

Rino Hassinen

Ottelutapahtuman kehittäminen KooKoo Hockey Oy

Opinnäytetyö

Tradenomi, Johdon assistenttityö ja kielet

2019



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tekijä	Tutkinto	Aika
Rino Hassinen	Tradenomi (AMK)	tammikuu 2019
Opinnäytetyön nimi		
Ottelutapahtuman kehittäminen KooKoo Hockey Oy		41 sivua 7 liitesivua
Toimeksiantaja		
KooKoo Hockey Oy		
Ohjaaja		
Päivi Korhonen		
Tiivistelmä		
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena on tutkia ottelutapahtuman kehittämistä KooKoo Hockey Oy:lle. Työn tutkimusosio on tehty kvalitatiivista ja kvantitatiivista tapaa ristissä käyttäen. Teoriassa kerrotaan Suomalaisesta urheilusta, jääkiekosta, KooKoo:sta, ottelutapahtumaan osallistumiseen vaikuttavista tekijöistä ja tapahtumaan liittyvistä teemoista. Tutkimuksen tärkein ja laajin osa on toteutettu kvantitatiivisella kyselyllä, johon kerättiin vastauksia verkossa ja ottelutapahtumassa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa haastateltiin Kuudennen Kenttäpelaajan puheenjohtajaa.</p> <p>Työn tavoite on saada selkeitä vastauksia kysymyksiin: miten pelitapahtumasta saadaan parempi ja miten sitä voidaan kehittää? Ottelutapahtumassa on tärkeää, että katsojat pysyvät tyytyväisenä ja palaavat uudestaan. Ottelutapahtuman kehittäminen myös kentän ulkopuolella on alue, jolla voidaan vaikuttaa asiakkaiden tyytyväisyyteen ja sen kehittämisen myötä kaikki osapuolet hyötyvät. Ottelutapahtuman kehittäminen on toimeksiantajalle välttämätöntä.</p> <p>Tutkimuskyselyssä selvitettiin vastauksi 25 kysymykseen eri ottelutapahtuman kategoriaista. Tutkimuksessa selvitettiin mielipiteitä ottelutapahtuman: tunnelmasta, akustiikasta, teemoista, palveluiden riittävydestä, palveluiden tasosta, kannattajien huomioinnista ja tauko-ohjelmista. Saadut tulokset kerrotaan määrällisesti, prosentuaalisesti ja sanallisesti. Tulokset joita saatiin avoimilla vastauksilla, tuodaan esiin. Työn viimeisessä osiossa on omaa pohdintaa ja mielipiteitä, miten tutkimus meni ja mitä voidaan vielä jatkossa kehittää?</p>		
Asiasanat		
tapahtuma, jääkiekko, KooKoo, kvantitatiivinen, kvalitatiivinen		

Author	Degree	Time
Rino Hassinen	Bachelor of Business Administration	January 2019
Thesis title		
Development of match event KooKoo Hockey Oy		41 pages 7 pages of appendices
Commissioned by		
KooKoo Hockey Oy		
Supervisor		
Päivi Korhonen		
Abstract		
<p>The objective of this thesis was to find solutions for KooKoo Hockey Team for the development of a match event. The empirical section was carried out using qualitative and quantitative approach crossed using. The theory section includes information about Finnish sports, ice hockey, KooKoo team, and factors that influence participation and event topics. The main research was conducted as a quantitative survey, where answers were collected through the web and on the game event. Qualitative research was conducted by interviewing chairman of a group of supporters Kuudes Kenttäpelaaja.</p> <p>The goal of the thesis was to find clear answers to the question, how to improve the game event. In match event, it is important that viewers are satisfied, so that they come back. Developing the match event outside the rink is area where it is possible to develop the event significantly. When match event is better, everybody benefits from it. Development of match event is necessary to KooKoo.</p> <p>Answers to 25 questions from different categories were collected in the research survey. The empirical study explored opinions on match event about the atmosphere, acoustics, themes, the quality and the adequacy of services, treatment of supporters and intermission entertainment. The results received are described quantitatively, in percentage terms and verbally. The results that were gained from the open answers are presented. The last part of the thesis deals with reflection of the research and proposals for future development.</p>		
Keywords		
event, ice hockey, KooKoo, qualitative, quantitative		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
1.1	Aihe, aiheen rajausta ja työn tavoitteet.....	5
1.2	Toteutustapa ja rakenne.....	6
2	TEOREETTISTA TAUSTAA	7
2.1	Urheilu Suomessa	7
2.2	Jääkiekko Suomessa	8
2.3	Liiga.....	9
2.4	Jääkiekko Kouvolassa.....	10
2.5	Ottelutapahtumaan osallistumiseen vaikuttavat tekijät.....	11
2.6	Tapahtumaprosessi ja markkinointi	12
2.7	Urheilutapahtuma	14
3	TUTKIMUSMENETELMÄT	15
3.1	Kvantitatiivinen tutkimus.....	15
3.2	Kvalitatiivinen tutkimus	16
4	TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	16
4.1	Taustatiedot	17
4.2	Tulosten vertaaminen.....	17
4.2.1	Teemat ja akustiikka.....	18
4.2.2	Tunnelma ja tauko-ohjelmat	21
4.2.3	Palveluiden sujuvuus ja riittävyys	23
4.2.4	Kausikorttilaiset ja organisaatio	26
4.2.5	Muut kehittämiskohteet.....	29
4.3	Tuloksiin vaikuttavat asiat	29
5	KVALITATIIVISET TULOKSET	30
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET.....	33
6.1	Johtopäätökset.....	33
6.2	Pohdinta	36
	LÄHTEET	39
	KUVALUETTELO	41

LIITTEET

1 JOHDANTO

Toimeksiantaja opinnäytetyölle oli KooKoo Hockey Oy. Työssä selvitetään palvelutapahtuman kehittämismahdollisuuksia. Tarve palvelun kehittämiseen toimeksiantajalla on toistuvaa, aihe valikoitui keskusteltuani yhteisöpäällikkö Nita Aholan kanssa. Aiheen valikoitumiseen vaikutti oma kiinnostus lajia ja tapahtumajärjestelyä kohtaan. Onhan jokainen Liiga-peli oma tapahtumansa. Oma taustaa lajista ja sen seuraamisesta löytyy monien vuoden ajalta niin juniorikiekkoilusta, oman Liiga-joukkueen kannattamisesta, NHL-otteluiden katsomisesta ja MM-kisojen seuraamisesta. Kokemusta tapahtumajärjestelystä puolestaan löytyy muun muassa aktiivitoiminnan parista. Mielestäni opinnäytetyö on tärkeää tehdä aiheesta, joka kiinnostaa.

Työssä haluan auttaa toimeksiantajaa selvittämällä vastauksia siihen, miten ottelutapahtumasta saadaan entistä parempi, miten siitä voidaan kehittää ja mitä asiakkaat tapahtumasta haluavat. Tulosten kautta toimeksiantaja voisi pyrkiä kehittämään ottelutapahtumaa, asiakkaiden mielipiteet huomioimalla, jolloin myös asiakkaiden toiveita pystyttäisiin toteuttamaan paremmin.

Työn teoriatausta pohjautuu tutkimus-, markkinointi- sekä urheilukirjallisuuden, artikkeleihin, elektronisiin lähteisiin ja urheilutilastoihin. Teoriassa on käytetty tietoa Suomen urheilusta, ostoskäyttäytymisestä ja siihen vaikuttavista tekijöistä, jääkiekosta, KooKoosta ja seuran historiasta sekä oheistomista.

1.1 Aihe, aiheen rajaus ja työn tavoitteet

Aihe valikoitui urheilun ja tapahtumajärjestelyn kiinnostuksen takia. KooKoo organisaationa oli helposti lähestyttävä, ja heiltä löytyi kiinnostusta työn tilaamiseen. Jääkiekkoseuran pitää kehittyä jatkuvasti, joten toimeksiantaja hyötyy tutkimustuloksista. Työ rajattiin ottelutapahtumassa tapahtuvien palveluiden kehittämiseen. Teoriapohja pohjautuu urheiluun Suomessa, Liigan esittelyyn, KooKoon joukkueeseen ja sen vaikutukseen Kouvolalaisille sekä ottelutapahtumaan osallistumiseen vaikuttaviin tekijöihin. Toimeksiantajalla olisi ollut monia mahdollisuuksia työhön ja sen rajaukseen, sillä organisaatio on monipuoli-

nen. Aiheeksi valikoitui ottelutapahtuman kehittäminen, joka oli työhön mieluisa ja mielenkiintoinen vaihtoehto. Aiheesta olisi helposti tullut liian laaja, joten työssä on pääsääntöisesti keskitytty ottelutapahtuman aikana tapahtuvien oheistoimien ja palveluiden kehittämiseen.

Työn tavoitteena on löytää ratkaisuja ottelutapahtuman kehittämiseen ja saada tietoa asiakkailta siitä, mitä he haluavat ottelutapahtumalta. Tulosten avulla toimeksiantaja saa tietoa, jota voidaan käyttää tulevaisuudessa palvelutoiminnan kehittämisessä. Työssä on tärkeää analysoida saatuja tuloksia, sekä kertoa avoimilla vastauksilla ja haastatteluilla saadut tulokset, joilla pyritään vastaamaan tutkimuskysymyksiin. Tutkimuskysymyksiin miten pelitapahtumasta saadaan parempi ja miten sitä voidaan kehittää, halutaan löytää vastauksia. Vastauksilla toimeksiantaja pystyy kehittämään palvelujen tasoa ja asiakkaiden mielipiteet tulevat esille.

1.2 Toteutustapa ja rakenne

Työssä käytetään kvalitatiivista ja kvantitatiivista lähestymistapaa, joilla saadaan parhaiten selvitettyä vastaukset tutkimuskysymyksiin. Parhaiten oikeanlaisia vastauksia ja analysoitavaa tietoa saadaan tekemällä oikeanlainen kysely oikealle kategorialle, tämän lisäksi asiantuntijahaastattelut ja niiden analysointi ovat apuna tutkimuksissa.

Tutkimuksessa menetelmiä käytetään ristiin. Kuitenkin tärkeimmässä roolissa on kvantitatiivinen kysely, jolla pyritään saamaan parhaat tulokset tutkimuskysymyksiensä selvittämiseen. Kvantitatiiviseen kyselyyn valittiin selkeät tarkoitukseen ja tavoitteisiin vastaavat kysymykset, joissa tulevat esille kehittämiskohdet sekä niiden hyvät puolet ja heikkoudet. Otanta oli systemaattinen ja suunnattu oikealle kategorialle, sillä kyselytietojen kerääminen tapahtui verkkokyselyllä, joka suunnattiin KooKoon kannattajille sosiaalisen median avulla. Pienempi muotoinen kysely toteutettiin KooKoo–Kalpa ottelussa, saman tyyllisellä pohjalla.

Kvalitatiivisella lähestymistavalla pyrittiin haastattelemaan henkilöitä, joilla on paljon kokemusta KooKoon peleistä, pelitapahtumista ja urheilutoiminnan kehittämisestä. Näin työssä saadaan enemmän tietoa henkilöiltä, jotka tietävät

asiasta ja joilla on omia näkökulmia. Lopulliseen työhön koottiin asioita haastatteluista esille tulleita asioita ja myös tätä kautta saadaan vastauksia tutkimuskysymyksiin.

1.4. Toimeksiantajan esittely

Toimeksiantaja KooKoo Hockey Oy on jääkiekkoseura, joka edustaa Suomenmestaruus-tasolla Kouvola. Seura on perustettu vuonna 1965. Nykyään KooKoo pelaa Liigassa, noustuaan takaisin pitkän tauon jälkeen kaudelle 2015–2016. Kotiottelunsa KooKoo pelaa 6200 kapasiteetin Lumon Areenalla, joka sijaitsee Kouvolan urheilupuiston vieressä osoitteessa Topinkuja. Urheiluviihdebisneksen lisäksi KooKoo pyörittää Lumon Areenalla KooKoo-lounasravintolaa ja muun muassa järjestää marraskuussa KooKoo LIVE! –musiikkitapahtuman. Urheilullisesti kehnosti menneestä kaudesta huolimatta KooKoo onnistui takomaan liikevoittoa kaudella 2017–2018. Seuran kannalta oleellisinta on kestävä pohjan rakentaminen.

Ottelutapahtuman aikana hallilla on monia oheistoimintoja: fanimyymälää, kioskeja, anniskelualueita, erätaukokilpailuja, maskotti sekä tanssityöt kannustamassa joukkuetta ja luomassa tunnelmaa. Palveluiden sujuvuus ja riittävyys ovat tärkeä osa ottelutapahtumaa ja keino pitää kannattajat viihdytettyinä tauoilla, ottelun aikana ja ottelun jälkeen.

2 TEOREETTISTA TAUSTAA

Teoreettisessa taustassa työssä käytettiin kirjallisuutta, artikkeleita ja tilastoja. Teoria pohjautuu katsaukseen urheilusta ja jääkiekosta Suomessa, Liigan esittelystä, KooKoon joukkueesta ja sen vaikutukseen kouvolaalaisille. Teoriassa käsitellään myös tapahtumasta sekä ottelutapahtumaan osallistumiseen vaikuttavia tekijöitä.

