



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Ravintola- ja majoituspalveluiden kysyntä kotimaan monipäiväisissä ratsastuskilpailuissa

Pirhonen, Mirka

2016 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Ravintola- ja majoituspalveluiden kysyntä kotimaan monipäiväisissä ratsastuskilpailuissa

Mirka Pirhonen
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeen-
johdon koulutusohjelma
Opinnäytetyösuunnitelma
Toukokuu, 2016

Mirka Pirhonen

Ravintola- ja majoituspalveluiden kysyntä kotimaan monipäiväisissä ratsastuskilpailuissa

Vuosi 2016 Sivumäärä 77

Tämän opinnäytetyö toteutettiin tutkielmatyyppisenä opinnäytetyönä ja sen aihe päätettiin yhteistyössä toimeksiantajana toimivan Suomen Ratsastajainliiton edustajan kanssa. Suomen Ratsastajainliitto on kotimaan ratsastusurheilun keskusjärjestö, jonka tarkoitus on ajaa lajin harrastajien ja ammattilaisten etuja Suomessa. Opinnäytetyön tavoite oli tutkimuksellisin keinoin selvittää kotimaan monipäiväisten ratsastuskilpailuiden majoitus- ja ravintolapalveluiden kysyntää. Opinnäytetyön tarkoitus oli tuottaa uutta tutkimustietoa, minkä avulla toimeksiantaja kykenisi antamaan kilpailunjärjestäjille neuvontaa ja tukea majoitus- ja ravintolapalveluiden järjestämisessä. Teoriaosuudessa on keskitytty lyhyesti yhdistystoimintaan palveluntarjoajana, sekä laajemmin yleisötapahtuman järjestämiseen. Tutkimusmenetelmäteoriassa kerrotaan tiivistetysti opinnäytetyössä käytetystä kvantitatiivisesta tutkimuksesta. Kvantitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä käytettiin kyselyä. Kyselytutkimuksen avulla selvitettiin kaudella 2014 kilpailuiden suomalaisten harraste- ja ammattilaiskilparatsastajien mielipiteitä ja kokemuksia ratsastuskilpailuiden majoitus- ja ravintolapalveluista. Tutkimus toteutettiin keväällä 2015 verkkokyselynä, johon vastasi yhteensä 163 henkilöä.

Kyselyssä vastaajilta kysyttiin kysymyksiä eritellysti ratsastuskilpailuiden kilpailupaikalla ja muualla kilpailupaikkakunnalla käytetyistä majoitus- ja ravintolapalveluista, sekä palveluista yleisellä tasolla. Tutkimuksen tuloksia käsiteltiin Excelissä taulukoimalla ja tyyppitelemällä, ja niiden havainnollistamiseksi luotiin taulukoita ja diagrammeja. Tulosten analysoinnin jälkeen voitiin todeta, että tutkimuskysymykseen saatiin vastaus. Majoitus- ja ravintolapalveluille on monipäiväisissä ratsastuskilpailuissa kysyntää, mutta tutkimushetkellä kysyntä ja tarjonta eivät kohdanneet. Tulosten perusteella kaikista tutkimuskohteena olleista palveluista löydettiin kehittämistarvetta, sekä useita käyttämättömiä mahdollisuuksia. Opinnäytetyö pääsi tavoitteeseensa ja vastasi toimeksiantajan tarpeeseen.

Mirka Pirhonen

Demand of Accommodation and Restaurant Services in Dressage and Show Jumping Events in Finland

Year	2016	Pages	77
------	------	-------	----

This thesis was implemented as a study. The commissioner of the study was the Equestrian Federation of Finland and the subject matter of the thesis was decided in consultation with a representative of the federation. The Equestrian Federation of Finland is an equestrian sports confederation, whose purpose is to promote the interests of amateur and professional riders in Finland. The objective of this thesis was to examine demand for accommodation and restaurant services in multi-day horse shows in Finland by using research methods. The purpose of this study was to generate new research data, which allows the commissioner to give competition organizers better advice and assistance in arranging accommodation and restaurant services in equestrian sports events. The theoretical section of the thesis focuses on association activities as a service provider and public event organizations are also covered. The theoretical section of the research methods summarizes the theory of quantitative research, which is used in this thesis. The survey method was used for collecting data in this study. The target group of the survey consisted of Finnish amateur and professional riders, who had competed during the season of 2014. The survey was conducted to sort out their opinions and experiences about accommodation and restaurant services in multi-day equestrian events. The study was conducted in the spring of 2015 as an online questionnaire and it was answered by a total of 163 people.

The survey respondents were asked specifically addressed questions about accommodation and restaurant services provided by the event organizer and by the local service providers. Accommodation and restaurant services were also generally covered. The results of the study were processed in Excel by tabulating and typifying. Tables and diagrams were created to illustrate the results. After analyzing the results, it was discovered that the study provided an answer to the research question. There is a demand for accommodation and restaurant services in multi-day equestrian events but at the time of the research, demand and supply did not meet each other. Based on the results, all the services researched in the study were in need of development, but also having unused potential. The thesis met its objective and responded to the commissioner's needs.

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Toimeksiantaja	7
	2.1 Yhdistystoiminta.....	7
	2.2 Suomen ratsastajainliitto Ry	10
3	Yleisötapahtuman järjestäminen.....	12
	3.1 Tapahtuman suunnittelu.....	13
	3.2 Ravintola- ja majoituspalvelut tapahtuman yhteydessä	19
	3.2.1 Tapahtuman ravintolapalveluiden suunnittelu	19
	3.2.2 Ruokalistan suunnittelu	26
	3.2.3 Majoituspalvelut tapahtumassa	29
	3.3 Tapahtuman toteutus	32
	3.4 Palaute ja jälkimarkkinointi.....	36
	3.5 Yhteistyösopimukset	38
4	Tutkimustavoite ja menetelmät.....	40
	4.1 Tutkimuksen tavoite ja tarkoitus.....	41
	4.2 Kvantitatiivinen tutkimus	41
	4.3 Kyselytutkimus ja tutkimuksen toteutus	43
5	Tutkimuksen tulokset	47
	5.1 Majoituspalvelut.....	48
	5.2 Ravintolapalvelut.....	58
	5.3 Tulosten yhteenveto ja kehitysehdotukset	63
6	Johtopäätökset	66
	Kuviot	69
	Liitteet.....	70

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyö on toteutettu tutkielmana kotimaisten monipäiväisten ratsastuskilpailuiden majoitus- ja ravintolapalveluiden kysynnästä ja sen toimeksiantajana on Suomen Ratsastajainliitto Ry. Opinnäytetyön tutkimusaihe valittiin yhteistyössä Suomen Ratsastajainliiton edustajan kanssa vastaamaan toimeksiantajan tutkimustarvetta. Tutkimus käsittelee ravintola- ja majoituspalveluiden kysyntää kotimaan monipäiväisissä alue- ja kansallisen tason ratsastuskilpailuissa. Toimeksiantajan esittämän ehdotuksen mukaisesti tarkoituksena oli luoda kyselytutkimuksen keinoin kattava kartoitus siitä, millaista kysyntää kotimaan monipäiväisissä ratsastuskilpailuissa on ravintola- ja majoituspalveluille. Tässä opinnäytetyössä suoritetun tutkimuksen tavoite oli tuottaa uutta tutkimustietoa, sillä aiheesta ei ollut tehty aikaisempia tutkimuksia. Tutkimuksen toimeksiantajan Suomen Ratsastajainliiton tehtävä on tarjota tukea ja neuvontaa jäsenilleen. Tämän opinnäytetyön tarkoitus on, että sen tuottaman kartoituksen avulla Suomen Ratsastajainliitto pystyy antamaan jäseneseuroilleen opastusta ja neuvontaa ratsastuskilpailuiden majoitus- ja ravintolajärjestelyissä kilpailupaikoilla, sekä tukea yhteisöneuvotteluihin paikallisten ravintola- ja majoitusliikkeiden kanssa.

Neuvonnan avulla kilpailunjärjestäjillä on mahdollisuus kehittää suomalaista ratsastuskilpailukulttuuria ja -osaamista, järjestää entistä onnistuneempia tapahtumia, sekä saavuttaa järjestämillään tapahtumilla entistä parempaa tuottoa urheiluseuransa hyväksi. Opastuksen myötä kilpailunjärjestäjillä on paremmat mahdollisuudet onnistua mitoittamaan tarjoamiaan palveluita ja hankkimiaan yhteistyöpalveluita oikein ja sitä kautta käyttämään resurssejaan kustannustehokkaasti, sekä kehittämään tapahtumiaan suomalaisten harrastajien ja kilparatsastajien tarpeita palvelevaksi. Hevosurheilussa yleisesti tiedetään, kuinka hevosen ja ratsastajan yhteistyö luo kokonaistuloksen. Hyvin huollettu ratsastaja kykenee parhaimpaan suorituksensa ja sitä myöden auttaa myös hevosta suorittamaan paremmin. Ratsastajien jaksamiseen ja hyvinvointiin panostamalla panostetaan samalla myös yleisellä tasolla suomalaiseen kilparatsastukseen.

Opinnäytetyön tietoperustassa kerrotaan lyhyesti yhdistystoiminnasta, joka pääasiallisesti määrittelee tutkimuksessa mainittujen kilpailunjärjestäjien toimintaperiaatteita. Laajemmin käsitellään yleisötapahtuman järjestämisen teoriaa, sekä ravintola- ja majoituspalveluiden järjestämistä tapahtumassa. Teoriaosuudessa on keskitytty sellaisiin tekijöihin, jotka koskevat myös ratsastuskilpailujärjestelyitä. Opinnäytetyön tutkimus tehtiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena ja toteutettiin verkkokyselynä. Tämän työn toisessa luvussa esitellään tutkimuksen toimeksiantaja. Kolmannessa luvussa syvennytään tapahtumanjärjestämisen teoriaan ja neljännessä luvussa itse tutkimuksen tavoitteeseen, menetelmään ja toteutukseen. Viidennessä luvussa esitellään tutkimuksessa saadut tulokset ja analysoidaan niitä lyhyesti. Kuudennessa luvussa esitetään työn johtopäätökset ja pohditaan sen onnistumista.

2 Toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Suomen Ratsastajainliitto Ry, josta käytetään jatkossa myös lyhennettä SRL. Yhteyshenkilöinä yhdistyksen puolelta ovat toimineet liiton urheilujohdaja, kilpailupäällikkö, sekä kilpailuassistentti. Koska Ratsastajainliitto on rekisteröity yhdistys, sen toimintaa, sekä siihen kuuluvien jäsenyhdistysten toimintaa määrittelee yhdistyslaki. Yhdistysten ja niiden jäsenten laissa määrätty oikeudet ja velvollisuudet erottavat yhdistystoimintaa yritystoiminnasta ja näin ollen ehkäisee muun muassa veron- ja velankiertoa. Teoriaosuudessa on käsitelty yhdistystoimintaa niiltä osin, kun se vaikuttaa tämän opinnäytetyön tutkimuksessa moneen kertaan mainittuihin kilpailunjärjestäjiin, eli ratsastusseuroihin.

2.1 Yhdistystoiminta

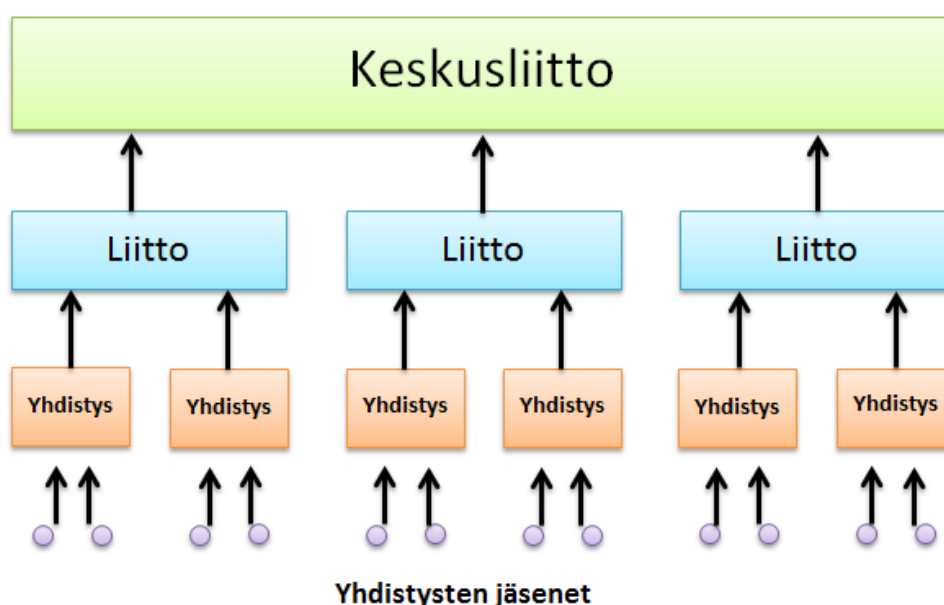
Suomen perustuslaissa on määrätty länsimaisen demokratian mukainen yhdistymisvapautta koskeva laki, jonka mukaan ”jokaisella on yhdistymisvapaus”. Yhdistymisvapauteen sisältyy oikeus ilman lupaa perustaa yhdistys, kuulua tai olla kuulumatta yhdistykseen ja osallistua yhdistyksen toimintaan. Yhdistymisvapauslain mukaan kaikilla suomalaisilla on oikeus perustaa yhdistyksiä, pyrkiä jäseneksi yhdistykseen, olla kuulumatta yhdistykseen, osallistua yhdistyksen toimintaan, sekä erota yhdistyksestä silloin kun haluaa. Yhdistyksille on lain myötä annettu vapaus järjestää haluamallaan tavalla oma toimintansa yhdistyksen sisällä. Mikäli yhdistykselle halutaan oikeushenkilön asema, se voidaan rekisteröidä. Tällöin yhdistyksen sääntöjen on täytettävä lakiin kirjatut määräykset, jotka turvaavat vähemmistöjen asemaa, sivulisten oikeuksia ja jäsenten yhdenvertaisuutta. Vain rekisteriin kuuluva yhdistys voi ottaa vastaan ja saada avustuksia, sekä liittyä jäseneksi sellaiseen useiden yhdistysten muodostamaan liittoon, joka hyväksyy jäsenikseen ainoastaan rekisteröityjä yhdistyksiä. (Loimu 2010. 21-34.)

Yhteenliittymää voidaan pitää yhdistyksenä silloin, kun siihen kuuluu vähintään kolme jäsentä, sillä on jonkinlainen aatteellinen tarkoitus, ja sen toiminta on tarkoitettu pysyväksi. Yhdistykseen voi kuulua sekä luonnollisia henkilöitä, että oikeushenkilöitä. Luonnollisella henkilöllä tarkoitetaan yksittäistä henkilöä, kun oikeushenkilö taas voi olla esimerkiksi toinen rekisteriin merkitty yhdistys, osakeyhtiö tai kunta. Saman yhdistyksen jäsenkunta voi muodostua sekä ihmisistä, että erilaisista yhteisöistä. Aatteellinen tarkoitus on moniulotteinen käsite ja nykyään se voidaan määritellä esimerkiksi jonkin aatesuunnan edistämiseksi tai vastustamiseksi, jonkin ryhmän etujen valvonnaksi, hyväntekeväisyydeksi, tai jäsentensä tai muun tahon palveluiden tuottamiseksi. Yhdistyksen aatteelliseksi tarkoitukseksi voidaan lukea myös yhdessäolomahdollisuuksien tarjoaminen yhdistyksen jäsenille ilman varsinaista aatteellisuutta, joten käytännössä useat urheiluseurat määrittelevät toimintansa tarkoituksen tällä tavoin. Yhdistyslakiin on kuitenkin kirjattu myös erikseen, että aatteellisuutta ei ole taloudellinen

toiminta, mutta yhdistyksillä on kuitenkin lupa välillisesti tavoitella taloudellista etua jäsenilleen. (Loimu 2010. 23-24.)

Useasta yhdistyksestä muodostuvaa yhdistystä kutsutaan monesti liitoksi, mutta vaikka yhdistyksen nimi viittaisi liittoon tai keskusliittoon, se ei välttämättä tarkoita jäsenistön muodostuvan pelkistä yhdistyksistä. Pelkästään luonnollisista henkilöistä muodostettua yhdistystä kutsutaan ensimmäisen asteen yhdistykseksi. Toisen asteen yhdistys on muodostettu ensimmäisen asteen yhdistyksistä, ja kolmannen asteen yhdistys puolestaan toisen asteen yhdistyksistä ja niin edespäin. Yhdistyksestä voidaan käyttää myös muita nimiä, joista yleisimpiä ovat osasto, kerho, seura ja klubi. Organisaation rakenne yhdistyksissä voi olla hyvin erilainen, mutta perustyyppinä voidaan pitää mallia, jossa yhdistyksen jäsenistö koostuu ainoastaan joukosta henkilöitä. Sen jäsenpohja voi ihmisten lisäksi käsittää myös oikeushenkilöitä, eli rekisteriin merkittyjä yhdistyksiä, osuuskuntia, kuntia ja seurakuntia. Tässä tapauksessa jäsenpohjaa kutsutaan sekamuotoiseksi. (Loimu 2010. 25-30.)

Samalla alalla toimivat yhdistykset voivat muodostaa yhteisen liiton yhteisten asioiden ajamista varten, ja ne ovat yleensä alueellisia tai toimialakohtaisia. Jäsenyhdistysten muodostaman liiton omaava organisaatiomalli on tavallinen esimerkiksi työmarkkinajärjestöjen, urheilujärjestöjen ja useiden harrastusjärjestöjen keskuudessa. Joissain tapauksissa myös ensimmäisen asteen yhdistyksiin kuuluvat henkilöjäsenet voivat kuulua sen lisäksi jäsenenä suoraan liittoon, jossa yhdistys on jäsenenä. Muista yhdistyksistä muodostuvat yhdistykset, eli liitot, saattavat perustaa itselleen myös niin sanotun kattojärjestön, jota tavallisesti kutsutaan keskusliitoksi tai keskusjärjestöksi. Esimerkki organisaatiorakenteesta on havainnollistettuna kuviossa 1. (Loimu 2010. 29-31.)



Kuvio 1: Esimerkki yhdistyksen organisaatiomallista

Jokaisessa yhdistyksessä tulisi olla vähintään sen verran tietämystä yhdistyksiä koskevista verotuskäytännöistä, että ymmärretään, missä tilanteessa on syytä kääntyä asiantuntijan puoleen. Suomen verotuskäytäntö edellyttää verovelvollisten yritysten, yhdistysten, ja muiden yhteisöjen olevan itse perillä verolainsäädännöstä ja sen tulkinnasta. Jos asiaa koskien tehdään ratkaisuja, jotka osoittautuvat virheellisiksi, voidaan verovelvollista jälkiverottaa. Tästä syystä epäselvissä tapauksissa on aiheellista hankkia asiantuntija-apua, tai vähintäänkin tutustua verohallinnon antamaan ohjeistukseen. Verovelvolliselle annettu ohjeistus ei kuitenkaan sido verottajaa ja jälkiverotus on kaikissa tapauksissa mahdollista. (Loimu 2010. 208.)

Yhdistykset maksavat arvonlisäveroa samalla tavoin kuten yksityiset kuluttajat, eli ostaessaan hyödykkeitä ja palveluita niiden hintaan sisältyen. Maksettua arvonlisäveroa yhdistys ei pysty lukemaan vähennykseksi, jollei se ole arvonlisäverovelvollinen. Yleisesti ottaen rekisteriin merkityt yhdistykset eivät ole tuloverovelvollisia, sillä ne luetaan yleishyödyllisiksi yhteisöiksi. Tuloverolain mukaan yleishyödyllisinä yhteisöinä voidaan pitää esimerkiksi maatalouskeskusta, maatalous- ja maamiesseuraa, nuoriso- ja urheiluseuraa, sekä niihin rinnastettavissa olevaa. Niiden toiminnan voidaan määritellä olevan yleishyödyllistä, kun se yhteisvastuullisesti ja autonomisesti tapahtuu yleiseksi hyväksi, eikä ole kohdistettu vain tiettyyn henkilöpiiriin tai tuota yksittäisille ihmisille etua taloudellisesti, on aatteellista ja toiminta perustuu yhdistyksen säännöissä määrättyyn tarkoituspäälään. (Loimu 2010. 210-211.)

Veronalaiseksi elinkeinotoiminnaksi ei voida lukea toimintaa, jolla kerätään varoja ainoastaan yhdistyksen jäseniltä. Useimmiten elinkeinotoimintaa ei ole myöskään tilapäinen varojenkeruu muiltakin kuin yhdistyksen jäseniltä, kun se tehdään yhdistyksen edistämisiin aatteellisiin tarkoituksiin järjestetyissä tilaisuuksissa. Veronalaista elinkeinotuloa ei myöskään ole yhdistyksen toiminnan rahoittamista varten järjestetyistä arpajaisista, myyjäisistä, urheilukilpailuista, tanssi- ja muista huvitilaisuuksista, tavarankeräyksistä ja muista niihin verrattavista toiminnoista saatava tulo. Edellä mainittujen tilaisuuksien yhteydessä järjestetystä tarjoilumyynti- tai muusta vastaavasta toiminnasta saatava tulo, jäsenlehdistä ja muista yhdistyksen toimintaa välittömästi tukevista julkaisuista saatu tulo, merkkien tai muiden vastaavien hyödykkeiden myynnistä saatava tulo, tai bingopelin pitämisestä saatava tulo ei ole elinkeinotuloa ja näin ollen on luettavissa verottomaksi tuloksi. (Loimu 2010. 210-211.)

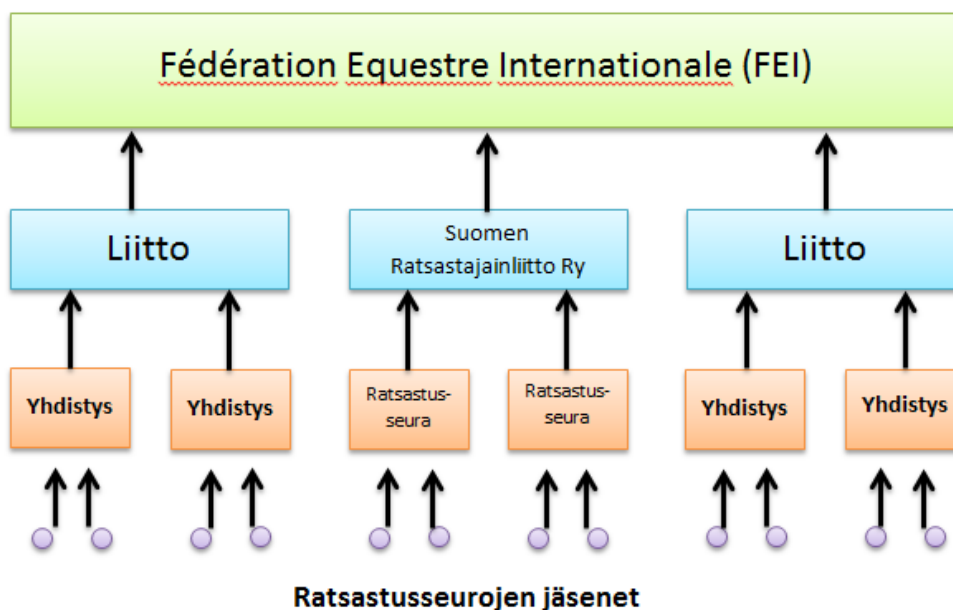
Verohallinnon antaman julkaisun (172.06, 20.6.2006) mukaan urheiluseurojen toiminnassa tyypillisiä ja usein verollisia elinkeinotulon hankkimismuotoja ja -tapoja ovat esimerkiksi mainostilan myynti pysyville laita- ja hallimainoksille, muiden yhdistysten toiminnan aikana auki oleva talkoovoimin toimiva kahvio tai muu kioski, virvoitusjuoma-automaatit, sekä leirintäalueen ja urheilukentän hoito. Verottomiksi tulonhankintatavoiksi samassa julkaisussa todetaan jäsenmaksujen kerääminen, lisenssi-, kilpailu- ja sarjamaksujen kerääminen, avustusten ja lahjoitusten vastaanottaminen, sekä olennaisesti yhdistyksen tarkoituksen toteuttamiseen

liittyvää maksullista urheilukoulutoimintaa. Mikäli yleishyödyllisellä yhteisöllä ei ole ollenkaan verotettavaa tuloa, ei se ole myöskään velvollinen tekemään veroilmoitusta, jollei sellaista erikseen pyydetä. (Loimu 2010. 212-213.)

2.2 Suomen ratsastajainliitto Ry

Suomen Ratsastajainliitto on perustettu vuonna 1920, mistä alkaen se on toiminut kotimaan ratsastusurheilun keskusjärjestönä ja ratsastusurheilun edunvalvojana. Vuonna 1923 Suomen Ratsastajainliitto liittyi jäseneksi kansainväliseen ratsastajainliittoon, Fédération Equestre Internationale'n (FEI), jonka linjauksia ja strategiaa se toteuttaa toiminnassaan. Suomen ratsastajainliitto ajaa kaikkien ratsastajien asiaa huippu-urheilijoista kuntoharrastajiin, edistää ratsastusta yleisenä urheilu- ja liikuntamuotona, linjaa urheilutoimintaa asettaen sille tavoitteita ja valvoen niiden toteutumista, sekä kehittää suomalaista ratsastuksenopetusta, valmennusta ja kilpailutoimintaa. (Suomen Ratsastajainliitto 2014)

Suomen Ratsastajainliitto kuuluu Suomen kymmenen suurimman lajiliiton joukkoon ja sillä on jäseniä noin 50 000. Liiton jäsenistö jakautuu paikallisesti toimiviin rekisteröityihin urheiluseuroihin, joiden kautta henkilöjäsenet kuuluvat ratsastajainliittoon. Ratsastusseuroja on Suomessa yhteensä noin 480 ja ne on jaoteltu kahdeksaan eri maantieteelliseen alueeseen. Ratsastusseuraan kuulumista edellytetään kilpailutoimintaan osallistuttaessa niin järjestäjänä, toimihenkilönä, kuin kilpaurheilijana ja sen kautta myös haetaan ja myönnetään toimihenkilö- ja kilpailulisenssit. Kuviossa 2 on esitetty mallin avulla Suomen Ratsastajainliiton osaa yhdistysorganisaatiossa. (Suomen Ratsastajainliitto 2014)



Kuvio 2: SRL osana yhdistysorganisaatiota

Ratsastuskilpailuja olympialajeissa (kouluratsastus, esteratsastus ja kenttäratsastus) järjestetään viidellä eri tasolla. Kilpailujärjestelmä, jonka mukaan tasoluokituksia tehdään, muuttui vuodenvaihteessa 2014-2015, mikä tarkoittaa sitä että vuodesta 2015 alkaen kilpaillaan uuden järjestelmän mukaisesti. Vanhan luokituksen mukaan kilpailutasot helpoimmasta vaikeimpaan olivat nimeltään harjoituskilpailut, seurakilpailut, aluekilpailut, kansalliset kilpailut ja kansainväliset kilpailut. Uudessa järjestelmässä tasot on jaettu numeerisesti 1-5 - tasoihin ja käytännössä ne pääpiirteittäin vastaavat vanhan luokituksen perusteita siten, että taso 1 kuvastaa vanhaa harjoitus-, ja seurakilpailutasoa, taso 2 vanhaa aluekilpailutasoa ja niin edespäin. Suomen Ratsastajainliittoon kuuluvilla jäsenseuroilla on oikeus järjestää sen valvonnan alla 1-4 tason kilpailuja. 5-tason kilpailut järjestetään yhteistyössä SRL:n kanssa. Lisäksi 1-tason kilpailuja voivat vapaasti järjestää Ratsastajainliiton jäsentallit, ja poikkeusluvalla myös yritykset voivat saada järjestämisoikeuden yksittäisiin kilpailuihin. (Suomen Ratsastajainliitto 2014)

Suomen ratsastajainliitto tarjoaa tukea jäsenseuroilleen erityisesti jäsen- ja seurapalveluista vastaavan seurapalvelutiimin kautta. Seurapalvelutiimi laatii ja järjestää koulutuksia seuratoimijoille, laatii seuratoiminnan vuosittaisia toimintasuunnitelmia, sekä tarjoaa kehittämisapua seurojen toimintaan. Seurakehittämistä varten Ratsastajainliitolla on oma työryhmä, joka toteuttaa vuosittaista seurakehittämisvalmennusta mihin jäsenseurat voivat hakea mukaan omasta aloitteestaan. Seurapalvelutiimi on laatinut myös seuratoimijoita palvelevan veloituksettoman oppaan, joka sisältää muun muassa neuvoja seuran taloudenhoitoon, toimihenkilöiden työtehtäviin, viestintään ja jäsenten hankintaan. Suomen Ratsastajainliitto määrittelee, ylläpitää ja päivittää ratsastuskilpailuja koskevat kilpailusäännöt, joita noudatetaan kaikessa SRL:n alaisessa kilpailutoiminnassa. (Suomen Ratsastajainliitto 2014)

Suurilta osin sääntöjä pohjustetaan ja noudatetaan myös kansainvälisen ratsastajainliiton FEI:n määrittelemien linjausten perusteella, esimerkki tällaisista säännöistä ovat muun muassa lääkitsemistä koskevat säännöt (entinen doping-sääntö). Kaikkia lajeja koskevat tietyt yleismääräykset, minkä lisäksi käytössä on erilliset lajikohtaiset säännöt. Suomen Ratsastajainliiton hallitus laatii kilpailunjärjestäjiä koskevat järjestämismääräykset ja -ohjeet, joita noudatetaan kaikkien lajien kilpailuissa. Säännönmukaisten määräysten lisäksi kilpailunjärjestäjille on saatavilla oppaita, sekä opastusta ja koulutuksia erilaisten järjestelmien käyttöön ja toimihenkilötehtäviin. Ratsastajainliitto tarjoaa jäsenilleen, sekä muille lajista kiinnostuneille lisäksi vapaaehtoistoimintaan suunnattua koulutusta myös valmennustehtäviin, toimihenkilöiksi esimerkiksi kilpailutehtäviin, ratsastuksen harrastus- ja nuorisotoimintaa, erityisliikunnan ohjaukseen, sekä järjestötoimintaan. (Suomen Ratsastajainliitto 2014)

3 Yleisötapahtuman järjestäminen

Tapahtumanjärjestämisprosessi voidaan peruseriaatteen mukaan jakaa kolmeen vaiheeseen, jotka ovat suunnitteluvaihe, tapahtuman toteutus, ja jälkimarkkinointi. Kokonaisuudessaan tähän prosessiin kuluva minimiaika on yleensä noin kaksi kuukautta, riippuen tietenkin hieman tapahtuman ideasta ja tarkoituksesta. Suunnitteluvaihe vie yleisesti ottaen noin 75 % tapahtumakokonaisuuden järjestämisaikasta ja sen aikana projekti käynnistyy, resursointi ja ideointi aloitetaan, tarkistetaan erilaiset vaihtoehdot, tehdään päätöksiä ja suoritetaan käytännön organisointia. Tapahtuman toteutusvaiheeseen kuuluu noin 10 % itse tapahtumaprosessista ja sen aikana suoritetaan tapahtuman rakennusvaihe, itse tapahtuma, sekä sen purkuvaihe. Loput noin 15 % tapahtuman järjestämiseen kuluva ajasta menee jälkimarkkinointivaiheeseen, jolloin lähetetään kiitokset asianosaisille, toimitetaan materiaalit, kerätään palautetta ja työestetään sitä, hoidetaan yhteydenottopyynnöt ja tehdään tapahtumasta yhteenveto. (Vallo & Häyrynen 2012.157.)

