



# Elämyksen mittaaminen festi- vaalitapahtumassa ruokapalve- luiden näkökulmasta

Tapaus Mikäfest 2019

Roope Vuorinen

OPINNÄYTETYÖ  
Maaliskuu 2020

Palveluliiketoiminnan tutkinto

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Palveluliiketoiminnan tutkinto

VUORINEN, ROOPE

Elämyksen mittaaminen festivaalitapahtumassa ruokapalveluiden näkökulmasta  
Tapaus Mikäfest 2019

Opinnäytetyö 28 sivua, joista liitteitä 3 sivua  
Maaliskuu 2020

---

Opinnäytetyön aiheena on elämyksen mittaaminen ruokapalveluissa festivaalitapahtumassa. Työn tarkoituksena on järjestää viikonlopun mittaiset festivaalit ja keskittyä eritoten siihen, mitä toimintoja vaaditaan, jotta ruokapalvelut onnistuvat festivaalien aikana. Opinnäytetyössä tutkitaan, miten ruoka vaikuttaa festivaaleilla olevan asiakkaan elämykseen ja miten festivaaleilla valmistetut ruoat sopivat tapahtuman luonteeseen. Ruokapalveluiden toteuttamista käsitellään opinnäytetyössä tapaustutkimuksen muodossa.

Opinnäytetyö käsittelee teoreettisesti festivaalien ruokapalveluiden järjestämistä. Siihen sisältyy festivaalien esittely, elämyksellisyyden tutkimus sekä asiakastyytyväisyyden mittaaminen puolistrukturoiduilla teemahaastattelulla sekä palautekyselyn muodossa. Opinnäytetyössä kerrotaan siitä, mitä asioita on otettava huomioon ruokapalveluissa festivaaleilla, kuten henkilöstön perehdyttämisestä työympäristöön ja tapahtumassa valmistettaviin ruokiin.

Tutkimuksesta saatujen tuloksien mukaan ruokapalvelut festivaaleilla onnistuivat kiitettävästi. Elämyksellisestä näkökulmasta katsoen yhteisruokailut aiheuttivat asiakkaissa positiivisia kokemuksia ja yhteisruokailut olivat yhdistävä osa festivaalien aikana. Yhteisruokailut lisäsivät jaksamista festivaaleilla ja toivat kävijöille yhteisöllisyyden tunnetta. Saman ruoan nauttiminen yhdessä ulkoilmassa jätti monien festivaaleilla olleiden asiakkaiden kesken positiivisia muistoja.

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Hospitality management

ROOPE VUORINEN:  
Measuring the experience of the festival from the catering perspective  
Case Mikäfest 2019

Bachelor's thesis 28 pages, appendices 3 pages  
March 2020

---

The thesis is a case study of the event called Mikäfest 2019. Subject of the Thesis is about measuring the experience of the catering services from a customer point-of-view in a weekend-long festival event. The meaning of the thesis is to study what kind of experiences communal eating in a secluded area brings to customers, and how to improve catering services for future events. The thesis also studies, how vegan and gluten-free food fits for the nature of the specific event.

The study consists the theory of how to organize catering services in a festival event. That includes the introduction of the festival, studying the experience and how to measure customer satisfaction with half-structured theme interviews and e-survey. Theoretic framework focuses around hospitality management, experience-economy and service design. The thesis reveals what type of factors are needed to consider in order to organize the catering services in a festival event, such as introducing the kitchen staff and volunteer workers into the working stations and training the recipes and cooking methods in order to create the right amount of food and successful results for the customers.

Results revealed that catering services succeeded in the festival. Communal dining lead to positive results and customers had a sense of community during the festival. Customers felt that communal dining gave them more energy and eating together had a great impact for creating new social experiences. Eating the same food together outdoors gave customers positive memories during the festival.

---

Key words: experience, festival, catering

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
2	ELÄMYKSELLISYYS RUOKAPALVELUISSA .....	7
2.1	Elämys asiakaskokemuksena .....	7
2.1.1	Ruoan merkitys palvelussa.....	9
2.1.2	Elämyksen tuottaminen .....	10
2.1.3	Palvelun muotoilu .....	13
2.2	Mikäfest.....	17
2.2.1	Festivaalien esittely .....	17
2.2.2	Festivaalien järjestäjät .....	18
2.2.3	Tapahtuman organisointi .....	18
3	RUOKAPALVELUIDEN TOTEUTUS FESTIVAALEILLA .....	20
3.1	Työskentelytilat .....	20
3.1.1	Valmistettavat ruoat.....	20
3.1.2	Vastuualueet .....	20
3.2	Toimintasuunnitelma .....	21
3.2.1	Talkoolaisten rekrytointi työtehtäviin.....	21
3.2.2	Talkoolaisten perehdytys työhön .....	22
4	ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS .....	23
4.1	Puolistrukturoitu teemahaastattelu .....	23
4.1.1	Sähköinen palautekysely .....	25
4.1.2	Järjestäjien tyytyväisyys ruokapalveluista .....	27
4.1.3	Vapaaehtoisten tyytyväisyys tapahtumasta .....	28
4.2	Tutkimustulosten analysointi .....	29
4.2.1	Ruokapalveluiden onnistuminen tapahtumassa .....	29
4.2.2	Kehittämiskohteita tulevaisuudelle.....	30
	POHDINTA .....	31
	LÄHTEET.....	32
	LIITTEET .....	33

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyössä tutkitaan, miten ruoka vaikuttaa elämyksellisyyteen viikonlopun mittaisilla festivaaleilla ja kuinka yhteisruokailut vaikuttavat asiakaskokemukseen. Viimeisimpien tutkimuksien mukaan ihmisten suhde ruokaan on muuttunut vuosien aikana henkilökohtaisemmaksi kokemukseksi ja ulkona syöminen sekä yhdessä ruokailu on kasvattanut suosiotaan suomalaisten keskuudessa. Opinnäytetyössä tutkittiin, kuinka ruoka vaikuttaa tapahtuman yhteisöllisyyteen, miten ruoka vaikuttaa festivaalien aikana syntyneisiin sosiaalisiin suhteisiin ja miten yhteisruokailut vaikuttavat festivaalien tunnelmaan asiakkaan näkökulmasta. Opinnäytetyön tavoitteena on kehittää festivaalien ruokapalveluita tulevaisuudessa elämyksellisempään suuntaan ja kiinnittää huomiota siihen, miten yhteisruokailut toimivat festivaalien aikana.

Työssä haastateltiin festivaalien aikana asiakkaita, jotka osallistuivat festivaalien tarjoamiin yhteisruokailuihin. Työssä tutkittiin ruoan vaikutusta tapahtuman elämykseen sekä toteutettiin sähköinen palautekysely, jossa tutkittiin, miten ruokapalvelut onnistuivat festivaalien aikana.

Tutkimuksessa käytettiin apuna Lapin Yliopiston elämyskolmiota, Kespron tekemää laajaa selvitystä siitä, miten ulkona syöminen ja sosiaalinen ruokailu on muuttunut vuosien aikana ja millaisia tulevaisuuden näkemyksiä matkailu - ja palvelualalla tulee näkymään seuraavien vuosien aikana. Tutkimuksessa käytettiin laaja-alaisesti aineistoa elämysten luomisesta matkailu - ja ruokapalveluiden näkökulmasta ja kestävä kehityksen toimintatapojen omaksumista ruokapalveluita tuottaessa.

Opinnäytetyö on tarkoitettu niille, jotka haluavat luoda ruokapalveluita festivaali - ja ulkoilmatapahtumissa huomioiden vegaanisen ruokavalion. Lisäksi opinnäytetyössä esitellään haasteita, joita festivaalien järjestämisessä syntyy. Opinnäytetyötä voidaan käyttää työkaluna tapahtumantuotantoon ja ruokapalveluiden tuottamiseen festivaaleilla.

Opinnäytetyössä kuvaillaan sitä, miten elämyksellisyys näkyy ruokapalveluissa asiakkaan ja palveluntarjoajan näkökulmasta. Työssä kerrotaan, mitä ruoka merkitsee palvelussa huomioiden elämyksien tuottamista asiakkaalle, sekä siitä miten elämystä mitataan ja kuinka niitä tuotetaan asiakkaille. Työssä esitellään festivaalien järjestäjät ja arvot, kuinka tapahtuma on järjestetty ja millainen budjetti oli ruokapalveluiden toteuttamiselle arvioitu. Työssä esitellään mitä ruokaa valmistettiin festivaaleilla, kuinka erityisruokavaliot huomioitiin ja mitä vastuualueita keittiössä työntekijöille annettiin. Työssä kerrotaan, kuinka talkoolaiset otettiin mukaan toimintaan ja miten heidät perehdytettiin työympäristöön. Asiakastyytyväisyystutkimuksessa käytettiin tutkimusmenetelmänä puolistrukturoitua teema-haastelua, jolla haastateltiin festivaaleilla olleita asiakkaita. Festivaalien asiakailta tehtiin asiakastyytyväisyystutkimus tapahtuman jälkeen sähköisellä kyselylomakkeella, jossa tutkittiin ruokapalveluiden onnistumista tapahtuman aikana. Haastatteluiden avulla tutkittiin järjestäjien tyytyväisyyttä tapahtumaan sekä miten keittiössä työskennelleet talkoolaiset kokivat ruokapalveluiden onnistuneen. Työssä analysoidaan, miten ruokapalvelut onnistuivat kokonaisuudessaan festivaaleilla ja miten ruokapalveluita voidaan kehittää tulevaisuudessa.

