
4.5	Vertailukohteiden toiminta	20
4.6	Yritysten välinen vertailu, tietojen yhteenveto ja soveltaminen	22
5	PALVELUMUOTOILU KEHITTÄMISTYÖN MENETELMÄNÄ	25
5.1	Yleistä palvelumuotoilusta	25
5.2	Tuplatimanttimalli.....	26
6	PALVELUN SUUNNITTELU.....	27
6.1	Kehittämiskohde	27
6.2	Kohderyhmä ja resurssit.....	27
6.3	Palvelun teema ja elementtien hyödyntäminen.....	29

6.4	Palvelun sisältö.....	30
6.5	Saunaelämys ajattelu palvelun tukena	31
6.6	Testaamiseen valittu palvelusuunnitelma	32
6.7	Tuotekortin sisältö.....	33
7	TUOTEPAKETIN TESTAAMINEN.....	35
7.1	Testaamisen järjestäminen	35
7.2	Testilomake	37
7.3	Testitulokset.....	37
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	39
9	POHDINTA	41
	LÄHTEET.....	43

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

Liite 2. Tuotekortin malli

Liite 3. Tuotekortin malli

1 JOHDANTO

1.1 Toimeksiantajan esittely

Huoneistohotelli Lietsu on Joensuun keskustassa sijaitseva huoneistohotelli, joka aloitti toimintansa vuoden 2019 loppupuolella. Hotellin omistajina toimivat Maria Saastamoinen ja Helena Puhakka-Tarvainen. Marialla oli idea majoituspalvelulle, joka yhdistelisi kodinomaista tunnelmaa laadukkaisiin puitteisiin, joissa myös toteutuisi paikallisen kulttuurin tarjoaminen asiakkaille. Maria ehdotti ideaa kyseisestä palvelusta Helenalle, jonka hän jo aiemman työuransa kautta tunsi. Helena tarttui ideaan ja näin syntyi kahden naisen omistama perinteikästä karjalaista tunnelmaa ja kulttuuria tarjoava sekä vastuullisuutta vaaliva yritys. (Lietsuhotel s.a.)

Lietsun pääasialliset tilat sijaitsevat vanhan Postitalon kahdessa ylimmäisessä kerroksessa. Hotellissa on 31 huonetta, joista kaikki lukuun ottamatta yhtä ovat kahden hengen huoneita. Huoneisiin kuuluu perusvarustuksena huoneistohotellille ominaisesti oma keittiö perusvarustuksella sekä kylpyhuone, jossa on jokaiselle asiakkaalle oma pyykinpesukone. Hotelli tarjoaa asiakkailleen veloitukselta aamiaista, jossa perinteiset pohjoiskarjalaiset ruoat, kuten jokaisen tuntemat karjalanpiirakat ja muut hieman ei-niin-tunnetut paikalliset ruoat, pääsevät kunniaansa. Koska yrityksen tärkeisiin arvoihin kuuluvat paikallisuus ja vastuullisuus, näyttäytyy tämä myös yrityksen raaka-aine-valinnoissa aamiaisella. Kaikki raaka-aineet ovat pääasiassa paikallisilta toimijoilta hankittuja.

Lietsussa sijaitsee myös sauna, jota käyttävät pääsääntöisesti yöpyvät asiakkaat, mutta saunaa varataan myös tilauksesta ulkopuolisille asiakkaille. Saunan yhteydessä sijaitsee tilava pukuhuone, jota varataan ulkopuolisille asiakkaille kokoustilana. Pukuhuoneen varustuksiin kuuluvat suuri pöytä, 8 tuolia, seinän vieruksessa sijaitseva seinän mittainen penkki/sohva, suuri taulutelevisio, adaptereita ja muita kokoustarvikkeita, jääkaappi, talon puolesta tulevat pyyhkeet, hiustenkuivaaja sekä wc, joka sijaitsee samassa tilassa pukuhuoneen, suihkun ja saunan kanssa.

1.2 Työn kehittämiskohde, tavoite ja lopputuote

Työssä kehittämiskohteena toimii Huoneistohotelli Lietsun sauna- ja kokouspalvelut. Yrityksellä ei tällä hetkellä ole sauna- ja kokouspalveluille olemassa olevaa tuotepakettia. Tavoitteena työssä on kehittää yritykselle pikkujoulukaudelle tuotepaketti, joka on myös muokattavissa muihin sesonkeihin sopivaksi. Tarkoituksena on hyödyntää mahdollisimman paljon jo yrityksellä olemassa olevia resursseja, kuten työvoimaa, toimitiloja sekä raaka-aineita mahdollisia tarjoiluja varten.

Tavoitteena on luoda paketti, jossa olisi mukana myös mahdollisia oheistuotteita, oheispalveluita tai kumpiakin. Oheistuotteet ja/tai -palvelut olisivat yrityksen arvojen mukaisia, eli tuotepakettiin valikoitaisiin kotimaisia sekä mielellään paikallisia tuotteita sekä toimijoita. Työssä suunnitellaan myös tuotepaketin tuotekorttiin tuleva tekstiosuus, mutta graafisesta puolesta vastaa toimeksiantaja itse.

1.3 Käytetyt menetelmät

Työn alussa on tarkoituksena käyttää vertailuanalyysiä (benchmarking) sekä vertailla menetelmän avulla toimeksiantajan tämänhetkisiä sauna- ja kokouspalveluita kolmen muun paikallisen yrityksen vastaaviin. Vertailun avulla kartoitetaan tämän hetken markkinoita sauna- ja kokouspalveluille sekä kerätään ideoita tuotepaketille. Työssä pääasiallisena menetelmänä toimii palvelumuotoilu, tarkennetusti palvelumuotoilun malli tuplatimantti (double diamond). Mallia hyödynnetään tuotepaketin suunnittelussa. Työn toteutusvaiheessa testataan tuote palvelumuotoilun valitun mallin mukaisesti ja testiä varten tehdään kyselylomake, jonka avulla kartoitetaan asiakkaiden mielipiteitä tuotteesta.

Työhön on kerätty teoriapohjaa alan ajankohtaisesta kirjallisuudesta, artikkeleista, blogiteksteistä ja tutkimuksista. Teoriapohjan avulla käydään läpi käytettyjä menetelmiä, tutkitaan sauna- ja kokouspalveluita ilmiönä (asiakkaan sekä yrittäjän näkökulmasta) ja tehdään katsaus Pohjois-Karjalan matkailuun ja sen vahvuuksiin, joita voitaisiin hyödyntää tuotepaketin suunnittelussa.

2 KATSAUS POHJOIS-KARJALAN MATKAILUUN JA SEN HISTORIAAN

2.1 Yleistä

Pohjois-Karjala on kokenut vuosien aikana muuttotappiota. 1960-luvulta, jolloin maakunnassa asui vielä 207 000 asukasta, on muuttotappiota vuoden 2019 asukaslukuun, 161 000 asukasta, verrattuna tapahtunut 46 000 asukkaan verran. (Karhu ym. 2020, 1.) Vuonna 2023 alueen väkiluku oli 162 312 asukasta, josta suurin osa sijoittuu Joensuun alueelle, 78 131 asukasta (Pohjois-Karjalan maakuntaliitto s.a). Kuitenkin jo 1960-luvulta lähtien maakunnassa huomattiin matkailun tärkeys alueelle. Ympäri maakuntaa kunnat sekä kylät alkoivat kukin vuorollaan suunnittelemaan, miten matkailijat saataisiin vierailemaan. Asumaan ei ollut pakko tulla, mutta halua oli saada ihmiset tutustumaan alueeseen sekä nauttimaan kaikesta siitä, mitä alueella oli tarjottavana. (Karhu ym. 2020, 1.)

Pohjois-Karjalan alueen ensimmäinen virallinen matkailun kehittämissuunnitelma astui voimaan vuonna 1975 (Karhu ym. 2020, 1). Ensimmäisessä Pohjois-Karjalan matkailusuunnitelmassa (1974, 1) kuvaillaan Pohjois-Karjalan erityispiirteitä seuraavasti: ”Pohjois-Karjalan omaleimaisuus, harva asutus ja luonnon puhtaus ja moni-ilmeisyys, kulttuuriperinteet sekä karjalaisväestö tarjoavat matkailijalle sitä alkuperäisyyttä ja eksotiikkaa, mikä maamme monilta alueilta, etenkin Teollisuus-Suomesta on jo hävitetty.” Jo tuohon aikaan huomioitiin edelleen tänäkin päivänä Pohjois-Karjalan matkailussa vahvoina näytettyviä seikkoja, kuten, puhdas luonto, erilaiset kulttuuriperinteet ja tietenkin itse karjalaiset ihmiset. Alueen vahvuudet ovat olleet selvillä jo vuosikymmeniä sitten.

2.2 Koli

Monille tuttu Koli on ollut Pohjois-Karjalan vetonaula jo 1800-luvun loppupuolelta saakka. Tunnetuksi Kolin kuitenkin tekivät kulttuuri- ja matkailupiireissä suomalaiset taiteilijat 1800–1900-luvun vaihteessa. Tunnettuuteen vaikuttivat etenkin Juhani Ahon lehtikirjoitukset sekä Eero Järnefeltin maalaukset Kolin

kansallismaisemista. (Karhu ym. 2020, 12, 14.) Kolin matka matkailun saralla noilta vuosikymmeniltä nykypäivään on ollut pitkä. Kolille täytyi saada kunnan tiet ja muut liikenneyhteydet, lisää majoituspaikkoja ja aluetta täytyi kehittää sekä tehdä matkustajille suotuisammaksi. 1960-luvulta eteenpäin alkoi Kolin kehittäminen kiihtyä, kun alueelle alettiin suunnittelemaan ja rakentamaan talviurheilukeskusta. Jo tuohon aikaan suunnitelmat aiheuttivat huolta metsäntutkimuslaitoksessa ja luonnonsuojeluviranomaisissa. (Sulopuisto 2018, 6, 8, 11–12, 18–28.)

Koli on erityisen tärkeä luontomatkailun kohde, sillä alueella sijaitsee vuonna 1991 perustettu Kolin kansallispuisto (Metsähallitus s.a.). 2000-luvun alussa kansallispuistoja alettiin hyödyntämään niin, että päämääränä oli valtion tasolla aluetalouden kasvattaminen ja kehittäminen. Kun kansallispuistoja alettiin hyödyntämään enemmän, myös luontomatkailu luonnollisesti lisääntyi ja asiakasmäärät kasvoivat. Tämän seurauksena on syntynyt ajan kuluessa lisää kysymyksiä liittyen luontomatkailun kestäväyyteen, sillä ihmismassojen kasvaessa myös luonto kuormittuu enemmän. (Karhu ym. 2020, 2, 3.) Kolille ollaan kuitenkin suunnittelemassa useita erilaisia hankkeita tulevaisuuteen. Vuoden 2020 Kolin matkailuvisiona käydään läpi ”Kolin iso kuva 2050”-nimistä suunnitelmaa, jonka on tarkoitus kehittää Lieksan ja Juuan väkilukua ja lisätä alueella työpaikkoja. Tarkoitus on myös lisätä majoituskapasiteettia Kolin alueella, parantaa saavutettavuutta ja kehittää lähiseutua. (Kolin matkailuvision 2020.)

2.3 Parppeinvaaran runokylä

Luontomatkailun sekä Kolin jylhien vaaramaisemien lisäksi Pohjois-Karjalassa näyttäytyy myös alueen perinteikäs ja erityinen kulttuuri. Esimerkiksi Parppeinvaaralla on vaalittu perinteikästä karjalaistyylistä rakentamista ja alueen kulttuuria nyt jo vuosikymmenten ajan. Parppeinvaaran runokylä sijaitsee Ilomantsissa, ja paikka vaalii perinteistä karjalaista kulttuuria. Parppeinvaaran runokylän kotisivuilla mainitaan heidän ominaispiirteikseen kantelemusiikki, käsityöt, ortodoksisuus ja perinneruoat. (Parppeinvaara s.a.)

Parppeinvaaran perinnerakennusten idea lähti Runonlaulajan Pirtti-Säätiöstä ja heidän halustaan vaalia karjalaisia ja kalevalaisia perinteitä, edistää niiden tutkimusta sekä säilymistä tuleville sukupolville. Karjalaistyylistä rakentamista tunteva arkkitehti Aulis Kalma tekikin Parppeinvaaralle vuonna 1962 suunnitelman, jonka pohjalta rakennuksia alettiin pikkuhiljaa rakentamaan alueelle vuonna 1963. Ensimmäisenä alueelle valmistui Runonlaulajan pirtti, jonka vihkijäisiä vietettiin jo vuonna 1964. (Karhu 2020, 38–39.) Lisää rakennuksia valmistui alueelle vuosien saatossa, ja alueen uusi päärakennus Parppeinpirtti vihittiin käyttöön vuonna 1992 (Karhu ym. 2020, 42).

Parppeinvaaran runokylän toiminnassa yhdistyy niin perinteikäs rakentaminen ja kulttuuri kuin myös Pohjois-Karjalassa tunnettu vieraanvaraisuus. ”Rakennukset ja miljöö luovat puitteet, mutta vasta kohteessa työskentelevät ihmiset luovat paikan hengen, todetaan Runonlaulajan Pirtin 30-vuotishistoriikissa.” (Karhu ym. 2020, 42). Edeltävä lainaus tuo hyvin esille ihmisten tärkeyden kulttuurin ohella. Ilman oikeanlaista ilmapiiriä voi olla vaikeaa vaalia kulttuuria sellaisella tavalla, joka toisi kummatkin, niin kulttuurin kuin myös historian eloon.

