
KULTTUURILÄHTÖISTEN OHJAUSPALVELUIDEN KEHITTÄMINEN YRITYSTOIMINNAKSI

HAMK
HÄMEEN AMMATTIKORKEAKOULU

Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Ohjaustoiminta

Lahdensivu, syksy 2014

Eeva Kuisma

Laura Kuronen



LAHDENSIVU

Ohjaustoiminnan koulutusohjelma
Pedagoginen ohjaustoiminta

Tekijät	Eeva Kuisma & Laura Kuronen	Vuosi 2014
Työn nimi	Kulttuurilähtöisten ohjauspalveluiden kehittäminen yritystoiminnaksi	

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli taide- ja kulttuurilähtöisten ohjauspalveluiden kehittäminen yritystoiminnaksi. Taustatiedoksi selvitettiin, millaisia kulttuurilähtöisiä ohjauspalveluita ihmiset olisivat kiinnostuneita tilaamaan. Tutkimus keskittyi työhyvinvointia lisäävään tyky-toimintaan sekä erilaisiin aikuisten ja lastenjuhliin. Opinnäytetyön tekijät toimivat itse opinnäytetyön toimeksiantajana ja toteuttivat tutkimuksen oman yritystoimintansa kehittämiseksi. Ohjaustoiminnan arvenomiksi (AMK) valmistamisen jälkeen tekijöiden suunnitelmissa on perustaa kulttuurilähtöisiä ohjauspalveluja tarjoava yritys.

Opinnäytetyön tietoperustana hyödynnettiin asiakaslähtöisyyttä, palvelumuotoilua, luovuutta ja kulttuurilähtöistä toimintaa koskevaa kirjallisuutta ja verkkolähteitä, sekä Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksessa kehitettyä elämyskolmiomallia.

Opinnäytetyön tutkimusaineisto kerättiin kyselyiden avulla. Kaikkiaan toteutettiin neljä erillistä määrällistä kyselyä, joista kaksi oli suunnattu työpaikoille; toinen työkykyä ylläpitävästä tyky-toiminnasta vastaaville henkilöille ja toinen muulle työyhteisölle. Toiset kaksi kyselyä koskivat kulttuurilähtöistä juhlatoimintaa osana aikuisten tai lastenjuhlia. Kyselyt toteutettiin sähköisesti Webropol-ohjelmalla, ja niitä jaettiin sähköpostin ja sosiaalisen median avulla.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi asiakastarpeiden ja toiveiden mukaan toteutettu ohjauspalveluvalikoima. Tutkimuksesta saatujen vastausten perusteella tämän kaltaiselle yritystoiminnalle voisi olla kiinnostusta ja markkinoita. Etenkin tyky-toiminnan puolella kulttuurilähtöistä tarjontaa on tällä hetkellä vielä vähän.

Avainsanat taide- ja kulttuurilähtöisyys, ohjauspalvelut, asiakaslähtöisyys, elämyksellisyys, palvelumuotoilu

Sivut 65 s. + liitteet 15 s.

LAHDENSIVU

The Degree Program in Crafts and Recreation
Pedagogical Crafts and Recreation**Authors** Eeva Kuisma & Laura Kuronen **Year** 2014**Subject of Bachelor's thesis** Developing Culture and Arts -related Instruction Services into Entrepreneurship

ABSTRACT

The aim of this Bachelor's thesis was to develop culture and arts -related instruction services into entrepreneurship. This aim was approached by finding out what sort of culture and arts -oriented activities people would be interested in ordering. The survey focuses on two main subjects: workplace health promotion which aims to increase occupational health, and on different kinds of party activities for adults' and children's parties. The starting point for the thesis was a personal interest in entrepreneurship and the survey was carried out in order to develop a business idea for the future. The theoretical background of the thesis was based on literature and web pages including information about customer-oriented approach, service design, creativity and culture-oriented activities. The Experience Pyramid that has been developed in the Lapland Centre of Expertise for the Experience Industry was also examined.

The research material of the thesis was collected through inquiries. Four different quantitative inquiries were carried out, two of which were directed to workplaces: one for persons responsible for workplace health promotion and another one for the rest of the staff. The other two inquiries concerned culture and arts -related party activity for adults or children. The inquiries were carried out as online Webropol surveys spread out by e-mail and social media.

As a result of the Bachelor's thesis, a selection of instruction services was created according to the customers' needs and wishes. The results of the survey imply that there could be a need and demand for this kind of entrepreneurship. Especially in the area of workplace health promotion there are not many cultural activities available at the moment.

Keywords art and culture -related, customer orientation, instruction services, experientiality, service design**Pages** 65 p. + appendices 15 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	OPINNÄYTETYÖN TUTKIMUSKYSYMYKSET JA TAVOITTEET	2
2.1	Rajaus	2
2.2	Kysymyksen asettelu ja tavoitteet	3
3	OPINNÄYTETYÖN KESKEISET KÄSITTEET	4
3.1	Kulttuurilähtöinen virkistystoiminta	4
3.2	Asiakaslähtöisyys	5
3.3	Elämyksellisyys ja elämyskolmiomalli	5
4	ASIAKASLÄHTÖINEN PALVELUMUOTOILU YRITYSTOIMINNAN LÄHTÖKOHTANA	8
5	KULTTUURILÄHTÖISEN VIRKISTYSTOIMINNAN MERKITYS	11
5.1	Kulttuurilähtöisen virkistystoiminnan merkitys tyky-toiminnassa	11
5.1.1	Luovuus työelämässä	12
5.1.2	Luottamus osana luovuutta	13
5.2	Kulttuurilähtöisen virkistystoiminnan merkitys juhlatoiminnassa	14
5.3	Tarjonta tällä hetkellä	15
6	OPINNÄYTETYÖN TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	16
6.1	Tutkimusmenetelmä	16
6.2	Kyselyn laatiminen	17
6.3	Kyselytutkimuksen toteutus	17
6.3.1	Aikuisten juhlat	18
6.3.2	Lastenjuhlat	20
6.3.3	Tyky-kysely tyky-toiminnasta vastaavalle	21
6.3.4	Tyky-kysely muulle työyhteisölle	22
6.4	Kyselyiden levittäminen	22
6.4.1	Kyselyiden levittäminen sosiaalisessa mediassa	22
6.4.2	Kyselyiden levitys sähköpostilla	23
6.5	Havainnot kyselyn tekemisestä	24
7	TUTKIMUSTULOSTEN ESITTELY	25
7.1	Aikuisten juhlat	25
7.2	Johtopäätökset aikuisten juhlakyselystä	33
7.3	Lastenjuhlat	34
7.4	Johtopäätökset lastenjuhlakyselystä	41
7.5	Tyky-kysely työyhteisölle	42
7.6	Johtopäätökset tyky-toiminnasta työyhteisölle tehdystä kyselystä	48
7.7	Tyky-kysely tyky-toiminnasta vastaavalle	49
7.8	Johtopäätökset tyky-toiminnasta vastaaville tehdyistä kyselyistä	54

8	POHJA UUDELLE YRITYSIDEALLE	55
8.1	Palvelutuotteen kriittiset elementit yritysideassamme	55
8.2	Asiakkaan kokemisen tasot yritysideassamme	57
9	LOPULLINEN YRITYSIDEA	59
10	POHDINTA JA ARVIOINTI.....	61
	LÄHTEET	64

Liite 1	Kulttuurilähtöinen lastenjuhlatoiminta -kyselylomake
Liite 2	KULTTUURIPUUHABUFFA (ei julkaista theseuksessa)

1 JOHDANTO

Ohjaustoiminnan opintojen päätyttyä on haaveissamme perustaa oma yritys. Ajatus ohjauspalveluita tarjoavasta yrityksestä on ollut mielessämme jo pitkään. Haluamme syventyä aiheeseen ja yrityksen sisältöön mahdollisimman perusteellisesti, joten koimme tämän hyväksi tutkimusaiheeksi opinnäytetyöhömmme. Aihe on erityisen motivoiva, koska se liittyy omaan tulevaisuuteemme, työllistymiseemme ja haaveisiimme. Perustamalla oman yrityksen takaamme, että saamme tehdä tulevaisuudessa oman alan töitä juuri sillä kentällä, joka meitä itseämme eniten kiinnostaa. Opinnäytetyölämme ei ole ulkopuolista toimeksiantajaa, koska teemme tutkimusta erityisesti itseämme varten.

Opinnäytetyömme tavoitteena oli taide- ja kulttuurilähtöisten ohjauspalveluiden kehittäminen yritystoiminnaksi. Kulttuurilähtöisellä toiminnalla tarkoitamme tässä opinnäytetyössä taidelähtöisesti toteutettua ja kokijaansa jollakin tavalla virkistävää toimintaa. Avaamme käsitettä enemmän luvussa 3.1 ja perustelemme sen merkitystä luvussa 5. Tavoiteltuna tuloksena on uudenlainen kulttuurilähtöinen ohjauspalvelukokonaisuus, eli valikoima erilaisia ohjattuja toimintoja, joita voimme tulevassa yrityksessämme käyttää.

Tutkimuksemme keskittyi työkykyä ylläpitävään tyky-toimintaan sekä erilaisiin yksityishenkilöiden järjestämiin aikuisten ja lastenjuhliin. Yrityksemme tulee tarjoamaan ohjauspalveluja lasten syntymäpäiväjuhliin, erilaisiin aikuisten juhliin, kuten syntymäpäiville, polttareihin ja pikkujouluihin, sekä työpaikkaryhmille tyky-toimintana. Tyky-toiminnalla tarkoitetaan toimintaa, jolla työyhteisö yhdessä edistää ja tukee jokaisen jäsenensä työ- ja toimintakykyä työuran kaikissa vaiheissa (Työhyvinvointi 2014).

Haluamme yrityksen toiminnan perustuvan asiakaslähtöisyyteen. Tätä tukeaksemme selvitimme, minkälaisia kulttuurilähtöisiä ohjauspalveluita valitsemamme asiakasryhmät olisivat kiinnostuneita tilaamaan. Opinnäytetyön tutkimusaineisto kerättiin kyselyiden avulla. Kaikkiaan toteutimme neljä määrällistä kyselyä, joista kaksi oli suunnattu työpaikoille; toinen tyky-toiminnasta vastaaville henkilöille ja toinen muulle työyhteisölle. Toiset kaksi kyselyä koskivat kulttuurilähtöistä juhlatoimintaa osana aikuisten tai lastenjuhlia. Kyselyt toteutettiin sähköisesti Webropol-ohjelmalla, ja niitä jaettiin sähköpostin ja sosiaalisen median avulla.

Ajan ilmiöitä seuratessamme olemme huomanneet kiinnostuksen käsitöitä ja muuta luovaa tekemistä kohtaan olevan korkealla. Internetistä löytyy lukuisia käsityöblogeja, ja esimerkiksi Facebook on täynnä mitä erilaisempia käsityöryhmiä. Perinteiset käsityöt, itse tekemisen ekologisuus ja eettisyys verrattuna massatuotantoon sekä yksilöllisyys ovat tällä hetkellä pinnalla olevia arvoja. Uskomme, että tällaiselle toiminnalle on kysyntää, sillä havaintojemme mukaan ihmiset haluavat nykyään panostaa erilaisiin juhliin. Tämän lisäksi havaitsimme, että markkinoilla oleva tyky-toimintatarjonta

on liikuntapainotteista. Tämä kenttä selvästi kaipaa jotakin uutta vaihtoehtoa valikoimaansa.

Haluamme tarjota elämyksiä ja ikimuistoisia kokemuksia asiakkaillemme. Haluamme myös lisätä tulevien asiakasryhmien hyvinvointia kulttuurisin keinoin ja tutkia, mitkä taide- ja kulttuurilähtöiset menetelmät sopivat parhaiten niin meidän kuin asiakasryhmien tarpeisiin. Tutkimuksissa on todettu, että kulttuuri edistää ja ylläpitää terveyttä. (Juurakka, Kauhanen & Öhagem 2012, 15.) Parhaimmillaan se luo uusia merkityksiä, kehittää henkilökohtaista itsetuntemusta, lisää sosiaalista yhteisöllisyyttä, parantaa terveyttä sekä avaa uudenlaisia maailmoja ja elämyksiä.

Opinnäytetyön tietoperustana hyödynsimme asiakaslähtöisyyttä, palvelumuotoilua, luovuutta ja kulttuurilähtöistä toimintaa koskevaa kirjallisuutta ja verkkolähteitä, sekä Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksessa kehitettyä elämyskolmiomallia. Näitä käsitteitä ja niiden käyttöä tutkimuksemme avaamme enemmän luvussa 3.

Keskeisiä käsitteitä opinnäytetyössämme ovat ohjauspalvelu, palvelumuotoilu, asiakasryhmä, työhyvinvointi, aikuisten ja lastenjuhlat, asiakaslähtöisyys, kulttuurilähtöinen virkistystoiminta ja elämyksellisyys.

2 OPINNÄYTETYÖN TUTKIMUSKYSYMYKSET JA TAVOITTEET

Tässä luvussa käsittelemme aluksi opinnäytetyötutkimuksen aiheen rajausta. Sen jälkeen esittelemme opinnäytetyömme tutkimuskysymykset, joihin tutkimuksen avulla pyrimme vastaamaan. Luvun lopussa avaamme opinnäytetyölle asetettuja tavoitteita, ja niiden lisäksi hieman opinnäytetyön valmistumisen jälkeisiä tavoitteitamme.

2.1 Rajaus

Olemme molemmat suuntautuneet opinnoissamme pedagogiseen ohjaustoimintaan, jossa on keskeistä taito- ja taideaineiden ohjaaminen erilaisille asiakasryhmille. Pedagogisen ohjaustoiminnan tavoitteena on tarjota asiakkaille mahdollisuuksia käytännöllisten taitojen, kuten käsityötaitojen, hankkimiseen sekä taiteellisten ja muiden luovien itseilmaisun valmiuksien kehittämiseen. (HAMK Ohjaustoiminnan opetussuunnitelma n.d.) Kaiken opintojen aikana sisäistetyn tiedon valossa virkistyksellinen lähtökohta oli tutkimuksen ja tulevan yritystoiminnan kannalta selkeämpi valinta kuin terapeuttisempi toiminta.

Opinnäytetyömme keskittyy kulttuurilähtöisiä ohjauspalveluita tarjoavan yrityksen kehittämiseen. Yrityksen asiakasryhminä tulevat olemaan tyky-

ryhmät ja erilaisia aikuisten juhlia sekä lasten syntymäpäiväjuhlia järjestävät ja niihin osallistuvat henkilöt. Valitsimme nämä kolme, koska ne kiinnostavat meitä kaikista mahdollisuuksista eniten ja näistä ryhmistä löytyy todennäköisimmin potentiaalisia maksavia asiakkaita. Tyky-ryhmät valitsimme myös siksi, että nykyisin lähes jokainen työpaikka varaa määrärahan työhyvinvoinnin edistämiseen. Juhlat puolestaan siksi, että nykyään ihmiset haluavat panostaa persoonallisiin juhliin.

Selvitämme opinnäytetyössä, minkälaista kulttuurilähtöistä toimintaa tykyryhmiin sekä aikuisten ja lastenjuhliin halutaan ja ollaan kiinnostuneita tilaamaan. Toimintamme tulee tulevaisuudessa keskittymään Tampere-Hämeenlinna-alueelle.

2.2 Kysymyksen asettelu ja tavoitteet

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, minkälaisia ohjauspalveluita valitsemiimme asiakasryhmiin halutaan. Opinnäytetyötutkimuksellamme pyrimme vastaamaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Minkälaisia kulttuurilähtöisiä ohjauspalveluita tyky-ryhmiin, aikuisten ja lastenjuhliin halutaan?
- Minkälaiselle tilattavalle ohjauspalvelukokonaisuudelle on kysyntää?
- Millainen on toimiva ohjauspalvelukokonaisuus?

Lähestyimme tutkimusta asiakaslähtöisyyden kautta. Haluamme luoda asiakkaiden kiinnostusta, toiveita ja tarpeita vastaavan ohjauspalvelukokonaisuuden. Saadun tiedon perusteella kehitämme toimintaa, jolle selvityksen mukaan voisi olla tilausta ja jolla erotumme kilpailijoista. Päättävöitteenä on kehittää toimiva, uudenlainen palveluyritys, joka tarjoaa kullekin asiakasryhmälle räätälöityjä, muutaman erilaisen kulttuurilähtöisen ohjauksen kokonaisuuksia.

Tavoitteenamme on erottua kentällä jo olevista toimijoista. Tätä tavoitetta edistääksemme olemme etsineet internetistä vastaavanlaisia palveluntarjoajia samalta toiminta-alueelta. Kävi ilmi, että erityisesti taidepainotteista lastenjuhlatoimintaa tarjoavia yrityksiä ja toimijoita on muitakin. Näistä muutamia esittelemme myöhemmin luvussa 5.3. Tutkimme olemassa olevien yritysten palvelutarjontaa, jotta pystymme tarjoamaan kilpailijoistamme poikkeavaa sisältöä ja myös ottamaan vinkkejä omaan toimintaamme sovellettavaksi.

Tulevan yrityksemme lähtökohtana on kestävän kehityksen periaatteita noudattava toiminta. Tämä arvo on meille tärkeä, joten se kulkee kaikessa tekemisessämme mukana. Tämä näkyy esimerkiksi ohjausten materiaali- ja toiminnan aihevalinnoissa. Vältämme turhaa kulutusta käyttäen harkittuja materiaaleja, ja monessa käsityö- ja taideohjauksessa hyödynnetään kierrätysmateriaaleja. Uskomme, että omalla esimerkillämme pystymme myös jakamaan kestävän ajattelun mallia asiakkaillemme.

Opinnäytetyön valmistumisen jälkeisenä tavoitteenamme on löytää asiakkaita ja työllistää luomallamme kulttuurilähtöisellä ohjauspalveluyrityksellä. Tavoitteenamme on myös kehittää yrityksen tarjoamaa toimintaa asiakaslähtöisesti kaiken aikaa toiminnan jo ollessa käynnissä.

3 OPINNÄYTETYÖN KESKEISET KÄSITTEET

Opinnäytetyötutkimuksessamme ja myös ohjaustoiminnan opinnoissa tärkeimpiä käsitteitä ovat kulttuurilähtöinen virkistystoiminta ja asiakaslähtöisyys. Näiden lisäksi keskeisessä roolissa tutkimuksessamme ovat elämyksellisyys ja elämyskolmiomalli. Nämä käsitteet avaamme seuraavaksi.

3.1 Kulttuurilähtöinen virkistystoiminta

Kulttuurilähtöisellä virkistystoiminnalla tarkoitamme tässä opinnäytetyössä taidelähtöisesti toteutettua ja kokijaansa jollakin tavalla virkistävää toimintaa. Kulttuurilähtöinen virkistystoiminta on ohjaustoiminnan koulutusohjelman yksi keskeisimpiä käsitteitä. (HAMK Ohjaustoiminnan opetussuunnitelma n.d.) Opinnäytetyön tuloksena kehitetty ohjauspalvelukokonaisuus tulee olemaan kulttuurilähtöistä virkistystoimintaa.

Vuonna 2002 tuotetussa hallituksen taidepoliittisessa ohjelmassa tähdätään luovan hyvinvointiyhteiskunnan kehittämiseen, tarkoittaen sellaista strategista lähestymistapaa, jossa satsataan uuden tiedon, oppimisen edellytysten ja uusien taitojen luomiseen. Kulttuurin kanssa työskentelevät ja sen puolestapuhujat törmäävät usein kysymykseen, kuinka kulttuuri luo hyvinvointia. Kulttuuri luo hyvinvointia esimerkiksi luomalla merkityksiä, joiden avulla ihminen voi viettää hyvää elämää. Yhteiskunnan tehtävänä on tuottaa ja tarjota mahdollisimman hyvät edellytykset luovaan toimintaan, jotta näitä merkityksiä syntyy. (Wilenius 2004, 68.)

Kulttuurin hyvinvointivaikutuksilla tarkoitetaan taide- ja kulttuuritoimintaa, jonka avulla tuetaan yksilön terveyttä ja hyvinvointia. Sillä pyritään myös vahvistamaan ihmisten osallisuutta. Kulttuuritoiminta voi parantaa ihmisten elämänlaatua ja hyvinvointia esimerkiksi siten, että se tarjoaa virikkeitä, joiden avulla voi jäsentää omaa elämäänsä. Lisäksi kulttuuritoiminnan harjoittaminen alentaa stressitasoa, ja täten voi parantaa terveyttä. (Jumppanen & Suutari 2013, 7–10.)

Nykyään tiedetään, että kulttuurilla on yhteys työkyvyn ja hyvän elämän kokemukseen. Kulttuuritoiminnan myötä on mahdollista saada syntymään uusia verkostoja ja yhteisöllisyyttä, jotka auttavat elämänhallinnassa. Tutkimuksissa on todettu, että kulttuuri edistää ja ylläpitää terveyttä. (Juurakka, Kauhanen & Öhagem 2012, 15.) Käsittelemme kulttuurilähtöisen virkistystoiminnan merkitystä lisää luvussa 5.

3.2 Asiakaslähtöisyys

Asiakaslähtöisyys on aikaansa seuraavien yritysten toiminnan perusarvo (Arantola 2009, 28). Sen keskeinen ominaisuus on, ettei palveluita järjestetä pelkästään organisaation, vaan myös asiakkaan tarpeista lähtien mahdollisimman toimiviksi (Virtanen, Suoheimo, Lamminmäki, Ahonen, & Suokas 2011, 18).

Asiakaslähtöisyys-käsitettä käytetään usein rinnakkain asiakaskeskeisyys-termin kanssa. Asiakaskeskeisyys voidaan määritellä niin, että asiakas on palvelujen keskipisteessä ja palvelut ja toiminnot organisoidaan häntä varten. Asiakaskeskeinen toiminta on asiakaslähtöistä vasta silloin, kun se on toteutettu asiakkaan kanssa, ei vain asiakasta varten. Kriittinen ero asiakaskeskeisyyteen on se, että asiakaslähtöisyydessä asiakas nähdään oman hyvinvoinnin asiantuntijuuden kautta resurssina, jonka voimavaroja – ei vain tarpeita, tulee hyödyntää palveluiden toteuttamisessa ja kehittämisessä. (Virtanen ym. 2011, 18–19.) Asiakaslähtöisyyden todelliseksi kehittämiseksi pelkästään puheiden sijaan tulisi asiakas erityisine tarpeineen palauttaa palvelutuotannon kehittämisen keskiöön (Virtanen ym. 2011, 12).

Parhaimmillaan asiakaslähtöinen toiminta edistää palvelutuotannossa parempaa vaikuttavuutta, tehokkuutta ja tuottavuutta. Asiakaslähtöisyyden kehittämisessä rajatut uudistukset tai innovointi kapealla osa-alueella ei riitä. (Virtanen ym. 2011, 12.) Yhteisymmärryksen saavuttaminen edellyttää palveluntarjoajalta asiakasymmärrystä eli kattavaa tietoa asiakkaista, heidän tarpeistaan ja sen hyödyntämistä palveluiden kehittämisen pohjana. Pelkkä tieto asiakkaista ei siis vielä tarkoita asiakasymmärrystä, jolla tarkoitetaan jalostettua ja käyttötilanteeseen kytkettyä asiakastietoa. (Virtanen ym. 2011, 18.)

Asiakaslähtöisyydessä asiakas nähdään työntekijän kanssa yhdenvertaisena toimijana. Asiakkaan tarpeiden ja palvelumahdollisuuksien väliseen tasapainoon pyrittäessä hedelmällisin toimintamalli on asiakkaan ja palveluntarjoajan välinen kumppanuus, joka edellyttää työntekijän ja asiakkaan välistä hyvää vuorovaikutusta ja molemminpuolista luottamusta. (Virtanen ym. 2011, 19.)

3.3 Elämyksellisyys ja elämyskolmiomalli

Perinteisen sanakirjamääritelmän mukaan elämys on kokemus, joka muuttaa ihmistä pysyvästi (Wilenius 2004, 176). Elämykset ovat elämän kohokohtia, joiden muisteluun voi palata aina uudestaan elämän varrella. Ne rikastuttavat, tuovat käännekohtia ja tähtihetkiä elämään.

Mielikuvilla pelaavilla markkinoilla menestyminen edellyttää kulttuurista lukutaitoa, joka perustuu kykyyn oivaltaa eri kulttuureissa ilmeneviä elämystenkaipuuun kohteita. Elämystalouden edelläkävijät, kuten teemapuistot, tarjoavat karnevaalia arkisesta poikkeavan ympäristön, lavastuksen ja roolihahmojen muodossa. Näiden tuotettujen aistikokemusten kautta asiakas eläytyy hetkeksi elämukseen kytkeytyvien kulttuuristen merkitysten mukaiseen rooliin. Olennaista ei ole niinkään eläytyminen toisen ajan, paikan tai mielikuvitustodellisuuden hahmoihin, vaan mahdollisuus eläytyä toisenlaisiin arvoihin ja toimintatapoihin arjesta poikkeavassa ympäristössä. (Wilenius 2004, 175.)

Elämystaloudesta on tullut käsite. Teoksen *The Experience Economy* tekijät ovat kehitelleet ajatusta, jonka mukaan pelkkä palvelun tuottaminen ei enää riitä, vaan siihen on liitettävä jokin elämys, jonka kuluttaja säilyttää mielessään. (Wilenius 2004, 75–76.) Yritysten välinen kilpailu on kovaa, ja asiakkaille ei enää riitä pelkkä palvelu, vaan palvelukokemusta halutaan syventää. Olennainen osa elämyksen luomisessa on palvelua tarjoavan henkilökunnan eläytymisellä kulloiseenkin rooliin.

Elämyskolmiomalli on Sanna Tarssasen ja Mika Kyläsen Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksessa kehittämä mallinnus, joka käsittelee elämyskokemuksen rakentumista ja elämyksellisten puitteiden luomisesta. Se tarjoaa konkreettisen jäsenyyksen elämyksen tuottamisesta ja edustaa tietynlaista täydellistä elämystuotetta, jonka jokainen elementti toteutuu asiakkaan jokaisella kokemisen tasolla. (Karppinen & Latomaa 2007, 112.) Mallissa (kuvio 1) elämystä tarkastellaan sekä tuotteen kriittisten elementtien tasolla, että asiakkaan kokemisen tasolla. Tuotteen kriittiset elementit ovat eriteltynä kolmion alaosassa, ja asiakkaan kokemisen tasot sivussa alhaalta ylöspäin.



Kuvio 1. Kuva elämyskolmiomallista. (Asiakaspalvelu ja palveluympäristö 2012)

Elämystuotteen kriittisiä elementtejä eli tunnuspiirteitä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus (Karppinen & Latomaa 2007, 114). Seuraavaksi esittelemme nämä elementit.

Yksilöllisyys merkitsee tuotteen ainutlaatuisuutta. Tämä ilmenee asiakaslähtöisyydessä, joustavuudessa ja mahdollisuudessa räätälöidä tuote jokaisen asiakkaan tarpeiden ja mieltymysten mukaan.

Aitoudella viitataan tuotteen uskottavuuteen ja kulttuuriseen autenttisuuteen. Näiden kokemiseen vaikuttaa olennaisesti tuotteelle rakennettu tarina.

Tarina antaa tuotteelle ja kokemukselle sosiaalisen merkityksen ja sitoo kokonaisuuden elementit yhteen. Hyvä tarina myös houkuttaa asiakkaan kokemaan tuotteen paitsi älyllisellä, myös emotionaalisella tasolla.

Moniaistinen tuote tarjoaa ärsykeitä monille aisteille samaan aikaan mutta kuitenkin niin, että elementit ovat harmoniassa keskenään vahvistaen haluttua teemaa, tarkoituksenmukaisesti. Häiritsevät ja liiat aistiärsykkeet voivat pilata elämyksen.

Kontrastilla tarkoitetaan erilaisuutta asiakkaan näkökulmasta: poikkeavuutta asiakkaan arkeen verrattuna. Se tarjoaa asiakkaalle jotain uutta joka vapauttaa ja mahdollistaa tämän näkemään itsensä toisesta näkökulmasta.

Vuorovaikutus on asiakkaan vuorovaikutusta tuotteen ja muiden kokijoiden kanssa, sekä onnistunutta kommunikaatiota myös palvelun tuottajan kanssa. Olennaisena osana tähän liittyy kokemus yhteisöllisyydestä, kokemus yleisestä hyväksynnästä ja arvostuksesta ja asiakkaan liittymisestä tiiviimmin tiettyyn ryhmään.

