

Polina Koromnikova

Venäläisen uudenvuoden tapahtuman suunnittelu

Case: Hotelli Simpsiönkullas

Opinnäytetyö

Syksy 2017

SeAMK Ruoka

Restonomi (AMK), Ravitsemispalvelut

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Ruoka

Tutkinto-ohjelma: Restonomi (AMK), Ravitsemispalvelut

Tekijät: Polina Koromnikova

Työn nimi: Venäläisen uudenvuoden tapahtuman suunnittelu. Case: Hotelli Simpsiönkullas.

Ohjaaja: Tuija Pitkääkoski

Vuosi: 2017

Sivumäärä: 54

Liitteiden lukumäärä: 8

Opinnäytetyön aiheena oli laatia tapahtumasuunnitelma hotelli Simpsiönkullaalle. Tarkoituksena oli ehdottaa ohjelma, ruoka ja sisustus tapahtumaa varten. Tavoitteena oli tehdä mahdollisimman realistinen uudenvuoden tapahtumasuunnitelma venäläisille matkustajille, niin että yritys voisi toteuttaa sen tulevaisuudessa.

Simpsiönkullas Oy on viisi vuotta vanha hotelli Lapualla. Hotellin ensimmäisessä kerroksessa sijaitsevasta ravintolasta löytyy kokous-, aamiais-, lounas-, ja päivällispaketteja. Hotellin johto yrittää saada lisää venäläisasiakkaita, siksi suunniteltu teoriatausta koostuu elämysmatkailun ja elämystapahtuman tuottamiseen liittyvistä lähteistä. Siinä käsitellään myös venäläisen uudenvuoden perinteitä ja historiaa.

Palvelupaketin kehittämisessä käytettiin kartoitettavaa kyselyä, joka oli suunnattu venäläisille asiakkaille. Sillä asiakassegmentti oli hyvin määritelty. Tapahtuma suunniteltiin FAMM-mallin mukaisesti. Sen avulla saa tapahtumasta rikkaamman ja kokonaisvaltaisemman.

Avainsanat: hotellit, venäläiset, matkailijat, tapahtumat

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Food and Agriculture

Degree programme: Degree programme in Hospitality management

Authors: Polina Koromnikova

Title of thesis: New Year Event planning, case: Hotel Simpsiönkullas

Supervisor: Tuija Pitkääkoski

Year: 2017

Number of pages:54

Number of appendices: 8

The main target of this thesis work was to develop a new service product for the hotel Simpsiönkullas. The aim of the thesis was to plan and realize a new event for Russian tourists, especially during the low season, by organizing them a New Year's celebration.

Simpsiönkullas Ltd is a five-year-old hotel situated in Lapua, Finland. The hotel owners are interested in receiving more tourists from Russia. The theory part of the study covers facts about experience event development and basic information about New Year traditions in Russia. The theory functions as a base for the product development process.

The practical part of the work was based on the FAMM, i.e. "The five aspects meal model", where the most important characteristics of a great meal are introduced. An inquiry was made for Russian customers to facilitate the development of the customer-based product ideas. The result of the process was a realistic event product for Russian tourists.

Keywords: Russian tourists, FAMM-model, New Year, hotels

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	3
Kuvioluettelo.....	6
1 JOHDANTO.....	7
2 KEHITTÄMISHAASTEEN JA TOIMINNAN KUVAUS.....	9
2.1 Taustatietoja.....	9
2.2 Kehittämishaaste, tavoitteet ja menetelmät.....	10
2.3 Työn rakenne.....	10
3 ELÄMYSTEN MERKITYS MATKAILIJALLE.....	12
3.1 Palvelu.....	12
3.2 Elämysmatkailu.....	13
4 ELÄMYKSELLISEN TAPAHTUMAN SUUNNITELU.....	16
4.1 Tapahtuman suunnittelu.....	16
4.1.1 Tavoitteen määrittely.....	16
4.1.2 Kohderyhmän määrittely.....	17
4.1.3 Budjetin laatiminen.....	18
4.1.4 Paikka, ajankohta ja kesto.....	18
4.2 Lupa- ja ilmoitusasiat.....	19
4.3 Riskien kartoittaminen.....	21
4.4 Tapahtuman toteutus.....	22
4.5 FAMM- malli tapahtumansuunnitelun työkaluna.....	22
4.6 Uusi vuosi venäläiseen tapaan.....	24
5 UUDEN VUODEN TAPAHTUMA VENÄLÄISILLE ASIAKKAILLE.....	27
5.1 Kartoittava kysely.....	27
5.1.1 Kyselyn tavoite ja toteutus.....	27
5.1.2 Tulokset.....	28
5.2 Tapahtuma.....	33
5.2.1 Tuote.....	33

5.2.2 Kohtaaminen.....	35
5.2.3 Tila.....	40
5.2.4 Tunnelma.....	41
5.2.5 Johtaminen	44
6 POHDINTA	48
LÄHTEET.....	50
LIITTEET.....	53

Kuvioluettelo

Kuvio 1. Yleinen paikka juhlan viettämistä varten (n=89).....	29
Kuvio 2. Aikomus viettää Uusi vuosi Suomessa (n=89).....	30
Kuvio 3. Mahdollinen tapahtuman hinta (n=43).....	31
Kuvio 4. Ohjelman laji (n=43).....	32
Kuva 1. Hotelli Simpsiönkullas (Simpsiönukullas 2012).....	8
Kuva 2. Pakkasukko.	25
Kuva 3. Katkarapusalaatti.	34
Kuva 4. Ravintolan tila (sali)	41
Kuva 5. Ravintolan tila (vastaanotto)	41
Kuva 6. Kattaus.....	43
Kuva 7. Design-kuusi.	43
Taulukko 1. Ohjelman aikataulu.....	36
Taulukko 2. Kulut (€).....	46

1 JOHDANTO

Työn päätavoitteena on tapahtuman suunnittelu, joka on suunnattu venäläisille matkustajille. Tavoitteena on kehittää hiljaiselle ajalle toimeksiantaja yritykselle etenkin ryhmille suunnattu palvelupaketti. Tulevassa palvelupaketissa on tärkeää, että se houkuttelisi hiljaisempaan aikaan eli pikkujoulujen jälkeen. Opinnäytetyössä käydään tarkasti läpi tapahtuman järjestämisen vaiheet, suunnittelusta toteutukseen sekä jälkitoimiin. Työssä kerrotaan mm., kuinka tapahtuma suunnitellaan ja kuinka tapahtuma toteutetaan. Työn tarkoitus on kertoa järjestäjälle teoriassa, minkälainen tapahtumaprosessi on ja luoda valmis tapahtumapohja, jossa kerrotaan askel askeleelta, mitä tehdään ja milloin.

Opinnäytetyön aiheen valintaan vaikuttaa oma kiinnostus tähän aiheeseen ja tietysti yritykseen, koska itse olen työskennellyt Simpsiönkullaksella melkein sen avauspäivästä lähtien. Tämä työ keskittyy venäläisiin asiakkaisiin sekä tapahtuman järjestämiseen.

Suunniteltava tapahtuma on uudenvuoden juhla hotelli Simpsiönkullaksessa. Ajatuksena suunnitella, kehittää ja mahdollisesti toteuttaa uusi tapahtuma, joka houkuttelee uusia asiakkaita. Hotellin johtajat ovat kiinnostuneita saamaan lisää venäläisiä turisteja.

Hotelli Simpsiönkullas.

Tämän työn toimeksiantaja on hotelli–ravintola Simpsiönkullas (kuva 1). Voi sanoa, että yrityksessä kaikki palvelut ovat persoonallisia ja paikallisia. Marraskuussa vuonna 2012 on rakennettu uusi hotelli ja ravintola Lapualla Simpsiönkullas, joka tarjoaa matkustajille upeat maisemat aivan Lapuan Simpsiönvuoren lähellä. Se on noin 3,5 km päässä Lapuan keskustasta ja noin puolen tunnin ajomatkan päässä Seinäjoelta. Simpsiön mäki kohoaa 132 m merenpinnasta. Luonnollisuus ja luontoystävällisyys ovat tärkeitä osia hotellin ja ravintolan toiminnassa, tämän takia mm. huoneistohotelli lämpenee maalämmöllä. Jokaiselta parvekkeelta avautuu vaikuttava näkymä yli jylhän metsämaiseman ja lähimaastosta löytyy monipuolisia vaellusreittejä. Hotelli Simpsiönkullas on erinomainen valinta luonnonystävälle.



Kuva 1. Hotelli Simpsiönkullas (Simpsiönukullas 2012).

Simpsiö on myös monipuolinen vapaa-ajankeskus, jossa on muun muassa rinnehihtokeskus, luontopolkuja ja vaellusreittejä. Sen lisäksi vierailijat voivat viettää aktiivilomaa läntisen Suomen suurimmassa hiihtokeskuksessa tai tutustua Lapuan erilaisiin aktiviteetteihin. Hotellin alakerrassa sijaitsevissa ravintola- ja kokoustiloissa on noin 80 istumapaikkaa sekä terassi. Huoneistohotellissa voi viettää myös häät, kokoukset, perhe- ja yritystilaisuudet (kuten tyky-päivät) luonnonkauniissa ympäristössä. Nykyaikaiset valoisat tilat ja ravintolan sijainti luonnon keskellä kutsuvat vieraat viihtymään. Ravintolassa tarjotaan hyvää suomalaista ruokaa, joka valmistetaan aina paikan päällä mahdollisuuksien mukaan tuoreista sesongin raaka-aineista. Suurin osa raaka-aineista ostetaan lähiseudun toimittajilta. Tilat soveltuvat hyvin myös yritystilaisuuksiin. Ravintolasta löytyy kokous-, aamiais-, lounas-, ja päivällispaketteja vaativimmillekin asiakkaille. Tarvittaessa voidaan järjestää myös oheisohjelmaa.

Pietarista on Lapualle 620 kilometriä, jolloin on mahdollista matkustaa omalla autolla. Voi käyttää myös junaa, jolloin matka onnistuu vain yhdellä junan vaihdolla. Moskovasta Lapualle on 1300 km.

2 KEHITTÄMISHAASTEEN JA TOIMINNAN KUVAUS

2.1 Taustatietoja

Työn idea syntyi, kun oltiin työnantajan kanssa Venäjällä työmatkalla. Silloin markkinoitiin hotellia ja koko Lapuan kaupunkia erilaisille matkatoimistoille. Siinä vaiheessa ehdotettiin aihetta, joka sai kannatusta esimieheltä. Keväällä 2015 pidettiin ensimmäinen palaveri ohjaajan kanssa, joka oli ehdottanut kirjallisuutta sekä puhuttiin kartoittavasta kyselystä. Pohdittiin aiheen sopivuutta. Työn tekeminen, idean syntymisestä valmiin työn esitykseen, vei minulta paljon aikaa, minun elämäni muutoksien takia. Seuraavaksi puhuin töissä toimeksiantajan kanssa, silloin käytiin läpi tavoitteet ja keinot työn toteutumisesta. Sovituksi tuli, että minä saan vapaat kädet työn tekemisessä. Tarvittaessa voin pyytää toimeksiantajan apua.

Haluan tehdä tämän työn, koska se on kiinnostava ja haastava. Minulla on jo matkailualan tutkinto, joka vahvistaa aiheen valintaa. Silti opinnäytetyön kautta moni asia avautui minulle ja huomasin välillä kuinka haastavaa prosessikirjoittaminen on. Teoreettinen osuus koostuu tapahtuman järjestämisestä. Tästä aiheesta löytyy hyvin erilaisia kirjoja, jotka olen lukenut. Osa kirjoista jotka olen lukenut työtä varten- olivat tarpeettomia työn kannalta. Silti ne antoivat minulle uudet tiedot. Aluksi työ eteni nopeasti, minulla oli paljon ajatuksia päässä, alustava sisällysluettelo, mind mappeja sekä erilaisia kollaaseja. Kyselylomakkeen olen laatinut parissa päivässä, ohjaajaan muutoksien jälkeen olen julkaissut sen netissä. Siinä vaiheessa, kun olen odottanut vastauksia, minulla syntyi teoriaosuus. Minun mielestäni siitä oli helppo aloittaa kirjoittaminen, kun olin jo tutustunut kirjallisuuteen. Kun kirjoitin teoriaa, syntyi paljon uusia ideoita, kuinka tapahtuman voisi parantaa. Monta kertaa olen muokannut vanhan tekstin uusiksi.

Kirjojen valinta oli vaikea minulle, koska kirjallisuutta aiheesta on todella paljon. Kuitenkin pääkirjaksi olen valinnut Vallo & Häyrisen kirja, Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen (2008). Työssä on yritetty käyttää sekä kotimaisia että ulkomaisia kirjoja, artikkeleita, Internet-lähteitä. Haas-

tava oli myös budjetin laatiminen. Halusin, että minun laskelmat ovat realistiset ja toteutuskelpoiset.

2.2 Kehittämishaaste, tavoitteet ja menetelmät

Kyseessä on täysin uusi tuote koska ravintolassa ei ole toistaiseksi mitään vastaavaa ollut tähän mennessä.

Kehittämishaaste tässä työssä on tarpellisuus kehittää hiljaiselle ajalle venäläisille vieraille uusi palvelukokonaisuus. Sen on oltava venäläisille suunnattu, tärkeä on palvelu venäjän kielellä. Palvelupaketin on oltava kannattava tuottajalle liiketaloudellisesti ja houkutteleva asiakkaille uusintaostoon. Asiakkaalle pitäisi järjestää sellainen kokemus, joka jättää pysyvän muistijäljen. Ennen varsinaista tuotekehitysprosessia tehdään esitutkimus. Tässä kehitystyössä käytetään kartoittavaa kyselyä, jolla yritetään saada tietoa mitä potentiaaliset asiakkaat tarvitsevat. Kyselyn avulla saadaan nopeasti kerättyä monipuolista tietoa kehittämiskohteesta. Ideoita tuotekehitystoimintaan saatiin työmatkalta sekä vertailusta toiseen saman alan menestyvään yritykseen ja kilpailijoihin. Kehittämistyön aineistonkeruumenetelmäksi on myös valittu havainnointi, sillä työn aikana keskusteluissa esiintyvät havainnot loivat kuvaa kehitystyön eri vaiheista ja etenemisestä. Perehdyttiin kirjallisuuteen siksi, että ymmäretään paremmin tulevan tapahtuman sisältöä.

2.3 Työn rakenne

Työ koostuu 6 pääluvusta. Ensiksi on johdanto, joka johdattelee lukijan työhön ja kertoo mitä työ sisältää. Työn toisessa luvussa on toimeksiantajan tiedot, koska se on monelle tuntematon paikka. Kolmannessa luvussa on teorian osuus. Siinä käsitellään mm. tapahtuman järjestämistä ja tapahtuman markkinointia. Yritetään käydä läpi kaikki ne asiat, mitkä tulisi huomioida ennen tapahtuman suunnittelua ja järjestämistä, miten tapahtuma toteutetaan sekä mitkä ovat jälkitoimenpiteet tapahtuman jälkeen. Moni asia tulee olla tarkkaan suunniteltu ja mietitty, jotta tapahtuma sujuu niin kuin oli ajateltu.

Neljännessä luvussa puhutaan Uudesta vuodesta- mikä merkitys sillä on Venäjällä. Kappaleessa viisi käydään läpi kyselyn tulokset. Analysoimalla tutkimustyö, selvitetään asiakkaiden tarpeet ja ajatukset, sen pohjalta laaditaan tapahtuman kulku. Samassa kappaleessa on myöskin käytetty FAMM- mallia työkaluna. Luvussa vastataan muun muassa tällaisiin kysymyksiin: milloin alkaa tulevan tapahtuman suunnittelu ja eri toimenpiteiden hoitaminen? mitä mietitään etukäteen ennen kuin itse tapahtumaa aletaan suunnitella? mitä lupia haetaan? millä budjetilla? mitä syödään ja mitä tehdään juhlassa?

