



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU

*Uuden edellä*

# Lähirookatorin kehittäminen tapahtumien avulla, esimerkkinä Suurpelto

---

Harkonsalo, Jenna-Sofia

2012 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Laurea Leppävaara

## Lähiuokatorin kehittäminen tapahtumien avulla, esimerkkinä Suurpelto

Harkonsalo, Jenna-Sofia  
Palvelujen tuottamisen ja johtami-  
sen koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
joulukuu 2012

Harkonsalo, Jenna-Sofia

Lähiuokatorin kehittäminen tapahtumien avulla, esimerkkinä Suurpelto

Vuosi 2012 sivumäärä 77

---

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa tapahtumia Suurpellolle järjestettävän lähiuokatorin yhteyteen. Toteutus järjestettiin Kukkiva Suurpelto -tapahtuman yhteydessä Suurpellossa 12.5.2012. Opinnäytetyön tavoitteena oli kasvattaa lähiuokatorin viihtyvyyttä tapahtumien avulla. Tapahtumilla pyrittiin kasvattamaan lähiuokatorin kiinnostavuutta ja saamaan asiakkaita viihtymään torilla pidempään. Työ oli toiminnallinen opinnäytetyö, joka toteutettiin kehittämishankkeen muodossa. Tapahtumat ideoitiin, kehitettiin sekä toteutettiin lähiuokatorin yhteyteen, yhteistyössä torin suunnittelutiimin kanssa.

Lähiuokatoritapahtuman idea on alun perin lähtenyt Suurpellon asukkaasta, joten kysyntä toritapahtumalle oli todellinen. Suurpelto on Espoossa rakenteilla oleva alue. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Koulii-hanke, joka on Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnian ja Laurea-ammattikorkeakoulun yhteinen pedagoginen kehityshanke. Koulii-hankkeen tarkoituksena on tarjota Suurpeltoon asiakaslähtöisiä palveluita.

Torin kiinnostavuuden lisäämistä tapahtumien avulla lähdettiin ensin tutkimaan teorian kautta. Ensimmäiseksi paneuduttiin lähiuokatorin palveluna. Palvelun käsitettä avattiin kokonaisuutena sekä paneuduttiin palvelun tuottamaan arvoon sekä siihen, miten palvelua pystytään kehittämään. Tämän jälkeen tarkasteltiin tapahtuman järjestämisen käsitettä. Tapahtumaa järjestettäessä on tärkeää tiedostaa kaikki siihen vaadittavat toiminnot, jotta toteutus pystytään organisoimaan tehokkaasti. Tapahtumat luotiin palvelumuotoilun menetelmiä apuna käyttäen, joten opinnäytetyössä paneuduttiin myös palvelumuotoilun teoriaan. Työssä päädyttiin hyödyntämään Juha Tuulaniemen laatimaa palvelumuotoiluprosessin mallia. Menetelminä kehittämishankkeessa käytettiin käsittekarttaa, kyselyä, havainnointia, ideointimenetelmää, asiakasprofiilien ja palvelupolkujen luomista, teemahaastattelua sekä benchmarkingia. Työssä käytettyjen menetelmien avulla tapahtumista luotiin Suurpellon asukkaiden toiveiden mukaisia.

Toritapahtumaa pidettiin onnistuneena asukkaiden kanssa tehtyjen teemahaastattelujen perusteella. Kehitysideoita lähiuokatorin tapahtumille nousi esille sekä teemahaastattelun että benchmarkingin toteutuksien myötä. Muun muassa nuorille ja lapsille toivottiin enemmän omaa ohjelmaa, jotta aikuiset pystyisivät tekemään ruokaostokset torilla helpommin. Suurpellon asukkaat toivoivat myös jatkuvuutta toritapahtumalle. Koulii-hanke päättyi kuitenkin vuoden 2012 lopussa, joten toritapahtuman uudelleenjärjestäminen voidaan nähdä tulevaisuuden haasteena.

Asiasanat palvelun kehittäminen, lähiuokatori, tapahtuman järjestäminen

Harkonsalo, Jenna-Sofia

Establishing a Local Food Market as a Series of Events, Case Suurpelto

Year	2012	Pages	77
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to plan and organize events for the local food market in Suurpelto. The local food market and the events were organized during the Blooming Suurpelto event in May 2012. The objective of this thesis was to increase the amenity of the local food market by organizing events. The purpose of the events was to increase the attractiveness of the local food market and to make the customers stay in the market for a longer period of time. The project was carried out as a practice-based thesis. The events were planned, developed and implemented in the context of the local food market in cooperation with a planning group.

The idea for the local food market event came originally from a resident of the Suurpelto area. Therefore there was a real demand for a market event. Suurpelto is a residential area located in Espoo and it is under construction. The thesis was carried out as a part of the Koulii project which is a pedagogical cooperation project of Omnia and Laurea University of Applied Sciences. The purpose of the project is to offer customer-oriented services for the Suurpelto area.

The topic was first researched by using theory. First, the local food market was analyzed as a service. The concept of service was analyzed as an entity and also the value of the service and how services can be developed. Secondly, event management was researched. When organizing an event it is crucial to acknowledge all the required actions in order to organize everything efficiently. The events were organized with the help of Service Design methods and therefore the theory of Service Design was also studied. The Service Design model by Juha Tuulaniemi was utilized in this development process. The methods used were mind map, questionnaire, observation, ideation, personas, customer journey, theme interview and benchmarking. With the help of the methods used in this project, the events were customer-oriented because they were created according to the residents' wishes.

The market event was considered a success by the residents as given by the results of the theme interviews. Development objectives were listed from the theme interviews and benchmarking. Among others, there was a need for programme for children and young people so that adults could make their market purchases more easily. The residents of the Suurpelto area also wished for continuity for the market event. The Koulii project, however, will end at the end of 2012 and therefore the continuity of the local food market event can be considered a challenge in the future.

Keywords     service development, local food market, event management

## Sisällys

1	Toimintaympäristönä Suurpelto .....	7
2	Lähiruokatori palveluna.....	8
2.1	Palvelu .....	9
2.2	Palvelun laatu sekä sen tuottama arvo asiakkaalle .....	11
2.3	Palvelun kehittäminen .....	13
3	Tapahtuman järjestäminen .....	13
3.1	Järjestäminen.....	14
3.2	Järjestämiseen vaadittavat luvat .....	18
3.3	Tapahtuman markkinointi .....	20
3.4	Tapahtuman arviointi.....	21
4	Palvelumuotoilu palvelun kehittämisen välineenä.....	22
4.1	Palvelumuotoilun esittely.....	22
4.2	Palvelumuotoilun prosessimalli .....	24
5	Kehittämishankkeen kuvaus.....	27
5.1	Määrittelyvaihe .....	27
5.2	Tutkimusvaihe .....	30
5.2.1	Kysely .....	30
5.2.2	Havainnointi .....	30
5.3	Suunnitteluvaihe .....	32
5.3.1	Ideointimenetelmä .....	32
5.3.2	Asiakasprofiilit .....	37
5.3.3	Palvelupolku .....	42
5.3.4	Suunnitteluvaiheen päätökset toteutukseen.....	46
5.4	Toteutusvaihe.....	47
5.5	Arviointivaihe .....	49
5.5.1	Teemahaastattelu .....	49
5.5.2	Benchmarking .....	52
6	Kehittämishankkeen eteneminen ja arviointi.....	54
6.1	Kehittämishankkeen eteneminen.....	54
6.2	Arviointi kehittämishankkeesta.....	58
6.3	Kehittämisehdotukset .....	60
7	Johtopäätökset .....	62
	Lähteet .....	67
	Kuvat .....	70
	Kuviot .....	71
	Taulukot .....	72
	Liitteet.....	73

## Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on lähiruokatorin kehittäminen tapahtumien avulla. Työn kohteena on Suurpelto. Lähiruokatoriin pyritään lisäämään tapahtumien kautta vetovoimaisuutta sekä viihtyvyyttä, mikä tuo lisäarvoa sekä asiakkaille että ruokatoriin. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Koulii-hanke. Koulii-hankkeelle asiakaskeskeisyys on olennaisinta, joten tapahtumat suunniteltiin asiakkaiden toiveiden mukaisesti palvelumuotoilun menetelmiä apuna käyttäen. Toritapahtuma järjestettiin Suurpellon avajaispäivänä, Kukkiva Suurpelto -tapahtumassa lauantaina 12.5.2012.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa tapahtumia Suurpellolle järjestettävän lähiruokatorin yhteyteen. Tavoitteena oli kasvattaa lähiruokatorin viihtyvyyttä tapahtumien avulla. Tavoitteena oli lisätä lähiruokatorin kiinnostavuutta sekä kasvattaa sen viihtyvyyttä, koska ruokatorien yleisenä ongelmana on usein asiakkaiden vähäisyys, jolta pyritään välttymään oheistapahtumien avulla. Lähiruokatoritapahtumaa pyrittiin kehittämään oheistapahtumien avulla, eli tapahtumassa järjestettiin oheistapahtumia viihtyvyyden kasvattamisen takia. Tavoitteen saavuttamisen haasteena esiintyi kuitenkin se, että lähiruokatoritapahtuma järjestettiin ensimmäisen kerran tämän opinnäytetyön puitteissa. Tämän takia viihtyvyyden kasvattamista oheistapahtumien avulla ei voitu arvioida vertaamalla kehitystä edellisiin toteutuskertoihin.

Lähiruokatori-idean oli alun perin tuonut esille Suurpellon asukas, joten lähiruokatori järjestettiin todellisen kysynnän vuoksi. Lähiruokatorin oheistapahtumat ideoitiin ja toteutettiin palvelumuotoilun menetelmien avulla. Lähiruokatori järjestettiin yhdessä Koulii-hankkeen kanssa. Koulii-hanke toimi tämän opinnäytetyön toimeksiantajana. Koulii-hankkeen kautta lähiruokatoria järjestettiin yhteistyössä kahden opinnäytetyön tekijän, kahden opiskelijaryhmien, sekä Koulii-hankkeessa mukana olevien toimijoiden ja opettajien kanssa. Toinen opinnäytetyö keskittyy lähiruokatorin kehittämiseen. Tapahtuma järjestettiin tiiviissä yhteistyössä kaikkien toimijoiden kesken. Toteutetut lähiruokatorin oheistapahtumat olivat makkaran grillaus, lasten piste, kahvila, palosammutusnäytökset sekä bändin esiintyminen. Palosammutusnäytökset sekä bändin esiintymisen toteuttivat Koulii-hankkeen toimijat, sillä heillä oli myös aikaisempaa kokemusta samaisista ohjelmanumeroista.

Työ on toiminnallinen opinnäytetyö, eli työn tavoitteena ja tarkoituksena on suunnitella, kehittää ja toteuttaa hanketta. Työ sisältää teoriaosuuden työn sisältävistä käsitteistä ja menetelmistä sekä työn toiminnallisen osuuden työssä käytettävän menetelmän, eli palvelumuotoilun työkaluja käyttäen. Työssä on valittu käytettäväksi palvelumuotoilun Juha Tuulaniemen laatima prosessimalli.

Työn teoreettinen viitekehys koostuu palvelun kehittamisestä, tapahtuman järjestämisestä sekä palvelumuotoilusta. Palvelun kehittäminen on valittu työn keskeiseksi käsitteeksi, koska lähiruokatoripalvelua pyritään kehittämään tapahtumien avulla, joten palvelujen kehittämistä on tärkeää avata. Palvelujen kehittäminen liittyy myös palvelumuotoiluun, joka on työn toinen käsite, ja jonka menetelmien avulla oheistapahtumia ideoidaan. Tapahtumajärjestäminen on toinen työn keskeisistä käsitteistä, koska ruokatorin yhteyteen kehitetään tapahtumia, jolloin on tärkeää tiedostaa kaikki tapahtuman järjestämiseen liittyvät toimenpiteet ja huomioitavat asiat.

Opinnäytetyö etenee ensin työn toimintaympäristön avaamisella. Kappaleessa 2 tarkastellaan lähiruokatoria palveluna ja perehdytään palveluun, palvelun laatuun sekä sen tuottamaan arvoon sekä lopuksi paneudutaan palvelun kehittämiseen. Kappaleessa 3 kerrotaan tapahtumajärjestämiseen liittyvät toimenpiteet, tutustutaan tapahtuman markkinointiin sekä tapahtuman arviointiin. Kappaleessa 4 edetään palvelumuotoilun teoriaan ja esitellään tässä työssä hyödynnettyä Juha Tuulaniemen palvelumuotoilun prosessimallia. Kappaleessa viisi edetään kehittämishankkeen kuvaukseen ja työssä läpikäytyihin vaiheisiin, jotka ovat määrittely-, tutkimus-, suunnittelu-, toteutus-, sekä arviointivaiheet. Kehittämishankkeen etenemisestä, toiminnoista sekä arvioinnista on kerrottu kappaleessa 6. Opinnäytetyössä on keskitytty vahvasti palvelumuotoiluun, minkä takia työn jäsenyksessä on käytetty visuaalista jäsenystapaa. Kappaleessa 7 esitellään työn johtopäätökset. Viimeisenä ovat lueteltuina työssä käytetyt lähteet, kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelot sekä liitteet.

## 1 Toimintaympäristönä Suurpelto

Opinnäytetyön toimintaympäristönä on Suurpelto, missä lähiruokatoritapahtuma toteutettiin 12.5.2012. Oheistapahtumia ideoitiin Suurpellon asukkaiden kanssa, jotta tuloksista saatiin todellisen kohderyhmän toiveet esille. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Koulii-hanke, jonka toiminta keskittyy Suurpellon alueelle. Lisäksi opinnäytetyön tekijän sekä Koulii-hankkeen keskeisenä yhteistyökumppanina toimi Seulo, joka on verkkokauppamuodossa toimiva lähiruokakauppa.

Suurpelto on uusi sekä uudenlainen Espoon kaupunginosa. Suurpellostä rakennetaan uniikkia puistokaupunkia, sillä puistotilaa Suurpeltoon on kaavailtu melkein 90 hehtaaria. Suurpelto sijoittuu Espooseen, Kehä II:n varrelle. Suurpelto rakennetaan kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti taloudelliseksi, ekologiseksi sekä sosiaaliseksi kokonaisuudeksi. Suurpellon visioina ovat, että perhekeskeisyys näkyy jokapäiväisessä elämässä, uudet palvelukonseptit helpottavat arkielämää, elinikäinen oppiminen on kivaa ja että kansainvälisyys on arkipäivää. (Suurpelto 2012.) Suurpellon arvioitu asukasluku vuoden 2012 toukokuussa oli 1100 asukasta (Weckström 2012).

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimiva Koulii-hanke, eli koulutuksen innovaatio- ja integraatiohanke, on Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnian ja Laurea-ammattikorkeakoulun yhteinen pedagoginen kehityshanke. Koulii-hankkeen toimintaperiaatteena on tarjota ja tuottaa asiakaslähtöisiä sekä hyvinvointia edistäviä palveluita Espoon Suurpellon alueelle sekä samalla kehittää Omnian ja Laurean välistä yhteistyötä. Tuloksena syntyy monialainen oppimisympäristö, jossa oppiminen suoritetaan todellisissa työtilanteissa. Koulujen opiskelijat sekä kouluttajat työskentelevät yhteistyössä asukkaiden ja Suurpellon alueen toimijoiden kanssa. Yhteistyön tarkoituksena on luoda uusia palveluja ja palveluverkostoja monialaisen osaamisen, asiakaskeskeisyyden sekä avoimen ajattelutavan avulla. Hanke on rahoitettu ELY-keskuksen ESR-rahoitteella. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen Euroopan sosiaalirahaston tavoitteena on tukea työllisyyttä ja osaamista edistäviä hankkeita. Koulii-hanke on aloitettu vuonna 2010 syksyllä ja se on käynnissä vuoden 2012 loppuun asti. (Koulii-hanke 2012; ELY-keskus 2010.)

Koulii-hankkeella on seitsemän eri kehityspilottia, joissa kussakin edistetään Suurpellon aluekehitystä eri näkökulmista katsottuna. Opinnäytetyö sijoittuu Koulii-hankkeessa Vihreään Keidas -nimiseen kehityspilottiin, sillä Vihreän Keitaan yksi projekti on lähiruokatorin luominen Suurpellon alueelle. Vihreä keidas-hanke luo parturi-kampaaja- sekä kauneudenhoitopalveluja sekä ravitsemispalveluja Suurpellon alueelle. (Räsänen 2012.)

Lähiruokatori-idea oli alun perin Suurpellon asukkaan idea ja sitä lähti työstämään Koulii-hanke yhteistyössä Seulon kanssa. Seulo on verkkokauppa muodossa toimiva lähikauppa, josta pystyy ostamaan ruoka-aineet suoraan toimittajalta. Seulo tarjoaa lähi- ja luomuruokaa myyvien toimittajien tuotteita. Seulon toimintaperiaate on vuodenaikojen ja lähiseudun ruoan arvostus, hyvän sekä terveellisen ruoan nautinto, itse tekemisen hauskuus sekä kestävä kehityksen tukeminen. Seulon perustana ovat hyvät tietovirratt ja toimiva ja huippuunsa viritetty logistiikka. Seulo toimii kuten kauppahalli, mutta verkossa. Seulosta saadaan tuoreet ja laadukkaat elintarvikkeet kotiovelle kuljetettuna. (Seulo.)

## 2 Lähiruokatori palveluna

Palvelun kehittäminen on yksi opinnäytetyön käsite, sillä ruokatoripalvelua pyrittiin kehittämään tapahtumien avulla. Palvelun kehittämiseen liittyy myös tiiviisti itse palvelu sekä palvelun laatu, joita täytyy ymmärtää ennen kuin voidaan avata palvelun kehittämistä. Lähiruokatori on palvelu, jota pyritään kehittämään suunnittelemalla ja luomalla tapahtumia sen yhteyteen. Kappaleessa kerrotaan ensi lähiruokatorikonseptista, jonka jälkeen avataan palvelun käsitettä yleisesti sekä palvelun laatua ja sen tuottamaa arvoa asiakkaalle. Kappaleessa 3.1.3 on kerrottu palvelun kehittämisestä. Suurpellolle järjestettävää lähiruokatoripalvelua



kehitettiin suunnittelemalla ja ideoimalla tapahtumia torin yhteyteen. Ideointia tehtiin palvelumuotoilun menetelmillä, josta on kerrottu menetelmät kappaleessa, kappaleessa viisi (5).

Lähiuokatori järjestettiin ensimmäistä kertaa Suurpellossa 12.5.2012 Kukkiva Suurpelto - tapahtumassa, johon myös oheistapahtumat suunniteltiin ja toteutettiin ensimmäistä kertaa. Lähiuokatori on Suurpellon asukailta lähtöisin oleva idea, jota Koulii-hanke ryhtyi kehittämään opiskelijoiden, Seulon sekä Suurpellon kanssa yhteistyössä. Alkuperäisenä tarkoituksena oli järjestää lähiuokatori, missä tarjonta oli melko suppea ja myyntipisteet olisivat showroom-tyyppisiä. Tarkoituksena oli, että konkreettiset myytävät tuotteet olisivat olleet vähäisiä ja kausituotteita olisi myytävänä vuodenaikojen mukaan. Tuottajat pyrittiin valitsemaan Seulon tarjonnasta ja heidät pyrittiin saamaan itse paikan päälle myymään omia tuotteitaan, sillä pienille ruoka-alan yrityksille on tärkeää tavata omia asiakkaita. Toiminta oli tarkoitus tehdä riskittömäksi toimittajille, sillä lähiuokatorilta jäänyt hävikki olisi hyödynnetty Laurea Leppävaaran toimipisteen opetuskeittiössä. (Timmerbacka 2012.)

Torin olisi tarkoitus muokkautua ajan kanssa. Alustavana tavoitteena oli, että toritapahtuma järjestetään kerran tai kaksi kertaa kuussa, ja kun se tavoitteiden mukaan menestyisi, se voitaisiin järjestää jopa viikoittain. Ensin oli kuitenkin tarkoituksena kokeilla tätä lähiuokatori-idea, ja nähdä ajan myötä sen kehitys. Ruokatoreilla on usein ongelmana se, että asiakkaita on liian vähän ja sen vuoksi ideana on tuottaa Suurpellon toritapahtumasta erilainen. Toritapahtuma järjestettiin isossa teltassa, jotta sää ei olisi ollut osallistumisesteen syy. Lisäksi Seulo halusi esitellä omalla pisteellään sen toimintaa ja palveluita screenin avulla. Tämän kautta Seulo pyrittiin saamaan tutuksi Suurpellon asukaille, jonka jälkeen he olisivat uskaliaampia tilaamaan tuotteita Seulosta. Lähiuokatoriin haluttiin yhdistää muutamia oheistapahtumia, mitkä saavat asiakkaat innostumaan torista ja viihtymään siellä pidempään, jolloin niissä on jokin vetovoimatekijä. (Timmerbacka 2012.)

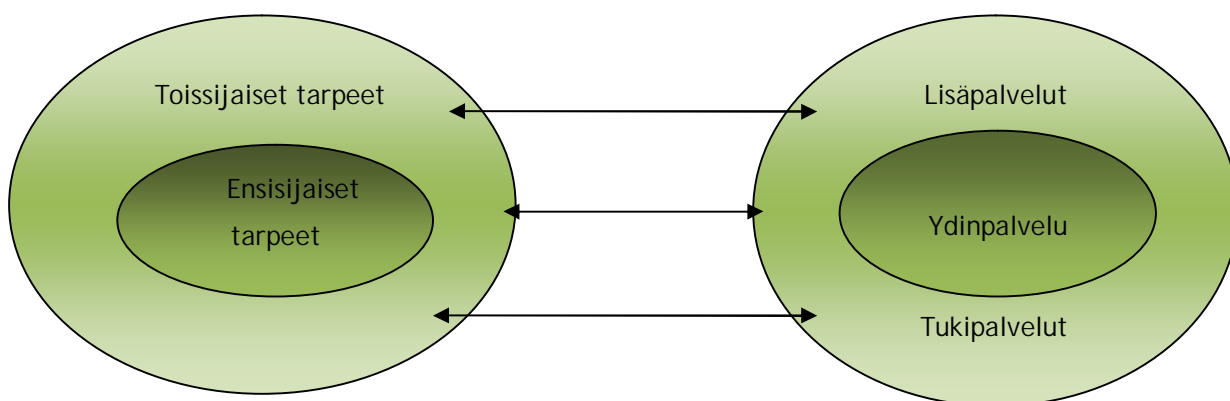
Alkuperäiset torin ideat muuttuivat kuitenkin prosessin myötä, jolloin ensimmäinen torin koekäytökerta järjestettiin perinteisenä toritapahtumana 12.5.2012. Seulon resurssien vähäisyyden vuoksi heidän yhteistyö torin järjestelyissä jäi vähäisemmäksi, minkä takia alkuperäinen suunnitelma tarjonnan suppeudesta ei toteutunut. Oheistapahtumien tarkoitus kuitenkin pysyi alkuperäisten suunnitelmien mukaisena ja ne toteutettiin lisätäkseen lähiuokatoriin viihtyvyyttä. Toteutetut torin oheistapahtumat olivat makkaran grillaus, kahvila, lasten piste, palosammutusnäytökset sekä bändin esiintyminen.

## 2.1 Palvelu

Lähiuokatoripalvelua pyrittiin kehittämään oheistapahtumien avulla. Jotta voidaan ymmärtää palvelun kehittämistä, täytyy ymmärtää myös itse palvelun käsitettä. "Palvelu on ainakin

jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuinasiakkaan ongelmiin ja toimitetaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien tai tuotteiden ja/tai palvelun tarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa” (Grönroos 2003, 79). Palvelulle on olemassa monenlaisia määrittelyjä ja yksinkertaisemmin muodostettuna palvelu on tekoja, prosesseja ja toimintoja (Zeithaml, Bitner & Gremler 2006, 4). Ritva Kinnusen mukaan palvelua voidaan tarkastella sekä asiakkaan että palvelun tarjoajan näkökulmasta. Palvelun tarjoajan näkökulmasta ajateltuna palvelu on tapahtumien ja prosessien summa. Palveluun voi liittyä jokin tuote, mutta useimmiten palvelu käsitetään aineettomana, asiakkaalle jotakin hyötyä antavana toimintana. Asiakkaan rooli on palveluprosessissa mukana alusta loppuun asti, sillä palvelu räätälöidään nimenomaan asiakkaalle. Asiakkaan näkökulmasta palvelu voi olla ikimuistoinen tai vastapainoisesti täysin rutiinimainen toimenpide arjen keskellä. Asiakkaalle tärkeintä palvelussa on sen saatavuus. Asiakas ei niinkään huomioi koko prosessia palvelun tarjoajan kannalta, vaan hän miettii omia tavoitteitaan ja sitä, miten sujuvasti palvelun tarjoaja pystyy ne hänelle toteuttamaan. (Kinnunen 2003, 7.)

Palvelun kokonaisuus muodostuu ydinpalvelusta sekä lisä- ja tukipalveluista. Lisä- ja tukipalvelut vahvistavat ydinpalvelua. Ydinpalvelu vastaa asiakkaan ensisijaisia tarpeita, ja ydinpalvelu saa asiakkaan tekemään ostopäätöksen. Lisäpalvelut ovat ydinpalvelun toiminnalle lähes välttämättömiä palveluja. Tukipalvelut eivät ole määritelty niin välttämättömiksi kuin lisäpalvelut, mutta ne tuovat ydinpalveluun lisäarvoa. Lisäpalvelut ja tukipalvelut vastaavat asiakkaan toissijaisia tarpeita. Kokonaisuutena näistä muodostuu palvelupaketti, jonka tuottaminen on päätösten, prosessien sekä toimenpiteiden yhdistelmä. (Kinnunen 2003, 10.) Palvelupaketti on esitetty alla olevassa kuviossa (kuvio 1). Suurpellon ruokatorin yhteyteen kehiteltävät oheistapahtumat ovat tällöin määriteltävissä tukipalveluiksi, sillä ne eivät ole välttämättömiä ydinpalvelulle, eli ruokatorille, mutta ne tuovat ydinpalveluun lisäarvoa.