Kaikki tuotteen kriittiset elementit yhdessä antavat asiakkaalle syyn kokea kyseessä oleva tuote juuri kyseisellä palveluntuottajalla. (Karppinen & Latomaa 2007, 114–116.) Jotta yrityksemme tarjoamat palvelut olisivat mahdollisimman elämyksellisiä ja asiakkaat valitsisivat palvelutarjonnasta juuri meidät, nämä elementit on syytä huomioida yritystoimintaa kehitettäessä. Syvennymme palvelutuotteen kriittisten elementtien hyödyntämiseen yritysideassamme enemmän luvussa 9.1.

Kriittisten elementtien tulisi täyttyä kaikilla asiakkaan kokemisen tasoilla. Näitä tasoja on viisi: motivaation taso, fyysinen taso, älyllinen taso, emotionaalinen taso ja viimeisimpänä henkinen taso. (Karppinen & Latomaa 2007, 117.) Seuraavana avaamme, miten nämä tasot etenevät ja miten ne asiakkaaseen vaikuttavat.

Motivaation taso herättää asiakkaan kiinnostuksen luomalla tälle odotuksia tuotetta kohtaan, sekä halun ja valmiuden kokea ja osallistua. Tämä taso käsittää esimerkiksi markkinoinnin ja ennakkomielikuvan.

Fyysinen taso viittaa aistikokemukseen: tuote otetaan vastaan, koetaan, tunnetaan, havaitaan ja tiedostetaan. Asiakas tiedostaa missä ollaan, mitä tapahtuu ja mitä tehdään. Taso myös mittaa palvelutuotteen teknisen laadun, käytettävyyden ja toimivuuden.

Älyllisellä tasolla prosessoidaan ympäristön antamia aistiärsyksiä, toimitaan niiden mukaan sekä opitaan, ajatellaan, sovelletaan tietoa ja muodostetaan mielipiteitä. Tällä tasolla asiakas myös päättää, onko tyytyväinen tuotteeseen vai ei.

Emotionaalinen taso sisältää varsinaisen elämyksen kokemisen ja siihen liittyvät tunnereaktiot. Tähän astisten tasojen toimiessa oikein tunnereaktiot ovat todennäköisesti positiivisia ja yksilölle merkityksellisiä.

Ylin, henkinen taso, tarkoittaa voimakkaan positiivisen tunnereaktion aikaansaamaa henkilökohtaista muutoskokemusta ja uusien voimavarojen löytymistä. Yksilö voi kokea muuttuneensa ihmisenä, persoonaltaan tai maailmankuvaltaan, joka johtaa melko pysyviin muutoksiin tämän fyysisessä olotilassa, mielentilassa ja elämäntavassa. (Karppinen & Latomaa 2007, 117–119.)

Asiakkaan kokemisen tasot tiedostamalla pystymme suunnittelemaan yritystoiminnasta sellaista, että se tukee mahdollisimman hyvin näiden tasojen saavuttamista. Tasot saavuttamalla tarjoamamme palvelu on mahdollisimman laadukasta ja asiakkaan kannalta kokemisen arvoista. Näiden tasojen huomioinnista yritystoiminnassamme lisää luvussa 9.2.

4 ASIAKASLÄHTÖINEN PALVELUMUOTOILU YRITYSTOIMINNAN LÄHTÖKOHTANA

Opinnäytetyömme keskeisimpänä teoreettisena viitekehyksenä toimivat asiakaslähtöisyys ja palvelumuotoilu.

Rissanen (2006, 18) määrittelee palvelun kirjassaan seuraavalla tavalla:

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

Palvelutapahtumassa on kysymys aina asiakkaan auttamisesta ja asiakkaan tarpeiden täyttämistä. Palvelu on ihmissuhdetyötä. (Eräsalo 2011, 12–14.)

Palvelumuotoilun lähtökohtana on palveluihin liittyvien esineiden, tilojen ja palvelutapahtumien muotoilu (Miettinen 2011, 30). Opinnäytetyömme keskittyy erityisesti palvelutapahtumien suunnitteluun ja muotoiluun, eikä niinkään palvelutilanteeseen liittyvien esineiden tai tilojen suunnitteluun, sillä yritysideoitamme ei ole sidoksissa tiettyyn ympäristöön tai esineisiin.

Lähes kaikkeen palveluun pätee se, että se on aineetonta. Palvelu on myös toimintaa ja sitä kulutetaan ja tuotetaan samanaikaisesti. (Eräsalo 2011, 12.) Aineetonta asiaa ei voi tehdä etukäteen varastoon, mutta tuottamisen valmiutta voidaan kehittää pitkälle. On tyypillistä, että palvelun käyttäjä voi kokea palvelun tuhansilla eri tavoilla, myös sellaisilla, joita tuottaja ei ole ajatellutkaan. (Rissanen 2006, 19–20.)

Palvelussa tyypillisesti asiakas on myös tekijänä ja saatu palvelukokemus on henkilökohtainen (Eräsalo 2011, 12). Esimerkiksi hymyily ja lämmin asiakaspalvelu voivat olla syitä, miksi asiakas valitsee juuri kyseisen palvelun, eikä jotakin toista, joka voisi esimerkiksi olla halvempi (Rissanen 2006, 19–20).

Asiakaspalvelijan tärkein tehtävä on hänen persoonansa, hänen kykynsä ja halunsa toimia vuorovaikutustilanteissa (Eräsalo 2011, 14). Kun asiakaspalvelija on motivoitunut ja innostunut työstään, välittyy se myös suoraan asiakkaalle. Hyvä palvelu koetaan erittäin tavoiteltavaksi arvoksi. Palvelu tehdään asiakasta varten, parhaimmillaan toteutuen “mittojen mukaan kuin mittatilauspuku”. (Rissanen 2006, 17.)

Palveluntarjoajan näkökulmasta asiakaslähtöisyydessä on kyse palveluiden kehittämiseen, organisoimiseen, tarjoamiseen ja johtamiseen liittyvistä prosesseista. Asiakkaiden näkökulmasta puolestaan kyse on vahvasti palvelusta asiakaslähtöisenä kokemuksena, jota muokkaa asiakkaalle prosessissa varattu rooli ja asiakkaan mielikuva – odotusarvo – palvelusta (Virtanen ym. 2011, 19).

Innovaatorahoituskeskus Tekesin julkaisussa *Matkaopas asiakaslähtöisten sosiaali- ja terveyspalveluiden kehittämiseen (2011)* esitetään kuusi eri osa-aluetta palveluiden asiakaslähtöiseen kehittämiseen (ks. kuvio 2). Seuraavaksi esittelemme nämä osa-alueet.

Ensimmäinen osa-alue on asiakkaan palveluymmärryksen rakentaminen. Asiakkuus syntyy, kun käyttäjä ymmärtää olevansa asiakas. Asiakkaan tulee saada tietoa oikeuksistaan ja velvollisuuksistaan: mitä häneltä asiakkaana odotetaan ja mitä hän voi palvelulta odottaa. Lisäksi on selvitettävä asiakkaan rooli ja mahdollisuudet vaikuttaa ja osallistua eri osissa palvelutapahtumaa ja -prosesseja. Annettu tieto toimii myös asiakkaan asenteiden muokkaajana ja aktivoi asiakasta osallistumaan palvelutapahtumaan.

Toisena asiakaslähtöisen kehittämisen osa-alueena on asiakkaan osallistumismahdollisuuksien lisääminen. Asiakas tuo palvelutapahtumaan omat voimavaransa: asiakas on toimija, ei palvelun kohde. Palveluissa on lisättävä molemminpuolista ymmärrystä palvelutapahtuman vuorovaikutuksellisuudesta ja luotava tila asiakkaan mahdollisuudelle tehdä valintoja. Asiakaskokemus on tärkeällä sijalla palveluita kehitettäessä.

Kolmantena tulee kiinnittää huomiota palveluiden muodon, sisällön ja jakelukanavien kehittämiseen. Asiakkaan ääni on palvelutapahtuman lisäksi kuultava jo kehitettäessä palvelun muotoja, sisältöjä ja tapoja, joilla palvelut

tuodaan asiakkaan ulottuville ja toteutetaan. Esimerkiksi asiakkaan kiinnostuksenkohteet, ikä ja asuinpaikka on hyvä huomioida palveluiden kehittämisessä, sillä ne kaikki osaltaan vaikuttavat asiakkaan palvelunkäytön mukavuuteen.

Neljäntenä asiakaslähtöisen kehittämisen osa-alueena syvennetään asiakasymmärrystä. Ei pelkästään organisaation, vaan myös asiakkaan tarpeista käsin tehty kehittäminen vaatii sen, että kehittäjällä on tarpeelliset tiedot asiakkaasta ja hänen tarpeistaan. Asiakastiedon kerääminen ja hyödyntäminen on välttämätöntä, kun palvelua halutaan kehittää asiakaslähtöisemmäksi. Asiakastietoa voi kerätä potentiaaliselta asiakasryhmältä jo palveluiden suunnitteluvaiheessa, mutta tärkeää on myös kehittää jo olemassa olevaa toimintaa keräämällä käyttäjätietoa ja kokemuksia suoraan asiakkaalta.

Viidentenä muutetaan palvelua tuottavan organisaation asenteita ja palvelukulttuuria. Pelkästään palveluiden jakelukanavien ja prosessien kehittäminen asiakaslähtöisemmäksi ei riitä, vaan asiakaslähtöisyyden on toteuttava myös palveluja tarjoavien organisaatioiden ja henkilöiden asenteissa ja asiakkaiden kohtaamisessa. On pyrittävä tunnistamaan asennemuutoksen esteet samalla kun muutosta uuteen tuetaan, jolloin organisaation ajattelutapa on mahdollista muuttaa haluttuun suuntaan.

Viimeinen osa-alue on organisaation johtaminen. Jo toiminnassa olevan yrityksen tai toimijan toimintatapojen ja asenteiden muuttamisessa asiakaslähtöisempään suuntaan johtamisella on oleellisen suuri merkitys. Merkitys ei ole pienempi uudenkaan yrityksen toimintakulttuurin luomisessa. Johtamisen kautta asiakkuusajattelu tuodaan organisaation eri tasoille ja tuetaan sen kehittämistä. (Virtanen ym. 2011, 22–23.)



Kuvio 2. Asiakaslähtöisen toiminnan kehittämisen elementit. (Virtanen ym. 2011, 23.)

5 KULTTUURILÄHTÖISEN VIRKISTYSTOIMINNAN MERKITYS

Ihmisen perusoikeuksiin kuuluu mahdollisuus osallistua kulttuuri-toimintaan ja itseilmaisuun. Kulttuurin merkitys ihmisen kokemaan hyvään elämään on oleellinen, jos ihminen menettäisi oikeuden harjoittaa kulttuuria, menettäisi hän osan ihmisyydestään. (Jumppanen & Suutari 2013, 9.) Eri ihmisten kokemus taiteen ja kulttuurin merkityksellisyydestä on yksilöllistä. Osalle se on merkityksellisempää kuin toisille, joillekin merkitykset ovat hyvinkin suuria ja elämänlaatuun vaikuttavia. Parhaimmillaan kulttuurilähtöinen toiminta voi luoda uusia merkityksiä, kehittää henkilökohtaista itsetuntemusta, lisätä sosiaalista yhteisöllisyyttä, parantaa terveyttä sekä avata uudenlaisia maailmoja ja elämyksiä.

Kulttuurilähtöisen virkistystoiminnan käsite avattiin tarkemmin luvussa 3.1. Tässä kappaleessa perustelemme, miksi juuri kulttuurilähtöinen toiminta sopii osaksi työkykyä ylläpitävää tyky-toimintaa ja juhlatoimintaa.

5.1 Kulttuurilähtöisen virkistystoiminnan merkitys tyky-toiminnassa

Työuupumus on tämän ajan ilmiö. Oireita esiintyy Suomessa jopa joka neljännellä työntekijällä. Vakavasta työuupumuksesta kärsii pari prosenttia työntekijöistä. Työuupumuksen oireita ovat esimerkiksi muistin huonontuminen, heikko keskittymiskyky ja uuden oppimisen heikentyminen. (Joka neljännellä työntekijällä uupumuksen oireita 2014.)

Tyky-toiminnalla tarkoitetaan toimintaa, jolla työyhteisö yhdessä edistää ja tukee jokaisen jäsenensä työ- ja toimintakykyä työuran kaikissa vaiheissa. Työhyvinvoinnilla taas tarkoitetaan sitä, että työ on turvallista, terveellistä ja mielekästä. Vastuu työhyvinvoinnista kuuluu koko työyhteisölle: sekä työntekijöille että työnantajalle. (Työhyvinvointi 2014.)

On tutkittu, että hyvin toteutettu tyky-toiminta kehittää henkilöstön työkykyä ja terveyttä sekä työpaikan toimivuutta, työilmapiiriä ja työmotivaatiota (Tykytoiminta 2013). Kun työpaikalla voidaan hyvin, näkyy se vähenevinä sairaslomina, työurien pidentymisenä ja työn tuottavuuden kasvussa (Työhyvinvointi 2014). Kun työssä viihdytään ja jaksetaan hyvin, se näkyy myös työntekijän vapaa-ajalla. Työhyvinvointiin kannattaa panostaa, sillä erilaisen kansainvälisten selvitysten mukaan työhyvinvointihankkeet tuottavat keskimäärin kuusi kertaa siihen investoidut rahat. (Jussila 2014, 13.)

5.1.1 Luovuus työelämässä

Luovuus on viime vuosina näkynyt aiempaa enemmän yhteiskunnallisessa keskustelussa. Syitä tähän voivat olla esimerkiksi yleinen väsyminen teknispainotteiseen puheeseen tietoyhteiskunnasta, sekä yritysmaailman huomion kiinnittyminen tehokkuuteen ja työn tuottavuuteen. Tuotemerkkinoilla käytävä kilpailu kiristyy, jolloin luovien ratkaisujen tarve yrityksissä lisääntyy. (Wilenius 2004, 193.) Luovuutta tarvitaan uudistumiseen, innovoimiseen ja ylipäättään markkinoilla pärjäämiseen (Kasslin-Pottier 2012, 73).

Tutkimusten mukaan luovuus korostuu aiempaa useamman ihmisen työtehtävissä (Hautamäki 2011, 29). Samaan aikaan kun luovuutta tarvitaan enemmän, edellytykset luovuuden ylläpidolle ja kehittämiselle kaiken aikaa osittain heikkenevät, jolloin ihmisiltä edellytetään entistä isompaa työpanosta usein yhä niukemmilla resursseilla (Wilenius 2004, 193).

Luovuus ei kukoista kiireessä, vaan se tarvitsee aikaa ja mahdollisuuden spontaanisuuteen samalla kun työilmapiirin on oltava salliva ja yksilöllisyyttä arvostava (Kasslin-Pottier 2012, 73). Tulevaisuudessa luovuuteen tullaan panostamaan kaikilla yhteiskunnan osa-alueilla, sillä luovuus on ehto, jolla Suomi ja sen eri alueet kilpailevat ja tulevat menestymään. Yritysten toimintaympäristöjä halutaankin usein kehittää luoviksi nimenomaan tässä tarkoituksessa. (Hautamäki 2011, 29.)

Luovuuden tarpeen kasvu ja siihen huomion kiinnittyminen ovat yhteydessä laajempaan työelämän murrokseen, jossa esimerkiksi empatia ja ryhmätyötaitot nousevat keskeisemmiksi yksilön ominaisuuksiksi. Psykologian tohtori Daniel Goleman on korostanut tunneälyn tärkeää asemaa työelämässä, ja hänen mukaansa yksilön menestyminen työssään edellyttää enenevässä määrin toisten ja itsensä kanssa toimeen tulemistä vanhastaan painotettujen kykyjen, älykkyyden, tietotaidon ja koulusta opitun tiedon sijaan. Suuri vaara nykyaikaisessa tuottavuutta ja nopeita tuloksia korostavassa työelämäilmapiirissä piilee organisaatioiden piiskaamisessa liian ”ohuiksi”, jolloin luovuuden ja uusien ajatusten on vaikea nousta esiin. (Wilenius 2004, 193–194.)

Liikunnan positiivista merkitystä työhyvinvoinnille on tutkittu paljon, mutta viime aikoina myös taiteen soveltava käyttö työelämässä on noussut yhä vahvemmin esiin. Taiteen – ja tietenkin myös ohjaustoiminnan – ammattilaisen työyhteisöön tuomat omat työmenetelmät parhaimmillaan tukevat muutosta, vahvistavat luovuutta ja innovointikykyä, kehittävät taitoja tai parantavat työyhteisön ilmapiiriä ja työoloja. On havaittu, että taidelähtöiset menetelmät ovat keino kehittää työyhteisöjä ja saavuttaa hyviä tuloksia. (Jussila 2014, 16–17.)

Kirjassaan ”Näyttämöllä työyhteisö” Hannele Kasslin-Pottier (2012, 95) esittelee erilaisia draamallisia ja teatterilähtöisiä menetelmiä työyhteisön ja sen hyvinvoinnin kehittämiseen. Hänen mukaansa esimerkiksi tällaiset kulttuurilähtöiset menetelmät ovat hyvä väline erityisesti vuorovaikutustaitojen

kehittämiseen. Luovia menetelmiä voidaan käyttää joko yksilö- tai työyhteisölähtöiseen työhyvinvoinnin kehittämiseen.

Syy-seuraus-suhteiden vaikea jäsenettävyys ja vasta pitkän ajan kuluessa esiin tulevat vaikutukset saattavat kuitenkin nostattaa menetelmiin kohdistuvaa epävarmuutta. Kuten tiedetään, hyvin suunniteltu ja toteutettu säännöllinen liikunta parantaa ihmisten terveydentilaa ja toimintakykyä. Liikunta on pakollista, jotta fyysinen toimintakyky säilyy.

Työhyvinvoinnin edistäminen luovin menetelmin on vasta käynnistymässä, mutta alalla jo tehty hanketyö ja tutkimukset avaavat niille positiivisia näkymiä (Jussila 2014, 26). Kokemuksiin perustuvien havaintojen mukaan taidelähtöisillä menetelmillä voidaan saavuttaa hyviä tuloksia ja kehittää työyhteisöjä. Tulosten yksiselitteinen ja konkreettinen mittaaminen ei kuitenkaan ole helppoa, jolloin niiden analyysi ja arviointi on myös hankalaa. (Jussila 2014, 16–17.) Ennakkoluulojen esiintyminen on ymmärrettävää, jos työyhteisöllä ei ole tietoa eikä aiempaa kokemusta taide- ja luovasta työskentelystä työhyvinvoinnin edistäjänä. Tähän pätee mielestämme hyvä maalaisjärjen ääni: kokeilemalla selviää. Ilman kokeilua on mahdotonta tietää, miten hyvät vaikutukset taidelähtöisellä virkistystoiminnalla voikaan omalle työyhteisölle olla.

Ohjaustoiminnan ammattilaiset ovat oikeita ihmisiä ohjaamaan luovuutta herättelevää kulttuurilähtöistä toimintaa työyhteisöille. On tyypillistä, että myös taiteilijat tekevät ohjaus- ja opetustyötä. Taiteilija pystyy tuomaan tämänlaiseen toimintaan oman taiteellisen ammattitaitonsa, mutta ohjaustoiminnan osaamiseen kuuluu laajan taide- ja kulttuuriosaamisen lisäksi myös ihmisten kohtaamiseen, motivointiin sekä ryhmänohjaukseen liittyvät taidot ja ominaispiirteet.

5.1.2 Luottamus osana luovuutta

Jotta luovuus pääsisi työyhteisössä valloilleen, vaaditaan yhteisöltä luottamuksellista ilmapiiriä. Organisaation sosiaalinen pääoma merkitsee sitä verkostoa, johon kaikilla yhteisön jäsenillä on periaatteessa yhtäläinen pääsyoikeus. Se sisältää yrityksen luoman kulttuurin ja siihen liittyvät kirjoitetut ja kirjoittamattomat normit. Sosiaalisen pääoman ylivoimaisin mittari on luottamus. Työyhteisössä kaikki tekeminen loppujen lopuksi perustuu luottamukseen: johtajan luottamukseen työntekijänsä tekemiseen yhteisen edun mukaisesti sekä työntekijän luottamukseen siihen, että hänen sanaansa kuullaan ja että hänellä on oma olennainen paikkansa työyhteisön jäsenenä. Menestys nousee kasvavissa määrin siitä keskinäisen luottamuksen hengestä, joka rakentuu organisaation sisälle ihmisten välille. (Wilenius 2004, 196.)

Omakohtainen kokemuksemme kertoo, että jotta ihminen kykenee toimimaan luovasti, täytyy ilmapiirin olla turvallinen ja luottamuksellinen. Täl-

löin yksilö uskaltaa tuoda omia ajatuksia esille ja ehdottaa jopa niitä kummallisimpiakin ajatuksia, jotka usein voivat osoittautua parhaiksi. Hyvinvoivassa työyhteisössä annetaan jokaisen tehdä luovia ratkaisuja omista lähtökohdistaan, eikä kenenkään tarvitse jännittää miten siihen suhtaudutaan. Tällainen asennoituminen toimii paitsi yksilön, myös koko yhteisön parhaaksi.

Wilenius (2004, 198–199) päätyy oletukseen, että luovuuden tärkeimpinä resursseina toimivat oikeantyyppinen ympäristö ja riittävät aikaresurssit. Lisäksi luovuus edellyttää yhteistyö- ja kommunikaatiokykyä sekä linjasta poikkeavienkin prosessien hyväksymistä. Luovuus siis edellyttää organisaatiolta tiettyä epämuodollisuutta ja hyvää yhteishenkeä. Epämuodollisuutta ja yhteishenkeä organisaatio voi parantaa heittäytymällä ulos totutuista kaavoista ja antautumalla hetkeksi leikkimielisen virran vietäväksi. Hyvä tyky-toimintapäivä on omiaan tällaiseen irrottautumiseen. Tarjoamme kulttuurilähtöiset ohjaukset antavat sisältöä niihin irroitteluhetkiin, jotka tukevat luovuuden ohella myös luottamuksen lisääntymistä.

5.2 Kulttuurilähtöisen virkistystoiminnan merkitys juhlatoiminnassa

Nykypäivänä kulutus suuntautuu kasvavissa määrin aineellisten hyödykkeiden sijaan aineettomiin tuotteisiin ja palveluihin (Wilenius 2004, 74). Palveluilla helpotetaan omaa elämää tai haetaan pientä ylellisyyttä ja elämyksellisyttä tavalliseen arkeen.

Kulttuurista ammennettävien mahdollisuuksien korostuminen eri muodoissaan on tälle ajalle tyypillistä, joka näkyy esimerkiksi kulttuurisen kulutuksen kasvussa (Wilenius 2004, 76). Kulttuuriteollisuuden nousua tarkastellessa ollaan tavallisesti painotettu vapaa-ajan, koulutuksen ja käytettävissä olevien tulojen kasvusta aiheutuvaa vapaa-ajan- ja kulttuurituotteiden lisääntyvää kulutusta. Ylellisyystuotteita, joihin myös kulttuurituotteet kuuluvat, voidaan tuottaa, kun perustarpeet on ensin tyydytetty. (Niinikoski & Sibelius 2003, 20.)

Yhteiskunnan kulttuuristuminen on tarjonnut entistä enemmän erilaisia muotoja kulttuurisille ilmiöille ja se on mahdollistanut kulttuurisen vuorovaikutuksen pinnan löytymisen yhä useammalle ihmiselle (Wilenius 2004, 76). Laajasta kulttuuritarjonnasta ihmisten on mahdollista löytää juuri itseään kiinnostavat vaihtoehdot. Näin ollen kulttuurisen kulutuksen kasvu ja vaihtoehtojen lisääntyminen ei ilmene vain kulttuurituotteiden lisääntyneenä hankintana, vaan myös näiden tuotteiden käyttämisenä yksilöllisen ja sosiaalisen identiteetin rakentamisessa. (Niinikoski & Sibelius 2003, 20–21.)

Tänä päivänä ihmiset haluavat panostaa juhliinsa aikaisempaa enemmän. Olemme huomioineet, että juhlien järjestämisestä on tullut trendikästä, ja se näkyy esimerkiksi aikakauslehdissä, blogeissa ja tv-ohjelmien tarjonnassa. Ihmisten arki on kiireistä, joten ystäviä ja sukulaisia nähdään harvoin,

useimmiten lähinnä erilaisten juhlien merkeissä. Ihmiset panostavat rahallisesti ja ajallisesti juhlien järjestelyyn, koska he haluavat järjestää jotain ainutlaatuisia ja elämyksellisiä, jotain jonka vieraat tulevat muistamaan. Ruokatarjoilujen valmistus ja tilan somistus on monelle mieleen, mutta ohjelman suunnittelu ja toteutus on usein haaste. Tähän haasteeseen halusimmekin opinnäytetyössämme tarttua.

Kulttuurilähtöinen toiminta soveltuu kaikille ja kaikkia halukkaita osallistavana se tarjoaa erilaista elämyksellisyyttä kuin mihin juhlissa normaalisti on totuttu. Yhdessä tekeminen kohottaa yhteishenkeä ja tunnelmaa sekä rentouttaa ilmapiiriä. Hyvin valittu ohjaus ei nolaa ketään eikä nosta ketään korkeammalle kuin toista.

5.3 Tarjonta tällä hetkellä

Olemme ottaneet verkkolähteiden avulla selvää, minkä verran taidelähtöistä ohjaustoimintaa näille asiakasryhmille on jo olemassa suunnittelemlamme toiminta-alueella, Tampereen ja Hämeenlinnan alueella. Lastenjuh latoimijoita nimenomaan taidelähtöisiin menetelmiin on markkinoilla eniten: esimerkiksi Tampereella toimiva lasten ja nuorten kulttuurikeskus Pii Poo ja Taito Pirkanmaa Ry:n taitokeskus Verkaranta tarjoavat normaalin toimintansa ohessa lasten syntymäpäiville suunnattuja juhlapalveluita. Palvelut ovat luonteeltaan ohjattuja taidollisia menetelmiä. Pii Poo tarjoaa esimerkiksi taide-, bändi- ja teatterisyntymäpäiviä (Pii Poo 2014). Verkaranta tarjoaa syntymäpäivätoiminnaksi työpajoja, jonka aiheeksi voi valita esimerkiksi pienen maskotin huovuttamisen tai jojon maalauksen (Taito Pirkanmaa 2014). Näissä palveluissa toimijat pystyvät tarjoamaan myös juhlatilan normaaleista toimitiloistaan. Vaikka toimijoita on paljon, myös kysyntää tällaiselle toiminnalle riittää.

Aikuisten juhlatoiminnan tarjonta sisältää lähinnä erilaisia ohjelmapalveluita, kuten erilaisia esiintyjä ja bändejä. Esimerkiksi tamperelainen Ohjelmanaiset Oy välittää esittävän taiteen kentällä toimivien yrittäjien ja ammattilaisten tarjoamia ohjelmapalveluita erilaisiin tilaisuuksiin. Yrityksellä on käytössään laaja artistitietokanta, joka kattaa muun muassa koomikoita, taikureita, tanssijoita sekä bändejä. (Ohjelmanaiset 2014.) Osallistavien taide- ja kulttuurilähtöisten aikuisten juhlapalveluiden tarjoajia emme verkkolähteisiin tutustumalla löytäneet kaavailemaltamme alueelta.

Taide- ja kulttuurilähtöistä tyky-toimintaa emme toiminta-alueelta löytäneet juuri lainkaan. Mikään toimija ei ole erityisesti tällaisiin menetelmiin keskittynyt, vaan pienet käsityö-/taidehenkiset toiminnat ovat osana muuta, useimmiten liikunnallista palveluvalikoimaa. Esimerkkinä tällaisesta toimijasta on Fenix Ohjelmapalvelut Oy. Heidän erityisesti tyky-toimintaan suunnattu tarjonta keskittyy liikunnalliseen ja seikkailulliseen toimintaan, mutta muusta ohjelmatarjonnasta löytyy myös pajupunontaa ja kynttilän valmistamista (Fenix Ohjelmapalvelut 2014).

Koska tyky-toiminta on totuttu näkemään erityisesti liikunnallisena aktiiviteettina, taidelähtöiset vaihtoehdot jäävät näiden yritysten valikoimissa todennäköisesti vähälle huomiolle ihmisten etsiessä juuri niitä yrityksen imagon mukaisia liikuntatoimintoja. Erityiselle taidelähtöisiä menetelmiä tarjoavalle toimijalle olisi siis varmasti tarvetta ja markkinoita. Jo pelkästään erikoistuneen toimijan olemassaolo voi havahduttaa työhyvinvointiryhmiä ajattelemaan tyky-tuokioita totutusta poikkeavasta näkökulmasta.

