

Paula Valta

Asiakaslähtöinen sisustussuunnitelma

Provinssirockin paviljonkiin

Opinnäytetyö

Kevät 2010

Muotoilun yksikkö

Muotoilun koulutusohjelma

Sisustustekstiili



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Kulttuurialan yksikkö
Koulutusohjelma: Muotoilu
Suuntautumisvaihtoehto: Sisustustekstiili

Tekijä: Paula Johanna Valta

Työn nimi: Asiakaslähtöinen sisustussuunnitelma Provinssirockin paviljonkiin

Ohjaaja: Esa Antero Savola, Nina Kari

Vuosi: 2010 Sivumäärä: 44 Liitteiden lukumäärä: 4

Tutkimuksen tavoite oli luoda sisustussuunnitelma Provinssirockin paviljonkiin tulevaan á la carte ravintolaan. Työn tilaajana toimi Selmu ry, joka järjestää yhtä suomen kuuluisimmista festivaaleista, Provinssirockkia.

Käyttäjälähtöinen lähestymistapa valittiin tutkimuksen perustaksi, koska ravintola on auki vasta toista vuotta ja sen toimintaa halutaan kehittää. Parhaaksi tavaksi tähän valittiin asiakaslähtöinen toimintatapa, jolloin mahdolliset ravintolan asiakkaat pääsivät kertomaan mielipiteensä tunnelmakuvien avulla. Tutkimus tuotti sisustussuunnitelman, joka on rakennettu focusryhmä keskustelun pohjalta.

Eräs tärkeä kriteeri suunnitelmaa tehdessä oli, että suunnitelman tulee olla helppo toteuttaa sekä kohtalaisen edullinen. Tunnelmaltaan tilan haluttiin olevan rauhoittava hengähdys paikka, unohtamatta kuitenkaan, että ollaan festivaaleilla.

Avainsanat: sisustussuunnitelma, focusryhmä

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Culture and Design
Degree programme: Design
Specialisation: Interior textile design

Author/s: Paula Johanna Valta

Title of thesis: User-centered interior design for Paviljonki á la carte restaurant in Provinssirock 2010.

Supervisor(s): Esa Antero Savola, Nina Kari

Year: 2010 Number of pages: 44 Number of appendices: 4

Priority of this study was to create interior design for Paviljonki á la carte restaurant in Provinssirock 2010. Orderer for this work is Selmu ry which organize one of famous festivals in Finland, the Provinssirock.

Subject is approach from user based perspective because the restaurant is open just second time and it procedures is wanted to be approved. The best way for this was interview to be customers because that way the potential customers attain to tell their opinions by means of mood images. The study produced an interior design which is based on focus group discussion.

One important priority for the design was that it has to be easy to create and shouldn't be expensive. Atmosphere for the space was wanted to be relaxed breathing place not forgetting that it's in festivals.

Keywords: interior design, focus group

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä	2
Thesis abstract	3
Sisältö.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo	6
1 Johdanto	8
2 Selmu ry ja Provinssirock	9
3 Työn aloitus.....	10
3.1 Brief.....	10
3.2 Ravintola	10
3.3 Asiakaskunta.....	11
3.4 Asiakkaiden huomioiminen.....	11
3.5 Kuinka asiakkaiden mielipide saataisiin selville?	12
3.5.1 Tutkimusryhmän valinta.....	12
3.6 Kuluttajatutkimus	13
3.6.1 Kuluttajatutkimuksen vaihe 1, asiakaskysely	13
3.6.2 Kuluttajatutkimuksen vaihe 2, focusryhmä keskustelu	14
4 Suunnittelu	15
4.1 Inspiraatio	15
4.2 Tyylistuuntien valinta.....	16
4.3 Asikaskyselyn vastaukset ja analysointi	19
4.4 Paviljonki tilana	21
4.4.1 Ravintola mitoituksia	21
4.5 Rajaukset.....	23
4.6 Suunnittelu prosessi.....	25
5 Sisustussuunnitelma	26
5.1 Värimaailma.....	26
5.1.1 Julisteet ja anderollit	27
5.2 Kalusteet.....	31
5.3 Kulkuesteet.....	33
5.4 Valasimet.....	34
6 Esityskuvat Selmulle	35
7 Asiakkaiden huomioiminen jatkossa.....	36
8 Johtopäätökset ja pohdintaa.....	36

Lähteet	38
Liitteet.....	40

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 1. Selmu ry:n ja Provinssirock 2010 logot.	9
Kuva 2. Kollaasi erilaisista ravintoloista.	15
Kuva 3. Barokki –tyyli, osa 1/2.	17
Kuva 4. Barokki –tyyli, osa 2/2.	17
Kuva 5. Skandinaavinen –tyyli, osa 1/2.	17
Kuva 6. Skandinaavinen –tyyli, osa 2/2.	18
Kuva 7. Seka –tyyli, osa 1/2.	18
Kuva 8. Seka –tyyli, osa 2/2.	18
Kuvio 1. Focus-ryhmäläisten yksilöllinen näkemys mieluisimmista kuvasta.	20
Kuva 9. Focusryhmän kollaasi mieluisimmista ravintolasisustuksesta.	20
Kaava 1. Asiakaspaiikkoja Paviljonki –ravintolassa.	21
Taulukko 1. Ravitsemusliikkeiden keskimääräinen yleismitoitus.	22
Kuva 10. Neljän hengen pöytäryhmien vaatimia mitoituksia.	22
Taulukko 2. Pöytätyyppien vaatimia pinta-aloja.	23
Kuva 11. Savonmafialta tulevat tuolit, pöytäliinat ja kattaustarvikkeet.	24
Taulukko 1. Värien elämykselliset vaikutukset (Korkeamäki ym. 1999, 116).	26

Kuva 12. Kollaasi eri vuosien Provinssirock julisteista.	27
Kuva 13. Salin vasemmalle reunalle sijoitettu leiri –juliste.	28
Kuva 14. Salin oikealle puolelle sijoitettu leiri –juliste.....	29
Kuva 15. Ikkunien alle sijoitettava juliste.	29
Kuva 16. Näyttämön eteen sijoitettava juliste	29
Kuva 17. Esimerkki kuva julisteen ripustamisesta ja niittauksesta.	30
Kuva 18. Mainosbänderollin sijoittaminen tilaan.	31
Kuva 19. Lopullinen pohjapiirros.	33
Kuva 20. Regolit-riisipaperivalaisin.	35

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tekeminen yhteistyössä Selmu ry:n kanssa tuntui luontevalta valinnalta, sillä olen tehnyt yhteistyötä heidän kanssaan jo ensimmäisestä opiskeluvuodesta lähtien. Yhteistyöhömmme on kuulunut niin kouluprojekteja kuin opiskelijien ulkopuolisiakin projekteja. Pyyntö työhön tuli Selmulta, sillä he tarvitsivat apua sisustussuunnitelman tekoon Provinssirockin Paviljonkiin tulevaan á la carte ravintolaan.

Paviljonki on Törnävän saarella sijaitseva vanha rakennus, joka toimii kesäisin lähinnä kesäteatteri käytössä. Jo edellisenä vuonna Paviljongista oli tehty festivaalin ajaksi á la carte –tyylinen ravintola, jossa festivaalin yleisö pystyi nauttimaan hyvästä ruoasta ja juomasta. Tänä vuonna ravintolaan haluttiin panostaa paremmin, sillä se oli osoittautunut toimivaksi. Tilaan haluttiin tänä vuonna kunnollinen sisustussuunnitelma, sillä edellisen vuoden ulkoasu oli aika vaatimaton paikan arvoon verrattuna.

Olin alusta alkaen hyvin innostunut projektista. Työn aloittaminen ja tekeminen tuntui helpolta, koska Selmun käytännöt olivat minulle jo entuudestaan hyvin tuttuja. Haastetta työhön toi minulle uuden tutkimusmenetelmän käyttäminen sekä se, että en itse tällä kertaa ole toteuttamassa suunnitelmaa. Tämän vuoksi suunnitelman tuli olla erittäin selkeä sekä sen esityskuvien mahdollisimman selkeitä ja helppolukuisia.

2 SELMU RY JA PROVINSSIROCK

Seinäjoen Elävän Musiikin yhdistys eli Selmu ry, tässä työssä käytetään lyhennettä Selmu, järjestää erilaisia musiikkitapahtumia ympäri vuoden kaiken ikäisille kansalaisille. Suurin ja merkittävin näistä tapahtumista on kesäkuun toisena viikonloppuna järjestettävä Provinssirock, mutta myös muina aikoina toiminta on vilkasta. Useimmiten tapahtumien järjestämispaikkana toimii Rytmikorjaamo. (Selmu ry, [Viitattu 20.4.2010]) Rytmikorjaamo on Seinäjoella Vaasantien varrella sijaitseva vanha postiautovarikko, jota kutsutaan myös leikkisästi Provinssirockin talvipesäksi. Klubi ja tapahtuma toiminnan lisäksi talossa on myös bändien harjoittelutiloja, musiikkialan yritysten toimistoja sekä nykyisin myös Selmun toimisto. (Rytmikorjaamo, [Viitattu 20.4.2010])

Törnävänsaarella Seinäjoella 32. kertaa järjestettävä Provinssirock on yksi suomen tunnetuimpia festivaaleja. Provinssirock on kehittynyt ja kasvanut paljon historiansa aikana ja se onkin vakiinnuttanut asemansa yhtenä kesän odotetuimmista tapahtumista. Tapahtuma on alusta asti järjestetty luonnon kauniilla Törnävän alueella, joka onkin yksi merkittävä tekijä Provinssirockin suosiossa. Lisäksi Provinssirock on yksi kesän ensimmäisiä suuria festivaaleja ja se onkin monelle kävijälle kesänavaus tapahtuma. Lisäksi sanonta ”Provinssi – ihmisten juhla” kuvaa hienosti tapahtuman tunnelmaa. (Provinssirock 2010, [Viitattu 20.4.2010])



Kuva 1. Selmu ry:n ja Provinssirock 2010 logot.