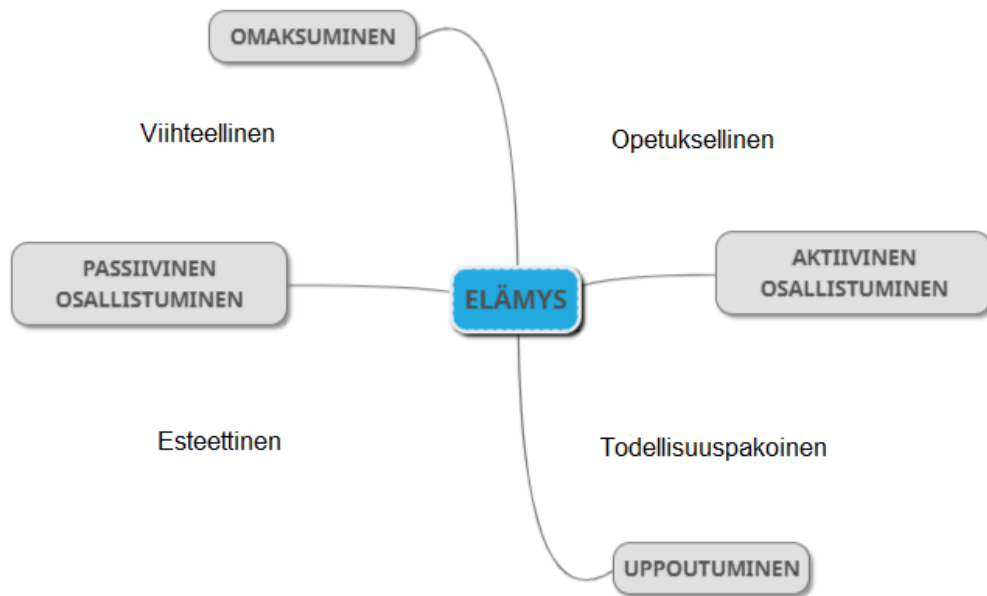
## 2 ELÄMYKSELLISYYS RUOKAPALVELUISSA

### 2.1 Elämys asiakaskokemuksena

Elämyksen merkitys on muuttunut palvelualalla valtavasti. Elämys sanana on yleistynyt paljon ja sitä ei voida yksiselitteisesti tulkita joksikin tietyksi asiaksi tai kohteeksi. Elämys on monimuotoinen kokemus, joka voidaan määrittää onnistuneeksi asiakaspalvelukokemukseksi. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 9-10.) Elämyksellä viitataan yhtenäiseen palvelukokonaisuuteen, jossa osana ovat palveluntuottaja, palveluympäristö ja asiakas. Elämys on moniulotteinen palvelukokemus, jossa palvelu räätälöidään asiakkaalle, johon sisältyy tarinallisuutta ja teemallisuutta. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 9-10.) Asiakasta kohdellaan vieraana, jolloin palvelukokonaisuudesta tehdään asiakkaalle helposti lähestyttävä ja vaioton kokemus. Tavoitteena on, että asiakkaan ei tarvitse huolehtia elämyksen aikana palveluprosessiin liittyvistä asioista. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 10-11.)

Tärkeintä on, että asiakkaalle on räätälöity yksilöllinen palvelukokonaisuus, joka vastaa asiakkaan toiveita ja pyyntöjä. Elämyksen voi määrittää niin, että palvelun maksaja on kuin esityksessä, jossa näyttämöllä asiakastyöntekijät toimivat rooleissa koko esityksen ajan, kun taas tarkkaan kuvattu palvelu toimitetaan asiakkaalle pyynnöstä, tässä tapauksessa palveluntuottajat muotoilevat palvelun maksaville asiakkaille. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 9-10.)

Elämyspalvelun rakenteen voi jakaa kahteen akseliin. Ensimmäisessä akselissa asiakkaan aktiivisuus tai passiivisuus vaikuttaa siihen, miten asiakas kokee palvelun onnistuneen. Asiakkaan oma aktiivisuus kokemukseen vaikuttaa suuresti siihen, miten elämys onnistui asiakkaan näkökulmasta. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 9-10.) Toinen akseli mittaa sitä, millainen on asiakkaan fyysinen ja henkinen osallistuminen elämykseen. Tämä tarkoittaa sitä, että osallistuuko asiakas tarjottuihin tapahtumiin, vai toimiiko hän tarkkailijana tapahtuman ulkopuolella. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 9-10.)



KUVIO 1. Elämyksen neljä ulottuvuutta (Tarssanen & Kylänen, 2009, 9).

Kokonaisvaltaisin elämyskokemus syntyy, kun on otettu huomioon kaikki elämykseen sisältyvät ulottuvuudet (kts. kuvio 1). Tämä tarkoittaa sitä, että asiakas itse määrittää omalla toiminnallaan, miten elämys rakentuu hänelle yksilölliseksi kokemukseksi, jolloin keskiössä on se, osallistuuko ihminen aktiivisesti toimintoihin mukaan vai ihailee ja tutkii ympäristöä tarkkailijan näkökulmasta. Molemmissa tapauksissa elämys rakentuu asiakkaalle onnistuneeksi kokemukseksi, sillä tapahtumaympäristö antaa mahdollisuuden toimia halutessaan aktiivisena tekijänä osallistumalla järjestäjien tarjoamaan ohjelmaan tai seuraamalla etäisemmin ohjelman rakennetta. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 10-11.)

Elämys syntyy asiakkaalle vasta palvelutilanteessa, jonka vuoksi palveluntarjoajien täytyy olla täysin perillä kaikissa tapahtumaympäristön toiminnoista (Tarssanen & Kylänen, 2009, 10). Tässä tilanteessa yhteydenpito asiakkaita kohtaan ennen on tärkeää, jotta asiakas on tietoinen siitä, millaisiin asioihin täytyy kiinnittää huomiota ennen asiakaskohtaamista. Elämykseen ei voida vaikuttaa jokaisen kohdalla yksilöllisesti, vaan elämyksen onnistumiseen vaikuttaa myös asiakkaan subjektiivinen kokemus ja osallistuminen tapahtumaan. Elämyksen



syntymiseen voidaan vaikuttaa merkittävästi kiinnittämällä erityistä huomiota asiakkaan kokemukseen. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 10.) Elämys on merkittävä, positiivinen ja ikimuistoinen kokemus, joka voi tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutoksen (Tarssanen & Kylänen, 2009, 11).

### **2.1.1 Ruoan merkitys palvelussa**

Hyvinvoinnin sekä järkevän ja vastuullisen kuluttamisen ilmiöt ovat suurimmat ravintoloita koskevat ilmiöt lähitulevaisuudessa (Kespro, 2017). Perinteisen arjen hyvinvoinnin sisällä kehittyä alailmiönä asiakkaiden tarve heille räätälöidylle ruoalle ottaen huomioon heidän yksilölliset tarpeensa, joka tarkoittaa sitä, että on syntynyt käsite järkevä kuluttaminen, johon sisältyy lähiruoan ja perinteisen ruoan suosiminen, sekä tarve huolehtia omasta ruokahävikistä kotitalouksissa. Nämä näkyvät voimakkaasti asiakkaiden synnyttämässä kysynnässä ruokapalveluiden tuottajilta, kuten ravintoloilta, joilta edellytetään läpinäkyvyyttä ja avoimempaa viestintää esimerkiksi raaka-aineiden alkuperästä ja tuotantoketjusta. (Kespro, 2017.)

Ruoasta haetaan enemmän elämyksiä ja yhteisöllisyyden kasvun myötä myös yhdessä tehden. Tämä tarkoittaa sitä, että yhdessä syömisen ja erilaisten maku- jen maistelu tulee korostumaan elämyksellisyyden tavoittelussa. Haasteina muodostuu korkeat odotukset ja niiden ylittäminen. Erilaiset ruokien valmistustavat ja ruokailuympäristöt vaikuttavat elämyksellisyyteen, jolloin ulkona syömisestä tulee suosittu tapa nauttia ruokaa. Myös uudet ruokainnovaatiot ja ruokatrendit tulevat olemaan keskiössä. Ruokavaliot, kuten gluteenittomuus, superfoodit ja nyhtökaura näkyvät jo nyt kotitalouksien ja ravintoloiden arjessa sekä vaihtoehtoiset tuotteet, kuten soija- ja kauramaidon lisääntyneenä kysyntänä. (Kespro, 2017.)

Elämyshakuisuus sijoittuu vahvasti tunnepuolelle, mutta elämyksiä koetaan myös yksin sekä laajemman yhteisön kanssa. Elämyksiä toteutetaan asiakkaiden vaihtelevia tarpeita huomioiden, kuin tarpeita vastaten. Tähän vaikuttaa ruokakulttuurissa tapahtunut nopea muutos. Ulkona syömisen määrä on lisääntynyt tavallisissa kotitalouksissa ja ulkona syöminen ei ole enää suurimmalle osalle suoma-

laisista ainutlaatuinen tilaisuus vain tiettyinä juhlapyhinä. Nykyään ulkona syöminen on viikon ympäri tapahtuvaa toimintaa. (Kespro, 2017.) Kespron suorittaman tutkimuksen ulkona syömisen erilaistumisesta selvisi, että 84% vastaajista tunnistaa ilmiön jo nyt ja uskoo sen kasvavan, kun taas 5% vastaajista ei ole vielä havainnut ilmiötä, mutta uskoo sen kasvavan (Kespro, 2017).

Elämykset ei rajoitu ainoastaan ruokaan ja sen valmistustapoihin ja resepteihin, vaan niitä haetaan koko palvelunmuotoilusta. Asiakkaat kokevat tärkeäksi saada juuri heille luotuja kohtaamisia ja viimeistelyjä kokemuksia. Laadukas ja maukas ruoka on kaiken pohja: sen on oltava kunnossa. Ulkona syömiseen mieleenpainuvaksi elämykseksi muodostuu tarkoista yksityiskohdista, kuten palvelusta, ruoan esillepanosta, mielikuvista, hinnasta ja saavutettavuudesta. Tähän ovat pyrkineet ravintolat ympäri suomen: elämyshakuisessa maailmassa saavutetut kokemukset saavat entistäkin ainutlaatuisempia muotoja. Tämän lisäksi tarinallisuus ruoassa sekä valmistettavien ruokien raaka-aineiden alkuperät ja tuottajat korostuvat onnistuneen elämyksen saavuttamisessa. (Kespro, 2017.)