Yleisötapahtumiksi luokitellaan muun muassa kulttuuritapahtumat, urheilukilpailut, muotinäytökset ja rekrytointitapahtumat. Näille kaikille on yhteistä se, että ne ovat järjestäjän kannalta hyvin monitahoisia ja niiden järjestämisessä on otettava huomioon monia asioita. Harvoin tapahtuman yleisö pystyykään kuvittelemaan, kuinka paljon työtä on pitänyt tehdä ennen kuin koko tapahtuma voidaan toteuttaa. Järjestelmällisesti toteutettu yleisötapahtuma suunnitellaan ja toteutetaan alusta asti noudattaen projektityöskentelyn periaatteita. Nykyaikaiset projektityöskentelyn periaatteet ovat muuttuneet viimeisen kuuden vuosikymmenen aikana hyvin vähän, mutta tapahtumanjärjestäjien avuksi on tekniikan kehittymisen myötä saatu uudenlaisia apuvälineitä, kuten esimerkiksi informaatioteknologia, tietoliikenne ja kulunvalvonta. Kaikenlaisten yleisötapahtumien suunnittelussa ja toteuttamisessa on toimivaksi toimintamalliksi voitu todeta projektityöskentelyn peruseriaatteita noudattava toimintakaava. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 23-25.)

Projekti voidaan määritellä tehtäväkokonaisuudeksi, joka on itsenäinen ja kertaluontoinen, selkeästi asetettuihin tavoitteisiin pyrkivä ja ajallisesti rajattu. Sen toteuttamisesta vastaa sitä varten perustettu organisaatio, jossa on selkeät johtosuhteet ja käytettävissään tarkasti määritellyt resurssit. Projektille on tyypillistä, että sille on asetettu jokin selkeä tavoite, jonka saavuttamisen jälkeen projekti päättyy, eikä se ole jatkuvaa toimintaa. Projektilla tulee siis olla nimetty päätepiste, joka on usein johdettavissa tavoitteista. Päätepiste voi kuitenkin olla useita päiviä tai viikkojakoin kestävä rupeama tai tapahtuma. Vaikka projektissa olisikin mukana useita erilaisia osapuolia ja intressiryhmiä, vastuu siitä usein keskittyy tietylle henkilölle tai ryhmälle. Projektityöskentelyssä siis edellytetään ryhmätyön tekemistä ryhmissä, jotka voivat koostua eri organisaatioiden ja osapuolien edustajista. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 24.)

Projekti etenee erilaisten vaiheiden kautta ja se on usein myös mukanaolijoille eräänlainen oppimisprosessi. Yleensä se voidaankin määritellä kokonaisuudeksi monimutkaisia ja erilaisia muuttujia, jotka olennaisesti liittyvät siinä mukana oleviin ihmisiin, tekniikkaan ja työvälineisiin. Projektityöskentelyyn vaikuttavat aina muuttuvat tekijät, kuten siihen osallistuvat henkilöt, aika ja ympäristö. Tästä syystä jokainen projekti on ainutkertainen, eikä sitä ole mahdollista toistaa täysin samanlaisena kahdesti siitä huolimatta että vuosittain järjestettäisiinkin samanniminen tapahtuma. Osin tästä johtuen projektissa tapahtuu yleensä alkuperäiseen suunnitelmaan verrattaessa paljon muutoksia, joista jotkut saattavat vaikuttaa sen toimintaan merkittävästi, jotkut eivät välttämättä ollenkaan ja jotkut voivat jopa pysäyttää sen. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 25.)

Eri vaiheissa projektia ei voida koskaan varmuudella tietää mitä tapahtuu seuraavassa vaiheessa, sillä jokaisen vaiheen tulokset usein vaikuttavat seuraavassa vaiheessa käsillä oleviin tehtäviin projektin yksityiskohtien varmentuessa. Jokaisella projektilla on myös omat riskinsä ja epävarmuustekijänsä, jotka ovat olennainen osa projektityöskentelyä. Riskien hallinta on olennainen osa projektityötä ja ne on mahdollista minimoida hyvällä suunnittelulla, sekä mahdollisesti osittain siirtää tai jakaa tekemällä hyviä sopimuksia. Tästä syystä hyvät yhteistyökumppanit ovatkin tärkeä osa nykyaikaista projektityöskentelyä. Yhteistyökumppanit usein hoitavat osan projektiin kuuluvista tehtävistä ja mitä suuremmasta projektista on kyse, sitä enemmän tehtäviä on jaettu yhteistyökumppaneiden vastuulle. Nykyään yhteistyökumppanit voivat olla joko sponsoreita tai erilaisia partnereita, kuten alihankkijoita ja osatoimittajia. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 25.)

3.1 Tapahtuman suunnittelu

Suunnitteluvaihe vie suurimman osan projektiin kuluva ajasta ja saattaa olla hyvinkin pitkäkestoinen prosessi. Suunnittelemisen ja toteuttamisen helpottamiseksi projektit usein jaetaan kahdeksaan pienempään, mutta keskeiseen osioon, jotka ovat: projektin alustava valinta, projektin perustamispäätös, taustojen selvittäminen, projektin suunnittelu, suunnitelman toteutettavuuden ja riskien analysointi, toteutus, projektin päätös, sekä projektin arviointi. Näistä viisi ensimmäistä vaihetta muodostavat suunnitteluvaiheen. Vaiheet saattavat laajuutensa vuoksi jakautua vielä pienempiin alaosiin. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 26.)

Tapahtuman tai projektin suunnittelu tulisi aloittaa riittävän ajoissa, ja jo mahdollisimman varhaisessa vaiheessa pitäisi ottaa mukaan kaikki henkilöt ja tekijät, joiden panosta tapahtuman toteuttamisessa tullaan tarvitsemaan. Silloin saadaan varhain esille useampia näkökulmia ja ideoita tapahtuman suunnittelua ja toteutusta varten, sekä sitoutetaan kaikki järjestävät osapuolet tapahtuman tavoitteisiin paremmin. Tällä tavoin myös todennäköisyys tapahtuman

onnistumisesta kasvaa. Usein toimiva ja hyvä idea on ottaa tapahtuman suunnitteluun mukaan lisäksi myös kohderyhmä. Kun kohderyhmä osallistuu tapahtuman luomiseen ja suunnitteluun, saadaan uusia, tuoreita ja käyttäjälähtöisiä ideoita, sekä tuotettua tapahtuma joka aidosti puhuttelee kohderyhmää. Uudenlaiset tapahtumakonseptit syntyvät usein niin, että järjestäjät luovat sellaisen tapahtuman johon itse haluaisivat osallistua. Kohderyhmälähtöinen tapahtuman tuottaminen myös kohentaa yhteisöllisyyden tunnetta ja lisää sitä jo suunnitelmia tehtäessä. (Vallo & Häyrinen 2012.158-159.)

Ennen varsinaista tapahtuman suunnittelua tehdään projektin alustava valinta, eli päätetään mitä projektia tai tapahtumaa lähdetään järjestämään. Kun puhutaan yleisötapahtuman järjestämisestä, ideaa täytyy pohtia ja työstää järjestelmällisesti. Toteutettavissa olevia ideoita tapahtuman luonteesta voi mahdollisesti olla useampia, joten niiden joukosta on valittava se projekti jota lähdetään kehittämään edelleen. Projektin alustava valinta tulisi perustua sellaiseen vaihtoehtoon, jota on voitu arvioida selkeästi. Arvioinnissa huomioidaan esimerkiksi SWOT-analyysin keinoin tapahtumaa järjestävän tahon vahvuudet ja heikkoudet, sekä ympäristön uhat ja mahdollisuudet, joita verrataan harkittavana oleviin ideoihin. Kun tämän pohjalta kaikkia perusideoita on pohdittu, päätöksenteko toteutettavan projektin suhteen on helpompi. Näin ollen saadaan luontevasti valittua projekti jota lähteä toteuttamaan, tai vaihtoehtoisesti tehdään päätös luopua hankkeesta kokonaan. Kun vaihtoehtoista on valittu toteutettava ratkaisu ja sen luonne tai teema on päätetty, tarkempaa suunnittelua ja toteuttamista varten asetetaan projektiryhmä. Projektiryhmä koostuu yleensä useammasta henkilöstä, joilla on erilaisia vahvuusalueita projektin toteuttamisen näkökulmasta ja niiden pohjalta usein jaetaan ryhmän jäsenille omat vastualueet. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 27.)

Kun mahdollisista vaihtoehtoista on valittu toteutettavaksi yksi projekti tai tapahtuman, ennen idean jatkojalostamista ja suunnittelua selvitetään hankkeen taustoja ja tehdään esiselvityksiä. On kartoitettava etukäteen, millaisia yhteistyökumppaneita tapahtuman järjestämiseen mahdollisesti löytyisi. Lisäksi ennen projektin käynnistämistä on hyvä selvittää järjestetäänkö lähialueilla samalle kohderyhmälle muita vastaavia tapahtumia mahdollisesti samaan aikaan tai lähiaikoina. Kohderyhmän ollessa pieni, ei kahta samanlaista tapahtumaa kannata järjestää samana päivänä samalla paikkakunnalla. On hyvä selvittää myös kaikki sellaiset muiden alojen tapahtumat, jotka saattavat kiinnostaa samaa kohderyhmää, ja arvioida niiden vaikutus omaan projektiin. Kattavasti tehdyt esiselvittelyt saattavat ohjata projektin suunnittelua suurestikin sponsoreiden ja muiden asioiden suhteen, sekä parhaimmillaan pienentävät tapahtuman toteuttamisen riskejä. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 28, 37.)

Tapahtuman ajankohta saattaa tapahtuman luonteesta riippuen muodostaa yhden järjestämiseen liittyvistä suurimmista riskeistä. Ei ole aivan sama mikä ajankohta tapahtumapäiväksi valitaan. Tarkoituksenmukaiset ajankohdat määräytyvät pitkälti oikeastaan tapahtuman luonteen asiakaskunnan mukaan. Luonnollisesti esimerkiksi vuodenaikoihin liittyvät ja niistä riippuvat, tai tietyn vuodenajan tarjoamia olosuhteita vaativat tapahtumat tulee järjestää sesongin mukaisesti. Kesä-, heinä-, ja elokuu ovat suomalaisten suosituimpia vuosilomakuukausia, jolloin tapahtumia järjestetään aktiivisesti melkein joka paikkakunnalla. Tällöin yleisötapahtumia on hyvin usein tarjolla samoina viikonloppuina, mikä tarkoittaa että ne kilpailevat ainakin osittain keskenään saman asiakaskunnan mielenkiinnosta. Useilla alueilla tapahtumakalenteria on jollain tavalla pyritty koordinoimaan, mutta hyviäkin tapahtumien ajoitus suunnitelmia saattavat sotkea erilaiset vaikeasti ennustettavat tekijät. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 37.)

Esimerkiksi tietynlaiset TV-ohjelmat saattavat viedä mielenkiintoa yleisötapahtumilta ja näin ollen aiheuttaa yleisökatoa kaapatessaan potentiaalisten asiakkaiden mielenkiinnon. Tämänlaisia ohjelmia ovat esimerkiksi olympialaiset ja muut televisioitavat suuret urheilukisat, kuten F1-kilpailut ja jalkapallon tai jääkiekon MM-kisat, sekä muut suuret kansainväliset tai kansalliset tapahtumat, kuten kuninkaalliset häät tai hautajaiset. Tapahtumanjärjestäjä voi varautua tällaisiin tilanteisiin tapahtumapaikalle asennetulla suurkuva-monitorilla, eli ottamalla tapauksen osaksi omaa tapahtumaansa. Riittävän aikaisin aloitettu tapahtuman ennakkomyyn- ti myös osaltaan pienentää mahdollisen yhteensattuman taloudellisia vaikutuksia. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 37.)

Tapahtuman onnistumisen kannalta keskeinen merkitys on myös yleisötapahtuman paikalla. Paikan onnistuneeseen valintaan liittyy useita eri tekijöitä, joita ovat muun muassa sijainti, tavoitettavuus, tilat ja niiden mukavuus, oheispalvelut, tilavuokra ja muut mahdolliset tilasta aiheutuvat kustannukset, paikan imago, sekä majoituspalvelut. Yksi merkittävimmistä tekijöistä paikan valinnan suhteen on sen sijainti tapahtuman kohderyhmään nähden. Vaikka etäisyys ei sinällään olekaan välttämättä oleellista, on hyvä tarkastella kohderyhmän näkökulmasta katsoen sen vaikutusta. Toisin sanoen, mitä kiinnostavampi ja antoisampi tapahtuma, sitä etäämmältä kohderyhmä on valmis osallistumaan, ja toisin päin. Kansallinen tai kansainvälinen tapahtuma saattaa vetää osallistujia ympäri Suomen. Sen sijaan paikallinen tapahtuma kerää osallistujia yleensä vain joidenkin kymmenten kilometrien säteeltä, eli sellaisilta alueilta joilla tapahtuman kohderyhmä kokee juuri paikallisuudesta johtuvaa vetovoimaa tapahtumaa kohtaan. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 38.)

Yleisötapahtuman paikan tavoitettavuus on erittäin keskeinen asia. Ei ole aivan sama, millaisilla kulkuneuvoilla tapahtumapaikka on tavoitettavissa ja onko lähistöllä kenties parkkitilaa riittävästi. Mitä useammalla kulkuneuvolla ja mitä helpommin paikka on saavutettavissa, sen parempi. Suomen kaltaisessa maassa, jossa etäisyydet ovat välillä pitkiä, eikä julkista liikennettä kulje joka paikkakunnalla kovin usein, on tärkeää huomioida suuri henkilöautoilijoiden osuus. Tämä tarkoittaa sitä että oli tapahtuma mikä hyvänsä, suuri osa vieraista kulkee todennäköisesti ainakin osan matkasta autolla. Tavoitettavuuden lisäksi toinen luontaisesti huomionarvoinen asia yleisön kannalta on tilojen riittävyys. Mikäli kiinnostus tapahtumaa kohtaan onkin runsasta, on hyvä pohtia valmiiksi onko lisätilojen- ja paikkojen järjestäminen mahdollista ja millä tavoin. Tällöin puhutaan tilojen joustavuudesta, joka usein ulkotiloissa on helpommin organisoitavissa. Tapahtuman luonteesta riippuen kolmas merkittävä tekijä on yleensä tarjolla olevien ja tarvittavien oheispalveluiden saatavuus. Tärkeimpiä oheispalveluita ovat esimerkiksi pysäköinti, ravintolapalvelut ja saniteettitilat. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 38.)

Riittävien tausta- ja esiselvitysten jälkeen tehdään niiden pohjalta lopullinen päätös millä tavoin tapahtuman suunnittelemista jatketaan, miten laajasti, ketkä ovat vastuussa suunnittelusta, sekä asetetaan ajalliset ja rahalliset reunaehdot. On myös mahdollista, että projektin toteuttamista päätetään toistaiseksi siirtää otollisempaan ajankohtaan tai määrittelemättömän ajan päähän, toisin sanoen hanke voidaan siis tausta- ja esiselvitysten yhteydessä ilmenneiden tekijöiden vuoksi jopa pysäyttää. Hyvin tehty taustatyö tällöin säästää tapahtuman järjestäjän sellaisilta taloudellisilta tai muilta riskeiltä, joiden realisoituminen tulisi olemaan erittäin todennäköistä. Tausta- ja esiselvitysten jälkeen projektiryhmä voi alkaa laatimaan projektisuunnitelmaa, johon on koottu yhteen kaikki suunnitteluvaiheen alussa tiedossa olevat reunaehdot. Projektisuunnitelma voidaan toteuttaa eri tavoin järjestävästä organisaatiosta ja tapahtuman luonteesta riippuen, mutta siinä tulisi määritellä ainakin seikkaperäisesti tapahtuman laajuus, sekä miten, missä ja milloin se aiotaan järjestää. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 28.)

Tavallisesti projektisuunnitelmaan kirjataan esimerkiksi projektin taustat, tapahtuman tavoitteet, projektiorganisaatio eli projektiryhmä ja muut tapahtuman järjestämiseen osallistuvat vaikuttajat, toteutussuunnitelma, budjetti, ohjaussuunnitelma, sekä tapahtuman päättäminen ja arviointi. Projektin taustoihin voidaan kirjata ylös tausta- ja esiselvityksessä ilmenneet, tapahtuman järjestämisen kannalta oleelliset seikat, sekä esimerkiksi taustaa tapahtuman ideasta tai mahdollisesta historiasta. Tapahtuman tavoite kertoo, mitä tapahtumalla halutaan saada aikaan ja mitä tapahtuman olemassa ololla halutaan saavuttaa. Taustaorganisaatio ja tapahtumaan toteuttamaan asetetun projektiryhmän jäsenet, sekä kaikki järjestelyihin tai suunnitteluun osallistuvat henkilöt ja tahot nimetään ja heille merkitään omat vastuualueet tai tehtävät. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 28-29.)

Toteutussuunnitelmaan kirjataan tapahtuman kaikki toteutusvaiheet, aikataulu, tehtäväluettelo, henkilöstösuunnitelma, sekä riskikartoitus ja sen arviointi. Taloudellisesta osuudesta huolehtii yleensä erikseen nimetty rahastonhoitaja tai muu talousvastaava. Projektisuunnitelmaan merkitään ainakin kokonaisbudjetti ja mahdolliset pienemmät osabudjetit, sponsorit ja sponsoreiden osuus budjetista, sekä suunnitelma kustannusten hyväksymismenettelystä ja kustannusseurannasta. Ohjaussuunnitelma koostuu sellaisista osista, joiden avulla projektia pidetään kasassa, se voidaan käsittää projektin informatiivisen toteutuksen runkona. Ohjaussuunnitelmaan sisältyy ainakin kokous- ja tiedottamissuunnitelma, sekä raportointi-, koulutus- ja laadunvarmistussuunnitelmat. Lopuksi kirjataan ylös milloin ja miten projekti päätetään, sekä miten projektin onnistumista tullaan arvioimaan. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 28-29.)

Projektisuunnitelman tueksi tai sitä korvaamaan voidaan laatia myös vapaamuotoisempi tapahtumabrief. Yksinkertaisessa tapahtumabriefissä on kirjattuna ylös esimerkiksi tapahtuman tavoite, sen luonne ja keskeinen viesti, kohderyhmä, toteutustapa/-tavat, tapahtuman sisältö, tapahtuman isännät ja/tai emännät, tavoiteltava tunnelma, sekä kokonaisbudjetti mahdollisine jakoperusteineen. Tapahtumabriefiin kootaan yhteen projektin suunnittelun reunaehdot, joiden pohjalta toteutuksen suunnittelua lähdetään tekemään. Tavallinen tapahtumabrief, sekä tapahtumasuunnitelma vastaavat ainakin seuraaviin kysymyksiin: Miksi ja kenelle tapahtuma järjestetään? Mitä tapahtumalla tahdotaan viestittää kohderyhmälle ja vieraille, minkälainen kuva järjestäjästä halutaan antaa? Minkälaista ohjelmaa tapahtumassa on? Miten tapahtuma aiotaan toteuttaa; itse tekemällä, ostopalveluna, katto- tai ketjutapahtumana? Millainen on tapahtuman järjestämiseen käytettävissä oleva budjetti? Ketkä ovat tapahtuman pääisäntiä/-emäntiä, tai apuisäntiä/-emäntiä? Minkälainen tunnelma tapahtumaan halutaan luoda ja kuinka se saavutetaan? (Vallo & Häyrinen 2012. 160-161.)

Tapahtumasuunnitelman jälkeen suunnitteluvaiheessa edetään tapahtumakäsikirjoituksen tekemiseen. Käsikirjoituksessa kuvataan tapahtuman vaiheet vieraiden saapumisesta lähtien aina siihen asti kun viimeinen vieras on lähtenyt. Ensiarvoisen tärkeää on suunnitella käsikirjoitukseen mahdolliset vieraille suunnatut ohjelmanumerot niin, että ne ovat harmoniassa keskenään. Näin ollen esiintyjät eivät myöskään häiritse toistensa keskittymistä ja ohjelmanumeron suorittamista, jolloin esityksillä on parhaat mahdollisuudet onnistua suunnitellusti. Täysin erityyyliset ohjelmanumerot on mahdollista yhdistää samaan tapahtumaan, mikäli ne vain on aikataulutettu oikein ja aikatauluista myös pidetään kiinni. Esimerkiksi kahden erityylisten musiikkilajin päällekkäin soittoa tulee välttää. (Vallo & Häyrinen 2012. 161-163.)

Tapahtuman käsikirjoitusta voidaan verrata näytelmäkäsikirjoitukseen, se on tärkeä työkalu kaikille tapahtumassa työskenteleville henkilöille. Siinä kerrotaan tarkasti aikajärjestyksessä mitä, missä ja milloin tapahtuu, minkä vuoksi siitä saa nopeasti kattavan käsityksen tapahtumasta ja sen kulusta. Tapahtuman aikana eri toimintoja suoritetaan samanaikaisesti sekä estradilla, että kulisseissa. Estradilla esitettävän toiminnan lisäksi tapahtuman aikana kulissien takana tapahtuu yleensä vieläkin enemmän eri vastuualueita hoitavien järjestäjien suorittaessa omaa osaansa tapahtuman aikaansaamiseksi. Tämän vuoksi tapahtumakäsikirjoitukseen merkitään tarkka aikataulutusta sekä tapahtuman yleisölle ja vieraille tarkoitetusta ja näkyvästä ohjelmasta, että kulisseissa tapahtuvasta toiminnasta ja valmistelusta. On tärkeää että jokainen vastuuhenkilö pystyy omasta tapahtumakäsikirjoituksestaan seuraamaan tapahtuman kulkua ja näin ollen tietämään milloin mikäkin vaihe on tarkoitus alkaa ja kuinka. (Vallo & Häyrinen 2012. 161-162.)

Tapahtuman läpiviemisen aikana tulisi olla yksi henkilö nimettynä päävastuulliseksi. Yleensä projektipäällikön valinta tähän tehtävään on luontevinta. Hän päättää viime kädessä kaikista muutoksista, joita käsikirjoitukseen täytyy tehdä. Melkein jokaisessa tapahtumassa tulee eteen tilanteita, jolloin kaikki ei toimi tai etene kuten tapahtumakäsikirjoitukseen on etukäteen suunniteltu, tai miten tilannetta on harjoiteltu. Hyvä puoli on kuitenkin se, etteivät vieraat useinkaan tiedä tai osaa arvata millaisia suunnitelmat ovat olleet. He ovat täysin tietämättömiä mitä tapahtumanjärjestäjät ovat suunnitelmiansa kirjanneet. Mikäli käsikirjoituksesta joudutaan poikkeamaan eikä se vieraiden kokemukseen vaikuta olennaisesti, ei käsikirjoituksen ohituksia silloin kannata alkaa heille edes selittelemään. Tapahtuman isäntien tulisi tuntea vastuunsa tässäkin tilanteessa vaikenemalla mahdollisista poikkeamista käsikirjoituksen kuluksi. (Vallo & Häyrinen 2012. 161-162.)

Tapahtuman laadun kannalta erittäin olennaista on tapahtuman sujuvuus. Sujuvuuteen vaikuttavat hyvin ennakkoon suunnitellut asiat, sekä ennalta laadittu aikataulu. Tarvitaan hie-man matematiikkaa, sekä tietenkin vankkaa kokemusta auttamaan ennakkosuunnitelmia laatiessa. Sitä enemmän tarvetta on henkilökunnalle, mitä enemmän tapahtumassa on osallistujia. Henkilökuntaa on oltava riittävästi sellaisissa tapahtumapisteissä joihin muodostuu helposti jonoa, kuten info- ja ravintolapisteellä. Pisteitä on tarvittaessa kyettävä järjestämään nopeasti lisää ja niissä on oltava tarpeeksi materiaalia saatavilla. Esimerkiksi ruokailupisteellä on oltava riittävästi ruokailuvälineitä ja WC-tiloissa paperia. Puuttuvat tarvikkeet aiheuttavat jonoa, jonka muodostumista tulisi pyrkiä välttämään sillä se vaikuttaa tapahtuman sujuvuuteen. (Vallo & Häyrinen 2012.163.)

Monissa tapauksissa jonoja aiheuttavat kohteet on kokemuksen, tapahtuman luonteen ja kohderyhmän pohjalta mahdollista ennakoida, jolloin niihin voidaan varautua tarvittavin järjestelyin. Kaikille tapahtumille yhteinen jonotuskohde ovat WC-tilat, joiden määrää voi tarvittaessa jo ennakkoon lisätä siirrettävillä WC-kopeilla. Erityisesti naiset arvostavat tämänkaltaisia yksityiskohtia. Lisäarvostusta saa helposti huomaavaisilla pienillä lisäyksityiskohtilla, kuten esimerkiksi asettamalla ulkona sijaitsevien WC-koppien eteen sateenvarjoja lainaksi mahdollisen sateen varalta. (Vallo & Häyrinen 2012.163.)

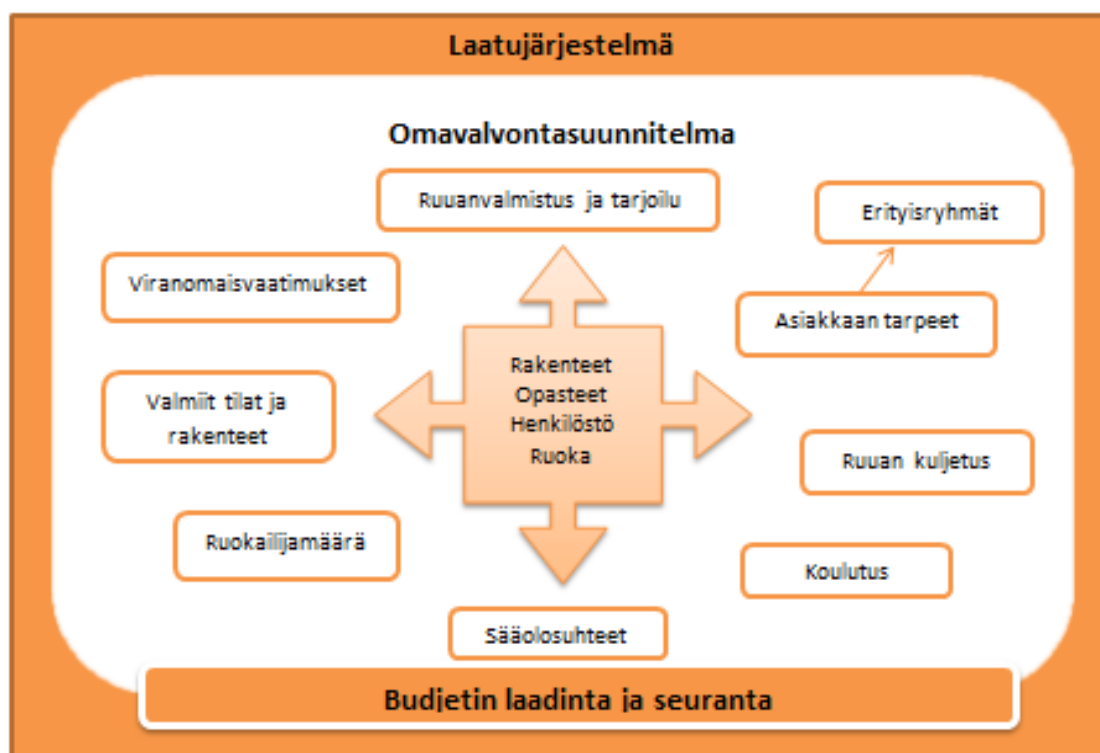
3.2 Ravintola- ja majoituspalvelut tapahtuman yhteydessä

Kun tapahtumia järjestetään osallistujien näkökulmasta toisella paikkakunnalla, voi esimerkiksi monipäiväisen tapahtuman yhteydessä olla tarvetta järjestää tapahtuman osallistujille, esiintyjille tai omalle henkilökunnalle majoitusta. Majoituksen järjestämiseen vaikuttavat tapahtuman luonne, sekä budjetti. Pitkäkestoiisiin tapahtumiin on useimmiten tarvetta järjestää tilapäistä ruokahuoltoa niin vierailijoille, kuin omalle henkilöstöllekin. Tapahtumapaikat voivat olosuhteiltaan huomattavastikin vaihdella, mutta ruokapalveluiden tuottamisessa on kaikissa olosuhteissa varauduttava samoihin haasteisiin. (Vallo & Häyrinen 2012. 178-179: Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 3-5.)

3.2.1 Tapahtuman ravintolapalveluiden suunnittelu

Vuosittain ympäri Suomen järjestetään useita erilaisia tapahtumia, joissa osallistujille tarjotaan maksullisia ruokapalveluita. Taitavasti ja tunnollisesti hoidettu ruokapalvelu on olennainen osa koko tapahtuman onnistumista. Onnistuneen ruokapalvelun järjestämiseen vaaditaan aina toimivaa laatujärjestelmää, sekä hyvin organisoitua toiminta- ja taloussuunnittelua ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja sen jälkeen. Ruokapalvelun suunnittelusta ja toteutuksesta vastaavien henkilöiden on hyvä tuntee viranomaisten vaatimukset, sekä elintarviketeollisuuden palvelutarjonta. Lisäksi on huolehdittava, että ruuanvalmistus ja tarjoilu toimivat sujuvasti, palvelut on hinnoiteltu oikein ja taloudelliset tavoitteet toteutuvat. Jokaisen tapahtumanjärjestäjän tavoite on, että asiakkaat ovat tyytyväisiä tapahtuman lisäksi myös tarjottuihin ruokapalveluihin. Tämä vaatii ruokapalveluiden onnistumista, johon puolestaan vaikuttavat esimerkiksi ruokapalveluiden suunnittelun, omavalvontatoimien, maksuliikenteen, ympäristövaikutusten, sekä markkinoinnin hallinta ja osaaminen. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 3-5.)

Yleisötapahtumien ruokapalvelun laadukkaassa järjestämisessä on otettava huomioon monia asioita. Laatujärjestelmän olennainen osa on omavalvontasuunnitelma, jolle pohjautuvat kaikki ruokapalvelun järjestelyissä huomioitavat seikat. Tilapäistä ruokapalvelua järjestettäessä palvelun onnistumiseen vaikuttavat keskeisesti käytännölliset ja onnistuneet palvelupisteiden rakenteet, opasteet, ruoka, sekä henkilökunta. Rakenteiden, ruuan ja henkilökunnan valintaan vaikuttavat omavalvonnan toteuttaminen ja ruokapalveluilta vaadittavan hygieniatason säilyttäminen. Ruokapalvelupisteiden rakenteiden, opasteiden ja henkilökunnan määrä, sekä laatu määräytyvät pääosin kokonaisbudjetin mukaan. Myös muut viranomaisvaatimukset, ruokailijamäärät, sääolosuhteet, ruuanvalmistuksen, tarjoilun ja kuljetusten järjestelyt, henkilökunnan koulutus ja osaaminen, sekä ruokapalvelun asiakkaiden odotukset ja tarpeet vaikuttavat myös olennaisesti tarvittavien resurssien määrään ja laatuun. Ruokapalvelun järjestämisessä huomioitavien tekijöiden suhteita toisiinsa on havainnollistettu kuviossa 3. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 3-7.)