2.4 Bomba

”Vaaliaksemme rajakarjalaista, erityisesti suojärveläistä, kansanomaista rakennustaidetta ja välittääksemme uusille sukupolville elävän kuvan vanhasta rajakarjalaisesta kyläyhteisöstä erilaisine toimintoineen sekä tarjotaksemme suurelle yleisölle mahdollisuuden vapaa-ajan viettoon, virkistäytymiseen ja harrastustoimintaan karjalaisuuden sävyttämässä ympäristössä perustamme täten Kiinteistö Oy Bomba-nimisen kiinteistöosakeyhtiön.” (Harakka 2000, 125, Karhun ym. 2020, 50 mukaan.) Näin kuvailtiin vuonna 1976 Kiinteistö Oy Bomban vuoden 1976 yhtiösopimuksessa Bomban perustamista (Karhu ym. 2020, 49). Itse Bomban talon suunnitteli arkkitehti Vilho Suonmaa ja pääuraakoitsijana toimi nurmeslainen Rakennusliike Pekka Tavi. (Karhu ym. 2020, 50). Bomban talo avattiin ensimmäistä kertaa asiakkaille vuonna 1978 (Sulopuisto 2018).

Filosofian tohtori Heikki Koukkunen luonnehti Helsingin Sanomissa Bomban rakentamista suureksi askeleeksi karjalaisen kulttuurin puolesta. Koukkusen mukaan karjalaisille tarvittiin oma perinnekeskus, jonka virkaa Bomban talo pystyi hyvin ajamaan. Kun sodan jälkeen Suomi luovutti maitaan Venäjälle, ei suomalaisilla ollut enää samanlaista mahdollisuutta nähdä Karjalaa ja sen kulttuuria. Bomba kuitenkin tarjosi suomalaisille ja muille turisteille mahdollisuuden tutustua karjalaiseen kulttuuriin sekä oppia arvostamaan sitä osana suomalaista kokonaiskulttuuria. (Koukkunen 1979, Karhun 2020, 52 mukaan). Tänä päivänä Bomban alueella sijaitsee Bomban perinnetalon sekä sen palveluiden (ravintola ja myymälät) lisäksi myös kesäteatteri, tsasouna ja kylpylä-hotelli. Bomballa järjestetään myös aika ajoin näyttelyitä ja teemapäiviä. (Bomba s.a.) Tänä päivänä Bomban alueen omistaa Pohjois-Karjalan Osuuskauppa (Lampinen 2018, Karhun ym. 2020, 52 mukaan).

3 SUOMALAINEN SAUNA

3.1 Suomalaisen saunan historiaa ja tärkeimmät elementit

Meille jokaiselle suomalaiselle sauna on tuttu ja tietyllä tapaa ehkä jopa pyhä paikka. Moni myös mieltää saunan suomalaiseksi keksinnöksi, mutta sauna ei kuitenkaan ole yksiselitteisesti suomalainen keksintö, vaan juontaa juurensa vanhoihin venäläisten sekä viikinkien saunomistapoihin. Saunan kaltaisia tiloja, joissa lämpöä ja höyryä on käytetty rentoutumiseen ja erilaisten terveysvaikutusten aikaansaamiseen, löytyy muualtakin päin maailmaa. Kuitenkin näiden kaltaiset tilat ovat aikojen saatossa harvinaistuneet muualla toisin kuin Suomessa, jossa saunakulttuuri kukoistaa vielä edelleen 2020-luvulla. (Liikkonen 2016.)

Saunassa yhdistyvät tietyt tärkeät elementit, jotka tekevät suomalaisesta saunasta sellaisen kuin se on. Nämä elementit ovat elävä tuli, vesi, löyly, kivi, kiuas, lauteet sekä puu. Suomalaisen saunaelämyksen laatukäsikirjassa käsitellään näitä elementtejä sekä niiden tärkeyttä aidon tuntuisen saunaelämyksen luomisessa. Seuraavissa kappaleissa käydään läpi neljää näistä elementeistä (tuli, vesi, löyly ja kivi) (Heininen ym. 2020, 18.) Toimeksiantajalla on jo saunatila, joka on uusi ja toimiva, minkä vuoksi elementeistä jätettiin pois kiuas, lauteet ja puu.

Elävä tuli on ollut etenkin aikaisemmin, kun puulämmitteiset saunat olivat yleisiä, yksi pääelementeistä saunassa, sillä onhan sauna lämmitetty puilla, joissa tuli leimusi. Nykypäivänä sähkösaunojen ollessa yleisiä etenkin kaupunkioiloissa voi tulen läsnäoloa luoda silti saunatilaan eri tavoin, esimerkiksi kynttilöiden tai takan avulla. Myös valaistuksen avulla voidaan saunatilaan luoda tulen tuntua, lämmin tulen sävyinen valaistus luo autenttista tuntua saunatilaan. (Heininen ym. 2020, 18.)

Kolme muuta elementtiä: vesi, löyly ja kivi ovat myös tärkeitä ja oleellisia elementtejä suomalaisessa saunassa. Vesi on saunomisessa läsnä niin viilentymisen, nesteytyksen kuin myös löylynheiton muodossa. On tärkeää, että vettä tai muuta juotavaa on tarjolla saunottaessa, sillä kehosta poistuu nesteitä kuumassa saunassa oleskeltaessa. Vesi on myös läsnä viilentymisen merkeissä, sillä usein saunomisen yhteydessä saatetaan poiketa viileässä suihkussa, järvessä, paljussa tai talvella esimerkiksi lumessa tai avannossa. Veden elementin voi tulen tapaan tuoda myös saunatilaan esimerkiksi vesiaiheisilla koristeilla tai äänimaailmalla. Saunaelämyksen laatukäsikirjassa mainitaan esimerkiksi kiukaalle asennettavasta suihkulähteestä, vilvoittelutiloissa olevista minivesiputouksista tai kaiuttimista, joista kuuluisi veden liplatusta. (Heininen ym. 2020, 18.)

Saunan ehkä yksi tärkein ja monelle ensimmäisenä mieleen tuleva elementti löyly on myös oleellinen osa saunomista. Löylyä voidaan heittää eri tyylein, tyyli voi riippua niin heittäjästä, kiukaasta kuin myös siitä, kuinka lämpimäksi saunoja saunan haluaa. Löylyn heittämiseen voidaan myös yhdistää esimerkiksi löylytuoksujia, joiden avulla saunaan saadaan tuoksujen avulla erilainen, rentouttava tunnelma. Löylyn lisäksi myös kiukaan kivet ovat saunan peruselementti. Kiukaan kivien osalta on tärkeää muistaa oikeanlainen kivien vaihtoväli. Jos saunassa saunotaan useita kertoja viikossa, on kivet syytä vaihtaa kerran vuodessa. (Heininen ym. 2020, 19.)

3.2 Suomalaisen saunan terveysvaikutuksista

Saunomisella on useita hyödyllisiä terveysvaikutuksia. Saunominen esimerkiksi ehkäisee pitkäaikaissairauksia, sillä on todettuja hyötyjä sydäntervey-

delle, eikä saunomisesta ole yleensä haittaa sydänpotilaillekaan. Sydänterveuteen perustuvat hyödyt perustuvat siihen, että saunominen vastaa kevyttä tai keskiraskasta liikuntasuoristusta, laittaen veren kiertämään sekä nostaen sydämen sykettä. (Heininen ym. 2020, 35–36.)

Saunasta voi olla apua myös monenlaiseen muuhun keholliseen sekä psyykkiseen vaivaan. Esimerkiksi liikunnan jälkeiset arat lihakset pääsevät saunan lämmössä rentoutumaan ja kuormittunut mieli lepäämään. Saunomista ennen suoritettava sopivan raskas liikuntasuoritus myös usein parantaa löylyjen tarjoamia terveyshyötyjä. Saunominen voi myös parantaa unenlaatua. Saunomisesta on siis moneksi, tavallista rentoutumista unohtamatta. Saunan lämpö ja lämmin höyry voi auttaa hengityselimistön sairauksien hoidossa ja ennaltaehkäisyssä. Saunominen pitää ihon kunnossa ja saunomisen yhteydessä eri ihon- sekä hiustenhoitotuotteiden teho usein vain korostuu. (Heininen ym. 2020, 35, 36, 38, 41.)

3.3 Suomalaisen saunaelämyksen ydinarvot

Aidon suomalaisen saunaelämyksen laatukäsikirjassa listataan tutkimusten pohjalta saunaelämykselle kahdeksan tärkeintä arvoa. Nämä arvot ovat: aitous, moniaistisuus, läsnäolo ja rentoutuminen, kontrasti, hyvinvointi ja terveys, puhtaus, turvallisuus sekä vastuullisuus. (Heininen ym. 2020, 10). Seuraavissa kappaleissa käydään kyseisiä arvoja järjestyksessä läpi.

Suomalaisen saunan aitoudesta puhuttaessa tärkeintä on se, että saunaelämyksessä yhdistyy kaikki saunan aidot elementit: tuli, kivi ja kiuas, vesi ja löyly, puu ja lauteet, aidot ihmiset, tarinat sekä muut elementit kuten astiat, materiaalit, pyyhkeet, sisustus- ja rakennusmateriaalit. Monia eri asioita voidaan saunan sekä saunomisen kannalta pohtia etukäteen tehdäkseen kokemuksesta aito. Esimerkiksi millaisia esineitä saunatilassa on, millaisia vaikka kiulu ja kauha ovat, millaisia materiaaleja tilasta ylipäättään löytyy tai sisältyykö elämykseen palveluita tai muuta rentouttavaa, joka tekee saunomisesta kii-reettömän sekä rentouttavan kokemuksen mitä sen kuuluisi olla. (Heininen ym. 2020, 46.)

Moniaistisuudella tarkoitetaan sitä, että ihmisen eri aistit otetaan huomioon elämyksen aikana. Niin haju-, näkö-, tunto-, kuin myös kuuloaisti olisi hyvä ottaa huomioon elämystä suunniteltaessa. On hyvä huomioida se, että eri ihmisillä on erilaiset mieltymykset eri aistien suhteen. On tärkeää kuitenkin myös muistaa, että kaikkia ei voida aina tyydyttää ja elämystä suunniteltaessa luodaan mieluummin jotakin erityistä pienemmälle ryhmälle, kuin kaikkea kaikille. Moniaistisuuden esiin tuomisessa erilaiset kontrastit voivat toimia hyvin, kuten metsäiset tuoksut sekä äänet kaupunkisaunassa tai rennon tunnelman luominen kiireen ja hälinän keskelle. (Heininen ym. 2020, 50.)

Tärkeää aistien kanssa on muistaa, että tasapaino on erityisen tärkeää, sillä jos tietyt aistikokemukset törmäävät liikaa toistensa kanssa, esim. liian kirkas valo, mutta toimiva tuoksumailma, voi kokemuksen laatu laskea. On hyvä muistaa myös se, että kun ihminen astuu ensimmäisenä tilaan, tutkii hän tilaa usein ensimmäisenä näköaistillaan, jonka vuoksi ensivaikutelma, jonka tila antaa sisustuksellaan ja muuten visuaalisella tunnelmallaan on tärkeää. (Heininen ym. 2020, 50.)

Läsnäololla ja rentoutumisella on myös tärkeä rooli muiden ydinarvojen joukossa. Jotta saunaelämys olisi rentouttava vaaditaan siihen molempia, kiireettömyyttä ja läsnäoloa. Saunoessa on hyvä pystyä hiljentymään ja pysähtymään. Ylimääräiset häiriötekijät, kuten elektroniikka ja muut häiritsevät tekijät on hyvä jättää pois ja keskittyä vain hetkeen, olla läsnä elämyksessä. Rentoutumista voidaan edesauttaa erilaisilla saunomiseen yhdistettävillä palveluilla sekä elämyksillä, esimerkiksi erilaiset hoidot tai kuorivat sekä rauhoittavat voitteet voivat lisätä rentoutunutta tunnelmaa. (Heininen ym. 2020, 70.)

Tärkeää on myös muistaa ylläpitää rentouttava tunnelma läpi koko saunaelämyksen. On hyvä kiinnittää huomiota saunomista ennen, saunomisen aikana sekä saunomisen jälkeen tapahtuviin asioihin, kuten äänimaailmaan, valaistukseen, oheispalveluihin ja tuotteisiin sekä tehdä niistä mahdollisimman rentouttavia ja elämykseen sopivia. (Heininen ym. 2020, 73.)

Kontrastia saunaelämykseen voidaan luoda monin eri tavoin. Esimerkiksi se, että saunaelämys on jo itsessään rentouttava kokemus muiden elämän kiireiden keskellä, tarjoaa useimmalle saunojalle haluttua kontrastia. Kontrastia voidaan myös luoda yllättävillä asioilla, kuten jollakin erityisellä, jonka asiakas huomaa saunomaan tullessaan, kuten tuotteet ja tarjoilut tai esimerkiksi huomioon ottava sekä yksilöllinen palvelu. (Heininen ym. 2020, 84.)

Jotta sauna tuottaisi hyvinvointia ja jotta saunan terveysvaikutukset voitaisiin saavuttaa, täytyy saunan olla puhdas, sekä turvallinen. Puhtaus ja turvallisuus kulkevat käsikädessä saunan hyvinvoinnin ja terveyslementtien kanssa. Myös saunaelämyksen aikana koettu tunnelma ja rauhallisuus vaikuttavat siihen, miten elämys tukee saunojan hyvinvointia ja terveyttä. (Heininen ym. 2020, 78.)

Asiakkaille usein puhtaus on kaikki kaikessa. Asiakas kiinnittää usein erityisesti sauna- ja peseytymistiloissa huomiota hygieenisyyteen ja siihen, kuinka puhtaalta tila näyttää. Puhtauden tulisi näkyä aina pukuhuoneesta itse saunaan saakka ja tärkeää olisi, että edellisen asiakkaan jäljet eivät näkyisi seuraaville asiakkaille. Epäpuhdas sauna voi helposti pilata muuten täydellisen saunaelämyksen, etenkin siitä syystä, että saunaan tullaan puhdistautumaan ja puhdistautumiseen käytetyn tilan yleensä oletetaan olevan hygieeninen sekä muutoinkin puhdas. (Heininen ym. 2020, 90, 92.)

