



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU

*Uuden edellä*

# Maailma kylässä 2014 -festivaali: Näytteilleasettajatutkimus

Stylman, Maija

2014 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Leppävaara

Maaailma kylässä 2014 -festivaali:  
Näytteilleasettajatutkimus

Maija Stylman  
Hotelli- ja ravintola-alan  
liikkeenjohdon ko.  
Opinnäytetyö  
Marraskuu, 2014

Stylman, Maija

### **Maaailma kylässä 2014 -festivaali: Näytteilleasettajatutkimus**

Vuosi	2014	Sivumäärä	47
-------	------	-----------	----

Opinnäytetyön aiheena on Maaailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimus. Määrällisen tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää näytteilleasettajien kokemuksia ja mielipiteitä festivaalista. Tutkimuksen tavoitteena oli löytää ideoita, joilla voisi kehittää festivaalin näytteilleasettajatoimintaa seuraavana vuonna. Tutkimuskysymyksiä oli kolme: miksi näytteilleasettajat osallistuivat Maaailma kylässä -festivaalille tänä vuonna, miten he arvioivat festivaalin onnistumista omasta näkökulmastaan ja miten he kehittäisivät festivaalia seuraavana vuonna?

Näytteilleasettajatutkimuksen toimeksiantajana oli Maaailma kylässä -festivaalin pääjärjestäjä Kepa ry, joka toimii yli 300:n kansalaisjärjestön kattojärjestönä sekä globaalien kehityskysymysten asiantuntijajärjestönä. Maaailma kylässä -festivaali on näkyvin Kepan järjestämistä tapahtumista ja se on myös yksi Suomen suurimmista kulttuuritapahtumista. Se kerää vuosittain kymmeniä tuhansia kävijöitä, satoja näytteilleasettajia sekä kymmeniä esiintyjä Rautatientorin ja Kaisaniemen puiston alueelle Helsinkiin. Vuonna 2014 festivaali järjestettiin 15. kertaa helteisenä ja aurinkoisena toukokuun viikonloppuna.

Opinnäytetyön teoreettisena viitekehyksenä toimi kulttuuritapahtuman järjestäminen. Sitä käsiteltiin lähinnä festivaalin tai muun suuren yleisötapahtuman näkökulmasta. Järjestäminen alkaa suunnittelusta, joka on tapahtuman järjestämisen työläin ja pisin vaihe. Seuraavana vaiheena on luonnollisesti toteutus, jossa suunnitelma pannaan käytäntöön. Viimeinen vaihe on tapahtuman arviointi, joka on erittäin tärkeä osa koko tapahtuman järjestämisprosessia.

Näytteilleasettajatutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena. Opinnäytetyön menetelmäkuvauksen tukena on käytetty kirjalähteitä. Tutkimuksessa käytettiin kokonaisotantaa eli kaikille festivaalin näytteilleasettajille annettiin mahdollisuus osallistua tutkimukseen. Näytteilleasettajia oli yhteensä 469 ja vastauksia saatiin 208 kappaletta, vastausprosentti oli 44.

Tutkimuksen tuloksista saatiin vastauksia tutkimuskysymyksiin. Tuloksia vertailtiin eri näytteilleasettajaryhmien kesken ristiintaulukoinnilla, koska toimeksiantajalle oli erittäin tärkeää tietää, mitä mieltä heidän jäsenjärjestönsä olivat festivaalista. Tulosten perusteella muodostettiin kuvaus tyypillisestä näytteilleasettajasta. Tuloksista koottiin myös tärkeimmät festivaalin kehittämiskohteet.

Stylman, Maija

**World Village 2014 Festival: Exhibitor Survey**

Year	2014	Pages	47
------	------	-------	----

The subject of the thesis is the exhibitor survey of the World Village 2014 festival. The purpose of the quantitative survey was to clarify the exhibitors' experiences and opinions on the festival. The objective of the survey was to list ideas which could develop exhibitor activity in the festival next year. There were three survey questions: why did the exhibitors participate in the World Village festival this year, how do they estimate the success of the festival from their own point of view and how would they develop the festival next year.

The commissioner of the exhibitor survey was the main organiser of the World Village festival, Kepa ry. It is the Service Centre for Development Cooperation, which serves as the parent organisation for more than 300 citizen organisations and as the expert organisation of global development questions. The World Village festival is the most visible one of all Kepa's events and it is also one of the biggest cultural events in Finland. It collects tens of thousands of visitors, hundreds of exhibitors and dozens of performers to Helsinki every year. In 2014 it was organized for the fifteenth time in May.

The theoretical framework of the survey consists of theory on organizing a cultural event. It was mainly dealt with from the point of view of the festival or another big public event. The organizing starts from planning which is the most laborious and longest phase of organizing an event. The following phase is the realization in which the plan is put into practice. The last phase is the evaluation phase, which is an extremely important part of the whole event organizing process.

The exhibitor survey was carried out as a questionnaire. In the survey total sample was used because all the exhibitors of the festival were given the opportunity to participate in the survey. There were altogether 469 exhibitors and 208 answers were obtained.

The results of the survey were compared between different exhibitor groups as cross tabulation because it was crucial to know how the membership organisations found the festival. On the basis of the results a description of a typical exhibitor was formed. The most important subjects of development for the festival were collected from the results of the survey.

Key words: cultural event, event production, multicultural, survey

## Sisällys

Johdanto.....	6
1    Maailma kylässä -festivaali tutkimuskohteena.....	7
2    Kulttuuritapahtuman järjestäminen.....	9
2.1    Suunnittelu.....	10
2.2    Toteutus.....	17
2.3    Arvio.....	20
3    Näytteilleasettajatutkimuksen menetelmävalinnat ja toteutus.....	22
3.1    Tutkimusaineiston hankintaprosessi.....	23
3.2    Tutkimusaineiston käsittelyprosessi.....	26
4    Näytteilleasettajatutkimuksen tulokset.....	29
4.1    Festivaalille osallistumiseen vaikuttaneet tekijät.....	31
4.2    Festivaalin onnistuminen näytteilleasettajien näkökulmasta.....	33
4.3    Näytteilleasettajatoiminnan kehittäminen seuraavana vuonna.....	36
5    Johtopäätökset ja tutkimuksen arviointi.....	39
Lähteet.....	41
Taulukot.....	42
Liitteet.....	43

## Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimus. Maailma kylässä -festivaali on Helsingin Rautatientorin ja Kaisaniemen puiston alueella järjestettävä koko perheen kulttuuritapahtuma. Festivaalilla on vuosittain satoja näytteilleasettajia, joten he ovat tärkeä osa koko tapahtumaa. Näytteilleasettajien suuri joukko koostuu lähinnä järjestöistä, mutta myös yrityksiä, viranomaisia sekä muita kuten oppilaitoksia ja puolueita on paljon mukana.

Näytteilleasettajatutkimus toteutettiin Laurea-ammattikorkeakoulun sekä Kepa ry:n yhteistyönä. Kaikkien näytteilleasettajien oli mahdollista osallistua tutkimukseen, joka toteutettiin kyselyn muodossa. Kyselylomake laadittiin toimeksiantajan toiveiden ja tarpeiden mukaiseksi. Kyselyn oli tarkoitus olla mahdollisimman ytimekäs ja melko lyhyt, jotta siihen oli helppo ja nopea vastata. Kysymysten oli kuitenkin oltava mahdollisimman hyödyllisiä, jotta ne tuottaisivat mahdollisimman käyttökelpoista tietoa Kepalle. Festivaalin aikana näytteilleasettajille jaettiin paperilomake, joka myöhemmin kerättiin täytettynä takaisin. Lomakkeen sai palauttaa myös festivaalin infopisteille tai lähettää jälkeenpäin postitse Kepan toimistoon. Festivaalin jälkeen näytteilleasettajien oli mahdollista vastata e-lomakkeeseen, johon pääsi sähköpostitse lähetetyn suoran linkin kautta. Vastauksia saatiin yhteensä 208 ja vastausprosentiksi tuli 44. Tutkimuksen toimeksiantajan eli Kepan asettama tavoite oli saada vähintään 200 vastausta tutkimukseen, joten se tavoite saavutettiin.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää näytteilleasettajien kokemuksia ja mielipiteitä Maailma kylässä -festivaalista. Tavoitteena puolestaan oli löytää ideoita, joilla voisi kehittää festivaalin näytteilleasettajatoimintaa seuraavana vuonna. Festivaali järjestetään vuosittain, joten sen on tärkeää kehittyä ja uudistua joka vuosi pysyäkseen ajan tasalla. Tutkimuskysymyksiä oli kolme. Miksi näytteilleasettajat ovat osallistuneet Maailma kylässä -festivaalille tänä vuonna? Miten he arvioivat festivaalin onnistumista omasta näkökulmastaan? Miten he kehittäisivät festivaalia seuraavana vuonna?

Opinnäytetyön alussa on esitelty toimeksiantajaa ja tutkimuskohdetta tarkemmin. Sen jälkeen on kuvailtu kulttuuritapahtuman järjestämistä. Menetelmävalinnat ja tutkimuksen kuvaus puolestaan löytyy tuloksien edeltä. Näytteilleasettajatutkimuksesta saadut tulokset koottiin taulukoiksi. Osasta tuloksista tehtiin myös ristiintaulukointia, jotta voitiin vertailla eri näytteilleasettajaryhmien välisiä vastauksia keskenään. Tuloksien perusteella tehtiin johtopäätöksiä, joilla pyrittiin vastaamaan tutkimuskysymyksiin. Ne löytyvät aivan tutkimuksen lopusta, jossa on myös arviointia koko tutkimuksesta.

## 1 Maailma kylässä -festivaali tutkimuskohteena

Näytteilleasettajatutkimuksen toimeksiantajana oli Kepa ry. Laurea-ammattikorkeakoulu on jo vuosia tehnyt yhteistyötä Kepan kanssa Maailma kylässä -festivaaliin liittyen. Siksi tänäkin vuonna Kepa halusi yhden ammattikorkeakouluopiskelijan vastaamaan festivaalin näytteilleasettajatutkimuksesta, jonka sai toteuttaa myös opinnäytetyönä. Festivaalin tutkiminen vaikutti mielenkiintoiselta ja siksi se valikoitui työn aiheeksi.

Kepan nimi tulee sanoista Kehitysyhteistyön palvelukeskus ja se toimii yli 300:n kansalaisjärjestön kattojärjestönä sekä globaalien kehityskysymysten asiantuntijajärjestönä. Kepa on perustettu vuonna 1985 ja sillä on työntekijöitä Suomen lisäksi neljässä kehitysmaassa: Mosambikissa, Nicaragualla, Tansaniassa ja Thaimaassa. Edellä mainituissa kehitysmaissa Kepa tekee kehityspoliittista vaikuttamistyötä. (Kepa 2013.)

Ulkoministeriön kehitysyhteistyövaroilla tuetaan Kepan toimintaa järjestön oman varainhankinnan lisäksi. Järjestön budjetti vuonna 2013 oli 6,38 miljoonaa euroa. Kepan tärkeimpiin arvoihin kuuluvat oikeudenmukaisuus ja tasa-arvo maailmassa. Järjestön omien sanojensa mukaan sen tehtävänä on innostaa suomalaisia toimimaan näiden arvojen mukaisesti. Lisäksi Kepa tukee suomalaisten kehityskysymyksistä kiinnostuneiden järjestöjen verkostoitumista niin Suomen sisällä kuin ulkomaillakin. Kaikille yli 300:lle Kepan jäsenjärjestölle yhteistä on se, että ne seuraavat kehityspoliittikkaa tai tekevät kehitysyhteistyötä. Jäsenjärjestöjen valtavaan joukkoon kuuluu sekä isoja ja keskisuuria organisaatioita että pieniä muutaman henkilön pyörittämiä yhdistyksiä. (Kepa 2013.)

Kepassa toiminnan toteutumisen ja suunnittelun vastuu on jaettu eri luottamuselinten sekä henkilökunnan kesken. Yhdistyksen kokouksella on suurin päätäntävalta. Se kokoontuu kaksi kertaa vuodessa ja linjaa koko järjestön toiminnan. Kokouksessa on mukana myös Kepan jäsenjärjestöjen edustajat. Hallitus puolestaan johtaa ja valvoo järjestön toimintaa. Se kootaan jäsenjärjestöjen edustajista kahdeksi vuodeksi kerrallaan päättämään Suomen sekä ulkomaisten toimistojen rakenteista ja resursseista. Lisäksi hallitus määrittelee poliittiset ja strategiset linjaukset Kepan ohjelmassa. Kepan henkilökunta muodostuu tiimeistä, jotka tekevät lähinnä itsenäistä työtä omien vastuualueidensa sisällä. Johtotiimi koordinoi ja johtaa kaikkia tiimejä. Se on myös vastuussa Kepan linjatun toiminnan toteutumisesta. (Kepa 2013.)

Kepa järjestää erilaisia tapahtumia ympäri vuoden. Maailma kylässä -festivaali keväisin on näkyvin Kepan järjestämistä tapahtumista. Toinen suuri tapahtumaryhmä on Mahdollisuuksien tori. Ne ovat yleisötapahtumia, joita järjestetään eri puolilla Suomea. Niiden tavoitteena on herättää kiinnostusta maailmanlaajuiseen yhteisvastuuseen. Kaikki Kepan tapahtumat löytyvät koottuna järjestön internet-sivuilta tapahtumakalenterista. Kalenteri sisältää myös

joitain Kepan jäsenjärjestöjen tapahtumia. Erilaisten koulutusten, keskustelutilaisuuksien ja globaalikasvatukseen liittyvien tapahtumien lisäksi tapahtumakalenterista löytyy viihde- ja kulttuuritapahtumia sekä erilaisia seminaareja. (Kepa 2014c.)

1980-luvun puolivälissä syntyi tapahtuma Mahdollisuuksien tori, jota Kepa järjestää edelleen ympäri Suomea. Helsingissä järjestetystä Mahdollisuuksien torista muodostui vuonna 1995 ensimmäinen Maaailma kylässä -festivaali. Se kokosi Kaisaniemen puistoon yli 150 kansalaisjärjestöä sekä runsaat sata esiintyjää. Kulttuuria ja vaikuttamista yhdistävä tapahtuma keräsi kymmeniä tuhansia kävijöitä yhden viikonlopun aikana. Uuden tapahtuman oli erotuttava muista pääkaupunkiseudun festivaaleista, ja siksi myös esiintyjälistan piti olla vaikuttava. Yleisöä tanssittamaan oli koottu artisteja Jamaikaa, Yhdysvaltoja ja Kurdistaniaa myöten. Lisäksi kotimaisia tunnettuja esiintyjä, kuten Rasmus, Pelle Miljoona ja Ismo Alanko, oli saatu paikalle. Aluksi Maaailma kylässä -festivaali vuorotteli vuosittain Helsingin Mahdollisuuksien torin kanssa, kunnes vuonna 2005 torista tuli osa jokavuotista festivaalia. Maaailma kylässä -festivaalista muotoutui näkyvin kaikista Kepan järjestämistä tapahtumista. (Kepa 2014b.)

Ohjelmapäällikkö Kai Artes (2012, 34 - 38) kuvailee Maaailma kylässä -festivaalin yhdeksi pääkaupunkiseudun suurimmista säännöllisesti järjestettävistä kulttuuritapahtumista. Hän kertoo ilmaisen koko perheen tapahtuman keräävän vuosittain kymmeniä tuhansia kävijöitä, vaikka taivaalta sataisi vettä. (Artes 2012, 34 - 38.) Kulttuurituottaja ja musiikkitoimittaja Nelli Korven (2007, 126) mukaan monikulttuurinen tapahtuma merkitsee eri ihmisille erilaisia asioita; toiset tulevat kuuntelemaan musiikkia, toiset asiaohjelmaa ja osa vain piknikille. Festivaalin pääkohdeyleisönä hän pitää kuitenkin niitä, joille kehitysyhteistyö, monikulttuurisuus ja järjestömaailma eivät ole entuudesta kovin tuttuja. (Korpi 2007, 126.)

Maaailma kylässä -festivaali on hyvin monikulttuurinen tapahtuma. Kokonaisuutena se on yhdistelmä kulttuurin eri muotoja: musiikkia, teatteria, tanssia ja ruokaa. Artes (2012, 34 - 37) kuvailee värikkään tapahtuman koostuvan järjestöjen sekä muiden tahojen tuottamista elämyksistä, joita ovat erilaiset ohjelmanumerot, työpajat, kansainväliset vieraat, näyttelyt, kilpailut, liikunta, eksoottinen ruoka ja monikulttuurinen yleisö. Lukuisten järjestöjen lisäksi festivaalin näytteilleasettajakaartiin kuuluu viranomaisia ja oppilaitoksia, yrityksiä sekä median edustajia. Festivaalin henkilökunta puolestaan koostuu palkatuista työntekijöistä sekä vapaaehtoisista. Palkatut henkilöt toimivat vapaaehtoisten esimiehinä. Vapaaehtoisia ja talkooväkeä tarvitaan festivaalilla paljon, koska budjetti on hyvin pieni tapahtuman kokoon nähden. Teltat ja lavat on koottava ja purettava joka kerta uudestaan. Lisäksi tilaisuudet ja materiaalit on toteutettava myös englannin kielellä, koska festivaalilla on paljon maahanmuuttajataustaisia yhteistyökumppaneita. (Artes 2012, 34 - 37.)



Jokaisella Maailma kylässä -festivaalilla on ollut jokin ajankohtainen teema liittyen maailmanlaajuiseen yhteisvastuuseen. Teemoina vuosien varrella ovat olleet esimerkiksi ihmisoikeudet, kehitysyhteistyö, ruoka, ympäristö ja monikulttuurisuus. Vuonna 2005 festivaali laajeni Kaisaniemen puistosta Helsingin Rautatientorille asti. Sen jälkeen poikkeuksellisesti vuoden 2007 festivaalialueena toimi vain Kaisaniemen puisto. Alueen laajenemisen myötä myös näytteilleasettajien ja yleisön määrä on kasvanut vuosien varrella. Viimeisten neljän vuoden aikana yleisön määrä on ollut 70 000 - 105 000 kävijää viikonlopun aikana ja näytteilleasettajia on ollut yli 400 vuosittain. Musiikillisesti festivaali on pitänyt hyväksi todetun linjansa kooten joka vuosi esiintyjälistaan sekä ulkomaisia että kotimaisia tunnettuja artisteja. (Kepa 2014b.)