3 TYÖN ALOITUS

3.1 Brief

Työn tarkoitus on suunnitella sisustussuunnitelma Provinssirockin aikana paviljongiksi kutsuttuun rakennukseen perustettuun á la carte ravintolaan. Koska ravintolalla ei ollut vielä suunnittelun alussa nimeä, päätettiin se nimetä paikkansa mukaisesti Paviljongiksi. Nimi on ravintolalle osuva ja informatiivinen, sillä paviljonki tilana on varsin tunnettu, joten se kertoo asiakkaille heti, missä ravintola sijaitsee.

Ravintola on auki vasta toista vuotta. Sisustuksen tulisi olla mielenkiintoinen ja siitä pitäisi ilmetä, että ollaan festivaalialueella. Tunnelmaltaan ravintolasta halutaan kuitenkin rauhoittava keidas keskelle Provinssirockia. Ravintola on avoin koko Provinssirockin yleisölle, mutta sinne on varattu tietty määrä pöytiä VIP-asiakkaiden käyttöön, jolloin VIP-asiakkaat pääsevät syömään ilman jonottamista. (Hautala, 2010a)

Vaikka suunnitelmani ja tutkimukseni yksi aihe on asiakkaiden tyytyväisyyden ja mielipiteen selvittäminen, ei tutkimukseni ei kuitenkaan kohdistu asiakkaiden palvelutyytyväisyyden mittaamiseen, vaan siihen millaisessa ympäristössä asiakkaat haluavat palvelusta nauttia. Tämä on yksi hyvin tärkeä osatekijä ravintola-alalla, koska ulkonäön perusteella luodaan asiakkaille tietynlainen mielikuva koko ravintolasta.

3.2 Ravintola

Ravintola määritellään RT –kortin 94-10442 mukaan seuraavasti:

Ravintola on ravitsemisliike, jossa ruoan laatuun ja asiakkaiden viihtyvyyteen on kiinnitetty erityistä huomiota. Ravintolaksi luokitellaan myös sellainen ravitsemisliike, jonka toiminta-ajatusessa alkoholijuomien anniskelulla on

keskeinen merkitys. Ravintola voi käyttää myös toimintansa luonteen mukaista muuta nimitystä. (RT 94-10442)

Ravintola-ala on varsin paljon tutkittu aihe ja siitä löytyykin hyvin tietoa. Ravintola sisustuksen merkityksen määrittely on kuitenkin hieman vaikeaa, sillä ravintolan menestykseen ja suosioon vaikuttavat monet muutkin asiat, kuin vain sisustus. Kuitenkin esimerkiksi RT-kortistosta löytyy hyvin tietoa mitoituksista ja muista säännöksistä, joita ravintolaa suunniteltaessa täytyy ottaa huomioon.

3.3 Asiakaskunta

Koska ravintola on vielä uusi, ei siitä ole asiakaspalautetta käytettävissä. Hautalan mukaan Paviljonki -ravintola on suunnattu kaikille Provinssirockin vieraille, vaikka sinne onkin varattu tilaa VIP-asiakkaille. Ravintolan asiakkaita ovat todennäköisesti myös henkilöt, jotka työnsä puolesta tulevat vierailemaan Provinssirockissa. Asiakaskunnan odotetaan olevan iältään hieman vanhempaa noin 30 vuodesta ylöspäin. Tämä ikäluokka on määritelty niiden odotusten mukaan, joita ravintolaa kohtaan Selmun puolelta oli. Oletus perustuu lähinnä siihen, että kyseisen ikäisen asiakaskunnan oletetaan haluavan ja kaipaavan tasokkaita palveluita, hyvää ruokaa ja juomaa. (Hautala, 2010a).

3.4 Asiakkaiden huomioiminen

Asiakkaiden huomioiminen kaikessa suunnittelussa on yhä tärkeämpää. Tuotteiden ja palveluiden kehittyessä on entistä tärkeämpää huomioida asiakkaiden tarpeet ja toiveet osana kehitystyötä. (Koivisto, M. 2007)

Asiakkaalle palvelun ostaminen voi olla ikimuistoinen elämys, täysin rutinoitunut arkinen toimi tai välttämätön toimi arjen keskellä (Kinnunen 2004, 7). Mitä tehokkaammin palvelun suunnittelussa otetaan heti alusta asti huomioon asiakkaiden toiveet ja odotukset, sitä varmemmin palvelu myös saavuttaa asiakkaiden suosion (Solatie 2001, 10).

Ravintola palveluilla halutaan yleisesti tarjota asiakkaalle elämys, jonka vuoksi hän tulee käyttämään palvelua myös uudelleen. Myös festivaalit ovat elämys, josta useimmille kuluttajille jää ikuinen muisto. À la carte ravintolan uskotaan tuovan lisäarvoa festivaali muistolle (Hautala, 2010a), tämän vuoksi on myös tärkeää huomioida asiakkaat heti alusta asti, jotta palvelu myös kohtaisi asiakkaat ja näin ollen pystyttäisiin vaikuttamaan heidän elämykseensä.

3.5 Kuinka asiakkaiden mielipide saataisiin selville?

Aluksi ajatuksissa oli pitää koko työn viitekehyksenä palvelumuotoilua, mutta tarkemman pohdiskelun jälkeen todettiin, ettei palvelumuotoilun käyttö toisi työhön kaivattua lisäarvoa. Näin ollen palvelumuotoilusta viitekehyksenä päätettiin luopua. Koska palveluiden kehittäminen ja asiakkaiden mielipiteet ovat tärkeitä päätettiin kuitenkin tehdä asiakastutkimus, jotta saataisiin selville Provinssirockin asiakkaiden toiveet ja mielipiteet ruokapalveluiden kehittämisen suhteen. Näin saataisiin vielä tuoreelle liikeidealle vahva tuki ja tausta, jota vasten ravintolaa pystyttäisiin kehittämään myös tulevaisuudessa.

3.5.1 Tutkimusryhmän valinta

Luonnollisesti tutkimusryhmän rakennetta mietittäessä mieleen tuli käyttää tutkimuksessa henkilöitä, jotka ovat vierailleet Provinssirockissa ja pystyvät näin ollen hahmottamaan itsensä tilanteeseen, jossa heidän täytyisi valita ruokailupaikkansa festivaalialueella. Solatien (2001, 24) mukaan focusryhmä tutkimuksissa haastateltavien täytyy ehdottomasti kuulua kohderyhmään, sillä haastateltavien määrä tutkimuksessa on yleensä pieni. Ryhmädynamiikan toimimisen kannalta on myös tärkeää, etteivät haastateltavat ole läheisessä suhteessa keskenään ja heidän on hyvä olla eri ryhmien edustajia (Solatie 2001, 25)

Tutkimuksessa päätettiin demografisina tekijöinä käyttää ikää ja sukupuolta sekä valita asenteeltaan avoimia henkilöitä. Asenteen avoimuudella tarkoitetaan, että henkilö ei saa olla liian voimakastahtoinen, jolloin hän saattaisi hallita keskustelua liikaa. Iän alarajaksi asetettiin 30 vuotta ja ryhmä kasattiin niin, että siihen kuului yhtä monta naista ja miestä. Näin ryhmästä saataisiin tasapainoisempi, eikä vastaukset vääristyisi sukupuoli erojen takia. Henkilöt pyrittiin myös valitsemaan niin, että he olisivat vierailleet festivaaleilla sekä käyttävät ravintolapalveluita. Näin he pystyisivät helposti mielessään asettamaan itsensä tilanteeseen, jossa joutuvat palvelua käyttämään.

3.6 Kuluttajatutkimus

Kuluttajatutkimus päätettiin toteutettiin kahdessa vaiheessa, koska näin saataisiin laaja-alaisesti selville asiakkaiden toiveet ja odotukset ravintolaa kohtaan. Kuluttajatutkimuksen avulla haluttiin selvittää mitä mielikuvia asiakkailla on Provinssirockin ruokapalveluista sekä mitä parannettavaa heidän mielestään ruokapalveluissa olisi. Lisäksi haluttiin saada selville tuntevatko asiakkaat, että á la carte –tyyppisellä ravintolalla olisi kysyntää ja tulisiko heidän itsensä käytettyä tällaista palvelua sekä millainen ravintolan sisustuksen tulisi olla, jotta siellä tuntisi olonsa mukavaksi ja viihtyisäksi.

3.6.1 Kuluttajatutkimuksen vaihe 1, asiakaskysely

Ensimmäisenä valittiin Selmun asiakastiedoista kahdeksan kohdehenkilöitä, jotka olivat työnsä puolesta olleet aikaisempina vuosina Provinssirockin asiakkaina. Heitä lähestyttiin kyselyn avulla, joka toteutettiin sähköpostin välityksellä.

