

Arja Hätinen

KULTTUURIKAUPPA WANHA MUUNTAMO

Opinnäytetyö
Kulttuurituotannon koulutusohjelma


Maaliskuu 2011




MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

Mikkeli University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>	<p>Opinnäytetyön päivämäärä</p> <p>25.3.2011</p>				
<p>Tekijä(t)</p> <p>Arja Hätinen</p>	<p>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</p> <p>Kulttuurituotannon koulutusohjelma</p>				
<p>Nimeke</p> <p>KULTTUURIKAUPPA WANHA MUUNTAMO</p>					
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän raportin tarkoituksena on toiminnallisena opinnäytetyönä toteutetun Kulttuurikauppaprojektin esittely. Raportissa kuvataan projektin taustat, tavoitteet sekä toteutus. Raporttiin sisältyy myös projektin tulosten arviointia sekä jatkotoimenpiteiden pohdintaa.</p> <p>Mikkelin kaupungissa asiakas- ja käyttäjälähtöisyys on kirjattu osaksi kaupunkistrategiaa. Mikkelin kaupunki panostaa muun muassa modernin palvelun kehittämiseen käyttäjä- ja asiakaslähtöisyyttä vahvistamalla. Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa kulttuurikauppatoiminta sekä arvioida sen soveltuvuutta Mikkelin kaupungin kulttuuripalveluiden uutena asiakaspalvelun muotona.</p> <p>Kulttuurikauppa Wanha Muuntamo toimi Mikkelin Pursialassa 28.11. - 22.12.2010. Kulttuurikauppaan koottiin myytäväksi Mikkelin seudun kulttuuriyhdistysten ja -toimijoiden aineettomia kulttuurituotteita. Kulttuurikaupan tavoitteena oli helpottaa kulttuurin kysynnän ja tarjonnan kohtaamista, aktivoida kuntalaisia osallistumaan Mikkelin seudun kulttuuritapahtumiin sekä tukea ja aktivoida alueen kulttuuriyhdistyksiä ja -toimijoita. Ajoittamalla toiminta joulusesonkiin pyrittiin tarjoamaan ekologinen, materialismin vastainen vaihtoehto. Tavoitteena oli myös kartoittaa Pursialan vanhan muuntamorakennuksen toimivuutta ja kehitystarpeita.</p> <p>Kulttuurikauppatoiminnan onnistumista arvioitiin asiakaspalautteen, yhteistyötahoilta saadun palautteen, projektin toteutuksessa mukana olleiden henkilöiden kokemusten sekä kaupan laskennallisen tuloksen perusteella. Aineiston keruumenetelmänä käytettiin kyselyä ja haastattelun eri muotoja sekä matemaattista kirjaamista.</p> <p>Kulttuurikauppa sai erittäin positiivisen vastaanoton sekä asiakkaiden että kulttuuriyhdistysten ja -toimijoiden taholta. Uutuudellaan ja ennakkoluulottomuudellaan kulttuurikauppa herätti paljon huomiota. Toiminnasta uutisoitiin paikkakunnan ja valtakuntaan tiedotusvälineissä. Kulttuurikauppatoiminnan todettiin soveltuvan Mikkelin kulttuuripalvelujen asiakaspalvelumuodoksi ja sitä tullaan toteuttamaan jatkossakin. Kokemuksen sekä asiakkailta ja yhteistyökumppaneilta saadun palautteen perusteella todetaan, että toteutuksessa on vielä kehittämistä. Toimintaa kehitettäessä on huomioitava toimitilan valinta sekä tuotevalikoiman laajentaminen.</p>					
<p>Asiasanat (avainsanat)</p> <p>Projekti, asiakaspalvelu, asiakaslähtöisyys, innovatiivisuus, kotiseututyö, kulttuurituotanto</p>					
<p>Sivumäärä</p> <p>33+14</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%;">Kieli</td> <td style="width: 33%;">URN</td> </tr> <tr> <td>suomi</td> <td></td> </tr> </table>	Kieli	URN	suomi	
Kieli	URN				
suomi					
<p>Huomautus (huomautukset liitteistä)</p>					
<p>Ohjaavan opettajan nimi</p> <p>Sami Heikkinen</p>	<p>Opinnäytetyön toimeksiantaja</p> <p>Mikkelin kaupunki, sivistystoimi, kulttuuripalvelut, Marita Kajander</p>				

DESCRIPTION

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Date of the bachelor's thesis 25 March 2011	
Author(s) Arja Häätinen		Degree programme and option Degree Programme in Cultural Production and Management	
Name of the bachelor's thesis CULTURE STORE WANHA MUUNTAMO			
Abstract The purpose of this report is a presentation of the project Culture Store Wanha Muuntamo. The project was carried out as a functional thesis. The report describes the project background, objectives and implementation. The report also includes the results of the project evaluation and follow-up measures for consideration.			
<p>Customer orientation has been entered into the strategy of Mikkeli city. Mikkeli wants to develop modern service in town by paying attention to customer service and customer orientation. The aim of the thesis was to design and implement the cultural trading operations. The aim was also to assess its suitability as a new form of customer service for the Cultural Services in Mikkeli city.</p>			
<p>Culture Store Wanha Muuntamo operated in the old power distribution center in Pursiala. The store was open from the 28th of December to the 22nd of October in 2010. The products for sale were intangible cultural products produced by cultural associations and operators in the Mikkeli region. The main aims of the transaction were to help people to find culture, to activate citizens to participate in cultural events in Mikkeli and to support and activate the cultural associations in the Mikkeli region. The object of scheduling activities in the Christmas season was to provide an ecological, anti-materialistic option. The thesis also tried to assess the functionality and identify developmental needs of the old power distribution building in Pursiala.</p>			
<p>The Culture Store activity was assessed using by customer feedback, the feedback received from co-operation partners, the experiences of persons involved in the project and the returns of the store. The data was collected through a questionnaire, various interview forms and a mathematic recording.</p>			
<p>The Culture Store received a very positive response from both customers and cultural associations. It received a lot of attention because it was so a new and open-minded action. The activity received a lot of local and national media coverage. The Culture Store was suitable for Cultural Services in Mikkeli as a form of customer service and its operation will continue. Based on the experience and feedback from customers and partners the implementation needs to be developed. More attention must be paid to getting more products for sale and to finding a suitable place for the shop.</p>			
Subject headings, (keywords) Project, customer service, customer orientation, innovation, home district work, cultural production			
Pages 33+14	Language Finnish	URN	
Remarks, notes on appendices			
Tutor Sami Heikkinen		Bachelor's thesis assigned by Mikkeli city, Education, Cultural Services, Marita Kajander	

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
2 OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET	2
3 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS	4
3.1 Toiminnallinen opinnäytetyö	4
3.2 Projekti.....	5
4 KULTTUURIKAUPPA WANHA MUUNTAMO	6
4.1 Toiminnan lähtökohdat.....	6
4.1.1 Innovatiivisuus	6
4.1.2 Asiakaslähtöisyys ja osallisuus	8
4.1.3 Kulttuurinen kotiseututyö	9
4.2 Toiminnan järjestämiseen vaikuttaneet periaatteet	9
4.2.1 Yleishyödyllisyys	10
4.2.2 Kestävän kehityksen periaate.....	10
4.3 Kulttuurikaupan tuotteet	10
4.4 Kaupan visuaalinen ilme.....	12
4.5 Muuntamorakennuksen erityispiirteet ja niiden vaikutus toimintaan	12
5 PROJEKTIN TOTEUTUS	14
5.1 Projektioorganisaatio ja yhteistyökumppanit.....	14
5.2 Projektin aikataulu ja keskeiset toimet	14
5.2.1 Esivalmistelut.....	15
5.2.2 Markkinointi ja tiedottaminen.....	16
5.2.3 Kaupan rakentaminen	16
5.2.4 Myynti - ja tiedotustyö kulttuurikaupassa	17
5.2.5 Kauppatoiminnan päättäminen ja koonti.....	18
6 TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTO	18
7 TULOKSET.....	21
7.1 Asiakaskyselyn tulokset.....	22
7.2 Kulttuuriyhdistysten ja -toimijoiden haastattelutulokset.....	26
7.3 Henkilökunnan kokemukset.....	26
7.4 Kulttuurikauppatoiminnan tulokset numeroiden valossa	27
7.5 Yhteenveto ja johtopäätökset.....	29

8 JATKOTOIMENPITEET.....	29
9 ARVIOINTI.....	30
LÄHTEET	32

LIITTEET

- LIITE 1. Kulttuurikaupan tiedotusmateriaalia
- LIITE 2. Projektin riskianalyysi ja SWOT-analyysi
- LIITE 3. Tiedote kulttuuriyhdistyksille
- LIITE 4. Kuvia tilasta ennen sisustusta
- LIITE 5. Kuvia sisustetusta tilasta
- LIITE 6. Kuvia tuotteiden esillepanosta
- LIITE 7. Asiakaskyselylomake
- LIITE 8. Kulttuuriyhdistysten haastattelulomake
- LIITE 9. Kulttuurikauppa median huomioimana

1 JOHDANTO

Mikkelin kaupunki tähyää moderniksi palvelukaupungiksi. Kaupunginvaltuuston 15. kesäkuuta vuonna 2009 hyväksymässä strategiassa keskeisiä asioita ovat palvelut, palvelukyvykyys, kunnan omien toimintatapojen notkistaminen ja tehostaminen sekä kuntalaisten osallisuus ja osallistumismahdollisuuksien lisääminen. Näillä kaupunki hakee irtiotta hallinto- ja hallinnointikeskeisyydestä kohti asiakkaita, kuntalaisia ja modernia palveluajattelua. Kaupungin visiona on olla vuonna 2020 Modernin palvelun kasvukeskus Saimaan rannalla. Tavoitteet on konkretisoitu tuloskorttimuotoiseksi strategiaksi. Mikkelin kaupunginvaltuuston hyväksymä strategia on pohjana kaupungin eri tulosalueiden ja tulosalueisiin kuuluvien yksiköiden tavoitteille. (Mikkelin kaupunki 2009a.)

Mikkelin kaupungin kulttuuripalveluiden yksikkö kuuluu sivistystoimen tulosalueeseen. Mikkelin kaupungin strategian mukaisesti myös kulttuuripalveluiden yksikkö panostaa palvelun kehittämiseen käyttäjä- ja asiakaslähtöisyyttä vahvistamalla. Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen toiminnan painopisteiksi vuosille 2011 - 2014 on määriteltä

- notkeat, käyttäjälähtöiset kulttuuripalvelut
- monipuolinen tapahtumatuotanto
- kulttuurinen aluetoiminta ja kotiseututyö
- asiakas- ja käyttäjälähtöisyyden sekä osallisuuden lisääminen
- tuottavuuden lisääminen.

Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelut pyrkii lisäämään kuntalaisten aktiivisuutta tuottamalla kiinnostavia, monipuolisia ja käyttäjälähtöisiä kulttuuripalveluja. Palvelutuotantoa kehitetään monipuolisten kumppanuuksien sekä innovatiivisen tuotantotavan avulla. (Mikkelin kaupunki 2011a.)

Kulttuurikauppa Wanha Muuntamo syntyi Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen strategisten tavoitteiden pohjalta. Kulttuurikauppa toimi Mikkelin Pursialassa vanhasa muuntamorakennuksessa 28.11 - 22.12.2010. Kulttuurikauppaan koottiin keskitetysti myytäväksi Mikkelin seudun kulttuuriyhdistysten ja -toimijoiden kulttuurituotteita.

Kulttuurikauppa Wanha Muuntamo oli erilainen joululahjakauppa, jossa myytiin vain aineettomia tuotteita, kuten yksityistunteja tai konserttielämyksiä. Kulttuurikauppa-toiminnalla pyrittiin uuteen, asiakaslähtöiseen palvelumuotoon, jolla helpotettiin kulttuurin kysynnän ja tarjonnan kohtaamista. Palvelun tarkoituksena oli aktivoita kuntalaisia osallistumaan oman alueen kulttuuritapahtumiin.

Kulttuurikauppatoiminnan tavoitteena oli myös Mikkelin alueen kulttuuriyhdistysten tukeminen ja aktivoiminen. Yhdistyksille tarjottiin mahdollisuus hyödyntää yhteismarkkinointia, tiedotusta sekä lisätyövoimaa käytännön myynti- ja tiedotustyössä. Osallistuminen oli yhdistyksille maksutonta. Kulttuurikauppa Wanha Muuntamo sai erittäin positiivisen vastaanoton. Uutuudellaan ja erikoisuudellaan se herätti kiinnostusta myös tiedotusvälineissä sekä alueellisesti että valtakunnallisesti.

Kulttuurituotteiden myyntiä ei tiettävästi ole toteutettu Suomessa aikaisemmin tässä muodossa. Kulttuurin tuottajista, heidän tuotteistaan ja tapahtumista tiedottaminen ei ole uutta, vaan sitä on toteutettu ja toteutetaan usean eri toimijan taholta. Erityisesti Internetin kehittymisen myötä uusia toimijoita syntyy koko ajan. Esimerkkinä verkkoympäristössä tapahtuvasta kulttuurin välitystyöstä voisi mainita Arsnet-portaalin, Taidelaarin ja Kukkura-verkkokaupan. Arsnet-sivusto on Turun seudulla toimiva Humanistisen ammattikorkeakoulun ylläpitämä Internet-portaali, joka esittelee alueen kulttuurinosajia, tapahtumia ja tiloja. Taidelaari on Tampereella toimiva taiteen ja kulttuurin ostoskanava ja Kukkura-verkkokauppa on Pohjois-Savon taidetoimikunnan ylläpitämä taidekauppa. Näiden Internet-sivustojen pääasiallisena tehtävänä on tiedotustoiminta. (Turun Humanistinen ammattikorkeakoulu 2010; Taidelaari 2010; Pohjois-Savon taidetoimikunta 2010.)

Kulttuurikauppa Wanhasta Muuntamosta erityisen tekee se, että se toimii fyysisissä tiloissa, perinteistä asiakkaan ja kauppiaan välistä vaihdannan muotoa käyttäen. Internetin kautta tapahtuva toiminta ja perinteinen kauppa eivät tietenkään ole toisiaan poissulkevia vaihtoehtoja, mutta tämän kokeilun perusteella voisi sanoa, että kulttuurin välitystyössä myös perinteisellä kivijalkakaupalla näyttäisi olevan kysyntää.

2 OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET

Palvelu ja erityisesti hyvä palvelu koetaan tavoiteltavaksi arvoksi. Hyvän palvelun

tavoitteeseen viitataan lähes kaikissa kuluttajatutkimuksissa sekä laitosten ja paikkakuntien kehittämishankkeissa ja suunnitelmissa. Tapio Rissanen (2005, 18) kirjassaan *Hyvä palvelu*, määrittelee palvelun seuraavalla tavalla:

Palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta, suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle tuotetaan tai annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen ongelman ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyvä, ajan tai materian säästönä jne.