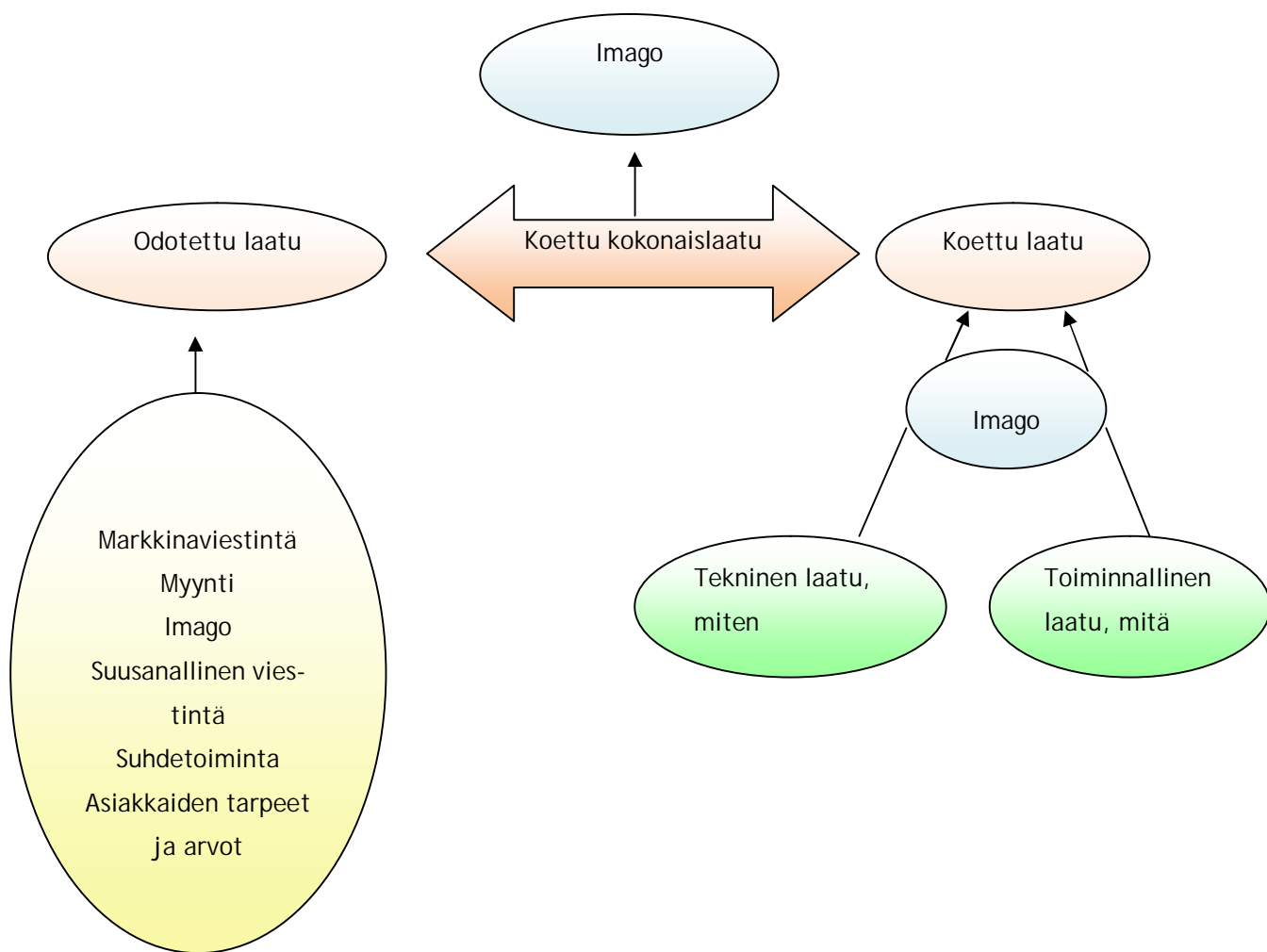
Kuvio 1: Palvelupaketti (Kinnunen 2003, 10)

## 2.2 Palvelun laatu sekä sen tuottama arvo asiakkaalle

Työn tarkoituksena on kehittää palvelun laatua ja sen tuottamaa arvoa asiakkaalle oheista pahtumien kautta. Lähiruokatorin laatua sekä sen tuottamaa arvoa pyritään kehittämään, jotta asiakkaat viihtyisivät torilla paremmin. Samoin kuin palvelun määrittelemisen, myös palvelun laatu on monimutkainen käsite. Palvelun laatua tutkiessa on tärkeää, että palvelun tarjoaja tiedostaa ja ymmärtää miten asiakas arvioi laatua. Silloin palvelun tarjoaja pystyy määrittämään, miten arvioita voidaan hallita ja ohjata haluttuun suuntaan. Palvelun tarjoajan täytyy määritellä palveluidean, asiakkaalle tarjottavan konkreettisen palvelun sekä asiakkaan saaman hyödyn keskinäinen suhde toisiinsa. (Grönroos 2003, 98.)

Palvelun laadun tutkimuksessa otetaan painopisteeksi asiakkaan kokema palvelun laatu. Asiakkaan kokemalla palvelun laadulla on kaksi ulottuvuutta, jotka ovat tekninen eli lopputulosulottuvuus sekä toiminnallinen eli prosessitulottuvuus. Lopputulosulottuvuus mittaa sitä, mitä asiakkaalle jää palveluprosessista sekä asiakkaan ja palvelun tarjoajan vuorovaikutuksesta. Prosessitulottuvuus taas mittaa sitä, miten palvelu toimitetaan asiakkaalle ja miten hän kokee palveluprosessin toiminnan. (Grönroos 2003, 100-101.)

Todellisuudessa palvelun laatuun vaikuttaa enemmän tekijöitä kuin ainoastaan asiakkaan kokeman palvelun laadun kaksi ulottuvuutta. Asiakas muodostaa mielessään odotuksia ja ennakkoluuloja palvelusta, jotka muodostuvat muun muassa yrityksen markkinaviestinnästä, suusanallisesta viestinnästä, imagosta sekä asiakkaan tarpeista ja arvoista. Odotettu laatu on myös yksi vaikutustekijä koettuun palvelun laatuun. Asiakas kokee palvelun laadun hyväksi, kun koettu laatu vastaa odotuksia. Markkinaviestintä muodostuu muun muassa mainonnasta, suoramarkkinoinnista, yrityksen Internet-sivustoista sekä myyntikampanjoista. Markkinaviestintä on aina yrityksen omassa hallinnassaan. Suusanallinen viestintä on vain epäsuorasti yrityksen hallinnassa, sillä ne riippuvat pohjimmiltaan yrityksen aikaisemmasta menestyksestä. Imago vaikuttaa myös suurena tekijänä asiakkaan kokemaan laatuun. Asiakkaan koettua kokonaislaatua eivät määrittele ainoastaan palvelun laadun tekniset ja toiminnalliset ulottuvuudet, vaan se muodostuu koetun ja odotetun välisestä suhteesta toisiinsa. (Grönroos 2003, 104-106.) Asiakkaalle muodostunut kokonaislaatu syntyy siis hänen jo ennen toritapahtumaan tultaessa muodostetusta odotetusta laadusta sekä toritapahtumassa koetusta laadusta. Lähiruokatorin markkinoinnilla ja mainonnalla voidaan vaikuttaa asiakkaan kokemaan imagoon. Alla oleva kuvio (kuvio 2) esittää asiakkaan kokeman kokonaislaadun Grönroosin mukaan.



Kuvio 2: Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2003, 105)

Palvelun arvo asiakkaalle muotoutuu palvelun tuottaman hyödyn ja sen saamiseen tarvittavien uhrausten erotuksena. Asiakkaan uhraukset palvelun saamiseksi voivat olla taloudellisia ja toiminnallisia uhrauksia. Taloudellinen uhraus on esimerkiksi maksu palvelun saamisesta ja toiminnallisella uhrauksella tarkoitetaan niitä toimintoja, mitä tarvitaan palvelun toteuttamiseksi. Asiakkaalle muodostuvat taloudelliset ja toiminnalliset uhraukset ovat hyvin pieniä, koska palvelu tuodaan asiakkaille heidän omalle asuinalueelle, jolloin mitään maksuja palvelun saamisesta ei kerry. Palvelun arvoon vaikuttaa lisäksi asiakassuhde, sillä palveluarvo on todettu olevan muuttuva käsite. Asiakassuhteen ollessa pitkä ja toimiva, voi yksittäinen suurempi uhraus palvelun vuoksi tuntua asiakkaalle pienemmältä kuin esimerkiksi uudessa asiakassuhteessa. Asiakkaan oma toiminta vaikuttaa myös hänen kokemaansa palvelun arvoon, sillä asiakkaan joutuessa puuttumaan palvelun lopputulokseen varmistamalla palvelun toimivuutta jatkuvasti, pienenee hänen kokemansa arvo palvelusta myös huomattavasti. Kun taas jos palvelu sujuu luontevasti, kokee asiakas saavansa palvelusta myös enemmän arvoa. Asiakkaan kokema palvelun arvo voi myös muuttua yksittäisen palvelutapahtuman aikana. (Grön-

roos 2003, 21.) Lähiruokatorin oheistapahtumien ideana on kasvattaa asiakkaalle kertyvää palvelun arvoa lähiruokatoripalvelusta.

### 2.3 Palvelun kehittäminen

Palvelun suunnittelemisessa ja kehittämisessä tuotantoprosessiin keskittyminen on olennaista, sillä palvelussa tuotanto ja kulutus tapahtuvat samaan aikaan. Palvelun menestyksestä yksittäisissä tapauksissa on hankala antaa takuuta, sillä sen voi taata ainoastaan palvelun tarjoajan ja asiakkaan yhteistyö ja kommunikointi keskenään, jonka mahdollistaa molempien osapuolten kyky ja halu käyttää palvelua. On vaikea myöskään yleistää palvelun menestystä, sillä jokainen asiakas toimii erilaisilla palvelutilanteissa, jolloin palvelutuotanto muokkautuu jokaisen asiakkaan kohdalla. (Kinnunen 2003, 29-31.)

Asiakkaalla on suuri rooli palvelutuotannossa, joten palvelun kehittämisessä on tärkeää ottaa asiakas huomioon ja mukaan palvelun kehittämisessä. Jokaisen työntekijöiden on myös tärkeää olla mukana kehitystyössä, sillä heillä kaikilla on oma näkemyksensä palvelun toimivuudesta ja sen osatekijöistä. Etenkin juuri palvelutyössä toimivien työntekijöiden mielipiteet ovat tärkeitä, sillä he toimivat asiakkaiden kanssa ja tietävät palveluprosessin yksityiskohtaisesti, ja tärkeimpänä, sen vahvuudet ja heikkoudet. (Zeithaml, Bitner & Gremler 2006, 255.)

Tapio Rissasen mukaan hyvän palvelun tuottaminen vaatii hyvää yhteistyötä sekä palveluntuottajatiimin kesken että asiakkaiden kanssa. Hyvään yhteistyöhön kuuluu jatkuva, mutta hallittu palvelun kehittäminen. Tämä vaatii organisaatiolta oppivaa asennetta, jotta se pystyy itse reagoimaan asiakkaiden vaatimiin muutoksiin sekä oppimaan jatkuvasti asiakastilanteista jotakin uutta. Rissasen mukaan palvelun kehittäminen saavuttaa parhaimmillaan tason, jossa se muuttuu itse oppivaksi projektiksi. Tämä voidaan saavuttaa innovatiivisella asenteella, hyvällä sisäisellä viestinnällä sekä kehittyneiden ryhmätyömuotojen avulla. (Rissanen 2006, 96.)

Lähiruokatorin tapahtumien tarkoituksena on kehittää lähiruokatoripalvelua. Palvelun kehittäminen on kuitenkin jatkuva prosessi, jonka hyöty voidaan nähdä vasta muutamien toteutuskertojen jälkeen. 12.5. järjestetty lähiruokatoritapahtuma toteutettiin ensimmäistä kertaa Suurpellossa pilottimielessä, jonka toteutuksen onnistumisia ja epäonnistumisia voidaan hyödyntää tulevaisuudessa.

## 3 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtumajärjestämisen käsitettä ja sen prosessia ja työvaiheita on työn kannalta olennaista tuoda esille. Työn toiminnallisena osuutena on lähiruokatorin oheistapahtumien suunnittelu ja

toteutus, jolloin on tärkeää tietää tapahtuman järjestämiseen vaadittavat tehtävät. Lähiruokatorin toteutetut oheistapahtumat olivat makkaran grillaus, kahvila, lasten piste, musiikkiesitykset, Janne Talasman ohjaama tanssi, juonnot sekä palosammutusnäytökset. Koulii-hankkeen järjestäjät vastasivat palosammutusnäytösten, musiikkiesitysten, Janne Talasman tanssin sekä juontojen järjestelyistä ja toteutuksista. Tapahtumanjärjestämisen kappaleessa avataan ensin tehtäväpuolta, mitä kaikkea tulee ottaa huomioon järjestelyissä sekä toteutuksessa. Sen jälkeen keskitytään yleisötapahtuman järjestämiseen vaadittaviin lupa-asioihin. Tapahtuman markkinoinnista kerrotaan kappaleessa 3.3. Viimeisenä paneudutaan tapahtuman arviointiin.

### 3.1 Järjestäminen

Tapahtuman järjestäminen vaatii monen osatekijän huomioon ottamista. Yksi tärkeimmistä osatekijöistä on tapahtuman tarkoituksen määrittäminen, sillä se takaa tapahtuman menestyksen. Tapahtuman tarkoitus voi olla esimerkiksi yrityksen tuotelanseeraus ja sen tavoitteena tällöin on saada uusia tilauksia. Konkreettista tavoitetta on helppo arvioida tapahtuman jälkeen, kun tavoite on mitattavissa. Tarkoituksen määrittämisen yhteydessä on tärkeää pohtia, mikä viesti tapahtumalla on. Tapahtumalla täytyy olla selkeä pääviesti ja mahdollisesti sitä tukevia sivuviestejä. Viestiä voidaan välittää tapahtumassa monien elementtien avulla. Nämä elementit voivat olla muun muassa tapahtumapaikka, teema, ohjelma ja tapahtuman ajankohta. Elementtejä täytyy hallita, jotta tapahtuman viesti välittyy vieraille ja jotta tapahtuma on onnistunut. Tärkeä tekijä tapahtuman onnistumisen kannalta on se, että kaikki tapahtumassa työskentelevät tietävät tapahtuman tarkoituksen ja viestin. Näin varmistetaan, että kaikki toimivat yhteisten tavoitteiden mukaisesti. (Vallo & Häyrinen 2010, 101-107.)

Lähiruokatoritapahtuma järjestettiin Kukkiva Suurpelto -tapahtuman yhteyteen, jolloin tehtiin tiivistä yhteistyötä Koulii-hankkeen kanssa. Kukkiva Suurpelto -tapahtuman teemana olivat neljä eri näkökulmaa; vaikuta, vaihda, viihdy ja viljele. Kaikki aktiviteetit luettiin kuuluviksi eri teemoihin, joka selkeytti niiden tarkoitusta. Koko tapahtuman tarkoituksena oli näiden neljän teeman kautta tuoda yhteisöllisyyttä vahvemmin esiin sekä samalla tehdä Suurpeltoa tutuksi kaikille osallistujille. Lähiruokatori sekä sen oheistapahtumat kuuluivat viihdy ja viljele teemoihin, sillä toritapahtuman tarkoituksena oli saada ihmiset viihtymään kauemmin torilla, mutta myös tuoda lähiruoan tärkeyttä esille.

Suunniteltaessa tapahtumaa tulisi kaikkien tapahtumassa työskentelevien toimijoiden olla selvillä. Työntekijöiden määrä riippuu suuresti siitä minkälaista ja kokoista tapahtumaa ollaan järjestämässä. Tapahtuman järjestäminen on usein projektiluontoista, jolloin toimintaa täytyy johtaa yksi tai muutama henkilö. Siksi onkin tärkeää, että tapahtuman järjestämistoimijoista valitaan projektipäällikkö, joka vastaa muiden toimijoiden tehtävänannoista sekä pro-

jektin etenemisestä. Vaihtoehtoisesti tapahtuman vastaavina voi olla muutamia henkilöitä, kuten johtoryhmä. On kuitenkin tärkeää, että ainakin yksi henkilö on vastuussa järjestelyjen kokonaisuudesta, jolloin toiminta on selkeää ja tehokasta. Johtoryhmän tai projektipäällikön tulee viestiä toiminnoista ja järjestelyn eri vaiheista tapahtuman jokaiselle toimijalle, jota kutsutaan sisäiseksi viestinnäksi. Sisäinen viestintä pitää järjestelyihin kuuluvat toimijat ajan tasalla ja sitouttaa heidät tapahtumaan. Ulkoinen viestintä tarkoittaa tiedottamista järjestelyistä ulkoisille kohderyhmille, kuten osallistujille, tiedotusvälineiden edustajille sekä yhteistyökumppaneille. Viestinnän kanavia on muun muassa sähköposti, Internet-kotisivut sekä henkilökohtaiset keskustelut. (Shone & Parry 2004, 65; Liskola-Kesonen 2004, 63-64.)

Kukkiva Suurpelto -tapahtumassa oli mukana monta tekijää, minkä takia sisäinen viestintä oli erittäin tärkeää. Suunnittelussa ja toteutuksessa oli mukana Koulii-hankkeen toimijoita, opiskelijaryhmiä, opinnäytetyön laatijoita, Seulo sekä Suurpelto. Kokouksia järjestettiin kevään aikana useita, joiden tarkoituksena oli päivittää kaikille sen hetkinen tilanne järjestelyiden suhteen sekä kartoittaa vastuiden jakoa. Viestintä lähiruokatoritapahtumassa tapahtui sekä lähiruokatorin tekijöiden kesken että Kukkiva Suurpelto -tapahtuman toimijoiden kesken. Viestintä tapahtui sekä sähköpostin välityksellä että henkilökohtaisissa tapaamisissa. Ulkoinen viestintä toteutettiin mainoslehtisinä asukkailla sekä viestintänä Facebook-yhteisössä.

Kohderyhmän kartoitus täytyy tehdä hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. Kartoituksessa otetaan huomioon muun muassa kohderyhmän sukupuolijako, ikä, kotipaikka sekä kulttuurilliset mieltymykset. Kohderyhmä usein koostuu useista ikäryhmistä ja se sisältää sekä naisia että miehiä, mutta on silti tärkeää kartoittaa kohderyhmä, jotta voidaan suunnitella oikeanlaista ohjelmaa tapahtumalle. Tapahtumanjärjestäjän täytyy asettua kohderyhmän asemaan ja miettiä tapahtumaa sen kannalta. Kohderyhmä täytyy analysoida tarkkaan ja ottaa huomioon se, että yhden mieltymykset eivät välttämättä vastaa muiden mieltymyksiä. Kohderyhmää analysoitaessa täytyy ottaa huomioon myös sen koko. Erilaiset tapahtumat muodostavat erikokoisia kohderyhmiä. Esimerkiksi suurten tähtien konsertit muodostavat suuren yleisön kohderyhmäksi, kun taas jotkin tapahtumat rajaavat kohderyhmää kutsuvierasprosessin takia. Kohderyhmä ja sen koon sekä tapahtuman tavoitteen määrittäminen antavat jo hyvin suuntaa sille, millaista tapahtumaa järjestetään. (Vallo & Häyrinen 2010, 111-116.) Koko Kukkiva Suurpelto -tapahtuman kohderyhmänä olivat Suurpellon asukkaat. Lähiruokatorin oheistapahtumat suunnattiin sekä lapsille että aikuisille koska haluttiin, että tapahtumat kohtaisivat monien henkilöiden tarpeet.

Tapahtumapaikalla on keskeinen merkitys tapahtuman menestykseen. Tapahtumapaikan sijaintia määriteltäessä on tärkeää ottaa tapahtuman kohderyhmä huomioon. Paikan tavoitettavuudella on suuri merkitys. Paikan sijainti voi olla kaukana tai lähellä kohderyhmää sen vaikuttamatta tapahtuman menestykseen, mutta tavoitettavuudella on sitä vastoin hyvin suu-

ri merkitys. Täytyy ottaa huomioon julkisten liikenneyhteyksien toimivuus tapahtumapaikalle sekä parkkipaikkojen riittävyys. Tilan riittävyydellä on myös suuri merkitys tapahtumapaikan valinnassa. Jos arvioitu kävijämäärä on suuri, on tärkeää, että tilaa on riittävästi. Sisä- ja ulkotilat on myös suunniteltava tarkasti. Tapahtuman ajankohta ja kesto vaikuttaa suuresti kävijämäärään, joten sen suunnitteluun kannattaa panostaa. Tapahtuman luonne ja kohde-ryhmä määrittelevät jo hyvin pitkälle sopivan ajankohdan. Joidenkin tapahtumien ajoitukseen voivat vaikuttaa esimerkiksi koululaisten lomat. Viikonpäivällä ja kellon ajalla voi olla myös suuri vaikutus kävijämäärään. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 38.)

Koko tapahtuman paikkana toimi Suurpellon Lukutori sekä Lillhemtin ja Hans Floorin puistot. Koulii-hankkeen päättäjät tekivät päätöksen tapahtumapaikasta. Lähiruokatorin paikka toivottiin olevan Lukutorilla, koska paikka on hyvin keskeisellä paikalla Suurpeltoa sekä siinä on tarpeeksi tilaa teltalle, jossa lähiruokatori järjestettiin. Lähiruokatori ja oheistapahtumat päätettiin järjestää teltan sisällä sen takia, että sää ei olisi esteenä kävijöille. Myös elintarvikkeiden säilymisen vuoksi lähiruokatoritapahtuma järjestettiin teltan sisällä. Kahvila järjestettiin myös teltan sisällä ja kahvilapisteen eteen asetettiin pöytiä ja tuoleja, jotta asiakkaat pystyivät istumaan. Makkaran grillaus järjestettiin teltan ulkopuolella. Lähiruokatorin oheistapahtumien ajankohta määräytyi Kukkiva Suurpelto -tapahtuman ajankohdasta. Ajankohtana oli lauantai iltapäivä 12.5.2012. Tapahtuma järjestettiin iltapäivällä kello 12.00-15.00 välisenä aikana.

Käytettävissä oleva raha on hyvin tärkeää määritellä suunnitteluvaiheessa. Tapahtuman budjettia laadittaessa voidaan tarkastella aikaisempia vastaavanlaisia tapahtumia, jotta saadaan realistista suuntaa budjetille. Rahoituksen lähteet voidaan jakaa kolmeen osaan; organisaation omaan rahoitukseen, tapahtuman tuottoihin sekä ulkopuolisiin lähteisiin. Ulkopuolisilla lähteillä tarkoitetaan raha-avustuksia ja tukia, tappiontakaus valtiolta tai kunnalta sekä sponsoroimista. Joissain tapahtumissa jo organisaation oma rahoitus riittää tapahtuman järjestämiskuluihin, mutta joissain tapauksissa tarvitaan myös muita apuja. Taloudellisia tukijoita voivat olla esimerkiksi yksittäiset henkilöt, yhteisöt, yritykset, kunta tai säätiöt. Tapahtuman järjestäjä voi myös hakea valtiolta tai kunnalta tappion takausta. Tappion takaus tarkoittaa sitä, että kunta tai valtio maksaa mahdollisen tappion joko kokonaan tai osittain ennalta määritetyn sopimuksen mukaisesti. (Vallo & Häyrynen 2003, 165-166; Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 61-62.)

Tapahtuman suunnitelmaa laadittaessa on tärkeää tehdä tapahtuman talousarvio, missä ilmeneisi tulot ja menot. Talousarvion lisäksi on hyvä laatia rahoitussuunnitelma. Rahoitussuunnitelman tarkoitus on näyttää, milloin menoja ja tuloja tapahtuu ja kuinka paljon rahaa on kassassa milläkin hetkellä. Useimmiten tapahtumien järjestämisessä kulut tapahtuvat ennen tuloja, minkä takia on tärkeää suunnitella ja ennakoita rahoitus tarkasti. Tapahtuman talous-



hallinto olisi hyvä keskittää yhdelle henkilölle, joka toimii tapahtuman talousvastaavana. Taloushallinto sisältää rahavarojen hoidon ja käsittelyn sekä kirjanpidon. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 65-66.) Kukkiva Suurpelto -tapahtuman budjetin sekä talousarvion laati Koulii-hankkeen toimijat. Lähiruokatoritapahtuma järjestettiin pääosin sponsorointien avulla. Koulii-hanke kustansi kuitenkin oheistapahtumien järjestämistä varten vaadittavat pienhankinnat, kuten grillaamisessa käytetyt käsidesit ja servietit.

Sponsorointia käytetään useissa tapahtumissa toiminnallisten sekä taloudellisten tarpeiden saavuttamisessa (Raj, Walters & Rashid 2010, 124). Sponsorointi tarkoittaa liikesuhdetta rahoittajan, resurssien tai palvelujen tarjoajan sekä yrityksen tai hankkeen järjestämän tapahtuman kesken. Sponsorointia vastaan tarjotaan usein vastapalvelua, joka on useimmissa tapauksissa mainontaa. Sponsorointia hakevan täytyykin motivoida yrityksiä sponsoroimaan tapahtumaa. Lynn van der Wagenin ja Laurean Whiten mukaan sponsorointimotiivit voidaan luokitella viiteen eri kategoriaan. Nämä viisi kategoriaa ovat yrityksen imagon parantaminen tai sen esille tuominen, yrityksen tuotteisiin tai brändiin liittyvät tavoitteet, myyntiin liittyvät tavoitteet, mainostamiseen liittyvät tavoitteet sekä yrityksen anteliaisuus. Mainonta on sponsoroinnin useimmin käytetyistä vastapalveluista. Sponsoroiva yritys voi saada monenlaista mainintaa eri tiedotusvälineissä ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana sekä myös sen jälkeen. (Van der Wagen & White 2010, 109-111.) Lähiruokatorin oheistapahtumat järjestettiin sponsorointien avulla. Muun muassa Chef Watkins lahjoitti grillattavat makkarat toritapahtumaan. Lahjoitusten vastapalkkioiksi sponsorointiyrityksiä mainostettiin tapahtuman esitteessä sekä tapahtumapäivänä tapahtumapaikalla.

Osallistumisprosentin realistinen määrittelemineen on usein vaikeaa, varsinkin avoimissa yleisötapahtumissa. Budjetoinnin kannalta se on kuitenkin yksi keskeisimmistä kysymyksistä. Tapahtuman järjestäjän olisi hyvä varautua johonkin arvioituun kävijämäärään. Tapahtumat, jotka järjestetään ensimmäistä kertaa, ovat hyvin vaikeita arvioida kävijämäärältään. Suuntaa antavana apuna voidaan käyttää samankaltaisia jo järjestettyjä tapahtumia. Realistisesti asetetut kävijämäärätavoitteet muodostuvat tapahtuman luonteesta, eli siitä, mitä järjestetään, kenelle ja milloin. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 46-47 & Vallo & Häyrinen 2010, 117.) Kukkiva Suurpellon arvioitu kävijämäärä oli noin 200-300 henkilöä. Toteutunut kävijämäärä oli Koulii-hankkeen tietojen mukaan 330 kävijää (Mutanen 2012).

Pienestä tapahtumaideasta voi kasvaa laajempi kokonaisuus siihen liittyvien oheistapahtumien kautta. Tai vaihtoehtoisesti resursseiltaan rajallinen tapahtuman järjestäjä voi osittaa tapahtumaa pienempiin osiin. Ositus voi olla hyvä keino tapahtuman suunnittelussa. Osatapahtumat tarkoittavat tapahtumia, jotka muodostavat päätapahtuman kanssa yhtenäisen kokonaisuuden. Monimuotoisissa tapahtumissa osatapahtumia voidaan käyttää niin, että tapahtumat sijoitetaan eri tiloihin, esimerkiksi lapsille suunnatut sijoitetaan eri tilaan kuin aikuisille

suunnatut tapahtumat. Oheistapahtumat ja -palvelut ovat linkitettyinä päätapahtumaan, mutta ne eivät suoranaisesti liity tapahtuman varsinaiseen päämäärään. Oheistapahtumat ja palvelut tuovat lisäarvoa kohderyhmälle, mikä saavat heidät kiinnostumaan tapahtumasta vielä enemmän. Yleisesti käytetty oheispalvelu tapahtumalle on esimerkiksi lapsiparkki. Tämä tuo lisäarvoa kävijälle ja se on kannattavaa myös tapahtuman järjestäjälle, sillä näin maksukykyiset asiakkaat voivat vapaasti asioida tapahtuma-alueella. Oheistapahtumien ideoinnissa on hyvä käyttää luovuutta ja mielikuvitusta, mutta tärkeää on huomioida myös tapahtuman kohderyhmä, jotta oheistapahtuma tai -palvelu kohtaa asiakkaan. Asiakkaat kokevat oheistapahtumat ja -palvelut osaksi päätapahtumaa, joten niihin on tärkeä panostaa tapahtuman menestyksen kannalta. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 52-54.)

Lähiuokatori on osatapahtuma Kukkiva Suurpelto -tapahtumassa. Niin kuin Kauhanen, Juurakko sekä Kauhanen kertovat, osatapahtumat muodostavat päätapahtuman kanssa yhtenäisen kokonaisuuden. Lähiuokatorin oheistapahtumat ovat taas lisäarvoa antavia tapahtumia, mutta ne eivät liity suoranaisesti tapahtuman päämäärään. Lähiuokatorin päämääränä on myydä lähiuokatuotteita ja oheistapahtumien päämääränä on saada asiakkaat viihtymään torilla pidempään ja sitä kautta tuoda myös lisäarvoa asiakkaille. Kauhanen ja muut painottavat myös ideoinnin luovuuden tärkeyttä sekä kohderyhmän huomioimista ideoinnissa. Ideointi tehtiinkin palvelumuotoilun aivoriihin ja 8x8-menetelmän yhdistetyllä menetelmällä asukkaiden kanssa. Asukkaat ideoivat lähiuokatorin oheistapahtumia luovasti ja ideoinnissa kannustettiin asukkaita ajattelemaan epärationaalisesti. Ideoinnista on kerrottu lisää kappaleessa 5.3.1.