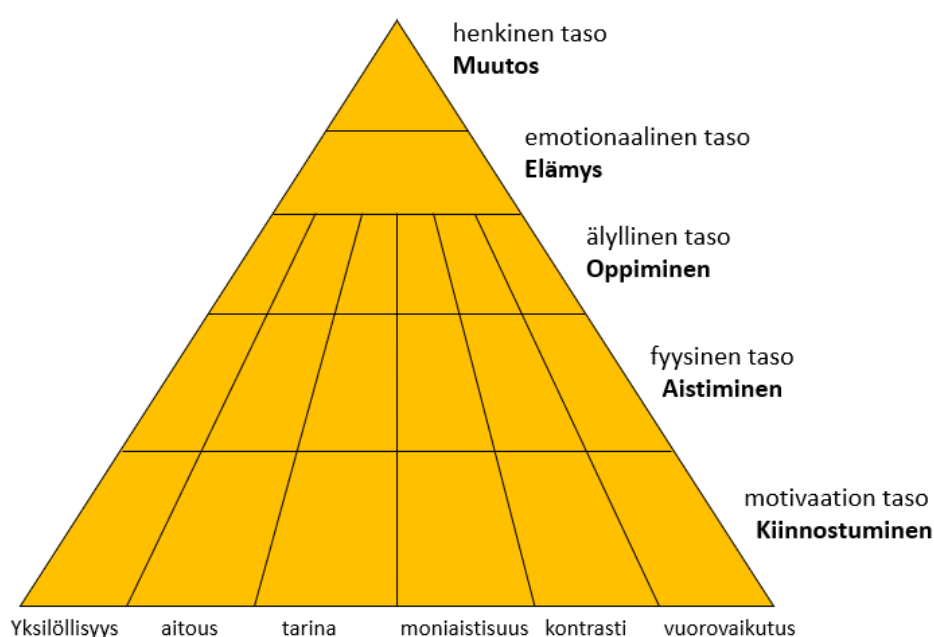
### **2.1.2 Elämyksen tuottaminen**

Elämyksen ymmärtäminen on kulttuurisidonnainen tekijä. Elämyksessä tavoitteena on irtautua arjesta ja poiketa tavallisesta elinympäristöstä. Luovuus on avainsanana elämiskilpailussa ja vapaa-ajan teollisuus on sidottu toimialaan luonnollisesti. (Liedes & Ketonen, 2004, 16-17.)

Kulutuksen luonne on muuttunut yhä enemmän tavaroiden kuluttamisesti elämysten kuluttamiseen, sekä tavaroiden merkitys on muuttunut elämykselliseksi. Tähän voidaan liittää tarinallisuuden merkitys elämyksen tuottamisessa, jolloin tavaran fyysiselle arvolle tulee myös henkistä pääomaa kasvattava kokemus ja tunne kuulua osaksi yhteisöä. (Latomaa & Karppinen, 2010, 20.)

Tässä esimerkkinä voidaan ottaa juoksukenkien merkitys, jossa juoksukenkien mainonnassa käytettyä tarinallisuutta voidaan liittää osaksi kuluttajaa, joka voi myös saavuttaa huippusuorituksia ja todistaa sekä itselleen ja muille, että juoksukenkien omistaja on itsekin jotain erikoista (Latomaa & Karppinen, 2010, 20).

Elämystä tuottaessa vuorovaikutus toisen ihmisen kanssa korostuu. Elämys on yleensä mielen sisäinen, henkilökohtainen tapahtuma ja kokemus konkreettisen ilmiänsä saanut tapahtuma, jonka vuoksi elämyksen tuottaminen on asiakkaalle yksilöllinen kokemus. Elämystä lähestytään myös kasvun ja oppimisen perustana, jolloin vuorovaikutteisuus toisen ihmisen kanssa korostuu. (Latomaa & Karppinen, 2007, 102.)



KUVIO 2. Elämyskolmio. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus, 1999).

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen (LEO) luoman elämyskolmion mukaan voidaan mitata tarkasti asiakkaalle suunniteltua elämystä suurena kokonaisuutena (kts. kuvio 2). Elämyskolmiolla peruselementteinä mitataan palvelun yksilöllisyyttä, aitoutta, tarinallisuutta, moniaistisuutta, kontrastia ja vuorovaikutusta. *Yksilöllisyydellä* määritetään se, kuinka asiakas kokee elämyksen olevan hänelle yksilöllisesti räätälöity palvelukokonaisuus, jolloin palvelusta syntyy ainutlaatuinen kokemus ja jossa on kuunneltu asiakkaiden mieltymyksiä ja tarpeita ja samanlaista kokemusta ei ole missään muualla. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 12.)

Elämyksen *aitous* vahvistaa asiakkaalle luottamusta palvelun tarkoitukselle ja tuotteen uskottavuutta. Aitoudelle ei ole yksiselitteistä tekijää, vaan se riippuu asiakkaan omista arvoista. Aitous elämystuottajan näkökulmasta tuo asiakasta lähemmäs elämyksen arvoja ja ympärillä olevaa palveluympäristöä, kuten paikallista kohdetta ja kulttuurillista yhteisöllisyyttä. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 12.)

*Tarinallisuudella* tuodaan esille elämyksen tarkoitusta ja tuodaan luottamusta elämystuottajien läpinäkyvyyteen. Tarinallisuudella esitellään palvelusta syvempää tarkoitusta ja luodaan positiivisia mielikuvia palvelun luotettavuudesta ja kokemuksesta tulee asiakkaalle mukaansatempaava ja yhtenäinen. Tarinallisuus antaa palvelulle autenttisuutta ja ottaa asiakkaan osaksi mukaan yhteisöön. Tarinallisuus osallistuttaa asiakkaan myös emotionaalisiin ja henkisiin toimintoihin, jolloin palvelusta tulee ainutlaatuinen kokemus. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 13.)

*Moniaistisuudella* pyritään vahvistamaan haluttua teemaa luomalla elämykselle tarkoitettuja ärsykejä, jotka lisäävät asiakkaan fyysistä osallistumista elämykseen (Tarssanen & Kylänen, 2009, 14). *Kontrastisuudella* tavoitellaan sitä, että asiakas kokee elämyksessä erilaisuutta verrattuna asiakkaan tavalliseen arkeen. Kontrastisuudella asiakas kokee jotakin uutta, millaista ei muutoin voi saada mistään muualta kuin asiakkaalle räätälöidystä elämyksestä. Kontrastit auttavat asiakasta vapautumaan ja osallistumaan elämykseen fyysisesti ja henkisesti. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 14.)

*Vuorovaikutus* on onnistunutta kommunikaatiota elämyksentuottajan ja asiakkaan välillä. Vuorovaikutuksella luodaan luottamusta asiakkaaseen, jotta asiakkaalle muodostuu vahvempi yhteisöllisyyden tunne ja tunne siitä, että asiakasta halutaan aidosti kuunnella ja auttaa parhaimmalla mahdollisella tavalla. Yhteisöllisyyden syntymiseen vaikuttaa suuresti vuorovaikutus, jotta asiakkaan on luontevaa toimia elämyksessä aidosti omana itsenään. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 14-15.)

Kolmion keskeisiä vaikuttajia, eli kolmion pystyakseleita ovat elämyksestä *kiinnostuminen*, joka määrittää sen, kuinka asiakas on motivoitunut osallistumaan

tarjottuun elämykseen. Tähän vaikuttaa se, kuinka elämystä on markkinoitu asiakkaalle ja miten elämys on esitelty asiakkaalle, jotta asiakkaan mielenkiinto herää elämystä kohtaan. Tämän vuoksi markkinoinnissa täytyy näkyä jo elämyksen peruselementit. Markkinoinnissa ja tapahtuman esittelyssä täytyy tulla esille tapahtuman aitous ja tunne siitä, että asiakas haluaa olla osallisena järjestettävään elämykseen. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 15.) Elämyksessä seuraavana tasona on elämyksen *aistiminen* fyysisellä tasolla. Tällä mitataan sitä, kuinka asiakas osallistuu fyysisillä toiminnoilla mukaan luotuu elämykseen. Fyysisellä tasolla mitataan myös sitä, että asiakkaalle on mahdollistettu kaikki perustarpeet, jolloin edellytetään, että elämyksentuottajat löytävät ratkaisuja siihen, ettei asiakkaalla ole nälän tai janon tunnetta, kylmä, kuuma tai vessahätää, jolloin näihin tarpeisiin täytyy elämyksentuottajien vastata. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 15.)

Kolmannella tasolla mitataan elämyksestä *oppimista* ja sitä, miten elämys kehittää asiakasta älyllisissä toiminnoissa. Älyllisellä tasolla asiakas päättää, onko hän tyytyväinen luotuu elämykseen. Neljäntenä tasona on itse *elämys* ja millaisen emotionaalisen siteen asiakas elämykseen muodostaa. Tämä on elämyksentuottajilta haastavaa, sillä jokaisella asiakkaalla on yksilöllisiä tarpeita, jonka vuoksi elämyksen luomisessa täytyy vaikuttaa parhaimpansa mukaan, että jokainen otettaisiin elämyksessä mahdollisimman hyvin huomioon. Tämä on sidoksissa vuorovaikutukseen elämyksentuottajien sekä asiakkaan välillä. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 16.) Viimeisenä tasona mitataan, kuinka elämys on *muuttanut* asiakasta henkisesti tasolla; Miten asiakas koki lopullisen elämyksen olevan hänelle onnistunut ja kuinka tapahtuma muutti asiakasta? Parhaimmillaan elämys on onnistunut, jos asiakas haluaa elämyksen jälkeen aloittaa uuden harrastuksen tai muodostaa terveellisempiä elämäntapoja sekä löytää sosiaaliseen elämään uusia tuttavuuksia, tai löytää tapoja, miten muodostaa uusia sosiaalisia suhteita elämänsä. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 16.)

### **2.1.3. Palvelun muotoilu**

Yritys antaa asiakkailleen lupauksen arvosta, joka on yksi liiketoiminnan keskeisiä asioita. Se määrittää, kuinka erotutaan kilpailevista palveluista ja tiivistää,

mitä yritys tarjoaa asiakkailleen. Arvolupauksen keskiössä on, että asiakas ymmärtää palvelun ja on kiinnostunut siitä. Arvolupaus voidaan jakaa neljään eri toimintoon: Se määrittelee ja kuvaa tuotteen, kenelle tuote on tarkoitettu, mitä asiakashyötyä siitä on ja miksi tuote on ainutlaatuinen (Tuulaniemi, 2011, 33.)

