



TYÖVÄEN MUSIIKITAPAHTUMAN RAVINTOLAPALVELUJEN KEHITTÄMINEN

Johanna Lehto

Opinnäytetyö
Elokuu 2015
Palvelujen tuottamisen ja
johtamisen koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

JOHANNA LEHTO

Työväen Musiikkitapahtuman ravintolapalvelujen kehittäminen

Opinnäytetyö 61 sivua, joista liitteitä 6 sivua
Elokuu 2015

Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Työväen Musiikkitapahtuma ry:lle. Yhteyshenkilö ja työn tilaaja on Musiikkitapahtuman toiminnanjohtaja Marianne Haapoja. Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Musiikkitapahtuman ravintolapalveluita kesän 2015 festivaaliin. Tässä opinnäytetyössä ravintolapalvelujen kehittäminen tarkoitti ruoka- ja juomavalikoiman kartoittamista ja uudistamista asiakaslähtöisesti. Kehittämisessä oli tärkeää huomioida ennen kaikkea asiakkaiden mielipiteet asiakastyytyväisyyden lisäämiseksi. Lähestymistavaksi kehittämistyölle valittiin tapaustutkimus ja tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselytutkimusta. Tiedonkeruussa käytettiin myös asiantuntijahaastattelua. Aktiivinen vuorovaikutus toimeksiantajan kanssa antoi hyvät edellytykset työn onnistumiselle. Kyselytutkimus toteutettiin sähköisenä maaliskuu- ja huhtikuun 2015 aikana.

Kyselytutkimus osoittautui tehokkaaksi tavaksi saada tietoa. Vastauksia saatiin yhteensä 456 kappaletta. Tutkimuksen päätavoite oli selvittää, mitä ruokia ja juomia asiakkaat haluavat kesän festivaalilla nauttia, mutta toimeksiantajan pyynnöstä selvitettiin myös asiakkaiden arvoja. Työväen Musiikkitapahtuma pyrkii olemaan ekologinen tapahtuma ja suosii lähiruokaa. Kyselytutkimuksen vastauksista selvisi, että peräti 76 %:lle vastaajista lähellä tuotettu ruoka tuo lisäarvoa ruokailukokemukseen. Tämä vastaus siis vahvisti tapahtuman linjausta lähiruoan suosimisesta. Yllättävää oli, että luomuruokaa ei arvostettu niin paljon. Vastaajista 42 %:lle luomuruoka toi lisäarvoa ruokailukokemukseen, mutta jopa 40 %:lle ei. Vastaajilla oli myös mahdollisuus ”en osaa sanoa” -vaihtoehtoon.

Suurin mielenkiinto toimeksiantajan kohdalla kohdistui kuitenkin kyselytutkimuksessa kohtaan, jossa selvitettiin erilaisten ruokalajien suosiota. Tutkimukseen listattiin 20 erilaista ruokalajivaihtoehtoa, joista asiakasta pyydettiin valitsemaan yksi tai useampi, mitä haluaisi mahdollisesti festivaalilla syödä. Kyselyyn tehtiin myös avoin kohta, johon asiakas sai kirjoittaa oman ehdotuksensa tarjottavista ruoista. Vastauksista selvisi, että kaikista eniten äänimääriä saivat letut ja vohvelit. Varsinaisista ruoista suosituin vaihtoehto oli salaatti, jonka jälkeen paistetut muikut, wokki, tex mex ja pulled pork. Avoimiin kohtiin asiakkaat ehdottivat monia vaihtoehtoja, mutta niistä selkeimmin esille nousi aasialainen ruoka ja pizza. Juomapuolella yllätti vastaajien mielenkiinto alkoholittomia juomavaihtoehtoja kohtaan. Lisäksi toivottiin erilaisia siidereitä ja erikoisolutia.

Kyselytutkimuksen vastausten selvittyä toimeksiantajalle esiteltiin asiakkaiden toiveet kesän 2015 festivaaliruokailun suhteen. Ajankohta oli juuri sopiva, sillä uusia yhteistyösopimuksia ehdittiin solmia.

Asiasanat: festivaali, ruoka, tapahtuman järjestäminen, palvelun kehittäminen

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Service Management

LEHTO JOHANNA:

The Development of Catering Services for Workers' Music Festival

Bachelor's thesis 61 pages, appendices 6 pages
August 2015

The purpose of this thesis was to develop catering services for the Workers' Music Festival. The Workers' Music Festival is a four-day festival for all ages in the centre of Valkeakoski. The event takes place in an industrial milieu. The client of this thesis is Marianne Haapoja, the Executive Director of the festival. The theory part of this thesis consist of the events history, event organizing and food trends in 2015.

The objective of this study was to form a survey to the customers of the festival. The surveys' purpose was to clarify what kind of food people would like to eat at the Workers' Music Festival in the summer 2015. The survey included also questions about beverages served at the festival. It was published online in March 2015.

The survey proved to be an efficient way to get information. A total of 456 responses were received. These results suggested that the event organizer should provide some new dishes at the festival. Surprisingly, pancakes got the most votes. What comes to real food, salad was the most popular dish. After that came a traditional Finnish festival delicacy, vendace. In top five there were also wok and Mexican food. Cider was the most popular beverage in the vote, but alcohol-free options got also many votes. People gave also various suggestions about food and beverages that they would like to have.

The findings indicate that there is a real need for development in the catering services of the festival. The client received the results and conclusions and she can now develop the catering services to be more customer-oriented.

Key words: festival, food, event organizing, service development

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TAPAHTUMAN SUUNNITTELU	7
2.1	Musiikkitapahtumien historia	7
2.2	Suunnitteluvaihe	8
2.3	Tapahtumapaikka.....	10
2.4	Tapahtuman ajankohta.....	12
2.5	Yhteistyökumppanit.....	13
2.6.	Budjetti.....	14
2.7.	Organisaatio	15
2.7.1	Projektipäällikkö	15
2.7.2	Projektiryhmä.....	16
2.7.3	Työntekijät	17
2.8	Kestävä kehitys	19
2.8.1	Kestävä kehitys ruokapalveluissa	21
3	TURVALLISUUS JA LUPA-ASIAT	23
3.1.	Turvallisuuden vaikuttavat luvat.....	23
3.2.	Muut tarvittavat luvat ja ilmoitukset.....	25
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	28
4.1	Festivaaliravintoloiden tausta	29
4.2	Ruokatrendit osana kehittämistyötä.....	31
4.3	Kyselytutkimuksen toteuttaminen	34
4.4	Vastausmäärät	36
5	TUTKIMUSTULOKSET	37
5.1	Vastaajien taustatiedot	37
5.2	Vastaajien osallistuminen tapahtumaan ja ravintoloiden käyttö.....	39
5.3	Vastaajien arvot	41
5.4	Erikoisruokavaliot.....	43
5.5	Menu	44
6	TULOSTEN TARKASTELU	48
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	50
	LÄHTEET	53
	LIITTEET	56
	Liite 1. Kyselytutkimuksen lomakepohja 1 (6)	56

LYHENTEET JA TERMIT

TAMK	Tampereen ammattikorkeakoulu
Kysely	Kyselytutkimus
Musiikkitapahtuma	Työväen Musiikkitapahtuma

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Työväen Musiikkitapahtuma ry. Aiheen työhön sain lokakuussa 2014, kun otin yhteyttä Työväen Musiikkitapahtuman toiminnanjohtajaan Marianne Haapojaan. Mielessäni oli oman kotipaikkakuntani vuoden suosituin tapahtuma, johon halusin tehdä opinnäytetyöni. Sovimme pian tapaamisen Marianne Haapojan kanssa Työväen Musiikkitapahtuman tapahtumatoimistolle. Aihe opinnäytetyön tekemiseen oli tuolloin jo valmiina. Haapoja halusi, että kesän 2015 festivaalilla voitaisiin tarjota joitain uusia ruokia perinteisten festivaaliruokien sijaan, ja mahdollisesti laajentaa yhteistyötä eri alihankkijoiden kanssa. Työn tekemiseen valittiin kehittämisenäkökulma. Työn tavoitteeksi valikoitui kehittää kesän 2015 Musiikkitapahtuman ravintolapalveluita. Tarkoitus oli selvittää asiakaslähtöisesti, mitä ruokia asiakkaat haluavat festivaalilla syödä, ja kuinka tyytyväisiä he ovat festivaalin alkoholi- ja juomatarjontaan.

Tämän työn tutkimusosuudessa tiedonkeruuna käytettiin kyselytutkimusta, jonka tarkoituksena oli saada paljon tietoa kerättyä. Kyselytutkimus julkaistiin ainoastaan sähköisenä, ja siihen pääsi osallistumaan Työväen Musiikkitapahtuman kotisivun kautta tai Facebook-sivulta. Opinnäytetyön teoriaosuudessa keskitytään muun muassa tapahtumien historiaan, tapahtumien suunnitteluun, lupa-asioihin ja kestävään kehitykseen ruokapalvelujen osalta. Teoriaosuutta tukee Työväen Musiikkitapahtuman toiminnanjohtajan, Haapojan, asiantuntijahaastattelu.

Työväen Musiikkitapahtumalla on useita yhteistyökumppaneita ja alihankkijoita, ja kyselytutkimuksen avulla haluttiin myös selvittää, onko uusille ruokamyymyjille ja näin ollen alihankkijoille tarvetta. Työväen Musiikkitapahtuma pyrkii olemaan joka vuosi ekologisempi ja eettisempi tapahtuma, ja ruokapuolella halutaan tarjota mahdollisuuksien mukaan luomu- ja lähiruokaa, sekä reilun kaupan tuotteita. Etenkin pirkanmaalaisia tuottajia ja paikallisia tekijöitä halutaan suosia. Työväen Musiikkitapahtuma tekee yhteistyötä valkeakoskelaisten ravintoloiden ja kahviloiden kanssa, tavoitteena, että yhdessä tekemisen henki välittyy kaupungissa. Työväen Musiikkitapahtuma järjestetään heinäkuun lopulla Valkeakosken keskustassa, ja tavoitteena on tuolloin tarjota asiakkaille uusia, innovatiivisia ja mieluisia makukokemuksia, niin ruoka- kuin juomapuolella.

2 TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

2.1 Musiikkitapahtumien historia

Yleisötapahtumia on järjestetty kautta aikain ja niiden historia yltääkin yhtä pitkälle kuin ihmiskunnan historia. Läpi historian ihmiset ovat kokoontuneet yhteen esimerkiksi kuuntelemaan tarinankerrontaa tai juhlimaan sadonkorjuuta. Historian tunnetuin urheilutapahtuma on Antiikin Kreikan olympialaiset, ja jo Antiikin aikaan 500-luvulla eKr. on järjestetty festivaaleja vauraiden kansalaisten tukemina. Festivaaleilla on esitetty monipäiväisiä näytelmiä. Jo tuolloin festivaalit suunniteltiin, organisoitiin ja johdettiin tarkkaan, aivan kuten nykyäänkin. Euroopassa musiikkijuhlat ovat yleistyneet keskiajalla, kun kiertävät esiintyjät ovat näytelleet ja laulaneet hoveille. Roomalaiskatolilainen kirkko on ollut myös merkittävä tapahtumanjärjestäjä, kun liturgisia näytelmiä on esitetty kansalle kristinuskon leviämiseksi. (Kauhanen, Kauhanen & Juurakko 2002, 14–15.)

Nykyisten musiikkijuhlien esikuva sijoittuu 1600-luvun Lontooseen, St. Paulin katedraaliin, jossa syntyi musiikkijuhla The Festival of the Sons of the Clergy. Tämä armenialaisjumalanpalvelus kesti useita päiviä ja sitä pidetään nykyaikaisten musiikkijuhlien alkuna. Suomeen musiikkijuhlat ovat rantautuneet 1880-luvulla Kansanvalistusseuran sihteerin A. A. Granfeltin toimesta. Hän vieraili vuonna 1880 Tallinnassa laulujuhlla, ja toi ne mukanaan seuraavana kesänä Jyväskylään. Tapahtumassa esiintyi kuoroja ja soittokuntia. Seuraavana vuosikymmenenä musiikkijuhlat yleistyivät Suomessa. 1900-luvun alussa tapahtui kahtiajako väestön kesken, ja vauraiden ja työväenluokan välinen kuilu kasvoi. Työväki aloitti omien aatteellisten juhlien järjestämisen erillään valtion virallisista juhlista. (Kauhanen ym. 2002, 15–17.)

1960-luku on tärkeä suomalaisten musiikkitapahtumien kannalta. Kesätapahtumat, kuten Savonlinnan Oopperajuhlat ja Porin Jazz, yleistyivät. Vuonna 1968 perustettiin nykypäivänäkin merkittävä yhdistys Finland Festivals. Se edistää suomalaisten musiikki- ja kulttuuritapahtumien tunnettavuutta kotimaassa ja ulkomailla. (Kauhanen ym. 2002, 17.) Edunvalvonnan lisäksi Finland Festivalsin tärkeimpiin tehtäviin kuuluu muun muassa markkinointi ja tiedotus. Jäsenfestivaaleja on tällä hetkellä jo lähes sata. (Finland Festivals 2013a.)

Työväen Musiikkitapahtuma on yksi Finland Festivals-ketjun musiikkijuhlista (Finland Festivals 2013a). Työväen Musiikkitapahtuma ry edistää työväen kulttuuria ylläpitämällä ja kehittämällä musiikki- ja kulttuuritoimintaa. Yhdistyksen toiminta huipentuu vuosittain Valkeakoskella suureen festivaaliin, joista ensimmäinen on järjestetty jo vuonna 1972. Tuolloin Musiikkitapahtumaan osallistuivat muun muassa M.A. Numminen, Kaj Chydenius ja Reijo Frank. Työväen Musiikkitapahtumassa kuullaan kattavasti erilaisia musiikkilajeja, kuten rap-, pop- ja rock-musiikkia, sekä työväenlauluja ja maailmanlauluja. Tapahtuma kerää vuosittain noin 40 000 kävijää. (Työväen Musiikkitapahtuma 2015a.)

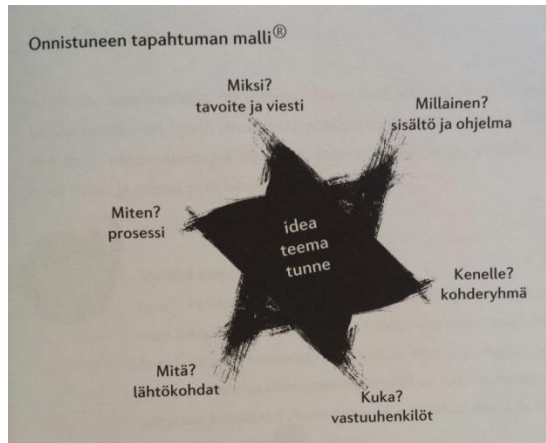
2.2 Suunnitteluvaihe

Tänä päivänä Suomessa järjestetään paljon erilaisia tapahtumia. Lyhyet kesät ja pitkä talvikausi tarjoavat urheilun-, kulttuurin- ja musiikinystävälle monenlaisia tapahtumia ympäri vuoden. Tapahtuma on aina palvelupaketti, joka koostuu ydinpalvelusta, lisäpalveluista ja tukipalveluista. Festivaaleilla selvä ydinpalvelu on musiikki. Lisäpalveluita ovat ravintolapalvelut ja tukipalveluita lipunmyynti. Palvelupaketteja luodaan, sillä niiden uskotaan tuovan lisäarvoa tapahtumalle. (Iiskola-Kesonen 2004, 3, 17.)

Tapahtumat voidaan luokitella karkeasti viihdetapahtumiin ja asiatapahtumiin tai niiden yhdistelmään (Vallo & Häyrinen 2014, 62). Tapahtumaa itse järjestäessä kannattaa ottaa huomioon suunnittelun suuri työmäärä ja ajatella sitä eräänlaisena projektina. Sekä tapahtuman järjestämisellä että projektilla on molemmilla selkeät tavoitteet ja aikataulu, ja ne ovat kertaluontoisia. Mikäli tapahtuma ei olekaan enää kertaluontoinen, vaan kehittyy usein järjestettäväksi, siitä tulee organisaation vakinaista toimintaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 8.)

Tapahtuman luonteesta riippuen se voidaan toteuttaa alusta asti itse tai ostaa valmiina tapahtumanjärjestäjältä. Myös yksittäisiä tapahtumanosia voidaan ostaa eri palveluntarjoajilta ja järjestää niistä itse niin kutsuttu ketjutapahtuma. Vaihtoehtona on myös osallistua valmiiseen kattotapahtumaan, josta esimerkkinä konsertit. Asiatapahtumaan voidaan yhdistää valmis kattotapahtuma, jotta vieraille saadaan mielenkiintoinen ja toiminnallinen kokemus. Itse järjestetty onnistunut tapahtuma vaatii tarkkaa suunnittelutyötä, jossa kohtaavat sekä tunne että ajatus. Vallo ja Häyrinen (2014) esittävät tapahtuman

suunnittelun kuvainnollisesti kahden kolmion avulla, jotka yhdistettyinä muodostavat kirkkaan tähden, onnistuneen tapahtuman (kuva 1). Molemmat kolmiot sisältävät kolme kysymystä, joihin on osattava vastata ennen tarkempaan suunnitteluun ryhtymistä. (Vallo & Häyrinen 2014, 3, 61, 103.)



KUVA 1. Onnistuneen tapahtuman malli (Vallo & Häyrinen 2014, 109).

Tapahtuman lähtökohdat on tärkeää miettiä etukäteen huolella. Toinen Vallon ja Häyrisen (2014) mainitsemista kolmioista on strateginen kolmio, joka sisältää kysymykset: mitä, miksi ja kenelle. Kun kysymykseen ”mitä?” halutaan vastata, valinnanvaraa on paljon, ja monesta asiasta joutuu päättämään. Ostetaanko valmiit liput kattotapahtumaan ja järjestetään ohelle oma ohjelmanumero, vai tehdäänkö täysin oma tapahtuma. Kohderyhmän määrittely tulisi tehdä mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, koska se ohjaa pitkälti tapahtuman muuta suunnittelua. (Vallo & Häyrinen 2014, 103–104.) On myös tärkeää tietää miksi tapahtuma järjestetään. Mitä sillä halutaan viestiä? Tapahtuman perimmäinen tavoite on ehdottoman tärkeää muistaa pitää mielessä läpi projektin. Asiatapahtumissa tavoitteena voi olla esimerkiksi kilpailijoista erottautuminen tai imagon kohotus. (Iiskola-Kesonen 2004, 9.) Jos kysymystä ”miksi” joutuu miettimään kovin pitkään, voi olla parempi jättää tapahtuma kokonaan järjestämättä ja suunnata siihen kaavailtu budjetti muualle (Vallo & Häyrinen 2014, 104). Lähtökohtien ollessa mietittyinä, tapahtumalla on todennäköisempää onnistua paremmin. Huolelliseen suunnitteluun kuuluu oman tapahtuman vahvuuksien ja heikkouksien pohtiminen, jotka voidaan toteuttaa SWOT-analyysin avulla. Analyysin täydennetään tapahtuman vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhkatekijät. (Iiskola-Kesonen 2004, 10.)