6 OPINNÄYTETYÖN TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Asiakaslähtöisyyteen perustuvan yritystoiminnan on saatava tietoa asiakkaiden toiveista ja tarpeista yritystoiminnan kehittämisen tueksi. Koska haluamme tarjoamamme yritystoiminnan olevan asiakaslähtöistä, päätimme valita kyselyn tutkimusmenetelmäksi.

Tässä luvussa avaamme enemmän taustoja tutkimusmenetelmän valinnan takaa. Lisäksi kerromme kyselyn laatimisesta ja toteutuksesta tässä tutkimuksessa, sekä esittelemme kaikkien neljän laaditun kyselyn sisällöt. Luvun lopussa jaamme tekemiämme havainnot opinnäytetyömme kyselytutkimuksen toteutuksesta. Lastenjuhlatoimintaan tehty kyselylomake löytyy opinnäytetyön liitteistä (liite 1).

6.1 Tutkimusmenetelmä

Käytimme opinnäytetyössämme tutkimusmenetelmänä kvantitatiivista eli määrällistä kyselyä. Kvantitatiivinen teoria korostaa syyn ja seurauksen lakeja ja sille on keskeistä hypoteesien esittäminen ja käsitteiden määrittely. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on olennaista, että havaintoaineisto soveltuu määrälliseen, numeraaliseen mittaamiseen. Päätelmien teko havainnollistetaan tilastolliseen analysointiin perustuen, esittäen tulokset esimerkiksi prosenttitaulukoilla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 137.)

Kysely on yksi perinteisistä palvelumuotoilussa ja ihmiskeskeisessä suunnittelussa käytetyistä tutkimusmenetelmistä. Sen avulla aineisto kerätään helposti, analysoidaan ja visualisoidaan ja lopputuloksena on useimmiten määrällistä ja mitattavaa aineistoa. Perinteiset tutkimusmenetelmät auttavat tukemaan suunnitteluprosessia. (Miettinen 2011, 63–65.) Kyselyistä saadut tiedot ovat suoraan hyödynnettävissä ja peilattavissa esimerkiksi palvelukokonaisuuksien suunnitteluun.

Tämän tutkimusmenetelmän valinta tuntui opinnäytetyössämme loogisimmalta vaihtoehdolta, koska tarvitsimme monenlaista tietoa erilaisilta asiakasryhmiltä ja lukumäärällisesti monelta henkilöltä. Kyselytutkimuksen hyvä puoli on se, että tutkimukseen on mahdollista saada määrällisesti paljon henkilöitä, heiltä voidaan kysyä monia asioita ja näin ollen kyselyiden

avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto. Kysymykset voivat sisältää tosiasiota, tietoa käyttäytymisestä ja toiminnasta, tiedoista, arvoista, asenteista ja uskomuksista, käsitteistä ja mielipiteistä. (Hirsjärvi ym. 2000, 191–193.) Juuri näitä vastaavista asioista halusimme kerätä tietoa.

Kyselyn haittapuoli tutkimusmetodina taas on se, ettei koskaan voi tietää, ovatko vastaajat perehtyneet asiaan. Myöskään ei koskaan voi olla varma siitä, miten vakavasti vastaajat suhtautuvat tutkimukseen ja vastaavatko he huolellisesti ja rehellisesti. (Hirsjärvi ym. 2000, 191.) Kun tiedostaa nämä riskit ja suhtautuu kyselytuloksiin varauksella, kyselystä saatu tutkimusaineisto sisältää hyvää ja monipuolisesti hyödynnettävää tietoa.

6.2 Kyselyn laatiminen

Kyselyn käyttö tässä prosessissa ei noudattanut tyypillisintä kvantitatiivisen tutkimuksen kaavaa, jossa tyypillisesti on tarkat koehenkilömäärittelyt sekä otantasuunnitelmat (Hirsjärvi ym. 2000, 137). Tämä tarkka määrittely ei tässä työssä onnistunut asiakasryhmän ollessa niin laaja. Meillä ei ollut yhtä tiettyä kohderyhmää, jolle kyselyt lähetettiin, vaan tavoitteena oli lähettää kyselyä mahdollisimman laajasti ja saada erilaisilta ihmisiltä vastauksia, jotta osaisimme muokata yritystoimintamme ohjauskokonaisuuksista mahdollisimman asiakaslähtöistä. Päädyimme siis laatimaan yhden kyselyn sijasta neljä erilaista kyselyä eri kohderyhmille suunnattuna.

Emme kohdentaneet kyselyiden vastaajaryhmää kovinkaan tarkasti asiakasryhmämme ollessa näin laaja. Rajausta oli kuitenkin siten, että lastenjuhla-kysely oli suunnattu lapsiperheille tai tahoille, jotka voisivat kuvitella tilaavansa kulttuurilähtöistä toimintaa lastenjuhlaan. Tyky-kyselyitä oli kaksi, joista toinen oli suunnattu tyky-toiminnasta vastaavalle ja toinen työntekijöille. Aikuistenjuhla-kysely oli suunnattu kenelle tahansa yli 18-vuotiaalle, jolla on kiinnostusta kulttuurilähtöiseen juhlatoimintaan. Aikuistenjuhla-kysely koski esimerkiksi syntymäpäiviä, häitä, polttareita ja pikkujouluja.

6.3 Kyselytutkimuksen toteutus

Suurin osa kyselyiden kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä, joissa oli laadittuna valmiit vastausvaihtoehdot. Monivalintakysymysten etuna on se, että tuloksia on helppo vertailla ja tulokset ovat vähemmän kirjavia. (Hirsjärvi ym. 2000, 193–197.) Osaan kysymyksistä sai valita yhden vaihtoehdon ja osaan useamman. Joissakin kysymyksissä käytimme myös jokin muu, mikä? -vastausvaihtoehtoa jolloin vastaaja sai tarkemmin kirjoittaa vastauksensa. Jokaisessa kyselyssä oli lopussa vapaa kenttä, jossa oli mahdollisuus kirjoittaa itse vastaus. Vapaakenttä antaa mahdollisuuden vastajalle ilmaista itseään omin sanoin.

Mietimme kysymykset tarkasti, jotta ne eivät olisi harhaanjohtavia tai väärinymmärrettäviä. Kysymyksiä miettiessä eläydyimme vastaajan rooliin ja mietimme, miten hän saattaisi kokea ja ymmärtää kysymyksen tai sitä, onko niissä tunteisiin liittyviä tekijöitä. Näitä mietimme valitessamme mitkä kysymyksistä jätimme vapaaehtoisiksi ja sitä miten kyselyt etenivät. Kysymykset järjestyivät kyselyyn siten, että peruskysymykset olivat alkupuolella ja tarkemmin suunnatut kysymykset loppupuolella. (Hirsjärvi ym. 2000, 199.) Emme aloittaneet arkojen asioiden kysymisellä, kuten raha-asioilla, sillä se olisi saattanut aiheuttaa vastareaktion ja vastauskadon.

Toteutimme kyselyt Webropol-verkkokyselyohjelman avulla. Kyselylomakkeiden kysymykset harvoin onnistuvat ensi-istumalta, joten niitä kannattaa muotoilla ja täsmentää yhdessä muun tutkimusryhmän kanssa (Vilkkä 2005, 88). Kokeilimme kyselyn toimivuutta kahteen otteeseen. Aluksi pelkkiä kysymyksiä, jotka lähetimme muulle tutkimusryhmälle: opinnäytetyön opponenteille Sanna Hakaselle ja Salla Montoselle sekä ohjaajille opettajille Merja Salmiselle ja Seija Pajari-Stylmanille. Saimme heiltä hyviä kommentteja esimerkiksi kysymysten sanavalintoihin ja annettujen vastausvaihtoehtojen laajuuteen.

Kyselylomakkeet on testattava aina ennen varsinaista mittausta. Testaaminen tapahtuu käytännössä niin, että muutama perusjoukkoa vastaava henkilö arvioi kyselyä kriittisesti (Vilkkä 2005, 88). Muokattuamme kysymykset tutkimusryhmältä saadun palautteen mukaan tarkoituksenmukaisemmiksi siirsimme ne Webropoliin, hioimme kyselyiden ulkonäöt mieleisiksi ja tyyliimme sopiviksi ja lähetimme ne noin kymmenelle koehenkilölle.

Arvioinnin kohteena olivat kysymysten ja ohjeiden selkeys, vastausvaihtoehtojen toimivuus, lomakkeen pituus ja vastaamiseen käytetyn ajan kohtuullisuus. Myös olennaisten asioiden tai kysymysten puuttumiseen tai toisaalta ylimääräisiin kysymyksiin oli hyvä saada arviointia. Testaajat kannattaa valita harkiten, sillä testaajien olisi hyvä myös pystyä perustelemaan kommenttinsa. (Vilkkä 2005, 88–89.) Valikoimme koekyselyihin mukaan eri-ikäisiä naisia ja miehiä, eri taustoista ja elämäntilanteista. Saimme palautteeksi tärkeitä huomioita muun muassa käsitteiden selkeydestä, kyselyn rakenteesta ja vastaamisen helppoudesta. Myös kirjoitusvirheet tuli viimeistään tässä kohtaa korjata.

Jokaisen kyselyn alussa oli saatetaksi, jossa esittelimme itsemme ja kerroimme mistä koulutusohjelmasta olemme. Kerroimme myös tutkittavasta aiheesta ja kenelle kysely on suunnattu. Saatteessa ilmeni myös, että yksittäiset vastaukset eivät mene julkiseen levitykseen ja että tulokset ovat apuna ohjauspalveluaritytyksen perustamisessa.

6.3.1 Aikuisten juhlat

Aikuisten juhla -kysely oli pisin ja sisälsi 24 kysymystä. Kaikissa kysymyksissä viimeistä avointa kommenttikenttää lukuun ottamatta oli valmiit monivalintavaihtoehdot. Osa kysymyksistä oli vapaaehtoisia, mutta suurin osa

pakollisia, jotta kyselyä pääsi täyttämään eteenpäin. Vältimme kyselyssä mahdollisimman paljon vapaaehtoisia kysymyksiä, sillä se saattaa helposti ajaa siihen, että kyselyt täytetään vain osittain, jolloin tutkimustieto on köyhempää. Suurimmassa osassa kysymyksistä oli myös avoin “jokin muu, mikä?”-vaihtoehto, johon vastaaja sai halutessaan täyttää vastausvaihtoehtojen ulkopuolisen vaihtoehdon.

Aikuisten juhlakyselyn aloitimme perustiedoilla, iällä ja sukupuolella. Sukupuoleen vastaaminen oli vapaaehtoista. Näin otimme huomioon henkilöt, jotka eivät siihen välttämättä halua vastata. Ikäluokat pyrimme asettamaan niin, etteivät ne olleet liian laajoja. Eri ikävaiheissa olevilla saattaa nousta erilaisia toiveita toiminnan sisällön suhteen. Tarkka ikäkysymys voi olla vastaajalle arka asia, joten ikäluokkien mukaan vastaaminen helpottaa vastaajaa (Hirsjärvi ym. 2000, 199). Määrittelimme, että aikuisten juhlilla tarkoitetaan täysi-ikäisille suunnattuja juhlia, joten asetimme ikäluokat kattamaan iät 18:sta 100 ikävuoteen, seitsemästä kymmeneen vuoden välein.

Kyselyn alussa kysyimme, minkälaisiin juhliin vastaaja voisi kuvitella tilaavansa nykyisessä elämäntilanteessaan ohjauspalveluja. Juhlavaihtoehtoja olivat yleisimmät aikuistenjuhlatyypit syntymäpäivät, polttarit, pikkujoulut, vuosipäivät, teemajuhlat, valmistujaiset ja häät. Kysymykseen sai vastata useamman eri vaihtoehdon. Valituista juhlavaihtoehdoista valittiin tämän jälkeen vain yksi, esimerkiksi polttarit, jonka mukaan annettaisiin vastaukset kyselyn kaikkiin seuraaviin kysymyksiin. Tämä kohta tuotti päänvaivaa kyselyä suunniteltaessa, kun juhlamuotoja oli paljon, emmekä voineet kuitenkaan tehdä jokaisesta juhlasta eri kyselyä. Pidimme tätä toteutustapaa parhaana ratkaisuna.

Seuraavaksi oli luontevaa kysyä perusasioita liittyen juhliin. Kysyimme, minkä kokoiselle ryhmälle toiminta suunnattaisiin, minä viikonpäivänä juhlalat pidettäisiin ja mikä olisi ihanteellinen aloitusajankohta juhlille. Kyselyä laatiessa oli jo oletettavaa, että suurin osa ihmisistä haluaa pitää juhlalat viikonloppuna, mutta emme karsineet kysymystä kuitenkaan pois.

Perusasioiden jälkeen siirryimme sisältöihin liittyviin tarkempiin kysymyksiin. Kysyimme, halutaanko juhliin jokin teema ja jos halutaan, niin mikä ehdottamistamme olisi mieluisin.

Teemakysymyksiä seurasi kysymys kiinnostavimmasta toiminnasta. Vaihtoehtot tähän valikoituivat itseämme kiinnostavista taide- ja kulttuurilähtöisistä toiminnoista sekä niistä, minkä ohjaamiseen meillä on vahvimmat valmiudet olemassa. Vaihtoehdot olivat musiikki, peli ja leikki, teatteri, kuvataide, käsityö ja askartelu.

Halusimme tietää, millaiset yksittäiset toiminnat ja taidemenetelmät vastaajia kiinnostavat. Vaihtoehtoja oli paljon, joten katsoimme hyväksi laittaa ohjeistuksen, että saa valita niin monta kuin haluaa. Tiedostimme, että osa luettelemistamme tekniikoista ja menetelmistä kuulostaisi vieraalta vastaa-

jille, siksi muotoilimme kysymyksen “mitkä seuraavista kuulostavat kiinnostavilta toiminnoilta, joita voisit kuvitella tilaavasi osaksi juhlatoimintaa”.

Tässä vaiheessa vastaajalle oli jo muodostunut käsitys siitä, minkä tyyppistä juhlatoimintaa tutkimuksemme koskee, joten pystyimme kysymään toiminnalle ihanteellista kestoja ja sitä, halutaanko pieni ohjelmanumero osaksi juhlia, vai ohjelmaa juhlien alusta loppuun. Halusimme myös saada tietoa siitä, halutaanko ohjauskokonaisuus koota itse, vai onko mieluisampaa valita valmiita ohjelmapaketteja, teemalla tai ilman.

Halusimme tietää, tuleeko järjestettäviin juhliin lapsia ja halutaanko heille tilata erillistä omaa toimintaa. Tämä asia oli hyvä saada selville, jotta mahdollisen tarpeen ilmetessä osaisimme tarjota myös niin sanottua “lapsiparkki”-toimintaa yhtenä palvelumuotona. Koska alustavana ajatuksena on ollut, että yrityksemme tarjoaa ohjauspalvelut mutta ei varsinaista juhlapaikkaa, halusimme tietää järjestetäänkö juhlat mieluiten kotona, juhlien järjestäjän itse hankkimassa paikassa vai juhlatoiminnan ohjaajien järjestämässä juhlapaikassa.

Kyselyn loppupuolella halusimme tietoa liittyen juhlien maksuasioihin. Kysyimme hintahaarukoin, kuinka paljon vastaaja enintään olisi valmis maksamaan tämän tyyppisestä paketista, ja millainen hinnoitteluperuste sille olisi mieluisin: tuntimäärään, osallistujamäärään vai toiminnan laajuuteen ja sisältöön perustuva hinta.

Kyselyn lopussa oli vapaaehtoinen kysymys, jolla kartoitimme tietoa siitä mikä on tärkeää juhlatoiminnassa. Tällä kysymyksellä saimme kyselyyn järkevän kaaren alusta loppuun. Ihan viimeisenä oli kohta, johon sai jättää halutessaan yhteystiedot, jos vastaajalla on kiinnostusta tämän kaltaiseen toimintaan tulevaisuudessa.

6.3.2 Lastenjuhlat

Lastenjuhlia koskevan kysely oli rakenteeltaan pitkälti samanlainen kuin aikuisten juhlakysely. Juhliin liittyvät monet samat perustiedot, kuten toiminnan kesto, hintaan, juhlatiloihin ja mielenkiinnonkohteisiin liittyvät asiat. Koska juhlat kuitenkin joiltakin osin poikkeavat toisistaan, jotkut kysymykset mukautettiin tarkoituksenmukaisemmiksi ja juuri lapsille suunnattua toimintaa koskeviksi.

Kyselyn aluksi kysyimme, minkä ikäisiä lapsia vastaajalla on, ja minkä ikäiselle lapselle hän tilaisi ohjattua lastenjuhlatoimintaa. Ensimmäisellä kysymyksellä saimme vastaajaan jo pienen henkilökohtaisen otteen, vaikka vasta toinen kysymys oli tutkimuksemme kannalta tärkeä. Sen avulla saamme tietoa minkä ikäiset lapset voisivat olla pääkohderyhmämme, jotta osaisimme huomioida tarjoamamme toiminnan vaikeusasteen lapsen ikäkehityksen mukaisesti sopivaksi.

Seuraavaksi selvitimme, minkä kokoiselle lapsiryhmälle suunnilleen toimintaa tilattaisiin. Vanhemmilla on usein omat selkeät mieltymyksensä lastenjuhlien väkimäärän suhteen. Kysyimme myös mieluista ajankohtaa, sillä omien kokemuksiemme mukaan arvelimme, että lastenjuhlien kohdalla päivällä ei ole niin suurta merkitystä kuin aikuisten juhlan kohdalla.

Tässä kohdassa kyselyä oli ohjeistus, että mahdollisuuksien mukaan seuraaviin teemaa, toimintoja ja menetelmiä koskeviin kysymyksiin olisi hyvä vastata yhdessä lapsen kanssa. Kysyimme, toivotaanko lastenjuhlien rakentuvan jonkin teeman ympärille, ja asetimme vaihtoehtoiksi monenlaisia teemoja perinteisemmistä prinsessa-merirosvoteemoista taiteilija- ja ruoka-teemaan. Kysyimme myös, halutaanko, että ohjaaja eläytyy teeman mukaisesti ja onko vastaajilla kiinnostusta tilata teemaan sopivaa somistusta lisämaksusta.

Teeman jälkeen siirryimme tutkimuksen tärkeimpiin kysymyksiin, eli minäkäläinen toiminta ja millaiset taidelähtöiset menetelmät kiinnostavat eniten. Toimintaa koskevassa kysymyksessä oli samat vaihtoehdot kuin muissakin kyselyissä eli musiikki, peli ja leikki, teatteri, käsityö, askartelu ja kuvataide. Tätä seuraavan kiinnostavia menetelmiä koskevan kysymyksen vastausvaihtoehdot oli mietitty lasten maailmaan sopiviksi.

Kysely siirtyi tämän jälkeen samoihin toiminnan kestoa, laajuutta ja hintaa koskeviin kysymyksiin kuin aikuistenjuhlakyselyssä. Päätimme kyselyn samaan kuin aikuisten juhlakyselyn eli kysymällä tärkeitä tavoitteita juhlatoiminnalle. Viimeisenä oli vapaa kenttä mieleen jääneille asioille ja kommentteille sekä yhteystietokenttä.

6.3.3 Tyky-kysely tyky-toiminnasta vastaavalle

Tyky-kysely tyky-toiminnasta vastaaville sisälsi 14 kysymystä. Suurin osa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä. Ensimmäisellä kysymyksellä selvitimme, mikä on vastaajan työpaikan toimiala. Tämä kysymys oli avoin, joten vastaaja sai omin sanoin kirjoittaa vastauksensa. Tämän jälkeen kysyimme, kuinka usein tyky-toimintaa tällä hetkellä järjestetään työpaikalla.

Seuraavaksi kysyimme samoja perusasioita, kuin muissa kyselyissä: ryhmän kokoa, sopivaa paikkaa, ajankohtaa miten tyky-toiminta asettuu päivään mieluiten sekä toiminnalle sopivaa kestoa. Näiden jälkeen siirryimme kyselyn ydinkysymyksiin, eli millainen toiminta ja mitkä taidelähtöiset menetelmät kuulostavat kiinnostavilta toteutettavaksi tyky-toimintana. Kyselyn loppu oli rakenteeltaan samankaltainen kuin juhlakyselyissä, monivalintavaihtoehdot ja kysymysten muodot vain olivat erilaiset, tyky-toimintaan sopivat.

6.3.4 Tyky-kysely muulle työyhteisölle

Työntekijöille suunnattu kysely oli kyselyistämme lyhyin, sisältäen 12 kysymystä. Kysely oli muuten sama kuin tyky-toiminnasta vastaaville suunnattu kysely, mutta tässä kyselyssä emme kysyneet hinnoitteluun ja maksun koostumiseen liittyviä mieltymyksiä. Työyhteisölle suunnattu kysely poikkesi myös siten aiemmasta, että loppupuolella esitimme kaksi väittämää “tyky-toiminta on mielestäni tarpeellista” ja “tyky-toimintaa järjestetään työpaikallani riittävästi”. Näihin väittämiin sai vastata valitsemalla sopivan vaihtoehdon täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, en osaa sanoa, jokseenkin eri mieltä ja täysin eri mieltä.

6.4 Kyselyiden levittäminen

Kyselyitä levitimme sosiaalisen median ja sähköpostin kautta. Seuraavaksi avaamme sosiaalisen median käsitteen ja kerromme miten käytännössä hyödynsimme näitä jakelukanavia.

6.4.1 Kyselyiden levittäminen sosiaalisessa mediassa

Päätimme ottaa yhdeksi kyselyiden jakelukanavaksi sosiaalisen median. Sosiaalisella medially tarkoitetaan julkista sivustoa, joka on helposti yleisön saatavilla luettavaksi ja osallistuttavaksi. Julkinen tieto missä tahansa muodossa on media, johon yhteisöt tuottavat merkityksellistä sisältöä henkilön omasta näkökulmasta. Kun useampi ihminen tuottaa sisältöä ja tuo omaa lisäystä näkökulmastaan, syntyy sosiaalinen media. (Korpi 2010, 7–9.)

Sosiaalista mediaa käyttävät pääsääntöisesti tavalliset ihmiset. Käyttäjät eivät välttämättä itse miellä käyttävänsä sosiaalista mediaa, vaan keskustellevansa ja seuraavansa jollain sivustolla, mistä löytyy ihmisiä, joilla on samoja kiinnostuksen kohteita. (Korpi 2010, 17.)

Sosiaalista mediaa voi hyödyntää yrityksen tarpeisiin, jos yritykselle asetettu kohderyhmä löytyy mediasta (Korpi 2010, 18). Meidän kohdallamme näin oli, esimerkiksi yhteisöpalvelu Facebookissa on käyttäjänä erittäin paljon yrityksemme määrittämää kohderyhmää: kulttuurilähtöisestä toiminnasta kiinnostuneita henkilöitä, lapsiperheitä ja monenlaisia työntekijöitä. Facebookissa on esimerkiksi paljon erilaisia kädentaito- ja hyvinvointiryhmiä, jotka ovat käytännössä suoraan kohderyhmäämme. Yksi perustelu sosiaalisen median käyttöön tutkimuksemme apuna oli myös sen ilmaisuus. Maksullisiakin palveluita löytyy, mutta lähes kaikista uusista sosiaalisen median palveluista löytyy myös ilmaisia versioita.

Olemme viime aikoina huomanneet omassa elämässämme sosiaalisen median voiman ja vimman. Ihmiset ovat rohkaistuneet tuottamaan tietoa ja on

ollut uskomatonta huomata, miten nopeasti tieto tavoittaa suuria määriä ihmisiä. Tämä on näkynyt esimerkiksi tilanteissa, joissa yksittäinen henkilö on julkaissut jonkin normaalista poikkeavan tiedon ja sitä on saatettu jo vuorokaudessa jakaa tuhansia kertoja eteenpäin.

Olemme kumpikin Facebookissa käyttäjänä, joten sen käyttö tuntui luontevalta myös kyselyiden levittämisessä. Olemme hyödyntäneet Facebookia ennenkin tiedon levittämisessä, mainostuksessa sekä tapahtumien järjestämisessä ja markkinoinnissa. Myös opinnoissamme on korostunut sosiaalisen median käyttö erilaisissa yhteyksissä, esimerkiksi verkostoitumisessa.

Jaoin kyselyä ensin omilla Facebook-seinillämme. Tämä tuntui luontevalta, koska lähipiirissämme on paljon henkilöitä, jotka ovat kiinnostuneet kulttuurilähtöisestä toiminnasta. Kerroimme tekstissä tutkimuksestamme ja siitä, kenelle kyselyt on suunnattu. Kehotimme Facebook-kavereitamme jakamaan kyselyitä eteenpäin, jotta saisimme mahdollisimman paljon vastauksia kasaan.

Otimme selvää, millaisia kyselykohderyhmäämme soveltuvia erilaisia ryhmiä Facebookista löytyy. Erilaisia käsityöryhmiä löytyi paljon, mutta valikoimme joitakin aktiivisimpia ja lähialueita koskevia, joihin kyselyitä levitimme. Näitä olivat esimerkiksi *Käspaikka - käsityö verkossa*, *Luova Hämeenlinna*, *Terveyttä kulttuurista*, *Työhyvinvointifoorumi*, *Työhyvinvointi*, *Hyvinvointia työpaikoille*, *CuRec*.

Emme olleet varmoja ryhmien säännöistä tämänlaisen markkinoinnin suhteen, joten kaikkiin ryhmiin emme laittaneet ilmoitusta suoraan seinälle, vaan otimme ensin yhteyttä ylläpitoon. Valitettavasti monessa paikassa ylläpito ei reagoinut yhteydenottoomme. Pienemmissä ryhmissä, kuten *Luova Hämeenlinna*, laitoimme kyselyt jakoon ilman, että erikseen kysyimme lupaa levitykseen. Näissä ryhmissä oli jo ennestään mainoksia erilaisista tapahtumista, tutkimuksista ja projekteista. Facebook-ryhmissä kyselyiden jakamisessa huomasimme ongelmana sen, että kyselyt eivät näy ajankohdaisina uutisina kauaa ja hukkuivat viestien paljouden joukkoon.

6.4.2 Kyselyiden levitys sähköpostilla

Toinen tärkeä kyselyiden levittämiskeino oli sähköposti. Aloitimme laatimalla listan tahoista, joille lähettäisimme kyselyt. Valikoimme tahot pääasiassa Hämeenlinnan alueella toimivista yrityksistä, oppilaitoksista ja järjestöistä. Samalla pohdimme, mikä tai mitkä kyselyistä lähetetään minnekin. Teimme rajausta esimerkiksi lähettämällä Hämeenlinnan alueen alakouluihin sekä päiväkoteihin pelkän lastenjuhlakyselyn. Viestin yhteydessä pyysimme jakamaan kyselyä eteenpäin oppilaiden tai hoitolaisten vanhemmille.

Joissakin tapauksissa emme lähettäneet ainoastaan yhden kyselyn sijasta useamman, uskoen että kaikki valituista kyselyistä saattaisivat olla sopivia

kyseiselle kohderyhmälle. Näin toimimme esimerkiksi lähestyessämme kaupungin eri työntekijöitä. Lähetimme heille sekä työ-toiminta että aikuistenjuhlahkyselyn. Jokaisen henkilön/kohteen kohdalla mietimme erikseen mikä/mitkä kyselyt voisivat olla sopivia. Ohjasimme kuitenkin henkilöitä valitsemaan kyselyistä itselleen ajankohtaisimman, mutta halutessaan heillä oli mahdollisuus vastata useampaan eri kyselyymme.

Levitimme kyselyitä myös koulun sisäisesti sähköpostilla. Saimme ohjeistusta, että opiskelijoilla ei ole oikeutta lähettää suuria massaviestejä kaikille koulutusohjelmille. Lähetimme kyselyt saateviesteineen eri koulutusohjelmien opoille ja pyysimme heitä levittämään kyselyitä opiskelijoille ja henkilökunnalle.

6.5 Havainnot kyselyn tekemisestä

Totesimme koekyselyiden lähettämisen erittäin tärkeäksi osaksi prosessia, sillä jos emme olisi lähettäneet niitä, olisivat lopulliset kyselyt olleet paljon vaikeaselkoisemmat ja puutteelliset. Huomasimme, että kun pyörittelee samoja kysymyksiä mielessään monta päivää asioiden ollessa itselle kovin tuttuja, voi helposti tulla sokeaksi sille, kuinka eri ihmiset ymmärtävät kysymykset eri tavoin ja tästä voi seurata väärinymmärryksiä. Tutki ja kirjoita-kirjassa sanotaan, että kyselylomakkeen laadintaa on pidetty jopa taitteen muotona. Onnistuneen lomakkeen aikaan saamisessa oleellista on monenlainen tieto ja kyselyn laatijan persoonalliset kokemukset. (Hirsjärvi ym. 2000, 198.)

