



Value Europe -hankkeeseen osallistuneen Z-sukupolven näkemys tapahtumien vastuullisuudesta

Onna Alho

Monna Paavola

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Restonomi

Opinnäytetyö

2023

Tiivistelmä

Tekijät Onna Alho, Monna Paavola
Tutkinto Restonomi
Opinnäytetyön nimi Value Europe -hankkeeseen osallistuneen Z-sukupolven näkemys tapahtumien vastuullisuudesta
Sivu- ja liitesivumäärä 51+4
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena on tapahtumien vastuullisuus Z-sukupolven näkökulmasta. Työ on tutkimustyyppinen opinnäytetyö ja sen toimeksiantajana toimii Erasmus+ -projektin Value Europe -hanke. Opinnäytetyön tuloksia hyödynnetään hankkeesta syntyvässä vastuullisen tapahtuman sähköisessä käsikirjassa, minkä takia opinnäytetyö on tärkeä hankkeelle. Lisäksi opinnäytetyö on tärkeä alalle, koska olemme tuottaneet uutta tutkimustulosta tapahtumien tulevaisuudesta ja tämänhetkisestä tilasta vastuullisuuden näkökulmasta.</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Z-sukupolven näkemyksiä tapahtumien vastuullisuudesta. Lisäksi tutkitaan miten Z-sukupolven näkemykset eroavat X- ja Y-sukupolvien näkemyksistä ja miten tapahtumien vastuullisuus tulee mahdollisesti kehittymään tulevaisuudessa. Value Europe -hanke lisää tietoisuutta vastuullisuudesta tapahtumissa. Hankkeessa on mukana opiskelijoita Suomesta, Italiasta ja Espanjasta. Hankkeessa mukana olevat Z-sukupolvea edustavat opiskelijat muodostivat opinnäytetyön tutkimuksen kohderyhmän.</p> <p>Työn teoreettisena viitekehysenä toimii tapahtumat, vastuullisuus ja ikäluokat. Tapahtumista käydään läpi tapahtumatyyppejä ja tapahtuman järjestämisen prosessia. Vastuullisuus jaetaan viiteen eri osa-alueeseen, joita avataan yksitellen. Ikäluokat kohdassa tarkastellaan sukupolvia yleisesti ja keskitytään laajemmin työn kohderyhmään eli Z-sukupolveen.</p> <p>Tietoperustan jälkeen siirrytään tutkimuksen toteuttamiseen ja tulosten esittelyyn. Opinnäytetyössä käytetään sekä määrällistä että laadullista tutkimusta. Aineistoa on hankittu kyselyn ja haastatteluiden avulla. Kysely toteutettiin työn kohderyhmälle eli Z-sukupolvelle. Haastattelu toteutettiin sekä pää kohderyhmälle, että hankkeessa mukana olleille X- ja Y-sukupolven edustajille. Tulokset esitetään niin, että ne vastaavat tutkimuskysymyksiin.</p> <p>Opinnäytetyöprosessi on aloitettu lokakuussa 2022 ja saatu päätökseen toukokuussa 2023. Vastuullisuus kehittyi jatkuvasti ja uudet sukupolvet ovat yhä tietoisempia vastuullisuudesta ja siihen liittyvistä teoista. Tutkimuksesta selvisi, että Z-sukupolvi tiedostaa tapahtumissa vastuullisuutta ja sen eri osa-alueita. Sosiokulttuurinen vastuullisuus on Z-sukupolvella jo vahvasti osa arkea, mutta esimerkiksi ekologiseen vastuullisuuteen pitää kiinnittää enemmän huomiota. Vastuullisuutta tapahtumissa ei Z-sukupolven mielestä toteuteta vielä niin hyvin kuin tämänhetkinen tietoisuus sallisi.</p>
Asiasanat vastuullisuus, Z-sukupolvi, tapahtumat, tulevaisuus

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tapahtumat	3
2.1	Tapahtuman määrittelyä	3
2.2	Tapahtumatyypit	5
2.3	Tapahtumajärjestämisen prosessi	7
3	Vastuullisuus	11
3.1	Taloudellinen vastuullisuus	13
3.2	Ekologinen vastuullisuus	13
3.3	Sosiokulttuurinen vastuullisuus	14
3.4	Eettinen vastuullisuus	15
3.5	Turvallisuus	16
4	Ikäluokat	18
4.1	X- ja Y-sukupolvien ominaispiirteet	19
4.2	Z-sukupolven ominaispiirteet	20
5	Tutkimuksen toteuttaminen	22
5.1	Kohderyhmän valinta ja perustelu	22
5.2	Määrällinen tutkimus ja kysely menetelmänä	23
5.3	Laadullinen tutkimus ja haastattelu menetelmänä	24
5.4	Kyselylomake ja kyselyn toteutus	27
5.5	Haastattelukysymykset ja haastatteluiden toteutus	28
5.6	Analysointimenetelmät määrälliseen ja laadulliseen tutkimukseen	29
6	Tutkimustulosten esittely	31
6.1	Kyselyn tulokset	31
6.2	Z-sukupolven haastatteluiden tulokset	37
6.3	X- ja Y-sukupolvien haastatteluiden tulokset	39
7	Pohdinta	42
7.1	Pohdinta ja johtopäätökset	42
7.2	Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys	44
7.3	Jatkotutkimusehdotukset	47
7.4	Oman oppimisen arviointi	47
	Lähteet	49
	Liitteet	52
	Liite 1. Webropol kyselylomake	52

1 Johdanto

Vastuullisuus on jatkuvasti kasvava ja kehittyvä trendi. Vastuullisuusajattelulta vaaditaan kunnianhimoisuutta ja tulevaisuussuuntautuneisuutta, jotta voimme hidastaa ajankohtaisia maailmanlaajuisia ongelmia kuten ilmastonmuutosta ja globaalia eriarvoistumista. (Hellström & Parkkonen 2022, 13.) Käsitys vastuullisuudesta sekä vastuullisuusvaatimukset muuttuvat jatkuvasti, minkä takia tarvitsemme yhä enemmän ymmärrystä tulevien sukupolvien tarpeista. Kun uusia vaatimuksia syntyy, huomio kiinnittyy niihin ja tämänhetkiset vaatimukset muuttuvat vähitellen osaksi arkea. (Hellström & Parkkonen 2022, 40.) Vastuullisuus on koko ajan ajankohtaisempi yhä useammalla alalla ja jopa edellytys menestymiselle. Ekologinen, taloudellinen ja sosiokulttuurinen vastuullisuus ovat suuria trendejä myös tapahtuma-alalla. Suuntaus on kohti ajatusta, että tapahtumien pitäisi luoda yhteisöille hyvää maailmanlaajuisesti eikä vain kouluttaa tai antaa mahdollisuutta liiketoiminnan kehittämiseksi. (CWT 2020.)

Toimeksiantajana toimii Erasmus+ -projektin Value Europe -hanke. Hankkeen tavoitteena on tutustuttaa opiskelijat vastuullisen tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen, sekä lisätä osallistujien arvostusta ympäristöä kohtaan, mukaan lukien kulttuuri, lähiympäristö, luonto ja ihmiset (Perho Liiketalousopisto). Saimme mahdollisuuden osallistua hankkeeseen tiiminvetäjinä ja kirjoittaa opin- näytetyön toimeksiantona. Tapahtumajärjestäminen on aina kiinnostanut meitä molempia, minkä takia oli mielenkiintoista päästä tutkimaan Z-sukupolven, eli tulevien alan ammattilaisten, näkemyksiä vastuullisuudesta tapahtumissa. Opinnäytetyön tuloksia hyödynnetään hankkeesta syntyvässä vastuullisen tapahtuman sähköisessä käsikirjassa, minkä takia työ ja sen tulokset ovat tärkeitä hankkeelle. Hankkeen lisäksi opinnäytetyö on tärkeä tapahtuma-alalle, koska tuotamme uusia tutkimustuloksia alan kehityksestä sekä nykytilasta vastuullisuuden näkökulmasta. Hankkeessa on mukana oppilaitoksia Suomesta, Espanjasta ja Italiasta. Kouluja on mukana kuusi; Perho Liiketalousopisto, Haaga-Helia Ammattikorkeakoulu, IPSAR Luigi Carnacina, IIS De Amicis, Col-legi Badalonès ja CETT Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy. Perhon Liiketalousopisto toimii hankkeen päätoimijana. Opiskelijoita on projektissa mukana yhteensä 28 henkilöä ja opettajia yhteensä 12 henkilöä. Kaikki hankkeessa mukana olevat opiskelijat kuuluvat Z-sukupolveen, joka toimii opinnäytetyön kohderyhmänä.

Z-sukupolveen kuuluu vuosina 1996–2015 syntyneet henkilöt (CGK 2023). Tämä ikäryhmä on ja tulee olemaan suuressa roolissa tulevaisuuden työelämässä. Osa heistä on jo ehtinyt mukaan työelämään ja kun mennään muutama vuosi eteenpäin Z-sukupolvi muodostaa suurimman ryhmän työmarkkinoilla. Heidän arvonsa tulevat heijastumaan alan tulevaisuuteen minkä takia koemme, että on tärkeää avata heidän näkemyksiään tutkittavasta aiheesta. Heidän näkemyksensä

vastuullisuudesta ovat tärkeitä hankkeen käsikirjalle sekä alan yrityksille tulevaisuuden tuotteita suunniteltaessa.

Opinnäytetyön päätavoite on selvittää Z-sukupolven näkemyksiä tapahtumien vastuullisuudesta. Tämä tavoite vastaa tutkimuskysymykseemme. Alatavoitteina selvitämme miten Z-sukupolven näkemykset vastuullisuudesta eroavat X- ja Y-sukupolviin kuuluvien henkilöiden näkemyksistä, sekä miten vastuullisuus tapahtumissa tulee mahdollisesti kehittymään tulevaisuudessa Z-sukupolven näkökulmasta.

Päätutkimuskysymyksemme on

1. Miten Z-sukupolvi näkee vastuullisuuden tapahtumissa?

Alatutkimuskysymyksemme ovat

2. Miten Z-sukupolven näkemykset vastuullisuudesta eroavat X- ja Y-sukupolvien näkemyksistä?
3. Miten vastuullisuus tapahtumissa tulee kehittymään tulevaisuudessa?

Käytämme opinnäytetyössämme määrällistä sekä laadullista tutkimusmenetelmää. Keskeistä määrällisessä tutkimuksessa on johtopäätösten tekeminen aikaisemmista tutkimuksista, hypoteesien esittäminen ja käsitteiden määrittely. Myös koehenkilöiden valinta, aineiston keruun suunnitelmat sekä tulosten kuvailu taulukoiden avulla ovat olennainen osa määrällistä tutkimusta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 135–136.) Määrälliselle tutkimukselle tyypillisiä tutkimusmenetelmiä ovat esimerkiksi lomakekysely tai strukturoitu lomakehaastattelu. Määrälliset menetelmät sopivat hyvin tilanteisiin, joissa halutaan tietää pitääkö jokin teoria paikkansa. Kyselyllä kerätty materiaali analysoidaan tilastollisin menetelmin ja tulokset yleistetään koskemaan koko tutkimuksen perusjoukkoa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti, 2009, 93.) Valitsimme kyselyn tutkimusmenetelmäksi, koska hankkeessa oli mukana iso ryhmä, aikaa oli rajatusti ja halusimme, että kaikilla hankkeeseen osallistuvilla on mahdollisuus osallistua aineiston tuottamiseen.

Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään valittua ilmiötä tutkimuksen kohteena olevien henkilöiden näkökulmasta osoittaen kiinnostusta kohderyhmän ajatuksia, kokemuksia ja tunteita kohtaan (Puusa 2020, Johdanto). Laadullisessa tutkimuksessa eniten käytetty tutkimusmenetelmä on erilaiset haastattelut (Puusa 2020, luku 6). Valitsimme toiseksi aineiston keruumetodiksi haastattelun, koska halusimme päästä syventämään kyselystä saatua tietoa, sekä keskustelemaan vuorovaikutteisesti osallistujien kanssa. Halusimme valita sekä määrällisen, että laadullisen tutkimusmenetelmän, koska kohdejoukko on suhteellisen pieni ja halusimme saada mahdollisimman laajasti tutkimustuloksia luotettavuuden kannalta. Aikataulun vuoksi kaikkien haastattelemisen ei olisi ollut mahdollista, joten kysely toimi hyvänä lisänä haastattelulle.

2 Tapahtumat

Tässä kappaleessa käydään läpi tapahtuman määritelmä, tapahtuman keskeisiä piirteitä, tapahtumatyyppejä sekä tapahtumajärjestämisen prosessia. Tarkastelemme tapahtumatyyppejä usean eri lähteen tarjoamasta näkökulmasta ja kerromme, miten tapahtumia voi luokitella muun muassa sisällön, toteuttamistavan ja koon mukaan. Tapahtumajärjestämisen prosessia kuvaamme useaa eri lähdettä hyödyntäen ja avaamme sitä käytännön esimerkkien avulla.

2.1 Tapahtuman määrittelyä

Tapahtumat ovat olleet tärkeässä roolissa kauan, ja niiden avulla on haluttu rikkoa työlästä arkea. Useimmissa yhteiskunnissa ensimmäiset tapahtumat ovat olleet rituaaleja tai traditionaalisia juhlia, jotka ovat liittyneet uskontoon. Tapahtumia yhdistävä tekijä on se, että tapahtuma on arjesta poikkeava tilaisuus. (Shone & Parry 2013, 6.) Dowson ja Bassett tiivistävät tapahtuman määritelmän kolmeen pääpiirteeseen. Heidän mukaansa tapahtuma on suunniteltu, mieleenpainuva ja erityinen tai väliaikainen kokoontuminen, jolla on tarkoitus. (Dowson & Bassett 2015, 2.)

Tapahtumaelinkeinon keskusjärjestö Tapahtumateollisuus ry määrittelee tapahtuman aika- ja tilasidonnaiseksi, suunnitelluksi sekä tavoitteelliseksi tilaisuudeksi, joka poikkeaa kohderyhmän arki-rutiineista. Tapahtuma toteutuu fyysisessä tai virtuaalisessa tilassa kerran tai toistuvasti. (Tapahtumateollisuus ry 2022.) Kuten Dowsonin ja Bassetin määritelmässä, myös tässä esiintyvät suunnitelmallisuus, väliaikaisuus sekä tarkoituksellisuus. Samoja piirteitä ovat havainneet myös Getz ja Page. Heidän määritelmänsä tilasta ja ajasta on tarkempi. Tapahtumia toteutetaan isoissa avoimissa tiloissa, selvästi rajatussa paikassa ja monissa tiloissa samanaikaisesti tai peräkkäin. Tapahtumalla on alku sekä loppu ja suunnitelluissa tapahtumissa aikataulu tehdään usein tarkasti etukäteen. Jokainen tapahtuma on uniikki ja täysin samanlaista elämystä on mahdoton toistaa. Tapahtumilla voi olla samanlainen pohja, mutta ihmiset ja ohjelma tekevät tapahtumasta ikimuistoisen kokemuksen. (Getz & Page 2020, 51.)

Shone ja Parry (2013, 20) listaavat kahdeksan tapahtumille keskeistä piirrettä, jotka ovat ainutlaatuisuus, katoavaisuus, työvaltaisuus, kiinteä aikataulu, aineettomuus, tunnelma, henkilökohtainen vuorovaikutus sekä juhlallisuudet ja rituaalit. Tapahtumissa ainutlaatuisuus on keskeinen tekijä ja tarkoittaa sitä, että jokainen tapahtuma on erilainen. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, ettei samanlaista tapahtumaa voisi toteuttaa useaan otteeseen. Kuitenkin jokin muuttuva tekijä, kuten yleisö, on aina ainutlaatuinen. Esimerkiksi Olympialaiset on järjestetty satoja kertoja ja vaikka tapahtuman formaatti on vuodesta toiseen samanlainen, sijainti, urheilijat ja yleisö tekevät jokaisesta kerrasta ainutlaatuisen. Ainutlaatuisuus tapahtumissa liittyy vahvasti tapahtumien katoavaisuuteen, joka

tarkoittaa sitä, että tapahtuma on olemassa vain hetken eikä täysin samanlaista tapahtumaa voi toteuttaa toiste. (Shone & Parry 2013, 21.)

Mitä moniosaisempi ja ainutlaatuisempi tapahtuma on, sitä todennäköisemmin se tarvitsee enemmän työvoimaa. Tapahtuman onnistumisen takaa se, että tapahtumassa on tarpeeksi henkilökuntaa. Esimerkiksi kutsuillallinen 300 henkilölle vaatii ruokapalvelun henkilökunnan lisäksi baari- ja juomahenkilökuntaa, keittiöhenkilökuntaa, johtohenkilöstöä, siistijöitä ja henkilökuntaa kasaamaan sekä purkamaan tapahtumapaikan. Työvoiman tarpeen voi liittää ainutlaatuisuuteen ja katoavaisuuteen, koska tapahtuman työvoiman tarve on aina tapahtumakohtaista. (Shone & Parry 2013, 24.) Tapahtumat järjestetään tietyssä aikataulussa. Monet tapahtumat koostuvat useasta lyhyemmästä toiminnan jaksosta, joiden välillä on taukoja. Jotta tapahtuma olisi menestyksellinen, sen täytyy ylläpitää osallistujien mielenkiinto ja huomio. Huomiota kannattaa kiinnittää esimerkiksi siihen, että taukoja on tarpeeksi ja tapahtuma pilkotaan osiin. (Shone & Parry 2013, 25.)

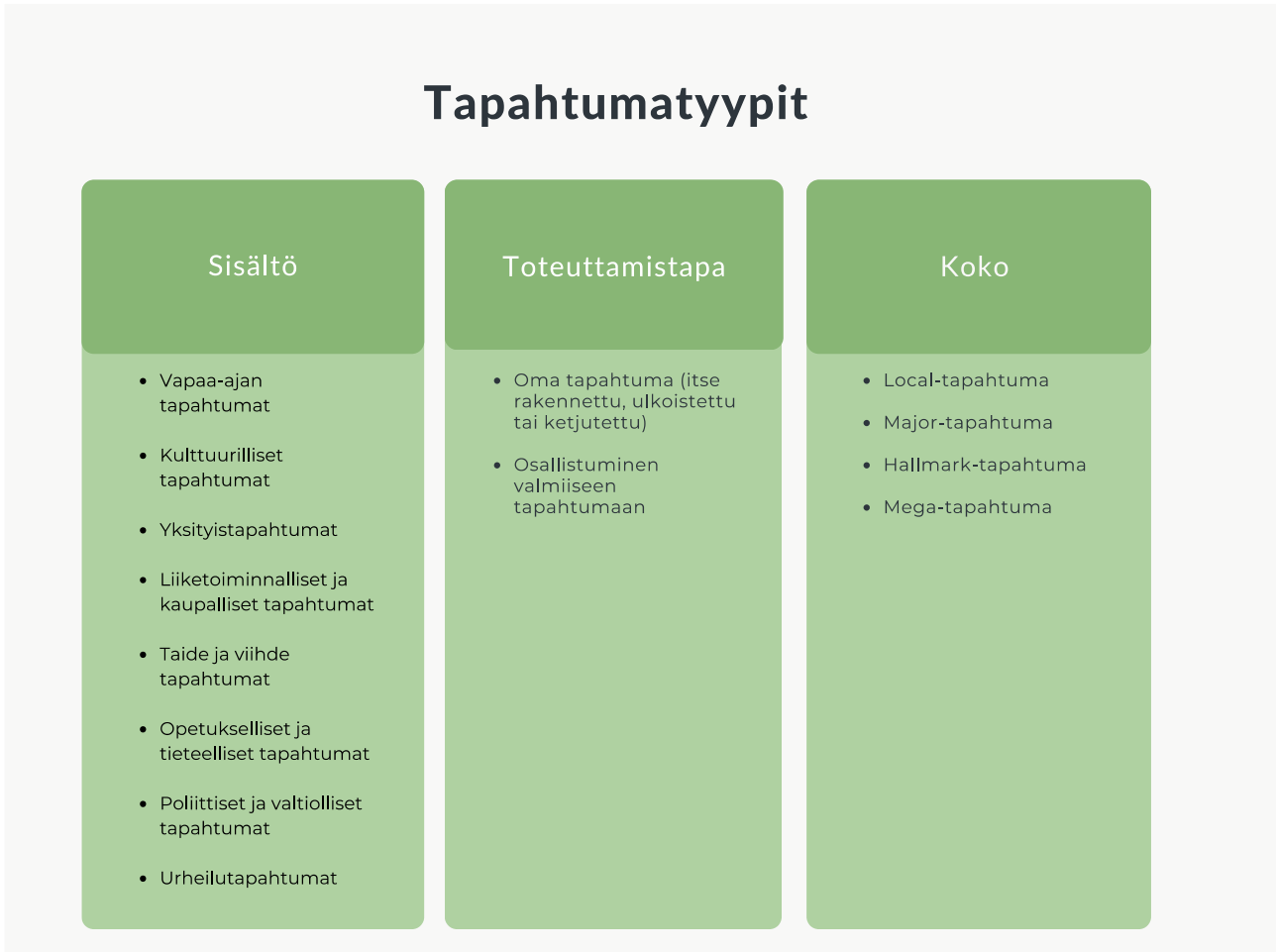
Yksi tapahtumien piirteistä on aineettomuus. Tämä tarkoittaa sitä, että tapahtumat ovat yleensä kokemus tai aktiviteetti, joista jää muisto, mutta harvoin kuitenkaan mitään konkreettista. Tapahtumia järjestettäessä kannattaa kuitenkin ottaa huomioon, että ihmiset ilahtuvat usein pienistäkin konkreettisista muistoista, jotka muistuttavat tapahtumasta ja sen ainutlaatuisuudesta. (Shone & Parry 2013, 22.)