Tapahtumaa järjestäessä tulee olla vastauksia moneen eri kysymykseen. Operatiiviset kysymykset: miten, millainen ja kuka, luovat tapahtumalle teeman. Se, miten tapahtuma järjestetään, on tapahtumaprosessi. Tapahtumaprosessi sisältää suunnitteluvaiheen, toteutusvaiheen ja jälkimarkkinointivaiheen. Millainen tapahtumasta sitten tulee, riippuu tapahtuman sisällöstä ja ohjelmasta. Sisältö ja ohjelma puolestaan perustuvat ennalta asetettuihin tavoitteisiin ja valittuun kohderyhmään. Tapahtuman teeman mukaan kannattaa hankkia mahdolliset esiintyjät ja puhujat. On muistettava, että esiintyjilläkin on vaikutus siihen, mitä tapahtumalla viestitään. Operatiivisen kolmion kuka – kysymys tarkoittaa puolestaan tapahtuman vastuuhenkilöitä. On päätettävä kuka toimii tapahtuman tärkeimmässä roolissa, isäntänä. Isännän työskentely on henkilökohtaista myyntityötä, jolla on merkittävä vaikutus koko tapahtuman onnistumiseen. (Vallo & Häyrinen 2014, 107–108.)

Tapahtuman jälkeen tapahtumanjärjestäjän työt eivät ole ohi. Järjestäjän vastuulla on huolehtia siivous- ja purkutöiden hoituminen, sekä mahdollisesti vuokrattujen välineiden palauttaminen. Tärkeää on myös pitää palautekeskustelu kaikkien tapahtumaan osallistuneiden tahojen kesken. Missä onnistuttiin ja missä on parantamisen varaa ensi vuoden tapahtumaa ajatellen? Palaute tulee analysoida ja käydä läpi arviointitilaisuudessa. Tapahtumanjärjestäjän täytyy myös muistaa hoitaa jälkimarkkinointia, eli kiittää tapahtuman jälkeen yhteistyökumppaneitaan ja asiakkaitaan. (Paavola 2012, 29.)

2.3 Tapahtumapaikka

Kun tapahtumalle on määritelty tavoitteet, on aloitettava tarkempi suunnitteluvaihe. Huolellinen suunnittelu auttaa selventämään tavoitteiden realistisuutta. (Iiskola-Kesonen 2004, 9.) Tapahtumapaikan valintaan kannattaa käyttää harkintaa. Vaikka hyvä tapahtumapaikka löytyisi muutaman kymmenen kilometrin päästä, on hyvä miettiä vaikuttaako se jo osallistujamäärään ja aktiivisuuteen. Lisääntyvät kuljetuskustannukset suurentavat myös kokonaisbudjettia. Tapahtuman luonteesta riippuen tapahtuma voidaan järjestää organisaation omissa tiloissa, vuokratiloissa tai vaikka ulkomailla. Paikanvalinnassa tulee ottaa huomioon tapahtuman sisältö ja vieraat. Hienot juhlat ansaitsevat arvoisensa puitteet, ja rentoa tapahtumaa ei puolestaan kannata sijoittaa turhan fiineihin tiloihin. (Vallo & Häyrinen 2014, 141.)

Työväen Musiikkitapahtuma on järjestetty nykyisellä paikallaan Valkeakosken keskustan tuntumassa Mallasveden äärellä vuodesta 2010 lähtien. Aikaisemmin tapahtuma järjestettiin aivan kaupungin ydinkeskustassa, nykyisen Torikeskuksen paikalla. Suurin syy siirtymiseen oli tontille kaavailtu kauppakeskus, ja tapahtuma halusi löytää sopivat puitteet festivaalin järjestämiselle hyvissä ajoin ennen kauppakeskuksen rakentamisen aloittamista. Työväen Musiikkitapahtuman toiminnanjohtajan Marianne Haapojan (2015) mukaan tapahtumapaikan muuttaminen kannatti. Nykyinen sijainti antaa mahdollisuuden huomattavasti suurempiin asiakaspaikkoihin, sillä yleisömäärät ovat kasvaneet. Positiivisinta Haapojan (2015) mielestä on ollut tapahtuman profiilin nouseminen. Tapahtuma on tuonut mainetta Valkeakosken kaupungille. Toimintaa on pystytty kehittämään ja palveluita parantamaan, kun puitteet ovat kunnossa. Nykyinen tapahtumapaikka antaa tapahtuman järjestäjille paremmat tilat työskennellä, mutta myös tapahtuman esiintyjien tiloihin on kiinnitetty huomiota. Kaiken kaikkiaan tapahtumapaikka herättää miellyttäviä tunteita niin tapahtuman järjestäjän mielestä, kuin kaupunkilaistenkin. Työväen Musiikkitapahtumassa kohtaa nykypäivä ja historia, kun perinteinen työväen juhla on sijoitettu kauniiseen tehdasmaisemaan (kuva 2.). (Haapoja 2015.) Haapoja (2015) kertoo, että festivaalin tunnelmaa on kehitetty erityisen lämminhenkiseksi ainutlaatuisen miljööksi.



KUVA 2. Työväen Musiikkitapahtuma (Kuva: Pette Rissanen 2013a)

Vallon ja Häyrinen (2014, 141) mukaan joskus tapahtumapaikka saattaa olla jopa yrityksen oma neuvotteluhuone. Silloin kannattaa muistaa sisustuksen tärkeys ja tunnelman luominen. Pelkästään väreillä, elävillä kukilla tai kynttilöillä saadaan muutettua kokous-tilat juhlavamman tuntuiseksi. (Vallo & Häyrinen 2014, 141.) Paikka kannattaa valita huolella, sillä se vaikuttaa siihen, millaisen mielikuvan asiakkaat saavat tapahtumasta ja

mahdollisesti koko organisaatiosta. On hyvä huomioida imagon lisäksi paikan tavoitettavuus, tilojen mukavuus, saniteettitilat, mahdolliset oheispalvelut ja tapahtumapaikasta aiheutuvat vuokratulot. (Kauhanen ym. 2002, 38.) Tapahtumapaikka tulee tarkastaa riittävän aikaisin ja tarkastelussa tulee olla kriittinen. Esteettömyys on tärkeää, mikäli järjestetään massatapahtumaa, tai tiedetään, että kohderyhmässä on esimerkiksi pyörätuolia tarvitsevia tai lapsiperheitä vaunuineen. Tapahtumasta riippuen kannattaa varmistaa myös omaan tapahtumaan tarvittavien lisävarusteiden löytyminen. Tekniset laitteet ja ääntötoisto ovat välttämättömiä nykyään yhä useammassa tapahtumassa. (Vallo & Häyriinen 2014, 143.)

Hyvä tapahtumanjärjestäjä huolehtii tapahtuman aikana tilojen viihtyvyydestä. Pienillä yksityiskohdilla voidaan parantaa asiakkaan kokemusta tapahtumasta. Saniteettitilojen siisteys ja wc- ja käsipaperien riittävyys ovat yleensä prioriteettien tärkeimmässä päässä. Tilaisuutta kannattaa tarkastella asiakkaan näkökulmasta, jotta huomaa, mitä tapahtuma kaipaa lisää. Ulkoroihut luovat lämpimän tervetulon asiakkaalle, ja riittävän suuret nauhallakotilat ovat positiivinen lisä. Koko tapahtuman yleisilmeen tulisi olla siisti, kun asiakkaat saapuvat paikalle. (Vallo & Häyriinen 2014, 144.)

2.4 Tapahtuman ajankohta

Sopivaa ajankohtaa mietittäessä tulee kartoittaa päivät, jolloin omat tapahtumavieraat eivät todennäköisesti ole muualla. Asiatapahtumaan kutsutuille kiireisille yritysjohtajille parhaita ajankohtia ovat yleensä joko aikaiset aamut tai illat. Näin ollen työntekoa ei tarvitse keskeyttää tehokkaimpaan työaikaan tapahtumaan osallistuakseen. Viikonpäivälläkin on väliä, sillä maanantaisin on yleensä ottaen kiire, ja perjantaisin työpäivän jälkeen suunnataan viikonlopun viettoon. Turvallisinta on keskelle viikkoa sijoittuva tapahtuma, sillä se käy luultavasti suurimmalle osalle vieraista. Toisaalta, jos tapahtuma kestää enemmän kuin yhden päivän, tilaisuus sijoitetaan mielellään joko viikon alkuun tai loppuun, ettei työviikko katkea. Tapahtuman järjestäjän on syytä tarkistaa ajankohtaa päättäessään, ettei samaan aikaan ole meneillään kilpailevia tapahtumia, jotka vähentävät osallistujamääriä kohderyhmän ollessa sama. (Vallo & Häyriinen 2014, 147.) Myös loma-ajat on huomioitava tapahtumaa järjestäessä (Kauhanen ym. 2002, 37).

Kesäisin järjestetään paljon erilaisia tapahtumia ympäri Suomen, ja välillä kilpailevat tapahtumat sattuvat samaan ajankohtaan. Alueellisia tapahtumia pyritään koordinoimaan niin, etteivät samoista asiakkaista kilpailevat tapahtumat osu samaan ajankohtaan. Toisinaan jopa suositut televisio-ohjelmat, kuten olympialaiset tai kuninkaallisten häät, vähentävät tapahtumien yleisöä. (Kauhanen ym. 2002, 37.) Finland Festivals (2013b) ylläpitää kotisivuillaan julkista kalenteria, josta voi käydä tarkistamassa, mitä festivaaleja vuoden aikana järjestetään. Samaan aikaan Työväen Musiikkitapahtuman kanssa järjestetään esimerkiksi Kotkan Meripäivät. (Finland Festivals 2013b.) Vuonna 2015 kilpailua Työväen Musiikkitapahtumalle luovat lähipaikkakunnilla järjestettävät isot konsertit. Tapahtumaviikolla Hämeenlinnassa järjestetään AC/DC:n konsertti, ja tapahtuman jälkeisellä viikolla järjestetään Tampereella Nightwishin konsertti. (Haapoja 2015.)

2.5 Yhteistyökumppanit

Ideointivaiheessa on hyvä kartoittaa kaikki mahdolliset yhteistyökumppanit omalle tapahtumalle (Kauhanen ym. 2002, 41). Yhteistyökumppaneita voivat olla esimerkiksi muut tapahtumanjärjestäjät tai paikkakunnan kulttuuritoimijat. Yhteistyössä on puolensa. Kulut saadaan pienentymään, kun järjestäjiä on useampi taho, mutta on mietittävä, miten oma tapahtuma hyötyy muuten yhteistyöstä. Onnistuessaan yhteistyö voi saada aikaan suurempaa kiinnostusta laajemmalla alueella. (Event Management Guide 2001, 9.)

Yhteistyökumppaneita on erilaisia. Ne voidaan jakaa pääryhmiin, joita ovat tapahtumapaikan vuokraisäntä, oheistapahtuman järjestäjät, alihankkijat, tavarantoimittajat, rahoittajat ja sponsorit. (Kauhanen ym. 2002, 41.) Alihankkijoihin kuuluu esimerkiksi ravintolat ja äänentoisto- ja turvallisuuspalvelut. Alihankkijoiden määrä riippuu paljon tapahtuman luonteesta. Joissakin tapahtumissa niitä ei tarvita lainkaan, mutta toisissa tapahtumissa alihankkijat ovat kovinkin tärkeitä. Siksi on hyvä miettiä mahdollisimman varhaisessa suunnitteluvaiheessa alihankkijoiden, tavarantoimittajien ja muiden yhteistyökumppaneiden tarve. Yhteistyösopimus tehdään aina kirjallisena, ja sen aikaansaamiseksi täytyy löytyä molemminpuolista hyötyä. (Event Management Guide 2001, 9.)

Työväen Musiikkitapahtumassa alihankkijat ovat tärkeässä osassa tapahtuman onnistumisessa. Alihankkijoiden rooli korostuu ennen tapahtumaa ja toisaalta tapahtuman jälkeen. Haapojan (2015) haastattelussa selvisi, että alihankintasopimuksia on monelta eri

alalta. Tärkeistä tuotantoon osallistuvista yhteistyökumppaneista Työväen Musiikkita-
pahtumalle Haapoja (2015) mainitsee Ramirentin, Lassila & Tikanojan, Akun Tehtaan ja
Kataja Eventin. Alihankinnalla järjestetään ainakin seuraavat asiat tapahtumassa:

- tekniikka
- äänentoisto
- sähkö
- ruokapalvelut
- isojen teltojen vuokraus
- käymälöiden vuokraus
- jätepalvelut
- logistiikka ja rekat
- järjestyksenvalvonta ja
- festivaalipaitojen painatus.

(Haapoja 2015.)

2.6. Budjetti

Tapahtumanjärjestäjillä on erilaisia tavoitteita tapahtumille. Kilpailutoiminta, henkilö-
kunnan virkistäytyminen tai asiakastilaisuudet voivat olla motiiveina tapahtumanjärjes-
täjälle. Enenevässä määrin tapahtumat ovat kuitenkin keino hankkia taloudellista tuottoa
yritykselle. (Iiskola-Kesonen 2004, 76.) Heti suunnittelun alkuvaiheessa budjetti on hyvä
ottaa puheeksi, sillä tapahtumaan on helppo saada kulumaan niin paljon rahaa kuin sitä
vain on. Yritysmailmassa henkilökunnan panoksella saadaan jo hyvä asiatapahtuma jär-
jestettyä, mutta mikäli rahaa on enemmän käytössä, tapahtumatoimisto voidaan palkata
suunnittelun avuksi. (Vallo & Häyrynen 2014, 150.) Iiskola-Kesosen (2004) mukaan ta-
pahtuman tulisi aina päästä vähintään nollatulokseen, niin ettei jouduta tappion puolelle.
Yksinkertaisimmillaan tuottojen on oltava kuluja suuremmat. Pelkkä kirjanpito ei riitä
laskentatoimen välineeksi tapahtumaa järjestäessä, sillä se kertoo vain historiasta. Sen
sijaan taloutta tulisi seurata käsi kädessä päätöksenteon kanssa. Talouden heikko suun-
nittelu ja seuraaminen ovat ajaneet yhä useammat suomalaiset tapahtumat talousvaikeuk-
siin. Tulostavoitteissakin tahdotaan olla turhan optimisia. Parhaiten taloudellinen tasa-
paino pysyy hallinnassa, kun budjetointi on realistista ja huolellista, ja kulupäätöksissä
pidetään tiukka kuri. (Iiskola-Kesonen 2004, 76.)

Tapahtumabudjetissa tulisi miettiä kulujen lisäksi myös kaikki mahdolliset tuotot. Viihdetapahtumissa tuottoja saadaan esimerkiksi pääsylipuista, osallistumismaksuista, yhteistyösopimuksista sekä tarjoilu- ja ravintolatuotoista. (Vallo & Häyrinen 2014, 152.) Budjetoinnissa on ihanteellista, jos kulut on pystytty kattamaan ennen pääsylippujen myyntiä. Tehokkaalla pääsylippujen ennakkomyynnillä voidaan vähentää esimerkiksi huonon sään vaikutusta yleisömäärään. (Iiskola-Kesonen 2004, 77.)

Valkeakosken Sanomat uutisoi 27.3.2015 otsikollaan ”Työväen Musiikkitapahtuma tuo hyvää mainosta kaupungille”, että Valkeakosken kaupunki on jatkanut yhteistyötä Työväen Musiikkitapahtuman kanssa, ja yhteistyösopimus on arvoltaan 30500 euron suuruinen. Rahapanostuksella kaupunki uskoo saavansa näkyvyyttä ja positiivista markkinointia. Valkeakosken Sanomien mukaan Musiikkitapahtuma on laadukas tapahtuma ja järjestelyt ovat onnistuneita. Se tekee hyvää kaupungin imagolle ja on vakiinnuttanut paikkansa maamme festivaalien joukossa. (Husso 2015, 4.)

2.7. Organisaatio

2.7.1 Projektipäällikkö

Onnistuneen tapahtuman takana on tehtävästään kiitettävästi suoriutunut projektipäällikkö. Projektipäälliköllä on oltava riittävästi valtaa tapahtumaan liittyvissä päätöksenteoissa. Hän on henkilö, joka sitoutunut tehtäväänsä täysin, ja jolla on koko tapahtumaprojektin keskeisin rooli. (Vallo & Häyrinen 2014, 228.) Koko projektin johtamisen lisäksi projektipäällikkö vastaa tapahtuman suunnittelusta, toteuttamisesta ja lopputuloksesta (Kauhanen ym. 2002, 33). Hän on vastuussa myös järjestelyjen etenemisestä aikataulussa ja aikataulujen pitämisestä (Iiskola-Kesonen 2004, 11). Vallo ja Häyrinen (2014) peräänkuuluttavat projektipäällikön ”kykyä delegoida, johtaa, raportoida ja päättää projektiin liittyvistä asioista ja henkilöistä.” Delegointikyky korostuu etenkin massatapahtumissa, joissa yksi ihminen ei voi tehdä kaikkea. Johtaminen koostuu säännöllisistä kokouksista sisäisten ja ulkopuolisten osapuolten kanssa, joissa projektipäällikkö tekee muistioita, aikatauluja ja päätöksiä, ja delegoi näitä tehtäviä edelleen osapuolille. (Vallo & Häyrinen 2014, 228.) Projektipäälliköllä on myös taloudellinen vastuu (Kauhanen ym. 2002, 33).