Puhtaus on tärkeää myös turvallisuuden kannalta, koska likaisissa tiloissa bakteerit ja mikrobit kasvavat, sillä saunatiloissa niille on suotuisat olosuhteet. Jotta saunaelämys olisi turvallinen on otettava huomioon monia asioita. Esimerkiksi saunan puhtaus ja saunatilojen säännöllinen huolto ja siivous varmistavat, että saunatilat ovat viihtyisiä ja puhtaita. Saunatilojen oikeaoppinen hoitaminen myös pidentää niiden käyttöikä. Vaikka turvallisuus ei ehkä olekaan asiakkaalla itsellään ensimmäisenä mielessä saunaelämystä mietittäessä, on sen puute kuitenkin herkästi huomattavissa, jos asiakas sattuu esimerkiksi polttamaan kätensä liian kuumassa kiukaassa, tai liukastuu liian liukkaalla pukuhuoneen lattialla. On siis tärkeää myös kiinnittää huomiota yleisturvallisuuteen. (Heininen ym. 2020, 101.)

Saunaelämyksen vastuullisuudessa otetaan huomioon saunan taloudellinen, ympäristöllinen ja sosiaalinen vastuullisuus. Saunapalvelussa vastuullisuutta voidaan huomioida esimerkiksi energiatehokkuudella, suosien uusiutuvia luonnonvaroja, materiaaleja ja käyttäen oheistuotteissa luontoystävällisiä vaihtoehtoja. On tärkeää myös huolehtia kierrättämisestä ja asiakkaiden informoinnista vastuullisuuteen liittyen, kuten veden säästämiseen suihkussa käydessä. (Heininen ym. 2020, 113.)

Vastuullisuuden eri osa-alueista taloudellista vastuullisuutta voidaan toteuttaa valitsemalla kotimaisia tuotteita saunapalveluun, hyödyntämällä lähituotantoa esimerkiksi elintarvikkeissa sekä tekemällä yhteistyötä paikallisten toimijoiden kanssa. Ympäristövastuullisuutta voidaan puolestaan toteuttaa esimerkiksi suosimalla biohajoavia tuotteita, mahdollistamalla kierrätys, tarjoamalla asiakkaille tekstiiliset laudeliinat kertakäyttöisten sijaan ja ohjeistamalla asiakkaita veden säästämässä. Sosiaalista vastuullisuutta voidaan taas toteuttaa kertomalla omista saunapalveluista sidosryhmille, tarjoamalla mahdollisuus saunomiseen myös näkö- ja liikuntarajoitteisille, huomioimalla ihmisten moninaisuus ja tarjoamalla jokaiselle turvallinen saunomiskokemus, unohtamatta työntekijöitä sekä itse yrittäjää ja heidän hyvinvointiaan. (Heininen ym. 2020, 114–115.)

4 SAUNA- JA KOKOUSPALVELUIDEN VERTAILU

4.1 Yleistä vertailuanalyysistä

Vertailuanalyysin (eng. benchmarking) avulla yritys voi vertailla omaa toimintaansa toiseen kilpailevaan yritykseen. Perusideana toimii muilta oppiminen samaan aikaan, kun oman yrityksen toimintamalleja kyseenalaistetaan. Tärkeintä olisi oppia jotakin uutta vertailun avulla ja näin ollen kehittää omaa toimintaa yrityksessä. (Meltwater 2021.)

Vertailuanalyysi on itsessään hyvin laaja käsite ja pitää sisällään useita eri vertailun tapoja. Kuten Meltwaterin (2021) internetsivuilla mainitaan, kokonaisuudessaan vertailuanalyysi voi tarkoittaa lähes mitä hyvänsä vertailevaa arviointia. Vertailuanalyysin kohteetkin voivat vaihdella aina kokonaisista tuot-

teista ja palveluista, asiakkaan palvelupolkuun, siitä medianäkyvyyteen tai esimerkiksi yrityksen toimintamalleihin ja bränditietoisuuteen. (Meltwater 2021.) Työssä vertailuanalyysin kohteina toimivat kolme saman toimialan yritystä ja heiltä löytyvät sauna- ja kokouspalvelut.

Vertailuanalyysin tyylejä on olemassa erilaisia ja kukin niistä keskittyy tiettyyn tapaan vertailla yritysten kohteita, jotka analyysiin valitaan. On olemassa sisäistä vertailua, joka tapahtuu yrityksen sisällä. Tässä vertailun tyyllissä tutkitaan ja vertaillaan eri toimintoja yrityksen sisällä esimerkiksi eri osastojen välillä. Toinen tyyli on tutkia toimialan suurimpia ja menestyneimpiä toimijoita ja vertailla yrityksen omaa toimintaa näihin. Useimmiten tällaiseen vertailuanalyysiin valikoidaan alan parhaimmistoa. Joskus vertailuanalyysiä tehdään myös toimijoiden välillä yhteistyön tapaan siten, että kummatkin toimijat voisivat hyötyä toisistaan. (Freytag & Hollensen 2001, 3.)

Kolmas tyyli on kilpailija vertailu, tässä tyyllissä vertaillaan yrityksen omia toimintoja kilpailijoiden vastaaviin. Tässä tyyllissä usein vertaillaan esimerkiksi yhden tietyn tuotteen tai palvelun toteutumista toisessa yrityksessä ja tietoa kerätään usein lähteistä, joista sitä saadaan. Tätä kyseistä tyyliä käytetään hyödyksi työn vertailuanalyysissä. Neljäs tyyli on prosessien vertailu toiselta nimeltään generinen vertailu (eng. generic benchmarking). Tässä tyyllissä vertaillaan samankaltaisia toimintoja erilaisten yritysten välillä. Yritykset eivät ole yleensä edes samalta toimialalta, mutta yritysten toiminnot, joita tutkitaan ja vertaillaan ovat. (Freytag & Hollensen 2001, 3.)

4.2 Vertailuanalyysin vaiheet

Vertailuanalyysi sisältää yleensä seitsemän eri vaihetta, mutta vaihteita voi joskus olla myös vähemmän. Ensimmäiseksi tunnistetaan mikä tai mitkä yrityksen toiminnot halutaan ottaa mukaan vertailuanalyysiin käyttäen KSF-menetelmää (Key success factors). Tämän menetelmän avulla arvioidaan mitä yrityksen toimintoja kehittämällä saataisiin parhaimmat tulokset esimerkiksi myynnin ja menestyksen kannalta. Kyseisen vaiheen jälkeen arvioidaan vielä tarkemmin sitä minkä toimintojen vertailuanalyysi auttaisi yritystä eniten ja valikoidaan näistä kohde tai kohteet, joita tullaan vertailemaan analyysissä.

(Freytag & Hollensen 2001, 26–27.) Työn vertailuanalyysissä nämä kaksi vaihetta ohitetaan, sillä itse vertailuanalyysin kohde on jo päätetty työn aiheen valinnan yhteydessä.

Alun vaiheiden jälkeen tulee vielä loput analyysin vaiheet, joita ovat: vertailuanalyysiin valittujen kilpailijoiden/vertauskohteiden valinta, tietojen kerääminen, yrityksen oman toiminnan vertailu kilpailijoiden/vertauskohteiden vastaaviin, tulosten analysointi ja pohtiminen miten tulokset voivat vaikuttaa yrityksen omiin toimintoihin kehittävästi ja kerätyn tiedon avulla uusien käytäntöjen käyttöönotto. (Freytag & Hollensen 2001, 26–27.) Seuraavissa kappaleissa käydään läpi vaihe vaiheelta kyseiset vaiheet, selittäen miksi kyseiset vertailun kohteet valikoituivat kohteiksi, mitä kaikkea tietojen keräämisellä löydettiin, millainen toimeksiantajan palvelu on tällä hetkellä, miten kilpailijat toimivat vastaavien palveluiden osalta, tehdään vertailua näiden kahden välillä sekä analysoidaan viimeisenä tuloksia ja sitä, miten niitä voitaisiin käytännössä hyödyntää.

4.3 Vertailun kohteet

Vertailuanalyysissä vertailun kohteina toimivat joensuulaiset yritykset Kerubi, Jokiasema ja Utran Uittotupa sekä yritysten sauna- ja kokouspalvelut. Jokiasemalta ja Utran Uittotuvalta löytyvät kummastakin saunat itse yrityksiltä, mutta Kerubissa ei ole saunatiloja. Ilosaaressa, jossa Kerubi sijaitsee, on kuitenkin Saunakeidas niminen varattavissa oleva yleinen sauna, joka otetaan huomioon vertailussa.

Kyseiset kohteet valikoituivat vertailun kohteiksi, sillä valmiin tuotteen kohde-ryhmänä toimii pääasiassa paikalliset asiakkaat, jonka vuoksi on tärkeää vertailla yrityksen omaa palvelua paikallisiin vastaaviin ja analysoida sitä mitä he tekevät toisin ja mitä heiltä voisi oppia. Kyseisten kohteiden palvelut ovat myös samassa kategoriassa olevia palveluita työn kehittämiskohteen kanssa (sauna- ja kokouspalvelut), jonka vuoksi samankaltaiset palvelut yrityksen omien kanssa toimivat parhaiten vertailun kohteina. Kohteet ovat kuitenkin kapasiteeteiltään suurempia kuin yrityksen käytössä oleva kapasiteetti. Tämä otetaan vertailussa huomioon. Toiveena toimeksiantajan toimesta oli myös käyttää vertailuanalyysin kohteina yksityistoimijoita, ei konserneja, minkä

vuoksi nämä kolme kyseistä soveltuivat kohteiksi parhaiten, koska ne ovat yksityisomisteisia yrityksiä.

Kerubi on 1990-luvulla Joensuussa alkunsa saanut rockklubi. Vuonna 2011 Kerubi avasi ovensa Joensuun keskustassa Ilosaaressa nimellä Ravintola Kerubi. Kerubin sijainti on vaihdellut vuosien varrella, mutta nykyiseen sijaintiinsa Ilosaaren Karjalantalolle se siirtyi Ravintola Kerubin avauduttua vuonna 2011. Tänä päivänä Kerubissa järjestetään erilaisia tapahtumia ja live-musiikkia tarjoavia keikkoja. Yrityksen tiloissa sijaitsee useita erilaisia saleja, baari sekä kabinetteja, joita voi vuokrata. Ravintola Kerubi tarjoaa lounasta sekä à la carte ruokaa asiakkaille ympäri vuoden. Ravintola tarjoaa myös menukokonaisuuksia ja tarjoiluja asiakkaille, jotka niitä haluavat yhdistää vuokratessaan yrityksen tiloja. (Kerubi s.a.)

Jokiasema sijaitsee noin 1 km päästä Joensuun keskustasta. Jokiasemalla sijaitsee vierasvenesatama, terassi ja ravintola, jotka ovat avoinna maaliskuusta lokakuun loppuun ja kaksi vuokrattavissa olevaa saunatilaa, joista toisessa on myös kokouksia varten tarvittavaa välineistöä. Yrityksen ravintola avautuu pelkästään tilauskäyttöön marras-helmikuun ajalle, jolloin kahvila-ravintolan tiloja voidaan käyttää tilaisuuksia varten tilauksesta. Saunatiloja vuokrattaessa yritys tarjoaa myös menukokonaisuuksia. (Jokiasema s.a.)

Utran Uittotupa sijaitsee Joensuun Utrassa n. 7 km päässä Joensuun keskustasta. Yritys sijaitsee vuonna 1946 paikalle rakennetun uuden konepajan tiloissa. Paikalla sijainneet vanhat vuonna 1912 alun perin rakennetut rakennukset tuhoutuivat tulipalossa vuonna 1945. Rakennuksen osti Yrjö Laakkonen vuonna 2003, jolloin vanha konepaja muuttui Utran Tuvaksi. Tämän jälkeen konepaja ja pihapiiri rakennettiin uusiksi ja alueelle on myös tullut 500-paikkainen Uittoareena. Uittotuvalla järjestetään tapahtumia ympäri vuoden ja yritys tarjoaa myös niin yksityisille kuin myös yritysasiakkaille mahdollisuuden järjestää tilaisuuksia yrityksen tiloissa. Uittotuvalta löytyy saunatilat sekä ruokatarjoiluja erilaisiin tilaisuuksiin. (Meistä s.a.)

4.4 Yrityksen oma toiminta

Toimeksiantajalla on tiloissaan uusi sauna, joka valmistui hotellin valmistumisen yhteydessä vuonna 2019. Saunatiloissa on pukuhuone, wc, suihkutilat ja sauna. Pukuhuone toimii myös kokoustilana ja sen varustuksiin kuuluvat: 55" taulutelevisio, adapterit, johdot ja muuta kokousvälineistöä, jääkaappi, pöytä ja tuolit (8 henkilölle) ja seinän vieressä oleva seinän pituinen penkki/sohva. Saunaan on saatavilla myös ilmaiset pyyhkeet, laudeliinat, shampoot ja pesuaineet sekä kylpyamme lapsille tarvittaessa yrityksen toimesta. Lisäksi jokaiselle saunovalle asiakkaalle on tarjolla pullollinen vettä lasien kera. Pukuhuoneessa sijaitsevassa jääkaapissa on alkoholittomia juomia veloitusta vastaan, jos asiakas haluaisi muuta juotavaa saunahetkeen.