Palvelu tehdään asiakasta varten. Vaikka palvelujen tuottaja arvioi palvelua omien kriteeriensä mukaan, palvelun huonous tai hyvyys on viime kädessä asiakkaan kokemus. Palvelun tuottajalla arvioinnin perustaksi nousee usein panostus ja voimavarat. Asiakas arvioi palvelukokemusta, palvelutilanteesta syntyneitä tunteita, johon liitetään palvelusuoritukseen liittyviä odotuksia ja käytännön havaintoja. (Rissanen 2005, 17.)

Opinnäyteyöni tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa kulttuurikauppa Wanhan Muuntamon toiminta. Käytännön toteutuksen kautta tutkittiin sen soveltuvuutta Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen asiakaspalvelun muodoksi. Tutkimuskysymyksenä olivat

- Kokivatko asiakkaat hyötyvänsä tämän kaltaisesta palvelumuodosta?
- Kokivatko kulttuuriyhdistykset ja -toimijat hyötyvänsä toiminnasta?
- Oliko toiminta onnistunutta?
- Millaisia asioita on otettava huomioon toiminnan kehittämiseksi?

Tutkimuskysymyksiin pyrittiin saamaan vastauksia asiakaskyselyn ja -haastattelun, kulttuuriyhdistysten ja -toimijoiden haastattelun, henkilökunnan kokemusten sekä laskennallisen tuloksen perusteella. Asiakkailta kerätyn palautteen avulla haluttiin saada tietoa siitä, kokivatko he hyötyneensä tästä palvelumuodosta. Löysivätkö asiakkaat kaupasta sopivia tuotteita? Saivatko he uusia ideoita? Kuinka kauppatoiminnan avulla onnistuttiin välittämään tietoa Mikkelin alueen kulttuuritoimijoista?

Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen tehtävänä on alueen yhdistystoiminnan tukeminen. Haastattelujen avulla haluttiin saada tietoa siitä, kuinka kulttuurikauppa kult-

tuuriyhdistysten ja -toimijoiden mielestään tuki tätä tehtävää. Kokivatko he hyötyvänsä? Mikä oli heidän mielestään merkittävin hyöty?

Toiminnan onnistumista arvioitaessa oma merkityksensä oli myös toteutuksessa mukana olleen henkilökunnan kokemuksilla. Laskennallisen tuloksen euromääräistä tulosta tärkeämpänä arvioinnin perustana oli asiakasmäärä eli, kuinka toiminta tavoitti asiakkaat. Kokeiluun liittyvänä, yksittäisenä tutkimuskohteena oli myös Mikkelin kulttuuripalvelujen käytössä olevan Pursialan vanhan muuntamorakennuksen toimintamahdollisuuksien ja kehittämistarpeiden kartoittaminen.

3 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS

Mikkelin ammattikorkeakoulun opinnäytetyön tavoitteena on kehittää ja osoittaa opiskelijan valmiuksia käyttää tietojaan ja taitojaan koulutusalaansa liittyvän työelämälah-
toisen aiheen kehittämisessä tai tutkimisessa. Kulttuurituotannon koulutusohjelman tavoitteena on kouluttaa tuottajia, joilla on ammattitaitoa ja asiantuntemusta toimia kulttuurialan organisaattoreina ja kehittäjinä tapahtumissa, järjestöissä, yrityksissä, projekteissa sekä kuntien ja valtion kulttuurihallinnossa. (Mikkelin ammattikorkeakoulun opinto-opas 2008 - 2009.)

Henkilökohtainen kiinnostukseni julkisen sektorin palvelutuotantoon ja sen kehittämiseen juontaa juurensa pitkäaikaisesta työurastani Mikkelin kaupungin palveluksessa. Idea kulttuurikaupasta syntyi Mikkelin kaupungin kulttuuripalveluiden yksikössä suorittamani Luovan toimialan työharjoittelujakson aikana. Kulttuurijohtaja Marita Kajander sekä kulttuuripalvelujen muu henkilökunta suhtautuivat ideaan erittäin myönteisesti. Katsoin aiheen soveltuvan hyvin opinnäytetyöksi ja toteutettavaksi toiminnallisena opinnäytetyönä.

3.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Toiminnallinen opinnäytetyö on vaihtoehto ammattikorkeakoulun tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Se tavoittelee ammatillisessa kentässä käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjestämistä tai järjeistämistä. Toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistyvät käytännön toteutus ja sen raportointi tutkimusviestinnän keinoin. (Vilka & Airaksinen 2003, 9.) Toiminnallisen opinnäytetyön raportti on teksti, josta selviää,

mitä, miksi ja miten on tehty, millainen työprosessi on ollut ja millaisiin johtopäätöksiin on päädytty. (Vilka & Airaksinen 2003, 65.) Esittelen tässä raportissa kulttuurikauppa Wanhan Muuntamon toteutuksen. Arvioin toiminnan onnistumista sekä pohdin kulttuurikauppatoiminnan jatkumahdollisuuksia. Raportti on hyödynnettävissä mallina vastaavanlaisen toiminnan suunnittelussa.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä on suositeltavaa olla toimeksiantaja. Toimeksi annetun opinnäytetyön avulla kulttuurituottajaopiskelija voi näyttää osaamistaan ja herättää työelämän kiinnostusta itseensä. Lisäksi opinnäytetyö lisää vastuuntuntoa, opettaa projektinhallintaa ja työelämästä saatu aihe tukee ammatillista kasvua. (Vilka & Airaksinen 2003, 16 - 17.)

Opinnäytetyöni toimeksiantajana oli Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelut, joka myös vastasi toiminnasta aiheutuneista kuluista. Työnimikkeen kulttuurikauppakokeilussa oli vastaava tuottaja ja tehtäväni oli kulttuurikauppatoiminnan suunnittelu, toteutus ja arviointi. Työtehtäviini kuului käytännön organisoiminen, yhteydenpito yhteistyökumppaneihin, sponsorineuvottelu, tiedottaminen, markkinointi, talouden hallinta, visuaalisen ilmeen suunnittelu ja toteutus, asiakaspalvelutehtävät, palautteen kerääminen sekä kokonaisuuden arviointi ja yhteenveto kokeilun onnistumisesta.

3.2 Projekti

Kulttuurikauppakokeilu toteutettiin projektiluontoisena työskentelynä, joten käytän opinnäytetyön raportissani käsitettä projekti ja esitystapani pohjautuu projektikirjallisuuteen. Paul Silverberg (1997) kirjassaan *Ideasta projektiksi*, projektisuunnittelun käsikirja määrittelee projektin sivulla 11 näin:

Projekti on selkeästi asetettuihin tavoitteisiin pyrkivä ja ajallisesti rajattu kertaluonteinen tehtäväkokonaisuus, jonka toteuttamisesta vastaa varta vasten sitä varten perustettu, johtosuhteiltaan selkeä organisaatio, jolla on käytettävissä selkeästi määritellyt resurssit ja panokset.

Projekti voidaan määritellä myös toiminnan toteuttamiseksi ja ohjauksen välineeksi. Projekti on hyvin suunnittelua ja organisoitua toimintaa erityistavoitteiden saavuttamiseksi. Projektin tunnuspiirteenä on määräaikaisuus eli selkeä alku ja loppu. Projekti on kertaluontoinen ja sillä on erityinen tarkoitus ja tavoite. Projekti on myös rajattu teh-

täväkokonaisuus, jossa vastuu ja valtuudet on määritelty. Projekteja voi olla monenlaisia investointiprojektista palvelu- ja kehitysprojektiin. (Viirikorpi 2000, 8.)

Viirikorpi on käsitellyt projektityöskentelyä kunta-alan näkökulmasta ja todennut, että projekti sopii työvälineeksi erityisesti silloin, kun tavoitteena on vastata organisaation perustoiminnon kannalta uuteen haasteeseen tai hoidettava tehtävä ei kuulu organisaation normaaliin toimintaan, vaan resursointi on järjestetty poikkeuksellisesti. (Mts. 9.)

Näiden määritelmien mukaan kulttuurikauppakokeilu täyttää hyvin projektin piirteet. Kokeilu ajallisesti rajattuna tehtäväkokonaisuutena pyrki vastaamaan uuteen haasteeseen ja sillä oli selkeästi asetettu tavoite. Mikkelin kulttuuripalvelut on kooltaan pieni yksikkö eikä projektia olisi pystytty toteuttaminen organisaation normaalin toiminnan puitteissa.

4 KULTTUURIKAUPPA WANHA MUUNTAMO

4.1 Toiminnan lähtökohdat

Kulttuurikauppatoiminnan taustalla on Mikkelin kaupungin strategian mukainen pyrkimys uudistaa palvelutuotantoa. Kaupungin toiminnan laadun kehittämässä korostuu erityisesti asiakaslähtöisyys, henkilöstön kehittäminen ja osallistuminen, jatkuva oppiminen ja innovatiivisuus. (Mikkelin kaupunki 2009a.) Mikkelin kaupunki kuuluu Helsingin, Espoon, Vantaan, Tampereen, Kuopion, Jyväskylän, Porin ja Sievin ohella yhdeksän kunnan muodostamaan verkostoon, jotka vievät edistyksellisesti kuntalaisten osallisuutta sekä palveluiden innovatiivista uudistamista eteenpäin (Mikkelin kaupunki 2011b).

4.1.1 Innovatiivisuus

Innovatiivisuutta ei ole perinteisesti yhdistetty julkisen sektorin palvelutuotantoon. Arkipuheessa innovaatiolla tarkoitetaan usein uutta oivallusta tai ideaa. Innovaatio on kuitenkin enemmän kuin idea. Idea ilmenee ajatustasolla, mutta innovaatioon liittyy aina toimintaa. (Stähle & Sotarauta & Pöyhönen 2004, 11.) Stähle ym. (emt.) on kuvannut innovaatiota kaavalla:

Innovaatio = Uusi idea + toteutus + arvon luominen.

Innovaatiot ovat tyypillisesti uudenlaisia tuotteita, palveluita, toimintamalleja, organisoititapoja tai strategisia lähestymistapoja. Innovaation lähteenä olevan idean ei tarvitse olla uusi siinä mielessä, että kukaan muu ei olisi sitä koskaan esittänyt. Riittää, että idea on uusi sitä soveltavalle toimijalle. Näin ollen esimerkiksi yhdessä organisaatiossa toteutettavan toimintatavan ottaminen toisen organisaation käyttöön voidaan nähdä innovaationa. (Ståhle ym. 2004, 11 – 13.)

Myös innovatiivisuuden ja luovuuden käsitteitä käytetään usein synonyymeina. Käsitteiden erona on kuitenkin se, että luovuus on kognitiivinen eli ajatuksellinen prosessi, joka tapahtuu yksilön ajatusmaailman sisällä. Innovaatio taas on sosiaalinen prosessi, joka tapahtuu ihmisten välillä. Uuden idean toteuttaminen on aina väistämättä sosiaalinen, yhteistyötä vaativa ilmiö. (Ståhle ym. 2004, 12.) Opetusministeriö on määrittänyt luovuuden kyvyksi tehdä tai tuottaa jotain uutta ja yllättävää, joka tuo esille uusia ideoita, merkityksiä, tulkintoja, käytäntöjä ja tuotteita. Innovaatio taas määritellään uudeksi keksinnöksi, tuotteeksi, palveluksi tai kaupalliseksi toimintamalliksi. (Opetusministeriö 2010.)

Innovaatiot, luovuus ja tuloksellisuus syntyvät toimintakulttuurissa, jonka keskeisiä osatekijöitä ovat luottamus, yhteisen ymmärryksen mahdollistava moniäänisyys ja yhteiseksi tekeminen, riskinsietokyky ja epävarmuuden sietäminen, erilaisille osaamisille perustava yhteistyö sekä näiden kautta tapahtuva organisaation oppiminen (Eino-la-Pekkinen 2010).

Kaupungin strategisten uudistuspäämäärien lisäksi Mikkelin kaupungin kulttuuripalveluiden toiminnassa on käynnissä vahva muutos. Vuonna 2009 tapahtunut organisaatiomuutos, henkilöstömuutokset sekä taloudellinen epävarmuus tuovat omat haasteensa kulttuuripalvelujen järjestämiselle. Kulttuuripalvelujen tuottaminen tulevaisuudessa vaatii luovia ratkaisuja ja toiminnan uudelleen organisointia. Myös vahva halu kehittää kuntalaisille tarjottavia palveluja edellyttää monialaista yhteistyötä ja innovatiivisia ratkaisuja. Kulttuurikauppakokeilu on yksi osoitus Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen yksikön ennakkoluulottomuudesta ja innovatiivisuudesta.

4.1.2 Asiakslähtöisyys ja osallisuus

Julkiset palvelut muodostavat merkittävän osan palvelusektorista. Kuntaliiton asian-
tuntijan Tuula Jäppisen mielestä julkisia palveluja kehitettäessä asiakslähtöisyys,
joka tarkoittaa sitä, että pyritään ymmärtämään asiakkaan tarpeita ja toimimaan taval-
la, joka sopii asiakkaalle ja täyttää hänen tarpeensa, on keskeinen tekijä (Jäppinen
2010). Palveluja pitäisi pohtia kuntalaisen tarpeista ja näkökulmasta. Siten voidaan
tuottaa kuntalaisen kannalta parempia, sopivampia ja kustannustehokkaampia palve-
luita.

Asiakstyytyväisyyskysely on yksi mahdollisuus saada tietoa asiakkaiden palveluko-
kemuksista. Mikkelissä kunnan tarjoamien palvelujen laatua kuntalaisten arvioimana
on selvitetty säännöllisesti vuosina 2003, 2005, 2007 ja 2009. Tutkimukset on suori-
tettu Efektia Oy:n konsultointipalveluna. Viimeisin yleinen asiakstyytyväisyys-
kysely, johon on sisältynyt myös Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen tuottamat
palvelut, on tehty vuonna 2009 (Miettinen 2009). Lisäksi vuonna 2002 on tehty Mik-
kelin ammattikorkeakoulun talouden ja hallinnon koulutusohjelmassa opinnäytetyönä
tutkimus, joka on kohdennettu nimenomaan Mikkelin kaupungin kulttuuri- ja vapaa-
aikapalvelujen asiakstyytyväisyyteen (Tarvonen 2003).

Miettisen (2003,2005,2007, 2009) ja Tarvosen (2003) tutkimuksissa kohderyhmänä
ovat olleet satunnaisesti valitut täysi-ikäiset mikkeliiläiset. Edellä mainittujen tutki-
musten tuloksista on tehty johtopäätös, että kulttuuripalveluiden tuottamiseen Mikke-
lissä ollaan yleisesti ottaen tyytyväisiä. Tarvosen tutkimuksessa on käynyt esille asi-
akkaiden toive saada enemmän tietoa kulttuuripalvelujen tarjonnasta sekä toive saada
lisää osallistumismahdollisuuksia (Tarvonen 2003, 52). Mielenkiintoa herättävä ky-
symys on myös edellä mainituissa tutkimuksissa esille tuleva suuri - *en osaa sanoa*
-vastausten määrä, joka on pysynyt melko suurena (n. 15 – 20 %) vuosien 2002- 2009
ajan. Tämän voisi olettaa johtuvan siitä, että kulttuuripalvelujen aktiivinen käyttäjä-
kunta on edelleen melko pieni koko kaupungin väestömäärään nähden. Tästä voimme
päättellä, että Mikkelin kulttuuripalvelujen tavoite aktivoida kuntalaisia osallistumaan
ja käyttämään oman paikkakunnan kulttuuripalveluja on hyvin perusteltua.