Projektipäällikön tärkein tehtävä on varmistaa asioiden hoitumisesta (Vallo & Häyrinen 2014, 229). Hänen tulee olla esimerkkinä työntekijöilleen ja säilyttää rauhallisuus vaativissakin tilanteissa. Projektipäällikön ei tulisi tapahtuman aikana työskennellä missään tietyssä tehtävässä, vaan tarkkailla tapahtuman onnistumista yleisesti. Projektipäällikkö on tapahtumassa se henkilö, joka ratkoo ongelmatilanteita. Tärkeää on myös pystyä erottamaan pienet ja isot ongelmat toisistaan, ja jakaa vastuuta muillekin. Vastuuhenkilöillä tulee olla valtaa ratkoa pienet epäkohdat itsekseen rasittamatta projektipäällikköä. Työntekijöille on selvennettävä ennen tapahtuman alkua vastuuhenkilöt ja heidän yhteystietonsa. On hyvä miettiä etukäteen myös tapahtuman mainoksiin ja esitteisiin tulevat yhteystiedot. Kannattaa osoittaa puhelut mahdolliseen infopisteeseen, sillä tapahtuman aikana projektipäällikön tehtäviin ei kuulu asiakaspalvelu. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.) Työväen Musiikkitapahtuman projektipäällikkö on jo 17 vuotta virassaan toiminut toiminnanjohtaja Marianne Haapoja (Haapoja 2015).

2.7.2 Projektiryhmä

Projektiryhmä on projektipäällikön alaisuudessa toimiva organisaatio, joka voi koostua oman organisaation henkilöistä, yhteistyökumppaneista ja tapahtumatoimiston väestä. Projektiryhmän olemassaolo ja koko riippuu tapahtuman suuruudesta ja tavoitteista. (Vallo & Häyrinen 2014, 232.) Projektiryhmän sisällä päätetään eri osa-alueiden vastuuhenkilöt (Iiskola-Kesonen 2004, 31).

Työväen Musiikkitapahtumassa organisaatio koostuu pienestä määrästä ihmisiä. Yhdistyksen ainoa täysiaikainen työntekijä on toiminnanjohtaja. Hänen lisäksi tapahtumatoimistolla työskentelevät osa-aikaisesti tiedottaja, tuottaja, tapahtumasihteeri ja tekninen tuottaja. Kesällä projektiryhmään palkataan myös toinen tuottaja sekä kesätyöntekijä. (Haapoja 2015.) On tärkeää, että projektiryhmän jäseniltä löytyy kiinnostusta ja sitoutumista vastuualuettaan kohtaan. Aikaisempaa kokemusta vastaavasta työstä arvostetaan, mutta se ei saa olla välttämätön vaatimus projektiryhmää muodostettaessa. Yhteistyökykyä sen sijaan on löydyttävä. Projektiryhmän jäsenen tehtäviä voivat olla esimerkiksi projektisuunnitelman laatimiseen osallistuminen, projektipäällikön antamien tehtävien suorittaminen, työn edistymisestä raportointi ja töiden dokumentointi. Samalla jäsenten henkilökohtainen ammattitaito kehittyy. (Kauhanen ym. 2002, 32.)

2.7.3 Työntekijät

Suomessa tapahtumia järjestään usein vapaaehtoisvoimin. Talkootöitä tehdään runsaasti, mutta niihin liittyy nykyään yhä enemmän varainhankintaa. Ihmiset harvoin tekevät ilmaista työtä tekemisen ilosta, mutta jos sillä on mahdollista kerätä varoja esimerkiksi urheilujoukkueelle, talkootöitä tehdään mielellään. Vapaaehtoistyöntekijät toivovat, että työ on mielekästä. Myös menetetyistä vapaa-ajasta haluttaisiin jonkinlainen korvaus. Viihdetapahtumiin on usein helppo löytää tarvittavat työntekijät, sillä talkootyö on jaksottaista ja kestää vain muutaman päivän. Rekrytointiin on syytä kuitenkin käyttää aikaa ja vaivaa. Tehtävien tulisi olla sellaisia, joihin työntekijöiden on helppo tulla ja joiden tekeminen on mukavaa. Hyvällä ilmapiirillä ja talkoolaisten johtamisella voi olla niin positiivinen vaikutus työntekijään, että apua on saatavana seuraavanakin vuonna. Talkoolaisia tulee kannustaa tehtävissään ja heille tulee antaa vastuuta työssään. Vastuuhenkilöitä rekrytoidessa kannattaa olla huolellinen ja avoimin mielin. Sopivat henkilöt voivat löytyä yllättävistäkin tilanteista. (Iiskola-Kesonen 2004, 30, 40.)

Työväen Musiikkitapahtumaan rekrytoidaan joka kesä yli 200 talkoolaista. Rekrytointi tapahtuu alkukesästä tapahtuman kotisivujen ja erilaisten rekrytointitilaisuuksien kautta. (Haapoja 2015.) Haapoja (2015) mainitsee, että osasta talkoolaisia on vuosien varrella tullut tärkeitä työntekijöitä tapahtumalle. Nämä henkilöt osallistuvat vuosi toisensa perään talkoojoukkoihin. Talkoolaisten mielipiteet ovat tapahtumanjärjestäjälle tärkeitä ja siksi talkoolaisia halutaan kutsua vuoden aikana palavereihin, joissa suunnitellaan tulevan kesän tapahtumaa. (Haapoja 2015.)

Työtehtäviä jakaessa kannattaa ottaa huomioon jokaisen työntekijän vahvuudet ja mahdolliset toiveet. Projektipäällikön tulee rohkaista talkoolaisia työssänsä ja kehua näitä tapahtuman eri vaiheissa. On äärimmäisen tärkeää, että projektipäällikkö puhuu työntekijöistään positiiviseen sävyyn julkisissa lausunnoissa. Arvostukseen liittyy myös kattavan perehdytyksen antaminen. Jotta työntekijä voi tehdä työnsä parhaalla mahdollisella tavalla, tulee hänen saada riittävän hyvä perehdytys. Viihtyvyyttä työssä lisääntyy, kun on tiedossa mitä ja miten pitää tehdä. (Iiskola-Kesonen 2004, 40.) Marianne Haapoja (2015) painottaa talkoolaisten perehdytyksen tärkeyttä ja yleensä kertoo, että Työväen Musiikkitapahtumassa jokainen työntekijä saa kunnon perehdytyksen (Haapoja 2015). Talkoolaiselle kannattaa kertoa, miksi hänen työpanoksensa on tärkeä ja miten se vaikuttaa koko

tapahtumaan. Tapahtuman tavoitteet voi kerrata työntekijöiden kanssa ennakkoinfossa ja korostaa, että jokaisen työpanos vaikuttaa tapahtuman laatuun. (Iiskola-Kesonen 2004, 41.) Kuvassa 3 esitetään, kuinka suuri merkitys henkilökunnalla on tapahtuman laadussa. Puhutaan ”totuuden hetkistä”, kun kaikki suunnittelutyö on tehty, ja jäljellä on enää itse tapahtuma. Työntekijät ovat avainasemassa tapahtuman onnistumisessa. (Iiskola-Kesonen 2004, 41.)



KUVA 3. Henkilökunnan merkitys tapahtuman laadussa (Iiskola-Kesonen 2004, 41).

Tapahtuman järjestäjien on huolehdittava työntekijöistään ja muistettava aika ajoin käydä kysymässä, onko kaikki hyvin. Yhtenäinen pukeutuminen sitouttaa talkoolaisia yhteen, ja oma T-paita tai lippalakki on mukava muisto myöhemminkin. (Iiskola-Kesonen 2004, 41.) Työväen Musiikkitapahtumassa tapahtuman omat T-paidat luovat hyvää yhteishenkeä työntekijöiden välille (Haapoja 2015). Talkoolaiset eivät yleensä saa rahapalkkaa työstään, mutta erilaiset tapahtumat pysyvät mielessä hienoina elämyksinä (Iiskola-Kesonen 2004, 30). Talkoolaisille tulee tarjota työpäivien aikana esimerkiksi kahvia ja sämpylä tai vaihtoehtoisesti kunnon ruokailu, mikäli päivät ovat pitkiä. Myös mahdollisuus taukoihin on annettava. Tapahtuman lopussa on syytä esittää nöyrä kiitos jokaisen talkoolaisen työpanoksesta. Hyvä tapa kiittää on esimerkiksi yhteinen ruokailu tai saunailta. Tapahtuman järjestäjä voi tehdä myös työtodistuksen niitä tarvitseville. Etenkin nuorille henkilöille se voi olla merkittävä. (Iiskola-Kesonen 2004, 43.)

2.8 Kestävä kehitys

Työväen Musiikkitapahtumalle ekologisuus, esteettömyys ja kestävä kehitys ovat tärkeitä arvoja (Haapoja 2015). Tapahtumaa pyritään kehittämään vuosi vuodelta ekologisemmaksi. Festivaalin päälavat sähköistetään uusiutuvalla energialla ja tapahtuma kannustaa asiakkaitansa saapumaan tapahtumaan julkisilla kulkuvälineillä sekä pyörillä. (Työväen Musiikkitapahtuma 2015b.) Työväen Musiikkitapahtuma tekee yhteistyötä Väinö Paunun kanssa, ja tapahtumارانnekkeella pääsee esimerkiksi Helsingistä Valkeakoskelle ja tosinpäin 50 %:n alennuksella (Haapoja 2015). Festivaaleilla myydään tölkkijuotavia ja juotavista peritään tölkipantti, joka kannustaa asiakkaita palauttamaan tölkinsä. Tämä vähentää astianpesukoneiden tarvetta sekä sekajätteen määrää. (Työväen Musiikkitapahtuma 2015b.) Haapojan (2015) haastattelussa selvisi, että toiminnanjohtajan henkilökohtaiset arvot heijastuvat tapahtumanjärjestämiseen. Kierrätys tuo yhdistykselle taloudellista hyötyä, mutta toisaalta ekologisuus saattaa käydä kalliiksikin. Esimerkiksi oikeiden astioiden ostoa tapahtumaan on harkittu, mutta liian korkea hinta on este ajatuksen toteutukselle. Teknologian kehittyminen mahdollistaneee tulevaisuudessa ekologisemman tapahtuman. (Haapoja 2015.)

Tapahtumatoimistolla kestävä kehitystä huomioidaan esimerkiksi paperitulosteen määrässä ja tulostuksen mustavalkoisuutena ja kaksipuolisuutena. Toimistolla pyritään välttämään muovijätteen syntyä ja muovisia materiaalihankintoja. Tapahtuman t-paidat ovat myös ympäristömyönteisiä, Earth Positive -merkkisiä. Työväen Musiikkitapahtuma edellyttää myös yhteistyökumppaneiltansa tärkeiden arvojen vaalimista tapahtumassa. (Haapoja 2015.) Työväen Musiikkitapahtuman kotisivuilla on luettavissa seuraava eko-opas festivaalikävijälle:

- Tässä lyhyt lista vinkiksi joistakin niistä asioista, joita festarikävijä voi tehdä ympäristön eteen.
- Suosi liikkuessasi julkista liikennettä, kimpakyytejä, polkupyöriä sekä kävelyä
 - Pissaa pissasi bajamajoihin tai pisuaareihin
 - Kanna roskat roskikseen
 - Kierrätä (kanna roskat oikeaan roskikseen)
 - Palauta juomatölkkisi panttipisteeseen. (Työväen Musiikkitapahtuma 2015b.)

Ekologisuuden ohella esteettömyys on tärkeä arvo Työväen Musiikkitapahtumassa. Tapahtumassa on esimerkiksi pyörätuolikatsomo, ja avustajat pääsevät aina ilmaiseksi tapahtumaan avustettavan kanssa. Lisäksi paikalla on tapahtuman omaa henkilökuntaa,

sekä Suomen Punaisen Ristin työntekijöitä auttamassa henkilöitä, jotka tarvitsevat apua esimerkiksi wc-käynnillä. Pyörätuolireititkin suunnitellaan etukäteen. (Haapoja 2015.)

Oheisten arvojen lisäksi myös saavutettavuus on arvo, josta Haapoja (2015) on ylpeä. Tapahtumassa järjestetään lukuisia ilmaiskonsertteja päivien ja iltojen aikana, jolloin yhä useammalla ihmisellä on mahdollisuus osallistua Työväen Musiikkitapahtumaan. Tapahtumassa on laajasti ohjelmaa niin lapsiperheille kuin myös heille, joilla ei ole välttämättä varaa ostaa ranneketta varsinaiselle tapahtuma-alueelle. Festivaalilippujen hinnat on myös pyritty pitämään edullisina. Lapset ja ikäihmiset pääsevät ilmaiseksi tapahtumaan, ja tänä vuonna Musiikkitapahtuma menee asiakkaiden luokse, jotka eivät välttämättä pääse osallistumaan tapahtumaan muuten. Työväen Musiikkitapahtuma järjestää nimittäin yhdessä Valkeakosken vanhusneuvoston kanssa Sykettä Sydämeen- konsertin Valkeakosken Muistikeskuksessa. (Haapoja 2015.)

Kestävä kehitys on termi, joka on otettu käyttöön jo 1970-luvulla, kun maapallomme tulevaisuudesta on huolestuttu. Lähtökohtaisesti kestävä kehityksen peruseriaate on, että ihmiset kuluttavat tulevia sukupolvia ajatellen. (Yle 2015a.) Kestävä kehitys pyrkii takaamaan, että sekä nykyisillä ihmisillä että tulevilla sukupolvilla on kaikki mahdollisuudet elää laadukasta ja hyvää elämää. Tarkoituksena on tehdä pitkäntähtäimen päätöksiä, valtakunnallisia ja paikallisia tekoja, sekä auttaa ymmärtämään, että ainoastaan isot päättäjät eivät ole vastuussa kestävä kehityksen toteutumisesta, vaan jokaisen kansalaisen täytyy kantaa vastuuta omalta osaltaan. (European Commission 2015.) Ympäristöministeriön mukaan (2013) Suomessa toteutetaan kestävä kehitystä YK:n, Euroopan Unionin, Pohjoismaisen ministerineuvoston ja Arktisen neuvoston linjausten mukaan. Suomi on tehnyt kestävä kehityksen yhteiskuntasitoumuksen nimeltä ”Suomi, jonka haluamme vuonna 2050”. Yhteiskuntasitoumuksella sitoudutaan edistämään kestävä kehitystä joka puolella yhteiskunnassamme. Maaliskuussa 2015 päivitetty yhteiskuntasitoumus on Ympäristöministeriön mukaan poliittinen vaikuttamisen malli. (Ympäristöministeriö 2013.)

Kestävä kehitystä mukaista toimintaa voi nähdä myös massatapahtumissa. Tapahtumanjärjestäjiä kehoitetaan ympäristöystävällisiin toimintatapoihin tapahtumissaan. Jotta järjestäjän tavoitteet ympäristöystävällisestä tapahtumasta voivat toteutua, on tapahtuman henkilökunnan ja asiakkaiden tunnettava myös nämä periaatteet. Siisteys ja ympäristön kunnioitus luovat positiivista mielikuvaa tapahtumasta, mikä voi vaikuttaa imagon kohoamiseen. Tapahtumapaikan siisteys tulee miettiä huolella ennakkoon. Järjestäjän tulee

huolehtia tapahtumapaikan siisteydestä ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen. Jäteastioiden oikeanlaisella sijoittelulla, lajittelumahdollisuuksien tarjoamisella ja opasteiden käytöllä saadaan ympäristöystävällisiä tuloksia aikaan. Asiakkaitakin voi tiedottaa ympäristöystävällisistä teoista jo ennen tapahtumaa esimerkiksi sosiaalisen median avulla. Konkreettisia ympäristöystävällisiä tekoja, joita tapahtumanjärjestäjä voi ottaa toiminnassaan huomioon, ovat esimerkiksi jätteen syntymisen ennaltaehkäisy, roska-astioiden selkeä merkitseminen ja oikeanlainen asettelu, lajittelun mahdollisuus ruokapainoissa ja paperinkäytön vähentäminen. (Paavola 2012, 8-9.)

2.8.1 Kestävä kehitys ruokapalveluissa

Ihmisen aiheuttamasta ympäristökuormituksesta yli 30 % aiheutuu ruoasta. Julkista sektoria on ohjattu päätöksenteossa ottamaan huomioon kestävän kehityksen periaatteet suosimalla luonnonmukaista, kasvis- ja sesonginmukaista ruokaa. (Kurkaa-Kaljunen, Malaska, Muukka, Salo & Väänänen 2012.) European Commission (2015) painottaa, että kestävän kehityksen mukainen ruoka koostuu monista osatekijöistä. Näitä ovat esimerkiksi ruoan jakelun turvallisuus, itsessään ruoan terveellisyys, turvallisuus ja laadukkuus, sekä ruokateollisuuden tuomat työpaikat ja talouden kasvu. Samalla tulee huomioida ympäristön kestävyys ilmastonmuutoksen suhteen. (European Commission 2015.)

”Kestävyys”-käsite ruokapalveluissa pitää sisällään niin ekologiset, taloudelliset kuin sosio-kulttuurilliset osatekijät. Suomessa ruokapalveluissa toteutuu pääosin hyvin taloudellinen ja sosio-kulttuurillinen kestävyys, esimerkkeinä verovaroin tuetut kouluruokailut ja lainsäädäntö, joka takaa hygieenisen ruoantuotannon. Sen sijaan ruoan ekologisuudesta tiedotetaan kuluttajalle hyvin vähän. Ekologisuus ruokapalveluissa ei ole kylläkään täysin yksiselitteinen asia. (Pusa, Selinger & Raatikainen 2014.) Niin kuin aikaisemmin todettiin, kestävän kehityksen mukaiseen ruokaan liittyy monta eri osatekijää (European Commission 2015). Ruokapalveluita suunniteltaessa palvelun tuottaja on niin sanottu ”ensimmäisen asteen kuluttaja” ja asiakas toisen asteen kuluttaja. Eli käytännössä ravintoloitsija tai ruokapalvelun tuottaja on vastuussa tarjoamansa ruoan ekologisuudesta. Asiakas voi ainoastaan vaikuttaa enää siihen, minkä annoksen valitsee. (Pusa ym. 2014.) European Commission:in artikkelin ”Sustainable Food” (2015) mukaan ihmiset ymmärtävät, että

ruoka mitä syödään vaikuttaa terveyteen, mutta ruoantuotannon ja -kulutuksen vaikutuksista ei tiedetä. Fakta on, että nykypäivän ruokatuotanto vaarantaa maapallon kyvykkyyden tarjota ruokaa tulevaisuudessa. (European Commission 2015.)