Tällä hetkellä yritys tarjoaa ympäri vuoden kokouspaketteja tarjouksesta. Paketit ovat max. 8 henkilölle yrityksen tilojen ja varustuksen puitteissa. Paketteihin on mahdollista saada tarjoilut tarvittaessa. Tarjoilut hoitaa yrityksen oma henkilöstö. Hinnat kokouspaketeille ovat: ilman saunaa klo 8–16 välillä 20 €/h ja 16–22 välisenä aikana 40 €/h, saunan kanssa paketit ovat klo 8–16 30 €/h ja 16–22 50 €/h. Tällä hetkellä yritys ei tarjoa erilaisia sesonkeihin tai teemoihin sidonnaisia sauna- ja kokouspaketteja, eikä paketteihin sisälly ylimääräisiä tuotteita tai ulkopuolisia palveluita.

4.5 Vertailukohteiden toiminta

Kerubissa on vuokrattavissa eri kokoisia tiloja, niin suuria kuin myös pieniä. Pienimmät ovat 12 ja 16 henkilön kabinetteja. Näiden lisäksi löytyy kaksi keskikokoista tilaa, 30 ja 50 henkilön tilat. Näiden lisäksi kerubin sali ja kellari ovat kummatkin 300 henkilön suuruisia tiloja. Kabinetteja on mahdollista vuokrata Kerubin keikkojen yhteyteen. Koska Kerubista löytyy myös ravintola, tarjoaa yritys kokoustiloja vuokraaville asiakkaille mahdollisuuden tarjoiluihin. Kaikkien kabinettien varustukseen kuuluvat videotykki, äänentoistolaitteet ja kannettava tietokone wlan-yhteydellä. Kabineteista löytyvät lisäksi pöydät sekä tuolit. (Kerubi s.a.)

Illosaassa, jossa Kerubi sijaitsee, on saunakeidas niminen yleinen sauna. Saunakeidas on toiminnassa vain talvisaikaan. Saunakeitaalla on kaksi 12

hengen saunaa. Saunan yhteydessä on myös avanto. Saunoja voidaan vuokrata yksityiskäyttöön, mutta pääasiassa ne toimivat yleisinä saunoina. Sauna on avoinna 8–21 yleiskäyttöön ja sitä voidaan vuokrata yksityiskäyttöön arkisin klo 8–15 hintaan 80 €/1,5 h ja klo 15–22.30 hintaan 100 €/1,5 h sekä viikonloppuisin klo 8–15 hintaan 100 €/1,5 h ja 15–22.30 hintaan 120 €/1,5 h. Hintaan kuuluu pefletti saunojalle, mutta pyyhkeet eivät kuulu hintaan. (Saunakeidas s.a.)

Jokiasemalla on kaksi vuokrattavissa olevaa saunaa. Kummassakin saunoista sijaitsee myös kokoustilat. Toinen saunoista ei ole koko vuotisessa käytössä sillä suihku- ja saunatilat ovat kesäaikaan heinä-elokuun aikana caravan-matkailijoiden käytössä, kyseisenä aikana saunan kokoustilat ovat kuitenkin käytössä. Toinen saunoista on kokovuotisessa käytössä. Kokoustiloissa Jokiasemalla varustuksiin kuuluvat tv, bluetooth-kaiutin, keittiö jääkaapilla ja liedellä, pöytiä ja tuoleja. Kokoustilat ovat n. 25 hengen tiloja ja tiloihin on saatavissa tarjoilu, jonka voi muodostaa yrityksellä tarjolla olevista menukokonaisuuksista. Hinnat tiloille ovat 320 €/ilta 16.00–00.00 (ympärivuotinen sauna ja kokoustila) ja 390 €/ilta 16.00–00.00 (sauna, joka kesäisin poissa käytöstä) tai 240 €/päivä 8–16 kokoustila ilman saunaa, hintoihin ei sisälly pyyhkeitä, pyyhkeet ovat 2 €/kpl. (Jokiasema s.a.)

Utran Uittotuvalla on neljä erilaista valmista kokouspakettia ja mahdollisuus pyytää räätälöityä tarjousta. Jokainen kokouspaketeista sijoittuu ma-pe ajalle klo 8–17 välille. Jokaiseen pakettiin kuuluvat kokoustilat (valittavissa useita), esitystekniikka ja ilmainen wifi-yhteys. Paketit poikkeavat toisistaan tarjoiluiltaan, osassa paketeista on pelkästään kahvitarjoilua ja osassa kahvitarjoilun lisäksi myös lounas kuuluu pakettiin. Pakettien hinnat ovat kalleimmasta halvimpaan 67 €/hlö, 55 €/hlö, 45 €/hlö ja 28 €/hlö. Paketeissa minimiveloitus on 10 hlö. Utran Uittotupa tarjoaa myös oheisohjelmaa kokouspaketteihin asiakkaan sellaista halutessaan. Utran Uittotuvalla sijaitsee 10–20 henkilön sauna, jonka voi yhdistää kokouspalveluihin halutessaan. (Kokouspalvelut s.a.)

4.6 Yritysten välinen vertailu, tietojen yhteenveto ja soveltaminen

Vertailukohteiden sauna- ja kokouspalvelut ovat toimeksiantajayrityksen palveluihin verrattuna laajempia. Toimeksiantajayrityksen toiminta eroaa vertauskohteiden toiminnasta esimerkiksi suurimman mahdollisen asiakasmäärän, saunojen ja kokoustilojen määrässä, kuten taulukosta 1. voidaan havaita. Esimerkiksi Kerubilla on useita eri kokoisia tiloja ja niiden lisäksi läheisyydessä sijaitseva Saunakeidas, joka on auki vain talvisaikaan, jolloin asiakkailla on mahdollisuus avantouintiin. Saunakeidas toimii erillään itse Kerubista, sijaiten silti kuten Kerubi Ilosaaressa. Asiakkaan kuitenkin täytyy erikseen järjestellä tilan vuokra sekä halutessaan ruokailu Kerubiin ja sitten vuokrata sauna käyttöönsä Saunakeitaalta. Utran Uittotuvalla on myös muiden yritysten tapaan sauna, jonka asiakas voi halutessaan valita kokouspakettiin mukaan. Vertailukohteista jokaisella sauna on vapaaehtoinen lisä kokoustilan yhteyteen.

Vertailukohteista kaikki tarjoavat kokouspalveluitaan ympäri vuoden, mutta Jokiasemalla ja Kerubin läheisen Saunakeitaan osalta palvelutarjonta muuttuu hieman sesongin mukaan, kuten taulukosta 1. voidaan nähdä. Jokiasemalla asiakas voi valita kahdesta eri saunavaihtoehdosta kaikkina muina aikoina paitsi heinä-elokuussa. Lisäksi Jokiaseman ravintola on auki ainoastaan tilauksesta talvikautena (marras-helmikuu), kyseisenä aikana asiakas voi kuitenkin halutessaan vuokrata myös kahvila-ravintolan tilat käyttöönsä. Kerubi toimii Saunakeitaaseen verraten ympäri vuotisesti ja paikan päällä järjestetään myös keikkoja, joiden yhteyteen asiakas voi halutessaan vuokrata tilan. Kerubin keikkojen tapaan Utran Uittotuvalla on myös mahdollisuus oheisohjelmaan ja Utran Uittotuvalla on Kerubin tapaan erilaisia tiloja valittavissa erilaisiin tilaisuuksiin. Oheispalveluiden saatavuudesta lisätietoa taulukossa 1. Lietsussa oheispalveluita ei tällä hetkellä ole, mutta mahdollisuus niiden liittämistä palvelun yhteyteen on olemassa.

Jokaisessa vertailukohteessa tarjailut ovat melko laajoja. Jokiasemalla on mahdollista koota haluamansa menukokonaisuus eri vaihtoehtoista, Kerubissa on ravintola, josta saa menulta tilattavaa ruokaa ja Utran Uittotuvalla on erilaisilla tarjailukokonaisuuksilla olevia paketteja, joista asiakas voi valita kokoukselleen sopivat tarjailut. Tarjailuiden monipuolisuus vertailukohteissa se-

littyy sillä, että jokaisessa kohteista toimii ravintola, joten tarjoiluiden järjestäminen on helppoa. Myös toimeksiantajalla on tiloissaan oma keittiö ja osaavaa henkilökuntaa tuottamaan tarjoilut tarvittaessa. Pientä haastetta tarjoiluihin tuo sauna- ja kokoustilan sijainti, sillä se sijaitsee hieman kauempana yrityksen keittiöstä. Tämän vuoksi laajemmat tarjoilut olisi paras järjestää yrityksen yleisillassa, jossa hotelliaamiainen yleensä järjestetään. Jokaisessa vertailukohteessa tarjoilut on mahdollista saada kokoustilan vuokran yhteyteen halutessaan. Lisää tietoa tarjoiluiden tyyleistä alla olevassa taulukossa 1.

Jokaisessa vertailukohteessa on mukana vesielementti jollakin tapaa. Tiivistetysti vesielementtien tyypit löytyvät taulukosta 1. Kerubi sijaitsee Ilosaareissa, keskellä Pielisjokea ja Saunakeitaan yhteydessä on asiakkaalla mahdollisuus uimiseen saunomisen yhteydessä. Jokiasema taas sijaitsee aivan Pielisjoen haarauman kohdassa, joka avautuu Pyhäselälle. Utran Uittotupa puolestaan sijaitsee hieman kauempana keskustasta, mutta sekin aivan Pielisjoen rannalla. Toimeksiantajan yrityksellä vesielementti on myös osana palvelua, sillä yrityksen sauna- ja kokoustilat sijaitsevat rakennuksen ylimmässä kerroksessa, näkymällä Pielisjoelle.

Vesielementtiä voidaan tuoda esille myös muilla tapaa, kuten esimerkiksi vesiaiheisella taustamusiikilla, vesiaiheisilla koristeilla tai muilla elementeillä sauna- ja kokoustiloissa. Kuten taulukosta 1. voidaan myös nähdä, yritysten sijainnit Joensuun keskustaan nähden vaihtelevat. Yrityksistä Lietsu ja Kerubi ovat lähimpänä keskustaa ja ovat näin ollen sijainniltaan suotuisimpia. Kun taas Jokiasema ja Utran Uittotupa ovat kauempana keskustasta, Utran Uittotupa sijaiten kauimmaisena.

Taulukko. 1 Yritysten väliset yhteneväisyydet ja eroavaisuudet

	Vertailuanalyysin kohteet			
	Jokiasema	Kerubi / Saunakeidas	Utran Uittotupa	Lietsu
Sijainti keskustasta	1 km	Alle 1 km	7 km	Alle 1 km
Kokoustilojen määrä	2	6	6	1
Saunojen määrä	2	2	1	1
Max. asiakasmäärä (per. kokoustila)	25	12-300	10-500	8
Kokoustarvikkeita saatavilla	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Tarjoilut saatavilla	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Tarjoituiden tyyli	Kolme erilaista menukokonaisuutta	Lounas 10:45-14:00 À la carte 16-21:00	Kahvitarjoilut tai kotiruokalounas	Paikallista, kevempi tarjoilu
Oheispalvelut (keikat, hieronta tm.)	Ei	Kyllä (keikat)	Kyllä (keikat/tapahtumat)	Ei tällä hetkellä, mutta mahdollista
Vesiaihe	Sijainti veden äärellä	Sijainti veden äärellä	Sijainti veden äärellä	Näkymä joelle
Ympärivuotinen toiminta	Osittain	Ympäri vuoden (Sauna vain talvisin)	Ympäri vuoden	Ympäri vuoden
Hinnasto	320-390€/tila	Ei näkyvässä	28-67€/hlö	20-50€/tila
Tyyli/teema	Maanläheinen, perinteikäs	Klubimainen, isossa osassa livemusiikki	Klassinen, perinteikäs	Karjalainen, vastuulinen, paikallinen

Utran Uittotuvan tapa luoda useita erilaisia paketteja, joissa jokaisessa on erilaisiin kokouksiin sopivat tarjoilut ovat eräs tapa, joka voisi toimia sauna- ja kokouspalveluiden tarjoiluita suunniteltaessa, koska silloin tarjoilut voidaan suhteuttaa parhaiten asiakkaiden toiveisiin ja tarpeisiin. Tai kuten Kerubissa ja Jokiasemalla, joissa kummassakin asiakkaalla on mahdollisuus valita menulta haluamansa tarjoilut palvelun yhteyteen, jolloin tarjoilut voivat vaihdella asiakkaan valintojen mukaan. Jonkinlainen valinnan vapaus asiakkaalle tai vaihtelevuus tarjoiluissa voisi olla eräs tapa pitää palvelu houkuttelevana.

Vertailukohdeyrityksillä on jokaisella yksilöllinen toisistaan erottuva tyyli, samaan tapaan kuin toimeksiantajayrityksellä. Jonka vuoksi yritysten tyyliä on hankala vertailla toisiinsa. Kerubin ollessa enemmän modernia tyyliä edustava, Jokiaseman ollessa perinteikkäämpää ja maanläheisempää tyyliä edustava ja Utran Uittotuvan ollessa hieman Jokiaseman tapaan perinteikästä, mutta kuitenkin ajattomalla tavalla tyylikästä ja klassista tyyliä edustava. Toi-

meksiantaja yrityksellä tärkeimpinä teemoina toimivat karjalaisuus, paikallisuus ja vastuullisuus ja niiden näkyminen niin suorasti kuin myös epäsuorasti yrityksen sisällä. Toimeksiantajan pääteemat toimivat tavallaan heidät muista toimijoista hyvällä tavalla erottavana tekijänä, sillä muita samanlaisilla teemoilla varustettuja yrityksiä ei Joensuun seudulla ole montaa. Yllä olevassa taulukossa 1. tyyli ja niiden eroavaisuuksista kootusti.