Lopputuloksen kannalta yksi tärkeimpiä tapahtuman piirteitä on tunnelma tapahtumassa. Yksityistapahtumissa ilmapiiriin luo yleensä paikalla olevat ihmiset ja vieraat. Tämän lisäksi tunnelmaa voi luoda koristeilla, musiikilla, peleillä ja tarjoiltavalla ruualla sekä juomalla. Nämä aineelliset asiat eivät kuitenkaan takaa tapahtuman onnistumista, vaan osallistuvien ihmisten mieliala määrittelee pitkälti tunnelman. Tapahtumat ovat suurelta osin palvelusta ja henkilökunnasta riippuvaisia, ja tällöin henkilökohtainen vuorovaikutus on tärkeässä roolissa. Palvelun laatu vaikuttaa tapahtuman tunnelmaan sekä koko kokemukseen ja mielikuvaan, joka osallistujille jää tapahtumasta. (Shone & Parry 2013, 23–24.)

Rituaalit ja seremoniat ovat historiallisissa tapahtumissa olleet tapahtuman keskiössä ja tapahtumat usein muodostuivat niiden ympärille. Nykypäivänäkin monet rituaalit ovat vielä säilyneet, vaikka niiden merkitys on saattanut muuttua. Nykyään niitä suoritetaan perinteen ylläpitämiseksi, mutta ennen ne ovat olleet esimerkiksi osa kommunikaatiota. Englannin Riponissa voi kuulla vieläkin iltaisin torven, joka julistaa yö vartiovuoron alkaneeksi. Ennen tämä merkki oli välttämätön, mutta nykypäivänä se on lähinnä turisteille tarkoitettu historiallinen vetonaula. (Shone & Parry 2013, 22–23.)

2.2 Tapahtumatyypit

Tapahtumia on monenlaisia, minkä takia niitä jaotellaan eri kategorioihin. Tapahtumien luokitteluun ei ole yhtä oikeaa tapaa ja monet tapahtumat kuuluvat useaan eri kategoriaan. Kuvassa 1 näkee, miten tapahtumia voi luokitella esimerkiksi sisällön, toteuttamistavan ja koon mukaan.



Kuva 1. Tapahtumatyypit (mukaillen Shone & Parry 2013, 7; Getz 2020, 72–90; Häyrynen & Vallo 2016, 77–81)

Shone ja Parry sanovat tapahtumien jakautuvan vapaa-ajan tapahtumiin, kulttuurillisiin tapahtumiin, yksityisiin tapahtumiin ja järjestöllisiin tapahtumiin. Tässä tapahtumat jaotellaan sisällön mukaan. He kuitenkin korostavat, että useiden tapahtumien kohdalla jaottelussa on päällekkäisyyksiä ja tapahtumat lukeutuvat kahteen tai useampaan eri luokkaan. (Shone & Parry 2013, 7.) Dowson ja Bassett käyttävät myös jaottelua sisällön mukaan. He selittävät jaottelua esimerkkien kautta.

Syntymäpäiväjuhlat ja häät ovat hyvin erilaiset tapahtumat, mutta ne molemmat voidaan luokitella saman kategorian, eli yksityistapahtumien, alle. (Dowson & Bassett 2015, 3–4.)

Getzin tyyppioppi on yleisin tapa luokitella tapahtumia. Tyyppiopissa tapahtumat jaetaan kahdeksaan eri kategoriaan: kulttuurilliset tapahtumat, liiketoiminnalliset ja kaupalliset tapahtumat, taide ja viihde tapahtumat, opetukselliset ja tieteelliset tapahtumat, poliittiset ja valtiolliset tapahtumat, yksityistapahtumat, vapaa-ajan tapahtumat sekä urheilutapahtumat. (Getz 2020, 72–90.) Getzin tyypityksessä kategorioita on puolet enemmän kuin Shonen ja Parryn (2013, 7) ja ne ovat tarkemmin rajattu, jolloin päällekkäisyyksiä syntyy vähemmän. Tapahtumien kategorioista vapaa-ajan tapahtumat, kulttuurilliset tapahtumat sekä yksityistapahtumat esiintyvät molempien luokittelumallissa, mikä kertoo näiden tapahtumatyyppien yleisyydestä.

Häyrinen ja Vallo jakavat tapahtumalajit sisällöllisyyden lisäksi toteuttamistavan mukaan. Heidän mukaansa mahdollisuuksia on kaksi: oma tapahtuma tai osallistuminen valmiiseen tapahtumaan. Oma tapahtuma voi olla itse rakennettu, ulkoistettu tai ketjutettu. Organisaation itse suunnitteleman ja toteuttaman tilaisuuden edellytyksenä on projektipäällikön löytyminen omasta yrityksestä ja sitoutuminen suureen työpanokseen. Nämä ovat tämän tapahtumalajin haasteita kokemuksen puutteen lisäksi. Taloudellinen tilanne on usein syynä siihen, että tapahtuma toteutetaan omilla resursseilla. Etuna saadaan täysi valta tapahtumasta ja irrallisia suunnittelukuluja ei synny. (Häyrynen & Vallo 2016, 77–81.)

Tapahtumaa ulkoistettaessa toiselle toimijalle raportoidaan tavoitteet, kohderyhmä sekä budjetti, mutta idea tulee usein valitulta ulkopuoliselta yritykseltä. He hankkivat projektipäällikön ja pitävät huolen tapahtuman sujuvuudesta alusta loppuun, mutta tästä huolimatta oma organisaatio on osallistettava projektiin. Haasteina ovat toteutus brändin mukaisesti, kontrollointi ja kustannukset. Etuina ovat omiin tarpeisiin kehitetty tapahtuma, ammattilaisten apu ja työajan säästäminen. (Häyrynen & Vallo 2016, 77–81.)

Viimeisenä lajina omaan tapahtumaan Häyrynen ja Vallo ovat luokitelleet ketjutetun tapahtuman. Ketjutetussa tapahtumassa ostetaan valmiita osia oman tarpeen mukaan. Osat linkitetään yhteen itse tai ulkoistetun toimijan puolesta ja niistä syntyy sopiva yhtenäinen paketti. Tyylinä tämä on hyvin helppo ja kulut ovat selkeästi tiedossa. Haasteina ovat puolestaan osien sitominen ja niiden siirtymät sekä onnistuminen brändin tarpeen mukaisesti. Häyrysen ja Vallon puhuessa osallistumisesta valmiiseen tapahtumaan he käyttävät nimitystä kattotapahtuma. Tapahtuma ostetaan valmiina eli oman järjestämisen sijaan mennään esimerkiksi konserttiin. Kattotapahtuma ei vaadi omalta organisaatiolta paljon, mutta isännöinti ja lisäpalvelut on hankittava itse. (Häyrynen & Vallo 2016, 77–81.)

Sisällön ja toteuttamistavan lisäksi koko on yleinen tapa jakaa tapahtumia kategorioihin. Tätä tapaa luokitella käyttävät esimerkiksi Dowson & Bassett (2015, 4–5). He käyttävät kirjassaan Bowdinin

(2011, 19–21) neljän kategorian määritelmää, jossa kokoluokat ovat local-, major-, hallmark- ja mega-tapahtumat.

Local-tapahtuman tarkoituksena ei ole herättää kiinnostusta alueen ulkopuolisissa toimijoissa, vaan yhdistää oman yhteisön jäseniä. Tämän tyyllisessä tapahtumassa yhteisö ja paikalliset toimijat ovat usein osallisena tilaisuuden järjestämisessä ja sen läpiviennissä. (Dowson & Bassett 2015, 4–5.)

Major-tapahtumat sen sijaan haluavat herättää kiinnostusta suuremmissa yleisöissä. Pää tarkoituksena on saada yleisö käyttämään rahaa paikallisiin yrityksiin. Näin edistetään oman alueen taloutta ja tunnettavuutta. Tavoitteena on saada media kiinnostumaan tilaisuudesta ulkopuolisten vierailijoiden lisäksi. Hyviksi esimerkkeiksi Dowson ja Bassett mainitsevat taide- ja kulttuuritapahtumat sekä kansainväliset liiketoimikokoukset. (Dowson & Bassett 2015, 4–5.)

Hallmark-tapahtumat ovat paikkasidonnaisia eli tapahtuma ja paikka identifioituvat keskenään vahvasti, eikä tapahtumaa voi järjestää missä tahansa. Esimerkkinä tästä on Wimbledonin tenniksen mestaruuskilpailut, jossa tennisottelun katsominen liittyy olennaisena osana paikan imagoon ja kohteeseen matkustettaessa matkan ohjelmaan. (Dowson & Bassett 2015, 4–5.)

Mega-tapahtumat ovat kooltaan ja vaikutukseltaan suurimpia näistä neljästä tapahtumatyyppistä. Niiden järjestäminen vie resursseja kohteelta, mutta antaa mahdollisuuden huomattavaan taloudelliseen voittoon. Näin suurella tapahtumalla on myös riskinsä ja voiton sijaan seurauksena voi jäädä velkaa. Esimerkkinä tämän tyyllisestä tapahtumasta mainitaan olympialaiset, jotka joka neljäs vuosi keräävät suuren määrän osallistujia ympäri maailmaa. (Dowson & Bassett 2015, 4–5.)

2.3 Tapahtumajärjestämisen prosessi

Yksi tapahtumajärjestämisen prosessin malli on Dowsonin ja Bassettin tapahtumasuunnittelumalli vuodelta 2015. Prosessissa on kolme selvästi erotettavaa vaihetta: valmistautuminen, yksityiskohtainen suunnitelma ja tapahtuman arviointi. (Dowson & Bassett 2015, 21–22.)

Ensimmäinen vaihe on valmistautuminen, jonka päätyttyä järjestäjät ovat itse perillä tapahtuman konseptista. He ovat päättäneet miksi, missä, milloin, mitä ja kenelle. Selvillä tässä vaiheessa ovat budjetti, tavoitteet, sidosryhmät sekä idea. (Dowson & Bassett 2015, 23–36.)

Toisessa vaiheessa tapahtumalle tehdään yksityiskohtainen suunnitelma. Tässä vaiheessa tehdään taloudellinen suunnitelma, kootaan tapahtumatiimi, valitaan tapahtumapaikka, tehdään sijainnin mukainen pohjapiirros, suunnitellaan ohjelma ja logistiikka, hankitaan tarvittaessa toimittajat ja urakoitsija sekä tavoitetaan yleisö. (Dowson & Bassett 2015, 42–47.)

Tapahtuman järjestämisen jälkeen siirrytään kolmanteen vaiheeseen, jossa arvioidaan tapahtuma, tavoitteiden saavuttaminen, onnistumiset ja kehityskohteet. Tämä auttaa tulevaisuuden tapahtumien suunnittelussa. Tärkeää on myös pyytää palautetta ja ottaa henkilökohtaisesti yhteyttä osallistujiin. (Dowson & Bassett 2015, 48–50.)

Etelä-Pohjanmaan liitto kertoo tapahtuman järjestämisen prosessista Tapahtumajärjestäjän oppaassaan. Oppaassa prosessi jaetaan neljään osaan, jotka ovat ideointi, suunnittelu, toteutus ja jälkimainingit. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2021, 4–5.)

Ensimmäisessä vaiheessa tarkoituksena on saada keksittyä mahdollisimman paljon ideoita ja ajatuksia. Ideoinnissa voi käyttää apuna miellekarttaa tai aivoriihi menetelmää, joiden avulla ideoita voi kerätä ja myöhemmin karsia. Ideointi vaiheessa on hyvä suorittaa myös huolellista taustatyötä. Tähän apuvälineenä toimii esimerkiksi SWOT-analyysi, jonka avulla kartoitetaan vahvuudet, heikoudet, uhat sekä mahdollisuudet. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2021, 7.)

Suunnittelu vaiheessa on huomioitava tapahtuman järjestäminen, sen markkinointi ja siitä tiedottaminen. Suunnittelu vaiheessa toteutetaan jo paljon konkreettista taustatyötä tapahtumaa varten. Tässä vaiheessa valitaan tapahtuman organisaation roolit kuten projektipäällikkö. Lisäksi suunnitellaan aikataulu, konkreettinen tapahtumapaikka, yhteistyökumppanit, budjetti ja rahoitus sekä mietitään, kenelle tapahtuma tehdään, miten siitä saadaan turvallinen ja miten tapahtumaa markkinoidaan. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2021, 8–10.)

Itse tapahtuman toteutuksen vaihe vaatii myös monenlaisia toimenpiteitä. Ilman osaavaa henkilökuntaa tapahtumaa ei pystytä järjestämään, eli henkilökunnan hyvinvointiin ja viihtyvyyteen kannattaa panostaa vähintäänkin yhtä paljon kuin kävijöihin. Esimerkiksi hyvä informointi kannattaa niin henkilökunnan kuin tapahtumakävijöidenkin suuntaan. Toteutusvaiheessa on oltava selvillä myös viralliset lupa-asiat. Niitä ovat maankäyttölupa, meluilmoitus, jätehuolto ja siivous, järjestyksen valvonta, rakennusturvallisuus, palo- ja pelastustoimet, ensiapu, sähköturvallisuus, tupakkalaki, anniskelulupa ja elintarvikkeiden myyntiä koskevat säädökset. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2021, 11–24.)

Tapahtuman päätyttyä on tapahtuman järjestäjän huolehdittava tapahtumapaikan siivouksesta ja tarvittaessa mahdollisten rakenteiden purkamisesta. Tapahtuman jälkeen on hyvä käydä läpi missä asioissa onnistuttiin ja missä pitäisi vielä parantaa. Kuten Dowson ja Bassettkin (2015, 48–50) mainitsevat, tämä vaihe ja siitä raportointi on erityisen tärkeää, jotta tapahtumia voidaan parantaa jatkossa. Viimeisenä on hyvä muistaa talkooväkeä sekä yhteistyökumppaneita ja ilmaista heille kiitokset. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2021, 30.)

Paikallis- ja matkailuvirasto My Helsinki ja kestävyysratkaisujen johtava asiantuntija Nani Pajunen (2018) huomioivat tapahtuman järjestämisen prosessia vastuullisuuden kannalta. Kun järjestetään

kestävää tapahtumaa, paikan ja konseptin valitseminen vastuullisten arvojen mukaisesti on tärkeää. Palveluntarjoajien taustat on tarkistettava ja tarjouspyynnön sekä sopimuksen yhteyteen on liitettävä vastuullisuus kriteerit. Selkeiden tavoitteiden asettaminen kestäväälle tapahtumalle on myös yksi ensimmäisistä aloittamisen vaiheista. (My Helsinki.) Pajunen (2018) mainitsee puheenvuorossaan samoja asioita esimerkiksi tärkeyden sitouttaa tapahtumakumppanit vastuullisuuteen. Hän lisää myös, että tavoitteiden asettamiseen ja järjestämisen vaiheisiin on hyvä ottaa kumppanit mukaan, jotta jokainen voi tehdä parhaansa omassa organisaatiossa. Myös My Helsinki on tämän kannalla ja heidän mielestään on tärkeää kysellä suunnittelu vaiheissa, miten muut voisivat tukea heitä. (My Helsinki.)

Tapahtumaan virtuaalisesti osallistumisen mahdollisuus on yksi tapa lisätä vastuullisuutta. Tapahtumanjärjestäjä voi myös tutkia olisiko lähistöllä samanaikaisesti järjestettäviä muita tapahtumia, jotta resursseja voitaisiin jakaa ja matkustamisen tarve edes takaisin vähenisi. (My Helsinki.)

Suunnittelun jälkeen siirrytään tapahtuman toteuttamiseen. Vihreän sähkön ja kestävien tuotteiden käyttäminen ovat asioita, joiden avulla voi tukea kestävä kehitystä. Ylimääräisten oheistuotteiden sivuuttaminen on vastuullinen valinta niin omassa kuin muidenkin tapahtumissa. Ruuan suhteen kannattaa suosia paikallista ja kasvisruokaa. On suositeltavaa selvittää ennakkoon paljon ruokaa tulee menemään, jotta hävikkiä syntyy mahdollisimman vähän. Tarvittaessa jäljelle jääneen ruuan voi hyödyntää muilla tavoin. Vastuullista tapahtumapaikkaa valittaessa on otettava huomioon, pääseekö paikalle sijainnin ja aikataulun puitteissa muulla kuin omalla henkilöautolla. (Pajunen 2018.) On tärkeää varmistaa, että koko henkilökunta tietää, miten kestävyys onnistuu tapahtumassa. Ohjeisiin tulisi sisällyttää esimerkiksi kierrätys-, terveys- ja turvallisuusasiat. (My Helsinki.) Pajunen (2018) antaa myös vinkin palkata ulkopuolinen toimija mittaamaan ekologisuutta.

Sekä My Helsinki että Pajunen (2018) mainitsevat saman asian prosessin loppuvaiheeseen: kommunikointi. Yhteydenotto sidosryhmiin, asiakkaisiin, kumppaneihin ja verkostoon on tärkeää (My Helsinki). Yhteydenoton kautta saadaan yhteenveto tapahtuman elinkaaresta, opituista asioista ja kehityksen kannalta tärkeitä välineistä. Erityisesti tärkeitä puheenaiheita ovat onnistumiset ja kehityksen kohteet. (Pajunen 2018.)

Hyvänä esimerkkinä vastuullisesta tapahtumasta ja sen järjestämisestä toimii Flow Festival Helsinki. Kyseinen festivaali on yksi maailman ensimmäisistä hiilineutraaleista festivaaleista. Hiilijalanjälkilaskennan lisäksi Flow Festival pyrkii selvittämään laajemmin koko festivaaliekosysteemin vaikutusta ympäristölle ja tätä kautta kehittämään uusia työvälineitä ympäristö vastuullisempaan festivaalituotantoon. Tämän lisäksi Flow Festival on vuodesta 2012 asti käyttänyt Ekokompassi nimistä ympäristöjärjestelmää, heidän energiatuotannossansa käytetään uusiutuvaa dieseliä, kaikki

tapahtumasta syntyvä jäte lajitellaan ja kierrätetään sekä ruoka on ympäristöystävällistä ja esimerkiksi punaisesta lihasta ja siipikarjasta on luovuttu kokonaan. (Flow Festival 2023.)

3 Vastuullisuus

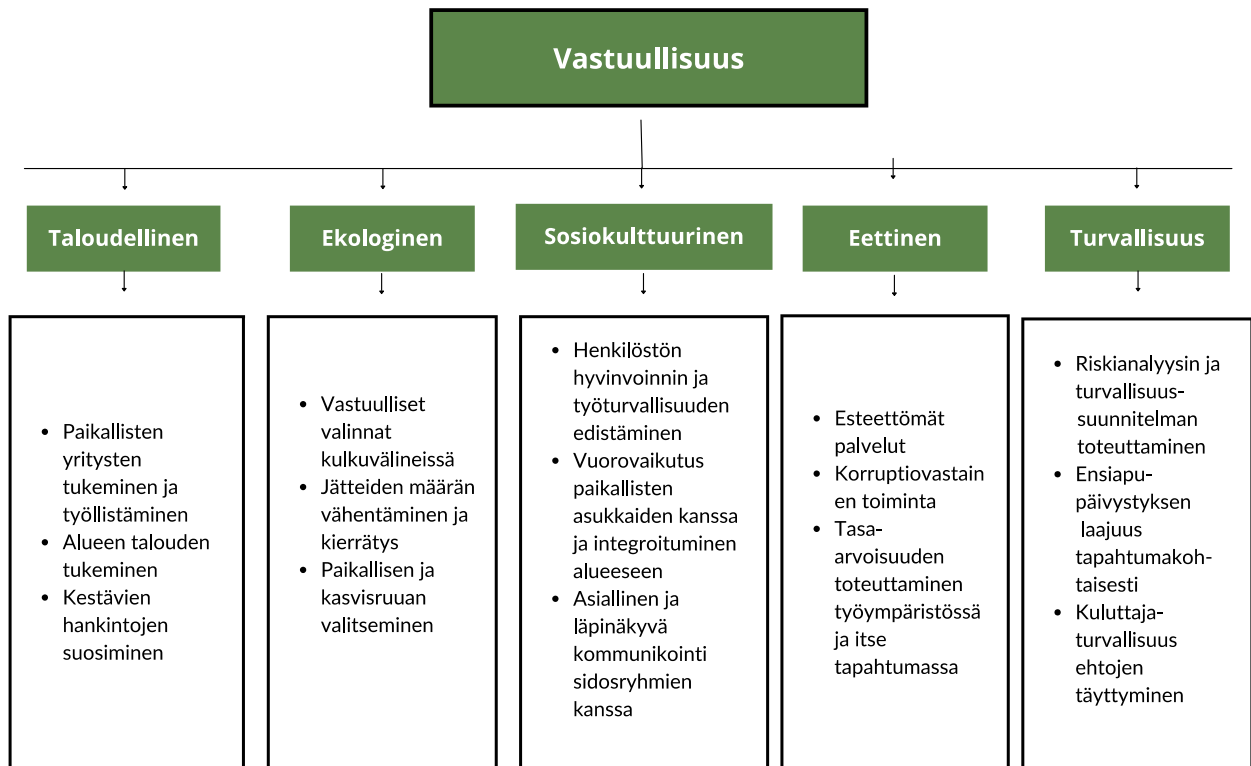
Tässä kappaleessa kerrotaan vastuullisesta liiketoiminnasta sekä vastuullisuudesta ja sen osa-alueista yleisesti. Osa-alueiden kategorisointiin tässä opinnäytetyössä käytetään Visit Finlandin (2019) Vastuullisen matkailuyrityksen käsikirjan jaottelua.