Eurooppalaisilla ihmisillä on maailman suurin ekologinen jalanjälki (Kurkaa-Kaljunen ym. 2012). Ekologisella jalanjäljellä tarkoitetaan yksittäisen ihmisen vaikutusta maapallon kestävyteen (Metsähallitus 2015). Pohjoismaissa kulutetut tuotteet tulevat yhä suuremmilta osin muualta maailmasta. Kulutustottumuksemme ovat ajautuneet huonompaan suuntaan niin terveyden kuin ympäristönkin kannalta. (Kurkaa-Kaljunen ym. 2012.)

Tapahtumanjärjestäjän opas (2012) neuvoo tapahtumanjärjestäjiä kestävä kehityksen mukaiseen ruokailuun. Tapahtumien tulisi suosia lähellä tuotettua ruokaa, luomuruokaa ja Reilun kaupan tuotteita. Ruokailut kannattaisi suunnitella niin, että jätettä syntisi mahdollisimman vähän. Aterimien tulisi olla pestäviä kertakäyttöisten sijaan, ja kertakäyttöiset juomatuopit olisi hyvä korvata pantillisilla kestoersioilla. Jätelaki ohjaa tapahtumanjärjestäjiä etusijajärjestykseen jätteen käsittelyssä. Ensisijaisesti jätteen määrää on pyritävä minimoimaan, jonka jälkeen se tulisi kierrättää, uusiokäyttää tai hyödyntää muulla tavoin. Jos ei edellä mainitut eivät onnistu ja kierrättämätöntä jätettä syntyy, on se huolehdittava asianmukaiseen loppukäsittelyyn. (Paavola 2012, 9.)

3 TURVALLISUUS JA LUPA-ASIAT

3.1. Turvallisuuden vaikuttavat luvat

Tapahtumanjärjestäjä on vastuussa tapahtumansa turvallisuudesta. Tapahtuman järjestäjiä koskevat monet lait, jotka säätelevät turvallisuutta. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.) Yleisötilaisuuksiksi kutsutaan tilaisuuksia, jotka ovat avoimia yleisöille, ja joita ei voi rinnastaa kokouksiin. Näitä ovat esimerkiksi kilpailut ja huvitapahtumat. (Poliisi 2015a.) Kokoon-tumislaki ja järjestyksenvalvonnan laki säätelevät tapahtuman järjestämistä ja pelastuslaki velvoittaa tapahtuman järjestäjän varautumaan vaaroihin ja ennaltaehkäisemään vaaratilanteita. Terveysturvallisuuslaki puolestaan kehottaa turvalliseen toimintaan elintarvikkeiden kanssa. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.) Poliisilla on kokoon-tumislain puitteissa oikeus kieltää, keskeyttää tai määrätä yleisötilaisuus päättyväksi (Poliisi 2015a).

Yleisötilaisuutta järjestettäessä poliisille tulee tehdä hyvissä ajoin ilmoitus tapahtumasta. Vaikka kaikki tapahtumat eivät poliisin lupaa vaadi, tapahtuman suunnitteluvaiheessa kannattaa jo olla yhteydessä poliisiin ja tiedustella luvanvaraisuudesta. (Lampinen & Välikylä 2009, 12.) Ilmoitus järjestettävästä yleisötilaisuudesta tulee toimittaa järjestämispaikkakunnan poliisille kirjallisena vähintään viittä vuorokautta ennen tilaisuutta. On kuitenkin suositeltavampaa, että ilmoituksen jättää varsinkin kesäaikaan 14 vuorokautta aikaisemmin, ja massatapahtumissa jopa vuotta aiemmin. Pääsääntönä voidaankin pitää, mitä suuremmasta tapahtumasta on kyse, sitä aiemmin kannattaa olla yhteydessä poliisin lupapalveluun. Kaikissa tapauksissa ilmoitusta ei tarvita, riippuen tapahtuman luonteesta tai osallistujien vähäisestä määrästä. (Paavola 2012, 10–11.) Poliisi voi myös vaatia tapahtumanjärjestäjältä lisäselvityksiä, kuten järjestämispaikan omistajan suostumuksen tilaisuuden järjestämiseen (Poliisi 2015a).

Lain mukaan järjestyksenvalvonnalla pyritään ylläpitämään yleistä turvallisuutta ja estämään rikoksia ja onnettomuuksia. Järjestyksenvalvojalta odotetaan asiallista ja tasapuolista kohtelua, sekä sovinnon edistämistä ensisijaisesti sanallisesti. Järjestyksenvalvojalla on lain mukaan oikeus estää tapahtumaan pääsy henkilöiltä, jotka uhkaavat tapahtuman turvallisuutta päihtymyksellä, käyttäytymisellä tai varustautumisella. (Iiskola-Kesonen 2004, 88.) Tapahtuman järjestäjän tulee hankkia järjestyksenvalvojat itse ja tehdä näistä

selvitys ilmoituksessansa. Poliisi hyväksyy järjestyksenvalvojat tarkastamalla heidän pätevyytensä tehtävään. (Lampinen & Välikylä 2009, 14.) Henkilöllä, joka suorittaa järjestyksenvalvontaa, tulee olla voimassa oleva järjestyksenvalvontakortti, jonka poliisi myöntää. Poliisilta on mahdollisuus myös saada tilapäinen järjestyksenvalvojakortti, joka myönnetään aina tapauskohtaisesti. (Poliisi 2015b.)

Tapahtumanjärjestäjältä veloitetaan kattavan turvallisuussuunnitelman tekemistä, jonka osana toimii pelastussuunnitelma. Pelastussuunnitelma tulee tehdä, mikäli yleisömäärä tilaisuudessa on yli 200. Massatapahtumissa on järkevää palkata oma turvallisuuspäällikkö, joka huolehtii turvallisuuteen liittyvistä asioista. Hänen vastuullaan on myös pelastussuunnitelman saattaminen henkilökunnan tietoon. Pelastussuunnitelma toimitetaan vähintään 14 vuorokautta ennen tapahtumaa alueen pelastusviranomaisille. (Paavola 2012, 12.)

Pelastussuunnitelma laaditaan, jotta osataan varautua mahdollisiin riskitekijöihin. Suunnitelmassa tulee selvittää ainakin seuraavat pääkohdat:

- kuvaus tapahtumasta
- tapahtumakartta ja kuvaus alueesta
- arviointi riskeistä
- ennaltaehkäisevät toimet, kuten poistumistiet, opasteet ja alkusammutusvarasto
- ensiapuvalmius
- järjestyksenvalvontasuunnitelma
- liikenteenohjaussuunnitelma
- yhteystiedot tapahtumanjärjestäjältä ja turvallisuuspäälliköltä (Tampere Event Office 2015.)

Tapahtuman järjestäjä voi pelastussuunnitelmaa tehdessään ottaa yhteyttä pelastuslaitokseen. Ammattilaisten kanssa on hyvä käydä läpi pelastussuunnitelma ja tapahtumatiilojen mahdolliset vaarat. Pelastuslaitokseen kannattaa ottaa yhteyttä etenkin ulkoilmatapahtumissa, joissa on tulipalovaara. Pelastustiet ja niiden riittävyys, sekä hälytysajoneuvojen estoton pääsy tapahtumaan täytyy suunnitella myös huolella. Pelastussuunnitelmaan kuuluu myös selvitys ensiavusta. Kaikkiin tapahtumiin ei erillistä ensiapupistettä vaadita, mutta aina olisi hyvä olla paikalla joku ensiapukoulutuksen saanut henkilö. Massatapahtumissa ensiapu on välttämätön, ja päivystyksiä järjestää esimerkiksi Suomen Punainen Risti. (Iiskola-Kesonen 2004, 89–90.)

3.2. Muut tarvittavat luvat ja ilmoitukset

”Tilapäisellä elintarvikkeiden myynnillä tarkoitetaan enintään kaksi vuorokautta kestäväää ja harvemmin kuin 30 päivän välein samassa paikassa toistuvaa myyntiä tai muuta luovutusta.” (Lampinen & Välikylä 2009, 24.) Elintarvikkeiden myynnistä ja tarjoilusta tulee tehdä ilmoitus kaupungin elintarvikevalvontaan. Mikäli ruokapalveluita järjestetään alihankinnalla, tapahtumanjärjestäjän vastuulla on huolehtia, että liikkuvasta elintarvikehuoneistosta on tehty asianmukainen toiminnan aloittamisilmoitus toimijan kotipaikkakunnan elintarvikevalvontaan. Kuitenkaan yksityishenkilöiden pienimuotoisen toiminnan harjoittamasta elintarvikemyynnistä tai -tarjoilusta ei tarvitse jättää ilmoitusta. (Paavola 2012, 14.) Mikäli vaaditut elintarvikehygieeniset vaatimukset täyttyvät, ulkotiloissa saa myydä ja valmistaa elintarvikkeita. Tämä edellyttää, että jäteastioita on tarpeeksi ja tilat pidetään puhtaina ja siisteinä. (Lampinen & Välikylä 2009, 25.) Ruoanvalmistukseen käytettävän veden, juomaveden ja astianpesuveden tulee täyttää talousveden laatuvaatimukset (Paavola 2012, 14). Helposti pilaantuvia elintarvikkeita voidaan myydä, mutta niille on löydettävä asianmukaiset kylmävaraajat, jotka säilyttävät tuotteiden vaatimat alhaiset lämpötilat sääolosuhteista riippumatta (Lampinen & Välikylä 2009, 25).

Elintarvikkeiden myyjällä on vastuu tehdä kunnan terveydensuojeluviranomaiselle hyvissä ajoin kirjallinen ilmoitus toiminnan aloittamisesta. Massatapahtumasta, johon osallistuu yli 500 henkilöä ja jossa tarjoillaan tai myydään elintarvikkeita, on tehtävä ilmoitus vähintään 15 vuorokautta ennen tapahtumaa. Ilmoituksesta tulee selvittää toiminnanharjoittajan nimi, yhteystiedot ja kotipaikka, selvitys jätehuollosta, vedenotosta ja ilmanvaihdosta, tiedot käymälöiden määristä ja niiden vesipisteistä sekä arvio osallistuvista henkilömääristä. Näiden lisäksi tarvitaan tarvittavat tiedot terveyshaittojen estämiseksi, tuotevalikoimasta, säilytyksestä, säilytys- ja valmistuslaitteista sekä työntekijöiden, jotka ovat tekemisissä helposti pilaantuvien elintarvikkeiden kanssa, salmonellatodistukset. Tiedot ovat käytännössä sellaisia, joista osa tulee tapahtuman järjestäjältä, ja loput yksityisiltä elintarvikemyyjiltä. Ilmoituksia ei tarvitse toimittaa kerralla, vaan ne voidaan toimittaa yksittäin alueen terveysviranomaiselle. (Iiskola-Kesonen 2004, 90.)

Monet suuret tapahtumat tarjoavat alkoholia tapahtumassaan. Tällöin tapahtumanjärjestäjän on haettava tilapäistä anniskelulupaa. Tilapäisen anniskeluluvan voi saada tilaisuus,

jolle on selkeästi määritelty alku- ja päättymispäivämäärät. Luvan myöntää aluehallintoviranomainen, ja tilapäisen anniskeluluvan voi saada korkeintaan yhden kuukauden ajaksi. Lupaa on haettava tarpeeksi ajoissa, sillä käsittely voi viedä yhdestä kahteen kuukautta. Lupa on maksullinen. (Paavola 2012, 18.)

Luvan saamiseksi tulee nimetä anniskelupaikalle vastaava ja varavastaava, joilla on koulutusta sekä kokemusta ravitsemisalalta. Lisäksi tarvitaan selvitys siitä, miten ja miksi anniskelu suoritetaan, sekä perustelut anniskelupaikan sijainnille ja rajaukselle. Hakemukseen liitetään kartta tapahtuma-alueesta, selvitys tapahtuman anniskelun toteutuksesta ja valvonnasta ja tiedot muista lisäpalveluista. Anniskeluluvan hakijalla täytyy olla y-tunnus ja hänen on ilmoitauduttava arvonlisäverolliseksi. Mikäli hakemus on asiallinen ja virallinen, ja se hyväksytään, tulee anniskeltaessa noudattaa vielä seuraavia säännöksiä: alkoholia ei anniskella alle 18-vuotiaille eikä velaksi, tarjolla on oltava alkoholiiton vaihtoehto, asiakasturvallisuus on huomioitava ja anniskelusta on annettava kuitti. Alkoholimainonnan tarkat määräykset kannattaa huomioida myös. (Iiskola-Kesonen 2004, 92.) Tilapäinen anniskelulupa voidaan jättää myöntämättä, jos tilaisuus on selkeästi lapsiperheille suunnattu tai kyseessä on esimerkiksi urheilutapahtuma (Paavola 2012, 18).

Julkisilla paikoilla esitettävään musiikkiin tarvitsee myös luvan. Tämä liittyy tekijänoikeuksiin ja korvauksiin. Alalla työskentelee kaksi erilaista organisaatiota, joista haetaan lupia tilanteesta riippuen. (Iiskola-Kesonen 2004, 92). Teosto ja Gramex ovat tekijänoikeusjärjestöjä, jotka toimivat edustamiensa tahojen hyväksi. Järjestöt eroavat toisistaan siten, että Teosto edustaa säveltäjiä, sanoittajia ja sovittajia, ja Gramex puolestaan muusikoita, laulajia ja kapellimestareita, jotka esiintyvät äänitteillä. Erona on siis se, että Gramex kerää korvauksia vain äänitteiden ja musiikkivideoiden käytöstä, kun taas Teosto kerää korvauksia myös elävästä musiikista. (Gramex 2015.) Mikäli julkisessa tapahtumassa esitetään musiikkia, täytyy Teostolle ilmoittaa tiedot esitetyistä sävellyksistä ja niiden tekijöistä mielellään etukäteen tai heti tapahtuman jälkeen. Järjestö tilittää maksetut korvaukset edelleen musiikin tekijöille tai kustantajille. (Lampinen & Välikylä 2009, 29.) Elävää musiikkia esittäessä otetaan yhteys Teostoon (Haapoja 2015).

Festivaalien, ulkoilmakonserttien ja kaupunkitapahtumien järjestäjien tulee huomioida hyvissä ajoin tapahtumasta aiheutuvat mahdolliset meluhaitat. Kyseisten tapahtumien oletetaan aiheuttavan meluhaittoja lähiympäristössä ja naapuristossa. Tästä syystä tapah-

tumanjärjestäjän on tehtävä meluilmoitus tapahtumasta vähintään 30 vuorokautta aikaisemmin. Aikavälillä 07-20 saa käyttää äänentoistoa ilman meluilmoituksen tekemistä, mikäli äänenvoimakkuus pidetään kohtuullisena. (Paavola 2012, 13.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Työväen Musiikkitapahtuman ravintolapalvelujen kehittämisessä tarkoitus on tuottaa uusia ideoita festivaaliruokailuun ja etsiä käytännön parannuksia ravintolapalveluihin. Haapojan (2015) mukaan mitään varsinaista ongelmaa festivaaliruokailussa ei ole ollut, mutta toiveissa on kartoittaa asiakkaiden mielipiteet tapahtuman ruoka- ja juomatarjonnasta ja kehittää toimintaa sen perusteella. Tämän opinnäytetyön kehittämisenäkökulma on tutkimuksellista kehittämistä ja aihetta on lähestytty tapaustutkimuksen näkökulmasta.

Tutkimuksellinen kehittämistyö alkaa kehittämistarpeesta. Usein lähtökohtana on käytännössä havaittu ongelma tai uudistamisen tarve. Tutkimuksellinen kehittämistyö voi tarkoittaa myös uusien ideoiden, tuotteiden tai palvelujen tuottamista. Periaatteena on saada uusia ratkaisuja ja käytännön parannuksia. Tapaustutkimus sopii kehittämistyön lähestymistavaksi, sillä tutkimuskohteita vain vähän, usein jopa yksi. Tapaustutkimukselle luontaisina tutkimusmenetelmiä ovat sekä laadulliset (kvalitatiiviset) että määrälliset (kvantitatiiviset) menetelmät. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 19, 53, 55.)

Tämän opinnäytetyön tiedonkeruussa aineisto kerätään laadullisin menetelmin asiantuntijahaastattelua käyttäen, ja määrällisin menetelmin kyselytutkimuksen avulla. Henkilökohtainen asiantuntijahaastattelu antaa selkeän kuvan käsiteltävästä asiasta ja auttaa ymmärtämään, miksi asiat tehdään niin kuin tehdään. Kyselytutkimus puolestaan antaa mahdollisuudet suuriin vastaajamääriin.

Kyselytutkimus on tehokas keino saada laaja tutkimusaineisto. Kyselytutkimus on kvantitatiivinen eli määrällinen menetelmä. Tarkoitus on saada paljon tietoa, joka on tosin pinnallista. Etuna on, että suurelta joukolta ihmisiä pystytään kysymään monia asioita. Kysely on myös nopea ja edullinen tapa kerätä tietoa. Sähköiset kyselytutkimukset ovat yleistyneet viime aikoina. Syynä on tutkimuksen laatimisen vaivattomuus ja sen edullisuus, sekä mahdollisuus nopeaan tiedonhankintaan. Sähköisten kyselytutkimusten huonoina puolina voidaan pitää niiden räjähdysmäistä kasvua, mikä johtuu tutkimuksen edullisuudesta. Vastaajien vastausinto saattaa kärsiä, mikäli sähköpostit täyttyvät erilaisista kyselyistä. Toisaalta kyselyt eivät aina edes saavuta vastaajaa, vaan ne jäävät sähköpostin roskapostisuodattimeen. (Ojasalo ym. 2014, 121, 128, 129.)

4.1 Festivaaliravintoloiden tausta

Festivaaleilla on tarjottu ruokaa niin kauan kuin festivaaleja on järjestetty. Festivaalien ruokapalvelujen juuret juontavat Pohjoismaiden vanhimpaan festivaaliin, Turun Ruisrockiin, jossa on jo vuonna 1970 ollut tarjolla Popsi-makkaraa. (Campos 2013, 14.) Vielä 1980-luvullakin festivaaliruokailu on koostunut pääosin makkarasta. Yleisöllä on ollut tapana myös pakata omia eväitä mukaansa. (Soppa365 2014.) Festivaaleilla on ollut myös anniskelutoimintaa jo 1970- ja 1980-luvun vaihteessa, sillä Seinäjoen Provinssirockissa on ollut myynnissä Sinebrychoffin tuotteita vuonna 1979 (kuva 4) (Campos 2013, 14).