5 PALVELUMUOTOILU KEHITTÄMISTYÖN MENETELMÄNÄ

5.1 Yleistä palvelumuotoilusta

Palvelumuotoilulla tarkoitetaan kokonaan uusien palveluiden luomista tai vanhojen kehittämistä ja uudistamista. Sitä voisi kuvata tietynlaisena jatkumona, joka alkaa kehityskohteen määrittelemisestä, siirtyen tiedonkeruuseen ja tutkimiseen, jonka jälkeen palvelua suunnitellaan ja viimeisenä se testataan. Tämän jälkeen kehityskaari voidaan tarvittaessa toistaa niin monta kertaa kuin on tarve. Palvelumuotoilussa asiakas on keskiössä ja palvelua kehitetään juuri asiakasta varten, tämä on hyvä pitää mielessä koko prosessin ajan. (Hiltunen 2017, 6–7.) Palvelumuotoilua voidaan pitää myös ajattelutapana, jossa jo olemassa olevaa tuotetta kehitetään jatkuvasti tai silloin kun tarve kehittämiselle ilmaantuu. Jos kehittämiselle on tarvetta, on tärkeää aloittaa niin sanottu kehityksen kaari ajoissa. Kun kehityskohde huomataan, voidaan aloittaa tiedonkeruu ja ideointi, jonka jälkeen voidaan jo varhaisessa vaiheessa aloittaa testaamaan palvelua asiakkailta, sillä asiakkaiden palaute on oleellinen osa palvelumuotoilua. (Jyväskylän ammattikorkeakoulu 2012.)

Palvelumuotoilu sisältää yleensä aina neljä vaihetta. Ensimmäisessä vaiheessa rajataan kehityskohde tai ideoidaan täysin uusi palvelu, joka halutaan luoda. Tässä vaiheessa kerätään tietoa ja ymmärrystä siitä mitä kehitetään, miksi ja miten. Jo alkuvaiheessa on hyvä tunnistaa myös kohderyhmät, joille palvelua ollaan kehittämässä. (Jyväskylän ammattikorkeakoulu 2012.)

Seuraavassa vaiheessa on tärkeää tarkentaa kohderyhmiä sekä heidän tarpeitaan. Tässä vaiheessa olisi hyvä niin sanotusti astua asiakkaan saappaisiin ja tutkia palvelua asiakkaan silmin. Esimerkiksi asiakaspolun avulla voidaan

kartoittaa sitä, miten asiakas kuulee palvelusta ja tutkia palvelun eri vaiheita asiakkaan näkökulmasta. (Hiltunen 2017, 10–15.) Kolmannessa vaiheessa aloitetaan asioiden ratkaiseminen. Ideoidaan sitä, miten erilaiset haasteet voitaisiin ratkaista, kuvaillaan esiin tulleita kehitysideoita ja priorisoidaan parhaimmat ratkaisut. (Jyväskylän ammattikorkeakoulu 2012.)

Neljäs ja viimeinen vaihe pitää sisällään palvelun testaamisen ja arvioinnin. On kuitenkin hyvä muistaa, että testaamista voi ja kannattaa harjoittaa jo palvelumuotoilu prosessin alkuvaiheilta asti. Asiakkaiden mielipiteitä ja kokemuksia voidaan kartoittaa jo aiemmin, ennen kuin palvelu on täysin valmis. Tällä tavoin voidaan myös helpommin tehdä muutoksia palveluun, kun uudet ideat asiakkailta suoraan kuultuina voidaan yhdistää palveluun helpommin ennen sen varsinaista toteutusta. (Hiltunen 2017, 20–21.)

5.2 Tuplatimanttimalli

Double diamond-malli eli suomennettuna tuplatimanttimalli on eräs palvelumuotoilun malleista. Tuplatimantti havainnollistaa visuaalisella ilmeellään palvelumuotoilun prosessin eri vaiheita. (Ball 2019.) Kuten tavallisessa palvelumuotoilussa, myös tuplatimantti noudattaa neljään vaiheeseen jaettua tapaa katsoa kehittämisprosessia. Kuvassa 1. näkyvät vaiheiden nimet sekä niiden etenemisjärjestys englanniksi.

Kuva. 1 Tuplatimanttimalli (The design council s.a.)



Vaiheiden nimet ovat suomeksi löydä, määrittele, kehitä ja toteuta. Aivan aluksi tarkoituksena on löytää kehittämiskohde, jonka jälkeen määritellään se, keille tuotetta kehitetään ja miten kaikki toteutetaan ottaen huomioon myös mahdolliset haasteet. Kolmannessa vaiheessa kehitetään, testataan ja pohditaan vaihtoehtoisia ideoita ja hiotaan niitä tarvittaessa paremmiksi. Viimeisessä, neljännessä vaiheessa ideoiden joukosta valitaan sopivin toteutukseen ja palvelu toteutetaan käytännössä. (Design council s.a.)

6 PALVELUN SUUNNITTELU

6.1 Kehittämiskohde

Kehittämiskohteena toimii Huoneistohotelli Lietsun sauna- ja kokouspalvelut. Tuplatimantti-mallia hyödynnetään suunniteltaessa sauna- ja kokouspalvelu pakettia yritykselle. Koska yrityksellä on tällä hetkellä myynnissä jo olemassa oleva kokoustila ympäri vuoden saunan kanssa sekä ilman, suunnitellaan jo olemassa olevan palvelun ympärille jotakin uutta. Tarve kehittämislle lähti yrityksen omasta toiveesta uudistaa sauna- ja kokouspalveluita. Toiveena oli saada pikkujoulukaudelle sopiva paketti, jota olisi myös mahdollista muokata muihinkin sesonkeihin sopivaksi. Yrityksellä ei ole tällä hetkellä erillistä, sesonkiin sidonnaista pakettia sauna- ja kokouspalveluille olemassa, jonka vuoksi uuden kehittäminen tulevalle pikkujoulukaudelle on ajankohtaista.

6.2 Kohderyhmä ja resurssit

Kohderymänä paketille toimivat pääasiassa paikalliset yksityiset ja yritys asiakkaat sekä yhdistykset. Yksityisasiakkaat vuokraavat tilaa yleensä saunailtoja varten, mutta myös muunlaisia tilaisuuksia tiloissa on pidetty kuten, baby showerit ja muistotilaisuus. Yrityisasiakkaat vuokraavat kokoustilaa pääsääntöisesti kokouksille, asiakastapaamisille tai virkistysiltoihin. Kolmas asiakasryhmä joka yrityksellä on, ovat yhdistykset, jotka vuokraavat tilaa tarpeisiinsa kuten esimerkiksi kahvituksiin, kokouksiin tai muihin tilaisuuksiin. Kyselyjä tilan vuokraamisesta yrittäjän mukaan tulee enemmän ilman saunaa, kuin saunan kanssa. Kyselyt tilaa varten tulevat pääsääntöisesti sähköpostilla, puhelimitse, Messengerin tai Instagramin kautta. Joskus hotellissa majoittuvat asiakkaat ja muut asiakkaat saattavat tulla myös paikan päältä kysymään tilan vuokraamisesta yrityksen vastaanotosta suoraan.

Yrityksen jokimaisemalliset kokoustilat sijaitsevat 5. kerroksessa saunatilojen yhteydessä ja kokoustila toimii samalla myös saunan pukuhuoneena. Kuvassa 2. näkyvät yrityksen sauna ja suihkutilat sekä niissä olevat suuret ikkunat.

Kuva 2. Sauna ja suihkutilan shampoot ym. (Puhakka-Tarvainen 2024).



Tilassa sijaitsee myös wc (jossa hiustenkuivain) sekä muuta kokouksille olennaista välineistöä kuten, 55" tv, adapterit, johdot ja muut kokoustarvikkeet, pöytä, tuolit ja jääkaappi. Yritykseltä on myös mahdollista saada käyttöönsä ilmaiseksi pyyhkeet, pefletit, suihkugeelit ja shampoot saunomista varten. Kuvassa 2. suihkugeelit ja shampoot näkyvissä ikkunalaudalla. Tilassa on lisäksi tarjolla vettä asiakkaille sekä muita alkoholittomia juomia maksua vastaan tilan jääkaapissa. Yrityksellä on käytössään henkilökuntaa, joilla on osaamista erilaisten tarjoiluiden valmistamiseen. Mahdollisuus myös ulkopuolisiin palveluihin ja tuotehankintoihin pakettia varten on olemassa.

6.3 Palvelun teema ja elementtien hyödyntäminen

Pääasiallisena teemana palvelulle on pikkujoulu. Yrityksen näkyvinä teemoina ovat karjalaisuus, paikallisuus ja vastuullisuus. Näitä teemoja käytetään hyödyksi palvelua suunniteltaessa. Ideana on hyödyntää mahdollisimman paljon jo olemassa olevia resursseja sekä työvoimaa, mutta koska palvelussa on tarkoituksena luoda jotakin uutta, otetaan palvelun ideoimisessa huomioon mahdollisuus ulkoisille toimijoille ja/tai oheistuotteille. Tarkoituksena olisi, että palvelu olisi sovellettavissa myös muihin teemoihin ja sesonkeihin. Tämän vuoksi palvelusta ei tehdä liian monimutkaista, jotta sitä olisi helpompi muokata jälkikäteen halutessaan.

Aidon suomalaisen saunaelämyksen laatukäsikirjan (2020) mukaan saunassa olisi tärkeää, että tietyt pääelementit olisivat esillä. Äänimaailmaa voidaan luoda helposti kaiuttimen tai esimerkiksi solisevan vesilähteen avulla. Äänimaailma voi olla rentouttavia ääniä, kuten puiden lehtien havinaa, veden solinaa tai takan tulen hiljaista ratinaa. Äänen voi myös helposti yhdistää eri sesonkeihin. Kesäaikaan äänimaailmana voisi olla lintujen laulua, kevyttä tuulen huminaa tai lehtien havinaa. Kun taas talviaikaan takassa palavan tulen ääni voisi sopia ajankohtaan paremmin. Saunaelämyksiin ja saunomiseen kokonaisuudessaan sopii myös veden äänet hyvin, sillä saunaan kuuluu eräänä pääelementeistä vesi.

Pääelementteihin kuuluvat elävä tuli, vesi, löyly, kivi, kiuas, lauteet sekä puu. Näistä elementeistä itse vesi, löyly, kivi, kiuas, lauteet ja puu ovat yleensä aina läsnä saunassa kuin saunassa. Elävä tuli on ainut elementti, joka ei välttämättä nykysaunoissa toteudu, sillä sähkösaunat ovat yleisiä. Elävän tulen voi kuitenkin tuoda tilaan esimerkiksi tulen äänen, kynttilöiden tai valaistuksen avulla. Tilaan voi myös ottaa elävän tulen elementiksi esimerkiksi keinotekoisien pienoistakan, joka luo elävän tulen tapaista liikettä sekä valoa ympärilleen. Vesi on myös toinen elementti, joka voidaan nostaa esille muiden elementtien joukosta. Vaikka vesi onkin saunomistilanteessa aina läsnä, voi veden tuoda myös muihin saunomisen tiloihin, kuten pukuhuoneeseen äänimaailman tai jonkin muun, kuten vaikka vesilähteen avulla. Lisäksi on olemassa

kiukaalle asetettavia suihkulähteitä, jotka toimivat löylyä heitettäessä. Tällainen pieni lisä voi luoda erilaista tunnelmaa saunaan, kun vesi elementtinä näyttäytyy ja käyttäytyy eri lailla, kuin siihen on totuttu.

Muita asioita tai elementtejä, joita tilaan voitaisiin tuoda ovat esimerkiksi erilaiset tuoksut, tekstuurit, värit tai koristeet. Tuoksuja voidaan tuoda tilaan kynttilöiden, huonetuoksujen tai saunatuoksujen avulla. Tuoksuissa on kuitenkin hyvä ottaa huomioon se, että ne eivät sovi kaikille ja tuoksut olisivat käytön jälkeen hyvä pystyä saamaan pois tilasta seuraavia asiakkaita varten, sillä niiden käyttö on hyvin yksilöllistä. Tekstuureita voi olla erilaisissa tekstiileissä, pinnoissa tai koriste-esineissä. Moni asia vaikuttaa tilan viihtyvyyteen ja ihmiset usein ensimmäisinä kiinnittävät huomiota näköaistillaan edessään näkyviin asioihin. Tämän takia valaistus ja tilan yleisilme ovat tärkeitä.

Yrityksen pääteemaa, karjalaisuutta ajateltaessa perinteikkäät karjalaistekstiilit, värit ja koristeet sopisivat tilaan parhaiten. Koska palvelu sijoittuu pikkujoulukauteen, olisivat erilaiset jouluaiheiset koristeet mahdollisia. Yrityksen pääteeman ja palvelun jouluteeman kautta väreinä punaiset, vihreät, valkoiset ja muut maanläheiset värit voisivat parhaiten sopia ajateltaessa koristeiden ja tekstiileiden värimaailmaa.

6.4 Palvelun sisältö

Koska palvelu sijoittuu pikkujoulukauteen, sesonkiin sopiva tarjoilu voisi sopia palvelun yhteyteen. Tarjoilu voisi olla kevyttä kuten esimerkiksi piirakoita erilaisilla täytteillä (savulohi, munavoi, kananmuna ja jokin lisuke, kinkku tms.) tai jonkinlainen herkkutarjotin, johon voisi sisältyä jouluisia lisukkeita kuten sienisalaattia, leikkeleitä, lohta, piirakoita ja jouluisia leivonnaisia. Tarjoiluun voitaisiin ottaa mukaan myös jotakin perinneruokaa tai joitakin paikallisia erikoisuuksia halutessaan. Mukana voisi lisäksi olla kahvi tai vaihtoehtoisesti glögitarjoilu. Tarjoilu olisi hyvä pitää mahdollisimman kevyenä, jos se tuotaisiin itse kokoustilaan, jotta kuljettaminen ja säilöminen onnistuisivat mahdollisimman kätevästi. Tarjoilu voitaisiin toisaalta myös pitää hotellin aamiaistilassa, jossa on mahdollista järjestää kattavampiakin tarjoiluita helposti.