Kuvio: 3 Yleisötapahtuman ruokapalvelun järjestämisen suunnitteluun vaikuttavat tekijät

Joissain tapahtumissa ruokapalvelun käytettävissä saattaa olla pelkästään tai suurimmaksi osaksi käytettävissä vain ulkotilaa, jolloin ravintolatilat ovat säiden armoilla. Kaikissa olosuhteissa tulisi kuitenkin varautua ehkäisemään mahdollisia ruuhkia ja niistä aiheutuvia ongelmia. Huomiota on kiinnitettävä myös ravintoloiden viihtyisyyteen ja ulkoiseen ilmeeseen. Eri-tyisolosuhteissa on tarkasti suunniteltava ja seurattava ruuan hygieniatason ylläpitämistä. Toisin sanoen elintarvikkeet täytyy varastoida, kuljettaa, tarjoilla ja hävittää oikein. Varsinkin sellaisissa tapahtumissa joissa ruokahuoltotehtävissä toimii pääasiassa talkootyöntekijöitä, on otettava huomioon heidän ammattitaitonsa, sekä huolehdittava elintarvikkeiden käsittelyä koskevasta koulutuksesta tai perehdytyksestä. Tarjoiltavan ruuan laadun lisäksi on huomioitava myös itse ruokapalvelun laatuun. Toimiva ruokapalvelu vaatii ehdottoman huolellisesti tehtyä toimintasuunnitelmaa. Omavalvontasuunnitelma on laatujärjestelmän perustava osa, jonka turvin varmistetaan ruuan hygieeninen laatu ja turvataan onnistunut ruokapalvelu, saadaan vähemmän hävikkiä, sekä osoitetaan oman toiminnan vastuullisuus ja moitteettomuus. Taloudelliseen ja järjestelmälliseen toimintaan vaaditaan kokonaisvaltaisen laadun kehittämiseen paneutumista. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 6-7.)

Kaikki ruokapalvelun toiminnot vaativat hyvää ja järjestelmällistä suunnittelua, joten usein suuremmissa tapahtumissa ruokapalvelun järjestämisestä vastaa oma suunnitteluryhmä tai jaosto. Ryhmään kuuluvat ruokapalvelun kaikista järjestelyistä vastuussa olevat henkilöt, sekä mahdolliset yhteistyökumppanit, joita ovat esimerkiksi kuljetuksista tai hankinnoista vastaavat toimijat. Tarjousten hyväksynnän jälkeen suunnitteluun voidaan ottaa mukaan myös tavarantoimittajien edustajat. Ruokapalvelun järjestäjät vastaavat oman toimialueensa kokonaisuunnittelusta ja taloudesta, sekä hankintojen tekemisestä ja henkilökunnasta. Suuremmissa kokonaisuuksissa voidaan nimetä vielä pienempiä työryhmiä toteuttamaan jotakin tiettyä osaa aluetta, esimerkiksi talkoolaisten hankintaa. Suunnitteluryhmän vastuulla on suunnitella koko ruokapalvelun kokonaisuus kaikkine osa-alueineen ja koko tapahtumanjärjestämisprosessin alusta loppuun saakka. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 8-12.)

Suunnittelutyö suoritetaan vaiheittain ja aloitetaan koko tapahtuman suunnitelman pohjalta. Tapahtuman kokokävijämäärä, ajankohta, paikka, sekä budjetti määräävät pitkälti myös ruokapalvelun suunnitelmien suuntaa. Kokokävijämäärästä arvioidaan ruokapalvelua käyttävien kävijöiden osuus ja suunnitelmat luodaan sen mukaisesti. Seuraavassa suunnitteluvaiheessa tulee selvittää viranomaisten vaatimukset ruokapalvelun suhteen, minkä jälkeen suunnitellaan ruokalista, myyntipisteiden lukumäärä ja henkilöstön tarve. Tämän jälkeen suunnitellaan tarjouspyynnöt, tarviketilaukset, sekä ruokapalvelupisteiden rakentaminen ja tilojen käyttö. Seuraavaksi tehdään toteutussuunnitelma, jossa määritellään työaikataulut, työnjako, tavaroiden vastaanotto, henkilökunnan koulutus ja perehdytys, kassanhoito ja jätehuolto. Viimeiseksi suunnitellaan tapahtuman jälkityöt, kuten siivous, analysointi, raportointi, laskujen maksaminen, jälkimarkkinointi ja jälkiarviointi. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 8.)

Keskeisimmät suunnittelua vaativat tekijät ovat ruokapisteiden sijoittelu ja tarvittavat kalusteet, budjetti, ruokalista, myyntipisteiden määrä ja henkilökunta, viranomaisvalvonta, tavaraliikenne, toteutus, jätehuolto, sekä tapahtuman purkuvaiheen jälkihoito. Ruokapalvelun ollessa osapalvelu isommassa tapahtumakokonaisuudessa, on sen sijainnilla ja käytettävissä olevalla alueella usein määrätyt rajat ja rajoitukset. Esimerkiksi ulkotiloissa ei välttämättä ole minkäänlaisia vesi- tai viemäriverkostoja, tai muita valmiita suunnittelua tukevia rakenteita. Ruuan valmistus- ja tarjoilupisteet tulee järjestää mahdollisimman lähelle toisiaan, jotta ruuan kuljetukset valmistuspisteeltä jakeluun olisivat mahdollisimman vaivattomia ja nopeita. Sen jälkeen kun ruokapalvelun toimintaan soveltuva paikka on määritelty, täytyy selvittää millaisia kalusteita tarvitaan ja mistä ne hankitaan. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 8-12.)

Ruokapalvelun taloudellinen onnistuminen määräytyy olennaisesti sen perusteella, onko kävijämäärä osattu arvioida oikein. Esimerkiksi leirien ja kokousten ruokailijamäärä on helposti arvioitavissa, mutta monissa sellaisissa yleisötapahtumissa kuten kesäjuhlilla, kilpailuissa tai näyttelyissä tarkkojen kävijämäärien arvioiminen ennalta on hankalaa. Ruokailijamääristä saa suuntaa antavia viitteitä edellisten vastaavien tapahtumien tilastoiduista kävijämääristä ja muistiinpanoista, sekä tapahtumanjärjestäjien omista kokemuksista vastaavissa tapahtumissa. Etenkin ruuan hävikki ja turhat ostot vaikuttavat budjetin paikkansapitävyyteen, joten niiden minimointi kannattaa suunnitella etukäteen. On hyvä laatia suunnitelma myös sellaisiin tilanteisiin, kun ruoka loppuu kesken tai sitä jää runsaasti yli. Talkoojoukosta kassanhoitajiksi valitaan sellaisia henkilöitä, jotka ovat kassatyöskentelytaitoisia. Myös myyntipisteiden pohjakassat tulee suunnitella ja järjestää hyvissä ajoin ennen tapahtuman alkua. Pohjakassan suuruus ja vaihtorahojen suuruus, sekä määrä suunnitellaan myytävien tuotteiden hintojen ja oletetun ostosten keskihinnan perusteella. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 10.)

Ruuanmyyntipisteet suunnitellaan arvioidun ruokailijamäärän perusteella. Ruokamyynnin ruuhkahuiput ajoittuvat yleensä totuttuihin ruokailuaikoihin, eli aamiaisaikaan, lounaaseen, päivälliseen ja illalliseen. Toisaalta tapahtuman ohjelmasta riippuen ruokapisteiden ruuhka-aika voidaan rytmittää myös ohjelmanumeroiden aikataulun mukaisesti. Ruokapalvelupisteillä tarvittavan henkilöstön määrään vaikuttaa ensisijaisesti millaisia tuotteita ja ruokalajeja myydään, sekä millaisia astioita käytetään. Henkilöstösuunnittelua tehtäessä, on hyvä kiinnittää huomiota valittavien henkilöiden ammattitaitoon ja terveyteen, sillä ruuan välityksellä saattaa helposti levitä erilaisia tauteja. Ruokapisteiden suunnittelussa on sen vuoksi huomioitava myös työntekijöiden riittävästä mahdollisuudesta huolehtia hygieniasta. Ruuanvalmistajalla on aina vastuu ruokapalvelun toiminnasta ja hygieniasta, sillä ruuan ja juomaveden käyttökelpoisuuden perusedellytys on ehdottomasti turvallisuus. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 10-11: Parkkinen & Sertti 2006. 170-175.)

Ruokapalvelupisteen varastotilat, sekä ruuan vastaanottopiste järjestetään lähelle toisiaan. Huoneenlämmössä säilyvät elintarvikkeet voidaan vastaanottaa ja säilöä jo ennen tapahtumapäivää. Helposti pilaantuvat elintarvikkeet toimitetaan tapahtumapaikalle aikaisintaan edellisenä iltana tai mielellään vasta tapahtumapäivän aamuna. Erialaista elintarvikkeille tarkoitettua kuljetus-, säilöntä-, kypsennys- ja tarjoiluvälineistöä voi hankkia lainaan tai vuokralle esimerkiksi eri yhdistyksiltä, kuten esimerkiksi Martoilta tai Partiolippukunnilta, vuokraamosta, yksityisiltä vuokraajilta tai Puolustusvoimilta. Ennen kuin minkäänlaisia ruuanvalmistustoimia lähdetään toteuttamaan, täytyy hyvissä ajoin olla suunniteltuna työaikataulu, sekä työnjako. Kaikille ruokapalvelun työntekijöille täytyy etukäteen ilmoittaa oman toimen aikataulu, työskentelypaikan sijainti, sekä ohjeistus ja määräykset pukeutumista varten. Etukäteen päätetään, mihin aikaan veden lämmitys ja muut esivalmistelut, sekä itse ruuanvalmistus aloitetaan ja kenen vastuulla ruokapisteen käynnistystoimet ovat. Koko toteutus on suunniteltava siten, että kaikkien työntekijöiden ja talkoolaisten on helppo löytää ja sisäistää oma tehtävänsä. Ruokapalvelun toimintaa tulisi kuitenkin johtaa yksi vastuuhenkilö, joka jakaa työtehtävät ja tarvittaessa opastaa niiden suorittamisessa. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 11, 33.)

Ruokapalvelupisteen työntekijöitä tulisi tarvittaessa kouluttaa jo ennen tapahtumaa. Koulutuksessa ja työtehtäviin perehdyttämisessä keskitytään yleensä elintarvike- ja henkilökohtaiseen hygieniaan, turvallisiin ruuanvalmistus- ja tarjoilutapoihin, oikeisiin työtapoihin, oikeiden tarjoilulämpötilojen tunnistamiseen, palvelualltiuteen, asiakaspalvelutaitoihin, sekä kyseisen ruokapalvelupisteen käytäntöihin ja toimintaan. Koulutus voi olla yksinkertainen tietoisuus, mutta tarkoitus on antaa työntekijöille tarvittavat perustiedot ja jakaa heille mahdollinen perehdytysaineisto. Mikäli yhteisen koulutustilaisuuden järjestäminen ei ole mahdollista, tulisi kaikille ruokapalvelussa työskenteleville henkilöille hyvissä ajoin toimittaa vähintäänkin toimeen valmistava tiedote, perehdytysopas ja tapahtuman, sekä ruokapalvelun aikataulut. Perehdytysopas tai koulutusohjelma sisältää esimerkiksi yleistietoa tapahtumasta ja ruokapalvelun tavoitteista, vastuuhenkilöiden esittelyn, ohjeistuksen oikeanlaista varustautumista varten, ruokapalvelun tuotevalikoiman ja hinnastot, tehtävien kuvauksen ja työnjaon, työtapojen, hygieniatoimenpiteiden ja omavalvonnan kuvauksen, työturvallisuus- ja ensiapusuunnitelman, sekä kuvauksen ruokapisteen asiakaspalvelusta. Riittävä tiedon jakaminen kaikille työntekijöille vaikuttaa ruokapalvelun kokonaisvaltaiseen onnistumiseen. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 11, 47.)

Ruokapalvelupisteen järjestelyissä, toteutuksessa ja jälkitöissä tuotetaan runsas määrä jätettä, minkä vuoksi toimivan jätehuollon suunnittelu usein kannattaa tehdä huolella. Tällöin välttään muun muassa siivousvaiheessa ikäviltä ja aikaa vieviltä yllätyksiltä, ylläpidetään asiakasviihtyvyyttä tapahtuman aikana, sekä säästetään ympäristöä. Jätehuollon järjestelyihin vaikuttaa olennaisesti astiavalinta. Tavallisista kertakäyttöastioista kertyy huomattava määrä jätettä. Mikäli tapahtumapaikan lähialueella sijaitsee jätteiden kierrätyspiste, kompostoidaan jätettä, tai itse tapahtumapaikalla on mahdollisuus biojätteen erotteluun, voidaan ruokapalvelupisteeseen järjestää eri jätteille omat keräysastiat. Jättemäärää voidaan vähentää myös oikeita astioita käyttämällä, mikäli tapahtumapaikalla on mahdollista suorittaa astiahuoltoa hygieenisesti. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus. 2004. 11-12.)

Kun tapahtuma päättyy, on aika suorittaa jälkityöt. Jotta jälkitöistä suoriutuminen olisi sujuvaa ja tehokasta, on etukäteen suunniteltava kuka niistä on vastuussa ja millä tavoin ne aiotaan suorittaa. Valmiiksi on hyvä pohtia esimerkiksi mitä tehdään ylijääneelle ruualle, raaka-aineille ja muille tarvikkeille, sekä minne tienatut varat tilitetään ja kuka siitä huolehtii. Jonkinlainen suunnitelma on hyvä olla myös siitä, kuinka ja millä henkilöstöresursseilla ruokapiste puretaan, kaikki käytössä olleet tavarat inventoidaan ja palautetaan, sekä paikat siivotaan ja järjestellään tapahtumaa edeltävään kuntoon. Riippuen tapahtuman koosta ja luonteesta, ruokapalvelupisteen suunnitteluryhmä pitää joko keskenään tai osallistuu koko tapahtumaorganisaation palautepalaveriin, jossa lopuksi käydään läpi kuinka suunnitelmat toteutuivat ja mitä tapahtumasta opittiin tulevien tapahtumien varalle. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 12.)

Ruokatarjoiluihin käytettävissä oleva rahamäärä muodostuu tapahtuman ja ruokapalvelua järjestävän projektiryhmän kokonaisbudjettien sanelemana. Kalliimpia ratkaisuja kannattaa pohtia useamman kerran, sillä yksittäisen ruoka-annoksen tai tuotteen hinta saattaa nousta yksittäisistä tekijöistä johtuen kohtuuttomaksi. Korkea hinta vähentää myyntiä, mikäli asiakkaalle ei kyetä uskottavasti perustelevaan tuotteen korkealla hinnalla lunastettavaa lisäarvoa. Ruokaa voidaan hinnoitella eri tavoin, jos ruokapalveluun onnistutaan järjestämään enemmän tiloja ja henkilökuntaa esimerkiksi pöytiintarjoilua tai lähettipalvelua varten. Suuremmissa tapahtumissa on kuitenkin aina oltava tarjolla myös edullisempia ruokailuvaihtoehtoja. Valmistus- ja raaka-ainekustannuksiltaan edullisimpia ruokia ovat muun muassa erilaiset kiusaukset ja keitot. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 27-28.)

Elintarvikkeita ja raaka-aineita voi hankkia markettien ja päivittäistavara-kauppojen lisäksi myös tukkuliikkeistä, suoraan valmistajalta tai suoraan viljelijältä. Ennen hankintojen tekemistä kannattaa tutustua eri valmistajien ja tuottajien valikoimiin, sillä valmistajilla saattaa olla tarjolla hyviä ratkaisuja muun muassa helpottamaan ruuan valmistusta, esimerkiksi puolivalmisteilla. Neuvotteluja kannattaa käydä useampien valmistajien kanssa, mutta pienissä

tapahtumissa järkevintä on usein tilata raaka-aineet tukusta. Osa valmistajista saattaa laskuttaa tukkujen kautta, vaikka toimittavatkin tuotteet suoraan omista varastoistaan. Hyvissä ajoin ennen tapahtumaa kannattaa tehdä eri tavarantoimittajille tarjouspyyntöjä, jotta niiden vertailemiselle ja jatkoneuvotteluille jää riittävästi aikaa. Tarjouspyyntöä varten täytyy arvioida yksityiskohtaisesti kulutus, sekä sen perusteella luetteloida tarvittavat raaka-aineet, sekä niiden määrä. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 35.)

Ruokapalveluiden tärkein markkinointikeino on luonnollisestikin onnistunut ruokapalvelu; mitä laadukkaampi ruoka ja palvelu, sitä tehokkaammin asiakkaat markkinoivat tuotteita eteenpäin. Ruokapalvelun järjestäjät tarvitsevat kuitenkin markkinointiosaamista, jotta palvelut osataan tehokkaasti markkinoida mahdollisimman monille tapahtuman asiakkaille. Tapahtuman järjestäjän on kerrottava ruokapalveluista vierailleen ja asiakkailleen, joten tehokkainta on laatia tapahtumasta ja ruokapalveluista yhteisilmoitus. Ruokapalveluista on tiedotettava ennen tapahtumaa, sekä tapahtuman aikana. Tapahtuman ruokalippuja voidaan myydä myös etukäteen, esimerkiksi tapahtuman järjestäjän toimesta. Ruokalippu voidaan sisällyttää myös erilaisiin palvelukokonaisuuksiin tai tapahtuman pääsymaksuun. Pääsymaksu voi esimerkiksi sisältää tietyn aterian, tai vaikkapa näytteilleasettajille ateria sisältyy osaston hintaan. Ruoka-, juoma- ja kahvilippujen myyminen etukäteen auttaa myös ennakoimaan tiettyjen tuotteiden menekkiä. Mikäli ruokapalvelu tarjoaa erikoisuuksia, tai esimerkiksi erityisruokavalioiden tarjontaan on panostettu, asia on hyvä tuoda esille jo ennakkomainonnassa. Jos tapahtumasta julkaistaan opas, on siinä hyvä mainita ruokapalveluista ja merkitä ne alueen pohjakarttaan. Ravintolapalveluita kannattaa aina mainostaa tapahtumaoppaissa, tapahtuma-alueen opasteissa, sekä kuulutuksissa. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 50, 56.)

Tapahtuman ruokapalveluille voidaan asettaa erilaisia taloudellisia tavoitteita. Voidaan esimerkiksi tavoitella pelkästään ravintolapalveluiden järjestämisestä aiheutuneiden kulujen peittämistä, pyrkiä tuottamaan voittoa osana tapahtuman budjettia tai itsenäisesti. Ravintolapalvelut voidaan järjestää tuomaan tapahtumalle lisäarvoa osana vieraiden viihtyisyyden parantamista, tai ne voivat olla peräti välttämättömyys koko tapahtuman järjestämisen kannalta. Ruokapalveluille laaditaan tuottotavoitteista riippumatta aina oma budjetti, jonka toteutumista on seurattava. Vaikka tarkoitus ei olisikaan hankkia myyntituottoa, on talouden seuraamisella aina merkitystä, sillä ruokapalveluille on järjestäjän toimesta tällöin sovittu jokin määräraha. Määrärahan riittävyys ja järjestelyiden onnistuminen arvioidaan jälkikäteen, jolloin pohditaan budjetin alitusten tai ylitysten syyt ja seuraukset. Jos ruokapalvelu epäonnistuu taloudellisesti, voidaan saatua kokemusta ja tietoa käyttää hyväksi tulevaisuudessa. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 52-56.)

Mikäli ruokapalveluilla tavoitellaan voittoa tai halutaan saada kulut katettua, täytyy myytäviä palveluita ja tuotteita hinnoitella. Tällöin on saatava katettua ruuan sisäänostohinnan lisäksi sellaiset kulut, joista ei saada tuottoa. Ruokapalvelun kulut muodostuvat yleensä elintarvikehankinnoista, raaka-aineista, erilaisten pieneten tarvikkeiden ja suojarusteiden hankinnasta, ja omavalvonnan aiheuttamista kuluista. Ateriat ja muut ruokatuotteet hinnoitellaan siten, että kaikki ruokapalvelun järjestämisestä aiheutuneet kulut saadaan peitettyä ja lisäksi saavutetaan haluttu tuotto. Jos laskelmien tuotto ei kuitenkaan vastaa asetettuja tavoitteita, on nostettava hintoja. Hintojen nostamisen voi välttää poistamalla aterioista jotain niihin sisältyviä osia tai ainesosia, tai vaihtamalla raaka-aineita edullisempiin. Ravintolapalveluissa on tavallista, että suuri tuotevalikoima kasvattaa riskiä menettää tuottoja. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 52-56.)

3.2.2 Ruokalistan suunnittelu

Ruokalistan suunnittelu on ruokapalvelun kokonaisvaltaisen ja erityisesti taloudellisen onnistumisen kannalta yksi tärkeimmistä valmistelutehtävistä, joka on syytä tehdä huolellisesti. Tilaisuuden ruokalista suunnitellaan koko tapahtuman luonteeseen ja sen kohderyhmään sopivaksi. Niin ikään ruokalistan sisältöön vaikuttavat tapahtuman ajankohta, kokonaiskesto, sekä tapahtuman järjestäjän omat toiveet tarjoilujen suhteen. Tarjoilujen määrään ja annoskoon, sekä raaka-ainevalintoihin vaikuttavat asiakkaiden ikä ja sukupuoli. Ruokalistasta on hyvä suunnitella mahdollisimman monipuolinen, mutta liian laajaa ja turhan monenkirjavaa tarjontaa on kuitenkin syytä välttää. Suunnitteluvaiheessa täytyy ensin selvittää millaisia mahdollisuuksia ja rajoituksia ruokalistan toteuttamiselle aiheutuu muun muassa olosuhteiden, asiakaskunnan, henkilöstön, saatavilla olevien raaka-aineiden ja tapahtuman luonteen vuoksi. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 10, 23.)

Ruokalistaa suunniteltaessa tulee asiakaskunnan ja tapahtuman järjestäjän toiveiden lisäksi ottaa huomioon tarjottavien ruokien valmistusmahdollisuudet, eli saatavissa oleva kalusto, riittävät tilat, tarpeeksi osaava henkilöstö, sekä hygieniamääräykset. Ruokalistalla olevat tuotteet on voitava valmistaa helposti ja tarkoituksenmukaisella tavalla kulloinkin käytettävissä olevissa tiloissa ja käytettävissä olevilla valmistusvälineillä ja tarvikkeilla. Ruokalistan tuotteiden tulee myös olla sellaisia, että ruokapalvelua ja ruuanvalmistusta suorittava henkilöstö osaa niitä valmistaa ainakin ohjeiden perusteella. Mikäli ruuanvalmistuksesta vastaavat henkilöt valmistavat kyseisiä tuotteita ensimmäistä kertaa, täytyy reseptin olla riittävän selkeä ja helppo noudattaa. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 10, 23.)

Tarjoilut on suunniteltava aina sellaisiksi, että niitä voidaan valmistaa, kuljettaa, säilöä ja tarjoilla hygieniamääräyksiä noudattaen. Esimerkiksi pakasteiden ja helposti pilaantuvien elintarvikkeiden kylmäketjusta tulee voida huolehtia niin, ettei kylmäketju pääse katkeamaan missään kohtaa. Lopullinen ruokalista muodostetaan käytännön mahdollisuuksien sanelemana aina asiakaskunnan ja ruokapalvelun tilaajan odotusten mukaiseksi. Tällä tavoin ylläpidetään asiakastyytyväisyyttä osana koko tapahtuman ja varmistetaan tapahtuman onnistumista, sekä varmistamalla ruokapalvelutuotteiden menekki parannetaan ruokapalvelupisteen taloudellista onnistumista. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 10, 23.)

Ruokalistan suunnittelemisessa on järkevää valita sellaisia ruokia, jotka ovat mahdollisimman moneen erityisruokavalioon sopivia. Tyypillisimpiä yliherkkyyksien aiheuttamia erityisruokavalioita ovat laktoosi-intoleranssista johtuva vähä-laktoosinen tai laktoositon ruokavalio, maitoallergiasta johtuva täysin maidoton ruokavalio, sekä keliakiasta johtuva gluteeniton, eli viljaton ruokavalio. Lisäksi on olemassa joitakin yleisiä ja erityisen voimakkaita allergeeneja, eli allergiareaktioita aiheuttavia ainesosia, jotka saattavat aiheuttaa allergiselle henkilölle pahimmillaan hengenvaarallisen yliherkkyyksireaktion. Tällaisia erityisen voimakkaita reaktioita aiheuttavia raaka-aineita ovat muun muassa pähkinät, kala, äyriäiset, kananmuna, palkovilja, kiivi ja selleri. Myös useat mausteet, paprika, tomaatti, sipuli, soija, sekä sitrushedelmät ovat yleisimpiä allergeeneja. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 24-25.) (Parkkinen & Sertti. 2006. 170-175.)

Hyvin suunnitellulla ruokalistalla samaa allergeenia ei käytetä raaka-aineena jokaisessa tarjolla olevassa vaihtoehdossa. Yleisimmille erityisruokavalioiden tulisi myös löytyä ravitseva vaihtoehto joko valmiina tuotteena listalla, tai paikanpäällä erikseen järjestettävissä. Mikäli ainoana päätuotteena on päätetty tarjoilla vain yhtä tai kahta eri vaihtoehtoa, tulisi molempien tai vähintään jommankumman sopia myös yleisimpiin erikoisruokavalioiden. Tällä tavoin tuotetaan hyvää asiakaspalvelua, sekä maksimoidaan tuotteen menekkiä. Jotta ruuan sisällöstä voidaan myyntitilanteessa olla varmoja, on myynti- ja tarjoiluhenkilöstöllä hyvä olla saatavilla kaikkien tarjottavien tuotteiden raaka-aineluettelot, sekä tiedot niiden laktoosipitoisuuksista. Esimerkiksi laktoosia ja viljatuotteita voi löytyä yllättävistäkin valmistustuotteista tai puolivalmisteista. Tarjoilutilanteissa on huolehdittava, että erityisruokia ei käsitellä ilman kunnollista välipuhdistusta samoilla käsillä tai välineillä, eikä samoilla leikkuulaudoilla tai samoissa astioissa kuin muita ruokia. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 24-25: Parkkinen & Sertti 2006. 170-175.)

Yliherkkyyksien aiheuttamien erityisruokavalioiden lisäksi on olemassa lukuisia niin kutsuttuja vaihtoehtoisia ruokavalioita, joita noudatetaan muun muassa uskonnollisista, eettisistä, ekologisista, taloudellisista, hygieenisistä tai hyvinvointia edistävästä ja ylläpitävästä syistä. Ehkäpä yleisin ja samalla ainoa maailmanlaajuinen vaihtoehtoinen ruokavalio on kasvisruokavalio. Kasvisruokavalion ideologiaan usein kuuluu myös terveellisyden tavoittelu, joskaan se ei tarkoita että ravinnon terveellisyys olisi kiinni ainoastaan siitä, sisältääkö se lihaa vai ei. Ideologian taustalla on korkean elintason maissa usein terveydellisten periaatteiden lisäksi pyrkimys luonnonmukaisuuteen, tai kannanotto eläinten oikeuksien ja luonnonvarojen kestävästä käytöstä puolesta. Syy kasvisruokavalion taustalla voi olla esimerkiksi myös tarve kuulua johonkin ryhmään, tai pyrkiä elämänhallintaan kontrolloimalla omaa ruokavaliota. (Parkkinen & Sertti 2006. 154-156.)

Monet valitsevat vilja- ja kasvisvoittoisen ruokavalion vain siksi, että eivät yksinkertaisesti pidä lihasta. Kasvissyöjät toimivat kukin omien mieltymystensä mukaan, mutta kaikille on yhteistä se etteivät he syö lihaa tai lihavalmisteita. Jotkut saattavat syödä satunnaisesti kalaa, mutta jotkut kieltäytyvät syömästä kaikkia eläinperäisiä tuotteita, kuten kananmunia ja maitovalmisteita. Kasvisruokavaliossa lihatuotteet korvataan esimerkiksi pavuilla, herneillä, linsseillä ja pähkinöillä, sekä niistä jalostetuilla valmisteilla kuten tofulla ja soijamaidolla. (Parkkinen & Sertti 2006. 154-156.)

Varsinaisen ruokalistan ja tarjoilujen suunnitteluun aloitetaan vasta kun on ensin kartoitettu kaikki ruokalistasuunnittelua rajoittavat tekijät. Pääruuat suunnitellaan ensin, ja niille valitaan kylmiä tai lämpimiä lisukkeita, sekä mahdollisesti myös jälkiruokia. Annoskokonaisuus on helppoa hallita tarjoilu- ja maksuvaiheessa, mikäli etukäteen on suunniteltu mitä hinta sisältää ja onko annoskokonaisuudesta mahdollista ostaa vain osa. Esimerkiksi onko mahdollista ostaa pelkkä salaatti ja leipä ilman pääruokaa. Ulkoilmatapahtumien ruokapalvelua järjestettäessä monipuolinen ruokalista on yleensä helpoimmin ja hygieenisimmin toteutettavissa käyttämällä erilaisia puolivalmisteita tai eineksiä. Esimerkiksi salaattitarpeita on hankittavissa valmiiksi pilkottuina erinä, ja useita erilaisia elintarvikkeita myös esikypsennettyinä. Puolivalmisteiden ja einesruokien toimittajia löytyy lukuisia, ja valikoimat laajenevat koko ajan. Suuremmilta valmistajilta harvoin pystyy ostamaan suoraan kovin pieniä tuote-eriä, mutta sen sijaan pienet tuottajat ovat usein hyvinkin joustavia ja monesti yhteistyöhaluisia. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 24-27, 33.)

Ruoka-annosten suunnittelussa on tärkeitä pitää mielessä ruuan nautittavuus, terveellisyys, kohtuus ja monipuolisuus. Ruoka-annokset on hyvä suunnitella siten, että annosteltavia osia ei ole montaa, ne on helppo nostella yhdellä kerralla lautaselle, eivätkä ne vaadi erityisempää asettelemista. Sopiva annoskoko kannattaa suunnitella ja mitata etukäteen, eikä sovitusta annoskoosta saisi poiketa sillä pienetkin annostelutappiot vaikuttavat negatiivisesti talou-

delliseen lopputulokseen. Annosteluvälineet on mitoitettava mahdollisimman sopivan kokoisiksi ja käytännöllisiksi, jolloin annostelu on helpompaa, nopeampaa ja taloudellisempaa. Annostelua helpottaa myös valmiin annoksen mukainen malliannos, johon tehtyjä annoksia voi verrata. Mikäli ruokailijat saavat buffet-tyylisesti annostella itse annoksensa, on annoskoko usein laskettava menekillisesti suuremmaksi, sekä hinta muodostettava sen mukaiseksi. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 24-28.)

Monet ruokailijat kiinnittävät tarkasti huomiota ruuan terveellisyteen. Erityisesti tarkkaillaan haitallisiksi luokiteltujen ravintoaineiden, kuten kovien rasvojen, suolan ja sokerin määrää. Lisäksi myös hyödyllisten ravintoaineiden, kuten proteiinien, kuitujen, pehmeiden rasvojen ja vitamiinien riittävästä saannista huolehditaan. Tällöin liian suolainen ja rasvapitoinen ruoka ei välttämättä tee kauppaansa kaikissa asiakaskunnissa. Urheilevat ja paljon liikkuvat henkilöt tarkkailevat ruokavaliotaan usein muita perusterveitä ruokailijoita tarkemmin. Tehokas liikunta kuluttaa lihasten hiilihydraattivarastoja, joiden riittävyys on keskeisimpiä edellytyksiä onnistuneelle liikuntasuoritukselle. Energiankulutuksen lisääntyessä ja lihasmassaa kasvattaessa urheilijoiden proteiinin, vitamiinien, kivennäisaineiden, sekä hyvälaatuisten rasvahappojen tarve kasvaa. Uupumisen ehkäisemiseksi liikunnan aikana on tärkeää että nestetasapainoa pidetään yllä, sillä suorituskyky alenee jo kun nestehukkaa on 1-2 % koko kehon painosta. Nestetasapainosta huolehditaan runsaalla veden juonnilla, sekä pidempikestoissa liikuntasuorituksissa urheilujuomilla, jotka sisältävät hyvässä suhteessa natriumia ja sokeria. (Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 2004. 27: Parkkinen & Serti 2006. 160-161.)