Kyselyssä henkilöitä päätettiin lähestyä lyhyesti ja tehokkaasti. Kyselystä ei haluttu tehdä pitkää ja monimutkaista, koska silloin vastaaminen voisi tuntua epämiellyttävältä. Ensimmäisestä kyselyversiosta karsittiinkin entistä tiivistetympi versio, jotta saataisiin selville vain olennainen tieto. (Liite 1.)

Tutkimus toteutettiin Google Docs –palvelun avulla (Saatavana: <http://docs.google.com/>. [Viitattu 19.4.2010] . Palvelu tarjoaa ammattimaisen ja helppokäyttöisen lopputuloksen, jonka käyttö on helppoa niin asiakkaalle kuin tutkijallekin. Palvelun avulla vastaukset tulevat tutkijalle anonyymissä muodossa valmiiseen taulukkoon, josta niiden analysointi on helppoa.

3.6.2 Kuluttajatutkimuksen vaihe 2, focusryhmä keskustelu

Toinen vaihe kyselystä toteutettiin focusryhmä keskusteluna. Focusryhmän käyttö todettiin soveliaaksi vaihtoehdoksi, koska sen avulla pystyttäisiin saamaan syvällisempi näkemys asiakkaiden käyttäytymisestä (Solatie 2001, 12). Solatien (2001, 13) mukaan focusryhmän käyttö on hyvä vaihtoehto markkinoiden toimimisen testaamisessa, varsinkin silloin kun testattava asia on uusi tai halutaan selvittää uusia ideoita. Ravintola ei itsessään ole uusi idea, mutta sen sijainti Provinssirockin festivaalialueella on. Tämän vuoksi focusryhmän käyttö todettiin soveltuvaksi tutkimukseen.

Vaikka focusryhmän ryhmäkoon minimi suositus on kuusi henkilöä (Solatie 2001, 10), ryhmä toteutettiin pienimuotoisena, koska työn kannalta ei nähty tarpeelliseksi järjestää suurta ja pitkään kestävä focusryhmä keskustelua. Focusryhmään oli tarkoitus valita neljä henkilöä, jotka iältään ja luonteeltaan vastaisivat mahdollisimman hyvin Provinssirockin Paviljonki -ravintolan kohderyhmää. Tässä jouduttiin kuitenkin tekemään poikkeus, sillä ryhmän kokoontumisajan kohta osottautui viime hetkillä sopimattomaksi siihen ilmottautuneille henkilöille. Tämän vuoksi ryhmään jouduttiin kutsumaan henkilö, joka ei iältään sopinut täysin kohderyhmään. Hän on kuitenkin useasti Provinssirockissa jo vierailut henkilö, joka arvostaa hyvää ruokaa ja juomaa, joten hänen katsottiin poikkeustapauksen vuoksi sopivan ryhmään.

Materiaali focusryhmä keskustelua varten valittiin huolella, jotta ryhmän keskustelu ohjautuisi luonnostaan valittuihin tyyliuuntiin (ks. otsikko 4.1 Tyyliuuntien valinta). Aluksi ryhmä täytti yksilöllisen kyselylomakkeen, jonka avulla saatiin

selville heidän henkilökohtainen mielipiteensä tyyli suunnista. Tämän jälkeen ryhmä keskusteli tyyli suunnista yksi kerrallaan ja valitsi kuvien joukosta miellyttävimmät kuvat. Lopuksi ryhmä kasasi kaikkien tyyli suuntien kuvista mieluisimman kokonaisuuden, perustuen siihen millaisessa ravintolassa he tuntisivat viihtyvän parhaiten.

4 SUUNNITTELU

4.1 Inspiraatio



Kuva 2. Kollaasi erilaisista ravintoloista.

Suunnittelun alussa etsittiin internetistä erilaisia ravintolakuvia, joiden perusteella pystyttiin keskustelemaan sisustuksen suunnasta. Kuvat ovat hyvä keino määritellä minkä tyylistä halutaan tai ei haluta. Erilaiset kuvat herättivät paljon keskustelua, jonka perusteella pystyttiin valitsemaan sopivimmat tyylit Paviljonki -ravintolaan.

4.2 Tyylisuuntien valinta

Suunnittelu alkoi focusryhmälle esitettävien tyylisuuntien valinnalla. Keskustelimme valittavista tyylisuunnista Selmun edustajan Milla Hautalan kanssa ja päätimme rajata aiheet kolmeen tyylisuuntaan. Aiheet valikoitiin sen mukaan, mikä mielikuva ravintolasta haluttiin antaa sekä ruokalistaan, jonka catering-palvelun tarjoaja, Savonmafia Oy, oli laatinut (Liite 2.) Näihin valintoihin päädyttiin, koska ravintolaan haluttiin tietynlainen tunnelma. Selmun odotukset ravintolaa kohtaan olivat, että tilan tulisi olla rauhallinen, mutta mielenkiintoinen. Ravintolasta ei haluttu liian erikoista, koska ravintola sijaitsee festivaalialueella. Tämän haluttiin näkyvän myös sisustuksessa. (Hautala, 2010b).

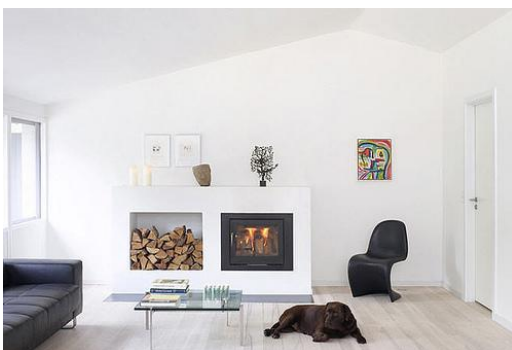
Tyylisuunniksi valittiin arvokas ja hienostunut barokki (Kuva 3 ja Kuva 4), pelkistetty scandinavisuus (Kuva 5 ja Kuva 6) sekä iloinen ja värikäs seka -tyyli (Kuva 7 ja Kuva 8). Kyseiset tyylisuunnat tunnettiin sopivimmiksi Paviljonki –ravintolaan. Focusryhmä keskustelun pohjalta päätettäisiin, mitä tyyliä tilassa lopulta tultaisiin käyttämään.



Kuva 3. Barokki –tyyli, osa 1/2.



Kuva 4. Barokki –tyyli, osa 2/2.



Kuva 5. Skandinaavinen –tyyli, osa 1/2.



Kuva 6. Skandinaavinen –tyyli, osa 2/2.



Kuva 7. Seka –tyyli, osa 1/2.



Kuva 8. Seka –tyyli, osa 2/2.

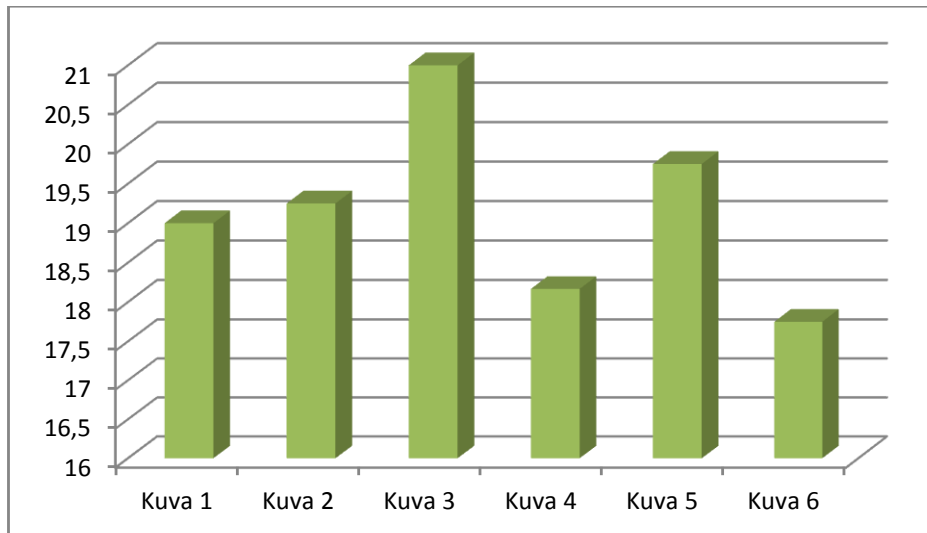
4.3 Asiakaskyselyn vastaukset ja analysointi

Ensimmäisen vaiheen asiakaskyselyyn saatiin neljä vastausta. Vaikka kyselyn vastausprosentti oli odotettua pienempi, pystyttiin sen perusteella toteamaan, että ravintolalle todella voisi olla kysyntää. Lisäksi kyselyn perusteella saatiin selville, että ruokailupaikasta toivottiin rauhallista levähdyspaikkaa, jossa voisi hengähtää hetken hektisen festivaalin keskellä. Tämä vahvisti jo olemassa olevia ennakkokäsityksiä ja toiveita, joita ravintolaa kohtaan oli myös Selmun puolelta.

Focusryhmä keskustelussa (2010) kohdehenkilöt keskustelivat hyvin yksimielisesti heille ehdotetuista tyyli-suunnista. Barokki-suunta koettiin aivan liian hienoksi, jotta sinne pystyisi menemään tavallisissa vaatteissa. Tämän suunnan juhlan tuntu herätti henkilöissä tunteen, että kyseessä olisi hieno tilaisuus, jonne pitäisi myös pukeutua hienosti. Skandinaavinen tyyli oli kaikille mieluinen, mutta kun tehtävissä hahmoteltiin kokonaisuutta, joka olisi pelkästään skandinaavinen todettiin tyylin olevan hieman kylmä ja siihen kaivattiin lisää väriä sekä jotain mielenkiintoista. Värikäs tyyli puolestaan tuntui ihmisistä vähän liian sekavalta, vaikkakin värit olivat piristäviä. Värien vaikutusta he arvioivat kuitenkin niin, ettei tällaisessa ravintolassa pystyisi rentoutumaan. Ryhmäläiset olivat tunsivat, että kyseessä olisi lähinnä pikaruokaravintola.