Palveluun voitaisiin myös sisällyttää jotakin pientä hemmottelua. Esimerkiksi ihonhoitoon liittyviä asioita kuten jalkakylpy, kasvonaamio tai kuorinta. Tätä varten voitaisiin hankkia oheistuotteita tai toimijoita ulkopuolelta ohjeistamaan ihonhoidon toteutuksessa käytännössä. Toinen vaihtoehto on liittää palveluun asiakkaiden vapaaseen käyttöön palvelun ajaksi erilaisia ihonhoitotuotteita kuten saippuaa, shampooa, voiteita tai muita, jotka voisivat olla tuoksuiltaan jouluteemaan sopivia (luonnolliset, metsäiset, havuiset, mausteiset tai puolukan/karpalon tuoksu). Tuotteet voisivat myös olla sellaisia, jotka asiakkaat voivat ottaa palvelun päätyttyä kotiin, tämä toisaalta vaatisi sen, että tuotteet ovat melko pieniä, jotta hinta pysyisi kohtuullisena.

Palvelun toteutuksessa täytyy kuitenkin ottaa huomioon se, että yritys saa kyselyjä kokoustilasta myös ilman saunaa, jonka vuoksi palvelu olisi hyvä pystyä toteuttamaan myös ilman saunaan liittyviä oheistuotteita. Tällaisessa ilman saunaa olevassa palvelussa mukana voisivat silti olla tarjoilut sekä muut kokoustilaan liitännäiset asiat kuten äänimaailma, koristeet, valaistus ja tuoksut.

6.5 Saunaelämys ajattelu palvelun tukena

Saunaelämys ajattelussa saunapalvelulla on kolme tasoa. Nämä tasot ovat perustaso, palvelutaso ja elämystaso. Perustasaan kuuluvat itse sauna ja saunan yleistilat, jotta itse palvelu voidaan tarjota. Palvelutasoon kuuluvat lisäpalvelut, joiden avulla luodaan lisäarvoa palvelulle. Lisäpalveluihin kuuluvat pyyhkeet, kylpytuotteet, hiustenkuivaaja, laudeliinat, ohjeistukset saunomiselle ja ruoka- ja juomapalvelut. Elämystasolla tarkoitetaan puolestaan sitä millaisen muistijäljen juuri kyseinen palvelu jättää asiakkaaseen. Onko asiakas kokenut palvelun aikana aitoutta, läsnäoloa, rentoutumista ja onko palvelu ollut moniaistinen, puhdas, turvallinen sekä vastuullinen. (Sauna from Finland 2020, 42–43.)

Yrityksen tämänhetkissä sauna- ja kokouspalveluissa toteutuvat perustaso ja palvelutaso. Yritykseltä löytyy tilat saunomiselle ja erilaisia lisäpalveluita ja tuotteita on saatavilla. Kolmas taso, eli elämystaso voidaan oikeastaan selvittää vasta jälkeenpäin, kun palvelua on testattu. Miten erilaiset esimerkiksi moniaistisuutta lisäävät asiat palvelussa vaikuttivat asiakkaisiin sekä millaisen muistijäljen palvelu jätti heidän mieleensä.

Saunaelämyksessä tulisi ottaa huomioon myös se mitä tapahtuu ennen saunaa, saunassa ja saunan jälkeen. Ennen saunaa kiinnitetään huomiota siihen, miten sauna on lämmitetty, kuinka kuuma saunassa on, valmistautumiseen, mitä kaikkea ennen saunaa tulee tapahtumaan, mahdolliseen ohjeistukseen, puhdistautumiseen ennen saunaa ja veden juomiseen. Näitä varten etenkin saunan lämpötila, oheistuotteet, mahdolliset palveluun liittyvät lisäpalvelut ja veden saanti olisi hyvä olla mietittyinä etukäteen. Saunassa kiinnitetään huomiota siihen, että saatavilla on laudeliinat ja löylyvesi valmiina, mahdollisuus vilvoitteluun puitteiden sallimalla tavalla, veden juontiin ja siihen että saunatuotteita olisi käytettävissä (naamiot, kuorinnat, hierontakivet tms.). Saunan jälkeen puolestaan tärkeässä asemassa ovat peseytyminen saunomisen jälkeen, saunan jälkeiset ihonhoitotuotteet (kosteusvoiteet tms.), veden juonti ja saunan jälkeiset tarjoilut/kevyet eväät ja viimeisenä saunan jälkeinen rentoutuminen ja nauttiminen rauhoittavasta tunnelmasta. (Sauna from Finland 2020, 42–43.)

6.6 Testaamiseen valittu palvelusuunnitelma

Testiryhmää varten ideoitiin toimeksiantajan kanssa yhteistyönä runko palvelulle ryhmästä ideoita, joita palvelua varten saatiin ideoitua. Palvelu toteutetaan testiryhmää varten hieman pienimuotoisempana, kuin mitä palvelu mahdollisesti tulisi käytännössä olemaan. Tarkoituksena on soveltaa ja käyttää hyödyksi yrityksellä jo olemassa olevia resursseja palvelun testaamiseen.

Tarjoiluiksi valikoituivat paikallisen Anna-Liisa Sorsan karjalanpiirakat Pielisen kalajalosteen kalatäytteellä, Soinilan limonadeilla ja pieni valikoima Akselin herkkupajan mansikka vaahtokarkkeja ja suklaita. Tarjoiluiden tuotteista kaikki olivat Pohjois-Karjalaista alkuperää. Tarjoilu toimitetaan kokoustilaan hieman ennen asiakkaiden saapumista, jossa helposti pilaantuvat elintarvikkeet jätetään kylmälevyn päälle. Pientä extraa saunanpuolella ovat saunatuoksut, joita asiakkaat voivat halutessaan käyttää, pellavaiset laudeliinat, Korpiahon hunajan (yritys Kuopiosta) hunaja ihonhoitotuotteet sekä luffa (pesusienikurkusta valmistettu luonnollinen pesusieni). Näistä ihonhoitotuotteet sekä luffan asiakas voi ottaa palvelun jälkeen mukaansa.

6.7 Tuotekortin sisältö

Toimeksiantajan kanssa sovittiin, että työssä tuotepaketille tehtäisiin tuotekorttiin tekstisisältö. Tuotekortin visuaalinen suunnittelu jää toimeksiantajan omalle vastuulle. Työn lopussa olevista tuotekortti esimerkeistä saa osviittaa siihen millaisia tuotekortteja yrityksellä on aiemmin ollut ja millainen tuotekortin visuaalinen ilme tulisi todellisuudessa olemaan. Hinnat tuotekorteissa ovat vain suuntaa antavia. Alla on kaksi tuotekortti ideaa pikkujoulukauteen, sekä tuotekortin alkuosan tekstiosuus muokattuna sopivaksi myös muihin sesonkeihin.

Karjalainen sauna- ja kokouspaketti pikkujouluihin

Joulu kolkuttaa jo pian ovella. Olisiko teillä tarvetta yrityksen pikkujouluihin? Kaipaisitteko pientä hemmottelua herkuilla saunan kera? Meillä Lietsussa se onnistuu! Tule maistelemaan paikallisia herkkuja sekä ottamaan rennosti lämpöisessä jokimaisemallisessa saunassamme työporukalla.

Karjalainen sauna- ja kokouspaketti (yleinen versio)

Olisiko teillä tarvetta virkistysiltan työporukallenne? Kaipaisitteko pientä hemmottelua herkuilla saunan kera? Meillä Lietsussa se onnistuu! Tule maistelemaan paikallisia herkkuja sekä ottamaan rennosti lämpöisessä jokimaisemallisessa saunassamme työporukalla.

Pakettiin kuuluu:

- Saunavuoro 1,5 h
- Kokoustila saunavuoron ajaksi max. 8hlö (jos ei saunaa, pelkkä kokoustila käyttöön 1,5 h)
- Tarjoilut: karjalanpiirakoita savukalatäytteellä, lajitelma paikallisia herkkuja sekä saunajuomat (alkoholittomat)
- Ihonhoitotuotteita saunaa varten
- Pyyhkeet, pefletit, shampoot ja suihkugeelit kuuluvat hintaan

Hinnat:

Paketti max. 8 hlö 1,5 h saunavuorolla: lähtöhinta 65 €

Paketti ilman saunavuoroa max. 8 hlö 1,5 h kokoustilan vuokralla: 55 €

Tarjoilut sekä muut pakettiin kuuluvat lisäpalvelut hinnoitellaan osallistujamäärän mukaan (10 €/hlö). Olettehan meihin yhteydessä niin katsotaan yhdessä sopivanlainen tarjous ryhmällemme.

Sauna- ja kokouspaketti paikallisherkuilla pikkujouluun

Joulu tekee tuloaan, lunta sataa hiljalleen ikkunaruudun toisella puolen ja ikkunalaudoilla kynttilät luovat valoa pimeneviin iltoihin. Meiltä Lietsusta löytyvät pikkujouluihin kotoiset kokoustilat, lämpimällä saunalla ja paikallisherkuilla. Anna meidän loihkia teidän työporukallenne ikimuistoinen sekä rentouttava pikkujoulu. Tulkaa kokemaan Lietsuun karjalaista vieraanvaraisuutta sekä ihastumaan saunasta avautuvaan talviseen jokinäkymään Pielisjoelle.

Sauna- ja kokouspaketti paikallisherkuilla (yleinen versio)

Meiltä Lietsusta löytyvät kokoustarpeisiinne kotoiset kokoustilat, lämpimällä saunalla ja paikallisherkuilla. Anna meidän loihkia teidän työporukallenne ikimuistoinen sekä rentouttava kokoushetki. Tulkaa kokemaan Lietsuun karjalaista vieraanvaraisuutta sekä ihastumaan saunasta avautuvaan jokinäkymään Pielisjoelle.

Pakettiin kuuluu:

- Saunavuoro 1,5 h
- Kokoustila saunavuoron ajaksi max. 8hlö (jos ei saunaa, pelkkä kokoustila käyttöön 1,5 h)
- Tarjoilut: karjalanpiirakoita savukalatäytteellä, lajitelma paikallisia herkuja sekä saunajuomat (alkoholittomat)
- Ihonhoitotuotteita saunaa varten
- Pyyhkeet, pefletit, shampoot ja suihkugeelit kuuluvat hintaan

Hinnat:

Paketti max. 8 hlö 1,5 h saunavuorolla: lähtöhinta 60 €

Paketti ilman saunavuoroa max. 8 hlö 1,5 h kokoustilan vuokralla: 50 €

Tarjoilut sekä muut pakettiin kuuluvat lisäpalvelut hinnoitellaan osallistujia määrän mukaan (10 €/hlö). Olettehan meihin yhteydessä niin katsotaan yhdessä sopivanlainen tarjous ryhmällemme.

7 TUOTEPAKETIN TESTAAMINEN

7.1 Testaamisen järjestäminen

Toimeksiantaja järjesti testaamisen pienellä, 3 henkilön asiakasryhmällä yrityksen sauna- ja kokoustiloissa. Ryhmä koostui yrityksen asiakkaista, jotka vuokrasivat käyttöönsä sauna- ja kokoustilan. Tila oli asiakkaiden käytettävissä 1,5 tunnin ajan. Kuvassa 3. näkyy koko kokoustila ja sen varustus. Testiryhmäläiset olivat aiemmin käyneet Lietsussa asiakkaina. Testiryhmältä ei kysytty etukäteen mielipidettä siitä millaisia palvelun osia he haluaisivat mukaan palveluun, vaan palvelu tarjoiltiin heille yhtenäisenä kokonaisuutena. Testiryhmäläisiltä kysyttiin kyselylomakkeen avulla palvelun jälkeen mielipiteitä sekä ideoita palvelun kehittämistä varten. Tällä tavoin palveluun voidaan myöhemmin joko panostaa lisää tai karsia turhia osioita siitä pois.

Kuva 3. Kokoustila (Puhakka-Tarvainen 2024).



Tavallisesti tarjoilut ja oheistuotteet eivät kuuluisi osaksi tilan vuokraa, mutta tällä kertaa testiryhmäläiset saivat ne kaupan päälle. Työntekijät järjestivät tarjoilut asiakkaille ja ne toimitettiin sauna- ja kokoustilaan hieman ennen palvelun alkua. Kylmäsäilytystä vaativat elintarvikkeet sijoitettiin kylmälevyille. Tarjoilujen yhteydessä myös oheistuotteet vietin tilaan, sekä laitettiin tila valmiiksi palvelua varten (oikeanlainen valaistus, juomavesi, saunassa löylyvesi valmiina, tila siisti jne.). Kuvassa 4. näkyvät tuotteiden esillepano sekä pieni tervetuliaisviesti asiakkaille pienessä taulussa.

Kuva 4. Tarjoilut ja oheistuotteet (Puhakka-Tarvainen 2024).



Kyseisessä taulussa lukee: "Lautteen lauhassa levossa kivut kauas karkottuvat, mieli tehään tyytyväiseksi, olo vallan ehtoisaks". Taulussa hyödynnetty Pohjois-Karjalan murrettajayrityksen vallitsevaa karjalaisuusteemaa. Palvelun lopuksi asiakkaat täyttivät testilomakkeen, josta heille oli kerrottu ennen palvelun alkamista. Asiakkaat täyttivät testilomakkeet kokoustilassa, jonka jälkeen ne kerättiin ja tuloksia analysoitiin.