2.1 Urheilu Suomessa

Suomi on ollut urheilukansaa jo 1900-luvun alkupuolelta lähtien, jolloin menestystä tuli yleisurheilulajeista. Nykyään suomalaisten vahvuudet ovat olleet talvi- ja joukkuelajeissa. Jääkiekko on suomalaisten lempilaji, ja sitä harrastaa

195 000 aktiivista harrastajaa, jäsenseuroja on 438 ja joukkueita kolmisen tuhatta. Jalkapallo on jäsenmäärältään suosituin laji, myös salibandy ja lentopallo ovat kasvattaneet suosiotaan viime vuosina. Joukkuelajit ovat kovassa suosiossa ja omien kannattaminen on tärkeää suomalaisille.

Suomessa lapset ja nuoret ovat ahkeria liikkujia, heistä noin 90 prosenttia harrastaa jotain liikuntalajia. Eri urheiluseuroissa mukana on 417 000 lasta ja nuorta, mikä on melkein puolet Suomen 3–18-vuotiaista. Aikuisten osalta liikuminen on kiitettävällä tasolla ja urheilun positiiviset vaikutukset tiedostetaan. Suomalaisilla on hyvät lähtökohdat urheilla ja seurata laadukasta urheilua kotimaassa ja tämän lisäksi on urheilijoilla hyvät lähtökohdat kehittyä kansainväliselle huipputasolle (Jäsenmäärällisesti suosituimmat urheilulajit Suomessa 2013).

”Olen 40-vuotias aikuinen ihminen ja monet elämäni huumaavimmista elämyksistä liittyvät toisiaan vastaan kilvoitteleviin ihmisiin, joita en ole koskaan tavannut tai tuntenut” kirjoittaa Tommy Lindgren artikkelissa Urheilu harvoin palakitsee, mutta tämän takia yhä fanitamme. On vaikea tajuta, miten kova kiinnostus urheiluun syttyy, kuinka paljon tunteita se saa aikaan ja miten tärkeäksi se voi muodostua. Suomessa melkein kaikki tiedämme Teemu Selänteen, Lasse Virenin tai Kimi Räikkösen. Olemme myös kovia kannustamaan. Kannattajat ja urheilun seuraaminen ovat tärkeimpiä tekijöitä huippu-urheilun mahdollistamiseen (Lindgren 2018).

2.2 Jääkiekko Suomessa

Jääkiekkoa pelattiin ensimmäistä kertaa Kanadassa 1800-luvulla, kun jo ennestään tuttu maakiekko yhdistettiin jäälle ja siitä tuli nopeasti Kanadan kansallislaji. Suomalaisten suosikkilaji jääkiekko rantautui Suomeen 1800-luvun loppupuolella ja sai ensikertaa julkisuutta urheilulehdessä vuonna 1899. Ensimmäistä kertaa Suomi osallistui arvokisoihin vuoden 1939 maailmanmestaruusturnaukseen. Suomen leijonajoukkue teki ensiesiintymisensä olympialaisissa Osllossa 1952, tuloksena seitsemäs sija. Mitalisijoituksiin uskottiin ensimmäisen kerran Innsbruckissa 1976, kun Kanada ja Ruotsi jättivät kisat väliin. Siitä huolimatta Suomi joutui tyytymään neljänteen sijaan. 1980-luvulla

Suomi pystyi ensimmäistä kertaa tosissaan haastamaan suurmaat, niin Olympialaisissa kun maailmanmestaruuskisoissa. Kauan odotettu olympiamitali tuli vihdoinkin Calgaryssa 1988. Vuonna 1995 Suomi voitti sen ensimmäisen maailmanmestaruuden ja koko kansa oli sekaisin. Suomesta oli muotoutunut jääkiekkomaa (Jääkiekko Olympiakomitea 2018).

Nykyään suomalaiset kiekkoilijat ovat tuttu näky taalajäillä ja maajoukkue lähtee lähes aina tavoittelemaan kirkkaimpia mitaleita. Taalajäällä tarkoitetaan maailman kovinta jääkiekkosarjaa Kanadan ja USA:n NHL:ää. Ensimmäisiä NHL:stä tunnettuja suomalaisia tähtiä olivat Matti Hagman - ensimmäinen suomalainen NHL-pelaaja -, Jari Kurri, Esa Tikkanen ja Teemu Selänne. Nykyään yhä useammat suomalaispelaajat pelaavat maailman korkeimmalla sarjatasolla NHL:ssä ja kaudella 2018–2019 onkin ennätysmäinen määrä suomalaisia, kun yli 40 pelaajaa löytyy joukkueiden avauskokoonpanoista (Lehmola 2018).

Viime vuosina suomalainen jääkiekko on edennyt oikeaan suuntaan ja juniorimylly on tuottanut vuosi vuoden jälkeen ykköskierroksen varauksia ja U20 ja U18 kultamitaleja on totuttu näkemään. Suomalaiset ovat tällä hetkellä kiekko maailman huipulla ja kilpailevat jokaisessa arvokisassa voitosta. Trendi on kaikeksi lisäksi nousevaa, eikä huippupelaajien tulolle näy loppua. Vuoden 2009 tulevaisuuseminaarista lähtien Suomi-jääkiekon kehitys on ollut kovassa kasvussa. Valmennus ja suomalainen jääkiekko sekä junioritoiminta on tehnyt monia asioita oikein ja yksi kehityksen mahdollistaja on Liiga, jossa pelaajat pääsevät kehittymään tasokkaassa ja kilpailukykyisessä ympäristössä (Laine 2017).

2.3 Liiga

Liiga on Suomen korkeimman tason jääkiekkosarja sekä Suomen seuratuin urheilupääsarja. Viime vuosina varsinkin lahjakkaat nuoret pelaajat ovat nostaneet Liigan statusta ja kiinnostavuutta. Liigassa pelaa 15 Suomen parasta jääkiekkoseuraa. Liigan runkosarjan yleisökeskiarvo kaudella 2017–2018 oli 4255 ja sarjan kokonaiskatsojamääräksi tuli lopulta 1 914 555. Lukemat olivat alhaisemmat kuin edellisellä kaudella, jolloin sarjan yleisökeskiarvo oli 4327 ja

kokonaiskatsojamäärä 1 946 968. Seuroja mitkä pystyivät kasvattamaan yleisökesiarvoa, olivat Saipa, Pelicans, HIFK, KooKoo, JYP, Kärpät ja Ässät (Toimitus Jatkoaika 2018). Liigaa seurataan myös aktiivisesti suoratoistopalveluista, ja se saa paljon huomiota medioissa ja urheilupiireissä.

Liigalla on pitkät perinteet, se on ollut pitkään arvostetussa ja tunnetussa roolissa Suomessa. Monet kaupungit yhdistetään heti Liiga-joukkueisiin ja kannattajiin. Liigakausi alkaa syyskuussa, runkosarja kestää maaliskuun puoleen väliin asti, minkä jälkeen parhaiten pärjänneet joukkueet jatkavat pudotuspeleihin. Näistä kuusi suoraan ja sijoilta 7.–10. sijoittuneet pelaavat pudotuspelit puolivälieriin pääsystä. Runkosarjassa jokainen joukkue pelaa 60 ottelua, joista puolet kotona ja puolet vieraisissa.

2.4 Jääkiekko Kouvolassa

KooKoolle on pitkät perinteet, mutta saavutukset ja pelivuodet Liigassa ovat kuitenkin vielä vähäisiä. KooKoo on kouvolaalaisille tärkeä asia. Faniryhmän slogan ”On vain yksi elämä, on vain yksi rakkaus, on vain yksi joukkue” kertoo joukkueen tärkeydestä sen kannattajille. Vuosi 2015 oli KooKoolle tärkeä, seura oli palannut Liigaan ensimmäistä kertaa neljännesvuosisataan ja pelasi 50-vuotisjuhlakauttaan. KooKoo oli aikaisemmin tuttu Mestiksen kärkikahinoista, mutta tällä kertaa edessä oli parempia vastustajia, parempia kannattajaryhmiä ja uusia jäähalleja vierailtavana (Kuudes Kenttäpelaaja 2015, 48). Liigaan tulo toi joukkueelle uusia haasteita ja seuratoiminnan kehittäminen oli ja on jatkuvasti välttämätöntä. Perinteitä ei voi ostaa, ne täytyy luoda ja sen on ymmärtänyt joukkueen kasaamisesta vastaava Jarno Kultanen. (Iilomo 2018.)

KooKoon pelaa kotiottelut Kouvolan urheilupuistossa Lumon Areenalla aivan Kouvolan keskustan kupeessa. Urheilupuisto sai tekojääradan vuonna 1972 ja syksyllä 1981 alkoivat jäähallin rakennustyöt. Jäähalli on kaupungin omistuksessa, sitä on remontoitu pariin otteeseen, viimeksi 2006 suurempi päivitys 2000-luvulle. Historian saatossa hallilla on pelattu niin maaotteluita, nähty huippupelaajia ja monipuolisesti tapahtumia (KooKoon juhlaulkaisu 2015, 14–15).

KooKoo edustaa koko Kymeenlaaksoa, Liiga edustaminen sekä oman seuran kannattaminen ovat tärkeää koko seudulle. KooKoon kannattajaryhmä Kuu-des Kenttäpelaaja Ry on toiminut itsenäisesti kaudesta 2001–2002 lähtien ja ollut oleellisena osana joukkueen mukana. KooKoolle on jo Liigapaluun jälkeen muodostunut paikalliskamppailutunnelmaa. Saipaa vastaan pelattu ottelu tunnetaan Kaakon Derbynä, myös Pelicans ja Jukurit naapurikaupunkien joukkueina lisäävät tunnelmaa ja kilpailuviettiä. Kookoosta tuli Liigaan noustessa Kouvolan 4 pääsarjajoukkue Kouvolan Pallon lyöjien, Kouvojen ja Kouvottarien kanssa (Ahlroth 2017).

2.5 Ottelutapahtumaan osallistumiseen vaikuttavat tekijät

Urheilutapahtumaan osallistumiseen vaikuttavia tekijöitä ovat sosiaaliset, taloudelliset, psykologiset ja henkilökohtaiset tekijät. Jääkiekko-ottelu tarjoaa lajista kiinnostuneelle henkilölle viihdettä ja tunnetta. Ensikertaa seuraava puolestaan pohtii erilaisesta näkökulmasta ja miettii tapahtuman hyötyjä ja saatua kokemusta. Kuluttajat arvostavat tapahtuman sujuvuutta, tarvittavia palveluja ja sitä tunnetta, mitä tapahtumasta saadaan. Lähtökohtaisesti kaikki ostokset tehdään tunneperusteella, ja tämän takia onkin tärkeää, että asiakkaalle jää hyvä kuva tapahtumasta. Kun katsoja nauttii ajastaan ottelutapahtumassa, luodaan parhaat mahdollisuudet katsojan palaamiseen.

Kuluttajien ostoskäyttäytymistä voidaan tutkia monella eri tapaa, pääosin pyritään selvittämään, mitkä asiat vaikuttavat asiakkaan käyttäytymiseen ja ajatusmaailmaan. Markkinoijalle on tärkeää tietää asiakkaan tarpeet. Ihmisen käyttäytymistä ohjailee Maslowin hierarkia viisiportainen pyramidi, jonka alimmat portaat tulee täyttää, jotta päästään ylöspäin (kuva 1). Perustarpeet muodostuvat fysiologisista tarpeista, joita ovat muun muassa ruoka, juoma ja läheisyys, perustarpeita seuraa turvallisuuden tarpeet, sosiaaliset tarpeet, arvostuksen tarpeet ja lopulta itsensä kehittämisen tarpeet. Ottelutapahtumaan osallistumisen voi sijoittaa joko sosiaalisiin tarpeisiin tai itsensä kehittämisen tarpeisiin riippuen henkilöstä (Armstrong ym. 2018, 175).



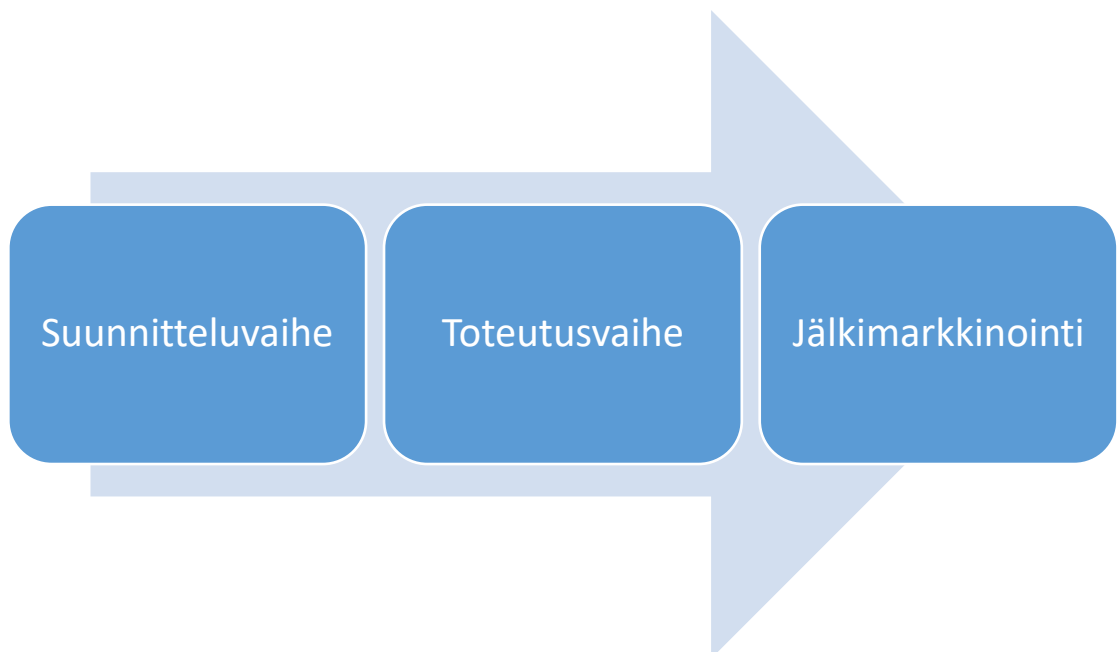
Kuva 1. Maslowin hierarkia (Armstrong ym. 2018, 175).