Aurinkoisessa ja helteisessä säässä järjestettiin 24.-25.5.2014 Maailma kylässä -festivaali 15. kertaa. Tapahtumapaikkana toimi jälleen jo vuosien varrella vakiintunut Kaisaniemen puisto sekä Rautatientori. Kävijöitä festivaalille viikonlopun aikana kertyi noin 80 000. Näytteilleasettajia puolestaan oli yhteensä 469. Ohjelmaa festivaalilla oli kuudella eri lavalla. Esiintyjiä oli muun muassa Espanjasta sekä Latinalaisesta Amerikasta, joka oli myös tämän vuoden teemana festivaalilla. Suomalaisia kärkinimiä puolestaan olivat Lauri Tähkä, Tuure Kilpeläinen ja Kaihon Karavaani sekä festivaalia varten koottu Hiphop Allstars, johon kuuluivat esimerkiksi Paleface, Tommy Lindgren ja Sini Sabotage. Asiantuntijapaneelissa oli eri järjestöjen sekä muiden tahojen edustajia puhumassa ajankohtaisista aiheista. Festivaalin pääyhteistyökumppaneita olivat Onnibus, Metro, Kirkon ulkomaanapu, Suomen lähetysseura ja Ulkoasiainministeriö. (Kepa 2014b.)

Näytteilleasettajat olivat ryhmiteltyinä eri alueille heidän toimintansa ja periaatteidensa perusteella. Suuressa Mahdollisuuksien tori -teltassa Kaisaniemen puistossa oli kolme eri aluetta: kehitysyhteistyö, vapaaehtoistyö sekä yleisosasto. Rautatientorilla puolestaan oli Demokratiateltta eri puolueille, Ilmastoteltta ympäristöjärjestöille, Maailman kirjat -teltta kirjamyymyjille ja Open Finland -teltta, jossa käsiteltiin Suomen yhteiskuntaan liittyviä asioita maahanmuuttajien näkökulmasta. Lisäksi Kaisaniemen puistossa oli omat teemakylänsä uskonnoille, nuorille ja maailman kaupalle. Basaari- ja ruokamyymäjät olivat myös sijoitettuina toistensa läheisyyteen festivaalialueella. (Kepa 2014a.)

## 2 Kulttuuritapahtuman järjestäminen

Maailma kylässä -festivaali on yksi suurimmista kulttuuritapahtumista Suomessa. Halosen (2012, 6) mukaan kulttuuritapahtumien määrä Suomessa on kasvanut valtavasti viimeisen 20 vuoden aikana. Nykyään ne nähdäänkin elinvoimaisen kaupunkiympäristön yhtenä keskeisenä piirteenä. Tapahtumissa uskalletaan yhä enemmän yhdistellä eri taiteen ja kulttuurin muotoja

keskenään. Tapahtumakonsepteista sekä ohjelmistoista heijastuvat erilaiset taiteelliset, kulttuurilliset ja sosiaaliset tavoitteet. (Halonen 2012, 6.)

Festivaalit ovat ajassa kiinni olevia kulttuuritapahtumia. Niiden tarkoituksena on tarjota yleisölle lyhyessä ajassa paljon. Kuusen (2007, 16 - 17) mukaan tapahtumien ominaispiirteet, kuten tasokkuus, ajankohtaisuus, monipuolinen tarjonta ja intiimi tunnelma, tekevät niistä ainutlaatuisia. Hän korostaa myös monipuolisen verkostoitumisen ja yhteistyön olevan erityisen tärkeää festivaalijärjestäjille. Lisäksi palava innostus ja omistautuminen on suorastaan vaadittavaa järjestäjiltä, jotta he voivat luoda onnistuneen tapahtuman. (Kuusi 2007, 16 - 17.)

Festivaalit muiden tapahtumien tapaan kokoavat yleensä paljon ihmisiä rajatulle alueelle samaan aikaan. Andersson, Getz ja Mykletun (2012, 67 - 68) kuvailevat festivaaleja nykyajan kohtaamispaikoiksi, jotka tuovat paikalliset asukkaat sekä turistit yhteen. Kävijät tulevat festivaalille etsimään uusia, erilaisia ja jännittäviä kokemuksia. Tapahtumien onkin uudistuttava säännöllisesti, jotta ne jaksaisivat houkutella yleisön tulemaan paikalle kerta toisensa jälkeen. Uusien ideoiden ja innovaatioiden on kuitenkin mukailtava sen hetkisiä trendejä, jotta tapahtumat olisivat ajankohtaisia ja kiinnostavia suuren yleisön mielestä. (Andersson, Getz & Mykletun 2012, 67 - 68.)

## 2.1 Suunnittelu

Tapahtuman järjestäminen lähtee aina liikkeelle suunnittelusta. Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty -sanonta pätee mainiosti myös tapahtumiin. Vallo ja Häyrinen (2014, 162) korostavat sitä, että suunnittelu on aikaa vievin vaihe tapahtuman järjestämisessä ja se onkin syytä aloittaa riittävän ajoissa. Suunnittelu on lähinnä ajattelutyötä, joten siihen kannattaa ottaa mukaan erilaisia näkökulmia ja ideoita kaikilta niiltä, jotka ovat mukana tapahtuman järjestämisessä. (Vallo & Häyrinen 2014, 162.) Mistä suunnittelu sitten alkaa, riippuu siitä järjestetäänkö tapahtuma ensimmäistä kertaa vai onko se järjestetty jo aiemmin. Bowdinin, Allenin, O'Toolen, Harrisin ja McDonnellin (2006, 118 - 120) mukaan suunnittelijoiden täytyy ensiksi tutkia edellisten tapahtumien suunnitelmia, jos tapahtuma on jo aiemmin toteutettu, ja arvioida tämän hetkistä tilannetta tapahtuman näkökulmasta. Tämä prosessi johtaa uuden suunnitelman hiomiseen vanhan pohjalta, tehden tarvittavia muutoksia visioon, missioon, strategiaan tai tavoitteisiin. Suunnitelman jotkut osa-alueet, kuten markkinointi, henkilöstö tai rahoitus, saattavat vaatia päivitystä tai jopa kokonaisvaltaista muutosta uuteen suunnitelmaan. (Bowdin, Allen, O'Toole, Harris & McDonnell 2006, 118 - 120.)

Tapahtumalla on aina oltava strategia, joka muodostuu pääpiirteittäin kolmesta kysymyksestä; miksi, kenelle ja mitä. Vallon ja Häyrisen (2014, 103 - 105) mukaan aluksi on

tarkkaan mietittävä löytyykö vastausta kysymykseen: miksi tapahtuma järjestetään. Tapahtumalla on aina oltava selkeä tavoite sekä viesti, jonka organisaatio tapahtumallaan haluaa välittää. Ellei vastausta ole, kannattaa organisaation miettiä kuluttaisiko budjettiansa johonkin muuhun. Toinen strateginen peruskysymys on: kenelle tapahtuma halutaan järjestää. Kohderyhmä täytyy tietää ja tuntea erittäin hyvin. Lisäksi on saatava kohderyhmän yhteystiedot, jotta tapahtumaa voidaan markkinoida heille. On myös mietittävä kuinka haluttu viesti saadaan menemään perille heille. Kolmantena strategisena kysymyksenä on: mitä järjestetään. Kohderyhmä on tärkeässä roolissa kun mietitään millainen tapahtuma vastaisi tavoitteita. Lisäksi on tarkkaan mietittävä tapahtumapaikka sekä ajankohta. Näihin kolmeen peruskysymykseen on oltava vastaus organisaation johdolla tai tapahtuman järjestäjällä. Nämä vastaukset muodostavat tapahtuman idean, joten niiden pohtimiseen kannattaa käyttää jonkin verran aikaa. (Vallo & Häyrinen 2014, 103 - 105.)

Strategisten peruskysymysten lisäksi on kolme operatiivista peruskysymystä, joiden avulla suunnitellaan tapahtuman käytännön toteuttamista. Vallon ja Häyrisen (2014, 106 - 108) mukaan ensimmäinen operatiivinen peruskysymys on: miten tapahtuma järjestetään. Kuinka saavutetaan tavoite ja välitetään haluttu viesti yleisölle? Miten saadaan idea ja teema näkymään koko tapahtumaprosessin ajan? Kuka hoitaa mitkäkin käytännön järjestelyt? Toinen peruskysymys on: millainen on tapahtuman ohjelma tai sisältö. Kohderyhmä on tunnettava erittäin hyvin, jotta osattaisiin valita juuri heille sopiva ohjelma ja sisältö tapahtumaan. Taiteen muoto ja näyttävyys riippuvat siis paljon kohderyhmän ominaisuuksista. Kolmas operatiivinen kysymys on: kuka toimii isäntänä. Isännän eli vastuuhenkilön määrittäminen on tärkeää. Tapahtumaisäntä on vastuussa koko tapahtuman onnistumisesta. Kaiken muun mennessä toisin kuin oli suunniteltu, voi tapahtumaisäntä omalla toiminnallaan pelastaa jopa koko tapahtuman. Operatiivisten peruskysymysten vastaukset muodostavat tapahtuman teeman. Sekä teema että strategisista kysymyksistä saatu idea on pidettävä mielessä koko tapahtuman suunnitteluprosessin ajan. Niiden on oltava tasapainossa keskenään, jotta tapahtumasta voisi tulla onnistunut. (Vallo & Häyrinen 2014, 106 - 108.)

Tapahtumalla on aina myös tavoite, jonka vuoksi tapahtumaa ylipäänsä aletaan järjestämään. Vallo ja Häyrinen (2014, 111 - 118) korostavat sitä, että järjestämisen syynä ei koskaan saa olla se, että siitä on tullut tapa. Jos tapahtuma on aiemmin järjestetty, on sillä silloin mitä luultavimmin ollut tavoite. Kannattaa miettiä onko se yhä ajankohtainen vai ei. Sitä voi tarvittaessa myös muuttaa sopivammaksi tähän hetkeen. Tapahtumalla pyritään aina saavuttamaan jotain, joten käytännön järjestelyjen suunnittelussa on aina hyvä pitää tapahtuman tavoite mielessä. Tapahtuma kertoo organisaatiosta sekä sen arvoista kohderyhmälle. Tapahtuma on siis jo itsessään viesti. Kuitenkin jokin pääviesti tapahtumalle on hyvä suunnitella. Viestiin vaikuttavat hyvin monet asiat, kuten organisaation tavoite, tapahtumapaikka ja -aika, idea, teema, ohjelma, isännät ja esiintyjät. Sekä tapahtuman

tavoite että viesti on hyvä selventää kaikille tapahtuman järjestäjille, yhteistyökumppaneille sekä isännille, jotta kaikki toimisivat sen mukaisesti ja veisivät myös tapahtumaa oikeaan suuntaan. (Vallo & Häyrynen 2014, 111 - 118.)

Tapahtumien järjestämisestä syntyy aina monenlaisia kustannuksia. Budjettia suunnitellessa täytyy laskea kaikki tapahtuman menot ja arvioida mahdolliset tulot. Bowdin ym. (2006, 213, 304) määrittelevät kiinteiksi kustannuksiksi ne kulut, jotka eivät riipu asiakkaiden määrästä. Niitä ovat esimerkiksi vuokra, energia, valaistus, vapaaehtoisten vaatteet ja varusteet, sekä esiintyjien maksut. Muuttuvat kustannukset puolestaan riippuvat yleisön määrästä. Niitä voivat olla muun muassa astiat, elintarvikkeet sekä tarjoiluhenkilökunta. Lisäksi festivaalin kustannuksia tulee esimerkiksi markkinoinnista, varusteista, tekniikasta, palkoista, palkkioista, vakuutuksista, luvista, kirjanpidosta, dokumennoinnista, siivouksesta, kunnossapidosta, vartioinnista, kuljetuksista, majoituksista, yhteistyökumppaneista, vapaaehtoisista sekä satunnaisista muista menoista. Festivaalin tuloja puolestaan voivat olla myyntituotot, avustukset, lahjoitukset, sponsorointitulot, takaukset, palkkiot ja lipputulot. (Bowdin ym. 2006, 213, 304.)

Maailma kylässä -festivaalille on aina ilmainen sisäänpääsy. Maksuton sisäänpääsy voikin tuoda tapahtumalle lisäarvoa, kun yleisön kynnys tulla tapahtumaan on matala. Yleisön määrä voi olla suurempi, kun ohikulkijatkin saattavat hetken mielenkiinnosta vierailla tapahtuma-alueella. Bowdin ym. (2006, 213) huomauttavat, että ilmainen sisäänpääsy ei kuitenkaan välttämättä tarkoita asiakkaan rahojen säästymistä. Ruokiin, juomiin ja muihin tuotteisiin saattaa yllättäen upota paljonkin rahaa. Maksuton sisäänpääsy voi siis maksaa lopulta itsensä takaisin tapahtuman järjestäjälle. (Bowdin ym. 2006, 213.)

Budjettia laadittaessa on otettava useita erilaisia asioita huomioon. Bowdinin ym. (2006, 213 - 303) mukaan ensiksi on tutkittava, millainen taloudellinen ympäristö on tapahtuman näkökulmasta. Suuren festivaalin budjetti voi olla hyvä pilkkoa osabudjeteiksi, jotka jaetaan eri osa-alueille. Näitä osa-alueita voivat olla esimerkiksi lavastus, logistiikka, markkinointi ja henkilöstö. Tarkka kokonaisbudjetti osabudjetteineen on laadittava huolellisesti, jotta se vastaa tapahtumalle asetettuja päämääriä ja tavoitteita. Luonnos budjetista on esitettävä toimikunnalle, jonka on hyväksyttävä se. Luonnoksesta muodostetaan lopullinen budjetti, jonka toteutumista on seurattava. Lopullinen budjetti on suunniteltava huolella, sillä festivaalin menot joutuu usein maksamaan ennen kuin sen tulot saadaan. Sponsorit ja muut yhteistyökumppanit voivatkin olla tärkeässä roolissa ennen festivaalia, erityisesti jos suuri osa budjetista tulee muualta kuin järjestäjätaholta itseltään. (Bowdin ym. 2006, 213 - 303.)

Festivaali ei koskaan ole yhden ihmisen järjestettävissä, vaan henkilökunta on aina tärkeä osa koko prosessia. Henkilökunnalla on suuri vaikutus tapahtuman onnistumiseen, joten se

kannattaa valita huolella. Bowdinin ym. (2006, 147) mukaan aluksi tapahtuman järjestäjän on selvitettävä kuinka paljon henkilökuntaa ja vapaaehtoisia tapahtuma vaatii. Lisäksi pitää selvittää mihin tehtäviin ja missä vaiheessa työntekijöitä tarvitaan. Osa on mukana aivan alun suunnittelusta loppuarviontiin saakka, kun taas jotkut vain itse tapahtuman ajan.

Vastuualueet on hyvä jakaa työntekijöiden kesken ja jokaisella vastuualueella on hyvä olla oma esimiehensä. Kun jokaiseen työtehtävään on saatu hankittua riittävästi työntekijöitä, on heidät syytä kouluttaa hyvin. Koko prosessin ajan mukana olevat työntekijät on syytä perehdyttää heti alkumetreistä lähtien heidän omaan työtehtäväänsä. Vapaaehtoisille sekä muille, jotka ovat mukana vain itse tapahtuman aikana, voidaan pitää koulutustilaisuuksia. Niissä on hyvä käydä yksityiskohtaisesti läpi kaikki oleellinen, sillä osa voi olla mukana ensimmäistä kertaa. Koulutetulla ja motivoitulla henkilökunnalla on mahdollista saada aikaan toimiva kokonaisuus, joka johtaa onnistuneeseen tapahtumaan. (Bowdin ym. 2006, 147.)

Tapahtumalla markkinoidaan aina jotakin. Tapahtumamarkkinointi yhdistää markkinoinnin ja tapahtuman toisiinsa. Vallon ja Häyrisen (2014, 19 - 43) mukaan sillä pyritään välittämään viestiä ja saamaan ihmiset käyttäytymään organisaation haluamalla tavalla. Järjestöjen tavoitteena on tapahtuman avulla levittää aatettaan. Tapahtumamarkkinointi kokoaa organisaation ja sen kohderyhmän tapahtuman teeman ja idean ympärille. Näin muodostuu suunniteltu toiminnallinen kokonaisuus, jonka tavoitteena on vahvistaa organisaation imagoa. Ihmisten väliset kohtaamistilanteet ovat jokaisen tapahtuman ydin ja tapahtumat ovat organisaation markkinoinnin ydin. (Vallo & Häyrynen 2014, 19 - 43.)

Tapahtumamarkkinoinnille voidaan tehdä myös SWOT- eli nelikenttäanalyysi. Siinä käydään läpi tapahtuman vahvuudet (strengths), heikkoudet (weaknesses), mahdollisuudet (opportunities) ja uhat (threats). Muhonen ja Heikkinen (2003, 47) pitävät tapahtumamarkkinoinnin vahvuuksina esimerkiksi henkilökohtaisia kohtaamisia, yksilöllistä lähestymistapaa, muunneltavuutta ja ainutkertaisuutta. Heikkouksia puolestaan voisivat olla kalleus ja kertaluontoisuus. Mahdollisuuksina voidaan nähdä muun muassa ajankohtaisen markkinointitiedon kerääminen, imagon muuttaminen ja kohderyhmän puhuttelemine. Uhkia voivat olla esimerkiksi epäonnistuminen tai häiriötekijät. (Muhonen & Heikkinen 2003, 47.) SWOT-analyysin avulla voidaan havaita erilaisia asioita, joihin voi olla mahdollista vielä suunnitteluvaiheessa vaikuttaa.