3.2.3 Majoituspalvelut tapahtumassa

Tapahtuman vieraille ja mahdollisesti myös omalle henkilöstölle yöpymistä järjestettäessä on tärkeää huomioida kohderyhmä ja mieltää minkälaisia hotellihuoneita käytetään vai sopisiko tarkoitukseen paremmin esimerkiksi yhteinen mökkimajoitus. Majoitustyyppin valintaan vaikuttavat olennaisesti tapahtuman ja sen vierailijakunnan luonne, sekä käytettävissä oleva budjetti. Majoitusliikkeitä on lukuisia useita erikokoisia ja -tasoisia, ja niiden sijainti vaihtelee usein kohderyhmän mukaan. Majoitusliiketoimintaa harjoittavat muun muassa eri asiakaskuntiin keskittyneet hotellit, kylpylät, gasthausit, asunto- ja huoneistohotellit, motellit, Bed & Breakfast- yrittäjät, matkustajakodit, loma-asuntojen vuokraajat, leirintäalueet ja lomakylät, sekä pihaleirinnät ja hostellit. (Rautiainen & Siiskonen 2007. 22-33: Vallo & Häyrinen 2012. 178-179.)

Tunnetuin ja Suomessa yleisin majoitusliiketyyppi on hotelli. Hotellit voidaan karkeasti jakaa kohderyhmien mukaan liikemies- ja kokoushotelleihin, säästöhotelleihin ja lomahotelleihin. Hotellit tarjoavat hyvin usein majoituksen lisäksi muitakin palveluita, kuten ravintolapalveluita. Aulassa palvelee aina erillinen vastaanotto. Huonetyyppejä on erilaisia, yhden ja kahden hengen huoneet ovat lähes jokaisen hotellin perustuotteita, mutta useimmissa hotelleissa on myös kolmen, tai useamman hengen huoneita eli perhehuoneita, sekä lisävuoteita saatavilla. Huoneiden varustelutaso vaihtelee hotelleittain, Suomessa ei ole käytössä tähtiluokitusjärjestelmää. Peruseriaate kuitenkin on, että hotellihuoneeseen kuuluu henkilökohtainen huone, huonetyypin mukaisella valmiiksi pedatulla sänkymäärällä, sekä omalla kylpyhuoneella. Hintaan saattaa sisältyä majoituksen lisäksi muitakin palveluita, kuten esimerkiksi aamiainen, sekä hotellin saunaosasto, uima-altaan ja kuntosalin veloituseton käyttö. (Rautiainen & Siiskonen 2007. 22-33: Vallo & Häyrinen 2012. 178-179.)

Liikemieshotellit, sekä kokous- ja kongressihotellit sijaitsevat usein kaupunkien keskustoissa, lähiöalueilla, tai suurten liikekeskusten ja hyvien kulkuyhteyksien läheisyydessä. Ne ovat palvelu- ja hintatasoltaan yleensä varsin korkeita, niiden sesonki painottuu arkiöille syys, talvi, ja kevätkausilla. Viikonloppuisin ja kesän lomakaudella liikemiesmajoitukseen keskittyneiden hotellien hintataso yleensä laskee. Lomahotellit palvelevat vapaa-ajanviettotarkoituksissa ja ne tarjoavat asiakkailleen usein myös erilaisia ohjelma- ja virkistyspalveluita. Lomahotelleja markkinoidaan Suomessa erityisesti lapsiperheille ja lomamatkailijoille. Ne sijaitsevat tavallisesti matkailukeskuksissa tai matkailukohteissa, joissa on matkailijoita kiinnostavaa alueellista vetovoimaa. Lomahotellien sesonki keskittyy yleisiin koululaisten ja työläisten lomakausiin kesällä, hiihtolomien aikaan, pyhiin ja viikonloppuihin, jolloin niiden majoitushinnat ovat korkeimmillaan. Useimmat hotellit hyväksyvät nykyään myös lemmikkien majoittumisen hotellihuoneissa, joskin lisäveloituksesta. Kylpylahotellit kuuluvat omalla tavallaan myös lomahotelleihin ja ne keskittyvät yleensä vapaa-ajan-, virkistys, viihde- ja terveysmatkailijoihin. (Rautiainen & Siiskonen 2007. 22-33.)

Gasthausit ovat pieniä majataloja, jotka usein ovat yhden majoitusliiketoimintaa pyörittävän perheen tai yhteisön omistuksessa. Ne ovat yleensä hintatasoltaan edullisia ja monesti tarjoavat vierailleen myös ravintolapalveluita. Muu palveluntarjonta on suppeaa, eikä palvelua ole tarjolla ympärivuorokautisesti. Myös säästö- ja budjettihotellit ovat hintatasoltaan edullisia, riisuttujen palveluiden majoitusliikkeitä. Niiden ydintuote on pääsääntöisesti pelkästään majoituksessa ja huoneet ovat tavallisesti hyvin yksinkertaisia. Uudempi edullisen hintaluokan hotellityyppi Suomessa ovat Omena-hotellit, joiden huokea majoitushinta perustuu siihen, ettei hotellissa ole lainkaan palveluhenkilökuntaa tai edes myyntitoimistoa. Majoitus varataan internetissä ja huoneisiin kirjaudutaan maksun suorituksen jälkeen saadulla ovikoodilla. Ravintolapalveluita ei ole, mutta huoneissa on tavallisesti jääkaappi, mikroaaltouuni ja vedenkeitin omien eväiden valmistusta varten. (Rautiainen & Siiskonen 2007. 22-33.)

Matkustajakodit ja hostellit tarjoavat edullista joukkomajoitusta, jolloin vieraat yöpyvät makuusaleissa tai omissa huoneissa. Kylpyhuone- ja WC-tilat jaetaan yleensä yhden tai useamman huonekunnan kesken. Edullinen hinta perustuu näin ollen siis pelkän vuodepaikan lunastukseen ja useimmissa hostelleissa onkin mahdollista säästää hinnassa käyttämällä omia lakanoidia. Hostellimajoittujilla on usein mahdollisuus myös nauttia aamiaista. Loma- ja mökkimajoitus on suosittu majoittumismuoto Suomessa. Kaikkialla ympäri maan sijaitsevia mökkejä ja loma-asuntoja vuokrataan joko suoraan kiinteistön omistajalta, tai loma-asuntojen välitysorganisaation kautta. Suomessa on yleistymässä myös kaupunkiasuntojen vuokraaminen matkailijoiden majoitustarkoituksiin. Maaseudulla vastaavia majoituspalveluita tarjoavat Bed & Breakfast-ryttäjä, sekä maatilamatkailupalveluita harjoittavat maatilalliset. Pienten majoituspalveluntuottajien tarjoamat palvelut vaihtelevat melkein ryttäjakohtaisesti ja ovat helpommin räätälöitävissä kuin suurten majoitusliikkeiden palvelut. Myös lähinnä kesäaikaan tarjottavat pihaleirinnät kuuluvat maaseutumatkailun tuotteisiin, sillä niitä harjoitetaan yleensä maatalon piha-alueella. Leirintäpaikkoja tarjotaan lähinnä teltoissa tai matkailuvuonissa yöpyville matkailijoille. (Rautiainen & Siiskonen 2007. 22-33.)

Leirintäalueita, loma- ja mökkikyliä, sekä leirikeskuksia on Suomessa lukuisia. Ne ovat tavallisesti auki vain kesäaikaan ja tarjoavat omatoimista majoitus- ja leiriytymispalvelua. Leirintäalueet ja mökkikylät sijaitsevat usein hyvien liikenneyhteyksien varrella ja vesistöjen läheisyydessä luonnon keskellä. Majoitusmuotoja on useita telttailusta ja matkailuvuonuleirinnästä leirikeskusten makuusaleihin ja lukuisiin erilaisiin mökkivaihtoehtoihin. Alueiden palvelut ovat yleensä monipuolisia ja ne on suunnattu matkailijoiden tarpeisiin sopiviksi. Mökkimajoitusten taso vaihtelee, mutta tavallisesti vuodepaikkoja on 2-4, mökissä on oma kylpyhuone ja WC, sekä ruuanlaittomahdollisuus. Lemmikkien kanssa matkustaville mökkimajoitus on usein helppo tapa majoittua, sillä useimpiin mökkeihin hyväksytään lemmikkieläimet ilman lisämaksua. (Rautiainen & Siiskonen 2007. 22-33.)

Yritykset, järjestöt, matkatoimistot ja erilaiset matkanjärjestäjät tekevät hotelli- ja muut majoitusvaraukset tavallisesti majoitusliikkeiden myyntipalvelun, eli myyntineuvottelijoiden kanssa. Jollei sopimushintoja ole sovittu etukäteen, pyydetään majoituksesta tarjousta eri huonetyypeittäin, sekä neuvotellaan kiintiö- tai ryhmävarauksen tekemisestä. Majoitusliikkeen on hyvä esittää jo tarjousvaiheessa myös peruutusehtonsa, sekä varauksen viimeinen vahvistusajankohta. Pienissä ja keskisuurissa majoitusliikkeissä ryhmävaraukset käsitellään ja räätälöidään yleensä aina tapauskohtaisesti. Majoituksen hintaan vaikuttaa aina sopimuksen luonne, majoitusliikkeen taso, sijainti ja koko, sekä varauksen tekijän ostovolyymi ja varattavan oleskelukauden pituus. Hintoihin vaikuttaa olennaisesti myös kysyntä, eli sesongin aikana hinnat ovat aina korkeammat koska kysyntää on paljon ja kauppaa tehdään varmasti. (Rautiainen & Siiskonen 2007. 236-243.)

Ryhmähintoja tarjotaan majoitusliikkeen kapasiteetista riippuen tavallisesti vähintään 10 hengen tai huoneen ryhmälle. Ryhmämajoitus voidaan järjestää esimerkiksi joukkumajoituksena, joka usein on edullisin yksityisille asiakkaille tarjotuista majoitusvaihtoehdoista. Joukkumajoitukselle on tyypillistä majoittaa saapuva ryhmä tiiviisti mahdollisimman monen hengen huoneisiin, mahdollisimman vähäiseen huonemäärään. Peruseriaate huoneiden hinnoittelussa on, että mitä enemmän henkilöitä yhdessä huoneessa majoittuu, sitä edullisempi hinta on majoittujaa kohden. Juhla- ja matkaseurueille tarjotaan tavallisesti kahden hengen huoneita, jolloin tarjoushintaan vaaditaan tavallisesti vähintään noin 10-15 huoneen vahvistettu varaus. Mikäli majoittujat kuuluvat esimerkiksi eri matkaseurueisiin, on tavallista tarjota ryhmälle kiintiövarausta. (Rautiainen & Siiskonen 2007. 236-243.)

Kiintiövaraussopimuksia on kahdenlaisia; riskillisiä kiintiöitä ja sekä release-sopimuksia. Release-kiintiöön varataan majoitusliikkeeltä tietty huonemäärä sovituksi ajaksi, jolloin koko varauksen peruuttaminen määräaikaan mennessä on maksutonta ja kiintiöstä varaamatta jääneet huoneet vapautetaan määräajan umpeuduttua takaisin yleiseen myyntiin. Kun tehdään riskillinen kiintiövaraus, varaaja sitoutuu lunastamaan sovitus määrän huoneita riippumatta siitä saadaanko niihin järjestettyä majoittujia vai ei. Kiintiöhuoneiden lunastaminen voidaan järjestää niin, että kiintiövarauksen tekijä ottaa huonevaraukset majoittujilta vastaan, kokoaa ne ja toimittaa majoitusliikkeeseen. Toinen vaihtoehto on, että majoittujat voivat itse varata kiintiöön kuuluvia huoneita suoraan majoitusliikkeestä. Kiintiö voidaan maksaa järjestäjän toimesta jo ennakoon, jolloin majoittujat maksavat huoneensa varauksen organisoijalle, tai majoittujat voivat maksaa huoneensa paikanpäällä itse suoraan majoitusliikkeeseen. Majoitusliikkeet hinnoittelevat tavallisesti riskilliset kiintiöt edullisemmin kuin sellaiset, joissa on maksuton peruutusaika. Etukäteen maksetut, ilman peruutusmahdollisuutta tehdyt varaukset ovat verrattain aina edullisinta hintakategoriaa. (Rautiainen & Siiskonen 2007. 236-243.)

3.3 Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteutusvaihe on hetki, jolloin pitkään valmistellusta suunnitelmasta tehdään totta. Kaikkien tapahtumassa työskentelevien henkilöiden on ymmärrettävä omat roolinsa, sekä oma osuutensa tapahtuman kokonaisuudessa. Jotta tapahtuma onnistuisi, eri tahojen on toimittava saumattomassa yhteistyössä. Tapahtuman toteutusvaihe voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen, jotka ovat; rakennusvaihe, itse tapahtuma, sekä purkuvaihe. Näistä aikaa vievin osuus on yleensä rakennusvaihe, jolloin pystytetään tapahtuman kulissit, järjestetään kaikki tarpeelliset osaset omille paikoilleen ja rekvisiitta valmistellaan kuntoon itse tapahtumaa varten. Tapahtuman hetki on kuin näytelmä joka kestää vain lyhyen ajan. Vaikka valmistelut olisivatkin viikkoja tai kuukausia, jopa vuosia, on tapahtuma lopulta ohi aivan hetkessä. Esiripun auetessa ja tapahtuman päästessä alkuun, vyöryy se pysäyttämättömänä eteenpäin pienistä vastoinkäymisistäkin huolimatta. Kun viimeinen vieras poistuu tapahtumapaikalta,

alkaa toteutusvaiheen viimeinen osa eli purkuvaihe. Rakennusvaiheeseen verrattuna purkuvaihe on yleensä huomattavasti nopeampi toteuttaa ja tehokkaasti suoritettavissa. (Vallo & Häyrinen. 2012.163-164.)

Kenraaliharjoitusten järjestäminen on hyvä tapa varmistaa tapahtuman onnistuminen. Tällöin käydään läpi suunniteltu tapahtumaohjelma ja -käsikirjoitus kokonaisuudessaan. Mikäli kenraaliharjoituksessa ilmenee vielä asioita, jotka vaativat viime hetken muutoksia, on järjestäjällä yhä aikaa korjata mahdolliset virheet tai muuttaa suunnitelmia jotka mahdollisesti eivät toimi. Kenraaliharjoituksen järjestäminen on miltei välttämätöntä, mikäli kyseessä oleva tapahtuma on vähänkään suurempi kokonaisuus tai esiintyjä ja erilaisia esityksiä on useita. Kaikki rakennusvaiheessa tehdyt järjestelyt tarkistetaan etukäteen, esimerkiksi tekniikan toimivuus äänentoistosta ja tietokoneyhteyksistä lähtien. Lisäksi jos esityksiä on useampia, tulee tarkastaa myös somistuksen ja rekvisiitan sijainti, sekä suunniteltu uudelleen sijoittelu järjestys tapahtuman aikana. Toisin sanoen, mikäli rekvisiittaa täytyy siirtää joidenkin esitysten vuoksi, on hyvä käydä läpi kuinka järjestelyt suoritetaan käytännössä. Etukäteen olisi käytävä läpi myös esiintymisjärjestys ja esiintulo, sekä mahdolliset puheet ja muut juonnot. Kenraaliharjoituksessa olisi hyvä olla läsnä kaikki esiintyjät, sekä mahdollinen juontaja tai johdatteliija. Ne kannattaa järjestää vasta kun koko tapahtuma on jo rakennettu lähes valmiiksi, yleensä tapahtumapäivänä joitakin tunteja ennen vieraiden saapumista. (Vallo & Häyrinen 2012. 164-165.)

Tapahtuman aikana projektiryhmästä yksi henkilö toimii päävastuullisena projektipäällikkönä. Hänen tehtävänsä on vastata tapahtumankulusta, sekä päättää mitä tehdään niissä tilanteissa kun tapahtuma ei etenekään käsikirjoitetun suunnitelman mukaisesti. Ohjelmaan saatetaan joutua tekemään muutoksia ja uudelleenjärjestelyitä aivan tavallisten, joskin odottamattomien sattumusten seurauksena. Tapahtuman onnistumisen kannalta oikein mitoitettu rytmitys ohjelman ja taukojen välillä on tärkeää. Taukojen pituuteen vaikuttavat esimerkiksi tapahtuman osallistujamäärä, vessojen lukumäärä, tarjoilu, sekä yleisesti ottaen kaikkien toimintojen sujuvuus joka täytyy pystyä arvioimaan ennakkoon. Jaksotuksessa kannattaa ottaa huomioon myös tapahtuman kokonaiskesto. Joskus myös tapahtuman alkamisen odotteluun tuntuu kuluvan yllättävän paljon aikaa, mikäli kaikki ovat saapuneet ajallaan ja saapuminen on ollut erittäin sujuvaa. Vieraita ei kuitenkaan saisi pitkästytää. Tällöin projektipäällikön tulisi osata muuttaa käsikirjoitusta ja aikaistaa tapahtuman aloitusta suunnitelmaan nähden sillä tavalla ettei se vaikuta tapahtuman laatuun tai asiakaskokemukseen negatiivisesti. (Vallo & Häyrinen 2012. 166-167.)

Tapahtumaan voidaan luoda elävyyttä ja piristystä pienellä yllätyksellisyydellä. Hyvin suunniteltu ja toteutettu tapahtuma on parhaimmillaan kun tapahtumanjärjestäjä tuo tapahtumaansa elämyksellisyyttä järjestämällä osallistujille ja vieraille jonkinlaisen yllätyksen. Se vaatii hieman viitseliäisyyttä ja luovuutta, mutta pienikin piristys voi olla tehokas. Yllätyksellisyys on yksinkertaisesti oikeastaan aivan tavallista ja aitoa välittämisen osoittamista, huomioonottamista, vaivannäköä ja viitsimistä, mikä saa tapahtuman osallistujat tuntemaan itsensä tärkeiksi ja tervetulleiksi. Yllätyksellisiä tekijöitä voivat olla esimerkiksi esiintyjä tai ohjelmanumero josta ei kerrota ennakkoon, tarjoilu, tilat, juontaja, elämyksellisyys, teema, tapahtuman idea, palveluhenkisyys, perinteistä poikkeava toteutus, yhdessä tekeminen, sekä giveaway-lahja. Ideointia on hyvä tehdä aktiivisesti jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa, mutta yleensä vasta suunnittelun edetessä ja toteutusvaiheen lähestyessä joukosta pystytään valitsemaan sopivimmat ja toteuttamiskelpoisimmat ideat. Olennaista yllätyksellisyydessä on luonnollisesti se, ettei osallistujille kerrota etukäteen kaikkia pieniä yksityiskohtia. Tällöin yllätys jää elävämmin osallistujien mieleen ja tekee osaltaan tapahtumasta ainutlaatuisen ja ikimuistoisen. (Vallo & Häyrinen 2012. 168.)

Tärkeä osa tapahtuman tunnelman luomista ja yksi merkittävistä vaikutuskeinoista on esitettävä musiikki ja äänimaailma. Voidaan sanoa, että äänimaisema on oikeastaan osa tapahtuman lavastusta ja somistusta. Ennen varsinaisen tapahtuman alkua voidaan tunnelman viritämiseksi soittaa sopivaa taustamusiikkia. Etenkin jos tapahtuman aloitus viipyy tai vieraiden saapumisajat vaihtelevat, olisi suotavaa soittaa niin sanottua odotusmusiikkia. Musiikki sopii tapahtumiin yleensä erinomaisesti ja sillä voidaan myös korostaa esitysten huippukohtia, tai saatella vieraat kotimatalle. Tavanomaisestakin tapahtumasta saadaan viihtyisä jo pienillä musiikkikatkelmilla, mutta ne on valittava tarkoin sopivaksi teemaan ja tapahtuman haluttuun mielikuvaan. (Vallo & Häyrinen 2012. 170-171.)

Muun muassa musiikin esittämisen ja valaistuksen kannalta on olennaista varmistua etukäteen tekniikan toimivuudesta, olemassaolosta, riittävydestä ja nykyaikaisuudesta. On selvitettävä ennakkoon minkälaisia tietoliikenneyhteyksiä ja teknisiä valmiuksia kukin esitys ja palvelupiste tarvitsevat, kaikkien laitteiden yhteensopivuus. Lisäksi ennen tapahtumaa on varmistettava, että tapahtuman vaatimaan tekniikkaan ja lavasteisiin on tarpeeksi sähkövirtaa saatavilla. Mikäli tapahtumapaikan sähkövirtakapasiteetti ei riitä, on tehtävä suunnitelma lisäsähkön hankinnasta. Tämä tarkistus on syytä tehdä kaikkien tapahtuman onnistumisen kannalta oleellisten resurssien kohdalla, esimerkiksi mikäli tapahtuma vaatii onnistuakseen riittävästi lämmintä vettä, täytyy tapahtumapaikan lämminvesivaraajien kapasiteetti tarkistaa etukäteen. (Vallo & Häyrinen 2012. 171-172.)

Tekniikan peittäminen on aina kiusallista, mutta siihenkin on hyvä valmistautua. Ennen tapahtumaa nimetään tekniikasta vastaava henkilö, joka ongelmatilanteissa on vastuussa tilanteen selvittämisestä. Tiedossa täytyy olla jo varmuuden varalta eri laitteiden ja toimittajien teknisten tukipalveluiden tai huoltajien päivystävät puhelinnumerot. Mahdollisista teknisistä ongelmista huolimatta, yleisölle tulisi kuitenkin aina luoda tunne siitä että tapahtumanjärjestäjillä on tilanne hallussa ja kaikenlaisiin tilanteisiin on varauduttu. (Vallo & Häyrinen 2012. 171-172.)

Tapahtumavieraiden saapuminen tapahtumapaikalle on tehtävä kaikista olosuhteista riippumatta mahdollisimman helpoksi. Siinä tapauksessa, että vieraat saapuvat tapahtumaan omilla autoillaan, on varmistettava että parkkitilaa on riittävästi riittävän lähellä tapahtumapaikkaa. Jos tapahtumapaikan ei voida olettaa olevan kaikille vieraille ennalta tuttu, on syytä mainita parkkimahdollisuuksista jo kutsussa ja liittää mukaan myös ajo- ja saapumisohjeet tapahtumapaikalle, sekä mahdolliseen majoituspaikkaan. Tapahtuman osallistujien ja vieraiden on voitava löytää tapahtumapaikalle helposti. Tämän vuoksi opastekylttejä saisi olla mieluummin liikaa kuin liian vähän, ja niiden on oltava tarpeeksi selkeitä. Tällä tavoin osaltaan vähennetään ja poistetaan esteitä tapahtumaan osallistumiselle. (Vallo & Häyrinen 2012. 174-179.)

Mikäli tapahtumaan odotetaan eri kansallisuuksia, opastekylttejä on oltava myös eri kielillä. Tunnelmaa ja hyvää mieltä lisäävät pääovelle tai -sisäänkäynnille asetetut ulkotulet, kukkaasetelmat, koivut, viralliset liput, ilmapallot tai muunlaiset tapahtuman teeman mukaiset somistukset. Reipas ovimikko tai tiennäyttävä on olennainen henkilö vieraiden vastaanottamisessa, varsinkin jos tapahtumapaikalle saavuttaessa vieraiden tulee noudattaa jotakin saapumisprotokollaa tai saapumisjärjestelyt ovat muutoin ennalta suunniteltuja esimerkiksi tapahtumatilojen tai parkkitilojen riittävyyden vuoksi. Ovimikon tehtävä on toivottaa vieraat tervetulleeksi ja opastaa heitä eteenpäin. (Vallo & Häyrinen 2012. 174-179.)

Seuraava etappi vieraan saapuessa tapahtumaan on yleensä vastaanotto- tai ilmoittautumispiste, jossa osallistuja otetaan virallisesti vastaan, hänelle luovutetaan tapahtumamateriaalia, sekä opastetaan eteenpäin. Ilmoittautumispisteellä tärkeitä on sujuva, huomaavainen ja joustava palvelu, sillä jo sen perusteella osallistujat muodostavat käsityksensä tapahtuman vallitsevasta tunnelmasta. Suunniteltaessa vastaanottopistettä, olisi hyvä varmistaa ainakin että henkilökunta tuntee tapahtuman hyvin, on palvelualtista ja iloista, sekä osaa neuvoa vieraita koko tapahtuman ajan. (Vallo & Häyrinen 2012.175.)

Vastaanottopisteen pöydät täytyy olla liinoitettu ja somistettu tapahtuman teeman mukaisesti, sekä saatavilla on osallistujille jaettavaa materiaalia, kyniä ja paperia. Henkilökunnan hallinnassa tulee myös olla tapahtuman osallistujalistat, aikataulu ja ohjelmat, sekä yhteystietoja mahdollisesti tarvittaviin palveluihin kuten taksi- ja kuljetuspalveluihin. Mikäli kyseessä on suuri tapahtuma ja paljon osallistujia saapuu lähes samaan aikaan, ilmoittautumispisteellä tarvitaan riittävästi henkilökuntaa. Turhien jonojen muodostumista tulisi välttää, sillä se ei anna hyvää kuvaa tapahtumasta. (Vallo & Häyrinen 2012.175.)

Turvallisuusasioiden tulee olla kunnossa kaikissa tapahtumissa. Järjestäjä on aina vastuullinen tapahtumansa turvallisuudesta. Joihinkin tapahtumiin voi olla syytä hankkia järjestyksenvalvojia, ja toisinaan tapahtumaa varten on laadittava myös pelastus- tai turvallisuussuunnitelma. Tapahtumien turvallisuutta säännellään kokoontumislaitilla ja järjestykselaitilla, kun vaaratilanteisiin veloitetaan varautumaan pelastuslaitoksilla. Turvallisuussuunnitelmassa kartoitetaan mahdolliset riskit ja sen pohjalta pyritään niitä myös ehkäisemään. Asianmukainen turvallisuuden varmistaminen saattaa pelastaa erilaisilta harmeilta. Mikäli tapahtuma vaatii ensiapuryhmän paikallaoloa, tulee asiaan varautua hyvissä ajoin. Yhteistyöstä ensiapupalveluiden järjestämisessä voi sopia esimerkiksi Suomen Punaisen Ristin kanssa. Riippumatta tapahtuman luonteesta, hyvä perusperiaate on kuitenkin se, että tapahtumassa kuin tapahtumassa olisi aina paikalla ensiaputaitoista henkilökuntaa. (Vallo & Häyrinen 2012. 180.)

3.4 Palaute ja jälkimarkkinointi

Tapahtuman päättymisen jälkeen alkaa jälkimarkkinointivaihe, joka usein on tapahtumanjärjestämisen yksinkertaisin vaihe. Siitä huolimatta jälkimarkkinointi on kuitenkin tärkeää, tällöin tapahtumanjärjestäjät osoittavat arvostuksensa ja kiitoksensa tapahtumaan osallistuneille vieraille, sekä henkilökunnalle. Kiitosten yhteydessä kerätään myös palaute niin järjestäjäorganisaatiolta kuin osallistujiltakin. Palautteista muodostetaan yhteenveto, jota voidaan analysoida ja ottaa opiksi seuraavan tapahtuman järjestämistä ajatellen, jolloin seuraavaa tapahtumaa lähdetään suunnittelemaan ja luomaan edellisen tuottamaan oppiin perustuen. Siten tapahtumanjärjestämisprosessi on organisaatiolle jatkuva oppimisprosessi, joka kasvat-
taa tekijöidensä osaamispääomaa. Tiivistetysti jälkimarkkinointivaiheeseen kuuluvat siis kiitokset asianosaisille, luvattun materiaalin toimittaminen, palautteiden keräys ja työstäminen, yhteydenottoopyyntöihin vastaaminen, sekä yhteenvedon kokoaminen ja mahdollinen yhteen-
vetopalaveri. (Vallo & Häyrinen 2012. 181.)

Tapahtuman järjestämiseen, suunnitteluun ja tapahtumapäivän suorittamiseen, tarvitaan usein paljon työvoimaa. Oman organisaation talkooväen lisäksi kiitokset tulee välittää myös kaikille yhteistyökumppaneille, alihankkijoille ja esiintyjille, sekä puhujille. Kiitokset ovat paikallaan etenkin silloin kun tapahtuman osallistujilta saatu palaute on ollut kiitettävän arvoista ja tapahtuma ylittää tavoitteeseensa. Kiitokseksi käy esimerkiksi henkilökohtainen kiitosviesti ja mahdollisuuksien mukaan myös kiitoskukka. Tapahtuman osallistujia ja vieraita täytyy myös muistaa kiittää osallistumisestaan, sillä he ovat sitä kautta myös osaltaan tuoneet tapahtumaan oman panoksensa. Hyvin toteutetun tapahtuman kruunaa vieraille jaettava pieni lahja tai muisto. Se voidaan jakaa jo saapumisen yhteydessä, vasta pois lähtiessä, tai se voidaan toimittaa osallistujille myös jälkikäteen. Jälkikäteen tehty muistaminen, esimerkiksi kiitoskortti, tulee kuitenkin toimittaa viimeistään kaksi viikkoa tapahtuman jälkeen. Kiitoslahjan ei tarvitse olla suuri tai kallis, vaan mielellään jotakin mikä muistuttaa tavalla tai toisella tapahtumasta ja sen järjestäneestä organisaatiosta. (Vallo & Häyrynen 2012. 182-183.)

Tapahtuman järjestäjien ja tapahtumaorganisaation hiljainen tieto karttuu saadun palautteen ja sen analysoimisen perusteella. Jotta tiedetään päästiinkö tapahtuman tavoitteeseen, täytyy ensin tietää kuinka tapahtuman osallistujat kokivat sen. Samalla yleensä selviää, mitä olisi voitu tehdä toisin ja mikä osallistujien mielestä oli tapahtumassa parasta. Saatua palautetta verrataan lähtötilanteeseen, eli päätavoitteeseen, mielikuvatavoitteeseen, sekä määrällisiin ja laadullisiin tavoitteisiin. Jokaisesta järjestetystä tapahtumasta on mahdollista oppia jotakin tulevia kertoja varten, esimerkiksi mitä kannattaa välttää tai mikä toimii missäkin tilanteessa parhaiten. Osallistujille tapahtumasta jää aina muistikuva ja tunne siitä, täyttikö tapahtuma ennalta asetetut lupaukset ja odotukset. Tällöin järjestäjien tehtävä on yksinkertaisesti pyrkiä täyttämään ja mielellään jopa ylittämään osallistujien odotukset. Osallistujilta kerättävän palautteen lisäksi on tärkeätä saada palautetta myös omasta järjestäjäorganisaatiosta. Kokonaispalaute olisi siis kerättävä osallistujilta, tapahtuman isänniltä, sekä tapahtuman tekijöiltä. (Vallo & Häyrynen 2012. 184-187.)