7.2 Testilomake

Testilomake tehtiin Microsoft Wordia apuna käyttäen. Testilomake tulostettiin testiryhmäläisille ja vietiin kokoustilaan ennen palvelun alkua. Palvelun jälkeen testiryhmäläiset täyttivät lomakkeet. Testilomakkeessa oli 10 kysymystä, joihin asiakas sai vastata vapaamuotoisesti. Kysymyksillä kartoitettiin palvelun ensimmäisiltä hetkiltä tulleita tuntemuksia palvelun keskivaiheille tarjoiuihin, itse palvelun pääseikkoihin kuten saunaan ja oheistuotteisiin sekä niiden jälkeen lopputuntemuksiin palveluun liittyen. Kyselyn lopussa kysyttiin myös hintaan liittyvä kysymys, kuinka paljon asiakas olisi valmis maksamaan lisäpalveluista sauna- ja kokoustilan lisäksi. Testilomake löytyy työn lopusta liitteistä. Näin saatiin kokonaisvaltainen, mutta vapaamuotoinen kuva siitä millaisena asiakas oli palvelun kokenut. Väliin mahtui myös tehostekysymyksiä pääkysymysten mukaan, joissa kartoitettiin mahdollisia kehitysehdotuksia tai toiveita muutoksille asiakkaan toimesta.

Kyselyn lopussa oli pidempi vapaamuotoinen vastausmahdollisuus, jossa asiakas pystyi vapaasti antamaan palautetta, jos palvelusta jäi jotakin puuttumaan tai jos asiat olisi voitu tehdä toisin. Kysely tehtiin anonyyminä, eikä testiryhmäläisiä voinut tunnistaa kyselyn perusteella. Kyselyn alussa kerrotaan kyselyn tarkoituksesta ja käyttökohteesta sekä muistutetaan siitä, että kysely tehdään nimettömänä. Kyselyn avulla voidaan kehittää palvelua eteenpäin ja tehdä joko suurempia tai pienempiä muutoksia palveluun ottaen huomioon asiakkaiden mielipiteet.

7.3 Testitulokset

Ensimmäisenä testiryhmäläiset vastasivat kysymykseen sauna- ja kokoustilan tunnelmasta ja siitä mihin he ensimmäisenä kiinnittivät huomiota tilaan saapuessaan. Huomio kiinnittyi jokaisella ensimmäisenä tarjolla olevaan kosmetiikkaan ja suolaisiin tarjoiuihin. Tilan tunnelmaa he luonnehtivat rauhalliseksi ja siistiksi. Lisäksi pienet yksityiskohdat tilassa loivat tunnelmaa. Kysymykseen siitä mitä tilaan kaivattaisiin lisää, testiryhmäläisistä jokainen mainitsi kynttilät syksyisin ja talvisin iltojen pimentyessä. Idea kevään ja kesän ajalle olivat esimerkiksi koivun oksat kokoustilan pöydällä. Tästä oli toisaalta myös jätetty huomio siitä, miten allergikot reagoisivat koivuun.

Tarjoiluiden osalta karjalanpiirakan ja suolaisen kalan yhdistelmästä pidettiin. Paikallisia herkuja myös keuhuttiin ja niistä kiinnostuttiin. Tuotteiden terveellisyys oli myös huomioitu, mainitsemalla ”terveellinen variantti teolliselle”. Toiveita sille, että tarjoilut pidettäisiin yrityksen aamiaistilassa ei ollut. Eräs testiryhmäläisistä kuitenkin mainitsi sen, että halutessaan asiakkaat voisivat erikseen sopia erillisistä tarjoiluista toisessa tilassa. Mieliopidokyselyn viiden ensimmäisen kysymyksen vastaukset tiivistetysti alla olevassa taulukossa 2.

Taulukko 2. Mieliopidokyselyn tulokset kootusti

Mieliopidokyselyn tulokset kootusti

Huomio kiinnittyi	Kosmetiikkaan, paikallisiin tuotteisiin, suolaisiin tarjoiluihin
Tunnelma	Rauhallinen ja siisti, yksityiskohdat luovat tunnelmaa
Lisäysehdotukset tilaan	Syksyn ja talven aikaan led-kynttilät, keväällä ja kesällä pöydällä jotakin kesäistä (esim. koivun oksia tms.)
Mieliopidokyselyistä	Piirakka ja suolainen täyte saivat kehuja, paikallisuutta arvostettiin ja kiinnostusta tuotteita kohtaan heräsi
Toiveita tarjoiluille	Tarjoilu koettiin hyväksi ja riittäväksi, ei tarvetta tarjoiluille aamiaistilassa, tilanteesta riippuen halukkaat voisivat sopia erikseen laajemmista tarjoiluista

Saunaan liittyvien kysymysten vastauksissa saunatuoksusta, pellavaisista laudeliinoista ja saunasta avautuvista näkymistä pidettiin. Myös saunan siisteys ja lasten huomioiminen lasten ammeella mainittiin positiivisiksi seikoiksi. Palvelun aikaisista ihonhoitotuotteista pidettiin, etenkin saippuaa ja kuorintakinnasta ja niiden yhdistelmää keuhuttiin. Huomiona ihonhoitotuotteille oli se, että naisille ja miehille voisi olla mahdollisuuksien mukaan omat tuotteet. Esimerkiksi naisille kasvonaamioita. Hintakysymykseen siitä kuinka paljon asiakkaat olisivat valmiita maksamaan testauksessa käytetyistä lisäpalveluista, kaikki vastasivat noin 20 €. Kyselyn viimeisten viiden kysymyksen vastaukset tiivistetysti alla olevassa taulukossa 3.

Taulukko 3. Mielipidekyselyn tulokset kootusti

Mielipidekyselyn tulokset kootusti

Mielipide saunasta	Saunatuoksut hyvä lisä, pellavaisista laudeliinoista ja näkymistä pidettiin
Mielipide ihonhoito- tuotteista	Tarjolla olevista tuotteista pidettiin, plussaa siitä että luomuja ja vegaaneja, naisille ja miehille tarvittaessa omat tuotteet
Jälkimaku palvelusta	Hyvä ja kiitollinen jälkimaku, kokemus rentouttava ja laadukas, plussaa kotoisasta tunnelmasta
Hinta lisäpalveluille	N. 20 €
Lisätoiveita	Ihonhoitotuotteille oma pussi/laatikko jossa tuotteet voisi viedä kotiin, toiveena myös tavallista pidempi saunavuoro, vähintään 1,5 h, sillä normaali 40 min vuoro saattaisi olla liian lyhyt tarjoilut ym. mukaan lukien

Jälkimakuna palvelusta jäi päällimmäisenä mieleen kiitollisuus ja se, että palvelu oli laadukas, mielekäs ja rentouttava. Paikallisten tuotteiden esillä oloa keuhuttiin ja tilan kotoisasta tunnelmasta pidettiin. Vapaassa palautteessa oli toivottu henkilökohtaisille tuotteille (ihonhoitotuotteet), jonkinlaista pussukkaa tai laatikkoa johon tuotteet voisi palvelun päätyttyä laittaa ja viedä kotiin helpposti. Myös saunavuorosta mainittiin, että se voisi olla pituudeltaan vähintään 1,5 h, kun palvelussa mukana tarjoilut sekä muut oheistuotteet. Normaalisti saunavuoro Lietsussa on 40 minuutin pituinen.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Työn tavoitteena oli luoda tuotepaketti toimeksiantajalle hyödyntäen tuotepaketin suunnittelussa ja sen toteutuksessa työhön valittuja menetelmiä: vertailuanalyysiä, palvelumuotoilua ja tarkennettuna palvelumuotoilun mallia tuplatimantti. Vertailuanalyysissä esiin noussut asia oli valinnan mahdollisuus tarjoiluissa. Esimerkiksi Utran Uittotuvalla tarjoilut voitiin sovittaa pakettikohtaisesti, sillä tarjolla oli useita eri pakettivaihtoehtoja. Kerubissa ja Jokiasemalla asiakkailla oli mahdollisuus valita useammasta eri tarjoilukokonaisuudesta tai menun valikoimasta. Mahdollisuus vaihtuviin tai vapaavalintaisiin tarjoiluihin olisi

siis hyvä olla. Tämän voisi toteuttaa esimerkiksi siten, että paketin yhteyteen kehitettäisiin muutamia tarjoilukokonaisuuksia, joista asiakas voisi valita mieleisensä paketin yhteyteen. Näin jo paketin varausvaiheessa yritys saisi tiedon millaisia tarjoiluja asiakas toivoo ja näin voitaisiin varmistaa jo etukäteen sopivanlainen tarjoilu.

Vertailukohteista etenkin Kerubilla ja Utran Uittotuvalla korostuivat oheispalvelut ja ohjelmat. Näiden vertailukohteiden kaltaista toimintaa voitaisiin soveltaa yrityksen toimintaan siten, että muiden yritysten kanssa tehdyn yhteistyön avulla voitaisiin sauna- ja kokouspalveluihin tarvittaessa yhdistää oheisohjelmaa tai palveluita. Oheisohjelmaa voisi olla esimerkiksi tiettyinä ajankohtina, kun on paikallisia tapahtumia tai muuta ohjelmaa, jota voitaisiin yhdistää palveluun. Oheispalveluita (hieronta, jalkahoidot ym.) puolestaan voitaisiin liittää sauna- ja kokouspalveluihin milloin tahansa yhteistyökumppaneiden puitteissa.

Yrityksellä on jo olemassa oleva omintakeinen pääteema, karjalaisuus. Pääteeman lisäksi yrityksessä ja sen toiminnassa esiin nousevat vastuullisuus ja paikallisuus. Nykypäivänä asiakkaat ovat yhä enenevässä määrin kiinnostuneita vastuullisista palveluista, ja moni haluaa mahdollisuuden kokea paikallisuutta esimerkiksi ruoan kautta. Yritys hyödyntää tällä hetkellä kyseisiä teemoja eri lähteissä, kuten verkkosivuillaan, sosiaalisen median tileillään ja muussa markkinoinnissa (tuotekortit). Sauna- ja kokouspalveluiden näkökulmasta, näitä kolmea teemaa markkinoinnissaan vaalimalla yritys voi helposti erottua muista paikallisista sauna- ja kokouspalveluita tarjoavista yrityksistä.

Palvelumuotoilun mallia noudatettiin läpi tuotepaketin suunnittelun. Aina alun kehittämiskohteen, kohderyhmän ja resurssien määrittelystä, palvelun sisällön ja erilaisten vaihtoehtojen ideointiin. Suomalaisen saunaelämyksen laatukäsikirjasta saatiin myös suunnittelua tukevia seikkoja, kuten mitä kaikkea ottaa huomioon ennen saunaa, saunan aikana ja sen jälkeen. Tästä siirryttiin tuotepaketin testaamiseen ja siihen, miten se toteutettiin. Palvelumuotoilun mallia hyödyntäen tuotteen kehittämistä saatiin jaksotettua loogisemmin ja mallin avulla tuotepaketin suunnittelu ja sen lopullinen toteutus testaamisineen saatiin yhtenäiseksi kokonaisuudeksi.

Työssä saatiin toteutettua idea tuotepaketille yrityksellä jo olemassa olevia resursseja hyödyntäen. Tuotepakettiin voidaan halutessaan lisätä myös muita lisätuotteita tai oheispalveluita, joita työn suunnitteluvaiheessa ideoitiin. Tuotepaketti voidaan myös suhteellisen helposti muokata sopivaksi muihin sesonkeihin yhdistämällä siihen sesonkikohtaisia tuotteita ja tarjoiluita. Tuotepaketin ideoinnin jälkeen tuotepaketti testattiin yrityksen asiakkailta. Tuotepaketin testaamisella saatiin hyödyllistä tietoa siitä mitä asiakkaat olivat mieltä paketista, mistä erityisesti pidettiin ja asiakkaat toivat esille myös muutamia kehitysehdotuksia. Kehitysehdotuksissa tärkeimmät esiin nousseet asiat olivat sesonkikohtaisuus (kynttilät talvisesongin aikaan, jotakin keväistä/kesäistä kevät/kesäsesongin aikaan), sukupuolikohtaiset ihonhoitotuotteet (naisille ja miehille jotakin hieman erilaista), jokin pussukka tai laatikko palvelun mukaan otettaville henkilökohtaisille oheistuotteille sekä pidempi saunavuoro, jotta palvelusta ehdittäisiin nauttia paremmin tarjoiluineen ja oheistuotteineen.

9 POHDINTA

Opinnäytetyö noudatteli pääpiirteissään sitä runkoa, jonka sille alussa suunnitelin. Jälkikäteen mietittynä olisin voinut käydä läpi teoriaosiossa myös yrityksen muihin teemoihin liittyviä asioita, kuten vastuullisuutta ja paikallisuutta sekä niiden merkitystä matkailussa nykypäivänä, sillä ne ovat karjalaisuuden ohella yrityksen vahvuuksia teemojen osalta. Sauna from Finlandin Saunaelämyksen laatukäsikirja oli hyödyllinen lähdeaineisto ja se toi mielestäni paljon hyödyllistä tietoa työhön saunan ja saunomisen osalta, mitä kaikkea kannattaa ottaa huomioon luodessa palvelua, johon kuuluu osana sauna.

Vertailuanalyysi onnistui osaltaan, mutta toimeksiantaja yrityksen kaltaisia yrityksiä, jotka tarjoavat sauna- ja kokouspalveluita oli hieman hankalaa löytää Joensuun alueelta. Vertailukohteet olivat eri osa-alueilta toimeksiantaja yrityksen kanssa sen verran erilaisia, että vertailuanalyysi toi melko vähän mitään konkreettista lisää työhön. Työhön valitut muut menetelmät toimivat työssä mielestäni hyvin. Palvelumuotoilu ja tuplatimantti palvelumuotoilun mallina toimivat työssä hyvin, koska työ oli hyvin paljon suunnittelupainotteinen.