### 3.2 Järjestämiseen vaadittavat luvat

Yleisötilaisuus määritellään kokoontumislaissa yleisölle avoimina huvitilaisuuksina, kilpailuina, näytöksinä ja muihin niihin rinnastettavina tilaisuuksina, joita ei pidetä yleisinä kokouksina. Poliisi voi kokoontumislain säädetyin edellytyksin mukaan kieltää, estää, keskeyttää tai määrätä yleisötilaisuuden päättymään. Yleisötilaisuuden järjestämistä varten on tehtävä kirjallinen ilmoitus poliisille. Ilmoitus tehdään yleisötilaisuuden järjestämispaikan poliisille. Ilmoitus on tehtävä vähintään viisi vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista. Yleisötilaisuudesta ilmoitettaessa on ilmoittajalla oltava mukana myös yleisellä paikalla järjestettävä yleinen kokous ilmoitus täytettynä. Ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä sisältää muun muassa järjestäjän tiedot, tilaisuuden tarkoituksen, paikan, tilaisuuden alkamis- ja päättymisajat, tilaisuutta varten nimetyt järjestyksen valvojat, tilaisuudessa käytetyt rakennelmat, anniskelutiedot, musiikki sekä yhteyshenkilön tiedot. Samalla ilmoituksella voi ilmoittaa poliisin suostumuksella useampia samanlaisia tilaisuuksia, jotka järjestetään samalla paikalla eri aikoina. Poliisi voi tarvittaessa vaatia lisäksi myös muita selvityksiä, kuten yleisötilaisuuden järjestämispaikan omistajan tai haltijan suostumuksen sekä muun lainsäädännön vaatimat tilaisuuden järjestä-

miseen liittyvät ilmoitukset, luvat tai toimenpiteet. (Yleisötilaisuus 2012; Ilmoitus yleisötilaisuudesta 2012; Iiskola-Kesonen 2004,87.)

Järjestyksenvalvojat toimivat muun muassa kokoontumislain mukaisissa yleisissä kokouksissa ja yleisötilaisuuksissa. Järjestyksenvalvojan tehtävänä on ylläpitää järjestystä sekä turvallisuutta ja estää rikoksia ja onnettomuuksia siinä tilaisuudessa ja alueella, johon järjestyksenvalvoja on asetettu. Järjestyksenvalvojaksi voidaan hyväksyä henkilökohtaisilta ominaisuuksiltaan tehtävään sopiva 18 vuotta täyttänyt henkilö, joka on saanut järjestyksenvalvojaksi vaadittavan koulutuksen, joka on vahvistettu sisäasianministeriöltä. Tilaisuuden laajuuden ja luonteen huomioon ottaen poliisi voi hyväksyä yksittäiseen tilaisuuteen myös henkilön, jolla ei ole vaadittavaa koulutusta. Hyväksyminen on tällöin voimassa ainoastaan luvassa määritellyn tilaisuuden keston ajan. (Järjestyksenvalvonta 2012; Tilapäinen järjestyksenvalvonta 2012.)

Yleisötapahtumaa varten on ilmoitettava myös ympäristösuojelulain mukaan tilapäisestä melusta. Lupa anotaan kunnan tai kaupungin ympäristösuojeluviranomaisilta sekä poliisilta. Lupa täytyy anoa viimeistään 30 vuorokautta ennen tapahtuman ajankohtaa. Lisäksi on tärkeää, että yleisötilaisuutta varten laaditaan ympäristösuunnitelma. Tapahtuman järjestäjä on velvollinen huolehtimaan alueen siisteydestä sekä syntyvien jätteiden kuljetuksesta sekä lajittelusta. Ympäristösuunnitelma liittyy suuresti elintarvikemyynnin edellyttämiin vaatimuksiin. Tapahtuman ympäristösuunnitelma voi sisältää muun muassa jätteiden synnyn ehkäisyn, jätteiden keräämisen, lajittelun ja kierrätyksen, yleisökäymälät sekä liikennejärjestelyt. Tapahtumaa suunniteltaessa olisi hyvä ottaa huomioon kaikki eri paikoissa tai pisteissä syntyvät jätteet, jotta lajittelu olisi tehokkainta. Jätteiden kerääminen ja lajittelu tulisi suunnitella mahdollisimman yksinkertaiseksi tapahtuman osallistujille. Jätteiden keräysastioita tulisi varata riittävästi tapahtuma-alueelle. Liikennejärjestelyjä suunniteltaessa täytyy varata riittävät paikoitustilat. Jos tapahtumapaikalle on mahdollista saapua julkisilla kulkuvälineillä tai kävellen, siitä on hyvä tiedottaa osallistujille. (Melua aiheuttava tilapäinen toiminta 2012; Iiskola-Kesonen 2004, 94-95.)

Toritapahtuma järjestettiin Kukkiva Suurpelto -tapahtuman yhteydessä, jolloin tapahtumalupien, melulupien sekä järjestyksenvalvonnan anomiset järjestyivät Koulii-hankkeen kautta. Yhteisten palavereiden ansiosta torin järjestäjät olivat tietoisia tapahtumalupien anomisesta ja lisäksi toritapahtumassa järjestetyt aktiviteetit täytyi tiedottaa Koulii-hankkeen toimijoille ennen lupien anomista, koska lupien myöntämistä varten tapahtumasta täytyi antaa tarkat tiedot. Lisäksi lähiruokatorin järjestäjät suunnittelivat jätteiden keräämispisteet torialueelle. Tapahtumapäivänä järjestyksenvalvonta ja liikennejärjestelyt järjestettiin Ominan kiinteistöpalveluiden opettajien ja opiskelijoiden kesken (Mutanen 2012).

### 3.3 Tapahtuman markkinointi

Tapahtuman markkinoinnin ja mainonnan tarkoituksena on välittää tapahtuman imago sekä sen sisältö tapahtuman potentiaalisille osallistujille. Kun tapahtuman nimeä, logoa sekä ylipäättänsä imagoa päätetään, suunnitellaan samalla näiden graafista ja visuaalista puolta, jotka näkyvät mainonnassa. Mainonnassa näkyvä logon ja nimen visuaalinen ulkonäkö herättävät kohderyhmässä jo alustavan mielikuvan tapahtumasta. Mainonnan välineitä on monia, joten sen takia on tärkeää valita oikea muoto saavuttaa tapahtuman kohderyhmä tehokkaasti. (Van der Wagen 2010, 90-91.)

Tapahtuman markkinoinnin keinoja on lukuisia, sillä oikean markkinoinnin keinon valitseminen riippuu siitä, minkälainen tapahtuma on kyseessä ja kenelle tapahtuma järjestetään. Suurena kysymyksenä on siis tapahtuman kohderyhmä. Kohderyhmän asettaminen tapahtumalle mahdollistaa tekijöiden saavan tietoa siitä, minkälaisista tapahtumista kohderyhmä pitää tai minkälainen mainonnan muoto saavuttaisi heidät parhaiten. (Shone & Parry 2004, 144, 149.) Kukkiva Suurpelto -tapahtuman ja sen lähiruokatoritapahtuman kohderyhmänä olivat Suurpellon asukkaat. Tämän takia ideointia tehtiin Suurpellon asukkaiden kanssa, jotta tuloksia saatiin aikaan kohderyhmän mieltymyksistä ja toiveista. Lisäksi tapahtuman markkinointi pyrittiin kohdistamaan nimenomaan Suurpellon asukkaille.

Tapahtuman markkinointiin kuuluu sisäinen ja ulkoinen markkinointi sekä vuorovaikutusmarkkinointi. Sisäinen markkinointi kuvastaa sitä, kuinka tapahtuma ja sen tavoitteet esitellään tapahtuman tekijöille. Menestynyt sisäinen markkinointi sitouttaa työntekijöitä sekä luo yhteenkuuluvuuden tunnetta. Sisäinen markkinointi on tärkeää varsinkin sellaisessa tapahtumassa, jossa tekijät ovat vapaaehtoisia. Sisäinen markkinointi saa myös tekijät puhumaan myönteisesti tapahtumasta jo ennen tapahtumaa, joka on myös vuorovaikutusmarkkinointia. Vuorovaikutusmarkkinointi on ihmisten välistä kanssakäymistä. Esimerkiksi asiakaspalvelutehtävässä toimiva työntekijä markkinoi tapahtumaa omalla käytöksellään ja sillä voi olla suuri vaikutus tapahtuman osallistujien viihtyvyyteen. Ulkoinen markkinointi on näkyvää, joka tapahtuu mainonnan ja suhdetoiminnan avulla. (Iiskola-Kesonen 2004, 56-57.)

Ulkoinen markkinointiin kuuluu tapahtuman kutsu tai vaihtoehtoisesti esite. Kutsu muodostaa vieraille mielikuvia, tunnelmia ja se saa aikaan odotuksia tapahtuman sisällöstä. Kutsu täytyy olla innostava, mutta samalla odotuksia vastaava. Kutsu voi olla henkilökohtainen tai avoin. Kutsussa voidaan vaatia ilmoittautumista tai se voidaan painaa esimerkiksi asukaslehteen, jolloin tapahtuma on avoin kaikille. Kutsun suunnitteluun kannattaa panostaa, sillä se viestii vastaanottajaa siitä, millainen tapahtuma on kyseessä. Kutsua suunniteltaessa täytyy miettiä, millainen kutsu sopisi parhaiten tapahtumaan. Kutsu voi olla esimerkiksi kirje, ilmoitus lehdessä, kortti tai sähköpostiviesti. (Vallo & Häyrynen 2010, 119-120.)

Lähiuokatorin oheistapahtumien markkinointiin vaikutti Kukkiva Suurpelto -tapahtuman markkinointi, koska lähiuokatoria mainostettiin koko tapahtuman markkinoinnissa. Sisäinen markkinointi oli suuressa osassa markkinoinnin kokonaisuutta, koska suurin osa tapahtuman järjestelyistä vastaavista olivat opiskelijoita. Kukkiva Suurpelto -tapahtuman yhteydessä järjestetty lähiuokatori ja sen oheistapahtumat ilmoitettiin päätapahtuman kutsun sekä mainoksien yhteydessä. Kukkiva Suurpelto -tapahtuman kutsu tehtiin mainoksen muodossa ja se ilmoitettiin Länsiväylässä sekä lukuisilla Internet-sivustoilla, kuten Koulii-hankkeen kotisivuilla, Suurpellon kotisivuilla sekä Facebook-yhteisössä. Kukkiva Suurpelto -esite on liitteessä 2. Lisäksi tapahtumaa mainostettiin suoramarkkinointina jakaen mainoksia tapahtumasta Suurpellon ja Henttaan alueella. Suoramarkkinointia suorittivat Laurean ja Omnian opiskelijat. Tapahtumapäivänä ripustettiin myös mainoslakanat tapahtuma-alueen lähetyville. (Mutanen 2012.)

### 3.4 Tapahtuman arviointi

Tapahtuman arviointi on tärkeää järjestäjälle, jotta voidaan oppia onnistumisista sekä virheistä. Palaute täytyy kerätä sekä osallistujilta että järjestelyissä mukana olleilta, koska palautetta on tärkeää saada eri näkökulmista. Tapahtuman onnistumista ja arviointia voidaan mitata eri tavoin, kuten tapahtuman tuloksellisuudella tai tapahtuman osallistujien palautteiden perusteella. (Shone & Parry 2004, 220.)

Järjestelyissä mukana olleiden olisi hyvä pitää palaveri, jossa keskustellaan tapahtuman onnistumisista ja epäonnistumisista sekä niiden syistä. Arviointipalaverissa täytyisi nousta esille tapahtuman tavoitteiden onnistumiset sekä mahdolliset kehittämiskohdat tulevaisuudelle. Näiden tietojen keruu on tärkeää sekä tapahtuman järjestäjälle että sponsoroiville yrityksille ja muilla mukana olleille, sillä heille palautteen saaminen on mieluisaa varsinkin, jos he ovat avustaneet tapahtumaa rahallisesti. (Shone & Parry 2004, 221.)

Kukkiva Suurpelto - tapahtumassa opinnäytetyön tekijä keräsi palautetta teemahaastattelun muodossa lähiuokatorin oheistapahtumista sekä tapahtuman yleisestä tunnelmasta. Teemahaastattelusta on kerrottu kappaleessa 5.5.1. Koko tapahtumasta järjestettiin lisäksi arviointipalaveri kaikkien toimijoiden kesken, jossa keskusteltiin tapahtuman eri osista ja annettiin palautetta koko tapahtumaprosessista. Opinnäytetyön tekijä kiitti myös tapahtumassa mukana olleita sponsorointiyrityksiä soittaen yhteishenkilöille tai lähettäen sähköpostia ja samalla kertoen osallistujilta saadun palautteen tapahtumasta. Kehittämishankkeeseen kuuluvista tehtävistä on kerrottu ja kuvattu kappaleessa 6.1.

## 4 Palvelumuotoilu palvelun kehittämisen välineenä

Palvelumuotoilu on työn keskeinen käsite, sillä oheistapahtumat ovat ideoitu palvelumuotoilun menetelmiä apuna käyttäen. Kehittämishanke eteni palvelumuotoilun prosessimallia hyödyntäen. Palvelumuotoilun kappaleessa on ensin avattu palvelumuotoilun käsitettä ja sen historiaa, jonka jälkeen on esitelty tässä työssä hyödynnetty Juha Tuulaniemen laatima palvelumuotoilun prosessimalli. Valitut prosessin eri vaiheiden menetelmät ja tulokset ovat esiteltyinä kappaleessa 5.

### 4.1 Palvelumuotoilun esittely

Palvelumuotoilun perusideana on Stefan Moritzin mukaan ymmärtää, että palveluilla on samanlaisia laadullisia ongelmia kuin tuotteilla ja täten ne voidaan selvittää samoilla muotoilun keinoilla (Moritz 2005, 66). Juha Tuulaniemen mukaan palvelumuotoilu on sidoksissa tuotemuotoiluun, missä muotoilijan perusosaaminen on tuotu palveluiden kehittämiseen. Muotoilulla ja palvelumuotoilulla on kuitenkin eroavaisuuksia. Muotoilun lopputulos on muotoilua, eli designia, mutta palvelumuotoilun lopputulos on palvelu. Palvelumuotoilu on siis tekemistä ja prosessia, jossa kehitetään palvelua. (Tuulaniemi 2011, 63-64.)

Palvelumuotoilun tarkoituksena on luoda asiakkaalle tämän tarpeiden ja toiveiden mukainen palvelukokemus samalla huomioiden palvelun tuottajan näkökulmat, jolloin muodostuu palvelukokonaisuus, joka on tehokas ja vastaa liiketoiminnallisia tavoitteita sekä on haluttava molempien osapuolten kannalta. Palvelumuotoilu voi olla uusien palvelujen kehittämistä tai vaihtoehtoisesti olemassa olevien palvelujen kehittämistä. Palvelumuotoilun prosessi ja siihen kuuluvat menetelmät vaativat sosiaalisia taitoja, empaattisuutta, luovuutta sekä visuaalista ajattelua. (Miettinen 2011, 31-32.) Palvelumuotoilun keskeisenä ajatuksena on asettaa palvelun kehittämisen keskiöön ihminen tarpeineen, eikä perinteisesti ajateltuna tavarat, joiden oheispalveluista saadaan lisää rahaa. Päinvastoin on ajateltava, että organisaation tarjonnalla tyydytetään nämä tarpeet. (Tuulaniemi 2011, 66.)

Palvelumuotoilu tunnetaan englannin kielellä nimeltä service design. Se on kuitenkin suomennettu palvelumuotoiluksi, vaikka se voisi olla käännetty suomeksi myös palvelun suunnitteluksi. Juha Tuulaniemi selittää tämän (2011, 68), niin että palvelujen suunnittelulla tarkoitetaan palvelujen suunnittelua yleisesti, ja palvelumuotoilu on taas osaamisalue, johon ovat rakentuneet omat menetelmät ja prosessit. Tässä työssä käytetään Tuulaniemen tavoin service designista suomennettua nimeä palvelumuotoilu.

Juha Tuulaniemen mukaan palvelumuotoilu on syntynyt 1990-luvun alkupuolella sen muotoiseksi kuin se nykyään tunnetaan (Tuulaniemi 2011, 62). Birgit Magerin mukaan palvelumuotoi-

lu sai alkunsa vuonna 1994 silloisen Kölnin kansainvälisen muotoilukoulun dekaanin, Michael Erlhoffin, aloitteesta. Hänen aloitteestaan palvelumuotoilu otettiin käyttöön tutkimus- sekä opetusmenetelmäksi. Birgit Mager jatkoi palvelumuotoilun kehittämistä, jolle hänen mukaansa oli todellinen tarve. Palvelumuotoilua on sen syntymisestä alkaen kehitetty sekä hyödynnetty teorian ja käytännön yhdistelemisellä. (Mager 2004, 3.) Moritzin mukaan palvelumuotoilun (service designin) on ensimmäisen kerran maininnut G. Lynn Shostack Designing Services that Deliver -nimisessä artikkelissa Harvard Business Review:ssa vuonna 1984. Shostack esitteli blueprintingin palvelumuotoilun työkaluna. (Moritz 2005, 66.) Gill ja Bill Hollins esittelivät palvelumuotoilun ja tuotemuotoilun eroja heidän kirjoittamassa kirjassaan, jo ensimmäisessä painoksessaan, nimeltä Total Design vuonna 1991 (Hollins & Hollins 1993, 13).

Palvelumuotoilussa on kyse käyttäjälähtöisestä suunnittelusta, jossa palvelu nähdään käyttäjän silmin. Palvelumuotoilun käsitteitä ovat palvelutuokio, palvelupolku sekä kontaktipisteet. Näiden käsitteiden avulla palvelut voidaan jäsenellä. Palvelutuokio tarkoittaa palvelun tarjoajan sekä asiakkaan kohtaamista, minkä aikana tapahtuu asiakkaan ja palvelun tarjoajan vuorovaikutus sekä palvelun tuotanto. Palvelu muodostuu yksittäisistä, toisiaan seuraavista palvelutuokioista, joista muodostuu ajassa etenevä prosessi, eli palvelupolku. Palvelupolun etenemiseen vaikuttavat palvelun tarjoajan muodostama tuotantoprosessi sekä asiakkaan omat valinnat. Palvelun tarjoaja on suunnitellut palvelun etenemisen tietyllä tavalla, mutta asiakas muodostaa omanlaisensa palvelupolun omien valintojen kautta, jolloin suunniteltu versio eroaa toteutuneesta. Palvelupolku-käsitteessä on kyse siitä, että huomioidaan asiakkaan tekemät valinnat, asiakkaan tarpeet sekä asiakkaan käyttäytymismalli palvelutarjoajan asettaman tuotantoprosessin ohella. (Miettinen 2011, 49-50.)

Palvelupolku sekä palvelutuokiot voidaan eritellä palvelusta, jolloin palvelua on mahdollista arvioida ja tutkia perusteellisemmin. Näiden käsitteiden avulla voidaan huomata, että joku palvelutuokio ei ole asiakkaiden mieleen tai se ei ole tuottoisa palvelun tarjoajalle. Voidaan myös huomata, että palvelutuokioita tarvitaan lisää, tai että palveluun tarvitaan muilta palveluilta, joita yksi palvelun tarjoaja ei voi tuottaa yksin. Näitä käsitteitä on todella hyvä hyödyntää silloin myös, kun on kyse täysin uudesta palvelusta. Palvelupolun ja palvelutuokioiden avulla pystytään hahmottamaan palvelun tuotantotapa, sen rakenne sekä päävaiheet. (Miettinen 2011, 50-51.)

Palvelupolku, englanniksi Customer Journey Mapping, visualisoi asiakkaan kokemuksen palvelusta. Palvelupolku on yksi eniten käytetyimmistä palvelumuotoilun menetelmistä. Palvelupolun avulla voidaan ymmärtää palvelun puutteita paremmin, kun sitä tarkastellaan asiakkaan näkökulmasta. Asiakkaan kokema palvelupolku kuvataan vaiheittain, ikään kuin matkana, jotta sitä voidaan analysoida kohta kohdalta. Palvelupolku jaetaan kontaktipisteisiin sekä vuorovaikutussuhteisiin ja eleisiin, joita asiakas kokee palvelun aikana. Näiden avulla ymmär-

retään tarkoituksellisia sekä tahattomia näkökulmia asiakkaan palvelupolussa. Palvelupolkua voidaan visualisoida kuvilla, asiakastarinoilla sekä asiakkaiden onnistumisilla ja epäonnistumisilla, joiden avulla palvelupolusta tehdään inhimillinen ja todentuntuinen. Palvelupolku on samantyyppinen menetelmä kuin blueprint, mutta palvelupolku pyrkii jättämään turhat tiedot pois ja tuo yksityiskohdat esille syvällisemmällä tasolla. (Customer Journey Mapping; Tassi 2009.) Kehittämishankkeessa käytettiin yhtenä menetelmänä palvelupolkuja, joiden avulla kartoitettiin muun muassa lähiruokatorin tapahtumia ja niiden tärkeyttä torin yhteydessä. Työssä luodut palvelupolut ovat esiteltyinä kappaleessa 5.3.3.

Kontaktipisteet tarkoittavat niitä hetkiä palvelutuokioissa, jolloin asiakas kokee, aistii sekä näkee palvelun ja sen brändin. Asiakkaat kokevat kontaktipisteet kaikilla ihmisen aisteilla; eli kuulo-, näkö-, maku-, haju- sekä tuntoaistien avulla. Kontaktipisteet voidaan jakaa neljään osioon: kanavat, esineet, toimintamallit sekä ihmiset. Kanavat tarkoittavat niitä ympäristöjä, missä palvelu tapahtuu. Kanavat ovat fyysisiä, digitaalisia tai aineettomia. Palvelut voivat olla monikanavaisia, esimerkiksi palvelu voi koostua digitaalisista sekä fyysisistä kanavista, esimerkiksi elokuvateatteri, jonne voi varata tai ostaa paikat myös Internetin kautta. Yksittäinen kanava koostuu usein monesta kontaktipisteestä yhteen koottuna. Esineet ovat niitä varusteita tai laitteita, mitä asiakas käyttää tai saa palvelusta omakseen. Toimintamalli tarkoittaa tapaa tuottaa palvelu asiakkaalle. Kun toimintamallia halutaan määrittää yksityiskohtia myöten, näitä pieniä osia palvelutuotannosta kutsutaan palvelueleiksi. Niillä on usein suuri merkitys asiakkaalle koskien palvelun laatua, vaikka palvelueleen osa palvelutuotannosta onkin pieni. (Miettinen 2011, 51-52.)

Ihmiset kontaktipisteinä tarkoittaa sitä, että sekä palvelun tarjoajalla että asiakkaalla ovat keskeiset roolit palvelun tuotannossa. On tärkeää suunnitella roolit sekä työntekijöille että asiakkaille, jotta tiedetään asiakaspalvelun ja itsepalvelun laajuudet palvelussa kokonaisuudessaan. Rekrytointia voidaan myös määrittellä palvelumuotoilun avulla. Voidaan määrittellä minkä tyyppisiä asiakaspalvelijoita haetaan ja minkälaisia ohjeistuksia työntekijöille luodaan asiakaspalvelutilanteista, esimerkiksi kuinka henkilökohtaista palvelua asiakkaalle halutaan antaa ja halutaanko palvelun olevan rentoa vai muodollista. Kontaktipisteet auttavat määrittelemään palvelun tavoitteiden ja strategian mukaiseksi sekä asiakkaan mieltymyksiä vastaavaksi. (Miettinen 2011, 52-53.)

#### 4.2 Palvelumuotoilun prosessimalli

Palvelun kehittäminen on luonteeltaan uuden luomista ja sen takia se on aina ainutkertaista. Palvelumuotoilun prosessin käypäisyys kaikkien palvelujen kehittämiseen ei siis ole mahdollista. Palvelumuotoiluprosesseja on luotu lukuisia eri palvelumuotoilijoilta. Prosesseja voidaan kuitenkin soveltaa omanlaiseksi jokaisen palvelun kehittämisen kohdalla. (Tuulaniemi 2011,



126.) Opinnäytetyössä on sovellettu Juha Tuulaniemen palvelumuotoilun prosessimallia, joka on esiteltyä alla. Palvelumuotoiluprosessimalleja on laadittu lukuisia, kuten Stefan Moritzin prosessimalli sekä Satu Miettisen ja Mikko Koiviston 10 perusvaiheen malli. Opinnäytetyöprosessissa päädyttiin kuitenkin käyttämään Juha Tuulaniemen mallia, koska se soveltui parhaiten valittujen menetelmien käyttöön sekä niiden käyttöjärjestykseen. Tuulaniemen malli ei ole liian tiukka säännöistään siinä, mitä menetelmiä täytyy käyttää missäkin vaiheessa. Monissa malleissa vaiheiden menetelmät ovat lueteltu hyvin tarkkaan. Tuulaniemen mukaan prosessimallia tulee käyttää tapauskohtaisesti, joka antaa mallin käyttäjälle enemmän valtaa valita menetelmät sekä etenemisen muodon (Tuulaniemi 2011, 126).

Tuulaniemen laatimaa prosessimallia voidaan käyttää kokonaisuudessaan uuden palvelun suunnittelemisessa ja osittain, kun kehitetään jo olemassa olevaa palvelua. Tuulaniemen mukaan prosessin laajuus kuitenkin vaihtelee aina tapauskohtaisesti, muun muassa suunnittelu-kohteesta ja käytettävistä taloudellisista sekä ajallisista resursseista riippuen. Prosessimalli koostuu viidestä vaiheesta, jotka ovat määrittely, tutkimus, suunnittelu, tuotanto sekä arviointi. Kaikilla prosessin vaiheilla on omat menetelmänsä ja tehtävänsä, jotta prosessi etenee tehokkaasti. (Tuulaniemi 2011, 127-129.) Alla oleva kuvio 3 hahmottaa prosessimallin osat sekä osien vaiheet.



Kuvio 3: Juha Tuulaniemen palvelumuotoiluprosessimalli (Tuulaniemi 2011, 130-131)

Prosessi alkaa palveluidean tarinan määrittelyllä, jonka tarkoituksena on kertoa, mitä hyötyä palvelusta on sekä asiakkaille että palvelun tuottajalle. Lisäksi tehdään esitutkimusta, joka voi olla benchmarkkausta tai mindmapin eli käsitekartan luomista. Käsitekartalla hahmotetaan suunnittelun kohteena olevan palvelun kokonaiskuvaa. (Tuulaniemi 2011, 136-140.) Kappaleessa 5.1 on esiteltyä työn käsitekartta (kuvio 5). Käsitekarttaa hahmottaa työn käsitteitä ja niiden liittymistä toisiinsa. Käsitekartta luotiin selventämään käsitteiden suhteita toisiinsa ja hahmottamaan työn kokonaiskuvaa. Määrittelyvaiheessa kerättiin taustatietoa ja luotiin teoreettista viitekehystä.