Kävijöiden mielipiteitä ja näkemyksiä näiden odotuksien täyttämisestä ei saada tietoa, jos palautetta ei kerätä. Palautteen kerääminen voidaan suorittaa kirjallisesti tai sähköisesti täytettävällä palautelomakkeella, tai esimerkiksi suorittamalla suullisia kävijäkyselyitä tapahtuman uloskäynnillä. Kirjalliset palautteet kerätään yleensä tapahtuman lopulla enne poislähtöä. Myös sähköpostitse kerättävä palaute on toimiva vaihtoehto, mutta edellyttää että tapahtumanjärjestäjällä on käytettävissään osallistujien sähköpostiosoitteet. Kaikki palaute tulisi kuitenkin kerätä viimeistään parin päivän sisällä tapahtuman jälkeen. Lomake ja palautekysymykset on hyvä laatia tapahtumakohtaisesti niin, että niiden perusteella saadaan kootua mahdollisimman kokonaislaatuinen kuva tavoitteiden onnistumisesta. Kun palautteita käsitellään ja analysoidaan, tulee ottaa huomioon, että totuus tapahtuman lopullisesta onnistumisesta tulee aina kävijäpalautteesta eikä siitä miltä järjestäjistä itsestä tuntui. Monesti

ihmisillä on taipumus kirjoittaa huomattavasti sovinnaisempaa palautetta kuin mitä he tosiasiassa ajattelevat, joten suullista palautetta kannattaa pyytää vaikka tarkoitus olisikin tehdä kirjallinen palautekysely. Suulliset palautteet on hyvä kirjata heti ylös, sillä ne helposti kaatoavat muistista ajan mittaan. (Vallo & Häyrinen 2012. 184-187.)

Tapahtuman jälkeen on aika koostaa tapahtumasta yhteenveto, johon kerätään saadut osallistuja- ja järjestäjäpalautteet, arvioitu ja toteutunut budjetti, sekä arvioidaan kuinka tapahtumalle asetettu tavoite toteutui ja minkälaisia jatkosuunnitelmia tehdään uusia, vastaavia tapahtumia ajatellen. Tosin sanoen tiivistetään asiat, joita järjestetyn tapahtuman tekemisessä opittiin ja tallennetaan opittu tieto uusia tapahtumia varten. Yhteenvedon tekemistä varten voidaan järjestää myös palautepalaveri, mikä on yleistä varsinkin suuremman budjetin tapahtumissa. Jokaisen tapahtuman yhteenveto on hyvä tallentaa myös kirjallisesti esimerkiksi muistiona yhteenvetopalaverista, tai omana vapaamuotoisena raporttinaan. Kirjallisen muistion tai raportin idea yksinkertaisuudessaan on luoda tapahtumasta dokumentti omaksi työkaluksi. Palautepalaverin perusrunko ja ylöskirjattava muistio sisältää yleensä kuvauksen tapahtuman yleisestä tunnelmasta, analyysin tapahtuman onnistumisesta ja tavoitteen saavuttamisesta, läpikäynnin pieleen menneistä asioista ja niiden korjaussuunnitelman vastaisuuden varalle, sekä tapahtuman järjestämisen tuomat opit ja oivallukset. Tapahtuman jälkeen vastataan myös sovittuihin yhteydenottopyyntöihin, yleensä viimeistään kahden viikon sisällä itse tapahtumasta. Yhteydenottopyynnöt voivat koskea esimerkiksi kiinnostusta uusia tuotteita tai palveluita kohtaan, materiaalin toimitusta, käynnin tai vierailun sopimista, tai nykyisten tuotteiden tai palveluiden päivittämistä. (Vallo & Häyrinen 2012. 188-189.)

3.5 Yhteistyösopimukset

Yhteistyökumppanit voidaan jaotella karkeasti ottaen seuraavanlaisiin ryhmiin; tapahtumatiilan omistaja, oheistapahtuman järjestäjä, alihankkijat, tavarantoimittajat, rahoittajat ja sponsorit. Tapahtuman varhaisessa ideointivaiheessa on hyvä miettiä, voisiko tapahtumaan liittyen järjestää muita oheistapahtumia tai mitä muuta oman tapahtuman yhteydessä voisi järjestää. On alustavasti pohdittava myös, kuka niitä mahdollisesti voisi toteuttaa. Tapahtuman luonteesta riippuen tavarantoimittajia, kuten pikatukkua tai kirjapainoa, voidaan tarvita jonkin verran, ei ollenkaan, tai joskus runsaastikin. Tapahtuman rahoitus saattaa tapauksesta riippuen olla alusta alkaen täysin selvä, tai päinvastoin muodostua koko tapahtuman järjestämisen keskeiseksi ongelmaksi. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 41.)

Järjestöjen ja seurojen kanssa tehdyt erilaiset sponsorointisopimukset ovat hyvin yleinen markkinoinnin väline monien yritysten markkinointistrategioissa. Mainostajien Liitto tutkii suomalaisten yritysten harjoittamaa sponsorointia ja selvittää kuinka paljon ne euromääräisesti käyttävät sponsorointiin rahaa, sekä millä tavoin sponsorointiin käytetyt rahat jakaantuvat. Yleisesti ottaen voidaan urheilua pitää edelleen suurimpana sponsoroinnin kohteena. Mainostajien Liiton vuonna 2011 jäsenyrityksilleen ja Suomen Yrittäjille tekemässä tutkimuksessa todettiin, että kaikesta sponsoroinnista 57 % kohdistui urheiluun, 15 % kulttuuriin ja 28 % muihin kohteisiin. Perinteisen ajattelumallin mukaan helppo lähtökohta jonkin hankkeen tai tapahtuman sponsorointiin ryhtymiselle on laittaa sponsoriyrityksen logo esille julisteeseen tai esitteeseen. Tärkeämpi kysymys kuitenkin on, kuinka tämän kaltaiset yhteistyöhankkeet saataisiin hyödynnettyä siten, että ne todellakin hyödyttävän molempia osapuolia ja muodostavat niin kutsutun win-win-hankkeen. (Vallo & Häyrinen 2012.77.)

Tapahtumia voidaan sponsoroida ainakin neljällä eri tasolla ja tavalla. Ensimmäinen tapa on hyväksikäyttää tapahtuman mainosarvo, jolloin maksua vastaan sponsoroiija saa oikeuden käyttää oman tuotteen markkinoinnissa itse tapahtuman logoa, esimerkiksi olympiatunnuksen käyttö. Toinen tapa on mainostaminen tapahtumapaikalla. Tällöin sponsorin mainoksia näkyy tapahtumapaikalla, ohjelmajulisteissa, käsiohjelmissa, pääsylipuissa ja oikeastaan missä tahansa tapahtuman markkinointimateriaalissa. Kolmas tapa on kiinteän yhteistyön tuoma tuki tapahtumalle, ja joissakin tapauksissa se voi olla jopa välttämätöntä koko tapahtuman aikaansaamiseksi. Sponsori sitoutuu rahalliseen tukemiseen, sekä usein myös tapahtuman markkinointiin. Neljäs tapa on oman tapahtuman luominen, eli sponsori saattaa toteuttaa kokonaan uuden tapahtuman tai tuoda sen osaksi jo olemassa olevaan tapahtumaan erillisenä kokonaisuutena. Myös sponsorin tai sen tuotteen nimen mukaan voidaan nimetä jopa koko tapahtuma. (Vallo & Häyrinen 2012. 77-78.)

Nykyään melkein jokaiseen tapahtumaan pyritään useista eri syistä hankkimaan sponsoreita. Sponsoritoiminta on moniulotteista, eikä sitä voi yksiselitteisesti kuvailla. Sponsorointi on hyvä osata erottaa hyväntekeväisyydestä, sillä ne poikkeavat toisistaan olennaisesti, eivätkä siis ole sama asia. Hyväntekeväisyydelle on tyypillistä, ettei hyväntekijä tavallisesti odota lahjoitustaan vastaan hyötyä itselleen, hänelle julkisuus ei ole tärkeää, eikä lahjoitus perustu minäkäänlaiseen sopimukseen. Sponsorointia voidaan sponsoroivan yrityksen näkökulmasta määrittellä yksilön, ryhmän, tapahtuman, tai muun toiminnan imagon vuokraamiseksi markkinointiviestintään tai muuhun hyödyntämistarkoitukseen. Sponsorointi on henkilökohtaisen myyntityön, mainonnan, myynninedistämisen, suhdetoiminnan ja julkisuuden lisäksi yksi markkinointiviestinnän osa. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 69-70.)

Tapahtumanjärjestäjä voidaan nähdä eräänlaisena vuokranantajana, jonka näkökulmasta sponsorointia voitaisiin kuvailla hieman eri tavalla. Yleisötapahtuman järjestäjän on kuitenkin aina hyvä tarkastella asiaa mahdollisen sponsorin, eli asiakkaansa näkökulmasta. Potentiaalisia sponsoreita pohdittaessa, olisi tapahtumanjärjestäjän mietittävä minkälaiset yritykset, järjestöt ja organisaatiot haluaisivat toimia sponsoreina, toisin sanoen kenen markkinointiviestintään tapahtuman sponsorointi sopisi. Yritykset ja organisaatiot usein kokevat sponsoroinnin perinteisiin markkinointikeinoihin verrattuna ainutlaatuiseksi sen laajempien käyttötapojen, sekä poikkeavuuden vuoksi. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 69-70.)

Kun tapahtumanjärjestäjät ovat löytäneet potentiaalisia sponsoreita, käydään miettimään tapahtumanjärjestäjän ja sponsorin välistä hyötysuhdetta. On pohdittava valmiiksi, mitä tapahtuma voi sponsorille tarjota, ja mitä siitä halutaan vastineeksi. Esimerkiksi tarjotaanko pelkkää mainospaikkaa vain luodaanko tapahtuman yhteyteen sponsorin oma asiakastapahtuma. Neuvotteluihin on tärkeitä valmistautua hyvin. Esitettävä asia täytyy olla valmisteltu kattavasti, tapahtuma on havainnollistettava selkeästi, eikä neuvottelukumppaneiden koskaan pidä olettaa tuntevan tapahtuman tai tapahtuman alan guruja. Etukäteen on tutustuttava yhteistyökumppanin toimintaan ja senhetkiseen tilanteeseen, minkä pohjalta voidaan valmiiksi miettiä sopivia yhteistyön muotoja neuvotteluissa esitettäväksi. Neuvottelukumppaneihin ja yhteistyöyrityksiin on hyvä suhtautua aina yksilöinä ja lähestyä heitä persoonallisesti. Sovitut asiat on hoidettava ripeästi, sillä yritysmaailmassa toimitaan nopealla rytmillä. Omaa innostusta ja uskoa asian puolesta ei kannata peitellä, omasta tapahtumastaan täytyy olla ylpeä, tällöin muutkin voivat olla. Yritysmaailmassa pidetään luovuudesta ja uusista ideoista, ne saavat ihmiset usein innostumaan. Jos tapahtumanjärjestäjillä on tarjota uusia tai ennen näkemättömiä ideoita, ne on syytä esitellä rohkeasti. On pyrittävä kaikin tavoin ylittämään yhteistyökumppanin odotukset. Neuvotteluiden suhteen on oltava ennen kaikkea kuitenkin rohkeaa ja sitkeää, ensimmäisestä kieltäytymisestä ei pidä lannistua. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002. 70-71.)

4 Tutkimustavoite ja menetelmät

Tutkimusongelma käsittelee pääpiirteittäin kotimaan ratsastuskilpailutoimintaan liittyvää majoitus- ja ravintolapalveluiden ostamista. Tutkimus on strategialtaan kartoittava ja sen tärkeimmät tutkimuskysymykset ovat; millaisille majoitus- ja ravintolapalveluille on kysyntää tutkimukseen määritellyn kohderyhmän kesken ja kuinka paljon? Missä määrin kilpailunjärjestäjien kannattaa kyseisiin palveluihin resursoida ja miten niistä voidaan neuvotella? Kvantitatiivisen lähestymistavan tukena käytetään myös kvalitatiivista menetelmää täydentämään tutkimusta.

4.1 Tutkimuksen tavoite ja tarkoitus

Tutkimus perustuu toimeksiantajan, Suomen Ratsastajainliiton, tarpeeseen tutkielmasta koskien ravintola- ja majoituspalveluita kotimaan monipäiväisten, alue- ja kansallisella tasolla käytävien, eri paikkakunnilla järjestettävien ratsastuskilpailuiden yhteydessä. Tutkimuksen tavoite oli tehdä kyselytutkimuksen perusteella tarkka kartoitus siitä, millainen kysyntä ravintola- ja majoituspalveluille on edellä mainituissa urheilutapahtumissa ja kuinka palveluita tulisi lähteä kehittämään tapahtumanjärjestäjän puolelta. Tutkimuksen tarkoitus on, että sen tulosten pohjalta Suomen Ratsastajainliitto kykenee opastamaan jäsenseurojaan kilpailujärjestelyissä antamalla neuvontaa paikallisten ravintola- ja majoitusliikkeiden, sekä muiden yhteistyökumppaneiden kanssa käytäviin neuvotteluihin. Tulosten perusteella Ratsastajainliitto pystyy myös antamaan kilpailunjärjestäjille ohjeistuksia ja tukea ravintola- ja majoituspalveluiden järjestämisestä kilpailuiden yhteydessä. Opastuksen myötä kilpailunjärjestäjillä on paremmat mahdollisuudet onnistua mitoittamaan tarjoamiaan palveluita paremmin, hankkimaan yhteistyöpalveluita järkevästi, sekä käyttämään omia resurssejaan kustannustehokkaasti. Tämä auttaa kilpailunjärjestäjiä luomaan entistä kokonaisvaltaisemmin onnistuneempia ratsastusurheilutapahtumia, edelleen kehittämään suomalaista ratsastustapahtumakulttuuria ja -osaamista, sekä näkemään yhteisötoiminnassaan uusia mahdollisuuksia ja tarttumaan niihin.

4.2 Kvantitatiivinen tutkimus

Toimeksiantajan asettaman toimeksiannon vaatimaan kartoitukseen tietomateriaali kerättiin tekemällä empiirinen tutkimus kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä. Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin verkkokyselyä toteutettua lomakekyselyä. Tieteellistä tutkimusta voidaan tehdä joko teoreettisena kirjoituspöytä tutkimuksena tai empiirisenä eli havainnoivana tutkimuksena. Tämän tutkimuksen teoreettinen viitekehys suoritettiin teoreettisena kirjoituspöytä tutkimuksena kartoittamaan jo kerätty, olemassa oleva tieto pohjaksi empiirisen tutkimuksen tuloksista saadulle uudelle tiedolle. Tässä tutkimuksessa päätavoite oli luoda uutta tietoa empiirisen tutkimuksen avulla. Tutkimustoiminta jaotellaan empiiriseen tutkimukseen ja teoreettiseen tutkimukseen. Empiiristä tutkimusta voidaan tehdä kvantitatiivisella tai kvalitatiivisella tutkimuksella. Tyypillisiä kvantitatiivisia aineistonkeruumenetelmiä ovat lomakekyselyt, verkkokyselyt, strukturoidut haastattelut, systemaattinen havainnointi, sekä kokeelliset tutkimukset. Kvalitatiivisia aineistonkeruumenetelmiä ovat esimerkiksi henkilökohtaiset haastattelut. Teoreettisen tutkimuksen avulla kehitettyihin menetelmiin perustuen empiirisellä tutkimuksella voidaan muun muassa testata kuinka teoriasta johdettu olettaus toteutuu käytännössä, selvittää jonkin ilmiön tai käyttäytymisen syitä, tai ratkaista kuinka jokin asia tulisi toteuttaa. Empiirisen tutkimuksen tavoite on aina löytää vastaus tutkimusongelmasta johdettuihin tutkimuskysymyksiin. (Heikkilä 2008. 13.)

Jotta tutkimus voi onnistua, on kohderyhmä valittava järkevästi ja tutkimusmenetelmän oltava oikea. Tutkimusmenetelmä valikoituu ensisijaisesti tutkimuksen tavoitteen ja tutkimusongelman mukaan. Tutkimusongelma on asia, joka pyritään tutkimuksen avulla ratkaisemaan. Tutkimuksen perusjoukoksi kutsutaan sitä tutkimuksen kohteena olevaa joukkoa, josta tietoa halutaan kerätä. Kokonaistutkimuksessa tutkitaan koko perusjoukkoa, ja otantatutkimuksessa tiettyä perusjoukon osaa eli otosta. Tutkimusaineistoksi tai havaintoaineistoksi kutsutaan sellaisia käsittelemättömiä tietoja, joita empiiristä tutkimusta varten on hankittu. Havaintoaineisto koostuu tutkimuskohteena olevien tutkimusyksiköiden tiedoista, jotka voivat olla tutkimusta varten kerättyjä tai muuta tarkoitusta varten hankittuja. Näistä tiedoista koostuu muuttujien arvo. Muuttuja kuvaa jotakin mitattavissa olevaa ominaisuutta tai suuretta, kuten esimerkiksi sukupuolta, ikää, kotipaikkaa tai asiakastyytyväisyyttä. (Heikkilä 2008. 14.)

Tutkimuksen tarkoitusta voidaan luonnehtia neljällä eri tavalla. Tutkimus voi olla tarkoitukseltaan kartoittava, kuvaileva, selittävä tai ennustava, mutta yksi tutkimus voi sisältää useampia tarkoituksia ja ne voivat muuttua kun tutkimus etenee. Kartoittavan tutkimuksen tarkoitus on seurata tapahtumia, etsiä uusia näkökulmia ja löytää uusia ilmiöitä, ottaa selvää vähemmän tunnetuista ilmiöistä, sekä kehittää hypoteeseja. Kartoittavan tutkimuksen peruskysymykset käsittelevät esimerkiksi tyypittelyiden suhdetta toisiinsa, keskeisiä teemoja, malleja ja luokkia, sekä mitä tietyissä tilanteissa tapahtuu. Kartoittavat tutkimuksen strategia on tavallisesti kentällä toteutettava ja tapauskohtainen kvalitatiivinen tutkimus. Kartoittavalla tutkimuksella pyritään vapaamuotoisesti valaisemaan jotakin tiettyä ongelmaa ilman, että tietoa systemaattisesti kerätään analysoitavaksi. Tästä syystä sitä käytetään tavallisesti esitutkimuksena löytämään selittäviä tekijöitä tutkittavalle ilmiölle. (Heikkilä 2008. 14-16: Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013. 137-138.)

Kvantitatiivinen tutkimus vastaa esimerkiksi kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein. Sen otos on usein numeerisesti suuri ja edustava, ja tulokset kuvaavat ilmiötä numeerisen tiedon pohjalta. Kvalitatiivinen tutkimus puolestaan vastaa kuvaileviin kysymyksiin kuten miksi, miten ja millainen. Näyte on usein suppea ja koottu harkinnanvaraisesti. Tulokset auttavat ymmärtämään ilmiötä niin kutsutun pehmeän tiedon pohjalta. Kvantitatiivista tutkimusta voidaan kutsua myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Määrällisellä tutkimuksella pyritään saamaan selville erilaisia lukumääriä ja prosenttiosuuksia, mikä edellyttää että otos on riittävän laaja ja edustava. (Heikkilä 2008. 14-17: Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013. 135-140.)

Aineiston keruu tapahtuu usein standardoidulla lomakkeella, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Asioita mitataan numeerisilla suureilla ja näin ollen tuloksista voidaan muodostaa havainnollistavia taulukoita ja kuvioita. Tällä tavoin voidaan selvittää myös ilmiössä tapahtuneita muutoksia, sekä selvittää eri asioiden välisiä suhteita ja riippuvuuksia. Kvantitatiivinen tutkimus auttaa kartoittamaan olemassa olevaa tilannetta, mutta sen avulla ei kyetä selvitt-

tämään riittävästi asioiden syitä. Tilastollisen päättelyn avulla saatuja tuloksia voidaan yleistää tutkittua havaintoyksikköä laajempaan joukkoon. Kvantitatiivisen tutkimuksen suorittamisessa keskeistä ovat aiempien tutkimusten johtopäätökset ja aiemmat teoriat, hypoteesien ja käsitteiden määrittely, aineistonkeruusuunnitelma ja tarkoin suunniteltu perusjoukko, mahdollisuus tilastolliseen käsittelyyn ja taulukointiin, sekä tilastollisen analyysin avulla päätelmien tekeminen. (Heikkilä 2008. 14-17: Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013. 135-140.)

4.3 Kyselytutkimus ja tutkimuksen toteutus

Kyselytutkimuksessa aineistoa kerätään survey-menetelmällä, eli aineiston keruu tapahtuu standardoidusti kyselyn, haastatteluiden ja havainnoinnin keinoin määrätystä kohdehenkilöiden perusjoukosta tai sen otoksesta. Standardoidussa kyselyssä kaikilta kohdehenkilöiltä kysytään samaa asiaa täsmälleen samalla tavalla. Survey-tutkimuksen avulla kerätty aineisto käsitellään tavallisesti kvantitatiivisin menetelmin. Kyselytutkimusta tehtäessä itse tutkija voi olla joko tutkittavien kohdehenkilöiden lähellä tai etäällä heistä, etäisyyden silti vaikuttamatta tutkimuksen tulokseen. Kyselytutkimuksen etuja ovat laaja tutkimusaineisto, kohdehenkilöitä voi olla paljon ja heiltä voi kysyä monia kysymyksiä. Kun lomake on huolellisesti suunniteltu, on tutkimuksen aikataulu ja kustannukset melko tarkasti arvioitavissa, aineisto on nopeasti käsiteltävissä tallennetussa muodossa ja analysoitavissa tietokoneen avulla. Aineiston käsittelyyn varta vasten kehitetyt tilastolliset analysointitavat ja raportointimuodot säästävät tutkijan kehittelemästä uusia tapoja aineistojen analysointiin. Kyselytutkimuksen heikkouksia ovat pinnallisuus ja teoreettinen vaatimattomuus. Varmoja ei voida myöskään olla siitä, ovatko vastaajat suhtautuneet riittävän vakavasti tutkimukseen, ovatko valmiit vastausvaihtoehdot olleet heidän mielestään onnistuneita, ovatko he riittävän perehtyneitä kyselyn aiheeseen, tai kuinka aktiivisia he ovat vastaamaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013. 193-195.)

Tutkimusaineistoa on mahdollista kerätä ainakin kahdella yleisimmällä tavalla, posti- ja verkkokyselynä, sekä kontrolloituna kyselynä. Posti- ja verkkokyselyssä tutkittaville lähetetään lomake, jonka he täyttävät itse ja postittavat sen sitten takaisin tutkijalle. Kyselytavan etu on nopeus vaivattomuus, mutta suurin ongelma on kuitenkin vastaajien kato. Suurelle joukolle lähetetyn kyselyn vastausprosentti on yleensä korkeimmillaan noin 30-40%. Kontrolloidussa kyselyssä tutkija voi informoidun kyselyn tavoin joko jakaa lomakkeet henkilökohtaisesti ja vastaajat palauttavat sen omatoimisesti, tai henkilökohtaisesti tarkastettuna kyselynä lähettää lomakkeet vastaajille etukäteen ja käydä noutamassa ne itse kyselyajan päätyttyä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013. 196-197.)

Tutkimuslomakkeilla voidaan kerätä tietoa esimerkiksi tosiasioista, toiminnasta ja käyttäytymisestä, tiedosta, arvoista, asenteista, sekä käsityksistä, uskomuksista ja mielipiteistä. Lomakkeissa voi pyytää myös arvioita ja perusteluja mielipiteille tai toiminnalle. Tosiasioita tulee kysyä aina suoraan yksinkertaisilla kysymyksillä avoimilla kysymyksillä tai monivalintatyyppisesti, joskaan ei asteikkolisina mielipidemittareilla. Varsinaisten lomakekysymysten lisäksi usein tiedustellaan vastaajilta myös heitä itseään koskevilla taustakysymyksillä esimerkiksi ikää, koulutusta tai perhesuhteita. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013. 196-197.)

Lomakkeen kysymyksiä voi muotoilla monin eri tavoin. Kolme yleisintä kysymysmuotoa ovat avoimet kysymykset, monivalintakysymykset ja asteikot eli skaalat. Avoimissa kysymyksissä esitetään yksi tai kaksi kysymystä ja jätetään vastaamista varten tyhjää kirjoitustilaa. Monivalintakysymyksiin tutkija laatii valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaaja valitsee omansa merkitsemällä joko yhden tai useamman vastausvaihtoehdon. Strukturoidun ja avoimen kysymyksen välimuodossa valmiiden vaihtoehtojen jälkeen esitetään kysymystä täydentävä avoin kysymys. Asteikkokysymyksissä esitetään väittämiä, joihin asiakas vastaa merkitsemällä asteikosta omaa mielipidettä kuvaavan voimakkuusvaihtoehdon. Avoimet kysymykset sallivat vastaajille mahdollisuuden ilmaista tuntemuksiaan omin sanoin, jolloin niiden avulla pystytään osoittamaan vastaajan todellinen tietämys aiheesta, vastaajien ajattelun keskeiset ja tärkeät asiat, sekä heidän tunteidensa voimakkuuden asiaa koskien. Avoimet kysymykset antavat myös mahdollisuuden tunnistaa vastaajan viitekehyksiä ja motivaatiotason, sekä tulkitsemaan monivalintatehtävien poikkeavia vastauksia. Monivalintakysymykset puolestaan sallivat vastaajien antaa vastauksensa samaan kysymykseen siten, että vastauksia on mahdollista vertailla mielekkäästi ja ne ovat helpommin käsiteltävissä ja analysoitavissa tietokoneen avulla. Ne tuottavat myös vähemmän monenkirjavia vastauksia ja auttavat vastaajia tunnistamaan asian helposti, ilman että hänen täytyy se muistaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013. 198-201.)

Tässä opinnäytetyössä esiteltävän tutkimuksen toteuttaminen aloitettiin sen jälkeen kun tutkimuskohteesta ja oli sovittu toimeksiantajan, Suomen Ratsastajainliiton, kanssa. Toimeksiantaja esitti selkeän toimeksiannon tutkimukselle. Tutkimusongelmaksi muodostui vastausten löytäminen kysymykselle, miten kotimaan ratsastuskilpailuiden majoitus- ja ravintolapalveluita pitäisi kehittää. Tarve oli saada tietoa siitä, millaisia ravintola- ja majoituspalveluita kilpailuiden yhteyteen toivotaan ja kuinka paljon niille on kysyntää. Toimeksiantaja esitti myös tutkimustoimeksiannolleen valmiiksi määritellyn kohderyhmän. Kohderyhmäksi määräytyivät sellaiset ratsastajat, jotka olivat kilpailleet monipäiväisissä kotimaan kansallisen- ja aluetason kilpailuissa este- tai kouluratsastuksessa.

Aluksi valittiin tutkimuksen toimintaperiaatteeksi empiirinen tutkimus, jota lähdettiin suunnittelemaan ensisijaisesti kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän periaatteita noudattaen. Tutkimuksen tarkoitus määräytyi toimeksiantajan toiveiden mukaan kartoittavaksi tutkimukseksi. Tutkimuksen aikaperspektiivi asettui poikkileikkaukseksi sen hetkisestä tilanteesta. Laajan tutkimuskysymyksen vuoksi tutkimuksesta päätettiin tehdä ekstensiivinen. Aineistonkeruun menetelmäksi valittiin toimeksiantajan ehdotuksesta lomakekysely, joka päätettiin toteuttaa käytännöllisyyden vuoksi verkkokyselynä. Seuraavaksi listattiin ne asiat, joita tutkimuksella haluttiin saada selville. Ideoinnissa pidettiin mielessä, kuinka kysymyksiin saadut vastaukset olisivat mahdollisimman hyödyllisiä palveluiden kehittämisen kannalta. Listatuista asioista karsittiin sellaiset, jotka eivät olleet riittävän hyödyllisiä palveluiden kehittämisen kannalta, ja jäljelle jääneistä muodostettiin mahdollisimman neutraaleja ja johdattelemattomia kysymyksiä.

Kysymyksiä laadittaessa huomattiin kuitenkin, ettei ainoastaan kvantitatiivista tutkimusta tekemällä saada riittävästi ja riittävän kattavia vastauksia tutkimusongelman ratkaisemiseksi. Numeerisilla tuloksilla ei saataisi kerättyä tarpeellista aineistoa vastaajien tuntemuksista, heille tärkeimmistä asioista, tai heidän omista kehitysideoistaan. Edellä mainittuja vastauksia kuitenkin tarvittiin jo ensinnäkin edeltävien tutkimusten puutteen vuoksi, jolloin mitään vertailukohtaa entiseen ei ollut käytettävissä. Toiseksi tutkimustulosten jatkokäsittelyn kannalta oli oleellista, että vastaajien, eli tutkittavien palveluiden käyttäjien, omat toiveet ja ideat saataisiin kuuluviin. Tutkimusotetta päätettiin laajentaa kvantitatiivis-kvalitatiiviseksi. Lomakekyselyyn lisättiin yhteensä 16 kvalitatiivisia asioita mittaavaa avointa kysymystä, joista osalla pyrittiin saamaan täydennystä kvantitatiivisia asioita mittaaviin kysymyksiin. Kvantitatiivisia kysymyksiä oli yhteensä 31.

Kun kysymykset oli muotoiltu, vietiin kysymyslomake verkkolomakemuotoon käyttäen e-lomake - verkkopalvelua. Lomake muotoiltiin järjestelmälliseksi ja mahdollisimman helppolukuisiksi. Kysymysten muotoa hiottiin vielä ytimekkäämmäksi ja niitä tarvittaessa lyhennettiin, jotta vastaaminen olisi vaivatonta, eikä lomakkeen täyttäminen vaikuttaisi liian aikaa vievältä tai olisi työlästä. Lopuksi lomakkeelle tehtiin testaus ja siinä esiin tulleet asiat korjattiin. Lomakkeen valmistuttua laadittiin saatekirje, joka lähetettiin lomakelinkin kanssa toimeksiantajalle hyväksyttäväksi. Toimeksiantaja antoi korjausehdotuksensa lomakkeen ja saatekirjeen suhteen, joiden perusteella molempia hieman lyhennettiin. Lomakkeen kysymyksiä tiivistettiin ja muutamia poistettiin. Saatekirjettä lyhennettiin ja tiivistettiin.

Ennen postittamista tutkimuksen kohderyhmän rajaamista pohdittiin syvällisemmin ja siitä valikoitiin pienempi otanta. Otantaa rajattiin aikamääreellisesti siten, että kysely tehtiin vain sellaisille ratsastajille jotka olivat osallistuneet Suomessa vähintään yhteen monipäiväiseen kilpailuun koulu- tai esteratsastuksessa kauden 2014 aikana. Kilpailukausi 2014 alkoi 1.1.2014 ja päättyi 31.12.2014. Kauden aikana järjestettiin kaikkialla Suomessa yli 500 alue- ja kansallisen tason ratsastuskilpailua, joihin osallistui yhteensä yli 5000 ratsastajaa. Joukosta päätettiin valita seitsemän kouluratsastuskilpailua ja seitsemän esteratsastuskilpailua, joiden osallistujista muodostuisi tutkimuksen otantaryhmä. Molempien lajien kilpailut valittiin maantieteellisin, sekä osallistujamäärän perustein siten, että valikoidut kilpailut sijoittuivat tasaisesti eripuolille Suomea. Niiden osallistujamäärät olivat alueidensa suurimpia ja kilpailuluokkien tarjoama mahdollisimman laaja. Kilpailujen tiedot saatiin Suomen Ratsastajainliiton ylläpitämästä avoimesta, verkossa toimivasta KIPA-kilpailujärjestelmästä.