Vastuullinen liiketoiminta lähtee siitä, että organisaatiolla on tavoitteena muukin kuin oman voiton maksimointi. Vastuullisen liiketoiminnan avulla tuodaan positiivisia vaikutuksia yhteiskuntaan ja vähennetään ympäristöön ja ihmisiin kohdistuvia uhkia. Tavoitteena on kestävä kehityksen aktiivinen toteuttaminen ja perusta siihen syntyy taloudellisista, sosiaalisista ja ympäristöön liittyvistä näkökulmista. Yrityksen luonne, toimintaympäristö sekä arvot ja tavoitteet määräävät vastuullisuuden kokonaisuuden. Esimerkiksi tapahtuma-alalla yritys on vastuussa myös siitä, että alihankkijat ja yhteistyökumppanit toimivat vastuullisesti. (Jylhä & Viitala 2013, 348–350.)

Vastuullisuuden merkitys on nykypäivänä suuri. Se turvaa kannattavuuden, maineen ja on osana yritys- ja tuotekuvan kehittymistä. Vastuullisuus tukee liiketoimintaa, kun siihen panostetaan pitkäjänteisesti ja johdonmukaisesti. Sosiaalisen median myötä kuluttajien vaikutusvalta yrityksiin päin on kasvanut ja yrityksiltä on helpompi vaatia vastuullista toimintaa. (Jylhä & Viitala 2013, 348–349.)

Vastuullisuudessa täytyy huomioida useita eri osa-alueita. Jylhän ja Viitalan lisäksi Tapahtumatoimisto Wolttigroup sekä Helsingin kaupunki jaottelevat vastuullisuuden tapahtumissa kolmeen eri kategoriaan. Nämä kategoriat ovat: ympäristövastuullisuus, sosiaalinen vastuullisuus ja taloudellinen vastuullisuus (Helsinki 2020; Wolttigroup; Jylhä & Viitala 2013, 348.) Tässä jaottelu tavassa esimerkiksi turvallisuus sisällytetään sosiaalisen vastuullisuuden alle, kun taas Visit Finland (2019) jaottelee turvallisuuden omaksi kategoriakseen.

Visit Finland (2019) kehittää matkailua koko Suomessa ja luo kansainvälistä kuvaa. Tavoitteena on tehdä Suomesta haluttava matkakohde ja tukea suomalaisia yrityksiä pääsemään kansainvälisille markkinoille. Visit Finlandin Vastuullisen matkailuyrityksen käsikirjassa kategorioita on yhteensä viisi: taloudellinen vastuullisuus, ekologinen vastuullisuus, sosiokulttuurinen vastuullisuus, eettinen vastuullisuus sekä turvallisuus. Jaottelu viiteen kategoriaan mahdollistaa jokaisen aiheen yksityiskohtaisemman tarkastelun. Tästä syystä käytämme opinnäytetyössämme tätä tapaa jaotella vastuullisuuden osa-alueet. Kuvassa 2 näkee tämän mukaan tehdyn jaottelun vastuullisuuden osa-alueista ja lisäksi kolme tarkempaa esimerkkiä jokaisesta.



Kuva 2. Vastuullisuuden osa-alueet (mukaillen Visit Finland 2019)

Vastuullisuuden eri osa-alueet täytyy huomioida myös tapahtumaa järjestäessä. Getz ja Page (2020, 424) sanovat huomioitaviksi asioiksi vastuullista tapahtumaa järjestäessä muun muassa ilmastomuutoksen huomioimisen, veden käytön seurannan, luonnon monimuotoisuuden, kulttuuriperimän vaalimisen sekä terveyden, turvallisuuden, yleisen hyvinvoinnin ja mukavuuden takaamisen.

Vastuullisuutta tapahtumissa pitäisi ajatella jatkuvan edistyksen prosessina. Vihreiden tavoitteiden asettaminen ja saavuttaminen on todennäköisesti useiden tapahtumien lähtökohta ja näin pitäisi olla myös jatkossa. Jatkuvat arviointiprosessit ja strateginen suunnittelu voi viedä kaikkia tapahtumia kestävämpään suuntaan. (Getz & Page 2020, 46.)

3.1 Taloudellinen vastuullisuus

Edellytyksenä yhteiskunnan keskeisille toiminnoille on kestävä talous. Se on tasapainoista kasvua sisällön sekä laadun näkökulmasta. Sen tarkoituksena on välttää velkaantumista tai varantojen vähentymistä. Tähän tähtää pitkäjänteisellä toiminnallaan talouspolitiikka, joka onnistuessa luo hyvät olosuhteet kansalliseen hyvinvointiin ja sen lisäämiseen. Kun talous on kestävää auttaa se myös tulevien haasteiden kohtaamisessa. (Ympäristöministeriö.)

Taloudellinen vastuullisuus on paikallisten yritysten tukemista ja työllistämistä, alueen talouden tukemista, toiminnan läpinäkyvyyttä, pitkäjänteisyyttä sekä kotimaisten, kestävien ja korjattavien hankintojen suosimista (Visit Finland 2019).

Yritysvastuusta puhuttaessa, taloudellinen vastuullisuus koostuu tavasta, jolla yritys luo taloudellista hyvinvointia yhteiskuntaan. Taloudellista vastuullisuutta harjoittava yritys tai toiminta luo taloudellista hyvinvointia siinä ympäristössä, jossa se toimii. Vähimmäistasona taloudellisen vastuullisuuden toteuttamisessa pidetään lakien ja säädösten noudattamista. Yritykset voivat määritellä taloudellista vastuullisuutta eri periaatteisiin, joita ovat hallintoperiaatteet, riskienhallinta, sijoitussuunnitelmat, luotto-, hinnoittelu- ja ostopolitiikka sekä sisäpiiriohjeistus. Vastuullisuuden toteutumisen seuranta varten toiminnan tulee olla läpinäkyvää ja avointa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 18–20.)

Velvoite, joka taloudelliseen vastuullisuuteen kuuluu, on esimerkiksi välitön omistajista ja henkilöstöstä huolehtiminen. Voiton saaminen henkilöstöä, muita sidosryhmiä tai ympäristöä vahingoittamalla ei ole vastuullista. Vastuullinen yritys luo lisäksi välillisiä vaikutuksia yhteiskuntaan veronmaksajana. Toiminnasta ei saisi syntyä yhteiskunnalle enempää haittaa, kuin hyötyä yritykselle taloudellisesti. Myös voitontavoitteluvastuun kohtaaminen ekologisen ja sosiaalisen vastuun kanssa on merkittävää. (Jylhä & Viitala 2013, 350–351.)

3.2 Ekologinen vastuullisuus

Ympäristöministeriön mukaan ihmisten taloudellisen ja aineellisen toiminnan mukauttaminen luonnon kestävykseen on yksi kestävä kehityksen perusehdoista. Pyrittäessä ekologiseen kestävyteen kansallisen toiminnan lisäksi, kansainvälinen yhteistyö on tärkeässä roolissa. Ennen ekologisen vastuullisuuden toimiin ryhtymistä arvioidaan riskit, haitat sekä kustannukset. Haittojen synnyn ennaltaehkäiseminen ja niiden torjuminen syntylähteillä kuuluvat myös tärkeisiin periaatteisiin. (Ympäristöministeriö.)

Luonnon kunnioittaminen ja vastuulliset valinnat kulkuvälineissä liittyvät ekologiseen vastuullisuuteen. On tärkeää miettiä saastuttaako tapahtuma luontoa ja teemmekö asioita luonnon suojelemiseksi. Suunnittelu vaiheessa voidaan miettiä pääsisikö yleisö kohteeseen julkisella liikenteellä tai

ei motorisella kulkuvälineellä. Tapahtumapaikan valitseminen niin, että sinne pääsee helposti ilman omaa autoa ja sen tiedottaminen selvästi ovat vastuullisia valintoja. (Visit Finland 2019).

Ympäristövastuullinen yritys pyrkii toimimaan ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Yritys on välittömässä vastuussa sen aiheuttamista vaikutuksista ympäristöön. Harmaala & Jallinoja kertovat ympäristövastuullisuuteen kuuluvan vesien, ilman ja maaperän suojelun, kasvihuonepäästöjen vähentämisen, luonnon monimuotoisuuden turvaamisen, tehokkaan ja säästävän luonnonvarojen käytön, jätteiden määrän vähentämisen sekä kemikaalien terveys- ja ympäristöriskien hallinnan. Yritysvastuussa toiminnan ulkoistaminen on lisännyt yrityksen välillisen ympäristö vastuun määrää, koska se pitää sisällään myös yhteistyökumppaneiden ympäristövaikutusten hallinnan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 22.)

Ympäristövastuullisuuteen liittyy lainsäädännön alueita. Näitä ovat esimerkiksi ilmaston- ja vesien suojelu, jätteet ja kierrätys, ekotehokkuuden lisääminen ja energian käyttö. Näiden lisäksi säädäntöjä on tuotesuunnitteluun liittyvistä asioista, pakkauksista ja tuotemerkinnoista. Käytännössä ympäristövastuu näkyy tuotantoprosessien ja toimintaympäristöjen kehittämisessä, kiinteistöjen hallinnassa sekä tuote- ja palvelukehityksessä. (Harmaala & Jallinoja 2012, 22.)

Jylhä & Viitala kuvaavat kirjassaan ekologista vastuullisuutta vastuuna maapallon tilasta. Asiakkaiden, suuren yleisön ja lainsäädännön kasvu lisäävät jatkuvasti ympäristöasioiden merkitystä. He kuvaavat elementeiksi vesien, ilman ja maaperän suojelun, luonnon monimuotoisuuden turvaamisen ja kestävän luonnonvarojen käytön. Tavoitteena on tyydyttää nykyhetken tarpeet ja mahdollistaa sama seuraaville sukupolville. (Jylhä & Viitala 2013, 353–354.)

Tapahtumiin liittyen tärkeitä keinoja hiilidioksidipäästöjen ja ekologisen jalanjäljen pienentämiseksi on hiilijalanjälkilaskurin käyttäminen. Tapahtuman luonne määrittelee, mitkä indikaattorit muodostavat ekologisen vaikutuksen yhdistelmäindeksin. Sisätiloissa järjestettäville tapahtumille keskeisiä indikaattoreita on esimerkiksi energiankulutus, jätteiden määrä ja tyyppi sekä osallistujien määrä ja se, miten he matkustivat paikanpäälle. (Getz & Page 2020, 399.)

3.3 Sosiokulttuurinen vastuullisuus

Hyvinvoinnin edellytyksien siirtyminen sukupolvelta toiselle on tärkeä osa vastuullisuutta. Väestönkasvu, köyhyys, ruoka- ja terveydenhuolto, sukupuolten välinen epätasa-arvo ja koulutuksen järjestäminen ovat kaikki globaaleita sosiokulttuurisen kestävyiden haasteita. Nämä ongelmat vaikuttavat myös muihin kestävyiden osa-alueisiin merkittävästi ja niiden kehittäminen vaatii vaivannäköä yksittäisten valtioiden lisäksi kansainväliseltä yhteisöltä. (Ympäristöministeriö.)

Paikallisuuden näkyminen ja suosiminen palveluissa, henkilöstön hyvinvoinnista huolehtiminen, vuorovaikutus paikallisten asukkaiden kanssa ja integroituminen alueeseen ovat esimerkkejä sosiokulttuurisesta vastuullisuudesta (Visit Finland 2019). Sosiaalisen vastuullisuuden elementteihin lukeutuu myös tuoteturvallisuus ja kuluttajasuoja. (Jylhä & Viitala 2013, 351).

Harmaalan ja Jallinojan määritelmän mukaan sosiaalinen vastuullisuus kohdistuu toiminnan vaikutuksen kohteena oleviin ihmisiin. Sosiaalinen vastuullisuus sisältää muun muassa henkilöstön hyvinvoinnin edistämistä, työturvallisuuden parantamista ja osaamisen kehittämistä yli lainsäädännön ja työehtosopimusten velvoitteiden. Sosiaalista vastuullisuutta on myös yhteiskunnan näkökulmasta esimerkiksi työllistämisen edistäminen sekä työpaikkojen vähenemisen vaikutusten minimointi. (Harmaala & Jallinoja 2012, 20.) Jylhä ja Viitala liittävät myös sosiaalisen vastuun ihmisten hyvinvointiin. Heistä yritykselle kuuluu vastuu henkilöstön lisäksi tavarantoimittajista, alihankkijoista, urakoitsijoista ja muista yhteistyökumppaneista. Vastuu ulottuu jopa paikallisiin asukkaisiin, suureen yleisöön ja sitä kautta kaikkialle maailmaan. (Jylhä & Viitala 2013, 351.)

Kuten muihinkin vastuullisuuden osa-alueisiin, myös sosiaaliseen vastuullisuuteen vaikuttaa erilaiset lainsäädännön velvoitteet. Näitä ovat ihmis- ja työoikeudet, työturvallisuus sekä työhyvinvointi. Pitää ottaa kuitenkin huomioon, että edellä mainitut toteutuvat vain hyvinvointivaltioissa eli ei kaikkialla maailmassa. Kehittyvissä maissa sosiaalinen vastuullisuus voi keskittyä esimerkiksi lapsi- ja orjatyövoiman ehkäisyyn tai peruspalkkatason määrittämiseen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 20.)

3.4 Eettinen vastuullisuus

Visit Finland (2019) kuvailee eettistä vastuullisuutta Vastuullisen matkailuyrityksen käsikirjassaan toiminnaksi, jossa palvelut ovat esteettömiä eli kaikkien saavutettavissa ja työntekijät ovat tasa-arvoisia eli jokaiselle samaa työtä tekevälle maksetaan sama palkka.

Tapahtumatoimisto Tapaus käsittelee eettisyyttä Eettisessä pelikirjassaan. Heidän eettiset tavoitteensa liittyvät tasa-arvoiseen työympäristöön, jossa jokaista työntekijää, kumppania ja planeettaamme kohdellaan kunnioittavasti ja kannustavasti. Eettisyyttä kuvataan esimerkiksi nollatoleranssilla syrjinnälle, poissulkemiselle, kiusaamiselle, piikittelylle tai minkäänlaiselle ahdistelulle. Eettisyys näkyy myös tasa-arvoisina ihmisoikeuksina, turvallisena työympäristönä, ympäristöstä huolehtimisena ja korruptionvastaisuutena. Tapauksen korruptionvastainen strategia vastustaa lahjontaa suuntaan tai toiseen. Tämä näkyy käytännössä niin, että esimerkiksi kaikille asiakkaille tai kumppaneille hankittujen lahjojen enimmäisarvo saa olla maksimissaan 50 €. (Tapaus 2021.)

Tapahtumien eettisyydestä esimerkkiä antaa jo aikaisemmin mainittu Flow Festival Helsinki, joka on sitoutunut edistämään tasa-arvoisuutta, yhdenvertaisuutta ja oikeudenmukaisuutta. Sekä henkilökunta, yhteistyökumppanit ja alihankkijat ovat edellytettyjä noudattamaan samoja arvoja.

Selkeästi merkityt hintatiedot sekä tuote- ja palvelutekijät markkinoinnissa ja asiakaspalautteisiin vastaaminen aktiivisesti ja rehellisesti takaavat läpinäkyvän toiminnan ja tätä kautta edistävät eettisyyttä. (Flow Festival 2023.)

Flow Festival Helsinki on myös mukana aloitteessa, joka tukee naisten asemaa musiikkialalla, sekä tekee yhteistyötä verkostojen kanssa, jotka parantavat maahanmuuttajien ja pakolaisten työllistymistä. Alueella kävijöiden ja festareille osallistujien on myös mahdollista saada tukea ammattilaisilta erilaisiin mielenterveyden asioihin ja festivaaleilla esille tulevien tilanteiden käsittelyyn. Tämän lisäksi alueella kiertää ensihoidon- ja ennaltaehkäisevän päihdehuollon työntekijät. (Flow Festival 2023.)

3.5 Turvallisuus

Turvallisuutta on määritelty vuosien saatossa hyvin monella eri tavalla. Kirjoitetussa historiassa turvallisuutta ajateltiin valtion täysivaltaisuuden edellytyksenä sekä lopputuloksena. Tämä tarkoittaa sitä, että turvallisuus tulee ylhäältä valtiorakenteista, joissa tärkeitä toimijoita ovat sotilasorganisaatiot, poliisi ja rajavartiolaitos. Nykypäivänä turvallisuuden käsite on kuitenkin muuttunut myös yhteiskunnalliseksi arvoksi ja tavoitteeksi. Keskinäisen riippuvuuden lisääntyminen, globalisoitumiskehitys, ympäristö- ja ilmastonmuutokset, rajojen yli tapahtuva kanssakäyminen sekä verkostoituminen ovat haastaneet vanhan ajattelutavan turvallisuudesta. Tässä näkökulmassa turvallisuuden tuottajina nähdään ruohonjuuritasolta lähtevät perustarpeet, kuten sosiaaliturva ja terveydenhuollon järjestelmä. Yksilö tai ryhmä ei voi kuitenkaan koskaan tavoittaa täydellistä turvallisuutta, koska se on käsitteenä suhteellinen ja riippuu yksilön haavoittuvuudesta sekä siihen kohdistuvasta riskistä. (Iivari 2012, 18–19.)

Organisaatioilla ja toimijoilla on merkittävä rooli turvallisuuden varmistamisessa ja tätä kautta esimerkiksi suuronnettomuuksien ehkäisyssä. Myös turvallisuuteen liittyy lainsäädännön säätämiä velvoitteita, kuten työturvallisuus-, pelastus-, tuoteturvallisuus-, kuluttajaturvallisuus-, kuluttajan suoja- ja kemikaalilaki. (Iivari 2012, 90–91.)

Tapahtumista ei saa aiheutua vaaraa kenellekään ja tästä on vastuu järjestäjällä. Vaikka turvallisuusjärjestelyt olisi ulkoistettu pysyy vastuu silti pääjärjestäjällä. Osallisena turvallisuusjärjestelyihin ovat järjestäjän lisäksi kaikki tapahtuman osapuolet omilla vastualueillaan. Osapuolia voivat olla esimerkiksi kiinteistön omistaja, alihankkijat, oheispalveluiden tuottajat, esiintyjät, yleisö, myyjät, muut vuokralaiset, lähiympäristö ja viranomaiset riippuen tapahtuman luonteesta. Tapahtumat ovat laajuudeltaan sekä luonteeltaan erilaisia ja nämä asiat määrittävät tapahtuman vaativuuden. Tapahtumajärjestämisen vaativuus sekä riskien määrä kasvavat, mitä suurempi tapahtuma on. Luonne ja laajuus vastaavat myös siihen täytyykö tilaisuudesta tehdä turvallisuusasiakirja. Kaikkia

yleisölle avoimia tapahtumia koskee kuluttajaturvallisuuslain ehdot, joiden täyttymistä seuraavat useat eri viranomaiset. Turvallisuutta on johdettava kuten muitakin osa-alueita. Sitä on suunniteltava etukäteen ja seurattava koko tapahtuman ajan. (Tukes.) Visit Finland mainitsee riskianalyysin, turvallisuussuunnitelman ja turvallisuusasiakirjan olevan osa vastuullisuutta turvallisuuden näkökulmasta. Myös ensiaputaidot ja niiden toteuttamisen miettiminen ovat tärkeässä roolissa. (Visit Finland 2019.)

Turvallisuuden sekä osittain taloudellisen vastuullisuuden näkökulmasta terroriuhat ja väkivaltais-
kut vahingoittavat tapahtumien järjestämisen kestävyttä. Vuoden 2015 jälkeen, väkivaltais-
kukset live-musiikkitapahtumiin, joissa ihmiset ovat nauttimassa vapaa-ajasta eivätkä ole niin valppaina turval-
lisuudestaan, ovat lisääntyneet. Tämänlaiset hyökkäykset keskittyvät massayleisöihin, pitäen heitä
helppona kohteena tapahtumissa toteutetuista turvatoimista huolimatta. (Getz & Page 2020, 45–
46.)

4 Ikäluokat

Sukupolvien tutkimuksen johtava yritys Centre for Generational Kinetics eli CGK määrittelee sukupolven ryhmäksi ihmisiä, jotka ovat syntyneet suunnilleen samaan aikaan. Saman ikäluokan ihmiset ilmaisevat samanlaisia ominaisuuksia, mieltymyksiä ja arvoja elämänsä aikana. Tämä voi ilmetä esimerkiksi viestintä-, ostos- ja motivaatiomieltymyksissä, koska he ovat kokeneet samanlaisia suuntauksia suunnilleen samassa elämänvaiheessa, samanlaisia kanavia pitkin. Vaikka kaikki ihmiset ovat yksilöitä ikäluokasta huolimatta, antaa ikäluokka hyödyllistä ennustettavuutta niille, jotka yrittävät tavoittaa, tiedottaa tai suostutella suurta poikkileikkausta väestöstä. (CGK 2023.)

Tällä hetkellä yhteiskuntamme muodostuu viidestä aktiivisesta sukupolvesta. Jokaisella sukupolvella on aktiivinen rooli työelämässä, markkinoilla ja yhteisössä. Kuten kuvassa 3 näkee, nämä viisi sukupolvea voidaan jakaa ikäluokkiin syntymävuosien perusteella seuraavasti: vuosina 1996–2015 syntynyt Z-sukupolvi, vuosina 1977–1995 syntynyt Y-sukupolvi, vuosina 1965–1976 syntynyt X-sukupolvi, vuosina 1946–1964 syntyneet baby boomerit eli suuret ikäluokat ja vuosina 1945 ja ennen sitä syntyneet hiljaisen sukupolven edustajat. (CGK 2023.)