Parhaaksi vaihtoehdoksi keskustelun aikana valikoitui skandinaavisen ja värikkään tyyli-suunnan yhdistäminen. Tilasta haluttaisiin valoisa, mukava ja rauhallinen, mutta kuitenkin sopivan värikäs ja mielenkiintoinen. (Focusryhmä keskustelu, 2010)

Taulukosta on havaittavissa, että focusryhmälle teetetyn yksilöllisen kyselyn perusteella samat tyyli-suunnat, jotka nousivat myös ryhmän kesken mieluisimmiksi, olivat yksilötasollakin kaikista mieluisimpia.



Kuvio 1. Focus-ryhmäläisten yksilöllinen näkemys mieluisimmista kuvasta.

Tyyliisuuntien lisäksi focusryhmän keskustelun pohjalta nousi selvästi esille, että ravintolassa olisi mukava olla erillinen istuskelualue, johon voisi siirtyä aterian jälkeen nauttimaan virvokkeita tai tulla festivaalin aikana istuskelemaan ja rentoutumaan hetkeksi. Istuskelualueesta toivottiin rentoa ja kotoisaa.



Kuva 9. Focusryhmän kollaasi mieluisimmista ravintolasisustuksesta.

4.4 Paviljonki tilana

Ravintolan sijainti paviljongissa on merkittävä sisustussuunnittelun kannalta. Tila on vanha ja sillä on pitkä historia. Tilaa haluttiin korostaa ja tuoda esille suunnittelussa (Hautala, 2010).

Paviljonki on kookastila, 308 neliometriä, mutta sen monikulmainen muoto tuo tilan käytölle omat haasteensa. Lisäksi salin keskellä sijaitsee massiivinen tukipalkki, joka syö osansa käyttöneliöistä. Tilassa on myös näyttämö, joka on kooltaan 63 neliometriä. Näyttämön käyttöä rajoittaa siitä puuttuva kaide, koska näyttämöä ei ole suunniteltu yleisön käyttöön. Jos näyttämölle haluttaisiin rakentaa kaide täytyisi asiasta ottaa yhteyttä kaupungin isännöitsijä Erkki Havimäkeen, jonka kanssa voisi sopia rakennus- ja materiaalikustannuksista sekä työn tekijästä. (Värn, 2010)

4.4.1 Ravintola mitoituksia

Suunnittelussa täytyy ottaa huomioon erilaisia mitoituksia ja kalusteiden pinta-ala vaatimuksia. Asiakaspaiikkojen ja kalusteiden pinta-ala –vaatimusten selvitys on helppoa valmiiden säännösten avulla.

Taulukon 1 mukaisesti pystytään laskemaan kuinka monta asiakapaikkaa tilaan teoreettisesti mahtuisi. Paviljonki –ravintola määriteltiin taulukon mukaan ruokaseurustelu ravintolaksi, jossa on pöytiin tarjoilu. Näin ollen tilaa yhtä asiakaspaiikkaa kohti tulisi varata 1,5 - 2,5 neliometriä.

Asiakaspaiikat laskettiin seuraavan kaavan mukaisesti:

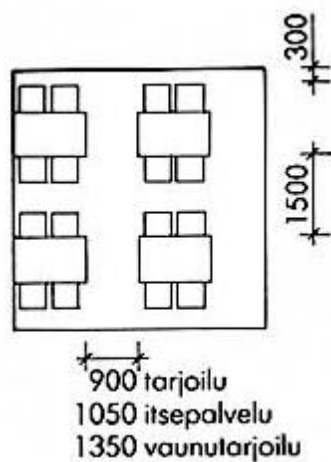
$$308 \text{ m}^2 : 2 \text{ m}^2/\text{asiakas} = 154 \text{ asikasta}$$

Kaava 1. Asiakaspaiikkoja Paviljonki –ravintolassa.

Ravitsemisliikkeiden keskimääräinen yleismitoitus.












liiketoiminta- alueen mukainen ravitsemisliike	m ² /asiakaspaikka	
	asiakastilat/sali	keittiö, varastot
1 - 2 seurustelu-ruoka		
ruoka-seurustelu		
· edustusravintola	1.5...2.5	0.2...0.9
· bankettitila	1.0...1.3	
· lounasravintola		
- pöytiintarjoilu	1.2...1.9	
- itsepalvelu	1.3...1.7	
- seisova pöytä	1.6...2.0	
3 - 4 seurustelu-viihde	1.0...2.5	0.1...0.6
viihde-seurustelu		
· yökerho		
· tanssiravintola		
· disko		
5 - 6 seurustelu-juoma	1.0...1.5	0.1...0.7
juoma-seurustelu		
· kantaravintola		
· pub		
· kortteliravintola		
7 kahvila		0.2...0.6
- pöytiintarjoilu	1.0...1.5	
- itsepalvelu	1.2...1.7	
8 fast-food	1.0...2.2	0.2...0.8

Taulukko 1. Ravitsemusliikkeiden keskimääräinen yleismitoitus.



Kuva 10. Neljän hengen pöytäryhmien vaatimia mitoituksia.

Eri pöytätyyppien käytävään asiakaspaikkaa kohti vaatimia pinta-aloja.

tarjoilujärjestelmät m ² /asiakas pöytätyypeittäin											
											
pöytiin tarjoilu	1,7...2,0	1,3...1,7	1,0...1,2	1,3...1,5	1,0...1,3		0,9...1,4	0,7...1,0	1,1...1,4	1,4...1,6	1,7...2,0
itsepalvelu											
vain ruokailualue				1,5...1,7	1,2...1,4	1,1...1,3					
myös tarjoilualue				1,7...2,0	1,3...1,8	1,2...1,6		0,9...1,4			
itsepalvelu/ astioiden palautus											
vain ruokailualue				1,3...1,5	1,0...1,2	0,9...1,1					
myös tarjoilualue				1,5...1,9	1,2...1,6	1,1...1,5					

Taulukko 2. Pöytätyyppien vaatimia pinta-aloja.

4.5 Rajaukset

Yksi hyvin tärkeä asia suunnittelussa oli suunnitelman helppous. Tilasta täytyisi saada hyvin pienin elementein tehtyä houkutteleva ja viihtyisä. Tämä rajaus perustuu siihen, että tänä vuonna ravintolan sisustamisen joutuvat toteuttamaan Selmun työntekijät itse, koska tilaan ei mitä todennäköisimmin saada ketään ulkopuolista sisustuksen toteuttajaa. Tämä rajaus on hyvin merkittävä ja on otettava tarkasti huomioon suunnittelussa ja varsinkin Selmulle tehtävissä työsuunnitelmissa.

Ravintola tilassa täytyy huomioida myös paloturvallisuus, joka merkittävästi vaikuttaa myös tilassa käytettyihin materiaaleihin.

”Ravintola- ja kahvilatilojen sisustuksen tulee olla syttyvyysluokaltaan SL1, vaikeasti syttyviä. Jos tilassa on automaattinen sammutusjärjestelmä, luokka voi olla SL2, tavanomaisesti syttyvä Valitsemalla kuitenkin vaikeasti syttyviä tuotteita vältetään palon estämisen lisäksi kuumuuden, savun ja myrkyllisten kaasujen aiheuttamilta haitoilta Pehmustettujen kalusteiden päällysteiden lisäksi tulee kiinnittää huomiota täytteen palo-ominaisuuksiin.” (RT 94-10442)

Budjetti sisustukselle on pieni ja epämääräinen. Hautalan (2001b) kanssa sovittiin, että budjetin koko on muutama sata euroa. Tämä tarkoittaisi sitten kun suunnitelma on valmis ja tiedettäisiin, mitä tilaan saisi milläkin määrällä rahaa.

Lisäksi tilaan täytyisi saada näkyvyyttä yhteistyöyrityksille. Yrityksiä ovat catering-palvelusta vastaava Savonmafia Oy, Hartwall sekä I-Print.

Savonmafialta ravintolaan tulee tuolit, jotka rajoittavat tyylillään ja värillään tilan suunnittelua. Tuolit ovat metallirunkoiset ja niiden istuimet on päällystetty vahvan vihreällä kankaalla. Lisäksi Savonmafia tuo tullessaan valkoiset pöytäliinat sekä tuoleihin sointuvat kattaustekstiilit. (Jaksola, 2010). Näihin valintoihin ei pystytty vaikuttamaan, joten ne täytyi ottaa haasteena. (Kuva 11.)



Kuva 11. Savonmafialta tulevat tuolit, pöytäliinat ja kattaustarvikkeet.

Toinen ravintolaan mainostilaa tarvitseva yritys on Hartwall. Hartwallin mainokset ovat todennäköisesti banderolleja, joita pitäisi ripustaa tilaan. Lisäksi heillä on myös logot esimerkiksi kylmäkalusteissa.