Prosessin toinen vaihe on tutkimusvaihe, jossa kasvatetaan asiakasymmärrystä sekä tehdään strategista suunnittelua. Asiakasymmärryksen kasvattaminen on yksi palvelumuotoilun kriittisimpiä vaiheita. Asiakasymmärrystä kasvatetaan tekemällä tutkimusta kohderyhmän odotuk-

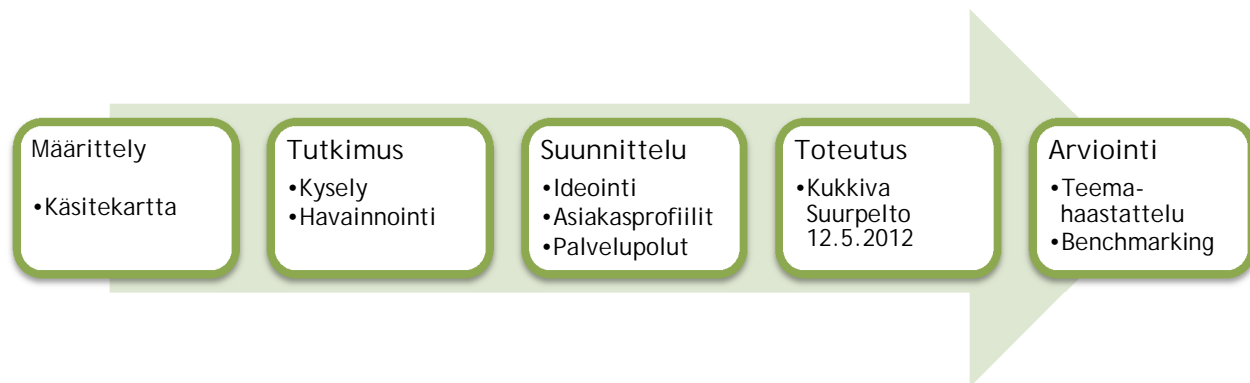
sista, tarpeista sekä tavoitteista. Palvelu suunnitellaan vastaamaan asiakkaan toiveita ja tarpeita, joten asiakastiedon kerääminen ja analysoiminen on erittäin olennaista palvelun menestyksen vuoksi. Asiakasymmärryksen tiedonkeruumenetelmiä on lukuisia. Se voi olla muun muassa haastattelu, kysely, kohdetyhmän osallistuminen suunnitteluun tai havainnointi. Asiakasymmärryksen kasvattamisen lisäksi voidaan suunnitella strategista suuntausta. (Tuulaniemi 2011, 142-172.) Tutkimusvaiheessa toteutettiin kysely, josta kerrotaan kappaleessa 5.2.1. Kyselylomake löytyy liitteistä (Liite 1). Tutkimusvaiheessa toteutettiin myös havainnointia, jota toteutettiin kehittämishankkeen jokaisessa vaiheessa. Havainnoinnista on kerrottu kappaleessa 5.2.2.

Prosessin kolmannessa, eli suunnitteluvaiheessa ideoidaan mahdollisimman paljon erilaisia ratkaisuehdotuksia kehittämisen kohteena olevaan ongelmaan. Ideoinnin tarkoituksena on tuottaa ensin mahdollisimman paljon ja kriitikittömästi ideoita, joita sitten karsitaan, kun ideoinnin kohde tarkentuu. Suunnitteluvaiheessa voidaan tehdä myös palvelukonsepti sekä palvelun prototyyppiä. (Tuulaniemi 2011, 180-194.) Suunnitteluvaiheen menetelmät olivat ideointimenetelmä, asiakasprofiilien luominen sekä niiden perusteella tehtiin myös palvelupolku. Ideointi toteutettiin 8x8-menetelmän ja aivoriihimenetelmän yhdistetyllä menetelmällä, mistä on kerrottu kappaleessa 5.3.1. Asiakasprofiilit ovat esiteltyinä kappaleessa 5.3.2 ja palvelupolku kappaleessa 5.3.3.

Prosessin neljännessä vaiheessa palvelu toteutetaan. Tavoitteena on, että yrityksen strategiset suuntaukset, asiakasymmärryksestä kerätty tieto, päätetyt ideat sekä muut kriittiset komponentit konkretisoituvat yhtenä kokonaisuutena asiakkaalle palvelun toteutushetkellä. Palvelu on jatkuvaa kehittämistä, minkä takia on tärkeää viedä suunniteltu palvelu markkinoille kuluttajien testattavaksi, jota kutsutaan pilotoinniksi. Pilotointivaiheessa on tärkeää arvioida testattavan palvelun menestystä. Tuloksia voidaan mitata muun muassa havainnoinnilla tai haastattelulla. Pilotoinnin jälkeen palvelu on tarkoitus lanseerata. Palvelun lanseeraamisessa olennaisinta on palvelun tiettäväksi tekeminen sen kohderyhmälle. Asiakasymmärryksen kasvattamisesta saatua tietoa voidaan hyödyntää toteutusvaiheessa, sillä tiedosta voidaan saada esille asiakkaiden motivaatiotekijöitä. Tätä tietoa voidaan hyödyntää esimerkiksi lanseerauspaikan, kontaktointimuodon sekä markkinointimenetelmien valinnoissa. (Tuulaniemi 2011, 228-238.) Suurpelto Kukkii -tapahtuma toimi työn pilottina, josta on kerrottu kappaleessa 5.4.

Prosessin viides vaihe on arviointivaihe, jolla varmistetaan palvelun kilpailukyky. Palvelua voidaan arvioida asiakastytyväisyyskyselyillä tai mitata brändin tunnettavuutta ja mainetta. Lisäksi on tärkeää olla ajan tasalla muuttuvista markkinoista sekä ihmisten kulutustottumuksista. Palvelu on prosessi, jota täytyy jatkuvasti kehittää asiakastarpeita vastattaviksi. (Tuulaniemi 2011, 243.) Arviointi tapahtui pilotoinnin jälkeen, ja menetelminä käytettiin teema-

haastattelua sekä benchmarkingia, joiden toteutuksista ja tuloksista on kerrottu kappaleissa 5.5.1 ja 5.5.2. Alla olevassa kuviossa (kuvio 4) on kuvastettuna Tuulaniemen prosessimallin vaiheet ja työssä käytetyt vaiheiden menetelmät.



Kuvio 4: Palvelumuotoiluprosessimallin toteutus

## 5 Kehittämishankkeen kuvaus

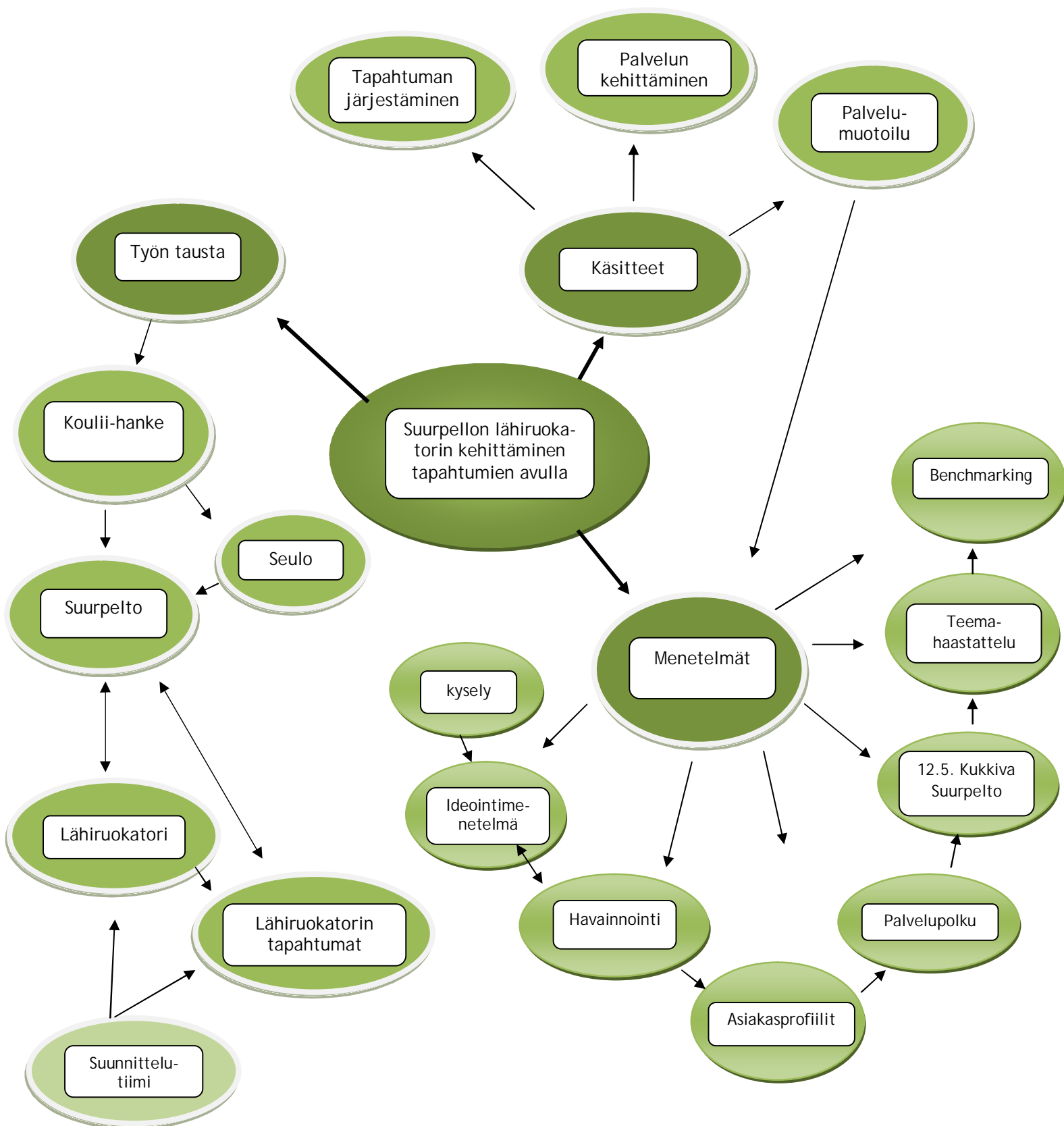
Kehittämishanke toteutettiin Juha Tuulaniemen laatiman palvelumuotoilun prosessimallin mukaisesti, jonka vaiheet ovat määrittelyvaihe, tutkimusvaihe, suunnitteluvaihe, toteutusvaihe sekä arviointivaihe. Työssä päädyttiin käyttämään Juha Tuulaniemen palvelumuotoilun prosessimallia, koska se sopi parhaiten työn luonteeseen ja mallin avulla työ eteni tehokkaasti ja luontevasti. Tässä kappaleessa on esiteltyä prosessin vaiheiden käytetyt menetelmät ja niiden tulokset.

### 5.1 Määrittelyvaihe

Määrittelyvaiheessa paneuduttiin aiheeseen sekä kerättiin informaatiota valituista käsitteistä. Määrittelyvaiheessa työstä luotiin käsitekartta, joka havainnollistaa käsitteiden sekä menetelmien liittymistä toisiinsa. Käsitekartta on esiteltyä alla kuviossa 5. Määrittelyvaiheessa tehtiin myös havainnointia, mitä suoritettiin koko kehittämishankkeen aikana.

Kuvio 5 esittää työn käsitekarttaa, joka auttaa hahmottamaan työn kokonaisuutta. Työn käsitteet ovat palvelun kehittäminen, tapahtuman järjestäminen sekä palvelumuotoilu. Työssä käytettiin palvelumuotoilun menetelmiä Juha Tuulaniemen prosessimallia mukailleen. Työssä käytetyt menetelmät olivat kysely, ideointimenetelmä, asiakasprofiilit, asiakasprofiileista luodut palvelupolut, lähiruokatoritapahtuman toteutus Kukkiva Suurpelto -tapahtuman yhteydessä 12.5.2012, teemahaastattelu sekä benchmarking. Työn ensimmäinen menetelmä oli käsitekartan laatiminen, jonka työstämisen ansiosta tekijälle selkeni työn käsitteiden, menetelmien, toteutuksen sekä suunnittelutiimin liittyminen toisiinsa. Suunnittelutiimillä tarkoitetaan sitä ryhmää, jonka kesken lähiruokatoria oheistapahtumineen suunniteltiin. Ryhmään

kuului tämän opinnäytetyön tekijä, lähiruokatorin kehittämisen opinnäytetyön työstäjä, toimeksiantajan yhteyshenkilö, Seulon toimitusjohtaja sekä opintojaksolla lähiruokatoriprojektia työstävien yhteyshenkilö. Suunnittelutiimin sekä lähiruokatorin tapahtumien kehittäjän työkentelystä on kerrottu erikseen kehittämishankkeen etenemisen kappaleessa 6.1.



Kuvio 5: Käsitekartta

## 5.2 Tutkimusvaihe

Tutkimusvaiheen menetelmäksi valittiin kyselyn laatiminen ja toteutus, mikä osoittautuikin tehottomaksi, koska sen avulla ei saatu tarpeeksi asukkaiden mielipiteitä sekä ideoita esille. Lisäksi suoritettiin havainnointia, jota toteutettiin koko kehittämishankkeen prosessin aikana määrittelyvaiheesta arviointivaiheeseen asti. Tutkimusvaiheen menetelmät ovat esiteltyinä seuraavissa kappaleissa 5.2.1 sekä 5.2.2.

### 5.2.1 Kysely

Kysely suoritettiin Pitkät Pellavat tapahtumassa Suurpellossa 8.3.2012. Kyselylomake on liitettyä liitteeseen 1. Kyselylomakkeita oli esillä ulkona asukkaille täytettäväksi, mutta kylmän talvi-ilman vuoksi vastaukset jäivät vähiin. Kyselylomakevastauksia saatiin ainoastaan kaksi kappaletta, ja jo niiden perusteella huomattiin, että kysely ei ole oikea menetelmä kerätä ideoita lähiruokatorin oheistapahtumille. Molemmat vastaajista olivat muualta kotoisin kuin Suurpellon alueelta, mikä ei ole kaivattua tutkimuksessa, koska lähiruokatorin kohderyhmänä ovat Suurpellon asukkaat, jolloin ideointia täytyisi saada suoraan asukkailta. Näin todettiin, että ideointia kannattaa tehdä suoraan yhteistyössä Suurpellon asukkaiden kanssa. Menetelmänä täytyisi olla sellainen, että heidän kanssa keskustellaan ja ideointi tapahtuisi keskustelemalla yhteistyössä. Työssä haluttiin ottaa käyttöön palvelumuotoilun niin sanottu todellinen menetelmä, koska perinteistä kyselymenetelmää käyttäessä ei saatu tuloksia kasaan. Näin päädyttiin toteuttamaan ideointimenetelmä, josta on kerrottu lisää suunnitteluvaiheen kappaleessa 5.3.1.

### 5.2.2 Havainnointi

Havainnoinnin avulla selvitetään, jos ihmiset toimivat kuten he sanovat toimivansa. Havainnointia käytetään tunnistamaan, miten tutkittavat käyttävät esimerkiksi palvelua ja miten he toimivat. Havainnoinnissa tutkitaan ihmisten käyttäytymistä. Havainnoinnin etuna on se, että tuloksia saadaan välittömästi ja suorasti. Havainnointi on tehokkainta, kun havainnoija keskittyy joihinkin tiettyihin kysymyksiin ja tavoitteisiin. (Hirsjärvi ym. 2008, 207-208; Moritz 2005, 195.)

Havainnoinnin lajeja voi olla monenlaisia, muun muassa systemaattista havainnointia sekä osallistuvaa havainnointia. Systemaattinen havainnointi on jäseneltyä ja havainnoija on ulkopuolinen, koulutuksen saanut henkilö. Osallistuva havainnointi ei ole niin jäseneltyä, vaan tutkija osallistuu tutkittavien toimintaan ja havainnointi tapahtuu kenttätutkimuksena. Havainnointia tehdessä tutkijan on hyvä erottaa omat tulkintansa havainnoinnista. On tärkeää,

että havainnoijan rooli ja sen näkyvyys on selkeä jo ennen havainnointia. Havainnoinnissa tulokset pyritään kirjaamaan välittömästi ylös, esimerkiksi havainnointilomakkeeseen, muistikirjaan sekä ottamalla valokuvia tai äänittämällä tilanteita. (Hirsjärvi ym. 2008, 209-212; Ojasalo ym. 2009, 104.)

Työssä on tehty osallistuvaa havainnointia, jolloin tutkija on osallistunut toimintaan ja tehnyt havainnointia kenttätutkimuksena. Havainnoinnissa käytettiin muistiinpanovälineitä sekä kameraa, jotta huomioitavat asiat jäivät paremmin mieleen myös kuvien kautta. Havainnointia suoritettiin jokaisessa palvelumuotoilun prosessimallin vaiheessa. Havainnointia käytettiin työn määrittely-, tutkimus- sekä suunnitteluvaiheessa asiakasprofiilien luomisessa sekä ruokatorin oheistapahtumien ideoimisessa. Havainnointia tehtiin myös toteutusvaiheessa 12.5. Suurpelto Kukkii - tapahtumassa, jonka tuloksia käytettiin työn arviointivaiheessa. Arviointivaiheessa havainnointia käytettiin myös benchmarkingin toteutuksissa, joista on kerrottu kapaleessa 5.5.2.

Osallistuvaa havainnointia tehtiin myös Berliinissä pääsiäistorilla, 9.4.2012. Berliinissä järjestetään hyvin usein toreja, ja kaupunki onkin kuuluisa lukuisista joulutoreistaan. Havainnoinnissa Berliinin pääsiäistorilla käytettiin muistiinpanovälineitä sekä kameraa. Tori ei ollut varsinaisesti ruokatori, mutta havainnoija keskittyi torimyynnin oheistapahtumiin, joista voisi olla mahdollisesti hyötyä lähiruokatorin oheistapahtumien ideoinnissa. Tori sijaitsi Tiergartenin metropysäkin lähetyvillä, Berliinin eläintarhan sisäänkäynnin vastapäätä olevalla aukiolla. Kyseinen havainnointipäivä oli 2. pääsiäispäivä, joten ihmisiä oli paljon liikkeellä. Torilla oli paljon kojuja, kuten ruoka-, juoma- sekä makeiskoituja sekä joitakin vaate- ja korukojuja. Torilla oli myös paljon viihdykkeitä, kuten torin keskellä olevan suihkulähteen ympärillä olevat pöydät ja tuolit, joissa ihmiset nauttivat torilta ostettujaan ruoka- ja juomaannoksiaan. Torilla oli myös soittamassa livebändi, ja lavan eteen oli jätetty tilaa tanssimiselle, jossa ihmiset tanssivatkin iloisesti saksalaisten laulujen tahdissa. Musiikki toi toriin lämmintä tunnelmaa, mikä sai asiakkaat havainnoinnin perusteella viihtymään torilla ja jäämään sinne pidemmäksikin aikaa. Torilla oli myös paljon ohjelmaa lapsille, kuten poniajelua sekä karuselli.

Havainnoinnista saatuja hyviä ideoita oheistapahtumille lähiruokatorin yhteyteen olisivat lapsille suunnattu poniajelu sekä karuselli. Poniajelussa oli muutamia, erikokoisia poneja sekä vetäjä, joka kuljetti poneja pienellä ympyrämuotoisella, rajatulla alueella. Poniajelussa oli havainnoinnin aikana koko ajan muutama lapsi, joten se vaikutti olevan hyvin suosittu lapsien keskuudessa. Karuselli oli myös hyvin suosittu Berliinin pääsiäistorilla. Havainnoinnin perusteella karuselli sekä poniajelu olisivat hyviä ideoita lähiruokatoriin, mutta negatiivisena puoleena on niiden veloitus hinta. Poniajelu sekä karuselli saattavat olla melko kalliita oheistapahtumia, ellei niitä saisi esimerkiksi yrityksiltä sponsoreiksi lähiruokatoriin tai vaihtoehtoisesti

maksullisiksi ohjelmiksi toritapahtumaan. Poniajelu oli myös yksi ideoinnissa esiin nousseista ideoista, ja sitä ehdotettiin moneen eri kertaan.

Havainnointia tehtiin myös kartoittamaan asiakasprofiileja. Asiakasprofiileja varten havainnointia tehtiin ideointimenetelmän toteutuksen yhteydessä. Havainnoinnin kohteena olivat asukkaat. Ideoinnin yhteydessä havainnointia tehtiin käyttäen muistiinpanovälineitä. Havainnointi pyrittiin pitämään todella näkymättömänä, jotta asukkaat käyttäytyisivät mahdollisimman normaalisti ja jotta havainnoija saisi mahdollisimman paljon tietoa heidän arkielämästään. Asiakasprofiilit ovat esiteltyinä kappaleessa 5.3.2.

### 5.3 Suunnitteluvaihe

Suunnitteluvaiheen menetelmäksi valittiin 8x8-menetelmän sekä aivoriihin yhdistetyn menetelmän avulla tehtävä ideointi asukkaiden kanssa. Suunnitteluvaiheessa luotiin myös ideoinnin sekä määrittely- ja tutkimusvaiheen havainnoinnin perusteella asiakasprofiilit. Asiakasprofiileja käyttämällä luotiin myös palvelupolut, jotka ovat esiteltyinä kappaleessa 5.3.3. Suunnitteluvaiheessa tehtiin myös päätökset siitä, mitkä ideat toteutettiin lähiruokatorin oheistapahtumina. Suunnitteluvaiheen päätöksistä on kerrottu kappaleessa 5.3.4.

#### 5.3.1 Ideointimenetelmä

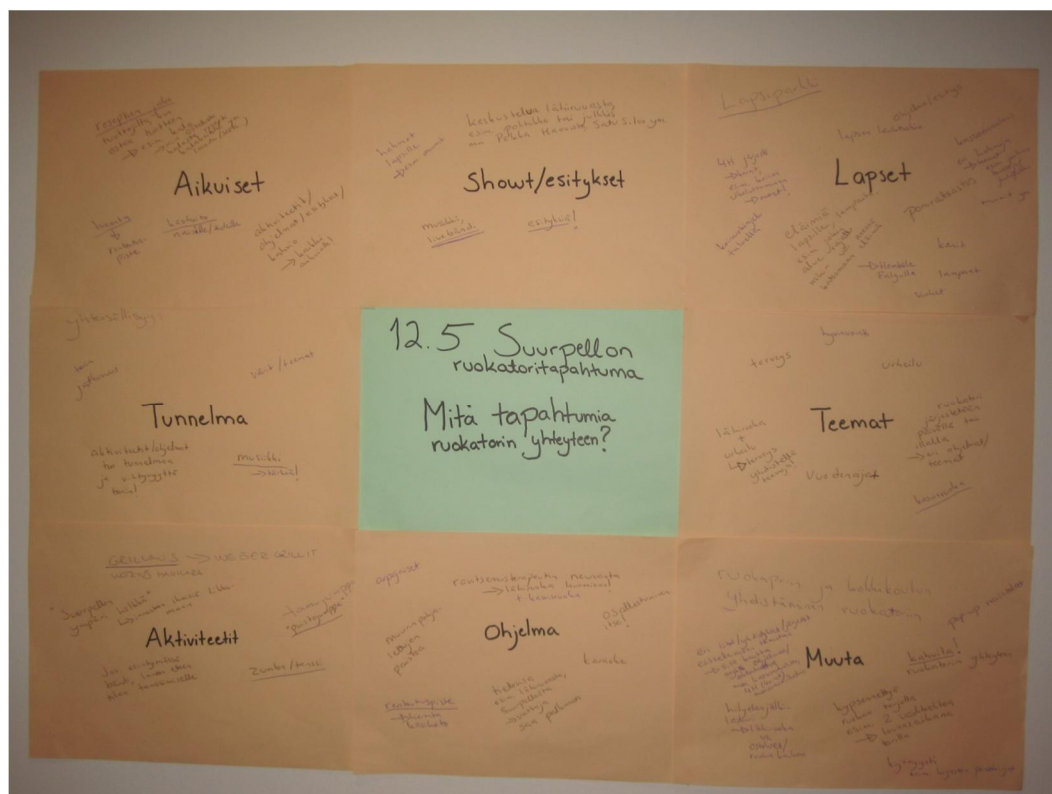
Aivoriihi on yksi ongelmanratkaisun menetelmä, jonka tarkoituksena on tuottaa ideoita ryhmässä. Aivoriihissä on usein yksi vetäjä, jonka johdolla ideoidaan uusia lähestymistapoja tai ratkaisuja. Ryhmän vetäjä pitää huolta, että ideointivaiheessa ei arvioida ideoita, vaan tarkoituksena on, että ideointi tapahtuu ilman rajoja ja ideoinnissa kannustetaan jopa villien ideoiden ehdottamista. Aivoriihiä voidaan pitää pöydän ääressä esimerkiksi ajatuskartan avulla. 8x8-menetelmä on ajatuskartan tyyppinen menetelmä, mutta kurinalaisempi toteutus siitä. Ongelma tai kysymys kirjoitetaan paperille, jonka ympärille sijoitetaan kahdeksan paperia ja niille kirjoitetaan ongelmasta tai kysymyksestä mieleen tulleet näkökulmat. Tämän jälkeen saadut kahdeksan näkökulmaa sijoitetaan uusiksi aloituspisteiksi ja niistä jokaisesta kirjoitetaan kahdeksan uutta ideaa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 145-147.)

Ideointimenetelmä toteutettiin 8x8-menetelmän ja aivoriihin yhdistettynä menetelmänä kolmena eri kertana Suurpellon alueella. Ideoinnissa käytettiin 8x8-menetelmään kuuluvaa paperia, johon kirjoitettiin ongelmasta kahdeksan eri näkökulmaa, joiden ympärille kirjattiin näkökulmista esiin nousseita ideoita. Aivoriihiä käytettiin myös ideoinnissa, kun asukkaiden kanssa käytiin keskustelua ja ideointi pyrittiin pitämään luovana ja ryhmän vetäjä pyrki kannustamaan kaikkien ideoiden ehdottamista. Ideointi toteutettiin niin, että paperille kirjattiin otsikoksi keskelle: "12.5. Suurpellon ruokatoritapahtuma. Mitä tapahtumia ruokatorin yhtey-



teen?” Tämän paperin ympärille liitettiin kahdeksan paperia, joihin kirjoitettiin kysymykseen liittyviä näkökulmia. Tilan puutteen vuoksi nämä kahdeksan paperia käytettiin siten, että jokaisen näkökulman ympärille kirjattiin samalle paperille mieleen tulleet ideat. Kaikkina ideointikertoina ei ollut mahdollisuutta sijoittaa papereita seinälle, jolloin menetelmä toteutettiin pöydän ääressä yhdellä A4- kokoisella paperilla. Periaate oli kuitenkin kaikkina kertoina sama, jolloin ongelmana olivat ruokatorin oheistapahtumat ja sen kahdeksan eri näkökulmaa. Näkökulmat olivat aikuiset, lapset, show't/esitykset, teemat, tunnelma, aktiviteetit, ohjelma sekä muuta. Muuta lisättiin sen takia, että asukkailla olisi vapaus kirjata ideoitaan myös muuta-lokerikkoon, jos idea ei sopinut jo annettuihin näkökulmiin. Menetelmän toteutuksen jälkeen huomattiin, että ideoiden asettaminen eri näkökulmalokeroihin olikin melko haastavaa, sillä monet ideat sopivat moneen eri näkökulmaan. Menetelmän toteutuksen aikana kuitenkin päätettiin, että sillä ei ollut niin väliä mihin lokerikkoon ideat kirjattiin. Tärkeintä oli, että ideoita syntyi vapaasti ja että ne kirjattiin ylös.

Ideointimenetelmä toteutettiin ensimmäisen kerran Suurpellossa 29.3.2012 järjestetyssä Tuoreudesta Elinvoimaa työpajassa. Työpajaan ei kuitenkaan saapunut kuin muutama asukas. Tilaisuus järjestettiin torstai alkuiltana kello 16.00-18.00 välisenä aikana, mikä todennäköisesti vaikutti osallistujamäärään, sillä se on monelle normaali aika päästä töistä ja valmistaa iltaruoka kotona. Ainoastaan yksi asukas innostui ideoimaan oheistapahtumia työpajassa ja häneltä saatiinkin melko paljon ideoita. Työpajan osallistujamäärän vähäisyyden vuoksi päätettiin toteuttaa menetelmä vielä useamman kerran. Suurpeltoseuralta saatiin muutaman asukkaan yhteystiedot, jotka olivat kiinnostuneita osallistumaan Suurpellossa järjestettävään ruokapiiriin. Suurpeltoseura ehdotti, että he voisivat mahdollisesti olla kiinnostuneita ideoimaan myös lähiruokatorin oheistapahtumia. Muutamalle asukkaalle laitettiin sähköpostitse tiedustelu, jos he olisivat kiinnostuneita ideoinnista. Kahdelta asukkaalta saatiin myöntävä vastaus. Heidän kanssa sovittiin tapaaminen heidän yhteiseen kotiin 12.4.2012, sillä he olivat aviopari. Menetelmän toteuttaminen asukkaiden kotona oli erittäin suotuisaa, sillä samaan aikaan pystyttiin suorittamaan havainnointia asukkaiden arkielämästä. Ideointimenetelmä toteutettiin myös Suurpellossa torstaisin järjestetyssä Perhekahvilassa. Menetelmä toteutettiin 19.4.2012. Perhekahvilaan saapui 9 asukasta ja heidän kaikkien kanssa tehtiin ideointia. Lopulta ideointia tehtiin siis 12 asukkaan kanssa.