Kuva 3. Ikäluokkien jaottelu (mukaillen CGK, 2023)

Monet sukupolviin vaikuttaneet suuret tapahtumat ovat olleet eri lailla esillä eripuolilla maailmaa ja näin ollen vaikuttaneet samaan sukupolveen jollain maantieteellisellä alueella enemmän kuin toisaalla. Esimerkiksi jos kasvaa Y-sukupolvena Kreikan Ateenassa, voi sen nykyinen

työttömyystilanne johtaa erilaisiin odotuksiin ja käyttäytymismalleihin, kuin jossain muualla vartuttaessa. (CGK 2023.)

4.1 X- ja Y-sukupolvien ominaispiirteet

Opinnäytetyössämme käsittelemme Z-sukupolven näkemyksiä tapahtumien vastuullisuudesta ja siitä, miten vastuullisuus tapahtumissa tulee mahdollisesti kehittymään tulevaisuudessa. Tutkimme lisäksi näkemyseroja X- ja Y-sukupolvien kanssa. Tästä syystä perehdymme eniten juuri näihin sukupolviin ja heidän ajatuksiinsa.

Historiaan ja maantieteeseen keskittyvän toimittajan Amy McKennan mukaan X-sukupolvi on itseenäinen ja kekseliäs. He pyrkivät säilyttämään työ- ja perhe-elämän tasapainon. X-sukupolvea on kuvailtu myös kyyniseksi sukupolveksi, jonka ajatellaan olevan heidän lapsuudessaan kokeman taloudellisen ja yhteiskunnallisen myllerryksen aiheuttamaa. (McKenna 2023.) X-sukupolven edustajia on maailmassa noin 65 miljoonaa (Kagan 2023). Maailman talousfoorumi World Economic Forum sanoo X-sukupolven olevan tunnettu auktoriteetin kyseenalaistamisesta. Heidän tunnetaan myös yrittäjämäisestä työskentelytavasta ja intohimosta työhön, toisin kuin yritysvallan malleista vastuussa olevat Suuret ikäluokat. X-sukupolven edustajat ovat oppineet tarkastelemaan vanhoja tapoja kriittisesti ja tämä näkyy myös työelämässä, jonka seurauksena syntyvät toimintaan perustuvat työpaikat. (World Economic Forum 2017.)

Maailmassa on noin 1,8 miljardia Y-sukupolven edustajaa ja he ovat tällä hetkellä kaikista suurin aikuisten ryhmä maailmassa (Neufeld 2021). Taiteiden ja humanististen tieteiden aputoimittaja Alicja Zelazko sanoo internetin nousun sukupolven aikuistuesssa olevan yksi merkittävästä asioista milleniaalien eli Y-sukupolven keskuudessa. Sukupolvi tunnetaan myös hyvästä sopeutumiskyvystään. (Zelazko 2023.) The Center for Generational Kinetics kertoo Y-sukupolven olevan yksi nopeimmin kasvavista ikäryhmistä työelämässä. Yksi milleniaaleihin liittyvistä mielenkiintoisista faktoista on se, että he itsessään jakautuvat kahteen eri sukupolveen. Yksi milleniaalien ryhmä on saavuttamassa kaikki niin sanotut aikuisuuden merkit, vaikkakin myöhemmin kuin aikaisemmat sukupolvet. He rakentavat uraa ja siirtyvät varallisuuden kertymisen elämänvaiheeseen. Toinen milleniaalien ryhmä ei koe todellisen maailman vetoa, vaan asuvat vielä vanhempiensa luona ja tukeutuvat heihin taloudellisesti. Näillä erilaisilla kehityskuluilla on vaikutuksia muun muassa työvoimaan, hallitukseen sekä talouteen. Verrattuna Suuriin ikäluokkiin, Y-sukupolven ansioluettelo työelämästä näyttää 25-vuoden ikäisenä hyvin erilaiselta, koska he astuvat työelämää myöhemmin kuin monet aikaisemmat sukupolvet. (CGK.)

4.2 Z-sukupolven ominaispiirteet

Tapahtumaa, jonka toteutimme toimeksiantajan kanssa, oli järjestämässä Z-sukupolven kuuluvia henkilöitä Suomesta, Espanjasta ja Italiasta. Tämä ikäryhmä on ja tulee olemaan suuressa roolissa tulevaisuuden työelämässä. Osa heistä on jo ehtinyt mukaan työelämään ja muutaman vuoden päästä Z-sukupolvi muodostaa suurimman ryhmän työmarkkinoilla. Heidän arvonsa tulevat heijastumaan alan tulevaisuuteen, minkä takia koemme, että on tärkeää avata heidän näkemyksiään tutkittavasta aiheesta.

Maailmassa on tällä hetkellä enemmän kuin 2 biljoonaa henkilöä, jotka kuuluvat Z-sukupolven. Se on noin 30 % koko maailman väestöstä. Vuoteen 2025 mennessä he muodostavat 27 % maailman työntekijöistä. Z-sukupolvi on yliedustettuna palvelualoilla kuten matkailualalla, joka on kärsinyt paljon pandemian seurauksena. (Koop 2021.) Tähän sukupolven kuuluvat vuoden 1990-luvun lopussa ja 2000-luvun alussa syntyneet. Eri lähteissä mainitaan tarkat vuodet hieman eri tavalla. Esimerkiksi World Economic Forum (2021) määrittelee Z-sukupolven syntyneen vuosien 1997–2009 välillä.

Henkilöstö- ja työvoimahallinnon laitos Workforce Institute puolestaan määrittelee Z-sukupolven kuuluvien olevan 16–25-vuotiaita vuonna 2019. Sukupolvea kuvaillaan adjektiiveilla toiveikas, huolestunut, ahkera ja inspiraatiota etsivä. Myös tekniikan osaamisen kanssa Z-sukupolvi on muita edellä. Tästä huolimatta he osallistuvat esimerkiksi tapahtumiin mieluummin paikan päällä kasvotusten kuin etäyhteyksien kautta. Työelämässä joustavuus on tärkeä arvo, jotta työn ja muun elämän sovittaminen olisi helppoa. Tutkimusten mukaan sukupolvi Z on suurimmaksi osin optimistinen tulevaisuuden puolesta, mutta jopa kolmasosa kokee, että ahdistus omiin kykyihin uskonnossa pidättelee heitä. Tämä mainitaan myös suurimmaksi esteeksi ammatilliseen etenemiseen. Vain puolet kokevat koulutuksen hyödyttävän työelämään siirtymistä, mutta uskovat silti, että työpaikoilla nähdään kyvyt ja tuetaan kehittymistä. (Workforce Institute, 2019.)

Yhdysvaltalainen tietokonelaitteiden ja ohjelmistojen valmistaja NCR on tehnyt raportin, jossa käsitellään laajalti Z-sukupolvea. Tekstissään NCR (2021, 3) tuo esiin, että sukupolvesta on paljon erilaisia oletuksia kuten liiallinen herkkyys tai riippuvuus teknologiasta. Tästä huolimatta Z-sukupolvi haluaa heittää yleistyksen syrjään ja luoda oman tulevaisuutensa rohkeasti sellaisina kuin ovat. Sukupolvi on syntynyt digitaaliseen maailmaan ja sitä tullaan kehittämään tulevaisuudessa valtavasti. Heidän asenteensa ja intohimonsa muuttuvat maailman mukana ja he haluavat tehdä sosiaalisen tietoisuuden suhteen suuria harppauksia. NRC (2021, 5) määrittelee Z-sukupolven syntyneen vuosien 1996–2010 välillä ja olevan 30 % maailman väestöstä. Tämä sukupolvi vaikuttaa jo isosti maailman talouteen ja vuoteen 2030 mennessä heidän tuoma työvoima kolminkertaistuu. Luonteeltaan he ovat suorapuheisia ja itsepäisesti valmiita puolustamaan heille tärkeitä

asioita. Teknologian käyttäminen ja sen myötä nopea tiedon kuluttaminen tekevät Z-sukupolvesta tähän mennessä kärsimättömimmän sukupolven. (NRC 2021, 6.)

Lähivuosina on tapahtumat suuria maailmaa muuttavia asioita, kuten terrorismin vastaisia sotia, meneillään oleva ilmastokatastrofi, protestit epäoikeudenmukaisuutta vastaan, taloudellinen taantuma ja globaali pandemia. Näiden myötä suureksi arvoksi Z-sukupolven keskuudessa on muovautunut sosiaalinen ajattelevaisuus. He ymmärtävät ja hyväksyvät oman valtavan vastuunsa valoisan tulevaisuuden luomisessa. Luottamus tähän sukupolveen saadaan näyttämällä aidosti kannatusta ja arvostusta heidän kunnioittamiaan arvoja kohtaan. (NRC 2021, 7.)

Kuten NRC (2021) ja CGK (2023) niin myös CWT eli maailman suurin matkatoimistoketju (2020) määrittelee Z-sukupolven alkavan vuonna 1996 syntyneistä henkilöistä. He sanovat, että teknologialla on johtava rooli heidän odotustensa sekä tarpeidensa tyydyttämisessä. Z-sukupolvi tunnetaan jopa digitaalisena alkuperäiskansana, koska he eivät ole eläneet ilman teknologiaa. Myös Z-sukupolven ilmaantuminen työelämässä alkaa näkyä, kun monet heistä aloittelevat uraansa. Tämä johtaa myös tapahtuma-alalla uusien teknologisten alustojen ja parempien sovellusten kehittymiseen. Kun Z-sukupolven osa osallistujina niin liiketoiminnassa kuin tapahtumissakin kasvaa, kasvaa myös aitouden tärkeys ja halu. He vaihtavat yritystä mielellään, jos eivät koe arvoja, toimintaa tai poliittisia taipumuksia yhteensopiviksi omiensa kanssa. (CWT 2020.)

5 Tutkimuksen toteuttaminen

Tässä kappaleessa kerrotaan, miten tutkimus on toteutettu. Kappaleessa kerrotaan tarkemmin toimeksiantajasta, kohderyhmän valinnasta, tutkimusmenetelmistä ja tutkimuksen toteutuksesta yksityiskohtaisesti.

Opinnäytetyön päätavoite on selvittää Z-sukupolven näkemyksiä tapahtumien vastuullisuudesta. Tämä tavoite vastaa päätutkimuskysymykseemme. Alatavoitteina selvitämme miten Z-sukupolven näkemykset vastuullisuudesta eroavat X- ja Y-sukupolvien näkemyksistä sekä miten tapahtumien vastuullisuus tulee mahdollisesti kehittymään tulevaisuudessa Z-sukupolven näkökulmasta.

Toimeksiantajana toimi Erasmus+ -projektin Value Europe -hanke. Hanke toteutettiin yhteistyönä kuuden koulun kanssa; Perho Liiketalousopisto, Haaga-Helia Ammattikorkeakoulu, IPSAR Luigi Carnacina, IIS De Amicis, Col-legi Badalonès ja CETT Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy. Toteutimme tutkimuksen Value Europe -hankkeen yhteydessä, jossa järjestimme vastuullisen tapahtuman yhdessä Suomesta, Espanjasta ja Italiasta tulleiden oppilaiden sekä opettajien kanssa. Perhon Liiketalousopisto toimii hankkeen päätoimijana. Opiskelijoita oli projektissa mukana yhteensä 28 henkilöä ja opettajia yhteensä 12 henkilöä.

Hankkeen tavoitteena on tutustuttaa opiskelijat vastuullisen tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen, sekä lisätä osallistujien arvostusta ympäristöä kohtaan, mukaan lukien kulttuuri, lähiympäristö, luonto ja ihmiset (Perho Liiketalousopisto). Hanke koostuu kolmesta eri työpajasta, jotka järjestetään Suomessa, Espanjassa ja Italiassa. Tämän opinnäytetyön tutkimus toteutettiin Suomessa järjestetyn työpajan aikana 5. – 10.11.2022. Opinnäytetyön tuloksia hyödynnetään hankkeesta syntyvässä vastuullisen tapahtuman sähköisessä käsikirjassa.

Työpajan aikana järjestettiin vastuullinen tapahtuma yhdeksäsluokkalaisille opiskelijoille. Sama tapahtuma järjestettiin kahdelle noin 26 oppilaan ryhmälle, ja kumpikin tapahtuma kesti noin 45 minuuttia. Tapahtuma koostui erilaisista aktiviteeteista luonnossa, jotka olivat vastuullisesti toteutettu. Tutkimus toteutettiin haastattelun ja kyselylomakkeen avulla.

5.1 Kohderyhmän valinta ja perustelu

Kohderyhmä valikoitui toimeksiantajan mukaan. Kohderyhmänä opinnäytetyössämme on Z-sukupolvi, eli 1996–2015 syntyneet henkilöt, sekä opettajien muodostamat X- ja Y-sukupolvet, jotka olivat mukana Value Europe -hankkeessa. Kohderyhmään kuuluu opettajia sekä opiskelijoita Italiasta, Espanjasta ja Suomesta. Kohderyhmä jaettiin Z-sukupolveen sekä X- ja Y-sukupolveen, koska opinnäytetyömme tarkoituksena on tutkia Z-sukupolven näkemyksiä vastuullisuudesta

tapahtumissa ja sen kehityksestä, verrattuna X- ja Y-sukupolvien näkemyksiin. Kohderyhmä koostui 28 Z-sukupolven edustajasta, sekä 12 X- ja Y-sukupolven edustajasta.

5.2 Määrällinen tutkimus ja kysely menetelmänä

Tutkimusmenetelmiä on määrällisiä ja laadullisia. Tässä työssä on käytetty sekä määrällistä että laadullista tutkimusta, joiden kohdalta on valittu työn puitteisiin soveltuvat menetelmät.

Määrällistä tutkimusta käytetään paljon sosiaali- ja yhteiskuntatieteissä, sekä luonnontieteissä. Tässä lähestymistavassa korostetaan yleispäteviä syyn ja seurauksen lakeja. Keskeistä määrällisessä tutkimuksessa on johtopäätösten tekeminen aikaisemmista tutkimuksista, hypoteesien esittäminen ja käsitteiden määrittely. Myös koehenkilöiden valinta, aineiston keruun suunnitelmat sekä tulosten kuvailu taulukoiden avulla ovat olennainen osa määrällistä tutkimusta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 135–136.)

Määrälliselle tutkimukselle tyypillisiä tutkimusmenetelmiä ovat esimerkiksi lomakekysely tai strukturoitu lomakehaastattelu. Määrälliset menetelmät sopivat hyvin tilanteisiin, joissa halutaan tietää pitääkö jokin teoria paikkansa. Teoriaa voi testata esimerkiksi hypoteettisten väitteiden avulla. Jos väittämät pitävät paikkansa, ne todetaan tosiksi eli verifioidaan ja jos ne eivät pidä paikkansa, ne todetaan epätosiksi eli falsifioidaan. Kyselyllä kerätty materiaali analysoidaan tilastollisin menetelmin ja tulokset yleistetään koskemaan koko tutkimuksen perusjoukkoa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti, 2009, 93.)

Kysely mahdollistaa laajan tutkimusaineiston keräämisen, koska siihen voidaan liittää useampi kysymys ja osallistuttaa paljon henkilöitä. Kysely on tehokas ja hyvin tehtynä nopea tapa hankkia tietoa. Aikataulu ja budjetti ovat etukäteen määriteltävissä suhteellisen tarkasti. Huonoja puolia voi olla aineiston jääminen pinnalliseksi tai vastaajien huolimattomuus sekä epärehellisyys. Lisäksi on vaikea arvioida kuinka hyvin vastaajat ovat perillä kysymyksien aiheesta ja ymmärtävätkö he kysymykset oikein. Kyselyssä voidaan myös kokea vastauskatoa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 190.)

Kuten Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, myös Ojasalo, Moilanen & Ritalahti (2009, 108) listaavat kyselyn nopeaksi ja tehokkaaksi tutkimusmenetelmäksi. Kyselyt tuottavat usein paljon numeroihin perustuvia tuloksia, joita voidaan avata tilastollisesti. Kysely soveltuu hyvin monien aiheiden ja ilmiöiden tutkimiseen.

Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran mukaan aineistoa kyselyssä voidaan kerätä ainakin kahdella päätavalla. Ensimmäisenä tapana on posti- ja verkkokysely, jossa kysymyslomake lähetetään vastaajalle itse täytettäväksi. Vastaamisen jälkeen se lähetetään takaisin tutkijalle. Menetelmä on

suhteellisen nopea eikä vaadi suurta työmäärää, mutta mahdollinen ongelma on vastausten kato. Vastaamatta jäämisen määrä riippuu usein aihepiiristä sekä vastaajajoukosta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 191–192.)

Toisena menetelmänä voidaan käyttää kontrolloitua kyselyä. Kontrolloituja kyselyitä on kahdenlaisia: informoitu kysely ja henkilökohtaisesti tarkistettu kysely. Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara selittävät informoitua kyselyä auki Uusitalon (1995, 91) mukaan ja kertovat sen tarkoittavan sitä, että tutkija jakaa kyselyt henkilökohtaisesti menemällä paikkoihin, josta hän voi löytää kohdejoukkoon kuuluvia henkilöitä. Menetelmässä tutkija kertoo vastaajille kyselyn tarkoituksesta, selostaa sitä auki ja vastaa mahdollisiin kysymyksiin. Lomakkeet palautetaan ennalta sovitulla tavalla takaisin. Henkilökohtaisesti tarkistettava kysely eroaa tästä siten, että siinä tutkija on ennakkoon lähettänyt materiaalit tutkittaville, mutta noutaa ne henkilökohtaisesti heiltä. Etuna on, että näin kysymyksiä voidaan avata sekä niistä voidaan keskustella vastaamisen jälkeen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 191–192.)

Valitsimme kyselyn tutkimusmenetelmäksi, koska tutkimuksessa oli mukana iso ryhmä ja aikaa oli rajatusti. Tutkimus tuli suorittaa kokonaan Suomessa järjestettävän työpajan aikana kahden iltapäivän kuluessa. Halusimme, että kaikilla Value Europe -hankkeeseen osallistuvilla oli mahdollisuus osallistua aineiston tuottamiseen. Näin saimme laajasti tietoa kohderyhmältä nopeasti ja tehokkaasti. Anonyymiin kyselylomakkeeseen voi vastata matalalla kynnyksellä ja jos haastatteluun osallistuminen tuntuu epämukavalta, pääsee kyselyssä tuomaan omia mielipiteitään ilmi.

Valitsimme aineiston keruumetodiksi kyselyn kohdalla informoidun kyselyn. Tämä oli hyvä valinta meille, koska pääsimme jakamaan kyselyt henkilökohtaisesti tapahtumaviikolla kaikille opiskelijoille. Koko kohdejoukkomme oli siis saatavilla samaan aikaan samassa paikassa. Pääsimme näin kertomaan tutkimuksemme tarkoituksesta vielä yhteisesti tarkemmin. Selostimme myös kysymyksiä auki tarpeen tullen ja vastasimme kysymyksiin. Näin kaikki pääsivät vastaamaan kysymyksiin todenmukaisesti, koska he saivat varmuuden siihen, mitä kysymyksillä haettiin. Samalla varmistimme tutkimuksen laadullisuutta.

5.3 Laadullinen tutkimus ja haastattelu menetelmänä

Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään valittua ilmiötä tutkimuksen kohteena olevien henkilöiden näkökulmasta. Tämä tarkoittaa kiinnostuksen osoittamista kohderyhmän ajatuksia, kokemuksia ja tunteita kohtaan. Huomioon otetaan myös kohderyhmän antamat merkitykset tutkittavalle aiheelle. Tästä huolimatta toisen ihmisen kokemusmaailmaan on mahdoton päästä. Sen takia on kehitetty menetelmiä, joilla voidaan helpottaa tutkimuksen tekemistä. Näiden menetelmien avulla voidaan lähestyä tutkittavaa ilmiötä ja pyritään vastaamaan tutkimuskysymyksiin.

Laadullisen tutkimuksen menetelmille yhteistä on se, että niiden avulla pyritään tekemään johtopäätöksiä aineistoista. Tutkimuksessa siis käytetään aineistoissa paljon esiintyviä käsitteitä, sanoja sekä lauseita, joita kohteena olevat henkilöt ovat käyttäneet haastattelussa tai havainnoinnissa. Tyypillistä on myös vuoropuhelu teorian ja aineiston välillä, kun suunnitellaan aineiston hankintaa, analysointia ja tulkintaa. Teorian rooli tässä on kuitenkin olla vain apuvälineenä vaiheille. (Puusa 2020, Johdanto.)

Tyypillistä laadulliselle tutkimukselle on se, että pyritään tuottamaan rikasta ja yksityiskohtaista tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Tieto pyritään hankkimaan henkilöiltä, jotka toimivat luonnollisessa ympäristössään. Ihmiset reagoivat toistensa toimintaan, tulkitsevat sitä ja toimivat vastavuoroisesti. Tutkijan on päästävä mahdollisimman syvälle toiminnan sosiaaliseen maailmaan, jotta toiminta kyetään ymmärtämään oikein. Jos laadullisella tutkimuksella halutaan vaikuttaa ihmisiin, se onnistuu vain vakuuttamalla heidät menetelmien ja tuloksien uskottavuudella. (Puusa 2020, Johdanto.)