Otantaryhmä koostui yhteensä 14 eri kilpailuun osallistuneista ratsastajista. Tutkimukseen valitut esteratsastuskilpailut kilpailtiin kaikki 3-tasolla, eli vanhalta nimeltään kansallisella tasolla. Tutkimuskohteiksi valitut estekilpailut käytiin 16.-20.7.2014 Kemiössä, 18.-20.7.2014 Rovaniemellä, 12.-15.6.2014 Ypäjällä, 28.-31.8.2014 Helsingissä, 8.-10.8.2014 Lappeenrannassa, 4.-6.7.2014 Savonlinnassa ja 15.-17.8.2014 Tuurissa. Koulukilpailut käytiin 13.-15.6.2014 Tampereella, 17.-20.7.2014 Lappeenrannassa, 12.-15.6.2014 Ypäjällä, 29.-30.8.2014 Virolahdella, 24.-25.5.2014 Helsingissä, 12.-13.7.2014 Haukiputaalla ja 24.-25.5.2014 Kiuruvedellä. Kaikki valitut kilpailut olivat statukseltaan kansallista 3-tasoa, mutta niiden yhteydessä kilpailtiin myös useita aluetason luokkia. Kilpailut valittiin eri puolilta Suomea, koska tutkimustuloksia haluttiin mahdollisuuksien mukaan koko maan tilanteesta, vaikka tiedettiin että tietty määrä kansallisissa 3-tason kilpailuissa kilpailevista ratsastajista kilpailevat ympäri Suomen. Kyselyyn pyrittiin kuitenkin hankkimaan mahdollisuuksien mukaan näkökulmia eri paikkakunnilla asuvilta ratsastajilta.

Otantaryhmää ei ollut syytä rajata muuttujien perusteella esimerkiksi iän tai sukupuolen mukaan. Ratsastuksessa naiset ja miehet kilpailevat keskenään samassa sarjassa, ja ratsastajien ikäluokkakilpailuita lukuun ottamatta myös kaikki eri-ikäiset osallistujat kilpailevat kaikilla tasoilla aina samoissa kilpailuluokissa. Näin ollen kyselylomakkeessa taustatietona kysyttiin ainoastaan onko vastaaja täysi-ikäinen kilpailija vai alaikäisen kilpailijan huoltaja. Koska kyselyn tarkoitus oli saada tietoa kilpailijoiden mielipiteistä koskien majoitus- ja ravintolapalveluita, huomioitiin edellä mainituista syistä kaikki otantaryhmään kuuluneet vastaajat mielipiteiltään samanarvoisina.

Muuttujien perusteella jaottelulle ei ollut perustetta, sillä ratsastuskilpailuiden majoitus- ja ravintolapalveluiden asiakaskunta muodostuu tasaisesti kaikista otantaryhmään kuuluneista vastaajista ja palveluiden kehittämistä suunniteltaessa jokaisen palvelunkäyttäjän mielipide on samanarvoinen. Kyselyyn valittiin ainoastaan yksi muuttujia koskeva kysymys, jolla pyritään katsomaan mahdollisia eroja täysi-ikäisten kilpailijoiden ja alaikäisten kilpailijoiden huoltajien näkemyksissä.

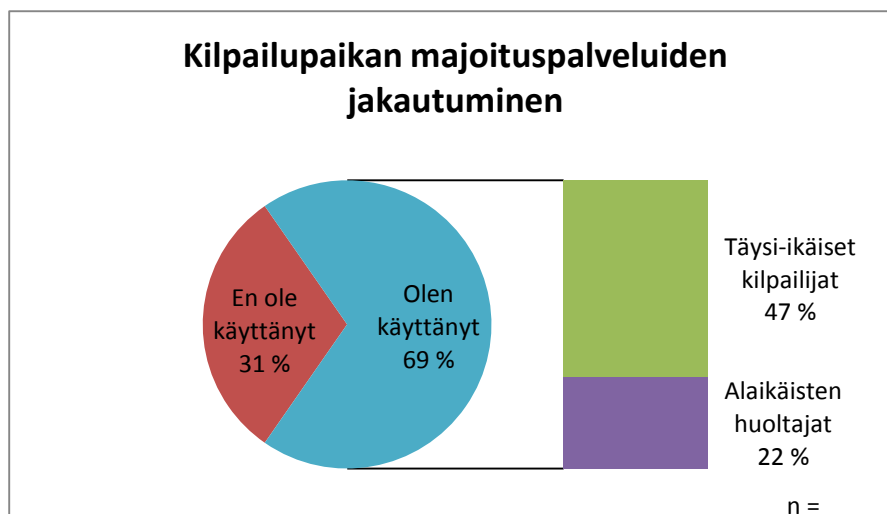
Saatekirjeen uusi versio lähetettiin linkeineen toimeksiantajalle uutta hyväksyntää varten. Toimeksiantaja hyväksyi toisen version ja liitteen 1 mukainen kirje postitettiin 1696 vastaanottajalle 5.3.2015. Liitteessä 2 nähtävä lomake oli avoinna e-lomake -palvelussa 17.3.2015 asti ja siihen vastasi yhteensä 163 henkilöä. Ensimmäisen päivän aikana kyselyyn vastasi 103 henkilöä, eli 63,19 % kaikista vastanneista. Kyselyn kokonaisvastausprosentti oli 9,61 %. Tulokset vietiin jatkokäsittelyä varten e-lomakkeesta suoraan Exceliin. Kvantitatiiviset tulokset laskettiin Excelin laskutoimintojen avulla ja niistä muodostettiin erilaisia diagrammeja. Avointen kysymysten vastaukset eriteltiin kukin omille välilehdilleen, vastausrivit järjestettiin aakkosjärjestykseen ja käytiin yksitellen läpi käyttäen tyypittely-menetelmää. Usein toistuvat sanat ja niiden synonyymit laskettiin hakutoiminnon avulla yhteen, ja massasta erottuvat kommentit ja ideat merkittiin analysointia varten. E-lomakepalvelun avulla muutamista kysymyksistä tehtiin myös ristiintaulukointia.

5 Tutkimuksen tulokset

Tutkimustulokset perustuvat 163 kohdehenkilön antamiin vastauksiin ja niitä on käsitelty analysointia varten e-lomake - palvelussa, sekä Excel -taulukointiohjelmalla. Tulosten kirjallista analysointia varten prosenttiluvut on pyöristetty lähimpään tasalukuun. Kyselyn ainoa pakollinen kysymys oli lomakkeen ensimmäinen, ja se koski vastaajan taustatietoa. Kysymyksessä pyydettiin ilmoittamaan onko lomaketta täyttävä henkilö täysi-ikäinen kilpailija, vai alaikäisen kilpailijan huoltaja. Täysi-ikäisten kilpailijoiden osuus vastanneista oli 71 %, jolloin alaikäisten kilpailijoiden huoltajia oli 29 %. Kyselyssä esitettiin 30 majoituspalveluita koskevaa kysymystä ja 17 ravintolapalveluita koskevaa kysymystä. Majoituspalvelut jakautuivat kilpailupaikalla tarjottuihin majoituspalveluihin ja kilpailupaikkakunnalla tarjottuihin majoituspalveluihin. Monivalintakysymysten vastausprosentti liikkui 77-100 % välillä ja avointen kysymysten vastausprosentti 35-95 % välillä. Kyllä/ei - kysymyksissä tarjottiin joissakin kysymyksissä useampia vastausvaihtoehtoja.

5.1 Majoituspalvelut

Ensimmäiseksi kysyttiin, ovatko vastaajat käyttäneet kilpailunjärjestäjän tarjoamia majoituspalveluita kilpailupaikalla. Kilpailupaikalla oli yöpynyt 69 % kaikista kysymykseen vastanneista, kun 31 % ei ollut käyttänyt kilpailupaikan majoituspalveluita.

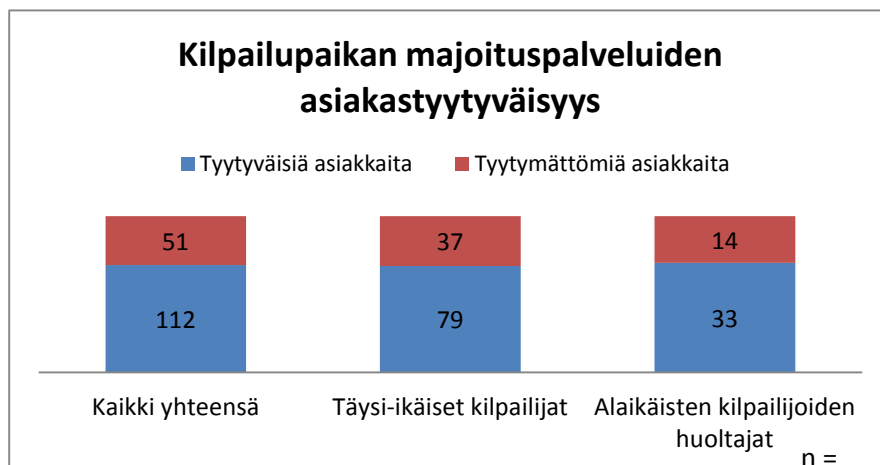


Kuvio 4: Kysymyksen 1 vastausten jakautuminen

Kaikkiaan 68 % kilpailupaikalla yöpyneistä henkilöistä oli täysi-ikäisiä kilpailijoita. Tulosten tulkitsemisessa on huomioitava, että kysymys ei kata alaikäisten yöpyjien osuutta. Tiedossa ei ole myöskään sitä, kuinka monta alaikäistä yhdellä huoltajalla on keskimäärin valvonnassaan. Kysymyksessä selvitettiin ainoastaan, kuinka täysi-ikäisten osuus kilpailupaikalla yöpyneistä jakautuu, sillä majoituspalveluita varaavat ja ostavat pääosin vain täysi-ikäiset henkilöt siitä huolimatta osallistuvatko he ratsastuskilpailuun itse.

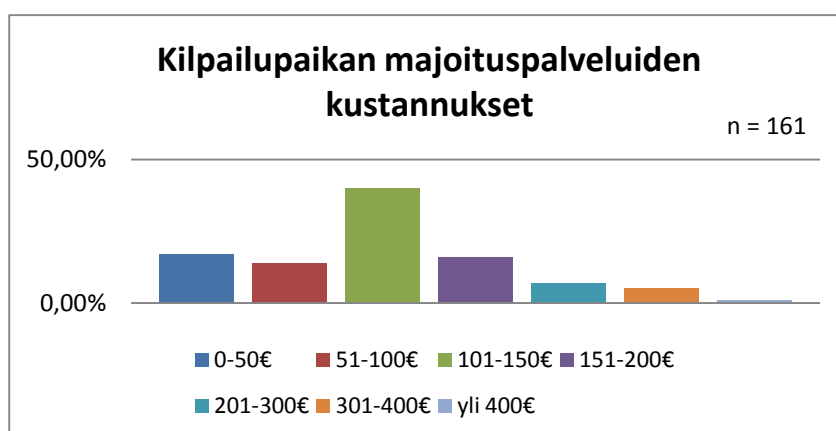
Seuraavaksi tiedusteltiin mitä kilpailunjärjestäjän tarjoamia majoituspalveluita kilpailupaikalla yöpyneet olivat käyttäneet. Kysymys oli avoin ja siihen sai vastata omin sanoin, sekä luetella useampia vaihtoehtoja. Vastanneita oli yhteensä 108 henkilöä, joista 52 kertoi yöpyneensä kurssikeskuksissa, 49 asuntolassa, 17 leirintäalueella tai leirikeskuksesta, 33 hevosauton sähköpaikalla ja 15 mökkimajoituksessa. Viisi vastaajaa ilmoitti käyttäneensä kaikkia edellä mainittuja majoituspalveluita. Kurssikeskuksista ja asuntoloista mainittiin nimeltä Ypäjä ja Kemio, leirintäalueista Savonlinna. Yksi vastaajista kertoi, ettei kilpailupaikalla ollut kertaakaan ollut tarjolla majoituspalveluita. Toinen vastaaja kertoi kilpailunjärjestäjän tarjoamien majoituspaikkojen olleen täysiä silloin, kun hän olisi majoitusta tarvinnut.

Seuraavassa kysymyksessä vastaajilta kysyttiin ovatko he olleet pääosin tyytyväisiä kilpailupaikalla tarjottuihin majoituspalveluihin. Kysymykseen vastasivat kaikki kyselyyn osallistuneet. Vastaajista 69 % oli pääosin tyytyväisiä kilpailupaikalla tarjottuihin majoituspalveluihin.



Kuvio 5: Kilpailupaikan majoituspalveluiden asiakastyytyväisyys

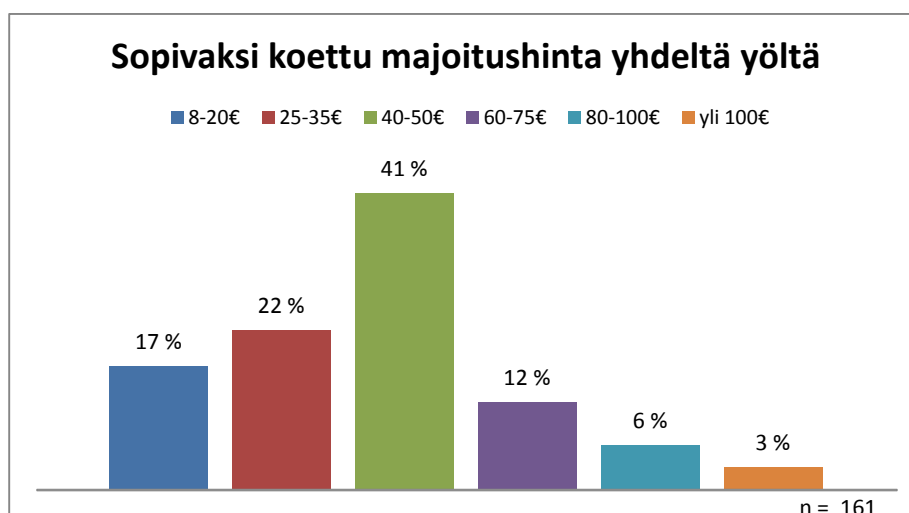
Asiakastyytyväisyys kilpailupaikkojen majoituspalveluihin oli hyvin tasaista niin täysi-ikäisten kuin alaikäisten kilpailijoiden huoltajienkin keskuudessa. Tulosten analysoinnissa tulee kuitenkin huomata, että kysymyksen ainoat vastausvaihtoehdot tyytyväisyyden suhteen olivat kyllä ja ei. Vastaajia kuitenkin kehoitettiin vastaamaan yleiskokemuksensa perusteella, eli olivatko he pääosin tyytyväisiä vai eivät. Seuraavaksi pyydettiin vastaajia arvioimaan kilpailupaikalla tarjottuihin majoituspalveluihin käyttämänsä kilpailukohtaista rahasummaa. Vastaajista 60 % käyttää kilpailuviikonlopun aikana majoitukseen kilpailupaikalla alle 150€, kun 40 % maksaa majoittumisestaan 150€ tai enemmän.



Kuvio 6: Majoituskustannukset kilpailupaikalla

Vastaajista noin 40 % maksaa majoituksestaan keskimäärin 100-150€. Kaikkien vastausten perusteella majoituksen keskihinnaksi saadaan 130€. Keskihinnan laskusta jätettiin vääristymän vuoksi yksittäinen, skaalasta olennaisesti poikkeava kustannusarvio. Arvion mukaan kyseinen vastaaja käyttää omaan majoittumiseensa kilpailupaikalla keskimäärin 700€ kilpailua kohden, kun toiseksi suurimmat majoituskustannukset nousivat 400€ euroon. Pienimmät arviot majoituskustannuksista olivat suuruudeltaan 20€.

Seuraavassa kysymyksessä pyydettiin vastaajia arvioimaan kilpailupaikalla vietetylle majoitusyöllä sopivaa, realistista hintaa. Yli 80 % kysymykseen vastanneista arvioi, että sopiva majoitushinta yhdeltä yöltä olisi enintään 50€. Vastaajista 41 % ilmoitti sopivaksi hinnaksi 40-50€. Kaikkien hinta-arvioiden yhteenlasketuksi keskiarvoksi tuli 48€ majoitusyöltä. Vastaajista 18 % oli valmis maksamaan majoituksestaan 60-100€ yöltä, 116:sta kysymykseen vastanneesta henkilöstä kaksi koki sopivaksi hinnaksi noin 200€. Muusta skaalasta poikkesi yksi vastaaja, joka arvioi kohtuulliseksi majoitushinnaksi 400€. Majoituksen tinkisi alle 40 euroon 39 % vastanneista. Alin hinta-arvio 8€.



Kuvio 7: Asiakkaiden määrittelemä kohtuullinen majoitushinta

Tämän kysymyksen tuloksia tulkitessa on muistettava että kysymyksessä ei määritelty kuinka monen henkilön yöpyminen vastaajan arvioimaan hintaan sisältyy. Taulukon tulkitsemisessa voi kuitenkin käyttää apuna kysymyksen 14 tuloksia.

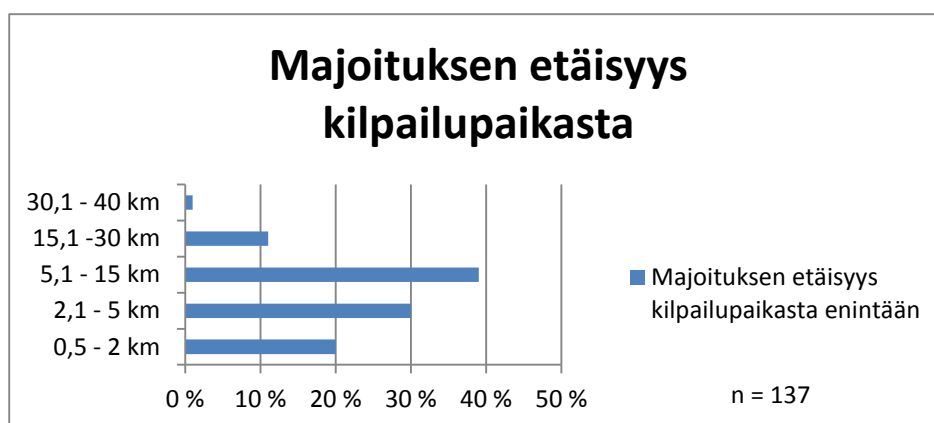
Seuraavassa kysymyksessä vastaajilta kysyttiin, mitä asioita he toivoisivat parannettavan kilpailupaikan majoitusjärjestelyissä. Kohennusta toivottiin ruokailujärjestelyihin, hinta-laatusuhteeseen, saatavuuteen, sijaintiin, perusmukavuuksiin, sähköpaikkojen järjestelyihin, sekä käytännön asioihin. Aamiaista toivottiin tarjottavan kisapaikan lähellä ja riittävän aikaisin, joko lisämaksusta tai sisältyen majoitushintaan. Ruokailumahdollisuuksia toivottiin myös iltaan asti, sijaintia majoituksen yhteydessä, joustavuutta aukioloihin, sekä parempia mahdollisuuksia valmistaa ruokaa itse. Lähes 40 % vastanneista toivoi hinta-laatusuhteeseen parannusta. Vastaajakunta jakautui toiveissaan kahteen ryhmään; osa toivoi laadukkaampaa majoitusta nykyiseen hintatasoon verrattuna, ja osa toivoi nykytilannetta huokeampia hintoja eikä kaivannut luksusta.

Majoitukseen toivottiin erihintaisia vaihtoehtoja, useampi vastaaja ehdotti että majoitustarjonta jaettaisiin edullisiin ja vaatimattomiin, sekä hinnakkaampiin ja tasokkaampiin vaihtoehtoihin. Majoituspalveluiden saatavuutta ja tarjontaa toivottiin lisää, läheistä sijaintia hevosten majoituspaikkaan ja kilpailualueeseen, sekä tarkempaa tiedotusta majoitustilojen ja sähköpaikkojen saatavuudesta, varustelusta ja sijainnista. Vastaajat toivoivat kiinnitettävän enemmän huomiota majoituksen perusmukavuuksiin ja käytännön asioihin, esimerkiksi saniteettitilojen kapasiteettiin ja siisteyteen, lämmitykseen, rauhallisuuteen ja äänieristykseen, sekä joustaviin saapumis- ja lähtöaikoihin. Vastaajat toivoivat myös mahdollisuutta majoittua koiran kanssa. Sähköpaikkoja pidettiin lähtökohtaisesti liian kalliina ja sähköverkkoja huonoina. Autoissa majoittuville toivottiin kattavampia ja siistimpiä sosiaalitylöitä ympärivuorokautisella aukiololla, sekä riittävästi lämmintä vettä.

Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin, ovatko vastaajat käyttäneet kilpailujen lähialueella tai paikkakunnalla muita kuin kilpailunjärjestäjän tarjoamia majoituspalveluita. Kysymykseen vastanneista 67 % oli majoittunut muualla kuin kilpailupaikalla. Jatkokysymyksenä pyydettiin kertomaan mitä majoituspalveluita vastaajat olivat käyttäneet. Kysymys oli avoin, joten siihen sai vastata useamman vaihtoehdon. Vastanneista 81 % oli majoittunut hotellissa tai kesähotellissa, vuokramökeissä 29 %, leirintäalueella 11 % ja hostellissa 7 %. Maatilamajoituksessa, B&B-majoituksessa ja yksityisissä majoituspalveluissa oli yöpynyt kussakin 4 % vastanneista. Motellissa oli yöpynyt 2 % vastanneista.

Seuraavaksi kysyttiin onko majoituksen löytäminen kilpailupaikan ulkopuolelta ollut vastaajien mielestä pääosin helppoa. Hankalaksi majoituspaikan löytämisen koki 21 %, kun 79 % oli sitä mieltä että majoitus löytyy helposti. Kymmenes kysymys koski majoituspalveluiden saatavuutta. Vastaajilta kysyttiin, onko heidän mielestään majoituspalveluiden saatavuus kilpailupaikan lähistöllä ollut riittävä. Kysymykseen vastanneista 59 % oli sitä mieltä, että majoituspalveluiden saatavuus on ollut riittävä, ja 41 % piti saatavuutta riittämättömänä. Seuraavaksi kysyttiin, olivatko vastaajat saaneet kilpailunjärjestäjiltä apua majoitusten järjestämiseen.

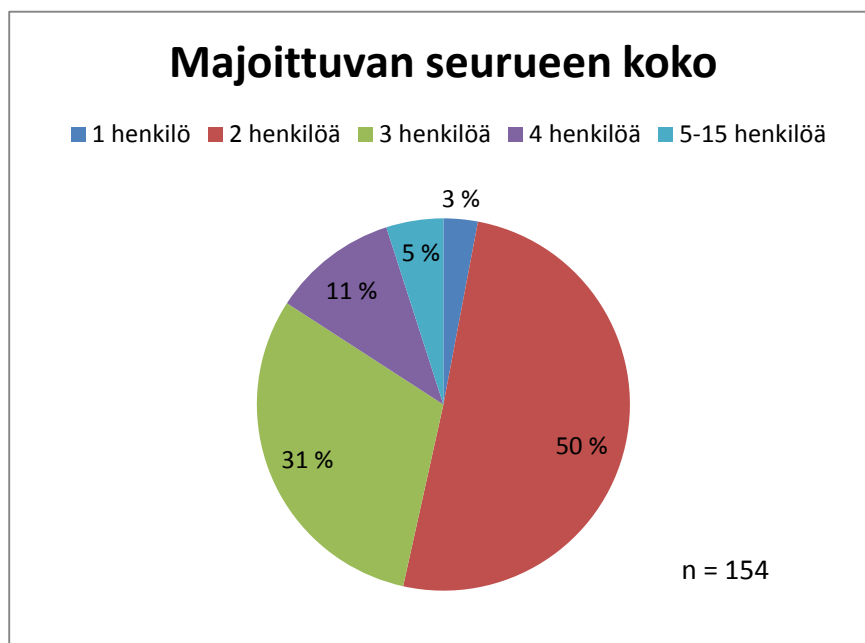
67 % ei ollut saanut apua majoitusjärjestelyiden tekemiseen. Tuloksen tulkinnassa on otettava huomioon, ettei kysymystä tarkennettu oliko järjestelyapua pyydetty, oliko sitä erikseen tarjottu, tai miten vastaajat avun kokivat. Esimerkiksi koettiin pelkkä tiedottaminen apuna, vai saatiinko majoitusjärjestelyihin apua erikseen pyydettyä. Vastaajista 70 % oli sitä mieltä, että majoitus on löytynyt yleensä tarpeeksi läheltä, kun 30 % piti etäisyyttä kilpailupaikan ja majoituksen välillä liian pitkänä. Täydentävänä kysymyksenä kysyttiin miten kaukana kilpailijoiden majoitus saisi vastaajien mielestä enimmillään sijaita suhteessa kilpailupaikan ja hevosten majoitukseen, olettaen että hevoset majoitetaan kilpailualueelle tai sen lähelle. Suurin osa vastaajista toivoisi majoituksen löytyvän alle 15 kilometrin säteellä.



Kuvio 8: Majoituksen ja kilpailupaikan välinen etäisyys

Enintään 15 kilometrin päähän kilpailualueesta haluaisi majoittua 89 % vastanneista, ja heistä 20 % ilmoitti sopivaksi etäisyydeksi enintään 2 kilometriä. Kaikkien kysymykseen annettujen vastausten mediaani oli 10 kilometriä ja keskiarvo 8,7 kilometriä.

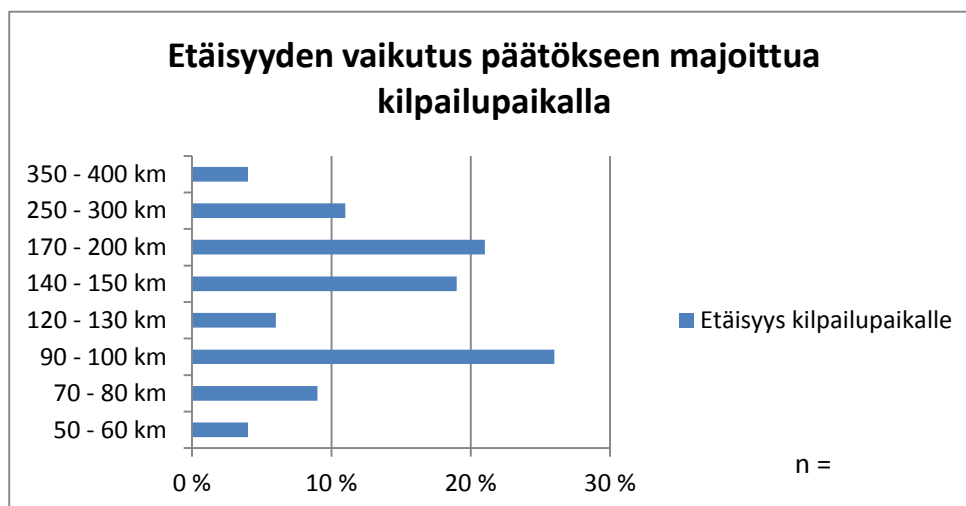
Seuraava kysymys käsitteli majoitusseurueen kokoa. Vastaajilta kysyttiin kuinka monta henkilöä heidän majoituspalveluita käyttävään seurueeseensa keskimäärin kuuluu. Lähes puolet kysymykseen vastanneista majoittuu kahden henkilön seurueissa ja kolmannes kolmen hengen seurueissa. Yli viiden henkilön seurueista kaksi kolmesta käsitti 5-6 henkilöä.



Kuvio: 9 Majoitusseurueen henkilömäärä

Kysymykseen saatuja vastauksia majoitusseurueen koosta voidaan hyödyntää myös tutkimuksen muita tuloksia tulkitessa, kun otetaan vastauksia lukiessa huomioon, että yleisin seurueen koko on 2-3 henkeä.

Seuraavaksi kysyttiin kuinka pitkää matkaa vastaajat pitävät vähimmäisrajana sille, että päättävät majoittua kilpailupaikalla. Toisin sanoen pyydettiin määrittelemään vähimmäisraja ajomatkan pituudelle, että monipäiväisessä kilpailussa yövytään paikanpäällä sen sijaan että ajetaan joka päivä kilpailuihin edestakaisin. Kysymykseen saadut vastaukset jakautuivat 150 kilometrin molemmin puolin. Lyhyimmäksi yhden suunnan matkaksi ilmoitettiin 50km ja pisimmäksi 400km. Vastausten mediaani oli 150 ja keskimääräinen matkan pituus kaikkien vastausten perusteella 157km.



Kuvio 10: Etäisyyden vaikutus majoitukseen

Kaikista kysymykseen vastanneista 64 % majoittuu kilpailupaikalla tai -paikkakunnalla kun matkan pituus on vähintään 150 km. Luku kasvaa 85 %:iin kun etäisyys kilpailupaikalle on 200 kilometriä, ja 300 kilometrin etäisyydellä yöpyy jo 96 %. Kun tuloksia tulkitaan kilpailunjärjestäjän näkökulmasta tarkoituksena laskea yksittäisen kilpailun majoitustarvetta, tulee kuviota 10 katsoa siten, että 50-60 kilometrin matkan päästä saapuvista kilpailijoista majoitusta tarvitsee 4 %, 70-80 kilometrin matkan päästä saapuvista 9 % ja niin edelleen.

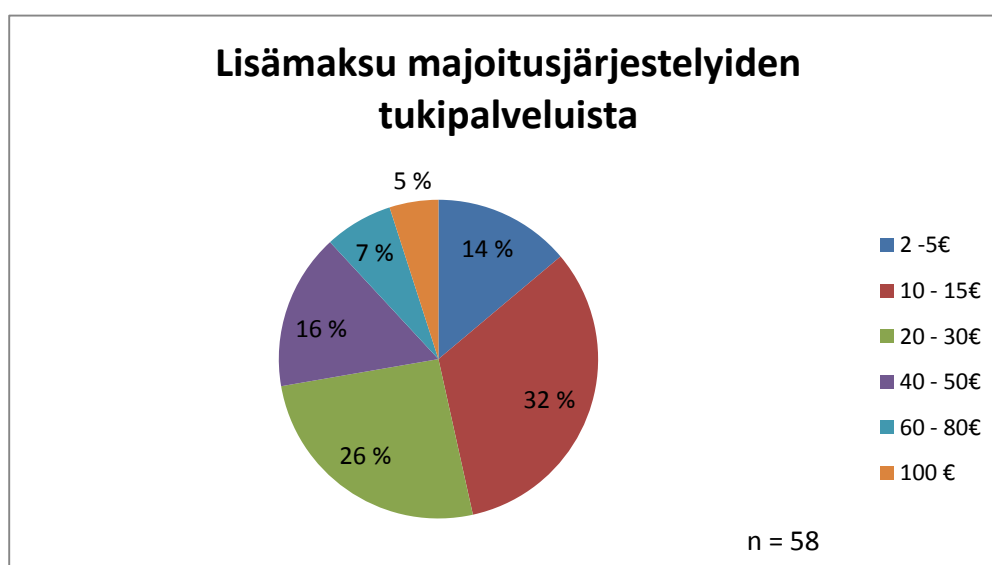
Seuraavassa kysymyksessä vastaajilta kysyttiin haluaisivatko he majoittua mieluummin kilpailupaikalla vai muussa majoituspalvelussa kilpailupaikkakunnalla. Kysymykseen vastanneista 83 % haluaisi mieluiten majoittua kilpailupaikalla. Täydentävänä kysymyksenä pyydettiin perustelemaan valintaa. Kysymys oli avoin ja siihen sai omin sanoin vastata myös useamman perusteen. Yleisin perustelu majoittumiselle kilpailupaikalla oli ylivoimaisesti se, että haluttiin käytännön syistä yöpyä mahdollisimman lähellä hevosen majoitusta. Hevosesta huolehtimisen mainitsi noin 46 % kaikista kysymykseen vastanneista. Eräs vastaaja huomautti, että hevosten takia paikanpäällä täytyy yöpyä itse, koska kilpailunjärjestäjät eivät tarjoa hevostenhoitopalveluita, vaikka niistä oltaisiin valmiita maksamaan. Muita syitä kilpailupaikalla majoittumiseen olivat helppous ja aikataulut, hinta, tuttavien tapaaminen ja viihtyminen kilpailupaikalla. Kilpailupaikan ja majoituspaikan välinen liikkuminen koettiin hankalaksi ja siinä haluttiin säästää aikaa, sekä välttää ylimääräistä hevosautolla ajamista hankalan liikkumisen vuoksi. Yksi vastaaja oli sitä mieltä, että kilpailuihin edestakaisin ajaminen tulee halvemmaksi kuin paikanpäällä majoittuminen.