Webropolin käyttö kyselypohjana oli selkeää ja mutkatonta. Sen avulla kyselystä sai tehtyä vastaajan kannalta helposti täytettävän ja kevyen. Varsinainen kyselyiden lähettäminen tässä opinnäytetyössä taas osoittautui haastavammaksi kuin etukäteen osasimme odottaa. Olimme opinnäytetyösuunnitelmaamme varanneet liian vähän aikaa tähän osuuteen. Emme olleet osanneet huomioida, että ihmisten yhteystietojen etsiminen, listaaminen ja suunnittelu vievät yllättävän paljon aikaa. Myös rajaus tuotti tässä hieman vaikeuksia, kenelle lähettää ja mikä kyselyistä.

Alakouluihin lähetimme viestiä helmikuun viimeisellä viikolla, joka osoittautui mahdollisesti virheeksi, sillä kyseinen viikko oli alueen peruskoulujen hiihtolomaviikko. Kuitenkin ainakin yksi rehtori kertoi jakaneensa kyselymme koulunsa lasten vanhemmille verkkoyhteistyöjärjestelmä Wilman avulla.

Parhaiten vastauksia saimme sosiaalisen median avulla. Vastausmäärien perusteella epäilemme, että kovin moni sähköpostitse lähestymämme taho ei pyynnöstä huolimatta jakanut kyselyä eteenpäin. Ymmärrämme, että se tuottaisi lisävaivaa ehkä muutenkin kiireiseen työarkeen ja että esimerkiksi järjestöillä on tapana lähettää jäsenistölleen vain omaa toimintaansa koskevia viestejä. Jatkoa ajatellen kyselyn jakoon käytettyjä resursseja kannattaa

painottaa enemmän sosiaalisen median kuin sähköpostin puoleen, sillä vastausmäärien perusteella ihmiset tavoittaa parhaiten sosiaalisen median kautta.

7 TUTKIMUSTULOSTEN ESITTELY

Vastauksia saimme kyselyihin vaihtelevasti. Aikuisten juhlakyselyyn 102 vastausta, lastenjuhlakyselyyn 71, tyky-kyselyyn työntekijöille 49 ja tyky-kyselyyn tyky-toiminnasta vastaaville henkilöille kymmenen vastausta. Vastauksia oli siis yhteensä 232. Olemme tyytyväisiä vastausmääriin, etenkin aikuisten juhlien kohdalla. Vastausmäärää voi pitää tähän tarkoitukseen täysin riittävänä.

Seuraavassa esittelemme osan saaduista tuloksista. Ensimmäisenä aikuisten juhlat, sen jälkeen lastenjuhlat, lopuksi ensin tyky-toiminta työntekijöille ja sitten tyky-toiminnasta vastaaville henkilöille.

7.1 Aikuisten juhlat

Aikuisten juhla -kyselyn 102 vastaajasta 94 oli naisia ja kuusi miehiä. Sukupuoli-kohtaan vastaaminen oli vapaaehtoista, kaikista vastaajista kaksi jätti vastaamatta. Osasimme etukäteen odottaa, että perinteisesti tämänlaisesta kulttuuritoiminnasta kiinnostuneina naiset tulevat olemaan pääasiallinen vastaajaryhmämme ja myös tulevan yrityksen pääkohderyhmä. Vaikka kyselyihin ei vastannutkaan moni mies, emme kohdenna toimintaamme pelkästään naisiin, vaan otamme myös miehet huomioon lopullisessa yritys-ideassamme. Oli siis tärkeää saada edes suuntaa-antavaa tietoa miesten kiinnostuksenkohteista.

Vastaajista puolet eli 51 olivat iältään 18–25 vuotiaita nuoria aikuisia. Reilu neljännes, 27 vastaajaa oli 26–35 vuotiaita, ja loput 24 vastaajaa jakaantui tasaisesti 36–65 ikävuosien välille. Siihen, että nuoret aikuiset olivat aktiivisimpia vastaajia, saattoi vaikuttaa se, että kysely oli verkossa, ja verkossa toimiminen on monelle nuorelle luontevaa ja jokapäiväistä toimintaa. Vastaajien ikäjakaumasta voinee myös päätellä, että etenkin nuorilla aikuisilla on kiinnostusta erilaista, kulttuurilähtöistä juhlatoimintaa kohtaan. Nuorilla aikuisilla on halu panostaa erilaisiin juhliin.

Kysymykseen “Millaisiin juhliin tilaisit ohjauspalveluja nykyisessä elämäntilanteessasi” vastaaja sai valita itselleen 1–3 elämäntilanteeseensa sopivinta vaihtoehtoa. Polttarit (n=59), syntymäpäivät (n=54), teemajuhlat (n=44) ja pikkujoulut (n=39) olivat vastaajien suosituimpia mahdollisia tilauskohteita. Avoimeen “jokin muu”-kohtaan annettiin vaihtoehdoksi ystävätapaaminen.

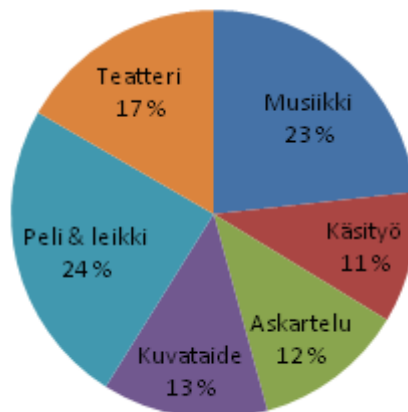
Näistä valituista juhlista vastaaja valitsi seuraavaksi yhden ajankohtaisimman, jonka mukaan hän tulisi vastaamaan kyselyn loppuihin kysymyksiin (taulukko 1). Noin 29 prosenttia eli 30 vastaajaa vastasi itselleen tällä hetkellä ajankohtaisimmaksi juhlaeksi syntymäpäivät. Toiseksi eniten vastauksia keräsi polttarit, noin 25 prosenttia eli 26 vastausta. Kaikki vaihtoehdot saivat kannatusta. Jokin muu, mikä? -vastaukset olivat ”kaveritapaaminen” ja vastaus ”tällä hetkellä ei ole ajankohtaisia juhla tiedossa”.



Taulukko 1. Aikuisten juhlakysely: ajankohtaisin juhla

Aikuisten juhla -kyselyyn vastanneita kiinnosti juhlien toimintamuotona eniten musiikki sekä peli ja leikki (taulukko 2). Suuria eroja ei ole muidenkaan vaihtoehtojen välillä. Vähiten kiinnostavaksi vastaajat valitsivat käsityön. Voi olla, että moni näkee käsityön tietyn tyyppisenä, perinteisenä käsityön tekemisenä, esimerkiksi neulomisenä, eikä sen takia ole valinnut käsityötä juhlatoiminnaksi. On myös mahdollista, että kyselyyn vastannut ajattelee, että käsityö toimintana on sellaista, joka ei kiinnosta kaikkia juhla vieraita. Sen sijaan musiikki, pelit ja leikit ovat toimintaa, joista suurin osa vieraista voisi pitää. Tähän kysymykseen sai vastata 1–3 mieluisinta vaihtoehtoa. Vastauksia valittiin yhteensä 253.

Minkälainen toiminta kiinnostaa eniten? (n=102)



Taulukko 2. Aikuisten juhlakysely: eniten kiinnostava toiminta

Vertasimme, poikkeavatko miesten ja naisten toiveet keskenään, koska halusimme tietää onko toiveissa selkeitä eroavaisuuksia. Eniten kiinnostavaa toimintaa koskeva taulukko (taulukko 2) kuvastaa lähes suoraan naisten toiveita. Miesten vastaukset poikkesivat tästä niin, että musiikin osuus oli selkeästi suurin. Noin 37 prosenttia vastanneista miehistä oli valinnut musiikin 1–3 kiinnostavimmaksi toiminnaksi. Toiseksi kiinnostavimpana toimintana tuloksissa näkyi peli ja leikki (25 %). Muuten jakaumat olivat samansuuntaiset, ainoastaan askartelu ei saanut miehiltä lainkaan kannatusta.

Seuraavaksi kysyimme vastaajien kiinnostusta teeman mukaan toteutetun juhlatoiminnan suhteen. Noin 68 prosenttia vastaajista haluaisi juhliin tilatun toiminnan rakentuvan jonkin tietyn teeman ympärille. 29 vastaajaa ei osannut vastata tähän ja vain neljä ei halunnut juhlatoimintaan teemaa.

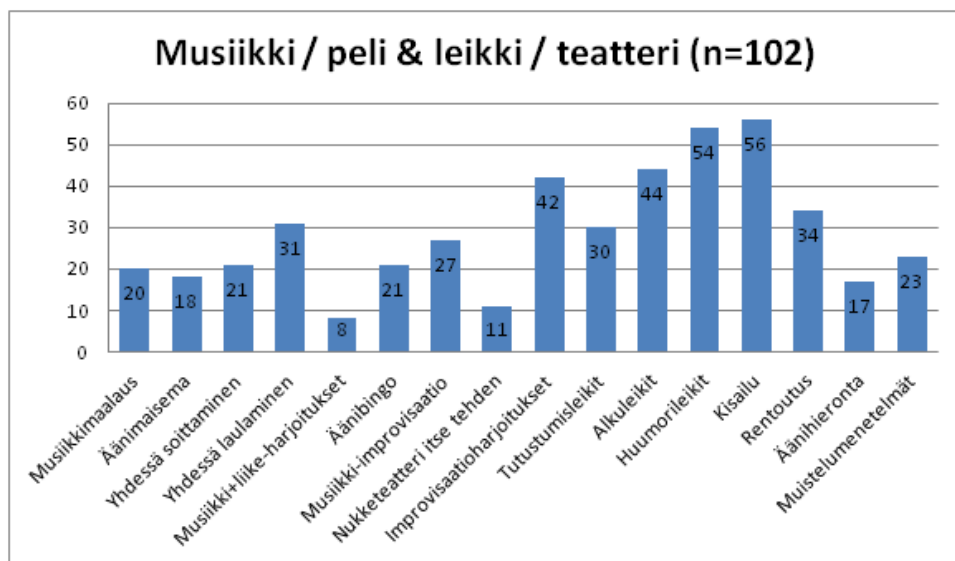
Teemaa koskevaan kysymykseen sai valita 1–5 mieluisinta vaihtoehtoa, ja vastauksia kertyikin yhteensä 373 (taulukko 3). Kaikki vaihtoehdot saivat kannatusta. Suosituimpia teemoja olivat eri aikakaudet ja vuosikymmenet, satu ja fantasia sekä naamiaiset, vähiten kannatusta sai maatila-teema. Yhdeksän vastaajaa valitsi avoimen “jokin muu”-vaihtoehdon, johon sai esittää oman teematoiveensa. Näitä olivat jokin juhlittavalle tärkeä teema; aktiivinen hulluttelu-tuokio; rakkaus; roolileikit ja kierrätysaiheiset jutut; kevätkauden avaus ja remontin valmistuminen; stand up; jokin paikka, esim. viidakko; hahmobileet sekä polttarit häiden teemaan sopien.



Taulukko 3. Aikuisten juhlakysely: mieluisimmat teemat

Kiinnostavimmilta kuulostavia toiminnallisia ja kädentaidollisia menetelmiä juhliin sai valita niin monta kuin halusi. Vastauksia tuli yhteensä 728 (taulukot 4 ja 5), ja ne jakautuivat kaikkiin tarjottuihin vaihtoehtoihin. Olemme jakaneet vastaukset taulukoihin menetelmien mukaan kahtia toiminnallisiin (musiikki, peli ja leikki sekä teatteri) ja kädentaidollisiin (kuvataide, käsityö ja askartelu).

Musiikki, peli ja leikki sekä teatterin alla olevista menetelmistä kiinnostavimmilta vastaajista kuulostivat kisailu, huumorileikit, alkuleikit, improvisaatioharjoitukset, rentoutus sekä yhdessä laulaminen (taulukko 4). Vähiten vastauksia saivat musiikki+liike -harjoitukset sekä nukketeatteri itse tehden.



Taulukko 4. Aikuisten juhlakysely: kiinnostavimmat toiminnalliset menetelmät

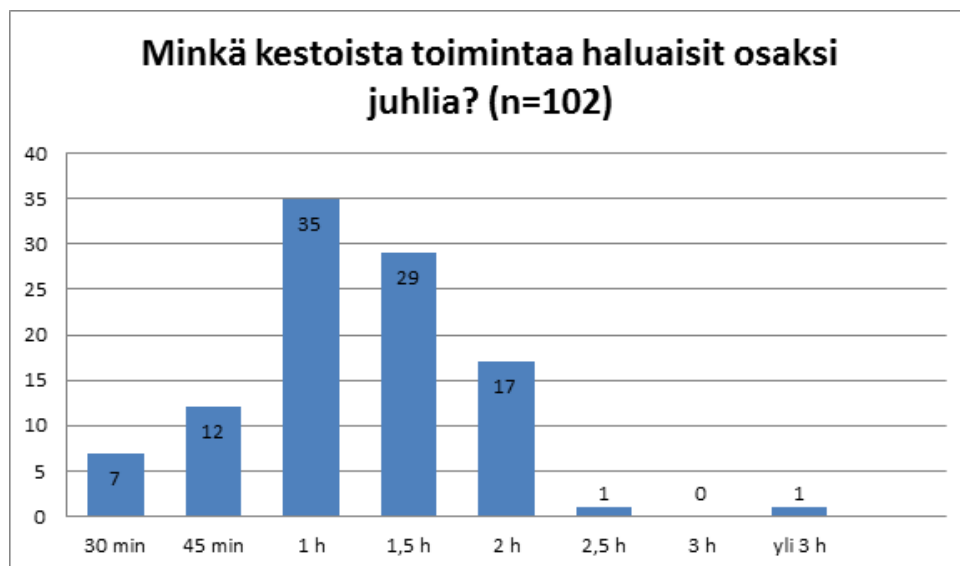
Kuvataide, käsityö ja askartelun alla olevista menetelmistä kiinnostavimilta vastaajista kuulostivat yhteisteokset, kierrätysmateriaaliaskartelu, yhteismaalaus, voimahahmon valmistus sekä kollaasiteos (taulukko 5). Vähiten kannatusta saivat kahvipakettiaskartelu, paperipunonta ja paperihelmeily. Voi olla, että kolme vähiten kannatusta saanutta menetelmää kuulosti vastaajista liian vanhahtavilta ja arkisilta juhlatoiminnaksi, joten siksi ne jäivät vähemmälle suosiolle.



Taulukko 5. Aikuisten juhlakysely: kiinnostavimmat kädentaide- ja käsityömenetelmät

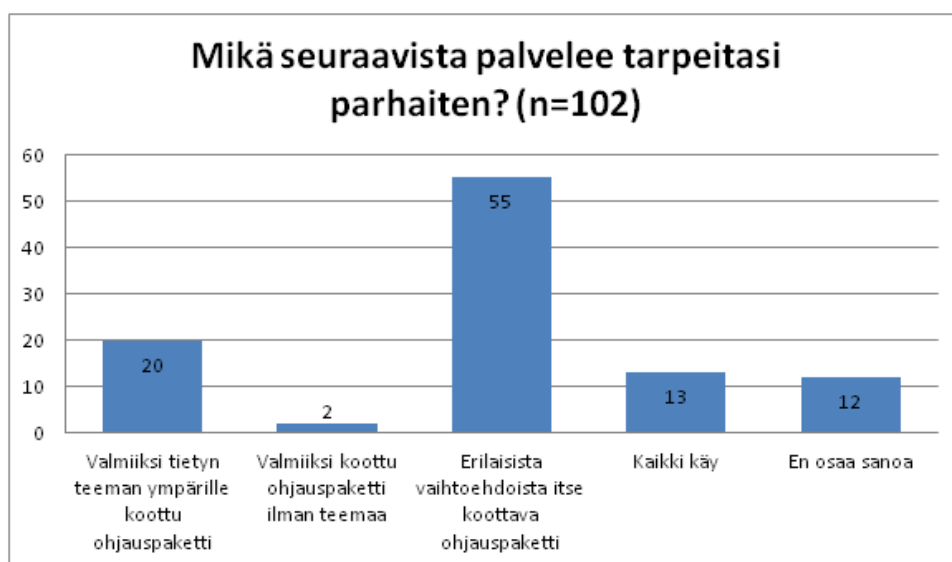
Tässä vaiheessa olimme saaneet selville, minkä sisältöistä taide- ja kulttuurilähtöistä toimintaa vastaajat olisivat kiinnostuneita tilaamaan. Myös vastaajille oli muodostunut käsitys siitä, minkä tyyppistä juhlatoimintaa tutkimuksemme koskee, joten pystyimme siirtymään juhlien toteutuksen käytäntöön liittyviin kysymyksiin.

Aloitimme kysymällä juhlatoiminnan ihanteellista kestoa (taulukko 6). Selkeästi yli puolet, 64 vastaajaa, toivoi toiminnan kestoksi 1–1,5 tuntia. Yli kahden tunnin kestoiselle toiminnalle ei kyselytulosten mukaan ole merkittävää kysyntää.



Taulukko 6. Aikuisten juhlakysely: juhlatoinnin ihanteellisin kesto

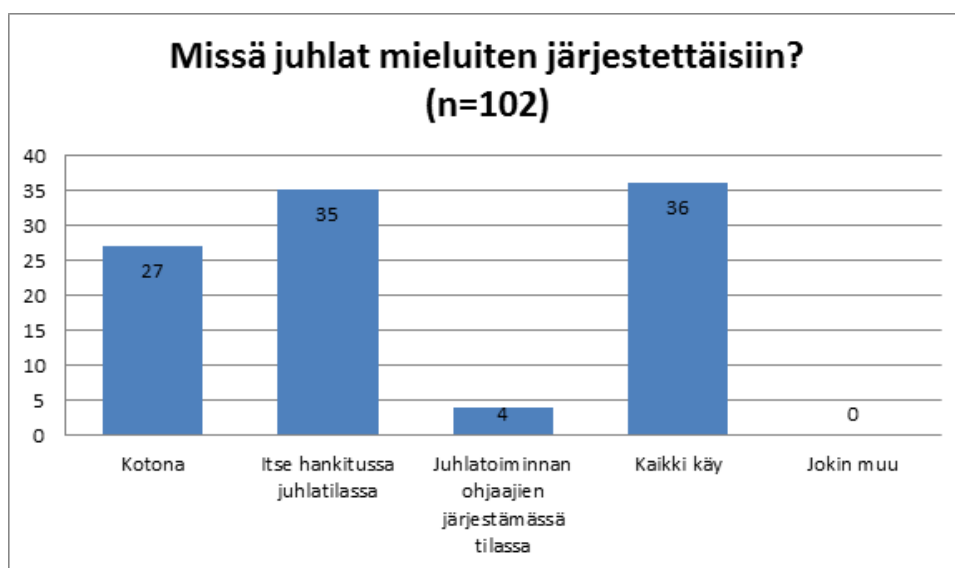
Seuraavana kysyimme, millä tavalla koottu ohjauspaketti palvelee vastaajien tarpeita parhaiten (taulukko 7.) Hieman yli puolet, 55 vastaajaa vastasi tarpeitaan palvelevan parhaiten erilaisista vaihtoehdoista itse koottava ohjauspaketti. Vastaajat haluavat siis koota itse ohjauspaketinsä, jotka sopivat juuri heidän juhliin ja vierailleen parhaiten. Tämä on yritysideoita kannalta tärkeä tieto: meidän kannattaa siis valmiiden pakettien sijaan tarjota yksittäisiä ohjausvaihtoehtoja, jotka ovat vapaasti yhdisteltävissä. Tietyn teeman ympärille koottu ohjauspaketti palvelee kyselyn perusteella 20 vastaajan tarpeita.



Taulukko 7. Aikuisten juhlakysely: parhaiten palveleva ohjauspaketti

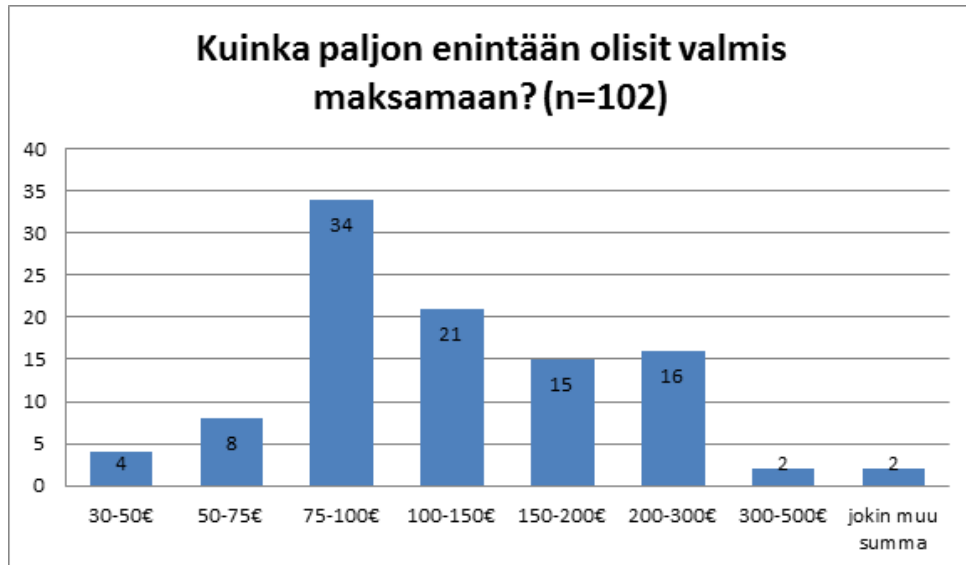
Halusimme tietää, tuleeko juhliin lapsia ja halutaanko heille tilata erillistä omaa toimintaa. Yli puolet vastanneista, 58 olisi pitämässä lapsettomat juhlat, mutta vastaajista 30 eli noin kolmasosa toivoisi juhliin omaa toimintaa suunnattuna erityisesti lapsille. Valikoimaan on siis hyvä sisällyttää jonkinlainen lapsiparkki-vaihtoehto.

Tämän jälkeen kysyimme, järjestetäänkö juhlat mieluiten kotona, juhlien järjestäjän eli tilaajan itse hankkimassa paikassa vai juhlatoiminnan ohjaajien eli meidän järjestämässä juhlapaikassa (taulukko 8). Vastaukset jakaantuivat melko tasaisesti. 36 vastaajaa oli sitä mieltä, että juhlapaikaksi käyvät kaikki vaihtoehdot. 35 vastaajaa järjestää juhlat mieluiten itse hankitussa juhlatilassa ja 27 kotona.



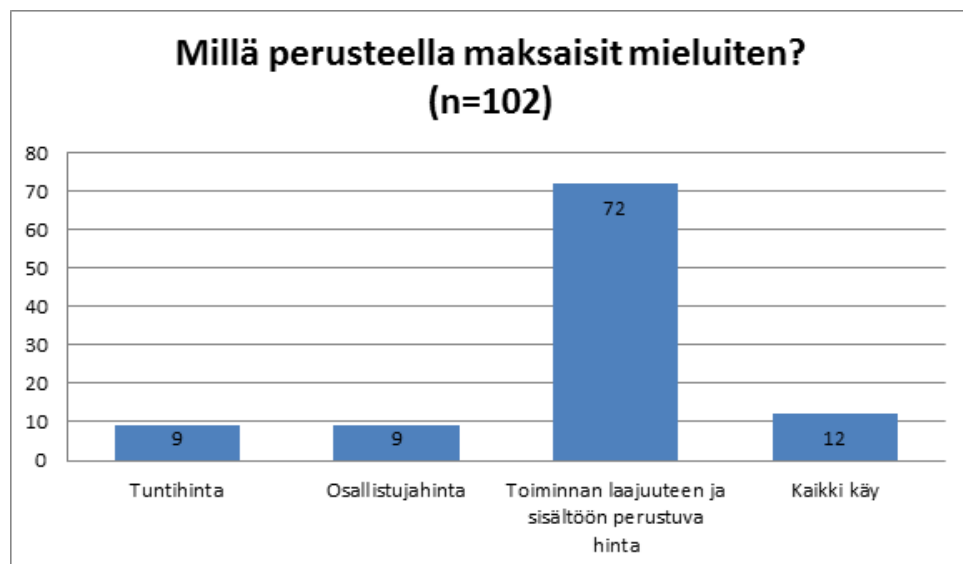
Taulukko 8. Aikuisten juhlakysely: mieluisin juhlapaikka

Seuraavaksi kysyimme, kuinka paljon enintään vastaaja olisi valmis maksamaan tämänlaisesta juhlatoiminnasta (taulukko 9). Noin 35 prosenttia eli 34 vastaajaa olisi valmis maksamaan enintään 75–100€ kulttuurilähtöisestä ohjatusta toiminnasta. Suurin osa vastauksista, noin 84 prosenttia asettuu 75–300€ välille. Jokin muu summa -kohtaan vastauksiksi tuli ”maksimissaan 1000€” ja ”riippuu todella paljon sisällöstä, kestosta ja osallistujamäärästä”.



Taulukko 9. Aikuisten juhlakysely: toivottu enimmäishinta

Toivotun enimmäishinnan jälkeen halusimme tietää, millä perusteella vastaajat haluaisivat aikuisten juhliin suunnatusta ohjauspalvelusta maksaa (taulukko 10). Selkeä enemmistö vastaajista, noin 73 prosenttia, oli sitä mieltä, että maksaisivat mieluiten hintaa, joka on muodostunut toiminnan laajuuden ja sisällön mukaan. Tuntiperusteinen ja osallistujamäärään perustuva hinnoittelu ovat kumpikin mieluisimpia yhdeksälle vastaajalle. Kaikki mainitut maksuvaihtoehdot puolestaan käyvät 12 vastaajalle.



Taulukko 10. Aikuisten juhlakysely: maksun muodostuminen

Viimeisenä kysyimme, mitkä ovat vastaajien mielestä aikuisten juhlatoinnin tärkeimpiä tavoitteita, joihin toiminnalla tulisi pyrkiä (taulukko 11). Nämä on hyvä huomioida toimintaa suunniteltaessa. Hauskanpito (n=76), yhdessä oleminen (n=69), arjesta poikkeava tekeminen (n=40) sekä uusien

elämysten saaminen (n=37) korostuivat tärkeimmiksi lisäarvon tuojiksi aikuisten juhlatoiminnassa.



Taulukko 11. Aikuisten juhlakysely: toiminnalle tärkeimmät tavoitteet

Kyselyn lopussa oli vapaakenttä, johon sai kirjoittaa kommentteja, ja jos jotain oleellista jäi sanomatta. Saimme kommenteissa paljon kiitosta hyvästä ideasta. Saimme myös vinkin, että oikeanlaisella markkinoinnilla asiakas, joka ei muuten tulisi tilanneeksi tämän kaltaista, saattaisi olla kiinnostunut tilaamaan taide- ja kulttuurilähtöisiä ohjauspalveluita omiin juhliinsa.

7.2 Johtopäätökset aikuisten juhlakyselystä

Saatujen kyselytulosten perusteella teimme johtopäätöksiä eniten kannatusta saaneiden vastausvaihtoehtojen mukaisesti. Katsoimme saatuja vastauksia kuitenkin kriittisesti ja huomioiden, että joissakin kohdissa on saatanut olla mahdollisuus väärinymmärryksiin.

Tulosten pohjalta tarjonta kannattaisi kehitellä pääosin naisille, sillä naiset ovat todennäköisesti kiinnostuneempia tällaisesta toiminnasta kuin miehet. Tarjonnassa otetaan kuitenkin huomioon myös miehet pitämällä tarjonta mahdollisimman sukupuolineutraalina. Tulevalle yrityksellemme hyvänä haasteena on saada miehetkin innostumaan kulttuurilähtöisistä menetelmistä. Kyselyn verkkomuotoisuuden vuoksi otanta ei ehkä ole kaikista todennäköisistä, mutta kyselytulosten mukaan etenkin nuorilla aikuisilla on kiinnostusta erilaista, kulttuurilähtöistä juhlatoimintaa kohtaan. Nuorilla aikuisilla on halu panostaa erilaisiin juhliin.

Tarjottavan taide- ja kulttuurilähtöisen juhlatoiminnan kannattaa rakentua erityisesti syntymäpäiviin, polttareihin ja teemajuhliin soveltuvaksi. Aikuisten juhliin kannattaa tarjota eniten toiminnallisia menetelmiä ja miesten vastauksissa ylivoimaisesti suosituimmaksi nousutta musiikkiin liittyvää toimintaa. Muitakaan toimintamuotoja, kuten kuvataidetta tai käsitöitä, ei kuitenkaan pidä unohtaa, sillä kaikki herättivät kiinnostusta.