4.1.3 Kulttuurinen kotiseututyö

Kotiseututyö on sosiokulttuurista toimintaa, joka pyrkii sosiaaliseen ja yhteisölliseen hyvinvointiin kehittämällä ja suojelemalla alueen kulttuurisia erityispiirteitä. Toiminnalla pyritään säilyttämään alueelle tärkeitä asioita, kuten rakennuksia ja perinnettä ja toisaalta luomaan alueelle uutta elinvoimaa. Kotiseututyö pyrkii ihmislähtöiseen vuorovaikutukseen. Toiminta on yhteisöistä lähtevää ja yhteisöihin kohdistuvaa. Kotiseututoiminnan tavoitteena on luoda erilaisin menetelmin kotiseutuhenkeä, juurellisuuden tunnetta sekä yhteisöllisyyttä. (Kukkasmäki 1998.)

Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen yhtenä toiminnan painopistealueena on kulttuurinen kotiseututyö ja sitä kautta myös Mikkelin alueella toimivien kulttuuriyhdistysten toiminnan tukeminen. Kulttuurikauppatoiminnan yhtenä tavoitteena oli kulttuuriyhdistysten tukeminen. Toiminnan organisointi, myyntityö, markkinointi ja tiedottaminen hoidettiin opiskelijatyönä sekä Mikkelin kaupungin kulttuuripalveluiden kustantamana. Osallistuminen oli yhdistyksille maksutonta. Lisäksi myynnistä saadut tulot tilitettiin kokonaisuudessaan, ilman välityspalkkiota niitä tuottaneille toimijoille.

Eräs kotiseututyön muoto on rakennusperinteen vaaliminen. Pursialan vanhan muuntamorakennus on Mikkelin kaupungin tilahallinnon omistuksessa. Mikkelin kaupungin kulttuuripalveluilla on rakennukseen toistaiseksi voimassa oleva vuokrasopimus. Toimittuaan yli 50 vuotta päätoimisessa virassaan sähköasemana ja jakomuuntamona tälle suojelurakennukselle etsitään nyt uusia käyttötarkoituksia. (Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelut 2009.) Kulttuurikaupan sijoittaminen vanhaan muuntamorakennukseen oli paitsi osa rakennuksen kulttuurisisällön kehittämistyötä myös kulttuurihistoriallisesti arvokkaan rakennuksen esittelemistä ja tuomista kuntalaisten tietoisuuteen.

4.2 Toiminnan järjestämiseen vaikuttaneet periaatteet

Julkisen sektorin palvelutuotantoa säätelevät tietyt periaatteet, jotka oli otettava huomioon myös kulttuurikauppatoimintaa järjestettäessä. Tärkeimpiä periaatteita kulttuurikauppatoimintaa ajatellen olivat yleishyödyllisyys ja kestävän kehityksen periaate.

4.2.1 Yleishyödyllisyys

Mikkelin kulttuuripalveluiden tavoitteena oli tukea alueen yhdistyspohjaista kulttuuri-toimintaa. Tämän vuoksi projektin ulkopuolelle rajattiin kulttuurituotantoa harjoittava yritystoiminta. Kulttuurikaupassa myytiin nimenomaan aineettomia kulttuurituotteita, joten liikunta- ja hoitopalvelut, jotka muuten olisi mahdollista lukea aineettomiin tuotteisiin, rajattiin tuotevalikoiman ulkopuolelle, koska niitä ei voitu lukea suoranaisesti kulttuurituotteiksi. Myytäviin tuotteisiin eivät myöskään kuuluneet julkaisut kuten kirjat, äänitteet tai tekstiilit.

4.2.2 Kestävän kehityksen periaate

Yhdyskunta on sitä kestävämpi, mitä vähemmän kulutetaan uusiutumaton energiaa ja luonnonvaroja sekä tuotetaan ihmiselle ja luonnolle haitallisia päästöjä ja jätteitä (Ojala 2000, 10). Kestävän kehityksen perusehtona on biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien toimivuuden säilyttäminen ja ihmisen sekä taloudellisen että aineellisen toiminnan sopeuttaminen luonnon kestävykseen (Ympäristöministeriö 2010).

Aineellinen kulutus, tuotteiden valmistaminen, käyttö ja hävittäminen on ympäristö-ongelmien perimmäinen syy. Meidän yhteiskunnassamme tavaraa on yllin kyllin. Aineellisen kulutuksen yksi huippukohta ajoittuu joulun, jolloin ihmisillä on perinteisesti tapana muistaa toisiaan lahjoilla. Kulttuurikauppa omalta osaltaan pyrki tukemaan kestävä kehitystä ja tarjoamaan vaihtoehdon tavaramarkkinoille. Toiminta ajoi-tettiin joulusesonkiin marras - joulukuulle 2010, jolloin asiakkaille tarjoutui mahdollisuus vaihtoehtoisen, aineettoman joululahjan hankkimiseen. Tarjonta oli suunnattu sekä yksityisille kuntalaisille, että Mikkelin seudulla toimiville yrityksille.

4.3 Kulttuurikaupan tuotteet

Kauppaan koottiin myytäväksi ja välitettäväksi kahdenkymmenen Mikkelin alueella toimivan kulttuuriyhdistyksen ja kulttuurin tuottajan aineettomia kulttuurituotteita. Tuotteet olivat muun muassa lippuja valmiisiin teatteri-, musiikki- ja tanssiesityksiin, tilattavia esityksiä ja ohjelmakokonaisuuksia teatteriryhmiltä ja kuoroilta, opastusta ja arviointeja kirjallisiin tuotoksiin, soittotunteja, tanssitunteja sekä opastettua tutustumista paikallishistoriaan ja nähtävyyksiin. Tuotteiden hinnat vaihtelivat 4,50 eurosta

1000 euroon. Taulukossa 1 on esitelty Kulttuurikauppatoiminnassa mukana olleet yhdistykset ja toimijat sekä heidän myytävänä olleet tuotteensa.

TAULUKKO 1. Kulttuuriyhdistykset ja -toimijat sekä myytävät tuotteet

Kulttuuriyhdistys- tai toimija	Myytävä tuote
Etelä-Savon Tanssiopisto	Pähkinänsärkijä-tanssiesitys 6.1 ja 7.1.2011, lippu
Harmonikkakoulu Arto Kivekäs	Saimaan aalloilla 30-vuotisjuhlakonsertti 2.2.2011, lippu Harmonikansoiton oppitunti, lahjakortti
Itämaisen tanssin yhdistys Tuhat ja Yksi Yötä	Itämaisen tanssin esitys, tilaus
Kalvitsateatteri	Illallinen yhdelle, teatteriesitys tilaus
Kastajakuoro	Lapsi- ja nuorisokuoron esitys, tilaus
Mikkelin kaupunginorkesteri	Uuden vuoden konsertti 1.1.2011, lippu
Mikkelin Kirjasto - Etelä- Savon maakuntakirjasto	Kirjaston Varauslahjakortti 5/10 varausta, lahjakortti
Mikkelin Kirjoittajat	Asiantuntija-arvio lyhytproosa – romaani, lahjakortti
Mikkelin Kulttuuripalvelut	Lasten Uuden Vuoden konsertti Hääpöset 31.12.2010, lippu
Mikkelin Marjukat	Naiskuoro-esitys, tilaus
Mikkelin Mieslaulajat	Isänmaallisen Musiikin konsertti 5.12.2010, lahjakortti Mieskuoro-esitys kvartetti/oktetti, tilaus
Mikkelin Oppaat	Opastettu tutustumiskierros Mikkelissä vuonna 2011, lahjakortti
Mikkelin Seudun Lausujat	Lausuntaesitys, tilaus
Mikkelin Teatteri	Teatteri – lahjakortti kultainen, hopeinen, pronssinen lahjakortti
Mikkelin Viihdelaulajat	Viihdelaulaajien 20-vuotisjuhlakonsertti 24.3.2011, lahjakortti
Nukketeatteri Tilkku	Aittatontun tarinoita, nukketeatteri-esitys, lahjakortti

(taulukko jatkuu)

TAULUKKO 1. Kulttuuriyhdistykset ja -toimijat sekä myytävät tuotteet (jatkuu)

Revyyteatteri	Revyy-teatterin kevät 2011 esitys, lahjakortti Ohjelmakokonaisuus useita eri kokoonpanoja, tilaus
Tanssikoulu La Carmencita	Tanssin oppitunti (lastentanssi, nykytanssi 7-11 v., vauvatanssi, tanssileikki, alkeisbaletti, nykytanssi, aikuisbaletti, salsakurssi), lahjakortti
Teatteriosuuskunta EsState	A la Siurualaaset- esitys, tilaus Onni on olla, gospelkonsertti, tilaus
Vekkuliteatteri	Syntymäpäivät Satutalolla – palvelu, lahjakortti

4.4 Kaupan visuaalinen ilme

Tavoitteena oli vaihtoehtoisen joulukaupan aikaansaaminen. Perinteisistä joulu-kaupoista haluttiin erottautua tuotevalikoiman, visuaalisen ilmeen ja tunnelman kautta. Tavoitteena oli yksinkertaisen, rauhallisen joulutunnelman luominen. Yksinkertainen, rauhallinen joulutunnelma toistui myös kulttuurikaupan julisteessa, lehtimainoksissa ja tiedotteissa (liite 1). Kaupan sisustuksessa käytettiin mahdollisimman paljon kierrätysmateriaalia ja siten toteutettiin myös kestävän kehityksen periaatetta.

4.5 Muuntamorakennuksen erityispiirteet ja niiden vaikutus toimintaan

Pursialan muuntamo, yksi Mikkelin alueen ensimmäisistä muuntamoista, rakennettiin vuonna 1947. Pursialan Wanha Muuntamo on historiansa aikana ollut monen eri tahon omistuksessa. Vapo, Mikkelin kaupungin sähkölaitos, Suur-Savon Sähkö ja Etelä-Savon Energia ovat olleet rakennuksen omistajina. Viimeisin omistajavaihdos tapahtui vuonna 2006, jolloin Etelä-Savon Energia luovutti omistuksen suojelumääräyksen perusteella Mikkelin kaupungin tilahallinnolle. Tällä hetkellä Mikkelin kaupungin kulttuuripalveluilla on toistaiseksi voimassa oleva vuokrasopimus rakennukseen. (Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelut 2009.) Pursialan vanhan muuntamorakennuksen valinta kulttuurikaupan toteutuspaikaksi perustuu kulttuuriseen kotiseututyöhön. Lisäksi valintaan vaikutti kulttuurikaupan tavoite vaihtoehtoisen joulutunnelman luo-

misesta. Kauppa tuotiin tietoisesti kaupungin keskustan ulkopuolelle. Kuvassa 1 on Pursialan vanha muuntamorakennus kuvattuna syksyllä 2010.



KUVA 1. Pursialan Wanha Muuntamo (Hätinen 2010)

Projektisuunnitelmassa kulttuurikauppaprojektin toteutukseen liittyviä riskejä arvioitiin etukäteen riskianalyysin sekä SWOT-analyysin avulla (liite 2). Suurimmat riskit kohdistuivat muuntamorakennuksen puutteista johtuviin tekijöihin. Riskit tiedostettiin ja kokeiluprojekti toteutettiin niistä huolimatta. Rakennus on pintaremontoitu, mutta toistaiseksi sitä ei ole remontoitu talvikäyttöä varten. Tilasta puuttuu lämpöeristys ja lämmitysjärjestelmä. Myös sosiaaliset tilat puuttuvat. Nämä rajoitukset täytyi ottaa huomioon toiminnan suunnittelussa. Kauppa oli auki viitenä päivänä viikossa, kolme tuntia kerrallaan. Aukioloajat pyrittiin laatimaan siten, että mahdollisimman monella olisi mahdollisuus vierailta kaupassa. Tilasta puuttui myös nettiyhteys. Tässä kokeiluvaiheessa ei katsottu tarpeelliseksi sijoittaa taloudellisia varoja yhteyden aikaansaamiseksi. Tämä oli otettava huomioon maksujärjestelmiä suunniteltaessa ja tästä syystä päädyttiinkin käyttämään kaupungin alitilitysjärjestelmää ja vain käteismaksumahdollisuutta.

5 PROJEKTIN TOTEUTUS

5.1 Projektiorganisaatio ja yhteistyökumppanit

Projektin omistaja oli Mikkelin kaupungin sivistystoimen kulttuuripalvelut. Koko Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen yksikkö oli mukana projektin toteutuksessa. Projektin tilaaja oli kulttuurijohtaja Marita Kajander, jolla oli projektissa ylin päätävävalta. Päävastuu projektin suunnittelusta, toteutuksesta ja arvioinnista oli opinnäytetyön tekijänä minulla. Kulttuuripalvelujen henkilöstö, kulttuurituottaja Susanna Latvala, toimistos sihteeri Aija Kuuppo ja työharjoittelija Markku Järvinen osallistuivat projektin toteutukseen oman varsinaisen työnsä ohella. Maksujärjestelmän hoitaminen ja päävastuu tulojen tilittämisestä oli toimistos sihteeri Aija Kuupolla.

Projektiryhmä oli kooltaan pieni. Palaverit painottuivat ajallisesti valmisteluvaiheeseen. Lisäksi tietoja vaihdettiin sähköpostin, puhelimen ja vapaiden keskustelujen kautta. Projektiryhmä kokoontui heti kauppatoimintavaiheen päätyttyä 30.12.2010 palautepalaveriin, jonka tarkoituksena oli käydä läpi ryhmän kokemuksia ja luoda katsaus myyntituloksiin.

Projektin mahdollistaneita yhteistyökumppaneita olivat projektissa mukana olleet kulttuuriyhdistykset ja -toimijat. Projektin kustannusten kannalta tärkeä kumppani oli Länsi-Savo-lehteä julkaiseva Etelä-Savon Viestintä Oy, jonka kanssa teimme mainontaa koskevan yhteistyösopimuksen. Yrityksille suunnatussa markkinoinnissa saimme arvokasta apua Mikkelin seudun elinkeinoyhtiö Miset Oy:ltä.

5.2 Projektin aikataulu ja keskeiset toimet

Projekti kesti esivalmisteluvaiheesta loppuraportin valmistumiseen noin kolme ja puoli kuukautta. Projekti eteni vaiheittain, mutta tiivistä aikataulusta johtuen eri vaiheisiin liittyviä toimintoja tehtiin ajallisesti päällekkäin ja ennakoiden. Taulukossa 2 esittelen projektin keskeiset toimet ja aikataulun.