Laadullisessa tutkimusmenetelmässä eniten käytetty aineiston keruumetodi on erilaiset haastattelut (Puusa 2020, luku 6). Haastattelussa ollaan suorassa vuorovaikutuksessa kohderyhmän kanssa. Tämä mahdollistaa joustavuuden tilanteen vaatimalla tavalla. Aiheiden järjestystä voidaan muuttaa, koska tilanteita pystytään tulkitsemaan tarkemmin. Tarvittaessa voidaan pyytää selvennystä tai syvennystä vastauksiin. Etuna on myös se, että haastateltava pystyy tuomaan ajatuksiinsa ilmi vapaasti ja osallistumaan aktiivisesti. Hän voi tuoda esiin asioita teemoista laajemmin kuin alun perin on ennakoitu. Haastattelussa voi olla taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia ja tämä on etujen rinnalla haastattelun yksi haittapuolista. Haastattelu on konteksti- ja tilannesidonnainen ja tämä aiheuttaa sen, että haastateltava saattaa puhua eri tavalla kuin jossain muussa tilanteessa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 199–202.)

Haastattelu voidaan toteuttaa erilaisilla menettelytavoilla. Tällaisia ovat esimerkiksi strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu, teemahaastattelu sekä avoin haastattelu. Haastattelulajeja eritellään usein sen mukaan kuinka säädely ja muodollinen tilanne on, mutta tapoja on monia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 202–203.)

Täysin strukturoidussa haastattelussa kysymykset on laadittu etukäteen ja esitetään ennalta määrättyssä muodossa. Myös puolistrukturoidussa haastattelussa on ennakkoon laaditut kysymykset, mutta haastattelijalla voi halutessaan vaihdella niiden järjestystä. Tilanteeseen soveltumattomat kysymykset voidaan jättää kokonaan esittämästä ja haastattelun kuluessa voidaan esittää mieleen tulevia lisäkysymyksiä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 97.)

Teemahaastattelut kannattaa nauhoittaa ja litteroida jälkeensä. Analysointi aloitetaan litteroitua tekstiä tutkimalla, jonka jälkeen se pyritään luokittelemaan ja siitä pyritään löytämään yhteyksiä

käytettyyn teoriaan. Litteroitu aineisto jaotellaan teema-alueittain. Teemoittelun avulla saadaan aineistosta esiin haastateltaville yhteisiä ilmiöitä ja asioita. Usein teemahaastattelut sisältävät sekä strukturoituja että avoimia kysymyksiä. Näin ollen aineiston käsittelyyn voidaan käyttää määrällistä ja laadullista käsittelyä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 99.)

Avoimessa haastattelussa haastatteli ja haastateltava keskustelevat vapaasti kyseessä olevasta aiheesta tai ongelmasta. Molemmat osapuolet ovat aktiivisia ja tasavertaisia. Keskustelu voi olla myös epämuodollista. Avointa haastattelua käytetään usein, jos tarvitaan taustatyötä kvantitatiivisen tutkimuksen tekemiseen tai sen tulosten tulkitsemiseen. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 97–98.)

Haastattelutyyppin valitsemisen lisäksi täytyy tehdä valinta, kuinka monelle henkilölle haastattelu toteutetaan samanaikaisesti. Vaihtoehtoina ovat yksilö- pari ja ryhmähaastattelu. Tutkijan on mietittävä, mikä tapa todennäköisesti onnistuisi luomaan parhaan tuloksen omassa tutkimuksessa. Huomioon on myös otettava se, keitä haastateltavat ovat ja mitä aihetta käsitellään. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 205.)

Valitsimme haastattelun tutkimusmenetelmäksemme, koska halusimme päästä syventämään kyselyistä saatua tietoa. Halusimme myös päästä vuorovaikutteisesti keskustelemaan osallistujien kanssa, mikä kyselyssä ei ole yhtä joustavasti mahdollista. Tämä oli meille tutkimuksen ja tavoitteiden kannalta tärkeää, koska esimerkiksi vieraan haastattelukielen ja kulttuurierojen vuoksi halusimme saada mahdollisuuden syventää vastauksia tai kysyä lisäkysymyksiä.

Tässä tutkimuksessa muodoksi valikoitu ryhmähaastattelu. Ajatuksena oli, että ryhmässä keskustelu olisi rennompaa ja saisimme enemmän keskustelua aikaan. Kun mukana on useampi henkilö, syntyy helposti uusia ja erilaisia näkökulmia, mikä tässä tilanteessa on mielestämme tärkeää ja hyödyllistä kaikille osapuolille. Ryhmähaastattelu tuntui myös hyvältä valinnalta vastaajien nuoren iän ja vieraan haastattelukielen takia.

Halusimme tuoda osaksi tutkimusta sekä määrällisen että laadullisen tutkimusmenetelmän. Kohdejoukko on suhteellisen pieni, joten halusimme saada mahdollisimman laajasti tutkimustuloksia luotettavuuden kannalta. Halusimme myös mahdollistaa kaikkien osallistamisen tutkimukseen. Aikataulun vuoksi kaikkien haastattelemine ei olisi ollut mahdollista, joten koimme kyselyn hyväksi lisäksi haastattelulle.

5.4 Kyselylomake ja kyselyn toteutus

Kysymyksissä otettiin huomioon vastuullisuuden eri osa-alueet Visit Finlandin Vastuullisen matkailuyrityksen käsikirjan (2019) mukaan. Kyselylomakkeen kysymykset valittiin siten, että saisimme niiden kautta vastauksia päätutkimuskysymykseemme.

Kyselylomake koostuu yhdeksästä kysymyksestä, jotka olivat englanniksi. Kyselyyn vastaaminen oli anonyymiä. Jokaiseen kysymykseen oli pakollista vastata. Kolme ensimmäistä kysymystä liittyvät vastaajien taustatietoihin, selvittäen vastaajien iän, kansallisuuden sekä sukupuolen. Ikään on kyselylomakkeen ainoa vapaa vastaus, eikä vastausvaihtoehtoja ole erikseen. Kansallisuus valitaan Italian, Espanjan ja Suomen väliltä ja sukupuoli valitaan kolmesta vaihtoehdosta; poika, tyttö ja ei-binäärinen.

Kysymykset 4–9 keskittyvät vastuullisuuteen. Neljäs kysymys kartoittaa, mitä vastuullisuuden osa-alueita opiskelijat pitävät tärkeimpänä. Vastausvaihtoehtoja on viisi, vastuullisuuden osa-alueiden mukaan (taloudellinen-, ekologinen-, sosiokulttuurinen- ja eettinen vastuullisuus, sekä turvallisuus), ja ne laitetaan järjestykseen tärkeimmästä (=1) vähiten tärkeimpään (=5). Loput viisi kysymystä ovat erikseen jokaisesta vastuullisuuden osa-alueesta. Näissä kysymyksissä vastausvaihtoehtoja on kolme ja vastaajan tulee jaotella vastuullisuuteen liittyvät asiat tapahtumien kannalta tärkeimmästä (=1) vähiten tärkeimpään (=3).

Viides kysymys keskittyy ekologiseen vastuullisuuteen ja sen vastausvaihtoehdot ovat: julkisen liikenteen käyttäminen, kertakäyttöisten tavaroiden/tuotteiden välttäminen ja jätteiden kierrätys. Kuudes kysymys keskittyy taloudelliseen vastuullisuuteen ja sen vastausvaihtoehdot ovat: hyvä hintalaatusuhde, kaupungille koituva hyöty tapahtumasta ja tapahtuman erottuvuus muista tapahtumista. Seitsemäs kysymys keskittyy sosiokulttuuriseen vastuullisuuteen ja sen vastausvaihtoehdot ovat: paikallisten palveluiden ja tuotteiden hyödyntäminen, hyvän ja reilun työyhteisön tarjoaminen sekä tapahtuman kehittäminen yhdessä asiakkaiden kanssa. Kahdeksas kysymys on eettisestä vastuullisuudesta ja sen vastausvaihtoehdot ovat: tapahtuman esteettömyys, saman lipun omistavien yhtenäiset oikeudet ja vegaanisen tai kasvisruuan saatavuus. Viimeinen eli yhdeksäs kysymys on turvallisuudesta ja sen vastausvaihtoehdot ovat: ensiavun saatavuus, yleisestä hygieniasta huolehtiminen ja riittävä työvoima häiriötekijöiden rauhoittamiseksi.

Kyselylomakkeen vastausvaihtoehdot valittiin niin, että ne ovat helposti ymmärrettävissä. Emme tienneet kuinka hyvin kohderyhmä tuntee vastuullisuuden osa-alueet ja niiden merkityksen tapahtumissa, joten pidimme tärkeänä, että kysymykset ovat yksinkertaisia ja vastausvaihtoehdot konkreettisia. Vastuullisuuden osa-alueisiin liittyvien vastausvaihtoehtojen kautta on helpompaa ymmärtää vastuullisuuden osa-alueita sekä erottaa ne toisistaan. Vastuullisuuden osa-alueista

vastausvaihtoehtoja on kolme, koska niiden pitää olla selvästi toisistaan erotettavia vastaamisen helpottamiseksi.

Käytimme kyselyn menetelmänä informoitua kyselyä. Olimme itse henkilökohtaisesti paikan päällä, kun kohderyhmä vastasi kyselylomakkeeseen, vastasimme mahdollisiin kysymyksiin ja keräsimme kyselylomakkeet ennalta sovitulla tavalla takaisin. Kyselylomake toteutettiin Z-sukupolvelle. Annoimme kyselylomakkeen etukäteen kollegoillemme luettavaksi, jotta kysymysten selkeys ja ymmärrettävyys varmistuisi. Kyselylomakkeeseen ei tehty muutoksia etukäteen tehdyn testauksen seurauksena.

Kysely toteutettiin Webropol kyselylomakkeen avulla, jonka linkki lähetettiin 28 hankkeeseen osallistuneelle Z-sukupolven edustajalle Whatsapp ryhmän kautta. Kyselylomake lähetettiin sunnuntaina 9. lokakuuta, kaikkien opiskelijoiden ollessa Haaga-Helian Ammattikorkeakoulun Haagan kampuksella. Selostimme mihin kyselylomake liittyi ja annoimme ohjeet sen täyttämiseen sekä palauttamiseen. Olimme paikalla koko ajan, kun kohderyhmä vastasi kyselyyn, jolloin heidän oli mahdollista pyytää apua epäselvyyksien ilmetessä. Vastaajat saivat poistua luokasta heti kyselylomakkeeseen vastattuaan.

5.5 Haastattelukysymykset ja haastatteluiden toteutus

Haastattelukysymykset ovat laajempia kuin kyselylomakkeen kysymykset ja niihin vastaamista ei ole rajoitettu. Haastattelun kysymykset ovat erilaiset X- ja Y-sukupolven edustajille ja Z-sukupolvelle. X- ja Y-sukupolven edustajilta kysytään yksi laajempi kysymys, jonka toivotaan herättävän keskustelua ja pohdintaa. Kysymyksen tarkoituksena on selvittää, miten haastateltavat näkevät Z-sukupolven ajattelevan ja toimivan vastuullisuuden eteen, verrattuna X- ja Y-sukupolviin. Kysymys on laaja, ja se pitää sisällään kaikki vastuullisuuden osa-alueet. Tämä vastaa alatutkimuskysymykseen, miten Z-sukupolven näkemykset vastuullisuudesta eroavat X- ja Y-sukupolvien näkemyksistä. Kysymys on:

”Onko Z-sukupolven sekä X- ja Y-sukupolvien välillä huomattavia näkemuseroja siinä, miten he näkevät vastuullisuuden yleisesti?”

Haastattelukysymyksiä Z-sukupolvelle on yhteensä neljä. Kysymyksillä kerätään tietoa siitä, mitä vastuullisuuden osa-alueita Z-sukupolvi eniten ajattelee, miten tärkeää vastuullisuus on, miten vastuullisuuteen kiinnitetään huomiota tapahtumissa ja nähdäänkö tapahtumien vastuullisuus kehittävänä tulevaisuudessa. Näiden kysymysten avulla saadaan tarkentavaa tietoa päätutkimuskysymykseen, sekä kerätään tietoa alatutkimuskysymykseen vastuullisuuden kehitymisestä tapahtumissa tulevaisuudessa. Kysymykset ovat:

”Mitä vastuullisuus merkitsee sinulle?”

”Miten olet nähnyt vastuullisuutta tapahtumissa?”

”Miten näet, että tapahtumien vastuullisuutta voisi vielä kehittää?”

”Miltä tulevaisuuden tapahtumat näyttävät ja miten vastuullisuus näkyy niissä?”

Haastattelut toteutettiin lauantaina 8.10.2022 ja sunnuntaina 9.10.2022. Haastattelut toteutettiin englanniksi italialaisten ja espanjalaisten haastateltavien kanssa ja suomeksi suomalaisten haastateltavien kanssa. Haastatteluille ei asetettu aikarajaa, vaan haastattelut kestivät niin kauan, että haastateltavilla ei ollut enää mitään lisättävää. Haastattelut kestivät keskimäärin 10 minuuttia. Haastattelut toteutettiin viidessä eri ryhmässä ja haastattelumenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Haastattelujen alussa kerrottiin mihin haastattelua tarvittiin ja mikä on opinnäytetyömme tarkoitus, sekä kysyttiin lupa haastattelun äänittämiseen. Haastattelut äänitettiin puhelimen sanelinsovelluksella. Haastattelutilanteet järjestettiin rentona keskusteluna, ja kysymysten tarkoitus oli herättää keskustelua, jolloin myös mahdolliset lisäkysymykset ovat todennäköisiä. X- ja Y-sukupolvien edustajien haastatteluissa oli kolme ryhmää, yksi Espanjasta, yksi Italiasta ja yksi Suomesta. Espanjalaisista haastatteluun osallistui neljä henkilöä, italialaisista kaksi henkilöä ja suomalaisista kaksi henkilöä. Z-sukupolven haastatteluissa oli kaksi ryhmää; kolme henkilöä Espanjasta ja kolme henkilöä Suomesta. Haastattelut toteutettiin rauhallisissa luokkatiloissa.

Yksi opiskelijoille tehty haastattelu toteutettiin kyselymuodossa ajanpuutteen vuoksi. Kysymykset olivat samat kuin muissakin haastatteluissa, mutta haastateltavat vastasivat kysymyksiin Webropol vastauslomakkeen kautta. Kyselylomake lähetettiin kolmelle italialaiselle Z-sukupolven edustajalle, koska myös muihin kyseisen ikäluokan haastatteluihin osallistui kolme henkilöä. Kysely lähetettiin 1.11.2022. Pyynnöistä huolimatta, vain yksi henkilö vastasi haastattelukysymyksiin.

5.6 Analysointimenetelmät määrälliseen ja laadulliseen tutkimukseen

Kerätyn aineiston analyysi, tulkinta ja siitä saadut johtopäätökset ovat tutkimuksen keskeinen asia. Analyysivaiheessa tutkija saa vastauksia ongelmiinsa tai hänelle selviää, miten toisin ongelmat olisi alun perin kannattanut asettaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 216.)

Analysointimenetelmien valintaan ei ole tiettyä sääntöä. Analyysin tekijä ja ajankohta eivät myöskään ole aina selvillä. Tutkimusmateriaali, joka on kerätty strukturoidulla lomakkeella tai asteikkomittarilla, analysoidaan tavallisesti heti aineiston keruun jälkeen. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa, erityisesti kenttätutkimuksessa, jossa aineistoa kerätään useissa vaiheissa, analyysia ei tehdä vain yhdessä tutkimusprosessin vaiheessa vaan pitkin matkaa. Analyysin voi siis tehdä kerralla, heti tutkimuksen jälkeen tai laajemmalla aikavälillä, osittain tutkimuksen kanssa samanaikaisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 2018.)

Analyysitapoja aineistolle on monia ja ne jaetaan usein kahden pääryhmän alle: selittämiseen pyrkivä lähestymistapa ja ymmärtämiseen pyrkivä lähestymistapa. Selittämiseen pyrkivässä lähestymistavassa käytetään usein tilastollista analyysia ja ymmärtämiseen pyrkivässä lähestymistavassa laadullista analyysia. Analyysitapa valitaan niin, että se tuo parhaiten vastauksen tutkimusongelmaan tai -kysymykseen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 219.)

Määrällistä aineistoa käsitellään usein tilastollisilla menetelmillä, jotka jaetaan kahteen pääjoukkoon. Pääjoukoista ensimmäinen eli perustavat menetelmät keskittyvät aineiston kuvailuun. Perustavia menetelmiä ovat esimerkiksi keskiluvut, hajontaluvut, ristiintaulukointi, korrelaatio ja riippuvuusluvut. Toinen pääjoukko on monimuuttujamenetelmät, joihin liittyy erilaisia toimintoja, kuten hypoteesien tai parametrien testaus tai mallin identifiointi. Monimuuttujamenetelmiä ovat muun muassa klusterianalyysi, faktorianalyysi, erotteluanalyysi, varianssianalyysi, regressioanalyysi ja conjoint-analyysi. Yhteistä monimuuttujamenetelmille on se, että useita muuttujia käsitellään samanaikaisesti ja aineiston tieto pyritään tiivistämään jonkin mallin mukaan. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 119–120.)

Nämä analysointimenetelmät sopivat määrällistä dataa keräävän kyselyn analysointiin, eli kyselyyn, jossa ei ole avoimia kysymyksiä. Tässä työssä analysoimme kyselyt Webropolin omalla analysointimenetelmällä, mikä tekee analysoinnin reaaliaikaisesti jätetyistä vastauksista. Webropol näyttää tarkan vastaajamäärän heti ja saimme tarkat luvut kaikkiin kysymyksiin taulukon sekä kaavion muodossa, sekä näimme keskiluvut jokaisen vastauksen kohdalta.

Laadulliselle aineistolle tavallisimpia analysointimenetelmiä ovat teemoittelu, tyypittely, sisällönerittely, diskurssianalyysi ja keskusteluanalyysi. Analyysina on käytetty myös grounded theory -metodia. Laadullisessa tutkimuksessa aineisto on usein runsas ja sen analysointiin voi vierähtää viikkoja tai kuukausia. Esimerkiksi haastattelua analysoidessa tutkija pyrkii tulkitsemaan haastateltavan vastauksia ja luo järjestystä ilmiöihin. Kaikkea kerättyä materiaalia ei ole tarpeen analysoida, eikä kaikkea aineistoa pystytä hyödyntämään. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 219–220.)

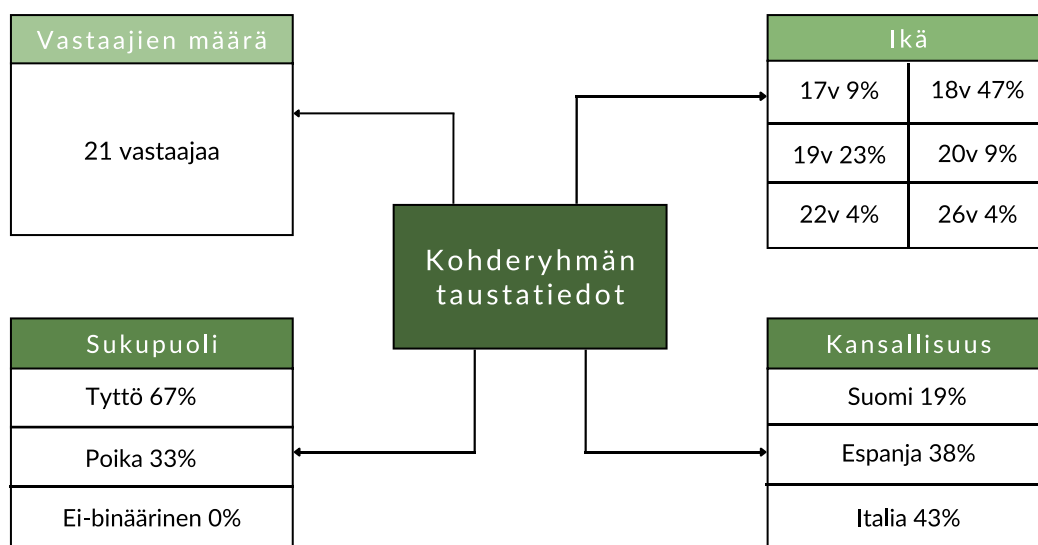
Haastattelulla kerätty tieto litteroidaan usein ennen analysoinnin aloittamista. Litteroinnissa nauhoitettu aineisto kirjoitetaan puhtaaksi. Haastattelun teemoittelussa litteroitu aineisto luetaan useita kertoja läpi, jonka jälkeen se pyritään purkamaan teema-alueittain. Teemoittelussa keskitytään aineistossa esiintyviin asioihin, jotka ovat yhteisiä useammalle haastateltavalle. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 99–100.) Tässä työssä litteroimme haastattelut yleis- ja kirjakielellä, koska keskitimme esille nouseviin asioihin, emmekä analysoineet sanavalintoja. Litteroinnin jälkeen lähdimme analysoimaan haastatteluja teemoitellen, koska halusimme löytää kohderyhmälle yhteisiä ja toistuvia asioita.

6 Tutkimustulosten esittely

Tässä kappaleessa keskitytään tutkimustuloksiin. Tutkimustuloksiin sisältyy tulokset Webropol kyselylomakkeesta, sekä haastatteluista. Kyselylomakkeen tulokset latisimme pdf tiedostona Webropolin sivulta. Haastattelut litteroitiin, jotta tulosten tarkastelu ja niihin palaaminen olisi helppoa.