Tämä opinnäytetyö on pyritty laatimaan siten, että lukijan sekä mahdollisen tapahtuman järjestäjän on helppo seurata työn pääideat sekä toiminnot, kuinka tapahtuma järjestetään. Puhutaan niistä asioista, joita tulisi miettiä ennen tapahtuman järjestämistä, miten tapahtuma toteutetaan palveluhetkessä ja mitkä ovat jälkitoimenpiteet sen jälkeen.

Johtopäätöksissä puhutaan saaduista tuloksista, sekä tapahtuman kannattavuudesta. Johtopäätöksissä arvioidaan myös tapahtuman järjestämistä, työn tavoitteiden toteutumista sekä koko opinnäytetyön onnistumista. Lopuksi pohditaan mitä tässä prosessissa on opittu. Toteutuvatko työn tavoitteet tässä työssä, sekä arvioidaan koko opinnäytetyön onnistumista.

3 ELÄMYSTEN MERKITYS MATKAILIJALLE

3.1 Palvelu

Ennen kun aloitetaan puhumaan tapahtumasta, haluaisin keskittyä palveluun. Se on tärkeä osa tapahtumasta. Ilman palvelua ei voi järjestää mitään asiakkaille. Tässä on muutamia määritelmiä, mitä palvelu on:

Palvelu on toimintaa, joka helpottaa jotakuta tekemään jotain.

Palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta tai suoritus.

Palvelu on tapahtumien ja prosessien summa, joka ratkaisee asiakkaan ongelman.

Palvelu on kokemus.

Palveluun liittyy vuorovaikutusta, ympäristöjä ja tavaroita.

Palvelu ei ole kulutettu loppuun, kun se on käytetty.

Palvelussa tuotteen omistajuus ei vaihdu.

Palvelun keskeinen osa on aineeton.

Palveluita käytetään-ei omisteta. / (Tuulaniemi 2011,196.)

Palvelun aineettomat osat saadaan näkyviksi esimerkiksi visualisoinneilla. Ihminen on aina palvelun keskiössä. Mitään palveluita ei ole olemassa, jos asiakas ei ole siinä läsnä eikä kuluta sitä. Palveluissa ovat olennaisesti mukana myös asiakaspalvelijat. Asiakkaat sekä asiakaspalvelijat muodostavat yhdessä palvelukokemuksen. Asiakas on aina osa palvelutapahtumaa, ja juuri hän muodostaa kokemuksensa palvelusta joka kerta palvelutapahtumassa henkilökohtaisesti uudestaan. Palvelukokemusta ei voi ennakoida ja suunnitella, koska kokemus on subjektiivinen ja tapahtuu asiakkaan päässä. Kuitenkin asiakkaan kokemus palvelusta on keskeistä palvelussa. Asiakaskokemus kattaa yleensä koko yrityksen tarjoaman: mainonnan ja muut kontaktit ennen varsinaista palvelua, asiakaspalvelun laadun, palveluominaisuudet, käytön helppouden ja sen luotettavuuden. Asiakkaan palvelukokemuksen optimointi tapahtuu keskittymällä asiakaskokemuksen kriittisiin pisteisiin mm. palveluprosessissa, työtavoissa, tiloissa, vuorovaikutuksessa sekä poistamalla palvelua häiritsevät asiat. Tärkeintä on, että asiakas saa mahdollisimman positiivisen palvelukokemuksen. (Tuulaniemi 2011,190-198.)

Palvelu on prosessi, tämän takia palvelun kuluttaminen tarkoittaa aika-akselille sijoittuvan kokemuksen kuluttamista. Palvelupolku kuvaa, miten asiakas kulkee ja kokee palvelun siinä hetkessä. Palvelupolku on tavallaan palvelukokonaisuuden kuvaus. (Tuulaniemi 2011,196.)

Koska palvelu on luonteeltaan abstrakti, sen keskeinen osa on aineetonta. Osa palveluista on itsestään tarkoitettu olemaan näkymättömissä. Juuri näiden näkymättömien ja taustalla toimivien palveluiden tarkoitus on liikuttaa, valvoa, siirtää, turvata, estää tai mahdollistaa tiedon, tavaran tai henkilöiden liikkumisen, siirtymisen tai toiminnan onnistumisen. (Tuulaniemi 2011,211.)

Palvelun suunnittelu on pitkä prosessi. Siihen kuuluu palvelun määrittely, tutkimus, suunnittelu, itse palvelutilanne ja lopullinen arviointi. Matkailutuotteet ovat useammin palveluita ja yleensä erilaisten palvelupakettien yhdistelmiä. Matkailu on erittäin haastava toimiala. Yleensä asiakkaat hahmottavat palvelut yhtenä kokonaisuutena. Tämän takia matkailutuotteita on tarkasteltava yksittäisen palvelun tarjoajan ohella myös matkakohteen tasolla. Yksityinen matka riippuu koko matkailualueen viitekehyksestä. (Tuulaniemi 2011,209-211.)

On tärkeää laatia palveluprosessin kuvaus, joka sisältää varsinaisen matkailutuotteen kuvauksen. Yrityksen sisällä tuotteen kuvaus tarkoittaa kaikkien niiden toimintojen kuvausta, joiden avulla toteutetaan asiakkaan odotukset. Prosessikuvaus laaditaan kaavioksi , jossa kartoitetaan kaikki ne toiminnot sekä prosessit, joita asiakas käy läpi palvelun eri vaiheissa. Kaaviossa pitäisi näkyä asiakkaan toiminta sekä kaikki palvelun tuottamisen näkyvät ja näkymättömät tasot. (Kompula& Boxberg 2002, 103-104.)

3.2 Elämymatkailu

Elämys on positiivinen tunnetila, myönteisen kokemuksen sekä tunteen synteesi, emotio, joka synnyttää muistijälkiä (Hemmi 2005, 393). Tulevaisuudessa markkinoinnissa ja myynnissä on unelmia, haaveita ja mielihaluja (Borg, Kivi & Partti 2002, 30).

Tarssanen (2009) määrittelee elämyksen seuraavasti: moniaistinen, muistijäljen jättävä, myönteinen ja yksilöllinen kokemus. Elämyksen ja kokemuksen käsitteiden ero on pieni. Elämys on enemmän emotionaalinen, kun taas kokemus on sisällöltään tiedollinen. Elämyksessä panostetaan vuorovaikutukseen toisten ihmisten kanssa. (Tarssanen 2009, 102.) Komppula ja Boxberg (2002, 30) sanovat että elämys on subjektiivinen, loppujen lopuksi jokainen ihminen kokee samat asiat eri lailla. Elämys liittyy ihmiseen, yksilöön (Borg ym.2002, 25).

Nouseva trendi ohjelmapalvelussa on elämyskokonaisuuksien rakentaminen. Elämyksen rakentaminen onnistuu, kun tuoteidea sisältää kaikkien aistien käyttämisen. (Viitasalo 2007, 23.)

Elämysten termi sopii hyvin ohjelmapalveluyritysten markkinoinnin edistämiseen. Nykypäivänä asiakkaille luvataan elämyksellisyyttä, mutta asiakas voi kokea sen pelkkänä kokemuksena. Tulevaisuuden markkinointi on hyvä perustaa tunteisiin, tarinoihin. (Borg ym. 2002, 29-31.) Kaikki matkailuun liittyvät elämykset ovat kaupallistettuja matkailuelämyksiä. Elämyksen määrittelee loppujen lopuksi asiakas. Sitä ei voida konkreettisesti myydä, vaan ainoastaan voidaan tarjota lupaus jostakin emotionaalisesta kokemuksesta tai vaikka mahdollisuuden elämyksen kokemiseen. (Hemmi 2005, 394.)

Elämystä valitettavasti ei voi tilata, varata eikä noutaa. Muista tuotteista elämys eroaa mieleenpainuvuudellaan, eli se on tilannesidonnainen sekä ainutkertainen. (Komppula& Boxberg 2002, 28.) Komppulan ja Boxbergin (2002, 29) mukaan hyvä ja toimiva elämystuote sisältää kaikki elämyksen elementit - yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus ja vuorovaikutus.

Yksilöllisyys on yksi tärkeimmistä elämyksen elementeistä. Se tarkoittaa tuotteen ainutkertaisuutta ja ainutlaatuisuutta. Kun asiakkaiden mieltymykset ja tarpeet otetaan huomioon, niin se lisää tuotteen yksilöllisyyttä. Silloin kun elämys pystytään harmonisoimaan ja rakentamaan teeman ympärille, tarinasta voi tulla uskottava ja se on hiottu viimeistä piirtoa myöten. (Viitasalo 2007, 29.)

Tarssanen (2009) on määrittänyt elämyksen moniaistiseksi, muistijäljen jättäväksi, yksilölliseksi ja kokonaisvaltaiseksi kokemukseksi. Kun puhutaan moniaistisuudesta, niin tuote on koettavissa monin aistein, silloin mahdollisuus kokea elämys kasvaa. Moniaistisesti koettu tuote tuottaa hyvää oloa ja jää mieleen. (Kompula & Boxberg 2002, 29). Asiakkaat varmasti haluavat kokea jotain uutta, tavallisuudesta poikkeavaa. Siksi erityisen tärkeänä pidetään vuorovaikutusta, kun luodaan yksilöllisyyttä. Asiakkaan ja palvelun tuottajan välinen vuorovaikutus on elämyksen tuottamisen kannalta tärkeässä roolissa. (Viitasalo 2007, 29.)

Elämyksillä on merkitystä erityisesti matkailussa, koska siinä on kyse vapaa-ajan toiminnasta, johon ihmiset perinteisesti haluavat panostaa paljon. Tällöin asiakkaat pyrkivät saamaan mahdollisimman mieleenpainuvia ja arkielämästä poikkeavia kokemuksia, joita voi pitkään muistella. (Viitasalo 2007, 24-24.)

4 ELÄMYKSELLISEN TAPAHTUMAN SUUNNITELU

Tapahtuman järjestäminen on prosessi, johon kuuluvat suunnittelu, toteutus ja jälkitoimenpiteet. Minimiaika tapahtuman suunnittelusta jälkitoimenpiteisiin on ainakin vähintään kaksi kuukautta, jotta tapahtuma onnistuisi. Lyhyemmällä aikataululla tapahtuman laatu ja toteutus voivat olla heikompia, koska esimerkiksi haluttu paikka voi olla varattu. Tämän takia tapahtuman suunnitteluun pitää varata hyvin aikaa. Tapahtuma, joka suunniteltu nopeasti ja voi sanoa hätäisesti, on usein toteutukseltaankin huono, tavoitteita ei saavuteta sekä asioita jää huomaamatta suunnitteluvaiheessa. (Vallo & Häyrynen 2003, 178.) Vallon ja Häyrysen (2003, 178) mukaan tapahtumaprosessin kulusta 75 % on suunnittelua, 10 % tapahtuman toteutusta ja 15 % jälkimarkkinointia.

4.1 Tapahtuman suunnittelu

Tapahtumia on olemassa erilaisia. Joka tapauksessa tapahtuma aina alkaa suunnittelusta. Ideointivaiheessa pitäisi päättää tapahtuman tavoitteesta, kohderyhmästä, ajankohdasta, paikasta, budjetista, luvista sekä mahdollisista riskeistä. Suunnittelu pitää aloittaa hyvissä ajoin ja ottaa mukaan alusta asti kaikki ne ihmiset, joiden työtä tarvitaan tapahtuman toteuttamisessa. Ihmiset ovat paremmin perehtyneet tapahtuman tavoitteisiin, kun ovat alusta asti projektissa. Myöskin erilaiset näkökulmat ja ideat tulevat esiin toteutukseen ja näin tapahtuman laatu vaan paranee. Suunnitteluvaihe on pisin ja aikaa vievin prosessi. (Vallo & Häyrynen 2003, 179.)

4.1.1 Tavoitteen määrittely

Tavoite on oltava jokaisella tapahtumalla. Sen pitää olla selkeä ja yksinkertainen, näin saadaan parempi lopputulos. Tavoitteen pitäisi vastata kysymykseen: miksi tapahtuma järjestetään? Eli jokaisella tapahtumalla on oma tavoite ja syy miksi se järjestetään. (Vallo & Häyrynen 2003, 131.)

Tapahtuman tavoitteena voi olla jopa imagon parantaminen. Imago on mielikuvaa ja se koostuu ihmisen entisistä kokemuksista, tiedoista, asenteista, tuntemuksista ja uskomuksista. (Rope 2005, 52.)

Esipalvelun kontaktipisteet, kuten mainokset, matkailuesitteet, www-sivut, henkilökohtaiset suositukset nostavat palvelun odotusarvoa ja ovat ensimmäisiä palvelun ja asiakkaan kontaktipisteitä. Esipalvelu muodostuu markkinointiviestinnästä tai tiedosta asiakkailta toisille kasvokkain tai sosiaalisen median palveluissa. Koska useimmiten matkailutuotteet pitää varata ja maksaa etukäteen, asiakkaiden pitää luottaa siihen tietoon, jonka he etukäteen saavat. (Tuulaniemi 2011,211.)

Täyttääkseen tai jopa ylittääkseen asiakkaiden odotukset, palvelujen on pakko olla yhdenmukaisia ja korkealaatuisia palveluketjuja sekä yrityksen että matkailukohteen tasolla (Tuulaniemi 2011, 210).

4.1.2 Kohderyhmän määrittely

Sitten mietitään, kenelle tapahtuma suunnataan (Vallo & Häyrinen 2008, 115). Silloin kun yrityksessä lähdetään kehittämään uutta tuotetta, ne on aina kohdennettava tietyille kohderyhmälle. Jos tuotekehitys on ”kaikille kaikkea” periaatteella, ei voi odottaa, että kaikki osallistujat voisivat kokea saavansa tuotteesta lisäarvoa. (Kompula& Boxberg, 2002, 100.)

Kohderyhmän perustana ovat asiakkaan tarpeet, eli pyritään löytämään sellaisia asiakasryhmiä, joilla on tarvetta tällaiselle tuotteelle. Sen avulla myös voidaan kehittää asiakasryhmälle juuri sen tarpeita vastaavia tuotteita, markkinoida niillä välineillä, joilla kyseinen kohderyhmä parhaiten tavoitetaan. (Kompula& Boxberg 2002, 75.)

Kohderyhmä tulee tuntea aika hyvin, niin että tapahtuma on oikean kokoinen ja näköinen ja sellainen joka houkuttelee kohderyhmää. Kohderyhmä pitää analysoida tarkkaan mutta samalla muistaa, että yksi asia ei välttämättä sovi kahdelle eri ihmiselle. (Vallo & Häyrinen 2008, 111.) Kun selvitetään kohderyhmän arvot,

asenteet, tarpeet ja odotukset, saadaan tärkeää tietoa markkinoinnin pohjaksi (Heikkilä 2008, 16).

4.1.3 Budjetin laatiminen

Budjetti tarkoittaa käytettävissä olevaa rahaa. Se määrää hyvin pitkälle, kuinka tapahtuma toteutetaan. Usein oman henkilökunnan voimin toteutettu tapahtuma on halvin vaihtoehto. Jos käytössä on vähän enemmän rahaa, voidaan tilata erityisen tapahtumatoimiston palvelu. (Vallo & Häyrinen 2002, 166.) Ennen tapahtuman suunnittelua on hyvä määritellä käytössä oleva raha. Rahaa kulutetaan yleensä niin paljon kuin sitä on käytettävissäkin. (Vallo & Häyrinen 2008, 57-59.)

Aika usein suunnittelussa tulot on yliarvioitu ja menot aliarvioitu. Tapahtuma on kannattava, kun tuotto on suurempi kuin kulut. (Iiskola- Kesonen 2004, 77.) Kaikilla tuotteilla ja palveluilla on hinta. Hinta on se summa rahaa, joka veloitetaan palvelusta tai tuotteesta, eli hinta on se raha, jonka asiakas on valmis maksamaan tuotteesta tai palvelusta. (Kotler, Bowen & Makens 2006, 566). Hinnoittelussa on huomioitava muutama seikka: -Kuinka isolle ryhmälle tapahtuma voidaan toteuttaa niin että se on kannattava? – Kuinka pienelle ryhmälle tapahtumaa kannattaa tarjota? –Paljonko työntekijöiden aikaa ja resursseja kuuluu esivalmisteluun, valmisteluun, lanseeraukseen ja jälkitoimenpiteisiin? (Kompula & Boxberg 2002, 111.)