Vaikka tapahtumamarkkinointi on yksi organisaatioiden markkinointiviestinnän keino, on itse tapahtumankin markkinointi hyvin tärkeää. Aluksi on tärkeää määritellä tapahtuman mahdolliset kohderyhmät eli ne ihmisryhmät, joille tapahtumalla olisi eniten annettavaa. Bowdin ym. (2006, 197) ovat sitä mieltä, että kohderyhmien määrittelyssä eli segmentoinnissa on otettava huomioon ainakin neljä eri asiaa. Ensinnäkin kohderyhmän koon täytyy olla mitattavissa ja kohderyhmän ominaispiirteiden on oltava selkeästi määriteltävissä. Toiseksi

kohderyhmän on oltava tarpeeksi suuri tavoitteisiin nähden, jotta sille olisi järkevää markkinoida tapahtumaa. Kolmanneksi kohderyhmän on oltava sille suunnatun markkinoinnin tavoitettavissa, ja neljänneksi kohderyhmän tulee olla sopivan kokoinen markkinointibudjettiin ja muihin resursseihin nähden. (Bowdin ym. 2006, 197.) Vallo ja Häyrinen (2014, 121 - 124) korostavat sitä, että kohderyhmä on tunnettava hyvin. Muuten on vaikeaa luoda kooltaan ja ulkoisilta puitteiltaan sellainen tapahtuma, joka puhuttelisi kohderyhmää. Lisäksi he muistuttavat ettei tapahtumaa tehdä itseä vaan kohderyhmää varten, ja kohderyhmästä riippumatta on toteutus oltava aina yhtä suunniteltua ja huolellista. (Vallo & Häyrinen 2014, 121 -124.)

Kun tapahtuman kohderyhmä on saatu määriteltyä, valitaan millä keinoilla tapahtumaa lähdetään markkinoimaan heille. Vallo ja Häyrinen (2014, 58 - 90) määrittelevät erilaisiksi tapahtuman markkinointiviestinnän keinoiksi sisäisen markkinoinnin, lehdistötiedottamisen, media-, suora- ja some-markkinoinnin. Kohderyhmä ja tapahtuman tavoitteet määrittelevät mitä keinoja otetaan käyttöön. Kaikkien tapahtumien sisäinen markkinointi eli tiedottaminen organisaation sisällä on erittäin tärkeää. Festivaalin kohderyhmälle puolestaan voidaan käyttää mediamarkkinointia eli lehti-, televisio-, radio- tai internetmainontaa. Festivaalille kannattaa tehdä myös omat internetsivut. Lisäksi some-markkinointia kannattaa hyödyntää, koska yhä useampi festivaalikävijä löytyy esimerkiksi Facebookista, Twitteristä tai Instagramista. Sosiaalisen median käyttö markkinoinnissa on nopeaa ja edullista organisaatiolle. Siellä on kätevää päivittää ajankohtaisia uutisia tai tietoja tapahtumasta. Sosiaalista mediaa ei kuitenkaan kannata nostaa päärooliin tapahtumassa, vaikka se tarjoaakin tapahtuman järjestäjille valtavan määrän erilaisia mahdollisuuksia ja työkaluja. (Vallo & Häyrinen 2014, 58 - 90.)

Kulttuuritapahtumat kokonaisuutena ovat aina erittäin riskialttiita. Useimmiten riskit liittyvät siihen, ettei tapahtuma tai festivaali saavuta tavoitteitaan. Allen, O'Toole, Harris ja McDonnell (2011, 544 - 545) luettelevat potentiaalisen riskin tekijöitä olevan muun muassa tapahtumaa varten oleva paikka tai alue, suuri joukko ihmisiä, uudet työntekijät ja vapaaehtoiset, varusteiden liikuttelu ja kokoaminen sekä yleinen jännittynyt ilmapiiri. Riskien tunnistaminen ja ennaltaehkäiseminen voi säästää tapahtuman suuriltakin katastrofeilta. Riskit eivät kuitenkaan aina ole haitallisia, niitä on vain osattava hallita käytössä olevilla resursseilla. Hallitseminen on systemaattista toimintaa, jossa tunnistetaan, analysoidaan, arvioidaan, käsitellään, valvotaan ja keskustellaan riskeistä. (Allen, O'Toole, Harris & McDonnell 2011, 544 - 545.) Riskien ottaminen on aina tärkeää niin tapahtumien järjestämisessä kuin liikemaailmassa yleensäkin, sillä ilman niitä ei voi koskaan voittaakaan mitään.

Riskeiltä voidaan välttyä, jos ne tunnistetaan ajoissa ja niihin reagoidaan. Riskit voidaan myös kartoittaa eri osa-alueisiin. Allenin ym. (2011, 545) jaottelun mukaan ensimmäinen riskialue on viranomaiset. Ennen tapahtumaa täytyy aina varmistaa, että tapahtuman kaikki sopimukset ja luvat ovat kunnossa. Toinen riskialue on markkinointi ja julkisuuskuva. Sen edustajat ovat usein hyvin itsevarmoja ja optisia toimiensa suhteen, eivätkä halua uskoa riskeihin. Turvallisuus ja terveys muodostavat kolmannen riskialueen, johon yleensä keskitytään eniten. Turvallisuussuunnitelman lisäksi on kiinnitettävä huomiota elintarvikkeisiin, hygieniaan ja saniteettitiloihin, jotta niiden mahdollisesti aiheuttamilta riskeiltä välttyttäisiin. Yleisöjoukon hallinta on neljäntenä riskialueena. Kun suuri määrä ihmisiä on samassa paikassa, tapahtuman järjestäjän on voitava hallita väkijoukon virtaa, alkoholinmyyntiä sekä melua. Lisäksi kuljetuksien, parkkeerauksien ja julkisten kulkuneuvojen aiheuttamat riskit on otettava huomioon. (Allen ym. 2011, 545.)

Koska festivaalilla yleensä on paljon ihmisiä samalla rajatulla alueella, kannattaa kaikkien turvallisuus ottaa erittäin vakavasti huomioon, jotta katastrofeilta voitaisiin välttyä. Tapahtuman turvallisuudesta on päävastuussa tapahtuman järjestäjä, jonka toimia säätelevät erilaiset lait. Vallo ja Häyrinen (2014, 153) muistuttavat, että suuren yleisötapahtuman, kuten festivaalin, järjestämisestä on aina tehtävä ilmoitus poliisille. Poliisilla on lain mukaan oikeus kieltää, estää tai keskeyttää tapahtuma tarpeen vaatiessa. Lisäksi maanomistajalta tarvitaan lupa, ellei tapahtuman järjestäjä itse omista aluetta. Kaupunkien ja kuntien omistamilta alueilta saadaan yleensä lupa niiden kiinteistövirastoilta. Festivaalin aiheuttamasta melusta on tehtävä ilmoitus ympäristökeskukselle ja musiikin käyttämisestä on maksettava tekijänoikeusmaksuja. Muita tarvittavia lupia voivat olla esimerkiksi tiensulkemislupa, arpajaislupa ja elintarvikelupa. (Vallo & Häyrinen 2014, 153.) Festivaalille on usein haettava myös tilapäinen anniskelulupa. Iiskola-Kesosen (2004, 91 - 92) antamien ohjeiden mukaan tilapäisen anniskeluluvan hakemuksessa on tapahtuma-alueen kartan lisäksi selvitettävä anniskelun toteutus ja valvonta alueella sekä anniskelupaikan vastaavat ja varavastaavat, joilla on oltava vaadittavat koulutukset. Tilapäiset anniskeluluvat ovat maksullisia ja niitä koskee sekä alkoholilainsäädännön että asiakasturvallisuuden huomioon ottaminen. (Iiskola-Kesonen 2004, 91 - 92.)

Turvallisuuteen liittyen, suurten tapahtumien on aina tehtävä kirjallinen pelastussuunnitelma. Onnettomuuden tai vaaratilanteen sattuessa vahingot voivat olla vakavia ihmisten suuren määrän vuoksi. Iiskola-Kesonen (2004, 89) korostaa sitä, että pelastussuunnitelmassa on selvitettävä vaaratilanteiden ja niiden vaikutusten ennakointi sekä toimenpiteet vaaratilanteiden ehkäisemiseksi. Lisäksi siinä on ilmentävä poistumis- ja suojautumismahdollisuudet sekä sammutus- ja pelastusjärjestelyt. Pelastusteiden riittävyys on aina huomioitava festivaalialueella. Pelastussuunnitelmassa on oltava myös ohjeita ennakoituja vaaratilanteita varten; kuinka paljon turvallisuushenkilöstöä ja kalustoa ne

tulisivat vaatimaan. Tapahtuman henkilöstö on koulutettava niin, että se osaa toimia hätätapauksissa pelastussuunnitelman mukaisesti. Lisäksi on huolehdittava, että tilanteen sattuessa kaikki alueella olevat saavat tarvittavat tiedot, jotta välttyttäisiin ihmisvahingoilta. (Iiskola-Kesonen 2004, 89.)

Suuret tapahtumat voivat olla myös todellisia ympäristön kuormittajia, jos vastuullisuuteen ei kiinnitetä tarpeeksi huomiota. Goldblatt (2012, 4) huomauttaa, että vuosisatoja sitten järjestetyt tapahtumat eivät saastuttaneet ympäristöä lainkaan. Silloin mitään ei heitetty pois, vaan kaikki mitä jäi hyödynnettiin uudelleen käyttöön. Vasta teollinen vallankumous erkaannutti ihmiset luonnosta saastuttaviin tehtaisiin. Uudet keksinnöt ja innovaatiot toivat mukanaan höyrykoneet, sarjatuotannon ja uusiutumattomien luonnonvarojen käytön myös tapahtumien järjestämiseen. Nykyään on alettu kiinnittää huomiota tapahtumista aiheutuvien jätteiden ja saasteiden määrään. Ympäristöystävällisyys tapahtuman järjestämisessä koostuu useista eri asioista, mutta sen tavoitteena on tuottaa yleisölle entistäkin parempi kokemus. (Goldblatt 2012, 4.)

Goldblatt (2012, 4 - 11) määrittelee vastuullisen tapahtuman sellaiseksi, joka jatkuvasti pyrkii tuottamaan erinomaisia elämyksiä ja kokemuksia yleisölle noudattaen vastuullista strategiaansa. Vastuullisuudella tarkoitetaan eettistä käytöstä pitkäkestoisesta näkökulmasta katsottuna. Pitkäkestoisella näkökulmalla ei tarkoiteta vain ensi viikkoa tai vuotta, vaan 100 tai 1000 vuotta eteenpäin tästä hetkestä. Vastuullisuus kattaa ympäristön kokonaisvaltaisen huomioon ottamisen, niin luonnon kuin ihmistenkin kannalta. (Goldblatt 2012, 4 - 11.)

Vastuullisella tapahtumalla on aina oltava suunnitelma, joka auttaa vähentämään syntyvien saasteiden ja jätteiden määrää sekä ohjeistaa jätteiden oikeaan lajitteluun ja kierrättämiseen. Bowdinin ym. (2006, 46 - 47) mukaan ensinnäkin syntyvien saasteiden ja jätteiden määrä tulee minimoida. Julkisia liikennevälineitä tulisi suosia yksityisautoilun sijaan ja tarpeeton kulkeminen paikasta toiseen on karsittava pois. Paikallisten tuotteiden käyttäminen vähentää kuljettamisesta aiheutuvia ilmansaasteita. Lisäksi se tukee lähialueen tuottajia, joka on yksi vastuullisuuden muoto. Käytettävien materiaalien vastuullisuutta on myös syytä miettiä. Kierrätettäviä, uudelleen käytettäviä ja ympäristöystävällisiä tuotteita tulisi suosia kertakäyttöisten ja maatumattomien sijaan. Täysin jätteetön tapahtuma on nykyaikana melkein mahdotonta järjestää, mutta jätteiden synnyn määrään voidaan vaikuttaa. Jäte, jolta ei voida välttyä, on hyvä lajitella oikein sekä kierrättää ja uudelleen käyttää niin suurelta osin kuin mahdollista. Samoin tulisi toimia veden käytön kanssa tapahtuma-alueella. Tapahtuman järjestämiseen osallistuva henkilökunta sekä yhteistyökumppanit on syytä ohjeistaa toimimaan vastuullisuussuunnitelman mukaisesti. Lisäksi tapahtuma-alueella on oltava selkeät ohjeet ja kannusteet, jotta myös yleisö osaisi toimia vastuullisesti. (Bowdin ym. 2006, 46 - 47.)



Vastuullinen tapahtuma on mieluisampi kaikille osapuolille kuin roskia täynnä oleva pakokaasun katkuinen alue, joka houkuttelee valtavan määrän lokkeja paikalle. Huolellinen suunnittelu auttaa luomaan siistin ja ympäristöystävällisen tapahtuman. Iiskola-Kesonen (2004, 94 - 95) toteaa, että jätehuoltoon vaikuttavat eniten tarjoilu, kävijämäärä ja tapahtuman kesto. Henkilökuntaa on varattava riittävästi jätehuollon ja siisteyden ylläpidon tehtäviin. Lisäksi keräys- ja lajitteluastioita on oltava tarpeeksi syntyvän jätteen määrään nähden. Niistä on myös selvästi ilmeistä, millaiselle jätteelle ne ovat tarkoitettu ja niitä on tyhjennettävä riittävän usein. Eri paikkakunnilla voi olla erilaisia jätehuoltomääräyksiä, jotka on syytä tarkastaa tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Festivaalialueella on usein myös väliaikaisia yleisökäymälöitä. Niiden tyhjennyksestä ja puhdistuksesta on huolehdittava säännöllisesti. Lisäksi käymälöiden ympäristön siisteydestä on pidettävä huolta. Jos tapahtumassa myydään tai tarjoillaan alkoholia, käymälöiden tarve kasvaa huomattavasti. Naisten käymälöitä on yleensä oltava enemmän kuin miesten, jotta pitkiltä jonoilta välttyttäisiin. (Iiskola-Kesonen 2004, 94 - 95.)

## 2.2 Toteutus

Huolellisen suunnittelun jälkeen päästään tapahtuman toteutusvaiheeseen, jossa koko tapahtuman suunnitelma pannaan vihdoin käytäntöön. Siinä vaiheessa jokaisen työntekijän ja vapaaehtoisen on tiedettävä roolinsa sekä omat tehtävänsä suuressa kokonaisuudessa. Vallo ja Häyrinen (2014, 168 - 169) korostavat sitä, että saumaton yhteistyö on avain tapahtuman onnistumiseen. Toteutus koostuu kolmesta päävaiheesta: rakennusvaiheesta, itse tapahtumasta ja purkuvaiheesta. Rakennusvaihe on usein kaikkein hitain, kun kaikki lavat, kulissit, rekvisiitat ja muut pystytetään tapahtumaa varten. Lisäksi kaikki tarvittava tekniikka asennetaan ja sen toimivuutta kokeillaan. Tapahtuma itsessään on kuin näytelmä, joka on hetkessä ohi. Sen alkaessa ei ole enää juuri mitään tehtävissä. Suunnitelman kestävyys ja toimivuus on silloin koetuksella. Toteutuksen viimeinen osa eli purkuvaihe on usein tehokkaampi ja nopeammin ohitse kuin rakennusvaihe. (Vallo & Häyrinen 2014, 168 - 169.)

Tapahtuman järjestäjän on erittäin suositeltavaa olla paikalla tapahtuman aikana. Työntekijöiden tehtävät ja vastualueet saattavat vaihdella huolimatta siitä, mitä on sovittu etukäteen. Allen ym. (2011, 159) huomauttavat, että työntekijöitä tai vapaaehtoisia voi saapua paikalle vähemmän kuin pitäisi. Sairastumiset tai vaikka festivaalien alkuun sattunut sadekuuro voivat olla syitä peruutuksiin. Tapahtumapaikalla joutuu usein tekemään nopeita ratkaisuja, koska yllättäviltä tilanteilta voidaan harvoin välttyä. Tapahtuman järjestäjän on syytä olla koko tapahtuman ajan tavoitettavissa, ja työntekijöillä sekä yhteistyökumppaneilla tulisi olla jokin keino, millä kysyä järjestäjältä apua tarvittaessa. Jos tapahtuman järjestäjä on itse paikalla tapahtuman aikana, pysy hän paremmin tilanteen tasalla koko ajan ja osaa

arvioida eteen tulevien päätöksiensä vaikutuksia paremmin. Tapahtuman järjestäjällä on aina päävastuu tapahtuman onnistumisesta. (Allen ym. 2011, 159.)

Festivaalin toteutusvaiheeseen kuuluu lavojen rakentaminen. Suurella tapahtuma-alueella lavoja voi olla useita erilaisia. Yleensä jokaisella on omat teemansa ja vastuuhenkilönsä. Niillä voi olla myös oma henkilökunta, esiintyjät, valo- ja ääniteknikot huolehtimassa sen ohjelmasta sekä toimivuudesta (Allen ym. 2011, 422 - 428.) Festivaalien lavat pystytetään usein korkeintaan muutaman päivän ajaksi. Niiden on kuitenkin oltava lujia ja kestävä koko tapahtuman ajan, joten niiden rakentamisessa kannattaa olla huolellinen. Kuitenkaan aikaa lavojen rakentamiseen ei yleensä ole kovin paljoa, joten helppous ja nopeus ovat tärkeässä osassa. Talkoovoimia käytetään usein apuna, jos se vain on mahdollista. Allen ym. (2011, 422 - 428) neuvovat, että lavan kanssa työskenteleville on syytä tehdä tarkka kartta lavasta. Kartta voi olla erilainen riippuen siitä kenelle se tehdään, esimerkiksi valo- ja ääniteknikoiden kartat voivat erota toisistaan. Niistä on kuitenkin ilmevä kullekin työntekijälle tärkeimmät asiat, jotta niistä olisi työskentelylle apua. (Allen ym. 2011, 422 - 428.)

Festivaalilavojen ohjelmat eivät toimi ilman energiaa. Äänentoistoon, valoihin ja muihin tehosteisiin kuluu runsaasti sähköä. Monia asioita on otettava huomioon lavalla tarvittavaan energiaan liittyen. Allenin ym. (2011, 430) mukaan on selvitettävä kuinka paljon sähköä tarvitaan yhteensä ja onko jotain energiapiikkejä, jolloin sähköä tarvitaan hyvin paljon kerrallaan. Varageneraattorit hätätapauksia varten on myös hyvä olla olemassa. Pistorasioiden paikat ja määrät on oltava suunniteltu ja suhteutettu sopiviksi tapahtuman ohjelmaan nähden. Lisäksi johdot, maadoitukset, laitteiden tehot ja niiden etäisyydet virtalähteestä on tarkastettava. Turvallisuus on myös otettava huomioon, jotta esimerkiksi sadevesi ei aiheuta vaaratilanteita. (Allen ym. 2011, 430.)