Muita majoituspalveluita käytettiin mieluummin hyvän aamiaistarjoilun, rauhallisuuden, ilmastoinnin, oman kylpyhuoneen ja siisteyden vuoksi. Yleisimmin syyksi mainittiin majoituksen parempi taso ja mukavuus. Osa vastaajista myös halusi välillä irtautua kilpailuiden hälinästä, sekä rentoutua omassa rauhassa, sekä päästä lähemmäs muita paikkakunnan aktiviteetteja huoltojoukkojen viihtymisen vuoksi. Eräs vastaaja kertoi, että ainoa huono puoli majoittumiseen kilpailualueen ulkopuolella oli aikainen herääminen hevosen aamuruokinnan vuoksi.

Seuraavaksi kysyttiin kokivatko vastaajat majoituspaikan hankkimisen yleensä helpoksi vai hankalaksi. Majoituksen järjestämistä piti helppona 75 % ja hankalana 25 % kysymykseen vastanneista. Kilpailunjärjestäjien aktiivisuutta majoituksen tarjoamisessa ja järjestämisessä käsiteltiin seuraavassa kysymyksessä. Vastaajista 68 % oli sitä mieltä, että kilpailunjärjestäjien pitäisi olla nykyistä aktiivisempia majoituspalveluiden tarjoamisessa ja järjestämisessä, kun 32 % koki että nykyiset toimet ovat riittäviä. Kysymyksessä numero 20 tiedusteltiin, pitäisikö kilpailunjärjestäjien nykyistä enemmän tiedottaa majoitusvaihtoehdoista kilpailupaikalla ja kilpailupaikkakunnalla. Kysymyksessä sai vastata molempiin kyllä -vaihtoehtoihin. Kysymykseen vastanneista 56 % koki, että kilpailupaikalla järjestettävästä majoituksesta tulisi tiedottaa enemmän, 61 % toivoi enemmän tiedotusta kilpailupaikkakunnan muista majoitusvaihtoehdoista, ja 17 % oli sitä mieltä, ettei tiedotusta majoituspalveluista tarvitse lisätä.

Vastaajilta kysyttiin seuraavaksi, pitäisikö majoitusvaihtoehtoja olla tarjolla enemmän kuin yksi. Useampia majoitusvaihtoehtoja toivoi 93 % vastanneista ja 7 % koki, ettei enempää vaihtoehtoja tarvita. Seuraavassa kysymyksessä vastaajia pyydettiin täydennyksenä edelliseen kysymykseen tarkentamaan, millaisia majoitusvaihtoehtoja toivottaisiin tarjottavan. Kysymys oli avoin ja vastauksissa lueteltiin erilaisia majoitusvaihtoehtoja, sekä muita toiveita majoituspaikan suhteen. Majoituspalveluista eniten kannatusta saivat hotelli- ja mökkimajoitus, joita kumpaakin ehdotti hieman reilu 20 % vastaajista. Majoitusta toivottiin tarjottavan myös asuntoloissa, hostelleissa, kurssi- ja leirikeskuksissa, B&B -majoituksessa, leirintäalueilla, vuokrahuoneistoissa ja maatilamajoituksessa. Kilpailunjärjestäjien toivottiin neuvottelevan ryhmälennuksia ja sopimushintoja paikallisiin majoitusliikkeisiin. Majoituspalveluilta toivottiin siistejä ja toimivia peseytymistiloja, hyvää hinta-laatu -suhdetta, joustavuutta saapumis- ja lähtöajoissa, läheistä sijaintia kilpailupaikkaan nähden, ruokailu- tai ruuanlaittomahdollisuutta, rauhallisuutta ja omaa tilaa, mahdollisuutta lemmikin majoittumiseen, tilavia perhehuoneita ja majoitustiloja isommalle porukalle, sekä helppoa tavoitettavuutta ja liikkumista. Lisäksi moni toivoi erihintaisia ja -laatuisia majoitusvaihtoehtoja, esimerkiksi yksi edullisempi ja yksi tasokkaampi vaihtoehto. Eräs vastaaja ehdotti erillistä, vain hevosenhoitajille tarkoitettua majoitusta mahdollisimman läheltä tallialuetta.

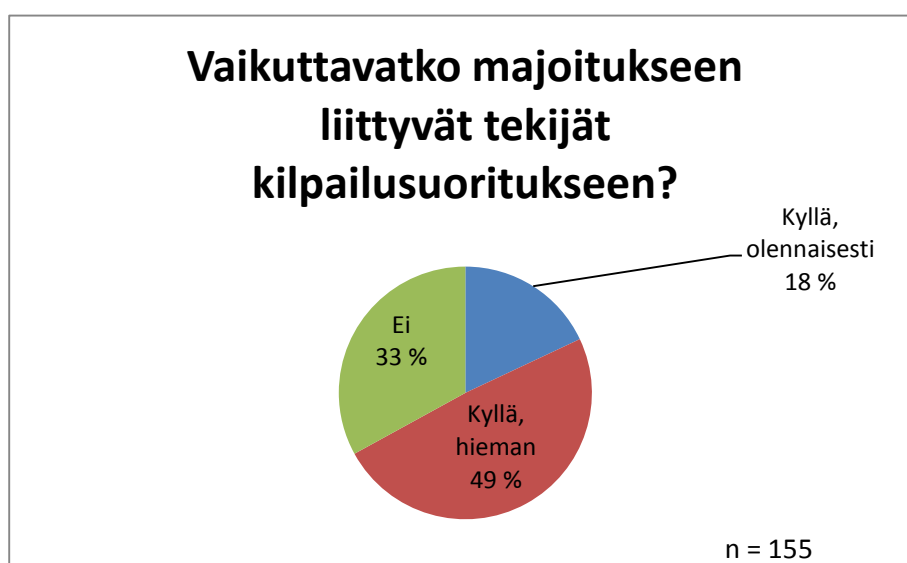
Vastaajilta kysyttiin, olisivatko he valmiita maksamaan lisämaksua majoitusjärjestelyiden organisoimisesta kolmannelle osapuolelle tai kilpailunjärjestäjälle. Vastausvaihtoehdoista sai valita molemmat kyllä - vastaukset. Kysymykseen vastanneista 49 % ei ollut halukas maksamaan lisämaksua. Valmiista majoituspaketista suostuisi maksamaan lisämaksua 38 % vastaajista, ja yksilökohtaisesta palvelusta 20 %. Molemmista lisäpalveluista oli valmiita maksamaan 8 % vastaajista. Majoituspaketissa lisämaksu lasketaan paketin kokonaishintaan, mutta lisämaksun sopivaa osuutta kokonaishinnasta ei tutkittu enempää. Vastaajilta sen sijaan kysyttiin, kuinka paljon he olisivat valmiita maksamaan lisämaksua yksilöllisestä majoitusneuvonnasta, sekä avusta majoituksen hankinnassa, järjestelyissä ja varausten tekemisessä. Kysymyksen vastausprosentti oli 36 % koko kyselyyn vastanneiden lukumäärästä.



Kuvio 11: Majoitusjärjestelyiden lisämaksu

Kysymykseen vastanneista 86 % olisi valmis lisäämään majoituksensa hintaan 10€, mikäli saisivat henkilökohtaista apua majoitusjärjestelyiden hankinnassa. Tällöin 20 euron lisähintaa olisi valmis maksamaan 54 % vastanneista. Vastaajista 5 % olisi valmiita maksamaan henkilökohtaisesta lisäpalvelusta sata euroa. Tuloksia tulkittaessa on hyvä huomioida että kysymyksessä pyydettiin arvioimaan vastaajien mielestä palvelulle sopiva hinta, ei pienintä tai suurinta hintaa jonka he pystyisivät siitä maksamaan. Tämä voidaan tulkita siten, että vastaajat maksaisivat ilmoittamansa lisähinnan mielellään, mikäli saisivat vastineeksi toivomaansa palvelua. Vastausten perusteella keskimääräiseksi lisäpalvelun hinnaksi saatiin 27€. Kun kaikki kysymykseen vastanneiden arvioimat lisämaksut lasketaan yhteen, loppusummaksi muodostuu noin 1500€.

Seuraavaksi kysyttiin, vaikuttavatko majoitukseen liittyvät tekijät vastaajien päätöksiin osallistua yksittäisiin kilpailuihin. Kysymyksen kyllä -vastausvaihtoehdot olivat saatavuus, hinta ja palvelun laatu, ja niistä sai valita useamman. Vastaajista 30 % ilmoitti, etteivät majoitukseen liittyvät tekijät vaikuta siihen, päättävätkö he osallistua yksittäisiin kilpailuihin vai eivät. Tällöin 70 %:lla kilpailijoista majoitukseen liittyvät tekijät vaikuttavat päätökseen osallistua kilpailuun. Kysymykseen vastanneista 55 % kokivat majoituksen hinnan vaikuttavan päätökseensä. Majoituksen saatavuus vaikutti 38 %:iin, ja majoituspalveluiden laatu 15 %:iin vastanneista. Kysymyksessä 26 jatkettiin tutkimusta majoituspalveluiden vaikutuksesta kilpailuihin osallistumiseen. Vastaajilta kysyttiin, kokevatko he majoitukseen liittyvien tekijöiden vaikuttavan kilpailusuoritustensa onnistumiseen.



Kuvio 12: Majoituksen vaikutus suoritukseen

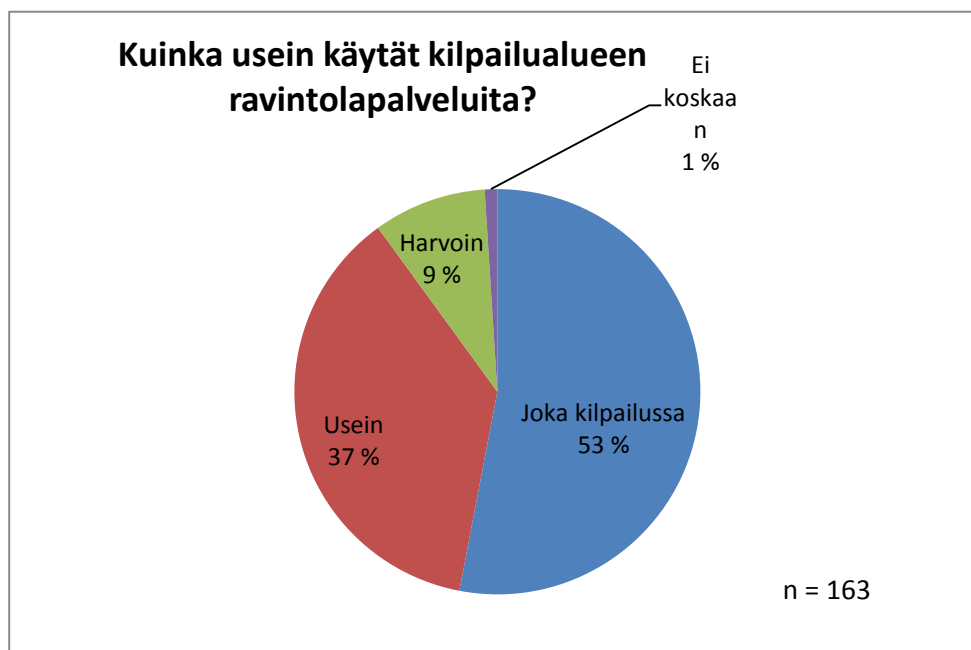
Noin kolmannes vastaajista koki, ettei majoitukseen liittyvillä tekijöillä ollut vaikutusta heidän kilpailusuorituksiinsa. Kaksi kolmasosaa kilpailijoista kokee majoituksen vaikuttavan suorittamiseensa jollain tavalla. Vastaajia pyydettiin seuraavaksi täydentämään edellistä kysymystä ja kertomaan, millä tavoin majoitus vaikuttaa kilpasuorituksiin. Vastauksissa esiin nousi kaksi merkittävintä tekijää. Hyvä, sujuva ja lähellä sijaitseva majoitus vähentää kilpailijan kiirettä, stressiä ja auttaa keskittymään suoritukseen. Kilpailusuoritukseen keskittymistä edistävät riittävä lepo ja hyvät yöunet, hyvä sänky myös vähensi selkäkipuja ja auttoi rentoutumaan. Miellyttävä ympäristö ja mukava, siisti majoitus parantavat viihtyvyyttä, sekä auttavat jaksamaan. Yleisesti korostettiin, että majoittumisen tulisi olla mahdollisimman helppoa ja sujuvaa, sillä se vähentää kilpailuviikonlopun stressiä ja parantaa mahdollisuuksia keskittyä itse kilpailuun.

Seuraava kysymys käsitteli onnistunutta majoituspalvelua. Vastaajilta kysyttiin millainen on heidän mielestään onnistunut kilpailumajoitus ja he saivat vastata kysymykseen omin sanoin. Kaikkien vastausten perusteella onnistunut majoitus sijaitsee lähellä kilpailupaikkaa (48 % vastanneista), sisältää aamiaisen tai muun ruokailumahdollisuuden (37 %), on rauhallinen (33 %), on hinta-laatu - suhteeltaan järkevä ja mielellään edullinen (29 %), on siisteystasoltaan hyvä (21 %), tarjoaa siistit ja toimivat sosiaalitulat (20 %), sekä mahdollistaa oman huoneen ja yksityisyyttä (12 %). Vastaajista 8 % oli sitä mieltä että onnistunein majoitus löytyy hotellista. Majoituksen onnistumiseen vaikuttavat myös hyvä sänky, joustavuus, saatavuus ja sujuvat järjestelyt. Onnistuneissa majoitusjärjestelyissä saatavilla on valikoima useampia vaihtoehtoja, eikä kaikkien vaihtoehtojen tarvitse olla luksusta. Sähköpaikkojen palveluihin toivottiin useita parannuksia. Hevosautojen ja leiriytymisalueen sijoitteluun toivottiin parempaa suunnittelua, sekä alueen yörauhaan merkittävää kohennusta. Sähkön riittävyteen toivottiin kiinnitettävän huomiota, sekä WC- ja pesutilojen aukioloon ja saatavuuteen huomattavaa laajennusta.

Jatkokysymyksenä edelliselle vastaajilta kysyttiin, mitkä seikat olivat heidän mielestään majoituspalveluissa välttämättömiä. Kysymys oli avoin ja siihen sai luetella vapaasti useampia tekijöitä. Välttämättömimpinä asioina pidettiin hyviä ja käyttäjämäärään nähden riittäviä WC- ja peseytymistiloja (75 %), ruokailu- tai ruuanlaittomahdollisuutta päivän kaikilla aterioilla (42 %), hyvää sänkyä ja liinavaatteita (22 %), rauhallisuutta ja hiljaisuutta (15 %), sekä siisteyttä (12 %). Majoituspalveluissa koettiin välttämättömiksi tekijöiksi myös majoittumisen helppous ja toimivuus, yksityisyys, lämmitys ja ilmastointi, lämmin vesi, kohtuullinen hinta, tavaroiden kuivatusmahdollisuus, laatu, sekä asiakaspalvelu. Lopuksi kysyttiin, ovatko nykyiset majoituskäytännöt kilpailuissa vastaajien mielestään riittäviä. Kysymykseen vastanneista 54 % oli sitä mieltä että nykykäytännöt ovat riittäviä, ja 46 % näki niissä kehittämisen varaa.

5.2 Ravintolapalvelut

Seuraava kysymys siirtyi ravintolapalveluihin. Vastaajilta kysyttiin, kuinka usein he ovat käyttäneet kilpailupaikan ravintolapalveluita. Vastausvaihtoehdot olivat joka kilpailussa, usein, harvoin, ja ei koskaan. Vaihtoehtoista sai valita vain yhden. Kuviossa 13 on esitetty vastausten jakautuminen. Vastaajista 99 % käyttää kilpailupaikan ravintolapalveluita ainakin silloin tällöin, ja yli puolet joka kilpailussa. Kysymykseen vastanneista 1 % ei käytä ravintolapalveluita kilpailupaikalla koskaan.



Kuvio 13: Kuinka usein kilpailupaikan ravintolapalveluita käytetään

Lähes kaikki kyselyyn vastanneet siis olivat joskus käyttäneet kilpailupaikan ravintolapalveluita. Jatkokysymyksenä esitettiin, ovatko kilpailupaikkojen ravintolapalvelut olleet vastaajien mielestä valikoimaltaan tarpeeksi monipuolisia, laadukkaita, riittäviä, tai ei mitään edellä mainituista. Vaihtoehtoista sai valita useamman. Vastaajista 20 % oli sitä mieltä, että ravintolapalveluiden valikoimat ovat olleet riittävän monipuolisia, 11 % koki että valikoimat ovat olleet tarpeeksi laadukkaita, ja 28 % piti valikoimia riittävinä. Kysymykseen vastanneista 53 % oli sitä mieltä, etteivät kilpailupaikkojen ravintolapalvelut täyttäneet mitään edellä mainituista määritelmistä.

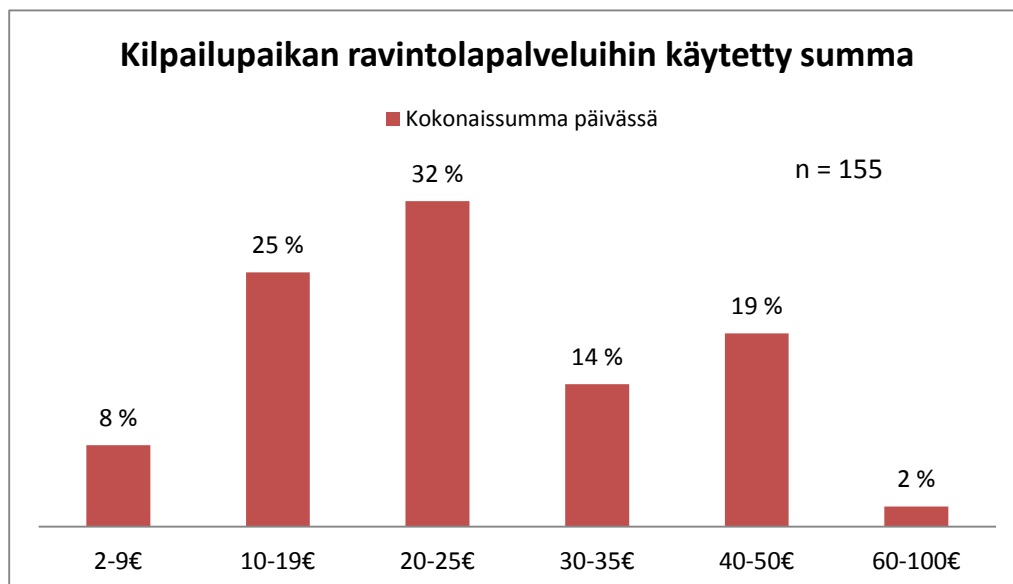
Seuraavaksi kysyttiin, mitä seikkoja kilpailunjärjestäjien tulisi vastaajien mielestä ottaa huomioon monipäiväisten kilpailuiden ravintolapalveluita järjestämisessä. Kysymys oli avoin, vastaajat kertoivat huomioitaan omin sanoin. Kysymykseen tuli runsaasti vastauksia. Kaikista kysymykseen vastanneista 46 % toivoi lämmintä perusruokaa, kotiruokaa, tai lounasta. 43 % vastanneista toivoi, ettei tarjolla olisi pelkkiä kahvilatuotteita vaan valikoima sisältäisi sekä ajan kanssa syötävää lämmintä ruokaa että nopeasti mukaan otettavaa välipalaa. Vastanneista 23 % haluaisi, että ruoka olisi terveellistä ja urheilijoille sopivaa. 22 % kaipasi ruokalistaan vaihtelua siten, ettei pääruoka olisi joka päivälle samaa, 19 % toivoi tarjottavan myös erihintaisia ja erityisesti edullisia tuotteita.

Vastaajat toivoivat kiinnitettävän huomiota myös aukioloaikoihin ja niistä tiedottamiseen, tuotteiden riittävyteen, kasvis-, allergia- ja erityisruokavalioiden huomioimiseen, ruuan laatuun, lämpötilaan ja tuoreuteen, tuotteiden helppouteen ja palvelun nopeuteen ja asiakaspalveluun. Moni kilpailija huomautti, että kilpailunjärjestäjien tulisi muistaa myös ravintolapalveluiden tarjonnassa se, että monipäiväisissä kilpailuissa kisapaikalla ollaan usein aamusta iltaan ja jopa yövytään. Nykyisellään ravintolapalvelut eivät monen mielestä kuitenkaan kohdanneet tarjonnallaan ruokailun tarvetta päivän eri aterioilla, vaan etenkin aamiainen ja illallinen jäävät puuttumaan. Tämän vuoksi useat vastaajat toivoivat myös ravintolapalveluiden laajempia aukioloaikoja, toisin sanoen aikaista aukeamisaikaa ja myöhäistä sulkemisaikaa.

Vastaajilta kysyttiin seuraavaksi, millaisia ravintolapalveluita he toivoisivat järjestettävän ja mitä tuotteita he haluaisivat ostaa. Vastaukset olivat linjassa edellisen kysymyksen kanssa. Huomattavasti eniten ja yli puolet vastaajista toivoi tarjottavan perus kotiruokaa, esimerkiksi mainittiin perunamuusi ja lihapullat, lasagne, kana ja kalaruuat, pataruuat, wok, pasta, makaronilaatikko, sekä muut laatikkoruuat. Salaatteja toivoi 31 % vastaajista ja 15 % halusi tarjolle keittoja, joista esimerkkeinä mainittiin lihakeitto, hernekeitto ja lohikeitto. Myös tämän kysymyksen vastauksissa korostui, että tarvetta on päivän eri aterioille. Vastaajat toivoivat aamiaista, lounasta, päivällistä, välipaloja, sekä kahvia. Yleisesti ruuan haluttiin olevan terveellistä, tuoretta, välipalojen helposti ja nopeasti syötäviä, kohtuullisen hintaista ja tarjonnaltaan päivittäin vaihtelevaa. Juomavalikoimaan toivottiin hiilihapottomia vaihtoehtoja, kuten mehua ja erityisesti pullovetä. Eräs vastaaja ehdotti että ruuassa saisi näkyä hie-man omaperäisyyttä ja paikallista kulttuuria. Tuotevalikoimaan haluttiin lisää kasvisvaihtoehtoja, hedelmiä, pähkinöitä, proteiinipatukoita ja -juomia, smoothieita, ja kesällä jäätelöä. Pieni osa vastaajista halusi tarjottavan myös pizzaa ja grillituotteita, sekä karkkia, mutta valtaosa vastanneista haluaisi kilpailunjärjestäjien ottavan huomioon, että kyseessä on urheilukilpailu. Vastaajat toivoivat urheilijoille tarjottavan terveellisempää ja ravitsevaa ruokaa.

Seuraavaksi kysyttiin, mitkä tekijät vaikuttavat vastaajien tekemiin tuotevalintoihin. Kysymys oli avoin, mutta esimerkkeinä mainittiin hinta, laatu ja terveellisyys. Mainitut esimerkit nousivat vastauksissa selkeimmin esille. Kysymykseen vastanneista 71 % ilmoitti tuotteiden hinnan, 56 % terveellisyyden, ja 51 % laadun vaikuttavan tuotevalintoihinsa. Toiseksi eniten tuotevalintoihin vaikuttivat tuotteiden monipuolisuus ja ravitsevuus, oma erikoisruokavaliotai allergia, sekä ruuan maku, tuoreus ja ulkonäkö. Edellä mainittujen tekijöiden lisäksi tuotevalintoihin kerrottiin vaikuttavan myös nopea saatavuus ja jonotusaika, kellonaika, saatavuus, annoskoko, raaka-aineet, sekä ympäristö. Muutama vastaaja ilmoitti, ettei mikään tekijä vaikuta heidän tuotevalintoihinsa, kaikki käy.

Seuraava kysymys käsitteli kilpailupaikalla ravintolapalveluihin käytettyä rahamäärää. Vastajia pyydettiin arvioimaan, kuinka paljon he käyttävät yhden päivän aikana rahaa kilpailupaikan ravintolapalveluihin. Tavanomaisin ostossumma on 20-25 euroa.



Kuvio 14: Ravintolapalveluihin käytetyt rahasummat

Yli puolet kysymykseen vastanneista arvioi käyttävänsä kilpailupaikan ravintolapalveluihin noin 10-25 euroa päivässä. Ääripäitä verrattaessa eniten ravintolapalveluihin rahaa käyttävä 2 % on ravintolapalvelulle 3,5 kertaisesti tuottoisampaa asiakaskuntaa kuin vähiten rahaa käyttävä 8 %. Tuottoisimmat ryhmät ovat 40-50 € käyttävä 19 %, sekä 20-25 € käyttävä 25 %. Kaikkien vastausten perusteella kilpailupaikan ravintolapalveluihin käytetään keskimäärin noin 25€ päivässä. Kysymykseen vastasi kaikkiaan 155 henkilöä. Mikäli kaikkien vastaajien keskimääräiset ostokset lasketaan yhteen, saadaan summaksi hieman yli 3800 euroa.

Seuraavaksi vastaajilta kysyttiin, minkälainen on heidän mielestään onnistunut ja epäonnistunut ravintolapalvelu kilpailupaikalla. Molemmissa kysymyksissä vastaukset hajaantuivat laajasti. Onnistuneen ravintolapalvelun tärkeimmäksi ominaisuudeksi erottui vastausten perusteella monipuolinen valikoima, sekä lämminruokatarjoilu. Onnistumiseen vaikuttivat myös järjestyksessä hinnoittelu ja ruokapalvelun ammattimainen toteutus. Onnistuneessa ravintolapalvelussa tärkeinä pidettiin tasaisesti myös ruuan terveellisyyttä, hyvää makua, tuotteiden tuoreutta, riittoa, sekä tuotteiden oikeaa lämpötilaa. Vastaajat pitivät onnistumisen edellytyksenä myös erikoisruokavalioiden huomioimista, nopeaa ja sujuvaa palvelua, hygieniatason ylläpitämistä, hyvää sijaintia kilpailukenttään nähden, tiedottamista, hyvää kahvia, sekä palvelun tarkkaa suunnittelemista ja siihen panostusta.

Itse tehtyjä leipomuksia pidettiin arvossa. Onnistuneessa ravintolapalvelussa haluttiin hyvää asiakaspalvelua, ruokailutilassa päästä säänsuojaan ja istumaan, aukioloaikoja pidemmiksi ja päivän eri aterioille sopiviksi. Eräs vastaaja tiivisti, että ravintolapalvelun tulisi sopia ylipääntään koko kilpailun profiiliin.

Epäonnistuneen ravintolapalvelun määritelmät olivat lähtökohtaisesti vastakohtia edellisen kysymyksen vastauksille. Yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että ravintolapalvelu on epäonnistunut jos valikoima on suppea, tarjolla ei ole lämmintä ruokaa ja ainoat tuotteet ovat kioskityyliä tai grilliruokaa. Epäonnistumista tarkoittaa myös, mikäli tuotteet ovat selkeästi ylihintaisia, juomat, ruoka tai astiat loppuvat kesken, ruoka on jäähtynyttä tai virvokkeet lämpimiä, ruoka tai kahvi on huonolaatuista ja perustuu pelkkiin eineksiin, tarjotaan sama menu kaikkina päivinä, tarjolla on pelkästään epäterveellisiä tuotteita, eikä hygieniasta ja siisteydestä ole huolehdittu riittävästi. Epäonnistumiseksi koettiin myös lyhyt aukioloaika, tuotteiden epäasianmukainen säilytys ja esille laitto, liian hienostunut tyyli, kaukainen sijainti kisa kenttään nähden, huonosti perehdytetty henkilökunta, puuttuvat tuoteselosteet, pelkkien lihatuotteiden tarjoaminen, sekä niukat ateriat.

Seuraavaksi vastaajilta kysyttiin, tulisiko heidän mielestään kilpailunjärjestäjien nykyistä enemmän panostaa ravintolapalveluiden järjestämiseen kilpailupaikalla. Kysymykseen vastanneista 86 % oli sitä mieltä, että ravintolapalveluihin tulisi panostaa enemmän, kun 14 % koki että nykyinen panostus riittää.

Seuraava kysymys käsitteli kilpailupaikkakunnan muita ravintola- ja ruokailupalveluita. Vastaajilta kysyttiin olivatko he käyttäneet kilpailupaikkakunnalla sijaitsevia muita ravintolapalveluita, kuin kilpailupaikalla tarjottuja. 91 % kertoi käyttäneensä kilpailupaikkakunnan ravintolapalveluita. Täydentävänä kysymyksenä esitettiin, haluaisivatko vastaajat mieluummin käyttää ravintolapalveluita kilpailupaikalla kuin muualla kilpailupaikkakunnalla. Vastaukseksi sai valita kyllä ja ei - vastausten lisäksi myös en osaa sanoa - vaihtoehdon. Kysymykseen vastanneista 70 % haluaisi ruokailla mieluummin kilpailupaikan ravintolapalveluissa, kuin muualla kilpailupaikkakunnalla, 20 % ei osannut vastata, ja 9 % ruokailee mieluummin muualla kuin kilpailupaikalla. Jatkokysymyksenä edelliselle, tiedusteltiin kuinka usein vastaajat käyttävät kilpailupaikkakunnan muita ravintolapalveluita. Joka kilpailun yhteydessä ravintolapalveluita käytti 23 % vastanneista, usein 43 % ja harvoin 30 %. Vastaajista 4 % ei käyttänyt muita ravintolapalveluita koskaan.

Seuraavaksi kysyttiin, mitä ravintolapalveluita vastaajat pääosin käyttävät kilpailupaikkakunnalla. Kysymys oli avoin ja siihen sai vastata omin sanoin, sekä luetella useampia vaihtoehtoja. Vastaajista 60 % kertoi käyvänsä ruoka- ja illallisravintoloissa, toiseksi suosituimmat kohteet olivat pikaruokaravintolat ja huoltoasemat. Noin 20 % vastaajista osti eväitä kilpailupaik-

kakunnalla ruokakaupasta. Osa vastaajista ruokaili hotellin ravintolassa, sekä paikallisissa lounaspaikoissa, kahviloissa ja grilleillä. Muutama vastaaja mainitsi erikseen käyttävänsä muita paikallisia ravintoloita ainoastaan silloin, jos kilpailupaikan ravintola on huono tai suljettuna. Yleisesti vastaajat olivat halukkaita kannattamaan kilpailunjärjestäjien tarjoamia palveluita.