4.1.4 Paikka, ajankohta ja kesto

Palvelu toteutuu erilaisissa ympäristöissä. Ympäristöillä on erittäin suuri vaikutus palvelun onnistumiseen. (Tuulaniemi 2011,125.) Kun valitaan tapahtumapaikka pitää ottaa huomioon tilaisuuden luonne ja osallistujamäärä. Paikan mieluummin tulee olla kulkuyhteyksien varrella tai omata paikoitusmahdollisuudet. Paikassa tulee olla myös saniteettitilat. Somistamalla tilasta voi saada miellyttävän ja elämyksellisen, jos rahaa on käytettävissä. (Vallo & Häyrinen 2008, 131-132.)

Ajankohta ja kesto kannattaa miettiä hyvin, koska se vaikuttaa osallistumismäärään. Kun järjestetään isoa tapahtumaa pitää varmistaa, ettei samaan aikaan ole muita samankaltaisia tapahtumia. Hyvä miettiä onko tapahtuman tarpeellista olla kaksipäiväinen tai jopa pidempi vai voiko tapahtuman hoitaa yhden päivän aikana. (Vallo & Häyrynen 2002, 163-165.)

4.2 Lupa- ja ilmoitusasiat

Kun suunnitellaan tapahtuma on hyvä selvittää etukäteen, mitä lupia tapahtumaa varten pitää hakea ja mitä ilmoituksia. Nykyään erilaiset lait ja säädökset määrittelevät mitä lupia tarvitaan tapahtuman järjestämiseen. Turvallisuudesta ja tapahtuman sujuvuudesta vastaa sen järjestäjä. Laki järjestyksenvalvojista kertoo pitääkö paikan päälle hankkia ihmisiä, jotka huolehtivat turvallisuudesta. Pelastuslaki sääntää mm. varautumaan vaaratilanteisiin ja niiden vaatimiin pelastustoimenpiteisiin. Kokoontumislain mukaan pitää tehdä ilmoitus tapahtumasta. (Juurakko ym. 2002, 86–87.)

Terveysturvallisuuslaki kertoo, kuinka elintarvikkeiden kanssa on toimittava. Maankäyttöä varten pitää hankkia lupa maanomistajalta. Ympäristösuunnitelma kertoo, kuinka tapahtuman tuottamista jätteistä huolehditaan. Lupaa ei tarvita jos tapahtuma järjestetään tapahtumajärjestäjän omistamalla alueella. (Iiskola- Kesonen 2004, 87).

Turvallisuus on tärkeä osa tapahtumaa ja sen on oltava kunnossa. Tilaisuudesta riippuen, paikan päälle voi hankkia järjestyksenvalvoja, joiden tehtävänä on huomaamattomasti valvoa tapahtumaa. (Vallo & Häyrynen 2008, 199.) Järjestyksenvalvoja-laissa järjestyksenvalvojan tehtäväksi määritellään järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitäminen sekä rikosten ja onnettomuuksien estäminen kyseisessä tilaisuudessa tai toimialueella, jonne hänet on asetettu järjestyksenvalvojaksi. Järjestyksenvalvojana voi työskentellä ainoastaan sellainen henkilö, joka on poliisin hyväksymä ja joka on saanut tehtävänsä sisäasiainministeriön hyväksymän koulutuksen. (Iiskola- Kesonen 2004, 88.)

Ulkoilmatapahtumissa on tarkistettava, pitääkö tapahtumaa varten luoda pelastussuunnitelma. Oli kyseessä minkälainen tapahtuma tahansa, paikalla pitää olla ensiaputaitoista henkilökuntaa. (Vallo & Häyrinen 2008, 199.) Tapahtumaa järjestettäessä on hyvä ottaa yhteyttä alueen pelastuslaitokseen ja heidän kanssa tarkastaa tapahtumatilojen mahdolliset vaarat ja käydä läpi pelastussuunnitelma (Iiskola-Kesonen 2004, 89).

Kokoontumislain mukaan tapahtuman järjestämisestä on tehtävä kirjallinen ilmoitus paikkakunnan poliisille vähintään viisi vuorokautta ennen tapahtuman alkua. Yleisötapahtumalla tarkoitetaan yleisölle avointa huvitilaisuutta, kilpailua, näytöstä tai muuta näihin rinnastettavaa tilaisuutta, joka ei ole yleinen kokous. Ilmoitus yleisötapahtumasta kannattaa tehdä tarkasti, jotta viranomaiset saavat riittävän kuvan tulevasta tapahtumasta eikä epäselvyyksiä jää. Ilmoituksesta tulee käydä ilmi järjestäjän tiedot, tilaisuuden tarkoitus, paikka ja alkamis- sekä päättymisaika, tilaisuuteen asetetut järjestyksenvälvojat, tilaisuudessa käytetyt rakennelmat ja muut erityisvälineet, anniskelu ja musiikki sekä yhteyshenkilö ja hänen yhteystietonsa. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.) Iiskola-Kesonen (2004, 87) muistuttavat myös poikkeuksen muodostavat yleisötilaisuudet, jotka osanottajien vähäisen määrän tai tilaisuuden luonteen tai järjestämispaikan vuoksi, eivät edellytä toimia järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitämiseksi tai sivullisille ja ympäristölle aiheutuvan haitan estämiseksi tai erityisiä liikennejärjestelyjä.

Järjestäjä huolehtii siitä, että tapahtuma-alue pysyy siistinä ja huolehtii jätteiden lajittelusta ja kuljetuksesta. Tapahtumapaikka on viihtyisämpi siistinä ja asiakkaat tyytyväisempiä. Jätteistä erikseen on lajiteltava ainakin biojäte ja kuivajäte, metalli, lasi ja paperi. (Iiskola-Kesonen 2004, 94.)

Tapahtumassa, jossa esitetään musiikkia julkisesti, tarvitaan tekijöiden lupa. Suomessa on olemassa edunvalvontaorganisaatiot (Teosto ja Gramex), jotka valvovat taiteiden käyttöä ja sen maksua. (Juurakko, Kauhanen & Kauhanen 2002, 89–90.) Mikäli tapahtumassa halutaan käyttää ilotulituksia, on niitä varten haettava kirjallinen lupa pelastuslaitokselta (Vallo & Häyrinen 2008, 142).

Teostolla ja Gramexilla on olemassa yhteinen Tapahtumalupa. Se pitää hankkia sekä suljettuihin että avoimiin tapahtumiin, riippumatta tapahtuman järjestämispai- kasta. Lupa hankitaan joka tapauksessa, soitettiin musiikkia tapahtumassa elävä- nä, digitaalisesta tiedostosta tai levyiltä. (Tapahtumalupa musiikinkäyttöön, 2017.)

4.3 Riskien kartoittaminen

Suunnitteluvaiheessa on hyvä miettiä, mitä riskejä tapahtumalla voisi olla. Pitäisi ottaa huomioon kaikki sellaiset seikat, jotka voivat vaikuttaa tapahtuman onnistu- miseen tai epäonnistumiseen. On tärkeää myös miettiä, mihin voi vaikuttaa ja mi- hin ei ja mitkä ovat seuraukset. Menneisyyteen katsominen voi auttaa tulevien ris- kien ennakoimisessa. Voidaan myös katsoa mitä ongelmia on kohdattu vastaavan- laisissa projekteissa aiemmin, ne ovat todennäköisiä myös nyt. (Juurakko, ym. 2002, 54.) Yleisötapahtuman riskit voidaan jaotella monella eri tapaa. Yksi tapa on lähestyä niitä niiden kohdistuvuuden mukaan. Yksi esimerkki, seuraavan jaottelun mukaan: ympäristöriskit, asiakasriskit, sopimusriskit, aikatauluriskit, henkilöstö- ja organisaatoriskit, taloudelliset riskit, tekniikkariskit, imagoriskit ja turvallisuusriskit. (Juurakko ym. 2002, 54.)

Tavallisimpia tapahtumien riskejä ovat henkilö- sekä omaisuus- ja toimintaan liitty- vät riskit. Henkilöstöriskeihin kuuluu mm. sairastumiset ja tapaturmat. Omaisuus- riskeihin kuuluu mm. tavaroiden rikkoutuminen ja vahingoittuminen. Toimintaan liittyy lukuisia eri riskejä, jotka vaihtelevat tapahtuman lajin mukaan. Äkilliset, jär- jestäjästä riippumattomat riskit on hyvä huomioida. Niihin voidaan varautua esi- merkiksi laatimalla hyvä aikataulu. Sään muutokset, sähkökatkokset, mahdolliset lakot tai muut toimintaympäristössä tapahtuvat äkilliset muutokset voivat aiheuttaa vaikeuksia. Taloudelliset riskit, kuten budjetin riittämättömyys, ovat mahdollisia tapahtumaa järjestettäessä. Joihinkin riskeihin pystytään varautumaan ostamalla vakuutus. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala, 2015, 13.)

4.4 Tapahtuman toteutus

Toteutusvaihe on se hetki, jolloin tapahtuman suunnitelmasta tulee totta. Tapahtuman kulusta vain noin 10 % on itse toteutusvaihe. Jokaisen on tiedettävä vastuunsa suuressa kokonaisuudessa. Tapahtuman onnistuminen vaatii saumatonta yhteistyötä eri tahojen välillä. Tapahtuman toteutuksessa on kolme eri vaihetta, näitä ovat rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Aikaa vievin osuus on rakennusvaihe, jolloin kulissit ja rekvisiitta laitetaan kuntoon itse tapahtumaa varten. Itse tapahtuma kestää vain hetken, vaikka sitä on saatettu suunnitella viikkoja jopa kuukausia. Viimeisen vieraan lähdettyä alkaa purkuvaihe. (Vallo & Häyrynen 2008, 184.)

4.5 FAMM- malli tapahtumansuunnittelun työkaluna

FAMM-malli on luotu tarkastelemaan ravintolakokemusta, sen avulla voidaan kehittää uusi tuote.

On olemassa erilaisia elämyksiä. Elämys on aistein havaittava ja koettava tapahtuma, jossa ihminen on mukana (Tarssanen 2009, 6). Elämys, kuten hyvästä ruoasta nauttiminen, syntyy aistien välityksellä. Yksi vaihtoehto luoda elämyksellisyys ruoalle on käydä läpi ateriakokonaisuus FAMM- mallin mukaan, eli viidestä näkökulmasta. FAMM- malli, eli five aspects meal model, on kehitetty kehitetty ruotsalaisten tutkijoiden toimesta. Mallin elementit ovat: tila, tuote, kohtaaminen, tunnelma ja johtaminen sekä organisaation hallintajärjestelmä. Sen avulla voidaan vieraiden näkökulmasta katsoa, analysoida ja kehittää ruokatapahtumaa kokonaisuutena. (Gustafsson, Öström, Johansson & Mossberg 2006, 85-86.) Pitkäkoski (2015, 32) kirjoittaa, että FAMM-mallin mukaan on kolme tekijää, eli tila, kohtaaminen ja tuote, jotka sitten yhdessä luovat tunnelman. Johtamisjärjestelmään kuuluu palveluprosessin kokonaissuunnittelu, säädösten ja lakien noudattaminen sekä liiketaloudelliset tekijät. Johtamisjärjestelmäkin vaikuttaa osaltaan tunnelmaan, mutta välillisesti. (Pitkäkoski 2015,32.)

Jo vuodella 1973 (49) Kotler on kirjoittanut fyysisen ympäristön merkityksestä ja vaikutuksesta ostospäätökseen. **Tila** tarkoittaa paikkaa, jossa tapahtuu ruokailu. Tämä käsite sisältää monia erilaisia ominaisuuksia, kuten huonekalut, huoneen muodon jne. (Gustafsson ym 2006, 89.) Tila alkaa vaikuttaa jo siinä vaiheessa, kun ollaan vasta tulossa paikkaan (Pitkäkoski 2007, 58). Bitnerin (1992) mukaan ympäristössä palvelun tuottaja (henkilökunta) ja asiakas ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Melu, epä mukava lämpötila, liian pimeä valaistus tai huono sisäilma voivat aiheuttaa asiakkaassa fyysistä epä mukavuutta. Sellaisen ympäristön asiakas kokee epä miellyttävänä. Kaikki aistit ovat käytössä ruokaillessa, tämän takia pitäisi miettiä aistikokemus tarkkaan, että aterialta jää hyvä kokemus. Ruokailutilan ympäristö vaikuttaa siihen, miten koemme aterian. Jokaisella asiakkaalla on aikaisemmat muistot, kokemukset ja odotukset jotka vaikuttavat asiakkaalle tulevaan kokemukseen. (Gustafsson ym. 2006, 88-90.)

Tuote tarkoittaa ruokakokonaisuutta ja juomia, sen makua ja visuaalista ilmettä. Niin että ruoka maistuu, kokilla on oltava ammattitaito, raaka-aineet on oltava tuoreita ja laadukkaita, ruoka on osattava laittaa kauniisti esille, on oltava elintarvikemian ja ruoanvalmistuksen osaaminen. (Gustafsson ym 2006 ,88). Visuaaliset tekijät eivät kuitenkaan ole riittäviä, vaan ruoan maun on vastattava asiakkaan odotuksia (Fine 1992). Maku ja esillepanotapa ovat tärkeimmät laatutekijät, joiden merkitys näkyy asiakastyytyväisyydessä ja asiakkaiden käyttäytymisaikomoiksissa (Namkung & Jang 2007, 392).

Pitkäkosken (2007, 60) mukaan **kohtaaminen** on totuuden hetki. Silloin yrityksen pitää täyttää asiakkaan odotukset ja omat lupaukset. Kohtaaminen kuuluu jokaiseen ateriaan: asiakkaan ja henkilökunnan välillä, asiakkaiden välillä ja palvelutuottajien välillä. (Gustafsson ym, 2009, 281.) Kohtaamisten on oltava positiivisia ja iloisia, että asiakkaalle jää hyvä mieli. Pitkäkoski (2015, 37) kirjoittaa että asiakaspalvelijan pitää (yrittää) tuottaa emotionaalista, positiivista tunnetilaa. Mikäli asiakaspalvelija kiinnittää asiakkaaseen ylimääräistä huomiota ja saavuttaa asiakkaan kanssa yhteisymmärryksen heti palveluun saavuttaessa, syntyy positiivinen tunne. Nykyisen käsityksen mukaan asiakaskokemukset luodaan sosiaalisesti, ne

ovat riippuvaisia tilanteesta ja todella tärkeitä myönteisten asiakaskokemusten synnyttämisessä. (Walter, Edvardsson & Öström 2010, 236- 258.)

Heti astuessaan ruokasaliin sisään asiakas pääsee paikan **tunnelmaan**. Hyvä ilmapiiri on vaikea määrittellä, mutta sitä arvostetaan. (Edwards&Gustafsson 2008, 31-32). Lennernäs (2011, 11) on kirjoittanut, että ilmapiiri ja tunnelma vaikuttavat siihen, miten nopeasti, paljonko ja kauanko syömmme. Ruokailutilan ympäristö vaikuttaa siihen, miten koemme aterian. Jokaisella asiakkaalla on aikaisemmat muistot, kokemukset ja odotukset, jotka vaikuttavat asiakkaalle tulevaan kokemukseen. Tunnelma on loppujen lopuksi yksilöllinen kokonaisuus kokemisesta aterian aikana, ja siihen vaikuttavista tekijöistä- aistimukset ja ympäristö. (Hansen, Jensen & Gustafsson 2005, 140.) Tunnelman luomisessa on tärkeää löytää mukavuuden, turvallisuuden tunteen ja aistiärsykkeiden tarjoamisen oikea tasapaino (Katsigris & Thomas 2009).

Johtaminen ja organisaation hallintajärjestelmä sisältää taloudelliset ja hallinnolliset näkökulmat, kuten lakimääräykset, logistiikka. (Gustafsson ym 2006, 89). Tähän kuuluu hygieniaan,- alkoholiin,- työntekijöihin ja -ympäristöön liittyvät lainsäädännöt. On hyvä seurata muutoksia ja niihin on osattava reagoida. Lisäksi johtamiseen kuuluvat logistiikka ja valmistusprosessit keittiössä ja ruokasalissa. (Gustafsson ym.2006,91.)