Valotehosteet ovat usein olennainen osa esityksen kokonaisuutta lavalla. Niiden käytännön tehtävänä on näyttää yleisölle missä tapahtuu. Allen ym. (2011, 430 - 431) lisäävät, että tapahtuman valaistuksella voidaan myös rajata aluetta sekä lisätä sen turvallisuutta järjestettäessä tapahtuma ulkona. Valojen on oltava samaan aikaan sekä käytännölliset että esteettiset ja näyttävät. Lisäksi niiden on sovittava tapahtuman teemaan. On myös mietittävä voiko taustavalvoja käyttää samaan aikaan kuin esitysten tehostevaloja. Valojen virtalähteen on myös oltava riittävä, sillä valot voivat kuluttaa paljon enemmän sähköä kuin äänentoisto. Valoteknikko voi luoda entistä paremman kokemuksen yleisölle, jos valotehosteet toimivat esityksen kanssa ja ovat näyttävät. (Allen ym. 2011, 430 - 431.)

Valotehosteiden lisäksi myös äänentoistojärjestelmän on oltava kunnossa esityksiä varten. Yleisön on voitava kuulla musiikki, puhe ja äänitehosteet. Usein lavalla esiintyvillä on kuulokkeet korvissaan, joista esimerkiksi juontajat voivat kuulla ohjaajan neuvot ja laulajat

oman äänensä. Allen ym. (2011, 432 - 433) huomauttavat, että jos esitys on tarkoitus julkaista myös muussa mediassa, kuten televisiossa, radiossa tai internetissä, on äänijärjestelmän toimittava myös niiden kautta. Äänenvoimakkuuteen vaikuttavat muun muassa säädökset ja rajoitukset sekä yleisö. Jos kohderyhmä on vanhempaa ikäluokkaa, haluavat he kuunnella musiikkia hiljaisemmalla voimakkuudella kuin nuorisjoukko. Äänentoistojärjestelmään kuuluvat kaikki mikrofinit, kaapelit, miksauspöydät, vahvistimet ja soittimet. Ääniteknikko hallitsee koko äänentoistojärjestelmää ja hänellä on suuri vastuu siitä, millaisena yleisö kuulee äänet lavalta. (Allen ym. 2011, 432 - 433.)

Tapahtuman teeman on ilmentävä kävijälle hänen saapuessaan tapahtumapaikalle. Sitä paremmin teema näkyy, mitä enemmän kaikki tapahtuman tekijät ovat sen mukaisia. Teema määrittääkin pitkälti tapahtuman ohjelman. Ohjelma koostuu kaikista esityksistä ja Allenin ym. (2011, 422 - 424) mukaan sen laatiminen on yhdistelmä taidetta ja tiedettä. Ohjelmaan vaikuttavat yleisön odotukset, alueen rajoitukset ja infrastruktuuri, varustuksen saatavuus, logistiikka, työntekijöiden ja esiintyjien luovuus sekä heidän väliset suhteensa. Hyvin erityyppiset esiintyjät eivät oikein voi esiintyä samaan aikaan lähekkäin tai samalla lavalla aivan peräkkäin. Heillä voi olla aivan erilaiset rytmit keskenään ja myös yleisö voi olla erilaista. Ohjelman tarkoituksena on luoda elämyksiä tapahtuman kävijöille, joten sen on hyvä olla toimiva kokonaisuus. (Allen ym. 2011, 422 - 424.)

Festivaalialue on järjestettävä toimivaksi sekä työntekijöiden että yleisön kannalta. Sisään- ja uloskäyntien sijainti on otettava huomioon. Samoin se tulee koostua yleisö alueelle kaikki samaan aikaan vai porrastetusti (Allen ym. 2011, 426 - 427). Lisäksi lavan edusta on järjestettävä niin, että mahdollisimman suuri osa yleisöstä näkee lavalle. Tapahtuma-alueelle on syytä järjestää myös istumapaikkoja. Allen ym. (2011, 426 - 427) muistuttavat, että järjestäjien on tärkeää huomioida myös tapahtuman liikuntarajoitteiset kävijät. Esteetön kulku ja oma paikka läheltä esiintymislavaa voivat taata liikuntarajoitteisillekin mahdollisuuden nauttia tapahtumasta kuten muutkin kävijät. Tapahtuma-alueen toimivuuteen kuuluu tietenkin myös vaadittavien pelastusteiden ja muiden turvallisuuteen liittyvien tekijöiden varmistaminen. (Allen ym. 2011, 426 - 427.)

Suurissa tapahtumissa, kuten festivaaleilla, on hyvin usein suuria kuvaruutuja, joista voidaan näyttää esimerkiksi meneillään olevaa konserttia. Näin myös kauempana oleva yleisö näkee paremmin mitä lavalla tapahtuu. Bowdin ym. (2006, 105 - 106) huomauttavat, että näyttöruutuja voidaan käyttää myös mainostamiseen. Tapahtuman sponsorit saavat nimensä näkyviin suurelle määrälle ihmisiä kerrallaan, erityisesti jos tapahtumasta tehdään televisiolähetystä. Media onkin hyvä saada tapahtuman yhteistyökumppaniksi. Median avulla tapahtumalle voidaan saada suurempaa näkyvyyttä, tosin niin hyvässä kuin pahassakin. Jos tapahtumasta saadaan hyvä kuva mediaan, sillä voi olla paljon tarjottavaa tapahtumalle.

Mediasta voi kasvaa tapahtuman pääyhteistyökumppani tai jopa päätuottaja. Tapahtuma voi saada uutta ulottuvuutta ja julkisuutta yhdistäessä voimansa median kanssa. Tietysti on mahdollista, että tapahtuma joutuu huonoon valoon mediassa, mutta se johtuu usein tapahtuman epäonnistuneista järjestelyistä eikä mediasta. (Bowdin ym. 2006, 105 - 106.)

Suuren tapahtuman järjestyksenvalvontaan kuuluu järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitäminen sekä rikosten ja onnettomuuksien estäminen tapahtuma-alueella. Liskola-Kesonen (2004, 87 - 90) korostaa sitä, että järjestyksenvalvojalla on oltava vaadittava koulutus ja lupa toimia järjestyksenvalvojana. Hänen on aina toimittava ensisijaisesti yleisön turvallisuudesta huolehtien. Hänellä on oikeus myös estää henkilön pääsy tapahtuma-alueelle, jos voidaan perustella henkilön olevan vaaraksi tapahtuman järjestykselle tai turvallisuudelle esimerkiksi päihtymistilan, käytöksen tai varustautumisen vuoksi. Lisäksi järjestyksenvalvojalla on oikeus poistaa tapahtuma-alueelta henkilö, joka häiritsee järjestystä tai turvallisuutta. Voimakeinoja käyttäessään järjestyksenvalvojan on arvioitava tilanteen vaarallisuutta ja käytettävissä olevia voimavaroja. Voimakeinoja saa käyttää ainoastaan puolustautumiseen. Festivaalialueella on syytä olla myös ensiapukoulutettuja henkilöitä. Erillinen ensiapupiste on yleensä myös tarpeen yleisön määrän ollessa suuri. (Liskola-Kesonen 2004, 87 - 90.)

Tapahtuman päättäminen on aina tärkeä osa itse tapahtumaa. Sen tulisi olla huolellisesti suunniteltu, jotta kaikille jäisi hyvä mieli. Purkamiseen ja siivoamiseen on varattava riittävästi työvoimaa. Liskola-Kesonen (2004, 12) huomauttaa, että niihin töihin kannattaa valita mieluiten sellaisia henkilöitä, jotka eivät ole olleet itse tapahtumassa töissä, koska silloin he eivät ole liian väsyneitä työskentelemään huolellisesti. Palautteen kerääminen kuuluu myös olennaisena osana tapahtuman päättämiseen. Kaikkia työntekijöitä on kiitettävä avusta ja myös kiitostilaisuuden järjestäminen voi olla paikallaan. Sillä voidaan palkita työntekijöitä ja kerätä heidän mielipiteitään tapahtumasta. Tapahtumasta on aina tarkoituksena jäädä kaikille hyvä mieli. Yhteistyökumppaneille ja sidosryhmille voidaan järjestää oma kiitostilaisuutensa, jossa käydään läpi tapahtuman tuloksia ja osoitetaan, että he olivat tärkeä osa koko tapahtumaa. (Liskola-Kesonen 2004, 12.)

## 2.3 Arvio

Tapahtuman toteuttamisen jälkeen on enää yksi vaihe koko prosessista jäljellä. Tapahtuma tulisi aina jälkikäteen arvioida, vaikka se tuntuisikin hankalalta. Muhosen ja Heikkisen (2003, 131 - 135) mukaan tavoitteiden tulisi olla jollain keinolla mitattavissa, jotta tapahtuma olisi perusteltavissa myöhemmin. Arvioinnin ei kuitenkaan tulisi perustua pelkkään tunteeseen, vaan sitä voi tutkia samoilla periaatteilla kuin muitakin asioita. Aluksi on määritettävä lähtötaso eli mikä on tilanne ennen tapahtuman toteuttamista. Sen jälkeen asetetaan

tavoitteet ja suunnitellaan niille mittarit. Tutkimusvaiheessa kerätään kaikki tarvittavat tiedot ja luvut tapahtumasta. Samalla arvioidaan myös tapahtuman sisältö sekä ulkoiset puitteet, heijastivatko ne organisaation imagoa ja arvomaailmaa. Tutkimustulokset analysoidaan ja selvitetään saavutettiin tavoitteet. Lisäksi arvioidaan toimiko tapahtuma viestin perille saattajana ja hyvänä markkinointina organisaatiolle. Lopuksi on syytä miettiä jatkotoimenpiteet. Mahdolliset epäkohdat voivat opettaa ja niihin paneutumalla voi parantaa tapahtumaa seuraavalla kerralla. Tuloksista on myös ymmärrettävä, jos tapahtumaa ei kannata järjestää enää uudelleen ainakaan samanlaisena. (Muhonen & Heikkinen 2003, 131 - 135.)

Tutkimustulokset on myös dokumentoitava huolellisesti. Iiskola-Kesonen (2004, 12) huomauttaa, että mitatut tulokset on hyvä säilyttää, samoin otetut valokuvat. Tapahtumasta voi kerätä vaikka leikekirjan, sillä kuvat kertovat aina paljon enemmän kuin pelkät tekstit. Dokumentointi on syytä tehdä heti huolella, sillä yksityiskohdat painuvat unholaan hyvin nopeasti. Seuraavaa tapahtumaa kannattaa miettiä edellistä päättäessä, ellei tapahtuma ole kertaluontoinen. Tehtyjä suunnitelmia voi hyödyntää seuraaviin tapahtumiin jos vain mahdollista. Niitä tosin on syytä muokata edellisestä tapahtumasta saatujen palautteiden perusteella, jotta voitaisiin saada aikaan entistä kehittyneempi ja parempi tapahtuma. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.)

Palautteen avulla on tarkoitus selvittää, miten tapahtuma koettiin ja mikä oli kaikkein parasta tapahtumassa. Vallon ja Häyrisen (2014, 188 - 191) mukaan siitä tulisi myös käydä ilmi mitä olisi voitu tehdä toisin ja saavutettiin tavoite. Sekä positiivista että negatiivista palautetta on hyvä verrata alussa määritettyyn lähtötilanteeseen. Palautteen keräämisellä organisaatio voi kasvattaa osaamistaan ja saada lisää hiljaista tietoa. Keräämistapoja ovat muun muassa kirjallinen ja sähköinen palautelomake sekä puhelinsoitto jälkikäteen. Palaute on kuitenkin syytä kerätä mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen, jolloin asiat ovat vielä tuoreessa muistissa. Sähköinen lomake on erittäin kätevä, jos vain osallistujien sähköpostiosoitteet ovat tiedossa. Palautelomake on aina syytä muokata tapahtumakohtaiseksi, jotta saataisiin selville saavuttiko juuri kyseinen tapahtuma tavoitteensa. Palautetta on hyvä kerätä kaikilta tapahtuman osapuolilta, sillä silloin saadaan selville kaikki eri näkökulmat tapahtumasta. Palautteiden analysoinnissa on huomioitava se, että totuus löytyy vastauksista eikä omista tuntemuksista. Palautteet on käsiteltävä tosissaan, vaikka tuntuisikin pahalta lukea negatiivisia kommentteja omasta tapahtumastaan. (Vallo & Häyrisen 2014, 188 - 191.)

Jos tapahtuma järjestetään useita kertoja, kannattaa palautelomake pitää samankaltaisena. Silloin voidaan vertailla tuloksia edellisiin tapahtumiin ja vakiinnuttaa toimivia trendejä. Toisaalta voi olla kunnianhimoisempaa tutkia tapahtumaa joka kerta eri näkökulmista. Allen

ym. (2011, 500 - 501) korostavat, että tärkeintä on kuitenkin pitää tutkimus yksinkertaisena. Jos tutkimuksella yritetään liikaa, sen fokus voi kadota ja tehokkuus vähentyä. Kysymykset onkin syytä pitää yksiselitteisinä ja testata etukäteen jos vain mahdollista. Johdattelevat, puolueelliset tai tunteita kuohuttavat kysymykset kannattaa jättää kokonaan pois. Avoimilla kysymyksillä saadaan paremmin selville suoria mielipiteitä kuin suljetuilla vastausvaihtoehdoilla. Niitä on kuitenkin vaikeampi vertailla ja analysoida, siksi kyselyssä on hyvä pitää sopiva tasapaino avointen ja suljettujen kysymysten välillä. (Allen ym. 2011, 500 - 501.)

Suuressa tapahtumassa on epäkäytännöllistä, kallista ja jopa mahdotonta saada vastauksia ja mielipiteitä kaikilta osallistujilta. Allen ym. (2011, 499 - 500) huomauttavat, että tutkittavien joukon on kuitenkin oltava edustava otos koko yleisöstä, jotta tutkimus olisi luotettava. Yleisön lisäksi tulisi tutkia myös tapahtuman työntekijöiden sekä yhteistyökumppaneiden ja sidosryhmien mielipiteitä. Eri vastualueiden työntekijöiltä voi saada kattavan kokonaiskuvan tapahtumasta. Esimerkiksi turvallisuudesta vastanneilta saa totuudenmukaisen kuvan sattuneista tilanteista, häiriöistä, onnettomuuksista sekä väkijoukon käyttäytymisestä. Lisäksi tutkimalla maanomistajien, virkavallan, sponsoreiden, myyjien ja ensiapuhenkilökunnan mielipiteitä tapahtuman onnistumisesta, saa eri näkökulmista selkeämmän kokonaiskuvan. Mitä monipuolisemmin tapahtumaa tutkii, sitä todellisemman ja oikeamman käsityksen järjestäjä saa tavoitteiden saavuttamisesta ja tapahtuman onnistumisesta. (Allen ym. 2011, 499 - 500.)

### 3 Näytteilleasettajatutkimuksen menetelmävalinnat ja toteutus

Maaailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimus toteutettiin käyttäen kyselylomaketta (liitteet 1 ja 2) tutkimusvälineenä. Hirsjärven ym. (2013, 193 - 195) mukaan kyselyn tarkoituksena on kerätä aineistoa standardoidusti ennalta määritetyiltä kohdehenkilöiltä. Standardoimalla tarkoitetaan sitä, että sama asia kysytään jokaiselta vastaajalta täysin samalla tavalla. Kyselytutkimuksen kiistattomana etuna pidetään sitä, että kyselyllä voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto ja lomakkeen avulla voidaan kysyä useita asioita suurelta kohderyhmältä kerrallaan. Tutkimusmenetelmänä kysely on tehokas, sillä sen toteuttaminen ei vaadi tutkijalta niin paljon aikaa ja vaivaa kuin esimerkiksi haastattelu. Lisäksi kyselyn kustannukset sekä aikataulu ovat arvioitavissa melko tarkasti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013, 193 - 195.)

Näytteilleasettajatutkimuksen menetelmäksi valittiin kysely. Festivaalin järjestäjä halusi kuulla mahdollisimman monen näytteilleasettajan mielipiteitä ja ajatuksia tapahtumasta. Näytteilleasettajia oli kuitenkin useampi sata, joten resurssit eivät olisi riittäneet haastatella heitä jokaista. Haastatteluihin kuluva aika sekä kustannukset olisivat olleet liian suuret siihen

nähdessä, mitä tutkimuksella haluttiin selvittää. Sen sijaan kyselylomakkeeseen vastaaminen tehtiin jokaiselle näytteilleasettajalle mahdolliseksi ja sen toteuttamiseen vaadittavat resurssit olivat realistiset.

Kyselytutkimuksella on kuitenkin aina omat heikkoutensa. Hirsjärvi ym. (2013, 195) huomauttavat, että kyselytutkimuksesta saatava aineisto voi olla pinnallista ja tutkimus itsessään teoreettisesti vaatimaton. Lisäksi tutkija ei voi olla varma kuinka vakavasti kukin vastaaja on suhtautunut tutkimukseen; ovatko vastaukset huolellisia ja rehellisiä. Väärinymmärrysten riski on myös olemassa ja sitä on hyvin vaikea kontrolloida kyselytutkimuksessa. Vastaajan on oltava perehtynyt tai muuten selvillä kyseltävästä asiasta. Vastaamattomuus eli kato voi joissain tapauksissa jopa pilata kyselytutkimuksen luotettavuuden ja laadun. (Hirsjärvi ym. 2013, 195.)