Palvelumuotoilussa myös asiakkaan aiemmat kokemukset samojen järjestäjien toteuttamasta palvelusta myös asettaa asiakkaalle odotuksia siihen, että palvelun taso on kehittynyt ja asiakas kokee palvelun itselleen merkittäväksi kokemukseksi. Asiakas voi myös odottaa sitä, että palvelun tarjoajat haluavat kehittää toimintaa eteenpäin asiakkaalle onnistuneemmaksi kokemukseksi. (Tuulaniemi, 2011, 33.)

Arvolupaukseen vaikuttaa myös asiakkaan odotukset palvelusta saatavasta arvosta, jotka liittyvät asiakkaan aikaisempiin kokemuksiin, palveluntarjoajan maineeseen ja viestintään. Asiakkaalle voidaan tuottaa palvelulla lisää arvoa, kun tiedetään, kuinka hyödylliseksi asiakas kokee tarjottavan palvelun. (Tuulaniemi, 2011, 33.)

Palvelumuotoilun merkitystä on vaikeaa mitata, koska kaikki voivat arvioida henkilökohtaisesti sen, mikä merkitys muotoilulla on ostopäätöstä tehdessä. Palvelun hinta ei ole suoraan sama asia kuin asiakkaan kokema arvo palvelusta. (Tuulaniemi, 2011, 35.)

Palvelumuotoilu on yhteisesti jaettu ajattelu- ja toimintatapa. Se on hyvä kehikko, jolla päästään käsiksi palveluiden kehittämiseen, jolla palvelun kehittäjä voi syventää omaa osaamistaan ja rakentaa omaan toimintaympäristöönsä paremmin sopivia menetelmiä ja -välineitä. (Tuulaniemi, 2011, 58.) Palvelu on toimintaa, joka helpottaa jotakuta tekemään jotain. Se on vuorovaikutusta, tekoja, tapahtumia, toimintoja tai suorituksia. Palvelu on tapahtumien ja prosessien summa, joka ratkaisee asiakkaan ongelman. (Tuulaniemi, 2011, 59.)

Palveluiden ei aina tarvitse olla ongelmanratkaisuja, vaan ne voivat olla vapaa-ajan toimintoja, johon asiakas osallistuu elämyksen toivossa tai sosiaalisena ko-

kemuksena. Tämän vuoksi palvelu on myös kokemus ja siihen liittyy vuorovaikutusta, ympäristöjä ja tavaroita. Palvelun tuotteen omistajuus ei vaihdu, vaan se on abstrakti tuote, joka syntyy ihmisten välisessä kanssakäymisessä. Palvelu on ihmisen vuorovaikutuksessa merkittävä kokemus. (Tuulaniemi, 2011, 59.)

Palvelu on palveluntarjoajan ja asiakkaan välinen vuorovaikutusprosessi, jonka tavoitteena on tuottaa ratkaisuja ja arvoa erilaisiin tarpeisiin ihmisten, tavaroiden ja asioiden väliseen suhteeseen. Keskeiseksi nousee ymmärrys ihmisen tarpeista ja toiminnan motiiveista, jolla luodaan asiakasymmärrystä. Palvelu liittyy laaja-alaiseen kokonaisuuteen, joka on ymmärrettävä palvelua suunniteltaessa. Esimerkiksi elämystä suunniteltaessa on huomioitava palvelussa, kuten musiikkitapahtumassa se, miten saadaan yhdistettyä isoon kokonaisuuteen esimerkiksi logistiset palvelut, ruokapalvelut, esiintyjät ja tekniset haasteet. (Tuulaniemi, 2011, 67.) Palvelussa on keskeistä asiakkaan samaa kokemus palvelusta. Asiakaskokemus kattaa koko yrityksen tarjonnan; tähän sisältyy markkinointi ja muut kontaktit ennen palvelua, asiakaspalvelun laatu, palveluominaisuudet, helppokäyttöisyys ja luotettavuus. Erinomaisia asiakaskokemuksia voidaan suunnitella ja tarjota vain silloin, kun ymmärretään, miten ja milloin ihmiset kohtaavat yrityksen tarjonnan. (Tuulaniemi, 2011, 67.)

Asiakaskokemus jaetaan kolmeen tasoon: toimintaan, tunteisiin ja merkityksiin. Toiminnan taso tarkoittaa palvelun kykyä vastata asiakkaan funktionaaliseen tarpeeseen, prosessien sujuvuutta, palvelun hahmotettavuutta, saavutettavuutta, käytettävyyttä, tehokkuutta ja monipuolisuutta. Toiminnan taso voidaan määrittellä palvelun niin sanotuksi perustarpeeksi; Sen tulee lukeutua mukaan palveluun, jotta palvelulla on mahdollisuutta olla mukana markkinoilla. (Tuulaniemi, 2011, 74.)

Tunnetasolla tarkoitetaan asiakkaalle syntyviä tuntemuksia ja henkilökohtaisia kokemuksia, kuten kokemuksen miellyttävyyttä, helppoutta, kiinnostavuutta, innostavuutta, tunnelmaa, tyyliä ja kykyä koskettaa aisteja. Palveluprosessia voidaan kuvata eräänlaisena näyttämönä, jossa asiakas kokee palvelun onnistuneet puolet ja palveluntuotanto rakentaa kulissit asiakkaalle, joiden takana on kaikki työ, mitä on edellytetty palvelumuotoilun rakentamiseen. (Tuulaniemi, 2011, 74.)

Merkitystaso kuvastaa asiakkaan kokemukseen liittyviä mielikuvia ja merkitysolottuvuuksia, kuten kulttuurillisia koodeja, unelmia, tarinoita, lupauksia, oivalluksia kokemuksen henkilökohtaisuutta, suhdetta asiakkaan omaan elämäntapaan ja omaan identiteettiin. (Tuulaniemi, 2011, 74).

Asiakkaalle näytetään palveluprosessissa näkyvä osa, ja asiakkaalle näkymättömäksi jää palveluntarjoajan taustaprosessit (Tuulaniemi, 2011, 76). Palvelumuotoilussa on luotava eräänlainen palvelupolku, joka on aika-akselille sijoittuva prosessi, jolla asiakas kulkee ja ne jaetaan eripituisiin osioihin. Palvelupolussa olevia askelia on neljä: Ensimmäinen on palveluun tutustuminen, toinen on kulkeminen palvelun saavuttamiseen, kolmas on itsessään palvelutapahtuma ja viimeinen askel on palvelun jälkiprosessi. Kaikkien askelien aikana asiakas on kontaktissa palveluun kaikilla aisteillaan. Niillä tarkoitetaan ihmisiä, ympäristöä, esineitä ja toimintatapoja (Tuulaniemi, 2011, 78-79).

Ensimmäinen kontaktipiste on ihmiset, joilla tarkoitetaan palvelua tuottavat ja kuluttavat henkilöt. Palveluympäristöllä ohjataan asiakasta määritetyille toimintalueilla, eikä sen sijaan sotkeutumaan palvelutuotantoalueelle, kuten keittiöön tai varastotiloihin. Selkeässä palvelupolussa palveluntuottajilla on esimerkiksi tunnistettavat työasut tai käyttäytymiskoodit. Palveluhenkilöstön roolit ja toimintamallit määritetään palvelumuotoiluprosessin aikana. (Tuulaniemi, 2011, 81.)

Toinen kontaktipiste on ympäristö, joka voi olla joko fyysinen tai virtuaalinen ja digitaalinen ympäristö. Ympäristöllä on suuri vaikutus palvelun onnistumiseen, sillä fyysinen ympäristö vaikuttaa asiakkaiden mielialaan. Virtuaalinen ja digitaalinen ympäristö vaikuttaa asiakkaan palvelun kuluttamiseen. (Tuulaniemi, 2011, 81-82.)

Kolmas kontaktipiste, eli esineet ja tavarat mahdollistavat palvelun kuluttamisen, esimerkiksi pääsylippu, maksukortti ja matkapuhelin, joiden avulla asiakas pääsee osaksi tapahtumaan mukaan. Tapahtumassa kulutettavat toiminnot, kuten ruokaan liittyy myös esineitä ja tavaroita, kuten ruokailuvälineet ja astiat. (Tuulaniemi, 2011, 82.) Viimeisenä kontaktipisteenä on toimintatavat, joilla tarkoitetaan



palveluntarjoajien sovittuja ja palveluun kuuluvia toiminta -ja käyttäytymismalleja (Tuulaniemi, 2011, 82).

## **2.2 Mikäfest**

Mikäfest oli festivaalitapahtuma, joka järjestettiin neljännen kerran vuoden 2019 elokuussa. Tapahtuma kesti kolme päivää, johon sisältyi monipuolisesti musiikkiesityksiä, työpajoja ja audiovisuaalisia esityksiä. Tapahtuman ajankohta sijoittui elokuun ensimmäiselle viikonlopulle 02.08.2019. – 04.08.2019. Tapahtuman arvoina olivat kestävä kehitys, voittoa tavoittelematon toiminta, alakulttuuritoiminnan edistäminen, aloittelevien esiintyjien ja taiteilijoiden tukeminen sekä mahdollisimman monipuolinen ohjelmatarjonta.

### **2.2.1 Festivaalien esittely**

Festivaalit järjestettiin Hattulan Tyrvännössä, joka on Kanta-Hämeessä sijaitseva kunta. Vuonna 2013 alueen väkiluku oli 9 684 ihmistä ja sen pinta-ala on 427 neliökilometriä. (Hattula, 2013). Hattulaan on Tampereelta matkaa n. 70 kilometriä ja Helsingistä 110 kilometriä. Vuoden 2019 festivaalien yhteistyökumppaneina toimivat K-Supermarket Hattula, Aito Kaslink, Gold & Green Foods, Ruohonjuuri, Kellaripanimo ja Opiskelijamuutot.