Luvun 5 suunnittelun kuvauksessa käytetään FAMM-mallia asian jäsentelyn työkaluna.

4.6 Uusi vuosi venäläiseen tapaan

Talvilomaa venäläiset pitävät vuodenvaihteessa, silloin heillä on uuden vuoden, 2018, vaihteessa, kymmenen päivää lomaa. Zakuska projektin (2004) mukaan valtaosa Suomeen lomalle aikovista venäläisistä haluaa saapua vasta vuoden vaihteen jälkeen, sillä venäläisillä on semmoinen käsitys, ettei Suomessa osata juhlia uutta vuotta. He juhlivat kotimaassa ja matkustavat sen jälkeen Suomeen

lomaillemaan. Tilastojen mukaan uudenvuodenjuhlijoitakin tulee Suomeen, mutta heitä voisi tulla enemmän. (Malankin 2012, 45.)

Mitä Uusi vuosi oikeasti on ja mitä se merkitsee tavalliselle venäläiselle? Tässä kappaleessa yritetään vastata tähän kysymykseen. Venäjällä Uusi vuosi on vuoden tärkein juhla. Vaikkapa tämä osuus on suurimmaksi osaksi teoria, silti minä kirjoitan tässä kohdassa omia ajatuksiani ja mielipiteeni, koska itse olen venäläinen.

Uusi vuosi merkitsee jokaiselle paljon. Se liittyy meidän historiaan. Tämä juhla, siinä muodossa mitä me näemme ja koemme nyt, on juhlittu jo vuodesta 1700, kun tsaari Pietari Suuri oli päättänyt ryhtyä juhlimaan sitä 1. tammikuuta. Eri aikaan kuin muut eurooppalaiset. Silloin Pietari Suuri käski kaikkia toivottamaan hyvää uutta vuotta ja oli lähettänyt taivaalle uuden vuoden yönä ilotulitteen, josta Venäjällä alkoi ilotulitusperinne. Totta kai näissä 300 vuodessa tuli omat uudet perinteet juhlaan. Sitten Neuvostoliiton aikana on peruttu joulukuun juhla, ja uusi vuosi jäi tavallaan suurimmaksi juhla. Tänä päivänä sen merkitys on todella iso. (История нового года, 2015).



Kuva 2. Pakkasukko.

Nykyään tammikuun alussa venäläisillä on lomat ja viralliset vapaat, yleensä ainakin viikko aikuisilla ja melkein kaksi viikkoa lapsilla. Venäläiset viettävät uuden vuoden usein ravintoloissa ystävien kanssa tai kotona, jonne ehdottomasti kutsutaan vieraita. Usein kutsutaan juhlaan Pakkasukko (kuva 2) ja Lumityttö, ne ovat satuhahmoja, jotka vastaavat jonkun verran joulupukkia ja tonttua. Pakkasukko on pukeutunut yleensä pitkään turkkiin. Turkki on useimmiten punainen, sininen tai valkoinen. Pakkasukko on vaari, eli hänellä pitää olla pitkä, valkoinen parta. Lumityttö on hänen lapsenlapsi, hän on ukon apulainen. Pakkasukko kulkee satujen mukaan hevosilla. Koko joulukuun ajan Pakkasukko ja Lumityttö käyvät lastentarhoissa ja kouluissa, kaikki lapset jännityksellä odottavat lahjoja heiltä. Kodeissa Pakkasukko vierailee uudenvuodenaattoiltana. Hän toivottaa hyvää uutta vuotta ja

jättää lahjoja. Nykyään monissa ravintoloissa uuden vuoden yönä voi nähdä satuhahmon, koska se on yksi tärkeimmistä symboleista.

Uuden vuoden juhlassa on myös omat ruokaperinteet. Pitää huomioida, että pöytään laitetaan ja ostetaan paljon herkkuja. Venäjällä on sanonta ” Miten juhlitaan uusi vuosi, sillä vietän koko vuosi”. Ruokakulttuuriin kuuluu salaattipöytä, kuohuviini, liha- tai kalahyytelö sekä mandariinit. Salaatit Venäjällä ovat suurimmaksi osaksi majoneesipohjaisia, esimerkiksi tunnettu Olivier-salaatti, jossa on perunaa, lihaa, porkkanaa, suolakurkut, munat ja majoneesi. Useimmissa kodeissa voi myöskin maistaa silliä tyrkin alla, vaikka se kuulostaa eksoottiselta, mutta se on vain kerroksittain silliä, keitettyjä ja raastettuja vihanneksia sekä tietysti majoneesi jokaiseen kerrokseen. Mandariinit ovat kesto-suosikki, koska Neuvostoliiton aikana vain uutena vuotena mandariinit olivat myynnissä.

Toiveet, lupaukset ja taitat kuuluvat uudenvuoden perinteeseen. Tapana on kirjoittaa toive uudelle vuodelle pienelle paperipalalle, sytyttää se ja juoda samppanjaa tuhkan kanssa. Tämä kuuluu tehdä Kremlin kellonlyöntien aikana. Samppanjaa yleensä juodaan Venäjän presidentin noin viisiminuuttisen puheen jälkeen. Yleensä puhe alkaa klo 23.55 ja kestää juuri siihen asti, kun kellot alkavat (ryömiään.)lyömään kaksitoista.

Monet ihmiset matkustavat ”uuden vuoden” lomalla. Juuri uusi vuosi on toinen venäläismatkailun huippusesongin aikaa Suomessa (Финляндия стала второй по популярности у россиян, уступив Абхазии 2017). Tätä perinnettä aion tässä työssäni hyödyntää, kun suunnittelen elämispakettia venäläisille.

5 UUDEN VUODEN TAPAHTUMA VENÄLÄISILLE ASIAKKAILLE

5.1 Kartoittava kysely

5.1.1 Kyselyn tavoite ja toteutus

Tässä työssä käytettiin kartoittavaa kyselyä (liite 5 ja 6). Sen avulla pyritään ymmärtämään asiakkaiden tarpeet, heidän mielipiteet sekä ajatukset juhlasta sekä auttaa jatkossa tuotekehityksessä.

Oli haluttu tehdä näistä matkailijoista perusrakenneselvitys, jotta voitaisiin paremmin suunnata tapahtuman markkinointi oikealle kohderyhmälle, tavoitteena useammat potentiaaliset matkailijat.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mm.1) minkälaiset venäläiset turistit tulisivat viettämään uudenvuoden juhlan Lapualle, 2) mitä he kaipaavat tällaisista tapahtumista sekä 3) paljonko pystyvät maksamaan. Yritettiin saada tietoa mahdollisimman monista venäläisistä matkailijoista, heidän mieltymyksistään ja haluista.

Tämän työn tarkoituksena oli hankkia asiakaslähtöiset tiedot Uuden vuoden juhlasta niin, että voitaisiin jatkaa suunniteltua tapahtumaa oikealla tavalla ja oikeaan suuntaan.

Tein kyselyn internetissä, tätä varten käytin venäjänkielistä Survio.com-sivustoa, jossa julkaistiin kyselylomakkeen ja lisäksi laadittiin sähköpostina lähetettävän kirje, jossa oli linkki kyselylomakkeeseen. Olin valinnut Survio.com-sivusto, koska se oli minulle tuttu edellisistä projekteista. Olin ajatellut, että tälläkin kertaa käytän sellaista resurssia, josta on jo kokemus ja käsitys miten se toimii. Kyselyn alussa kysyttiin ihmisten perustietoja, toinen osio oli sitten asiat mahdollisesta tapahtumasta. Liitteestä 4 löytyi suomenkielinen kyselylomake, liitteessä 5 on myös venäjänkielinen versio.

Heti työn alusta lähtien minulla oli epävarma olo siitä, saanko riittävästi vastauksia? Kyselyn linkki oli laitettu yhden ryhmän näkyville Vk.com-sivustossa. Kerroin lyhyesti kuka olen ja mitä teen, sekä pyydettiin ystävällisesti vastaamaan kyselylomakkeeseen. Vk.com on venäläisten sosiaalinen verkkosivusto. Tämä on samantyylinen sivusto kuin Facebook. Kysely oli auki 1,5 kuukautta (se tuli esille toukokuun alussa, ja 15 päivää kesäkuuta olen sulkenut sen). Pienen vastausmäärän syyksi arvelin huonoa ajankohtaa, koska monilla oli alkamassa kesälomat ja opiskelijoilla oli tentit sekä pääsykokeet, yleensä vanhemmat ovat näissä prosesseissa mukana.

Tämän työn yhtenä ongelmana oli selvittää, mikä voisi olla tällaisen tapahtuman kohderyhmä, sekä mitä he kaipaavat tällaisesta tapahtumasta.

Kyselylomakkeeseen tehtiin 13 monivalintakysymystä ja yksi kokonaan avoin kysymys. Monivalintakysymykset sisälsivät valmiita ja avoimia vastausvaihtoehtoja.

5.1.2 Tulokset

Vastaajia oli yhteensä 89. Kysymysten osalta on hyvä aloittaa taustakysymyksillä. Ensimmäisenä kyselylomakkeessa kysyttiin matkailijoiden perustietoja: sukupuolta, ikää, asuinpaikkakuntaa.

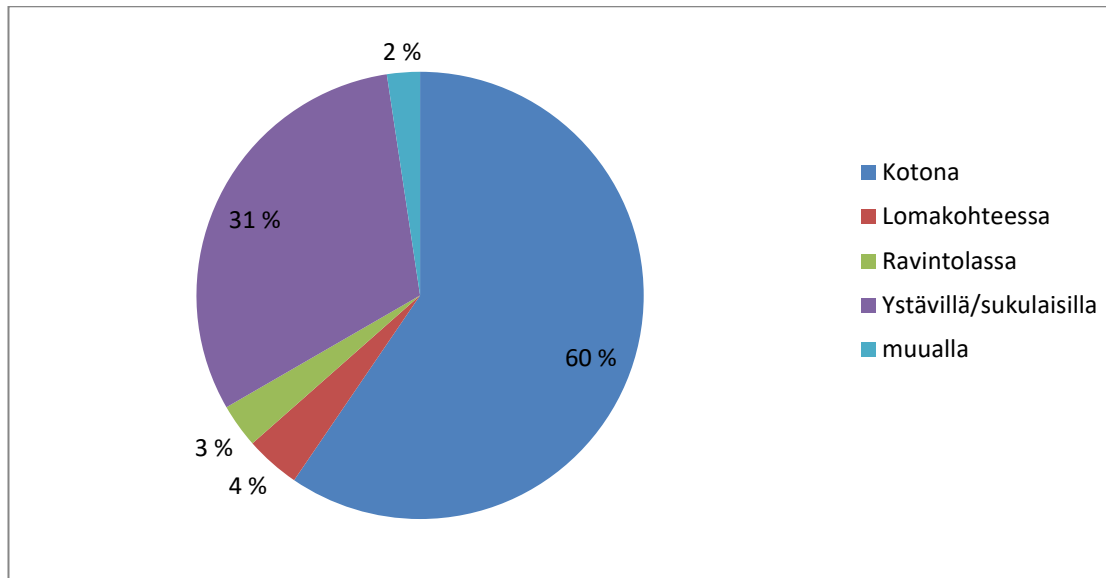
Kyselyyn vastanneista 73 oli naisia ja 16 miehiä, eniten oli 18 – 30-vuotiaita (51 vastausta), toiseksi oli 31 – 40-vuotiaita (25 vastausta) kolmanneksi oli 51-65-vuotiaita (7 vastausta) ja loput kuusi henkilöä olivat 41-50-vuotiaita.

Suurin osa (32 vastaajaa) oli kotoisin Pietarista, seuraavaksi suurin osa (31 vastausta kahdeksastakymmenestä yhdeksästä) oli kotoisin Karjalasta. Suomesta tuli 17 vastausta. Myös muutamia vastaajista oli kotoisin muista kaupungeista, esimerkiksi Cherepovetsista ja Tverista. Yksi vastaaja oli kotoisin Novorosijksista. 3 ihmistä oli jättänyt tämän kysymyksen vastaamatta.

Enemmistön perhetulot ovat alle 1000€ kuussa (46 henkilöä), 34 vastaajista ilmoittivat, että heidän perhetulot ovat yli 1000€, mutta alle 2000€. Vain kahdeksalla perhetulot ylittävät 2000€.

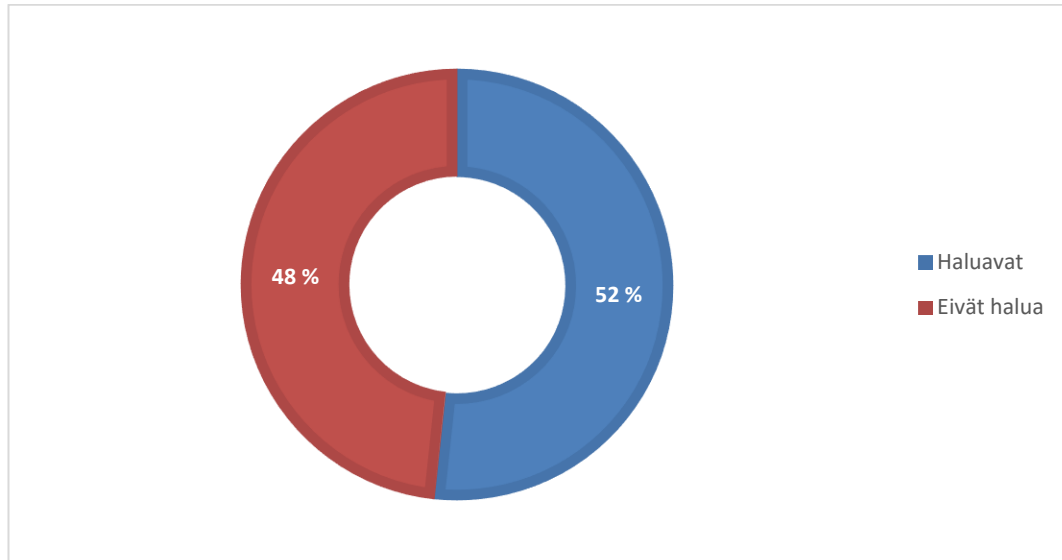
71 venäläistä eivät olleet matkustaneet uudenvuoden aikana ulkomaille. 18 ihmisellä on tällainen kokemus. Tämä ryhmä oli matkustanut aika paljon- useimmat viettivät uudenvuoden juhlan monissa maissa, mm. Suomessa, Ruotsissa, Egyptissä, Saksassa, Tšekissä. Nämä maat ovat suosituimmat.

Enemmistö viettää uudenvuoden juhlan kotona (75 vastausta eli 60%), ystävien ja sukulaisten luona olivat 39 (31%), 4 (3%) vastanneista olivat ravintolassa, 5 (4%) oli lomakohteessa, 3 (2%) joutunut olemaan töissä (kuvio 1).