### 3.1 Tutkimusaineiston hankintaprosessi

Jokaisella tutkimuksella on aina oma kohteensa. Vilkan (2007, 51 - 52) mukaan perusjoukolla eli populaatiolla tarkoitetaan kohderyhmää, josta tutkimuksessa halutaan tehdä päätelmiä. Perusjoukon on oltava tarkkaan määritelty ja rajattu. Otanta puolestaan on menetelmä, jolla havaintoyksiköt eli otos poimitaan perusjoukosta. Kokonaistutkimuksessa mitataan jokainen havaintoyksikkö eli henkilö perusjoukosta. Kokonaisotantaa ei pidetä varsinaisena otantamenetelmänä, mutta sitä kannattaa käyttää silloin, kun perusjoukko ja tutkimusaineisto ovat pienet. (Vilka 2007, 51 - 52.) Kananen (2008, 70 - 71) määrittelee otoskehikon luetteloksi perusjoukon yksiköistä. Hän korostaa sitä, että otoskehikon mahdolliset puutteet vaikuttavat suuresti otantamenetelmän valitsemiseen. (Kananen 2008, 70 - 71.)

Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimuksen perusjoukkona olivat kaikki tapahtuman näytteilleasettajat. Koska jokainen havaintoyksikkö perusjoukosta otettiin mukaan tutkimukseen, käytettiin otantamenetelmänä kokonaisotantaa. Kokonaisotanta oli mahdollinen, koska näytteilleasettajien muodostaman joukon koko oli tutkimuksen resursseihin nähden sopiva. Lisäksi otoskehikko eli lista näytteilleasettajista oli täydellinen. Festivaalin järjestäjällä oli hallussaan jokaisen näytteilleasettajan yhteystiedot, mikä mahdollisti kokonaisotannon valinnan tutkimukseen.

Näytteilleasettajatutkimus aloitettiin laatimalla kyselylomake. Sen tekeminen vaatii aikaa sekä paljon erilaista tietoa ja taitoa tutkijalta, jotta sen avulla hankitusta aineistosta saataisiin mahdollisimman hyödyllisiä tuloksia tutkimukseen. Hirsjärvi ym. (2013, 195 - 197) painottavat, että kyselyn avulla voidaan kerätä erilaisia tietoja tosiasioihin, käyttäytymiseen, toimintaan, tietoihin, arvoihin, asenteisiin, uskomuksiin, käsityksiin tai mielipiteisiin liittyen.

Lisäksi perusteluja tai arviointeja vastauksille voidaan pyytää kyselyssä. Usein kysely sisältää myös vastaajan taustoja koskevia kysymyksiä. (Hirsjärvi ym. 2013, 195 - 197.)

Kyselyssä täytyy olla jotain, mikä houkuttelee vastaamaan siihen. Tutkimuksen aihe on ehdottomasti tärkein asia, joka vaikuttaa kohdehenkilön vastaamishalukkuuteen. Hirsjärven ym. (2013, 198 - 200) mukaan lomakkeen laadinta ja kysymysten tarkoin suunniteltu asettelu voivat tehostaa tutkimuksen onnistumista. Kysymysten muotoilu jaetaan yleensä kolmeen päätyyppiin: avoimiin, monivalintakysymyksiin sekä asteikkoihin perustuviin kysymyksiin. Avoimissa kysymyksissä on esitetty vain kysymys, jonka jälkeen on jätetty tyhjää tilaa vastaajan omin sanoin muotoiltavaa vastausta varten. Monivalintakysymyksissä tutkija on laatinut valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaaja ympyröi tai rastittaa haluamansa vaihtoehdon tai vaihtoehdot riippuen annetusta ohjeistuksesta. Vastausten rastittaminen on osoittautunut yksinkertaisemmaksi vaihtoehdoksi vastaajalle, kun taas ympyröinti on aiheuttanut enemmän sekaannuksia. Monivalintakysymyksissä voi olla myös strukturoidun ja avoimen vastauksen välimuoto, kuten esimerkiksi ”muu, mikä?”. Tämä mahdollistaa sellaisten näkökulmien esiintulon, joita tutkija ei ole osannut aiemmin ottaa huomioon. Asteikkoihin eli skaaloihin perustuvissa kysymyksissä on väittämiä, joihin vastaaja ottaa kantaa. Asteikko voi olla nouseva tai laskeva ja siinä voi olla portaittain vastausvaihtoehdot täysin samaa mieltä olemisesta täysin eri mieltä olemiseen. (Hirsjärvi ym. 2013, 198 - 200.)

Sekä avoimissa että monivalintakysymyksissä on puolensa. Hirsjärvi ym. (2013, 201) korostavat, että avoimet kysymykset antavat vastaajalle mahdollisuuden ilmaista itseään omin sanoin. Lisäksi ne osoittavat vastaajan motivaation ja tietämyksen aiheesta, näyttävät mikä on keskeistä vastaajan näkökulmasta ja kuinka voimakkaita tunteita vastaaja kokee asiaan liittyen. Avoimissa kysymyksissä myös vältetään vastaamisen muotoon liittyvät väärinymmärrykset. Monivalintakysymykset puolestaan mahdollistavat vastausten mielekkään vertailemisen, koska ne tuottavat vähemmän toisistaan poikkeavia vastauksia. Monivalintakysymysten vastauksia on helpompi käsitellä ja analysoida tietokoneella kuin avointen. (Hirsjärvi ym. 2013, 201.)

Maaailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimuksen kyselylomake laadittiin vastaamaan tapahtuman järjestäjän tavoitteita ja vaatimuksia tutkimusta kohtaan. Tutkimuskysymyksiä oli kolme. Miksi näytteilleasettajat ovat osallistuneet Maaailma kylässä -festivaalille tänä vuonna? Miten he arvioivat festivaalin onnistumista omasta näkökulmastaan? Miten he kehittäisivät festivaalia seuraavana vuonna? Tutkimuskysymysten lisäksi kysyttiin hieman vastaajien taustoista. Kysymysmuotoina käytettiin kaikkia kolmea eri päätyyppiä. Kysely sisälsi monivalinta-, skaaloihin perustuvia sekä avoimia kysymyksiä. Kysymysmuoto valittiin sillä perusteella, mikä sopi kysyttyyn asiaan parhaiten. Kyselyssä suurin osa oli monivalinta- ja skaaloihin perustuvia kysymyksiä, kun taas avoimia oli vain kaksi kysymystä



kyselyn lopussa. Avoimia kysymyksiä oli vain vähän, jotta tuloksia pystyttiin vertailemaan paremmin keskenään. Kuitenkaan niistä ei luovuttu kokonaan, sillä niistä voisi ilmetä jotain tärkeää, jota muiden kysymysten avulla ei saataisi selville. Kyselylomake käännettiin myös englannin kielelle, koska osa näytteilleasettajista oli maahanmuuttotautaisia ja heidän vastauksensa olivat aivan yhtä tärkeitä kuin suomenkielistenkin vastaajien.

Onnistuneen kyselylomakkeen laatimiseen vaikuttaa kysymysmuotojen lisäksi moni muukin asia. Selvyys on yksi hyvin tärkeä asia. Hirsjärvi ym. (2013, 202) huomauttaa, että kysymysten on merkittävä samaa kaikille vastaajille, jotta tulokset olisivat vertailukelpoisia. Monimerkityksisiä sanoja kuten ”usein”, ”tavallisesti” ja ”yleensä” tulisi välttää. Toinen tärkeä asia on suosia enemmän spesifisiä kuin yleisiä kysymyksiä. Näin vastauksiin ei jää niin paljon tulkinnan varaa. Lisäksi lyhyet kysymykset ovat helpompia ymmärtää kuin pitkät. Kyselyssä kannattaa myös välttää kaksoismerkityksiä ja kysyä sen sijaan vain yhtä asiaa kerrallaan. Kyselyssä ei kuitenkaan pitäisi olettaa, että vastaajalla on mielipide tai käsitys asiasta vaan on hyvä tarjota vaihtoehto ”ei mielipidettä”. (Hirsjärvi ym. 2013, 202.)

Lopullisen lomakkeen laatimisessa on tärkeää harkita tarkoin kysymysten määrä ja järjestys. Hirsjärvi ym. (2013, 203 - 204) ohjeistavat sijoittamaan yleisemmät kysymykset lomakkeen alkuun ja spesifimmät loppupuolelle. Kyselyn pituus on oltava myös tarkkaan suunniteltu, jotta vastaajalta ei kulu suhteettoman kauan täyttää sitä. Kyselytutkimuksessa on myös syytä välttää johdattelevia kysymyksiä sekä sanoja ja termejä, joita vastaaja ei välttämättä ymmärrä. Lomakkeen tulee näyttää helposti täytettävältä ja ulkoasultaan moitteettomalta. Alussa on hyvä olla selkeät ohjeet kyselyn täyttämistä varten ja avoimille vastauksille on varattava riittävästi tilaa. Lomakkeen lopussa on myös kohteliasta kiittää vastauksista. (Hirsjärvi ym. 2013, 203 - 204.)

Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimuksen kyselylomake laadittiin mahdollisimman selkeäksi. Kysymykset pidettiin lyhyinä ja ytimekkäinä; vain yhtä asiaa kysyttiin kerrallaan. Lisäksi vastaajalle annettiin mahdollisuus valita vaihtoehto ”Ei osaa sanoa”, jos hänellä ei ollut selkeää mielipidettä tai vastausta kysymykseen. Kyselylomakkeen alussa kerrottiin selkeästi mistä tutkimuksesta on kyse ja kuinka pitää menetellä halutessaan siihen osallistua. Sen jälkeen kysyttiin vastaajan taustatietoja, jonka jälkeen lomake eteni loogisesti mukaillen tutkimuskysymyksiä. Lomake aseteltiin mahdollisimman selkeäksi ja mahdutettiin yhdelle kaksipuoleiselle A4-paperiarkille. Näin ollen kyselylomakkeesta ei tullut liian pitkä tai monimutkainen vaan helposti kiireen keskellä noin viidessä minuutissa täytettävä. Aivan lomakkeen lopussa muistettiin myös kiittää vastaajaa osallistumisesta.

Kyselytutkimuksen aineistoa voidaan kerätä eri tavoin. Hirsjärvi ym. (2013, 196 - 197) luokittelevat aineistonkeruun kahteen eri päätapaan: posti- tai verkkokysely ja kontrolloitu

kysely. Posti- tai verkkokysely lähetetään vastaajille, jotka täyttävät sen itse ja lähettävät takaisin tutkijalle. Tämän tavan etuna on nopeus ja vaivattomuus, mutta suurimmaksi heikkoudeksi muodostuu kato. Kontrolloitu kysely puolestaan jaetaan henkilökohtaisesti vastaajille tutkijan toimesta. Kontrolloitu kysely voidaan suorittaa myös puhelimitse. Tutkija voi kertoa tutkimuksen tarkoitusta, selostaa kyselyä tarkemmin ja vastata kysymyksiin tavoittaessaan henkilökohtaisesti kohdehenkilöt. Kohdehenkilöt täyttävät lomakkeet ja palauttavat ne joko postitse, johonkin sovittuun paikkaan tai tutkijalle itselleen tämän tullessa noutamaan niitä. (Hirsjärvi ym. 2013, 196 - 197.)

Näytteilleasettajatutkimuksen aineisto kerättiin kahdella eri tavalla: kontrolloituna kyselynä sekä verkkokyselynä. Festivaalin ensimmäisenä päivänä jaettiin paperiset kyselylomakkeet jokaisen näytteilleasettajan pisteelle henkilökohtaisesti. Heille jokaiselle kerrottiin lyhyesti mistä lomakkeen täytössä on kyse ja kuinka sen palauttaminen onnistuu. Seuraavana festivaalipäivänä näytteilleasettajien pisteet kierrettiin uudelleen läpi ja kerättiin valmiiksi täytetyt lomakkeet takaisin. Hukattujen tilalle jaettiin uusia lomakkeita ja kerrottiin selkeät ohjeet minne ne voi palauttaa festivaalin loputtua. Festivaalin jälkeen lähetettiin näytteilleasettajille sähköpostitse linkki, jonka kautta heidän oli vielä mahdollista vastata kyselyyn. Festivaalin aikana näytteilleasettajilla oli kova kiire ja joillain pisteillä saattoi olla vain yksi työntekijä. Ilman festivaalin jälkeistä e-lomaketta olisi joiltain halukkailta voinut jäädä vastaaminen kokonaan väliin.

### 3.2 Tutkimusaineiston käsittelyprosessi

Kyselyn avulla kerätty tutkimusaineisto käsitellään usein kvantitatiivisesti. Aineiston käsittely tallennettuun muotoon analysoitavaksi tietokoneella on nopeaa, jos kysely on huolellisesti suunniteltu. Hirsjärven ym. (2013, 221 - 222) mukaan tutkimuksen aikana kerätyn aineiston analysointi, tulkinta sekä johtopäätösten teko on tärkein ja olennaisin osa koko tutkimusta. Analysoimalla tuloksia saadaan vastauksia tutkimusongelmiin. Aluksi on tarkistettava aineisto eli etsittävä löytyykö virheitä tai puutteita, jonka jälkeen on päätettävä hylätäänkö lomakkeita. Lomakkeita, joissa esimerkiksi on jätetty vastaamatta johonkin osioon, voidaan mahdollisesti hyödyntää muilta osin tutkimuksessa, eikä niitä välttämättä tarvitse hylätä. Lisäksi lomakkeita voidaan jälkikäteen karhuta tutkittavilta, jotta saataisiin kattavampi tutkimus. Lopuksi aineisto koodataan tietokoneelle laaditun muuttujaluokituksen mukaisesti. (Hirsjärvi ym. 2013, 221 - 222.)

Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimuksen kyselylomake koostui suurelta osin monivalinta- sekä skaaloihin perustuvista kysymyksistä. Niiden vastaukset koodattiin excel-taulukkoon lomake lomakkeelta. Jokaisen kysymyksen kohdalla taulukkoon merkattiin, minkä vastauksen kukin vastaaja oli valinnut. Lopuksi tarkistettiin, että oliko jokaiseen

kysymykseen merkitty yhteensä niin monta vastatusta kuin oli ollut vastauslomakkeita. Näin ollen saatiin vertailukelpoisia tuloksista keskenään. Avoimet vastaukset koottiin yhteen tiedostoon ja tutkittiin oliko samoista asioista tullut useampia palautteita.

Tulosten esittämiseen on todella paljon erilaisia keinoja. Erityisesti graafiset esitystavat ovat suosittuja, sillä ne ovat yleensä havainnollisempia kuin numeeriset esitystavat. Vilka (2007, 138 - 139) kehottaakin tutkijaa käyttämään kuvioita tulosten esitystapana halutessaan antaa visuaalisesti havainnollistavan kuvan lukijalle. Tavallisimmin käytettyjä ovat pylväs-, piirakka-, viiva- ja aluekuviot. Niistä saa selkeän yleiskuvan otoksen arvojen jakautumisesta. Pylväsdiaagrammilla voidaan kuvata havaintojen määrää sekä niiden frekvenssijakaumia tutkimuksessa. (Vilka 2007, 138 - 139.) Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimuksen tulosten esittämiseen valittiin pylväsdiaagrammit, koska niiden todettiin olevan kaikkein havainnollisimpia erityisesti ristiintaulukoinneissa.

Analyysitapoja on myös useita, mutta tärkeintä on valita se, joka tuo parhaiten vastauksen tutkimusongelmaan tai -tehtävään. Kanasen (2008, 51) mukaan käytössä olleet mittarit ja mittaustasot määräävät analyysimenetelmän. Menetelmävalinta on kuitenkin aina tutkijan vastuulla, tilasto-ohjelman tekemään valintaan ei välttämättä kannata luottaa. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on hyvä tehdä tilastollinen analyysi. Sen avulla pyritään tekemään päätelmiä ja selittämään ilmiöitä. (Kananen 2008, 51.) Hirsjärvi ym. (2013, 224 - 230) korostavat että pelkkä analyysi ei riitä, vaan tulokset on myös tulkittava. Tutkija tekee omia johtopäätöksiään, jotka hän avaa tarkemmin lopullisiin tutkimustuloksiin. Näin lukijan on helpompi ymmärtää tutkimuksen tulokset, tarkoitus ja olennaiset vastaukset tutkimusongelmiin. (Hirsjärvi ym. 2013, 224 - 230.)

Tutkimuskysymykset määrittelevät sen mitä asioita taulukosta kirjoitetaan auki. Kananen (2008, 52 - 53) mukaan on tärkeää kiinnittää huomiota niihin kohtiin taulukossa, joista voidaan saada ratkaisuja tutkimuskysymyksiin. Hän painottaa sitä, että kaikkia prosenttilukuja ei missään nimessä ole tarpeellista kirjoittaa auki. Tuloksia voidaan myös ristiintaulukoida, jolloin on mahdollista löytää riippuvuuksia muuttujien välillä. (Kananen 2008, 52 - 53.) Vilka (2007, 129) määrittelee riippuvuuden tarkoittavan jonkin muuttujan vaikuttamista toiseen muuttujaan. Ristiintaulukointi mahdollistaa kahden taulukoidun muuttujan tarkastelun samanaikaisesti. Lisäksi ristiintaulukoinnilla voidaan löytää toista muuttujaa selittäviä muuttujia, kuitenkin niiden perusteella ei kannata tehdä syy-seuraus-suhteiden päättelyä. (Vilka 2007, 129.) Ristiintaulukoinnissa tulee aina tulkita prosenttilukuja kappalemäärien sijaan (Kananen 2008, 52).

Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimuksessa sovellettiin ristiintaulukointia. Vastajaat jaettiin kolmeen eri ryhmään: Kepan jäsenjärjestöihin, muihin

järjestöihin ja muihin. Ryhmään muut kuuluivat yritykset, viranomaiset sekä yksittäisiä oppilaitoksia, puolueita, kaupunkeja, kirkkoja ja teatteri. Näin voitiin vertailla ristiintaulukoinnin avulla vuoden 2014 festivaalin eri osallistujaryhmien välisiä vastauksia keskenään.