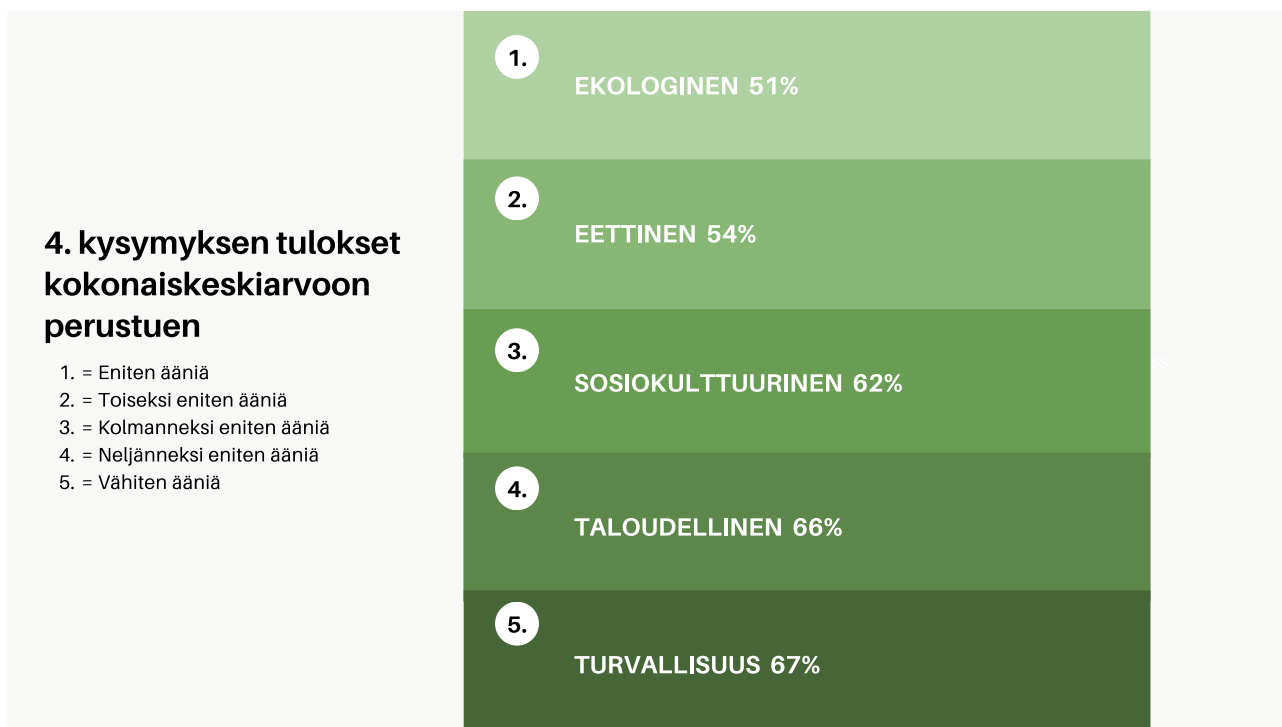
6.1 Kyselyn tulokset

Kyselyn kolme ensimmäistä kysymystä keskittyivät vastaajan henkilötietoihin. Opiskelijoista 75 % vastasi kyselylomakkeeseen. Kyselyyn vastanneita opiskelijoita oli yhteensä 21. Tästä joukosta 9 % oli 17-vuotiaita, 47 % 18-vuotiaita, 23 % 19-vuotiaita, 9 % 20-vuotiaita ja 4 % 22- sekä 26-vuotiaita. Vastaajista 33 % oli poikia, 67 % tyttöjä. Kukaan vastaajista ei valinnut ei-binääristä vaihtoehtoa. Suomalaisia oli 19 %, espanjalaisia 38 % ja italialaisia 43 % vastaajista. Kuvassa 4 näkyy yhteenveto kohderyhmän taustatiedoista.



Kuva 4. Kohderyhmän taustatiedot (n=21)

Kysymyksissä 4–9 kysyttiin vastuullisuudesta. Kyselyn tulokset muodostuivat vastausten keskiarvosta. Ensimmäiseksi päässyt tulos ei ole välttämättä saanut eniten parhaita vastauksia, vaan sen kokonaiskeskiarvo on paras. Vastausvaihtoehdot piti arvioida tärkeimmästä (=1) vähiten tärkeimpään (=5), joten Webropol antaa pienimmän kokonaiskeskiarvoprosentin tärkeimmäksi arvioidulle kohdalle.



Kuva 5. 4. kysymyksen tulos kokonaiskeskiarvoon perustuen (n=21)

Neljännessä kysymyksessä pyydettiin laittamaan vastuullisuuden viisi osa-aluetta tärkeysjärjestykseen. Kuvassa 5 olemme kuvanneet tämän kysymyksen tuloksia. Ekologisen vastuullisuuden kokonaiskeskiarvoksi muodostui kyselyssä 51 %. Vastaajista 38 % arvioi ekologisen vastuullisuuden tärkeimmäksi, toiseksi ja kolmanneksi tärkeimmäksi 14 %, neljänneksi tärkeimmäksi 19 % ja viimeiseksi 14 %. Seuraavaksi sijoittui eettinen vastuullisuus keskiarvolla 54 %. Vastaajista 28 % piti eettistä vastuullisuutta tärkeimpänä vastuullisuuden osa-alueena. Toiseksi tärkeimpänä sitä piti 19 %, kolmanneksi ja neljänneksi tärkeimpänä 19 % ja viimeiseksi sen arvioi 14 % vastaajista. Kolmanneksi tuli sosiokulttuurinen vastuullisuus keskiarvolla 62 %. Sosiokulttuurinen vastuullisuus sijoittuu siis kolmannelle sijalle keskiarvon mukaan. Ensimmäiseksi sen arvioi vastaajista vain 4 %. Toiseksi sen arvioi 23 %, kolmanneksi ja neljänneksi 33 % ja viimeiseksi 4 %. Neljänneksi sijoittui taloudellinen vastuullisuus, jonka kokonaiskeskiarvo oli 66 %. Taloudellisen vastuullisuuden valitsi tärkeimmäksi 9 % vastaajista. Toiseksi sen valitsi 28 %, kolmanneksi 14 %, neljänneksi 19 % ja viimeiseksi 28 %. Viimeiseksi jäi turvallisuus tuloksella 67 %. Turvallisuutta tärkeimpänä piti vastaajista 19 %. Toiseksi tärkeimmäksi sen valitsi 14 %, kolmanneksi 19 %, neljänneksi 9 % ja viimeiseksi sen laittoi 38 % vastaajista. Kuvassa 6 on kuvattu yksityiskohtaisemmin tätä vastausten jakaumaa kysymyksen neljä kohdalla. Kuvassa näkyy prosenttein sekä henkilömääränä, kuinka monta vastausta mikäkin vastausvaihtoehto on saanut.

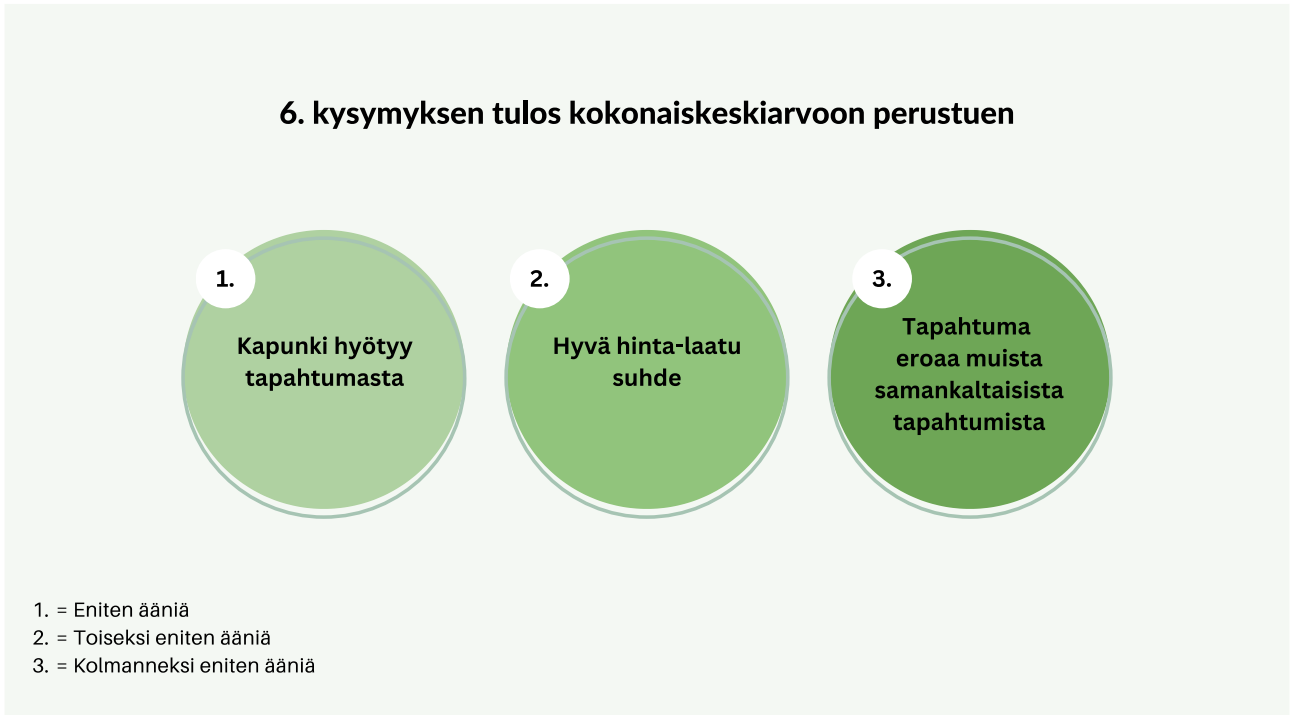
	1	2	3	4	5	Yhteensä
Ecological responsibility (for example using public transport or getting shared transportation)	8	3	3	4	3	21
	38,1%	14,3%	14,3%	19,0%	14,3%	
Economical responsibility (for example good price-quality ratio)	2	6	3	4	6	21
	9,5%	28,6%	14,3%	19,0%	28,6%	
Sociocultural responsibility (for example using local products and services)	1	5	7	7	1	21
	4,8%	23,8%	33,3%	33,3%	4,8%	
Ethical responsibility (for example equality is taken in consideration in the event)	6	4	4	4	3	21
	28,6%	19,1%	19,0%	19,0%	14,3%	
Safety (for example first-aid available)	4	3	4	2	8	21
	19,1%	14,3%	19,0%	9,5%	38,1%	
Yhteensä	21	21	21	21	21	105

Kuva 5. Vastuullisuuden osa-alueet arvioituna vastausten mukaan (n=21)



Kuva 7. 5. kysymyksen tulos kokonaiskeskiarvoon perustuen (n=21)

Viidennessä kysymyksessä pyysimme laittamaan ekologiseen vastuullisuuteen liittyviä tekoja tärkeysjärjestykseen. Julkisen tai jaetun kuljetuksen käyttäminen arvioitiin vastausvaihtoehdoista tärkeimmäksi ja se sai 38 % äänistä. Toiseksi tärkeimmäksi vastaajat äänestivät kertakäyttöisten tavaroitten välttämisen, joka sai äänistä 33 %. Viimeiseksi arvioitiin jätteiden kierrättäminen, jonka prosenttimäärä äänistä on 28 %. (Kuva 7.)



Kuva 8. 6. kysymyksen tulos kokonaiskeskiarvoon perustuen (n=21)

Kuudennessa kysymyksessä pyysimme laittamaan taloudelliseen vastuullisuuteen liittyviä tekoja tärkeysjärjestykseen. Kuten kuvassa 8 näkyy, tärkeimmäksi taloudellisen vastuullisuuden asiaksi nousi se, että kaupunki hyötty tapahtumasta. Tämän vaihtoehdon valitsi tärkeimmäksi 55 % vastaajista. Toiseksi tärkeimpänä pidettiin hyvää hinta-laatusuhdetta, joka keräsi äänistä 30 %. Vähiten ääniä sai tapahtuman eroavaisuus muista samankaltaisista tapahtumista, jonka laittoivat ensimmäiseksi 15 % vastaajista.

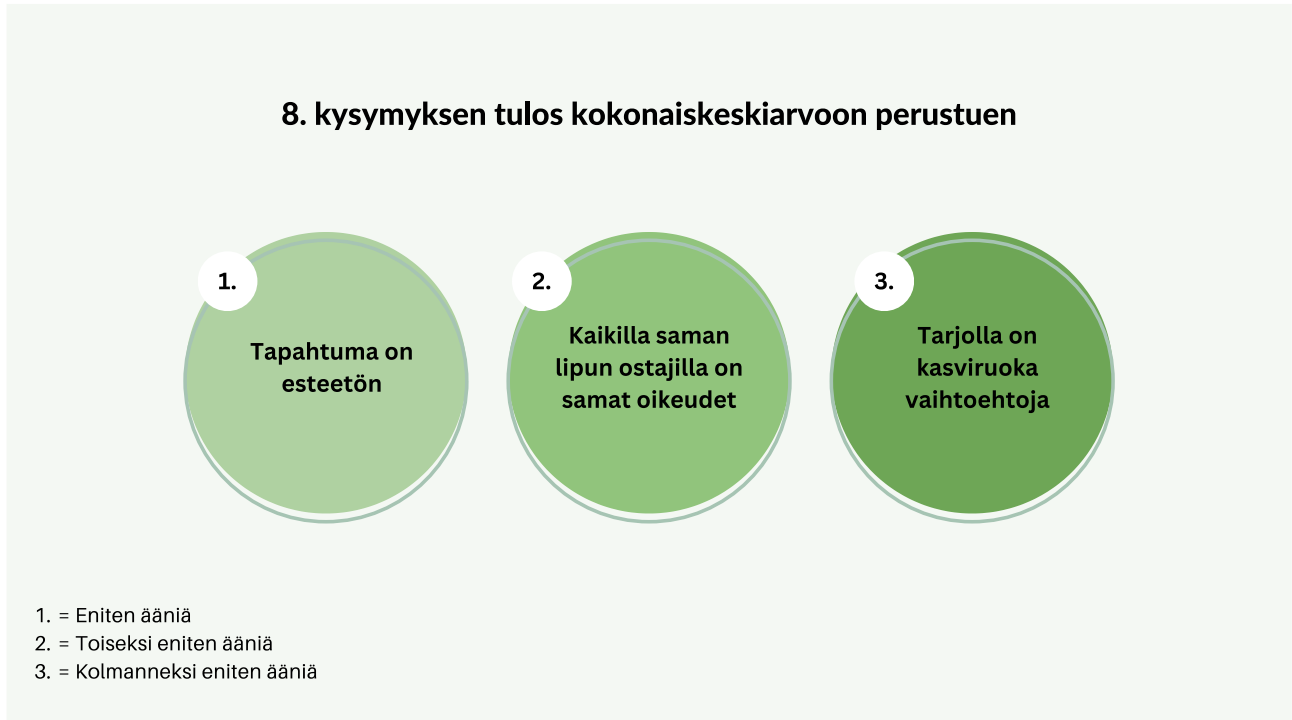
7. kysymyksen tulos kokonaiskeskiarvoon perustuen



- 1. = Eniten ääniä
- 2. = Toiseksi eniten ääniä
- 3. = Kolmanneksi eniten ääniä

Kuva 9. 7. kysymyksen tulos kokonaiskeskiarvoon perustuen (n=21)

Seitsemännessä kysymyksessä pyysimme laittamaan sosiokulttuuriseen vastuullisuuteen liittyviä tekoja tärkeysjärjestykseen (kuva 9). Tärkeimpänä sosiokulttuurisen vastuullisuuden tekijänä tapahtumissa pidettiin sitä, että tapahtumassa hyödynnetään paikallisia tuotteita ja palveluja. Tämä vastausvaihtoehto sai äänistä 52 %. Toiseksi tärkeimmäksi arvioitiin mukavan työyhteisön varmistaminen, joka sai äänistä 33 %. Viimeiseksi tuli tapahtuman kehittäminen vierailijoiden kanssa, joka sai äänistä 14 %.



Kuva 10. 8. kysymyksen tulos kokonaiskeskiarvoon perustuen (n=21)

Kahdeksannessa kysymyksessä pyysimme laittamaan eettiseen vastuullisuuteen liittyviä tekoja tärkeysjärjestykseen. Eettisessä vastuullisuudessa tärkeimpänä pidettiin tapahtuman esteettömyyttä, joka sai äänistä 42 %. Toiseksi tärkeimmäksi vastausvaihtoehdoista arvioitiin se, että saman lipun ostajilla on samat oikeudet. Tämä sai äänistä 33 %. Vegaanisen ja kasvisruuan tärkeys tapahtumissa arvioitiin viimeiseksi äänin 23 %. (Kuva 10.)



Kuva 11. 9. kysymyksen tulos kokonaiskeskiarvoon perustuen (n=21)

Yhdeksännessä kysymyksessä pyysimme laittamaan turvallisuuteen liittyviä tekoja tärkeysjärjestykseen. Kuvasta 11 voi nähdä tärkeysjärjestyksen vastausten perusteella. Tärkeimpänä turvallisuus tekijänä tapahtumassa pidettiin yleisestä hygieniasta huolehtimista, jonka 52 % vastaajista arvioi ensimmäiseksi. Toiseksi tärkeimpänä pidettiin sitä, että tapahtumassa on tarpeeksi resursseja huolehtimaan mahdollisista häiriötekijöistä. Tämän valitsi tärkeimmäksi 28 % vastaajista. Vähiten tärkeimpänä vastausvaihtoehdoista pidettiin ensiavun saavutettavuutta, jonka valitsi tärkeimmäksi vain 19 %.

6.2 Z-sukupolven haastatteluiden tulokset

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin, mitä vastuullisuus merkitsee sinulle. Haastatteluissa vastuullisuuden merkitys opiskelijoille nousi esiin arkisina asioina. Ekologiset ja sosiokulttuuriset asiat olivat pää puheenaiheena jokaisessa haastattelussa. Arjessa erityisesti ekologiset teot kuten vaatteiden ja roskien kierrätys, veden kulutuksen seuranta, julkisen liikenteen suosiminen ja muovin minimointi ovat yleisiä.

”Vaatteet viedään mieluummin Uffille kuin ros kiin”.

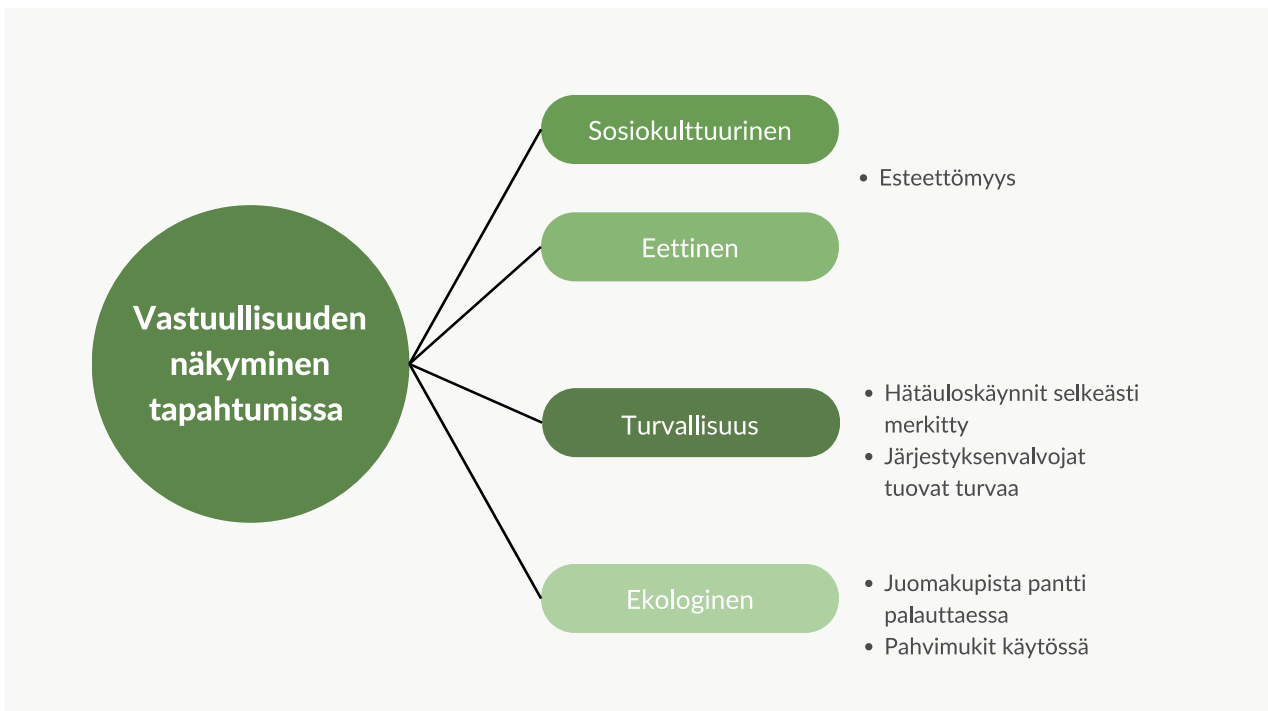
Myös sosiokulttuurisen vastuullisuuden seikkoja mainittiin haastatteluissa. Ruuan ja kosmetiikan ainesosiin kiinnitetään huomiota ennen ostopäätöstä ja paikallisia tuotteita suositaan. Esille nousi se, että sosiokulttuurisen vastuullisuuden asiat, kuten tasa-arvoisuus, on itsestään selvää arjessa,

mutta esimerkiksi ekologisiin vastuullisuuden asioihin pitää kiinnittää enemmän huomiota, jotta ne toteutuisivat.