Festivaalit sijaitsivat yksityisellä tilalla, jonne mahtui 200 henkeä. Alueella on sähköt, viemärointi, juoksevaa vettä, käymälöitä sekä katettuja alueita, joiden ympärille on rakennettu esiintymislavat, varastotilat, artistien tila, keittiö, järjestäjien yöpymistilat sekä festivaalikävijöille tarkoitettu hätäsuoja, jos tapahtuman aikana ei voi olla ulkona.

Festivaalien asiakkaalta veloitettiin kannatusmaksu. Kannatusmaksu oli viisitoista euroa, johon sisältyi koko viikonlopun sisäänpääsy, ruokailut ja leirintäalue. Kannatusmaksulla katettiin festivaalien aikana syntyneitä kuluja. Festivaaleilla ei tavoitella taloudellista hyötyä, jonka vuoksi esiintyjille ei makseta korvauksia,

vaan festivaalien esiintyjät hakevat itse mukaan ja saapuvat esiintymään omakustanteisesti festivaaleille. Esiintyjiltä ei veloitettu kannatusmaksua. Festivaalijärjestö ei vakuuta vieraita, jos heille tapahtuu jotain festivaalien aikana.

Tapahtumaan osallistui sata asiakasta, neljäkymmentä esiintyjää, kymmenen järjestäjää, kolmetoista rakentajaa, neljä keittiön työntekijää ja kolme keittiötalkoolaista.

### **2.2.2 Festivaalien järjestäjät**

Festivaalin työryhmä koostui noin kymmenestä hengestä, jotka työskentelevät taide- ja kulttuurialalla. Työryhmästä suurin osa asuu Helsingissä tai Tampereella. Osalla työryhmästä on ollut kokemusta muista festivaaleista ja tapahtumista. Jokaisella työryhmässä oli oma vastuualueensa, kuten tapahtuman tiedotusta, logistiikkaa, graafista suunnittelua, markkinointia, talkoovastaava, ohjelmavastaava ja talouspäällikkö. Festivaalien aikana työtehtäviä jakautui kaikille työryhmän jäsenille tasaisesti.

Työryhmä on pysynyt samana ensimmäisestä festivaalista alkaen ja toimii täysin vapaaehtoistoiminnalla, joten kenellekään ei makseta festivaalien järjestämisestä palkkaa. Neljän festivaalivuoden aikana työryhmä on kasvanut muutamalla hengellä.

### **2.2.3 Tapahtuman organisointi**

Vuoden 2019 Mikäfestin järjestäminen aloitettiin tammikuussa 2019 ja siitä eteenpäin työryhmä kokoontui kerran kuukaudessa suunnittelupalaveriin, jossa päätettiin ohjelmistosta, festivaalien ajankohdasta, talkoolaisten rekrytoinnista, yhteistyökumppanien löytämisestä ja logistisista haasteista, kuten äänentoistovälineiden hankinnasta. Tämän vuoden festivaali oli koko viikonlopun mittainen tapahtuma, jonka vuoksi tapahtuman ohjelmisto on jaettu kolmipäiväiseksi. Tapahtuma alkoi perjantaina iltapäivällä ja loppui sunnuntai-iltana.

Tapahtumaan kutsuttiin vieraat Facebookin yksityisen tapahtuman kautta. Jokainen työryhmän jäsen sai kutsua haluamansa määrän vieraita, joista päätettiin toukokuun kokouksessa, ketkä työryhmän valitsemat henkilöt pääsisivät mukaan festivaaleille ja tapahtuma jaettiin yleisölle. Tapahtumalle oli myös oma yksityinen Instagram-tili, joissa jaettiin tapahtumapaikan kuvia, julkaistiin esiintyjä sekä jaettiin muita tiedotteita, kuten saapumisohjeita festivaalialueelle ja aikataulullisia tietoja sekä muita tiedotteita, jotka olisivat hyödyllisiä festivaaliasiakkaille.

Talkoolaisia haettiin tapahtumaan Facebook-tapahtuman kautta. Talkoolaiseksi osallistuvia henkilöitä ei veloitettu maksamaan kannatusmaksua ja jokainen talkoolainen sai myös yhden lämpimän aterian päivässä. Talkoolaisia haettiin festivaalialueen rakentamiseen, kuten esiintymislavan pystyttämiseen, leirintäalueen perustamiseen ja muihin logistisiin työtehtäviin. Jokaiselle talkoolaisella oli vastuussa oleva henkilö ohjaamassa työtä ja neuvomassa työtehtävissä. Keittiössä työskenteleviä veloitettiin tekemään yhden työvuoron ajan festivaaleilla, joka kesti neljä tuntia. Siihen sisältyi raaka-aineiden esivalmistelua ja ruuan jakelua festivaaliasiakkaille, jonka jälkeen talkoolaiset saivat olla loppufestivaalien ajan vapaana nauttimassa festivaaleista.

### **3 RUOKAPALVELUIDEN TOTEUTUS FESTIVAALEILLA**

#### **3.1 Työskentelytilat**

Festivaaleilla oli oma keittiö, jossa oli kaikki keittiölle edellytettävät perustarpeet, kuten kylmäsäilytystilat ja varastointitilat raaka-aineille. Työskentelytiloissa pystyi työskentelemään kerralla korkeintaan viisi henkilöä. Työskentelytilat sijaitsivat festivaalialueella ja ruoan jakelu toteutettiin keittiön ulkopuolella. Keittiö oli yksityinen tila, jonne ei ollut pääsyä muille kuin keittiön henkilökunnalle ja talkootyöntekijöille.

Festivaaliasiakkaille oli suunniteltu oma astiahuolto, joka sijaitsi muissa festivaalien tiloissa, joten keittiössä ei tarvinnut tiskata asiakkaiden ruokailuvälineitä. Keittiössä oli kaksi jääkaappia, joista toinen oli jääkaappi-pakastin. Lisäksi keittiössä oli pieni jääkaappi, jossa festivaalien järjestäjät säilyttivät omia ruokiaan erillään festivaaleilla valmistetuista ruoka-aineista.

##### **3.1.1 Valmistettavat ruoat**

Festivaaleilla valmistettiin joka päivä aamupala ja yksi lämmin ateria. Kaikki ruoka oli lähtökohtaisesti täysin vegaanista ja gluteeniton ruokavalio oli huomioitu ruokien valmistaessa niille, joilla oli keliakia. Keittiöön oli tiedotettu muista erityisruokavalioiden ja allergeeneista, joita festivaalien järjestäjillä, talkoolaisilla ja asiakkailla saattoi olla. Aamupala valmistettiin aamupäivällä ja ruokailun ajankohta sijoittui jokaisena päivänä alkuiltaan. Ruokia valmistettiin koko festivaaliviikonlopun ajan. Ruokalajeissa oli huomioitu vaihtelevuus ja monipuoliset ravintoarvot.

##### **3.1.2 Vastuualueet**

Vastuualueet oli jaettu keittiössä niin, että kantahenkilökuntaan kuulunut henkilö oli vuorollaan osana ruokien valmistusta. Keittiössä työskenteli päivän aikana kaksi kantahenkilökuntaan kuuluvaa henkilöä sekä vähintään yksi talkoolainen.

Tehtäviin kuului valmistaa jokaisen päivän aikana aamupala sekä yksi lämmin ateria. Lisäksi työhön sisältyi ruoan jakelua ja erityisruokavalioiden valmistusta.

Ruokapalveluista vastaava henkilö suunnitteli tehtävien toteutustavat, aikataulun, talkoolaisten ohjeistuksen keittiön toimintaan ja oli auttamassa jokaisena päivänä keittiössä ja valvoi keittiön toimintaa.

### **3.2 Toimintasuunnitelma**

Festivaaleilla oli sata asiakasta, neljäkymmentä esiintyjää, kymmenen järjestäjää, kolmetoista rakentajaa, neljä keittiön työntekijää ja kolme keittiön talkoolaista. Erityisruokavalioidena oli kaksi keliakikkoa. Keittiössä aloitettiin päivät aamuisin aamiaisen valmistamisella. Jokaisen päivän aikana suunniteltiin toimintasuunnitelma palaverissa, jolloin sovittiin päivän toimintasuunnitelma ja ohjeistettiin talkoolaisille heille toteutettavat tehtävät.

Tavoitteena oli, että jokainen kantahenkilökuntaan kuulunut henkilö sai yhden päivän festivaaleilla vapaaseen toimintaan. Jokaisen päivän aikana toteutettiin esivalmistelut seuraavan päivän ruokalajeja varten, jotta päivän yhteisruokailun valmistaminen onnistuisi käytännöllisemmin työvuoron aikana. Talkoolaisten työtehtäviin kuului raaka-aineiden esivalmistelua, kuten kasvien leikkaamista ja raaka-aineiden varastointia. Kantahenkilökunta vastasi ruokien valmistuksesta ja ruoan jakelusta. Yhteisruokailun jälkeen suoritettiin astiahuolto ja keittiön siivous. Siivouksen päätteeksi lattiat pestiin ja keittiö järjestettiin toimintakuntoon seuraavaa päivää varten.

#### **3.2.1 Talkoolaisten rekrytointi työtehtäviin**

Talkoolaisia haettiin keittiöön festivaalien Facebook-tapahtumasivun kautta ja rekrytoinnit toteutti festivaalien ruokapalveluiden vastaava henkilö. Talkoolaisilta edellytettiin, että voi työskennellä festivaalien aikana yhtenä päivänä neljä tuntia, jonka jälkeen talkoolaisia ei veloitettu työskentelemään keittiössä. Talkoolaisten saavuttua festivaaleille heidät ohjeistettiin työtehtäviin ja tiedotettiin työvuoron al-

kamisajankohdasta. Tarve talkoolaisille oli lauantaille ja sunnuntaille. Talkoolaisilta edellytettiin hygieniosaamista, mutta ei vaadittu aiempaa kokemusta ravintola-alalta. Hakemukseen vastanneet olivat suoraan yhteydessä ruokapalveluista vastaavan henkilön kanssa. Ruokapalveluista vastaava henkilö antoi lisätietoa tapahtuman luonteesta, työn kuvauksesta, työtehtävistä ja työajoista. Talkoolaisien työhön sisältyi raaka-aineiden esivalmistelua ja varastointia oikeisiin säilytystiloihin.