Tutkimuksen tekoon kuuluu olennaisena osana arvioida sen luotettavuutta niin tutkimuksen aikana kuin sen jälkeenkin. Kananen (2008, 79) korostaa sitä, että tutkimuksen perimmäinen tarkoitus on luotettavan ja totuudenmukaisen tiedon tuottaminen. Luotettavuuden arviointiin käytetään kahta eri käsitettä: reliabiliteettia ja validiteettia. Reliabiliteetillä tarkoitetaan sitä, että tutkimusta toistettaessa saadaan samat ei-sattumanvaraiset tulokset. (Kananen 2008, 79.) Vilkan (2007, 149 - 150) mukaan reliabiliteetissa kiinnitetään huomiota erityisesti tutkimuksen tarkkuuteen. Tärkeitä arvioitavia ovat vastausprosentti sekä se kuinka onnistuneesti otos edustaa perusjoukkoa. Muita arvioitavia kohteita ovat tietojen syötön huolellisuus sekä mittausvirheet. Validiteetilla puolestaan tarkoitetaan sitä, kuinka hyvin tutkimus mittaa sitä mitä sen pitikin mitata. Tutkimuksen validiteettia voidaan pitää hyvänä, jos tutkija ei ole harhautunut käsitteiden kanssa eikä ole tehnyt systemaattisia virheitä. Teoreettiset käsitteet on osattava kääntää arkikielelle niiden muuttamatta tarkoitustaan. Lisäksi on valittava toimiva asteikko ja arvioitava tutkimuksessa käytetyn mittarin epätarkkuutta. (Vilka 2007, 149 - 150.)

Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimusta ei sellaisenaan voi toistaa, sillä seuraavan vuoden festivaali voi olla täysin erilainen järjestelyiltään. Vaikka tutkimus toistettaisiin samanlaisena, ei siitä välttämättä saataisi samoja tuloksia. Tutkimuksen reliabiliteetti ei siltä osin ole hyvä. Tutkimuksen tarkkuutta voidaan kuitenkin arvioida. Näytteilleasettajia oli yhteensä 469 ja kyselyyn vastauksia saatiin 208 kappaletta, vastausprosentti oli siis 44 prosenttia. Otos puolestaan edustaa melko kattavasti perusjoukkoa, sillä suurin osa vastaajista oli järjestöjä, lähinnä Kepan jäsenjärjestöjä, ja vain pieni osa yrityksistä, viranomaisia sekä muita. Kyseinen jakauma vastasi kaikkien näytteilleasettajien jakaumaa festivaalilla. Tietojen syötön huolellisuutta voidaan myös arvioida. Jokaisen kysymyksen kohdalla tarkistettiin lopuksi, että oliko merkittyjen vastauksien määrä sama kuin vastaajien. Tämä ei kuitenkaan sulje pois sitä mahdollisuutta, että jokin vastaus olisi vahingossa lisätty eri vaihtoehdon alle kuin olisi ollut tarkoitus, vaikka äärimmäiseen huolellisuuteen tietojen syötössä pyrittiinkin.

Näytteilleasettajatutkimuksen validiteettia arvioitaessa voidaan ottaa huomioon, että kyselylomakkeessa ei käytetty teoreettisia käsitteitä, vaan kysymykset oli muotoiltu arkikielelle. Näin ollen tutkimuksen validiteettia voidaan pitää hyvänä, koska käsitteiden kanssa ei ole harhaututtu. Kyselyssä käytettyjä vastausasteikkoja voidaan pitää kattavina, sillä vastausvaihtoehtoja on ollut neljästä viiteen kappaletta jokaisessa kysymyksessä. Lisäksi

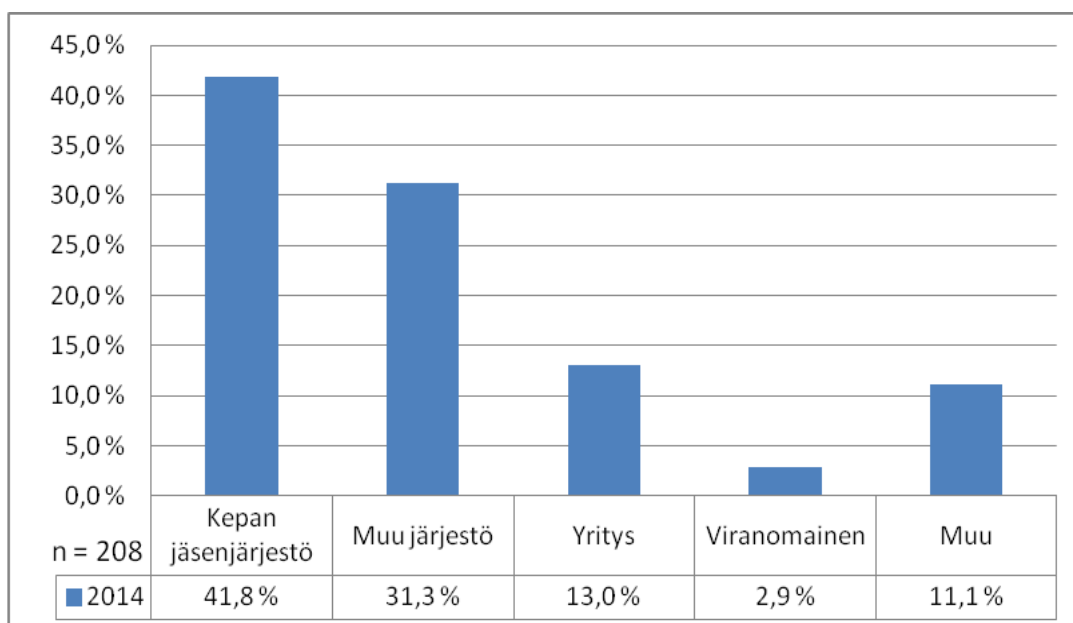
jokaisessa on ollut mahdollisuus valita vaihtoehto ”ei osaa sanoa” tai ”muu, mikä”. Valmiit vastausvaihtoehdot oli myös aseteltu niin, että ne vastasivat kysyttyyn asiaan. Lisäksi kysymykset oli laadittu vastaamaan asioita, joita tutkimuksella haluttiin selvittää. Tutkimus siis mittasi sitä, mitä sen oli tarkoituskin mitata.

#### 4 Näytteilleasettajatutkimuksen tulokset

Maailma kylässä 2014 -festivaalilla oli yhteensä 469 näytteilleasettajaa. Festivaalin aikana jaetuista paperisista kyselylomakkeista saatiin 161 vastausta. Festivaalin jälkeen sähköpostilla lähetettyyn e-lomakkeeseen puolestaan vastasi 47 näytteilleasettajaa. Yhteensä vastauksia tutkimukseen saatiin 208 kappaletta. Yhtäkään vastausta ei tarvinnut hylätä tutkimuksessa, sillä festivaalin aikana kerätyt lomakkeet tarkastettiin saman tien ja tarvittaessa pyydettiin näytteilleasettajaa täydentämään tyhjäksi jättämänsä kohta kyselystä. Jälkeenpäin palautettuihin kyselyihin oli vastattu täydellisesti joka kohtaan. E-lomakkeisiin puolestaan laitettiin asetus, joka huomautti, jos joku kysymys oli jätetty vastaamatta. E-lomakkeen vastauksia ei ollut mahdollista lähettää ennen kuin joka kohtaan oli vastattu jotain. Kyselylomakkeen avoimiin kysymyksiin ei ollut pakollista vastata ollenkaan.

Kyselylomakkeen alussa kysyttiin vastaajien taustatietoja. Niiden avulla voitiin jossain määrin hahmotella tyypillistä Maailma kylässä -festivaalin näytteilleasettajaa. Taulukossa 1 on kuvattuna Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimukseen vastanneiden organisaatioiden jakauma keskenään.

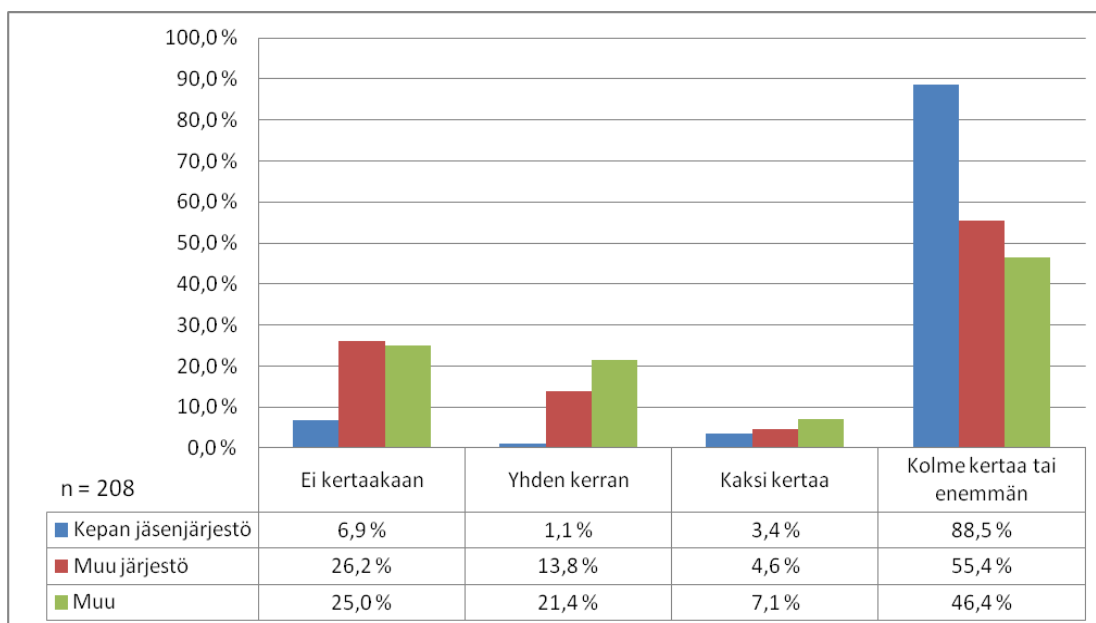
Taulukko 1. Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajat.



Suurin osa näytteilleasettajista oli järjestöjä ja muita oli selkeästi vähemmän, joten tutkimuksesta saatu otos edustaa onnistuneesti perusjoukkoa. Tuloksista on tehty ristiintaulukointia taulukon 1 ryhmittelyn perusteella. Yritykset, viranomaiset ja muut, joita olivat yksittäiset oppilaitokset, puolueet, kaupungit, kirkot ja teatteri, on tulevaisuudessa yhdistetty yhdeksi ryhmäksi, koska niitä oli selkeä vähemmistö järjestöjen määrään nähden. Lisäksi tutkimuksen toimeksiantajalle eli Kepalle tärkeimpiä olivat järjestöjen vastaukset, joten niitä on myös siksi haluttu korostaa tuloksissa.

Taulukossa 2 on ristiintaulukoitu organisaatioiden aiempi osallistuminen Maailma kylässä -festivaalille. Vastaajat on jaettu taulukon 1 mukaisiin ryhmiin ja niiden vastauksia on vertailtu keskenään. Maailma kylässä -festivaali järjestettiin vuonna 2014 jo 15. kertaa, joten osalla näytteilleasettajista löytyy kokemusta tapahtumasta jo useiden vuosien takaa.

Taulukko 2. Organisaatioiden aiempi osallistuminen Maailma kylässä -festivaalille.

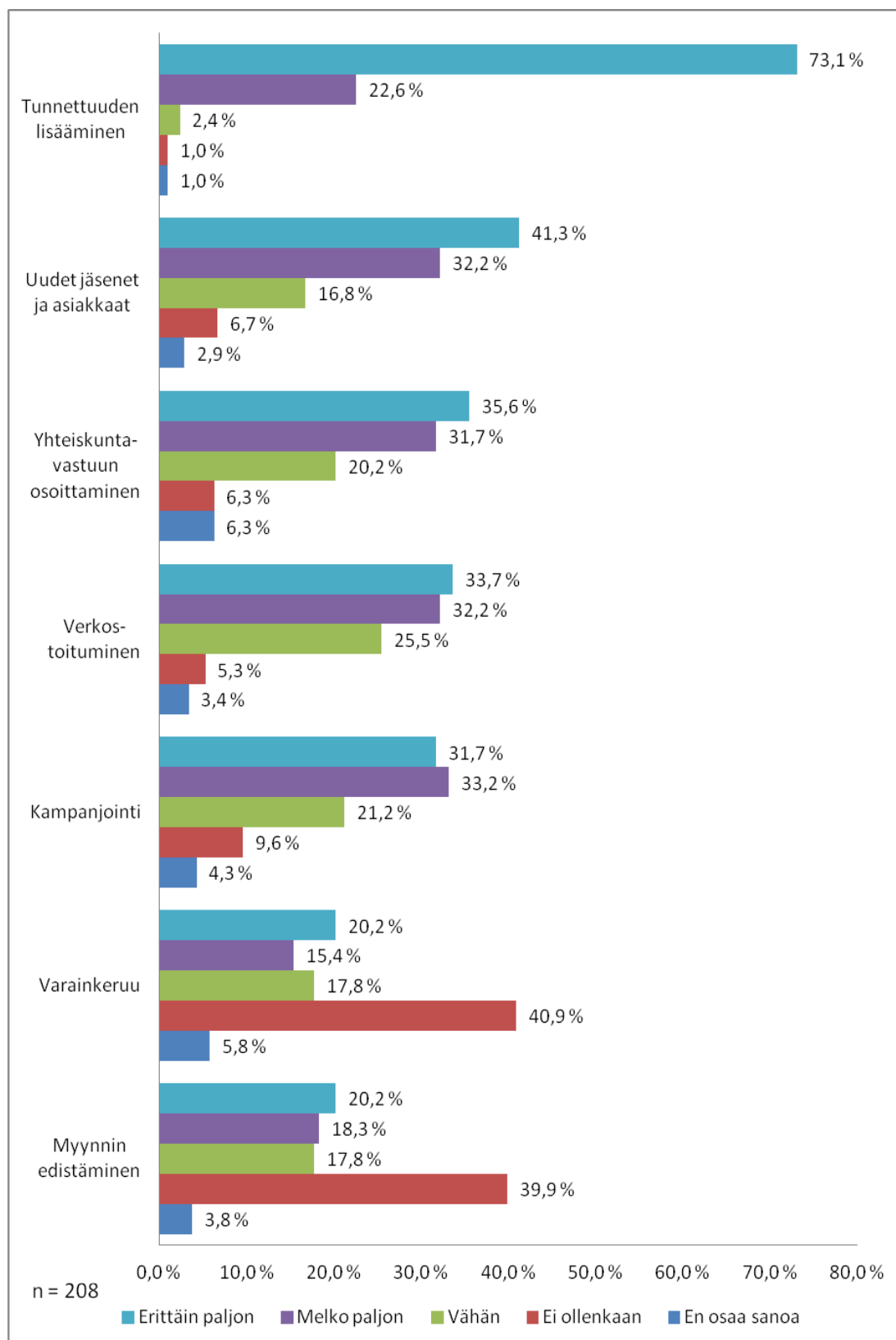


Tuloksista selviää, että Maailma kylässä -festivaali on erittäin tärkeä tapahtuma Kepan jäsenjärjestöille. Kyselyyn vastanneista Kepan jäsenjärjestöistä vain alle 7 prosenttia oli festivaalilla ensimmäistä kertaa. Tästä voidaan päätellä myös se, että kokeneet näytteilleasettajat haluavat saada äänensä kuulumaan ja vaikuttaa mielipiteillään seuraaviin tapahtumiin. Tuloksista käy selvästi ilmi myös se, että muiden kuin Kepan jäsenjärjestöjen vaihtuvuus festivaalilla on suurempi, sillä ensikertalaisia vastaajista on ollut lähes 20 prosenttia enemmän kuin jäsenjärjestöillä.

#### 4.1 Festivaalille osallistumiseen vaikuttaneet tekijät

Organisaation kaiken tekemisen ja toiminnan taustalla on yleensä jokin syy. Lopullinen päätös osallistua näytteilleasettajaksi festivaalille on usealle organisaatiolle monien eri syiden summa. Taulukossa 3 on vertailtu eri tekijöiden vaikuttavuutta organisaatioiden osallistumiseen Maailma kylässä 2014 -festivaalille.

Taulukko 3. Maailma kylässä -festivaalille osallistumiseen vaikuttaneet tekijät.



Tutkimukseen vastanneiden mukaan tunnettuuden lisääminen on ollut selkeästi annetuista vaihtoehtoista tärkein tekijä festivaalille osallistumiseen. Yli 95 prosenttia vastaajista on



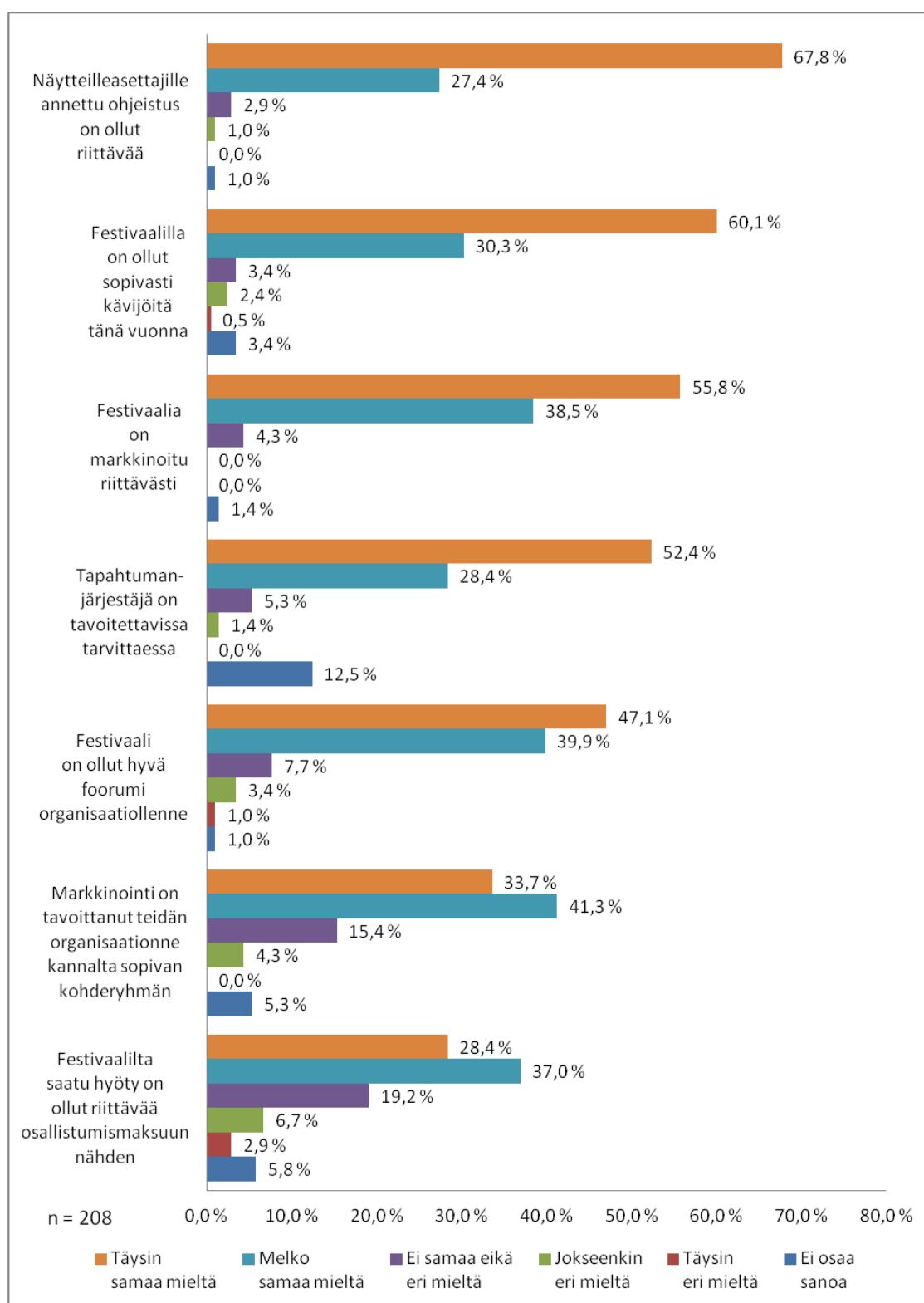
pitänyt tunnettuuden lisäämisen vaikuttaneen heidän osallistumiseensa joko erittäin paljon tai melko paljon. Toiseksi tärkeimmäksi festivaaliin osallistumiseen vaikuttavaksi tekijäksi tutkimuksen tuloksien mukaan nousi vaihtoehto uudet jäsenet ja asiakkaat. Lähes kolme neljäsosaa kaikista vastaajista on kertonut sen vaikuttaneen heidän osallistumiseensa erittäin paljon tai melko paljon. Yli 60 prosenttia vastaajista on pitänyt erittäin paljon tai melko paljon osallistumiseen vaikuttaneina tekijöinä myös yhteiskuntavastuun osoittamista, verkostoitumista sekä kampanjointia.