I-Printillä on mahdollisuus ja halu tulostaa vanhoja Provinssirock –julisteita, joita tulisi sijoittaa tilaan. Näin myös heille tulisi mainostilaa ravintolasta. (Uitto, 2010)

4.6 Suunnittelu prosessi

Suunnittelu prosessi käynnistyi jo valittaessa tyyliisuuntia focusryhmä keskustelua varten. Jo tuolloin haluttiin kaikista maailman tyyleistä rajata ne sopivimmat kohteeseemme. Tämä rajaus tehtiin myös sen näkemyksen mukaan, mikä suunnittelijalla ja Selmulla oli tilasta. Tähän ensimmäiseen valintaan vaikutti myös ruokalista (Liite 2), joka saatiin ravintolan Savonmafialta. Myös tämän luoma mielikuva vaikutti tyyliisuunta valintoihin merkittävästi. Valinta haluttiin kuitenkin varmistaa vielä asiakkailta, jotta tilasta saataisiin hyvin harkittu ja sen sisustuksesta perusteltu.

Kun asiakkaiden mielipide saatiin focusryhmä keskustelun avulla selville, saatiin varmennus suunnasta, joka oli Selmun ja suunnittelijankin mielestä paras, eli skandinaavisen ja seka -tyylin yhdistelmä. Tässä tyyliissä saataisiin parhaiten korostettua tilan valoisuutta, ympäröivää luontoa ja tunnelmaa.

Kun suunnitelman tyyliisuunta ja kaikki rajoitukset oli saatu kartoitettua, päästiin itse suunnittelun tekemiseen. Suunnitelman tekeminen itsessään sujui kohtalaisen pienin ongelmin. Työn edetessä rajoitukset osoittautuivat pikemminkin hyödyksi kuin haitaksi, koska hyvin rajattua suunnitelmaa oli helpompi työstää. Lopullisessa suunnitelmassa saatiin kaikkien osapuolten näkemykset ja toiveet toteutettua sekä otettua huomioon myös asiakkaiden toiveet tilan sisustuksesta. Ainut ongelma suunnitelman tekemisessä oli aikataulu. Aikataulu osoittautui vaikeaksi, koska oppinnäytetyö täytyi valmistua huomattavan paljon aikaisemmin kuin se festivaalin kannalta olisi ollut tarpeen. Tämän vuoksi yhteistyö yritysten, kuten Savonmafian vastauksissa sähköpostiin kesti huomattavan kauan ja suunnitelman loppuun saattaminen venyi viime hetkeen. Tämä on hyvin tavallista tapahtumia suunniteltaessa, mutta oppinnäytteen kannalta se oli erittäin valitettavaa.

5 SISUSTUSSUUNNITELMA

5.1 Värimaailma

Ravintolan värimaailmaan vaikutti vahvasti sille luodut toiveet. Tilan täytyi olla rauhallinen, rentouttava ja hauska. Lähdimme etsimään vastauksia näihin toiveisiin väriopin kautta.

Väri	Vaikutus esineissä koko	Vaikutus esineissä paino	Vaikutus tilassa
Punainen	suurentaa	suurentaa	melun haitat korostuvat, lämmin, stimuloiva, kiihottava
Oranssi	suurentaa	suurentaa	melun haitat korostuvat, lämmin, kiihottava, energinen, stimuloiva, voimakas
Keltainen	suurentaa	suurentaa	melun haitat korostuvat, lämmin, kiihottava, inspiroiva
Sininen	pienentää (vaalea) suurentaa (tumma)	pienentää (vaalea) suurentaa (tumma)	melun haitat neutraloituvat, viileä, avautuva, etäinen, rauhoittava, turvallinen, hiljainen
Vihreä	pienentää (vaalea) suurentaa (tumma)	pienentää (vaalea) suurentaa (tumma)	melun haitat neutraloituvat, viileä, avautuva, etäinen, rauhoittava, turvallinen, hiljainen
Violetti	pienentää	suurentaa vähän	melu voi korostua, viiläe, läheinen, sulkeva, rauhaton, mystinen, aggressiivinen
Musta	pienentää	suurentaa	neutraali melun suhteen, sulkeva, raskas, ehdoton, alistava
Valkoinen	suurentaa	pienentää	melu voi korostua, neutraali, avautuva, puhdas, kevyt

Taulukko 1. Värien elämykselliset vaikutukset (Korkeamäki ym. 1999, 116).

Koska ravintola sijaitsee festivaalialueella, on melun määrä mitä luultavimmin melkoinen. Tämän vuoksi tilaan haluttiin valita värejä, jotka lieventäisivät melusta johtuvia haittoja ja saisivat tilan tuntumaan rauhalliselta ja miellyttävältä. Myös luonnonläheisyyttä haluttiin korostaa, joten päädyttiin tilaan valitsemaan vihreän, sinisen, ruskean ja valkoisen sävyjä. Tila jo itsessään on hyvin vaalea ja lisäksi valkoiset pöytäliinat (Kuva 11.) tuovat tilaan lisää vaaleutta. Väriä ja hauskuutta tilaan tuotiin julisteiden avulla, joka oli myös yksi vaatimus I-Printin yhteistyön vuoksi.

5.1.1 Julisteet ja banderollit

Uitto (2010) kertoi, että I-Printillä on mahdollisuus painaa vanhoja Provinssirock julisteita. Niitä olikin käytetty tilassa jo edellisenä vuonna. Vanhat Provinssirock julisteet koettiin kuitenkin liian värikkäiksi, koska niiden värit eivät vastanneet tilaan valittuja värejä. Lisäksi niiden tunnelma oli tilaan sopimaton (Kuva 12). Käyttämällä jälleen vanhoja julisteita koettiin, että tilasta saattaisi tulla joko näyttelymäinen tai sekava. Tämä ei ollut tilasuunnittelun tavoite, joten niiden käytöstä päätettiin luopua.



Kuva 12. Kollaasi eri vuosien Provinssirock julisteista.

Provinssirockin vuoden 2010 ilme, oli jo valmiiksi vihreä-sininen, joten tätä päätettiin käyttää ravintolassa hyväksi. I-Printin markkinointipäällikkö Anna-Maija Uitto (2010) kertoi, että julisteiden rajoituksia ovat koko sekä materiaali. Julistetta pystytään tulostamaan vain 0,5 metriä leveänä, mutta pituutta paperirullassa on 8 metriä. Kangas banderollien painaminen ei enää ole I-printillä mahdollista, vaan ne täytyisi teetättää alihankintana (Uitto, 2010). Tähän ei kuitenkaan haluttu lähteä,

sillä se olisi luonut vain lisäkustannuksia. Koko rajoitusten vuoksi päädyttiin käyttämään pitkiä ja kapeita julisteita, joita tulisi tilaan useita. Näin tilaan saataisiin väriä ja I-Print saisi myös reilusti mainostilaa ravintolaan. Selmulle julisteiden käyttö on ilmaista, sillä sponsorina I-Print painaa julisteet ilmaiseksi, samalla saaden ravintolasta mainostilaa.

Ikkunoiden alle (ks. kuva 13 ja kuva 14) sijoitettiin pitkiä vihreä-sinisiä leiri – julisteita (kuva 15). Ne tuovat väriä sekä visuaalisesti mielenkiintoisen elementin ikkunaseinustalle. Lisäksi ne sijaitsevat lähellä asiakkaita, jolloin mainoksen näkyvyys tehostuu. Julisteet kiinnitetään ikkunan alle seinään niittaamalla, jolloin niiden asentaminen ja poistaminen on erittäin helppoa ja nopeaa. Julistetta tarvitaan kolme rullaa eli 24 metriä.



Kuva 13. Salin vasemmalle reunalle sijoitettu leiri –juliste.



Kuva 14. Salin oikealle puolelle sijoitettu leiri –juliste.



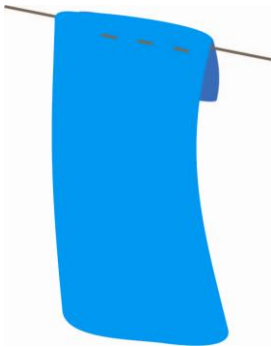
Kuva 15. Ikkunien alle sijoitettava juliste.

Näyttämön eteen haluttiin sijoittaa jokin visuaalinen este, koska näyttämöllä ei tapahdu mitään. Näin tyhjä näyttämö ei herätä huomiota, eikä turhaan saa asiakkaiden mielenkiintoa. Näyttämön eteen päätettiin ripustaa sini-vihreitä julisteita, joissa esiintyy Provinssirockin kotisivuilta tuttu lehmä (kuva16). Lisäksi monella usealla julisteella saatiin tilaan tehokkaasti tuotua väriä ja mielenkiintoa.



Kuva 16. Näyttämön eteen sijoitettava juliste, sijoitetaan todellisuudessa pystyyn.

Julisteita ripustetaan näyttämön eteen kattopalkkien väliin pingotettuun vaijeriin 10 kappaletta. Julisteen yläreuna taitetaan vaijerin ympäri ja niitataan kiinni (kuva 17). Julisteen alalaita niitataan kiinni näyttämön reunaan, jotteivät julisteet liiku holtittomasti ilmavirtojen mukana. Vaijeria sekä vaijerilukkoja löytyy Selmun varastosta, joten niidenkään hankinnasta ei synny kustannuksia. Julistetta tarvitaan viisi rullaa, koska yhdestä rullasta saa kaksi julistetta. Koska julisteet ovat niin pitkiä ja suurimmaksi osaksi ne roikkuvat ilmassa, ei hukkapaloja valitettavasti pystytä käyttämään hyväksi.



Kuva 17. Esimerkki kuva julisteen ripustamisesta ja niittauksesta.