TAULUKKO 2. Projektin aikataulu

	Tehtävä	Alku	Loppu	Aika 4.10.2010 -31.1.2011 viikot 40 – 52 ja 1 - 4															
				lokakuu				marraskuu				joulukuu				tammikuu			
				40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	1	2	3
1	Esivalmistelut Mikkelin alueen kulttuuriyhdistysten kontaktointi. Alustava kustannuslaskelma.	18.10	5.11.	■															
2	Päätös projektin toteuttamisesta	8.11.	8.11.	◆															
3	Projektisuunnitelman valmistus	28.10	8.11.	■															
4	Mainonta, markkinointi Julisteen + mainoksen + flyerin suunnittelu ja paino. Sähköposti, intranet. Facebook. Yritysmarkkinointi/ Miset	8.11.	22.12.					■											
5	Tiedottaminen Sisäinen tiedottaminen Ulkoinen tiedottaminen	15.10.	31.1.	■															
6	Valmistelu Hankinnat, ostokset Tuotteet myyntikuntoon Kaupan sisustus ja järjestämien toimintakuntoon	8.11.	27.11.					■											
7	Myynti- ja tiedotustyö kulttuurikaupassa	28.11	22.12.													■			
8	Palaute Asiakaspalaute Kulttuuriyhdistysten ja-toimijoiden palaute Henkilökunnan palaute	28.11.	25.1.													■			
9	Loppuselvityksen tekeminen Kaupan purku Tulotilitys toimijoille Lopullinen kustannus selvitys Palautekoonti	23.12.	31.1.													■			

5.2.1 Esivalmistelut

Projektin käynnistämistä edelsi kartoitusvaihe, jonka aikana tehtävänäni ole selvittää, kulttuuriyhdistysten osallistumishalukkuus kulttuurikauppatoimintaan. Lähetin kaikille Mikkelin kaupungin rekisterissä oleville kulttuuriyhdistyksille asiasta kertovan kirjeen (liite 3). Kirjeen lisäksi tiedotin asiasta sähköpostilla sekä puhelimitse. Yhdistysten tehtävänä oli ilmoittaa 28.10.2010 mennessä halukkuudestaan osallistua. Esiselvitysvaiheeseen kuului myös alustavan kustannuslaskelman tekeminen. Näiden selvitysten pohjalta tehtiin päätös projektin käynnistämisestä.

Tiiviistä aikataulusta johtuen, valmistelin työsuunnitelmaa mahdollisimman pitkälle jo esiselvitysvaiheen aikana. Alustava työsuunnitelma oli valmis 8.11.2010. Työsuunnitelma piti sisällään karkean aikataulutuksen, sponsori-hankinnan, markkinoinnin, sisäisen ja ulkoisen tiedottamisen, avajaisjärjestelyt, kauppatoiminnan valmistelut hankinnoista kaupan sisustamiseen ja työvuorolistan tekemiseen, asiakaskyselyn tekemisen, kokonaisuuden arvioinnin ja yhteenvedon.

5.2.2 Markkinointi ja tiedottaminen

Kyseessä oli uusi toiminta, jolloin markkinoinnin ja tiedottamisen osuus korostui. Markkinointia ja tiedottamista varten laadin suunnitelmat, joissa selvitin markkinoinnin laajuuden ja aikataulun. Markkinointiin ja tiedottamiseen osallistui koko projektihenkilöstö sekä yhteistyötahot. Mikkelin seudun yrityksille suunnatussa markkinoinnissa teimme yhteistyötä Mikkelin seudun elinkeino-yhtiön Miset Oy:n kanssa. Heidän kauttaan markkinointi tavoitti yli 100 Mikkelin alueella toimivaa yritystä. Yritys-markkinoinnissa käytimme myös perinteistä postimainontaa.

Kulttuurikauppaa markkinoitiin paikallislehdissä ja alueradiossa. Käytimme hyväksimme myös Mikkelin kaupungin henkilöstön sisäistä sähköpostijärjestelmää sekä Mikkelin Ammattikorkeakoulun ja Mikkelin Ammattiopiston verkkosivustoja. Myös perinteinen julistemainonta eripuolilla kaupunkia oli käytössä. Flyereita jaoimme suoraan jakeluna postilaatikoihin, kulttuurikaupassa sekä Mikkelin joulukadun avajaistapah-tumassa. Asiasta tiedotettiin sekä tiedotusvälineille lähetettävien tiedotteiden että Internetin tapahtumasivustojen, kuten travel.mikkeli-sivuston, Amusa-verkkotorin ja Point-sivuston kautta.

Markkinoinnin osuus kulttuurikauppaprojektin kustannuksista oli suurin. Kustannuksia pienensi huomattavasti alueen suurimman sanomalehtikonsernin kanssa tehty yhteistyösopimus vastavuoroisesta mainonnasta. Mikkelin kaupungin käytössä olevat valmiit tiedotuskanavat helpottivat tiedotustyötä.

5.2.3 Kaupan rakentaminen

Kaupan rakentaminen myyntitoimintaa varten edellytti jonkin verran tarvikehankintoja. Valmisteluihin kuului myös myytävien tuotteiden saattaminen sellaiseen muotoon,

että myynti ja myynnin kirjanpito oli mahdollista. Osa tuotteista oli suoraan valmiita myytäväksi, osalle suunniteltiin mm. lahjakortteja, joilla kauppaa voitiin tehdä. Kirjanpidon suunnitteleminen mahdollisimman selkeäksi oli tärkeää, koska kauppatoiminnan tuloja oli tilitettävänä kahdellekymmenelle eri taholle.

Kaupan sisustaminen alkoi tyhjästä tilasta. Liitteessä 4 on valokuvia muuntamon sisätiloista ennen tilan sisustamista. Tilassa ei ollut kalusteita eikä mattoja. Sisustuksessa käytettiin mahdollisimman paljon kierrätysmateriaalia. Sisustusvalinnoilla kaupan pyrittiin luomaan rauhallinen ja lämmin joulutunnelma. Sähkövalojen sijaan käytimme kynttilöitä. Liitteessä 5 on valokuvia siitä, miltä tila näytti kalustettuna. Liitteen 5 kuvissa näkyy myös kynttilöiden sijoittelua tilaan. Myytävät tuotteet toimivat sekä sisustuselementtinä, että myynnin välineinä. Tuotteet oli pakattu vihreisiin ja punaisiin kirjekuoriin, jotka ripustettiin pyykkipojilla seinä kiertäville naruille sekä aseteltiin pöytätelineisiin (liite 6).

5.2.4 Myynti - ja tiedotustyö kulttuurikaupassa

Kulttuurikaupan avajaiset järjestettiin 28.11.2010 ajoitettuna samanaikaisesti läheisen Kenkäveron joulukauden avajaistapahtuman kanssa. Kauppa oli avoinna kolme tuntia viitenä päivänä viikossa. Kaupan tarkemmat aukioloajat näkyvät taulukossa 3.

TAULUKKO 3. Kulttuurikauppa Wanhan Muuntamon aukioloajat

Viikonpäivä	Kellonaika
tiistai	9 -12
keskiviikko	16 -19
torstai	12 -15
lauantai	10 -13
sunnuntai	12 -15

Työvuorossa oli turvallisuussyistä yleensä kaksi työntekijää. Saadakseni mahdollisimman paljon kokemuksia ja suoraa palautetta asiakkailta, olin itse työvuorossa lähes joka päivä. Toimintapäiviä kertyi tuona aikana kaiken kaikkiaan 17 päivää.

Myytävät tuotteet olivat esillä kaupan seinille ripustetuissa numeroiduissa kirjekuorisissa. Niistä asiakkailla oli mahdollisuus itsepalveluperiaatteella valita sopiva tuote ja

maksaa se kassalle. Käytössä oli myös katalogi, jossa tuotteet olivat koottuna kansio-
muotoon. Käytäntö osoitti, että suurin osa asiakkaista halusi tehdä kauppaa myyjän
kanssa ja valitsi tuotteensa katalogista. Yksittäisten kulttuurituotteiden myynnin lisäksi
kaupassa esiteltiin ja kerrottiin Mikkelin alueen kulttuuritarjonnasta ja vaihtoehtois-
ta. Kauppatoiminnan aikana yhteydenpito kulttuurituotteitaan myyviin tahoihin oli
tärkeää, esimerkiksi siitä syystä, että kaikilla asianosaisilla oli ajantasainen tieto tapah-
tumien istumapaikkatilanteesta. Alitilitysjärjestelmästä ja käteiskaupasta johtuen teh-
täviin kauppatoiminnan aikana kuului myös säännöllinen tulotilitys, joka tehtiin kau-
pungin virastotalon yhteispalvelupisteeseen.

5.2.5 Kauppatoiminnan päättäminen ja koonti

Kauppatoiminnan päätyttyä 22.12.2010 oli laskennallinen tulos selvillä. Tulot tilitet-
tiin kulttuuriyhdistysten ja -toimijoiden tileille kaupungin tilitystoimintojen ja hyväk-
symismenetelmien mukaisesti. Päävastuu tästä oli toimistos sihteeri Aija Kuupolla. Mi-
nun tehtäväni oli varmistaa tulosten yhdenpitävyys omien laskelmieni ja kirjanpidon
pohjalta. Tein yhteenvedon kaupan kokonaiskustannuksista, tuloista, kävijämäärästä ja
asiakaspalautteesta. Yhteenvedon sekä henkilöstön kokemukset kauppatoiminnasta
kävimme läpi palaverissa 30.12.2010.

Kauppatoiminnan päättämiseen kuului myös tilan tyhjentäminen ja myymättömien
tuotteiden palauttaminen omistajilleen, tiedottaminen kauppatoiminnan päättymisestä
ja onnistumisesta sekä yhteistyötahojen kiittäminen hyvin sujuneesta yhteistyöstä.

6 TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTO

Vilkan ja Airaksisen mukaan (2003, 56 - 57) toiminnallisessa opinnäytetyössä ei ole
välttämätöntä käyttää tutkimuksellisia menetelmiä, mutta mikäli niitä käytetään, ylei-
sin syy on, että halutaan toteuttaa tapahtuma tai tuote kohderyhmälähtöisesti, tai ai-
heesta on vähän julkaistua tietoa.

Vilka ja Airaksinen (2003, 57) ovat tulkinneet Eskolan ja Suorannan (1998) kirjoj-
tusta kirjassa Johdatus laadulliseen tutkimukseen siten, että toiminnallisessa opinnäy-
tetyössä tiedon keräämisen keinot ovat samat kuin tutkimuksellisessa opinnäytetyössä,

mutta tutkimuskäytäntöjä käytetään väljemmässä merkityksessä. Tutkimusta käsitellään lähinnä selvityksen tekemisenä ja selvitystä ennen kaikkea yhtenä tiedonhankinnan apuvälineenä.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on ollut saada tietoa toiminnasta, jota ei tässä muodossa ole toteutettu maassamme aikaisemmin. Siksi olen valinnut käytettäväksi opinnäytetyössäni myös tutkimuksellisia menetelmiä. En kuitenkaan analysoi kerättyä aineistoa yhtä tarkasti ja järjestelmällisesti kuin tutkimuksellisessa opinnäytetyössä tekisin. Olen pyrkinyt kokonaisvaltaiseen tiedonhankintaan, jossa kvalitatiivinen, merkityksiä käsittelevä ja kvantitatiivinen, numeroita käsittelevä aineisto täydentävät toisiaan (Hirsjärvi 2001, 125 -126).

Tutkimuksen kohteena olivat asiakkaiden ja kulttuuriyhdistysten hyötyminen ja toiminnan onnistunut. Lisäksi haluttiin saada tietoa siitä, kannattaako toimintaa jatkaa ja millaiset asiat on otettava huomioon toiminnan kehittämiseksi. Tutkimuskysymyksiin pyrittiin saamaan vastauksia *kyselyn*, *haastattelun*, sekä *matemaattisen tarkastelun* menetelmin. Aineiston muodostivat asiakkaiden, kulttuuriyhdistysten ja -toimijoiden sekä kulttuurikauppaprojektin toteutuksessa mukana olleen henkilöstön palautteet sekä toiminnan taloudellisista kuluista, myynnin määrästä ja asiakasmäärästä kertovat luvut.

Asiakaspalautetta kerättiin kyselyn ja avoimen haastattelun muodossa. Hirsjärven ym. 2001 (182 - 184) mukaan kyselytutkimuksen etuna on sen tehokkuus ja aineiston käsittelyn helppous. Kyselylomakkeen avulla on mahdollista kerätä tietoa tosiasioista, käyttäytymisestä, toiminnasta, tiedoista, arvoista, asenteista, käsityksistä ja mielipiteistä. Lomakkeella voidaan pyytää myös arviointeja ja perusteluja.

Asiakaskyselylomake (liite 7) pyrittiin laatimaan melko tiiviiksi ja asiakkaiden kannalta helposti täytettäväksi. Kyselylomake sisälsi sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä. Strukturoiduilla kysymyksillä haluttiin saada tietoa siitä,

- vastasiko tuotevalikoima asiakkaiden odotuksia,
- onnistuttiinko lisäämään asiakkaiden tietoa alueen kulttuuritoiminnasta sekä
- olivatko Wanhan Muuntamon tilat toimivat kyseiseen tarkoitukseen.

Avoimella kysymyksellä haluttiin kartoittaa

- asiakkaiden näkemyksiä tämän kaltaisen toiminnan tarpeellisuudesta ja
- mahdollisesti näkökulmia, joita ei etukäteen osattu ajatella.

Asiakaskyselylomake oli mahdollista täyttää sekä kulttuurikaupassa että sähköisesti Webropol -palvelussa. Kyselyyn pääsi vastaamaan Mikkelin kaupungin verkkosivujen kautta.

Asiakaskyselyn ohella tärkeää asiakasnäkökulmaa valottavaa aineistoa saatiin avoimella haastattelulla. Avoimessa haastattelussa haastatteliija selvittää haastateltavan ajatuksia, mielipiteitä, tunteita ja käsityksiä sen mukaan kun ne tulevat aidosti vastaan keskustelun kuluessa. Avoin haastattelu onkin hyvin lähellä keskustelua. (Hirsjärvi 2001, 196.) Kulttuurikaupassa asiakkaiden haastattelu toteutui keskustelun muodossa ja näin suorissa asiakaskontakteissa saatu suullinen palaute kirjattiin keskustelun jälkeen palautevihkoon. Asiakaspalautekyselyyn vastasi 32 henkilöä, joista 22 kulttuurikaupassa ja 10 sähköisessä palvelussa. Avoimeen haastatteluun eli suullisen palautteen antamiseen osallistuneiden tarkkaa määrää on vaikea ilmoittaa, koska siinä vaiheessa, kun samanlaiset vastaukset kertaantuivat useamman kerran, niitä ei enää kirjattu muistiin.

Kulttuuriyhdistyksiä ja -toimijoita koskeva aineisto kerättiin haastattelujen avulla. Haastattelun suurena etuna voidaan pitää sitä, että siinä aineiston keruuta voidaan säädellä joustavasti tilanteen edellyttämällä tavalla ja vastaajia myötäillen. Haastattelun etuna on myös se, että vastaajiksi suunnitellut henkilöt saadaan yleensä mukaan tutkimukseen. (Hirsjärvi 2001, 192 - 193.)