Tehtäviin haettiin muutamaa talkoolaista ja kaikki talkoolaiset saatiin rekrytoiduttua tapahtumasta. Talkoolaisilla yhdellä oli aiempaa kokemusta ravintola-alalta ja kahdella ei ollut aiempaa kokemusta. Talkoolaiset otettiin mukaan tapahtumaan muutamaa viikkoa ennen festivaalien alkua.

### **3.2.2 Talkoolaisten perehdytys työhön**

Talkoolaisten saapuessa festivaaleille heille esiteltiin työskentelytilat, koneet ja laitteet, annoskortit valmistettavista aterioista ja festivaalialue. Talkoolaisten saapuessa työvuoroihin heille ohjeistettiin, kuinka raaka-aineita käsitellään hygieniasäädösten mukaisesti, miten esivalmistelut suoritetaan ja kuinka työvälineitä käytetään raaka-aineiden käsittelyssä. Keittiön kantahenkilökunta vastasi talkoolaisten tehtävienannosta ja keittiössä työskenneltiin yhdessä festivaalien ajan.

Talkoolaiset perehdytettiin keittiön koneiden ja laitteiden käyttöön, missä raaka-aineita säilytetään ja kuinka raaka-aineita käsitellään ja valmistellaan. Tähän sisältyi opastusta esimerkiksi siihen, millä tavalla kasviksia kuuluu leikata ja minkä kokoisia niiden täytyy olla, kun ruokaa aletaan valmistelemaan.

Talkoolaisille annetut työtehtävät olivat yksinkertaisia keittiön työtehtäviä, jotta työnteko ei olisi liian haastavaa talkoolaisille. Talkoolaisilta ei edellytetty tarjoiltavien ruokien valmistusta, vaan tehtävänä oli suorittaa pääosin esivalmisteluihin liittyviä työtehtäviä. Talkoolaisia ohjeistettiin, että taukoja sai pitää haluamansa ajankohdan mukaan ja työt sai lopettaa, kun oli suorittanut annetut tehtävät loppuun. Keittiössä oli ohjeistus päivän tehtävistä, jotka piti suorittaa päivän aikana.

## 4 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS

### 4.1 Puolistrukturoitu teemahaastattelu

Festivaalien aikana haastateltiin yhtätoista asiakasta, joilta kysyttiin kuusi kysymystä. Haastattelukysymykset on esitelty liitteessä 2. Haastattelussa tutkittiin, miten ruoka vaikuttaa elämykseen festivaaleilla ja miten tarjoiltu ruoka sopii tapahtuman luonteeseen. Haastatteluissa tutkittiin, miten yhteisruokailu toimii suuremmissa tapahtumissa ja miten se vaikuttaa asiakkaan elämyksellisyyteen tapahtumassa. Jokainen tutkimukseen osallistunut henkilö sai vastata kysymyksiin haluamallansa tavalla.

Haastatteluissa kysyttiin, miten asiakas kokee ruokailun parantavan tapahtuman elämystä, onko festivaaleilla nautittu ruoka sellaista, joka sopii tapahtuman luonteeseen, millaisia ruokia asiakas haluaisi nauttia festivaalien aikana, kuinka yhteisruokailut vaikuttavat festivaalien tunnelmaan, onko yhteisruokailut onnistunut tapa nauttia ruokaa ja miten festivaaleilla nautittua ruokaa voisi kehittää tulevaisuudessa eteenpäin. Tässä kappaleessa kerrotaan saaduista vastauksista ja asiakkaiden kokemuksista viikonlopun ruokapalveluista.

Haastatteluun osallistuneiden asiakkaiden mukaan ruokailu on kohokohta päivässä, sillä ravinnon saanti viikonlopun mittaisessa ulkoilmatapahtumassa parantaa henkistä ja fyysistä jaksamista. Ruokailun sisällyttäminen kannatusmaksuun koettiin, että ruokailusta ei erikseen tarvinnut maksaa ja festivaalien puolesta tarjottu ruoka paransi tunnelmaa ja loi varmuutta siitä, että syö päivän aikana kunolla.

Suurin osa vastanneista kokivat, että muilla festivaaleilla ei söisi yhtä hyvin kuin tässä tapahtumassa. Eräs vastanneista koki turvallisuudentunnetta syömällä samaa ruokaa kaikkien asiakkaiden kanssa, jonka myötä syntyy yhteisöllisempi tunnelma ja sitä kautta on helpompi kommunikoida muiden festivaalikävijöiden kanssa, joita ei välttämättä tunne ollenkaan.

Omien ruokailujen järjestäminen festivaaleilla aiheuttaa myös hankaluuksia, jos valmistaa itse omat ruoat, jonka myötä järjestetty ruokailu vähentää vastanneiden mukaan stressin tunnetta tapahtuman aikana. Ruokailut nähtiin tunnelmaa nostattavana tapahtumana, jolloin pystyy hengähtämään päivän muusta ohjelmasta, sillä yhteisruokailujen aikana ei ollut esiintyjä tai muuta ohjelmaa.

Vastanneiden kesken koettiin yksimielisesti, että festivaaleilla tarjoiltu ruoka sopii festivaalien luonteeseen. Asiakkaat kokivat, että festivaalien kohderyhmä on huomioitu ruokavalioiden ja erityisruokavalioiden kanssa hyvin ja ruoka vastasi festivaalien arvoja. Lisäksi monille, joille vegaaninen ja gluteeniton ruokavalio ei ole entuudestaan tuttua, muutti ennakkoluuloja ja kannusti vastanneita kokeilemaan itsekin samanlaisia ruokalajeja omassa arjessaan.

Melkein kaikki haastateltavat halusivat syödä festivaalien aikana ruokia, jotka ovat täyttäviä, ravitsevia, monipuolisia ja eritoten lämpimiä aterioita, jotka auttavat jaksamaan festivaalien aikana pitkien päivien aikana. Ruokalajeina toivottiin lämpimiä pata -ja kastikeruokia, joissa on huomioitu monipuolisesti ravintoarvot. Vastanneet haluavat myös ruokia, jota on käytännöllistä ja helppoa syödä ulkoilmassa ja joissa on monipuolisesti makuja. Vastanneet kokivat, että ruokien ravitsevuus ja täyttyvyys on ensisijaisia tekijöitä ruokailun onnistumisessa.

Yhteisruokailut nähtiin positiivisena elämyksenä, joka edellyttää sitä, että ruokailu toimi, jos ruokaa on kaikille riittävästi, erityisruokavaliot on huomioitu, ruokajoista pidetään kiinni ja ruoka on hyvää. Yhteisruokailut koettiin tärkeänä sosiaalisena tapahtumana, jolloin pääsi tutustumaan ihmisiin, joiden kanssa ei ole muuten viettänyt festivaaleilla aikaa, ja ruokailun aikana pystyi sosiaalisesti vuorovaikuttamaan melkein kenen tahansa festivaaleilla olevaan henkilön kanssa, aina asiakkaasta järjestäjiin.

Yhteisruokailut herättivät vastanneissa positiivisia tunteita ja lämpimiä muistoja aiemmista kokemuksista, joissa oli ollut esimerkiksi lapsuudessaan mukana, kuten kesäleireillä. Lisäksi festivaalien aikana ei ollut muuta ohjelmaa, joten vastanneet kokivat, että yhteisruokailu on hyvä hetki hengähtää päivän tapahtumista ja keskittyä omaan hyvinvointiin syömällä hyvin, jotta jaksaa viettää festivaaleilla



paremmin aikaa. Ruokailuista syntyi asiakkaille jaettuja elämyksiä ja uusia sosiaalisia tilanteita, jotka jäivät positiivisena kokemuksena festivaaleista. Eräs haastateltava asiakas koki positiivisena kokemuksena sen, että jokainen haki samaa ruokaa linjaston ääreltä, jolloin ruokaa odottaessa muiden kanssa syntyi uusia sosiaalisia ryhmiä ja vuorovaikutustilanteita. Yhteisruokailut loivat tunnetta, että on osana yhteisöä, josta ei kuulu olevansa ulkopuolella, jos asiakkaat ruokailisivat haluamallansa ajankohdalla.

Kaikki vastanneet kokivat, että yhteisruokailut ovat onnistunut tapa nauttia ruokaa. Kukaan asiakas ei haluaisi muuttaa järjestelyä, sillä yhteisruokailujen sosiaalinen kokemus oli tärkeässä osassa festivaalien tunnelmaa. Yhteisruokailut jaksottivat asiakkaiden ruokailutottumuksia ja toivat rutiinia muutoin monipuoliseen tapahtumatarjontaan. Yhteisruokailut toimivat parhaiten ilta-aikaan, jolloin ruokahalu oli vastanneiden kesken korkeampi, jolloin ruokailu tuli tapahtuman aikana tarpeeseen. Lisäksi vastanneiden kesken koettiin, että yhteisruokailuita voi tasapainottaa syömällä päivän aikana myös omia eväitään.

Kehitysehdotuksia ei tullut vastanneiden kesken kovinkaan monilta, sillä melkein kaikki kokivat ruokapalveluiden onnistuneen erittäin hyvin. Muutama asiakas olisi toivonut, että ruokalajeja saisi olla monipuolisemmin lisukkeiden kannalta ja eräs vastannut olisi halunnut selkeämpää tiedotusta siitä, olisiko ruokaa saanut muina ajankohtina kuin yhteisruokailuiden aikana. Eräs asiakas olisi halunnut maksaa korkeamman hinnan pääsylipusta, jos siihen olisi saanut sisällytettyä useampia ruokailuja ja monipuolisempia ruokalajeja.