Ohjatun toiminnan on hyvä olla erilaisiin teemoihin mukautuvaa. Suositut teemoja ovat erityisesti vuosikymmenet ja aikakaudet, joita on etenkin musiikki- ja ilmaisullisissa menetelmissä helppo huomioida. Muita suosittuja ovat satu, fantasia ja naamiaiset, jotka taipuvat hyvin mihin vain menetelmiin. Ohjausvaihtoehtojen esittelyssä voisi ilmetä, mikäli ne on mahdollista toteuttaa teemasidonnaisesti.

Aikuisten juhlatarjontaan kannattaa toiminnallisista menetelmistä sisällyttää ainakin erilaiset tutustumis-, alku- ja huumorileikit, kisailu, improvisaatioharjoitukset, yhdessä laulaminen, rentoutus ja musiikki-improvisaatio. Taidelähtöisistä menetelmistä tarjontaan kannattaa valita yhteismaalaukset ja muut kollaasi- ja yhteisteokset, kierrätysmateriaaliaskartelu, voimahahmon valmistus sekä myös korutyöt ja sisustus-/kattauskoristeet. Nämä saivat kyselyissä eniten kannatusta.

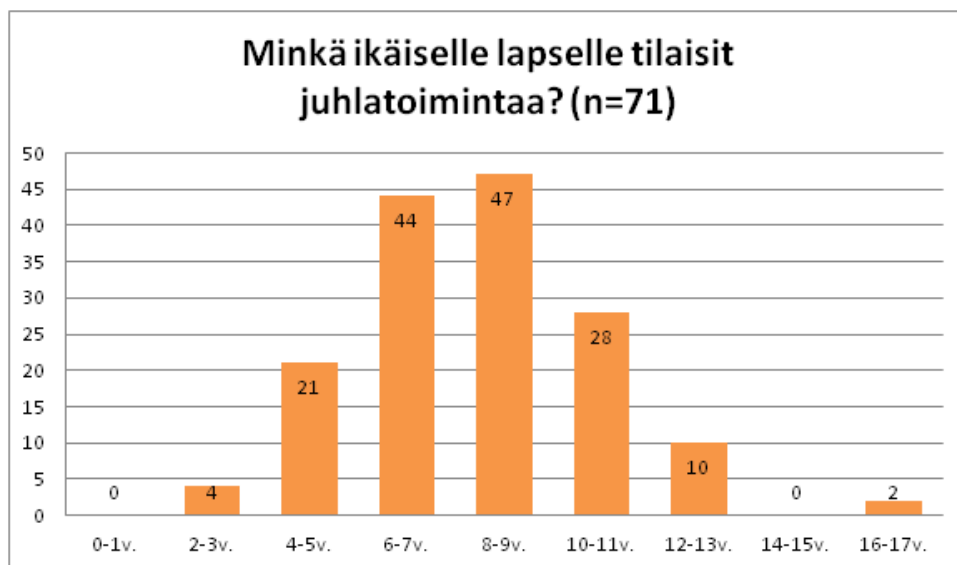
Yrityksen kannattaa valmiiden pakettien sijaan tarjota yksittäisiä ohjausvaihtoehtoja, jotka ovat asiakkaan itse yhdisteltävissä. Valikoimassa voi olla myös joitakin valmiiksi laatimiamme, ”hyväksi havaittuja” kokonaisuuksia helpottamassa asiakkaan päätöksentekoa ja vaihtoehtona niille, jotka haluavat valita mieluiten valmiin paketin. Tarjolle on hyvä antaa myös lapsiparkki-vaihtoehto, jonka sisällön voisi esimerkiksi valita lastenjuhla-valikoiman puolelta.

Yhteenvetona tärkeäksi toiminnalle koetaan hauskanpito, yhdessä oleminen, uusien elämysten saaminen sekä arjesta poikkeava tekeminen. Nämä ovat niitä asioita, jotka tuovat lisäarvoa juhlatoiminnalle ja joita kannattaa korostaa myös markkinoinnissa.

7.3 Lastenjuhlat

Lastenjuhlakyselyyn saimme 71 vastausta. Kyselyn aluksi kysyimme, minkä ikäisiä lapsia vastaajalla on ja minkä ikäisille hän lastenjuhlatoimintaa tilaisi. Vastaaja sai valita kysymykseen useamman ikävaihtoehdon. Vastausten mukaan juhlatoimintaa tilattaisiin pääasiassa 4–11 vuotiailla lapsille (taulukko 12). Tälle välille asettui noin 90 prosenttia vastauksista.

Pääasiallinen kohderyhmä on vastausten perusteella kuudesta yhdeksään vuotiaat, joka keräsi 58 prosentin kannatuksen. Varhaisnuorille ja nuorille ei juurikaan ole kysyntää, eikä myöskään ihan vauvoille. Suurin piirtein tällaista ikähaarukkaa osasimme omien kokemustemme perusteella odottaa.



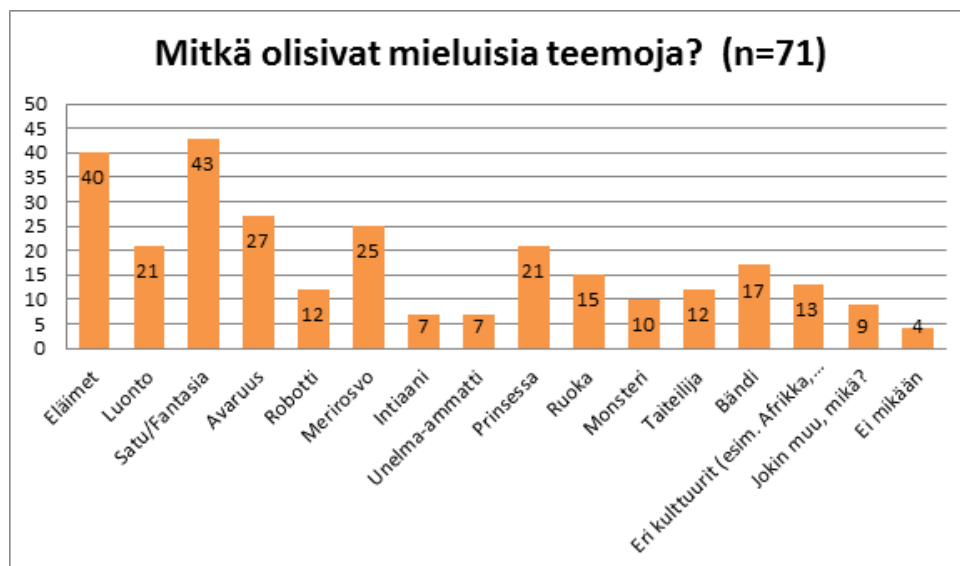
Taulukko 12. Lastenjuhlakysely: kohderyhmän ikä

Seuraavaksi kysimme, minkä kokoiselle lapsiryhmälle lastenjuhlatoimintaa tilattaisiin. Yli puolet, 41 vastaajaa tilaisi lastenjuhlatoimintaa kuudesta kymmeneen hengen ryhmälle ja noin 32 prosenttia eli 23 vastaajaa 11–15 hengen ryhmälle. Vain yksittäiset vastaajat järjestäisivät juhlia, joihin tilaisivat alle viidelle tai yli 16 hengelle toimintaa.

Seuraavat teemaa, toimintaa sekä toiminnallisia ja kädentaidollisia menetelmiä koskevat kysymykset pyysimme vastaajaa täyttämään mahdollisuuksien mukaan yhdessä lasten kanssa. Näin saimme varmintaa tietoa lasten oikeista kiinnostuksenkohteista.

Aloitimme kysymällä, haluttaisiinko juhlatoiminta jonkin teeman mukaan toteutettuna. Suurin osa vastaajista, noin 83 prosenttia haluaisi ohjelman rakentuvan jonkin tietyn teeman ympärille. Vastaajista kaksi ei halunnut teemaa ollenkaan ja 11 ei osannut sanoa kantaansa.

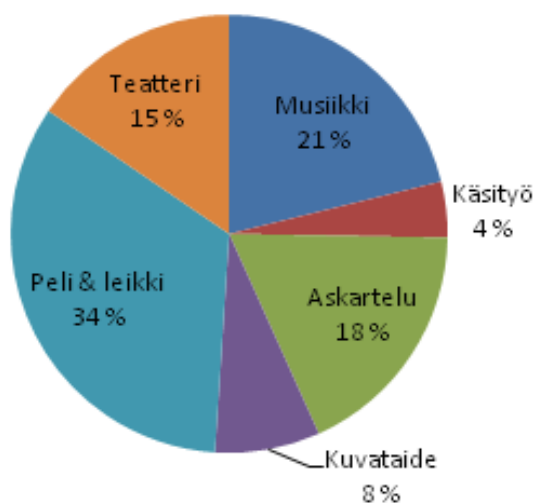
Mieluisimmiksi teemavaihtoehtoiksi ehdottamistamme valikoituivat satu/fantasia, eläimet, avaruus sekä merirosvo-teemat (taulukko 13). Vastaajien omia vaihtoehtoja olivat: autot; urheilulajit ja olympialaiset; peli; elämä; lapsen oma harrastus; seikkailu; elokuvat tai hahmot elokuvista; sirkus; merenneito, merenalainen, merirosvo-kissat, kiinalaiset, ninjat, hevoset ja kissat. Tähän kysymykseen sai valita 1–5 mieluisinta vaihtoehtoa, valintoja tehtiin yhteensä 283 kertaa.



Taulukko 13. Lastenjuhlakysely: mieluisimmat teemat

Lastenjuhliin kiinnostavimmaksi toimintamuodoksi valittiin peli ja leikki, jotka valittiin 34 prosentin osuudella (taulukko 14). Myös musiikki ja askartelu olivat suosittuja. Vähemmän kiinnostavaksi osoittautui käsityö ja kuvataide, jotka keräsivät yhteensä vain 12 prosentin kannatuksen. Syynä tähän saattaa olla, että käsitöitä ja kuvataidetta on myös koulussa kouluai-
neena ja päiväkodissa, joten ne saatetaan kokea liian arkiseksi juhlatoin-
nan muodoksi. Toisaalta vastaajan on voinut olla vaikea nähdä näitä mene-
telmiä toimivana osana juhlatoimintaa, koska niitä käytetään harvemmin
juhlissa.

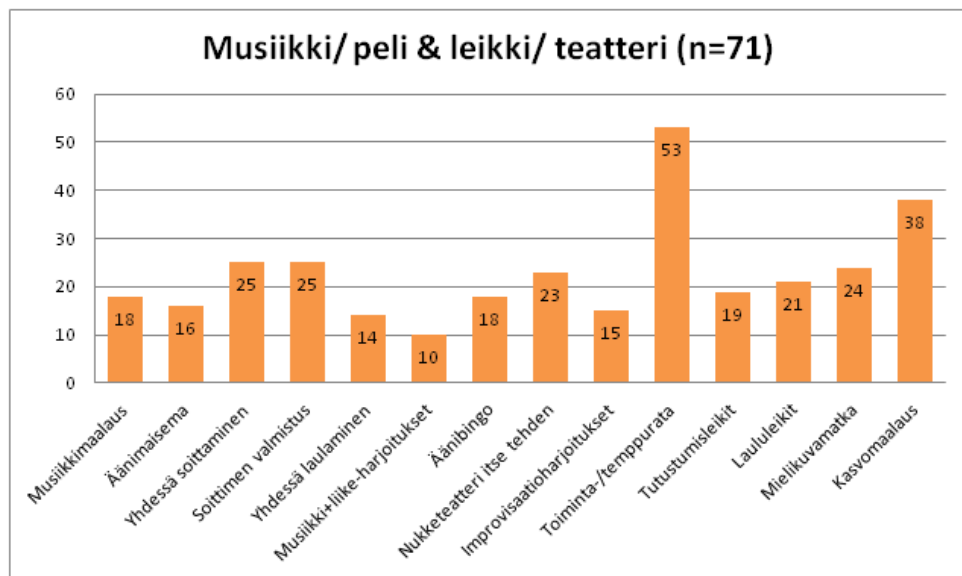
Minkälainen toiminta kiinnostaa eniten? (n=71)



Taulukko 14. Lastenjuhlakysely: kiinnostavin toiminta

Kiinnostavimmilta kuulostavia toiminnallisia ja kädentaidollisia menetelmiä lastenjuhliin sai valita niin monta kuin halusi. Valintoja tehtiin yhteensä 599 (taulukot 15 ja 16), ja kaikki tarjotut vaihtoehdot saivat kannatusta. Olemme jakaneet vastaukset taulukoihin menetelmien mukaan kahtia toiminnallisiin (musiikki, peli ja leikki sekä teatteri) ja kädentaidollisiin (kuvataide, käsityö ja askartelu).

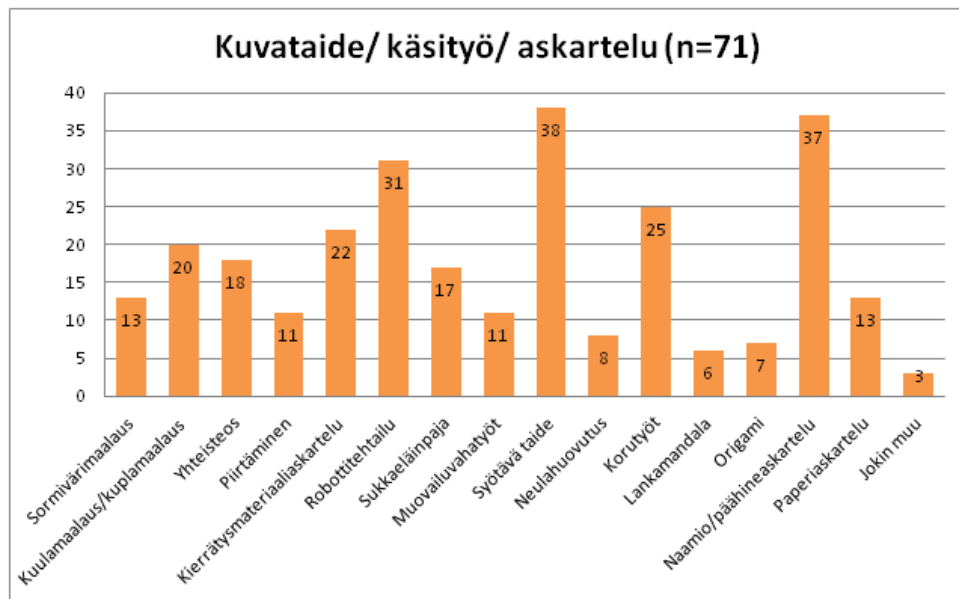
Lastenjuhliin kiinnostavimmiksi toiminnallisiksi menetelmiksi valikoituivat toiminta-/tempurata, kasvomaalaus, yhdessä soittaminen ja soittimien valmistus (taulukko 15). Vähiten kiinnostavalta kuulosti musiikki+liike -harjoitukset. Kiinnostuksen kohteita sai valita niin paljon kuin halusi, yhteensä valintoja tehtiin 319.



Taulukko 15. Lastenjuhlakysely: kiinnostavimmat toiminnalliset menetelmät

Kädentaidollisista menetelmistä kiinnostavimmiksi valittiin syötävä taide, naamio-/päähineaskartelu, robottitehtailu, korutyöt ja kuplamaalaus (taulukko 16). Vähiten kiinnostavalta vastaajien mielestä kuulostivat lankamandala, origami sekä neulahuovutus. Kiinnostuksen kohteita sai tässäkin valita niin paljon kuin halusi, yhteensä valintoja tehtiin 280.

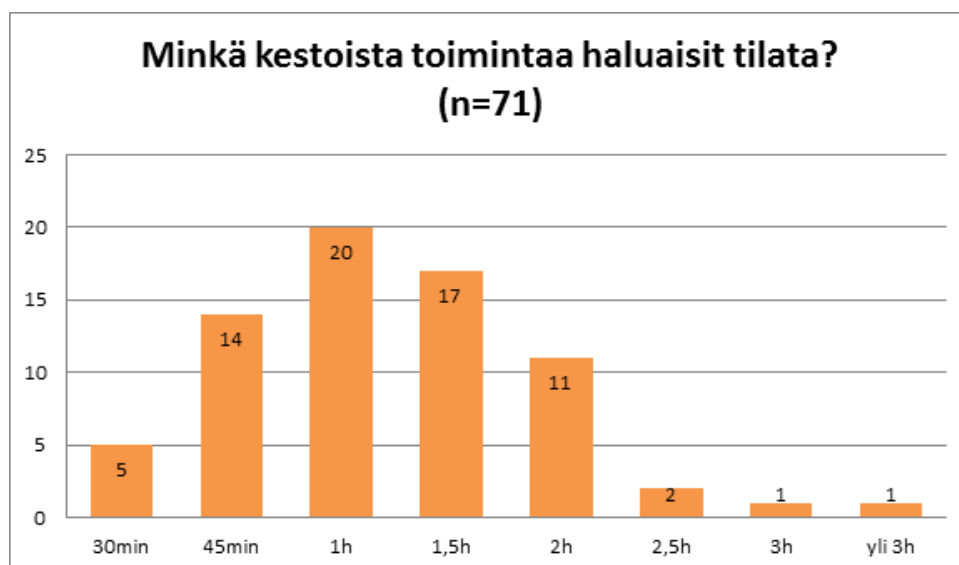
Vastaajien omia ehdotuksia sekä toiminnallisten että kädentaidollisten menetelmien alle olivat ulkoilujutut, sirkusesitykset, asujen itse tekeminen, miekkailu pehmomiekoilla sekä ratsastus. Nämä ehdotukset tulivat ”jokin muu, mikä?” -kohtaan.



Taulukko 16. Lastenjuhlakysely: kiinnostavimmat kädentaidolliset menetelmät

Tässä vaiheessa oli selvinnyt, minkä sisältöistä taide- ja kulttuurilähtöistä toimintaa vastaajat haluaisivat lastenjuhliin tilata. Myös vastaajille oli muodostunut käsitys siitä, minkä tyyppistä juhlatoimintaa tutkimuksemme koskee, joten pystyimme siirtymään juhlien toteutuksen käytäntöön liittyviin kysymyksiin.

Toiminnan keston suhteen vastaukset jakaantuivat lähinnä 45 minuutin ja kahden tunnin välille (taulukko 17). Vain yhdeksän vastaajaa valitsi ajan tämän haarukan ulkopuolelta. Yli puolet vastaajista toivoi toiminnan kestävänsä 1–1,5 tuntia.



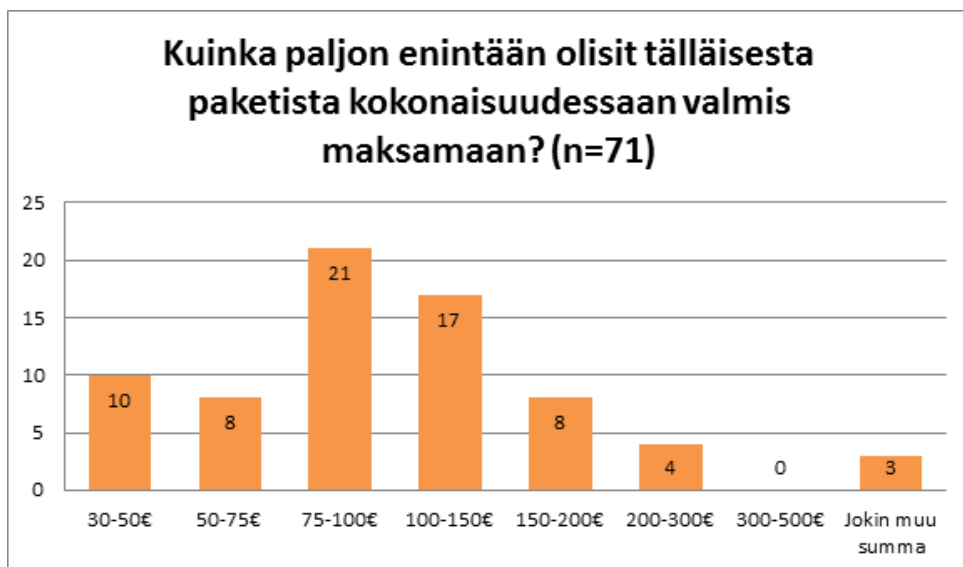
Taulukko 17. Lastenjuhlakysely: juhlatoiminnan ihanteellisin kesto

Seuraavaksi kysyimme toivetta juhlapaikan suhteen (taulukko 18). Noin 39 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että lastenjuhlat toiminta järjestettäisiin mieluiten kotona. Juhlapaikalla ei ole juurikaan väliä noin 35 prosentin mielestä, jolle kaikki paikat käyvät. Noin 17 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että juhlat toiminta järjestettäisiin mieluiten toiminnan ohjaajien eli meidän järjestämässä tilassa. Jokin muu -vastauksena ehdotettiin juhlien järjestämistä ulkona.



Taulukko 18. Lastenjuhlakysely: mieluisin juhlapaikka

Juhlatoiminnan hintaa koskevassa kysymyksessä yli puolet vastaajista on valmis maksamaan enintään 75–150€ (taulukko 19). 25 prosenttia vastaajista maksaisi ohjatusta toiminnasta enintään 30–75€. Yli 150€ menevät vaihtoehdot keräsivät hajanaisempia vastauksia. Jokin muu summa -vaihtoehtoiksi tuli kahdelta vastaajalta 50–100€ ja yhdeltä 20€.



Taulukko 19. Lastenjuhlakysely: toivuttu enimmäishinta

Toivotun enimmäishinnan jälkeen halusimme tietää, millä perusteella vastaajat haluaisivat lastenjuhliin suunnatusta ohjauspalvelusta maksaa. Enemmistö, noin 70 prosenttia vastaajista maksaisi ohjauspalvelusta mieluiten toiminnan laajuuden ja sisällön mukaan. Tuntiperusteista hintaa kannatti kuusi ja osallistujaperusteista yhdeksän vastaajaa. Kuudelle, eli noin kahdeksalle prosentille vastaajista käy mikä vain edellä mainituista vaihtoehdoista.

Lastenjuhlakyselyn lopussa kysyimme, mitkä ovat vastaajien mielestä tärkeimpiä tavoitteita lastenjuhlatoiminnalle (taulukko 20). Näitä sai valita 1-3 tärkeintä. Eniten vastauksia saivat hauskanpito (n=48), lapsen ehdoilla toimiminen (n=43), uusien elämysten saaminen (n=29) ja arjesta poikkeava tekeminen (n=27).



Taulukko 20. Lastenjuhlakysely: toiminnalle tärkeimmät tavoitteet

Kyselyn loppuun oli jätetty tilaa kirjoittaa mieleen nousseita asioita ja muita kommentteja. Useassa palautteessa saimme kuulla, että ideamme kuulostaa hyvältä. Saimme hyvän ehdotuksen, että voisimme tarjota suunnittelupalvelua, jossa juhlat järjestetään yhdessä lapsen kanssa kutsujen lähettämisestä aina varsinaiseen toteutukseen asti. Eräs vastaaja puolsi toimintamme ideaa, sillä hänen kokemuksensa mukaan tila ja tarjoilut on helppo vanhempien itse järjestää, mutta muu toiminta ei niinkään.

Lapsille toiminnan järjestäminen ja päämäärättömän riehuminen hallitseminen koettiin tärkeäksi, maksamisen arvoiseksi asiaksi. Tärkeimmäksi lastenjuhlissa lasten näkökulmasta ajateltuna koettiin leikki, touhu ja muistoksi saatava jokin konkreettinen kotiin vietävä muisto. Useammassa palautteessa ehdotettiin, että tällaisessa palvelussa olisi hyvä olla catering-palvelu mukana. Eräissä palautteissa sanottiin, että sisältöihin vaikuttaa lapsen

sukupuoli ja asuinalue. Yhden kriittisemmän palautteen saimme, jossa vastaaja kyseenalaista sitä, kun nykyään kaiken tarvitsee olla ohjattua, vaikka lapset nauttivat ihan vain yhdessäolosta.

7.4 Johtopäätökset lastenjuhla-kyselystä

Kyselytulosten pohjalta teimme johtopäätöksiä siitä, millaiselle taide- ja kulttuurilähtöiselle lastenjuhlatoiminnalle voisi olla kysyntää. Lastenjuhliin tarjottava ohjattu toiminta on hyvä valikoida 4–11-vuotiaiden kiinnostuksenkohteisiin ja taitotasoon soveltuvaksi. Toiminnan on hyvä soveltaa 6–15 osallistujalle. Toiminnan esittelyn yhteydessä on hyvä ilmetä, minkä ikäisille lapsille ja minkä kokoiselle ryhmälle ne soveltuvat parhaiten.

Lastenjuhla-ohjausten on hyvä olla erilaisiin teemoihin mukautuvia. Suosituimmista teemoista erityisesti satu ja fantasia on helppo huomioida missä vaan ohjatussa toiminnassa. Muita erityisen suosittuja ja valikoimaan sisällytettäviä teemoja ovat eläimet, avaruus ja merirosvo. Toiminnan esittelyssä voisi ilmetä, mikäli se on mahdollista toteuttaa teemasidonnaisesti. Lastenjuhlatarjontaan on hyvä sisällyttää erityisesti pelejä ja leikkejä, sekä askartelua ja musiikkimenetelmiä. Tarjottavien kuvataide- ja käsityöohjausten on oltava selkeästi arkisesta koulu- ja päiväkotitarjonnasta erottuvia.

Lastenjuhla-tarjontaan kannattaa toiminnallisista menetelmistä sisällyttää ainakin toiminta-/tempurata tyyppistä ohjausta, kasvomaalausta, yhdessä soittamista, soittimien valmistusta sekä nukketeatteria itse tehden. Käden-taidollisista menetelmistä tarjontaan kannattaa valita syötävä taide -paja, naamio- ja päähineaskartelua, robottitehtailua, korutoita, erikoismaalaus-tekniikoita ja muuta kierrätysmateriaaliaskartelua. Nämä saivat kyselyssä eniten kannatusta. Lankamandala ja neulahuovutus saivat vähän ääniä, mutta syynä saattoi olla niiden tuntemattomuus, niitä ei kannata siis automaattisesti karsia pois tarjonnasta.

Ohjatun lastenjuhlatoiminnan ihanteellinen kesto on tunnista kahteen tuntiin. Saatujen tulosten pohjalta ohjaajien ja ohjauksen tuominen kotiin olisi palveluna kysytty. Olisi kuitenkin hyvä huomioida myös asiakkaat, jotka eivät tahdo järjestää juhlia kotonaan, esimerkiksi hankkimalla tiloja tarjoavia yhteistyökumppaneita. Tällaisia voisivat olla esimerkiksi kahvilat, joista voisi hoitua myös joidenkin vastaajien toivoma catering-puoli. Sopiva hinta ohjatulle lastenjuhlatoiminnalle on 75–150€, joka on hyvä huomioida ohjauselementtien hinnoittelussa.

Yhteenvetona tärkeäksi toiminnalle koetaan hauskanpito, lasten ehdoilla toimiminen, uusien elämysten saaminen ja arjesta poikkeava tekeminen. Kulttuurilähtöinen toiminta, joka antaa mahdollisuuden heittäytyä ja toteuttaa itseään ilman epäonnistumisen pelkoa antaa lapselle luvan pitää hauskaa. Lasten ehdoilla toimiessa toiminnan on oltava spontaania eikä etukäteen liian valmiiksi suunniteltua. Uudenlaiset leikit, koulumaailmasta poikkeavat näkökulmat ja tarinallisuus tuovat kulttuurilähtöiseen toimintaan elämyksellisyyttä ja arjesta poikkeavuutta. Nämä ovat niitä asioita, jotka

tuovat lisäarvoa lastenjuhlatoiminnalle ja joita kannattaa korostaa myös markkinoinnissa.

Catering-palvelu kannattaa pitää ideana mielessä, samoin idea lapsen kanssa yhdessä alusta asti toteutetuista synttäreistä. Tiesimme jo, että lastenjuhlatoiminnalla on kilpailijoita, joten kyselyssä saatujen kommenttien myötä tulevan yrityksen on vielä suuremmallakin syyllä erotuttava olemassa olevista yrityksistä. Erikseen eriteltyjä tyttöjen ja poikien juhliin suunnattuja ohjauksia emme halua lähteä tekemään, lapsi osaa varmasti itse kertoa, mikä häntä oikeasti kiinnostaa. Yhteenvetona kommentteista voi päätellä, että lastenjuhlatoiminnalle on kysyntää.