Kulttuuriyhdistyksiltä ja -toimijoilta haluttiin saada vastauksia kysymyksiin

- Kokivatko kulttuuriyhdistykset ja -toimijat hyötyvänsä toiminnasta?
- Oliko toiminta onnistunutta?
- Millaisia asioita on otettava huomioon toiminnan kehittämiseksi?

Alkuperäisenä tarkoituksena oli koota kaikki Kulttuurikauppaprojektissa mukana olleet 20 kulttuuriyhdistystä ja -toimijaa yhteisen workshop-tyyppiseen tapaamiseen, mutta koska kaikille sopivan kokoontumisajankohdan järjestäminen osoittautui mahdottomaksi, päädyttiin käyttämään haastattelumenetelmää. Mahdollisimman suuren vastausmäärän saamiseksi käytettiin sekä *lomakehaastatteluna* toteutettua sähköpostihaastattelua (liite 8) että palautepalaverissa 19.1.2011 käytettyä *teemahaastattelua*.

Teemahaastattelun aihepiiri noudatteli liitteessä 8 esitettyjä lomakehaastattelun kysymyksiä. Niiden toimijoiden kanssa, joilla ei ole käytössä sähköpostiyhteyttä, toteutettiin haastattelu puhelimen välityksellä *avoimena haastatteluna*.

Sähköpostin välityksellä toteutettu lomakehaastattelu toteutettiin nimensä mukaisesti lomaketta käyttäen. Kysymysten muoto ja esittämisjärjestys oli ennalta määrätty. Palautepalaverissa 19.1.2011 ryhmähaastatteluna toteutettu haastattelu oli muodoltaan lähinnä teemahaastattelua, jossa haastattelun aihepiiri oli tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto puuttuivat. Puhelinhaastatteluna toteutettu avoin haastattelu taas oli muodoltaan lähellä keskustelua ja eteni vapaassa muodossa. (Hirsjärvi 2001.)

Lomakehaastatteluun vastasi 7 yhdistystä, teemahaastatteluun 5 ja avoimeen haastatteluun 2 yhdistystä.

Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen henkilökunnan kokemuksia toiminnan onnistumisesta ja toiminnan kehittämisestä kävimme läpi vapaasti keskustellen palautepalaverissa 30.12.2010. Laskin myös itseni kuuluvan tässä tapauksessa henkilökuntaan. Henkilökunnan kokemukset kirjattiin ylös palaverimuistioon. Kauppatoiminnan laskennallinen tulos, joka vaikutti osaltaan tulkintoihin toiminnan onnistumisesta, oli mitattavissa kauppatoiminnan päätyttyä 22.12.2010. Laskennalliseen tulokseen kuului toiminnan organisoimisesta ja toteuttamisesta aiheutuneiden kulujen lisäksi asiakasmäärä, euromääräinen myyntitulo ja kauppatapahtumien määrä.

7 TULOKSET

Tämä opinnäytetyö on toteutettu toiminnallisena opinnäytetyönä ja tutkimuksellista osuutta on mahdollista käsitellä väljästi. Tässä tapauksessa tulosten hieman tarkempi tarkastelu perustuu Mikkelin kaupungin strategiaan (2009), jonka mukaisesti asiakaspalautteella ja kuntalaisten vaikutusmahdollisuudella on tärkeä merkitys palvelujen kehittämisessä. Yhteistyön merkitys asiakkaiden ja kunnan henkilöstön kanssa on ensiarvoisen tärkeää.

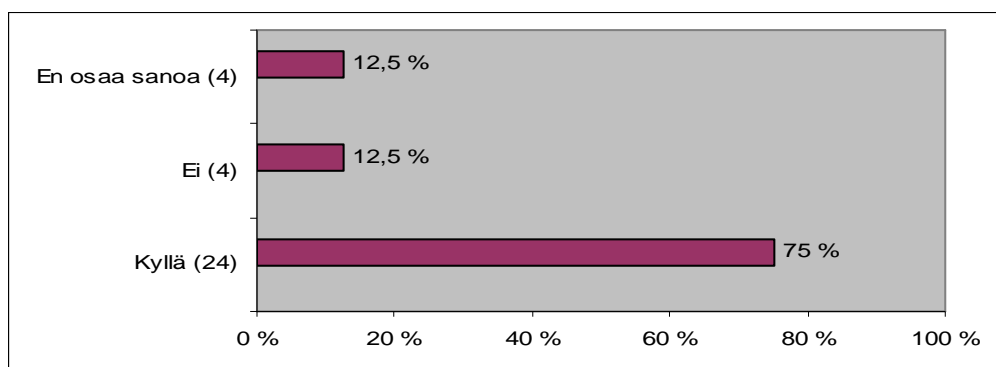
Tuloksia käsiteltäessä eri tutkimusryhmät asiakkaat, kulttuuritoimijat ja henkilökunta on käsitelty kukin omana ryhmänään. Lopullisissa johtopäätöksissä ryhmien näkemykset on yhdistetty. Asiakaskyselyn monivalintakysymykset on eritelty prosentuaa-

lisesti. Avointen kysymysten sekä haastattelujen vastauksia on tulkittu vastauksista tehdyn yhteenvedon pohjalta. Taloudellisesta tuloksesta kertovia numeroita on tulkittu suuntaa antavasti. Laskennallisilla tuloksilla ei tässä yhteydessä ole ollut ratkaisevaa merkitystä.

7.1 Asiakaskyselyn tulokset

Varsinaisen asiakaskyselyn vastaajamäärä jäi melko alhaiseksi. Vastauksia saatiin yhteensä 32 kappaletta. Alhaiseen lomakkeiden täyttömäärään arvioisin vaikuttaneen suullisen palautteen antamisen mahdollisuus, jolloin monet henkilöt eivät nähneet tarpeelliseksi täyttää lomaketta. Mielenkiintoa herättävänä seikkana voidaan pitää myös sitä, että Webropol-palvelussa kyselyä oli käynyt katsomassa 225 henkilöä, joista vain 10 oli vastannut kyselyyn. Vastauksia esiteltäessä on yhdistetty sekä Kulttuurikaupassa että Webropol-palvelussa täytetyt lomakkeet. Taulukkomuodossa esitettyjä vastauksia on täydennetty viidennen kysymyksen vapaan sanan vastauksilla sekä palautevihkoon kirjatulla suullisella palautteella.

Ensimmäisessä kysymyksessä (kuvio 1) kysyttiin asiakkaiden mielipiteitä tuotevalikoimasta ja siitä, vastasiko se heidän odotuksiaan. Kysymykseen saatiin lomakevastauksia 32 kappaletta. Tuotevalikoimaan oltiin varsin tyytyväisiä, sillä 75 % vastaajista ilmoitti tuotteiden vastanneen heidän odotuksiaan.



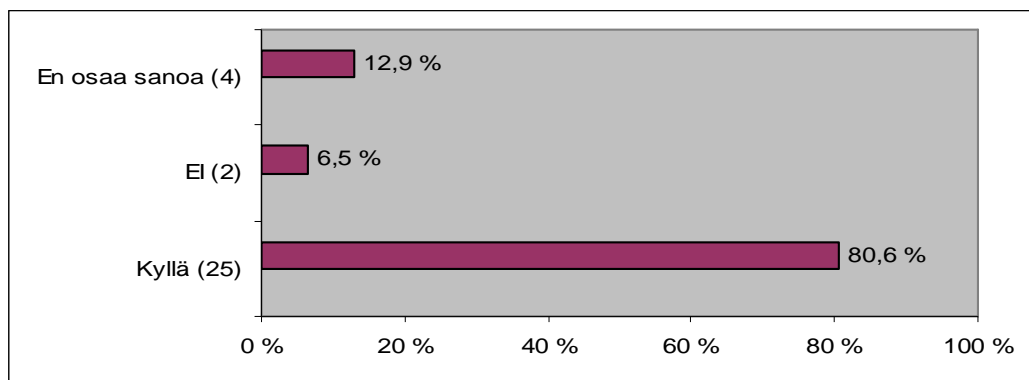
KUVIO 1. Kulttuurikauppa Wanhan Muuntamon tuotevalikoima vastasi odotuksiani

Asiakaskeskusteluissa ilmeni, että varsinkin ensimmäisinä kaupan aukiolopäivinä asiakkailla ei ollut odotuksia tuotevalikoiman tai kulttuurikaupan toiminnan suhteen. He tulivat kauppaan yleisen mielenkiinnon vuoksi. Kauppatoiminnan jatkuessa ja tiedo-

tuksen lisääntyessä yhä useammalla asiakkaalla oli käsitys ja mielikuva tuotevalikoimasta. Osalla asiakkaista oli jo kauppaan tullessaan selkeä tietoisuus yksittäisestä tuotteesta, jota olivat tulossa ostamaan.

Asiakaspalautteen mukaan tuotevalikoimaan toivottiin laajennusta. Kulttuurikaupan tuotevalikoimaan toivottiin elokuvalippuja, lausunta- ja laulutunteja, Työvään näyttämöpäivien lippuja, Kaupungin orkesterin kausikorttia, lippuja Kaupungin orkesterin yksittäisiin konsertteihin, laskettelulippuja, museoiden palveluja, liikuntapalveluja, Mikaelin tarjonta sekä enemmän edullisia "tutustu tähän kulttuuritoimintaan" lahjakortteja. Toivelistalla on tuotteita, joita ei ole jatkossakaan mahdollista ottaa mukaan kuten Työvään näyttämöpäivien liput sekä tuotteita, jotka eivät yritysten tuottamina sovi kunnallisen yksikön periaatteiden mukaiseen toimintaan, kuten elokuvaliput.

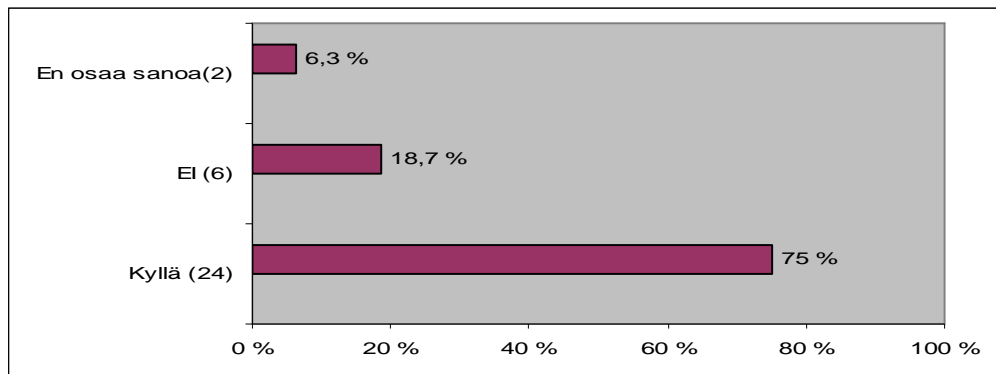
Toisessa kysymyksessä (kuvio 2) haluttiin saada tietoa siitä, onnistuiko Kulttuurikauppa tarjoamaan vaihtoehtoisia joululahjaideoita asiakkailleen. Tähän kysymykseen lomakkeella vastasi 31 henkilöä ja yli 80 % ilmoitti saaneensa uusia ideoita.



KUVIO 2. Sain Kulttuurikaupasta uusia lahjaideoita.

Asiakaskeskusteluissa kiitettiin hyvästä palvelusta, joka toi esille uusia, asiakkaalle ennalta tuntemattomia kulttuurilahjamahdollisuuksia. Suurella osalla asiakkaista oli kauppaan tullessaan tavoitteena löytää ”jokin vaihtoehtoinen lahja”, mutta he eivät tienneet tullessaan, mikä se voisi olla. Suullisen palautteen kommentit, *Onko teillä näin paljon erilaisia tuotteita? Olettepa saaneet hyvin tuotteita myyntiin ja En tiennytkään, että tällainenkin vaihtoehto on*, kuvastavat hyvin asiakkaiden palautetta.

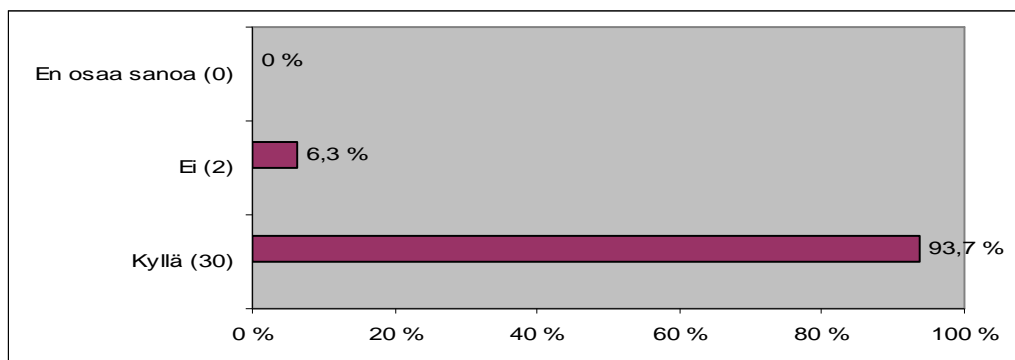
Kolmannella kysymyksellä (kuvio 3) haluttiin saada tietoa siitä, kuinka hyvin Kulttuurikauppa onnistui välittämään tietoa alueen kulttuuritoiminnasta. Lomakevastauksia tuli 32 kappaletta ja 75 % vastanneista kertoi saaneensa lisätietoa.



KUVIO 3. Sain Kulttuurikaupasta lisätietoa Mikkelin alueella toimivista kulttuuriyhdistyksistä ja harrastusmahdollisuuksista.

Suullisen palautteen mukaan mm. erilaisten Mikkelissä toimivien kuorojen suuri määrä oli monelle asiakkaalle ennalta tuntematonta. 18,7 % lomakevastaajista ilmoitti, ettei saanut uutta tietoa. Tähän voi tietenkin vaikuttaa se, että vastaajajoukkoon valikoitui henkilöitä, joilla oli jo ennestään hyvä tietämys Mikkelin alueen kulttuuritoiminnasta. Toisaalta tiedotustoiminnan suunnittelu ja toteutus vaatii paljon aikaa ja resursseja sekä kulttuurikaupan toteuttajilta että kulttuuriyhdistyksiltä. Tämä olikin yksi osa-alue, johon valmistelun tiukka aikataulu selkeästi vaikutti.

Seuraavan kysymyksen (kuvio 4) tarkoituksena oli selvittää, sopivatko Pursialan Wanhan Muuntamo-rakennuksen tilat asiakkaiden mielestä tämän kaltaisen toiminnan järjestämiseen. Kysymykseen vastasi lomakkeella 32 henkilöä ja 93,7 % heistä piti tiloja sopivina.