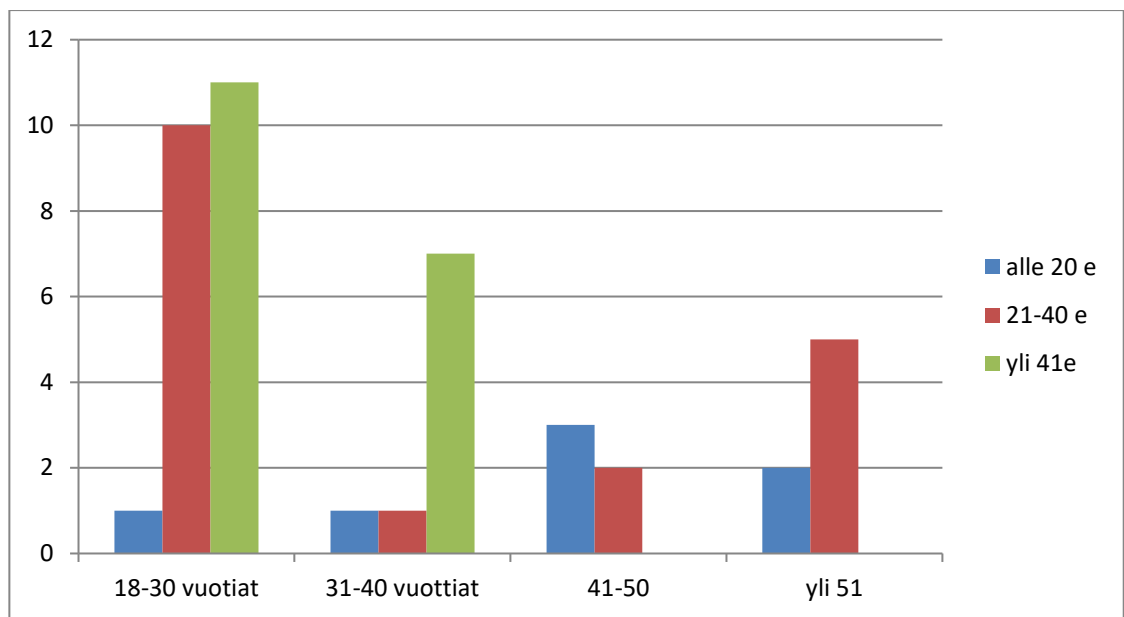
Kuvio 1. Yleinen paikka juhlan viettämistä varten (n=89).

46 ihmistä kaikista vastaajista ei ole kiinnostunut viettämään uuttavuotta Suomessa, mutta kuitenkin 43 haluavat tulla (kuvio 2). Eli jatkossa minä tutkin vain nämä 43 lomaketta, ne ovat meidän potentiaaliset asiakkaat.



Kuvio 2. Aikomus viettää uusivuosi Suomessa.

Kysymyksessä kahdeksan (kuvio 3) kysyttiin paljonko ihmiset ovat valmiita maksamaan uudenvuoden juhlasta ravintolassa (alkoholi ei sisälty hintaan). 19 vastaajaa on valmis maksamaan 21-40€ uudenvuoden juhlasta per henkilö (ruoka, ohjelma, ilman alkoholijuomia), 18 sanoi että pystyvät maksamaan yli 40 € ja 6 ihmistä voi maksaa alle 20€. Kuviossa 3 olen jakanut ikäryhmän mukaan. Sieltä tulee selvästi ilmi, että 18-40-vuotiaat ovat valmiita maksamaan yli 40 e juhlasta.

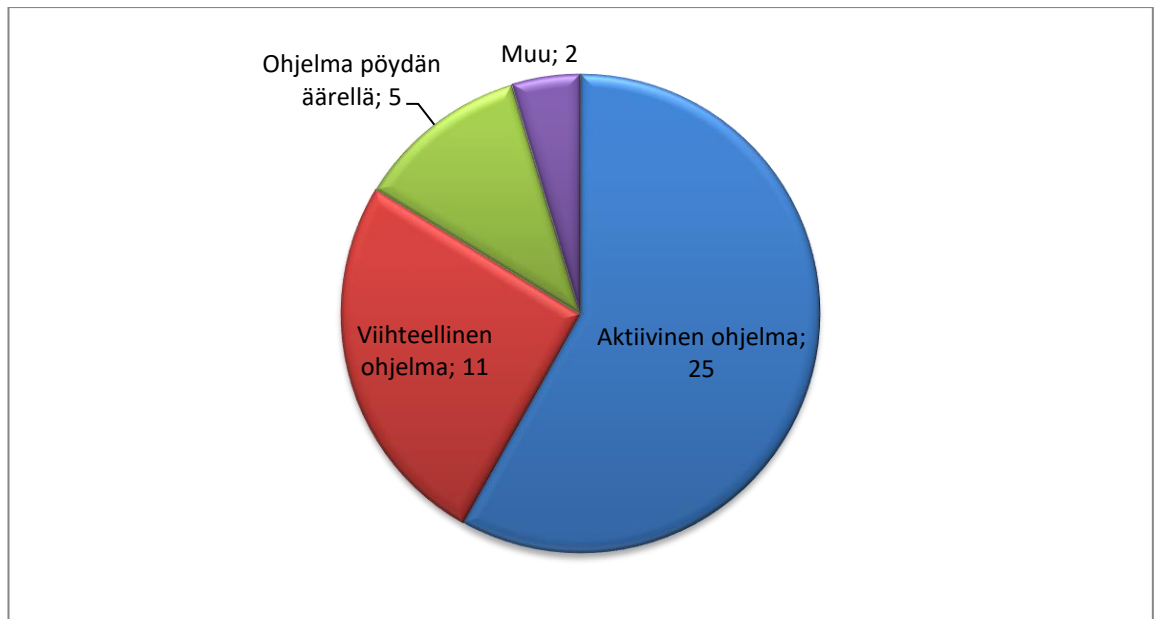


Kuvio 3. Mahdollinen tapahtuman hinta (n=43).

Suurin osa vastaajista (39 ihmistä) haluavat maistaa jotakin uutta uudenvuoden yön. 4 kuitenkin haluaa tyypillisen venäläisen ruoan.

Seuraavaksi kartoitettiin suhtautuminen uudenvuoden ohjelmaan, eli haluavatko ihmiset osallistua ohjelmaan. 34 vastaajista mielellään osallistuvat jonkinlaiseen ohjelmaan uuden vuoden juhlassa, 9 kuitenkin ei.

Suurin osa vastaajista (25) kiinnostaa aktiivinen ohjelma (fyysisesti hyvin aktivoiva). Toiseksi suosituin vastaus (11 vastausta) oli viihteellinen ohjelma (fyysisesti passiivinen ohjelma, jota voi vain seurata). Ohjelman pöydän äärellä (fyysisesti vain vähän aktivoiva ohjelma) valitsivat vain 5 ja kaksi vastausta oli että riippuu mielestä (kuvio 4).



Kuvio 4. Ohjelman laji (n=43).

Vastausten perusteella nähdään ilotulituksen tärkeys. 33 ihmistä sanoivat, että ilotulitus on heille tärkeä, 10 mielestä ei ole.

Hieman yllätykselliset vastaukset oli saatu kysymyksestä 13. Siinä kysyttiin presidentin puheen tärkeydestä. 33 ihmistä sanoivat, että se on tärkeä heille, neljälle ei ollut. Kuusi vastaajaa sanoi, että ei ole väliä.

Vastaajille uusivuosi on yksi tärkeimmistä juhlista. He panostavat siihen.

Potentiaalinen asiakas on siis 18-30-vuotias nainen, joka on valmis maksamaan 21-40€ tapahtumasta. Hän on valmis maistamaan uusia ruokalajeja ja mielellään osallistuu uudenvuoden ohjelmaan. Hän on valmis osallistumaan aktiiviseen ohjelmaan. Illan aikana on järjestettävä ilotulitus ja presidentin puheen lähetys televisiosta.

5.2 Tapahtuma

Kun on tarkoitus saavuttaa venäläisiä asiakkaita, nettisivujen on oltava venäjäksi. Hotelli Simsiönkullas on kääntänyt yleistiedot venäjäksi. Venäläiselle myös annetaan lisätietoja, kuten paikalliset nähtävyydet ja aktiviteetit. Hotellin omilla sivustoilla on esite, jossa on selostettu ympäristöä lyhyesti, mm. matkailuyritykset, ravintolat, kahvilat ja aktiviteetit. Tällaiset pienet jutut antavat lisäarvoa koko yritykselle ja tuovat lisää asiakkaita tai ainakin saavat asiakkaat viihtymään kauemmin.

Tapahtuman alussa kerrotaan illan kulusta sekä vähän ohjeita pöydän käytöstä sekä yleisesti ravintolakäyttäytymisestä. Malankin (2012, 68) mukaan Venäjällä on erilaisia ravintoloita, joista saa ostaa alkoholia, joihin voi tuoda omat juomat, tai voi ostaa mukaan. Simpsiönkullaan ravintolassa on A-oikeudet, se tarkoittaa että alkoholijuomat ostetaan paikan päältä ja myynnissä on sekä miedot että vahvat alkoholijuomat.

Kartoittavan kyselyn tulokset antoivat suunnan tuotekehitykselle.

Tässä luvussa hyödynnetään FAMM-mallia suunnittelussa, seuraavat alaluvut on otsikoitu FAMM- elementtien mukaisesti.

5.2.1 Tuote

Tuotteena on palvelupaketti venäläisille asiakkaille. Eli tapahtuman kohderyhmänä toimivat venäläiset asiakkaat. Matkailijoiden venäjänkielisyys otetaan huomioon heti alusta saakka: kaikki esitteet/ohjelma/ menu tulee kääntää venäjäksi. Palvelupaketti sisältää muun muassa illallisen ja ohjelman.

Tunteisiin vetoavat kuvat ovat tärkeitä venäläisille. Toisaalta venäläinen maku suosii enemmän värejä ja monimutkaisempaa muotoa kuin tavallinen suomalainen

muotoilu (Malankin 2012,88). Tämän takia mainos tapahtumasta tulee olla värikäs ja näyttävä.

Ruoassakaan venäläiset eivät enää etsi tuttua ja turvallista, mutta tiettyjä venäläisiä ruokailun piirteitä he kaipaavat mukaan (Malankin 2012,73). Saman tuloksen sain myös omassa kyselyssäni. On hyvä tarjota myös perinteiset suomalaiset jouluruoat sekä nykyaikaiset vaihtoehdot. Tämän takia tehdään seuraava menu : 3-4 salaattia (ne voisivat olla vaikka juusto-melonisalaatti, katkarapusalaatti, näkyy kuvassa 3, vihreäsalaatti), pääruokana olisi hyvä tarjota 2 vaihtoehtoa: lihaa ja kalaa (kala sopii venäläisten makuun tosi hyvin), tehdään kasvisvaihtoehto sekä selvitetään mahdolliset allergiat. Kaikki ruoat tehdään gluteenittomiksi sekä laktoosittomiksi, näin ollen ei tarvitse valmistaa erillistä ruokaa allergikoille. Uskon, että tällainen menu on sopiva venäläisille, mutta myös henkilökunnalle helppo toteuttaa. Liitteenä 2 löytyy menukortti. Näissä tiloissa luontevampi on buffet-pöytä.



Kuva 3. Katkarapusalaatti.

Venäläisille leipä on aina tärkeä osa kaikkea ruokailua, harvat eivät syö leipää lainkaan. Tämän takia leipäkorit on oltava jokaisella pöydällä. Korin pitää sisältää sekä ruisleipää että vaaleaa leipää.

Ruokajuomana monet venäläiset käyttävät teetä, tämän lisäksi tarjotaan vesi ja mehu. Järjestetään haudutettu tee koko tapahtuman ajaksi. Viimeisen tunnin aikana tarjotaan myös kahvi joulutortun kera.

Ruoista kerrotaan, mitä ne sisältävät ja myös niiden nimet. Ehdotan pienten kylttien käyttämistä, joista ilmenee nämä asiat (Liite 8).

5.2.2 Kohtaaminen

Venäläiset ovat yhä enemmän siirtymässä Internetiin, kun he etsivät sopivan matkan. He vierailevat keskimäärin viidellä eri sivulla matkailuhankinnassaan. Mitä kokeneempi matkailija on kyseessä, sitä varmemmin hän hakee itsenäisesti tietoa kiinnostavista kohteista Internetissä.(Malankin 2012, 81-82.) Tämän takia lisätään mainos omille sivuille sekä markkinoidaan tällaista tapahtumaa sosiaalisessa mediassa, kuten VK.Com. Sosiaalisesta mediasta on tullut yksi suosituimmista markkinoinnin apuvälineistä. Tällä hetkellä VK.COM on suosituin sosiaalinen media keski-ikäisillä ja keskituloisilla käyttäjillä (Frolova 2016). Siinä on olemassa paljon ryhmiä, joiden pääaiheena on Suomi, suomen kieli. Mainonta näissä ryhmissä maksaa vähän, yleensä noin 10- 20 e kuussa, yhdessä ryhmässä nimeltään ViisitSuomi on jopa 66718 seuraajaa. Markkinoidaan tapahtuma juuri siellä.

Palvelukieli vaikuttaa merkittävästi asiakkaiden tyytyväisyyteen, joten palvelu järjestetään venäjänkielellä. Tämä varmasti takaa tyytyväisimmät asiakkaat.

Malankinin (2012, 90) mukaan ihmisten on mukava saada jotakin ilmaiseksi, niin myös venäläisten. Etuja yleensä odotetaan, mutta niiden on oltava yllättäviä. Meidän tapauksessa, lahjaksi annetaan tonttuhattu, eli jokainen osallistuja tulee saamaan muistoksi vierailustaan sellaisen. Lahja tuottaa hyvää mieltä, sen avulla jäädään mieleen, se toimii konkreettisenä muistona, joka jää elämään myös matkan jälkeen ja ikään kuin pidentää matkakokemusta. Se myös provosoi ihmisiä kertomaan kokemuksistaan ja jos kokemus on ollut myönteinen, siitä voi olla seurauksena myös myönteistä puskaradio-viestintää. Juhlan alussa juontaja korostaa sitä

tarkemmin. Tälläinen lahja sopii teemaan ja myös antaa lisää tunnelmaa juhlaan. Tämä tonttuhattu jää käteen koetusta elämyksestä. Juhlan aikana jokainen voi panna hatun päähänsä, siten juhlan tunnelma nousee ehdottomasti.

Alhaalla olevassa taulukossa on koottu yhteen illan kulku. Tein sen sekä venäjäksi (liite 1) että suomeksi, niin että sekä asiakkaat että henkilökunta tietävät mitä on seuraavaksi.

Uudenvuoden juhlan ohjelma

Hotellissa ”Simpsonkullas”

Taulukko 1 Ohjelman aikataulu

30-31 tammikuuta	saapuminen hotelliin
31 tammikuuta	kokoonnutaan ravintolassa, joka sijaitsee hotellin alakerroksessa
Klo 20 alkaen	paikkojen löytäminen mahdollinen alkoholien tilaaminen
Klo 21	virallinen ohjelman avaus
Klo 21.15	alkuruoat / välillä ohjelmaa
Klo 22	lämmin ruoka/ välillä ohjelmaa
Klo 22.55	presidentin puhe ohjelma jatkuu
Klo 23.55	lähdetään ulos ilotulitus
00.05	mahdollisesti ilta jatkuu yökerhossa

Ajatuksena on järjestää mahdollisimman mielenkiintoinen ja rentouttava ilta. Juontajana toimin minä, mutta skenaarion mukaan meillä on oltava miespuolinenkin juontaja. Suomenkielinen versio on lyhyempi, siinä on vain kerrottuna mitä ja miten tehdään. Venäjäksi teksti on laadittu niin, että kaikki puheet ovat valmiiksi kirjoitetut. Juontajien vain lukevat tai muistavat ulkoa.

Juhlan aloitukseksi on merkitty tarkoituksella klo 20, koska aika usein venäläiset myöhästyvät, tämän takia on hyvä, että ihmiset alkavat tulla vähän aikaisemmin,

niin että klo 21 kaikki ovat jo paikoilla ja juontaja voi tervehtiä kaikkia. Tämän lisäksi tarjotaan ilmainen alkumalja, josta kaikki voivat nauttia yhdessä. Tällainen kohtaaminen kuuluu juomakulttuuriin sekä antaa heti alusta positiivisen yllätyksen asiakkaille. Sen jälkeen aloitetaan ruokailu. Aluksi oli mietitty tarjoilua pöytiin, mutta kun puhuin toimeksiantajani kanssa, päätettiin, että ravintolan tiloissa, varsinkin keittiössä on liian vähän tilaa, sekä tarvitaan siihen lisävoimia, jotka vaativat lisäkustannuksia. Eli ruoat ovat seisovassa pöydässä.

Ruokailun ohessa järjestetään ohjelmaa, sekä aktiivista että pöydän ääressä tapahtuvaa. Klo 22.55 järjestetään Internetin kautta televisio lähetys, Venäjän pääkanavilta voidaan katsoa presidentin puhe. Ilta päättyy klo 00.05 ilotulitukseen.