Kuva 1: Lopullisen ideointimenetelmän ideat

Yläpuolella olevassa kuvassa (kuva 1) näkyy lopullisen ideointimenetelmän ideoinnit. Ideointia toteutettiin lopulta yhteensä 12 asukkaan kanssa. Ideoinnissa kaikilla kerroilla asukkaat olivat hyvin innovatiivisia, ja he ideoivat oheistapahtumia hyvin avoimin mielin. Tämä oli ideoinnin perimmäinen tarkoituskin. Tarkoituksena oli, että asukkaat ideoisivat oheistapahtumia hyvin avoimesti, eivätkä ajattelisi sitä liian rationaalisesti, tai miettisi sitä siltä kannalta, että ideoita ei voida toteuttaa käytännössä. Viimeisellä toteutuskerralla huomattiin, että ideat toistuivat ja uusia ideoita ei syntynyt enää niin helposti, kuin kahdella ensimmäisellä toteutuskerralla. Siitä voitiinkin päätellä, että 12 asukkaan ideointi oli riittävää tähän työhön.

Aikuiset-näkökulmassa huomattiin, että melkein kaikki, paitsi lapsi-näkökulman syntyneet ideat sopisivat myös aikuiset-lokerikkoon, koska monet ohjelma-, esitys- ja aktiviteetti-ideat ovat suunnattuja aikuisille. Tähän lokerikkoon kirjattiin reseptien jako tuottajilta. Ideana oli se, että asiakkaan ostaessa tuotteen, hän saisi mukaansa ruokareseptin, jota voisi käyttää valmistaessaan ruokaa ostamasta tuotteesta. Esimerkiksi, jos torilla olisi ostettavana kalaa, ja asiakas ostaisi mateen, ja hän saisi mukaansa ruokareseptin madekeitosta. Aikuiset-näkökulmaan kirjattiin myös rentoutuspiste. Rentoutuspistettä toivottiin esimerkiksi hieronnan tai käsihoidon palveluna. Etenkin äidit toivoivat tällaista palvelua torin yhteyteen. Lapset-näkökulmaan kirjattiin ylös lapsiparkki, lasten laulutuokio, kasvomaalaus, eri lastenhahmojen esitykset, koirarekiajelu, ponijelu sekä eläimiä esitteillä lapsille. Lapsiparkki-idea ajateltiin niin, että lapset voitaisiin jättää rajatulle alueelle, jossa olisi aikuisia vahtimassa

lapsia sen aikaa, kun vanhemmat voisivat kierrellä torilla ja tehdä ruokaostokset. Lapsiparkissa olisi myös ohjelmaa ja aktiviteetteja, kuten kasvomaalausta tai askartelua lapsille. Ideana syntyi myös se, että jossakin rajatussa aidassa olisi muutamia eläimiä, kuten lampaita, vuohia tai kaneja, joita lapset voisivat tulla katsomaan ja mahdollisesti syöttämään. Asukkaat miettivät eri yrityksiä, jotka voisivat tuoda eläimiä näyttille, esimerkkeinä oli Hembölen kiertävä kotieläinpiha ja Fallkullan kotieläintila. Lisäksi ideoitiin poniratsastusta ja koirarekijelua lapsille. Koirarekijelua suunniteltiin talviaktiviteetiksi. Ideoinnissa syntyi myös erilaisten järjestöjen osallistuminen tapahtumaan, esimerkkinä oli nuorisjärjestö 4H. He voisivat esitellä toimintaansa torilla ja heidän kautta torilla voisi olla jotakin ohjelmaa tai aktiviteettia. Yhtenä ideana oli esimerkiksi 4H tarjoamia nuorille suunnattujen töiden esittelyä, kuten koirien ulkoiluttamista. Lapsi-näkökulmassa etenkin lapsiparkki-idea, eläimet sekä poniratsastus ilmenivät monen asukkaan ehdotuksina.

Showt/esitykset näkökulmassa mietittiin monen ehdottamana livebändin esiintymistä, joka toisi viihtyvyyttä toriin. Lisäksi mietittiin sellaista esitystä, että esimerkiksi poliitikot, vihreiden kansanedustajat tai julkisuuden henkilöt voisivat tulla kertomaan lähiruoasta. Siitä voitaisiin keskustella myös asukkaiden ja esiintyjien kesken, jolloin asukkaat osallistuisivat keskusteluun sekä kertoisivat mielipiteitään. Esiin nousseita poliitikoita tai julkisuuden henkilöitä olivat muun muassa Pekka Haavisto, Satu Haavisto ja Satu Silvo.

Esiin nousseita teemoja olivat vuodenaajat sekä se, että tori voitaisiin järjestää vaihdellen päivisin ja iltaisin. Esimerkiksi jos tori järjestettäisiin kerran kuussa, se voitaisiin joka toinen kuukausi järjestää päivätorina ja joka toinen kuukausi järjestää iltatorina. Teemaideoina oli myös urheilu, terveys, ravitsemus sekä hyvinvointi. Esiin nousi myös idea siitä, että torilla voitaisiin tuoda esiin sitä, että lähiruoka ja urheilu yhdessä tekevät terveellisen elämäntavan. Eli ideana oli yhdistellä eri teemoja. Kasvisruokaa ehdotettiin myös yhdeksi teemaksi. Tunnelma näkökulmassa mietittiin yhteisöllisyyttä, musiikkia, värejä ja eri teemojen tuomaa tunnelmaa sekä torin jatkuvuutta. Musiikki koettiin erityisen tärkeäksi tunnelman luojaksi. Lisäksi mietittiin sitä, että erilaiset ohjelmat ja aktiviteetit toisivat toriin tunnelmallisuutta sekä viihtyvyyttä.

Aktiviteeteiksi torin yhteyteen mietittiin aamujumppaa, puistojumppaa, zumbaa tai erilaisia tanssitunteja, joita jokin koulutuksen saanut henkilö tai julkisuuden henkilö vetäisi ryhmälle. Lisäksi mietittiin "Suurpellon ympäri hölkkää", joka lähtisi torilta. Osallistajat hölkkäisivät yhdessä Suurpellon ympäri ryhmässä. Tämä lisäisi yhteisöllisyyttä sekä kannustaisi ja innostaisi ihmisiä liikkumaan. Aktiviteettina mietittiin myös sitä, että esiintyvän bändin lavan eteen voisi jättää tilaa tanssimiselle. Lapsetkin varmasti innostuisivat, jos he voisivat tanssia musiikin tahtiin. Erilaisina ohjelmina mietittiin makkaran grillausta sekä muurin pohjalettujen paistoa. Näitä ideoitiin niin, että asukkaat halusivat itse paistaa lettuja ja grillata makkaraa yh-

dessä perheiden tai ystävien kesken, jolloin heillä olisi jotakin tekemistä torilla ja he itse osallistuisivat tekemiseen. Ohjelmien ja aktiviteettien ideoinnissa asukkaat painottivat sitä, että asukkaat saisivat itse osallistua tekemiseen eikä vain seurata mukana. Tämä vaikuttaisi myös siihen, että torilla viihdyttäisiin pidempään. Ohjelmana mietittiin myös tietovisaa, jonka teemana voisi olla esimerkiksi lähiruoka tai Suurpelto. Tietovisan voittaja saisi jonkun pienen palkinnon. Myös arpajaiset nousivat yhdeksi ideaksi. Sitä voisi toteuttaa esimerkiksi jokin järjestö tai yhdistys. Lisäksi ideoitiin ravitsemusterapeutin neuvonnasta torilla. Hän voisi antaa esimerkiksi vinkkejä ravinnosta ja kertoa lähiruoasta. Lisäksi mietittiin karaoke-ohjelmaa, joka voitaisiin järjestää esiintyjille tarkoitettulla lavalla.

Muuta-näkökulmassa painotettiin kahvilan tärkeyttä torilla. Jokaisen ideoijan mielestä kahvila kuuluu jokaiseen toriin. Lisäksi mietittiin lämpimän ruoan tarjoamista, koska tori mahdollisesti järjestetään lounasaikaan, jolloin lounaan voisi nauttia torilla sen sijasta, että lähdettäisiin aikaisemmin kotiin valmistamaan ruokaa. Ajatuksena oli, että tarjolla olisi esimerkiksi kaksi erilaista lämpimän ruoan vaihtoehtoa. Vaihtoehdoksi toivottiin myös kasvisvaihtoehtoa. Ideana syntyi myös Suurpellolle suunniteltujen ruokapiiriin sekä kokikoulun yhdistämistä lähiruokatoriin. Lisäksi toivottiin hiilijalanjäljen laskuria, josta näkisi sen, kuinka suuri ero sillä on, jos ostaa lähiruokaa tai ei. Ideana syntyi myös eri järjestöjen tai yhdistysten osallistuminen. Ideana oli se, että he voisivat esitellä toimintaansa torilla ja heidän kauttaan voisi saada myös jotakin ohjelmaa ja aktiviteettia toritapahtumaan. Esiin nousseita järjestöjä oli 4H, kasvisruokaliitto sekä nuorisosiankeskus. Yhtenä ideana oli myös muiden kuin elintarvikkeiden myyminen, josta syntyi ideana kirjamyynti, joka voisi olla esimerkiksi kirjastossa olevien poistokirjojen myyntiä. Pop up -ravintola oli myös yksi ehdotus tapahtumaksi torin yhteyteen. Alla olevassa taulukossa (taulukko 1) on vielä erikseen lueteltuna ideointimenetelmän avulla syntyneet ideat.

Näkökulmat	Ideat
Aikuiset	Esitykset/ showt ja ohjelmat aikuisille suunnattuja, reseptien jako tuottajilta, rentouspiste; hieronta, käsihoito
Lapset	Lapsiparkki, eläinten esittely (lampaat, vuohet, kanit): Hemböle tai Fallkulla, ponijelu, koirarekiajelu, 4H-järjestö, lasten laulutuokio, kasvomaalaus, lasten hahmojen esitykset
Show't/esitykset	Musiikkiesitys, livebändi, keskustelua lähiruosta; esim. poliitikot, julkisuuden henkilöt (Pekka Haavisto, Satu Silvo)
Teemat	Vuodenajat, hyvinvointi, kasvisruoka, terveys, urheilu, lähiruoka+urheilu=terveys; teemojen yhdisteleminen, lähiruokatorin järjestäminen päivällä/illalla
Tunnelma	Yhteisöllisyys, torin jatkuvuus, värit, teemat, musiikki, aktiviteetit, esitykset ja ohjelmat tuovat tunnelmallisuutta sekä viihtyvyyttä toriin
Aktiviteetit	Aamujumppa/puistojumppa, zumba/tanssi, bändin lavan eteen tilaa tanssimiselle, "Suurpellon ympäri hölkkä"
Ohjelma	Makkaran grillaus, muurinpohjalettujen paistot, tietovisa esim. lähiruosta tai Suurpellosta, arpajaiset, ravitsemusterapeutin neuvonta lähiruoka-asioissa, karaoke, itse osallistumisen tärkeys
Muuta	Ruokapiirin ja kokkikoulun yhdistäminen lähiruokatoriin, kahvila, tarjolla kypsennettyä ruokaa esim. 2 vaihtoehtoa, pop up-ravintolat, hiilijalanjäljen laskuri, liitot, yhdistykset, järjestöt; esittelemään toimintaa esim kasviruokaliitto, kirjamyynä

Taulukko 1: Ideointimenetelmästä saadut ideat

### 5.3.2 Asiakasprofiilit

Palvelumuotoilussa asiakkaan käyttäytymisen ja arjen ymmärtäminen on olennaista. Asiakasprofiilit ovat menetelmä, jossa esitetään asiakastutkimuksista esiin nousseet asiakkaiden toimintamallit ja toiminnan motiivit. (Tuulaniemi 2011, 154-155.) Asiakasprofiilit ovat fiktiivisiä

profiileja, jotka luodaan havainnollistamaan tiettyjen asiakasryhmien käyttäytymistä ja kiinnostusten kohteita (Stickdorn & Schneider 2010, 178).

Asiakasprofiilit ovat visuaalisia profiileja, jotka rakentuvat joko todellisten henkilöiden perusteella tai vaihtoehtoisesti tutkimuksista saatujen asiakastietojen perusteella. Asiakasprofiilien olisi tärkeää tuoda esiin tärkeimmät luonteenpiirteet. Profiilien ominaispiirteet voidaan tuoda esiin tekemällä erilaisia kysymyksiä, joiden avulla asiakasprofiili luodaan. On tärkeää, että kysymykset ovat samoja jokaista asiakasprofiilia luodessa, jolloin niitä on helpompaa vertailla toisiinsa. Kysymysten tulisi tuoda esille profiilin asenteita, käyttäytymistä sekä elämäntyyliä. Kysymykset voivat rakentua muun muassa iän, sukupuolen, käyttäytymisen, asenteiden, taitojen, päämäärien sekä kulutusmyönteisyyden varaan. Asiakasprofiilien avulla palvelun ideointi ja kehittäminen on tehokkaampaa. (Personas.)

Laaditut kuvitteelliset asiakasprofiilit perustuvat osittain havainnoinnista, kyselystä sekä 8x8-menetelmän avulla tehdystä ideoinnista asukkaiden kanssa saaduista asukastiedoista. Kysymykset, joiden perusteella asiakasprofiilit luotiin ovat ikä, sukupuoli ja ammatti. Lisäksi on tuotu esille persoonien luonteenpiirteitä sekä sitä, mitä jokainen profiili toivoisi ruokatorin oheistapahtumien olevan. Asiakasprofiilit ovat luotu niin, että jokaiselle profiilille on luotu ominaispiirteet ja ne on tuotu esiin yhden kuvitteellisen arkipäivän rutiinien muodossa. Lisäksi jokaiseen profiiliin on liitetty kuvitteellinen kuva sekä taulukko, johon on lueteltu profiilien olennaiset ominaispiirteet.

Profiili 1, "Kotitalouden opettaja"



Kuva 2: Profiili 1, "Kotitalouden opettaja"

Nimi	"Kotitalouden opettaja"
Ikä	44
Sukupuoli	nainen
Ammatti	kotitalouden opettaja
Ominaispiirteet	lämmin, eläinrakas, ruoanlaittoa rakastava

Taulukko 2: Profiili 1, "Kotitalouden opettaja"

"Kotitalouden opettaja" on 44-vuotias perheen äiti, joka asuu Suurpellon alueella. Hänen perheeseen kuuluu kolme lasta, aviomies sekä koira. "Kotitalouden opettaja" työskentelee kotitalouden opettajana yläasteelle, joka sijaitsee Espoon Viherlaaksossa. "Kotitalouden opettajan" normaaliin arkipäivään kuuluu aamupalan valmistaminen lapsille, jonka jälkeen hän vie lapset kouluun ja menee itse töihin. "Kotitalouden opettajalla" on melko lyhyet työpäivät, jolloin hän pystyy hoitamaan kotityöt töiden jälkeen sekä avustamaan lapsia koulutöissä ja viemään heitä harrastuksiin. "Kotitalouden opettajan" omiin harrastuksiin kuuluu ruoanlaitto sekä lenkkeily koiran kanssa. Hän rakastaa ruoanlaittoa sekä hän on innokas kekeilemaan uusia reseptejä. "Kotitalouden opettajalle" tärkeää lähiruokatorilla on yhteisöllisyys, sillä hän haluaa tavata naapureitaan torilla. "Kotitalouden opettajan" mielestä erilaiset aktiviteetit ja ohjelmat lapsille ovat tärkeitä, sillä hän haluaa, että lapset myös viihtyvät torilla. Lisäksi hän on innoissaan jokaisesta saamastaan uudesta ruokareseptistä.

Profiili 2: "Koti-isä"



Kuva 3: Profiili 2, "Koti-isä"

Nimi	"Koti-isä"
Ikä	38
Sukupuoli	mies
Ammatti	lastenhoitaja, isyysvapaalla
Ominaispiirteet	positiivinen, elämäniloinen, maanläheinen

Taulukko 3: Profiili 2, "Koti-isä"

"Koti-isä" on 38-vuotias Espoon kaupungille työskentelevä lastenhoitaja, joka asuu Suurpellossa. Hän on hoitovapaalla, koska hän hoitaa 2-vuotiasta tyttärtään, jolla on aspergerin oireyhtymä. "Koti-isä" on kasvissyöjä ja hänelle lähiruoka on tärkeää, mutta usein hän harmittelee sen kalleutta, sillä hän elää ainoastaan valtion tuilla ja säästöillä ollessaan hoitovapaalla. "Koti-isän" normaali arkipäivä lähtee käyntiin niin, että hän herää tyttärensä ja vaimonsa kanssa aamulla varhain, jonka jälkeen valmistetaan yhdessä aamupalaa. Aamupalan jälkeen isä leikkii tyttärensä kanssa muutaman tunnin, jonka jälkeen he käyvät jo päiväunille. Päiväunilta herätään 12 aikaa iltapäivällä, jolloin päivä vasta lähteekin käyntiin. Heräämisen jälkeen valmistetaan lounas. "Koti-isä" valmistaa itselleen kasvisannoksen ja tyttärelleen hän soseuttaa lihaperunalaatikkaa, jonka hän syöttää tyttärelleen. Tytär vaatii jatkuvasti huomiota, ja hän kiljuu melko paljon, koska ei osaa muodostaa lauseita vielä. Isä on hyväksynyt tilanteen ja on erittäin positiivinen ja elämäniloinen mies. Tärkeintä elämässä hänelle on tytär ja vaimo, joita hän rakastaa suunnattomasti. Lähiruokatorilta "Koti-isä" lähtee ostamaan muutamia lähiruokatuotteita, etenkin kasviksia. Isä haluaa viettää kivaa lauantaipäivää torilla erilaisten ohjelmien parissa, kuten katsomaan jotakin esitystä tai kuuntelemaan keskustelua lähiruoasta. "Koti-isälle" erityisen tärkeää on se, että torilla olisi sellaista ohjelmaa, johon hän itse voisi osallistua, eikä vain seurata vierestä.

Profiili 3, "Eläkeläinen"



Kuva 4: Profiili 3, "Eläkeläinen"



Nimi	"Eläkeläinen"
Ikä	72
Sukupuoli	nainen
Ammatti	hotellin vastaanotto- päällikkö, eläkkeellä
Ominaispiirteet	sosiaalinen, avoin, kulttuuria rakastava

Taulukko 4: Profiili 3: "Eläkeläinen"

"Eläkeläinen" on 72-vuotias hyväkuntoinen nainen, joka asuu miehensä kanssa Suurpellon alueella. "Eläkeläinen" on hyvin sosiaalinen ihminen. Ennen eläkkeelle jäämistään hän työskenteli helsinkiläisessä hotellissa vastaanottopäällikkönä. "Eläkeläisen" normaali arkipäivä koostuu miehensä kanssa erilaisten askareiden tekemisestä kotona, ystävien tapaamisesta sekä lastenlapsien hoitamisesta. "Eläkeläinen" käy vesijumpassa ja kävelyillä miehensä kanssa pitääkseen itsensä hyväkuntoisena. Hänelle lapsenlapset ovat hyvin tärkeitä ja hän tapaakin heitä viikoittain. Lähiruokatorilla hän haluaa viettää mukavaa lauantapäivää perheen seurassa nauttimalla kahvia ja pullaa. Lisäksi hän nauttii katsella erilaisia esityksiä ja kuunnella musiikkia torilla, sillä hän rakastaa kulttuuria. Hän pitää toritapahtumista, koska ne tuovat elämää Suurpeltoon.

Profiili 4, "Urheilua rakastava"



Kuva 5: Profiili 4, "Urheilua rakastava"

Nimi	"Urheilua rakastava"
Ikä	29
Sukupuoli	mies
Ammatti	mainostoimiston projektikoordinaattori
Ominaispiirteet	urheilullinen, luotettava, lähiruoasta kiinnostunut

Taulukko 5: Profiili 4, "Urheilua rakastava"

”Urheilua rakastava” on 29-vuotias mies, joka on juuri valmistunut tradenomi. Hän asuu tyttöstävänsä kanssa Suurpellossa kaksiossa. ”Urheilua rakastava” työskentelee mainostoimistossa projektikoordinaattorina. Urheilu on aina ollut hänelle erittäin tärkeää ja hän kuntoilee neljä kertaa viikossa juoksemalla ja käymällä kuntosalilla. ”Urheilua rakastava” käy lähiruokatorilla tyttöstävänsä kanssa ostamassa tuotteita lähiruokatuottajilta, sillä hän on äskettäin innostunut lähiruoasta. ”Urheilua rakastava” innostuu torin aktiviteeteista, jotka liittyvät urheiluun. ”Urheilua rakastava” pitää myös arpajaisista. Lisäksi ”Urheilua rakastavan” mielestä musiikki tuo tunnelmaa toritapahtumaan.

### 5.3.3 Palvelupolku

Niin kuin Palvelumuotoilun esittely -kappaleessa 4.1 on kerrottu, palvelupolku, englanniksi Customer Journey Mapping, visualisoi asiakkaan kokemuksen palvelusta (Customer Journey Mapping). Palvelupolut luotiin jokaiselle luodulle asiakasprofiilille. Palvelupolkujen luomisessa keskityttiin jokaisen asiakasprofiilin kokemuksiin, kun he saapuvat lähiruokatorille sekä siihen, mitä kontaktipisteitä asiakasprofiilit kohtaavat. Asiakasprofiilien palvelupolkuja luodessa keskityttiin siihen, millaiset lähiruokatorin oheistapahtumat kiinnostavat heitä ja mitä oheistapahtumia he hyödyntäisivät lähiruokatorilla.



Kuvio 6: ”Kotitalouden opettajan” palvelupolku

Ensimmäinen palvelupolku on luotu ”Kotitalouden opettajan” asiakasprofiilille (kuvio 6). ”Kotitalouden opettaja” hakee lähiruokatorilta uusia reseptejä ostosten yhteydessä. Ruokaostos-

ten ajaksi hän jättää lapsensa lähiruokatorin lapsiparkkiin, jotta hän pystyy tekemään ruokaostokset rauhassa. "Kotitalouden opettajan" lapselle on mukavaa omaa ohjelmaa lapsiparkissa, kuten askartelua ja kasvomaalausta. Lapsiparkki on sijoitettu omalle rajatulle alueelle lähiruokatorin yhteyteen. Ostosten jälkeen "Kotitalouden opettaja" hakee lapsensa askartelemasta ja he menevät yhdessä katsomaan lähiruokatorin toisena oheistapahtumana toimivaa eläinaitausta. "Kotitalouden opettaja" haluaa viettää lauantapäivää torilla kierrellen sekä samalla tutustuen naapureihinsa. Hänelle kahvila on myös erittäin tärkeää, sillä kahvilassa istuessa hän voi samalla jutella naapureiden kanssa.

Asiakkaan prosessi	"Koti-isä" saa mainoksen toritapahtumasta	"Koti-isä" lähtee tyttärensä ja vaimonsa kanssa lähiruokatoritapahtumaan	Perhe kiertele torilla, ensin tehden ruokaostoksia	"Koti-isä" kiertää myös eri yhdistysten pisteet, ja saa tietoa heidän toiminnastaan	"Koti-isä" jää kuuntelemaan torilla järjestettyä esitystä ja syö samalla kasvisruoka-annoksen lounaaksi
Esine/ väline/ ympäristö	Postin mukana tullut mainos	Lähiruokatori	Lähiruokatorin myyjien pöydät	Lähiruokatorin yhdistysten pisteet	Lähiruokatorin lava, lavan edustan penkit, äänentoisto
Henkilökohtainen palvelu		Torilla työskentelevien tervehdys ja tervetulon toivottaminen	Torin myyjien palvelu	Yhdistysten pisteiden asiakaspalvelu	Kasvisruoka-annoksen ostaminen torimyyjältä
Informaatio	Mainos toritapahtumasta	Opasteet torille		Esitteet	Kyllit ja esitysten mainostaminen Kasvisruoka-annoksen myymisen mainostaminen sillä pisteellä
Asiakkaalle näkyvän alue	Mainosten laatiminen ja lähettäminen	Torin järjestelyt ennen toritapahtuman alkamista	Torin myyjien valmistelut ennen toria, mm. ruokien valmistaminen	Yhdistysten valmistelut ennen toria	Valmistelut ennen tapahtumaa: lavan rakennus, äänentoiston asettaminen, esiintyjien palkkaaminen; ruokapisteiden valmistelut

Kuvio 7: "Koti-isän" palvelupolku

"Koti-isän" palvelupolku (kuvio 7) muodostuu useista kontaktipisteistä. "Koti-isän" palvelupolku alkaa siitä, että hän saa mainoksen tapahtumasta ja sen takia hän päättää lähteä toritapahtumaan. Mainoksen tärkeys on siis suuri, jotta asiakkaat ovat tietoisia tapahtumasta, sen päivämäärästä ja tapahtuman sisällöstä. "Koti-isä" on erittäin kiinnostunut lähiruoka-asta, joten hänelle torin tarjonta on tärkeää. Erilaiset yhdistykset ja järjestöt ovat myös kiinnostuksen kohteita, joten hän kiertää ne pisteet torilla myös. "Koti-isälle" erilaisten yhdistysten esitykset keskusteluineen ovat erittäin kiinnostavia. "Koti-isän" palvelupolusta esiin nousee mainosten ja esitteiden tärkeys. Erityisesti tapahtuman sisällön esitleminen mainoksessa on tärkeää, koska silloin "koti-isäkin" olisi tietoisempi torin tarjonnasta, ja jolloin oheistapahtumat toimisivat lisäksi innokkeina toritapahtumaan osallistumiseen.

Asiakkaan prosessi	"Eläkeläinen" saa mainoksen toritapahtumasta postin seassa ja päättää lähtee viettämään lauantapäivää torille miehensä kanssa	He miettivät, miten menevät toritapahtumaan, koska tori järjestetään Lukutorilla, missä on parkkipaikkoja, mutta tori on rakennettu koko Lukutorin alueelle	He kävelevät toritapahtumaan, koska on hyvä sää ja heillä on aikaa. Torille saavuttuaan, he istuvat kahvilaan nauttimaan kahvia ja pullaa	Kahvilan penkeillä istuessaan he nauttivat musiikkiesityksestä, joka järjestetään torin ulkopuolella olevalla lavalla	Esitysten päätyttyä "Eläkeläinen" lähtee kävelemään kotiin päin miehensä kanssa
Esine/ väline/ ympäristö	Mainos toritapahtumasta		Torin kahvila, istumapaikat	Torin kahvilan istumapaikat, näkymä lavalle	
Henkilökohtainen palvelu			Kahvilan työntekijöiden asiakaspalvelu	Artistin/juontajan toimittaminen tervetulleeksi toritapahtumaan	
Informaatio	Mainos	Tiedottaminen siitä, miten torille pääsee; bussikuljetus, parkkipaikat	Kahvilan hinnasto ja tarjonta esillä	Esitysten aikataulun tiedotus; juontaja Esitysaikataulu painettuna	
Asiakkaalle näkyvät alue	Mainoksen suunnittelu, laatiminen ja jakelu	Saavutettavuuden suunnittelu etukäteen, vanhusien huomioonottaminen suunnittelussa	Kahvilan järjestelyt, hinnaston laatiminen sekä tuotteiden valmistaminen ja tuonti torille	Aikataulun suunnittelu ja laatiminen, artistien palkkaaminen tapahtumaan, lavan rakennus, äänentoiston järjestäminen	Torin purku

Kuvio 8: "Eläkeläisen" palvelupolku

Kolmas palvelupolku (kuvio 8) on muodostettu "Eläkeläisen" asiakasprofiilille. "Eläkeläisen" palvelupolku on yksinkertainen, koska "Eläkeläinen" menee toritapahtumaan viettämään päivää ja nauttimaan hyvästä säästä sekä musiikkiesityksistä. Saavutettavuus, ja etenkin sijainnin lyhyt etäisyys on tärkeää "Eläkeläiselle", koska hän haluaa miehensä kanssa kävellä tapahtumapaikalle, mutta ei kuitenkaan liian pitkää matkaa. Mainoksessa "Eläkeläinen" toivoo siten tapahtumapaikan tarkkaa sijaintia, jotta he osaavat kävellä tapahtumapaikalle. Torille päästyään he menevät kahvilaan nauttimaan kahvia ja pullaa sekä samalla kuuntelemaan toritapahtuman musiikkiesityksiä. Kahvilan näkymä lavalle on siten tärkeää "Eläkeläiselle".