Kuluttajan ostoskäyttäytymistä ohjaa utilitaarinen käyttäytyminen ja hedonismi. Hedonismi asettaa nautinnon tai mielihyvän tavoiteltavaksi ja utilitaarinen käyttäytyminen toimijoille tuottaman hyödyn. Nykyään kuluttajilla on kaikki tieto saatavilla ja moraaliset tekijät vaikuttavat päätöksiin. Tietoisuus siitä, mitä tapahtuma edustaa, onko osallistumisella vaikutuksia. Kuluttaja voi tulla ottelutapahtumaan monesta syystä. Syynä voi olla muun muassa paikallisen urheilutoiminnan tukeminen, vapaa-ajan hauskanpito, fanaattinen joukkueen kannattaminen, otteluiden seuranta tai sosiaaliset syyt (Parvinen 2013,167).

2.6 Tapahtumaprosessi ja markkinointi

Tapahtuma on tilaisuus, johon kokoontuu joukko ihmisiä, joilla on samoja mielenkiinnon kohteita. Tapahtuma voi olla esimerkiksi urheilullinen, musikaalinen, poliittinen, koulutuksellinen, kulttuurillinen tai taiteellinen. Tapahtuman tavoitteet ovat etukäteen määriteltä ja tuloksista voidaan vertailla, oliko tapahtuma onnistunut. Tapahtuman tavoite voi olla määrällinen tai laadullinen (Häyrinen & Vallo 2014, 273).

Tapahtumaprosessiin kuuluvat suunnittelu-, toteutusvaihe sekä jälkimarkkinointivaihe (kuva 2). Seurajoukkueen ottelutapahtumissa pitää toimia nopeasti jälkimarkkinoinnin kanssa, sillä seuraava tapahtuma on nopeasti. Suunnitteluvaiheessa ideoidaan, resursoidaan, mietitään vaihtoehtoja, organisoidaan ja tehdään päätökset. Toteutusvaiheessa rakennetaan, pidetään ja puretaan tapahtuma. Jälkimarkkinoinnilla kiitetään osallistuneita, toimitetaan materiaali, kerätään palautetta, hoidetaan yhteydenottopyyntöjä ja tehdään yhteenveto. Tapahtumasta riippuen vaiheet saattavat olla erilaisia ja eri pituisia (Häyrinen & Vallo 2014, 161).



Kuva 2. Tapahtumaprosessin perusvaiheet

Tapahtumamarkkinoinnin määritelmässä mitä tahansa, jossa tuodaan interaktiivisella tavalla yhteen yrityksen toimintaa ja mahdollisia asiakkaita, voidaan pitää tapahtumamarkkinointina. Edellytyksenä tapahtumamarkkinoinnissa on, että tapahtuma on etukäteen suunniteltu, tavoite kohderyhmä on määritelty ja tapahtumassa toteutuvat kokemuksellisuus, elämyksellisyys ja vuorovaikutteisuus (Häyrinen & Vallo 2014, 20). Tapahtumamarkkinoinnilla on monia etuja. Urheilutapahtumassa näitä ovat mahdollisuus erottua kilpailijoista myönteisesti, vuorovaikutteisuus osallistujien välillä, ainutlaatuisen sisällön tuottaminen, elämyksellisen kokemuksen tuottaminen sekä tavoitteen asettaminen ja heti siitä palautteen saaminen (Mts. 21–22).

2.7 Urheilutapahtuma

Urheilutapahtumalla on laajat asiakasryhmät ja markkinointi on monipuolista. Asiakkaita ovat niin otteluissa käyvät yksittäiset asiakkaat, yritysasiakkaat, kausikorttilaiset, yhteistyökumppanit, sponsorit ja hallilla rahaa käyttävät asiakkaat.

Tapahtumasponsoroinnilla tarkoitetaan sponsorointisopimuksia järjestöjen ja seurojen kanssa. Urheiluseurat tekevät sopimuksen, jossa he tuovat näkyville yritystä tai järjestöä heidän toivomalla tavalla. Jääkiekkjoukkueella se voi olla logo kaukalossa tai mainospaikka pelipaidassa. Sponsoroinnin keskeisenä seikkana on pyrkiä yhteistyöhankkeeseen, jossa molemmat osapuolet hyötyvät ja päästä win-win-asetelmaan. Sponsoroinnissa käytetään tapahtuman mainosarvoa hyväksi, tuetaan tapahtumaa, mainostetaan tapahtumapaikalla tai luodaan oma tapahtuma (Häyrinen & Vallo ym. 2014, 79). Sponsoreiden saamiseksi joutuu tekemään paljon työtä ja vain harvoin sponsori pyytää, voiko osallistua tapahtumaan. Sponsorointi voi olla pientä tai suurta, mutta sponsoritulot ovat usein urheiluseuran suurin tulonlähde (Solomon 2002, 63).

Tapahtuman järjestelyssä tulee huomioida monia seikkoja, tapahtumapaikka, ajankohta ja kesto, budjetti, luvat ja tarjoilu. Urheiluseuroilla tapahtumia on tiheään tahtiin yleensä samassa paikassa ja tiettyyn määrättyyn aikaan, tämä helpottaa järjestelyjä siinä mielin, ettei tarvitse aina aloittaa alusta ja voi käyttää tuttua kaavaa. Joka ottelutapahtumaan tulee kuitenkin huomioida kaikki kohdat, sillä yksikään ottelutapahtuma ei ole samanlainen; sponsorit, asiakkaat, esiintyjät, teemat, musiikki, tauko-ohjelmat ja peliotteet muokkaavat tapahtuman kulkua (Häyrinen & Vallo 2014, 140–155).

Urheilutapahtumassa tärkeää on huomioida kaikki osa-alueet monipuolisesti. Joukkueiden pelaajien, tuomareiden, asiantuntijoiden, työntekijöiden ja median tulee olla paikalla ajallaan. Ottelun tulee edetä aikataulujen mukaan ja noudattaa valmista otteluohjelma-aikataulua. Ongelmien ilmetessä pitää olla valmiiksi vastaukset, miten toimia ongelmatilanteessa? Eikä tekosytitä tai muiden osoittelua. Ottelutapahtumassa on hyvä tilaisuus markkinoida tulevaa tapahtumaa, eli seurajoukkueen tapauksessa seuraavaa ottelua. Osallistujat tulee huomioida ja saada tuntemaan tärkeiksi, tärkeintä on, että katsojat, pelaajat ja järjestäjät kaikki nauttivat tapahtumasta (Solomon 2002, 180).

3 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tutkimusta tehtäessä on tärkeää miettiä, millä lähestymistavalla saadaan parhaat vastaukset tutkimuskysymyksiin. Tutkimusaiheen myötä parhaimmaksi tavaksi selvittää oikeat tiedot ja vastaukset tutkimuskysymyksiin osoittautui kvantitatiivisen kyselytutkimuksen ja laadullisen tutkimuksen yhdistelmä. Tutkimuksessa haluttiin selvittää vastauksia jääkiekkofaneilta ja koska vastauksia oli odotettavissa rajallinen ja epämääräinen määrä, työssä käytettiin myös laadullista lähestymistapaa haastattelulla. Laadullisella tutkimuksella päästiin tämentämään epäkohtia, mihin kyselytulokset eivät vastanneet ja lisäksi saatiin monipuolisesti tietoa. Tutkimuksen teko kahta lähestymistapaa käyttäen palvelee työn tilaajaa parhaalla mahdollisella tavalla.

3.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa keskeisiä ovat aiemmat teoriat, johtopäätökset aiemmasta tutkimuksesta, käsitteiden määrittely, aineiston keruun suunnitelmat, tutkittavien henkilöiden valinta, tilastojen muodostaminen ja päätelmien sekä havainnointien teko. Kvantitatiivisella tutkimuksella pyritään saamaan teoriaa, jota voidaan analysoida. Kvantitatiivista menetelmää on käytetty puolistrukturoidulla kyselyllä, johon on osallistunut ottelutapahtumaan osallistuneita henkilöitä. Tutkimukseen tarvittavat tiedot päätettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa ja niiden perusteella muodostettiin kysymyslomakkeen kysymykset (Hirsijärvi ym. 2009, 139–140).

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytettiin webropol-verkkokyselyä sekä kerättiin vastauksia ottelutapahtumassa. Kyselyyn pyrittiin keräämään vastaajia sosiaaliseen mediaan laitettun linkin avulla. Ottelutapahtumassa tuloksia kerättiin kasvotusten ottelun KooKoo–Kalpa erätauoilla ja ennen ottelun alkua. Kysymykset olivat Likertin asteikolla 1–5 samaa vai eri mieltä ja liittyivät ottelutapahtuman viihtyvyyteen, sujuvuuteen, palvelun laatuun ja kehittämismahdollisuuksiin. Kyselyssä oli myös avoimia kysymyksiä, jotta vastaajat pääsivät ilmaisemaan itseään, jolloin lopullisia vastauksia on näin helpompi tulkita. Webropol-alustaan päädyin, sillä se on tehokas ja hyvä tapa kerätä tietoa,

järjestelmää pystyi käyttämään, sillä Xamk tarjoaa siihen käyttömahdollisuudet ja ohjeistusta.

3.2 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella voidaan itse ohjata, millaisia vastauksia saadaan ja halutaan. Laadullista tutkimusta tehdään tässä työssä haastatteluilla ja näin pyritään saamaan monipuolisia vastauksia. Kvalitatiivinen tapa on tärkeä, kun pyritään saamaan vastauksia kysymyksiin, joita ei voida mitata määrällisesti. Laadullisella tutkimuksella pyritään tutkimaan kohdetta mahdollisimman monipuolisesti (Hirsijärvi ym. 2009, 160–165).

Tyypillisiä piirteitä tutkimuksessa ovat saatu kokonaisvaltainen tieto, ihmisen käyttäminen tiedonkeruun välineenä, tutkittavan analysointi, näkökulmat ja haastateltavan ”ääni” pääsee esille, tutkimussuunnitelma muotoutuu tutkimuksen edetessä, tapauksien ainutlaatuisuus ja kohdejoukon valinta. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita kielen piirteistä, säännönmukaisuuksien keksimisestä, tekstin ymmärtämisestä ja reflektiosta (Hirsijärvi ym. 2009 160–165). Kvalitatiivisen osuuden koko on tutkimuksessa pieni. Tärkeää on analysoida, vastasivatko saadut tulokset tutkimuskysymykseen.

4 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Vastauksia verkkokyselyyn saatiin 162 kappaletta. Vastauksia kerättiin 25 kysymykseen, joihinkin niitä tuli enemmän ja toisiin vähemmän. Tutkimuksella saatiin vastauksia tutkimuskysymyksiin, miten ottelutapahtumasta saadaan parempi ja miten sitä voidaan kehittää.

Tutkimuksessa tuli selville, millaisilla osa-alueilla voidaan kehittää toimintaa ja miten, jotta ottelutapahtumasta tulisi entistä parempi. Tuloksista pystyy helposti havaitsemaan, mitkä ovat nykyään KooKoon ottelutapahtuman vahvuuksia ja heikkouksia. Avoimissa vastauksissa tuli monia hyviä kehityskohteita, sekä kaikkien kohtien vastauksista sai selkeän kuvan siitä, ovatko kannattajat tyytyväisiä nykyiseen tilanteeseen.

4.1 Taustatiedot

Tutkimusaineiston keräämisessä voidaan käyttää monenlaisia menetelmiä. Aineistonkeruumenetelmän valintaa ohjaa tutkimusongelma, eli mitä on tarkoitus saada selville. Yksi rajoitus tutkimusaineiston keräämiselle voi olla kohdeyhmän tavoitettavuus sekä ajalliset ja taloudelliset resurssit.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää ottelutapahtuman kehittämiskohteita. Tietoa päätettiin kerätä tarkasti valituilla kysymyksillä, joihin oli helppo vastata, jotta vastaajat pääsisivät mahdollisimman helpolla ja kerätty tieto olisi hyödyllistä. Kysymykset käytiin läpi toimeksiantajan kanssa ja verkkokysely jaettiin KooKoon koti- ja Facebook-sivuilla viikon ajaksi 30.12.2018–6.1.2019. Lisäksi ennen verkkolinkin jakoa, tietoa samankaltaiseen kyselyyn kerättiin KooKoo–Kalpa–ottelutapahtumasta 20.12.2018. Kyselyyn osallistumiseen kannustimena oli lippupaketit Sporttupla–otteluun ja kaksi kappaletta kaulahuiveja osallistujien kesken arvottuna.

Webropol-verkkokyselyllä selvitettiin vastauksia 25 kysymykseen. Kysymykset muodostuivat väittämistä, joissa kysyttiin mielipidettä, oletko eri vai samaa mieltä Likertin asteikolla 1–5 ja avoimista kysymyksistä, joissa kysyttiin omia kehittämissuhteita. Kysymykset eivät olleet pakollisia ja tämän takia vastauksia tiettyihin kysymyksiin tuli enemmän tai vähemmän kuin toisiin.