KUVA 4. Provinssirock vuonna 1979 (Kuva: Provinssi Blogspot 2013)

1990-luvulla ruokavalikoima festivaaleilla on jo hieman monipuolistunut, ja festivaaliruokina on tarjoiltu grillimakkaran lisäksi pyttipannua, hernekeittoa ja ranskalaisia perunoita joko lihapullien tai makkaran kera. Pasta-annoksista tuli yksi 1990-luvun hittituote festivaalien ruokapalveluissa, ja sen suosio jatkui muutamia vuosia. Nykyään festivaaleilla tarjoillaan useita erilaisia ruoka-annoksia. Perinteisiä festivaaliruokia ovat kebab-annokset, makkaraperunat ja wokki. Uusi suosittu tuoteryhmä on aasialainen ruoka, joka myy festivaaleilla hyvin. Festivaalien ruokapalvelujen tuottajat yrittävät jatkuvasti uudistua ja etsiä uusia trendikkäitä ruokia. (Campos 2013, 15–16.)

Työväen Musiikkitahtumassa palvelee erilaisia festivaaliravintoloita, joiden ruokapalveluista vastaavat alihankkijat (Haapoja 2015). Alihankita tarkoittaa tuotannollista yhteistyötä päähankkijan ja alihankkijan välillä. Alihankinnaksi kutsutaan esimerkiksi sitä,

kun päähankkija teettää omaan tuotteeseensa kuuluvia palveluja alihankkijalla. (Immonen & Juurela 2002, 28.) Tässä tapauksessa päähankkija on siis Työväen Musiikkitahtuma ja alihankkijoita ovat yritykset festivaaliravintoloiden takana. Musiikkitahtumalla on tapahtuma-alueella alihankkijoiden lisäksi oma ravintola nimeltä Salakapakka (kuva 5). Salakapakassa pyritään tarjoamaan hieman erityyppistä ruokaa ja luomaan tunnelmaa sisustuksella ja kieltolakitunnelmaisella menulla. Vuonna 2014 Salakapakassa tarjottiin esimerkiksi ”Algoth Niskan erikoinen” ja ”BBQ-marinoitua savusaunapossua”. (Haapoja 2015.) Algoth Niska oli tunnettu suomalainen alkoholin salakuljettaja kieltolain aikaan (Yle 2015b).



KUVA 5. Salakapakka. Työväen Musiikkitahtuma 2014. (Kuva: Janne Kulosaari 2014)

Festivaaliravintoloilla on Työväen Musiikkitahtumassa porrastetut aukioloajat. Osa ravintoloista on auki vain iltaisin ja osan ravintoloista tuotteet vaihtelevat sen mukaan, onko päivä vai ilta. Esimerkiksi kahvia ja pientä suolaista ja makeaa on tarjolla enemmän päiväsaikaan. Tuotteita, joita aikaisempina vuosina tapahtumassa on myyty, on lukuisia (taulukko 1). (Haapoja 2015.)

TAULUKKO 1. Tapahtuman festivaaliravintoloiden valikoima vuodelta 2014

Ruoka-annokset	pieni suolainen	makeat	Salakapakka
muikut	pizzapalat	kakkupalat	Algoth Niskan menu
makkaraperunat	juustolautanen	pullat	kasvisvaihtoehto
lohi ja pariisinperunat	wrapit	viinerit	
kana- ja kasviswokki	hot dog	smoothie	
falafel	hampurilainen		
lihavartaat			

4.2 Ruokatrendit osana kehittämistyötä

Helsingin Sanomat julkaisi joulukuussa 2014 artikkelin nimeltä ”Lähituotteet, kestävä kehitys ja grillatut kasvikset ovat vuoden 2015 ruokatrendejä”. Otsikko tiivistää ytimekkäästä tälle vuodelle povatut ruokatrendit. Artikkelin kertoo amerikkalaisesta kyselytutkimuksesta, jossa oli kysytty noin 1300 kokin ja keittiömestarin mielipidettä siitä, mitkä ruoat, juomat, ruokakulttuurit ja – teemat näkyvät vuonna 2015 ravintoloiden ruokalistoilta. Ammattilaisten veikkaukset koskivat niin ruokaa kuin ihmisten toimintatapojakin. Vastauksissa nousi esille luonnolliset raaka-aineet ja mahdollisimman vähän käsitelty ruoka. Myös lihan leikkaaminen eritavoin tulee yleistymään. Ihmiset tulevat kiinnittämään yhä enemmän huomiota ruokajätteen minimoimiseen. Viime vuodesta nousseita trendejä ovat tänä vuonna esimerkiksi vähän käytetyt kalalajit, etniset kastikkeet, ruohoa syönyt nauta ja grillatut kasvikset. Grillatut kasvikset nousevat trendiksi, sillä kasvisruoan suosio kasvaa koko ajan. Kasvisten suosio liittyy osaltaan myös lähiruoan suosimiseen. Asiakkaat ostavat tuotteen helpommin, jos tilan nimi on mainittuna. Artikkelin painottaa, että vaikka kyselytutkimus on tehty Yhdysvalloissa, tulevat nämä trendit ennemmin tai myöhemmin myös Suomeen. Ihmetystä herättää se, että esimerkiksi pulled pork eli nyhtöpossu on edelleen suosittu ruokalaji Suomessa ja se löytyy vielä monen ravintolan listoilta muodossa tai toisessa, vaikka Yhdysvalloissa se on jo mennyt trendi. (Tikkanen 2014.)

Glorian ruoka & viini – lehti esittelee vuoden 2015 ruokatrendejä artikkelissaan ”Ruokatrendit 2015”. Artikkeleihin on koottu 25 teemaa, jotka tulevat näkymään ruoka- ja ravintolamaailmassa vuonna 2015. Etnisten ruokien suosiota korostetaan tässäkin artikkelissa. New York on tämän trendin ”aallonharjalla” perulais-japanilaisten nikkei-keittiöiden ja kiinalais-uiguurilaisten keittiöidensä ansiosta. Näitä suuntauksia kutsutaan mikroetniseksi keittiöiksi. Artikkelissa uskotaan myös vieläkin halvempien ruohonosien yleistymiseen. Ruokalistoilta odotetaan muassa mureaksi haudutettua härän häntää ja kukonhelttoja. Viime vuonna yleistynyt härän rinta eli *brisket* on suosittua vielä tänäkin vuonna. Edullisista ruohonosista tehdään salonkikelpoisia annoksia ja hinnat nousevat sen mukaisesti. (Jensen, Maskulin, Nars, Nordlund & Väisänen 2015, 30.)

Tämän vuoden trendikkäimmän keiton juuret löytyvät Vietnamista. Vietnam on myös nouseva etnokeittiö, josta tulee suureen suosioon noussut riisinuudeliikeitto *pho*. Kyseinen keitto koostuu nuudeleista, naudanpaistista, tuoreista yrteistä, sekä limestä ja mausteista. Helsingissä on tällä hetkellä ainakin jo kuusi ravintolaa, joissa kyseistä keittoa voi maistella. Makuaisteille vuosi 2015 on mielenkiintoinen. Elintarvikkeissa ja ruoissa on alettu huomioida suutuntumaa yhä enemmän. Pirskahtelevat, rapeat, pehmeät, kylmät ja kuumat komponentit löytyvät nyt usein samalta lautaselta. Myös makean ja suolaisen yhdistelmä on todettu toimivaksi. Jos viime vuonna perusmakujen suosikki oli hapan, tänä vuonna se on karvas. Karvaat maut maistuvat todella tummissa suklaissa ja esimerkiksi vahvassa espressossa. Happamissa tuotteissa uusin trendijuoma on kefiiri. Immuunijärjestelmää puolustava muotijuoma löytyy myös Valion valikoimista. (Jensen ym. 2015, 31–32.)

Kasvisruoan suosio ja ruokahävikin vähentäminen ovat myös esillä ”Ruokatrendit 2015” artikkelissa. Yksittäisistä kasviksista kukkakaalin uskotaan olevan seuraava muotikasvis. Yhdysvalloissa on myös kehitetty uusia hybridikasviksia, kuten parsakaalin ja kiinalaisen parsakaalin risteytys *broccolini*, ja lehti- ja parsakaalin risteytys *kalette*. Suomeen ei kuitenkaan luultavasti saada vielä vähään aikaan näitä uutuuksia. (Jensen ym. 2015, 34.)

Juomapuolella tulevat yleistymään *mikroannokset*. Useat olutbaarit jo Suomessakin tarjoilevat yhden tai kahden desin oluttuoppeja. Mikroannosten hyvä puoli on se, että ne rohkaisevat maisteluun. Näin oluille saatetaan saada uusia ystäviä. Monet muodissa olevat oluet ovat lisäksi joko niin vahvoja maultaan tai prosenteiltaan, että suurempi annos olisi liikaa. Toinen uutuuksia olutmaailmassa on hapan olut, *sour beer*, joka saa makunsa

villihiiivoista ja bakteereista. Oluen maku on hieman kirpeä ja viinillinen, joten se sopii loistavasti ruokapöytään. Hapanoluen valmistusprosessi on luonnonmukaisempi kuin tavallisen oluen, joten sekin tekee oluesta trendikkään. Suomessa hapanolutta valmistaa ainakin Stadin Panimo ja Beer Hunter's Porista. Terasseilla tullaan nauttimaan vuoden 2015 kesällä jäätelösoodaa, jonka perusajatus on upottaa virvoitusjuoman joukkoon jäätelöpallo. Yhdysvalloissa jäätelösoodaa on sovellettu niin, että virvoitusjuoma korvataan alkoholilla. Tunnetuin maku lienee Guinness-olut ja vaniljajäätelö. (Jensen ym. 2015, 33.)

Myös ravintolat uudistuvat trendien vaihtuessa. Fine dining ei ole enää muodikasta, vaan päinvastoin asiakkaat suosivat rennompia paikkoja. Pääosassa ovat makuelämykset ja palvelu, eikä niinkään viimeisen päälle siisti miljöö. Ravintolakulttuurin mullistava uusin trendi on *mobiilimaksaminen*. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakas maksaa ruokansa etukäteen älypuhelimellansa. Ravintolat säästävät työvoimakustannuksissa, kun asiakkaat maksavat laskunsa suoraan puhelimilla. Tällä hetkellä mobiilimaksaminen on suosittua Yhdysvalloissa ja yleistyneä myös Suomessa. (Jensen ym. 2015, 35.)

Helsingin Sanomien artikkeli ”Fine diningia, street foodia ja erikoiskahveja – HS kartoitti suurimpien festivaalien ruokatarjonnan” esittelee kesän 2015 festivaaliruokien trendejä. Artikkelissa kerrotaan, että yhä useampi tapahtumanjärjestäjä haluaa panostaa festivaalin ruokatarjontaan. Suomen suurimpien festivaalien ruokatarjonnat tosin eroavat toisistaan huomattavasti. Siinä missä Provinssirock on päättänyt tarjoilla tänä vuonna ensimmäistä kertaa asiakkailleen kolmen ruokalajin fine dining-kokemuksen, on Ruisrock puolestaan luopunut vastaavasta konseptista. Ruisrockin promoottori Mikko Niemelä on sitä mieltä, että festivaali on väärä paikka pitkälle ruokailulle, koska ihmisillä on kiire katsomaan esityksiä. Sen sijaan Ruisrockissa keskitytään paikallisten ravintoloitsijoiden suosimiseen. Niemelän mukaan ruoan on oltava laadukasta, maistuvaa ja helposti kuljetettavaa. (Kärppä 2015.)

Porin Jazz on tunnettu piknik-festivaalina, ja tapahtuma kannustaa tänäkin vuonna asiakkaitansa saapumaan omien eväidensä kanssa. Myyntipäällikkö Marjo Boelius Porin Jazzeilta vakuuttaa, että piknik-mahdollisuus ja muun ruoan myynti eivät poissulje toisiaan, vaan tuovat enemmän mahdollisuuksia asiakkaiden ruokailuun. Boelius kuitenkin myöntää, että festivaalin on jatkossa kehitettävä ruokatarjontaansa merkittävästi. Reilunkaupan tuotteet, laatu ja terveellisyys korostuvat puolestaan Ilosaarirockin ja Flow Festivalin ruo-

katarjonnassa. Ilosaarirock tarjoilee tänä vuonna Provinssirockin tapaan fine diningia asiakkailleen, ja sen lisäksi suureen suosioon nousseen reilun kaupan brunssin. Erikoisruokavaliot on huomioitu brunssilla hyvin, sillä suurin osa ruoista on vegaaneille sopivaa ja gluteenitonta. Ilosaarirock iloitsee, että kiertävien ruokamyymyjien ruoan taso on myös noussut. (Kärppä 2015.)

Flow Festival nimettiin vuoden 2014 festivaalin jälkeen festivaaliruokien pioneeriksi. Tunnustuksen festivaali sai Forbesilta. Flow Festival panostaa ennen kaikkea terveelliseen festivaaliruokaan, ja raakaruokaa on tänä vuonna tarjolla enemmän kuin ennen. Festivaalin tiedottaja Susanna Hulkkosen mukaan asiakkaat ovat terveystietoisia ja esimerkiksi alkoholittomien juomien valikoimaa on lisätty. Hulkkonen kertoo artikkelissa myös, että festivaali kannustaa asiakkaita ja ravintoloitsijoita ympäristöystävällisyyteen. Jokaisella ruokamyymyjällä tulee olla ainakin yksi kasvisvaihtoehto valikoimissaan, ja menussa tulee korostaa, mikä annoksista on ympäristöystävällisin valinta. Tomi Björk ravintoloi- neen vastaa Flow Festivalin fine dining-puolesta. Tarjolla on kuitenkin myös nopeaa katuruokaa, kuten pizzaa, pho-keittoa ja meksikolaista ruokaa. (Kärppä 2015.)

Ruokatrendeissä on selkeitä yhtäläisyyksiä eri lähteiden välillä, mutta myös mielenkiin- toisia eroja löytyy. Kun Glorian ruoka & viini – lehti povaa fine diningin hiipuvan, suuret festivaalit kuitenkin päättävät kokeilla pitkän ruokailun menestymistä massatapahtu- missa. Artikkeleista löytyy paljon yhtäläisyyksiä, kuten kasvisruoan ja lähellä tuotetun ruoan suosiminen, edullisista ruhonosista valmistetut laadukkaat liharuoat, ympäristöys- täväällisyys ja ruokajätteen minimointi sekä aasialainen keittiö. Myös juomapuoleen kiin- nitetään huomiota niin festivaaleilla kuin ravintolamaailmassa. Erikoisluet ja alkoholit- tomat vaihtoehdot ovat lähteiden mukaan trendikkäitä tänä kesänä.

4.3 Kyselytutkimuksen toteuttaminen

Opinnäytetyön aihetta päätettäessä toimeksiantajalla oli jo selkeä näkemys siitä, että asi- akkaat halutaan huomioida ravintolapalveluita kehitettäessä. Tämä tarkoitti sitä, että pää- tettiin laatia kyselytutkimus (liite 1), jonka tarkoitus oli selvittää asiakkaiden mieltymyk- siä festivaaliruokien ja -juomien suhteen. Yhteisessä palaverissa helmikuussa 2015 toi- miston väen kanssa käytiin läpi alustavia kysymyksiä kyselytutkimusta varten. Kyselystä

päätettiin jättää joitakin kysymyksiä kokonaan pois, sillä emme tarvinneet kaikkea mahdollista tietoa vastaajistamme. Tällainen tieto oli esimerkiksi vastaajan siviilisääty. Kyselystä haluttiin tehdä vastaajan kannalta mahdollisimman helppo ja mukava vastata. Se ei myöskään saanut viedä paljoa aikaa. Palaverissa heräsi myös uusia ideoita ja kysymyksiä, jotka lisättiin kyselyyn. Kyselytutkimuksen nimeksi päätettiin ”Mitä haluat syödä kesän 2015 Musiikkitapahtumassa?”. Lopulliseen kyselytutkimukseen valittiin seuraavat pääkohdat:

- taustatiedot
- tapahtumaan osallistuminen
- vastaajan arvot
- erikoisruokavaliot
- menu
- juotavat
- yhteystiedot

Kyselytutkimus laadittiin TAMKIn e-lomakkeeseen ja se julkaistiin 25.3.2015 Työväen Musiikkitapahtuman kotisivuilla ja Facebook-sivulla. E-lomakkeen alkuun laitettiin seuraava saatekirje:

Olen kolmannen vuoden restonomiopiskelija Tampereen Ammattikorkeakoulusta. Teen opinnäytetyötä toimeksiantona Työväen Musiikkitapahtumary:lle, aiheena "Työväen Musiikkitapahtuman ravintolapalveluiden kehittäminen"

Tämä kyselytutkimus on osa opinnäytetyötäni ja sen tarkoituksena on selvittää asiakaslähtöisesti, mitä ruokia halutaan tarjottavan Valkeakoskella kesän 2015 festareilla.

Kysely tehdään luottamuksellisesti, eikä tietoja luovuteta ulkopuolisille. Jos haluat osallistua arvontaan, jätäthän yhteystietosi kyselyn loppuun. Palkintona arvotaan yksi tapahtumaranneke (to-su) kesän 2015 Musiikkitapahtumaan.

Kyselytutkimuksen haluttiin herättävän kiinnostusta asiakkaissa, ja sille luotiin oma kuva (kuva 6), joka näkyi Musiikkitapahtuman kotisivulla sekä Facebook-julkaisuissa. Sain tehtäväkseni suunnitella mielenkiintoa herättävän mainoslausahduksen, jolla asiakkaat saataisiin klikkaamaan kysely auki ja vastaamaan siihen. Kuvasta 6 selviää, että lausahduksessa haluttiin painottaa asiakkaiden tärkeyttä esimerkiksi sanalla ”vaikuta”. Vastajien kesken päätettiin arpoa tapahtumaranneke kesän festivaalille vastaamisintoa nostamaan.



KUVA 6. Kyselytutkimuksen kuvitus (Työväen Musiikkitapahtuma 2015a).