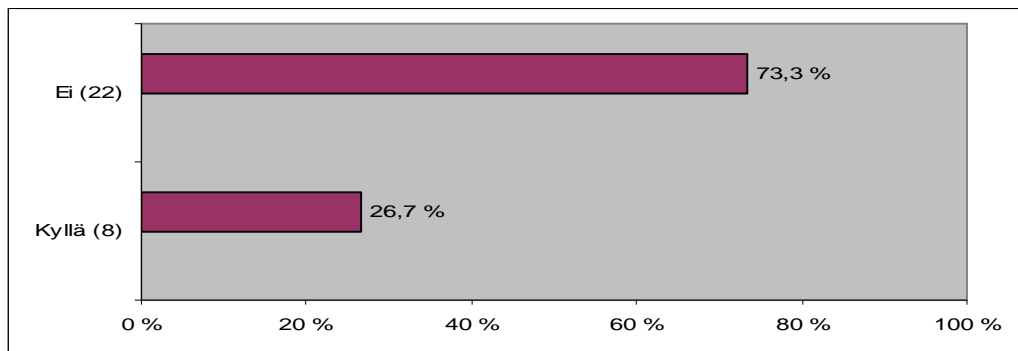


KUVIO 4. Wanhan Muuntamon tilat sopivat mielestäni tämän kaltaiseen toimintaan.

Muuntamotiloja pidettiin viehättävinä, hienoina ja juuri tähän toimintaan sopivina. Kova pakkanen kauppatoiminnan aikana vaikutti selkeästi ja monet asiakkaat kiinnittivät huomiota tilojen viileyteen. Mikkeli-puiston läheisyyttä pidettiin positiivisena asiana, mutta rakennuksen syrjäistä sijaintia, julkisen liikenteen reitin ulkopuolella negatiivisesti vaikuttavana tekijänä. Myös parkkipaikan puuttumiseen rakennuksen pihasta suhtauduttiin negatiivisesti.

Vastaukset muuntamorakennusta koskien olivat vahvasti ristiriitaisia sen suhteen, että toisaalta tiloja pidettiin sopivina, mutta toisaalta rakennus sai hyvin selkeäsi myös vahvaa kritiikkiä osakseen. Johdonmukaisempaan vastukseen olisi luultavasti päästy toisenlaisella kysymyksen asettelulla, jossa rakennuksen sisätila ja sijainti olisi erotettu toisistaan selkeästi.

Viimeisellä monivalintakysymyksellä (kuvio 5) haluttiin kartoittaa kuntalaisten osallistumishalukkuutta Wanhan Muuntamo-rakennuksen toiminnan kehittämistyöhön. Vastauksia tuli 30 kappaletta, joista 26,7 % ilmoitti olevana halukkaita tulemaan kehittämisyhteistyöhön kaupungin henkilökunnan kanssa.



KUVIO 5. Olen kiinnostunut Wanhan Muuntamo-rakennuksen toiminnan ideoinnista.

Mikkelin kaupungin strategian mukaan kuntalaisten osallisuus ja osallistumismahdollisuus kaupungin kehittämisessä on nostettu tärkeäksi tekijäksi (Mikkelin kaupunki 2009a.) Henkilöihin, jotka ilmoittivat halukkuutensa osallistua Wanhan Muuntamorakennuksen kehittämistyöhön, tullaan ottamaan myöhemmin yhteyttä.

7.2 Kulttuuriyhdistysten ja -toimijoiden haastattelutulokset

Kulttuuriyhdistysten ja -toimijoiden palautekoontiin on yhdistetty sähköpostihaastattelun, ryhmähaastattelun ja puhelinhaastattelun tulokset. Projektissa mukana olleiden kulttuurin tuottajien mukaan taloudellinen hyöty toiminnasta ei ollut merkittävä, mutta he kokivat hyötynsä monella muulla tavalla. He kokivat saaneensa

- positiivista julkisuutta
- yhteismarkkinoinnin edun
- lisää asiakkaita
- lisää tilauksia
- näkyvyyttä toiminnalleen
- tietotusta omasta toiminnastaan.

Tämän toiminnan hyvinä puolina mainittiin toiminnan ekologisuus, ympäristöystävällisyys ja vaihtoehtoisuus materialismille. Kulttuurin tuottajien mielestä se, että tuotteet on koottu keskitetysti yhteen paikkaan, helpottaa asiakkaiden mahdollisuutta löytää kulttuurituotteita ja myös laajentaa kulttuurin kulutusmuotojaan. Myös Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen näin tarjoaman tuki nähtiin positiivisena yhdistystoimintaa tukevana ja kannustavana toimintana.

Kehitettävänä asiana kulttuuriyhdistykset ja -toimijat pitivät lähes yksimielisesti kaupan sijaintia. Heidän mielestään muuntamo on liian syrjässä. Kauppa toivottiin tuotavan lähemmäksi keskustaa ja ihmisvirtoja. Kaupan päivittäistä aukioloaikaa ehdotettiin pidennettävän nykyisestä kolmesta tunnista. Toivottiin myös, että kauppatoiminta voisi alkaa jo huomattavasti aikaisemmin kuin marraskuussa. Toivottiin jopa kaupan olevan auki ympäri vuoden. Mukaan kaivattiin myös lisää yhdistyksiä ja erilaisia tuotteita.

7.3 Henkilökunnan kokemukset

Henkilökunnan kokemukset kävimme läpi vapaasti keskustellen palautepalaverissa 30.12.2010. Ne kirjattiin muistiin palaverimuistioon, jonka pohjalta yhteenveto on tehty. Kulttuurikaupan käytännön töissä 28.11. - 22.12.2010 mukana olleen henkilöstön näkemykset olivat varsin yhteneväiset. Henkilökunnan kokemukset työskentelystä Wanhalla Muuntamalla tukivat jo ennakkoon tiedostettuja toteutuksen ongelmia.

alueita. Tilaa ei ole toistaiseksi tarkoitettu talviaikaiseen toimintaan ja oli työtilana viileä ja alkeellinen. Sosiaaliset tilat puuttuivat. Nämä seikat vaikuttivat luonnollisesti työskentelymukavuuteen. Nettyhteyden puuttuminen aiheutti lisätyötä ja erityisjärjestelyjä muun muassa maksujärjestelmän suunnittelussa ja hoitamisessa.

Puutteista huolimatta kokeilu onnistui henkilökunnan mielestä kokonaisuutena hyvin. Kulttuurikaupassa toteutui monta kulttuuripalvelujen periaatteita ja toimintaa tukevaa asiaa. Tiukasta aikataulusta huolimatta yhdistyskenttää saatiin aktivoitua hyvin. Osalle kulttuuriyhdistyksistä projektin toteutusaikataulu oli selkeästi liian kiireinen, eivätkä he pystyneet lähtemään mukaan toimintaan. Aikataulu ja kauppatoiminnan toteutusai-ka vaikuttivat henkilökunnan näkemyksen mukaan myös siihen, että yrityksille suunnatulla markkinoinnilla ei saavutettu sille asetettuja tavoitteita.

Sekä kulttuurikauppa että Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelut sai tämän toiminnan myötä paljon positiivista palautetta ja julkisuutta. Median kiinnostus aiheeseen sekä paikallisesti että valtakunnallisesti tuntui hyvältä. Asiakkaiden positiivinen palaute ideaa ja toimintaa kohtaan motivoivat työntekijöitä.

7.4 Kulttuurikauppatoiminnan tulokset numeroiden valossa

Taulukossa 4 on esitelty kauppatoiminnan onnistumista numeroilla tarkasteltuna.

TAULUKKO 4. Kulttuurikauppa Wanhan Muuntamon tulokset

aihe	määrä
Toimintapäivät ajalla 28.11 – 22.12.2010	17 pv
Asiakasmäärä	140 hlöä
Keskimääräinen asiakasmäärä/ toimintapäivä	7 hlöä
Kauppatapahtumat	32 kpl
Kulttuurituotteiden myynti	73 kpl
Lopullinen myynti	1260 €
Kauppatoiminnasta aiheutuneet kulut	1262,25 €

Keskimääräinen kävijämäärä **7** henkilöä jokaista toimintapäivää kohti ei vaikuta kovin suurelta. Kävijämäärää voidaan kuitenkin pitää kohtuullisena, ottaen huomioon, että

kyseessä oli uusi toimintamuoto. Uuden toiminnan markkinointiin ja toiminnasta tiedottamiseen on panostettava paljon, että se saavuttaa asiakkaiden tietoisuuden. Vaikka markkinointiin ja tiedottamiseen pyrittiin panostamaan paljon, jäi markkinoinnille ja tiedottamiselle tällä kertaa liian vähän aikaa. Mikkelin seudun yrityksiä ei tämänkertaisella markkinoinnilla juurikaan tavoitettu. Markkinointi- ja toiminta-aikataulu myöhästyi yritysten pikkujoulukautta tai yrityslahjoja ajatellen. Myös jo esille tullut Pursialan Wanhan Muuntamon syrjäinen sijainti sekä kauppatoimintajaksolle ajoittuneet kovat pakkaset vaikuttivat kävijämäärään. Kaupan vaihtelevilla aukioloajoilla pyrimme siihen, että mahdollisimman monelle kuntalaiselle löytyisi sopiva aukioloaika. Vaihtelevat aukioloajat osoittautuivatkin haasteellisiksi, koska ihmisillä oli epätietoisuutta aukioloajoista ja tavoiteltua etua ei saavutettu.

Kauppatapahtumia oli 32 kappaletta ja yksittäisiä kulttuurituotteita myytiin 73 kappaletta. Tämä voidaan nähdä positiivisena tuloksena, lisätulona kulttuuriyhdistyksille. Kulttuurikauppa oli kulttuuritoimijoiden ylimääräinen myyntipiste muun myynnin lisäksi. Euromääräiseen tulokseen vaikuttaa osaltaan se, että osa tuotteista oli erittäin edullisia ja edullisuutensa vuoksi kävivät myös kaupaksi huomattavasti paremmin kuin kalliimmat tuotteet. Joulun lähestyminen näkyi myynnin vilkastumisena kaupan viimeisinä toimintapäivinä. Myynnin määrä kasvoi 21. ja 22. päivä joulukuuta huomattavasti, ollen 509 euroa.

Kaupassa oli mahdollista maksaa tuotteet ainoastaan käteisellä rahalla. Asiasta pyrittiin tiedottamaan mahdollisimman paljon, mutta tieto ei tavoittanut kaikkia. Tänä päivänä ihmiset ovat varautuneet käyttämään enimmäkseen pankkikorttia maksuvälineenä. Mikäli tämä ei ole mahdollista ja kaupanteko vaatisi uuden käyntikerran, voi se olla esteenä kaupan syntymiselle.

Perinteisen kivijalkakaupan ja suoran asiakaskontaktin etuna voidaan pitää siitä, että meillä oli mahdollisuus seurata kauppatapahtumien määrää ja pystyimme, toisin kuin verkkokaupan kautta tapahtuvassa kaupassa, ilmoittamaan tarkan tuloksen. Esimerkiksi siitä, onko Kukkura-verkkokaupan kautta tapahtunut yhtään myyntiä, ei ole tietoa, koska kauppa on täysin kahdenvälistä, eikä sivuston ylläpitäjälle, Pohjois-Savon taidetoimikunnalle tietoja välitetä (Vilkuna 2011).

7.5 Yhteenveto ja johtopäätökset

Kulttuurikauppakokeilua sai positiivisen vastaanoton niin asiakkaiden, kulttuuriyhdistysten ja -toimijoiden kuin tiedotusvälineidenkin osalta. Toiminnasta uutisoitiin muun muassa Länsi-Savossa, YLE:n Kulttuuriuutisissa sekä alueuutisissa (liite 9). Myös Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelut piti kokeilua onnistuneena. Kulttuurikaupan tuottaminen ei vaatinut Mikkelin kaupungin kulttuuripalveluilta suuria taloudellisia resursseja ja opinnäytetyö mahdollisti ylimääräisen henkilöresurssin projektin toteutukseen. Etukäteen tiedostetut haasteelliset osa-alueet osoittautuivat juuri niin haasteellisiksi kuin odotettiin ja toiminnan kehittämisessä huomioitaviksi.

Vaikka elämme verkkoaikakautta ja itsepalvelu valtaa alaa, tämän kokeilun valossa näyttää kuitenkin siltä, että myös perinteiselle asiakaspalvelulle ja kivijalkakaupan uusmuodoille on tilausta. Asiakkaat haluavat palvelua, helppoutta ja valmiiksi pake-toitua tietoa. Kulttuurin tuottajille yhteinen näyteikkuna on edullinen ja tehokas.

Siitä, onko tällaisella palvelulla aktivoivaa vaikutusta alueen kulttuurielämään, ei tämän tutkimuksen avulla saatu tietoa. Toteutusaika oli liian lyhyt siihen, että vaikutuksia olisi ollut mahdollista todeta.

Kulttuurikauppaprojektin yhteenvetona voisi todeta, että toiminta on kannatettavaa ja asiakaspalvelumuotona toimiva. Palvelua on kehitettävä siten, että toimitila on tuotava lähemmäksi ihmisvirtoja, kaupan aukioloajat on saatava säännöllisiksi ja toiminta-aika pidemmäksi. Yritysmarkkinointia on tehostettava. Yhdistysten aktivointiin, tuotteistamiseen ja sen ohjaukseen on panostettava enemmän. Myös maksujärjestelmiä on uudistettava. Asiakkailla on oltava mahdollisuus maksaa ostoksensa maksukortteja käyttäen.

8 JATKOTOIMENPITEET

Projektin tulosten perusteella on Mikkelin kaupungin kulttuuripalveluissa tehty päätös siitä, että kulttuurikauppatoimintaa tullaan toteuttamaan jatkossakin. Kauppatoiminnan kehittämisessä otetaan asiakkailta ja yhteistyötahoilta saatu palaute huomioon. Kulttuurikaupan toteuttamiselle on olemassa useita eri vaihtoehtoja, joita kannattaisi miettiä. Toiminta ei toteutuakseen tarvitse välttämättä erillisiä tiloja, vaan sitä voidaan

toteuttaa myös pienimuotoisesti. Myös Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen resurssit toiminnan toteuttamiseen on huomioitava.

On kuitenkin pidettävä huomionarvoisena myös omilla fyysisissä tiloissa toimivan kivijalkakaupan mahdollisuudet. Kulttuurikauppa voisi palvella paitsi alueen asukkaita, olla myös vetovoimainen tutustumiskohde paikkakunnalla vierailijoille. Toiminnan kehittämisessä verkkokauppaa ja perinteistä asiakaspalvelua ei pidä nähdä vastakkaisina, vaan toisiansa tukevinä tekijöinä.

Pursialan alueen kehitysnäkymät näyttävät tällä hetkellä hyvältä yksityisen satamarakennushankkeen myötä ja myös Pursialan Wanha Muuntamon kunnostus ja remointi talvikäyttöön sopivaksi on todennäköinen. Rakennuksen kulttuurisällön kehittämistyö on myös jo käynnissä ja alueen kulttuuritoimijoita sekä kehittämistyöstä kiinnostuneita kuntalaisia kutsutaan yhteistyöhön.