Tutkimuskysymykset etenivät aluksi teemoista, tunnelmasta, akustiikasta, kannattajista ja tauko-ohjelmista, palveluiden sujuvuuteen, laatuun ja siihen, miten KooKoo huomioi kannattajat. Kyselyssä oli kolme avointa kysymystä: Mitä ohjelmaa/oheistoimintaa haluaisit nähdä enemmän? Mitä genreä haluaisit kuulla enemmän ja millaisia teemaotteluita haluaisit? Sekä lopuksi kysyttiin vapaamuotoisia kehittämiskohteita ottelutapahtuman kehittämiseen tai muuta palautetta.

4.2 Tulosten vertaaminen

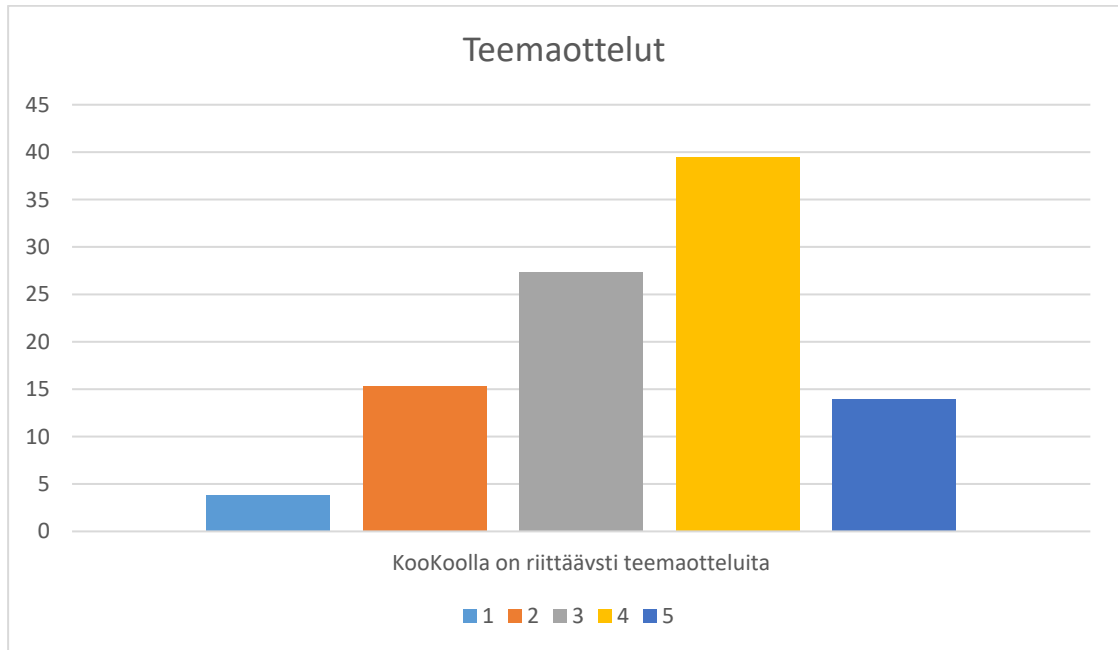
Tulosten vertailussa käytettiin Webropolin valmiiksi muodostamia diagrammeja ja avoimia vastauksia, joita vastaajat jättivät. Ohjelma laski valmiiksi vastausten määrät ja prosentuaaliset osuudet. Mitkään kysymykset eivät olleet pakollisia, mikä vaikutti vastaajien määrään, tietyissä kysymyksissä vastaajia

oli enemmän kuin toisissa. Tuloksia vertaillaan määrällisesti, prosentuaalisesti ja sanallisesti. Tuloksien esittelyssä on käytetty taulukkoja ja diagrammeja helpottamaan havainnointia.

4.2.1 Teemat ja akustiikka

Ensimmäiset kysymykset liittyivät teemaan ja tunnelmaan. Väittämään Koo-Koolla on riittävästi teemaotteluita, tuli 157 vastausta, vastaukset jakaantuivat 1. Täysin eri mieltä 6 vastausta, joka oli 3,82 % vastaajista 2. Osittain eri mieltä 24 vastausta, joka oli 15,29 % vastaajista 3. Ei samaa eikä eri mieltä 43 vastausta, joka oli 27,39 % vastaajista 4. Osittain samaa mieltä 62 vastausta, joka oli 39,49 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 22 vastausta, joka oli 14,01 % vastaajista (kuva 3). Kysymys jakoi mielipiteitä, vaikka suurin osa oli samaa mieltä tai neutraaleja, voidaan todeta, että vajaa viidesosa haluaisi enemmän teemaotteluita.

Avoimessa kysymyksessä, joka liittyi teemaotteluihin, ehdotettiin, että olemassa olevia pyhiä voitaisiin hyödyntää, niin että esimerkiksi veteraanienpäivänä pelattaisiin camo-paidassa ja ystävänpäivänä pinkissä, toinen oli toivonut, että sekä syys- että kevätkaudella pelattaisiin ottelut vieraspaidoissa. Teemoja oli toivottu kouvolaalaisen urheilun edistämiseen, niin että teemana voisi olla joku toinen urheiluseura, ottelussa olisi lastennurkkaus ja juniorit pääsisivät kokeilemaan eri lajeja. Happy Houria oltiin ehdotettu useaan otteeseen, sekä lauantai-peliä, joka alkaisi myöhemmin. Ehdotusta oli myös Ulkopelistä Pelicansia tai Jukureita vastaan, Fanitapaamisia ottelusta sivussa olevien pelaajien kanssa, enemmän lastenotteluita, jonne alle 15-vuotiaat pääsisivät ilmaiseksi ja täten kaikilla lapsilla olisi mahdollisuus osallistua joukkueen kannattamiseen. Eräs kannattaja toivoi teemapeliä, jossa päällä olisi pelkkää mustaoranssia, paras faniasu-kilpailu ja viisi parasta voittaa tiettyyn peliin ai-tiopaikat itselleen. Tällä haluttaisiin tuoda amerikkalaista-tunnelmaa, jossa kannattajat ei pelkää tunnustaa väriä. Eniten kuitenkin oltiin toivottu jo tuttuja perhe-, lapsi- ja kaveripelejä lisää.



Kuva 3. Teemaottelut

Kysymykseen Hallilla soitettu musiikki on mieluisaa, vastauksia tuli 159 kappaletta, vastaukset jakaantuivat 1. Täysin eri mieltä 13 vastausta, joka oli 8,18 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 23 vastausta, joka oli 14,46 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 26 vastausta, joka oli 16,35 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 59 vastausta, joka oli 37,11 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 38 vastausta, joka oli 23,9 % vastaajista (kuva 4). Suurin osa vastanneista kannattajista oli tyytyväisiä musiikkiin, mutta kohta jakoi paljon mielihopeita. Seuraavassa avoimessa kysymyksessä oli kehityskohteita teemaan ja musiikkiin liittyen. Avoimissa vastauksissa oltiin toivottu enemmän jääkiekkoaiheisia kappaleita, paikallista musiikkia, rokkia sekä raskasta musiikkia, toiveita tuli myös elektronisesta musiikkista, räpistä ja popmusiikista sekä osa oli sitä mieltä, että musiikilla ei ole väliä. Yksittäisiä artistitoiveitakin oli ehdotettu muun muassa Viikatetta, Peter Güntiä Irwin Goodmania ja JVG:tä. Monissa vastauksissa tuli myös esille, ettei haluttaisi pelkästään lista- tai yökerho musiikkia ja osan mielestä menevä musiikki nostaa hyvin tunnelmaa. Pelipäiville oltiin ehdotettu pelaajien omaa soittolistaa.



Kuva 4. Hallilla soitettu musiikki

Musiikin volyyymi on sopiva kohtaan, vastaajia oli 158, kysymykseen vastattiin 1. Täysin eri mieltä 14 vastausta, joka oli 8,86 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 19 vastausta, joka oli 12,03 % vastaajista, 3. Ei eri eikä samaa mieltä 21 vastausta, joka oli 13,29 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 58 vastausta, joka oli 36,71 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 46 vastausta, joka oli 29,11 % vastaajista. Avoimessa kysymyksessä musiikkiin ja genreen liittyen oli myös vastauksia volyyymistä, ne jakoivat paljon mielipiteitä. Osa vastaajista oli sitä mieltä, että tulisi soittaa raskasta musiikkia ja kovemmillä volyyymillä, jotta saadaan lätkätunnelmaa. Toiset toivoivat hiljaisempaa volyyymia, että tauolla pystyisi juttelemaan lapsilleen, eikä tarvitse huutaa vieruskaverille.

Kuulutukset ovat hyvä ja selkeitä kysymyksen vastauksissa menttiin samoilla linjoilla, vastauksia tuli 158 kappaletta. Vastaukset jakoutuivat 1. Täysin eri mieltä 10 vastausta, joka oli 6,33 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 18 vastausta, joka oli 11,39 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 25 vastausta, joka, oli 15,82 % vastaajista, 4. Osittain eri mieltä 56 vastausta, joka oli 35,45% vastaajista, 5. Täysin samaa mieltä 49 vastausta, joka oli 31,01 % vastaajista. Enemmistön mielestä kuulutukset olivat hyviä ja selkeitä. Kuulutuksista oltiin montaa mieltä, osan mielestä niitä kaivattaisiin enemmän tunnelman luontiin. Joidenkin vastaajien mielestä pelkästään ennen ottelun alkua tapahtuvat pelaajaesittelyt ja maalintekijän kuulutukset riittävät.

4.2.2 Tunnelma ja tauko-ohjelmat

KooKoon otteluissa on hyvä tunnelma kohtaan, vastauksia tuli 158. Tulokset jakautuivat 1. Täysin eri mieltä yksi vastaus, joka oli 0,63 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä kahdeksan, joka oli 5,07 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 45 vastausta, joka oli 28,48 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 69 vastausta, joka oli 43,67 % vastaajista, 5. Täysin samaa mieltä 35 vastausta, joka oli 22,15 % vastaajista. Enemmistö oli sitä mieltä, että Lumon Areenan tunnelma on hyvä. Tunnelman parantamisessakin löytyisi kehitettävää oikeanlaisella musiikilla, kuulutuksilla, kannatuksella ja lisäksi paikallaolevien määrällä on suuri vaikutus tunnelmaan. Tutkimuksessa tuli esille, että kuluttajat luovat tunnelman, toivottiinkin enemmän kannattamista, naapurikaupunkien haastamista ja tällä keinolla tunnelman nostamista.

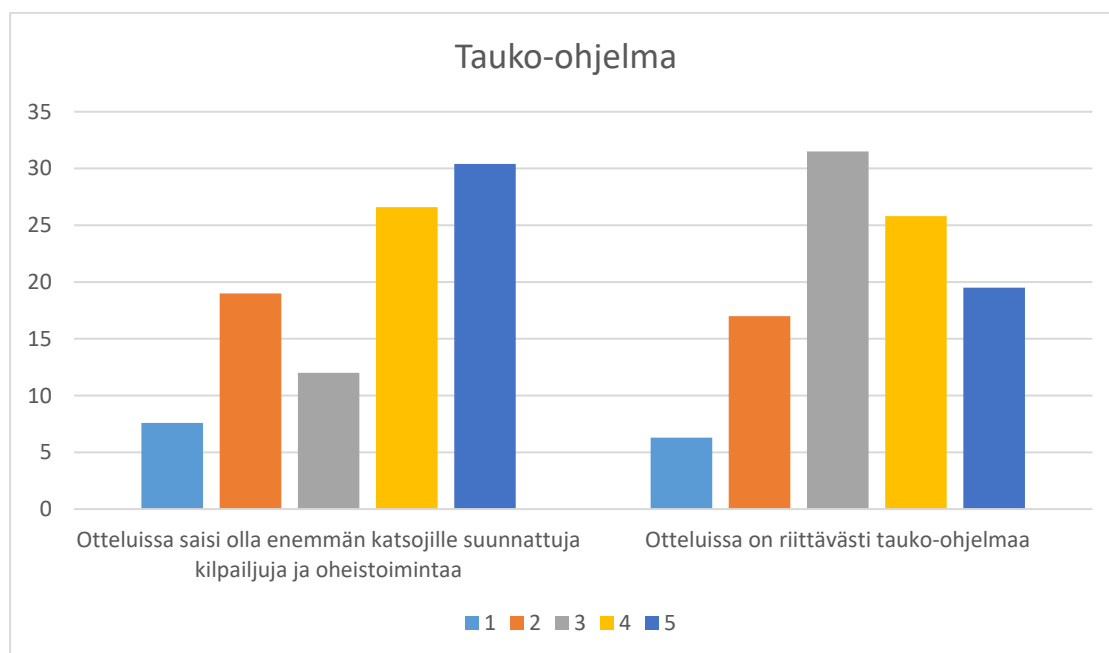
Kysymykseen onko oma maskotti hyvä lisä KooKoolle, vastauksia tuli 159 kappaletta. Vastaukset jakautuivat 1. Täysin eri mieltä kaksi vastaajaa, joka oli 1,39 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä kuusi vastausta, joka oli 3,77 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 20 vastausta, joka oli 12,58 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 43 vastausta, joka oli 27,04 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 88 vastausta, joka oli 55,35 % vastaajista. Vastaukset osoittivat, että suurin osa vastaajista pitää Topi-tiikerimaskotista, se on ollut hyvä lisä katsomoon ja hieno juttu pienten fanien kannalta. Ottelutapahtumassa ehdotettiin, että olisi hyvä lisä, jos maskotti ampuisi tykillä fanituotteita katsomoon, tätä monet joukkueet käyttävät jo entuudestaan.