Palvelumuotoilun ja tuplatimanttimallin teoriaosuudet olisivat voineet olla kattavammat, mutta yleistietoa kyseiset osiot kuitenkin sisälsivät mielestäni riittävästi. Työhön olisi voinut myös lisätä osuuden tuotekehitykselle tai tuotteistamiselle ja sille, miten se on merkityksellistä yrityksen näkökulmasta ajateltuna.

Itse tuotepaketin suunnitteluvaihe eteni hyödyntäen palvelumuotoilun tuplatimanttimallin kaavaa. Suunnitteluvaihe tarjosi mielestäni kattavasti erilaisia ideoita, joista yritys voi halutessaan valita tuotepakettiin sopivia osia. Myös tuotepaketin testaaminen oli onnistunut ja testiryhmä tarjosi hyödyllistä tietoa asiakkaan näkökulmasta. Jos testaamisen olisi tehnyt toisin, olisi testiryhmiä voinut olla esimerkiksi 2 tai aikataulujen puitteissa jopa 3, jolloin vastauksia olisi voinut tulla useammilta eri ryhmiltä. Tällaisessa tilanteessa asiakkailla ei olisi toistensa kanssa minkäänlaista yhteyttä. Tällä kertaa, kun testaus järjestettiin vain yhdelle asiakasryhmälle, voi ryhmän yhtenäisyys tietyllä tapaa näkyä vastauksissa. Lisäksi testilomakkeessa olisi voinut tarkentaa hintaan liittyvää kysymystä, sillä asiakkaiden antama vastaus ”noin 20 €” jäi hieman epäselväksi sen suhteen, tarkoitettiinko sillä 20 €/hlö vai 20 €/koko porukka. Kokonaisuutena työ toi uudenlaisia ideoita toimeksiantajalle ja kävi läpi teorian avulla erilaisia seikkoja, joita ottaa huomioon ja joita hyödyntää tuotepaketin luomisessa.

Työtä voitaisiin haluttaessa jatkaa tuotepaketin hinnoittelun osalta. Myös paketin tuotekorttia ja sen visuaalisuutta, markkinointia ja tuotepaketin sisältöä voitaisiin kehittää ja tarkentaa lisää jatkossa. Työ voisi tarjota mahdollisuuden jatkotyölle tai useammalle, sillä tuotteiden ja palveluiden kehitys ei pääty niiden valmistumiseen, vaan tuotteita ja palveluita täytyy kehittää ja uudistaa jatkuvasti, jolloin kehitykselle on aina tarvetta.

LÄHTEET

- Ball, J. 2019. The double diamond: A universally accepted depiction of the design process. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/archive/articles/double-diamond-universally-accepted-depiction-design-process> [viitattu 17.4.2024].
- Bomba s.a. Bomban talo. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://visit-bomba.fi/fi/kayntikohde/bomban-karjalaiskyla/> [viitattu 18.3.2024].
- Freytag, P. & Hollensen, S. 2001. The process of benchmarking, benchlearning and benchaction. *The TQM journal* 1, 1–10. Verkkolehti. Saatavissa: <http://dx.doi.org/10.1108/09544780110360624> [viitattu 26.3.2024].
- Heininen, E. Harju, C. Äijänen, P. Krook, P. Sääntti, H. & Torppala, V. 2020. Aidon suomalaisen saunaelämyksen käsikirja. Jyväskylä: Sauna from Finland ry.
- Hiltunen, P. 2017. Palvelusta tuotteeksi: Käsikirja palvelutuotteiden muotoiluun. Helsinki: Diakonia-ammattikorkeakoulu. E-kirja. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-493-300-1> [viitattu 12.4.2024].
- Jokiasema s.a. Saunailta Jokiasemalla. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.jokiasema.fi/saunatilat/> [viitattu 28.3.2024].
- Jyväskylän ammattikorkeakoulu. 2012. Palvelumuotoilun työkalupakki. Prosessi ja työpohjat. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://yhteistyotilat.fi/wiki08/download/attachments/37067739/ServiceDesignToolkit.pdf> [viitattu 12.4.2024].
- Karhu, J. Björn, I. Hirvonen, S. Saarelainen, A. Sulopuisto, S. Shikalov, Y. & Sivonen, S. 2020. Matkalla: Kirjoituksia karjalaisen matkailun historiasta. Joensuu: Pohjois-Karjalan historiallinen yhdistys.
- Kerubi s.a. Kerubin kabinetit. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.kerubi.fi/info/tilat/kerubin-kabinetit> [viitattu 28.3.2024].
- Kokouspalvelut s.a. Utran Uittotupa. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.utranuittotupa.fi/jarjesta-tilaisuus/kokouspalvelut/> [viitattu 28.3.2024].
- Puhakka-Tarvainen, H. 2024. Kokoustila. Kuva. [viitattu 18.5.2024].
- Kolin matkailuvisio. 2020. Koli, Lieksa & Juuka. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://de.cdn-website.com/a71438cad1af43888a0506433270b64e/files/uploaded/Kolin_matkailuvisio_17122020.pdf [viitattu 16.3.2024].
- Lietsuhotel s.a. Lietsun tarina. WWW-dokumentti. Saatavissa: https://www.lietsuhotel.fi/lietsun-tarina/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQiA5-uuBhDzARIsAAa21T_X9yMQPh_ZBH6ZNQr0yd88CqpQY31mb4bqFDqIZ-wGoeDuT4bxmljoaAgbNEALw_wcB [viitattu 10.3.2024].

Liikkanen, L. 2016. Suomalaisen saunan juuret, osa 1. Blogi. Päivitetty: 11.9.2016. Saatavissa: <https://saunologia.fi/saunan-historia-1/> [viitattu 21.3.2024].

Meistä s.a. Utran Uittotupa. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.utranuittotupa.fi/meista/> [viitattu 28.3.2024].

Meltwater. 2021. Competitor benchmarking – vertailyanalyysi kyseenalaistaa omaa toimintaa ja opettaa toisilta. Blogi. Päivitetty: 12.9.2021. Saatavissa: <https://www.meltwater.com/fi/blog/competitor-benchmarking-eli-vertailuanalyysi> [viitattu 26.3.2024].

Metsähallitus s.a. Kolin historia. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.luontoon.fi/koli/historia> [viitattu 16.5.2024].

Parppeinvaara s.a. Parppeinvaaran runokylä. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://parppeinvaara.fi/> [viitattu 17.3.2024].

Pohjois-Karjalan maakuntaliitto s.a. Väestö ja yhteiskunta. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://pohjois-karjala.fi/2022/04/vaestonmuutosten-kuukausitie-dot/> [viitattu 16.3.2024].

Puhakka-Tarvainen, H. 2024. Sauna. Kuva. [viitattu 18.5.2024].

Saunakeidas s.a. Tervetuloa avantouimaan Saunakeitaalle. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.saunakeidas.fi/> [viitattu 5.4.2024].

Puhakka-Tarvainen, H. 2024. Suihkutilan shampoot ym. Kuva. [viitattu 18.5.2024].

Sulopuisto, S. 2018. 125 aatteellista matkailutyötä Pohjois-Karjalassa: Pohjois-Karjalan Matkailu ry. Joensuu: Pohjois-Karjalan Matkailu ry.

Puhakka-Tarvainen, H. 2024. Tarjoilut ja oheistuotteet. Kuva. [viitattu 18.5.2024].

The design council s.a. CC-BY-4.0. Tuplatimanttimali. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/> [viitattu 18.4.2024].

Mielipidekysely palvelusta

Kysely sauna- ja kokouspalvelun kulusta.

(Kyselyn tuloksia käytetään palvelun kehittämiseen opinnäytetyössä.)

Vastaa kyselyyn oman mielipiteesi ja tunteesi mukaan, siten millaisena koit palvelun sen aikana. **Kyselyyn vastataan nimettömänä.**

1. Mihin kiinnitit ensimmäisenä huomiota kokous- ja saunatilaan saapuessasi?
2. Millainen tunnelma tilassa oli? Piditkö siitä?
3. Olisitko kaivannut tilaan jotakin lisää? Esimerkiksi kynttilöitä, koristeita tai erilaista valaistusta?
4. Mitä pidit tarjoiluista? Olisitko toivonut sen olevan kevyempi vai kattavampi? Mitä muuta olisit tarjoilulta toivonut?
5. Jos olisit toivonut kattavampaa tarjoilua, olisitko ollut valmis syömään sen isommassa tilassa ennen kokoustilaan siirtymistä tai sen jälkeen (tupa/aamiaistila vastaanoton yhteydessä)?

6. Mitä pidit saunasta? Olisiko sauna kaivannut mielestäsi jotakin erityistä, mitä?

7. Olivatko saunaelämyksen aikaiset ihonhoitotuotteet mielestäsi palveluun sopivia? Vai olisitko kaivannut jotakin muuta, mitä?

8. Millainen jälkimaku palvelusta jäi? Oliko se kokemuksena mielekäs?

9. Mitä olisit valmis maksamaan lisäpalveluista (tarjoilut, kosmetiikka ym.)?

10. Jäikö kokonaisuudesta puuttumaan jotakin tai olisitko halunnut jonkin asian olevan toisin? Kerro palautteesi vapaasti tässä:



KARJALAINEN MAKUMATKA

JOENSUU - HEINÄVESI - RÄÄKKYLÄ

Koe aito ilo ja karjalainen vieraanvaraisuus kolmen kohteen makumatkalla! Tarjolla pohjoiskarjalaisia makuja, kulttuuria ja perinteitä meidän mailta - milloinkas työ tulette?

OHJELMAEHDOTUKSEMME

Matkapäivä 1

- Saapuminen Rääkkylään Villa Ruusulaan ja majoittuminen
- Karjalanpiirakkapaja, karjalainen keittolounas eli sopuska, kantelemestariaksi tunnissa -työpaja ja konsertti, karjalainen illallinen ja sauna

Matkapäivä 2

- Aamiainen Villa Ruusulassa ja lähtö Valamon luostariin Heinävedelle
- Opastettu luostarikierros, tutustuminen luostarimuseoon ja näyttelyyn, lounas noutopöydästä, viinikierros ja maistaiset, ostokset myymälästä, ja lähtökahvit
- Siirtyminen Joensuuhun Huoneistohotelli Lietsuun ja majoittuminen
- Tietoutta karjalaisista ruokaperinteistä ja karjalainen illallinen

Matkapäivä 3

- Karjalainen aamiainen Huoneistohotelli Lietsussa
- Tutustuminen Pohjois-Karjalan museo Hilmaan, kiertelyä Taitokorttelissa ja keittolounas, lähtö kotimatalle

Alkaen

455 €

/hlö/2hh
sisältään 2 vrk
majoituksen
täysihoidolla ja
ohjelman, ei
kuljetusta

Lietsu
BOUTIQUE APARTHOTEL



VILLA
Ruusula

Lisätiedot ja myynti: www.lietsuhotel.fi | info@lietsuhotel.fi | 044 7520 500

Visit Kareliä
pohjois-karjala



Kyläreissu karjalaisuuteen Joensuussa

Tule ja kietoudu karjalaisuuteen ystäväsi kera!
Tarjoamme teille ainutlaatuista kyläreissua tutustuttaen
teidät Joensuun keskustan kulttuurikohteisiin ja karjalaiseen
vieraanvaraisuuteen parhaimmillaan. Tästä reissusta riittää
muisteltavaa pitkäksi aikaa!

Kyläreissulla mm.

- vieraillette tunnelmallisessa Taitokorttelissa ja sen putiikeissa
- vietätte iloisen hetken ohjatussa kädäntaitopajassa
- tutustutte Joensuun kulttuurikohteisiin oppaan johdolla
- nautitte paikallisia herkkuja valituissa ravintoloissa ja kahviloissa
- majoitutte karjalaishenkisen Huoneistohotelli Lietsun uusissa uniikeissa huoneissa

Kädäntaitopaja Taitokorttelissa ryhmän toiveen mukaan (kesto 2 h)

- Sydänkoukku metallilangasta
- Kukkilinnusta naulakoksi
- Minimakramee solmeillen

Opastettu kierros ryhmän toiveen mukaan (kesto 1-2 h)

- Taidetta ja arkkitehtuuria Joensuussa -kävelykierros
- Karjalan historiaa Pohjois-Karjalan museo Hilmassa
- Idän kirkon perinteet Ortodoksisessa kulttuurikeskuksessa
- Kurkistus Joensuun kaupunginteatterin kulisseihiin
- Suomalaisia ikoneita ja keramiikkaa Taidemuseo Onnissa

Muuta huomioitavaa:

- Ohjelma koostetaan huomioiden toiveenne, ryhmän koko, matkan ajankohta ja palveluiden saatavuus.
- Hinnat eivät sisällä kuljetuksia Joensuuhun ja takaisin.
- Tarvittavat kuljetukset Joensuussa lisämaksusta. Kohteet sijaitsevat alle 800 m etäisyydellä toisistaan Joensuun keskustassa.
- Pidätämme oikeuden muutoksiin.



Tarjoamme ryhmille majoituksen, ruokailun ja ohjelman

1 vrk alk. 122 €/hlö 2 vrk alk. 236 €/hlö

Esimerkkihinta 15-20 hlölle, kahden hengen huoneessa.

**Tervetuloa palveltavaksi
karjalaisella vieraanvaraisuudella!**

Lisätiedot ja myynti
info@lietsuhotel.fi, 044 752 0500
www.lietsuhotel.fi | www.taitokortteli.fi

Lietsu
BOUTIQUE APARTHOTEL

TAITOKORTTELI

Visit Karelia
Pohjois-Karjala