Mainosbanderollien sijoittaminen tilaan ei sisustuksellisesti ole paras ratkaisu, mutta tapahtumasuunnittelussa tämä täytyy ottaa huomioon, sillä sponsoreiden täytyy saada näkyvyyttä. Koska Hartwall on erittäin suuri sponsori täytyy sille luoda mainostilaa myös Paviljongista. Paras paikka banderolleille on salin perällä ikkunoiden edessä (Kuva 18). Näin myös näkymä paviljongin taakse peittyy, mikä on hyvä, sillä siellä sijaitsee muun muassa henkilökunnan alueita ja liikuteltava keittiövaunu, jonka Savonmafia tuo paikalle.



Kuva 18. Mainosbanderollin sijoittaminen tilaan.

5.2 Kalusteet

Kalusteet sijoitettiin tilaan niin, että ruokailu sijoittuu etuosaan salia tultaessa sisään. Näin suuri osa pöydistä sijoittuu hyvälle paikalle ikkunoihin nähden, jolloin asiakkaat voivat seurata ihmisten virtaa ruokaillessaan. Istuskelualue sijoitettiin salin takaosaan, jolloin sille muodostui rauhallisempi alue. Lisäksi salin takaosa on hivenen hämärämpi, jolloin istuskelualueesta tuli hieman intiimimpi kuin ruokailualueesta. (Kuva 19).

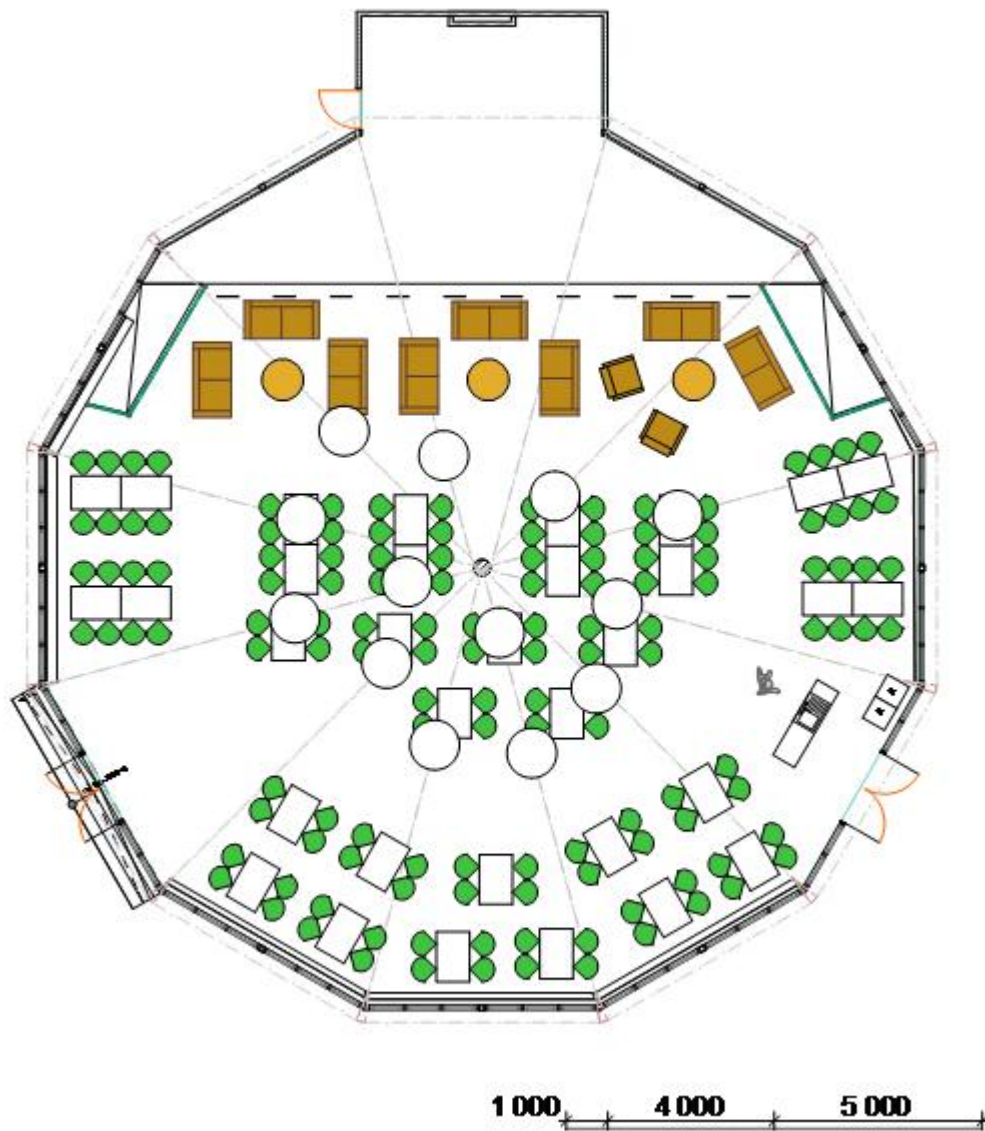
Koska ravintolan sisustukseen varattu budjetti oli hyvin pieni, päädyttiin tilassa käyttämään kierrätyskalusteita. Osa näistä löytyy valmiiksi Selmun varastosta, osa hankitaan kierrätyskeskuksesta sekä kirpputoreilta. Tarkkoja kalusteita ei pystytty suunnitelmaa tehtäessä valitsemaan, sillä Selmun varastossa sijaitsevat kalusteet oli varastoitu niin, ettei niitä pääse näkemään ennen kuin edestä viedään tavaraa pois. Suunnitelman takia tavaroita ei haluttu lähteä siirtämään, sillä ne puretaan varastosta vasta hieman myöhemmin. Näin ollen sovittiin, että Selmun työntekijät

valitsevat kalusteet varastostaan itse ja hankkivat puuttuvat suunnitelman antamien ohjeiden mukaisesti.

Sohvien pääkriteeri oli, että niiden täytyy olla ruskeita ja mielellään nahkaisia. Nahka ja polyesterikeinonahka ei ole kovin helposti syttyvää pienestä tulitikun liekkiä vastaavasta liekistä eikä tupakasta (Rämö ja Ylä-Sulkava 1999, 13). Sohvien tyyliä ei pidetty tärkeänä kriteerinä budjetillisista syistä. Pääperiaate kuitenkin oli, että niiden tulisi olla mahdollisimmin pelkistettyjä ja yksinkertaisia. Tilaan päädyttiin valitsemaan kahdeksan kahden hengen istuttavaa sohvia, sekä kaksi nojatuolia. Näistä muodostettiin kolme istuskeluryhmää, jolloin istuskelualueen asiakaspaikkoja on 18 kappaletta. Lisäksi jokaiseen ryhmään valittiin yksi sohvapöytä, jonka päälle saisi asetettua juomansa.

Ruokailuryhmät koostuivat pöydistä, jotka tulivat Rytmikorjaamolta sekä Savonmafialta tulevista tuoleista. Pöytien koko on 80 x 120 senttimetriä, eli niiden ympärille mahtuu neljä ruokailijaa kerrallaan. Ruokapöydät päädyttiin asettelemaan lähes samalla tavalla kuin edellisenäkin vuonna. Suurin syy tähän on tilan rajoitukset. Monikulmaiseen tilaan on erittäin hankala sijoittaa ruokailuryhmiä niin, että niiden kulkuväylät jäisivät riittävän suuriksi. Näin ollen tilaan päädyttiin sijoittamaan kahdeksan kappaletta 8-hengen ruokailuryhmää, sekä 17 kappaletta neljän hengen ruokailuryhmää. Näin jokaiselle ryhmälle saatiin kunnon kulkuväylät ja omaa rauhaa, joka tunnettiin tärkeäksi tilassa, jonne halutaan tulla rentoutumaan ja hengähtämään. Asiakaspaikkoja ruokailualueelle tulee näin ollen 132 kappaletta.

Laskettaessa yhteen istuskelualueen ja ruokailualueen asiakaspaikat kokonaismääräksi tulee 150 asiakaspaikkaa. Tämä on tilaan sopiva määrä, vaikkakin se on neljä paikkaa vähemmän kuin kaavan 1 mukaan.



Kuva 19. Lopullinen pohjapiirros.

5.3 Kulkuesteet

Koska näyttämö ei ole asiakkaille sallittua aluetta, rajataan se käyttäen Selmulta löytyviä tolppia sekä köyttä. Tämä on helppo, yksinkertainen ja edullinen tapa rajata ei sallittu tila asiakkailta.

Lisäksi henkilökunnan kulkuovi johtaa alueelle, jonne asiakkaiden pääseminen ei ole sallittua. Tänne pääsy estetään visuaalisesti sijoittamalla palvelutiski oven eteen. Fyysistä kulkuestettä oven eteen ei voida sijoittaa, sillä henkilökunnan täytyy päästä kulkemaan ovesta. (Ks. kuva19).

5.4 Valaisimet

Paviljongissa on hyvin luonnonvaloa sen runsaiden ikkunoiden ansiosta. Silti tila tuntuu hämärältä, koska aurinkoisena päivänä ulkoa tuleva valo on niin voimakas. Tila kaipaa siis selvästi myös tunnelmavalaistusta. Tämä päätettiin toteuttaa riisipaperivalaisimilla, jotka käsiteltäisiin paloturvallisiksi palonsuoja-aineella. Aine ei muuttanut valaisimien ulkonäköä. Myöskään valon ollessa päällä, ei lampussa ollut havaittavissa merkittäviä muutoksia.