Myynnin edistämistä ja varainkeruuta tutkimukseen vastanneet eivät ole pitäneet festivaalille osallistumisen kannalta kovin tärkeinä. Noin 40 prosenttia vastaajista ei ole pitänyt edellä mainittuja vaihtoehtoja ollenkaan osallistumiseen vaikuttaneina tekijöinä. Järjestöt pitivät myynnin edistämistä selvästi vähemmän tärkeänä kuin muut vastaajat. Sen sijaan varainkeruuta Kepan jäsenjärjestöt olivat pitäneet osallistumiseensa enemmän vaikuttavana tekijänä kuin muut vastaajat.

#### 4.2 Festivaalin onnistuminen näytteilleasettajien näkökulmasta

Festivaalin järjestäjien on aina tärkeää arvioida kuinka onnistunut festivaali on ollut, erityisesti silloin kun tapahtuma aiotaan järjestää myöhemmin uudelleen. Taulukossa 4 on vastaajien mielipiteet annettuihin väittämiin. Väittämien avulla on yritetty kartoittaa Maailma kylässä 2014 -festivaalin onnistumista näytteilleasettajien näkökulmasta.

Taulukko 4. Näytteilleasettajien mielipiteet väittämistä.



Tuloksista käy ilmi, että näytteilleasettajille annettu ohjeistus on ollut riittävää vastaajien mielestä, sillä yli 95 prosenttia on ollut täysin samaa tai melko samaa mieltä asiasta. Yli 90 prosenttia vastaajista on myös ollut täysin tai melko samaa mieltä siitä, että festivaalilla on

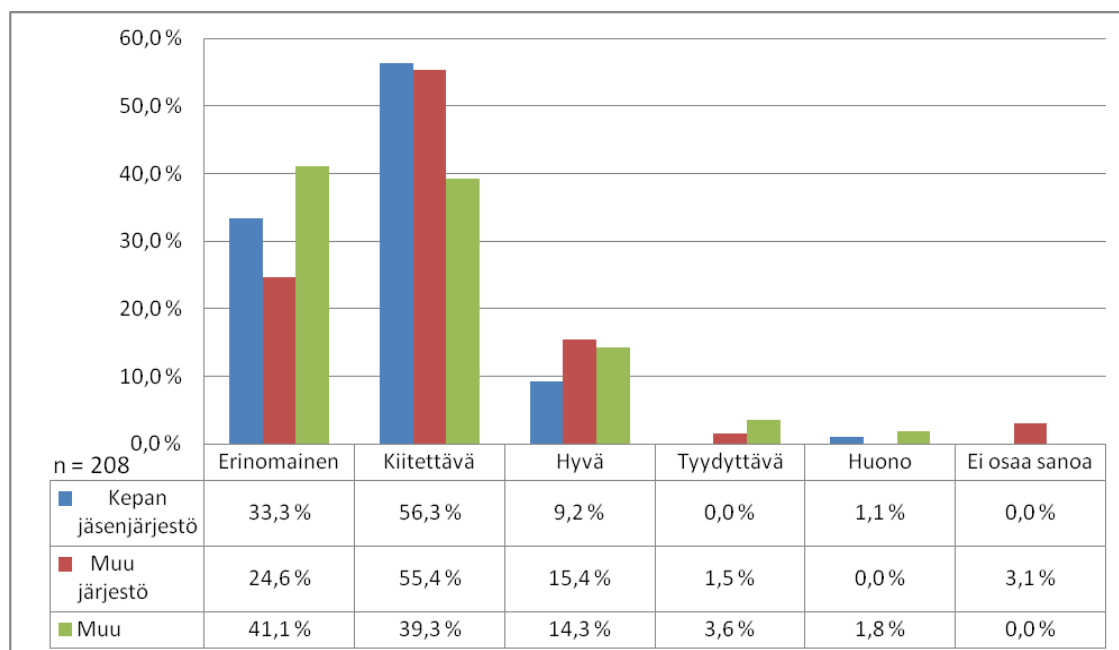
ollut sopivasti kävijöitä ja markkinointi on ollut riittävää. Tapahtumanjärjestäjän tavoitettavuudesta täysin tai melko samaa mieltä on ollut yli 80 prosenttia vastaajista. Kuitenkin 12,5 prosenttia vastaajista ei ole osannut sanoa onko tapahtumanjärjestäjä heidän mielestään ollut tavoitettavissa. Heillä ei varmaan ole ollut tarvetta tavoittaa järjestäjää, mutta epäselväksi jää se, että olisivatko he tarvittaessa saaneet apua tai vastauksia järjestäjätaholta.

Yli 85 prosenttia vastaajista on ollut täysin tai melko samaa mieltä siitä, että festivaali on ollut heidän organisaatiollensa hyvä foorumi. Kuitenkin vain 75 prosenttia vastaajista on ollut täysin tai melko samaa mieltä siitä, että festivaalin markkinointi on tavoittanut heidän organisaationsa kannalta sopivan kohderyhmän. Eräs Kepan jäsenjärjestö olikin kirjoittanut kyselylomakkeen avoimiin vastauksiin seuraavasti: ”Kaikki näytteilleasettajat tulee löytää helposti ja näkyä markkinointimateriaalissa”. Lisäksi avoimissa vastauksissa oli mainittu muutaman kerran Open Finland -konseptin puuttuminen festivaalin ohjelmalehdestä.

Hieman yli 65 prosenttia vastaajista oli täysin tai melko samaa mieltä siitä, että festivaalilta saatu hyöty on ollut riittävää osallistumismaksuun nähden. Tulosta voidaan pitää hyvänä, sillä vain alle 10 prosenttia on ollut asiasta jokseenkin tai täysin eri mieltä. Rahaan liittyvistä asioista syntyy usein keskustelua ja siinä suhteessa Maailma kylässä 2014 -festivaalikaan ei tehnyt poikkeusta. Kyselylomakkeen avoimiin kysymyksiin eräs näytteilleasettaja oli vastannut, että ”pienille yrityksille niin kuin me liian kallis paikka maksu”. Lisäksi toinen vastaaja oli kirjoittanut, että ”edullisemmat hinnat käsityöläisille”. Pienet yritykset, joiden budjetti ei ole suuri, kokevat paikkamaksun liian kalliiksi. Sen sijaan suuret järjestöt, joille festivaali on hyvin tärkeä, pitävät saatua hyötyä riittävänä maksuun nähden.

Taulukossa 5 on koottuna Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajien mielipiteet tapahtumasta kokonaisuutena. Vastauksilla on pyritty selvittämään tapahtuman onnistumista näytteilleasettajien näkökulmasta. Asteikko mukailee perinteisiä kouluarvosanoja huonosta erinomaiseen. Lisäksi vastaajille on annettu valittavaksi vaihtoehto ei osaa sanoa.

Taulukko 5. Näytteilleasettajien arvio tapahtumasta kokonaisuutena.

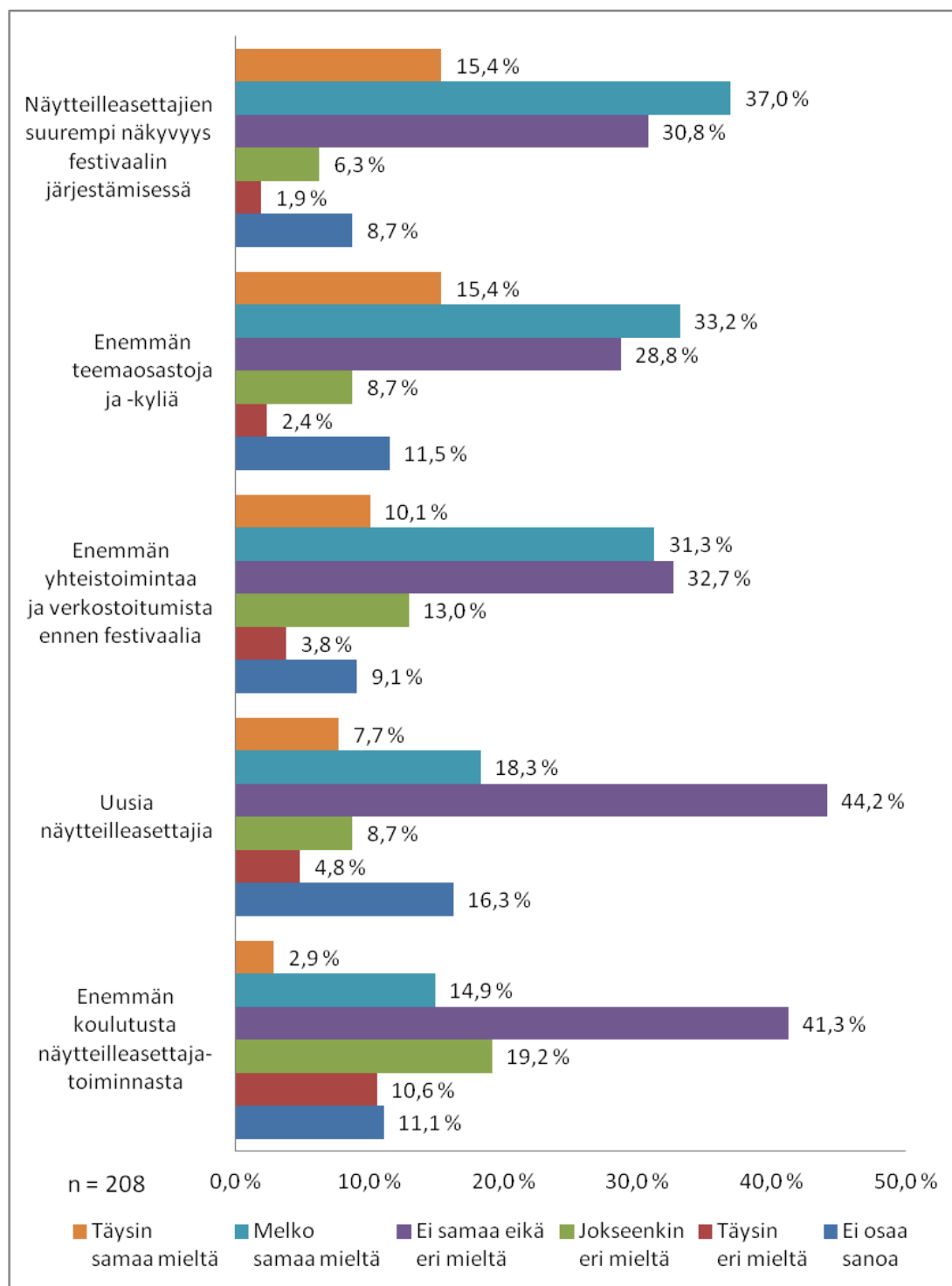


Kaikista vastaajaryhmistä ainakin 80 prosenttia oli pitänyt kokonaisuutena tapahtumaa joko kiitettävänä tai erinomaisena. Vain kourallinen vastaajista oli pitänyt festivaalia tyydyttävänä tai huonona. Kouluarvosanaksi tapahtuma saisi yli 9, joten festivaalia voidaan pitää onnistuneena ainakin näytteilleasettajien näkökulmasta.

#### 4.3 Näytteilleasettajatoiminnan kehittäminen seuraavana vuonna

Maaailma kylässä -festivaali on vakiinnuttanut paikkansa alkukesän monikulttuurisena tapahtumana Helsingissä. Vuosittain järjestettävä festivaali haluaa pysyä ajan tasalla sekä uusiutua ja kehittyä vuosi vuodelta paremmaksi. Kyselylomakkeen lopussa keskityttiinkin siihen kuinka Maaailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajat kehittäisivät festivaalia seuraavana vuonna. Taulukkoon 6 on koottu tulokset siitä mitä mieltä vastaajat olivat annetuista kehittämisvaihtoehdoista. Lomakkeen lopussa vastaajilla oli myös mahdollisuus kirjoittaa avoin vastaus kuinka festivaalia voisi kehittää.

Taulukko 6. Näytteilleasettajien mielipiteet annetuista kehittämiskohteista.



Yli puolet vastaajista oli täysin tai melko samaa mieltä siitä, että näytteilleasettajien näkyvyyttä festivaalin järjestämisessä voisi kehittää suuremmaksi seuraavana vuonna. Annetuista vaihtoehtoista vastaajat pitivät sitä tärkeimpänä kehittämiskohteena. Taulukosta 3 kävi ilmi, että tunnettuuden lisääminen oli näytteilleasettajille hyvin tärkeä tekijä festivaalille osallistumiseen. Näkyvyys lisää tunnettuutta, joten siksi näkyvyyttä on voitu

toivoa olevan enemmän tulevaisuudessa. Näytteilleasettajien suuremmalla näkyvyydellä sekä markkinoinnissa että festivaalin järjestämisessä voitaisiin tavoittaa paremmin organisaatioiden kohderyhmät, joita taulukon 4 vastaajien mielestä markkinointi ei täysin ollut tavoittanut.

Lähes puolet vastaajista olivat täysin tai melko samaa mieltä siitä, että teemaosastoja ja -kyliä voisi olla enemmän seuraavana vuonna. Avoimissa vastauksissa oli myös ehdotettu teemakyläiden ja -osastojen lisäämistä sekä kehittämistä. Eräs Kepan jäsenjärjestö oli vastannut, että ”selkeämmin erilliset osastojaot; ystävyysseurat, poliittiset nuorisoliikkeet, vapaaehtoistyömahdollisuudet ja museot olisi hyvä olla kaikki omassa ryhmässä”. Toinen vastaaja puolestaan oli kirjoittanut, että ”teemaosastot/kylät jakaisivat saman asian parissa työskentelevät”. Teemaosastojen ja -kyläiden lisäämistä ja uudistamista vastaajat pitivät yhtenä tärkeimpänä festivaalin kehittämiskohteena seuraavana vuonna.

Vähän yli 40 prosenttia vastaajista oli täysin samaa tai melko samaa mieltä siitä, että yhteistoimintaa ja verkostoitumista voisi olla enemmän seuraavana vuonna. Se ei ollut vastaajien mielestä tärkeimpiä kehittämiskohteita, mutta jossain määrin kuitenkin huomioon otettava seuraavana vuonna. Vain noin neljäsosa vastaajista oli ollut täysin tai melko samaa mieltä siitä, että seuraavana vuonna voisi olla uusia näytteilleasettajia. Näytteilleasettajia on nyt jo niin paljon, että kaikkia halukkaita ei ole mahdollista ottaa festivaalille mukaan. Vaihtuvuus kuitenkin tuo uusia näytteilleasettajia joka vuosi. Osa näytteilleasettajista on toistensa kilpailijoita, joten se voi olla myös yksi syy siihen miksi uusia näytteilleasettajia ei toivota kovin paljoa seuraavalle vuodelle.

Vain alle viidesosa vastaajista oli täysin tai melko samaa mieltä siitä, että näytteilleasettajatoiminnasta pitäisi olla enemmän koulutusta seuraavana vuonna. Taulukosta 4 kävikin ilmi, että näytteilleasettajille annettu ohjeistus oli ollut riittävää yli 95 prosentin vastaajista mielestä. Näytteilleasettajatoimintaan liittyvän ohjeistuksen ja koulutuksen taso on jo tällä hetkellä riittävää, joten siksi sitä ei pidetä oleellisena kehittämiskohteena. Avoimissa vastauksissakin oli vain yksi asiaan liittyvä kehittämisidea: ”näytteilleasettajien ohjeistuksen voi lähettää sähköisenä sekä erityispyynnöstä paperisena”. Ehdotus noudattaisi festivaalin järjestäjän eli Kepan arvoja kestävästä kehityksestä.