4.4 Vastausmäärät

Kyselyä pidettiin auki yleisölle 23.3.2015–14.4.2015 välisen ajan. Valtaosa vastauksista saatiin heti ensimmäisen vuorokauden aikana, kun edellä mainittu kuva (kuva 6) julkaistiin Työväen Musiikkitapahtuman Facebook-sivulla. Kuvan yhteydessä oli linkki TAM-Kin e-lomakkeeseen, josta pääsi suoraan vastaamaan kyselyyn. Vastaajille haluttiin antaa aikaa kyselyn tekemiseen, ja se päätettiin pitää auki etukäteen määritellyn ajan, vaikka vastauksia saatiin nopeasti hyvinkin paljon. Maanantaina 13.4.2015 kuva (kuva 6) jaettiin vielä uudestaan tapahtuman Facebook-sivuilla. Sen haluttiin olevan muistutus asiakkaille, ja seuraava teksti toimi julkaisun sisältönä: ”Vielä on tämä päivä ja huomisen aikaa vastata festariruokakyselyymme. Vastaajien kesken arvomme tapahtumارانnekkeen Työväen Musiikkitapahtumaan!” (Työväen Musiikkitapahtuma 2015.) Facebook-tykkääjien lähestyminen tuotti tulosta, ja vielä viimeisen vuorokauden aikana saatiin yli 100 vastausta lisää. Yhteensä vastauksia saatiin 456 kappaletta.

5 TUTKIMUSTULOKSET

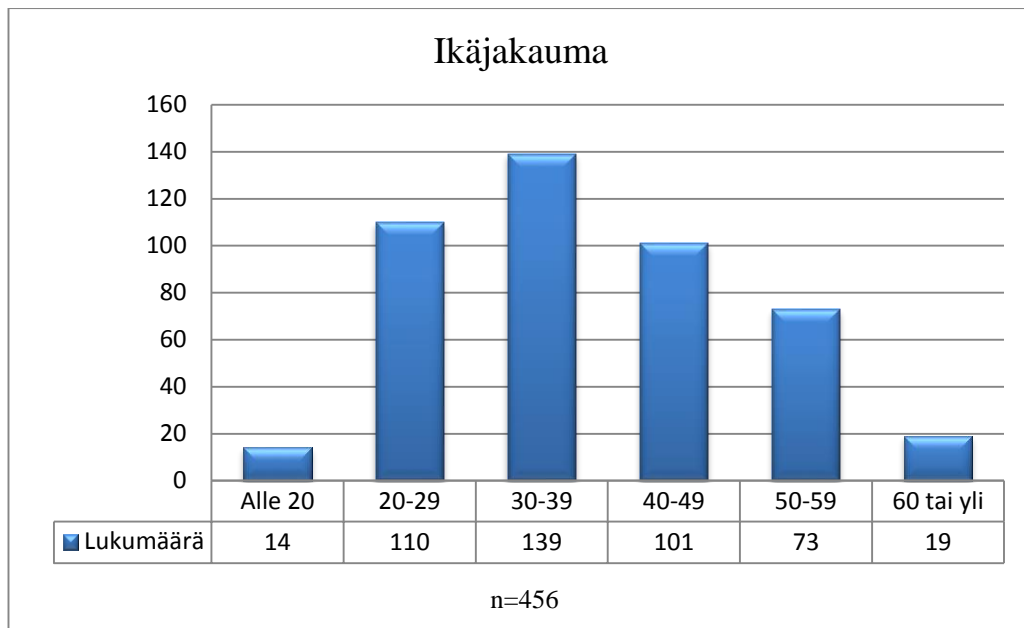
5.1 Vastaajien taustatiedot

Nämä tutkimustulokset käsittelevät opinnäytetyön kyselytutkimuksen tuloksia. Sähköisessä kyselytutkimuksessa vastauksia saatiin yhteensä 456 kappaletta. Tulokset on esitetty siinä järjestyksessä, kuin ne kyselytutkimuksessa kysyttiin. Kysymykset jaettiin viiteen teemaan, jotka olivat: taustatiedot, tapahtumaan osallistuminen, arvot, menu ja yhteystiedot. Jäsentäminen teki kyselytutkimuksesta selkeän vastata, kun vastaajakin näki kyseessä olevan aiheiteeman. Tutkimuksesta selvisi, että vastaajista jopa 76 % eli 348 oli naisia (taulukko 2). Miehiä vastaajissa 105 ja kolme ihmistä ei halunnut kertoa sukupuoltaan.

TAULUKKO 2. Sukupuolien jakaantuminen kyselytutkimuksessa

Sukupuoli	%	lukumäärä
nainen	76	348
mies	23	105
en halua kertoa	1	3
yhteensä	100	456

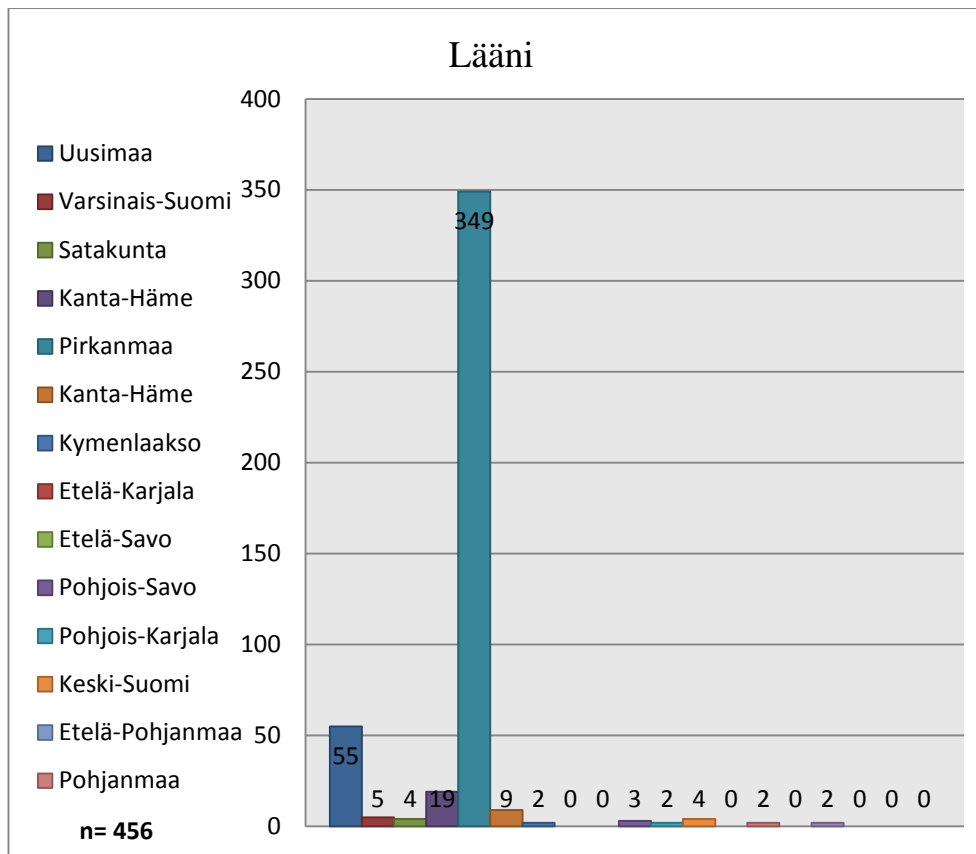
Ikäryhmistä eniten vastaajia oli 30–39-vuotiaissa (kuvio 1). Heitä oli 139. Seuraavaksi eniten vastaajissa oli 20–29-vuotiaita, joita oli 110. Myös 40 vuodesta 59 vuoteen välillä olevia vastaajia oli yhteensä jopa 174. Kaikista vähiten vastaajia oli molemmissa ääripäissä – alle 20-vuotiaissa ja 60-vuotiaissa tai vanhemmissa. Ikäjakaumaan saattoi vaikuttaa se, että kyselytutkimus julkaistiin ainoastaan sähköisenä. Sähköinen kyselytutkimus voi olla syy siihen, että vanhemman väestön vastausprosentti jäi pieneksi, vaikka Musiikkitapahtumaan osallistuu paljon 60-vuotiaita ja vanhempiaakin. Alle 20-vuotiaat puolestaan eivät välttämättä seuraa Musiikkitapahtuman kotisivua tai Facebook-sivua siitä syystä, että tapahtumasta ei ole tullut nuorille vielä perinnettä, mitä se on monelle muulle.



KUVIO 1. Ikäjakauma kyselytutkimuksessa.

Toimeksiantaja halusi kyselytutkimuksessa selvittää, mistä tapahtuman asiakkaat ovat kotoisin. Vastaajia pyydettiin valitsemaan lääni jossa asuvat, ja kirjoittamaan avoimeen kohtaan lisäksi kotipaikkakuntansa. Avoimia kohtia analysoidessa selvisi virhe kyselytutkimuksen laadinnassa. Lääneissä ei ollut huomioitu ulkomailla asuvia. Siitä syystä kolme ulkomailla asuvaa vastaajaa oli joutunut valitsemaan väärän läänin, sillä kyselyssä ei päässyt etenemään ennen vastausvaihtoehdon valitsemista. Oletan kuitenkin, että kolme virheellistä vastausta suuresta vastaajamäärästä eivät suuremmin vääristä lopputulosta.

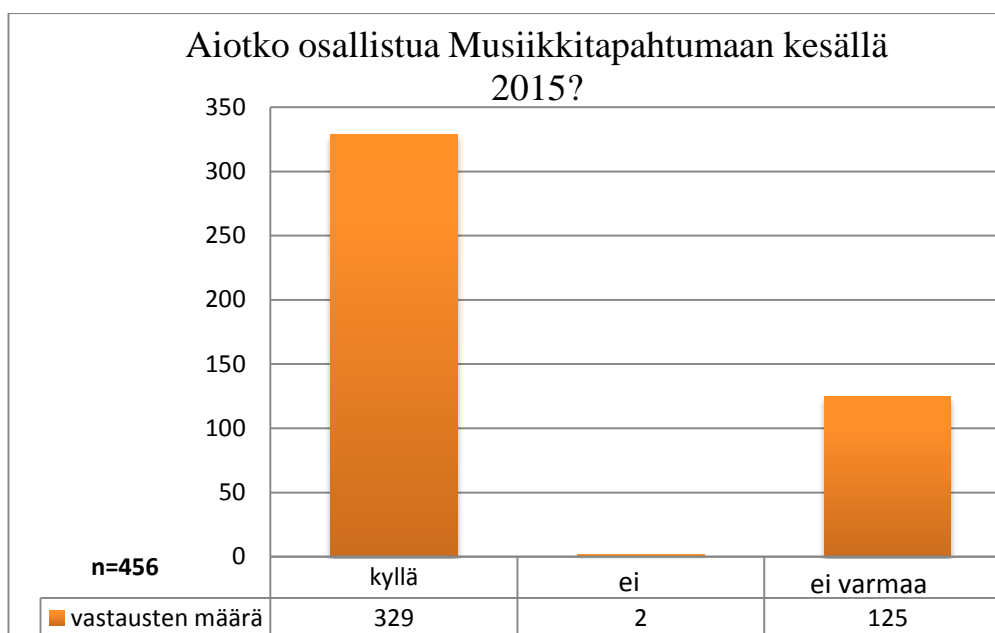
Vastauksista selvisi, että ylivoimaisesti enemmistö vastaajista oli kotoisin Pirkanmaalta (kuvio 2). Pirkanmaalta vastaajia oli 349, Uudeltamaalta 55 ja Kanta-Hämeestä 19. Kuvio 2 näkyy myös, että muihinkin lääneihin tuli joitakin yksittäisiä vastauksia. Avoimet kohdat kertoivat, että Työväen Musiikkitapahtuman paikkakunnalta, Valkeakoskelta, oli eniten vastaajia. Myös lähikunnat Akaa, Tampere, Nokia, Lempäälä ja Hämeenlinna olivat suosittuja vastauksia. Uudenmaan kaupungeista Helsinki ja Espoo olivat suosituimpia. Paikkakunta-kysymyksessä selvisi myös, että kaksi vastaajaa oli Ruotsista ja yksi Alankomaista. Tapahtuman kannalta on positiivista, että asiakkaita on niin omasta kaupungista kuin kauempaakin.



KUVIO 2. Vastaajien kotiläänit.

5.2 Vastaajien osallistuminen tapahtumaan ja ravintoloiden käyttö

Kyselytutkimuksessa selvitettiin vastaajien osallistumista Musiikkitapahtumaan. Kysymykseen ”aiotko osallistua Musiikkitapahtumaan kesällä 2015?” myöntävästi vastasi jopa 329 (kuvio 3.). 125 vastaajaa eivät olleet vielä varmoja, ja kaksi vastaajaa eivät aikoneet osallistua. Prosentuaalisesti tämä tarkoittaa, että yli 72 % kaikista kyselyyn vastanneista henkilöistä aikovat osallistua Työväen Musiikkitapahtumaan kesällä 2015.



KUVIO 3. Vastaajien osallistuminen tapahtumaan

Samalla kun selvitettiin vastaajien osallistumista tapahtumaan, haluttiin tietää ravintolapalvelujen käyttöaste. Selvitetiin, käyttävätkö asiakkaat tapahtuman ravintolapalveluita, ja ovatko he aikaisempina vuosina löytäneet nämä palvelut helposti. Vastauksista selvisi, että ravintolat löytyvät pääasiassa hyvin. Vaihtoehtoina siihen, löytyvätkö ravintolat tapahtuma-alueelta, oli joko ”hyvin”, ”huonosti” tai ”en osaa sanoa”. 351 vastaajaa oli sitä mieltä, että ravintolat löytyvät hyvin, 77 ei osannut sanoa ja 28:n mielestä ravintolat löytyvät huonosti. Tapahtuman ravintolapalveluja on puolestaan käytetty aikaisempina vuosina pääosin usein ja joskus (taulukko 3). Vain 50 vastaajaa ei ollut koskaan käyttänyt tapahtuman ravintolapalveluita. Lukumääräisesti ”usein” ja ”joskus” -vastauksia tuli lähes samat määrät, ”usein”-vastauksia vain kuusi enemmän.

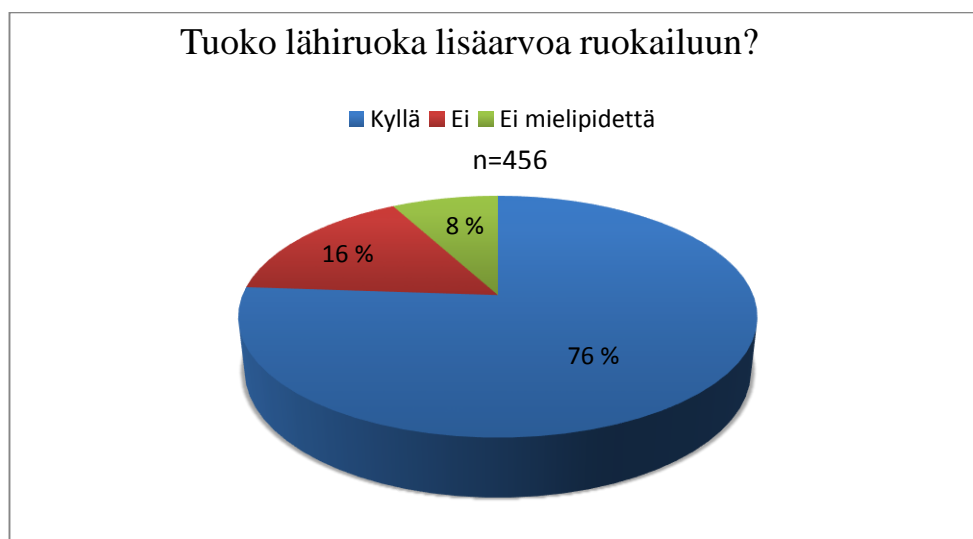
TAULUKKO 3. Oletko aikaisempina vuosina käyttänyt tapahtuman ravintolapalveluita?

Vastaus	%	lukumäärä
usein	45	206
joskus	44	200
en koskaan	11	50
yhteensä	100	456

Ravintolapalveluita kehittäessä on hyvä tietää, että suurin osa vastaajista käyttää ravintolapalveluita ja kehittämiseksi on aito tarve. Prosentuaalisesti vain pieni osa kyselyyn vastanneista ei ole aikaisempina vuosina käyttänyt ravintolapalveluita ollenkaan. Ei voida kuitenkaan tietää, edustavatko kyselyyn vastanneiden mielipiteet täysin tapahtuman asiakkaiden mielipiteitä. Jos näin on, lähes 90 % asiakkaista käyttää Työväen Musiikkitapahtuman ravintolapalveluita usein ja joskus.

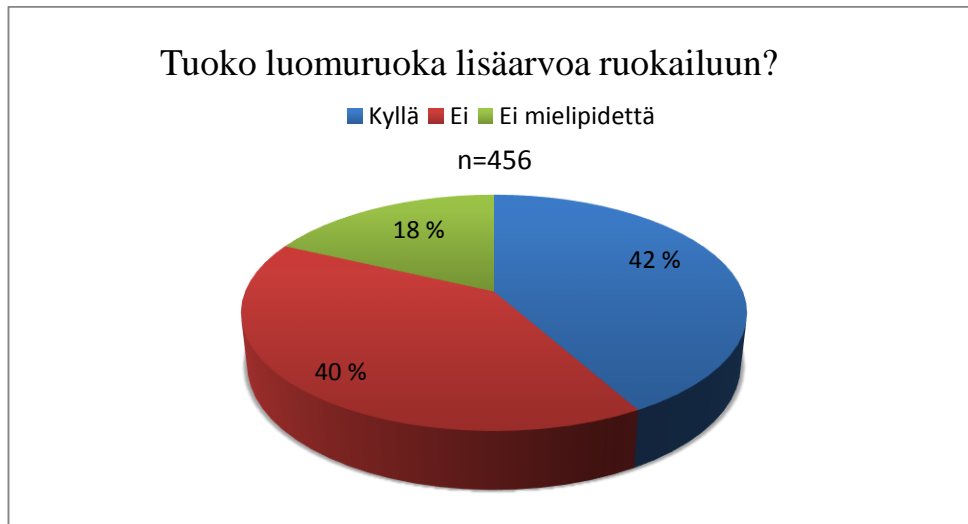
5.3 Vastaajien arvot

Niin kuin aiemmin jo mainittiin, Työväen Musiikkitapahtuman toimintaa ohjaavat erilaiset arvot. Ruokapuolella ekologisuutta korostetaan lähiruoalla ja lähituottajien suosimisella. (Haapoja 2015.) Lähiruoan määritelmä on vielä hieman epätarkka, ja eri ihmiset käsittävät sen eri tavoin. Yleistettynä, lähiruoka on mahdollisimman lähellä tuotettua ruokaa, jonka alkuperä, valmistaja ja tuottaja ovat hyvin tiedossa ja jäljitettävissä. Lähiruoka herättää kuluttajissa positiivisia tunteita, koska se koetaan puhtaana, ekologisena ja työllistävänä. (Valio 2015.) Toimeksiantaja halusi kyselytutkimuksessa selvittää, onko tapahtuman asiakkailla samanlaisia arvoja kuin Työväen Musiikkitapahtumalla. Kyselyyn vastanneista jopa 76 %:lle lähellä tuotettu ruoka tuo lisäarvoa ruokailukokemukseen (kuvio 4). 16 %:lle ei tuo, ja kahdeksalla prosentilla ei ollut mielipidettä asiaan. Vastaus siis vahvistaa toimeksiantajan näkemystä siitä, että lähellä tuotettua ruokaa tulee suosia tapahtumassa.