Toisessa kysymyksessä tutkittiin, miten kohderyhmä on nähnyt vastuullisuutta tapahtumissa (kuva 12). Haastatteluissa nousivat esille festivaalit, jääkiekkopelit sekä elokuvaesitykset. Ekologista vastuullisuutta tapahtumissa on havaittu esimerkiksi siten, että juomakuppinsa palauttaessa siitä saa pantin takaisin ja näin roskaamiselta vältytään. Juomakupit ja pillit ovat usein myös pahvisia, eivätkä muovisia. Ekologisen vastuullisuuden kohdalla esille nousi yhtye Coldplay, jonka konserteissa ihmisten tanssiminen tietyillä kohdilla tapahtuma-aluetta tuottaa sähköä esimerkiksi konsertin valaistusta varten. Tämänlaisia ekologisia vastuullisuuden tekoja toivottaisiin näkevän enemmän.

Eettisestä vastuullisuudesta puheeksi nousi esteettömyys. Z-sukupolven mielestä on mukavaa, että jääkiekkopeleissä ja elokuvateattereissa voi varata valmiiksi paikan, jolle on helppo päästä esimerkiksi pyörätuolilla. Sama on havaittu konserteissa, joissa osa paikoista on varattu liikuntarajoitteisille. Esteettömyyden puute on myös huomattu esimerkiksi joillakin hiekkarannalla järjestetyillä festivaaleilla, joilla liikuntarajoitteisten on ollut vaikea kulkea.

Turvallisuus pääsi myös esille tapahtumista puhuttaessa. Hienoksi koetaan se, että hätäuloskäynnit on selkeästi merkitty ja niistä mainitaan vielä erikseen ennen tapahtuman alkua. Tapahtumissa on yleisesti turvallinen olo, koska tapahtumista löytyy aina järjestyksenvalvoja.



Kuva 12. Vastuullisuuden näkyminen tapahtumissa (n=7)

Kolmas haastattelukysymys oli, miten tapahtumien vastuullisuutta voisi heidän mielestään kehittää. Pyysimme heitä miettimään tulevaisuuteen ja kertomaan, millaisena he näkevät tapahtumien vastuullisuuden silloin.

Kehittämisideat, jotka nousivat esiin, kuuluivat lähinnä ekologiseen vastuullisuuteen. Myös turvallisuuden liittyviä asioita mainittiin. Oltiin yhtä mieltä siitä, että kierrätystä pitäisi lisätä ja muovisten tuotteiden käyttö lopettaa. Roskisten lisääminen ja käsidesin riittävä saanti mainittiin myös.

”Nykypäivänä melkein kaikissa tapahtumissa vastuullisuus on otettu huomioon edes jollain tavalla ja on parempi, että asian eteen tehdään mieluummin vähän kuin ei ollenkaan.”

Neljännessä kysymyksessä kysyttiin vastuullisten tapahtumien tulevaisuudesta ja haastateltavat saivat heittää keskusteluun hulluimmatkin ideat ja oman mielipiteen, miten he näkevät vastuullisuuden luonteen tulevaisuuden tapahtumissa. He uskovat tapahtumien olevan vielä ekologisempia ja luontoa säästävämpiä. Näkemyksinä on, että mukit tulevat olemaan kokonaan biohajoavia ja uusiutuvan energian kuten aurinkoenergian käyttöä lisätään. Ruoka tulee olemaan lähinnä paikallista, vegaanivaihtoehtoja tulee olemaan enemmän ja ruokahävikistä sekä sen käyttömahdollisuuksista ollaan tulevaisuudessa tietoisempia. Esimerkiksi elintarvikkeiden pakkauksessa käytetään kierrätettyjä pakkausmateriaaleja. Esiin tuotiin myös se, että julkinen liikenne olisi yleisin liikkumismuoto tapahtumiin ja kulkuneuvot toimisivat sähköllä bensiinin sijaan.

Esiin nousi myös julkisuuden henkilöt ja Z-sukupolvi toivoo, että he puhuisivat tulevaisuudessa vielä enemmän kestävyuden tärkeydestä tapahtumissa, jotta se rohkaisee kävijöitä tekemään samoin. Tämäkin idea saatiin Coldplaysta, koska he tekevät jo tänä päivänä näin esimerkiksi yhteistöiden kautta.

Sosiokulttuurinen vastuullisuus jäi vähäiselle pohdinnalle haastateltavien puheissa, mutta unisex-nessojen lisääminen ja yleistyminen nousi esiin. Todettiin, että etä- ja hybriditapahtumat tulevat olemaan osa tulevaisuutta. Ne eivät kuitenkaan ikinä korvaa paikan päällä olemista ja sen tärkeyttä, vaikka ne ovatkin osaltaan vastuullisempia.

6.3 X- ja Y-sukupolvien haastatteluiden tulokset

Haastattelukysymyksessä X- ja Y-sukupolvilta kysyttiin, onko X- ja Y-sukupolven sekä Z-sukupolven välillä näkemuseroja siinä, miten he näkevät vastuullisuuden yleisesti. Haastatteluissa nousi esille monia näkemuseroja vastuullisuudesta sukupolvien välillä. Kuvassa 13 esitämme, miten ajatus vastuullisuudesta on kehittynyt X- ja Y-sukupolvien sekä Z-sukupolven välillä. Vaihtelevia mielipiteitä oli siinä, kuinka suuri ero sukupolvien välillä todella on. Osa on sitä mieltä, että ero on suurempi ja toiset taas näkevät eron pienempänä. Kaikki kuitenkin kokevat, että vastuullisuus on ollut

mukana Z-sukupolven elämässä pienestä saakka, joten esimerkiksi kierrätys ja luonnon suojeleminen tulee automaattisesti.

”Suurelle osalle oppilaista esimerkiksi kierrättäminen on sellainen asia, mitä on tehty jo päiväkodista saakka. Kaivataan jo jotain uutta.”



Kuva 6. Vastuullisuuden kehitys X- ja Y-sukupolvien sekä Z-sukupolven välillä (n=8)

Haastatteluissa tuli ilmi, että X- ja Y-sukupolvi kokee, että heillä on vähemmän tietoa. Z-sukupolvi on enemmän tietoinen valinnoistaan sekä kiinnostuneempi vaikuttamaan tiedolla tulevaisuuteen.

”Vastuullisuus ja se, mitä pitää tehdä luonnon ja ympäristön suojelemiseksi, on luonnollisempaa nuorille.”

Ekologisia asioita nousi esille kaikissa haastatteluissa. Ekologiset huolenaiheet ovat nykypäivänä enemmän esillä, mikä vaikuttaa vastuun määrään. X- ja Y-sukupolvien edustajat kertovat, että luonnonsuojelu on ollut jo vuosikymmeniä tärkeää suomalaisille, mutta tietysti kehittynyt. Myös kasvissyönnön lisääntyminen ja varsinkin punaisen lihan välttäminen nousi esille. Autoilukaan ei heidän kokemuksien mukaan kiinnosta Z-sukupolvea yhtä paljon kuin X- ja Y-sukupolven edustajia. Nuoremman sukupolvet kulkevat mieluummin julkisilla tai pyörällä. Vaatteiden tuottamistapaan kiinnitetään huomiota nuoremman sukupolven keskuudessa yleisesti enemmän. Heillä on kokonaisvaltaisesti nyt jo paljon tietämystä ja sen huomaa arkipäivän asioissa. X- ja Y-sukupolvien edustajat mainitsevat, että heidän oppilaansa tuovat omat juomapullot kouluun ja kierrättävät kaikki roskat.

Myös sosiokulttuurisesta vastuullisuudesta saatiin aikaan keskustelua ja esille nousi se, että Z-sukupolvi kiinnittää enemmän huomiota siihen, mitä sanoja voi käyttää. Monet sanat tai ilmaisut, jotka olivat aiemmin hyväksytyjä ovat tänä päivänä epäkorrekteja. Nuoremmat joutuvat korjaamaan usein X- ja Y-sukupolvia ja kertovat, että noin ei ole enää hyväksyttävää sanaa. Tämä saattaa aiheuttaa X- ja Y-sukupolvien keskuudessa ihmetystä. Erilaisuuden hyväksyminen ja näkökulmien huomioon ottaminen ovat lisääntyneet paljon.

Keskusteluissa tuli ilmi, että pikkuhiljaa vastuullisuus käsitteenä on lähtenyt laajenemaan ekologisesta vastuullisuudesta muihinkin osa-alueisiin. Etenkin sosiokulttuurinen vastuullisuus korostuu vasta Z-sukupolven keskuudessa ja muutos on tapahtunut parissa vuodessa. X- ja Y-sukupolvien edustajat toivat esiin, että kuva vastuullisuudesta muuttuu maailman ja sen ongelmien mukana.

”Vastuullisuus riippuu maailmassa meneillään olevista ongelmista. Esimerkiksi X- ja Y-sukupolville vastuu liittyy enemmän perheestä ja kodista huolehtimiseen ja Z-sukupolvelle se on globaalimpaa ja laajempaa.”

Haastatteluissa todettiin yhteiseksi asiaksi kaikille sukupolville se, että vastuullisuuden asiat pääsevät usein unohtumaan toissijaisiksi muiden huolien, kuten hintojen nousun ohella. Tämä näkyy maailmassa varsinkin tällä hetkellä. He toteavat, että on helppoa puhua vastuullisuudesta, mutta sen hyväksi toimiminen on täysin eri asia. Puhutaan, mutta silti käydään suihkussa joka päivä tai pestään pyykkiä.

7 Pohdinta

Opinnäytetyömme viimeisessä luvussa tarkastelemme tuloksiamme yhteenvedona. Käymme läpi tutkimuskysymyksemme ja miten tulokset vastaavat niihin. Teemme tuloksista johtopäätöksiä ja pohdimme kehittämisideoita tulevaisuuteen. Käsittelemme tutkimuksemme luotettavuutta ja eettisyyttä uskottavuuden, merkityksellisyyden ja toistettavuuden käsitteiden avulla. Näiden vaiheiden jälkeen mainitsemme ehdotuksiamme jatkotutkimukseen. Käsittelemme lopuksi oman oppimisen arviointia eli esimerkiksi sitä, miten kirjoittamisprosessi sujui, törmäsimmekö ongelmiin ja miten ratkaisimme ne.

7.1 Pohdinta ja johtopäätökset

Opinnäytetyömme päätavoite on selvittää Z-sukupolven näkemyksiä tapahtumien vastuullisuudesta. Tämä tavoite vastaa tutkimuskysymykseemme. Alatavoitteina selvitämme miten Z-sukupolven näkemykset vastuullisuudesta eroavat X- ja Y-sukupolviin kuuluvien henkilöiden näkemyksistä sekä miten tapahtumien vastuullisuus tulee mahdollisesti kehittymään tulevaisuudessa Z-sukupolven näkökulmasta. Pohdimme tuloksia ja johtopäätöksiä tutkimuskysymystemme avulla.

Molempien tutkimusmenetelmien avulla selvitettiin päätutkimuskysymystä, miten Z-sukupolvi näkee vastuullisuuden tapahtumissa. Tutkimuksessa selvisi, että sosiokulttuurinen vastuullisuus on heille itsestäänselvyys arjessa. Ekologisesta vastuullisuudesta taas tiedetään nykypäivänä enemmän, mutta sen toteuttamiseen pitää kiinnittää enemmän huomiota.

Vastuullisuus ajattelu on Z-sukupolven keskuudessa jo hyvin kehittyntä. Kaikki olivat tietoisia aiheesta ja osasivat ottaa huomioon erilaisia asioita. Esimerkkinä esteettömyys tapahtumissa nousi esille ja sen olemassaolo koetaan tärkeäksi, vaikka se ei olisi omalla kohdalla olennaista. Tästä voi tehdä johtopäätöksen, että Z-sukupolvi ajattelee vastuullisuutta laajasti monesta eri näkökulmasta ja kiinnittää huomiota myös muiden ihmisten sekä koko yhteisön hyvinvointiin. Muiden huomioiminen vastuullisuuden näkökulmasta on tutkimustulosten perusteella kehittynyt paljon nimenomaan Z-sukupolven elämän aikana. Voidaan päätellä, että olemme menossa koko ajan parempaan suuntaan ainakin sosiokulttuurisen vastuullisuuden osalta ja muutos tulee toivottavasti jatkumaan positiivisesti tulevaisuudessakin.

Kyselyn ja haastatteluiden tulokset kohtaavat. Sosiokulttuurisia piirteitä ei kuitenkaan mainittu nuorten haastatteluissa yhtä paljon kuin ekologisista. X- ja Y-sukupolvien edustajat taas ottivat sosiokulttuurisen osa-alueen esiin moneen otteeseen, kun keskustelimme sukupolvien välisistä

eroavaisuuksista vastuullisuuden ajattelussa. Arvelemme tämän johtuvan siitä, että sosiokulttuurisen vastuullisuuden asiat koetaan enemmän itsestäänselvyyksinä Z-sukupolven keskuudessa. Ilmastomuutos, ilmastoahdistus ja muut ekologiseen vastuullisuuteen liittyvät asiat taas ovat Z-sukupolven keskuudessa huolta herättäviä asioita. Ne ovat asioita, joiden eteen tarvitsee tehdä nopeasti isoja muutoksia, jotta voimme turvata elämämme maapallolla tulevaisuudessakin. Jos aiheena ei olisi ollut tapahtumien vastuullisuus vaan vastuullisuus yleisesti olisi sosiokulttuuriset asiat nousseet varmaan enemmän esille myös nuorten haastatteluissa, vaikka niiden koetaan kehittyvän hyvää vauhtia parempaan suuntaan.

Viimeisiksi kyselyssä jäivät taloudellinen vastuullisuus sekä turvallisuus. Taloudelliseen vastuullisuuteen liittyviä seikkoja ei mainittu haastattelussa kertaakaan, mutta turvallisuus nousi puheeksi. Häätäuloskäyntien selkeä merkintä ja niistä maininta koetaan tärkeänä tapahtumissa. Uskomme tämän johtuvan siitä, että taloudellinen vastuullisuus ei ole vierailijoille niin näkyvässä roolissa tapahtumissa kuin muut vastuullisuuden osa-alueet. Henkilöt keitä haastattelimme ovat tällä hetkellä suurimmaksi osaksi järjestäjän sijaan asiakkaan roolissa. Tästä syystä tämän tutkimuksen tulokset keskittyvät enemmän asiakkaiden näkökulmiin eikä taloudellinen vastuullisuus kuten kaupungin hyötyminen tapahtumasta nouse esille.

Kyselyssä kaikki vastuullisuuden osa-alueet saivat ääniä eikä mikään ollut ylitse muiden. Prosentuaaliset tulokset ovat kaikki melko lähellä toisiaan, mistä voidaan päätellä kaikkien osa-alueiden olevan tärkeitä Z-sukupolven mielestä. Tässäkin huomataan nykypäivän laaja ajattelu, kun puhutaan vastuullisuudesta. Ymmärrystä löytyy siihen, että kaikki vastuullisuuden osa-alueet pitäisi olla huomioitu tapahtumissa eikä esimerkiksi ekologinen vastuullisuus yksin riitä.

Alatutkimuskysymyksessä halusimme selvittää, miten Z-sukupolven näkemykset vastuullisuudesta eroavat X- ja Y-sukupolvien näkemyksistä. Näkemyseroista esille nousi selkeänä se, että vastuullisuus on ollut Z-sukupolven elämässä aina läsnä. Vastuullisuus tiedostetaan kaikkien sukupolvien keskuudessa, mutta Z-sukupolvi on motivoituneempi toimimaan vastuullisuuden puolesta ja vastuullisuus käsitetään laajemmin. Vastuullisuuden oleellisuus ja merkitys on vaihdellut vuosien aikana maailman tilanteen mukaan. Tässä huomaa sen, miten vastuullisuuden ajankohtaisuus ja läsnäolo koko Z-sukupolven elämän ajan, on vaikuttanut heidän ajattelutapaansa. Mitä nuoremmasta iästä vastuullisuus on läsnä arjessa, sitä helpommin se tulee itsestään selvänä osaksi arkea.

Eniten esille nousi ekologinen vastuullisuus. Ekologinen vastuullisuus on ollut läsnä jo kauan, mutta siihen liittyvät huolenaiheet ovat tänä päivänä enemmän esillä. X- ja Y-sukupolven edustajat uskovat tämän olevan syynä siihen, että vastuun määrä koetaan nykypäivänä hyvin suurena. Esimerkiksi kasvissyönnön on yleistynyt huomattavasti ja autoilun suosio on vähentynyt. Olemme tässä

samaa mieltä. Ekologiset huolenaiheet ovat olleet läsnä suurimman osan Z-sukupolven elämästä, joten vastuun hyväksyminen ja huolenaiheiden eteen toimiminen on helpompaa.

Sosiokulttuurisessa vastuullisuudessa koettiin ehkä suurimmat eroavaisuudet. Tasa-arvo ja erilaisuuden hyväksyminen ovat kehittyneet kovaa vauhtia muutaman vuoden aikana ja kehittyvät jatkuvasti. Haastatteluissa osa X- ja Y-sukupolvien edustajista itsekin myönsi, että Z-sukupolvi joutuu välillä korjaamaan heille, mikä tänä päivänä on korrektia. Asiat tai sanat, mitkä ovat olleet heidän nuoruudessaan sopivia eivät tänä päivänä ole enää hyväksyttäviä. Johtopäätöksenä koemme, että tämä on nopeimmin kehittynyt vastuullisuuden osa-alue ja tällä hetkellä myös eniten keskustelua sekä mielipiteitäherättävä.

Johtopäätöksenä vastuullisuuden käsitys on laajentunut pikkuhiljaa ja se muuttuu koko ajan maailman mukana. Mitä uudempi sukupolvi sitä enemmän he ovat todennäköisesti perillä vastuullisuudesta. Maailman tilanne ja meneillä olevat globaalit ongelmat vaikuttavat myös siihen, miten paljon vastuullisuutta ajatellaan.

Toisessa alatutkimuskysymyksessä haluttiin selvittää, miten vastuullisuus tapahtumissa tulee kehittymään tulevaisuudessa Z-sukupolven näkökulmasta. Tulevaisuuden näkemykset tapahtumien vastuullisuuden osalta jäivät vähäisimmiksi. Kävi ilmi, että nykypäivänä vastuullisuus tapahtumissa toteutuu kaikilta osin jo jollakin tavalla. Tärkeää on, että vastuullisuutta edistetään edes pienin askelin koko aika, jotta muutos ja kehitys etenee jatkuvasti.

Hybriditapahtumien arvellaan olevan läsnä jollain osin myös tulevaisuudessa, mutta ne eivät ikinä korvaa paikan päällä olemista vastuullisuudestaan huolimatta. Esille nousi myös toive Z-sukupolvelle tärkeiden sosiokulttuurisen sekä eettisen vastuullisuuden lisäämisestä. Esimerkiksi unisex-veikkoja toivotaan löytyvän tulevaisuudessa jokaisesta tapahtumasta. Tästä huolimatta ekologinen vastuullisuus nousi jälleen puhutuimmaksi aiheeksi.

Huomaa, että tulevaisuuden näkemykset vastuullisuudesta tapahtumissa ovat hyvin realistisia. Suuri osa näkemyksistä liittyy jo tällä hetkellä toteutettaviin vastuullisuuden tekoihin. Tästä voimme päätellä, että Z-sukupolven mielestä vastuullisuutta ei toteuteta vielä niin hyvin, kuin tämänhetkinen tietoisuus sallisi. Johtopäätöksenä voi myös todeta, että Z-sukupolvi on halukas kehittämään vastuullisuutta tulevaisuuden tapahtumiin ja he ymmärtävät, että se on jopa väistämätöntä.

7.2 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Määrällisestä tutkimuksesta tilastollisesti vahvan tekee se, että kohdejoukko on satunnaisesti valittu. Jokaisella perusjoukon jäsenellä on samansuuruinen todennäköisyys tulla valituksi. Luotettavuuteen vaikuttaa myös se, kuinka paljon etukäteen on tietoa tutkittavasti aiheesta.

Kyselylomaketta tehdessä kysymyksistä kannattaa muotoilla yksiselitteisiä. Vastausvaihtoehdot kannattaa ehdottomasti luetella numeroin, koska tämä vähentää virheitä ja lisää reliabiliteettia. Kyselylomake on välttämätöntä testata ennen varsinaista kyselyn suorittamista. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 111–118.)

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta kohentaa se, kun tutkimuksesta ja sen toteuttamisesta tehdään tarkka selitys. Tämä koskee kaikkia vaiheita. Selostuksen tulisi olla selvä sekä totuudenmukainen. On hyvä kertoa tutkimuksiin käytetty aika, mahdolliset häiriötekijät, virhetulkinnat ja oma arviointi tilanteista. Kun tehdään analyysiä laadullisesta tutkimuksesta, on tärkeää tehdä luokitte-
luja, kertoa niiden alkujuuret ja perusteet. Tulosten tulkinnassa on kerrottava, millä perusteella tul-
kinnat esitetään ja mihin ne perustetaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 227–228.)

Määrällisessä tutkimuksessa reliabelius ja validius koskevat tutkimuksen kohteena olevan ilmiön operaationaalistamista ja saattamista empiirisesti tutkittavaan kuntoon. Reliabeliusarvio avaa sen tutkitaanko kohdeilmiötä valituilla mittareilla luotettavasti. Mittaustilanne, mittaja tai satunnaiset tekijät eivät saa vaikuttaa tuloksiin. Validius auttaa varmistamaan sen mitataanko operationaaliset-
tua kohdeilmiötä harhattomasti ja tarkasti, ja tutkitaanko oikeaa ilmiötä. (Aaltio & Puusa 2020, ala-
luku 11.)