Tarvittaessa järjestetään kuljetus ohjelman jälkeen yökerhoon "Oscar". Tämä on asiakkaillemme lisämaksulla.

Haaveena oli järjestää elävää musiikkia koko illaksi, mutta tarjoukset jotka saatiin alkoivat 500e. Kysyttiin tarjoukset kahdelta Jazz-bändiltä. Tämä summa on korkeampi kuin, voidaan maksaa ilman, että nostetaan pääsymaksua.

Tässä tuotteessa on hyvä se, että siihen ruokailun lisäksi on sisällytetty myös ohjelmaa. Skenaarion visualisointi vaiheessa aluksi mietittiin käyttää venäläisiä hahmoja - pakkasukko ja lumityttö, mutta luonnollisempaa on tässä tapauksessa saada esiintyjiksi paikallisia hahmoja - tonttu ja joulupukki. Kun juontajat ovat pukeutuneet teeman mukaisesti, se tuo juhlantunnelman esille, kun asiakat astuvat saliin ja näkevät tontun- heti mieleen tulee Uusi vuosi ja Jouluku.

Uudenvuoden scenario.

Venäjänkielinen versio löytyy liitteestä 3. Suomenkielinen vedos on vain suuntaa antava, joka auttaa henkilökuntaa ymmärtämään missä mennään, kun taas venäjänkielisessä versiossa käydään läpi kaikki repliikit.

Juontajat ovat pukeutuneina tonttu -ja joulupukin puvuissa. Tarjoilijoilla on tonttu hatut päässä, muuten he ovat pukeutuneina vakoisissa kaulaspaidoissa, ja mustissa housuissa.

Aluksi tervehditään asiakkaita ja sanotaan tervetulleiksi, esitellään itsensä. Kerrotaan pieni tarina, että aito Joulupukki asuu suomessa ja hän vierailee kaikkissa juhlissa ja ihmiset odottavat hänen tuloansa. Tämän tarinan avulla tulee esille juhlan odotusta ja se nostaa arvoa koko palvelupaketille. Ilmoitetaan illan ohjelmasta, kerrotaan että tuliaisiksi jokainen saa tonttulakin, ja ensimmäisen maljan tarjoaa yritys. Nostetaan malja menneestä vuodesta. (tämä kaikki kestää n.15-20 min.).

Ruokatauko. Aluksi katetaan vain salaattipöytä. (n 20-30 min.)

Seuraavaa ohjelmanumeroa varten jaetaan jokaiselle paperi ja kynä (kynät ihmiset voivat viedä mennessään). Tällä leikillä yritetään tutustua vähän vierailijoiden kanssa. Ihmisiltä kysytään erilaisia kysymyksiä, jos vastaus on kyllä- lisätään yksi piste, jos vastaus on ei -silloin ei merkitä mitään. Kysymykset ovat seuraavat:

- tuletteko kotiin myöhään?
- heräättekö varhain aamulla?
- tykkäättekö käyttää mielikuvitusta?
- voitteko keksiä loppusoinnun sanalle kärpässieni?
- tykkäättekö saada lahjoja?
- tykkäättekö tansseista?
- onko teillä hyvä ruokahalu?
- tykkäättekö uusista tapaamisista?
- jos huomaisitte karhun metsässä lähdittekö juoksemaan?
- tykkäättekö matkustamisesta?

Tämän leikin lopuksi plussataan oma pituus ja vähennetään oma paino. Jos tulos on plussan puolella, asiakas "sopii" juhlaan ja voi jatkaa illan meidän seurassa. (n 15 min). Tarvittaessa voi pitää tauon, joku käy ulkona, joku vessassa, joku voi ostaa juomia.

Seuraavaksi on pääruoanvuoro (20-30 min.).

Ruoan jälkeen juontaja voi esitellä vähän paikkaa ja aluetta. Seuraavaksi kutsutaan leikkiä varten 4 halukasta. Jokaiselle annetaan seinäkalenteri, jossa jokainen

päivä on merkitty omalla sivulla. Miesten tehtävänä on ottaa kaikki parlliset numerot, naisten tehtävänä on repiä kaikki parittomat päivät, uskon että kesäkuuhun saakka riittää. Voittajalle lahjoitetaan uusi samanlainen kalenteri ensivuodelle. (15-20 min).

Leikin jälkeen juontaja kysyy osallistujilta mitä yleensä venäläiset tekevät Uuden vuoden vaihteessa. Kuunnellaan vastauksia, ja odotetaan, että joku sanoo ”juovat”. Sitten nostetaan malja tälle illalle (5-10 min.)

Ohjelman on oltava kyselyn mukaan myös passiivinen. Tämä leikki on juuri tällainen. Juontaja sanoo fraasin, joka yleisön pitäisi lisätä aina lauseen loppuun. Eli fraasi on ”Vain kerran vuodessa Uuden vuoden aattona”. Ja lauseet ovat seuraavat:

Tämän juhlan vietämme...

Joulukuusen koristamme...

Kutsumme kylään ystäviä ja sukulaisia...

Yöllä emme mene nukkumaan...

Aamuun saakka juhlimme

Presidentti onnittelee meitä...

Ja toivoo meille terveyttä...

Venäjäksi näistä lauseista tulee runo.

Kello on jo 22.50 ja koska Suomen ja Venäjän aikaero on 1 tunti, niin tässä vaiheessa venäläiset katsovat ja kuuntelevat presidentin Uuden Vuoden puheen. Kyselyssä enemmistö oli vastannut, että se on tärkeä hetki Uuden vuoden juhlimisessa, eli järjestetään lähetys. Ja nostetaan malja tasan klo 23, kun Kremlin kellot alkavat lyömään kaksitoista.

Seuraavaksi juontaja runonmuodossa kysyy, kuka on unohdettu tässä tapahtumassa. Ihmisten pitäisi sanoa Joulupukki tai Pakkasukko. Sitten yleisö yhdessä kutsuu päähahmon sisälle. Joulupukki tervehtii kaikkia ja juontaja runonmuodossa pyytää ihmisiä laulamaan yhdessä, tunnetuimman Uuden vuoden laulun Venäjällä

”Joulukuusi syntyi metsässä”. Eli jokaiselle jaetaan varmuuden vuoksi teksti. Lauletaan yhdessä. (n 20 min.).

Sitten on vähän omaa aikaa (n. 20 min.), jokainen voi vaikkapa tanssia, tutustua muihin, käydä ulkona.

Illan lopuksi on vielä yksi leikki joulupukin kanssa. Yleisöltä kysytään kysymyksiä, ja kun vastaus on kyllä ihmiset taputtavat. Kysytään seuraavat asiat:

- kuka syntyi kesällä?
- syksyllä?
- kuka tykkää nukkuu?
- kuka syntyi keväällä?
- kuka tykkää syödä?
- kuka syntyi talvella?
- kuka tykkää Uudesta vuodesta?

Laulamme vielä yhden laulun yhdessä. Viimeiseksi kiitetään osallistujia ja toivomme hyvää Uutta Vuotta. Tasan klo 00 on ilotulitus. Halukkaat voivat lähteä jatkoille yökerhoon.

5.2.3 Tila

Tilana toimii hotellin ravintola (kuva 4 ja 5). Ravintola sijaitsee rakennuksen alakerassa. Uusi, nykyaikainen tila sopii maksimissaan, 80 henkilöä. Uudet valoisa tilat ja ravintolan sijainti luonnon keskellä varmasti kutsuvat vieraat viihtymään. Sieltä löytyy kaikki tarvittavat laitteet- kaiuttimet, soitin sekä kannettava tietokone, mikrofonit, Internet, projektori.

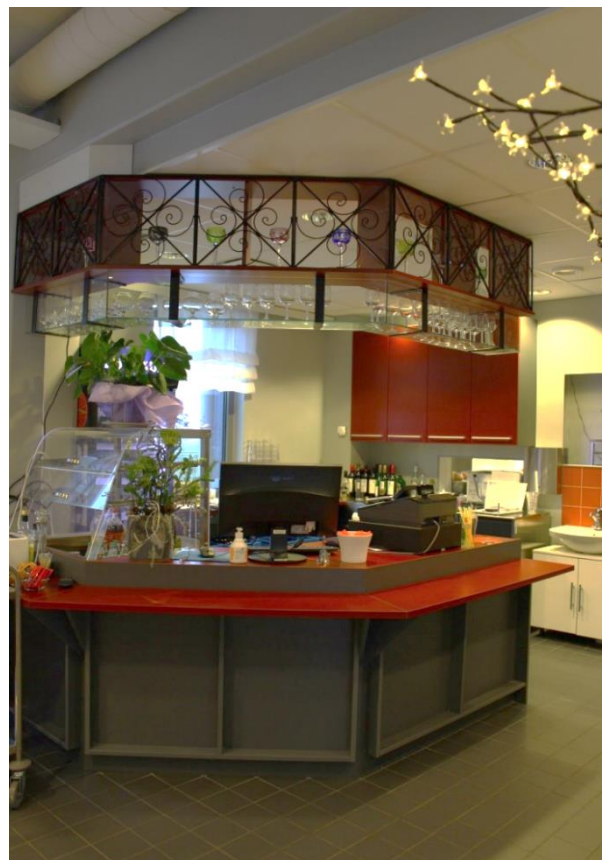
Ravintolatila toimii sekä ravintolana että kokoustilana, tila voidaan jakaa puoliiksi, jolloin kummallekin puolelle mahtuu enintään 40 henkilöä. Ravintola on auki useimmiten tilauksesta. Ravintolan yleisilme on aika raikas, mutta silti viihtyisä ja siisti. Heti tullessa sisään, vasemmalla on naulakko, oikealla wc- tilat, suoraan edessä tiski/ vastaanotto. Ravintolan sisustus on tyylikäs. Ravintolassa (kuva 5) seinät ovat väriltään viininpunaiset, lattia on tummanharmaa. Pöytiintarjoilua ajatellen kalusteet ovat liian massiiviset, koska selkänojat ovat kiinni toisissaan. Pöy-

dät ovat erikokoisia ja -muotoisia, löytyy pyöreitä sekä suorakulmaisia. Tuolit ovat valkoiset, nahalla päällystetyt. Tällä hetkellä pöydät ovat sijoitetut enemmän kokousta varten, siirretään nämä keskellä olevat pöydät ns. shakin mallin mukaan.

Ravintolassa on A-oikeudet. Valikoimassa löytyy viinejä, olutta, lonkeroa, siideriä, väkeviä alkoholijuomia, virvokkeita, kahvia ja teetä. Virvokkeet, siiderit ja olut ovat esillä eteisaulassa olevassa baarissa / vataanotossa, muut tuotteet ovat kylmälaitikoissa asiakkaalta näkymättömissä.



Kuva 4. Ravintolan tila (sali).



Kuva 5. Ravintolan tila (vastaanotto).

5.2.4 Tunnelma

Järjestettäessä turisteille uuden vuoden juhla on tärkeä saada oikea tunnelma. Venäläiset odottavat satua. Esimerkiksi joulupukin on oltava mahdollisimman aito, koska ihmisillä on mielessä TV- ohjelmista esitetty hahmo. Venäläisten Uuden vuoden koristeet ovat aika pitkästi samanlaiset kun Suomessa. Punainen, vihreä,

kulta, valkoinen ja hopea yhdistetään uuteen vuoteen. Nämä värit käytetään myös kattauksessa ja somistuksessa.

Pääväreina ovat punainen (kun ravintolan seinätkin ovat viininpunaiset), valkoinen ja vihreä. Tämä on näyttävä yhdistelmä, varsinkin Malankin (2012, 85) mukaan venäläiselle kansanluonteelle on tyypillistä värikkyys. Kattauksen pohjana toimii (Kuva 6) pellavanvärinen pöytäliina, valkoisilla tekstiileillä luodaan raikas joulukattaus. Kaikki ravintolan teksilit ovat Tuula Hellevin suunnittelemia. Eli kaikissa pöydissä käytetään samanlaisia pellavanvalkoisia (mutta erikokoisia, pöydästä riippuen) liinoja. Se aina tuo juhla tunnelman. Myös pöydän somistuksessa käytetään leipäkoreja, suomalainen ruisleipä on näyttävä, sillä myös tuodaan paikallisuus ja perinteet esille. Pöydän somistuksessa käytetään luonnolliset tuotteet, kuten kävyt, oksat. Jokaisen vieraan edessä on punainen lautasliina. Pellavainen liina ja punaiset koristeet tekevät kattauksesta lämminhenkisen. Sen lisäksi käytetään metallinvärisiä aterimia ja kirkkaita juomalaseja (pallonmuotoisia). Pyritään saamaan klassinen puna-valkoinen kattaus, lisäämällä pöytään muutama havu tuomaan vihreyttä. Seinät myös koristellaan havunoksilla. Havujen lisäksi kävyt tuovat palan luontoa ja perinteistä juhlaa kattaukseen. Asetetaan kuivuneita käpyjä sellaisenaan pöydälle sekä maalataan osa niistä kultavärillä. Juhlapöytään nostetaan tuikkuja. Nämä kaikki helpot somistukset viimeistelevät joulutunnelman. Uskon että sillä tuodaan esille luonnonystävällisyys ja uniikkipalvelu. Somistus tehdään itse. Tämän lisäksi käytetään talkoolaisten työtä, esimerkiksi Lapualla on matkailulinja ammattikoulussa, heiltä voi pyytää apua.

Pöydät katetaan valmiiksi etukäteen ennen varsinaista jouluateriaa, kaunis kattaus ravintolasalissa lupaa hyvää ruokaa. Uskon että pellavainen liina ja kirkkaanpunaiset koristeet tekevät kattauksesta lämminhenkisen.



Kuva 6. Kattaus.

Venäläisille on tärkeä myös joulukuusi. Jos koristelee aidon kuusen, se vie paljon aikaa ja mahdollisesti rahaa, niin että se olisi näyttävä, koska sen on oltava upea niin kuin sadussa. Toinen vaihtoehto voisi olla minun mielestäni design-kuusi (Kuva 7). Tämän takia tässä tilaisuudessa käytetään design-kuusta.



Kuva 7. Design-kuusi.

Venäläiset haluavat ravintolaan, jossa on musiikkia, venäläiset tanssivat mielellään eri ruokalajien välissä.

5.2.5 Johtaminen

Tapahtumaan saavuttaessa kaikille osallistujille jaetaan esite, jossa kerrotaan lyhyesti aikataulusta ja illan kulusta. Malankinin (2012, 77) mukaan venäläisten matkabudjetin käyttö on viime aikoina muuttunut siten, että vähemmän rahaa laitetaan asumiseen ja sitä enemmän aktiviteetteihin paikan päällä. Tämä antaa paljon mahdollisuuksia tällaiselle tapahtumalle. On tärkeää laittaa tuotteiden hinnat hyvin näkyville, kun usein venäläinen arkailee kysyä palvelun hintaa (Malankin 2012, 26).

Teoriaosuudessa kirjoitettiin minkälaiset tapahtumat vaativat ilmoituksen poliisille. Poliisiviranomaisen mukaan Uuden vuoden tapahtuma paikassa, hotelli Simpsiönkullas, voi olla ilman ilmoitusta, koska on vähäinen osanottajien määrä, eikä tuo haittaa ympäristölle, eikä tarvitse erityisiä liikennejärjestelyjä. Tapahtuma on hotellin tiloissa ja siellä löytyy parkkipaikat tuleville autoilijoille. Myöskään laki ei määrää, että tämänkaltaisessa tapahtumassa tulisi olla järjestyksenvalvoja, kyse on kuitenkin ravintolatoiminnasta. Silti kirjoitan lyhyesti ohjeet, jos tapahtuma siirtyy esimerkiksi ulos, silloin tapahtumasta on hyvä tehdä lain vaatima ilmoitus poliisille. Kun arvioitu osallistujien määrä on alle 200 asiakasta, erillistä pelastussuunnitelmaa ei tarvitse tehdä. Poliisin internet – sivuilla voi täyttää poliisin tapahtumailmoituksen kaksi viikkoa ennen tapahtuman alkamista, siihen kirjaututaan omilla pankkitunnuksilla. Tapahtumailmoituksen teko maksaa 30€. Lupa saapuu postissa.