9 ARVIOINTI

Opinnäytetyöni tutkimuskysymyksissä haluttiin saada tietoa kulttuurikauppatoiminnan hyödyllisyydestä, onnistumisesta ja kehitystarpeista. Vastauksissa haluttiin saada esille sekä asiakkaiden, kulttuuriyhdistysten ja -toimijoiden että toiminnan järjestäjien näkökulma. Tutkimusaika oli melko lyhyt ja aineiston määrä pieni, eikä tutkimustuloksia näin ollen voida pitää yleistettävänä. Opinnäytetyön tarkoituksena ei ollutkaan suorittaa laajaa tutkimusta, vaan saada tarpeellinen tieto Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen yksikön käyttöön. Tässä mielestäni onnistuttiin hyvin. Tutkimuskysymyksiin saatiin vastaukset ja kulttuuripalveluiden yksikkö pystyy hyödyntämään kokeilun tuloksia tulevissa suunnitelmissaan.

Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelut hyötyivät myös opinnäytetyöni toiminnallisesta toteutuksesta. Kulttuurikauppaprojektissa toteutui monta kulttuuripalvelujen periaatetta sekä toimintaa tukevaa asiaa, kuten kulttuuriyhdistysten välillinen tukeminen, yhdistysten aktivoiminen, uusien palvelumuotojen pilotoiminen sekä innovatiivisten kulttuuripalvelujen tuottaminen. Opinnäytetyöni tarjosi myös Mikkelin kaupungin kulttuuripalveluiden tarvitsemat lisäresurssit kokeilun toteuttamiseksi. Kulttuurikauppatoiminta maassamme ainutlaatuisena toimintana sai positiivista julkisuutta sekä alu-

eellisesti että valtakunnallisesti. Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelut hyötyivät näin opinnäytetyöstäni myös myönteisen julkisuuden muodossa.

Vilka ja Airaksinen (2003, 48) toteavat, että projekti, varsinkin yksin toteutettuna opinnäytetyönä, on opinnäytetyöhön varattuun tuntimäärään nähden laaja. Ottaen vielä huomioon ammattikorkeakoulun opinnäytetyön raportille asettamat vaatimukset sekä opinnäytetyön tilaajan tarpeet, voin todeta työn olleen melko laaja ja vaativa. Myös nopea päätös toiminnallisen opinnäytetyön toteuttamisesta ja projektin tiukka toteutusaikataulu lisäsivät työmäärää ja vaikeuttivat työn rajausta. Rajausta ja raportin kirjoittamista olisi helpottanut huomattavasti, mikäli olisin tutustunut toiminnallisesta opinnäytetyöstä kertovaan kirjallisuuteen ja tehnyt selkeän opinnäytetyön suunnitelman ennen projektin aloittamista.

Työmäärästä huolimatta koen kuitenkin työn olleen kannattavaa. Kulttuurituotannon opiskelijana sain opinnäytetyön kautta arvokasta työkokemusta kulttuurituottajan työstä. Pystyin näyttämään koulutusohjelmani tarjoamaa erityisosaamista, ammattitaitoa ja asiantuntemusta kulttuurialan organisaattorina, kehittäjänä ja tuottajana. Kulttuurijohtaja Marita Kajander on ilmaissut tyytyväisyytensä kulttuurikaupprojektin toteutuksesta. Tämän voi katsoa olevan osoituksena kehittyneistä taidoistani kulttuurituottajana. Toiminnastani kulttuurikaupan tuottajana olen saanut positiivista palautetta ja se on johtanut myös muutamiin työtarjouksiin, joten Vilkan ja Airaksisen (2003, 17) toteamus siitä, että toimeksi annetun opinnäytetyön avulla kulttuurituottajaopiskelija voi näyttää osaamistaan ja herättää työelämän kiinnostusta itseensä, toteutui.

LÄHTEET

Einola-Pekkinen, Virpi 2010. Luovuus, innovatiivisuus ja julkinen sektori. Valtionvarainministeriön hallinnon kehittämissyksikön kehittämisspäällikön nettikolumni. WWW-dokumentti.24.3.2010.

http://www.vm.fi/vm/fi/03_tiedotteet_ja_puheet/04_kolumnit/0310_vpe/index.jsp. Päivitetty 24.3.2010. Luettu 10.3.2011

Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2001. Tutki ja Kirjoita. 6.-7.painos. Vantaa: Tammivuoren kirjapaino Oy

Hätinen, Arja 2010. Kuvamateriaali. Kuva 1, kuvat liitteissä 4, 5 ja 6. Kulttuurituotannon opiskelija. Mikkelin Ammattikorkeakoulu.

Jäppinen, Tuula 2010. Palveluiden asiakaslähtöinen yhteiskehittely. Verkkoartikkeli. <http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/tuke/hankeet/innovatiiviset-palvelut/kayttajalahtoisuus/yhteiskehittely/Sivut/default.aspx>. Päivitetty 3.8.2010. Luettu 19.2.2011.

Kettunen, Sami 2000. Onnistu projektissa. Juva: WSOY

Kukkasmäki, Timo 1998. Kulttuuritoiminnan käsikirja: taiteen ja kulttuurin Suomi 2000. Kuopion Yliopiston painatuskeskus

Miettinen, Heikki 2009. Kuntapalvelut asukkaiden arvioimina Mikkelissä vuonna 2009. Tutkimuksia 342/2009. Finnish Consulting Group. Koulutus ja konsultointi.

Mikkelin ammattikorkeakoulun opinto-opas 2008 -2009. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Mikkelin kaupunki 2009a. Mikkelin kaupungin strategia 2009. Mikkelin kaupungin valtuusto 15.6.2009 § 120, liite 12

Mikkelin kaupunki 2009b. Sivistystoimen strategia 2015. Ehdotus 18.8.2009. Kulttuuri-, nuoriso- ja liikuntalautakunta 26.8.2009 § 80, liite 3

Mikkelin kaupunki 2011a. Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelujen tulokortit 2011. Moniste.

Mikkelin kaupunki 2011b. Mikkelin-tieto. Mikkelin kaupunki mukaan edelläkävijäkunnat -verkostoon. Mikkelin kaupungin tiedotus. Tiedotteet 02/2011. WWW-dokumentti. <http://www.mikkeli.fi>. Päivitetty 16.2.2011. Luettu 10.3.2011.

Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelut 2009. Pursialan Wanha Muuntaja. Moniste.

Ojala, Kari 2000. Kestävän yhdyskunnan käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Opetusministeriö 2010. Creative Economy and Culture in the Innovation Policy. Publications of the Ministry of Education, Finland 2010:13.PDF-dokumentti.

<http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2010/liitteet/OPM13.pdf?lang=en>. Päivitetty 20.9.2010. Luettu 11.3.2011.

Pohjois-Savon taidetoimikunta 2010. Kukkura verkkokauppa. WWW-dokumentti. <http://www.kukkura.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 7.11.2010.

Rissanen, Tapio 2005. Hyvä palvelu. Mitä se on? Kuinka se saavutetaan? Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.

Silfverberg, Paul 1997. Ideasta projektiksi, projektisuunnittelun käsikirjaa. Hallinnon kehittämiskeskus. Helsinki: Oy Edita Ab

Ståhle, Pirjo & Sotarauta, Markku & Pöyhönen, Aino, 2004, Innovatiivisten ympäristöjen ja organisaatioiden johtaminen, Tulevaisuusvaliokunta. Helsinki.

Taidelaari. Pirkanmaalaisen kulttuurin ostoskanava. WWW-dokumentti. <http://www.taidelaari.fi>. Toteutus Hexagon IT oy. Ei päivitystietoja. Luettu 15.2.2011.

Tarvonen, Pia 2003. Asiakastyytyväisyys julkisissa palveluissa. Tutkimuskohteena Mikkelin kulttuuri- ja vapaa-aikatoimi. Mikkelin Ammattikorkeakoulu. Talouden ja hallinnon koulutusohjelma. Liiketalouden koulutusyksikkö. Opinnäytetyö

Turun Humanistinen ammattikorkeakoulu 2010. Arsnet.fi. Kulttuurialan Internet-portaali. WWW-dokumentti. <http://www.arsnet.fi>. Ei päivitystietoja. Luettu 15.2.2011.

Vilkka, Hanna & Airaksinen, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. 1- 2. painos Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Vilkuna, Anna 2011. Hankepöytäkirja. SARKA-hanke/Kukkura.fi. Sähköpostikeskustelu 14.2.2011.

Viirikorpi, Paavo 2000. Onnistunut projekti, Opas kunta-alan projektityöskentelyyn. Suomen kuntaliitto, Helsinki.

Ympäristöministeriö 2010. Mitä on kestävä kehitys. Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu. WWW-dokumentti. <http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=22119&lan=fi>. Päivitetty 1.2.2011. Luettu 20.2.2011.

Juliste

Kulttuurikauppa

*Wanha
Muuntamo*

Pursialankatu 5

*Anna aineeton lahja.
Se aktivoi, antaa elämyksiä,
eikä rasita luontoa.*

*Kauppa avoinna 28.11.-22.12.2010
ti 9-12, ke 16-19, to 12-15, la 10-13, su 12-15
Käteismaksu Lisätietoja 044 794 5234 / Kulttuuripalvelut*

 Mikkelin kaupunki
Sivistystoimi
Kulttuuripalvelut

LÄNSI-SAVO

Sähköpostimainos

*Oletko kyllästynyt antamaan joululahjaksi aina tavaroita?
Rasittaaako viime hetken päätöksenteo siitä, mitä ihmettä kummitytölle,
vanhemmille tai puolisolle tällä kertaa ostaisi?
Mitä jos tänä jouluna antaisitkin aineettoman, elämyksellisen ja
ympäristöystävällisen kulttuurilahjan?*

*Tämä vaihtoehdon sinulle tarjoaa
Kulttuurikauppa **Wanha Muuntamo**
Pursialankatu 5*

*Mikkelin kulttuuripalvelujen avaamassa Kulttuurikaupassa
ei perinteisiä joulun tavaralahjoja nähdä, vaan kaikki myytävät
tuotteet ovat kulttuurielämyksiä kuten esityksiä, lippuja konsertteihin,
yksityistunteja tai vaikka vuoden jäsenyys uuden harrastuksen parissa.*

*Kulttuurikauppa on avoinna 28.11. – 22.12.2010 välisen ajan
tiistaisin 9 - 12, keskiviikkoisin 16 - 19, torstaisin 12 - 15,
lauantaisin 10 - 13 ja sunnuntaisin 12 - 15.*

TERVETULOA

Lisätietoja

*Kulttuurikaupan vastaava tuottaja
Arja Hätinä
arja.hatinen@xxxxxxxx.fi
044 xxxxxxx*

*Kulttuurijohtaja
Marita Kajander
marita.kajander@xxxxxxxx.fi
044 xxxxxxx*

Projektin riskianalyysi ja SWOT-analyysi

Riskianalyysi

Mahdollinen riski	Kriittisyys 3 =erittäin kriittinen 2= kriittinen	Todennäköisyys 3= mahdollinen 2= mahdoll. mutta epätodennäköinen	Riski-indeksi	Miten suojaudutaan
Mukaan tulevien yhdistysten määrä jää liian vähäiseksi	3	2	6	Hyvä markkinointi ja perustelu toiminnan hyödyistä ja eduista kulttuuriyhdistysten kannalta
Sponsorisopimus jää syntymättä	2	3	6	Asiallinen, mutta myyvä ehdotus. Aktiivinen työskentely sopimuksen syntymiseksi. Hyvät perustelut mol.puolisesta edusta.
Suunnittelu- ja valmisteluajankatapultä	3	1	3	Tehokas työskentely ja aikataulun suunnittelu. Työn rajaus niin, että on mahdollista selvitä. Kaikkien mahdollisten resurssien hyödyntäminen.
Toiminta ei saa tarvitsemaansa huomiota tiedotusvälineissä	2	2	4	Useita mielenkiintoa herättäviä tiedotteita kaikille mahdollisille tiedotusvälineille. Kyseessä uudenlainen toiminta, jonka oletamme herättävän mielenkiintoa.
Asiakkaat eivät löydä Muuntamolle	3	3	9	Tehokas tiedottaminen ja markkinointi. Hyvät opasteet.
Parkkipaikkojen puuttuminen Muuntamon pihasta vähentää autoilevien asiakkaiden määrää	3	3	9	Ei tällä hetkellä paljon mahdollista vaikuttaa. Tiedotteissa pyritään ohjaamaan pysäköintiä Mikkeli-puiston parkkipaikoille
Asiakkaat eivät ole tietoisia maksutavasta	3	3	9	Maksutapaan ei ole toistaiseksi mahdollista tehdä muutoksia. Mahdollisimman tehokas tiedottaminen käteismaksusta.

Projektin riskianalyysi ja SWOT-analyysi

Kaupan tuotevalikoima ei kiinnosta asiakkaita	1	2	2	Luotetaan oletukseen, että aineettomille lahjoille on kysyntää. Pyritään saamaan mukaan mahdollisimman monipuolista tarjontaa.
Sääolosuhteet: kova pakkanen, runsas lumentulo	2	3	6	Ei suuria mahdollisuuksia varautua. Lumentuloa varten varataan kunnollinen auruskalusto ja aikaa lumitöille, jotta kaupan piha-alue ja parkki-alueet ovat puhtaat.
Kauppatoiminnan aikana joku työntekijöistä sairastuu	1	1	1	Varasuunnitelma työvuorojen suhteen. Kaksi henkilöä varattu työvuoroihin ja varalla olo-suunnitelma.

SWOT -analyysi

Sisäinen ympäristö	S	W
	<ul style="list-style-type: none"> • taloudellinen riski lähes olematon • innostus • kulttuurijohtajan vahva tuki • hyvät yhteistyö- ja markkinointikanavat jo valmiina olemassa 	<ul style="list-style-type: none"> • ei aikaisempaa kokemusta vastaavanlaisesta toiminnasta • tuottaja ”noviisi” • yhteistyö yhdistysten kanssa vaativaa
Ulkoinen ympäristö	O	T
	<ul style="list-style-type: none"> • uusi mielenkiintoa herättävä toimintatapa saa paljon huomiota • valmis toimitila • joulun läheisyys 	<ul style="list-style-type: none"> • sääolot vaikuttavat paljon • kaupan sijainti keskustan ulkopuolella • tarjonnan laadun ja asiakkaiden tarpeen kohtaaminen • vain käteismaksumahdollisuus

27.10.2010

*Kulttuurijärjestöt***MIKKELISSÄ AVATAAN KULTTUURIKAUPPA**

Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelut avaa Pursialan Wanhaan Muuntamoon erilaisen joululahjakaupan. Kulttuurikauppa tarjoaa asiakkaille mahdollisuuden perinteisen tavaralahjan sijaan antaa joululahjaksi kulttuurielämyksiä.