Riisipaperivalaisimiin päädyttiin, koska valaisimia haluttiin tilaan monta kappaletta tuomaan mielenkiintoa, mutta budjetti ei sallinut kalliimpien valaisimien hankintaa. Näin ollen edullinen ja helppo riisipaperivalaisin todettiin parhaaksi vaihtoehdoksi. Edullisia ja riittävän suuria riisipaperivalaisimia löytyi Ikeasta. Regolit – riisipaperivarjostin on halkaisijaltaan 60 senttimetriä ja maksoi vain 5,95 € kappaleelta (Kuva 20). Niitä sijoitettiin tilaan 13 kappaletta, jolloin kokonaiskustannukseksi tuli vain 77,35 €. Lamput varjostimiin löytyivät Selmun varastosta, joten niitä ei tarvitse erikseen hankkia. Valaisimien määrä tuntuu paljolta, mutta tila on suuri, joten pari kappaletta olisi näyttänyt todella mitään sanomattomilta. Näin suurena joukkona valaisimet tuovat tilaan näyttävyttä ja mielenkiintoisen elementin.



Kuva 20. Regolit-riisipaperivalaisin.

6 ESITYSKUVAT SELMULLE

Opinnäytetyön yksi tavoite oli tehdä suunnitelmasta mahdollisimman yksinkertainen ja helppo lukuinen. Suunnitelmasta tuli erittäin yksinkertainen, koska tilaan kaikki tilaan tuotavat elementit ovat yksinkertaisia ja helppoja asentaa. Lisäksi elementtejä ei tullut montaa kappaletta, vaan näyttävyyttä haettiin lähinnä massan avulla. Useat julisteet tuovat tilaan väriä ja riisipaperivalaisimet yllättävän, mutta hauskan elementin.

Suunnitelma täytyi saada erittäin yksinkertaiseen muotoon myös esityskuviltaan, jolloin sen lukeminen on helppoa eikä väärinkäsityksiä synny. Parhaaksi vaihtoehdoksi suunnitelman esittämiseen valittiin A3-kokoiset planssit, joihin sijoitetaan pohjakuva sekä esityskuvia tilasta. Lisäksi planssiin kirjoitettiin selventäviä tekstejä, joiden avulla kuvia pystyttiin selittämään paremmin. (Liite 3).

Lisäksi laadittiin lista tarvikkeista ja materiaaleista, joita tilaan tarvitaan. Näin Selmun työntekijöiden on helppoa kerätä tarvittavat materiaalit sekä tarvikket ja käydä kokoamassa sisustus paviijonkiin. (Liite 4).

7 ASIAKKAIDEN HUOMIOIMINEN JATKOSSA

Opinnäytetyöhön ei kuulu asiakastutkimusten teko, mutta tulevaisuutta varten suosittelen Selmua järjestämään ravintolaan asiakaspalautelomakkeita, joiden avulla asiakkaat saisivat mielipiteensä kuuluviin. Näin ollen tulevaisuudessa pystyttäisiin käyttämään asiakaspalautetta paremmin hyödyksi niin sisustus- kuin palvelusuunnittelussakin.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTAA

Sisustussuunnitelman tekeminen Selmulle oli minulle tuttua useiden edellisten töiden vuoksi. Tämänkin työn tekeminen eteni niin kuin aluksi itse oletin. Pieniä ongelmia esimerkiksi tietojen saannissa oli, mutta niistä selvittiin. Lisäksi tiedän, että suunnitelmien tekeminen tällaisessa yhteisössä ei suju koskaan aikataulussa. Tälläkin kertaa se venyi aivan viime tippaan ja lisäksi jouduimme tekemään kompromisseja esimerkiksi sohvien valinnan vastuun siirtämisestä Selmun työntekijöille. Päätösten tekeminen ja lukkoon löyminen on aina Selmun projekteissa aikaa vievää ja varsinkin nyt, kun tapahtumaan on vielä paljon aikaa. Tämä johtuu siitä, että tapahtumia suunniteltaessa joudutaan koko ajan elämään ajan hermolla, jolloin muutoksia tulee eteen jatkuvasti. Tämän vuoksi on hieman hankalaa, että toimin tällä kertaa vain suunnittelijana enkä myös työntoteuttajana. Selmulta olen useasti saanut positiivista palautetta siitä, että osaan ja haluan myös toteuttaa suunnitelmani. Tämän vuoksi suunnitelmien ”tilaaminen” Selmun puolelta on helppoa, koska heidän ei tarvitse pohtia kuka suunnitelman sitten toteuttaa. Lisäksi he ovat oppineet luottamaan työni jälkeen ja ovat olleet siihen erittäin tyytyväisiä. Tällä kertaa minun ei kuitenkaan henkilökohtaisista syistä ole

mahdollisuutta toteuttaa suunnitelmaa, joten sitä tehdessä täytyi kiinnittää erityistä huomiota helppouteen ja yksinkertaisuuteen.

Mielestäni suunnitelmani onnistui hyvin ja siitä tuli riittävän yksinkertainen sekä edullinen. Edullisuus on aina ollut tärkeä kriteeri Selmun projekteja tehtäessä, joten se ei tuottanut minulle suuria ongelmia. Suunnitelmani syntyi käyttämällä edullisia elementtejä suurina massoina. Suunnitelma ei ole ihmeellinen ja yllättävä, mutta se ei ollut tarkoituskaan. Pienillä asioilla tilasta saatiin kuitenkin mielenkiintoinen ja edustava. Se on huomattavan tärkeää, koska tapahtuma-aika on melko lyhyt, joten rahaa ei haluta tuhjata turhaan. Lisäksi asiakkaiden elämys koostuu monesta muustakin elementistä kuin vain ravintolan sisustuksesta. Suunnitelmani luo kuitenkin hyvät puitteet muillekin osatekijöille. Kaiken lisäksi Provinssirockin mottohan on ”Provinssi – ihmisten juhla”.

LÄHTEET

- Focusryhmä. 2010. Focus-ryhmä haastattelu. xx.xx.xxxx
Julkaisematon.
- Rämö, J. ja Ylä-Sulkava t. 1999. Sisusteiden paloturvallisuus. [PDF-dokumentti]. Valtion teknillinen tutkimuskeskus. [Viitattu: 14.4.2010] Saatavana:
<http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/1999/T1964.pdf>
- Hautala, M. 2010a. Myynti, markkinointi. Seinäjoen Elävän Musiikin yhdistys ry. Haastattelu 29.1.2010.
- Hautala, M. 2010b. Myynti, markkinointi. Seinäjoen Elävän Musiikin yhdistys ry. Haastattelu ????
- Hautala, M. xxx.xxx@xxx.fi 9.3.2010. Opinnäytteestä.
[Henkilökohtainen sähköpostiviesti] Vastaanottaja: Paula Valta.
- Regolit. Ei päiväystä. [Valokuva]. Ikea. [Viitattu 19.4.2010].
Saatavana: <http://www.ikea.com/fi/fi/catalog/products/70103410>
- Jaksola, J. xxx.xxx@xxx.fi 25.4.2010. Provinssi 2010 Paviljonki.
[Henkilökohtainen sähköpostiviesti] Vastaanottaja: Paula Valta.
- Kinnunen, R. 2004. Palvelujen suunnittelu. 1. painos. Vantaa: WSOY.
- Koivisto, M. 2007. Mitä palvelumuotoilu on? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Taideteollinen korkeakoulu. Muotoilu. Taiteen maisterin lopputyö. Saatavana:
http://www.palvelumuotoilu.fi/client-data/file/Lopputyö_TaM_MikkoKoivisto_2007.pdf. [Viitattu: 9.4.2010]
- Korkeamäki, A; Selinheimo, R & Vahvaselkä, 1. 1999. Optio Markkinointi. 1-2.painos. Porvoo: WSOY.
- Provinssirock 2010. Ei päiväystä. Provinssirock info. [verkkosivusto] Seinäjoen Elävän Musiikin yhdistys ry. [viitattu 20.4.2010] saatavana: <http://www.provinssirock.fi/info>
- RT 94-10442. 1991. Ravintolat ja kahvilat. Helsinki: Rakennustieto.

Rytmikorjaamo. Ei päiväystä. Mikä korjaamo? [verkkosivuto]
Rytmikorjaamo. [viitattu 20.4.2010] saatavana:
http://www.rytmikorjaamo.com/mika_korjaamo

Selmu ry. Ei päiväystä. Tervetuloa selmun verkkosivuille!
[verkkosivusto] Seinäjoen Elävän Musiikin yhdistys ry. [viitattu
20.4.2010] saatavana: <http://www.selmufi/>

Solatie, J. 2001. Focusryhmät. kvalitatiiviset ryhmäkeskustelut
strategisen markkinatutkimuksen apuna. Helsinki: Makeprint.

Värn, T. ???, 2010. Talonmies. Seinäjoen kaupunki. Keskutelu
xx.xx.xxxx

LIITTEET


Liite 1. Kuluttajatutkimus

Liite 2. Ravintolan ruokalista

Liite 3. Sisustuksen esitysplanssi Selmulle.

Liite 4. Lista tarvittavista tarvikkeista paviljonkiin.

Liite 1. Asiakaskysely



Kuluttajatutkimus Provinssirockin ruokailupalveluista.

Kiitos mielenkiinnostasi tutkimustamme kohtaan! Vastauksesi on tärkeää, sillä tämä kysely auttaa meitä parantamaan palvelutarjontaamme. Toivomme, että vastaat rehellisesti. Tietojasi ei missään tapauksessa luovuteta kolmansille osapuolille.