Lopuksi vastaajilta kysyttiin, mitä kautta he etsivät edellisessä kysymyksessä mainitsemansa ravintolapalvelut. Valtaosa vastaajista (68 %) hankki tietoa netin kautta. Ravintolapalveluista saatiin tietoa paljon myös tuttavien ja paikallisten asukkaiden suositusten perusteella, kävelen tai autolla etsimällä, navigaattorilla, sekä ohi ajamalla ja sattuman perusteella. Suosituksia kysyttiin myös hotelleista ja muista majoituspaikoista. Osa vastaajista ilmoitti, että ravintolat ovat usein jo ennestään tuttuja. Jatkokysymyksenä vastaajia pyydettiin kertomaan, millä perusteella he valitsevat paikallisia ravintolapalveluita. Vastaukset hajaantuivat, mutta useimmiten perusteena olivat sopiva hinta, laaja valikoima ja kattava menu, etäisyys kilpailupaikkaan tai majoitukseen nähden, suositukset ja mainokset, helppous ja tavoitettavuus, nopeus, sekä ruuan laatu. Valintoihin vaikuttivat myös ravintolan houkuttelevuus ja omat mieliteot, viihtyisyys ja siisteys, ruuan terveellisyys, omat kokemukset, aukioloajat, sattuma, hyvä palvelu ja netistä löytyvät suositukset. Osa vastaajista suosi mieluiten varmaa valintaa, kuin ottivat riskejä ja kokeilivat uusia ravintolapalveluita.

5.3 Tulosten yhteenveto ja kehitysehdotukset

Tutkimuksessa saatujen tulosten mukaan kaikista tutkimuksen osa-alueista löytyy useita parannuskohteita kilpailuiden ravintola- ja majoituspalveluiden järjestämisessä. Majoituspalveluista toivottiin enemmän tiedotusta, useampia erilaisia majoitusvaihtoehtoja, sekä parempaa palvelun laatua. Ravintolapalveluita toivottiin kehitettävän kilpailupaikalla, sillä valtaosa kilpailijoista ruokailisi mielellään kilpailupaikalla. Myös ravintolapalveluihin toivottiin parannusta tuotevalikoimaan sekä sisällön, että laadun osalta. Sen lisäksi tutkimuksen perusteella tarvetta olisi laajentaa ravintolapalveluiden aukioloaikoja. Tutkimustulosten mukaan sekä majoitukseen että ruokapalveluihin liittyvät tekijät vaikuttavat useiden ratsastajien urheilusuorituksiin ja jaksamiseen, sekä majoituspalvelut osaltaan myös heidän päätöksiinsä osallistua kilpailuihin.

Kysyttäessä suoraan asiakastyytyväisyyttä koskien kilpailupaikan majoituspalveluita, yli puolet vastaajista ilmoitti olevansa tyytyväisiä. Kuitenkin avoimissa kysymyksissä annettiin suoraa palautetta ja lueteltiin useita kehityskohteita, paikoin vastaukset vaikuttivat myös hyvin tunnepitoisilta. Vastaajat toivoivat kaikilla kyselyn osa-alueilla hintojen kohtuullistamista. Kukurakenteen vuoksi kilpailupaikan majoituksen hintaa voi olla vaikeaa laskea aivan vastaajien toivomalle tasolle. Sen sijaan kuten moni vastaajistakin ehdotti, voisi palvelun laatua lähteä

korjaamaan, siten että se vastaisi hintatasoa paremmin. Hintojen laskemista voidaan paikata myös erilaisista lisäpalveluista saatavalla lisämyynnillä. Tutkimus osoittaa, että yli 80 % kilpailijoista majoittuu kaikesta huolimatta sijainnin ja helppouden vuoksi mieluummin kilpailupaikalla. Tulosten perusteella voidaan olettaa, että suurin osa majoittujista olisi halukkaita ostamaan tarvitsemiaan lisäpalveluita, mikäli niitä on tarjolla järkevään hintaan.

Moni vastaajista toivoi esimerkiksi mahdollisuutta yöpyä lemmikin kanssa, sekä erilaisia ravintolapalveluita, erityisesti aamiaista. Lemmikeistä voidaan veloittaa lisähintaa ja aamiaista myydä majoituspakettiin kuuluvana, tai lisäpalveluna. Aikaisesta sisään kirjauksesta ja myöhäisestä ulos kirjauksesta voidaan myös periä lisähintaa. Tällöin pelkän yösijan hintaa ilman aamiaista, lemmikkimahdollisuutta ja joustavia saapumis- ja lähtöaikoja voitaisiin laskea huomattavasti. Majoitushintaa voidaan lisäksi laskea leikkaamalla liinavaatekuluja, jolloin majoittuja tuo omat liinavaatteensa. Muun muassa edellä mainituista palveluista voidaan jokaiselle majoitusasiakkaalle räätälöidä sellainen majoituspaketti, joka vastaa juuri heidän tarpeitaan. Osittain tällaista mallia ehdotettiin myös kyselyn vastauksissa. Lisätuottoa saadaan myymällä majoitusta jo kilpailuiden alkamispäivää edeltävälle yölle. Tutkimuksen tuloksiin perustuen kyseiselle palvelulle olisi kysyntää, etenkin jos kilpailuun saapuu osallistujia pitkän matkan takaa.

Yleisellä tasolla kilpailupaikalla järjestettävien majoituspalveluiden laatua voitaisiin lähteä kehittämään käymällä läpi majoittujan palvelupolku varauksen, saapumisen ja majoittumisaikan kautta uloskirjaukseen. Palvelupolkua läpi käytäessä tulisi muistaa palvelun konteksti, sekä asiakassegmentti, joiden perusteella majoitusasiakkaan kaikki tarpeet pystytään havainnoimaan ja näkemään ennalta. Mikäli kilpailupaikalla tarjotaan erilaisia majoitusvaihtoehtoja, tulisi palvelupolku käydä läpi jokaisen majoituspalvelun kohdalla erikseen. Kun palvelupolkuja käydään läpi, pohditaan kuinka hyvin palvelu vastaa asiakkaan perustarpeita missäkin vaiheessa majoitusta. Tällä tavoin löydetään mahdolliset aukot omissa palvelussa ja niitä voidaan kehittää. Hyvälaatuiseen palveluun kuuluu asiakkaan tarpeiden huomioiminen ennen, kuin hän välttämättä ehtii itse niitä huomaamaan. Mahdolliset ongelmatilanteet tulisi myös osata ennakoida siten, että asiakkaalle pystytään tarjoamaan ratkaisu heti.

Tutkimuksen perusteella kilpailijat majoittuvat mielellään hotellissa tai mökkimajoituksessa, mikäli kilpailupaikalla ei majoitusta ole mahdollista tarjota tai niiden kapasiteetti ei riitä kaikille majoitustilaa tarvitseville. Marginaalinen ryhmä vastaajista ilmoitti majoittuvansa hotellissa tai muussa majoitusliikkeessä joka tapauksessa. Tällöin kilpailunjärjestäjien toivotaan neuvottelevan paikallisiin majoitusliikkeisiin, erityisesti hotelleihin ryhmälennuksia tai tarjoushintoja. Esimerkiksi hotellit antavat ryhmätarjouksia tavallisesti vähintään noin kymmenen huoneen varauksiin ja huonekapasiteetin myödetessä neuvottelevat yleensä hyvin mielellään useamman yön majoitusvarauksista, varsinkin sesonkiaikojen ulkopuolella. Isojen majoi-

tusvarausten kiintiövarausten kanssa on hyvä olla liikkeellä mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, puhutaan useista kuukausista. Tällöin majoitusliikkeillä on pienin mahdollisuus ennustaa kyseisen ajankohdan kysyntää ja sen vuoksi todennäköisimmin haluavat tehdä kauppaa isoista varauksista myös sen hetkisen varaustilanteen vuoksi. Silloin kun majoituskysynnän voidaan ennustaa kasvavan, majoitusliikkeet nostavat hintojaan sitä mukaa kun varausaste nousee. Tavallisesti hotellit tekevät varausasteeseen perustuvaa hintasuunnittelua kaiken aikaa, mutta kysynnän ja sitä kautta hintatason arvioiminen on niille sitä vaikeampaa mitä kauempana ajankohdasta ollaan. Tämän vuoksi hotelleissa isot varaukset halutaan yleensä kotiuttaa hyvillä sopimuksilla, jolloin kyseiselle ajankohdalle vapaaksi jäävien huoneiden hintoja nostetaan.

Hotellimajoituksen lisäksi lähialueelta olisi tutkimustuloksiin perustuen hyvä selvittää myös matalan hintatason majoitusvaihtoehtoja. Mikäli pienestä majoitusliikkeestä varataan esimerkiksi koko majoituskapasiteetti ryhmälle, on hinta usein neuvoteltavissa. Perheille ja isommille porukoille majoitus järjestyy edullisimmin yleensä mökki-, tai huoneistomajoituksella, joiden osalta on hyvä tarkistaa myös yksityisten vuokralle antajien tarjonta. Maakunnissa voisi tehokkaammin hyödyntää myös maatilamajoitusta. Tutkimus osoittaa, että tärkeimmät ominaisuudet majoitukselle ovat läheinen sijainti, ruokailumahdollisuus, sekä tarkoituksenmukaiset wc- ja peseytymistilat. Tämän vuoksi tarjouspyyntöjä olisi hyvä lähettää mahdollisimman moniin lähialueen majoitusliikkeisiin. Tarjouspyynnössä kannattaa mainita myös mahdollisista tarvittavista lisäpalveluista, sekä erillistä tarjoutusta esimerkiksi ryhmän omalle iltaruokailulle. Alalla on tavallista, että mitä enemmän palveluita saadaan saman katon alta, sitä alemmas majoitushinnoissa ollaan valmiita tulemaan.

Tutkimustulosten perusteella kilpailijat käyttävät kilpailunjärjestäjien tarjoamia ravintolapalveluita mielellään, mutta joutuvat eri syistä usein turvautumaan myös muihin paikkakunnan ravintolapalveluihin. Kyselyn perusteella valtaosa kuitenkin käyttäisi mieluummin mahdollisimman paljon ravintolapalveluita kilpailupaikalla. Tulokset osoittavatkin, ettei tarjonta vastaa kysyntää. Tarvetta ilmeni erityisesti aukioloaikojen pidentämiseen, päivän eri ateriatarjontaan, sekä tuotevalikoiman laajentamiseen ja monipuolistamiseen. Riippumatta majoituksen sijainnista, paikanpäällä tai paikkakunnalla yöpyneet kilpailijat saapuvat kilpailupaikalle hevosen vuoksi jo aikaisin aamulla, mikä tarkoittaa monen kohdalla suppeaa aamiaista tai sen jättämistä väliin. Jos aamiaistarjoilun kokee tuottavuuden kannalta riskinä, voi aamiaislippuja myydä jo ennakoon esimerkiksi kilpailuilmoittautumisen ja majoitusvarausten yhteydessä, ja kilpailupaikalla kansliaan ilmoittauduttaessa. Tällöin saadaan varmaa tuloa jo etukäteen ja osataan varautua johonkin asiakasmäärään. Sama myös lounas- ja illallismyynnin kanssa, ruokalippuja voidaan myydä etukäteen yksittäin, tai koko päivän tai viikonlopun ateriapakettina.

Ruokalippujen myyntiä edistää myös tutkimustulosten perusteella riittävä tiedotus ravintolapalveluista, aukioloajoista, sekä ruokalistasta. Ruokalistat voi suunnitella hyvissä ajoin, varsinkin jos ne ovat tarpeeksi yksinkertaisia. Ruokalistojen suunnittelussa tulisi tutkimuksen tulostenkin mukaan kattavasti huomioida erilaiset erityisryhmät, sekä meneillään olevat megatrendit. Tämän hetken suurimpia megatrendejä ovat muun muassa kuntoilu, ympäristöasiat, sekä kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin keskittyminen. Tämän kaltaiset trendit vaikuttavat usein ihmisten ruokailumieltymyksiin ja vaikuttavat kulutustottumuksiin. Kyselyn vastauksissa korostettiin erityisen voimakkaasti ratsastuskilpailuiden statusta urheilutapahtumana. Tulosten perusteella kilpailupaikkojen ravintolapalvelut vastaavat tällä hetkellä enemmän katsojakunnan- kuin osallistujakunnan tarpeisiin. Toisin sanoen kilpailupaikan ravintolapalveluilla on kaksi asiakassegmenttiä, joista nykyisellään suurempi asiakasryhmä kokee, etteivät tarjotut palvelut vastaa tällä hetkellä heidän tarpeitaan. Tämä tarkoittaa sitä, että kilpailunjärjestäjien tulisi nykyistä tarkemmin miettiä juuri oman asiakasryhmänsä tarpeita niin palvelun, kuin tuotteidenkin osalta. Tutkimuksen tuloksista voidaan todeta, että tarvetta on urheilijan ruokavalioon kuuluville aterioille päivän kaikkina ateriointiaikoina. Kuten majoituspalveluiden kohdalla, myös ravintolapalveluiden kohdalla hyvää asiakaspalvelua ja tehokasta myyntiä on tunnistaa asiakkaiden tarpeet ja vastata niihin ennen kuin asiakas itse huomaa. Kun palveluiden tarjonta ja kysyntä kohtaavat, myyntiä voidaan kasvattaa huomattavasti.

6 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoite oli selvittää tutkimuksellisin menetelmin kotimaan monipäiväisten ratsastuskilpailuiden ravintola- ja majoituspalveluiden kysyntää kansallisen tason koulu- ja esteratsastuskilpailuissa. Opinnäytetyön tarkoitus oli tuottaa uutta tutkimustietoa, jonka avulla toimeksiantaja kykenisi antamaan kilpailunjärjestäjille neuvontaa ja opastusta majoitus- ja ravintolapalveluiden järjestämisessä. Tehdyssä tutkimuksessa saatiin runsaasti tuloksia, joista voidaan tulkita edellä mainittujen palveluiden kysyntää ja nykytilaa. Näin ollen tavoite voidaan lukea saavutetuksi. Tulosten perusteella on arvioitavissa muun muassa majoitus- ja ravintolapalveluiden käyttäjämääriä. Niiden perusteella voidaan suunnitella resursseja, sekä budjettia. Tutkimustuloksista saadaan selkeä kuva ratsastuskilpailuiden majoitus- ja ravintolapalveluiden kehittämistarpeesta ja kehitystä vaativista kohteista. Toimeksiantaja pystyy hyödyntämään tutkimuksen tuloksia suunnitellessaan opastusta kilpailunjärjestäjille, esimerkiksi luomalla tapahtuman palveluista tarkastuslistan tai kehittämällä erilaisia oppaita. Kilpailunjärjestäjiä voidaan neuvoa esimerkiksi hankintojen tekemisessä, laaduntarkkailussa, sekä tuotesuunnittelussa.

Tutkimustulosten perusteella ratsastuskilpailuiden majoituspalveluiden käyttäjät haluavat tarjottavan erihintaisia ja erilaisia majoitusvaihtoehtoja mahdollisimman lähellä kilpailupaikkaa, sekä vapaasti valittavia lisäpalveluita omien tarpeidensa mukaisesti. Käyttäjät toivovat

kilpailupaikkojen majoituspalveluilta parempaa laatua, sekä asiakaslähtöisyyttä. Kilpailupaikan lähiseudun majoitusliikkeisiin toivotaan sopimushintoja, sekä palveluista yleisesti runsaampaa tiedotusta. Kuten Rautiainen & Siiskonen (2007) toteavat, erilaisia majoituspalveluita tarjoavia liikkeitä erilaisine palveluineen on olemassa useita. Koska tutkimustulosten perusteella palveluiden käyttäjillä on erilaisia toiveita majoituspalvelun laadun ja hinnan suhteen, kilpailunjärjestäjien olisi kannattavinta pyrkiä neuvottelemaan eri sisältöisiä majoituspalveluita ainakin kahdesta eri hintaluokan majoitusliikkeestä. Näin ollen mahdollisuuksien mukaan kilpailupaikan majoituspalveluita tulisi myös järjestää kahdessa eri hintalaatuluokassa. Vallon ja Häyrisen (2012) mukaan tapahtuman majoituspalvelut tulisi aina suunnitella ja järjestää kohderyhmän mukaan, sillä tapahtuman ja sen vierailijakunnan luonne vaikuttavat majoituksen valinnan onnistumiseen.

Tutkimuksen mukaan palveluiden käyttäjät toivovat kilpailupaikkojen ravintolapalveluihin asiakaslähtöistä tuotesuunnittelua ja parempaa valikoimaa, laajempia aukioloaikoja, sekä parempaa hinta-laatusuhdetta. Maa- ja kotitalousnaisten keskuksen julkaisun (2004) mukaan ruokalistan suunnittelu on yksi vaikuttavimpia tekijöitä tapahtuman ravintolapalvelun onnistumisessa. Onnistunut ravintolapalvelu vaikuttaa koko tapahtuman onnistumiseen. Sekä ruokalista että koko ravintolapalvelu tulisi julkaisun mukaan suunnitella tapahtuman luonteen, sekä asiakaskunnan tarpeiden mukaisesti. Samassa Maa- ja kotitalousnaisten (2004) julkaisussa todetaan, että ruokapalvelun paras markkinointikeino on itsessään ruokapalvelun onnistuminen. Kun markkinointi toimii, myyntiä saadaan lisää. Tällöin hinta-laatusuhdetta voidaan parantaa laskemalla hintaa, mutta kuitenkin menettämättä tuottoa. Vähäisen myyntimäärän ja korkean hinnan sijaan ravintolapalveluita järjestävien kilpailujärjestäjien tulisi keskittyä ennemmin alhaisemman hinnan ja suuremman myyntimäärän strategiaan.

Opinnäytetyöprosessi voidaan todeta päätavoitteeltaan onnistuneeksi, sillä tutkimusmateriaalia saatiin runsaasti ja sen on hyödyntämiskelpoista. Tutkimuksessa olisi voinut kehittää pidemmälle kyselyn sisältöä. Kysymyksiä oli paljon ja näin ollen useampaan kysymykseen saatiin paljon samansuuntaisia vastauksia, mikä teki tulosten käsittelystä runsauden vuoksi pintapuolista ja osittain yleistävää. Jatkotutkimuksena voidaan tutkia mielipiteiden ja palveluiden muuttumista tässä opinnäytetyössä saatuihin tuloksiin vertaamalla. Kyselyssä saatuja tuloksia voidaan runsaan tulosmateriaalin ansiosta myös jatkoanalysoida laajemmin ja tarkemmin. Tulosten perusteella voidaan laskea viitearvoja ratsastuskilpailuiden majoitus ja ravintolapalveluiden suunnitteluprosessia varten. Tutkimuksen tulosten jatkokäsittely jää toimeksiantajan, tai hänen valtuuttamansa toimijan toteutettavaksi.

Lähteet

Avain ravitsemukseen. Parkkinen, K., Sertti, P. Otava, Keuruu. 2006. 1. painos.

Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Rautiainen, M., Siiskonen, M. Restamark, Helsinki. 2007. 3.painos.

Suomen Ratsastajainliitto Ry (SRL). www.ratsastus.fi. 2014. Viitattu 24.11.2014.

Suur tapahtumien ruokapalvelu. Maa- ja kotitalousnaisten julkaisuja no 189. Maa- ja kotitalousnaisten Keskus. Hiltunen, S. Vantaa. 2004.

Tapahtuma on tilaisuus. Vallo, H., Häyrinen, E. Tietosanoma, Tallinna. 2012. 3.painos.

Tilastollinen tutkimus. Heikkilä, T. Edita Prima Oy, Helsinki. 2007. 7.painos.

Tutki ja kirjoita. Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsinki. 2013. 18.painos.

Yhdistystoiminnan käsikirja. Loimu, K. WSOY, Juva. 2010. 4. painos.

Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Kauhanen, J., Juurakko, A., Kauhanen, V. WSOY, Vantaa. 2002. 1. painos.

Kuviot

Kuvio 1: Esimerkki yhdistyksen organisaatiomallista	8
Kuvio 2: SRL osana yhdistysorganisaatiota	10
Kuvio: 3 Yleisötapahtuman ruokapalvelun järjestämisen suunnitteluun vaikuttavat tekijät	20
Kuvio 4: Kysymyksen 1 vastausten jakautuminen	48
Kuvio 5: Kilpailupaikan majoituspalveluiden asiakastyytyväisyys	49
Kuvio 6: Majoituskustannukset kilpailupaikalla	49
Kuvio 7: Asiakkaiden määrittelemä kohtuullinen majoitushinta	50
Kuvio 8: Majoituksen ja kilpailupaikan välinen etäisyys	52
Kuvio: 9 Majoituseurueen henkilömäärä	53
Kuvio 10: Etäisyyden vaikutus majoitukseen	54
Kuvio 11: Majoitusjärjestelyiden lisämaksu	56
Kuvio 12: Majoituksen vaikutus suoritukseen	57
Kuvio 13: Kuinka usein kilpailupaikan ravintolapalveluita käytetään	59
Kuvio 14: Ravintolapalveluihin käytetyt rahasummat	61

Liitteet

Liite 1 Saatekirje.....	71
Liite 2 Kyselylomake	72

Liite 1 Saatekirje

Arvoisa vastaanottaja,

pyydämme Sinua ystävällisesti vastaamaan oheiseen kyselytutkimukseen. Kyselyyn vastaaminen on nopeaa, eikä siihen osallistuminen sido Sinua mihinkään.

Tämä tutkimus käsittelee kotimaan ratsastuskilpailuiden ravintola- ja majoituspalveluita ja se toteutetaan Laurea-ammattikorkeakoulun opinnäytetyönä. Tutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa kilparatsastajien mielipiteitä ja kokemuksia kilpailupaikkojen ravintola- ja majoituspalveluista. Tutkimuksen kohderyhmään kuuluvat kaudella 2014 este- ja kouluratsastuksessa alue- ja kansallisella tasolla kilpailleet ratsastajat, jotka ovat osallistuneet yhteen tai useampaan monipäiväiseen kilpailuun.

Yhteystietonne on saatu KIPA-kilpailujärjestelmän kautta. Yhteystietojanne ei ole missään vaiheessa luovutettu kolmansille osapuolille. Antamanne vastaukset käsitellään nimettöminä ja ehdottoman luottamuksellisesti.

Kyselyyn vastataan verkkolomakkeella. Vastausaikaa on 17.3.2015 asti.

Verkkolomakkeeseen pääset tästä linkistä: <https://elomake3.laurea.fi/lomakkeet/10347/lomake.html>

Kiitämme etukäteen vastauksista!

Tutkimusta toteuttamassa

Mirka Pirhonen
Restonomi-opiskelija (hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto)
Laurea-ammattikorkeakoulu, Leppävaara
Mirka.Pirhonen@student.laurea.fi

Suomen Ratsastajainliitto Ry

Liite 2 Kyselylomake

Kysely kotimaan ratsastuskilpailuiden ravintola- ja majoituspalveluista

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 2.3.2015 7.00 ja päättyy 17.3.2015 23.59

Valitse vastausvaihtoehdoista omaa **kokemusta** tai **mielipidettä** vastaava vaihtoehto.
Arvioi kokemuksiasi kilpailijana, kilpailumatkan onnistumisen näkökulmasta.Huomaathan, että majoituspalveluita käsittelevät kysymykset koskevat *henkilöiden* majoittumista, ei hevosten majoitusta.**Vastaajan tiedot**

Vastaatko kyselyyn

-
- Alaikäisen kilpailijan huoltajana
-
-
- Täysi-ikäisenä kilpailijana

Majoituspalvelut kilpailupaikallaSeuraavat kysymykset käsittelevät **kilpailujen tapahtumapaikalla** tarjottavia majoituspalveluita, esimerkiksi asuntolat, kurssikeskus, leirintäalue, hevosautojen sähköpaikat, mökit, hostelli.

Oletko käyttänyt kilpailunjärjestäjän tarjoamia majoituspalveluita kilpailupaikalla

-
- Kyllä
-
-
- Ei

Mitä majoituspalveluita?

Oletko ollut pääosin tyytyväinen kilpailupaikalla tarjottuihin majoituspalveluihin?

-
- Kyllä
-
-
- Ei

Majoituksen kustannukset kilpailupaikalla

Kuinka paljon rahaa olet käyttänyt majoituspalveluihin keskimäärin per kilpailu?

euroa

Mikä olisi mielestäsi realistinen hinta (per yö), jonka koet sopivaksi majoituspalveluista kilpailupaikalla?

Mitä asioita toivoisit parannettavan kilpailupaikan majoituspalveluissa?

Majoituspalvelut kilpailupaikkakunnalla ja kilpailupaikan lähialueilla

Seuraavat kysymykset käsittelevät **kilpailujen paikkakunnalla** tarjottavia muita majoituspalveluita, jotka eivät ole kilpailunjärjestäjän tuottamia palveluita, esimerkiksi hotelli tai vuokramökki. Kilpailupaikkakunnalla majoittumiseen ei lasketa mukaan sukulaisten tai tuttavien luona yöpymistä.

Oletko käyttänyt muita kilpailujen paikkakunnalla tai lähistöllä sijaitsevia majoituspalveluita?

- Kyllä
 Ei

Mitä majoituspalveluita?

Onko kilpailupaikan ulkopuolisen majoituksen löytäminen ollut pääosin helppoa?

- Kyllä
 Ei

Onko majoituspalveluiden saatavuus kilpailujen lähistöllä ollut riittävä?

- Kyllä
 Ei

Oletko saanut majoituksen järjestämiseen apua kilpailunjärjestäjältä?

- Kyllä
 Ei

Onko majoitus löytynyt pääosin mielestäsi tarpeeksi läheltä kilpailupaikkaa?

- Kyllä
 Ei

Miten kaukana majoituspalvelut saisivat enimmillään sijaita suhteessa kilpailupaikkaan/hevosten majoitukseen?

Vastaus kilometreissä per suunta

Majoituspalveluiden järjestäminen

Seuraavat kysymykset käsittelevät kilpailuissa majoittumista yleisesti. Vastatessasi kysymyksiin, ota huomioon sekä kilpailupaikalla, että kilpailupaikkakunnalla ja kilpailupaikan lähistöllä tarjottavat majoituspalvelut.

Kuinka monta henkilöä majoittuvaan seurueeseesi keskimäärin kuuluu?

Vastaus numerona

Kuinka pitkää matkaa pidät minimi-rajana sille, että monipäiväisissä kilpailuissa yövyt paikanpäällä?

Vastaus kilometreissä per suunta

Haluaisitko majoittua mieluummin

- Kilpailupaikalla
 Muussa majoituspalvelussa kilpailupaikan lähistöllä?

Miksi?

Koetko että majoituksen järjestäminen on yleensä

- Helppoa
 Hankalaa?

Pitäisikö kilpailunjärjestäjien olla aktiivisempia majoituksen tarjonnassa ja järjestelyissä?

- Kyllä
 Ei

Pitäisikö kilpailunjärjestäjien nykyistä enemmän tiedottaa majoitusvaihtoehdoista ?

- Kyllä, kilpailupaikalla
 Kyllä, kilpailupaikkakunnalla
 Ei

Pitäisikö majoitusvaihtoehtoja olla tarjolla enemmän kuin yksi?

- Kyllä
 Ei

Millaisia majoitusvaihtoehtoja haluaisit tarjottavan?

Olisitko valmis maksamaan majoitusjärjestelyiden organisoinnista kolmannelle osapuolelle tai kilpailujärjestäjälle? ?

Kyllä, valmiina majoituspaketina
 Kyllä, yksilökohtaisena palveluna
 Ei

Mikä olisi mielestäsi sopiva hinta lisäpalvelulle majoitusten organisoinnista (yksilöllinen palvelu)?

Vastaus euroissa

Vaikuttavatko majoitukseen liittyvät tekijät valintaasi osallistua yksittäisiin kilpailuihin? ?

Saatavuuden
 Hinnan
 Palvelun laadun puolesta?
 Ei

Koetko että majoitukseen liittyvät tekijät vaikuttavat kilpailusuorituksesi onnistumiseen?

Kyllä, olennaisesti
 Kyllä, hieman
 Ei

Millä tavoin?

Millainen on mielestäsi onnistunut majoituspalvelu kilpailumatkalla?

Mitkä seikat ovat mielestäsi majoituspalveluissa välttämättömiä?

Ovatko mielestäsi nykyiset käytännöt kilpailuissa majoittumisen osalta riittäviä?

Kyllä
 Ei

Ravintolapalvelut kilpailupaikalla

Seuraavat kysymykset käsittelevät kilpailuiden tapahtumapaikalla tarjottavia ravitsemuspalveluita, esimerkiksi ravintola, grilli, kioski, catering, buffet. Antaessasi vastauksia, ota huomioon erityisesti monipäiväisissä kilpailuissa tarjottavat palvelut.

Oletko käyttänyt kilpailunjärjestäjän tarjoamia ravitsemuspalveluita kilpailupaikalla?

- Kyllä
 Ei

Kuinka usein käytät kilpailupaikan ravitsemuspalveluita?

- Joka kilpailussa
 Usein
 Harvoin
 En koskaan

Oletko ollut pääosin tyytyväinen kilpailupaikan ravintolapalveluihin?

- Kyllä
 Ei

Ovatko kyseiset palvelut olleet valikoimaltaan tarpeeksi ?

- Monipuolisia
 Laadukkaita
 Riittäisiä?
 Ei mikään yllä olevista vaihtoehdoista

Mitä seikkoja kilpailunjärjestäjien tulisi mielestäsi ottaa huomioon monipäiväisten kilpailuiden ravitsemuspalveluja järjestettäessä?

Millaisia ravitsemuspalveluita haluaisit kilpailupaikalla tarjottavan? Millaisia tuotteita haluaisit ostaa?

Mitkä tekijät vaikuttavat tuotevalintoihisi? Esimerkiksi hinta, terveellisyys, laatu.

Kuinka paljon käytät rahaa keskimäärin kilpailupaikalla tarjottaviin ravitsemuspalveluihin?

Yhteensä euroa per kilpailupäivä

Millainen ravitsemuspalvelu kilpailupaikalla on mielestäsi onnistunut ja laadukas?

Millainen on mielestäsi epäonnistunut ravitsemuspalvelu?

Tulisiko mielestäsi kilpailunjärjestäjien panostaa nykyistä enemmän ravitsemuspalveluiden järjestämiseen kilpailupaikalla?

- Kyllä
 Ei

Ravintolapalvelut kilpailupaikkakunnalla

Seuraavat kysymykset käsittelevät **kilpailuiden paikkakunnalla ja lähistöllä** tarjottavia muita ravitsemuspalveluita, esimerkiksi ravintola, pikaruokaravintolat, tilausruoka.

Oletko käyttänyt kilpailujen paikkakunnalla sijaitsevia ravitsemuspalveluita?

- Kyllä
 Ei

Käyttäisitkö mieluummin ravitsemuspalveluita kilpailupaikalla kuin muualla kilpailupaikkakunnalla?

- Kyllä
 Ei
 En osaa sanoa

Kuinka usein käytät kilpailupaikkakunnalla sijaitsevia ravitsemuspalveluita?

- Joka kilpailussa
 Usein
 Harvoin
 En koskaan

Mitä ravitsemuspalveluita käytät kilpailupaikkakunnalla?

Millä tavalla ja mitä kautta etsit kyseiset palvelut?

Millä perusteella vaihtet ravitsemuspalvelun?

Kiitos vastauksistasi!

Tietojen lähetyk

Tallenna