7.5 Tyky-kysely työyhteisölle

Tässä luvussa esittelemme työkykyä ylläpitävää tyky-toimintaa koskevan, työntekijöille suunnatun kyselyn tuloksia. Vastauksia tähän kyselyyn saimme 49. Luvussa 7.7 esittelemme erikseen tyky-toiminnasta vastaaville henkilöille suunnatun kyselyn tuloksia.

Aluksi kysyimme työntekijöille suunnatussa kyselyssä avoimena kysymyksenä millä alalla he työskentelevät. Vastaajia oli yhteensä 49, joista sosiaali-, terveys- ja hoitoalalla työskenteleviä oli 13, opetus- ja varhaiskasvatusalalla seitsemän, kulttuurialalla viisi sekä ympäristö- ja metsäalalla kolme. Loput 21 vastaajaa työskentelivät monilla erityyppisillä aloilla, kuten hallinto-, asiakaspalvelu-, kauppa-, teknologia-, teollisuus-, keittiö- ja järjestöaloilla.

Kyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma oli hyvin samankaltainen aikuisen juhlakyselyn kanssa (luku 7.1). Tyky-kyselyn vastaajista 88 prosenttia eli 43 oli naisia ja kahdeksan prosenttia eli neljä miehiä. Vastaajista kaksi oli jättänyt vastaamatta sukupuolta koskevaan kysymykseen.

Vastanneista suurin yksittäinen ikäryhmä oli 26–35-vuotiaat, johon kuului noin 37 prosenttia vastaajista. Toiseksi suurin ikäryhmä oli 46–55-vuotiaat, noin 24 prosenttia vastaajista. Kaikkiaan vastaajien ikäjakauma asettui 18–65 vuoden välille. Kyselyyn ei vastannut yhtään alle 18 tai yli 65-vuotiasta. Tutkimuksen kannalta on tärkeää, että vastanneiden ikäjakauma oli näin suuri, jolloin vastauksissa näkyvät mahdollisimman erilaiset elämän ikävaiheet ja sen tuomat mieltymykset.

Kulttuurilähtöiselle tyky-toiminnalle hyvä pituus on kaksi tuntia noin 35 prosentin eli 17 vastaajan mielestä (taulukko 21). Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että kahdesta tunnista koko työpäivän kesto on hyvä pituus tyky-toiminnalle. Alle tunnin kestoinen tyky-toimintatuokio ei saanut kyselyssä lainkaan kannatusta.

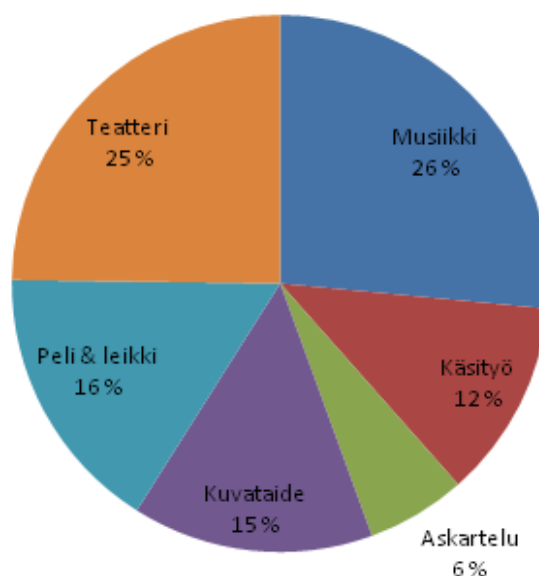


Taulukko 21. Tyky-kysely työntekijöille: tyky-toiminnan ihanteellisin kesto

Musiikki, teatteri sekä peli ja leikki olivat suosituimpia kulttuurilähtöisiä toimintamuotoja työntekijöiden mielestä (taulukko 22). Musiikki ja teatteri saivat yhdessä kannatusta 51 prosentilta vastaajista. Näin suuri kannatus voi johtua väärinymmärryksestä: on voitu luulla, että näillä tarkoitetaan jonkin esityksen seuraamista eikä itse tekemistä.

Jakautuminen oli kaiken kaikkiaan melko tasaista, mutta askartelu oli saanut huomattavasti muita vähemmän kannatusta, vain kuusi prosenttia. Tässä kysymyksessä sai valita 1–3 kiinnostavinta toimintamuotoa.

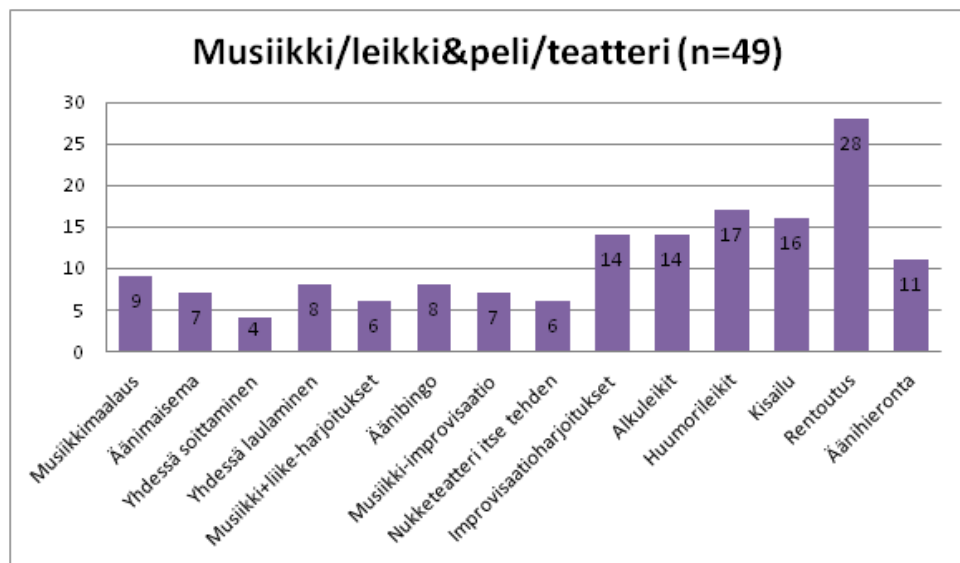
Minkälainen toiminta kiinnostaa eniten (n=49)



Taulukko 22. Tyky-kysely työntekijöille: kiinnostavin toiminta

Kiinnostavimmilta kuulostavia toiminnallisia ja kädentaidollisia menetelmiä työky-toimintaan sai valita niin monta kuin halusi. Valintoja tehtiin yhteensä 268 (taulukot 23 ja 24). Olemme jakaneet vastaukset taulukoihin menetelmien mukaan kahtia toiminnallisiin (musiikki, peli ja leikki sekä teatteri) ja kädentaidollisiin (kuvataide, käsityö ja askartelu).

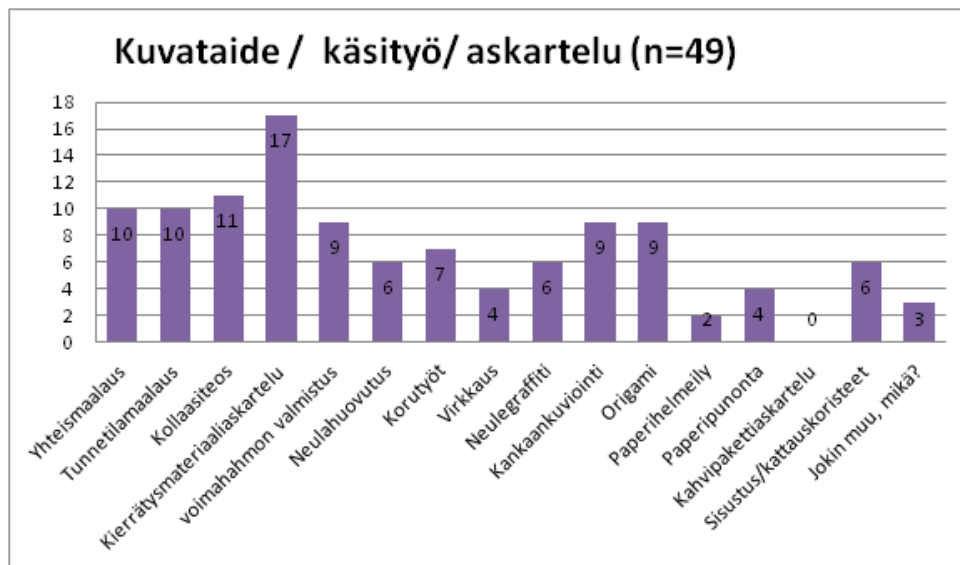
Työntekijöistä kiinnostavimpia yksittäisiä toimintamuotoja toiminnallisista menetelmistä olivat rentoutus, huumorileikit, kisailu, improvisaatioharjoitukset sekä alkuleikit. Vähiten kiinnostavana pidettiin yhdessä soittamista. Kaikki vaihtoehdot saivat jonkin verran kannatusta. Valintoja toiminnallisista menetelmistä tehtiin yhteensä 155.



Taulukko 23. Tyky-kysely työntekijöille: kiinnostavimmat toiminnalliset menetelmät

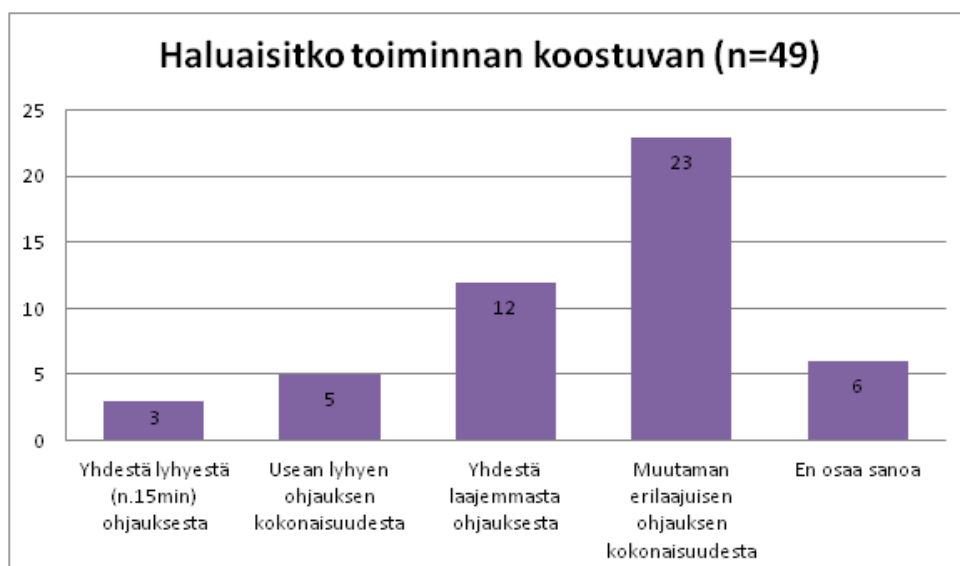
Vastaajista selkeä enemmistö, 17 vastaajaa, oli valinnut kädentaidollisista menetelmistä kiinnostavaksi kierrätysmateriaaliaskartelun (taulukko 24). Yhteismaalaus, tunnetilamaalaus ja voimahahmon valmistus olivat myös suosittuja. Kahvipakettiaskartelu ei ollut yhdenkään vastaajan mielestä kiinnostava menetelmä työky-toiminnaksi, myös paperihelmeily ja -punonta sekä virkkaus jäivät vähälle kannatukselle. Valita sai niin monta vaihtoehtoa kuin halusi, ja valintoja tehtiin yhteensä 113.

Kiinnostavia menetelmiä sai myös itse ehdottaa ”jokin muu, mikä?” -kohdassa. Vastanneiden omia ehdotuksia olivat maton kutominen, ompelu, kielenpiskelu sekä yleisönä oleminen konsertissa tai teatterissa.



Taulukko 24. Tyky-kysely työntekijöille: kiinnostavimmat kädentaidolliset menetelmät

Seuraavaksi kysyimme, miten koottu taide- ja kulttuurilähtöinen toimintakokonaisuus olisi vastaajille mieluisin (taulukko 25). Lähes puolet, noin 47 prosenttia vastaajista, haluaa toiminnan koostuvan muutamasta erilaajuisesta ohjauksesta. Lähes neljännes vastaajista haluaa toiminnan olevan yhdestä laajemmasta ohjauksesta koostuva. Tarjonnassa on hyvä huomioida molemmat tarpeet tarjoamalla monen kestoisia tai helposti laajuudeltaan muunneltavia ohjauksia.

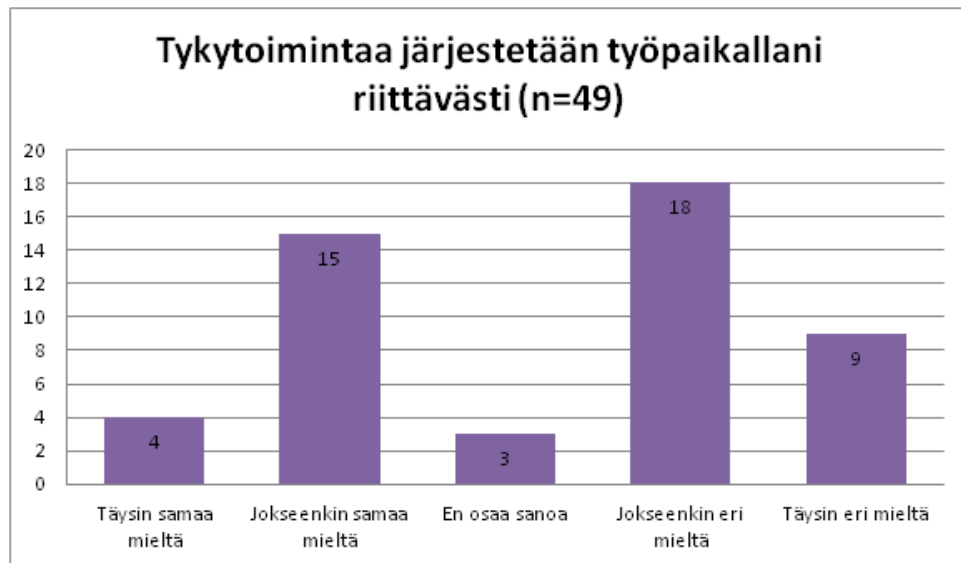


Taulukko 25. Tyky-kysely työntekijöille: parhaiten palveleva ohjauspaketti

Kysyimme kokevatko vastaajat tyky-toiminnan tarpeelliseksi. Lähes kolme neljästä vastaajasta oli täysin samaa mieltä siitä, että tyky-toiminta on tarpeellista. Jokseenkin samaa mieltä oli vastaajista 12. Täysin eri mielisiä ei ollut yhtään: tyky-toiminta siis koetaan tärkeäksi ja tarpeelliseksi.

Kysyimme työntekijöiltä kuinka usein työpaikalla järjestetään tyky-toimintaa. Selkeän enemmistön, 36 vastaajan työpaikalla tyky-toimintaa järjestetään yhdestä kahteen kertaa vuodessa. Tätä useammin tyky-toimintaa järjestetään kuuden, ja harvemmin tai ei ollenkaan seitsemän vastaajan työpaikalla.

Koko vastaajamäärästä vain neljä oli täysin samaa mieltä siitä, että heidän työpaikallaan järjestetään riittävästi tyky-toimintaa (taulukko 26). Jokseenkin tai täysin eri mieltä oli puolestaan 27 vastaajaa. Lisätoiminnalle on siis selkeästi tarvetta.



Taulukko 26. Tyky-kysely työntekijöille: tyky-toiminnan riittävyys

Kyselyn loppupuolella sai valita 1–3 tärkeintä tavoitetta tyky-toiminnalle (taulukko 27). Yhteisöllisyys, tiimihengen vahvistuminen sekä työstä irrottautuminen olivat kolme tärkeintä teemaa, jotka nousivat esiin kyselyssä. Tämä kysymys oli vapaaehtoinen, mutta kaikki olivat siihen vastanneet. ”Jokin muu, mikä?” -kohdassa nousseita, vastaajien omia tavoitteita olivat työ- ja toimintakyvyn ylläpitäminen ja parantaminen sekä ajatusten saaminen pois työstä. Tärkeimpien lisäarvojen perusteella saamme myös suuntaa sille, mitä lähteä tarjoamaan.



Taulukko 27. Tyky-kysely työntekijöille: toiminnalle tärkeimmät tavoitteet

Kyselyn lopussa olleeseen avoimeen kysymys- ja kommenttikenttään saimme tässäkin kyselyssä hyviä ja rakentavia kommentteja sekä kyselyyn että tyky-toimintaan liittyen. Kommenteissa ilmeni, että tyky-toimintaa järjestetään monessa paikkaa liian vähän ja toiminta kuitataan usein joko pelkästään työajan ulkopuolella järjestetyillä pikkujouluilla tai jakamalla työntekijöille liikunta- ja kulttuuriseteleitä, joita kukin käyttää haluamallaan tavalla. Kulttuuriseteleiden käyttö ei kohenna työpaikan tiimihenkeä ja yhteisöllisyyttä, jota seteleiden varassa toimivat jäävät kaipaamaan. Monessa työyhteisössä ei tunnisteta yhteisöllisellä tyky-toiminnalla saatavaa hyötyä työyhteisöön.

Esille nousi myös, että on tärkeää saada käsitys siitä, miksi minkäinlaista toimintaa tehdään ja että toiminnan tulee olla tarkoituksenmukaista. Eräs vastaaja korosti vahvasti työtä tyky-toiminnan lähtökohtana. Hänen oli vaikea ymmärtää, miten kulttuurilähtöinen toiminta voisi tukea työntekijöiden työ- ja toimintakykyä tai heidän edellytyksiä selviytyä töistään paremmin. Hänen mielestään työhön liittymätön toiminta kuuluu vapaa-ajalla tehtäväksi.

Kommenteissa saimme myös palautetta siitä, että toiminnan olisi hyvä olla sellaista ohjattua toimintaa, jossa kenelläkään ei ole vaaraa tulla nolatuksi eikä kenenkään tarvitsisi olla erityisen esillä. Erään vastaajan mielestä ehdottomamme toiminnat kuulostavat lapsille suunnatuilta, eivätkä sovi työpaikoille. Tämä voi johtua siitä, että menetelmät ovat vieraita ja tämän tyyppinen tekeminen ei ole kyseiselle vastaajalle tuttua. Vastaaja muistuttaa, että ilmaisullinen toiminta voi sopia toiselle, mutta toiselle saattaa aiheuttaa

stressiä ja hän kehottaa painottamaan suunnaksi sen, että uusia taitoja voi oppia ja niitä voi kehittää, esimerkiksi piirustustaitoa. Kommenteissa korostuu hauskanpidon tärkeys, jotta työmotivaatiokin pääsee uusille ulottuvuuksille.

7.6 Johtopäätökset tyky-toiminnasta työyhteisölle tehdystä kyselystä

Suurin osa kyselyyn vastanneista on naisia, mutta miehiä ei pidä unohtaa toimintaa suunniteltaessa. Tyky-toiminta kannattaa suunnitella siten, että se on monen ikäisen mieltymyksiin sopivaa, sillä työpaikkaryhmät koostuvat usein monen ikäisistä ihmisistä. Sopiva kesto tyky-toimintatuokiolle on kahdesta tunnista ylöspäin, aina kokonaiseen työpäivään asti. On siis hyvä tarjota monen kestoisia, helposti yhdisteltäviä toimintakokonaisuuksia.

Yrityksen kannattaa tarjota toimintamuodoista musiikkia, teatteria, peliä ja leikkiä sekä kuvataidetta. Koska musiikki ja teatteri olivat niin selkeästi suosituimpia, on mahdollista, että osa vastaajista on ymmärtänyt musiikin ja teatterin yleisönä olemisena, ei itse tekemisenä. Tämä huomioiden toimintaa ei kannata painottaa pelkästään näihin toimintamuotoihin.

Vaikka askartelu toimintana ei tuloksissa saanutkaan suurta kannatusta, se kannattaa silti sisällyttää yrityksen palvelutarjontaan. Askartelun ja käsitöiden hyvinvointivaikutuksista on tehty useita tutkimuksia. Käsitöitä tehdessään ihminen käyttää isoa osaa aivoistaan, joka auttaa pitämään muistin ja mielen vireänä. Käsitöiden tekeminen auttaa myös uuden oppimisessa. ("Käsityön pitäisi olla ihmisoikeus" 2013.) Työssä vaaditaan hyvää muistia ja kykyä oppia uusia asioita, joten käsityöt ja askartelu tyky-toimintana on perusteltua. Askartelu käsitteenä saatetaan myös kokea lapsille suunnatuksi toiminnaksi ja siten sitä ei nähdä aikuisille sopivaksi toiminnaksi. Yksittäisistä menetelmistä kysyttäessä ääniä kuitenkin keräsivät etenkin kierrätysaskartelu ja voimahahmojen valmistus.

Toiminnallisiin, eli musiikkiin, teatteriin sekä peliin ja leikkiin, kuuluvista menetelmistä eniten kannatusta keräsivät rentoutus, huumorileikit, kisailu, improvisaatioharjoitukset sekä erilaiset alkuleikit. Nämä eniten ääniä saaneet vaihtoehdot ovat perinteisiä, todennäköisesti vastaajille tuttuja, joten niitä oli helpompi valita kyselyyn vastatessa.

Automaattisesti ei tarjonnasta kannata jättää pois vieraampiakaan menetelmiä, mutta nämä saattavat vaatia laajempaa perustelua ja esittelyä taustalleen. Näiden joukosta löytyvät ne meille ohjaajina mieleisimmät ja eniten muusta, jo olemassa olevasta tarjonnasta poikkeavat vaihtoehdot. Tarjoamalla tavallisesta poikkeavaa, pystymme tarjoamaan asiakkaille uudenlaisia elämyksiä.

Kädentaidollisista, eli kuvataide-, käsityö- ja askartelumenetelmistä kannattaa tulosten mukaan tarjota ainakin kierrätysaskartelua, yhteismaalausta sekä voimahahmon valmistamista. Toivetta on erityisesti toiminnalle, joka asiakkaan on itse mahdollista koota erilaajuisista ja -kestoisista ohjaustuokiosta.

Tyky-toimintaa pidetään tarpeellisena ja tärkeänä, ja monen työpaikalla sitä järjestetään liian vähän. On tärkeää, että työhyvinvointia edistävää toimintaa on riittävän usein. Kerran vuodessa tapahtuva toiminta ei enää välttämättä riitä. Tärkeitä tavoitteita, jotka tuovat toiminnalle lisäarvoa ovat yhteisöllisyys, tiimihengen vahvistuminen sekä työstä irrottautuminen. Nämä tavoitteet on hyvä tuoda esille myös toiminnan markkinoinnissa.

Saimme avoimiin kommentteihin kritiikkiä työhön liittymättömän toiminnan soveltuvuudesta tyky-toiminnaksi:

(--) Toiminnan lähtökohtana pitää aina olla TYÖ. En oikein oivalla, miten kulttuurin avulla voidaan tukea työkykyä. Jos "hauskanpito" tai "työstä irrottautuminen" ovat tyky-toiminnan tavoitteena, niin työlle pitää tehdä jotain. Ja jos toiminta ei liity työhön, sitä tehdään vapaa-ajalla!

Olemme itse eri mieltä kommentoijan kanssa, ihminen kun kuitenkin on psyko-fyysis-sosiaalinen kokonaisuus. On oleellista tiedostaa, että työn ei tule olla pelkkää järjellistä toimintaa työ edellä, vaan etenkin tunnetasolla on tärkeää saada positiivisia kokemuksia. Ne ovat suuressa osassa työn mielekkääksi kokemisessa. Tietenkään työhyvinvointi ei synny yksittäisillä pienillä tempauksilla eikä se ole organisaation muusta toiminnasta erillinen asia, mutta se voi saada positiivista kipinää astuttaessa normaalista kontekstista ulos. Yhdessä tehdessä esimerkiksi äänimaisemaa voi kokea ainutlaatuisia ajankulun katoamisen tunteita eli flow-tiloja, jotka antavat voimaa ja positiivisia energioita. Kun toiminta tapahtuu yhdessä työyhteisön kanssa, avaa se uusia mahdollisuuksia yhteistyölle, motivaatiolle sekä luovalle ongelmanratkaisukyvyille, unohtamatta työyhteisön keskinäistä luottamusta.

Erityisesti tyky-toiminnassa on siis tärkeää perustella toiminnan tarkoituksenmukaisuus: miksi työpaikan kannattaisi tilata juuri tällaista toimintaa, mitä ryhmä saa siitä irti ja miksi jotakin tehdään. Perustelut voivat viitata kulttuurilähtöisen toiminnan tuomiin hyvinvointivaikutuksiin ja niiden myötä työtulosten paranemiseen, sekä sen tarjoamaan lisäarvoon työyhteisön yhteisöllisyyden ja luovuuden kannalta. Tarjottavan toiminnan on näitä tukeakseen hyvä olla sellaista, joka ei nosta ketään yksilöä keskipisteesi, jolloin vältetään nolaantumisen ja kiusaantumisen riskit. Esimerkiksi improvisaatiotuokio voi olla ujommalle henkilölle epämiellyttävä tilanne. Hyvä tuokio on suunniteltu ujoimmatkin huomioiden niin, ettei se aiheuta epämiellyttäviä tuntemuksia kenellekään, vaan perustuu luottamukselle ja hyvälle ryhmähengelle. Yhdessä tehden ja hauskaa pitäen työmotivaatiokin saa uusia ulottuvuuksia.

7.7 Tyky-kysely tyky-toiminnasta vastaavalle

Työkykyä ylläpitävästä tyky-toiminnasta vastaaville henkilöille tehtyyn kyselyyn vastasi kymmenen henkilöä. Koska vastaajamäärä jäi näin pieneksi, esittelemme lähinnä ne kohdat, joista pystymme jonkinlaisia johtopäätöksiä

tekemään. Vastauksissa oli paljon samankaltaisuuksia työntekijöille suunnatun kyselyn tuloksien kanssa (luku 7.5). Pyysimme tyky-toiminnasta vastaavia täyttämään kyselyn enemmän työyhteisön, kuin omasta näkökulmasta.

Kysyimme tyky-toiminnasta vastaavien henkilöiden toimialaa. Kymmenestä vastaajasta kolme toimi opetuslalla, neljä hoito-/kuntoutusalalla, kaksi kaupanalalla ja yksi jätehuollossa. Vaikka vastaajia oli vähän verrattuna muissa kyselyissä saatuihin vastaajamääriin, oli positiivista, että alojen välistä jakautumaa löytyi.

Puolella vastaajista tyky-toimintaa järjestetään 1–2 kertaa vuodessa ja loppuilla useammin. Kaikkien vastaajien työpaikoilla tyky-toimintaa järjestetään siis vähintään kerran vuodessa.

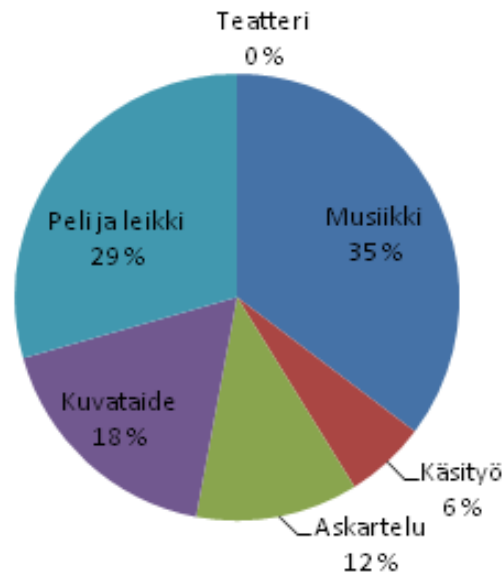
Tyky-toiminnan järjestyspaikalla ei ollut suurimmalle osalle vastaajista väliä, vaan sekä työpaikan tilat että muu ympäristö kävivät heille. Muualla kuin työpaikalla järjestettävä toiminta sai kolmen vastaajan kannatuksen. ”Työpaikan tiloissa” -vaihtoehtoa ei kukaan valinnut.

Kysyimme vastaajilta, minkä kokoiselle ryhmälle tyky-toiminta suunnattaisiin. Vastaukset jakautuivat melko tasaisesti kaikkiin tarjoamiimme vaihtoehtoihin alle kymmenestä yli 50:een. Näistä vaihtoehdoista eniten vastauksia sai 30–50 henkinen ryhmä, jonka valitsi neljä vastaajaa. Tämän suuren jakautumisen selittää kyselyn ensimmäinen kysymys, josta selvisi, että vastaajat ovat monenlaisista työpaikoista, joiden henkilökunnatkin ovat hyvin erikokoisia.