Asiakkaan prosessi	"Urheilua rakastava" päättää lähtee lähiruokatoritapahtumaan katsastamaan lähiruokatuotteet tyttöstävänsä kanssa	Toritapahtuman mainoksesta hän huomaa, että päivän aikana torilla lähtee "Suupellon ympäri hölkkä", joten hän laittaa lenkkivaatteet päälle valmiiksi	Torille saavuttuaan "Urheilua rakastava" kiertelevät torilla ja paistavat muurinpohjalettuja, koska hölkkän aloitusaika on vasta kahden tunnin päästä, joten he päättävät syödä ensin	Syödessään he nauttivat musiikkiesityksestä ja istuvat lavan edustalla oleville penkeillä. He nauttivat hyvästä ilmasta ja odottavat lenkille lähtöaikaa	"Urheilua rakastava" osallistuu tyttöstävänsä kanssa "Suupellon ympäri hölkkään"
Esine/ väline/ ympäristö	Mainos toritapahtumasta		Muurinpohjalettujen paisto	Lavan edusta ja penkit	Suurpellon maasto
Henkilökohtainen palvelu			Muurinpohjalettujen paistaja		Hölkkän vetäjän kannustus ja reitin johtaminen
Informaatio	Mainos/ tiedote toritapahtumasta	"Suurpelto Hölkkä" tiedote mainoksessa; aika ja lähtöpaikka	Kyltti/mainos torilla muurinpohjalettujen paistosta		Ostosten säilytyspaikka aktiviteetin ajaksi
Asiakkaalle näkymätön alue	Mainoksen suunnittelu, laiminen ja jakelu	Maininta kaikista aktiviteeteista mainokseen	Muurinpohjalettujen valmistamiseen tarvittavien aineksien sekä muurinpohjapannun hankinta	Lavan rakentaminen, esiintyjien hankkiminen, äänentoisto, penkkien asettaminen lavan edustalle	Hölkkän vetäjän valitseminen, reitin suunnittelu

Kuvio 9: "Urheilua rakastavan" palvelupolku

"Urheilua rakastavan" palvelupolku (kuvio 9) muodostuu useammasta kontaktipisteestä kuin "Eläkeläisen". "Urheilua rakastava" lähtee katsastamaan torin tarjoamat lähiruokatuotteet yhdessä tyttöstävänsä kanssa. Lisäksi hän haluaa myös syödä torilla, kuunnella musiikkiesityksiä sekä osallistua aktiviteettiin. Ongelmakohtaksi "Urheilua rakastavan" palvelupolussa esiintyy se, että mihin hän laittaa ostokset osallistuessaan torin aktiviteettiin. Ensin "Urheilua rakastava" tekee ostoksia tyttöstävänsä kanssa, jonka jälkeen he syövät tarjolla olevia muurinpohjalettuja. Toritapahtuman viimeisen tunnin aikana järjestetään "Suupello ympäri hölkkä", johon hän osallistuu tyttöstävänsä kanssa. Heidän täytyy jättää ostokset johonkin torille säilytykseen aktiviteetin ajaksi. Suupellon Lukutorilla järjestettävässä lähiruokatoritapahtumassa ostosten säilytyspaikkana voisi toimia esimerkiksi Lukutorilla oleva Infopaviljonki.

Suunnitteluvaiheessa palvelupoluista nousi esille koko toritapahtuman sekä torin oheistapahtumien ongelmakohtia sekä niiden kehitysideoita. Tapahtuman mainosten, opasteiden sekä kylttien tärkeys nousi esille palvelupoluista. Toritapahtuman mainoksissa on tärkeää mainostaa sekä tiedottaa kaikki torilla tapahtuvat aktiviteetit sekä oheistapahtumat, koska niiden avulla voidaan saada lisää asiakkaita. Myös opasteiden merkitseminen tapahtuma-alueelle ja sen läheisyyteen on tärkeää, jotta asiakkaat löytävät perille. "Koti-isän" palvelupolusta tärkeäksi oheistapahtumaksi nousi eri yhdistysten esitykset. "Kotitalouden opettajan" palvelupolusta tärkeäksi oheistapahtumaksi lapsiparkki. "Kotitalouden opettaja" haluaa kierrellä torilla ja tehdä ostokset rauhassa, jolloin hänen lapsensa voi askarrella tai osallistua muihin aktiviteetteihin, joita lapsiparkki tarjoaa.

Kahvila esiintyi hyvin tärkeänä torin elementtinä melkein jokaisessa palvelupolussa. Kahvilan tärkeäksi elementiksi nousi esiin se, että kahvilassa olisi istumapaikkoja, jotta asiakkaat voivat istua torilla ja kuunnella esimerkiksi musiikkiesityksiä ja viettää päivää torilla. Lisäksi ”Eläkeläisen” palvelupolusta huomattiin se, että kahvilan oikea sijoitus on olennaista. Kahvilan istumapaikat tulisi olla aseteltuna niin, että paikoilta näkee myös esiintymislavalle. Vaihtoehtoisesti lavan edessä voisi olla istumapaikkoja, joissa voisi istua ja katsoa esityksiä. ”Urheilua rakastavan” palvelupolusta ongelmakohtana nousi esiin ostosten säilytyspaikka aktiviteettiin osallistumisen ajaksi. Jos torilla järjestettäisiin ”Suurpellon ympäri hölkän” kaltainen aktiviteetti, jolloin tapahtumapaikalta poistutaan, eikä ole mahdollisuutta kantaa ostoksia itse, tulisi torilla olla silloin jonkinlainen säilytyspaikka ostosten varalle. Säilytyspaikka olisi keino välttää aktiviteetteihin osallistumisien esteet.

#### 5.3.4 Suunnitteluvaiheen päätökset toteutukseen

Määrittely- ja suunnitteluvaiheiden perusteella päätetyt toteutetut lähiruokatorin tapahtumat olivat kahvila, lapsipiste sekä makkaran grillaus. Lisäksi Lukutorilla järjestettävän lähiruokatorin vieressä esiintyi myös Suurpeltolainen bändi nimeltä Big Field Band, joka laskettiin lähiruokatorin oheistapahtumaksi. Bändin tapahtumaan järjesti kuitenkin Koulii-hankkeen toimijat, sillä bändi oli aikaisemminkin esiintynyt Koulii-hankkeen järjestämissä Suurpellon tapahtumissa. Kahvila päätettiin järjestää lähiruokatorin yhteyteen, koska se kuuluu torikulttuuriin. Lisäksi haluttiin, että kahvilassa on asiakkaille istumapaikkoja, jotta asiakkaat voivat nauttia kahvilan tarjoamia tuotteita ja istua ja kuunnella esityksiä samanaikaisesti. Tämä tuli esille myös työssä luoduista palvelupoluista. Torin yhteyteen oli tarkoitus järjestää lapsiparkki, joka muuttuikin lasten pisteeksi, jossa askarreltiin äitienpäiväkukkia sekä tehtiin kasvomaalauksia. Lapsiparkki-ideat hylättiin, koska järjestelyissä mukana olevien sosionomiopiskelijoiden huomautuksesta lapsiparkin toimintaa varten tarvittaisiin monia lupia, jotta järjestäjillä olisi lupa hoitaa lapsia. Tämän takia päädyttiin lapsipisteeseen.

Makkaran grillaus idea tuli ideoinnissa ilmi, ja se pystyttiin toteuttamaan Seulon kanssa yhteistyössä toimivan Chef Wotkinsin lahjoituksen ansioista. Chef Wotkins tarjoutui lahjoittamaan tapahtumaan 350 kesän uutuustuotteen pekogrillimakkaraa, sinappia sekä grillitaskuja. Lisäksi grillauksen yhteyteen saatiin Halmeen leipomolta maalaisleipää myyntiin, mutta Halme ei itse halunnut tuotteita, vaan lahjoittivat ne opiskelijoiden virkistyskassan kartuttamiseksi. Lisäksi HOK-Elannolta saatiin tukipaketti, joka sisälsi mehua, mukeja sekä kahvia. Tapahtumaa varten päätettiin käyttää vain mehut ja mukeit, jotka tarjoiitiin makkaran grillauksen yhteydessä. Kahvilatoimintaa hoiti Cafe Brunnsdal -niminen pienyritys Kaukalahdesta. Päätökset tapahtumista sekä lähiruokatorin myyjistä tehtiin yhteistyössä suunnittelutiimin kanssa. Suunnittelutiimiin kuului toinen opinnäytetyön tekijä, toimeksiantajan yhteyshenkilö sekä opintojaksoa toteuttavien kahden ryhmän yhteyshenkilö. Toteutuneiden oheistapahtu-

mien päätöksenteosta, niitä varten vaativista järjestelyistä sekä tehtävän jaosta on selostettu tarkemmin kappaleessa 6, kehittämishankkeen etenemis-kappaleessa.

#### 5.4 Toteutusvaihe

Toteutusvaiheessa lähiruokatoritapahtuma toteutettiin Kukkiva Suurpelto -tapahtuman yhteydessä 12.5.2012 Suurpellon Lukutorilla. Lähiruokatorin oheistapahtumat olivat kahvila, lapsipiste, Big Field Band:in esiintyminen, palosammutusnäytökset sekä makkaran grillaus. Palosammutusnäytökset sekä Big Field Band:in esiintyminen hoidettiin Koulii-hankkeen puolesta tapahtumaan, koska Koulii-hanke oli aikaisemmissa tapahtumissaan toteuttanut samoja ohjelmanumeroita.

Kukkiva Suurpelto -tapahtuma järjestettiin Suurpellossa yhteistyössä Espoon Kaupungin, Suurpellon markkinoinnin sekä Koulii-hankkeen kanssa. Tapahtuma järjestettiin Suurpellon Lukutorilla sekä Lillhemtin ja Hans Floorin puistoissa. Tapahtuman konseptiteemat olivat vaikuta, vaihda, viihdy sekä viljele, joihin tapahtuman aktiviteetit jaettiin (Juujärvi 2012). Alla oleva kuva (kuva 6) on otettu tapahtumapäivältä lähiruokatorin teltan ulkopuolelta.



Kuva 6: Lähiruokatoritapahtuma 12.5.2012

Vaikuta-teemaan liittyi Suurpellon Lähimedia, Ilmastoinfo, vapaapalokunta sekä asuntoyhtiöt. Lähimedia tuotti radiolähetystä kuvan kanssa alueella ja kertoi tapahtuman kulusta päivän aikana. Lähimediassa haastateltiin myös tapahtuman toimijoita sekä asukkaita. Lähimedian tuottama lähetys oli nähtävällä tapahtuman aikana livekuvana sekä sen jälkeen Internetissä. Tarkoituksena oli saada lähetys kuuluumaan tapahtuma-alueella koko päivän ajan, mutta teknisten ongelmien takia lähetys ei kuulunutkaan alueella ollenkaan. Lisäksi tapahtumassa esiteltiin eri palvelujen toimintaa, kuten autojen yhteiskäyttöpalvelua, tavarapyöriä sekä kierrätysneuvontaa. Tapahtumassa järjestettiin myös rasvapalosammutusnäytöksiä sekä opastettiin, miten tehdään alkupalosammutuksia. Sammutusnäytökset tapahtuivat Lukutorilla lähiruokatorin teltan vieressä ulkona, joten sammutusnäytökset toimivat yhtenä lähiruokatorin oheistapahtumana. Alueella järjestettiin päivän aikana myös asuntonäyttöjä. Vaihda-teemaan kuului ekologinen valinta sekä vaihdantatalous. Ekologista valintaa tuotiin esille tapahtumassa pop up- pressukirpputorilla sekä Omnia-shopin lahjatavarapöydällä. Vaihdatataloutta tuotiin esille niin, että alueella on kierrätystavarasta tehty yhteisötaide sekä lahjatavarapöytä, johon asukkaat saivat tuoda vanhoja leluja, jotka eivät olleet enää käytössä. Lelut hyödynnettiin Suurpellossa järjestettävässä Perhekahvilassa. (Juujärvi 2012.)

Viihdy-teemaan kuului mukavaa toimintaa, musiikkia ja tanssia. Lähiruokatori, sen oheistapahtumat, eli makkaran grillaus, kahvila, Big Field Band, palosammutusnäytökset sekä lasten piste, kuuluivat viihdy-teemaan. Lukutorilla järjestettiin myös Suurpeltotanssi, jota johti Janne Talasma. Lisäksi Lukutorilla oli paloautojen esittelyä. Puistossa järjestettiin myös toimintarastit lapsille. Viljele-teemaan kuului lavaviljely. Lavaviljely aloitettiin Kukkiva Suurpeltotapahtumapäivänä Lillhemtin puistossa, jota juhlistettiin myös bändin esiintymisellä sekä grillauksella. Grillausta järjestettiin myös Lillhemtin puistossa, koska koettiin, että lavaviljelyjen yhteyteen kaivattiin myös muuta toimintaa. Lähiruokatori kuului viihdy-teeman lisäksi myös viljelyteemaan, koska lähiruokatorilla myytiin lähi- ja luomuruokaa. (Juujärvi 2012.) Grillauspiste on kuvassa 7.





Kuva 7: Lähiruokatoritapahtuman grillauspiste 12.5.2012

## 5.5 Arviointivaihe

Työn arviointivaiheessa arvioitiin toteutunutta lähiruokatoritapahtumaa teemahaastattelun sekä benchmarkingin avulla. Teemahaastattelu toteutettiin Kukkiva Suurpelto -tapahtumassa lähiruokatorilla. Teemahaastattelun tarkoituksena oli kerätä asukkaiden mielipiteitä, mietteitä sekä kehitysideoita toritapahtumasta. Benchmarkingin tarkoituksena oli vertailla eri toritapahtumia Suurpellossa järjestettyyn toritapahtumaan sekä kerätä mahdollisia kehitysideoita seuraaviin lähiruokatoritapahtumiin. Benchmarking toteutettiin kahden eri toritapahtuman avulla. Työn arviointivaiheen menetelmistä on kerrottu seuraavissa kappaleissa, 5.5.1 sekä 5.5.2.

### 5.5.1 Teemahaastattelu

Tapahtuman aikana tehtiin lähiruokatorin asiakkaille teemahaastattelua koskien lähiruokatorin oheistapahtumia. Asiakkaiden kanssa keskusteltiin vapaasti, kuitenkin pysyen tiettyjen aihealueiden ympärillä. Asiakkaiden kanssa keskusteltiin lähiruokatorin oheistapahtumien tärkeydestä ja kiinnostuksesta, siitä toivottiinko ruokatoritapahtumaa järjestettävän uudelleen Suurpellossa sekä siitä mitä mahdollisia kehitysideoita oheistapahtumille voisi olla. Haastattelutilanteessa käytettiin nauhuria, jotta haastatteliija pystyi täysin keskittymään käytyihin keskusteluihin.

Etukäteen valitut teemakysymykset haastattelussa olivat:

- Tekevätkö oheistapahtumat lähiruokatorista kiinnostavamman? (kuten grillaaminen, musiikkiesitykset ja lapsipiste)
- Toivoisitko, että lähiruokatoritapahtuma järjestettäisiin uudelleen?
- Olisiko sinulla joitakin kehitysideoita lähiruokatorin oheistapahtumille?

Teemahaastattelu on keskustelua, jolla on etukäteen määritelty tarkoitus. Teemahaastattelussa esiin nostetut teemat ovat tarkkaan pohdittu ennen haastattelutilannetta. Joissakin tapauksissa teemojen käsittelyjärjestyksellä ei ole merkitystä, vaan keskustelun luonne ja sen luonteva kulku määrittelee teemojen käsittelyjärjestyksen. Haastattelutilanteessa on kuitenkin tärkeää, että haastattelun rakenne pysyy haastattelijan hallinnassa. Teemahaastattelu luokitellaan puolistrukturoituun haastattelumalliin. Teemahaastattelun etuna on se, että tutkijan etukäteen valitsevat teemat sitovat haastattelun tutkimusongelmaan, mutta kerättävä aineisto rakentuu aidosti haastateltavan kokemuksista ja mielipiteistä. Teemahaastattelussa otetaan huomioon se, että ihmisten tulkinnat asioista sekä heidän antama merkitys asioille ovat keskeisiä. Teemahaastattelun ongelmana voi kuitenkin olla se, että haastateltavan kertomukset johdattelevat haastattelun kulkua liikaa. Teemahaastattelussa haastateltavien valintaan on kiinnitettävä erityistä huomiota, koska haastattelujen määrä on yleensä niin pieni, että normaali otos ja siitä tehdyt arviot eivät ole välttämättä luotettavia. (Hirsjärvi & Hurme 2006, 47-48; Kurkela.)

Teemahaastattelua tehtiin 20 Suurpellon asukkaan kanssa. Ennen haastattelun aloitusta, haastattelija kysyi haastateltavalta onko hän Suurpellon asukas ja jos häneltä saisi kysyä muutamien kysymyksen. Kun haastattelija oli Suurpellon asukas, keskusteltiin hänen kanssa lähiruokatoritapahtumasta pysyen ennalta määriteltyjen teemojen sisällä. Haastatteluja olisi voitu suorittaa enemmänkin, mutta haastattelijalla ei ollut tarpeeksi aikaa sille, sillä tapahtuma vaati työntekoa koko tapahtuman ajan. Haastattelutilanteissa haastatteliijoille tuotiin esille lähiruokatorin oheistapahtumat, jotka olivat makkaran grillaus, lasten piste, musiikkiesitykset, palosammutusnäytökset sekä kahvila. Haastattelija halusi määritellä erikseen lähiruokatorin oheistapahtumat, sillä Kukkiva Suurpellossa oli paljon muitakin aktiviteetteja, jotka olisi voitu käsittää myös lähiruokatorin aktiviteeteiksi.

Yleinen tunnelma haastatteliijoilta oli erittäin positiivinen. Lähiruokatoritapahtuma koettiin todella hyvänä, ja muutamalta haastateltavalta asukkaalta tuli esiin se, että Suurpellossa ei ole muita palveluita vielä, jolloin toritapahtuma on todella tervetullut. Muutama asukas sanoi sitä, että kerrankin alueella on jotakin elämää ja tapahtumaa ja samalla voi tavata naapureitaan ja viettää lauantaipäivää. Positiivisena koettiin myös se, että toritapahtuma järjestettiin omalla asuinalueella, jolloin ei tarvitse matkustaa minnekään, vaan paikan päälle pääsi kävel-

len. Lähiruokatorin oheistapahtumat koettiin todella miellyttävinä, ja haastateltavien mielestä ne toivat toriin hyvän lisäpalvelun. Erittäin innoissaan oltiin makkaran grillauksesta, ja siitä kun makkaraa sai ilmaiseksi. Asukkaat kehuivat myös sitä, että toritapahtuma oli hyvin monipuolinen ja ohjelmaa koettiin olevan tarjolla kaikille. Kahvilapalvelu koettiin todella hyvänä, ja se, että kahvilan edessä oli varattuna istumapaikkoja kahvilan asiakkaille. Se sai asukkaat myös viettämään enemmän aikaa torilla. Lähiruokatoritapahtuma koettiin kokonaisuudessaan sopivan teemana Suurpeltoon, kun alueella korostetaan ekologisuutta ja ympäristöystävällisyyttä.

Oheistapahtumien kehitysideoissa kävikin ilmi, että oheistapahtumien haluttiin liittyvän ja keskittyvän lähiruokateemaan. Myyntipisteisiin toivottiin enemmän luomukasviksia myyntiin sekä yhtenä toivomuksena oli puutarha- tai parvekekasvien myynti. Lasten piste koettiin hyväksi ideaksi, mutta jatkokehitykseksi ehdotettiin isompaa pistettä lapsille, joka voisi olla rajattu tarkemmin, jolloin vanhemmat voisivat tehdä ruokaostokset rauhassa lasten askarrellessa ja leikkiessä lapsille tarkoitetulla pisteellä. Toteutettu lapsipiste oli kahden pöydän alueella, jossa oli neljä työntekijää. Toisessa pöydässä askarreltiin Äitienpäiväksi kukkia ja kortteja ja toisella pöydällä tehtiin kasvomaalauksia. Myös miehille toivottiin omaa ohjelmaa, kun koettiin, että lapsille oli askartelua ja naisille ruokaostoksia. Kuitenkin makkaranpaisto koettiin hyvänä oheistapahtumana miehille. Makkaranpaistolle toivottiin kasvisvaihtoehtoa. Lisäksi kehitysideaksi nousi nuorille suunnatut oheistapahtumat. Musiikkiesitykset koettiin erittäin positiiviseksi tunnelman luojaksi sekä myös palosammutusnäytökset, mutta kuitenkin toivottiin jotakin erityisesti nuorille suunnattua ohjelmaa.

Tulevaisuutta miettien melkein jokaisen haastateltavan mielestä lähiruokatoritapahtuma toivottiin järjestettävän uudelleen. Ainoastaan yksi haastateltava 20 haastateltavasta oli sitä mieltä, että lähiruokatoritapahtuman järjestäminen ei ole välttämättömyys. Muutama haastateltavista kuuluivat Suurpelto seuraan ja he kertoivat, että suunnitelmana olisi, että perinteistä Espoo-päivää vietettäisiin melko samankaltaisena tapahtumana kuin Kukkiva Suurpelto-tapahtumaa. Yleisenä toteamuksena nousi esille se, että lähiruokatoritapahtumalle olisi asukkaiden mielestä kysyntää. Taulukossa 7 on lueteltuna vielä erikseen asukkailta saadut kommentit toritapahtumasta sekä torin oheistapahtumista sekä asukkailta saadut kehitysideat.

Kommentit	Kehitysideat
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Positiivinen kuva toritapahtumasta</li> <li>- Tervetullut (ei muita palveluita, ei elämää alueella)</li> <li>- Saavutettavuus, lähellä kotia</li> <li>- Oheistapahtumat hyvä lisäpalvelu</li> <li>- Makkaran grillaus koettiin erittäin positiivisena, ilmainen</li> <li>- Monipuolisuus</li> <li>- Kahvila sekä istuinpaikat hyvä</li> <li>- Toivottiin uudelleen järjestämistä</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oheistapahtumien keskittyminen lähiruokateemaan</li> <li>- Torimyyntiin lisää luomukasviksia</li> <li>- Puutarha- tai parvekekasvien myynti</li> <li>- Lasten piste suurempi ja rajattu alue</li> <li>- Miehillä omaa ohjelmaa oheistapahtumiksi</li> <li>- Nuorille suunnattuja oheistapahtumia</li> <li>- Makkaranpaistolle kasvisvaihtoehto</li> </ul>

Taulukko 6: Teemahaastatteluista saadut kommentit ja kehitysideat

### 5.5.2 Benchmarking

Benchmarking on menetelmä, jonka tarkoituksena on tutkia ja vertailla toisten toimintaa. Yleisesti ottaen benchmarkingissa vertaillaan menestyviä organisaatioita, tutkitaan niiden toimintatapoja ja pyritään oppimaan niistä ja hyödyntämään opittua omassa toiminnassa. Vertailtavana kohteena voi olla esimerkiksi saman alan kilpailevat organisaatiot, toisen alan organisaatiot tai oman organisaation muut osastot. Oman toiminnan vertaaminen toisen toimintaan voi edistää yrityksen kilpailuasemaa sekä tiedostamista siitä, mitkä yrityksen alueet tai toiminnot kaipaavat kehitystä. Vertailu selkeyttää oman toiminnan tasoa muihin verrattuna sekä tietoisuus kilpailevien yritysten toiminta-asetuksista usein kasvattaa motivaatiota kehittyä. (Ojasalo ym. 2009, 163-164; Cook 2008, 127-128.)

Ennen benchmarkingin toteutusta on tärkeää määritellä vertailun kohde. Ennen toteutusta täytyy tehdä perusteellinen pohjustustyö. Ensimmäinen täytyy määritellä kehittämistä vaativa kohde, jonka jälkeen kohteelle etsitään vertailukumppani, joka voi esimerkiksi olla kilpaileva yritys. Tämän jälkeen kerätään pohjatietoa vertailukohteesta, jonka jälkeen voidaan toteuttaa esimerkiksi tutustumiskäynti kohteeseen. (Cook 2008, 127-128.)

Työssä tehtiin benchmarkingia vasta palvelumuotoiluprosessin arviointivaiheessa, kun Suurpellon lähiruokatoritapahtuma oli jo valmiiksi suunniteltu ja toteutettu. Benchmarkingin toteutukset tehtiin juuri ennen tapahtumaa ja sen jälkeen, koska koettiin, että niin pystyttiin tekemään paremmin arviointia, kun toripilotti oli jo suunniteltu ja toteutettu. Koettiin, että näin benchmarkingissa saatiin suurin hyöty, kun ensimmäinen lähiruokatoritapahtuma oli jo suunniteltu valmiiksi ja kaikki oli selkeää, mitä tapahtuma sisälsi. Ensimmäinen benchmarking toteutus tehtiin muutama päivä ennen Suurpellon toritapahtuman toteutusta, mutta silloin kaikki päätökset oli jo tehty, joten benchmarking ei vaikuttanut enää Suurpellon lähiruokato-

ritapahtuman toteutukseen. Toinen benchmarking-toteutus tehtiin kesän 2012 aikana. Työn benchmarkingin tavoitteena oli saada hyviä kehitysideoita tulevaisuudessa järjestettäville Suurpellon lähiruokatoritapahtumille. Kukkiva Suurpelto tapahtuman ohessa järjestetyssä lähiruokatoritapahtumassa ei ollut resursseja toteuttaa montaa oheistapahtumaa, koska itse lähiruokatori järjestettiin ikään kuin Kukkiva Suurpelto tapahtuman oheistapahtumana. Tämän takia kehitysideat toivottiin toteutettavan seuraavissa toritapahtumissa. Benchmarkingia toteutettiin kahdessa eri ruokatori- ja toritapahtumassa. Benchmarkingin kohteena olivat toritapahtumien oheistapahtumat, minkä takia vertailua tehtiin myös toritapahtumissa, joissa ei ollut ruokatorimyyntiä.