Tutkimuksen kyselylomakkeen lopussa oli kaksi avointa kysymystä: ”miten muuten festivaalia voisi kehittää” sekä ”mitä teemoja tai uudistuksia ehdottaisitte festivaalille seuraavaksi vuodeksi”. Eniten samasta aiheesta vastauksia avoimiin kysymyksiin tuli alueen suurten telttojen kunnosta. Erityisesti Mahdollisuuksien tori -teltan kunnosta ja kuumuudesta oli moni vastaaja jättänyt palautetta. Eräs järjestön edustaja oli kirjoittanut lomakkeeseen kehittämis ehdotukseksi: ”Mahdollisuuksien tori -teltan korjaaminen/uusiminen”. Lisäksi

vastaajat olivat huomauttaneet teltassa olleesta homeesta sekä katossa olevista rei'istä. Lähes kaikkiin eri telttoihin olisi toivottu myös jonkilaista ilmastointia tai tuuletusta, koska lämpötilat niissä olivat hyvin korkeat helteisestä säästä johtuen.

Usea vastaaja oli antanut palautetta myös vessojen kunnosta. Yhden vastaajan mukaan ”bajamajat/wc-tilat olivat järkyttävässä kunnossa”. Vessojen lisäksi vesipisteitä ja roskiksia vastaajat olisivat toivoneet olevan enemmän festivaalialueella. Kolmas aihe, josta oli tullut useampi vastaus avoimiin kysymyksiin oli musiikki. ”Musiikin volyyymi haittaa kommunikaatiota teltassa”, eräs vastaaja oli kirjoittanut. Esiintymislava oli melko lähellä Mahdollisuuksien tori -telttaa, jonka ympärillä ja sisällä olleilta näytteilleasettajilta oli tullut useampikin palaute musiikin äänenvoimakkuuteen liittyen. Niin näytteilleasettajat kuin festivaalikävijätkin joutuivat ajoittain huutamaan toisilleen, jotta kuulivat mitä toisella oli sanottavanaan. Seuraavaksi vuodeksi toivottiin, että telttaa siirrettäisiin kauemmas lavasta tai musiikin äänenvoimakkuutta hiljennettäisiin.

Avoimissa vastauksissa oli ehdotettu erilaisia teemakylä seuraavalle vuodelle. Jonkin verran vastauksia saatiin myös liittyen näytteilleasettajien paikkoihin festivaalialueella. Kukaan ei ollut maininnut oman paikkansa fyysisestä sijainnista alueella mitään, mutta oman pisteen sijainnista suhteessa muihin näytteilleasettajiin oli kommentoitu useassa lomakkeessa. Osa vastaajista haluaisi saada vaikuttaa enemmän siihen keiden vieressä oma näytteilleasettajapiste sijaitsee. Joidenkin näytteilleasettajien välille oli syntynyt kilpailua, erimielisyyksiä ja jopa kärhämää, kun esimerkiksi kaksi maantieteellisesti vierekkäistä aluetta, joista toinen on miehittänyt toisen, olivat vahingossa joutuneet aivan vierekkäisille näytteilleasettajapisteille.

Avoimiin vastauksiin oli kirjoitettu myös muutamia yksittäisiä kehittämisideoita liittyen muun muassa liikennejärjestelyihin, festivaalialueeseen, ajankohtaan ja ruokamyyntiin. Lisäksi erilaisia teemoja seuraavalle vuodelle oli ehdotettu paljon. Ehdotetut teemat mukailivat suurelta osin näytteilleasettajien omia arvoja. Avoimiin vastauksiin oli saatu myös jonkin verran positiivisia palautteita festivaalista kokonaisuutena. Erään vastaajan mukaan festivaali oli ”todella hyvin järjestetty jo nyt”. Toinen puolestaan oli vastannut, että ”kaikki toimi erinomaisesti”. Kolmannen mukaan seuraavana vuonna ”jatketaan samoilla linjoilla”.

## 5 Johtopäätökset ja tutkimuksen arviointi

Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimukseen osallistui 208 vastaajaa ja vastausprosentti oli 44. Kaikilla näytteilleasettajilla oli mahdollisuus osallistua tutkimukseen joko festivaalin aikana tai sen jälkeen. Otos vastasi melko hyvin perusjoukkoa vastaajien jakauman perusteella. Tutkimuksen luotettavuus oli myös melko hyvä. Reliabiliteetti oli

tutkimuksen toistettavuutta lukuunottamatta melko hyvä. Validiteetti puolestaan oli kokonaisuudessaan hyvä, sillä tutkimus mittasi sitä, mitä sen oli tarkoituskin mitata. Tutkimuskysymyksiin saatiin vastauksia.

Tutkimusten tulosten perusteella voidaan muodostaa kuva tyypillisestä näytteilleasettajasta Maailma kylässä 2014 -festivaalilla. Tyypillinen näytteilleasettaja on järjestön työntekijä tai vapaaehtoinen. Hänen edustamansa organisaatio on osallistunut Maailma kylässä -festivaaliin vähintään kolme kertaa aiemmin. Eniten tyypillisen näytteilleasettajan osallistumiseen festivaalille on vaikuttanut tunnettuuden lisääminen, uudet jäsenet ja asiakkaat sekä yhteiskuntavastuun osoittaminen. Markkinointia on hänen mielestään ollut riittävästi, mutta se ei aivan täysin ole saavuttanut organisaation kohderyhmää. Festivaali on kuitenkin ollut hyvä foorumi organisaatiolle ja kävijöitä on ollut sopivasti. Festivaalin näytteilleasettajatoimintaa koskeva ohjeistus on ollut riittävää ja tarvittaessa tapahtuman järjestäjä on ollut tavoitettavissa. Kokonaisuutena Maailma kylässä 2014 -festivaali oli arvosanaltaan kiitettävä. Seuraavaksi vuodeksi eniten kehitettävää tyypillisen näytteilleasettajan mielestä olisi näytteilleasettajien näkyvyyden lisäämisessä festivaalia järjestettäessä. Lisäksi seuraavana vuonna teemaosastoja ja -kyliä voisi olla enemmän, samoin myös yhteistoimintaa ja verkostoitumista ennen festivaalia.

Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajatutkimuksen toimeksiantaja oli Kepa ry, jolle tutkimus kokonaisuudessaan tehtiin. Kepan viestintä- ja varainhankintapäällikkö arvioi näytteilleasettajatutkimusta toimeksiantajan näkökulmasta. Toinen opiskelija teki opinnäytetyönään kävijätutkimuksen Maailma kylässä 2014 -festivaalilla, joten siksi arvioinnissa puhutaan tutkimuksista monikossa. ”Tutkimusten kautta tapahtumaorganisaatio voi todentaa suunnitteluvaiheessa määriteltyjen tavoitteiden sekä tapahtuman kokonaisvaltaista onnistumista. Tutkimukset ovat keskeinen osa festivaalin raportointia sekä kehittämistyötä ja antavat tapahtumaorganisaatiolle tärkeää tietoa tulevaisuutta ajatellen. Myös tapahtuman näytteilleasettajat, yhteistyökumppanit ja muut kiinnostuneet voivat hyödyntää kyselyjen tuloksia. Tutkimustuloksia hyödynnetään osittain myös tapahtuman pääjärjestäjän Kepa ry:n organisaation strategisessa kehittämistyössä.” Lisäksi toimeksiantaja arvioi, että sekä näytteilleasettaja- että kävijätutkimuksen tekijät ”ovat olleet erittäin sitoutuneita toteuttajia ja tehneet kaikin puolin kiitettävää työtä. Voin tapahtumaorganisaation puolesta hyvin mielin todeta, että olemme erittäin tyytyväisiä lopputulokseen.” Tutkimuksen hyödynnettävyyttä voidaan siis pitää onnistuneena ja tuloksia merkityksellisinä.



## Lähteet

- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011. Festival & special event management. 5. painos. Milton, Qld: John Wiley and Sons Australia.
- Andersson, T., Getz, D. & Mykletun, R. 2012. Festival and event management in Nordic countries. Lontoo: Routledge.
- Artes, K. 2012. Kulttuuri kokoa. Kulttuuritapahtumien muuttuvat verkostot. Teoksessa Björkqvist, L., Halonen, K., Hero, L-M., Iso-Aho, J., Teye, O., & Uotila, P. (toim.) Tuottaja2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu, 34 - 38.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2006. Events management. 2. painos. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Goldblatt, S. 2012. The complete guide to greener meetings and events. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Halonen, K. 2012. Kulttuuri kokoa. Kulttuuritapahtumien muuttuvat verkostot. Teoksessa Björkqvist, L., Halonen, K., Hero, L-M., Iso-Aho, J., Teye, O., & Uotila, P. (toim.) Tuottaja2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu, 6 - 16.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2013. Tutki ja kirjoita. 18. painos. Helsinki: Tammi.
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Helsinki: Suomen liikunta ja urheilu.
- Kananen, J. 2008. Kvantti. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kepa. 2013. Mikä Kefa? Viitattu 19.8.2014. <http://www.kepa.fi/mika-kepa>
- Kepa. 2014. Festivaalilehti 2014. Viitattu 24.8.2014. <http://maailmakylässä.fi/sites/www.maailmakylässä.fi/tiedostot/mk2014-lehti-www-aukeamat.pdf>
- Kepa. 2014. Historia. Viitattu 24.8.2014. <http://www.maailmakylässä.fi/festivaali-info/historia>
- Kepa. 2014. Tapahtumat. Viitattu 24.8.2014. <http://www.kepa.fi/toiminta/tapahtumat>
- Korpi, N. 2007. Maailma kylässä. Asiallinen festivaali. Teoksessa Silvanto, S. (toim.) Festivaalien Helsinki. Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, 126 - 127.
- Kuusi, S. 2007. Ainutlaatuista ja ajankohtaista. Katsaus helsinkiläisiin festivaaleihin. Teoksessa Silvanto, S. (toim.) Festivaalien Helsinki. Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus 16 - 25.
- Muhonen, R. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain. Tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum.
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 4. uudistettu laitos. Helsinki: Tietosanoma.
- Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

## Taulukot

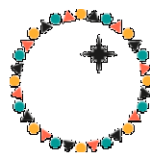
Taulukko 1. Maailma kylässä 2014 -festivaalin näytteilleasettajat. ....	29
Taulukko 2. Organisaatioiden aiempi osallistuminen Maailma kylässä -festivaalille.....	30
Taulukko 3. Maailma kylässä -festivaalille osallistumiseen vaikuttaneet tekijät.....	32
Taulukko 4. Näytteilleasettajien mielipiteet väittämistä. ....	34
Taulukko 5. Näytteilleasettajien arvio tapahtumasta kokonaisuutena.....	36
Taulukko 6. Näytteilleasettajien mielipiteet annetuista kehittämiskohteista. ....	37

## Liitteet

Liite 1 Kyselylomake suomenkielisenä .....	44
Liite 2 Kyselylomake englanninkielisenä.....	46

Liite 1 Kyselylomake suomenkielisenä

## MAAILMA KYLÄSSÄ -FESTIVAALI 2014 NÄYTTEILLEASETTAJATUTKIMUS



**MAAILMA KYLÄSSÄ**  
**WORLD VILLAGE FESTIVAL**

Lomake noudetaan sunnuntaina 25.5 klo 17 mennessä. Lomakkeen voi myös palauttaa festivaalin aikana Kaisaniemen puiston infopisteeseen tai myöhemmin postiosoitteeseen (Kepa ry / Maailma kylässä, Töölöntorinkatu 2 A, 00260 Hki) viimeistään 1.6. mennessä.

Kysely toteutetaan yhteistyönä festivaalin pääjärjestäjän Kepa ry:n ja Laurea-ammattikorkeakoulun toimesta. Kaikki tiedot käsitellään luottamuksellisesti. Vastatkaa kysymyksiin laittamalla rasti haluamanne vaihtoehdon eteen, ympyröimällä haluamanne numerovaihtoehto tai kirjoittamalla vastauksenne sille varatulle viivalle.

1. Organisaationne nimi \_\_\_\_\_

2. Teidän organisaationne on:

\_\_\_Kepan jäsenjärjestö \_\_\_Joku muu järjestö \_\_\_Yritys \_\_\_Viranomainen \_\_\_Muu, mikä? \_\_\_\_\_

3. Vastaajan asema organisaatiossa:

\_\_\_Johtaja/esimies \_\_\_Työntekijä \_\_\_Vapaaehtoinen \_\_\_Muu, mikä? \_\_\_\_\_

4. Organisaationne aiempi osallistuminen Maailma kylässä -festivaalille:

\_\_\_Ei kertaakaan \_\_\_Yhden kerran \_\_\_2 kertaa \_\_\_3 kertaa tai enemmän

5. Kuinka paljon seuraavat asiat ovat vaikuttaneet osallistumiseenne?

	Erittäin paljon	Melko paljon	Vähän	Ei ollenkaan	En osaa sanoa
1. Kampanjointi	4	3	2	1	0
2. Uudet jäsenet ja asiakkaat	4	3	2	1	0
3. Tunnettuuden lisääminen	4	3	2	1	0
4. Yhteiskuntavastuun osoittaminen	4	3	2	1	0
5. Verkostoituminen	4	3	2	1	0
6. Varainkeruu	4	3	2	1	0
7. Myynnin edistäminen	4	3	2	1	0

6. Arvioikaa seuraavia väittämiä:

	Täysin samaa mieltä	Melko samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	Ei osaa sanoa
1. Festivaalia on markkinoitu riittävästi	5	4	3	2	1	0
2. Markkinointi on tavoittanut teidän organisaationne kannalta sopivan kohderyhmän	5	4	3	2	1	0
3. Näytteilleasettajille annettu ohjeistus on ollut riittävää	5	4	3	2	1	0

	Täysin samaa mieltä	Melko samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	Ei osaa sanoa
4. Tapahtumanjärjestäjä on tavoitettavissa tarvittaessa	5	4	3	2	1	0
5. Festivaalilla on ollut sopivasti kävijöitä tänä vuonna	5	4	3	2	1	0
6. Festivaalilta saatu hyöty on ollut riittävää osallistumismaksuun nähden	5	4	3	2	1	0
7. Festivaali on ollut hyvä foorumi organisaatiollenne	5	4	3	2	1	0

**7. Mitä mieltä olette tapahtumasta kokonaisuutena?**

\_\_Erinomainen    \_\_Kiitettävä    \_\_Hyvä    \_\_Tyydyttävä    \_\_Huono    \_\_En osaa sanoa

**8. Kuinka festivaalin näytteilleasettajatoimintaa voisi kehittää seuraavana vuonna?**

	Täysin samaa mieltä	Melko samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	Ei osaa sanoa
1. Enemmän koulutusta näytteilleasettaja-toiminnasta	5	4	3	2	1	0
2. Enemmän yhteistoimintaa ja verkostoitumista ennen festivaalia	5	4	3	2	1	0
3. Näytteilleasettajien suurempi näkyvyys festivaalin järjestämisessä	5	4	3	2	1	0
4. Uusia näytteilleasettajia	5	4	3	2	1	0
5. Enemmän teemaosastoja ja -kyliä	5	4	3	2	1	0

**9. Miten muuten festivaalia voisi kehittää?**

---



---

**10. Mitä teemoja tai uudistuksia ehdottaisitte festivaalille seuraavaksi vuodeksi?**

---



---

KIITOS VASTAUKSISTANNE! ☺

Liite 2 Kyselylomake englanninkielisenä

## WORLD VILLAGE -FESTIVAL 2014 EXHIBITOR SURVEY



**MAAILMA KYLÄSSÄ**  
**WORLD VILLAGE FESTIVAL**

**This questionnaire will be collected by Sunday 25<sup>th</sup> May, 5pm. It can also be returned to the festival's Info in Kaisaniemi or it can be posted (address; Kepa ry / Maailma kylässä, Töölöntorinkatu 2 A, 00260 Hki) to arrive no later than 1<sup>st</sup> June.**

This survey is carried out by The Service Centre for Development Cooperation - KEPA and Laurea University of Applied Sciences. All information is confidential. Please answer the questions by either ticking off the alternative you want, or by circling the number that you feel to be most appropriate, or by writing your answers on the lines. Thank you!

**1. The name of your organization** \_\_\_\_\_

**2. Your organization is:**

☐ A member organization of Kepa    ☐ Another organization    ☐ A business    ☐ Public authority

☐ Other, what? \_\_\_\_\_

**3. The status of the respondent in the organization:**

☐ A manager/A leader    ☐ An employee    ☐ A volunteer    ☐ Other, what? \_\_\_\_\_

**4. How many times has your organization participated in this festival before?**

☐ Never    ☐ One time    ☐ Two times    ☐ Three times or more

**5. How important are the following reasons for your organization's participation?**

	Extremely important	Quite important	Not that important	Absolutely not important	Don't know
1. Campaigning	4	3	2	1	0
2. New members/customers	4	3	2	1	0
3. More visibility	4	3	2	1	0
4. Demonstrating social responsibility	4	3	2	1	0
5. Networking	4	3	2	1	0
6. Fund-raising	4	3	2	1	0
7. Increasing sales	4	3	2	1	0

**6. Please evaluate the following statements about the festival:**

	Completely agree	Somewhat agree	Neither agree nor disagree	Somewhat disagree	Completely disagree	Don't know
1. The marketing has been sufficient	5	4	3	2	1	0
2. The marketing has reached our target group(s)	5	4	3	2	1	0

	Completely agree	Somewhat agree	Neither agree nor disagree	Somewhat disagree	Completely disagree	Don't know
3. Instructions for the exhibitors have been sufficient	5	4	3	2	1	0
4. The organizer of the festival is available if needed	5	4	3	2	1	0
5. The festival has enough visitors	5	4	3	2	1	0
6. The participation fee is fair considering the benefits	5	4	3	2	1	0
7. The festival is a good forum for us	5	4	3	2	1	0

**7. What do you think about the festival as a whole?**

\_\_Excellent    \_\_Commendable    \_\_Good    \_\_Satisfactory    \_\_Bad    \_\_Don't know

**8. How would you develop the exhibitors' activities at the festival?**

	Completely agree	Somewhat agree	Neither agree nor disagree	Somewhat disagree	Completely disagree	Don't know
1. More training for exhibitors	5	4	3	2	1	0
2. More cooperation and networking prior to the festival	5	4	3	2	1	0
3. More visibility for the exhibitors in organizing the festival	5	4	3	2	1	0
4. New exhibitors	5	4	3	2	1	0
5. More thematic sections and villages	5	4	3	2	1	0

**9. How would you develop the festival next year?**

---



---



---

**10. What themes or reforms would you propose for the festival next year?**

---



---



---

THANK YOU FOR YOUR ANSWERS! ☺