Tyky-toimintatuokion pituutta koskevan kysymyksen tulokset olivat hyvin hajanaiset, eikä mikään vaihtoehto noussut selkeästi ihanteellisimmaksi. Kaikki vastaukset puolesta tunnista koko päivän kestoiseen toimintaan saivat kannatusta, painottuen kuitenkin kolmesta tunnista ylöspäin. Vastaajat ajattelivat luultavasti, että pidemmässä ajassa ehtii virkistyä monella tapaa, mutta alle tunnissa ei.

Seuraavana siirryimme toiminnan sisältöä koskeviin kysymyksiin. Kysyimme, minkälainen kulttuurilähtöinen toiminta voisi sopia työpaikalle parhaiten (taulukko 28). Musiikki, peli ja leikki sekä kuvataide osoittautuivat kiinnostavimmiksi. Sen sijaan teatteri ei saanut yhtään vastausta. Voi olla, että tyky-toiminnan järjestäjät ajattelivat, että teatteri vaatii vaihtoehtoja eniten heittäytymistä työntekijöiltä. Sen sijaan musiikki, joka oli 35 prosentille vastaajista mieluisin, on monia yhdistävä ja helpommin tartuttava toimintamuoto. Tähän kysymykseen sai valita 1–3 eniten kiinnostavinta vaihtoehtoa.

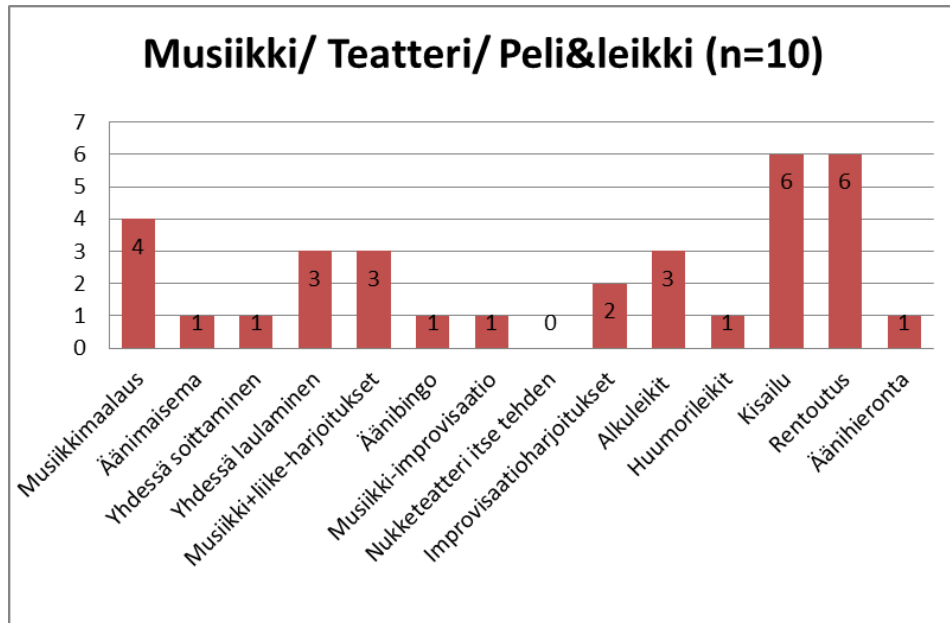
Minkälainen toiminta seuraavista vaihtoehtoista kiinnostaa eniten? (n=10)



Taulukko 28. Tyky-kysely toiminnasta vastaaville: kiinnostavin toiminta

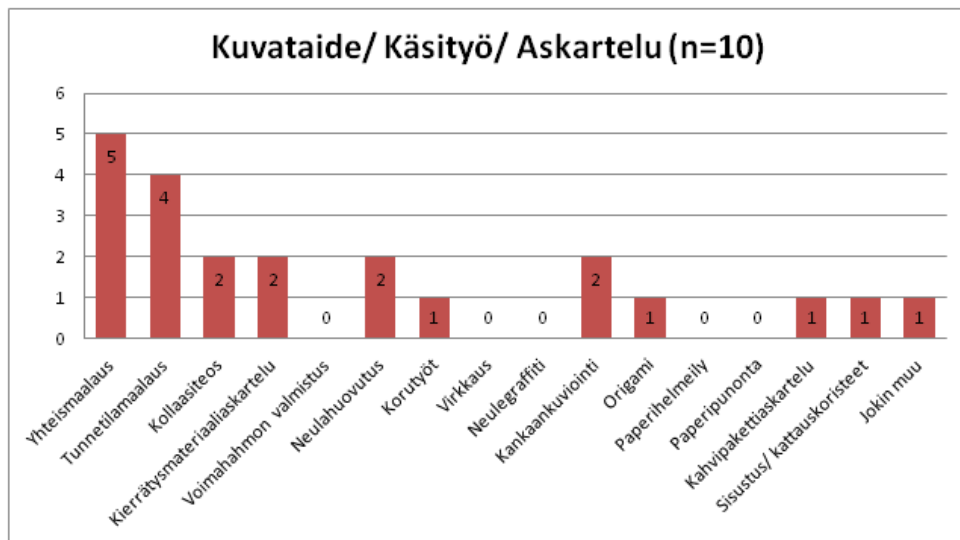
Kiinnostavimmilta kuulostavia toiminnallisia ja kädentaidollisia menetelmiä tyky-toimintaan sai valita niin monta kuin halusi. Valintoja tehtiin yhteensä 55 (taulukot 29 ja 30). Olemme jakaneet vastaukset taulukoihin menetelmien mukaan kahtia toiminnallisiin (musiikki, peli ja leikki sekä teatteri) ja kädentaidollisiin (kuvataide, käsityö ja askartelu).

Toiminnallisten, eli musiikin, teatterin sekä pelin ja leikin, menetelmien joukosta kisailu, rentoutus ja musiikkimaalaus saivat eniten kannatusta (taulukko 29). Nukketeatteri itse tehden ei ollut kenellekään mieluinen vaihtoehto. Valintoja tehtiin kaikkiaan 33.



Taulukko 29. Tyky-kysely toiminnasta vastaaville: kiinnostavimmat toiminnalliset menetelmät

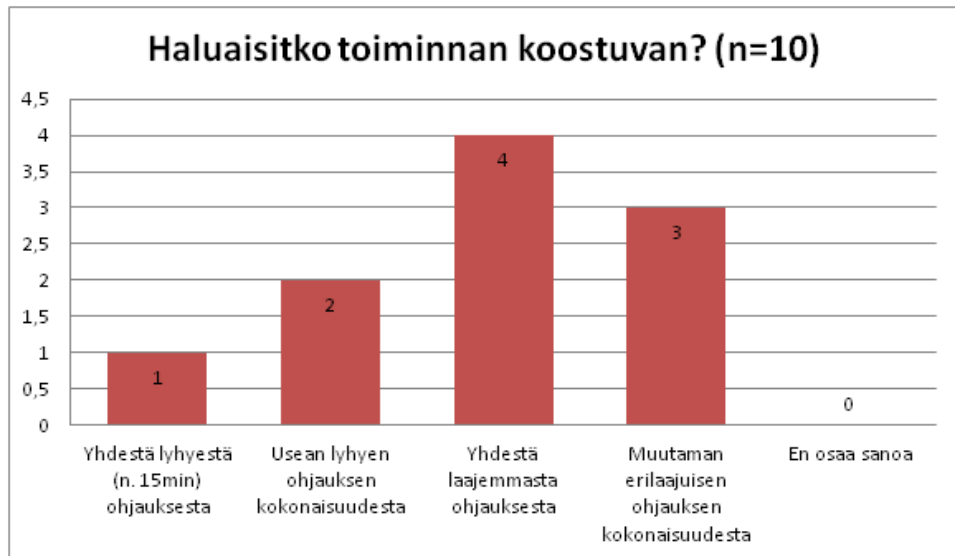
Kädentaidollisista menetelmistä yhteismaalaus ja tunnetilamaalaus kuulosivat noin puolesta vastaajista kiinnostavalta (taulukko 30). Voimahahmon valmistus, virkkaus, neulegraffiti, paperihelmeily tai paperipunonta eivät saaneet ollenkaan kannatusta. ”Jokin muu” -kohtaan oli tarjottu vastaajan omana vaihtoehtona ”työyhteisön kehittäminen ja yhteishenki”. Valintoja näihin menetelmiin tehtiin 22.



Taulukko 30. Tyky-kysely toiminnasta vastaaville: kiinnostavimmat kädentaidolliset menetelmät

Seuraavaksi kysymme, millä tavalla koottu taide- ja kulttuurilähtöinen toimintakokonaisuus olisi tyky-toiminnan kannalta paras (taulukko 31). Neljä

vastaajaa kymmenestä oli sitä mieltä, että toiminta koostuu mieluiten yhdestä laajemmasta ohjauksesta. Puolet vastaajista valitsi useammasta eri ohjauksesta koostuvan tyky-toimintatuokion.



Taulukko 31. Tyky-kysely toiminnasta vastaaville: parhaiten palveleva ohjauspaketti

Kysymykseen, jossa kysyttiin tyky-toimintatuokiolle sopivaa hintaa, kertyi laajasti eri vastauksia 75 eurosta 500 euroon. Mikään vaihtoehtoista ei noussut ylitse muiden, joten selkeää toivehinnoittelua on vaikea määrittellä. Vastaajien erisuuntaiset toiveet keston ja sisällön suhteen vaikuttivat varmasti tähän hajontaan. Puolet vastaajista toivoi tuntiperusteista hinnoittelutapaa. Myös osallistujamäärän (n=3) sekä toiminnan laajuuden ja sisällön (n=2) mukaan hinnoiteltu toiminta sai kannatusta.

Viimeisenä kysyimme, mitkä ovat tyky-toiminnalle tärkeimpiä tavoitteita, joihin kulttuurilähtöisellä ohjatulla toiminnalla tulisi pyrkiä (taulukko 32). Nämä on hyvä huomioida toimintaa suunnitellessa. Tyky-toiminnasta vastaavien henkilöiden mielestä näitä tavoitteita ovat yhteisöllisyys, tiimihengen vahvistuminen sekä työkavereihin tutustuminen. Kysymykseen sai valita 1–3 tärkeintä asiaa.



Taulukko 32. Tyky-kysely toiminnasta vastaaville: toiminnalle tärkeimmät tavoitteet

7.8 Johtopäätökset tyky-toiminnasta vastaaville tehdyistä kyselyistä

Tyky-toiminnasta vastaaville tehtyyn kyselyyn saimme siis vain kymmenen vastausta. Näiden tulosten pohjalta voimme tehdä vain suuntaa antavia johtopäätöksiä. Tulevan kulttuurilähtöisiä ohjauspalveluita tarjoavan yrityksemme tyky-toimintatarjontaa suunnitellessa annamme enemmän painoarvoa työntekijöille suunnatusta kyselystä saaduille tuloksille.

Tuloksista ilmeni, että jos markkinointi tapahtuu suorilla yhteydenotoilla työpaikkojen tyky-toiminnasta vastaaviin henkilöihin, kannattaa samaan paikkaan olla yhteydessä useamman kerran vuoden aikana. Monessa yrityksessä tyky-toimintaa järjestetään enemmän kuin kerran vuodessa.

Tyky-toiminnan fyysisellä ohjauspaikalla ei ole vastausten perusteella niinkään väliä. Ohjauksia suunniteltaessa kannattaa panostaa siihen, että ohjaukset ovat muunneltavissa soveltuessa isosta pieneen ryhmään. Tarjottavien ohjausten on hyvä olla kestoiltaan eri laajuisia ja asiakkaan näkökulmasta helposti laajemmiksi kokonaisuuksiksi koottavia, puolesta tunnista aina koko päivän kestoisia toimintoja.

Tarjottava toiminta kannattaa painottaa etenkin toiminnallisiin menetelmiin: peleihin, leikkeihin ja musiikkiin. Kuvataide on myös toivottu toimintamuoto. Yksittäisiä toiminnallisia menetelmiä, joita kannattaa tarjota, ovat

musiikkimaalaus, kisailu ja rentoutus. Taidelähtöisenä toimintana yhteismaalaus sekä tunnetilamaalaus ovat toivottua toimintaa tyky-toiminnaksi.

Tyky-toiminnalle sopivasta hinnasta tai toivotusta hinnoittelutavasta emme saaneet tuloksia, joista voisi tehdä johtopäätöksiä. Hinnoittelu on siis tehtävä lähinnä omiin laskelmiin perustuen.

Yhteenvedona tyky-toiminnalle tärkeiksi piirteiksi koetaan yhteisöllisyys, tiimihengen vahvistuminen sekä työkavereihin tutustuminen. Nämä tuovat lisäarvoa tyky-toimintaan, ja niitä kannattaa tuoda esille myös markkinoinnissa.

8 POHJA UUDELLE YRITYSIDEALLE

Saadun laajan tutkimustiedon kokoamisen jälkeen ja olemassa olevaan teoriatietoon tutustuttuamme on vuorossa yritysidean kehittäminen. Koska pyrimme alusta alkaen toimimaan asiakaslähtöisesti, on palveluiden toteuttamisessa ja kehittämisessä hyödynnettävä asiakkaan voimavaroja - ei vain tarpeita. Asiakas erityisine tarpeineen palautetaan palvelutuotannon kehittämisen keskiöön. Olemme joustavia asiakkaan esittämien toiveiden ja ideoiden suhteen. Tämä luo luottamuksellisen ja vuorovaikutteisen ilmapiirin, jossa asiakas ja palveluntarjoaja toimivat lähes yhdenvertaisina. Tämä toimintamalli auttaa pääsemään asiakkaan tarpeiden ja palvelumahdollisuuksien väliseen tasapainoon. (Virtanen ym. 2011, 12–19.)

Koska tuleva palvelutarjontamme tulee olemaan elämispainotteista, käytimme yritysidean kokoamisessa apuna elämiskolmiomallin esittämiä asiakkaan kokemisen tasoja ja palvelutuotteen kriittisiä elementtejä (ks. kuvio 1 sivulla 5). Valitsimme elementeistä ne, jotka liittyvät eniten omaan yritysideamme. Se ei tule sijoittumaan kiinteästi johonkin tiettyyn ympäristöön tai ole sidoksissa johonkin kulttuuriin. Tukea ajatusten taustalle haimme lisäksi Anssi Tuulenmäen (2010) kirjasta Lupa toimia eri tavalla.

8.1 Palvelutuotteen kriittiset elementit yritysideassamme

Hyvän elämyksellisen palvelutuotteen on oltava yksilöllinen (Karppinen & Latomaa 2007, 114). Yksittäisten asiakkaiden tarpeet on siis huomioitava jollakin tavalla. Useimmin käytetty, mutta aina eri tavoin toteutettavissa oleva tapa on tehdä samasta tuotteesta erilaisia versioita erilaisille asiakasryhmille. (Tuulenmäki 2010, 128.) Haasteena on tuottaa helposti muokattava tuote, jonka peruskonsepti on monistettavissa ja tasalaatuinen (Karppinen & Latomaa 2007, 114). Palvelutuote on suunniteltava hyvin, jotta se on mahdollista toteuttaa samasisältöisenä useammalle eri asiakkaalle. Sen on kuitenkin myös oltava joustava kulloisenkin ryhmän tarpeiden ja luonteen mukaan.

Tuulenmäki (2010, 128) tarjoaa kolme erilaista luokkaa tuotteen versioimiseen: massaräätelöinnin, personoinnin ja tuunauksen. Massaräätelöinnillä tarkoitetaan yrityksen valmiiksi erilaisille ryhmille muokattuja tuotteita:

esimerkiksi valmiiksi koottuja ohjauskokonaisuuksia erityylisiin tapahtumiin. Personointi tarkoittaa asiakkaan tekemää muokkausta yrityksen asettamien puitteiden rajoissa. Tässä tapauksessa asiakas esimerkiksi voi valita ja koota omanlaisensa kokonaisuuden yrityksen tarjoamista vaihtoehdoista, jotka ovat muokattavissa tapahtuman luonteen mukaan. Tuunaus taas on asiakkaan tekemää muokkaamista, johon yritys ei vaikuta mitenkään eikä yleensä edes tiedä asiasta.

Oma yritysideoamme sijoittuu jonnekin massaräätälöinnin ja personoinnin välimaastoon. Jaamme tarjontamme kolmeen osaan, ja tarjoamme erilaisia ohjausvaihtoehtoja suunnattuna juuri tyky-toimintaan, lastenjuhliin ja aikuisten juhliin. Niiden sisältöä kohtaan esitetyt toiveet ovat ymmärrettävästi niin toisistaan poikkeavat, että tällainen massaräätelöintiä sivuava yläjako tuntuu luontevalta. Yläkäsitteen alla tapahtuu sitten varsinainen personointi: asiakas saa itse yhdistellä annetuista vaihtoehdoista haluamansa kokonaisuuden, joka on edelleen muokattavissa asiakaslähtöisesti tilanteen luonteen mukaan. Sama ohjausvaihtoehto, esimerkiksi improvisaatiotuokio, toteutuu todennäköisesti varsin eri tavalla parikymppisten polttarijuhlissa kuin 70-vuotissyntymäpäivillä.

Hyvin luotu ohjaussuunnitelma on tärkeä väline ohjausvaihtoehtojen personoinnin saavuttamisessa. Ohjaussuunnitelma on suunnitelma ohjauksesta, ikään kuin käsikirjoitus, jonka mukaan ohjaus etenee. Siinä esitellään muun muassa ohjauksen runko, tarvittavat materiaalit, työohjeet sekä ajankäyttösuunnitelma. Ohjaussuunnitelma tehdään niin perusteellisesti, että sen pohjalta periaatteessa kuka vaan voisi pitää saman ohjaustuokion. Sen mukaan edetessä tarjottava palvelu pysyy sisällöltään samanlaisena. Ohjaustilanteessa ohjaaja hyödyntää ammattitaitoaan muokkaamalla palvelusta juuri asiakkaan näköisen, jolloin asiakaslähtöisyys otetaan huomioon.

Elämyskolmiomallin tuotteen kriittisistä elementeistä muut yritysideoamme kohdalla huomioitavat seikat ovat erityisesti kontrasti ja vuorovaikutus. Kontrastilla tarkoitetaan siis asiakkaalle uutta, erilaista ja tavallisesta poikkeavaa kokemusta (Karppinen & Latomaa 2007, 114–116). Tarjoamamme palvelun on annettava asiakkaalle jotain sellaista, joka poikkeaa totutusta. Tämä tekee juhla- tai tyky-toiminnasta elämyksellistä. Siksi onkin tärkeää, että asiakkaalle annetaan mahdollisuus vaikuttaa ohjauskokonaisuuteen mahdollisimman pitkälle. Kun hän saa itse koota haluamansa kokonaisuuden, se tarjoaa juuri sitä kontrastia, mitä asiakas itse kaipaa. Kun palveluntarjoajana otamme huomioon nämä toiveet mahdollisimman hyvin, tämä elementti täyttyy varsin helposti.

Vuorovaikutus-elementissä otetaan huomioon yhteisöllisyyden tuntemukset, vuorovaikutus tuotteen ja muiden kokijoiden sekä palvelun tuottajan kanssa (Karppinen & Latomaa 2007, 114–116). Ohjaus on jo suunnitteluvaiheessa mietittävä sellaiseksi, että se toimii yhteisöllisyyttä lisäävänä. Millaisista asioista ryhmän on mahdollista saada positiivisia yhteisiä kokemuksia ja miten ohjaajana voidaan näitä tuntemuksia tukea? Haluamme luoda hyvää yhteishenkeä niin juhliin kuin työpaikoillekin, joten tarjottavat

ohjaukset on hyvä valikoida alun perinkin sellaisiksi, jotka eivät yllytä osallistujia puuhastelemaan liikaa vain itsekseen. Joissakin ohjauksissa kokemus yhteisöllisyydestä ja vuorovaikutuksesta tulee sivutuotteena, ilman että sitä tarvitsee erikseen suunnitella. Esimerkiksi käsitöitä tehdessä on tyypillistä, että keskustelua syntyy luonnostaan toiminnan lomassa. Vuorovaikutuksellisuutta lisää se, että näytetään tuotoksia ja neuvotaan toinen toisitamme.

Teemallisissa ohjaustuokioissa korostuu kriittisistä elementeistä myös tarina. Teemallisten juhlien ympärille kasatulla ohjelmalla on hyvä olla jonkinlainen tarinallinen kaari, vaikka vain viitteellinenkin, sillä se tekee tekemisestä merkityksellisempää ja teemalle uskollisempaa. Kokonaisuuden eri elementtien sitominen toisiinsa yhtenäisellä tarinalla antaa asiakkaalle syyn kokea kyseinen palvelu juuri valitulla palveluntarjoajalla (Karppinen & Latomaa 2007, 114–116).

Moniaistisuus on myös otettava huomioon siten, että visuaalisuus, tuoksut, äänimaailma, maut ja tuntoaistimukset harmoniassa keskenään. Liian montaa eri aistia ei tule ärsyttää samanaikaisesti, muuten kokemuksesta voi tulla kaoottinen ja epämiellyttävä. Pahimmillaan koko elämys voi pilaantua. (Karppinen & Latomaa 2007, 114–116.) Kaikilla aistielementeillä on hyvä olla jokin funktio, ja esimerkiksi taustamusiikkia ei kannata ottaa väkisin osaksi tuokiota. Se kannattaa sisällyttää tarjottavaan palveluun, jos se tuo jotain oleellista lisäarvoa asiakkaan elämyksen kannalta. Esimerkiksi yhteismaalauksesta saa aivan erilaisen kokemuksen, kun sen toteuttaa musiikkimaalauksena.

8.2 Asiakkaan kokemisen tasot yritysideassamme

Tuulenmäki (2010, 123) kirjoittaa päämäärien yhdessä saavuttamisen kokemuksesta, jolla luodaan yritykselle uutta arvoa. Prosessi alkaa tyypillisesti asiakkaan tulemisesta tietoiseksi tarpeesta. Sen jälkeen hän hakee tietoa, valitsee, tilaa, maksaa ja käyttää tuotetta, jonka jälkeen hän hankkiutuu siitä eroon. Palvelutapahtumasta puhuttaessa siis lopettaa palvelun käytön. Elämyskolmiomallin tarjoamat asiakkaan kokemisen tasot oppoavat tässä ajatuksessa vielä pintaa syvemmälle, joten käsittelemme näitä askelia osittain rinnakkain. Asiakkaan kokemisen tasoja ovat motivaation taso, fyysinen taso, älyllinen taso, emotionaalinen taso ja henkinen taso (Karppinen & Latomaa 2007, 117).

Asiakkaan kokemisen tasoista ensimmäisellä eli motivaation tasolla hyvä tuote herättää asiakkaan kiinnostuksen (Karppinen & Latomaa 2007, 117). Meidän on siis kiinnitettävä huomiota tulevan ohjauspalveluyrityksemme houkuttelevaan markkinointiin ja yritysideaan. Sisällön on oltava asiakkaan toiveita vastaava ja asiakas on saatava ymmärtämään, miksi hän tarvitsee juuri tätä tarjottavaa palvelua.

Jokaisella toimialalla on oma perusviesti eli tulkinta siitä ydinsyystä, miksi tuotetta pitäisi tarvita tai haluta (Tuulenmäki 2010, 123). Tyky-toimintaa

tarjoavana yrityksenä perusviesti on työssä viihtymisen ja sen myötä tehokkuuden lisääntyminen. Tässä tapauksessa perusviesti vetoaa sekä järkeen että tunteisiin. Juhlatoiminta taas pyrkii tuomaan jotakin totutusta poikkeavaa osaksi juhlia. Uutta arvoa perusviestiä muuttamalla saa parhaiten luotua ajatteleamalla asiakkaan päämääriä (Tuulenmäki 2010, 124).

Fyysisellä asiakkaan kokemisen tasolla hyvä tuote takaa miellyttävän ja turvallisen kokemuksen (Karppinen & Latomaa 2007, 117). Tarjoamamme palvelun on oltava sellainen, josta jää asiakkaalle hyvä maku: ketään ei nöyryytetä tai pakoteta tekemään sellaista, mikä tuntuu vastenmieliseltä. Selkeä, asiantunteva ja ammattitaitoinen ohjaus on tärkeässä asemassa, kun luodaan palvelulle turvallista ilmapiiriä. Kun ohjaaja tietää mitä tekee ja osaa ilmaista sen asiakkaalle selkeästi, asiakaskokemus on positiivinen ja luottavainen. Fyysinen taso mittaa myös palvelutuotteen teknisen laadun, käytettävyyden ja toimivuuden: kuinka helppoa asiakkaan on löytää, ymmärtää ja valita haluamansa ohjauspalvelut, ja miten hyvin ne vastaavat hänelle annettuja odotuksia.

Älyllisellä tasolla hyvä tuote tarjoaa asiakkaalle oppimis- ja harjaantumiskokemuksen. Asiakas saa mahdollisuuden oppia jotain uutta tai kehittää jo olemassa olevaa taitoa. (Karppinen & Latomaa 2007, 117–119.) Taidelähtöinen ohjauspalvelu mahdollistaa näistä molemmat: asiakas voi oppia jonkun uuden, ennalta tuntemattoman tekniikan tai kehittää ja löytää itseltään uusia kykyjä jo tutumpien menetelmien parista. Asiakkaan älyllisellä kokemisen tasolla saama uusi tieto voi olla joko tiedostettua tai tiedostamatonta (Karppinen & Latomaa 2007, 117–119). Tällä tasolla myös päätetään, ollaanko tuotteeseen tyytyväisiä vai ei, tuoko se sitä lisäarvoa mitä siltä on lähdetty hakemaan. Jo yksittäisen ohjauspalvelun kuvauksessa meidän on siis kiinnitettävä huomiota, että se on informatiivinen eikä lupaa mitään selaista, mihin se ei varmasti pysty.

Emotionaalisella tasolla parhaimmillaan koetaan positiivinen tunnereaktio: iloa, riemua, onnistumista, liikutusta - jotain, jonka yksilö kokee merkitykselliseksi (Karppinen & Latomaa, 117–119). Tyky-toiminnassa voidaan kokea yhdessä tekemisen iloa ja riemua irrottautuessa normaalista työarjesta ja heittäytyessä yhdessä luovaan leikkimieliseen toimintaan. Esimerkiksi äänimaisemia luotaessa voidaan huomata, että yhdessä tehden voidaan onnistua saamaan aikaiseksi jotakin odottamatonta. Tästä saadut positiiviset tuntemukset voivat heijastua pitkälle työarkeenkin.

Juhlatoiminnassa saadut tunnereaktiot eivät välttämättä ole samalla tavalla tuloksellisia kuin tyky-toiminnassa, mutta toiminnan tavoitteetkin ovat hyvin erilaiset. Juhlista ylipäättään odotetaan saatavaksi iloisia kokemuksia ja tuntemuksia, joihin erityisesti juhlien näköiseksi räätälöity toiminta voi tarjota elämyksellisen pohjan. Tarjoamamme ohjauspalvelu pyrkiikin lähtökohtaisesti tarjoamaan näitä positiivisia elämyksiä ja kokemuksia. Tekemisen kynnyks on pidettävä matalana ja paineettomana, jolloin välttyään stressaavilta tai epäonnistumisen tunteilta.

Asiakkaan kokemisen korkeimmalla, henkisellä tasolla saadaan mahdollisesti aikaan henkilökohtainen muutoskokemus. Yksilö kokee muuttuneensa ihmisenä, omaksuneensa osaksi persoonaansa tai maailmankuvaansa jotakin uutta. Hän voi omaksua uuden harrastuksen tai löytää itsestään uusia voimavaroja. (Karppinen & Latomaa 2007, 117–119.) Taidelähtöinen toiminta on erityisen hedelmällinen lähtökohta tämän tason täyttymiselle. Parhaimmillaan luovasta toiminnasta saadut kokemukset muuttavat yksilön näkemystä itsestään ja taidoistaan. Aikaisemmat, esimerkiksi jo peruskoulusta lähtöisin olevat epävarmuuden kokemukset luovan toiminnan suhteen voivat kumoutua, kun tekemiselle annetaan rento ja helposti lähestyttävä pohja ilman suorittamisen pakkoa. Uskaltaessaan heittäytyä ulos sisäistetyistä rajoistaan yksilön on mahdollista rohkaistua muutenkin elämässään. Kun antaa luovuuden virrata, saa itselleen niitä uusia voimavaroja joista ammentaa.

Kulttuuritoiminta voi parantaa ihmisen elämänlaatua tarjoamalla virikkeitä, joiden avulla voi jäsentää omaa elämää. Tärkeintä onkin kenties se, että kulttuuri parantaa ihmisten kokemaa hyvinvointia ja antaa meille hyvän syyn elää. (Jumppanen & Suutari 2013, 12.)