KooKoon kannattajaryhmän KKP:n toiminta on riittävän näkyvää kysymykseen, vastauksia tuli 159 kappaletta. Vastaukset jakautuivat 1. Täysin eri mieltä kolme vastausta, joka oli 1,89 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä kahdeksan vastausta, joka oli 5,03 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 29 vastausta, joka oli 18,24 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 70 vastausta, joka oli 44,45 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 49 vastausta, joka oli 30,82 % vastaajista. Enemmistö oli tyytyväinen kannattajatoimintaan, mutta kehityskohteina tuli, että kannattajaryhmä Kuudes Kenttäpelaaja saisi olla ylempänä, ettei melu jäisi pleksin taakse, jotkut olivat puolestaan pettyneitä

Kuudennen Kenttäpelaajan lapsellisiin kannanottoihin, jotka eivät kuulu hyvään fanikulttuuriin. Yleisesti ottaen kuitenkin kannattajat olivat tyytyväisiä Kuudennen Kenttäpelaajan toimintaan ja vastaajat olivat toiminnasta hyvin tyytyväisiä.

Otteluissa on riittävästi tauko-ohjelmaa kysymykseen, vastauksia tuli 159 kappaletta. Vastaukset jakautuivat 1. Täysin eri mieltä 10 vastausta, joka oli 6,29 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 27 vastaajaa, joka oli 16,98 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 50 vastausta, joka oli 31,45 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 41 vastausta, joka oli 25,78 % vastaajista, 5. Täysin samaa mieltä 31 vastausta, joka oli 19,5 % vastaajista (kuva 5). Vastaukset jakoivat laajasti mielipiteitä, enemmistö oli sitä mieltä, että tauko-ohjelmaa on riittävästi. Avoimissa vastauksissa haluttiin kilpailuja ja arvontoja, joissa katsojat voisivat voittaa palkintoja ja lapsille joku helpompi kilpailu. Yhteistyötä muiden kouvolaisten seurojen kanssa voisi edesauttaa tauko-ohjelmilla, jotka he järjestäisivät ja saisivat näkyvyyttä. Juniori-kiekkoilijoita ja taitoluistelijoita sekä paikallisia esiintyjiä haluttiin myös tauoille. Mobiilikilpailut ja äänestykset erän pelaajasta olivat myös vastaajien toiveissa.

Otteluissa saisi olla enemmän katsojille suunnattuja kilpailuja ja oheistoimintaa kohdassa vastauksia tuli 158 kappaletta. Vastaukset jakautuivat 1. Täysin eri mieltä 12 vastausta, joka oli 7,59 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 19, joka oli 12,03 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 38 vastausta, joka oli 26,57 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 48 vastausta, joka oli 30,38 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 40 vastausta, joka oli 25,32 % vastaajista. Moni vastaajista toivoisi lisää katsojille suunnattuja kilpailuja ja oheistoimintaa. Osa kannattajista haluaa tauko-ohjelmaksi kilpailuja ja arvontoja sekä oheistoimintaa monipuolisesti. Jotkut olivat sitä mieltä, että peli on ainut ohjelma mikä kiinnostaa. Ehdotuksia mahdollisista oheistoiminnasta tuli muun muassa kiekonheittokilpailusta ja arvonnasta, jossa osallistut istumapaikkamerollasi arvontaan.



Kuva 5. Tauko-ohjelma

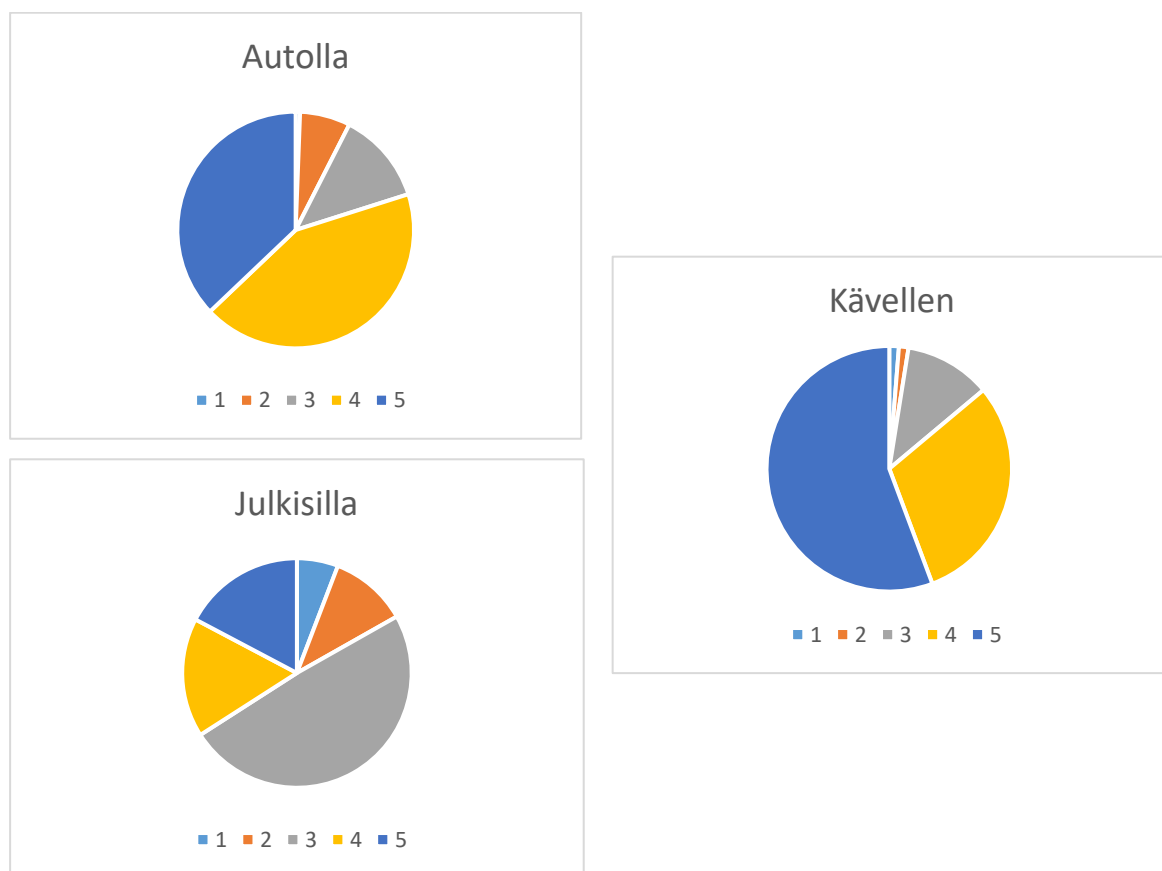
4.2.3 Palveluiden sujuvuus ja riittävyys

Ottelutapahtumaan on helppo ja sujuva tulla autolla –kysymykseen, vastauksia tuli 159 kappaletta. Vastaukset jakoutuivat 1. Täysin eri mieltä yksi vastaus, joka oli 0,63 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 11 vastausta, joka oli 6,92 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 20, joka oli 12,58 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 68 vastausta, joka oli 42,77 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 59 vastausta, joka oli 37,1 % vastaajista (kuva 6). Useimmat vastaajat olivat sitä mieltä, että otteluun on sujuva tulla autolla. Lumon Areena on hyvin keskeisellä paikkaa aivan keskustan lähellä ja parkkipaikkoja areenan vieressä on kiitettävästi. Nämä ovat tekijöitä, jotka vaikuttavat autolla tuleminen sujuvuuteen. Eräs vastaaja toivoi, että invalidipaikkoja autoille olisi enemmän.

Ottelutapahtumaan on helppo ja sujuva tulla julkisilla –kysymykseen, vastauksia tuli 155 kappaletta. Vastaukset jakoutuivat 1. Täysin eri mieltä yhdeksän vastausta, joka oli 5,81 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 17 vastausta, joka oli 10,97 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 76, joka oli 49,03 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 26 vastausta, joka oli 16,77 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 27 vastausta, joka oli 17,24 % vastaajista (kuva 6).

Osoittautui, että julkisilla on huomattavasti vaivalloisempaa tulla otteluun, kun autolla tai jalan. Isoin syy asiaan on Kouvolan julkisen liikenteen linjat, jotka eivät kulje usein, linjoja menisi hallin lähetyvillä ja bussipysäkki olisi lähellä, mutta julkiset liikennevälineet eivät ole suosittu tapa tulla hallille. Lumon Areenan hyvän sijainnin takia keskustassa ja lähetyvillä asuvat pääsevät helpoiten kävellen.

Ottelutapahtumaan on helppo ja sujuva tulla kävellen –kysymykseen, vastauksia tuli 158 kappaletta. Vastaukset jakautuivat 1. Täysin eri mieltä kaksi vastausta, joka oli 1,26 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä kaksi vastausta, joka oli 1,26 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 18 vastausta, joka oli 11,39% vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 48 vastausta, joka oli 30,38 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 88 vastausta, joka oli 55,7 % vastaajista (kuva 6). Ottelutapahtumaan tuleminen kävellen osoittautui sujuvimaksi vaihtoehdoksi, sijainnin takia Lumon Areenalle on helppo saapua kävellen, varsinkin keskustan asukkailla.



Kuva 6. Ottelutapahtumaan tuleminen, autolla, julkisilla tai kävellen

Lumon Areenan lipunmyynti on sujuvaa –kysymykseen, vastauksia tuli 159 kappaletta. Vastaukset jakautuivat 1. Täysin eri mieltä viisi vastausta, joka oli 3,14 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 17 vastausta, joka oli 10,69 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 39 vastausta, joka oli 24,53 % vastaajista, 4. Osittain eri mieltä 58 vastausta, joka oli 36,48 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 40 vastausta, joka oli 25,16 % vastaajista. Suurin osa oli tyytyväisiä lipunmyynnin sujuvuuteen. Lipunmyyntiin liittyvää palautettakaan ei tullut, mutta monet haluaisivat lippupaketteja myyntiin.

Fanikaupassa on riittävästi tuotevalikoimaa –kysymykseen, vastauksia tuli 160 kappaletta. Vastaukset jakautuivat 1. Täysin eri mieltä kolme, joka oli 1,88 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 19, joka oli 11,87 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 30 vastausta, joka oli 18,75 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 64 vastausta, joka oli 40 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 44 vastausta, joka oli 27,5 % vastaajista. Tuotevalikoimaan oltiin tyytyväisiä ja muutamia tuotelisäys toiveita ehdotettiin. Fanituotteisiin toivottiin muun muassa haalarimerkkiä ja ehdotettiin, että sitä voitaisiin myydä erikseen ja lipun kanssa yhteishintaan. Kauppakeskus Veturiin toivottiin liikkuvaa KooKoon fanimyymälä, joka olisi kauppakeskuksella tiettyinä ajankohtina ja muutama myyjä kerrallaan myymässä ja esittelemässä KooKoon fanituotteita.

Lumon Areenalla on riittävästi kioskeja ja kahvioita –kysymykseen, vastauksia tuli 160 kappaletta. Vastaukset jakautuivat 1. Täysin eri mieltä yksi vastaus, joka oli 0,63 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä, joka oli 6,87 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 31 vastausta, joka oli 19,38 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 68 vastausta, joka oli 42,5 % vastaajista, 5. Täysin samaa mieltä joka, oli 30,63 % vastaajista. Hallikioskien riittävyys oltiin enimmäkseen tyytyväisiä, mutta avoimissa palautteissa tuli palautetta tietyistä tuotteista, jotka loppuvat aina ennen aikojaan. Mainittiin, että muun muassa nakit ja kasvispiirakat ovat usein loppu ja toivottiin tarjolle enemmän purtavaa ja joku Kookoon oma tuote.

Hallikioskien palvelu on hyvää –kysymykseen, vastauksia tuli 159 kappaletta. Vastaukset jakautuivat 1. Täysin eri mieltä yksi vastaus, joka oli 0,63 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä kolme vastausta, joka oli 1,89 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 24 vastausta, joka oli 15,09 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 71 vastausta, joka oli 44,65 % vastaajista ja 5. Täysin samaa

mieltä 60 vastausta, joka oli 37,74 % vastaajista. Kioskipalveluihin oltiin enimmäkseen tyytyväisiä, palautetta tuli kuitenkin siitä, ettei kioskeja tulisi sulkea vielä ennen pelin loppua ja muutama vastaaja piti kioski hintoja kohtuuttoman kalliina.

Lumon Areenan anniskelualue on hyvä –väittämään, vastauksia tuli 158 kappaletta. Vastaukset jakoutuivat 5. Täysin eri mieltä kolme vastausta, joka oli 1,9 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 14 vastausta, joka oli 8,86 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 42 vastausta, joka oli 26,58 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 70 vastausta, joka oli 44,3 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 29 vastausta, joka oli 18,36 % vastaajista. Useimpien mielestä anniskelu-alue on hyvä, uusitusta anniskelualueesta pidettiin, osa vastaajista haluaisi laajentaa anniskelualueetta ja anniskelukatsomon osaakin ehdotettiin. Nykyään uusien lainmuutoksien ansiosta anniskelukatsomoalueet ovat mahdollisia Liigassa ja Suomessa.

Katsomoalueet ja istumapaikat on merkitty selkeästi –väittämään, vastauksia tuli 159 kappaletta. Vastaukset jakoutuivat 5. Täysin eri mieltä kaksi vastausta, joka oli 1,26 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 27 vastausta, joka oli 16,98 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 58 vastausta, joka oli 36,48 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 41 vastausta, joka oli 25,78 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 41 vastausta, joka oli 25,78 % vastaajista. Selkeitä opasteita oli toivottu lisää avoimissa vastauksissa, kuitenkin suurin osa oli sitä mieltä, että opasteet ovat selkeät. Tietyt katsomonosat osoittautuivat vaikeammaksi ja epäselvemmäksi löytää.