#### **4.1.1 Sähköinen palautekysely**

Festivaalien Facebook-tapahtumasivuilla julkaistiin sähköinen palautekysely, jossa tutkittiin ruokapalveluiden onnistumista tapahtumassa. Kyselylomake on esitelty liitteessä 1. Kyselyssä kartoitettiin miten ruokapalvelut onnistuivat festivaalien aikana ja millä tavoin ruokapalveluita voidaan parantaa tulevia festivaaleja varten. Palautelomakkeessa oli kahdeksan kysymystä sekä osio, johon jokainen voi vastata vapaasti, jos kyselyn jälkeen jäi vielä jotain pohdittavaa.

Palautekyselyssä kysyttiin, miten tarjoiltu ruoka sopi festivaalien luonteeseen, millainen kokemus festivaaleilla tarjoilluista ruoista jäi, vastasiko ruoka odotuksia, oliko ruoka sopivaa festivaaleille, oliko ruokaa riittävästi, millaisia ruokia asiakkaat toivoisivat seuraaville festivaaleille, miten ruokapalveluita voidaan kehittää parempaan suuntaan ja vastasiko ruoan laatu kannatusmaksun hintaa.

55% vastanneista koki ruokapalveluiden onnistuneen hyvin ja 45% koki ruokapalveluiden onnistuneen erinomaisesti. Ruoasta jäi asiakkaille positiivinen kokemus. Ruoka oli monipuolista ja vastasi erityisruokavalioita. Ruoan hyvälaatuisuus yllätti ja herätti asiakkaissa kotoisia tunnelmia. Kritiikkiä muodostui epäonnistuneesta asiakaspalvelutilanteesta, jossa keittiössä työskennellyt henkilö oli aiheuttanut yhdelle vastaajalle negatiivisen kokemuksen. Positiivisuutta tuli siitä, että ruokaa sai annostella haluamansa määrän, sen sijaan että ruoka-annokset tarjottaisiin yksilöllisinä annoksina.

82% vastanneista koki ruoan vastanneen täysin odotuksia. 9% koki ruokapalveluiden vastanneen odotuksia kiitettävästi ja 9% ruoan tyydyttävänä osana festivaaleja. Tarjottu ruoka oli jokaisen asiakkaan mielestä sellaista, joka sopii festivaaleihin. Tarjoiltu ruoka vastasi festivaalien arvoja ja ruoka oli monipuolista. Kiitosta tuli siitä, että ruoka oli vaihtelevaa ja festivaalien pääpäivinä oli annoksia, jotka olivat energiapitoisempia ja täyttävämpiä, jolla jaksoi viettää aikaa festivaaleilla. Positiivista palautetta tuli myös siitä, että hävikkiä osattiin hyödyntää festivaalien aikana ruokapalveluissa. Vegaanipitoiset ruoat toivat myös positiivista palautetta, sillä se helpotti vegaanista ruokavaliota noudattavia asiakkaita nauttimaan festivaaleilla tarjoillusta ruoasta.

Palautteen mukaan ruokaa oli riittävästi festivaalien aikana. 55% koki tarjoillun ruoan määrää erinomaisena, 36% koki tarjoillun ruoan määrän kiitettävänä ja 9% vastanneista piti ruoan määrää riittävänä. Asiakkailta kysyttiin, millaisia ruokia seuraavilla festivaaleilla voitaisiin tarjoilla. Toiveina esitettiin, että tulevaisuudessa voisi tarjoilla monipuolisemmin kasviproteiineja, kuten tofua ja falafelia. Eri-laisuutta toivottiin myös ruokalajien tarjonnassa ja lisukkeissa, kuten erilaisia leipiä. Tulevaisuudessa toivottiin myös, että ruoat olisivat hyvin maustettuja ja ruoat olisivat myös kasvispohjaisia. Palautetta saatiin myös siitä, että tulevaisuudessa

tarjoiltava ruoka olisi helposti nautittavina annoksina ja ruoka saisi olla lämmintä, monipuolista sekä ravitsevaa.

91% vastanneista piti ruoan laatua onnistuneena kannatusmaksun hintaan nähden ja 9% koki ruoan laadun tyydyttävänä hintaan verrattuna. Vastausten perusteella ruoan sisällyttäminen hintaan oli toimiva ratkaisu asiakkaille ja ruokapalveluiden sisällyttäminen hintaan oli onnistunut järjestelmä.

Kyselyn lopussa annettiin mahdollisuus kertoa vapaasti ruokapalveluista ja keittiön toiminnasta. Positiivista palautetta tuli hävikin hyödyntämisestä ja tarjoiluista ruoista. Yhdeltä vastanneelta oli jäänyt yhdestä keittiön henkilökuntaan kuuluneesta negatiivisia kokemuksia. Muista keittiön työntekijöistä vastanneella oli positiivisia kokemuksia ja piti muiden keittiön työntekijöiden toimintakulttuuria positiivisena kokemuksena. Kahvin ja teen tarjoilusta vastasi muut festivaalien järjestäjät, jonka vuoksi negatiivista palautetta tuli keittiölle. Palaute kertoo siitä, että vuorovaikutus ei ollut tässä asiassa onnistunutta festivaalien järjestäjien, keittiöhenkilökunnan ja asiakkaan välillä. Lopuksi kiitosta tuli keittiön henkilökunnalle onnistuneesta ruokatarjoilusta.

#### **4.1.2 Järjestäjien tyytyväisyys ruokapalveluista**

Festivaalien jälkeen järjestettiin työryhmän kokous, jossa käsiteltiin mitkä asiat onnistuivat ruokapalveluissa ja mihin asioihin vaaditaan tulevaisuudessa kehitettävää. Festivaalien työryhmä koki, että keittiön ja järjestäjien kommunikointi oli huonoa ja epäselvää esituotannossa, minkä vuoksi olisi ollut tärkeää keskustella enemmän ennen festivaalien aloittamista. Kaikki kommunikointi ennen festivaaleja toteutettiin yksityisviesteillä sekä yhteisen WhatsApp-ryhmän kautta.

Järjestäjät kokivat keittiön ja festivaalivieraiden suhteen etäisenä, koska keittiön henkilökunnan negatiiviset asiakaskokemukset vaikuttivat joihinkin asiakkaisiin niin, että oli haastavaa lähestyä festivaalien aikana keittiön henkilökuntaa. Jotkut asiakkaat kokivat, ettei keittiössä halua vierailia joidenkin henkilökuntaan kuuluvien henkilöiden negatiivisten asenteiden vuoksi. Ruoka oli koko festivaalien ajan

järjestäjien mielestä erinomaista ja järjestäjien kuulemien asiakaspalautteiden perusteella ruoasta tuli myös positiivista palautetta kävijöiden puolesta.

#### **4.1.3 Vapaaehtoisten tyytyväisyys tapahtumasta**

Tässä kappaleessa kerrotaan, kuinka keittiössä työskennelleet vapaaehtoiset kokivat tapahtuman onnistuneen vuoden 2019 Mikäfesteistä. Kappaletta varten haastateltiin henkilökohtaisesti jokaista keittiössä työskennellyttä talkoolaista ja kantahenkilökuntaan kuuluvia henkilöitä, miten he kokivat tapahtuman onnistuneen heidän näkökulmastaan.

Jokainen talkoolainen koki johtamisen ja työtehtävienannon onnistuneena osana ruokapalveluiden tuottamista. Onnistuneesta johtamisesta ja selkeästä tehtävienannosta jäi talkoolaisille positiivinen tunne ja itseluottamusta siihen, että tulevaisuudessa talkoolaiset voivat itsekin toteuttaa ruokapalveluita tai olla uudelleen talkoolaisena vastaavanlaisissa tapahtumissa. Tunnelma keittiössä oli positiivista, jonka vuoksi keittiössä työskentely oli hauskaa, vaikka tehtäviä oli monipuolisesti viikonlopun aikana. Työskentely oli talkoolaisille kokemuksena antoisa, sillä joillakin talkoolaisilla ei ole ollut aiempaa kokemusta keittiössä työskentelystä ja toi itsevarmuutta talkoolaisten osaamiseen tulevaisuuden tehtävissä.

Kantahenkilökuntaan kuuluvien työntekijöiden mielestä ruokapalveluita oli helppo toteuttaa annoskortteja seuraamalla ja yhteinen kommunikaatio keittiön välillä toimi onnistuneesti. Kritiikkiä syntyi festivaalien järjestäjien puutteellisesta kommunikoinnista, jonka vuoksi asiakkaat pyysivät apua keittiöltä, jotka eivät olleet keittiön vastualueella, kuten tapahtuman aikataululliset tilanteet. Tähän olisi auttanut selkeämpi tiedottaminen järjestäjiltä asiakkaille suoraan, jotta keittiön työntekijöille ei olisi tullut epäselvyyksiä asiakkaiden kanssa. Kritiikkiä tuli myös siitä, ettei keittiöön tiedotettu kaikista erityisruokavalioista, joka aiheutti haasteita keittiössä työskentelyssä. Tästä huolimatta jokainen asiakas sai erityisruokavaliosta riippumatta ruokaa. Festivaalien toisena päivänä oli paljon aikataulullisia ongelmia ohjelmistossa, eikä niistä tiedotettu kunnolla keittiöön, joten kritiikkiä tuli myös festivaalien aikana järjestäjien vuorovaikutuksesta keittiöön. Tähän vaikutti myös keittiön vastuuhenkilön puutteellinen kommunikointi järjestäjien kanssa.

## **4.2 Tutkimustulosten analysointi**

Festivaalien haastatteluista ja sähköisestä palautekyselystä saatujen tulosten mukaan ruokapalvelut onnistuivat festivaalien aikana ja ruoka vastasi tapahtuman arvoja. Elämyksellisestä näkökulmasta katsoen yhteisruokailut aiheuttivat asiakkaisissa positiivisia kokemuksia ja yhteisruokailut olivat yhdistävä tapahtuma festivaaleilla. Yhteisruokailut lisäsivät jaksamista festivaaleilla ja toi sosiaalisessa aspektissa kävijöille yhtenäisyyden tunnetta. Ruokailun aikana asiakkaat tutustuivat uusiin ihmisiin ja sitä kautta ruokailu paransi festivaalikokemusta. Suurin osa vastanneista sai ruokailun aikana muodostettua uusia sosiaalisia suhteita ja avattua uusia keskusteluita itselleen tuntemattomien ihmisten kanssa. Yhteisruokailut toimivat myös siksi, koska valmistetut ruuat olivat vegaanisia, joka vastasi kasvis -ja vegaanista ruokavaliota noudattavien ruokailutottumuksia ja vastasi festivaaleille asetettuja arvoja. Saman ruoan nauttiminen yhdessä ulkoilmassa jätti monien vastanneiden kesken positiivisia muistoja ja yhteisruokailut ovat tulevaisuudessa onnistunut tapa nauttia aterioista.