9 LOPULLINEN YRITYSIDEA

Tuleva yrityksemme tarjoaa palveluita suunnattuna erikseen tyky-toimintaan, lastenjuhliin ja aikuisten juhliin. Aikuisten juhlissa ja tyky-toiminnassa on käytössä joitakin samoja ohjausvaihtoehtoja, sillä asiakasryhmät kulkevat kuitenkin jossain määrin käsi kädessä. Tyky-toiminnan ei tarvitse välttämättä olla juuri työpaikkaan ja siellä toimimiseen liittyvää, vaan työhyvinvointia ja sen myötä työtulosten paranemista voi kohottaa jo pelkän luovan yhdessä tekemisen avulla.

Olemme hyödyntäneet tässä prosessissa alusta asti asiakaslähtöisyyttä. Tämä ei lopu tähän, vaan toiminnan alettua se jatkuu yhä. Keskustelemalla, kysymällä palautetta ja havainnoimalla erilaisia tilanteita säilytämme tulevaisuudessa tämän arvon. Ymmärrämme, että tässä tutkimuksessa saadut tulokset antavat suuntaa tämän hetken kysynnästä ja mieltymyksistä, mutta tulevaisuudessa on tärkeää päivittää jatkuvasti tietoja.

Kyselyistä saaduista tuloksista ilmenee, että teatterille ja muille ilmaisullisille menetelmille on paljon kysyntää. Opinnäytetyön edetessä meillä on kuitenkin vahvistunut käsitys siitä, etteivät ilmaisulliset menetelmät ole vahvinta osaamisaluettamme, jota haluaisimme lähteä erityisen runsaasti tarjoamaan. Omat kiinnostuksenkohteemme ja osaamisemme keskittyvät enemmän käsityöhön, musiikkiin ja kuvallisiin menetelmiin, joihin yrityksessämme keskitymme. Tiedämme, että keskittymällä omiin vahvuusalueisiin ja karsimalla epävarmuudet pois, pystymme tarjoamaan laadukasta ja ammattitaitoista ohjaustoimintaa.

Kyselyssä tarjosimme vastaajien valittaviksi sekä perinteisiä, että uudenlaisia toiminnallisia ja kädentaidollisia menetelmiä. Perinteisemmät vaihtoehdot, kuten kisailut, visailut ja tempuradat, saivat ymmärrettävästi paljon

kannatusta. Ensisijaisesti emme halua tarjota tällaisia menetelmiä sellaisenaan, samanlaisena kuin on totuttu, vaan haluamme toteuttaa ne omalla tavalla: luovasti ja kulttuurilähtöisesti. Esimerkiksi kisailu voi olla käsityöpainotteista ja tempurata voi toimia runkona lastenjuh latoiminnan taustalla.

Yrityksemme tarjonta koostuu erilaisista toiminnallisista ja kädentaidollisista ohjauspalveluista. Kyselytuloksissa nousi esille, että ihmiset ovat kiinnostuneita yhdistelemään omanlaisensa kokonaisuudet laajemmasta valikoimasta mieluummin kuin valitsemaan jonkin valmiiksi kasatun paketin. Pohdimme, mikä olisi asiakkaan kannalta helpoimmin lähestyttävä, selkein ja houkuttelevin tapa kasata oma ohjelmakokonaisuutensa. Vertailimme vastaavanlaisia palveluita tarjoavien yritysten nettisivuilta erilaisia toteutustapoja tälle, listasimme niiden hyviä ja huonoja puolia ja päädyimme lopulta kaikista hieman poikkeavaan omaan toteutustapaan.

Ohjauspalveluvalikoimamme kulkee työnimellä “Kulttuuripuuhabuffa”. Kulttuuripuuhabuffa koostuu erillisistä pitkäkestoisemmista ja lyhyemmistä ohjaustuokioista eli pää- ja lisätäytteistä. Päätyytteitä, eli pidempikes-toisia ohjauksia, ovat erilaiset käsityö- ja taidemenetelmät, joiden suorittamiseen tarvitaan pidempi aika. Niissä tarvitaan myös erilaisia materiaaleja. Päätyytteitä ovat esimerkiksi yhteismaalaus ja varjoteatteri. Lyhyempikes-toiset lisätäytteet ovat esimerkiksi leikkejä, kisailuja, laulutuokioita tai lyhyitä nopeita askarteluja, joihin ei tarvita juurikaan materiaaleja.

Eri tätyyhdistelmille on hinnastossa määritelty tietty hintansa. Salaattibuffetin tavoin asiakkaan on mahdollista valita haluamansa päätyyteen lisäksi tietty määrä lisätäytteitä. Asiakas voi valita täytteet vapaasti annetuista ohjaustuokiovaihtoehdoista.

Hinnastossa on määritelty tietty osallistujamäärä, jonka mukaan hinta on muodostettu. Tämä on täytteiden minimihinta. Mikäli ohjaustuokioon osallistuva ryhmä on suurempi, hintaan lisätään lisähenkilöistä tietty hinta. Osallistujamäärä vaikuttaa myös tarvittavien ohjaajien määrään.

Juhlatoiminnalle ja tyky-toiminnalle on erilaiset hinnastot johtuen niiden tavoitteiden ja tilaajien erilaisuudesta. Alla on esiteltynä suuntaa antava esimerkkihinnasto lastenjuh latoiminnalle. Esimerkkitalauksen täytteet ovat suoraan tulevan yrityksemme ohjauspalveluvalikoimasta eli Kulttuuripuuhabuffasta.

Esimerkkihinnasto lastenjuhliin (max. 10 osallistujaa)

Päätyyte	120€
Päätyyte + lisätäyte	170€
Päätyyte + kaksi lisätäytettä	210€
Päätyyte + kolme lisätäytettä	240€
Lisälapsi	10€/hlö

Päätäytteen kesto 45min
Lisätäytteen kesto 15min

Esimerkkityö Päätäyte + kaksi lisätäytettä

Päätäyte: Sukkaeläinpaja
Lisätäytteet: Äänimuistipeli, Naamataulu-vieraskirja
Hinta: 210€

Valikoimassa tulee olemaan myös muutamia valmiiksi koottuja kokonaisuuksia eli ”menuja” asiakkaille, jotka toivovat valmista pakettia. Valmiit menut ovat hieman itsekoottuja edullisempia.

10 POHDINTA JA ARVIOINTI

Arvioimme opinnäytetyömme onnistumista hyödyntäen Hämeen ammattikorkeakoulun opinnäytetyön arviointikriteereitä. Niiden mukaan työtä arvioidaan aiheen käsittelyyn, käytettyjen menetelmien, työn hyödynnettävyyden, työsuunnitelmassa asetettujen tavoitteiden saavuttamisen ja ammatillisuuden perusteella. (HAMK:n opinnäytetyön arviointikriteerit n.d.)

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millä ohjauspalveluilla kulttuurilähtöisiin lasten- ja aikuistenjuhliin sekä tyky-toimintaan halutaan tilata ja millaiselle on kysyntää. Päätavoitteenamme oli kehittää toimiva, uudenlainen palvelukonsepti, joka koostuu kullekin asiakasryhmälle räätälöidystä, muutaman erilaisen ohjauspaketin kokonaisuudesta. Tavoitteena oli myös suunnitella toiminnasta sellaista, jolla erotumme jo olemassa olevista kilpailijoista.

Opinnäytetyön aiheen käsittelyyn pyrimme hankkimaan mahdollisimman laajasti lähdemateriaalia, ja rajaus tuottikin lopulta hieman vaikeuksia. Kuitenkin löytäneemme niitä keskeisiä asioita, joihin voimme perustaa tutkimuksemme merkityksen. Näitä ovat esimerkiksi asiakaslähtöisen palvelumuotoilun menetelmät sekä toimivan elämystuotteen piirteet. Lähdekirjallisuutta olisimme voineet hyödyntää vieläkin paremmin. Yhdessä opinnäytetyötä tehdessämme huomasimme, että toinen sisäisti ja osasi hyödyntää paremmin toisenlaisia lähteitä kuin toinen.

Keräsimme tutkimustietoa neljän erilaisen kyselyn avulla, sillä tässä opinnäytetyössä se palveli meitä tutkimusmenetelmänä parhaiten ja saadut tulokset auttoivat meitä viemään tutkimustamme haluttuun päämäärään. Kaikkia neljää kyselyä täytettiin yhteensä 232 kertaa, ja olemme tyytyväisiä saatuun vastausmäärään. Teimme ison työn kyselyiden suhteen. Jokaisesta kyselystä teimme koeversiot, jotta kyselyt olisivat mahdollisimman toimivat. Kyselyiden jakaminen osoittautui työläämmäksi kuin mitä osasimme odottaa, mutta hyödyntäen sähköpostilevityksen lisäksi sosiaalista mediaa

saimme kyselymme hyvin jakoon. Saadut tulokset vastasivat hyvin opinnäytetyölle asettamaamme tavoitteeseen selvittää, millaisia kulttuurilähtöisiä ohjauspalveluita ihmiset haluaisivat tilata.

Työ on lähes suoraan hyödynnettävissä omiin käyttötarkoituksiimme. Pysymme käyttämään saatuja tuloksia oman yritystoiminnan kehittämisessä ja perustelemaan yritystoimintaamme opittujen teoretietojen ja tutkimustulosten perusteella. Ulkopuolisia lukijoita opinnäytetyömme ei palvele kovinkaan paljon, sillä varsinaiset tutkimustulokset jäävät vain meidän käyttöömmek. Kerättyä teoretietoa ja sen heijastamista tämänkaltaiseen kulttuurilähtöiseen toimintaan ja sen kehittämiseen voivat muutkin kuitenkin hyödyntää.

Tutkimuksemme on ajankohtainen, sillä työhyvinvointiin ja juhlatoimintaan halutaan tänä päivänä panostaa. Etenkin työhyvinvointiin liittyvät asiat ja ongelmat ovat pinnalla keskusteluissa ja mediassa vähän väliä. Ohjaustoiminnan artenomien silmin tutkimuksemme pyrkii varmempaan omalla alalla työllistymiseen, ohjaustoiminnan tunnettuuden lisäämiseen uudella kentällä sekä koulussa opittujen asioiden konkreettiseen hyödyntämiseen. Tavoitteemme uudenlaisen palvelukonseptin kehittämiseksi ja jo olemassa olevista kilpailijoista erottumiseksi on myös toteutunut niin hyvin kuin se tässä kohtaa prosessia voi olla mahdollista. Tutustuttuamme jo olemassa oleviin palveluntarjoajiin, voimme tehdä päätelmän että erotumme kehittämällemme yritysideoilla muista. Vasta kun varsinainen yritystoiminta alkaa, voidaan tehdä lopulliset johtopäätökset yritysideoiden toimivuudesta.

Opinnäytetyöprosessi alusta loppuun on ollut ajallisesti pitkä, kaiken kaikkiaan noin vuoden kestoisen ensimmäisten opinnäytetyöhön liittyvien merkintöjen päiväytyessä syyskuun 2013 loppuun. Olemme käyneet matkalla monenlaisia tunteita läpi, suuresta innostuksesta aina tylsistymiseen, epävarmuuteen ja panikointiin asti. Välillä usko omaa yritysideoa kohtaan on ollut huipussa, kun taas toisena hetkenä on iskenyt epävarmuus ja pelko siitä, onko tämä sittenkään hyvä juttu. Viime kevään lopulla huomasimme, että olimme molemmat ihan täynnä opinnäytetyötä ja ajatusta omasta ohjauspalveluyrityksestä. Tässä vaiheessa oli viisas ratkaisu pitää kesän ajan taukoa työstä ja antaa aivojen levätä, vaikka tämä tarkoittikin suunnittelemamme aikataulun venymistä.

Kesän jälkeen olemme olleet taas intoa ja ideoita täynnä. Näin pitkän prosessin jälkeen edelleen toivomme, että voimme tällä yritysideoilla työllistää itseämme opintojen jälkeen. Olemme ehtineet prosessin aikana miettiä asiaa hyvin paljon, ja ajatukset siitä, mitä haluamme tehdä, ovat vahvistuneet. Myöskin käsitys omasta itsestä ohjaajana on vahvistunut ja se mitkä ovat omat vahvuudet ja mihin tulevassa työssä kannattaa panostaa. Olemme esimerkiksi oivaltaneet sen, että meidän taitomme, kiinnostuksemme ja osaisemmemme on enemmän taide- ja käsityöpuolella kuin teatteri-ilmaisussa. Tulemme siis painottamaan toimintaa näihin, vaikka kyselytuloksissa painotus saattoikin mennä toiseen suuntaan. Uskomme, että ohjaajan innostunut ammattitaito on se valtti, jolla toiminta markkinoi jo itsekkin itseään ja kokemus on paras mahdollinen kaikille osapuolille.

Kesän aikana pääsimme jo kaksi kertaa tositoimiin ja ohjaamaan taidepäinnotteisia lastenjuhlia, jotka antoivat meille hyvää kokemusta. Toisissa juhlissa pidettiin pieni taidenäyttely juhlissa maalatuista eläinhahmoista, ja toisissa tehtiin sukkaeläimiä parittomista sukista. Molemmissa juhlissa oli lisäksi hieman taiteellisemmin toteutettu vieraskirja ja muuta pientä oheistoimintaa. Molemmat juhlat onnistuivat hyvin, kaikki osapuolet olivat tyytyväisiä. Asiakkaat, jotka tilasivat meidät järjestämään lastenjuhlat, olivat kumpikin täyttäneet lastenjuhlakyselymme. Kyselyt olivat siis toimineet samalla jo pienenä mainostuksena tulevasta yrityksestämme.

Kaiken kaikkiaan työskentelymme sujui alusta asti luontevasti ja hyvin. Olemme tottuneet työskentelemään yhdessä ja työskentelytapamme ja ajatusmaailmamme täydentävät toisiaan. Kummallekaan ei ole prosessin myötä tullut tunnetta, että toinen olisi tehnyt enemmän töitä, vaan olemme saaneet hyvin jaettua työt puoliksi. Vaikka emme pysyneet opinnäytetyösuunnitelmaan tekemässämme aikataulussa, oli tässä tapauksessa pelkästään hyvä, että annoimme prosessille paljon aikaa. Etenkään kun projektilla ei ollut ulkopuolista tilaajaa, vaan teimme tutkimusta itsellemme, ei aikataulun ylittymisestä koitunut ongelmia.

Opinnäytetyön valmistuttua tulemme seuraavaksi hyödyntämään siitä saatuja tuloksia yritystoimintamme konkreettisesti perustamisessa. Olemme tehneet opinnäytetyön kanssa rinnakkain syventävää harjoittelua, jonka puitteissa olemme työstäneet yrityksen perustamiseen liittyviä tekijöitä. Olemme toiveikkaita tulevaisuuden suhteen, ja odotamme innolla mitä yrittäjyys ja sen tarjoamat mahdollisuudet tulevat meille antamaan.

Tuleva kulttuurilähtöisiä ohjauspalveluita tarjoava yrityksemme on uniikki ja ainutlaatuisuudessaan poikkeava. Uskomme, että yritystoimintamme tuo näkyvyyttä ja arvostusta ohjaustoiminnan ammattialaa kohtaan. Asiakkaamme tulevat näkemään palveluistamme, kuinka monipuolisesti, idearikkaasti ja asiakaslähtöisesti taidelähtöistä kulttuuritoimintaa voikaan harjoittaa tyky-toiminnassa sekä erilaisissa juhlapalveluissa. Koemme ylpeyttä ja kiitollisuutta, että olemme päässeet opiskelemaan ohjaustoiminnan artonomeiksi, ja että pääsemme tulevaisuudessa ohjaamaan erilaisia ihmisiä ja mahdollistamaan heille uusien elämyksien saamisen.

LÄHTEET

- Asiakaspalvelu ja palveluympäristö. 2012. Viitattu 5.8.2014.
<http://opiskelublogautus.blogspot.fi/2013/05/elamys-ja-elamyskolmio.html>
- Fenix Ohjelmapalvelut. 2014. Fenix Ohjelmapalvelut Oy. Palvelut. Viitattu 2.10.2014. <http://www.fenixohjelmapalvelut.fi/palvelut.html>
- HAMKin Ohjaustoiminnan opetussuunnitelma. Hämeen ammattikorkeakoulu. Viitattu 1.10.2014.
https://soleops.hamk.fi/opsnet/disp/fi/ops_KoulOhjSel/tab/tab/sea?koulohj_id=1463551&ryhmytyyp=1&lukuvuosi=&stack=push
- HAMKin opinnäytetyön arviointikriteerit. Versio 1; 1.8.2008. Hämeen ammattikorkeakoulu. Viitattu 1.10.2014. http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/LVJ-dokumentit/HAMK/hamk_opiskelun_ohjeet/L9_Arviointikriteerit.pdf
- Hautamäki, A. & Oksanen, K. 2011. Tulevaisuuden kulttuuriosaajat – Näkökulmia moderniin elämään ja työhön. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu. Viitattu 13.10.2014 <https://www.jyu.fi/erillis/agoracenter/agc-ajankohtaista/vanhat/uusi-julkaisu-tulevaisuuden-kulttuuriosaajat.-naekoekulmia-moderniin-elaemaeaeen-ja-tyoehoen>
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Joka neljännellä työntekijällä työuupumuksen oireita. 2012. [SH2] Yle Uutiset. Viitattu 11.4.2014. http://yle.fi/uutiset/joka_neljannella_tyontekijalla_tyouupumuksen_oireita/6085974
- Jussila, P. (toim.) 2014. Taide ja liike työelämän kehittämisessä. Jyväskylä: Ammattikorkeakoulun sarjajulkaisut.
- Juurakko, A., Kauhanen, J. & Öhage, U. 2012. Kulttuurista liiketoimintaa. Seinäjoki: Sananjuuri.
- Jumppanen, A & Suutari, T. 2013. Hyvinvointia kulttuurista - Esimerkkejä kulttuuritoimijoiden sekä sosiaali- ja terveyssektorin yhteistyöstä Etelä-Pohjanmaalla. Ruralia-Instituutti, Helsingin yliopisto. Viitattu 15.8.2014 http://www.academia.edu/5472955/Hyvinvointia_kulttuurista_-_Esimerkkeja_kulttuuritoimijoiden_seka_sosiaali-_ja_terveyssektorin_yhteistyosta_Etela-Pohjanmaalla
- Karppinen, S. & Latomaa, T. (toim.) 2007. Seikkaillen elämyksiä - Seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia. Lapin yliopistokustannus. Tampere: Juvenes Print.
- Kasslin-Pottier, H. 2012. Näyttämöllä työyhteisö - Teatterin keinot kehittämistyössä. Helsinki: Infor Oy.

Korpi, T. 2010. Älä keskeytä mua! – Markkinointi sosiaalisessa mediassa. Tampere: Books on Demand.

"Käsityön pitäisi olla ihmisoikeus". 2013. Kulttuuri. Yle Uutiset. Kotilainen, V. & Thúren, P. Viitattu 14.10.2014. http://yle.fi/uutiset/kasityon_pitaisi_olla_ihmisoikeus/6852988

Miettinen, S. (toim.) 2011. Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Ohjelmanaiset. 2014. Ohjelmanaiset Oy. Ohjelmapalvelut. Viitattu 2.10.2014. <http://www.ohjelmanaiset.fi/palvelut/>

Pii Poo. 2014. Taidesynttärarit. Lasten ja nuorten kulttuurikeskus Pii Poo. Viitattu 2.10.2014. <http://www.lastenpiipoo.fi/taidesynttarit/>

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.

Taito Pirkanmaa. 2014. Toiminnalliset syntymäpäivät. Taitokeskus Verkaraanta. Viitattu 2.10.2014. http://www.taitopirkanmaa.fi/epages/pirkanmaa.sf/fi_FI?ObjectPath=/Shops/pirkanmaa/Categories/Taitokeskukset/%22Verkarannan%20taitopaja%22/Toiminnalliset_syntymaepaeivaet

Tuulenmäki, A. 2010. Lupa toimia eri tavalla. Juva: WSOYpro.

Työhyvinvointi. 2014. Sosiaali ja terveystieteiden ministeriö. Viitattu 11.4.2014 <http://www.stm.fi/tyoelama/tyohyvinvointi>

Tykytoiminta. 2013. Työterveyslaitos. Viitattu 7.4.2014. <http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/tykytoiminta/Sivut/default.aspxio>

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.

Virtanen, P., Suoheimo, M., Lamminmäki, S., Ahonen, P. & Suokas, M. 2011. Matkaopas asiakaslähtöisten sosiaali- ja terveystieteiden palvelujen kehittämiseen. Tekesin katsaus 281/2011: Helsinki.

Wilenius, M. 2004. Luovaan talouteen: Kulttuuriosaaminen tulevaisuuden voimavarana. Helsinki: Edita.

Kulttuurilähtöinen lastenjuhlatoiminta kysely

Olemme kaksi ohjaustoiminnan artonomiopiskelijaa, Eeva Kuisma ja Laura Kuronen Hämeen ammattikorkeakoulusta. Teemme opinnäytetyötä, jossa tutkimme millaisia ovat sisällöltään kulttuurilähtöiset ohjauspalvelut, joille voisi olla kysyntää.

Tässä kyselyssä kartoitamme lastenjuhliin tarjottavaan toimintaan kohdistuvia toiveita. Kysely on suunnattu alaikäisten lasten vanhemmille tai muille tahoille, jotka olisivat mahdollisesti kiinnostuneita tilaamaan taide- ja ilmaisupainotteista lastenjuhlatoimintaa.

Kyselystä saadut yksittäiset vastaukset ovat vain meidän käytössämme eivätkä päädy julkiseen levitykseen. Tulemme käyttämään tuloksia apuna oman ohjauspalveluirtyksemme perustamisessa.

1. Minkä ikäinen/ikäisiä lapsesi ovat? *

- 0-1
- 2-3
- 4-5
- 6-7
- 8-9
- 10-11
- 12-13
- 14-15
- 16-17

2. Minkä ikäiselle lapselle tilaisit ohjattua toimintaa lastenjuhliin? *

- 0-1
- 2-3
- 4-5
- 6-7
- 8-9
- 10-11

12-13

14-15

16-17

3. Minkä kokoiselle lapsiryhmälle tilaisit lastenjuhlatoimintaa? *

2-5

6-10

11-15

16-20

yli 20

en osaa sanoa

4. Minä viikonpäivänä järjestäisit juhlat mieluiten? *

(voit valita 1–2 mieluisinta)

arkipäivänä (ma-to)

perjantaina

lauantaina

sunnuntaina

5. Mikä olisi sinulle sopivin alkuajankohta arkipäivänä pidettäville juhlille? *

9-11

11-14

14-17

17-19

19-21

en järjestä arkipäivänä juhlia

6. Mikä olisi sinulle sopivin alkuajankohta viikonloppuna pidettäville juhlille? *

9-11

11-14

- 14-17
- 17-19
- 19-21
- en järjestä viikonloppuna juhlia

Täytä seuraavat kohdat (7-10) yhdessä lapsen kanssa, jos mahdollista.

7. Haluaisitko ohjelman rakentuvan jonkin tietyn teeman ympärille? *

- kyllä
- en
- en osaa sanoa

8. Mitkä olisivat mieluisia teemoja?

(voit valita 1-5 mieluisinta)

- eläimet
- luonto
- satu/fantasia
- avaruus
- robotti
- merirosvo
- intiaani
- unelma-ammatti
- prinsessa
- ruoka
- monsteri
- taiteilija
- bändi
- eri kulttuurit (esim. Afrikka, Japani, Meksiko...)
- jokin muu, mikä?

- ei mikään

9. Haluaisitko, että juhlatoiminnan ohjaaja eläytyy ja pukeutuu teeman mukaisesti? *

- kyllä
- en
- en osaa sanoa

10. Haluaisitko, että toimintaan sisältyy (lisämaksusta) teeman mukainen tilanosustus? *

- kyllä
- en
- pienimuotoisesti
- en osaa sanoa

Täytä seuraavat kohdat (11-12) yhdessä lapsen kanssa, jos mahdollista.

11. Minkälainen toiminta seuraavista vaihtoehdoista kiinnostaa eniten? *

(voit valita 1-3 kiinnostavinta)

- musiikki
- käsityö
- askartelu
- kuvataide
- peli & leikki
- teatteri

12. Mitkä seuraavista kuulostavat kiinnostavilta menetelmiltä, joita voisit kuvitella tilaavasi lastenjuhliin ohjelmaksi? *

(voit valita niin monta kuin haluat)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> musiikkimaalaus | <input type="checkbox"/> äänimaisema |
| <input type="checkbox"/> yhdessä soittaminen | <input type="checkbox"/> soittimen valmistus |
| <input type="checkbox"/> yhdessä laulaminen | <input type="checkbox"/> musiikki+liike-harjoitukset |
| <input type="checkbox"/> äänibingo | <input type="checkbox"/> nukketeatteri itse tehden |

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> improvisaatioharjoitukset | <input type="checkbox"/> toiminta-/tempurata |
| <input type="checkbox"/> tutustumisleikit | <input type="checkbox"/> laululeikit |
| <input type="checkbox"/> mielikuvamatka | <input type="checkbox"/> sormivärimaalaus |
| <input type="checkbox"/> kuulamaalaus/kuplamaalaus | <input type="checkbox"/> yhteisteos (maalaus, kollaasi...) |
| <input type="checkbox"/> piirtäminen | <input type="checkbox"/> kierrätysmateriaaliaskartelu |
| <input type="checkbox"/> robottitehtailu | <input type="checkbox"/> sukkaeläinpaja |
| <input type="checkbox"/> muovailuvahatyöt | <input type="checkbox"/> syötävä taide |
| <input type="checkbox"/> neulahuovutus | <input type="checkbox"/> korutyöt |
| <input type="checkbox"/> lankamandala | <input type="checkbox"/> origami |
| <input type="checkbox"/> naamio/päähineaskartelu | <input type="checkbox"/> paperiaskartelu |
| <input type="checkbox"/> kasvomaalaus | <input type="checkbox"/> jokin muu, mikä? |
| | <input type="checkbox"/> |
-

13. Minkä kestoista toimintaa haluaisit tilata? *

- 30 min
- 45 min
- 1 h
- 1,5 h
- 2 h
- 2,5 h
- 3 h
- yli 3 h

14. Minkälainen kokonaisuus palvelisi tarpeitasi parhaiten? *

- erillinen lyhyempi ohjelmatuokio lastenjuhlien osana
- ohjelmaa juhlien alusta loppuun

15. Haluaisitko toiminnan koostuvan: *

- yhdestä lyhyestä (n. 15 min) ohjauksesta
- yhdestä laajemmasta ohjauksesta
- muutaman erilaajuisen ohjauksen kokonaisuudesta

- useasta lyhytkestoisesta ohjauksesta
- en osaa sanoa

16. Mikä seuraavista vaihtoehdoista palvelisi tarpeitasi parhaiten: *

- valmiiksi tietyn teeman ympärille koottu ohjauspaketti
- valmiiksi koottu ohjauspaketti ilman tiettyä teemaa
- erilaisista vaihtoehdoista itse koottava ohjauspaketti
- kaikki käy
- en osaa sanoa

17. Järjestettäisiinkö juhlatoiminta mieluiten *

- kotona
- itse hankitussa juhlatilassa
- juhlatoiminnan ohjaajien järjestämässä tilassa
- kaikki käy
- jokin muu, mikä?

18. Kuinka paljon enintään olisit tällaisesta paketista kokonaisuudessaan valmis maksamaan? *

- 30–50 €
- 50–75 €
- 75–100 €
- 100–150 €
- 150–200 €
- 200–300 €
- 300–500 €

jokin muu summa

19. Maksaisitko mieluiten *

- tunti hintaa (hinta/tunti)
- osallistujahintaa (hinta/osallistuja)
- hintaa, joka määräytyy toiminnan laajuuden ja sisällön mukaan
- mikä vain käy

20. Mikä on mielestäsi tärkeää lastenjuhlatoiminnassa?

(voit valita 1-3 tärkeintä)

- hauskanpito
- lasten ehdoilla toimiminen
- ystävyyssuhteiden vahvistuminen
- muihin tutustuminen
- luovuuden aktivointi
- innostuminen
- uusien asioiden kokeileminen
- uusien elämysten saaminen
- arjesta poikkeava tekeminen
- rentoutuminen
- jokin muu, mikä?

21. Jäikö jotain sanomatta? Tähän voit kirjoittaa mieleesi tulleita asioita.

22. Kiinnostuitko tämän tyyppisestä juhlatoiminnasta? Jätä meille yhteystietosi niin lisäämme sinut postituslistalle, jotta saat ajankohtaista tietoa toiminnastamme.

Etunimi

Sukunimi



Sähköposti

Asuinpaikka