4.2.4 Kausikorttilaiset ja organisaatio

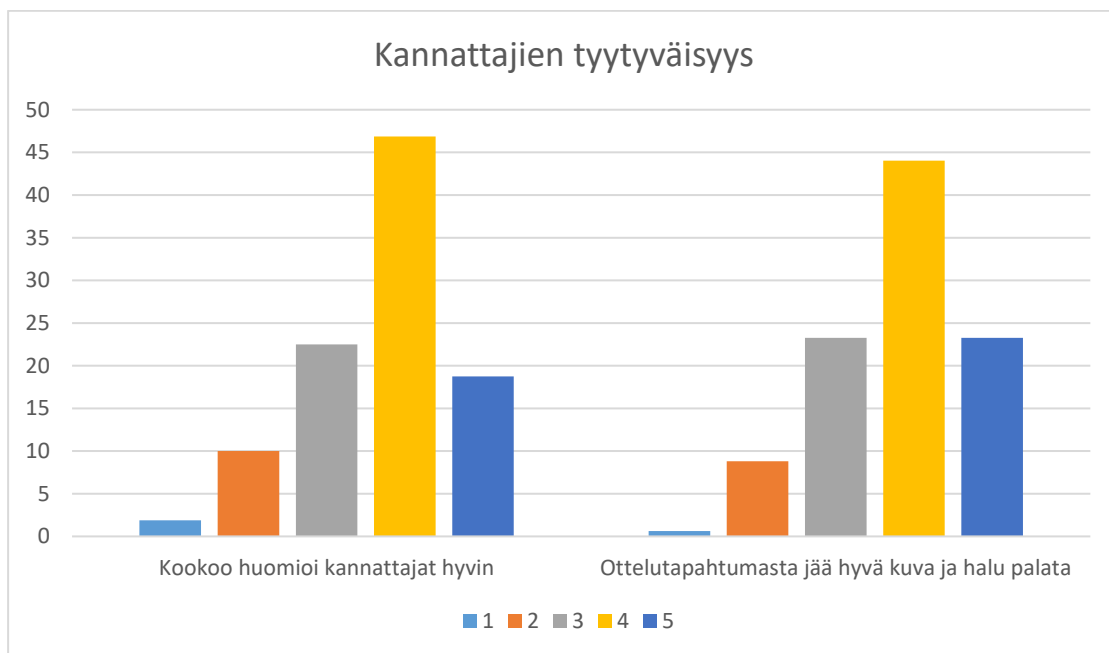
Kausikorttiasiakkaille on riittävästi etuja kausikortin hankkimiseen –väittämään, vastauksia tuli 157 kappaletta. Vastaukset jakoutuivat 1. Täysin eri mieltä 13 vastausta, joka oli 8,28 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 23 vastausta, joka oli 14,65 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 60 vastausta, joka oli 38,22 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 43 vastausta, joka oli 27,39 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 18 vastausta, joka oli 11,46 % vastaajista (kuva 7). Kausikortin hankkimisella saatuihin etuihin oltiin enimmäkseen tyytyväisiä, vastaukset jakoutuivat laidasta laitaan. Moni oli täysin eri

mieltä ja iso osa oli neutraaleja, ehkei kausikortilla saamat edut ole kaikille selviä ja niitä tulisi mainostaa enemmän tai niitä tulisi olla enemmän. Kausikorttilaisille oltiin ehdotettu uusimisen omaa hintaa jolloin ennen tulevaa kautta, saataisiin uudistettua kausikortti hieman edullisempaan hintaan.



Kuva 7. Kausikorttiasiakkaille on riittävästi etuja kausikortin hankkimiseen

Ottelutapahtumasta jää hyvä kuva ja halu palata –väittämään vastauksia tuli 159 kappaletta. Vastaukset jakautuivat 1. Täysin eri mieltä yksi vastaus, joka oli 0,63 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 14 joka, oli 8,8 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 37 vastausta, joka oli 23,27 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 70 vastausta, joka oli 44,03 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 37 vastausta, joka oli 23,27 % vastaajista. Suurin osa katsojista lähtee hyvissä mielin ottelutapahtumasta kotiin, ja vain yksi vastaaja oli täysin eri mieltä. Ottelutapahtumasta jäänyt hyvä kuva on tärkeää, sillä se antaa parhaat mahdollisuudet asiakkaan palaamiseen.



Kuva 8. Kannattajien tyytyväisyys

Kookoo huomioi kannattajat hyvin –kysymykseen vastauksia tuli 160 kappaletta. Vastaukset jakoutuivat 1. Täysin eri mieltä kolme vastausta, joka oli 1,88 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä 16 vastausta, joka oli 10 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 36 vastausta, joka oli 22,5 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 75 vastausta, joka oli 46,87 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 30 vastausta, joka oli 18,75 % vastaajista (kuva 8). Ilmeni, että suurin osa oli sitä mieltä, että Kookoo huomioi fanit hyvin. Eräs vastaaja oli toivonut, että Kookoo huomioisi pitkäaikaisia kannattajia onnittelemalla heitä syntymäpäivänä, jos se sattuu osumaan pelipäivään.

Kookoolla on hyvät ja asiakasystävälliset somekanavat –kysymykseen vastauksia tuli 159 kappaletta. Vastaukset jakoutuivat 1. Täysin eri mieltä neljä vastausta, joka oli 2,51 % vastaajista, 2. Osittain eri mieltä viisi vastausta, joka oli 3,14 % vastaajista, 3. Ei samaa eikä eri mieltä 40 vastausta, joka oli 25,16 % vastaajista, 4. Osittain samaa mieltä 69 vastausta, joka oli 43,4 % vastaajista ja 5. Täysin samaa mieltä 41 vastausta, joka oli 25,79 % vastaajista (kuva 8). Enemmistö oli tyytyväisiä Kookoon somekanaviin, kuitenkin toivottiin, että sisältöä jaettaisiin enemmän. Sisällöksi haluttaisiin pelaajien ja joukkueen kuulumisia, haastatteluja ja seuraamista. Joidenkin vastaajien mielestä sosiaalinen media olisi myös hyvä kanava luoda tunnetta ja haastaa muiden Liiga-seurojen kannattajia.

4.2.5 Muut kehittämiskohteet

Avoimiin kysymyksiin tuli seuraavanlaisia vastauksia, Mitä genreä haluaisit kuulla enemmän tai millaisia teemaotteluita haluaisit? 102 vastausta, Mitä ohjelmaa/oheistoimintaa haluaisit nähdä enemmän? 87 vastausta ja Vapaamuotoisia kehittämiskohteita ottelutapahtuman kehittämiseen tai muuta palautetta 84 vastausta. Vastauksissa oli vastattu kysymykseen ja lisäksi kerrottu monipuolisesti omia mielipiteitä ja kehittämisehdotuksia.

Vastauksissa tuli myös esille kyselyn ulkopuolisia kehittämiskohteita ja palautetta. WC-tilat saivat paljon palautetta niiden puutteistaan, ja monien mielestä niitä tulisi olla enemmän. Kehittämistä olisi myös muovisten penkkien päivittämisestä mukavammaksi istua. Lapsille haluttaisiin tempurataa tai muuta mahdollista aluetta, missä viettää taukoa. Sponsoreita haluttaisiin paremmin näkyville ja halliin kaivattaisiin mustaoransseja värejä enemmän, tästä esimerkkinä toivottiin betoniportaiden maalaamista mustaoranssiksi. Pelaajien sisääntuloon kaivattaisiin näyttävyyttä ja show-meininkiä, ennen sisääntuloa valotaululle kuvaa pukukopista ja mediakuutiolta haluttaisiin nähdä enemmän joukkueeseen liittyvää sisältöä ja kuulumisia. Monet halusivat enemmän lippupaketteja ja kampanjoita.

4.3 Tuloksiin vaikuttavat asiat

Tuloksiin vaikuttavia tekijöitä on otanta, joka on selkeästi suunnattu tässä tutkimuksessa KooKoon kannattajille, vastaajien määrä oli 162, joten siitä saa jonkinlaisen kuvan, millaisia kehityskohteita kannattajat haluavat. Vastauslinkki oli jaettu sosiaalisessa mediassa KooKoon Facebook-seinälle ja KooKoon nettisivuille, joten vastaajat ovat todennäköisesti laidasta laitaan kausikorttilaisia, säännöllisesti tai epäsäännöllisesti KooKoon peleissä käyviä, nuoria, keski-ikäisiä, naisia, miehiä ja joka kategorian kannattajia. Lisäksi keräsin tuloksia KooKoo–Kalpa ottelusta 20. joulukuuta satunnaisilta vastaantulijoilta, mutta nämä tulokset eivät ole täysin verrattavissa verkkokyselyyn.

Vastaajien mieleen ovat selvästi vaikuttaneet KooKoon peliotteet ja kenttätahtumat, vaikkei niihin pystynyt tutkimuksessani mitenkään vaikuttamaan tai

puuttumaan. Huomasi selkeästi, että vastaajat halusivat erilaisia kehittämis-kohteita, mikä on hyvä asia, jos otanta olisi tehty pelkästään lapsiperheille, ensimmäistä peliä seuraaville tai Kuudes kenttäpelaaja–kannattajille olisivat vastaukset yksipuolisempia ja aivan toisenlaisia. Jokainen kannattaja on kuitenkin yhtä tärkeä ja hänen mielipiteensä on arvokas. Osalla vastaajista oli kokemusta monen vuosikymmenen ajan KooKoon otteluista, toiset ovat puolestaan satunnaisia kävijöitä. Tutkimus on objektiivinen eli puolueeton, sillä vastaajia löytyy laajalta kategorialta.

Reliabiliteetilla tarkoitetaan mittaustulosten toistavuutta. Tutkimustulokset ovat luotettavat, jos sama kysely tehtäisiin uudestaan, olisivat vastaukset samanlaisia tai samankaltaisia. Tutkimustulokset ovat luotettavia, mutta jos vastaajia olisi enemmän, saataisiin tutkimuksesta vielä luotettavampi. On kuitenkin oletettavaa, että tämän suuruinen ryhmä antaa jo hyvää osviittaa, millaisia kehittämiskohteita halutaan (Hirsijärvi ym. 2009, 231).

Validiteetilla tarkoitetaan pätevyyttä, eli tutkimusmenetelmä mittaa tuloksia, jota tutkimuksella on tarkoitus mitata. Tutkimuksen vaiheet ovat luotettavat ja vastaukset valideja. Kysymykset oli kohdistettu hyvin oikealle kategorialle ja tutkimusvaiheet ja tulokset on raportoitu selkeästi (Hirsijärvi ym. 2009, 231). Tutkimuksen vastaukset vastaavat kysymyksiin, mitä selvitettiin.

5 KVALITATIIVISET TULOKSET

Laadullisessa tutkimuksessa haastattelin Kuudennen Kenttäpelaajan puheenjohtajaa Janne Ruonala ja Kuudennen Kenttäpelaajan jäsentä Minttua. Sain ottelutapahtuman kehittämis ehdotuksia aktiivisten kannattajien näkökulmasta. Kuudes Kenttäpelaaja on KooKoon kannattajaryhmä, jossa on reilu 300 jäsentä, järjestö toimii omanaan, rakkaudesta seuraan ja pyrkii luomaan fanikulttuuria Kouvolaan.

Janne ja Minttu toivoivat, ettei Kuudennen Kenttäpelaajan näkyvyys rajoittuisi vain ottelutapahtumiin ja yhteistyön avulla saataisiin positiivista näkyvyyttä myös ottelutapahtumien ulkopuolella. Yhteistyö ja arvostus molempiin suuntiin ovat tärkeää, ja KooKoon tulisi ottaa Kuudennen Kenttäpelaajan kehityskohdet tosisaan. Kannattajaryhmälle jää liikaa työtä itselleen toimintaan, jota

tehdään vapaaehtoisesti. Välttämättömiä uudistuksia olisivat turvalliset lukolliset tilat rummuille, lipuille ja kannatustuotteille. Janne toivoi, että yhteistyö KooKoon kanssa ei olisi niin vaikeaa. Tästä esimerkkinä tälle kaudelle tullut tifo, joka ei saanut kaivattua valaistusta ottelun alussa sekä katsomon betoniosan mustaksi maalaaminen, johon olisi kannattajien joukosta löytynyt maalajat tarvittaessa, kunhan seura olisi luvannut maalit. Tifo on nimitys kannattajien järjestämälle koreografialle urheilukatsomoon.

Seisomakatsomosta toivottiin paremmin rajattua, niin ettei vieraskannattajat vahingossa ostaisi lippua Kuudennen Kenttäpelaajan katsomo-osioon, lipuissa voisi lukea kannattajapaikka. Alueen voisi rajata selkeästi ja helposti naruilla. Siitä onko tämän hetkinen Kuudennen Kenttäpelaajan katsomo-osio oikea, voi olla montaa mieltä. Laidasta on helppo kontrolloida ääntä, kannustuksia ja lauluja, mutta laajenemistilaa on vähän. Keskellä kannattajilla olisi enemmän tilaa, mutta takaisiko se yhtä hyvää tunnelmaa, ei voi tietää. Kannattajat ovat tulleet tutuiksi yhtenä Liigan parhaista kannattajista, joten tilanne tällä hetkellä on hyvä.