Toivomme kaikkien kulttuurijärjestöjen lähtevän toimintaan mukaan. Teidän tehtävänne olisi tarjota myytäviä tuotteita kauppaan. Myytävän pitää olla aineetonta kulttuurihyvää, joka saa ihmiset liikkeelle kaupunkimme erilaisiin kulttuurieroihin. Yhdistyksestä voi tulla useampia tuotteita tai vaikka pelkästään yksikin tuote. Tuotteet voivat olla lippuja kuorojen konserttiin, muiden esiintyvien ryhmien musiikkiesityksiin, teatteriesityksiin tai vaikka elokuvakerhon vuoden 2011 jäsenyys. Mikään ei estä ideoimasta tuotteita omalla omaperäisellä tavalla. Myynnissä voisi olla vaikka valokuvauksen oppitunti, Mikkelin lausujien esiintyvä esirippuryhmän esitys, kokeilutunti kuvataidekoulussa tai vaikka tutustumistuokio Mikkelin oppaiden ohjauksella paikalliseen historiaan.

Kulttuuripalveluilla on kaupassa myynnissä lippuja lasten Uuden Vuoden konserttiin ja kaupunginorkesterin konsertteihin. Koska tarkoituksena on tarjota "aineetonta hyvää", emme tällä kertaa myy t-paitoja, kirjoja, cd-levyjä tai muita julkaisuja.

Yhdistysten mukaantulo on joulukaupan avaamisen kannalta ehdottoman tärkeää, sillä edellytyksenä kaupan avaamiselle on, että vähintään 20 yhdistystä tuo tuotteitaan myytäväksi.

Kulttuuripalvelut organisoii ja kokoaa myytävät tuotteet esille kulttuurikauppaan ja hoitaa myyntityön, markkinoi ja tiedottaa kaupasta ja tuo esille jokaisen yhdistyksen toimintaa. Markkinoinnin kohderyhmänä ovat myös Mikkelin alueen yritykset. Yrityksille suunnatussa markkinoinnissa teemme yhteistyötä Miset Oy:n markkinointi- ja kehittämispäällikkö, Maisa Häkkisen kanssa.

Kaikista myytävistä tuotteista kulttuuriyhdistykset saavat lyhentämättöminä tuotot itselleen. Yhdistykset hinnoittelevat itse tuotteensa. Tuotot tilitetään yhdistysten tileille tammikuussa 2011.

Kulttuuripalveluiden tehtävä kaupassa on aktivoida asiakkaita kiinnostumaan kulttuurilahjoista ja saada käyttäjiä oman kaupunkimme kulttuuritapahtumiin. Joku voi jopa löytää uuden harrastuksen kaupan kautta.

Lahjakauppa on avoinna Pursialan vanhassa muuntamorakennuksessa

28.11 - 22.12.2010. Kauppa on auki ti 9-12, ke 16-19, to 12-15, la 10-13 ja su 12-15.

*Mikäli päätätte käyttää tilaisuuden hyväksenne ja tulette mukaan, toivomme teiltä nopeaa reagointia ja yhteydenottoa **8.11.2010** mennessä.*

Terveisin,

Mikkelin kaupungin kulttuuripalvelut



Kulttuurikauppa-projektin vastaava tuottaja

Arja Hätinen arja.hatinen@xxxxx.fi

044 xxxxxx

LIITE 4.

Kuvia tilasta ennen sisustusta



(Kuvat Hätinen 2010)

LIITE 5.

Kuvia sisustetusta tilasta



(Kuvat Häätinen 2010)

LIITE 6.

Kuvia tuotteiden esillepanosta



(Kuvat Häätinen 2010)

Asiakaskyselylomake

1. *Kulttuurikauppa Wanhan Muuntamon tuotevalikoima vastasi odotuksiani*

- Kyllä* *Ei*
 En osaa sanoa

2. *Sain Kulttuurikaupasta uusia lahjaideoita*

- Kyllä* *Ei*
 En osaa sanoa

3. *Sain Kulttuurikaupasta lisätietoa Mikkelin alueella toimivista kulttuuriyhdistyksistä ja harrastusmahdollisuuksista*

- Kyllä* *Ei*
 En osaa sanoa

4. *Wanhan Muuntamon tilat sopivat mielestäni tämän kaltaiseen toimintaan*

- Kyllä* *Ei*
 En osaa sanoa

Vapaa sana:

Nimi: _____

Osoite: _____

Puhelin: _____

Sähköposti: _____

Olen kiinnostunut Wanhan Muuntamo-rakennuksen toiminnan ideoinnista ja yhteystietojani saa käyttää siinä tarkoituksessa.

Kulttuuriyhdistysten haastattelulomake

**1. Koitteko hyötyväanne Kulttuurikauppa-toiminnasta ja miten?
Jos ette kokeneet hyötyväanne mitenkään, osaatteko nimetä syitä siihen?**

2. Mitä hyvää näette tämän kaltaisessa palvelussa?

**3. Mitä kehitettävää/paranneltavaa Kulttuurikauppa-toiminnassa näette?
Ideita:**

Mikkeliin erilainen joulukauppa

julkaistu 19.11. klo 07:17

Mikkelissä avataan runsaan viikon kuluttua erilainen joulukauppa. Pursialan vanhassa muuntamossa myydään perinteisten tavaralahjojen sijasta kulttuurielämyksiä, esimerkiksi lippuja konsertteihin.

Mukana on parikymmentä paikallista kulttuuriyhdistystä ja -toimijaa. Kaupungin kulttuuripalvelujen perustaman kulttuurikaupan vastaava tuottaja Arja Hätinen sanoo, että tapahtuman vastaanotto on ollut erittäin positiivinen.

- Ilman muuta oletamme, että tällä on kysyntää. Varsinkin tänä päivänä, koska tämä tavarantalous tuntuu rasittavan ihmisiä. Ajattelimme, että tällainen aineeton vaihtoehto voisi olla oikein hyvä. Kaupunki ei hae tässä ollenkaan taloudellista voittoa. Kaupungin tavoitteena on nimenomaan tukea kulttuuriyhdistyksiä ja kolmannen sektorin toimijoita.

Tuotteiden tuotot menevät lyhentämättömänä niitä tarjoaville kulttuuriyhdistyksille ja -toimijoille.

YLE Etelä-Savo

Julkaistu 23.11.2010.

Joulunajan kulttuurikauppa Mikkelissä

Mikkelin kulttuuripalvelut aukaisee Pursialan Wanhaan Muuntamoon Kulttuurikaupan 28.11. – 22.12.2010 väliseksi ajaksi.

Kulttuurikaupassa ei perinteisiä joulun tavaralahjoja nähdä, vaan kaikki myytävät tuotteet ovat kulttuurielämyksiä kuten esityksiä, lippuja konsertteihin tai yksityistunteja. Kulttuurikaupasta voi myös yritykset ostaa kulttuurituotteita omiin tapahtumiinsa. Mukana on parikymmentä paikallista kulttuuriyhdistystä ja -toimijaa.

Kulttuurikauppa pystytetään Wanhaan Muuntamoon nyt ensimmäistä kertaa.

[Lue tarkempi tiedote tästä.](#)

Taide- ja kulttuurialan ammattijärjestön verkkosivut. [Http://www.taku.fi/tapahtumia](http://www.taku.fi/tapahtumia)

Radio: Yle 1 Kulttuuriuutiset 13.12.2010 klo 15.05

Mikkeliläisestä kaupasta voi ostaa joululahjaksi harmonikkatunnin

julkaistu eilen klo 15:53, päivitetty eilen klo 19:37



Mikkeliin on perustettu aineettomia joululahjoja myyvä kulttuurikauppa. Kaupungin kulttuuripalveluiden pyörittämästä kaupasta voi ostaa muun muassa teatteriesitysten lippuja, harmonikansoitotunteja ja kokonaisen gospelkonsertin.

Mikkelin vanhan sähkömuuntamon valkeita seinä kierrättä naru, johon on ripustettu punaisia ja vihreitä kirjekuoria. Niistä pilkistävät lahjakortit kertovat, millaisia kulttuurilahjoja täksi jouluksi olisi tarjolla. Haluaisitko lahjoittaa ystävällesi esimerkiksi mukketeatterilipun, tanssitunnin tai musiikkiesityksen? Kulttuurikaupan vastaava tuottaja Arja Hätinen kertoo, miten ostaminen tapahtuu. - Meillä on katalogi, jossa on esiteltynä jokaisen yhdistyksen tuotteet. Katalogin kanssa voi mennä suoraan kassalle, tai sitten voi kierrellä kirjekuoria katsomassa ja nappaista sopivan tuotteen mukaan kassalle.

Gospelkonsertin saa lahjapakettiin tuhannella eurolla

Kulttuurikaupassa palveluitaan tarjoaa parikymmentä toimijaa, muun muassa Mikkelin kaupunginorkesteri, Etelä-Savon tanssiopisto ja Mikkelin kirjoittajat. Yhteisenä tavoitteena on houkutella ihmisiä kulttuuriin ja uusien taidemuotojen pariin.

- Monella on tapana käydä esimerkiksi kaupunginorkesterin konserteissa, mutta täällä voi laajentaa repertuaaria ja löytää aivan uusiakin oivalluksia, mainostaa Hätinen. Hänen henkilökohtainen lahjasuosikkinsa on Mikkelin kirjoittajien arvostelupalvelu, josta voi ostaa kirjoittamista harrastavalle ystävälle asiantuntija-arvostelun.

Kulttuurilahjojen hintahaitari on laaja, viidestä eurosta tuhanteen. - Tuhannella eurolla saa kokonaisen gospelkonsertin, jossa on useampi muusikko mukana, kertoo Hätinen.

Radion kulttuuriuutiset / Maria Ala-Kuha

Julkaistu: Länsi-Savo 28.11.2010.

Wanhasta Muuntamosta kuoriutui Kulttuurikauppa

MARI KOUKKULA

Kulttuurikaupassa myydään elämyksiä. Tuotteitaan kauppaavat mikkeliäiset kulttuuriyhdistykset ja -toimijat.

Risto Pohjanen
MIKKELI

PURSIALAN Wanhaan Muuntamoon on avattu Kulttuurikauppa. Mikkelin kulttuuripalvelujen avaama kauppa on avoinna 22. joulukuuta asti.

Kulttuurikaupassa ei nähdä perinteisiä joulun tavaralahjoja, vaan kaikki myytävät tuotteet ovat kulttuurielämyksiä kuten esityksiä, konserttilippuja tai yksityistunteja. Myös yritykset voivat ostaa Kulttuurikaupasta tuotteita tapahtumiinsa. Maksuvälineeksi kelpaa ainoastaan käteinen.

Kaupassa ei nähdä perinteisiä joulun tavaralahjoja.

Tuotteiden tuotot menevät lyhentämättömänä niitä tarjoaville kulttuuriyhdistyksille ja -toimijoille.

Joulukaupan tavoitteena on innostaa ihmisiä kuluttamaan



Vastaava tuottaja Arja Hätinen ripusteli Kulttuurikaupan avajaisissa tuotteita asiakkaiden saataville.

oman paikkakunnan kulttuuria ja taidetta. Aineeton joululahja on vastaisku äärettömälle tavarapaljoudelle.

WANHA MUUNTAMO valjastetaan Kulttuurikaupan käyttöön nyt ensimmäistä kertaa. Kauppa on avoinna viitenä päivänä viikossa: tiistaisin kello 9–12, keskiviikkoisin kello 16–19, torstaisin kello 12–15, lauantaisin kello 10–13 ja sunnuntaisin kello 12–15. Vaihtelevilla aukioloajoilla pyritään vastaamaan käyttäjälähtöiseen tapaan palvella kuntalaisia.

Wanha Muuntamo sijaitsee Pursialassa MikkeliPuiston vieressä. Autot kannattaa parkkeerata MikkeliPuiston paikoitusalueille.

Kulttuurikauppa

● Kulttuurikaupassa tuotetaan myyvät seuraavat kulttuuriyhdistykset ja -toimijat: Mikkelin Teatteri, Mikkelin kaupunginorkesteri, Arto Kivekkään harmonikkakoulu, Nukketeatteri Tiikku, Vekkuliteatteri, Teatteri-osauskunta EState, Revyyteatteri, Tanssikoulu La Carmencita, Etelä-Savon Tanssiopisto, Mieslaulajat, Kastanjakuoro, Viihdelaulajat, Tuhat ja Yksi Yötä, Mikkelin Oppaat, Mikkelin Seudun Lausujat, Mikkelin Marjukat, Mikkelin kirjasto, Mikkelin Kirjoittajat, Kalvitsateatteri ja Mikkelin kulttuuripalvelut.

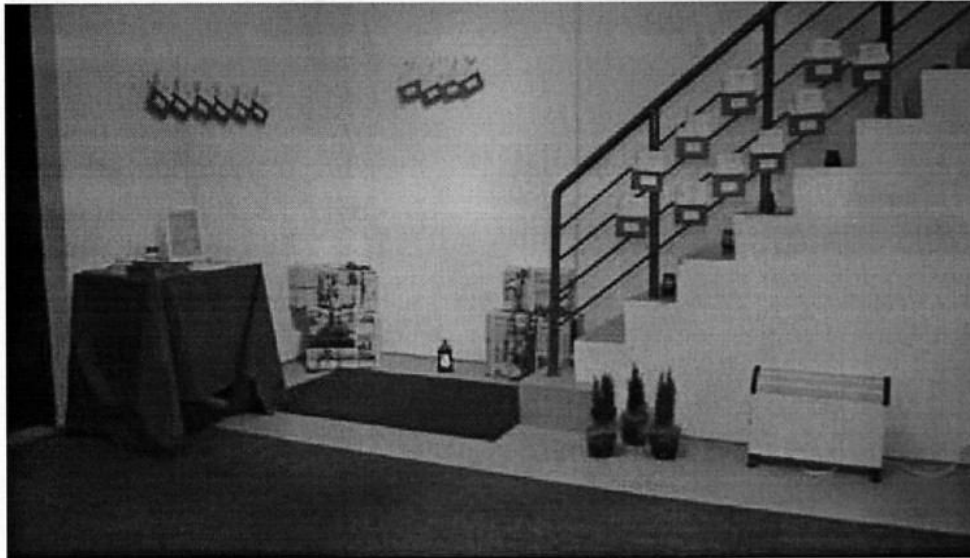
Lisätietoja Kulttuurikaupasta on Mikkelin kaupungin internet-sivuilla ja Facebookissa.

Julkaistu 22.12.2010.

Kulttuuri on käynyt kaupaksi Mikkelissä | Etelä-Savo | yle.fi

Kulttuuri on käynyt kaupaksi Mikkelissä

julkaistu tänään klo 05:47



Kuva: YLE / Etelä-Savo

Kulttuurikaupassa on riittänyt asiakkaita Mikkelissä. Kaupungissa on myyty ensimmäistä kertaa keskitetysti alueen kulttuurin tuottajien hengentuotteita.

Myydyimpiä artikkeleita ovat olleet muun muassa teatteri- ja tanssilahjakortit. Nyt kauppaansa ovat tehneet uuden vuoden lastenkonserit.

Asiakkailta on tullut kulttuurikauppaideasta paljon kiitosta, mutta sijaintia on pidetty hieman syrjäisenä, sanoo kaupan vastaava tuottaja Arja Hätinen.

Kulttuurikauppa avattiin Mikkelin Pursialassa sijaitsevassa vanhassa muuntamossa marraskuun lopulla. Kauppa on auki viimeistä päivää tänään keskiviikkona.

YLE / Etelä-Savo