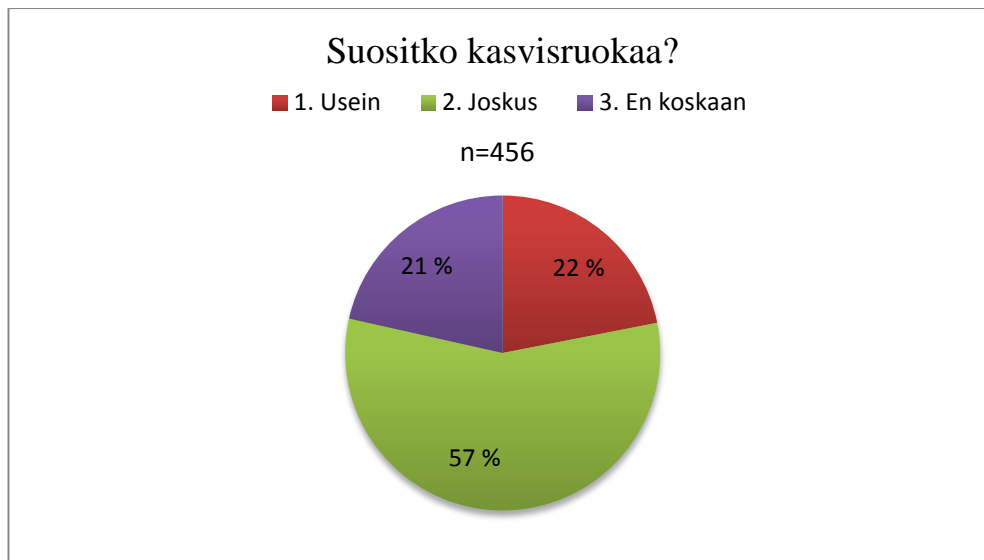
KUVIO 4. Lähiruoan merkitys ruokailussa

Musiikkitapahtumassa saatetaan tarjota joskus myös luomuruokaa, mutta se ei ole yhtä suuressa roolissa lähiruokaan verrattuna (Haapoja 2015). Kyselytutkimuksessa selvitettiin vastaajien suhtautumista luomuruokaan, ja tulokset yllättivät. Vaikka lähiruokaa arvostetaan paljon, ei sama päde luomuruokaan (kuvio 5). Vastaajista 42 % oli sitä mieltä, että luomuruoka tuo lisäarvoa ruokailukokemukseen, mutta yllättäen jopa 40 %:lle se ei tuo lisäarvoa ruokailuun. Liki viidenneksellä, 18 %:lla ei ollut mielipidettä asiaan.



KUVIO 5. Luomuruoan merkitys ruokailussa

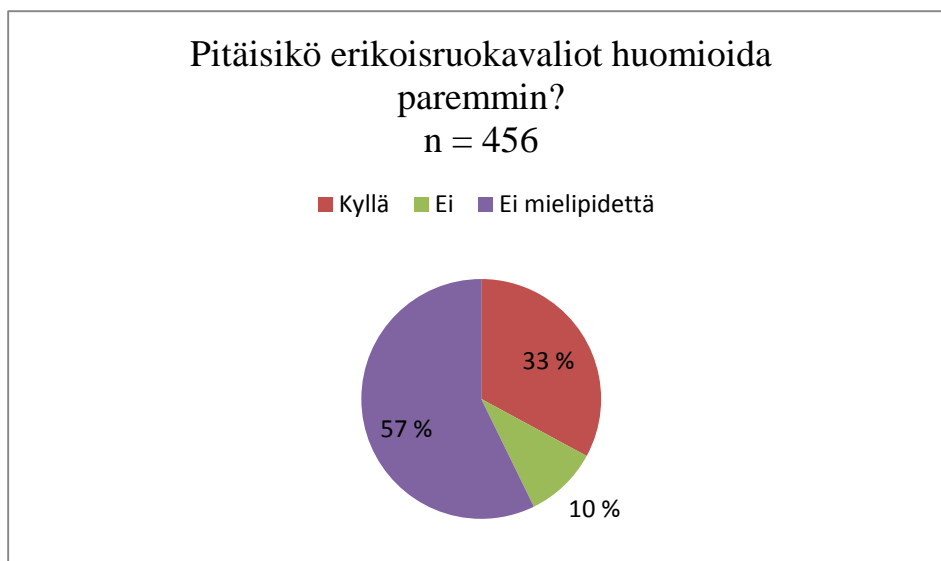
Kysyimme myös, ovatko ekologisuus ja kestävä kehitys tärkeitä arvoja kyselyyn vastanneille. Vastaukset yllättivät positiivisesti, sillä ”kyllä”-vastauksia oli eniten, 314 kappaletta eli 69 % vastauksista. Vain 12 %:lle nämä arvot eivät olleet tärkeitä, ja loppuilla 19 %:lla ei ollut mielipidettä tähän asiaan. Arvoihin ja ekologisuuteen liittyen haluttiin vielä selvittää, suosivatko kyselyyn vastanneet kasvisruokaa. Kysymys oli ”suositko kasvisruokaa?” ja vastausvaihtoehdoiksi annettiin ”usein”, ”joskus” ja ”en koskaan”. Tulokseksi saatiin, että vastanneista 22 % suosii kasvisruokaa usein, 57 % joskus ja 21 % ei koskaan. ”En koskaan”-vastanneiden osuus on siis kaikista pienin ja valtaosa vastanneista suosii kasvisruokaa joskus ja usein (kuvio 6).



KUVIO 6. Kasvisruoan suosiminen

5.4 Erikoisruokavaliot

Toimeksiantajaa kiinnosti kyselytutkimusta laadittaessa myös, mitä mieltä asiakkaat ovat olleet erikoisruokavalioiden huomioinnista Työväen Musiikkitapahtumassa. Kyselytutkimuksessa vastaajilta kysyttiin, ”onko erikoisruokavaliot huomioitu mielestäsi hyvin Musiikkitapahtuman aikaisempina vuosina?” ja ”pitäisikö ravintolapalvelujen suunnittelussa ottaa erikoisruokavaliot paremmin huomioon?”. Erikoisruokavalioiden huomioimisessa jopa 70 %:lla ei ollut mielipidettä asiaan. 13:sta prosentista mielestä erikoisruokavaliot on huomioitu aiemmin hyvin, mutta 17:sta prosentista ei. Mielenkiintoisesti kuitenkin jopa 33 %:n mielestä erikoisruokavaliot tulisi huomioida paremmin ravintolapalveluita suunniteltaessa (kuvio 7). Enemmistöllä ei ollut kuitenkaan mitään mielipiteitä erikoisruokavaliokysymyksiin.



KUVIO 7. Erikoisruokavalioiden huomioiminen Musiikkitapahtumassa

Erikoisruokavalio-kysymysten perään lisättiin vielä avoin kohta, johon vastaaja sai kirjoittaa, mikä erikoisruokavalio tulisi ottaa paremmin huomioon ravintolapalveluita suunniteltaessa. Avoimeen kohtaan tuli lukuisia vastauksia, joista kaikista selviten toivottiin järjestyksessään kasvisruoan, gluteenittomuuden, laktoosittomuuden ja vegaaneille sopivan ruoan huomioimista.

5.5 Menu

Tämän opinnäytetyön kohdalla toimeksiantajan mielenkiinto kohdistui kyselytutkimuksen kohtaan, jossa asiakkailta kysyttiin toiveita kesän festivaaliruokien suhteen. Kyselytutkimuksessa (liite 1) vastaajia pyydettiin valitsemaan ennalta määräytyistä ruokavaihtoehtoja ne, joita he mahdollisesti haluaisivat kesän festivaalilla nauttia. Valita pystyi yhden tai useamman vaihtoehdon. Ruokat, joita kyselyyn listasimme, valikoituivat aikaisempien vuosien tarjonnan perusteella, sekä uusien ideoiden pohjalta. Toimeksiantajalla oli selkeä kuva siitä, mitä ruokia festivaalialueella tulee ainakin tarjota. Tällaisia kesto-suosikkeja olivat esimerkiksi paistetut muikut ja makkaraperunat. Ne päätettiin kuitenkin lisätä vastausvaihtoehtoiksi, jotta vastaajat saivat kertoa mielipiteensä niistäkin.

Uusina ideoina festivaaliruokailuun tulivat pasta, salaatit, mustamakkara, erikoismakkarat, pulled pork ja pulled chicken eli nyhtöpossu ja – kana, tex-mex-ruoka ja kasvisruokavaihtoehto. Makeista herkuista kysyimme uutuutena asiakkaiden kiinnostusta jäätelöjä, makeisia sekä lettuja ja vohveleita kohtaan. Muut kyselyssä esitetyt vaihtoehdot ovat olleet tapahtumassa tarjolla joko viime vuonna tai aikaisempina vuosina. Ruokalajien tulokset on esitetty taulukossa (talukko 4) siinä järjestyksessä, kuinka ruokalaji on saanut ääniä vastaajilta.

TAULUKKO 4. Eri ruokalajien saamat äänet kyselytutkimuksessa

Ruokalaji	Äänet
1. LETUT / VOHVELIT	209
2. SALAATTI	185
3. PAISTETUT MUIKUT	179
4. WOKKI	177
5. TEX MEX	177
6. PULLED PORK	172
7. PIENI SUOLAINEN SNACK	172
8. JÄÄTELÖ	172
9. LOHI	169
10. HOT DOG TAI HAMPURILAINEN	141
11. SMOOTHIE	141
12. KASVISRUOKA	140
13. MAKKARAPERUNAT	137
14. KEBAB	135
15. PULLED CHICKEN	112
16. MUSTAMAKKARA	110
17. ERIKOISMAKKARA	104
18. JUUSTOLAUTANEN	87
19. PASTA	83
20. MAKEISET	43

Taulukosta 4 selviää, että yllättäen letut ja vohvelit saivat suurimman äänimäärän kaikista ruokalajivaihtoehdoista. Varsinaisista ruoista suosituin vaihtoehto oli salaatti, jonka jälkeen perinteiset paistetut muikut ja monesti festivaaleilla tarjottava wokki. Saman äänimäärän wokin kanssa sai uusi ehdokas tex-mex. Kärkipään tulokset eivät ole kovin kaukana toisistaan äänimäärällisesti, vaan kymmenen suosituimman joukkoon mahtuivat vielä pulled pork, pieni suolainen snack, jäätelö, lohi, hot dog ja hampurilainen. Myös viime vuonna kokeiluun otettu smoothie sai kiitettävän paljon ääniä, joten sitä halutaan luultavasti jatkossakin nauttia festivaalilla. Kasvisruoka sai myös paljon ääniä. Vähiten ääniä saivat makeiset, jonka jälkeen ruoista pasta, juustolautanen ja molemmat makkara-vaihtoehdot. Mustanmakkaran epäsuosio oli pienoinen pettymys, sillä ajateltiin, että pirkanmaalainen nimikkoruoka voisi sopia hyvin Työväen Musiikkitapahtumaan. Kyselytutkimus antoi paljon informaatiota ruokien suhteen. Osin ennako-odotukset täyttyivät, mutta myös yllättäviä tuloksia ilmaantui.

Monivalintakysymyksen jälkeen vastaajat saivat kertoa vielä omat mielipiteensä ruokien suhteen avoimeen kohtaan, jossa luki ytimekkäästi ”jotain muuta, mitä?”. Avoimeen kohtaan tuli lukuisia ehdotuksia. Kaikista eniten toivottiin aasialaista ruokaa sekä pizzaa. Ne toistuiivat molemmat liki kymmenessä kommentissa. Muutamia yksittäisiä poimintoja olivat esimerkiksi ”vartaat”, ”jokin keittoruoka sopuhintaan”, ”siivet” ja ”myös vegaaneille sopivaa”. Positiivista oli, että avoimeen kohtaan tuli paljon kommentteja, yhteensä 54 ehdotusta.

Työn tavoitteen mukaan myös juomapuolta haluttiin kehittää asiakkaiden toiveiden mukaisesti. Juotavista tehtiin samantyylinen kysymys kuin ruokalajeista, eli ”Mitä seuraavista juotavista haluaisit nauttia ensi kesän festivaaleilla? HUOM. Voit valita yhden tai useamman vaihtoehdon”. Vaihtoehtoiksi listattiin tilaviinit, laadukkaammat viinit, erikoisolut, sahti, siideri, olut, alkoholiton vaihtoehto ja erikoiskahvit. Kysymyksen perään laitettiin vielä kaksi avointa kysymystä, jossa pyydettiin vastaajien toiveita siiderien ja alkoholittomien juotavien suhteen. Siiderivalikoiman kartoitus oli toimeksiantajan toive, sillä aikaisempina vuosina tapahtuman asiakkailta on tullut palautetta siiderivalikoiman suhteen. Myös mielipiteet alkoholittomista juomavaihtoehdoista haluttiin selvittää.

Juomaäänestyksessä eniten ääniä sai siideri äänimäärällä 239. Seuraavana tulivat olut (176) ja tilaviini (172). Alkoholiton vaihtoehto sai myös odotetusti paljon ääniä, jopa 156. Vähiten suosittu vaihtoehto listalta oli sahti, jonka äänimääräksi jäi 38. Sahti on kuitenkin

Työväen Musiikkitapahtuman perinnejuoma, jota tullaan tarjoamaan jatkossakin. Kaikki loput vaihtoehdot saivat kukin yli 120 ääntä. Avoimet kohdat tuottivat paljon informaatiota juotavien osalta, ja kommentteja tuli lukuisia. Siidereistä selvästi eniten toivottiin kuivaa ja todella kuivaa omenasiideriä, sekä kevytvaihtoehtoja. Myös pienpanimotuotteita ja luomusiidereitä ehdotettiin. Yksittäisiä kommentteja olivat esimerkiksi ”perus omena ja päärynä”, ”kuivia ja laadukkaita” ja vähän ohi aiheen ”juotavat kylmiksi!”. Alkoholittoman vaihtoehdon avoimeen kohtaan todella moni oli kirjoittanut toivovansa vesipistettä tai ilmaista vettä. Myös kevytversioita virvoitusjuomista ja makukivennäisvesiä pyydettiin. Muutamassa yksittäisessä kommentissa mainittiin Laitilan Wirvoitusjuomatehtaan virvoitusjuomat. Juomapuolella kaikkiin kommentteihin ei voitu tarttua, sillä Musiikkitapahtumalla on laaja yhteistyösopimus Sinebrychoffin kanssa. Tämä rajoittaa kilpailevien tuotteiden myymistä.

6 TULOSTEN TARKASTELU

Sähköisesti toteutettu kyselytutkimus onnistui loistavasti. Lomakkeen laatiminen oli yksinkertaista ja siihen vastaaminen oli helppoa ja nopeaa, aivan kuten tavoitteena olikin. Kysely tuotti lyhyessä ajassa paljon tietoa, ja se levisi sosiaalisen median välityksellä, kun tutkimuksen linkkiä jaettiin Facebookissa. Tutkimustulokset antoivat paljon informaatiota Musiikkitapahtuman asiakkaista. Ylivoimaisesti suurin osa vastaajista oli kotoisin Pirkanmaalta, tarkemmin Valkeakoskelta. Uskon, että suurin osa kyselyyn vastanneista on samalla Työväen Musiikkitapahtuman asiakkaita. Väitettä tukee myös se, että vastaajista 72 % ilmoitti osallistuvansa kesän festivaaliin. Yllättävin asia taustatietojen tuloksissa oli suuri ero sukupuolten välisessä vastausaktiivisuudessa. Vastaajista jopa yli 75 % oli naisia.

Tuloksista selvisi, että Musiikkitapahtuman asiakkaat arvostavat lähiruokaa, suosivat kasvisruokaa ja haluavat nauttia maukkaita ja uudenlaisia festivaaliruokia kesällä 2015. Tulokset linkittyvät suoraan opinnäytetyön teoriaviitekehukseen, jossa esiteltiin vuoden 2015 ruokatrendejä ja eri festivaalien ravintolapalveluita. Tikkanenkin (2014) totesi, että lähituotteet, kestävä kehitys ja kasvisruoat ovat nousevia trendejä. Kymmenen vuoden kuluttua ruoan kestäväyyteen ympäristön osalta tullaan kiinnittämään vielä enemmän huomiota (Tikkanen 2014).

Kyselytutkimuksen avoimen vastauskohdan tulosten perusteella, Musiikkitapahtuman asiakkaat toivoivat myyntiin pienpanimoiden oluita ja siidereitä sekä paikallisten tuottajien virvoitusjuomia. Myös Tikkanen (2014) uskoi, että pienpanimotuotteet yltävät trendiksi vuonna 2015. Erikoisoluiden suosiota sivuttiin myös ”Ruokatrendit 2015”-artikkelissa (Jensen ym. 2015, 30). Tikkanen osasi artikkelissaan myös ennustaa, että nyhtöpossun suosio ei ole Suomessa vielä ohi (Tikkanen 2014). Väitettä tukevat kyselytutkimuksen tulokset, jossa kyseinen ruokalaji sai kuudenneksi eniten ääniä koko äänestyksessä.

Kärppä (2015) selvitti Helsingin Sanomien artikkelissaan kesän 2015 festivaaleille ominaisia trendejä, joista suosioon nousi niin ikään laadukas katukeittiöruoka. Muita ruokatrendejä festivaaleilla ovat Kärppän mukaan monipuoliset kasvisvaihtoehdot, ruoan terveellisyys, reilunkaupan tuotteet ja erikoisruokavalioiden huomioiminen (Kärppä 2015.)