Kannattajatoiminnassa tärkeimpiä tekijöitä on yhteisöllisyyden luominen, intohimo ja joukkueen tukeminen. On tärkeää, että hallille on aina kiva ja helppo tulla ja jokainen saa kannattaa omalla tyylillään. Kuudennen Kenttäpelaajan kannattajatoiminta on laajentunut kovaa tahtia, ja isomprien tapahtumien järjestäminen on mahdollista. Tuoreimpana tempauksena kannattajat ovat menossa Helsinkiin kuuden linja-auton voimalla. Kannattajatoiminnan kehittämisessä auttaisivat sponsorit ja yhteistyön lisääminen KooKoon kanssa.

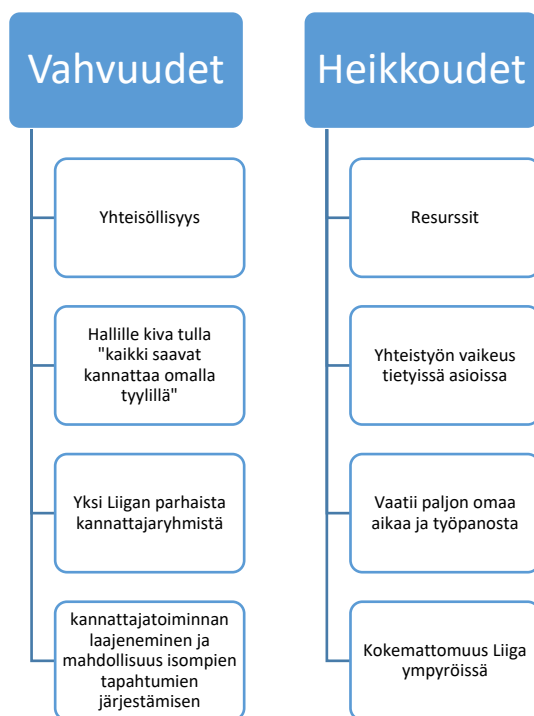
Kuudennella Kenttäpelaajalla olisi vielä kannatuksen lisäksi paljon muuta tuotavaa KooKoolle. Janne ja Kuudes Kenttäpelaaja toivovat, että KooKoo ottaisi käyttöön oman maalilaulun, johon Kouvola heti yhdistettäisiin vaikkapa junantorvi. Maalilaulujen jälkeen tulisi antaa kannattajille pieni hetki huutaa kannatuslauluja tai kuittailla vastustajille, tämän mahdollistamiseksi musiikin volyymin tulisi hiljentää vastaavissa tilanteissa. Huutosakinvetäjä tarvitsisi oman korokkeen, josta hän pystyisi näkyvästi ohjailemaan rumpuja ja kannatushuutoja.

Kuudes Kenttäpelaaja pitäisi ottaa aktiivisemmin mukaan, ja he haluaisivat osallistua koulu- ja kauppakeskuskiertueisiin, tavoitteena saada uusia jäseniä

ja kasvattaa ydinkannattajien osuutta. Kannattajatoiminnassa tärkeää on rehellisyys ja pienten kuittailujen lisäksi, muiden kannattajaryhmien arvostus ja yhteistyö on tärkeää. Kuudes Kenttäpelaaja aikoo järjestää Saipan Keltamustien kanssa ottelutapahtuman, jossa seurojen kannattajat pääsevät kilpailemaan jäälle keskenään.

Jannelta ehdotuksena ottelutapahtuman kehittämiseen olivat pakettipelit, jos ottelut pelataan Kouvolassa esimerkiksi perjantaina, tiistaina ja lauantaina, tulisi olla lippupaketteja, jotta välipeliin saataisiin mahdollisimman paljon kannattajia. Alennuksen hyötynä saataisiin parempaa tunnelmaa ja tuloja kioskeilta ja anniskelualueilta. Maskotti sai suosiota, mutta toivottiin, että Topi-tiikeri saisi paremmin yleisöä mukaan tempauksillaan, maskotin tulisi hyppiä katsomossa ja hakea enemmän huomiota. Kannattajien ja joukkueen lounas oli Jannen ja Mintun mielestä hieno tapahtuma ja siellä pystyi tutustumaan pelaajiin ja heidän persooniin. Kannattajat kaipasivatkin enemmän tämän kaltaisia tapahtumia ja pelaajien persoonien esille tuomista myös sosiaalisen median avulla.

KooKoon värejä kaivattaisiin myös hallin ulkopuolelle ja kaupunkiin, voitaisiinko Kouvola-taloon heijastaa ottelumainoksia, onhan Kouvola urheilukaupunki. Haaveena Kuudennella Kenttäpelaajan on KooKoon ulkoilmaottelun järjestäminen Kouvolan Pallon Lyöjien areenalla, tähän kuitenkin tarvittaisiin isot resurssit ja paljon työtä. Kehityskaaren jatkuminen on tällä hetkellä Kuudennen Kenttäpelaajan tärkein missio (kuva 9).



Kuva 9. Kuudennen Kenttäpelaajan vahvuudet ja heikkoudet

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

6.1 Johtopäätökset

Vastaukset olivat monipuolisia, ja niistä tuli hyvin esille alueet, joilla kaivataan kehittämistä. Yleisesti ottaen osa-alueisiin oltiin tyytyväisiä, kuitenkin hyviä kehittämiskohteita tuli esille (kuva 10).

Tunnelman osalta kannattajat olivat tyytyväisiä, mutta jotta tunnelma olisi paras mahdollinen otteluihin kaivattaisiin enemmän katsojia. Tärkeintä olisi saada sellainen porukka liikkeelle, joka ei normaalisti käy peleissä. Miten saada houkuteltua uusia katsojia paikalle, luotua asiakassuhteita ja saada asiakkaat palaamaan? Tunnelmaa otteluissa kohottaa Topi-tiikeri, maskotti josta lähes poikkeuksetta kaikki kannattajat pitävät. Olisi hyvä lisä, jos Topi-tiikeri ampuisi fanituotteita katsomoon ja viihdyttäisi yleisöä vielä enemmän. Myös aikaisemmin otteluissa viihdyttäneet Go Go– Girlsit toivottiin takaisin ottelutapahtumiin.

Kannattajaryhmä Kuudennen Kenttäpelaajan toiminta on ollut riittävän näkyvää, ja he tuovat hyvin tunnelmaa Lumon Areenalle. Yhteistyötä kannattajaryhmän kanssa tulisi lisätä ja tuoda heille haluamaansa positiivista näkyvyyttä myös ottelutapahtumien ulkopuolella. Kehityskohteita Kuudennen Kenttäpelaajan puolesta tulisi ottaa tosissaan vastaan, sillä he ovat tärkeä osa tunnelman luomisessa ja KooKoon kannattajakulttuurissa.

Teemaottelut voivat olla yksi hyvä keino saada paikalle niitä asiakkaita, jotka eivät normaalisti käy ottelussa. Toinen keino voisi olla lippupaketeissa ja lippujen hinnoittelussa. Jos ystävänpäivän ottelussa saisi kaksi lippua yhden hinnalla, hallille saataisiin uusia kannattajia, parempi tunnelma, mahdollisuus asiakkaan palaamiseen ja tuloja jossain muodossa kuten esimerkiksi kioskien myynnissä. Peruskouluikäisten lasten ilmaislippuja aikuisten seurassa ehdotettiin useaan otteeseen, tämän ideana olisi kasvattaa musta-oranssi perhettä ja toivoa, että nuoresta kannattajasta tulisi KooKoon pitkäikäinen kannattaja ja kannatus kulkisi sukupolvesta toiseen. Teemaotteluiden ideoita oli ehdotettu paljon, olisikin hyvä, että teemaotteluiden teemat olisivat monipuolisia ja jokaiselle olisi jotakin. Osa halusi selvästi enemmän teemaotteluita, mutta suurin osa oli tyytyväinen nykyiseen tilanteeseen, parhaiten toteutettavat ideat olisivat paikallisuuden ja paikallisten urheiluseurojen omat teemaottelut. Kymenlaaksolaisuutta ja eritoten kouvolaaisuutta on tärkeä korostaa, sillä Kookoon kohderyhmä koostuu lähes täysin tuolla alueella asuvista henkilöistä.

Musiikkiin tuli monia ehdotuksia, mutta oikeanlaisen musiikin valitseminen on aina vaikeaa, sillä kaikilla on omat mielipiteet. Muiden mielipiteistä huolimatta paikallinen musiikki ja sen soittaminen useammin olisi varma valinta, musiikki-valinta lisäisi yhteisöllisyyttä sekä tunnelmaa siitä, että tämä on meidän kotipeli. Rockmusiikki on hyvää genre jääkiekko-otteluihin ja sitä toivottiin paljon, myös listojen päivittäminen on tärkeää. Volyymiin ja kuulutuksiin oltiin tyytyväisiä, ja niitä voi olla vaikea muuttaa, koska mielipiteitä tulee laidasta laitaan. Kehittämistä olisi erätauolla volyymin pienentämisessä sekä pelitaukojen aikana tapauksissa, jossa aloitus uusitaan, ei tarvitse vaihtaa heti kappaletta.

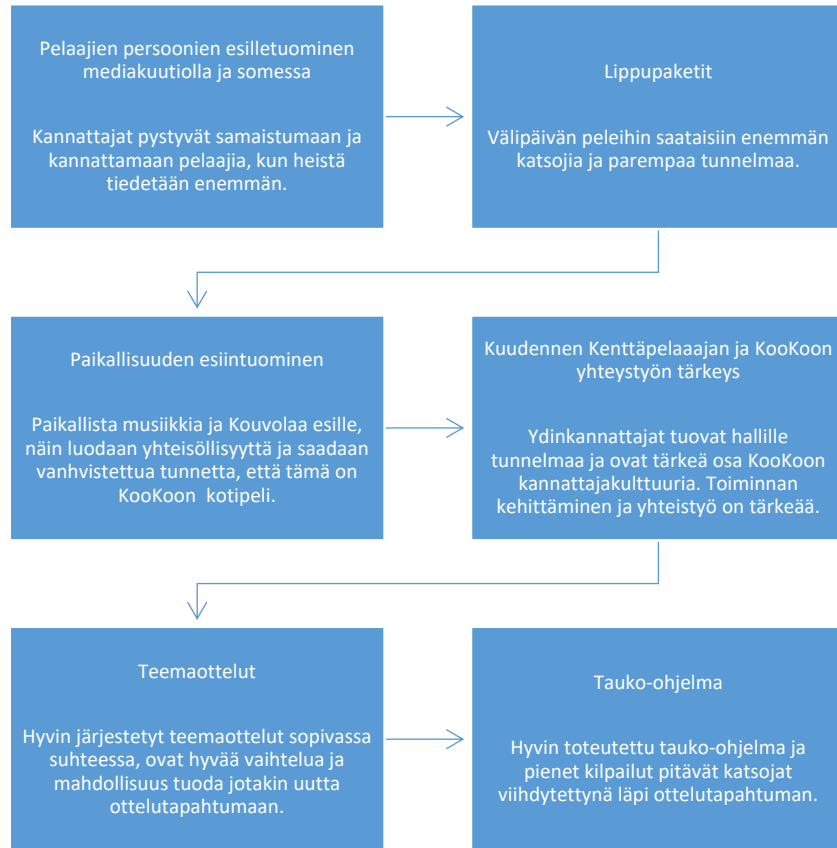
Tauko-ohjelmia ja kilpailuja haluttaisiin enemmän. Tauko-ohjelmat voisivat olla paikallisten urheiluseurojen pisteitä, missä lapset pääsisivät testailemaan uusia lajeja tai paikallisten esiintyjien ja urheilijoiden esiintymisiä. Hyvä tauko-ohjelma pitää katsojan koko ottelutapahtuman ajan viihdytettynä. Erätauoilla on

hyvä aika ja mahdollisuus pitää kilpailuja sekä arvontoja tai tuoda paikallista kulttuuria esille. Pienimuotoiset kilpailut ja arvonnat tuovat jännittävää ottelun ulkopuolelle ja ovat hyvä lisä tapahtumaan. Kilpailuilla ja arvonnoilla on myös hyvä mahdollisuus osallistua tukemaan esimerkiksi juniorijääkiekkoa. Tauko-ohjelman ei tarvitse olla mitään mullistavaa, se voi olla vaikkapa kiekkokoululaisten rangaistuslaukauskilpailu.

Lumon Areenan palveluiden taso osoittautui kiitettäväksi ja siihen oltiin tyytyväisiä. Kuitenkin tulisi panostaa, etteivät tietyt tuotteet ole aina loppu. WC-tilojen lisääminen ja penkkien uusiminen ovat kehittämiskohteita, joihin tulee josain vaiheessa puuttua. Yleisesti ottaen hallipalveluiden taso osoittautui hyväksi.

Kuluttajan taloudellinen tilanne vaikuttaa ostoskäyttäytymiseen ja osallistumisen mahdollisuuksiin. KooKoolle on eri kategorioita lippuihin, niin eläkeläiset, lapset, opiskelijat ja varusmiehet pääsevät otteluun halvemmalla. Normaalilippujen hinnat vaihtelevat 10–30 euron välillä, lisäksi järjestetään muun muassa opiskelijaotteluita, joihin opiskelijat pääsevät haalareissa Ilmasiksi. Myös vuosittaiset ilmaisottelut ovat hieno teko seuralta. Tästä huolimatta varsinkin lapsille ja vähävaraisille perheille toivottaisiin parempia mahdollisuuksia osallistua ottelutapahtumiin. Perheliput, joilla kouluikäinen lapsi pääsisi maksutta, voisivat olla hyvä ratkaisu.