*** Required**

Olen.... *

Nainen
 Mies

lältäni olen.... *

20-30
 30-35
 36-40
 41-45
 46-50
 yli 50

Olen vierailut Provinssirockissa *

1-5 kertaa
 6-10 kertaa
 10-20 kertaa
 yli 20 kertaa

Olen vierailut Provinssirockissa... *
Voit valita useamman vaihtoehdon.

yksityishenkilönä
 työn puolesta
 työntekijänä (järjestäjän palkkaamana)
 muu

Tulen ensi kesänä vieraillemaan Provinssirockissa... *

työn puolesta
 yksityishenkilönä
 en aio vieraila Provinssirockissa ensi kesänä
 en tiedä

Mitä odotat tulevalta Provinssirockilta?

Mitä odotat festareiden ruokailupalveluilta? *
Voit valita useamman vaihtoehdon

Paikkaa, jossa saa nopeasti nälän tyydytettyä pienellä rahalla
 Paikkaa, josta saa pikaruokaa
 Paikkaa, jossa voin samalla hengähtää ja kerätä voimia
 Paikkaa, jossa voin samalla nauttia mukavasta seurasta
 Paikkaa, jonne pääsen syömään ilman turhaa jonotusta
 Paikkaa, josta saa tasokasta ruokaa ja juomaa
 Other:

Millä arvosanalla asteikolla 1-5 arvioisit Provinssirockin nykyistä ruokailupalvelu tarjontaa? *

1 2 3 4 5
huono hyvä

Mitä parannettavaa Provinssirockin ruokailupalvelu tarjonnassa mielestäsi on?

Mitä sinusta tuntuisi ajatus à la carte -tyyppisestä ravintolasta festarialueella? *
Voit valita useamman vaihtoehdon, mielellään korkeintaan 2 kpl.

Ihan hullu ajatus!
 Ja mitähän vielä!
 Siistii! Saisi kerranki oikeasti hyvää ruokaa!
 Mahtavaa!
 Joo... no sopihan sinne kaikenlaista...
 Other:

Tulisiko sinun käytettyä tällaista palvelua? *

Kyllä
 Ei
 En tiedä

Mitä muuta odottaisit à la carte ravintolalta festareilla? *

Rauhallista rentoutumispaikkaa
 Villiä билетispaikkaa
 Taidenäyttelyä
 Jotain mielenkiintoista nähtävää
 Other:

Voit kirjoittaa lisää toiveitasi ja ajatuksistasi alle.

Haluaisitko jakaa jonkun hauskan festarimuiston kanssamme?

Powered by [Google Docs](#)
[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)

Liite 2. Ravintolan ruokalista

Provinssirock

Alkuruuat:

Härkäpastrami ja vadelmasiirappia 9€

Hedelmäinen Juustoportin juustosalaatti 8€

Marinoituja muikkuja ja varhaisperunasalaattia 8€

Savustettuja rapuja ja aiolia 8€

Pääruuat:

Uunipaahdettua rautua, sitrusperunapyrettä, mätikastiketta 21€

Yli-yön haudutettua possua, tummaa portterikastiketta ja pekoni-perunaröstiä ja juurespyrettä 18€

Naudan entrecote 200g, punaviinikastiketta, juurespyrettä ja pekoni-perunaröstiä 20€

Poronpaistikäristys ja perunamuusia 19€

Savustettua lohta, uusia perunoita, metsäsienikastiketta ja kukkakaalia 19€

Pippuroitu naudan sisäfilettä, valkosipuliperunaa, kermaista pippurikastiketta ja juurespyrettä 24€

Pariloitua broileria, parsarisottoa, aurinkokuivattutomaatti-jugurttikastiketta ja kukkakaalia 19€

Parsarisottoa ja juurespyrettä 16€

Kasvisgallerian Punajuurilasangea ja vihersalaattia 16€

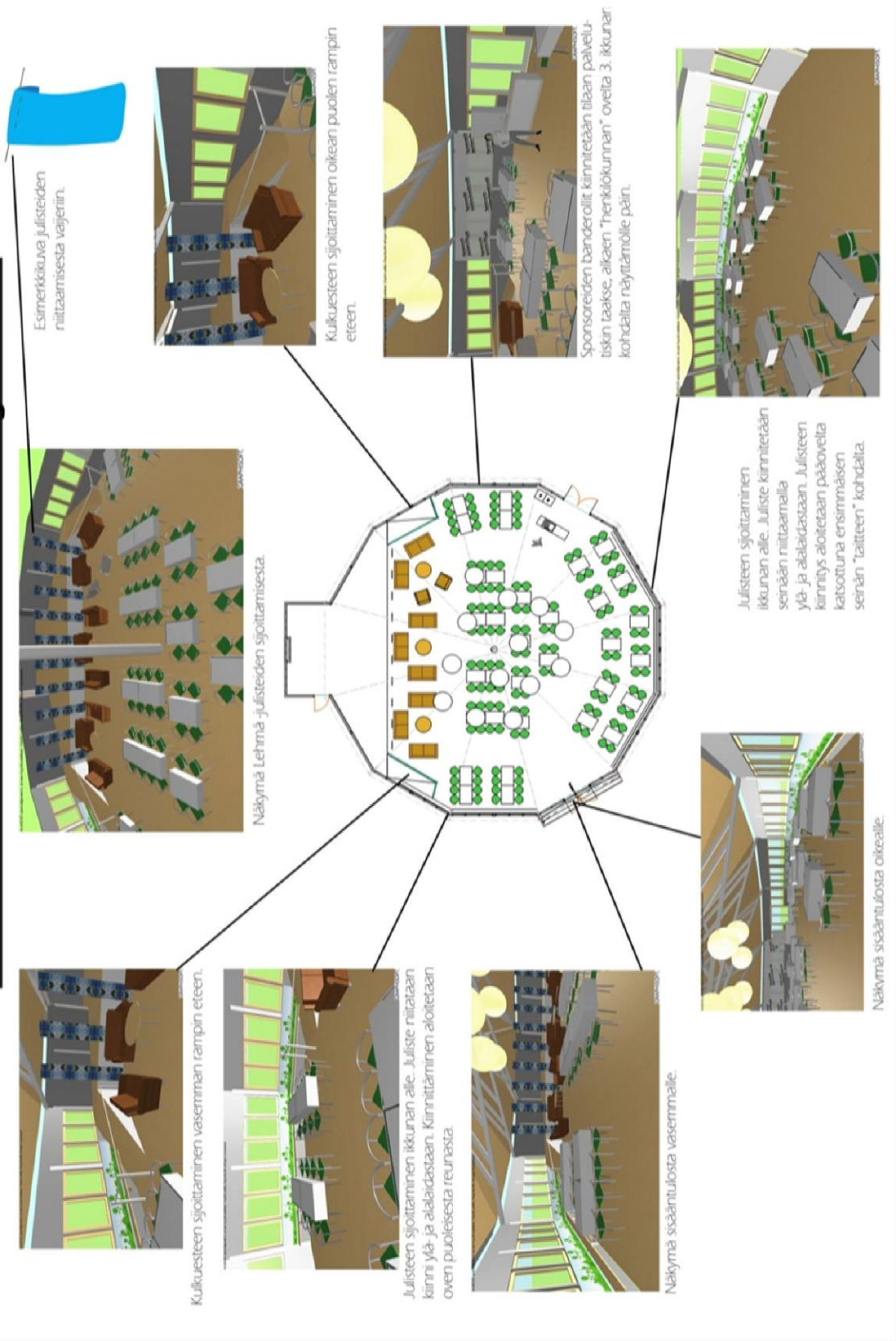
Jälkiruuat:

Juustoportin juustoja, portviinisiirappia 7€

Tiramisu 6€

Kuningatarkakku 6€

Sisustussuunnitelma Paviljonkiin



Liite 4.

Listat tarvittavista tarvikkeista paviljongin sisustukseen

Huonekalut:

Pöydät, Selmun varastosta, koko 80 x 120 cm, 33 kpl.

Tuolit, Savonmafialta, 132 kpl

Palvelutiskit, Savonmafialta.

Sohvat, 2-istuttavia nahkaisia, Selmun varastosta sekä kirpputoreilta, 8 kpl.
Sekä 2 kpl nojatuoleja, nahkaisia.

Sohvapöydät, puisia, Selmun varastosta, 2 kpl.

Valaisimet:

Riisipaperivarjostin, Regolit; IKEA, 13 kpl.

Lamput, Selmun varasto, 13 kpl.



Kulkuesteet:

Pylväät, Selmun varasto, 6 kpl.

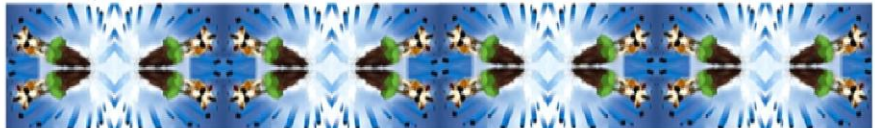
Köysi, Selmun varasto, n. 10 m.

Julisteet:

Leiri –juliste, I-Print, 3 rullaa/24 metriä



Lehmä –juliste, I-Print, 5 rullaa



Vaijeri, Selmun varasto, n. 14 m, sekä 4 kpl vaijerilukkoja.

Banderollit:

Sponsoreilta (Hartwall), kiinnitetään pohjakuvan mukaisesti mukana tulevilla tarvikkeilla.