Tapahtuma järjestetään yrityksen omissa tiloissa, ei tarvitse maksaa tilavuokraa, eikä tarvitse mitään erillistä lupaa tilan ja maan haltijalta. Jotta kävijöiden olisi helppo tulla paikan päälle, hotellissa on selkeät opasteet tien vieressä.

Ruoan omavalvonnasta vastaa kokki, mistä informoitiin Eviraa. Kaikilla työntekijöillä on olemassa varsinainen hygieniosaamistodistus. Tapahtumasta ei myöskään

pitäisi tehdä erillistä jätehoitosuunnitelmaa vähäisen asiakasmäärän vuoksi. Musiikin esittämiseen tarvittavat Teoston luvat voi hankkia Internetin kautta yrityksen nimellä.

Ilotulitusnäytöksestä ilmoitetaan paikkakunnan poliisille vähintään seitsemän vuorokautta ennen näytöksen järjestämistä. Ilmoitus ilotulitusnäytöksestä tehdään myös silloin, kun ilotulitusnäytös on osa muuta yleisötilaisuutta. Poikkeuksena lain mukaan ilotulitus on sallittua ilman erillislupaa uudenvuodenaaton klo 18.00-02.00 asti. Eli tässä tapauksessa ilmoitusta ei tarvitse tehdä.

Tapahtumatoteuttaja, joka järjestää ja toteuttaa tapahtuman omissa tiloissa, kuten tässä tapauksessa Simpsiönkullas, ei tarvitse hakea erikseen uudelleen elintarvike- ja anniskelulupia, jos nämä luvat ovat olemassa muuta liiketoimintaa varten. Luvat ovat myös voimassa järjestettävissä tapahtumissa. Ravintolan suurin sallittu henkilömäärä on 80 henkeä. Eli jos osallistujia on alle 80 henkilöä erillistä lupaa ei tarvitse hakea. Ravintolassa on A-oikeudet ja vastaava on Liisa Tiitu.

Hotelli Simpsiönkullas tilaa raaka-aineet Kesproilta, tavarat tuodaan kolmesti viikossa, tai tarpeen mukaan, tämän takia pitäisi muistaa tehdä tilaus hyvissä ajoin. Peruna tulee Lapuanperuna Oy:lta, sen voi tilata samana päivänä, paitsi viikonloppuisin, eli päivää ennen on hyvä saada sen paikan päälle. Leivät tilataan Lapuan Leipä Oy:ltä, myös päivä ennen tapahtumaa, toimitus yleensä onnistuu tapahtumapäivän aikana.

Asiakaspolkua voi seurata liitteena 6 olevan blueprint –kaavion mukaan. Se auttaa havainnollistamaan tuotteistetun paketin täydellisemmin: mahdollisimman esteettinen ympäristö, eli tilan puolesta teeman mukainen sisustus, kutsuva ja kiinnostava tilan ympäristö ja viihtyvyyttä lisää taustamusiikki. Tarjottavat ruoat koostuvat mahdollisimman pitkälti läheltä tulevista raaka-aineista. Tapahtuman pitäjän hyvin tietoiää alueen historiasta ja kulttuurista.

Hinnoittelu.

Budjetoinnin alussa käytiin läpi välttämättömät kulut, joiden määrää alettiin kartoittamaan. Uskon että suurin osa voidaan toteuttaa omin ja - talkoovoimin. Alla olevassa taulukossa 2 on merkitty tärkeimmät kulut, joita ei voi välttää.

Taulukko 2. Kulut (€).

	Määrä	A-hinta (ALV)	Yhteensä (ALV)
Työaika			
-valmistelu	6	20	120
-palveluhetki	5*3	20	300
Aineet	50	10	500
Loppusiivous	4	30	120
Juontajat	3,5*2	30	210
Somistus			50
Matkamuisto	50	1	50
Markkinointi			50
Musiikkimaksu			66
Yhteensä			1466

Eli että tämä tilaisuus olisi kannattava, lasketaan minimihinta per henkilö: $1466:50=29,32$, pyöristettynä 30 e per asiakas. Tämän lisäksi lasketaan kate, ehdotan 25%, eli hinnaksi tulee 40e/ asiakas (sis. alv: 24%). Loin budjetin sillä perusteella, että se tuottaa.

Kalleimmat kulut ovat henkilöstö- ja raaka-aineiden kulut. Tapahtumassa tarjottavien raaka-aineiden hinnaksi arvioitin 10€ asiakasta kohden. Raaka-aineiden hin-

naksi tuli 500€. Lisäksi listattiin muut tapahtumajärjestämisen vaatimat kustannukset ja arvioitiin ja laskettiin niiden hinta.

Esivalmisteluun varataan 6 tuntia, eli kokki mahdollisesti esivalmistelee ruoat, tekee tilaukset ja vastaanottaa ne. Palveluhetkellä työskentelee 3 henkilöä. Kokki ja yksi tarjoilija/apulainen ovat paikalla klo 18 alkaen, he valmistavat ruoan sekä tarjoilija hoitaa salin somistuksen ja kattauksen. Palveluhetken aikana molemmat tarjoilijat ovat salinpuolella ja tarvittaessa hoitavat astioiden tiskaamisen. Toinen tarjoilija tulisi vasta palveluhetken alussa ja tekee tapahtuman jälkeen loppusivouksen.

Kokin työvuoro on klo 18-23, yhden tarjoilijan työvuoro on klo 18-01, toisen tarjoilijan työvuoro on 19:30-02:30.

Kuluja myös syntyy somistuksesta Somistuksen hinta arvioitiin tarkoituksella yläkanttiin, vaikka kaikki somistukset ovat jo olemassa ravintolan tiloissa, kävyt ja havut löytyvät luonnosta, niihin on varattuna 50€, varmuuden vuoksi, jos tulee yllättäviä kuluja. Matkamuisto taulukon mukaan on 50€, eli yhden tonttuhatun hinta on 1 € ja niitä tarvitaan 50, halvimman vaihtoehdon olen löytänyt Hyllykallion Prismassa.

Markinoidaan tämä tapahtuma sosiaalisessa mediassa VK.COM. Yhden julkaisun hinta on 15 e, budjetin mukaan voi varata 3 julkaisua. Mainos pitää julkaista 2 kuukautta ennen Uutta vuotta, eli lokakuussa voisi olla ensimmäinen mainos tapahtumasta, 2 toista mainosta tehdään marraskuun loppupuolella.

Tämän lisäksi pitäisi maksaa sähkö- ja vesilaskut, jotka valitettavasti ei voi mitata, pitäisi ostaa tai vuokrata puvut juontajille, sekä maksaa musiikkimaksut. Teosto.fi sivuilta voi laskea luvan hinnan- pitäisi syöttää sivuille tapahtumaan liittyvät tiedot, esimerkiksi lipun hinnan, yleisömäärän sekä millaista musiikkia tapahtumassa soitetaan. Liitteenä 7 löytyy minun tekemä laskelma, eli tämänkaltaisesta tapahtumasta Tapahtumalupa maksaa 66 e.

6 POHDINTA

Oppinäytetyössäni oli kehitetty elämyksellinen palvelupaketti Hotellille Simpsiönkullas. Palvelupaketin tavoitteena on toimia lisäpalveluna yritykselle. Palvelupaketin oli tarkoitus olla asiakkaalle elämyksellinen. Elämyksellisen tapahtuman kuvaus on erittäin haastava ja oikean tunnelman välittäminen vaikea. Tässä työssä elämyksellisyys suunniteltiin ja arvioitiin FAMM- malliin avulla.

Venäläiset turistit ovat oma erityinen asiakasryhmänsä, tämän vuoksi yrityksen kannattaa tuottaa kyseiselle asiakasryhmälle sopiva palvelupaketti. Erittäin tärkeää on järjestää palvelu heidän omalla äidinkielellään. Tämä palvelupaketti on suunniteltu vilkastuttamaan hiljaisempien aikojen yritysmyyntiä. Tämän tapahtuma/palvelupaketin voi järjestää koko tammikuun ajan, koska venäläisillä on paljon vapaita päiviä silloin. Myös pienten muutosten avulla tällaisen ohjelman voisi tarjota yritystilaisuuksiin. Kun aloitetaan tuotekehitystä, on hyvä kartoittaa ensin mille kohderyhmälle, mitkä ovat tarpeet ja toiveet. Tätä palvelupakettia varten on toteutettu kysely, joka antoi suuntaa ja tietoja siihen, kuka on potentiaalinen asiakas ja mitä hän halua ja odottaa. Venäläisten matkustusodotuksiin tutustuminen auttoi kehittämään tuotetta, jolla on merkitystä muille.

Opinnäytetyöprosessin alussa päästiin melko hyvin annettuihin tavoitteisiin ja tarkoituksiin. Ainoana se että, aikataulua jouduttiin venyttämään oman elämäntilanteeni vuoksi. Lähteistön keruu ulkomailta onnistui aika hyvin, ilman suurempia ongelmia. Isona haastena tässä työssä on ruplan kurssi- se vaihtelee paljon, niin hinnat eivät ole ajantasalla, pitäisi aina tarkistaa nykytilanne, koska 1 euron hinta oli tämän opinnäytetyön aikana noussut 20 ruplalla.

Minä pidin työn tekemisestä todella paljon. Aihe on lähellä sydäntä. Aiheeni oli ajankohtainen ja toivon saavani mahdollisuuden hyödyntää näitä oppeja myös työelämässäni. Uskon että joskus itse olen toteuttamassa vastaavanlaisia tapahtumia. Ammattikoulussa olen lukenut matkailualan perusteet ja nyt tämä koulutus tukee edellisen ja tietysti antoi paljon niin, että tämä koulutus ja sen kurssit tukivat minua tämän työn tekemisessä.

Itse opin oppinäytetyöprosessin aikana paljon uutta matkailualan tietoja, faktoja, asiakkaan huomioimisen tärkeydestä sekä prosessien hallinnasta tapahtumassa..
Opinnäytetyöni luo mielestäni hyvän teoreettisen ja empiirisen pohjan Uuden vuoden tapahtumalle.

LÄHTEET

- Bitner, M. J. 1992. Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*. Vol.56.
- Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. *Elämyksestä elinkeinoksi*. Helsinki: WSOY.
- EDWARDS, J.S.A. & GUSTAFSSON, I., 2008. The Five Aspects Meal Model. *Journal of Foodservice*. 19(1). 4-12.
- Fine, G. A. 1992. The Culture of Production: aesthetic Choices and Constraints in culinary Work. *American Journal of Sociology* 97.
- Frolova, E. Самые популярные социальные сети 2016. 1.06.2016. [Verkkoleh-tiartikkeli]. Pro-smm.com. [Viitattu 1.11.2017.]. Saatavana: www.pro-smm.com/populyarnye-socialye-seti-v-rossii-2016
- Gustafsson, I.-B., Öström, Ä., Johansson, J. & Mossberg, L 2006. The five aspects meal model: a tool for developing meal services in restaurants. Sweden: Örebro University.
- Hansen, K. V., Jensen, Ø. & Gustafsson, I-B. 2005. The Meal Experiences of á la Carte Restaurant Customers. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 5: 2, 135-151.
- Heikkilä, T. 2008. *Tilastollinen tutkimus*. 7.uud.p. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hemmi, J. 2005. *Matkailu, ympäristö, luonto*. Jyväskylä: Gummerus .
- Iiskola- Kesonen, H. 2004. *Käsikirja tapahtumajärjestäjille: mitä, miksi, kuinka?* Iisalmi: Suomen liikunta ja urheilu ry.
- Juurakko, A., Kauhanen, J. & Kauhanen, V. 2002. *Yhteisötapahtuman suunnittelu ja toteutus*. Helsinki: Sanoma Pro .
- Katsigris, C. & Thomas, C. 2009. *Design and Equipment for Restaurants and Foodservice. A Management View*. 3rd Ed. John Wiley & Sons, Inc..
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. *Matkailuyrityksen tuotekehitys*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. & Rintala, S. 2015. *TAPAHTUMAJÄRJESTÄJÄN OPAS*. [Verkköjulkaisu]. Vantaa: Laurea-ammattikorkeakoulu. [Vii-

- tattu 07.11.2017]. Saatavana:
<https://www.laurea.fi/tiedotteet/Documents/58%20Tapahtumajärjestäjän%20opas.pdf>
- Kotler, P. 01.1973. Atmospherics as a Marketing Tool. Journal of Retailing volume 49 number 4.
- Kotler, P., Bowen, J.T. & Makens, J. 2006. Marketing for Hospitality and Tourism. Fourth edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Lennernäs, M. 2011. Lunch och lärande. - skollunchens betydelse för elevernas prestation och situation i klassrummet. Inventering av kunskapslärandet, teorier och begrepp. Livsmedelsverket, Rapport 1.
- Malankin, M. 2012. VENÄLÄISET MATKAILUN ASIAKKAINA. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu.
- Namkung, Y. & Jang, S. C. 2007. Does Food Quality Really Matter in Restaurants? Its Impact On Customer Satisfaction and Behavioral Intentions. USA: Journal of Hospitality & Tourism Research 31: 3, 387-409.
- Pitkäkoski, T. 2007. Elämyksen alkulähteillä: erilaisiin ruokamatkailuelämyksiin liittyvien kuluttajakokemuksien vertaileva analyysi. Vaasa: Vaasan yliopisto, kauppatieteellinen tiedekunta, markkinoinnin laitos, markkinointi.
- Pitkäkoski, T. 2015. Elämisperusteisen ruokapalvelutapahtuman tuottamisen konseptointi - Teemallisuus, prosessimaisuus ja kokonaisvaikutelma markkinoinnin johtamisen haasteena. [Verkkojulkaisu]. Vaasa: Vaasan yliopisto. Markkinoinnin laitos. Väitöskirja. [Viitattu 07.11.2017]. Saatavana:
http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-627-2.pdf
- Rope, T. 2005. Suuri markkinointikirja. 2. painos. Jyväskylä: Gummerus.
- Simpsonkullas. 2012. [Verkkosivusto]. Lapua: Simpsonkullas Oy. [Viitattu 29.07.2017]. Saatavana: <https://www.simpsonkullas.fi>
- Tapahtumalupa musiikinkäyttöön. 2017. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Teosto. [Viitattu 29.1.2014]. Saatavana: <https://www.teosto.fi/teosto/artikkelit/tapahtumalupa-musiikinkayttoon>
- Tarssanen, S. (toim.) 2009. Elämystuottajan käsikirja. [Verkkojulkaisu]. 6. painos. Rovaniemi : LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. [Viitattu 29.07.2015]. Saatavana:
[http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/\\$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf)

Tuulaniemi J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Talenetum.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus. Helsinki: Tietosanoma.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtuma-markkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 2. uud. p. Helsinki: Tietosanoma.


Viitasalo, H. 2007. Elämyksellisten ateriapalvelujen tuotekehitysmalli. Rovaniemi: Lapin yliopisto. Kauppatieteiden ja matkailun tiedekunta.

Walter, U., Edvardsson, B. & Öström, Å. 2010. Drivers of Customers` Service Experience: a Study in the Restaurant Industry. *Managing Service Quality* 20: 3

Zakuska-projekti. 2004. [Verkkojulkaisu]. Venäläisen matkailijan asiakaspalveluopas. Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus. [Viitattu 29.1.2015] Saatavana:[http:// www.rakk.fi/files/20050221125641.pdf](http://www.rakk.fi/files/20050221125641.pdf) Luettu 26.10.2008.

История нового года в России. Досье. 29.12.2015. [Verkkolehtiartikkeli]. Moskova: Tass.ru. [Viitattu 1.11.2017.]. Saatavana: <http://tass.ru/info/867396/amp>

Финляндия стала второй по популярности у россиян, уступив Абхазии. 16.3.2017. [Verkkolehtiartikkeli]. Pietari: Fontanka.fi. [Viitattu 7.10.2017.]. Saatavana: <http://fontanka.fi/articles/33159/>

LIITTEET**LIITE 1****Программа празднования****Нового года в отеле «Симпсионкуллас»**

30-31 января	размещение в отеле
31 января	подтягиваемся в ресторан
20.00	занимаем места
	При желании заказываем алкоголь
21.00	официальное начало праздника
21.15	Шведский стол / салаты/ продолжение программы
22.00	Шведский стол / горячее/ продолжение программы
22.55	речь президента
23.55	выходим на улицу
	Праздничный салют
00.05	возможно продолжение вечера на дискотеке

LIITE 2 Menukortti



LIITE 3
skenario venäjäksi

Сценарий новогоднего праздника

Действующие лица : Ведущий, Дед Мороз, Снегурочка

Ведущий Добрый вечер дорогие друзья!