### **4.2.1 Ruokapalveluiden onnistuminen tapahtumassa**

Tarjoiltu ruoka oli jokaisena päivänä aikataulun mukaisesti valmista ja ruokaa riitti kaikille. Työskentely oli sujuvaa festivaalien aikana ja valmistetuista ruuista tuli positiivista palautetta. Valmistetut ruuat tukivat asiakkaiden erityisruokavalioita ja ruoka auttoi asiakkaiden jaksamista ja ylläpiti toimintakykyä festivaalien aikana. Talkoolaisia oli riittävästi ruokapalveluiden onnistumiseen ja talkoolaisten osallistuminen oli aktiivista annettuihin työtehtäviin, joka paransi ruokapalveluiden toteuttamista festivaalien aikana. Arviot valmistetuista ruuista onnistuivat, vaikka olikin epävarmuutta festivaalien aikana siitä, riittääkö ruokaa kaikille. Ruoka toi elämyksiä asiakkaille yhteisruokailuissa ja ruokien valmistaminen oli toimivaa keittiön tilojen ja laitteiden puolesta.

Valmistettujen ruokien maku ja kylläisyyden tunne oli asiakkaille positiivinen kokemus ja paransi festivaalien elämystä. Ruokien maut ja laatu olivat tasapainossa ja ruoka palveli kohdeyleisöä, mikä voi olla haastavaa johtuen asiakkaiden yksilöllisistä tarpeista elämyksen rakentamisessa.

#### **4.2.2 Kehittämiskohteita tulevaisuudelle**

Vuorovaikutusta keittiön ja festivaalien järjestäjien kanssa festivaalien aikana vaatii kehittämistä. Festivaaleilla tuli epäselvyyksiä asiakkaille esimerkiksi kahvin ja teen tarjoilusta, josta tuli rakentavaa kritiikkiä sähköisen palautteen muodossa. Festivaalien kävijämääristä oli tiedotettu epäselvästi, joten raaka-ainemäärien arviointi lisäsi tapahtuman aikana haasteita. Tulevaisuudessa tarkennusta vaaditaan, millaisiin henkilömääriin keittiön täytyy varautua festivaaleilla. Ruokapalveluita voidaan parantaa tulevaisuudessa luomalla monipuolisempaa tarjoilua, jotta ruokailusta tulee asiakkaalle vielä positiivisempi elämys. Myös palvelunmuotoilua täytyy parantaa tulevaisuudessa perehdyttämällä keittiön työntekijät positiivisempaan asiakaspalveluun, josta tuli palautetta asiakkailta. Työryhmän perehdyttämällä voidaan parantaa festivaalien asiakaspalvelua työskentelytilanteessa. Positiivista palautetta tuli festivaalien aikana keittiön toiminnasta monilta asiakkailta, mutta palvelukulttuuria täytyy kehittää tulevaisuudessa asiakasystävällisemmäksi.

Haasteina palveluympäristössä on oma fyysinen ja henkinen jaksaminen, sillä vieraassa ympäristössä nukkuminen, useimmiten teltoissa, heikentää yön unen laatua, jonka myötä viikonlopun mittainen festivaali rasittaa asiakasta huomattavasti enemmän muihin musiikkitapahtumiin verrattuna. Tähän vaikuttaa myös unen laatu ja määrä, sillä festivaalit tarjoavat ohjelmaa myöhään illalle ja monesti festivaaleilla juhliminen saattaa myöhäiseen ajankohtaan. Myös ilmasto vaikuttaa elämykseen, sillä festivaali järjestettiin elokuun alussa, jolloin Hattulassa oli mitattu lauantain vastaisena yönä 8,4°C (Säähistoria, 2019). Tämä johti siihen, että monilla festivaalien asiakkailta oli yöllä kylmä ja öinen lämpötila vaikutti unen saantiin. Tapahtumassa tiedotettiin mitä kannattaa ottaa mukaan festivaaleille, jotta nukkumisesta tulisi mahdollisimman mielekästä festivaalikävijälle. Kehittämiskohteena voisi harkita festivaalien järjestämistä aikaisemmin kesällä.

## POHDINTA

Tutkimuskysymyksenä oli, kuinka ruoka parantaa asiakkaan elämystä viikonloppun mittaisessa tapahtumassa ja kuinka yhteisruokailut parantavat asiakaskokemusta. Opinnäytetyötä rakennettiin teoreettisen viitekehyksen avulla ja heijastettiin, kuinka se soveltuu käytännössä järjestettävään musiikkitapahtumaan ruokapalveluiden näkökulmasta. Haastatteluiden ja sähköisen palautteen avulla saatiin arvokasta tietoa elämyksen luomisesta asiakkaalle ja kuinka ruokapalveluita voidaan kehittää festivaaleilla eteenpäin jokaisella festivaaleilla vaikuttavan elimen näkökulmasta.

Ruokapalveluiden tuottaminen festivaaleille oli opettavainen kokemus, johon sisältyi paljon käytännön haasteita. Alueella järjestettiin toisen kerran festivaalit ja miljöönä ei välttämättä sovellu tulevaisuudessa festivaalien järjestämiseen, joka haastoi jokaista festivaalien järjestäjää luomaan käyttäjäystävällisiä ratkaisuja esimerkiksi parkkipaikkojen, leirintäalueen, esiintymislavojen ja ruokailutilojen toteuttamiseen. Keittiöstä löytyi kaikki välttämätön kone -ja laiteteknologia, mutta tilat toivat haasteita suurtalouskeittiölle vaadittavien toimintojen toteuttamiseen, sillä keittiötä ei ole suunniteltu suurtalouskeittiötuotantoon. Asiakkaille tuli myös haasteita leirintäalueella löytää itselleen sopivaa paikkaa pystyttää teltoja ja löytää paikka, joka olisi sopivalla etäisyydellä tapahtumapaikasta. Leirintäalue oli kooltaan pienempi verrattuna muihin suomessa järjestettäviin festivaalitapahtumiin, joka toi festivaaliasiakkaille haasteita, vaikkakin asiasta ei syntynyt negatiivista palautetta. Jos festivaaleja järjestetään alueella jatkossa, tapahtuma-alueita ja sen infrastruktuuria täytyy kehittää seuraavia festivaaleja varten kattavammin, jotta asiakkaalle luotu elämys jäisi ikimuistoisemmaksi.

## LÄHTEET

Hattulan väkiluku 31.12.2013. Tilastokeskus. Luettu 14.10.2019  
<http://www.tilastokeskus.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/082.html>

Karppinen, S. & Latomaa T. (toim.) 2007. Seikkaillen elämyksiä. Seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia. Lapland University Press.

Karppinen, S. & Latomaa T. (toim.) 2010. Seikkaillen Elämyksiä II. Elämyksen käsitehistoriaa ja käytäntöä. Lapland University Press.

Ravintolailmiöt 2018: Miltä näyttää ravintolasyöminen vuonna 2018?. 2017. Kespro. Luettu 08.09.2019.  
<https://www.kespro.com/ideat-ja-inspiraatiot/artikkelit/suomalaiset-ravintolailmiot-ja-ravintolatrendit-vuodelle-2018>

Liedes, O. & Ketonen, S. (toim.) 2004. Elämyksiä ja kulttuuria kaupunkikohdeissa. Julkasussa: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus ja Elämystuottajien Artikkelit. Rovaniemi.

Sään havaintohistoria – Hattula, Lepaa 03.08.2019. Foreca. Luettu 14.10.2019.  
<https://www.foreca.fi/Finland/Hattula/Leppaluoto/havaintohistoria>

Tarssanen, S. & Kylänen, M. (toim.) 2009. Elämystuottajan Käsikirja. 6. painos. LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.



## LIITTEET

### Liite 1. Asiakkaille jaettu sähköinen palautekysely

# MIKÄFEST 2019 Palautekysely festivaaleilla tarjoillusta ruoasta

Koitko ruokapalveluiden onnistuneen festivaalien aikana?

1      2      3      4      5

Täysin eri mieltä                  Täysin samaa mieltä

Millainen kokemus sinulle jäi festivaaleilla valmistetuista ruuista?

Your answer

---

Koitko, että ruoka vastasi odotuksia?

1      2      3      4      5

Täysin eri mieltä                  Täysin samaa mieltä

Oliko tarjoiltu ruoka mielestäsi sopivaa festivaaleilla?

Your answer

---

Oliko ruokaa riittävästi?

Täysin eri mieltä    1    2    3    4    5    Täysin samaa mieltä

Millaisia ruokia haluaisit tulevaisuudessa syödä Mikäfesteillä?

Your answer

---

Mitä mielestäsi ruokapalveluissa voisi kehittää parempaan suuntaan?

Your answer

---

Vastasiko ruoan laatu kannatusmaksun hintaan?

Täysin eri mieltä    1    2    3    4    5    Täysin samaa mieltä

Vapaa sana!

Your answer

---

Liite 2. Haastattelukysymykset puolistrukturoituun teemahaastatteluun

1. Miten koet ruokailun parantavan tapahtuman elämystä?
2. Onko festivaaleilla nautittu ruoka sellaista, joka sopii tapahtuman luonteeseen?
3. Millaisia ruokia haluaisit nauttia festivaalien aikana?
4. Kuinka yhteisruokailut vaikuttavat festivaalien tunnelmaan?
5. Koetko, että yhteisruokailut ovat onnistunut tapa nauttia ruokaa festivaaleilla, vai haluaisitko nauttia ruokaa valitsemasi ajankohdan mukaan?
6. Miten festivaaleilla nautittua ruokaa voisi mielestäsi kehittää tulevaisuudessa eteenpäin?