Ensimmäinen benchmarking toteutettiin Viherlaakso-päivän Toritapahtumassa keskiviikkona 9.5.2012. Toritapahtuma järjestettiin illalla kello 17-19 välisenä aikana. Viherlaakso-päivän Toritapahtuma on vuosittain järjestettävä tapahtuma, jossa järjestetään paljon ohjelmaa yleisölle (Viherlaaksolaiset ry 2012). Menetelmän toteuttaja sai idean toteutukselle Länsiväylän mukana tulleesta tapahtuman tiedotteesta. Lisäksi Viherlaaksossa olevalle kävelysillalle oli ripustettu tapahtuman viikon ajaksi iso lakana kyltiksi Viherlaakso-päivästä, jotta se pysyisi asukkaiden muistissa. Tapahtumassa oli paljon ohjelmaa, kuten tanssi- ja lauluesityksiä, arpajaisia, lättöjen paistoa partiolaisseuran johdolla, kirpputori sekä hyväntekeväisyyskävely. Mukana tapahtumassa oli monia eri yhdistyksiä, kuten partiolaiset, Lions Club Espoo, Lähetyspiiri, Ilmastoinfo. Tapahtuman järjestivät alueen yritykset ja yhteisöt sekä Viherlaaksolaiset ry (Viherlaakso-päivä esite 2012). Hyväntekeväisyyskävelyn ideana oli se, että osallistumisesta maksettiin osallistumismaksu, joka lahjoitettiin hyväntekeväisyyteen, jonka kohteen Lions Club Espoo oli määrittänyt. Tapahtumassa oli paljon aktiviteettia lapsille, kuten lättöjen paistoa, ryhmäleikkejä sekä esityksiä. Lisäksi lapsille jaettiin ilmapalloja, joka oli tapahtuman suuri hitti lasten keskuudessa. Esitykset pidettiin torin keskellä kadun tasolla ilman lavaa, jonka eteen oli aseteltu penkkejä istumista varten. Huonona puolena havaittiin se, että esitykset eivät kuuluneet kovin hyvin, koska äänentoisto ei ollut riittävää tapahtuma-alueelle. Huonoksi puoleksi koettiin myös se, että toritapahtuma ei vaikuttanut niin yhtenäiseltä, kun pisteet oli aseteltu melko kauaksi toisistaan. Lisäksi toritapahtuma oli ulkona, joten jos sää olisi ollut huono ja olisi satanut, olisi se saattanut vaikuttaa kävijämäärään.

Toinen benchmarking toteutettiin lauantaina 26.5.2012 Espoossa sijaitsevan Tapiolan maalaismarkkinoilla. Maalaismarkkinat toteutettiin Tapiolan kulttuuriaukiolla päivällä kello 9-17 välisenä aikana. Maalaismarkkinoilla oli mukana noin 150 myyjää, jotka myivät omatekoisia tuotteita. Maalaismarkkinat järjestetään Tapiolassa keväisin sekä syksyisin, kaksi kertaa vuodessa (Tapiolan liikekeskus). Maalaismarkkinat painottuivat elintarvikkeiden myyntiin, joten oheistapahtumia ei maalaismarkkinoilla ollut paljon. Maalaismarkkinoiden oheistapahtumana oli politiikkojen esiintyminen sekä musiikin soiminen taustalla. Poliitikot olivat puolueineen markkinoilla kertomassa toiminnastaan. Tunnelma markkinoilla oli erittäin hyvä, mutta oheis-

tapahtumien osalta tarjonta maalaismarkkinoilla oli vähäistä, joten vertailu ja kehitysideoiden kerääminen toisen benchmarkingin kohteesta ei ollut tehokasta. Alla olevassa taulukossa (taulukko 8) on lueteltuna benchmarkingin kohteina olevista toritapahtumista saadut kehitysideat sekä niissä havaitut huonot puolet.

Kehitysideat	Huonot puolet
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Yhdistysten mukaan saaminen, esim. partiolaiset paistamaan lettuja/makkaraa</li> <li>- poliitikkojen esiintyminen</li> <li>- Ilmapallojen jako lapsille</li> <li>- Istumapaikat katsomoksi esityksille</li> <li>- Mainonta isolla kyltillä alueella edellisen viikon ajan, kun tapahtuma järjestetään</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ei katosta, säävaraus</li> <li>- Ei yhtenäinen tila</li> <li>- Ei ruokatoria</li> <li>- liian vähän oheistapahtumia (Tapiola)</li> </ul>

Taulukko 7: Benchmarkingin kohteista saadut kehitysideat sekä kohteiden huonot puolet

## 6 Kehittämishankkeen eteneminen ja arviointi

Kehittämishankkeen käytännön toteutukset ja toiminnalliset osuudet olivat suuressa painoarvossa koko työn aikana. Kehittämishankkeen eteneminen ja arviointi -kappaleessa on selostettu kehittämishankkeen aikana tehdyt toiminnot ja niiden seuraukset. Lisäksi kehittämishankkeesta on tehty arviointia, josta on kerrottu kappaleessa 6.2. Hankkeesta on annettu myös kehittämisehdotuksia, joita toivotaan hyödynnettävän seuraavissa toritapahtumien toteutuksissa.

### 6.1 Kehittämishankkeen eteneminen

Toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistyvät toiminnallisuus sekä tutkimuksellisuus. Toiminnallisen osuuden prosessinäkökulma on tuotava lukijalle esiin tekstiin. Vilkkaan ja Airaksisen mukaan hyvä keino on kirjoittaa muistioita tai päiväkirjaa koko prosessin ajan, jotta koko prosessin aikana tehdyt päätökset sekä toimenpiteet pysyvät muistissa tekijälle. (Vilkas & Airaksinen 2004, 19-20.)

Työn toiminnallisella osuudella oli suuri merkitys lähiruokatoritapahtuman ja etenkin oheistapahtumien menestykselle. Lähiruokatoritapahtuman järjestäminen vaati paljon työtä, sekä yhteistyötä eri toimijoiden sekä suunnittelutiimin kesken. Lähiruokatorin oheistapahtumista vastasi lähiruokatorin oheistapahtumien kehittäjä. Lähiruokatorikonseptin kehittäjänä toimi siitä opinnäytetyötä tekevä opiskelija. Lisäksi toimeksiantajan yhteyshenkilönä toimiva opettaja oli mukana toritapahtuman suunnittelussa ja kehittämisessä. Aiheeseen paneutuivat

myös kaksi viiden hengen opiskelijaryhmää, jotka kehittivät lähiruokatoria teoreettisesta näkökulmasta, sekä osallistuivat myös toteutukseen. Päätöksistä, palavereista sekä kaikista järjestelyistä pidettiin muistiota, jotta kaikki päätökset Vilkkaan ja Airaksisen neuvojen mukaan pysyisivät muistissa. Päätöksien tekemiseen osallistui myös Koului-hankkeen projektipäällikkö sekä Seulon toimitusjohtaja. Seuraavassa kuviossa (kuvio 10) on tiivistetty kehittämiss-hankkeen etenemistä viikkotasolla, jossa on kuvattuna toritapahtumaa varten tehdyt järjestelyt, päätökset sekä kokoukset. Kuvioon on lisätty myös opinnäytetyössä käytetyn palvelumuotoilun prosessimallin vaiheet.



Kuvio 10: Kehittämishankkeen eteneminen



Kehittämishankkeen määrittelyvaiheessa saatiin lähtökohdat työlle ja perehdyttiin aiheeseen aiheanalyysin sekä tutkimussuunnitelman kautta. Tutkimusvaiheessa päädyttiin laatimaan kysely Suurpellon alueen asukkaille, jonka tavoitteena oli kerätä asukkaiden toiveita ja ideoita lähiruokatorin oheistapahtumille. Kyselyn toteutus tehtiin Pitkät Pellavat -tapahtumassa Suurpellossa 8.3.2012. Tutkimusvaiheessa sekä läpi koko kehittämishankkeen toteutettiin osallistuvaa havainnointia. Havainnoinnin avulla kerättiin myös tietoa asukkaista, jota hyödynnettiin asiakasprofiilien sekä palvelupolkujen luomisessa.

Kyselyn vastaajien vähäisyyden vuoksi päädyttiin keräämään asukkaiden toiveita uudella tavalla. Toteutus järjestettiin Tuoreudesta Elinvoimaa työpajassa 29.3.2012, jossa oheistapahtumien ideointia toteutettiin aivoriihen ja 8x8-menetelmän yhdistetyllä toteutuksella. Työpajaan ei osallistunut montaa asukasta, jonka vuoksi ideointia päädyttiin tekemään useimpina kertoina. 8x8-menetelmän ja aivoriihen yhdistetty ideointimenetelmä osoittautui hyvin tehokkaaksi tavaksi kerätä asukkailta ideoita oheistapahtumiksi. Ideointia päädyttiin tekemään suunnitteluvaiheessa, jolloin opinnäytetyön tekijä laati myös asiakasprofiilit ja palvelupolut. Ideoinnin aikana toteuttaja pystyi tekemään myös havainnointia, jonka tuloksia hyödynnettiin asiakasprofiileissa ja palvelupoluissa.

Suunnitteluvaiheessa tavattiin myös lähiruokatorin suunnittelutiimin kesken, johon kuului tämän opinnäytetyön tekijän lisäksi lähiruokatorikonseptia työstävä opinnäytetyöntekijä, Koulii-hankkeen yhteyshenkilö sekä Seulon toimitusjohtaja. Lisäksi suunnittelupalavereihin osallistui Laurean restonomiopiskelijoiden projektitöiden vastuhenkilö. Suunnittelutiimi teki yhdessä päätöksiä, mutta suurin vastuu ja järjestelyt olivat lähiruokatorikonseptin suunnittelijalla sekä oheistapahtumien suunnittelijalla. Suunnittelupalavereissa tehtiin tilannekartoitusta kaikkien toimijoiden osalta sekä päätettiin lähiruokatoriin liitettävät tapahtumat, joita ideoitiin asukkaiden kanssa. Lisäksi suunnittelutiimin kesken päätettiin myös lähiruokatorin tuottajat. Suunnittelupalavereissa jaettiin myös vastualueet sekä jokaisen henkilön työtehtävät toritapahtuman järjestelyitä varten. Suunnittelupalavereissa pohdittiin myös mahdollisia sponsorointiavustuksia, joita oheistapahtumien järjestäjä selvitti. Suunnitteluvaiheessa sponsorijat, tuottajat sekä oheistapahtumat täytyi selvittää, sillä jokaisen tapahtumassa mukana olleen yrityksen logot täytyi lähettää Koulii-hankkeen markkinointivastaavalle tapahtuman mainosta varten. Mainos lähiruokatorista sekä oheistapahtumista yhdistettiin Kukkiva Suurpelto tapahtuman mainokseen. Lähiruokatorin kehittäjät saivat vaikuttaa mainokseen ehdottamalla, mitä lähiruokatorista ja oheistapahtumista täytyisi tuoda esille. Lisäksi mainontaa tehtiin myös sosiaalisessa mediassa, johon lähiruokatoritapahtuman järjestäjät saivat kirjoittaa omia kommenttejaan ja mainostaa itse tapahtumaa. Mainos on liitteissä (liite 2). Yleisötapahtumaa varten täytyy hoitaa lupa-asiat viranomaisten kanssa ja lähiruokatorin ja oheistapahtumien järjestäjien vastuulle jäi elintarvikelupa-asioiden hoitaminen. Koulii-

hankkeen projektipäälliköt hoitivat muut tapahtumaluvat. Tapahtumaluvista on kerrottu kapaleessa 3.2.2.

Toteutusvaiheessa tehtiin hankintoja ja järjestelyjä, kuten kylttien laatimiset ennen tapahtumapäivää sekä järjestettiin vielä viime hetken palavereita. Toritapahtumassa mukana olleille yrityksille ilmoitettiin vielä tarkat tapahtuma-ajat ja varmistettiin, että kaikki oli heille selkeää. Ennen tapahtumapäivää oheistapahtumien järjestäjä toteutti ensimmäisen benchmarking-toteutuksen Viherlaakson Toritapahtumassa 9.5.2012. Tapahtumapäivänä opinnäytetyön laatija toteutti myös muiden työtehtävien lomassa teemahaastattelua asukkaille, jonka tavoitteena oli kerätä palautetta ja kehitysideoita torin oheistapahtumille.

Työn arviointivaiheessa paneuduttiin kiitosten tekemiseen kaikille toritapahtumassa mukana olleille henkilöille sekä yhteistyökumppaneille. Arviointivaiheessa järjestettiin myös palautepalaveri 21.5.2012 Koulii-hankkeen toimesta, jossa kaikki tapahtumassa mukana olleet kertoivat omat kokemuksensa tapahtumasta sekä antoivat palautetta ja kehitysideoita tulevaisuutta ajatellen. Lisäksi lähiruokatoritapahtuman kehittäjät kävivät Koulii-hankkeen ohjausryhmän arviointikokouksessa 22.5.2012 kertomassa oppimiskokemuksensa hankkeesta. Arviointivaiheessa opinnäytetyön laatija toteutti myös toisen benchmarking-toteutuksen Tapiolan Maa-laismarkkinoilla 26.5.2012.

Kehittämishanke eteni Juha Tuulaniemen luoman palvelumuotoilun prosessin mukaisesti, mutta kuitenkin useasti hankkeen aikana jouduttiin palaamaan edelliseen vaiheeseen. Etenkin hankkeen tutkimus- ja suunnitteluvaiheiden menetelmien käytöt menivät ristiin. Lisäksi arviointivaiheeseen kuuluvaa benchmarkingia tehtiin jo hankkeen toteutusvaiheessa, kun kaikki päätökset oli jo tehty toritapahtumaa varten. Tuulaniemen mukaan palvelumuotoilun prosessimallia voidaan kuitenkin soveltaa omanlaiseksi jokaisen palvelun kehittämisen kohdalla ta-pauskohtaisesti (Tuulaniemi 2011, 126). Vaiheiden jokainen menetelmä kuitenkin tuki kehittämishanketta ja tulosta, sillä jokainen menetelmä toteutettiin saman päämäärän vuoksi. Päämääränä oli toteuttaa asiakaslähtöisiä tapahtumia lähiruokatorin yhteyteen.

## 6.2 Arviointi kehittämishankkeesta

Kehittämishankkeen käytännön työ ja prosessin kokonaisuus sujui pääosin hyvin. Hankkeen käytännön työn aloitus jäi liian myöhäiselle vaiheelle, minkä takia torin oheistapahtumien kehittäjän kokonaiskuva hankkeesta selkeni melko myöhäisessä vaiheessa. Toritapahtuman suunnittelutiimissä oli paljon ihmisiä mukana, mikä vaikeutti vastuun ottamista ja sen jakamista kaikille tasaisesti. Hankkeen alussa jokaisella hankkeessa mukana olevalla oli paljon innovatiivisia ideoita ja innostusta. Vastuu käytännön järjestelyistä ja organisoinnista jäi kuitenkin toritapahtuman kehittäjille. Tämä kuitenkin edesauttoi luovaa ja itsenäistä työskente-

lyä ja torin kehittäjillä oli melko vapaat kädet tapahtuman toteutuksessa, mikä toi paljon vastuuta sekä myös innokasta oppimista hankkeeseen.

Vastuun jakamisen lisäksi hankkeessa mukana olleiden ihmisten paljous hankaloitti myös kommunikointia. Hankkeen määrittely- ja tutkimusvaiheessa oli monia haasteita, sillä jokaiselle hankkeessa mukana olevalle käytännön vastuualueet ja toteutuksen todellinen suuruus oli epäselvää. Palvelumuotoilussa on kuitenkin oleellista, että kehittämistyössä on monia tekijöitä, jolloin työskentely on innovatiivisempaa. Ensimmäinen yhteinen suunnittelupalaveri järjestettiin vasta hankkeen suunnitteluvaiheessa, mikä jälkikäteen ajatellen oli liian myöhäisessä vaiheessa. Tämän takia todellinen ideointi asukkaiden kanssa toteutettiin melko myöhäisessä vaiheessa. Toisaalta ideoinnin toteutuksen ajankohta oli järkevämpää toteuttaa vasta silloin, kun torin oheistapahtuman kehittäjälle hankkeen kokonaiskuva oli selvennyt. Toisin sanoen toritapahtuman kehittäjät tarvitsivat oman aikansa tehdäksään perusteellista pohjatyötä hankkeesta. Lisäksi suuri vastuu käytännön järjestelyistä antoivat toritapahtuman kehittäjille paremman kuvan hankkeen prosessista ja siihen vaadittavista toiminnoista.

Suurpellon asukkaiden vähäisyys esittäytyi suureksi haasteeksi oheistapahtumien ideoimisen kannalta. Oheistapahtumien haluttiin olevan asiakaslähtöisiä, joten ideointia haluttiin toteuttaa Suurpellon asukkaiden kanssa. Suurpellon asukasluku vuoden 2012 toukokuussa oli 1100 asukasta (Weckström 2012). Asukkaiden saaminen oheistapahtumien ideointiin mukaan asetettiin suureksi haasteeksi, mikä vaikutti taas siihen, että ideointia toteutettiin hankkeen hyvin myöhäisessä vaiheessa. Jälkikäteen ajatellen, jos ideointi olisi pystytty toteuttamaan aikaisemmassa vaiheessa, olisi oheistapahtumia voinut myös toteuttaa mahdollisesti enemmän. Suurimman haasteen ideoimiselle asukkaiden kanssa loi se, että Suurpellon alueella ei ole palveluita. Suurpellossa ei ollut esimerkiksi ruokakauppaa tai muuta vastaavaa, missä ideoinnin toteuttaja olisi voinut tavata asukkaita. Ensimmäisellä ideointikerralla, joka järjestettiin Tuoreudesta Elinvoimaa -työpajassa Suurpellossa, ideointia tehtiin ainoastaan yhden asukkaan kanssa. Tämä loi haasteita oheistapahtumien kehittäjälle, mutta toisaalta haasteet opettivat myös innovatiiviseen sekä kärsivälliseen ajattelutapaan. Lopulta ideointia tehtiin 12 asukkaan kanssa, mikä osoittautui sopivaksi määräksi ja ideoita oheistapahtumille saatiin runsaasti.

Haasteita tuova tekijä hankkeessa oli myös se, että toritapahtuma järjestettiin Kukkiva Suurpelto -tapahtuman yhteydessä. Se asetti toritapahtumalle rajoja oheistapahtumien järjestämisen kannalta. Oheistapahtumien ideointi asukkaiden kanssa sujui erittäin hyvin lukuun ottamatta alkuvaiheen ongelmia asukkaiden vähäisyydestä. Oheistapahtumien kehittäjä joutui karsimaan kuitenkin asukkaiden ideoita oheistapahtumista sen vuoksi, että tapahtumapäivänä Suurpellolla oli niin paljon muutakin aktiviteettia. Oheistapahtumien vähäisyyteen vaikutti

myös tapahtuma-aika sekä resurssien vähäisyys. Oheistapahtumien toteutusta varten ei ollut rahallista tukea, minkä takia sponsorointia käytettiin hyväksi.

Suuren vastuun saaminen toritapahtuman toteutuksesta sekä käytännön järjestelyiden organisointi opetti sekä kehitti organisointikykyjä. Toritapahtuman järjestäminen ja sen kehittämässä mukana oleminen alusta asti antoi toritapahtuman kehittäjälle täydellisen kokonaiskuvan siitä, mitä järjestelyjä ja organisointia toritapahtuma todellisuudessa vaatii. Koulii-hanke antoi lisäksi paljon päätäntävaltaa oheistapahtumien järjestämisestä, mikä kasvatti kehittäjän motivaatiota tapahtuman onnistumisesta. Hankkeen aikana opinnäytetyöraportin työstäminen ja käytännön tekemisen yhteys selkeni sekä rutinoitui opinnäytetyön tekijälle. Päiväkirjan kirjoittaminen käytännön toimista osoittautui hyväksi muistiinpanomenetelmäksi, sillä organisointia ja käytännön järjestelyjä oli paljon etenkin juuri ennen toritapahtuman toteutusta. Näin tekijällä pysyi muistissa kaikki käytännön toiminnot sekä se, missä järjestyksessä toiminnot täytyi tehdä.

Lähiuokatorin oheistapahtumien toteutus jäi suunniteltua pienimmiksi, mihin vaikutti suuressa määrin Kukkiva Suurpelto -tapahtuman päällekkäisyys ja sen asettamat resurssit. Tapahtuma keskittyi kuitenkin pääosin Lukutorille, missä lähiuokatori ja sen oheistapahtumat järjestettiin. Tämä jo itsessään antoi toritapahtuman kehittäjille positiivisen kuvan toritapahtuman vastaanotosta asukkaiden keskuudessa. Lisäksi teemahaastattelun muodossa tehty palautteen keruu asukkailta oli kaikin puolin positiivista, mikä antoi onnistumisen tunteen koko kehittämishankkeesta.

### 6.3 Kehittämisehdotukset

Kehittämishankkeen toteutus- ja arviointivaiheessa kerättiin kehitysideoita teemahaastattelun sekä benchmarkingin muodoissa. Kehitysideoiden kerääminen benchmarking-menetelmällä osoittautui kuitenkin haastavaksi. Toritapahtumia ei järjestetty montaa vuoden 2012 kesällä ja resurssien puutteiden vuoksi benchmarkingia ei pystytty toteuttamaan kuin kahdessa eri toritapahtumassa. Näistä kahdesta toritapahtumasta saatiin kuitenkin hyviä kehitysideoita. Kehittämishankkeen toteutusvaiheen teemahaastattelusta nähtiin kuitenkin olevan enemmän hyötyä hankkeelle ja tämän takia benchmarking-toteutusten vähäisyys ei vaikuttanut hankkeen lopputulokseen tai kehittämisehdotusten lopulliseen määrään. Seuraavassa taulukossa (taulukko 9) on kasattuna vielä yhteenvedoksi sekä teemahaastattelusta että benchmarking-toteutuksista kerätyt kehitysideat sekä myös kehittämishankkeen aikana esiin nousseet kehittämiskohteet hankkeesta ja sen etenemisestä.

<p>Oheistapahtumien sisältö:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eri yhdistysten toiminnan esittely</li> <li>• Poliitikkojen/ julkisuuden henkilöiden esitykset</li> <li>• Lapsille ja nuorille omaa ohjelmaa, esim. ilmapallojen jako lapsille, ponijaelu</li> <li>• Eläimiä torilla</li> <li>• Miehille omaa ohjelmaa</li> <li>• Liikuntaan liittyvää toimintaa, aktiviteetit</li> <li>• Musiikin tärkeys, tunnelman luoja</li> </ul>	<p>Hankkeen aikana esiin nousseet kohdat:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisoinnin tärkeys, kuka vastuussa mistäkin -&gt; selkeä tehtäväjako alusta alkaen</li> <li>• Kommunikointi toimijoiden kesken tehokkaampaa, epäselvyyksiltä välttyminen</li> <li>• Tapahtumien järjestämisen lupasasioiden selvittäminen heti alussa</li> <li>• Tarkka ja selkeä aikataulutus</li> <li>• Opinnäytetyön tekijän käytännön toiminnan ja raportin kirjoittamisen kiinteämpi yhteys</li> </ul>
<p>Teema:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lähiruokaan liittyvät oheistapahtumat</li> <li>• Kasvisruoat</li> <li>• Teemojen vaihtelevuus vuodenaikojen mukaan</li> </ul>	
<p>Muuta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Istumapaikkojen tärkeys</li> <li>• Opasteiden ja mainonnan tärkeys</li> <li>• Enemmän kasviksia sekä puutarhakasveja myyntiin</li> <li>• Torimyynnin lisääminen yleensä</li> </ul>	

Taulukko 8: Oheistapahtumien sekä hankkeen etenemisen kehittämisehdotukset

Lähiruokatorin oheistapahtumiksi toivottiin erilaisten yhdistysten esittelyä sekä julkisten henkilöiden ja poliitikkojen esityksiä. Lapsille, miehille ja etenkin nuorille toivottiin omaa ohjelmaa. Lapsille toivottiin eläinten esittelyä, muun muassa maatalaeläimiä sekä ponijaelua. Liikuntaan liittyvät oheistapahtumat koettiin mielekkäinä oheistapahtumina ja myös benchmarking-toteutuksesta liikuntaan liittyvät oheistapahtumat nousivat esille. Muun muassa yhdessä suoritettava lenkkeily nousi yhtenä ideana jo ideointivaiheessakin sekä myös benchmarkingissa. Musiikki nousi myös vahvasti esille, sillä musiikki koettiin tuovan tunnelmaa torielämään. Oheistapahtumien teemoiksi toivottiin lähiruokaan liittyviä teemoja ja yhtenä ideana nousi vuodenaikojen näkyminen teemoissa. Toritapahtumaa toivottiin järjestettävän useamminkin kuin kerran vuodessa, jolloin vuodenaikoja voitaisiin hyödyntää. Opasteiden, mainonnan sekä istumapaikkojen tärkeys nousi kehittämishankkeen aikana vahvasti esille. Opasteiden sekä

mainonnan avulla asiakkaat tietävät, mitä oheistapahtumia torilla on sekä missä ne sijaitsevat etenkin, jos tapahtuma-alue on suuri. Positiivisena kehittämisisideana koettiin toive toritapahtuman kasvamisesta. Asukkaat toivoivat lisää myyntiä torille sekä enemmän oheistapahtumia. Tämä antaa kuvaa siitä, että toritapahtuma koettiin mielekkäänä tapahtumana ja että sille olisi kysyntää Suurpellon alueella.

Kehittämishankkeen organisoinnin ja suunnittelun tärkeys nousi vahvasti esille koko hankkeen etenemisen ajan. Vastuualueiden jako ja organisointi olisi täytynyt tehdä kehittämishankkeessa jo aikaisemmassa vaiheessa. Tällöin hankkeessa olisi välttytty epäselvyyksiltä. Myös aikataulun laatiminen on oleellista kehittämishankkeissa. Joustamiseen täytyy kuitenkin varautua ja aikataulut elävät suurissa hankkeissa, mutta tämän kehittämishankkeen käytännön toteutuksista olisi voitu laatia tarkempi aikataulu. Muun muassa lupa-asioiden selvittämistä olisi voitu tehdä jo aikaisemmassa vaiheessa hankkeessa. Torin oheistapahtumien lupa-asiat hoituivat Koulii-hankkeen kautta, mutta silti niiden selvittäminen olisi voitu toteuttaa aikaisemmassa vaiheessa. Kommunikointi toimijoiden välillä on myös erittäin oleellista suurissa kehittämishankkeissa. Tällöin hankkeen tavoite ja tarkoitus olisi mahdollisesti selkeytynyt jokaiselle hankkeessa mukana olevalle toimijalle alusta alkaen sekä myös jokaisen toimijan vastuun laajuus. Tiimipalavereiden järjestäminen alussa tiheästi on tämän vuoksi tärkeää. Kiireiden vuoksi tämä ei kuitenkaan ollut hankkeessa mahdollista. Opinnäytetyön tekijä olisi voinut myös yhdistää kiinteämmin ja tehokkaammin raportin kirjoittamista ja käytännön toteutusta toisiinsa. Usein yhteys toteutui vasta käytännön toimimisen jälkeen, jolloin opinnäytetyön tekijä ymmärsi teorian yhteyden toteutukseen vasta sen toteutumisen jälkeen. Tässä aikataulutuksen tärkeys nousee myös vahvasti esille, sillä raportin kirjoittaminen ja käytännön toteutus kulki koko hankkeen aikana käsi kädessä.

## 7 Johtopäätökset

Työn tarkoituksena oli ideoida ja toteuttaa tapahtumia Suurpeltoon järjestettävän lähiruokatorin yhteyteen. Lähiruokatori-idean on alun perin tuonut esille Suurpellon asukas, joten lähiruokatori järjestettiin todellisen kysynnän vuoksi. Tapahtumien tarkoituksena oli tuoda viihtyvyyttä sekä lisäksiinnikettä toritapahtumaan. Tavoitteena oli kasvattaa Suurpellon lähiruokatorin viihtyvyyttä tapahtumien avulla. Lähiruokatori ja sen oheistapahtumat järjestettiin Suurpellossa 12.5.2012 Kukkiva Suurpelto -tapahtuman yhteydessä. Toritapahtuma pyrittiin järjestämään mahdollisemman asiakaslähtöiseksi, joten työssä päädyttiin hyödyntämään palvelumuotoilua. Kehittämishankkeessa hyödynnettiin lukuisia eri menetelmiä, joiden avulla saatiin lisätietoa toritapahtuman kohderyhmästä, eli Suurpellon asukkaista ja heidän kautta saatiin kehitysideoita lähiruokatorin tapahtumille.