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voi olla todella vaikeaa arvioida ja reliabiliteetti ja validius eivät sellaisinaan sovellu laadullisen tutkimuksen usuttavuuden arvioinnin perusteiksi. Näitä käsitteitä voidaan kuitenkin soveltaa myös laadullisessa tutkimuksessa, jos tutkija on sisäistänyt tutki-
muksen luonteen ja käsitteiden merkityssisällön eroavaisuuden määrälliseen tutkimukseen verrat-
tuna. (Aaltio & Puusa 2020, alaluku 11.) Laadullisen tutkimuksen luotettavuus voidaan kiteyttää us-
kottavuuteen, luotettavuuteen ja eettisyyteen. Uskottavuus viittaa kollegoiden ja kohderyhmän luot-
tamukseen tutkimusta kohtaan, sekä siihen, että he hyväksyvät sen todeksi. Tämä näkyy asianmu-
kaisena aineiston keruuna ja huolellisena analysointina. Luotettavuus on sitä, että pystytään uskot-
tavin perustein vakuuttamaan lukija ammattitaidosta. Ammattitaito tarkoittaa tässä sitä, että tutki-
musongelmiin ja tutkimuksen toteutukseen on valittu oikeanlaiset sekä perustellut menetelmät.
Eettisyys kuvaa eettisten arvojen mukaista toimimista. Tutkimuksesta ei saa aiheutua haittaa sen
kohteena oleville tai muille ihmisille. (Juuti & Puusa 2020, luku 5.)

Tutkimuksessamme tutkimme sitä, mitä lupaamme. Kyselyn ja haastattelun kysymykset luotiin niin, että niistä saadut vastaukset ja päätelmät vastaavat tutkimuskysymyksiimme. Tutkimusmenetelmiä on kaksi, koska halusimme varmistaa tulosten laadun kohderyhmän kohdalla, jossa kulttuurierot ja äidinkieli vaihtelivat. Kahden tutkimusmenetelmän käyttäminen myös laajentaa saatujen vastausten määrää sekä sisältöä.

Kysely sopii tutkimukseen, koska se on anonyymi ja siihen voi vastata matalalla kynnyksellä. Halusimme välttää omalla nimellä vastaamisen, jotta tulokset olisivat mahdollisimman rehellisiä.

Olemme huomanneet, että vastuullisuuteen liittyvät asiat saattavat aiheuttaa sosiaalista häpeää, jos niitä ei toteuta kaikilta osa-alueilta yhteiskunnan olettamusten mukaan. Kyselylomaketta kokeili etukäteen kaksi kollegamme, jotta kysymysten ymmärrettävyys voitiin varmistaa. Lisäksi kyselyyn osallistujat pystyivät kysymään tarkentavia kysymyksiä kyselyn aikana tarpeen tullen, millä lisäsimme tulosten luotettavuutta. Tarkentavia kysymyksiä ei kuitenkaan ilmennyt. Vastausvaihtoehdoista pyrittiin tekemään yksiselitteisiä ja jokaisen kohdalle lisättiin lisäksi selventämä esimerkki. Kohdejoukko määräytyi toimeksiantajan mukaan. Kaikilla Value Europe -hankkeen osallistujilla, ketkä kuuluvat Z-sukupolveen, oli mahdollisuus osallistua kyselyyn.

Emme itse voineet vaikuttaa osallistujamäärään ja tutkimuksen perusjoukko oli määritelty meille valmiiksi. Tutkimustuloksia saisi enemmän, jos kyselylomakkeen lähettäisi suuremmalle joukolle, mutta koemme, että saimme kerättyä hyvin tietoa aiheesta kyseisen toimeksiannon rajaamissa puitteissa. Hankkeessa mukana olleista 28 Z-sukupolven edustajasta 21 eli 75 % vastasi kyselylomakkeeseen. Kaikki paikalla olleet eivät siis pyynnöistä huolimatta vastanneet puhelimitse lähetettyyn kyselylomakkeeseen.

Haastattelu tukee tutkimusta ja on hyvä lisä kyselylle, koska se laajentaa näkemyksiä ja se on vapaamuotoisempi kuin kysely. Haastattelut järjestettiin luokkahuoneissa, jotta mahdollisilta häiriöiltä välttyttäisiin. Tutkimuksen toteutuksen yhteydessä on mainittu haastatteluihin käytetty aika ja mahdolliset häiriötekijät. X- ja Y-sukupolvien edustajille oli vain yksi haastattelukysymys, koska kysymys oli itsessään hyvin laaja. Z-sukupolvelle oli useampi haastattelukysymys myös sen takia, että Z-sukupolvi on työn pääkohderyhmä.

Haastatteluiden kohdalla on hyvä ottaa huomioon, että haastattelut italialaisille sekä espanjalaisille toteutettiin englanniksi, koska tämä oli ainoa yhteinen kieli. Tällöin haastattelijat eivätkä haastateltavat saaneet puhua omalla äidinkielellään. Suomalaiset haastateltavat haastateltiin puolestaan suomeksi, jolloin sekä haastattelijat että haastateltavat pystyivät puhumaan omalla äidinkielellään. Haastattelun kaltaisessa uudessa ja arjesta poikkeavassa tilanteessa, päättelemme tämän vaikuttavan vastausten määrään ja sisältöön. Yksi haastatteluista jäi ajanpuutteen vuoksi toteuttamatta. Ratkaisimme tilanteen lähettämällä haastattelun kyselymuodossa Webropol lomakkeella kolmelle Z-sukupolven edustajalle, koska muissakin Z-sukupolven haastatteluissa oli mukana kolme henkilöä.

Tekstissä avaamme tarkasti ja kattavasti käsiteltäviä aiheita, sekä kerromme yksityiskohtaisesti, miten tutkimus suoritettiin. Olemme myös kertoneet totuudenmukaisesti vastaan tulleista ongelmista, ja miten niiden kohdalla on toimittu. Tutkimus olisi siis mahdollista toistaa sisällön kannalta

samanlaisena, mutta tutkimustulokset luultavasti muuttuisivat vastaajien vaihtuessa. Jos toinen tutkija toteuttaisi saman tutkimuksen samalla kohdejoukolla uskomme tulosten olevan samankaltaisia.

Läpi opinnäytetyön perustelemme valintojamme ja päätöksiämme. Myös tietoperustassa perustelemme opinnäytetyöhön valitsemamme luokittelumenetelmät, esimerkiksi vastuullisuuden osa-alueista, mutta avaamme aiheita useamman näkökulman ja lähteen avulla. Pyrimme käyttämään läpi opinnäytetyön myös kansainvälisiä lähteitä luotettavilta tahoilta. Lähteissä kiinnitimme huomiota tietojen ajantasaisuuteen sekä julkaisijoiden ammattitietoisuuteen.

7.3 Jatkotutkimusehdotukset

Aikaisempaa tutkimusmateriaalia täysin samasta aiheesta ei ole vielä ehtinyt kertynyt paljoa. Vastuullisuus ja tietoisuus siitä sekä sen eri osa-alueista kehittyvät jatkuvasti. Myös maailman tilanteen vaihtelevuus ja yllättävät tapahtumat vaativat jatkuvasti uusia vastuullisuutta edistäviä tekoja.

Yksi mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe olisi nimenomaan tulevaisuus. Miten maailman tilanteen muuttuminen ja tietoisuuden lisääntyminen tulevat vaikuttamaan tapahtumien vastuullisuuteen tulevaisuudessa. Tutkimuksen voisi toistaa esimerkiksi 10–15 vuoden päästä Alfa-sukupolvelle, kun heistä vanhimmat ovat samaa ikäluokkaa, mitä Z-sukupolven vanhimmat edustajat tällä hetkellä.

Z-sukupolvi on selvästi sitä mieltä, että vastuullisuuden toimia pitäisi saada enemmän aikaan. Jatkotutkimuksena hyvä idea olisi keskittyä siihen, millä konkreettisilla keinoilla tämä toteutuisi. Ideat voisivat olla futuristisia ja abstrakteja. Vastuullisuutta halutaan lisätä, mutta keinoja sen lisäämiseen ei ole niin helppo toteuttaa isojen tapahtumien kohdalla, kun ottaa huomioon esimerkiksi rahoituksen. Tietoa ja puhetta on paljon, mutta teot ovat vielä tärkeämpiä. Tähän avuksi voisi ottaa mukaan valmiin tapahtuma konseptin tai kehittää uuden, jonka vastuullisuutta tarkkailtaisiin.

7.4 Oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyön prosessi on ollut monipuolinen ja opettavainen. Toimeksiantajan kautta olemme päässeet osallistumaan monipuolisesti hankkeen eri vaiheisiin, suunnittelusta toteutukseen. Kirjoitusprosessin kautta olemme saaneet tarkastella hanketta ja tutkimusta kokonaisuudessa ja saaneet vastauksia tutkimuskysymyksiimme.

Olemme oppineet paljon sekä kirjoittamistamme aiheista, että itse kirjoitusprosessiin liittyvistä asioista. Näitä ovat esimerkiksi ajanhallinta, tutkimuksen toteutuksen prosessi ja sen avaaminen kirjallisesti. Kirjoittamisprosessi sisälsi uusia asioita, kuten tietoperustan kirjoittamista. Erityisesti

lähteiden valinta ja merkintöjen tarkkuus olivat ajoittain haastavia, mutta hyvien neuvojen ansiosta pääsimme lopputulokseen, johon olemme tyytyväisiä. Kirjoitimme opinnäytetyötä varsinkin alkuvaiheessa useasti kahdestaan, jolloin näimme kasvotusten tai etäyhteyksien välityksellä. Prosessin edetessä kuitenkin jaoimme myös vastuualueita mielenkiinnon kohteiden mukaan, ja kirjoitimme itsenäisesti. Tapasimme kuitenkin säännöllisesti ja kävimme läpi tuottamamme tekstiosiot. Molemmat olivat siis aktiivisesti mukana koko kirjoitusprosessin ja perillä kaikesta, mitä tekstin tuottamisessa tapahtuu.

Osa aiheista oli entuudestaan tuttuja opintojen ja työn kautta, mutta pääsimme syventämään tietoa kirjoitusprosessin kautta. Tällaisia aiheita ovat vastuullisuus ja sen osa-alueet, tapahtumatyypit sekä tapahtumajärjestämisen prosessi. Oli mielenkiintoista tutkia näitä teemoja eri sukupolvien näkemysten kautta. Erityisesti Z-sukupolven näkemyksiä oli mielenkiintoista kuulla, koska he ovat tulevia alan ammattilaisia ja suuressa roolissa siinä, miten tapahtumien vastuullisuus tulee kehittämään lähitulevaisuudessa.

Prosessin aikana törmäsimme myös muutamiin ongelmiin. Hankkeen aikataulu oli ajoittain nopeasti muuttuva ja varsinkin suunnitteluvaiheessa oli hankala mukauttaa omat aikataulut yhteensopiviksi hankkeen kanssa. Myös itse tapahtumaviikolla törmäsimme aikatauluongelmiin, joiden takia emme ehtineet toteuttaa kaikkia suunniteltuja haastatteluja. Aikataulut muuttuivat ja ne oli suunniteltu tiiviiksi. Ratkaisimme tilanteen lähettämällä yhden haastattelun Z-sukupolven edustajille kyselymuodossa jälkikäteen. Prosessin aikana opimme kansainvälisestä yhteistyöstä ja toimimisesta tiiminvetäjinä.

Mahdollisuus osallistua hankkeeseen tuli nopealla aikataululla toisen projektin tilalle. Sekä hanke, että opinnäytetyön kirjoittamisprosessi piti yhteensovittaa koulun ja muiden menojen ohelle, jonka takia tiesimme, että prosessi tulee olemaan tavallista pidempi. Tämä ei kuitenkaan ollut ongelma, koska osasimme varautua siihen alusta asti ja teimme aikataulutuksen sen mukaisesti. Arvioimme kirjoitusprosessin kestoksi noin viisi kuukautta, mutta kokonaisuudessaan kirjoitusprosessi vei aikaa noin kuusi ja puoli kuukautta.

Kaiken kaikkiaan prosessi antoi paljon. Saimme paljon tulevaisuuden kannalta hyödyllistä tietoa esimerkiksi työelämää ajatellen. Prosessi myös avarsi näkemystämme vastuullisuudesta ja sen tärkeydestä nykymaailmassa sekä tulevaisuuden kannalta. Saimme kuvan tapahtuma-alan vastuullisuuden tilasta ja siitä, mitkä voisivat olla seuraavat askeleet sen edistämiseksi. Koemme opinnäytetyön antavan apua myös Value Europe -hankkeen kehittämiseen ja tietoisuuden lisäämiseen uusien osallistujien keskuudessa. Hankkeen lisäksi opinnäytetyö on tärkeä tapahtuma-alalle, koska tuotimme uusia tutkimustuloksia alan kehityksestä sekä nykytilasta vastuullisuuden näkökulmasta.

Lähteet

Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. 2011. Events Management. 3. painos. Elsevier Butterworth-Heinemann. Oxford.

Brand Master Academy. Target Audience vs Target Groups (learn effective targeting). Luettavissa: <https://brandmasteracademy.com/target-group-vs-target-audience/>. Luettu: 6.2.2023.

CGK. Millenials in the workplace. Luettavissa: <https://genhq.com/millennials-gen-y-in-workplace/>. Luettu: 24.5.2023.

CWT Meetings & Events. 2020. 2020 future trends in meetings and events. Luettavissa: <https://www.cwt-meetings-events.com/content/dam/mne/PDF/2020-meetings-and-events-future-trends.pdf>. Luettu: 26.4.2023.

Dowson, R. & Bassett, D. 2015. Event Planning and Management: a practical handbook for PR events professionals. Kogan Page Limited. Lontoo.

Flow Festival. Sustainable Flow. Luettavissa: <https://www.flowfestival.com/flow-festival/sustainable-flow/>. Luettu: 6.2.2023.

Getz, D. & Page, S. 2020. Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. 4. painos. Routledge. Abingdon.

Harmaala, M & Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Sanoma Pro oy. Helsinki.

Hellström, E & Parkkonen, P. 2022. Vastuullisuuden tulevaisuus. Sitra. Helsinki. Luettavissa: https://www.sitra.fi/app/uploads/2022/06/sitra_vastuullisuuden_tulevaisuus_fin_0822.pdf. Luettu: 27.4.2023.

Helsinki. 2020. Vastuullinen. Luettavissa: <https://www.hel.fi/kanslia/tapahtumallisuus-fi/vastuullinen>. Luettu: 21.11.2022.

Helsinki. Sustainable Meeting Guidelines. Luettavissa: https://www.e-julkaisu.fi/my_helsinki/sustainable_meeting_guidelines/mobile.html#pid=6. Luettu: 24.1.2023.

Iivari, P. 2012. Matkailun turvallisuus. Globaalit muutokset – paikalliset vaikutukset. 8. painos. Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Rovaniemi.

Jylhä, E & Viitala, R. 2013. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. 6. uudistettu painos. Edita. Helsinki.

Kagan, J. 2023. Generation X (Gen X): Between Baby Boomers and Millennials. Luettavissa: <https://www.investopedia.com/terms/g/generation-x-genx.asp>. Luettu: 24.5.2023.

Koop, A. 2021. Chart: How Gen Z employment levels compare in OECD countries. Luettavissa: <https://www.weforum.org/agenda/2021/03/gen-z-unemployment-chart-global-comparisons/#:~:text=There%20are%20more%20than%202,about%2027%25%20of%20the%20workforce>. Luettu: 5.1.2023.

Kulttuurin kehittämiskeskus. 2021. Tapahtumajärjestäjän opas. Etelä-Pohjanmaan liitto. Seinäjoki. Luettavissa: https://www.toimeksi.fi/assets/files/2021/04/2_Tapahtumajarjestajan-opas.pdf. Luettu: 24.1.2023.

McKenna, A. 2023. Generation X. Luettavissa: <https://www.britannica.com/topic/Generation-X>. Luettu: 24.5.2023.

NCR. 2021. Gen Z, the big picture: Everything businesses need to know to connect with a digital-first, consumer-conscious, experience-graving generation. Luettavissa: https://www.ncr.com/content/dam/web/documents/GenZ_TheBigPicture_2021.pdf. Luettu: 9.2.2023.

Neufeld, D. 2021. There are 8.1 billion millennials on earth. Here's where they live. Luettavissa: <https://www.weforum.org/agenda/2021/11/millennials-world-regional-breakdown/>. Luettu: 24.5.2023.

Pajunen, N. 2018. Vinkkejä kestävien tapahtumien toteuttamiseen – hiihtokilpailuista kokouksiin. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/blogit/vinkkejä-kestävien-tapahtumien-toteuttamiseen-hiihtokilpailuista-kokouksiin/>. Luettu: 24.1.2023.

Perho Liiketalousopisto. Erasmus+ Value Europe project. Luettavissa: <https://perho.fi/hankeet/erasmus-value-europe-hanke-project/>. Luettu: 15.3.2023.

Puusa, A., Juuti, P. & Aaltio, I. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Gaudeamus. Helsinki. E-kirja. Luettu: 19.4.2023.

Tapahtumateollisuus 2023. Mitä on Tapahtumateollisuus? Luettavissa: <https://www.tapahtumateollisuus.fi/mita-on-tapahtumateollisuus/>. Luettu: 9.11.2022.

Tapaus. 2021. Eettinen pelikirja. Luettavissa: <https://www.tapaus.fi/wp-content/uploads/2021/05/Tapauksen-Eettinen-pelikirja-2021.pdf>. Luettu: 24.1.2023.

The center for Generational Kinetics. Generational breakdown: info about all fo the generations. Luettavissa: <https://genhq.com/the-generations-hub/generational-faqs/>. Luettu: 23.1.2023.

Tukes. Yleisö- ja tapahtumaturvallisuus. Luettavissa: <https://tukes.fi/tapahtumaturvallisuus>. Luettu: 26.1.2023.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 4. uudistettu painos. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Visit Finland. 2019. Työkaluja vastuullisuuteen ja viestintään. Vastuullisen matkailuyrityksen käsi- kirja. Business Finland. Helsinki. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/490600/globalas-sets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2018/tyokaluja_vastuullisuusviestintaan_a5_web_21012019.pdf. Luettu: 21.11.2022.

Visit Finland. Visit Finland kehittää matkailua koko Suomessa. Luettavissa: <https://www.visitfinland.fi/etusivu/visit-finlandin-tehtava>. Luettu: 21.11.2022.

Wolttigroup. Luulitko tietäväsi kaiken vastuullisuudesta? Luettavissa: <https://wolttigroup.fi/luulitko-tietavasi-kaiken-vastuullisuudesta/>. Luettu: 21.11.2022.

Workforce institute. 2019. Meet Gen Z. Luettavissa: <https://workforceinstitute.org/wp-content/uploads/2019/05/Meet-Gen-Z-Hopeful-Anxious-Hardworking-and-Searching-for-Inspiration.pdf>. Luettu: 25.1.2023.

World Economic Forum. 2017. Here's how Generation X are transforming the workplace. Luettavissa: <https://www.weforum.org/agenda/2017/10/heres-how-generation-x-are-transforming-the-workplace>. Luettu: 23.5.2023.

Ympäristöministeriö. 2023. Mitä on kestävä kehitys? Luettavissa: <https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys>. Luettu: 24.1.2023.

Zelazko, A. 2023. Millennial. Luettavissa: <https://www.britannica.com/topic/millennial>. Luettu: 24.5.2023.

Liitteet

Liite 1. Webropol kyselylomake

1. I am..

- boy
 girl
 non-binary

2. How old are you?

3. What is your nationality?

- Finnish
 Italian
 Spanish

4. Rate these sections of responsibility from the most important to the least important (1= most important, 5= least important)

Ecological responsibility (for example using public transport or getting shared transportation)	Valitse ▾
Economical responsibility (for example good price-quality ratio)	Valitse ▾
Sociocultural responsibility (for example using local products and services)	Valitse ▾
Ethical responsibility (for example equality is taken in consideration in the event)	Valitse ▾
Safety (for example first-aid available)	Valitse ▾

5. Rate these ecological responsible factors in an event from the most important to the least important (1= most important, 3= least important)

Using public transport or getting shared transportation	Valitse ▾
Avoiding disposable things	Valitse ▾
Waste recycling	Valitse ▾

6. Rate these economical responsible factors in an event from the most important to the least important (1= most important, 3= least important)

Good price-quality ratio	Valitse ▾
The city benefits from the event (for example gets visibility, gets money or employes citizen etc)	Valitse ▾
The event stands out from other similar events	Valitse ▾

7. Rate these socio cultural responsible factors in an event from the most important to the least important (1= most important, 3= least important)

Taking advantage of local services, products etc.	Valitse ▾
Orrefing a kind work enviroment (to the employees)	Valitse ▾
Developing the event with the visitors (listening feedback and taking it in condiretion on the next event)	Valitse ▾

8. Rate these ethical responsible factors in an event from the most important to the least important (1= most important, 3= least important)

The event in barrier free (the area is accessible for example with wheelchair)	Valitse ▾
Byers of the same ticket have the same rights	Valitse ▾
Vegan/vegetarian food available	Valitse ▾

9. Rate these safetyfactors in an event from the most important to the least important (1= most important, 3= least important)

First-aid available	Valitse ▾
General hygien is well taken care of	Valitse ▾
Enough resources to deal with distractions (for example enough security in a concert to make everyone feel safe)	Valitse ▾

Lähetä