В этот вечер мы рады приветствовать Вас в нашем ресторане. Меня зовут Полина, и сегодня я проведу это вечер с Вами!

Чтобы воспоминания остались Вам надолго, дарим каждому из Вас – шапочку гнома, при желании можете использовать ее на нашем празднике.

В честь праздника мы рады наполнить Ваш первый бокал за счет заведения! И давайте же поднимем бокалы за уходящий год !

Среди множества праздников- только один объединяет нас всех, ему все рады от мала до велика. Конечно это Новый год! Сегодня мы с Вами собрались в этом замечательном зале, чтобы проводить старый год и встретить новый.

Я уверена, что каждый согласится со мной- новогодняя суматоха- самая приятная и желанная из всех сваливающихся на голову забот.

Тост! Поднимем тост за этот год

Пока еще он с нами

Достигли много Вы друзья!

А сколько еще надо!

Пауза на еду, фоном звучит новогодние мелодии.

Зимний вечер, новые знакомства. Познакомимся друзья!

Сейчас Я буду задавать Вам вопросы, а вы постараетесь ответить на них честно. Если ваш ответ да- то смело ставьте себе один балл, если нет-не ставите ничегою

-Выходной день является для вас удовольствием?

-Позднее возвращение для вас это норма?

-Вы легко встаете по утрам

-Вы Любите фантазировать

-Сможете подобрать рифму к слову мухомор

-При встрече на лугу с непривязанным быком оязвтельно будете
убегать

-У вас хороший аппетит

-Хотели бы вы попасть на необитаемый остров

-Любители Вы новые знакомства

- Вы Часто ссоритесь со своими друзьями

-Любите ли получать подарки

-Нравятся быстрые танцы

Теперь сложите получившиеся очки.

Сделали? Теперь к сумме прибавьте ваш рост. Вычтите вес. Получилось? А теперь разделите на ваш возраст. Если Ваш результат получился со знаком «плюс» вы нам подходите и можете смело продолжать наш вечер.

Сыграем в игру. Победитель получает приз. Конкурс называется «наливайка». Вот вам стопка- наполняете ее видите перед собой и передаете следующему, на ком начинает разливаться, останавливаемся и выпиваем содержимое.

И вот уже поймав музыкальную волну и напевая новогодние мотивчики, вы вдруг понимаете, что новый год, пожалуй, все-таки и есть самый главный праздник. Ведь 365 дней - это целый год! Как же быстро он пролетел, с календарем ведь не поспоришь. Я держу в руках два отрывных календаря. В одном год уходящий, в другом год наступающий. Названия у месяцев одина-

ковые, а ощущения разные. Не так ли? Для конкурса нужны 4 желающих (выдаем каждому по календарю). Задача вырвать, девушки, все нечетные числа, вас молодые люди, четные, вплоть до июля месяца.

Под веселую музыку идет игра, приз победителю календарь на будущий год.

А вот, скажите мне, пожалуйста, чем же обычно все русские люди занимают-ся на новый год? (Ждем варианты ответов) Конечно же, празднуют! Ну а на праздновании что делают? (Подвести зрителей к слову пьют) И я вам сейчас предлагаю назвать синонимы к слову «Выпить!» Выпьем же за наш праздник!

Гости наши, дорогие, сейчас ваша задача после каждой моей фразы гово-рить «Раз в году под новый год!» и так запомнили?

Праздник этот мы встречаем ...

Елку дома наряжаем...

В дом гостей мы приглашаем...

Ночью спать мы не ложимся...

До утро мы веселимся...

Президент нас поздравляет...

И здоровья нам желает...

Мы и смеялись и много шутили,
Но вот об одном мы что-то забыли!
Кто ж скажет, что ждет впереди,
Кто же еще должен на праздник прийти?

Кто же водит хороводы,
И поет со всем народом,
Новогодний бал проводит,
И таланты кто находит,
это ж даже не вопрос.
(кричат из зала Дед мороз и снегурочка)

Кто же громче - вот вопрос!
Ну-ка парни (дед мороз)
Эй девчонки, покажите!
Крикнем дружно (дед мороз)

Появляется долгожданный Дед Мороз. (Ведущая переодевается в Снегурочку)

Д.М.: На новогодней елке
сияйте радуги огни!
Теперь хочу, чтоб спели.
Да ту, что с детства мы поем!

Выдаем текст песни, звучит мелодия «в Лесу родилась Елочка».

ДМ: Ох и замерзли мы со Снегурочкой, пока добирались до вас. Надо разогреть ладошки. Покажите-ка мне ваши руки? Поаплодируйте мне!
-Пускай похлопают те, кто родился летом
-Теперь кто родился осенью
-А сейчас пусть похлопают те, кто любит поспать
-Теперь кто любит поесть
-Кто родился в декабре?
Давайте аплодисментами поздравим присутствующих именинников.
-Кто из вас любит новый год?

Вот и согрелись !

Снегурочка:

Дорогие друзья, остались считанные минуты до наступления Нового года. С этим праздником мы связываем большие надежды и мечты. В эту ночь мы

вспоминаем все хорошее, что произошло за год и загадываем желания, которые обязательно сбудутся в новом году. Год заканчивается, часы отсчитывают последние минуты старого года, земля все вращается вокруг своей оси. Друзья, давайте все вместе исполним песню «Замыкая круг», как гимн уходящего года. (Разносим слова).

Спасибо, вам за этот замечательный вечер! Счастливого нового года! А теперь праздничный салют!

Scenaariossa oli käytetty seuraavat lähteet:

Новогодние тосты. 2009. [Verkkojulkaisu]. Belaya Kalitva: kalitva.ru. [Viitattu 01.07.2017.]. Saatavana: <https://www.kalitva.ru/128743-novogodnie-tosty-2009.html>

Новогодний сценарий на Банкет-корпоратив. 22.11.2012. [Verkkojulkaisu]. PRAZDNOVIK.RU. [Viitattu 30.06.2017.]. Saatavana: <http://prazdnovik.ru/novogodnij-scenarij-na-banket-korporativ.html>

Панфилов В. В. 2004. Раз в году под Новый год. [Verkkojulkaisu]. Курган: Чем развлечь гостей. [Viitattu 01.07.2017.]. Saatavana: <https://gostika.ru/view.php?id=2762>

Сценарий для встречи Нового 2018 года с ведущим, интересными играми и весёлыми конкурсами. 2017. [Verkkolehtiartikkeli]. Belaya Kalitva: kalitva.ru. [Viitattu 01.07.2017.]. Saatavana: <https://101prazdnik.com/novyj-god/vstrechaem-2018/stsenarij-dlya-2018-goda.html>

LIITE 4**Kyselylomake**

Uuden vuoden tapahtuma

Olen restonomiopiskelija Seinäjoen ammattikorkeakoulusta. Teen kartoittavan tutkimuksen Uuden vuoden tapahtuman tavoitteista venäläisillä turisteilla ja paikallisilla venäläisillä. Tarkoituksena on saada tietoa venäläisiltä mitä he odottavat Uudenvuoden juhlista.

Kyselylomake palautetaan nimettömänä ja tulokset käsitellään luottamuksellisesti.

Polina Pashkova

TAUSTATIEDOT**1 Ikä**

(jokainen kirjoita itse)

2 Kotipaikka

(jokainen kirjoittaa itse)

3 Kotitalouden tulotaso/kk

-alle 1000€

-yli 1000€ –alle 2000€

-yli 2000€

4 Sukupuoli

-mies

-nainen

TAPAHTUMA**5 Oletteko te koskaan viettäneet Uusi vuosi ulkomailla?**

-Ei

-Kyllä, missä? _____

6 Missä te yleensä vietätte Uusi vuosi?

- Kotona

- Lomakohteessa

- Ravintolassa

- Ystävillä/sukulaisilla

- muualla, missä? _____

7 Kiinostaako teitä juhlita Uusi vuosi ravintolassa?

-Kyllä

-Ei

8 Paljonko olette valmis maksamaan uuden vuoden juhlasta ravintolassa (ohjelma + ateriat, ei alkoholijuomia)?

-alle 20e /hlö

-20-40e /hlö

-yli 40e/hlö

9 Suhtautuminen uusiin ruokalajeihin. Haluatteko maistaa uusia makuja uuden vuoden juhla-aterialla?"

- Haluan

- En halua. Haluan syödä perinteiset venäläiset ruokalajit aterialla.

10 Suhtautuminen uuden vuoden ohjelmaan. Osallistutteko mielellänne jonkinlaiseen ohjelmaan uuden vuoden juhlassa?"

- kyllä, haluan osallistua
- en (haluan, että ohjelmaan osallistuminen on vapaaehtoista)

11 Suhtautuminen uuden vuoden juhlan ohjelmaan. Mikä seuraavista vaihtoehtoista kiinnostaa teitä eniten?

- aktiivinen ohjelma (fyysisesti hyvin aktivoiva)
- ohjelma pöydän äärellä (fyysisesti vain vähän aktivoiva ohjelma)
- viihteellinen ohjelma (fyysisesti passiivinen ohjelma, jota voi vain seurata)
- muu, mikä? _____

12 Onko ilotulitus Teille tärkeä

- Kyllä, se on yksi tärkeimmistä juhlan osasta
- Ei, siinä ei ole merkitystä

13 Haluatteko te kuunnella presidentin puheen juhlan aikana?

- Kyllä
- Ei

14 Muita Uuden vuoden juhlaan liittyviä kommentteja ja toiveita

LIITE 5

кyselylomake venäjäksi

Празднование Нового года.

Здравствуйте,

Меня зовут Полина Пашкова, и я пишу дипломную работу, в которой хотелось бы узнать об отношении россиян к празднованию Нового года.

Потратьте, пожалуйста, несколько минут своего времени на заполнение следующей анкеты.

Возраст

Введите предложение

Осталось 250 знаков

Место проживания (страна, город)

Введите предложение

Осталось 250 знаков

Пол

Мужской

Женский

Доход на семью в месяц

до 50 тыс. руб.

от 51 до 100 тыс. руб.

более 101 тыс. руб.

Встречали ли Вы Новый год за границей?

Нет

Да, где?

Введите ответ

Осталось 100 знаков

Где Вы обычно встречаете Новый год?

можно выбрать несколько вариантов ответа

Дома

В ресторане

У друзей, родственников

На курорте

Свой вариант, какой?

Введите ответ

Осталось 100 знаков

Заинтересованы ли Вы встречать Новый год в ресторане в Финляндии?

Да

Нет

Сколько Вы готовы потратить на встречу Нового года в ресторане (еда+программа, без учета алкоголя)

до 1000 руб. на человека *до 20€

от 1001 до 2000 руб на человека *от 21 до 40€

более 2000 руб на человека * более 40€

Отношение к новой еде. Хотели бы Вы попробовать что-нибудь новое?

Да

Нет. Предпочитаю традиционную русскую кухню

Хотели бы Вы участвовать в программе вечера (конкурсы, игры и тд)?

Да

Нет

Что из перечисленного подходит Вам больше:

Активная программа

Программа за столом (не надо вставать для участия)

Фоновая программа (не требует участия)

Ваш вариант

Осталось 100 знаков

Важен ли для Вас салют в Новогоднюю ночь?

Да

Нет

Важен ли для Вас просмотр обращения президента в Новогоднюю ночь?

Да

Нет

Все равно

Другие комментарии

ОТПРАВИТЬ АНКЕТУ


Создать [опрос](#) бесплатно ✓ При поддержке [Survey](#)

LIITE 6

Blueprint- kaavio Uuden vuoden tapahtumasta



LIITE 7 Tapahtumaluvan hintalaskuri



Tapahtumaluvan hintalaskuri

Valitse tapahtuman musiikinkäyttötavat

Konsertti tai festivaali
Musiikki on tapahtuman pääasiallinen sisältö.
Konsertti- ja kulttuuritaloissa tapahtuvat esiintymiset, ulkoilmakonsertit, kirkkokonsertit, kuorojen esiintymiset, yksi- tai monipäiväiset festivaalit (esim. Provinssi, Weekend, Puistoblues jne.)

Live-keikka
Bändien, solistien tai orkesterien esiintymiset.
Keikat, tanssit, klubi-illat, lauluillat

DJ-keikka, disko
Musiikki on tapahtuman pääasiallinen sisältö.
DJ:n esiintyminen, levyitä soitettu musiikki, levytanssit

Karaoke
Karaoke musiikkia soitetään ammattikäyttöön tarkoitettua levyitä tai muuta tallenteita.
Karaoke, karaoketanssit

Taustamusiikkia
Esimerkiksi levyitä, laillista musiikkitehostusta tai striimauspalvelusta soitettu taustamusiikki.
Näyttökset, näyttelyt, messut, urheilu- tai liikunta tapahtumat, taiko- ja välikamusiikki

Tapahtumassa soitetään äänitteestä tehtyjä kopioita tai biisikaupasta ostettuja tallenteita
Musiikkia ei soita esimerkiksi alkuperäisiä cd-levyjä, vaan itse tehdyistä kopioista. Yksityiseen käyttöön tarkoitettua, biisikaupasta ostettua tallennetta esitetään julkisesti.

Tapahtumatiedot

Arvioi tapahtuman kuulijamäärä

Onko tapahtumaan pääsymaksu?

Ei

Kyllä, pääsylipun (ilman alv.) hinta on e

Jos tapahtumaan myydään erihintaisia lippuja, arvioi minkä hintaista lippua myydään eniten

Arvio Tapahtumaluvan hinnasta

Hinta sisältää äänitemusiikin osalta sekä Teoston että Gramexin musiikinkäyttökorvauksen.
Luvan hinta tarkentuu, kun täytät tapahtuman tiedot luvanhakulomakkeeseen.

LASKE HINTA

65,89 e

Hintoihin lisätään kulloinkin voimassa oleva

Hae lupa

Ilmoita tapahtuma

LIITE 8

Ruokakyltit

Katkarapusalaatti

katkaravut
 avokado
 punasipuli
 tilli
 crème fraîche
 mustapippuri

Vihreäsalaatti

salaatien sekoitus
 tomaatti
 kurkku
 öljykastike
 pippuri, suolaa

Juusto-meloni salaatti

vesimeloni
 fetajuustoa
 rucolaa
 basilikaa
 sitruunan mehu
 oliiviöljyä
 mustapippuri

Салат из криветок

криветки
 авокадо
 красный лук
 укроп
 сметана
 черный перец, соль

Овощной салат

Салатный микс
 помидоры
 огурец
 соус
 соль, перец

Салат из сыра и арбуза

арбуз
 сыр Фета
 рукола
 базилик
 лимонный сок
 оливковое масло
 перец

Porkkanalaatikko

porkkana
 suola
 riisi
 kuohukerma
 muna
 muskottipähkinä
 valkopippuri

Lantulaatikko

lanttu
 kuohukerma
 muna
 suola
 inkivääri
 maustepippuri
 muskottipähkinä

Lohta kylmäkastikkeen kera

lohi
 sitruunaan mehu
 tilli
 sinappi
 kermaviili
 suola
 pippuri

Joulukinkku

kinkku
 sinappi
 sokeri
 neilikat

Запеканка из моркови

морковь
 соль
 рис
 сливки
 яйцо
 мускатный орех
 перец

Запеканка из брюквы

брюква
 сливки
 яйцо
 соль
 имбирь
 перец
 мускатный орех

Лосось под холодным соусом

лосось
 сок лимона
 укроп
 горчица
 сметана
 соль
 перец

Новогодняя свинина

свинина
 горчица
 сахар
 гвоздика

Keitetyt perunat

Вареный картофель