Myös Musiikkitahtuman asiakkaat toivovat kyselytutkimuksen tulosten perusteella samoja teemoja ruokailuun. Tutkimustulosten mukaan kasvisruokaa suosittiin usein ja joskus, ja lisäksi erikoisruokavaliokysymyksen avoimessa kohdassa kasvisruokaa toivottiin kaikkein eniten. Ruoan terveellisyyden suhteen tutkimustulokset pitävät myös paikkansa, sillä ruokalajeista kaikista terveellisin, salaatti, sai suurimman äänimäärän. Reilunkaupan tuotteiden suosiminen puolestaan viittaa kestävän kehityksen arvostamiseen. Tutkimuksen mukaan 314 vastanneen mielestä kestävä kehitys ja ekologisuus ovat tärkeitä arvoja. Luomuruoan suhteen tulokset ovat samoja kuin teoriaviitekehitys antaa olettaa. Teoriaviitekehityksen ruokatrendiosuudessa luomuruoka ei noussut trendiksi. Ainoastaan Tikkanen (2014) uskoi luonnollisten raaka-aineiden suosioon (Tikkanen 2014). Tutkimustulosten mukaan luomuruoan suosio ei kuitenkaan ole trendi. Vaikka luomuruoan oletettiin herättävän positiivisia mielikuvia, tutkimustulosten mukaan jopa 40 %:lle luomuruoka ei tuonut lisäarvoa ruokailuun.

Kyselytutkimuksen tulosten perusteella tutkimuksessa on osattu kysyä oikeita asioita. Monet tutkimuksessa esitetyt teemat ovat esillä lähdeaineistoissa ja näin ollen teoriaviitekehityksessä. Menun osalta ruokalajilistauksesta puuttui paljon esillä ollut aasialainen ruoka sekä pizza. Moni oli näitä ruokia toivonut kyselyn avoimessa kohdassa, mutta arvoitukseksi jää, paljonko ne olisivat keränneet ääniä äänestyksessä, mikäli ne olisivat listaan päätyneet.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tavoite oli kehittää Työväen Musiikkitapahtuman ravintolapalveluita kesälle 2015. Kehittäminen tarkoitti tämän työn puitteissa asiakkaiden suosimien festivaaliruokien selvittämistä kyselytutkimuksen avulla, ja uusien ideoiden löytämistä lähdeaineistoa käyttäen. Kaikista positiivisinta opinnäytetyön tekemisessä oli se, että kyselytutkimus tuotti paljon enemmän tietoa, mitä osattiin edes odottaa. Laajasta aineistosta oli paljon hyötyä työn onnistumisen kannalta. Tutkimusosuus onnistui mielestäni hyvin, ja toimeksiantaja sai tarvitsemansa tiedot tarkempien ruokapalvelujen suunnittelua varten.

Heti kyselytutkimuksen aineiston analysoinnin jälkeen, huhtikuussa 2015 toimeksiantajani sai tiedot siitä, mitä asiakkaat haluavat kesällä Työväen Musiikkitapahtumassa nauttia. Tieto tuli hyvään ajankohtaan, sillä sopimukset yhteistyökumppaneiden kanssa on tehtävä ajoissa. Toimeksiantajani otti tiedot mielenkiinnolla vastaan ja ryhtyi työstämään aihetta. Uusiksi ruoka- ja juomaehdotuksiksi perinteisten festivaaliruokien ja juomien rinnalle ehdotin seuraavia:

- Salaattiannokset, koska kasvisruokailijoille ja vegetaristeille toivottiin enemmän ruokavaihtoehtoja. Salaatti on lisäksi terveellinen ja ekologinen vaihtoehto ruokailuun. Yhteistyötä voisi suunnitella jonkun pirkanmaalaisen lähituottajan kanssa. Raaka-aine valinnoilla annoksista saa myös helposti gluteenittomia ja laktoosittomia.
- Aasialaista ruokaa, koska sitä oli toivottu monessa kyselytutkimuksen avoimessa kommentissa. Lisäksi aasialaisen ruoan todettiin olevan trendi tämänhetkisissä festivaaliruoissa. Kasvisruokailijoille aasialainen keittiö mahdollistaa esimerkiksi trendikkäät kevätkääryleet.
- Laadukasta katukeittiöruokaa, kuten hyvin tehty pulled pork tai trendikäs brisket. Festivaalilla ei ole aiemmin tarjottu brisketiä ja pulled porkia puolestaan toivottiin kyselytutkimuksessa.
- Pizza, jota monet ehdottivat kyselytutkimuksen avoimessa kentässä. Pizzasta saisi myös kasvisversion helposti.
- Salakapakka-ravintolaan liha- ja kanavartaita, sekä trendikkäitä grillattuja kasvisnyyttejä.

- Juomapuolella voisi kiinnittää huomiota alkoholittomien juotavien valikoimaan. Kesäiset drinkit tai pienpanimoiden virvoitusjuomat voisi ottaa pienimuotoisesti myyntiin, mikäli mahdollista. Lisäksi asiakkaat toivoivat kevytversioita valikoimaan.
- Tapahtumalle perinteistä sahtia voitaisiin myydä yhdessä erikoisoluiden kanssa.

Ravintolapalveluita kehitettäessä on mielestäni tärkeää päivittää yhteistyökumppanit vastaamaan haluttua tasoa. On Musiikkitapahtuman arvojen mukaista, että ruokatuottajat sekä raaka-aineet tulevat mahdollisimman läheltä Valkeakoskea. Eli jos uusia yhteistyösopimuksia tämän työn pohjalta syntyy, ehdotan, että ruokamyymälät ovat siinä tapauksessa paikallisia toimijoita. Lähiruoan suosimista ja muita ekologisia tekoja voisi myös korostaa enemmän Musiikkitapahtuman kotisivulla tai sosiaalisen median julkaisuissa, koska nämä arvot luovat positiivista mielikuvaa asiakkaille.

Oli hyvä, etteivät kaikki tutkimustulokset olleet sellaisia mitä ennalta kuviteltiin, sillä toiminta kehittyy vain silloin kun mielipiteitä ja palautetta tulee paljon. Näin kävi esimerkiksi lettujen kanssa, kun ajatuksena oli vain laittaa se vaihtoehdoksi muiden joukossa ja katsoa miten käy. Yllätyksesi se nousikin kaikista suurimpaan äänimäärään. Niin kuin aiemmin on todettu, tässä opinnäytetyössä oli tärkeää, että asiakkaiden mielipiteet huomioidaan. Mielestäni onnistuin työssäni huomioimaan ne. Kyselytutkimus laadittiin niin, että siihen oli helppo ja mukava vastata. Se ei vienyt paljoa aikaa, ja vastaajilla oli muutama mahdollisuus kommentoida omilla sanoilla aiheita. Oli hienoa, että sain arpoa kaikkien vastaajien kesken tapahtumarannekkeen, joka tällä kertaa matkasi Levitunturille asti. Uskon, että palkinnolla oli merkitys suuriin vastaajamääriin. Asiakkaita aktivoitiin Facebookissa vastaamaan kyselyyn, mistä kiitos Työväen Musiikkitapahtuman tiedottajalle Milla Sirénille.

Opinnäytetyötä oli mielekäs tehdä, sillä aiheeni oli kiinnostava ja tulokset toivat mielenkiintoista sisältöä työhön. Opin paljon työtä tehdessäni, ensin lähdeaineistoon perehtyessä ja sen jälkeen tutkimuksen tekemisestä, analysoinnista ja tulosten tarkastelusta. Olen ollut työn joka vaiheessa aktiivisesti yhteydessä toimeksiantajaani ja yhteistyömme on ollut mutkatonta. Olemme pohtineet joitakin asioita yhdessä ääneen ja keskustelleet tutkimustuloksista ja johtopäätöksistä.

Olen hyvin tyytyväinen tähän opinnäytetyöhön, sillä sain konkreettisia ja innovatiivisia ehdotuksia aikaiseksi ravintolapalvelujen kehittämiseen. Ennalta määritellyt tavoitteet täyttyivät, ja toimeksiantaja sai tilaamansa tiedot. Toivon, että kesällä 2015 Valkeakoskella syödään monipuolisempaa ruokaa kuin aikaisempina vuosina, ja ennen kaikkea, että asiakkaille välittyisi tämän työn tulokset. Mitään ei ole tehty turhaan, vaan kaikki tieto on otettu avosylin vastaan. Työn tekeminen oli mukavaa prosessiluontoista työskentelyä.

LÄHTEET

- Campos, G. 2013. Ruoan Flow – festivaaliruoan urbaani kehitys. Kulttuurituotanto. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.
- European Commission. 2015. Sustainable Development. Päivitetty 8.6.2015. Luettu 6.4.2015.
<http://ec.europa.eu/environment/eussd/>
- Event Management Guide. Etelä-Pohjanmaan liitto. 2001. Luettu 20.1.2015.
http://eventmanagementguide.frami.fi/uploads/pdf/epliitto_tap.pdf
- Finland Festivals. 2013a. Yhdistys. Luettu 20.1.2015
<http://www.festivals.fi/yhdistys/#.VcMXnfnmko>
- Finland Festivals. 2013b. Festivaalikone. Luettu 20.1.2015
<http://www.festivals.fi/festivaalikone/#.VcMYSPntmko>
- Gramex. Mitä eroa on Gramexilla ja Teostolla? Luettu 3.8.2015.
http://www.gramex.fi/fi/oikopolut/usein_kysyttya/teoston_esittely
- Haapoja, M. toiminnanjohtaja. 2015. Haastattelu 27.3.2015. Haastattelija Lehto, J. Valkeakoski.
- Husso, S. 2015. Työväen Musiikkitapahtuma tuo hyvää mainosta kaupungille. Valkeakosken Sanomat (59), 4.
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumanjärjestäjille. Suomen Liikunta ja Urheilu ry.
- Immonen, J. & Juurela, T. 2002. Yritysten yhteistyö ja franchising – sopimusriskien hallinta ja sopimusohjaus. Tutkimuksia ja raportteja 14/2002, 28.
- Jensen, H., Maskulin, S., Nars, K., Nordlund, K. & Väisänen, O. 2015. Ruokatrendit 2015. Hapanolutta & Saamelaisruokaa. Glorian ruoka & viini. 2/2015, 30–35.
- Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. 1. painos. Vantaa: Dark Oy.
- Kurkaa-Kaljunen, H., Malaska, K., Muukka, E., Salo, A. & Väänänen, S. 2012. Kestävän kehityksen työkirja ammattikeittiöille. Kuopio: EcoCentria.
- Kärppä, H. 2015. Fine diningia, street foodia ja erikoiskahveja – HS kartoitti suurimpien festivaalien ruokatarjonnan. Helsingin Sanomat. Julkaistu 25.6.2015. Luettu 3.8.2015.
<http://www.hs.fi/ilta/25062015/a1305965537469>
- Lampinen, J. & Välikylä, T. 2009. Yleisötilaisuuden järjestämisopas. Sastamala: Vammalan Kirjapaino Oy.

- Metsähallitus. 2015. Ympäristövaikutusten mittarit. Luettu 6.4.2015.
<http://www.luontoon.fi/retkeilynabc/ymparistovinkit/ymparistovaikutustenmittarit>
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. 3. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Paavola, S. 2012. Tapahtumanjärjestäjän opas. Tampere: Offiset Ulonen Oy.
- Poliisi. 2015a. Ilmoitus yleisötilaisuudesta. Luettu 3.8.2015.
http://www.poliisi.fi/luvat/ilmoitus_yleisotilaisuudesta
- Poliisi. 2015b. Järjestyksenvalvojaksi hyväksyminen. Luettu 3.8.2015.
https://www.poliisi.fi/luvat/jarjestyksenvalvojaksi_hyvaksyminen
- Provinssi Blogspot. 2013. Arkistojen helmiä. Kuva. Julkaistu 8.4.2013. Luettu 6.4.2015.
http://provinssirock.blogspot.fi/2013_04_01_archive.html
- Pusa, S., Seliger, M. & Raatikainen, M. 2014. Shape Meal-projekti. Maukasta ja ekologisesti kestävää. Ideoita ruokapalvelun viestintään. Helsinki: Aalto Yliopisto.
- Soppa365. 2014. Grillimakkarasta seitanburgeriin - festarimätön lyhyt historia. Julkaistu 11.8.2014. Luettu 6.4.2015.
<http://www.soppa365.fi/2014/08/grillimakkarasta-seitanburgeriin-festarimaton-lyhyt-historia/>
- Tampere Event Office. 2015. Pelastussuunnitelma. Luettu 3.8.2015.
<https://www.tapahtumatoimisto.com/fi/materiaalipankki/turvallisuus/pelastussuunnitelma>
- Tikkanen, J. 2014. Lähituotteet, kestävä kehitys ja grillatut kasvikset ovat vuoden 2015 ruokatrendejä. Helsingin Sanomat. Julkaistu 4.12.2014. Luettu 6.4.2015.
<http://www.hs.fi/ruoka/a1417663731756>
- Työväen Musiikkitapahtuma ry. 2014. Galleria. Kuva: Janne Kulosaari. Luettu 20.1.2015
<http://www.valmu.com/galleria-2014/>
- Työväen Musiikkitapahtuma ry. 2015a. Yhdistys. Luettu 20.1.2015.
<http://www.valmu.com/info/yhdistys>
- Työväen Musiikkitapahtuma ry. 2015b. Ekologisuus. Luettu 20.1.2015
<http://www.valmu.com/info/ekologisuus/>
- Valio. 2015. Lähiruoka – mitä se on? Julkaistu 10.3.2015. Luettu 6.4.2015.
<http://www.valio.fi/yritys/artikkelit/lahiruoka---mita-se-on/>
- Vallo, H. & Häyrynen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Yle. 2015a. Mitä on kestävä kehitys? Luettu 20.1.2015
<http://oppiminen.yle.fi/yhteinen-ymparisto/mita-on-kestava-kehitys>

Yle. 2015b. Rikostarinoita historiasta: Salakuljettajien kuningas. Julkaistu 23.5.2015. Päivitetty 25.2.2015. Luettu 6.4.2015.

<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2012/05/23/rikostarinoita-historiasta-salakuljettajien-kuningas>

Ympäristöministeriö. 2013. Kestävä kehitys. Julkaistu 13.11.2013. Päivitetty 16.6.2015. Luettu 6.4.2015.

http://www.ymparisto.fi/fi-fi/Ymparisto/Kestava_kehitys

LIITTEET

Liite 1. Kyselytutkimuksen lomakepohja

1 (6)

Mitä haluat syödä kesän 2015 Musiikkitapahtumassa?

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 4.3.2015 13.30 ja päättyy 15.4.2015 0.00

Olen kolmannen vuoden restonomiopiskelija Tampereen Ammattikorkeakoulusta. Teen opinnäytetyötä toimeksiantona Työväen Musiikkitapahtuma ry:lle, aiheena "Työväen Musiikkitapahtuman ravintolapalveluiden kehittäminen". Tämä kyselytutkimus on osa opinnäytetyötäni ja sen tarkoituksena on selvittää asiakaslähtöisesti, mitä ruokia halutaan tarjottavan Valkeakoskella kesän 2015 festivaalilla. Kysely tehdään luottamuksellisesti, eikä tietoja luovuteta ulkopuolisille. Jos haluat osallistua arvontaan, jätäthän yhteystietosi kyselyn loppuun. Palkintona arvotaan yksi tapahtumaranneke (to-su) kesän 2015 Musiikkitapahtumaan.

Taustatiedot

Vastaajan ikä

- alle 20
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 tai yli

Sukupuoli

- mies
- nainen
- en halua kertoa

Maakunta

- Uusimaa

- Varsinais-Suomi
- Satakunta
- Kanta-Häme
- Pirkanmaa
- Päijät-Häme
- Kymenlaakso
- Etelä-Karjala
- Etelä-Savo
- Pohjois-Savo
- Pohjois-Karjala
- Keski-Suomi
- Etelä-Pohjanmaa
- Pohjanmaa
- Keski-Pohjanmaa
- Pohjois-Pohjanmaa
- Kainuu
- Lappi
- Ahvenanmaa

Paikkakunta:

Osallistuminen

Aiotko osallistua Työväen Musiikkitapahtumaan kesällä 2015?

- kyllä
- ei
- ei varmaa

Oletko aikaisempina vuosina käyttänyt tapahtuman ravintolapalveluita?

- usein
- joskus
- en koskaan

Oletko mielestäsi löytänyt tapahtuman ravintolapalvelut

- hyvin
- huonosti
- en osaa sanoa

Arvot

Tuoko lähellä tuotettu ruoka lisäarvoa ruokailukokemukseesi?

- kyllä
- ei
- ei mielipidettä

Tuoko luomuruoka lisäarvoa ruokailukokemukseesi?

- kyllä
- ei
- ei mielipidettä

Ovatko ekologisuus ja Kestävä kehitys tärkeitä arvoja Sinulle?

- kyllä
- ei
- ei mielipidettä

Suosittko kasvisruokaa?

- usein
- joskus
- en koskaan

4 (6)

Menu

Onko erikoisruokavaliot huomioitu mielestäsi hyvin Musiikkitapahtuman aikaisempina vuosina?

- kyllä
- ei
- ei mielipidettä

Pitäisikö ravintolapalvelujen suunnittelussa ottaa erikoisruokavaliot paremmin huomioon?

- kyllä
- ei
- ei mielipidettä

Jos vastasit kyllä, kerro mikä erikoisruokavalio

Mitä seuraavista ruokalajeista haluaisit mahdollisesti nauttia ensi kesän festivaaleilla?
HUOM. Voit valita yhden tai useamman vaihtoehdon

- paistetut muikut
- mustamakkara
- erikoismakkarat
- kebab
- kasvisruoka
- lohi
- wokki
- salaatti
- tex mex
- pulled pork (nyhtöpossu)
- pulled chicken (nyhtökana)
- makkaraperunat

5 (6)

- hot dog tai hampurilainen
- pasta
- pieni suolainen "snack"
- juustolautanen
- smoothie
- jäätelö
- letut / vohvelit
- makeiset

jotain muuta, mitä?

Mitä seuraavista juotavista haluaisit nauttia ensi kesän festivaaleilla? HUOM. Voit valita yhden tai useamman vaihtoehdon

- tilaviinit
- laadukkaammat viinit (sisältäen kuohuviinit)
- erikoisolut
- sahti
- siideri
- olut
- alkoholiton vaihtoehto
- erikoiskahvit

Toiveita siiderien suhteen:

Toiveita alkoholittomista juotavista:

Yhteystiedot (mikäli haluat osallistua arvontaan)

Nimi:

Puhelinnumero:

Kiitos vastauksestasi! Mielipiteesi on tärkeä.

Ilmoitamme arvонnan voittajalle henkilökohtaisesti!

Lisätietoa tapahtumasta osoitteessa:

<http://www.valmu.c>