Sosiaalisessa mediassa pitäisi olla aktiivisempi. Esimerkiksi pelaajahaastattelut, mydayt tai jokin kurkistus pelaajien treenaamiseen ja niin edelleen ovat kannattajille mielenkiintoista seurattavaa. Kekseliäät videot ja kilpailut peleissä olisivat myös hyviä. Pelaajien persoonaa tulisi tuoda esille, jotta heitä olisi helppompaa kannattaa ja tukea kentällä. Myös KooKoon värejä hallin ulkopuolella ja kaupungissa olisi hyvä nähdä enemmän.



Kuva 10. Kehittämiskohteita ja omia vastauksia tutkimuskysymykseen: Miten ottelutapahtumaa voidaan kehittää?

6.2 Pohdinta

Työhön valitut tutkimusmenetelmät osoittautuivat hyväksi, ja niiden avulla saatiin oikeanlaisia vastauksia. Tutkimuksen alussa oli tärkeää miettiä oikeat kysymykset ja oikea tapa toteuttaa kysely ja haastattelu. Kyselyyn mietittiin mahdollisimman hyvin tutkimuskysymyksiin vastaavia kysymyksiä ja käytiin läpi ne toimeksiantajan kanssa, ennen verkkolinkin jakoa. Haastattelu tehtiin Kuudennen Kenttäpelaajan puheenjohtajalle Janne Ruonalalla ja jäsenelle Mintulle henkilöille, jotka tietävät paljon ottelutapahtumasta ja tuovat tunnelmaa Lumon Areenalle Kuudennen Kenttäpelaajan voimin.

Teoreettinen osuus työssä kertoo yleisesti urheilusta, lajista, KooKoosta, tapahtuman peruskäsitteistä ja ottelutapahtumaan osallistumiseen vaikuttavista tekijöistä. Teoriaa olisin saanut enemmän, jos olisin tuonut enemmän esille ur-

heilumarkkinointiin liittyviä asioita. Kuitenkaan tutkimuksen pääteemoina ei ollut markkinointi ja sen osuus, vaikka se on iso osa urheiluseuran toiminnassa. Teoriapohjaa oli haastava keksiä, sillä tutkimus käsitteli enimmäkseen mielipiteitä ja kehittämiskohteita. Olen tyytyväinen empiiriseen tutkimukseen, mutta teoreettista pohjaa olisi voinut olla laajemmin.

Saatuani vastaukset pääsin tutkimaan kerättyä tietoa, tekemään johtopäätöksiä ja etsimään vastauksia tutkimuskysymyksiin. Vastauksista huomasin selkeästi, mitkä osat tarvitsevat kehittämistä, mihin oltiin tyytyväisiä ja varsinkin avoimet vastaukset avasivat tuloksia. Avoimista vastastauksista huomasin kehityskohteita osa-alueisiin, mistä ei oltu täysin tyytyväisiä. Kvalitatiivisessa haastattelussa saatiin monipuolisesti vastauksia, miten ydinkannattajat tulisi ottaa paremmin huomioon ja miten luoda yhteisöllisyyttä hallille. Saatuja vastauksia oli laajasti, moniin ottelutapahtuman osiin saatiin hyviä kehittämisideoita. Myös jokaiselta tutkitulta alueelta saatiin tilastot ja tieto, kuinka monet ovat tyytyväisiä tai pettäneitä nykyiseen tilanteeseen.

Tulokset olivat luotettavia ja reliaabeleja, vastaajat olivat KooKoon kannattajia ja ottelutapahtumissa käyneitä kannattajia. Vertailukohteenä en ole käyttänyt aikaisempaa tutkimusta, mutta voisi kuvitella, että samankaltaisia vastauksia oltaisiin saatu. Tietenkin toivon, että toimeksiantaja kehittää toimintaa ja jatkossa kehityskohteet ovat muualla, jos samanlainen tutkimus tehdään.

Työssä kehityin itsenäisessä työskentelyssä, kyselyn luomisessa, tiedonkeräämisessä, tulosten vertailussa sekä opin uusia tutkimustermejä ja tapoja. Webropol oli minulle täysin uusi työkalu, enkä ollut aikaisemmin tehnyt laajaa kvantitatiivista tutkimusta. Kysymysten keksiminen, tulosten kerääminen ja lopulta tulosten analysointi vaativat paljon luovuutta ja monipuolisia taitoja. Kysymykset ja kysely tuli miettiä tarkkaan, jotta saatiin oikeanlaisia vastauksia tutkimuskysymyksiin. Teoriapohjaa kirjoittaessa kehityin tiedonkeräämisessä, sekä opin uusia asioita lukemalla kirjallisuutta, artikkeleita ja muita lähteitä. Hyödyin tutkimuksen tekemisestä, jos tulevaisuudessa joudun tekemään isoja projekteja, on minulla jo hyvä pohja. Toimeksiantaja hyötyy tuloksista ja saa kattavan tutkimuksen ottelutapahtuman kehittämisestä. Ottelutapahtuman kehittäminen on välttämätöntä ja tärkeää urheiluseuralle.

Ottelutapahtuman sisäiset kehittämiskohteet selvisivät hyvin. Eräs tärkeä osa-alue, jota tutkimuksessa ei tutkittu, oli hallin ulkopuolella tapahtuva toiminta ottelupäivinä ja muulloin. Haastattelussa Jannen ja Mintun kanssa tuli esille, että pelipäivänä pitäisi huomata Lumon Areenasta ja kaupungista, että tänään on pelipäivä. Teemaotteluista tuli paljon ehdotuksia, niistä voisi tehdä jatkotutkimusta, vaikkapa teemaottelun järjestämiseen liittyen. Työn teossa ei ilmennyt isompia ongelmia, toimeksiantajan kanssa kaikki sujui hyvin ja tuloksia saatiin riittävästi. Kohta missä voisin kehittyä olisi oman ajankäytön suunnittelu sujuvammin.



Kuva 11. KooKoo-Ilves 17.10.2017

LÄHTEET

Ahlroth, T. 2017, Kouvola Sanomat, Kouvola on urheilukaupunki. Artikkel. Saatavissa: <https://kouvola.fi/urheilu/a54ba44f-4172-473d-8fe1-c20d7172140f> [viitattu 23.11.2018].

Armstrong, E., Kotler, P. & Opresnik, M, 2017. Marketing An Introduction 13th edition. Pearson.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita, Hämeenlinna: Tammi.

Häyrynen, E. & Vallo, H. 2014. Tapahtuma on tilaisuus, Helsinki: Tietosanoma.

Iilomo, S. 2018. Sijoitus on KooKoolle vain sivuseikka, Kouvola rakennetaan parempaa tulevaisuutta. Artikkel. Saatavissa: <https://www.jatko-aika.com/Kolumni/Sijoitus-on-KooKoolle-vain-sivuseikka-Kouvola-rakennetaan-parempaa-tulevaisuutta/205354> [viitattu 20.11.2018].

Jäsenmäärällisesti suosituimmat urheilulajit Suomessa. Nordic Hall. Artikkel. Saatavissa: <http://nordichall.fi/jasenmaaraisesti-suosituimmat-urheilulajit-suomessa/> [viitattu 20.11.2018].

Jääkiekko Olympiakomitea. Artikkel. Saatavissa: <https://www.olympiakomitea.fi/huippu-urheilu/olympiahistoria-2/olympialajit/talvilajit/jaakiekk/> [viitattu 21.11.2018].

KooKoon Juhlajulkaisu 2015.

KooKoon tilikausi nousi taas plussalle. 2018. KooKoo.fi. artikkel. Saatavissa: <https://kookoo.fi/urheilu/kookoon-tilikausi-nousi-taas-plussalle> [viitattu 19.10.2018].

Laine, S. 2017. Muurit ja padot murtuivat, kun yksilöt nostettiin joukkueen edelle – näin tehtiin Suomi-Kiekon täyskäännös. Artikkel. Saatavissa: <https://yle.fi/urheilu/3-9997755> [viitattu 23.11.2018].

Lehmola, J. 2018. Yli 40 suomalaispelaajaa aloittaa kautensa NHL:ssä. Artikkel. Saatavissa: <https://www.uusisuomi.fi/urheilu/260494-yli-40-suomalaispelaajaa-aloittaa-kautensa-nhlssa> [viitattu 23.11.2018].

Lindgren, T. 2018. Urheilu harvoin palkitsee kannattajia - mutta tämän takia yhä fanitamme. Artikkel. Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/01/11/urheilu-harvoin-palkitsee-kannattajia-mutta-taman-takia-yha-fanitamme> [viitattu 19.10.2018].

Parvinen, P. 2013. Myyntipsykologia näin meille myydään. Jyväskylä: Docendo Oy.

Ruonala, J. 2019. Puheenjohtaja. Haastattelu 8.1.2019. Kuudes Kenttäpelaaja Ry.

Solomon, J. 2002. An Insider's Guide to Managing sporting events. Human Kinetics.

Toimitus Jatkoaika. 2018. Liigan yleisömäärä kääntyi roimaan laskuun – Mestiksen keskiarvo on alla 800 katsojaa. Artikkel. Saatavissa: <https://www.jatkoaika.com/Uutiset/liigan-yleis%C3%B6m%C3%A4%C3%A4r%C3%A4ntyi-roimaan-laskuun-%E2%80%93-mestiksen-keskiarvo-on-alle-800-katsojaa/199377> [viitattu 19.10.2018].

KUVALUETTELO

1. Maslowin hierarkia
2. Tapahtumaprosessin perusvaiheet
3. Teemaottelut
4. Hallilla soitettu musiikki
5. Ottelutapahtumaan tuleminen, autolla, julkisilla tai kävellen
6. Tauko-ohjelma
7. Kausikorttiasiakkaille on riittävästi etuja kausikortin hankkimiseen
8. Kannattajien tyytyväisyys
9. Kuudennen Kenttäpelaajan vahvuudet ja heikkoudet
10. Kehittämiskohteita ja omia vastauksia tutkimuskysymykseen: Miten ottelutapahtumaa voidaan kehittää?
11. KooKoo-Ilves 17.10.2017

Liitteet

Ottelutapahtuman kehittäminen kysely

Ottelutapahtuman kehittäminen

1. Osallistumalla ja jättämällä yhteystietosi hyväksyt tietojesi lisäämisen KooKoon postituslistalle. Vastanneiden kesken arvotaan 2x2 lippupakettia Sport-tupla 18.1 tai 19.1 ja 2 kaulaliinaa.

Etunimi	
Sukunimi	
Sähköposti	

2.
KooKoolla on riittävästi teemaotteluita

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

3.
Oma maskotti on hyvä lisä KooKoolle

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

4.
Hallilla soitettu musiikki on mieluisaa

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

5. Mitä genreä haluaisit kuulla enemmän tai millaisia teemaotteluita haluaisit?

6.
Musiikin volyyymi on sopiva

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

7.
Kuulutukset ovat hyviä ja selkeitä

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

8.
KooKoon otteluissa on hyvä tunnelma

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

9.

KooKoon kannattajaryhmän KKP:n toiminta on riittävän näkyvää

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

10.
Otteluissa on riittävästi tauko-ohjelmaa

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

11. Otteluissa saisi olla enemmän katsojille suunnattuja kilpailuja ja oheistoimintaa

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

12. Mitä ohjelmaa/oheistoimintaa haluaisit nähdä enemmän?

13. Ottelutapahtumaan on helppo ja sujuva tulla (autolla)

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

14. Ottelutapahtumaan on helppo ja sujuva tulla (julkisilla)

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

15. Ottelutapahtumaan on helppo ja sujuva tulla (kävelen)

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

16. Lumon Areenan lipunmyynti on sujuvaa

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

17.
Fanikaupassa on riittävä tuote valikoima

	1	2	3	4	5	
1. Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5. Täysin samaa mieltä

18.
Lumon Areenalla on riittävästi kioskeja/kahvioita

	1	2	3	4	5	
1. Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5. Täysin samaa mieltä

19.
Hallikioskien palvelu on hyvää

	1	2	3	4	5	
1. Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5. Täysin samaa mieltä

20.
Lumon Areenan anniskelualue on hyvä

	1	2	3	4	5	
1. Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5. Täysin samaa mieltä

21.
Katsomoalueet ja istumapaikat on merkitty selkeästi

	1	2	3	4	5	
1. Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5. Täysin samaa mieltä

22.
Kausikorttiasiakkaille on riittävästi etuja kausikortin hankkimiseen

	1	2	3	4	5	
1. Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5. Täysin samaa mieltä

23.

Ottelutapahtumasta jää hyvä kuva ja halu palata

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

24.

KooKoo huomioi kannattajat hyvin

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

25.

KooKoollla on hyvät ja asiakasystävälliset somekanavat

1 2 3 4 5

1. Täysin eri mieltä 5. Täysin samaa mieltä

26. Vapaamuotoisia kehittämiskohteita ottelutapahtuman kehittämiseen tai muuta palautetta

Haastattelurunko Janne Ruonalan KKP:n puheenjohtajan haastatteluun

1. Onko Kuudennen Kenttäpelaajan toiminta riittävän näkyvää?
2. Mikä on tärkeintä kannattajatoiminnassa?
3. Ideoita kannattajatoiminnan kehittämiseen?
4. Toimiiko toiminta itsenäisesti vai tulisiko KooKoo:n olla enemmän mukana KKP:n toiminnassa ja sen tukemisessa?
5. Onko KKP:llä riittävästi etuja ja resursseja uusien jäsenten saamiseen?
6. Onko kannattajille suunnattuja tapahtumia riittävästi?
7. Miten ottelutapahtumaan saadaan paras mahdollinen tunnelma?
8. Ehdotuksia ottelutapahtuman kehittämiseen?
9. Mielenpitoja KooKoo organisaatiosta ja yhteistyöstä