Haasteeksi opinnäytetyön tavoitteessa esiintyi se, että toritapahtumaa ei ollut aikaisemmin järjestetty Suurpellossa. Aikaisempaa vertailukohdetta toritapahtumalle ei siis ollut, jolloin kiinnostavuuden kasvattamista tapahtumien avulla oli mahdotonta tutkia. Opinnäytetyön tarkoituksena oli kuitenkin kehittää lähiruokatorikonseptia tapahtumilla ja tarkoituksena oli tuoda viihtyvyyttä ja jotakin lisäkiinnikettä asukkaille toritapahtumaan. Toritapahtuma järjestettiin pilottimuodossa Suurpellossa ensimmäistä kertaa, jolloin tarkoituksena olisi, että kehittämisideoita hyödynnettäisiin tulevissa toritapahtumissa.

Tapahtumien avulla torista pyrittiin tekemään viihtyisämpi ja sellainen, missä asukkaat voivat viettää aikaa yhdessä. Kinnunen (2003, 10) kertoo palvelun muodostuvan ydinpalvelusta sekä sille lisäarvoa tuovista lisä- ja tukipalveluista. Lähiruokatorin oheistapahtumat ovat torin tukipalveluja, jotka eivät olleet välttämättömiä, mutta niiden avulla palveluun saatiin jokin lisäkiinnike. Toteutetut lähiruokatoriin liittyvät tapahtumat olivat makkaran grillaus, lapsipiste sekä kahvila. Lisäksi torin tapahtumina oli myös Suurpeltolaisen bändin esiintyminen sekä palosammutusnäytökset, jotka toteutettiin Koulii-hankkeen puolesta.

Palvelumuotoilun lukuisista prosessimalleista valittiin Juha Tuulaniemen luoma palvelumuotoilun prosessi. Prosessi koostui viidestä eri vaiheesta, joita soveltamalla työ eteni. Käytetyt menetelmät olivat käsitekartta, kysely, havainnointi, ideointimenetelmä, palvelupolku, asiakasprofiilit, teemahaastattelu sekä benchmarking. Satu Miettisen mukaan palvelumuotoilussa on kyse käyttäjälähtöisestä suunnittelusta, jossa palvelu nähdään käyttäjän silmin (2011, 49). Tapahtumat haluttiin suunnitella Suurpellon asukkaiden kanssa ja toteuttaa ne heidän toiveita ja tarpeita noudattaen. Tämän takia palvelumuotoilun menetelmistä valittiin ne, joita hyödyntämällä saatiin tuloksia asukkaiden todellisista mieltymyksistä lähiruokatoriin liittyvien tapahtumien suhteen.

Menetelmien toteuttaja otti yhteyttä Suurpellon asukkaisiin eri tavoin yrittämällä saada heitä mukaan etenkin ideointivaiheeseen. Palvelun kehittämisessä on tärkeää ottaa asiakas mukaan ideointiin, sillä asiakkaalla on suuri rooli itse palvelun toteutuksessa (Zeithaml, Bitner & Gremler 2006, 255). Tässä onnistuttiin hyvin haasteista huolimatta. Ideointia ja etenkin kartoitusta tapahtumien toiveista pyrittiin keräämään ensin kyselyn avulla, mikä ei tuottanut tulosta. Tämän takia päädyttiin asiakaslähtöisempään ideointimenetelmään, joka toteutettiin 8x8-menetelmän sekä aivoriihimenetelmän yhdistelmällä. Ideointia toteutettiin yhteensä 12 asukkaan kesken. Ideointimenetelmä koettiin erittäin tehokkaana tapana kerätä asukkailta tapahtumaideoita. Asukkaat saivat mahdollisuuden antaa innovatiivisesti ideoita ja ehdotuksia tapahtumille, jolloin kaikki ehdotukset otettiin myönteisesti vastaan.

Kehittämishankkeen aikana toteutettiin osallistuvaa havainnointia. Havainnointi sopii kehittämistehtäviin, joiden kohteena on yksilön toiminta ja vuorovaikutus toisten kanssa (Ojasalo

ym. 2009, 103). Havainnointia toteutettiin muun muassa ideoinnin aikana, jolloin kohteena olivat Suurpellon asukkaat. Tuloksia hyödynnettiin asiakasprofiilien sekä palvelupolkujen luomisessa, jolloin asiakasprofiilit perustuivat osittain Suurpellon asukkaisiin. Palvelupoluista oivallettiin kohtia, mitkä olivat tärkeitä oheistapahtumien kannalta. Palvelupolun tarkoituksena on tiedostaa palvelun puutteet ja hyödyt itse asiakkaan näkökulmasta (Stickdorn & Schneider 2010, 159). Palvelupoluista esiin nousseet kohdat olivat muun muassa opasteiden ja mainonnan tärkeys sekä oheistapahtumien koostuminen aktiviteeteista sekä kahvilatoiminnasta. Asiakasprofiilien ja palvelupolkujen luominen koettiin hyödyllisenä työn menetelmänä, sillä niiden avulla oheistapahtumia ja koko toritapahtumaa pystyttiin vielä muokkaamaan. Palvelupolkujen luoja asetti itsensä luomien asiakasprofiilien tilaan ja hahmotti tapahtumapäivän kulun asiakkaiden tilassa. Vaikka tapahtumapäivät palvelupoluissa olivat kuvitteellisia, niistä nousi esille näkökulmia, joita ei välttämättä muuten olisi tiedostettu. Esimerkiksi opasteiden ja kahvilan istumapaikkojen tärkeys nousi esille palvelupoluista, ja niihin paneuduttiin tapahtuman rakennuspäivänä. Asiakasprofiileja ja palvelupolkuja voidaan hyödyntää myös tulevaisuudessa järjestettävissä toritapahtumissa. Profiilien ja palvelupolkujen avulla voidaan suunnitella seuraavia Suurpellon toritapahtumia, sillä profiilit edustavat Suurpellon asukkaita. Näitä menetelmiä hyödyntämällä saadaan oheistapahtumista kohderyhmien toiveiden mukaisia ja toritapahtumaa voidaan kehittää asiakaslähtöisten aatteiden mukaisesti.

Teemahaastattelun avulla selvitettiin tapahtumapäivänä asukkaiden mielipiteitä toritapahtumasta ja etenkin oheistapahtumista. Teemahaastattelu päätettiin järjestää tapahtumapäivänä, koska asukkaita oli muuten vaikea tavoittaa. Lisäksi tapahtumapäivänä kokemukset torista olivat tuoreessa muistissa. Teemahaastattelussa haastateltavien valintaan on kiinnitettävä erityistä huomiota, koska haastattelujen määrä on yleensä niin pieni, että normaali otos ja siitä tehdyt arviot eivät ole välttämättä luotettavia (Kurkela). Haastattelutilanteet olivat lyhytkestoisia, koska haastateltavat kiertelivät tapahtuma-alueella, jolloin heillä ei ollut aikaa syventyä kunnolla keskusteluun haastattelijan kanssa. Tämän takia teemahaastattelusta saadut tulokset eivät olleet niin syvällisiä, kun ne olisivat voineet olla, mikäli haastattelu olisi toteutettu tapahtuman jälkeen. Resurssien puutteiden ja asukkaiden tavoitettavuuden vaikeuden vuoksi tämä ei ollut mahdollista. Teemahaastattelusta saadun palautteen perusteella toritapahtuma koettiin onnistuneena ja torin oheistapahtumat toivat asukkaiden mielestä lisäarvoa toriin. Asukkaat toivoivat, että myös seuraavissa toritapahtumissa oheistapahtumat pysyisivät lähiruokateeman sisällä. Teemahaastatteluista nousi esille myös kehitysideoita, joista päälimmäisinä nousi esille kahvilan ja istumapaikkojen tärkeys sekä nuorille ja lapsille suunnatut tapahtumat.

Torivertailua tehtiin benchmarking-menetelmällä kahdessa eri toritapahtumassa. Benchmarking-toteutuksista kerättiin hyviä kehitysideoita, vaikka toteutuksia oli ainoastaan kaksi. Benchmarkingin kohteista kerätyistä kehitysideoista nousi esille muun muassa eri yhdistysten



mukaan saaminen tapahtumaan sekä opasteiden tärkeys. Tuulaniemen laatiman palvelumuotoiluprosessin mukaan benchmarking kuuluu määrittelyvaiheeseen (2011, 138). Opinnäytetyön tekijä koki menetelmän sopivan kuitenkin vasta arviointivaiheeseen, jolloin vertailua pystyttiin tehokkaimmin hyödyntämään arvioinnissa sekä kehittämisehdotuksissa. Palvelumuotoilun tarkoituksena ei ole antaa yhtä tiettyä prosessimallia, jonka mukaan palvelua muokataan ja kehitetään, vaan muotoilijan täytyy kehitellä prosessi omanlaiseksi, kohteena olevan palvelun mukaiseksi (Stickdorn & Schneider 2010, 126).

Juha Tuulaniemen mukaan palvelumuotoilun keskeisenä ajatuksena on asettaa palvelun kehittämisen keskiöön ihminen tarpeineen (2011, 66). Tämän takia kehittämishankkeessa päädyttiin hyödyntämään palvelumuotoilua ja etenkin sen menetelmiä. Menetelmiä hyödyntämällä kohderyhmään pystyttiin luomaan todellinen kontakti ja saamaan heidät mukaan kehittämiseen. Lisäksi palvelumuotoilun hyödyntämisestä oli suuri hyöty torin tapahtumien kehittäjälle. Menetelmiä hyödyntämällä torin tapahtumien kehittäjä pääsi läheisempään kontaktiin kohderyhmän kanssa, mikä edesauttoi ymmärtämään heidän todellisia tarpeita ja toiveita. Mikäli kehittämishanke olisi toteutettu ilman palvelumuotoilua, ei siitä olisi välttämättä opittu yhtä paljon. Tulos olisi voinut olla täysin erilainen, jos kehittämishanke olisi toteutettu tutkimustyönä ilman palvelumuotoilun menetelmiä. Keskeisimmät ja tärkeimmät tekijät läpi koko kehittämishankkeen olivat käytännön tekeminen ja asiakkaan asettaminen etusijalle.

Kehittämishanke eteni tiiviisti palvelumuotoilun menetelmiä hyödyntämällä. Tästä huolimatta oli tärkeää perehtyä myös tapahtuman järjestämisen teoriaoppiin. Tapahtuman onnistumisen kannalta on tärkeää, että kaikki tapahtuman osatekijät otetaan huomioon ja että tapahtuman tarkoitus ja viesti ovat selkeät jokaiselle (Vallo & Häyrinen 2010, 107). Kehittämishanke sisälsi paljon organisointia ja järjestelyjä toritapahtumaa varten, joten oli tärkeää tiedostaa kaikki siihen vaadittavat toiminnot. Tulevia toritapahtumia ajatellen on myös tärkeää tiedostaa järjestetyn toritapahtuman kehityskohdat. Palvelu on jatkuvaa kehittämistä, minkä takia on tärkeää viedä suunniteltu palvelu markkinoille kuluttajien testattavaksi (Tuulaniemi 2011, 230). 12.5.2012 järjestetty toritapahtuma järjestettiin pilottimuodossa ensimmäistä kertaa. Saatua kehitysideoita tulisi hyödyntää seuraavissa järjestettävissä Suurpellon toritapahtumissa.

Tapahtuman markkinointiin olisi voitu kehittämishankkeessa panostaa enemmän. Iiskola-Kesosen mukaan tapahtuman markkinointiin kuuluu sisäinen ja ulkoinen markkinointi sekä vuorovaikutusmarkkinointi (2004, 56). Sisäinen markkinointi oli hyvin tehokasta kehittämishankkeessa, kun moni tapahtumassa mukana työskentelevä mainosti toritapahtumaa muun muassa sosiaalisessa mediassa. Tämä luokitellaan Iiskola-Kesosen mukaan myös vuorovaikutusmarkkinoinniksi (2004, 57). Ulkoisessa markkinoinnissa olisi kuitenkin ollut parantamisen varaa. Toritapahtumaa mainostettiin yhdessä Kukkiva Suurpelto- tapahtuman kanssa, jolloin

se niin ikään hukkui muun tapahtuman mainonnassa olevien aktiviteettien joukkoon. Tapahtuman markkinoinnin keinoja on lukuisia, minkä takia oikean markkinoinnin keinon valitseminen riippuu suuresti tapahtuman luonteesta sekä kohderyhmästä (Shone & Parry 2001, 144). Markkinointi suunnattiin Suurpellon asukkaille, mutta mainonnan välineitä olisi voitu käyttää tehokkaammin. Muun muassa tapahtumapäivänä ripustetut mainoslakanat Suurpellon alueella olisi voitu laittaa esille jo viikkoa ennen tapahtumapäivää, jolloin mainos olisi muistuttanut asukkaita tapahtumasta useana päivänä. Usein mainospostina jaetut esitteet päätyvät suoraan jätteisiin, joten tehokkaampi mainos tapahtumasta olisi voinut olla esimerkiksi tolppiin teipatut julisteet Suurpellon alueella. Haasteena esiintyy kuitenkin se, että alueella ei ole juuri-kaan palveluita, joten näkyvintä ja suosituinta paikkaa julisteiden esillepanoon ei ole vielä olemassa.

Palvelun kehittäminen on jatkuva prosessi, joka voi parhaimmillaan muodostua itse oppivaksi projektiksi (Rissanen 2006, 96). Toritapahtuman kehittäminen vaatii jatkuvaa toimintaa sekä asukkaiden tiivistä mukana olemista koko prosessissa. Yksi alkuperäisistä Koului-hankkeen sekä Seulon asettamista tavoitteista lähiruokatorin oheistapahtumille oli se, että toritapahtuma onnistuttaisiin pitämään aina uudelleenjärjestettävänä toimintana. Tämä tavoite on kuitenkin haastava, sillä Koului-hanke lopettaa toimintansa vuoden 2012 lopussa ja toritapahtuma järjestettiin opiskelijavoimin, joten resurssit toritapahtuman uudelleenjärjestämiseen ovat niukat. Toiveena olisi, että Suurpellon asukasyhdistys tai Suurpeltoseura ottaisi vastuun toritapahtuman järjestämisestä, jolloin tapahtuma olisi todennäköisempää pitää pysyvänä toimintana Suurpellossa.

## Lähteet

### Kirjalliset lähteet:

Cook, S. 2008. Customer Care Excellence - How to create an effective customer focus. 5. painos. Lontoo: Kogan Page.

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. Porvoo: WSOY.

Grönroos, C. 2003. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WSOY.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2006. Tutkimushaastattelu - Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. 4. painos. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. 13.-14., osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Hollins, G. & Hollins, B. 1993. Total Design - Managing the design process in the service sector. 2. painos. London: Pitman Publishing.

Iiskola-Kesonen, H. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjälle. 2004. Helsinki: Suomen Graafisen Palvelut.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.

Kinnunen, R. 2003. Palvelujen suunnittelu. Helsinki: WSOY.

Koivisto, M. & Miettinen, S. 2009. Designing Services with Innovative Methods. Keuruu: Otava.

Lindroos, J-E. & Lohivesi, K. 2006. Onnistu strategiassa. 2. painos. Helsinki: WSOYpro.

Mager, B. 2004. Service Design - A review. Köln: Prima Print.

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu. 2. painos. Helsinki: Teknologainfo Teknova.

Moritz, S. 2005. Service Design -A practical access to an evolving field. Köln: International School of Design.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät - Uudenaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro

Raj, R., Walters, P. & Rashid, T. 2009. Events Management - An Integrated and Practical Approach. Lon Angeles: Sage.

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Pohjantähti

Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful Event Management -A practical handbook. 2. painos. London: Thomson Learning

Stickdorn, M. & Schneider, J. 2010. This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases. Amsterdam: BIS Publishers

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus: opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki: Tietosanoma.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2010. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 2. painos. Helsinki: Tietosanoma.

Van der Wagen, L. & White, L. 2010. Events Management. For tourism, cultural, business and sporting events. Australia: Pearson Education.

Vilkas, H. & Airaksinen, T. 2004. Toiminnallinen opinnäytetyö. 1.-2. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Zeithaml, V., Bitner, M. & Gremler, D. 2006. Services Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm. 4. painos. New York: McGraw Hill.

Sähköiset lähteet:

Customer Journey Mapping. Engine Group. Tulostettu 9.4.2012.  
[http://www.enginegroup.co.uk/service\\_design/m\\_page/customer\\_journey\\_mapping](http://www.enginegroup.co.uk/service_design/m_page/customer_journey_mapping)

ELY-keskus. 2010. Tulostettu 20.1.2012. [http://www.ely-keskus.fi/fi/ELYkeskukset/varsinaissuomenely/EUrahoitus/Sivut/Euroopan\\_sosiaalirahasto.aspx](http://www.ely-keskus.fi/fi/ELYkeskukset/varsinaissuomenely/EUrahoitus/Sivut/Euroopan_sosiaalirahasto.aspx)

Ilmoitus yleisötilaisuudesta. 2012. Poliisi. Tulostettu 27.4.2012.  
<http://www.poliisi.fi/poliisi/home.nsf/pages/D7D4F9B18EEEF6BDC2256BC3002E7F92?opendocument>

Järjestyksenvalvonta 2012. Poliisi. Tulostettu 27.4.2012.  
<http://www.intermin.fi/poliisi/home.nsf/pages/0654D8844A1C1150C2256BC3002F956A?OpenDocument>

Koulii-hanke. Viitattu 20.1.2012. [http://www.koulii.fi/koulii/tietoa\\_hankkeesta](http://www.koulii.fi/koulii/tietoa_hankkeesta)

Kurkela, R. Virsta – Virtual Statistics. Tilastokeskus. Teemahaastattelu. Tulostettu 13.5.2012.  
<http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/03/>

Melua aiheuttava tilapäinen toiminta. 2011. Ympäristöhallinto. Tulostettu 27.4.2012.  
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=1437&lan=fi>

Personas. Engine. Viitattu 1.4.2012.  
[http://www.enginegroup.co.uk/service\\_design/m\\_page/personas](http://www.enginegroup.co.uk/service_design/m_page/personas)

Seulo. Viitattu 20.1.2012. <http://www.seulo.fi/>

Suurpelto. Suupellon esite Fiksu tapa elää pdf-muodossa. Tulostettu 25.2.2012.  
<http://suurpelto.fi/media/esitteet.html>

Tapiola liikekeskus. Tapahtumat. Viitattu 27.5.2012. <http://www.tla.fi/events.php?id=59>

Tassi, R. 2009. Customer Journey Map, Service Design Tools. Viitattu 21.4.2012.  
<http://www.servicedesigntools.org/tools/8>

Tilapäinen järjestyksenvalvonta. 2012. Poliisi. Tulostettu 27.4.2012.  
<http://www.intermin.fi/poliisi/home.nsf/pages/4898A57DFECAFD49C22572C70047130C?opendocument>

Viherlaaksolaiset ry. 2012. Viitattu 10.5.2012. <http://www.viherlaaksolaiset.fi/15>

Yleisötilaisuus. 2012. Poliisi. Tulostettu 27.4.2012.  
<http://www.poliisi.fi/poliisi/home.nsf/pages/0E4B189F98D880DFC2256BC3002F2881?opendocument>

Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma. 2012. Länsi-Uudenmaan pelastuslaitos. Tulostettu 27.4.2012. [http://www.lup.fi/fi-FI/Yrityksille\\_ja\\_yhteisoiille/Yleisotilaisuudet/Pelastussuunnitelma](http://www.lup.fi/fi-FI/Yrityksille_ja_yhteisoiille/Yleisotilaisuudet/Pelastussuunnitelma)

Julkaisemattomat lähteet:

Juujärvi, S. 2012. Esitys Kukkiva Suurpelto-suunnittelukokouksessa 16.04. 2012. Tulostettu 18.04.2012.

Mutanen, A-L. 2012. Kukkiva Suurpelto-tapahtuman tietoja. 29.5.2012. Tulostettu 29.5.2012.

Räsänen, P. 2012. Koulii-hankkeet. Email pekka.rasanen@omnia.fi 14.02.2012. Tulostettu 25.2.2012.

Timmerbacka, E. 2012. Toimitusjohtajan haastattelu 3.2.2012. Seulo. Espoo.

Viherlaakso-päivä esite. 2012. Viitattu 10.5.2012.

Weckström, T. 2012. Suurpellon asukasluku. Email tiina.weckstrom@espoo.fi. 22.5.2012. Tulostettu 22.5.2012.

## Kuvat

Kuva 1: Lopullisen ideointimenetelmän ideat .....	34
Kuva 2: Profiili 1, "Kotitalouden opettaja" .....	38
Kuva 3: Profiili 2, "Koti-isä" .....	39
Kuva 4: Profiili 3, "Eläkeläinen" .....	40
Kuva 5: Profiili 4, "Urheilua rakastava" .....	41
Kuva 6: Lähiruokatoritapahtuma 12.5.2012 .....	47
Kuva 7: Lähiruokatoritapahtuman grillauspiste 12.5.2012.....	49

## Kuviot

Kuvio 1: Palvelupaketti (Kinnunen 2003,10) .....	10
Kuvio 2: Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2003, 105) .....	12
Kuvio 3: Juha Tuulaniemen palvelumuotoiluprosessimalli (Tuulaniemi 2011, 130-131)25	
Kuvio 4: Palvelumuotoiluprosessimallin toteutus .....	27
Kuvio 5: Käsitekartta .....	29
Kuvio 6: "Kotitalouden opettajan" palvelupolku.....	42
Kuvio 7: "Koti-isän" palvelupolku.....	43
Kuvio 8: "Eläkeläisen" palvelupolku.....	44
Kuvio 9: "Urheilua rakastavan" palvelupolku.....	45
Kuvio 10: Kehittämishankkeen eteneminen.....	56

## Taulukot

Taulukko 1: Ideointimenetelmästä saadut ideat .....	37
Taulukko 2: Profiili 1, "Kotitalouden opettaja" .....	39
Taulukko 3: Profiili 2, "Koti-isä" .....	40
Taulukko 4: Profiili 3: "Eläkeläinen" .....	41
Taulukko 5: Profiili 4, "Urheilua rakastava" .....	41
Taulukko 7: Teemahaastatteluista saadut kommentit ja kehitysideat .....	52
Taulukko 8: Benchmarkingin kohteista saadut kehitysideat sekä kohteiden huonot puolet .....	54
Taulukko 9: Oheistapahtumien sekä hankkeen etenemisen kehittämisehdotukset ..	61



## Liitteet

Liite 1: Kyselylomake.....	74
Liite 2: Kukkiva Suurpelto esite .....	76

## Liite 1: Kyselylomake

Tämä kysely on laadittu opinnäytetyötä varten. Opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää Suurpeltoon tulevan ruokatorin kiinnostavuutta suunnittelemalla erilaisia tapahtumia sen yhteyteen. Kyselyn tarkoituksena on saada uusia ideoita tapahtumille. Kaikki vastaukset hyödynnetään tutkimuksessa ja tapahtumat suunnitellaan asiakkaiden tarpeet ja kiinnostuksen kohteet huomioon ottaen. Kyselyyn vastaaminen vie aikaa vain muutaman minuutin.

- |  |   |                                      |
|--|---|--------------------------------------|
| 1.) Sukupuoli  | a.) Nainen  | b.) Mies                             |
| 2.) Ikä  | a.) 18-25<br>c.) 36-45<br>e.) 56-65<br>g.) 76-85  | b.) 26-35<br>d.) 46-55<br>f.) 66-75  |
| 3.) Asuinpaikka  | a.) Suurpelto<br>c.) Helsinki<br>e.) Muu, mikä? _____   | b.) Muu alue Espoossa<br>d.) Vantaa  |
| 4.) Kuinka usein käyt ruokatorilla?<br>kaudessa<br>(Ympyröi sopivin vaihtoehto)    | a.) Kerran viikossa<br>c.) 3-4 kertaa vuodessa  | b.) 1-2 kertaa kuu-<br>d.) Harvemmin |
| 5.) Mikä saa sinut osallistumaan ruokatoriin? (Ympyröi sopivin vaihtoehto.)        | a.) Ruokaostokset<br>b.) Ystävien ja naapurien tapaaminen<br>c.) Ruokatorin oheistapahtumat<br>d.) Muu, mikä? _____ |                                      |
| 6.) Kävisitkö ruokatorilla mieluummin, jos sen yhteyteen liitettäisiin tapahtumia? | a.) Kyllä   | b.) Ei                               |

7.) Millaiset ruokatorin oheistapahtumat olisivat mielestäsi mielekkäimpiä? (Ympyröi sopivin vaihtoehto)

- a.) Aikuisille suunnatut tapahtumat
- b.) Lapsille suunnatut tapahtumat
- c.) Molemmat

8.) Kerro, mitkä olisivat mielestäsi kiinnostavimpia aikuisille suunnattuja ruokatorin oheistapahtumia?

---

---

---

9.) Kerro, mitkä olisivat mielestäsi kiinnostavimpia lapsille suunnattuja ruokatorin oheistapahtumia?

---

---

---

Kiitos vastauksistasi ja hyvää päivän jatkoa!

Liite 2: Kukkiva Suurpelto esite

**KUKKIVA  
SUURPELTO**  
La 12.5.  
Klo 12-15

Ajantasalla olevat tiedot  
tapahtumasivulla Facebookissa  
[tinyurl.com/kukkivasuurpelto](http://tinyurl.com/kukkivasuurpelto)

Tapahtumapaikat ympyröity

**Siivouspäivä**  
Tule myymään kirpputorille! Pressuja  
saatavana paikan päällä. Tiedustelut Susanna  
Ruokonen [susanna.ruokonen@laurea.fi](mailto:susanna.ruokonen@laurea.fi)  
[www.facebook.com/SuurpellonSiivouspaiva](http://www.facebook.com/SuurpellonSiivouspaiva)

TA-Yhtymän uudiskohteen esittelysunnot  
auki. Tervetuloa tutustumaan!

Lukutorilta nopeimmat voivat ostaa  
äitienpäiväruusuja

Luomu-Sacherkakkujen ennakotilaukset  
ke 9.5. mennessä  
[satumaorganics@gmail.com](mailto:satumaorganics@gmail.com) tai  
040-7643425

8 - 10 hlö kaku 28 €  
12 - 15 hlö kaku 35 €  
GL, VL 8 - 10 hlö kaku 30 €

Maksutapa käteinen

Jarmo Paavola & Jari Oksanen/Na. Maanostomääräyksen/osaan/omnan ammattitaito.

Tapahtuma tallennetaan ja kuvamateriaalia käytetään Koulii-hankkeen viestinnässä.



### VAIKUTA - Lukutori

Ekologisen elämäntavan esittelyä:  
autojen yhteiskäyttö, Kasviteltoa, tavarafillarit,  
vaihtopiiritoiminta

Harjoittele alkusammutusta ja tutustu paloautoon

Menossa mukana Suurpellon Lähimedia:  
haastatteluja ja musiikkia

### VAIHDA - Hans Floorin puisto

Minulle romu, sinulle koru!  
Pop up-pressukirpputori  
Lahjoita leluja Suurpellon Perhekahvilalle

Nukketeatteriesitys Rojupöhö

Tehdään yhdessä Kierrätyksen kukka:  
tuo tarpeettomaksi jäänyt tavara kiertoon  
pömi parhaat päältä päivän päätteeksi

### VIHDY - Lukutori

Café Brunnsdal  
Luomu-Sacherkakkua  
Torilta lähiruokaa ja maistiaisia  
Chef Wotkin's grillipekonimakkaraa  
Ekologisia lahjatavaroita  
Lapsille kasvomaalausta ja askartelua

Big Field Band  
Kaikki mukaan Suurpelto-tanssiin!

### VILJELE - Lillhemtin puisto

Viljelylajojen kokoamista ja  
alueen kunnostamista

Kasvit kasvamaan Big Field Bandin sävelin

Toiminnallisia rasteja lapsille ja nuorille

Makkaranpaistoa

YHTEISTYÖSSÄ MUKANA:

