

Festivaalin oheispalveluiden kehittäminen

Laukaan Satama Festival 2019

Tuomas Kallinki

Opinnäytetyö

Kesäkuu 2019

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Restonomi (AMK), matkailun tutkinto-ohjelma

Tekijä(t) Kallinki, Tuomas	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Kesäkuu 2019
	Sivumäärä 52	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Festivaalin oheispalveluiden kehittäminen Laukaan Satama Festival 2019		
Tutkinto-ohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Petra Blinnikka		
Toimeksiantaja(t) Ext Ventures Oy, Laukaan Satama Festival		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Oheispalvelut ovat tärkeä osa tapahtumatuotantoa. Tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa oheispalveluiden merkitystä festivaalikävijöiden asiakaskokemuksessa. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, mitä oheispalveluita asiakkaat haluaisivat käyttää festivaaleilla ja miten kyseisiä oheispalveluita voisi kehittää. Tutkimuksen toimeksiantajana toimi Ext Ventures Oy, ja tutkimus kohdennettiin Laukaan Satama Festival 2018-tapahtumaan ja sen asiakasiin.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena, ja menetelmänä käytettiin verkossa julkaistua kyselyä. Strukturoitujen kysymysten lisäksi kyselyssä oli myös avoimia kysymyksiä, jotta festivaaliasiakkaiden yksityiskohtaiset palautteet huomioitaisiin. Kysely keräsi viikon aikana yhteensä 189 vastausta.</p> <p>Tutkimustuloksista selvisi oheispalveluiden merkitys asiakkaille lisäarvoa tuottavana elementtinä tapahtumassa. Tapahtuma-alueen saavutettavuus, tapahtuman yleinen tunnelma sekä alueen siisteys ja jätehuolto keräsivät paljon positiivista palautetta. Tutkimuksesta selvisi myös, että asiakkaat toivovat laajempaa juomavalikoimaa tapahtumaan. Istumapaikkojen ja pöytäryhmien vähäisyys sai paljon negatiivista palautetta.</p> <p>Tuloksista nousi esiin kokonaisuudessaan monipuolinen tapahtuma, josta asiakkaat pitivät. Tutkimuskysymyksiin sekä tutkimusongelmaan saatiin kattavat vastaukset. Oheispalvelut vaikuttavat positiivisesti asiakaskokemukseen, ja tapahtuman asiakkaat kaipaavat erilaisia aktiviteetteja musiikin kuuntelun ohelle. Avointen kysymysten vastauksista saatiin myös paljon erilaisia kehitysehdotuksia tapahtuman eri osa-alueille.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Festivaali, asiakaskokemus, festivaaliasiakas, kyselytutkimus, kvantitatiivinen tutkimus, oheispalvelut, Laukaa		
Muut tiedot (Salassa pidettävät liitteet)		

Author(s) Kallinki, Tuomas	Type of publication Bachelor's thesis	Date June 2019 Language of publication: Finnish
	Number of pages 52	Permission for web publication: x
Title of publication Further development of ancillary services of the Laukaa Satama Festival 2019		
Degree programme Bachelors degree of tourism and hospitality management		
Supervisor(s) Petra Blinnikka		
Assigned by Ext Ventures Oy, Laukaa Satama Festival		
Abstract <p>Ancillary services are an important part of event production. The purpose of the study was to chart the significance of additional services as the experience of the festival visitors. The aim of the study was to clarify what additional services festival visitors wished to use at the festival, and how these additional services could be developed. The study was assigned by Ext Ventures Ltd and it was targeted to the visitors of the Laukaa Satama Festival 2018.</p> <p>The study was implemented as a quantitative research and the method was a survey published on the internet. The questionnaire contained some structured questions, and in addition, some open-ended questions so that a detailed feedback of the festival visitors could be taken into account. The questionnaire received 189 respondents in one week.</p> <p>The significance of ancillary services became evident as an element which added value to the event. The accessibility of the area, the common atmosphere of the event, tidiness and waste disposal gained a lot of positive feedback. It was also found out that the visitors would have liked to have a more extensive set of different drinks at the event. A small number of seats and tables obtained plenty of negative feedback.</p> <p>The results showed that the event in its entirety was versatile which the visitors liked. Comprehensive responses were obtained to the research questions and the study problem. Ancillary services affected the customer experience positively, and the visitors wished different kinds of activities apart from listening to the music. The responses of the open-ended questions also gave different developmental ideas to different sectors of the event.</p>		
Keywords/tags (subjects) Festival, customer experience, festival customer, survey, quantitative research, additional services, Laukaa		
Miscellaneous (Confidential information)		

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Tutkimusasetelma	3
3	Palveluiden kehittäminen	5
3.1	Tapahtuman määritelmä.....	5
3.2	Laukaan Satama.....	6
3.3	Oheispalvelut.....	7
4	Asiakaskokemus	7
5	Tutkimusprosessi.....	8
5.1	Tutkimusmenetelmä ja aineiston hankinta.....	9
5.2	Aineiston analysointi	10
6	Tutkimustulokset.....	11
6.1	Taustatiedot	11
6.2	Puutteet Satama-festivaaleilla	20
6.3	Tiedotus ja markkinointi.....	28
6.4	Asiakkaiden tyytyväisyys ruokapalveluihin	33
6.5	Osallistuminen seuraaville festivaaleille	36
6.6	Risut & ruusut.....	37
7	Pohdinta.....	40
7.1	Yhteenveto ja kehittämisehdotukset	40
7.2	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi.....	42
	Lähteet	43
	Liitteet.....	44
	Liite 1. Palautekysely festivaalikävijöille	44

Kuviot

Kuvio 1. Vastaajien ikä prosentteina	12
Kuvio 2. Prosenttiosuudet kulkuvälineistä, joilla saavuttiin festivaaleille.....	13
Kuvio 3. Ensisijainen tiedonlähde Laukaan Satama Festivalista.....	29
Kuvio 4. Etukäteen löydetyn tiedon keskiarvot osa-alueittain.....	31
Kuvio 5. Prosenttiosuudet siitä, saivatko asiakkaat mielestään tarpeeksi etukäteistietoa festivaalin oheispalveluista ennen tapahtumaa	32
Kuvio 6. Keskiarvo vastaajien todennäköisyydestä osallistua tämän vuoden Laukaan Satama Festival -tapahtumaan.....	37

Taulukot

Taulukko 1. Asiat, jotka vaikuttivat päätökseen lähteä festareille.....	15
Taulukko 2. Asiakkaiden tyytyväisyys tapahtuman osa-alueista, 1/2	18
Taulukko 3. Asiakkaiden tyytyväisyys tapahtuman osa-alueista, 2/2	19
Taulukko 4. Kuinka tyytyväisiä miehet olivat tapahtuman asiakaspalveluun suhteessa naisiin	20
Taulukko 6. Asiakkaiden tyytyväisyys ruokapalveluiden osa-alueisiin, 1/2	35
Taulukko 7. Asiakkaiden tyytyväisyys ruokapalveluiden osa-alueisiin, 2/2	36

1 Johdanto

Suomessa järjestetään nykypäivänä enemmän tapahtumia kuin koskaan aikaisemmin. Isojen Suomessa järjestettävien tapahtumien onnistuminen on kasvattanut maamme mainetta tapahtumanjärjestäjien keskuudessa ympäri maailmaa. Esimerkkinä laadukkaasta tapahtumasta kotimaassamme toimii Euroviisujen järjestelyvastuu vuonna 2007. Aikaisemmin Suomi oli tunnettu vahvana elämysmatkailukohteena, mutta nykyisten laadukkaiden tapahtumakonseptien vuoksi Suomi kykenee kilpailemaan isojen valtioiden kanssa myös muissa kategorioissa. (Häyrinen 2012, 9.)

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Ext Ventures Oy, joka on tunnettu tapahtumistaan Keski-Suomen alueella. Työ tehtiin Laukaan Satama Festival 2019 -tapahtumaa varten. Tapahtuma on järjestetty ensimmäisen kerran elokuussa 2014, ja se on järjestetty vuosittain samassa paikassa siitä lähtien. Festivaalin musiikkigenre osuu pop- ja rock-musiikin maailmaan sisältäen myös hieman elektronista sekä rap-musiikkia. Festivaali järjestetään tänä vuonna 9. - 10.8.2019 Laukaan satamassa.

Työ sisältää tutkimusongelman määrittelyn, teoreettisen viitekehyksen, tutkimusaineiston keräämisen ja sen analysoinnin sekä tutkimuksen ja tutkimustulosten luotettavuuden arvioinnin.

2 Tutkimusasetelma

Kyseisen opinnäytetyön aiheena on Laukaan Satama -festivaalin oheispalveluiden kehittäminen. Aihe on valittu tutkijan mielenkiinnon kohteiden mukaan ja myös siksi, että tapahtumaan ei ole aiemmin tehty palautekyselyä eikä kyselytutkimusta. Työllä haluttiin kartoittaa tapahtuman oheispalveluiden merkitystä asiakaskunnalle. Tapah-

tumia ei voi ikinä kehittää liikaa, päinvastoin. Autenttiset elämykset ja unohtumattomat muistot asiakkaille luodaan yksityiskohdilla. Artistit vaikuttavat suuresti festivaalikävijöiden kokemukseen, mutta lisäarvoa tuottavat oheispalvelut kruunaavat kokonaisuuden.

Tämä opinnäytetyö toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Kyselytutkimuksesta rajattiin kokonaan ulkopuolelle VIP-asiakkaiden palvelut. Tarkoitus oli keskittyä pelkästään tapahtuman oheistarjonnan laadun kehittämiseen sekä oheispalveluiden tarpeen selvittämiseen lukuun ottamatta VIP-asiakkaille suunnattuja palveluita. Kyselypatteristo muodostettiin Webropol-ohjelman avulla, ja kysely jaettiin julkiseksi opinnäytetyön toimeksiantajan toimesta.

Tutkimusongelmana oli selvittää, vaikuttavatko tapahtuman oheispalvelut onnistuneeseen asiakaskokemukseen. Tutkimuskysymyksiä ovat seuraavat:

1. Mitä oheispalveluita asiakas haluaisi käyttää festivaaleilla?
2. Vaikuttaako oheispalveluiden määrä ja laatu asiakaskokemukseen festivaaleilla?
3. Miten Satama-festivaalin oheispalveluita voitaisiin konkreettisesti kehittää?

Oletusarvo on, että tutkimustuloksista käy ilmi oheispalveluiden tärkeys tapahtumakokonaisuudelle. Asiakkaat haluavat entistä enemmän elämyksiä, ja festivaalin pääpalvelun eli livemusiikin kylkeen täytyy saada jotain värikästä ja tunteita herättävää. Yksityiskohdat voivat hyvinkin olla juuri se juttu, joka jää asiakkaan mieleen positii-viseksi muistoksi koko hänen loppuelämänsä ajaksi.

3 Palveluiden kehittäminen

3.1 Tapahtuman määritelmä

Tapahtumat voivat olla suuria massatapahtumia tai pieniä tilaisuuksia. Niitä voidaan järjestää organisaation sisäisesti tai ulkoisesti. Käsitteenä tapahtuma voi tarkoittaa yleisötilaisuuksia, markkinoita, konsertteja tai esimerkiksi kilpailuita. Kuka tahansa yksityinen henkilö voi järjestää tapahtuman, samoin mikä tahansa organisaatio. Tapahtuma voidaan ostaa palveluna esimerkiksi tapahtumatoimistosta. Tapahtumanjärjestäjät voivat olla myös organisaation sisältä. Tapahtumien tavoite on koota ihmiset yhteen jotain tiettyä tarkoitusta varten johonkin tiettyyn aikaan sekä paikkaan. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015, 7.)

Korhonen ja muut ovat todenneet, että tapahtumat ovat aina ohimeneviä sosiaalisia tilanteita jotka sisältävät aina esimerkiksi taloudellisia tai turvallisuuteen liittyviä riskejä. Tapahtumanjärjestäjän pääprioriteettina onkin järjestää tapahtuma onnistuneesti ilman tapaturmia ja turhia riskejä. Tapahtuma täytyy suunnitella hyvin etukäteen, sillä tapahtumanjärjestäjällä on suuri vastuu. (Korhonen ym. 2015, 7.)

Tapahtumia voidaan kategorisoida eri lajeihin tapahtuman koon, sisällön sekä muodon mukaan. Pienimpiä tapahtumia ovat esimerkiksi paikallisten toimijoiden järjestämät tapahtumat, joiden tavoitteena on yleensä tuottaa viihdearvoa tai mahdollistaa sosiaalista kanssakäymistä ihmisten kesken. Suuret tapahtumat keräävät valtavasti enemmän kävijöitä verrattuna pieniin tapahtumiin, ja yleensä media on isoissa tapahtumissa läsnä. Sisällön perusteella lajitellut tapahtumat voidaan jakaa kolmeen pääkategoriaan, joita ovat urheilutapahtumat, kulttuuri- ja taidetapahtumat sekä liiketoimintaan liittyvät tapahtumat. (Mts. 7.)

Hyvä tapahtuma tarvitsee yhteistyökumppaneita ja yritysyhteistyötä. Käytännössä se tarkoittaa, että jokin toinen yritys auttaa tapahtumanjärjestäjää esimerkiksi markkinoinnissa, ja on myös tapahtumassa paikan päällä osallisena. Tapahtuman yhteistyökumppanit hyötyvät esillä olemisesta, he voivat samalla mainostaa oman yrityksensä tuotteita ja palveluita tapahtuman asiakkaille. (Preston 2012, 8.)

Yhteistyökumppaneiden kanssa pitää sopia pelisäännöt, ja luoda kirjalliset sopimukset esimerkiksi vastuualueista sekä toimijoiden taloudellisesta sitoutumisesta. Myös salassapitosopimus on luotava, jos toimijoiden välillä käsitellään muille kuulumattomia asioita. Sopimusten luominen ja allekirjoittaminen vahvistaa organisaatioiden välisen luottamuksen toisiinsa. (Watt 1998, 18-19.)

3.2 Laukaan Satama

Kuudetta kertaa järjestettävä Laukaan Satama Festival on vakiinnuttamassa asemansa Keski-Suomen loppukesän tapahtumien joukossa (Pänkäläinen 2019).

Tapahtumien nuori ja innokas järjestäjätaho Ext Ventures Oy on laukaalainen yhtiö, joka on perustettu vuonna 2013. Vuonna 2016 Ext Ventures Oy valittiin Laukaan vuoden yritykseksi. Yritys tuottaa myös toista suurta Keski-Suomen festivaalia nimeltään John Smith Rock Festival. Kyseisen festivaalin genre uppoutuu raskaamman musiikin pariin. Laukaan Satama valittiin sisävesien vuoden vierasvenesatamaksi vuonna 2017. (Ext Ventures – Intohimona tapahtumat n.d.)

Yritys pyörittää liiketoimintaansa suurimmaksi osin kesäisin. Alueella sijaitsee pieni kahvila, jonka vieressä on ”Roope-satama”, eli venesatama. Alueen läheisyydessä pystyy pelaamaan esimerkiksi rantalentopalloa, frisbeegolfia sekä minigolfia. Satamasta löytyy myös uimaranta. (Hyvän tuulen Satama 2019.)

3.3 Oheispalvelut

Oheispalvelut ovat erilaisia palveluita, joita voidaan tarjota ydintuotteen lisäksi tai liittää ydintuotteeseen. Yritys voi räätälöidä tarjoamansa palvelun kohderyhmän näköiseksi. Tapahtumissa oheispalveluilla pyritään täyttämään asiakkaiden yksilölliset tarpeet, ja tuotteilla sekä palveluilla pyritään tuottamaan lisäarvoa tapahtuman asiakkaille. (Käsitteitä 1, n.d.) Oheispalvelut tukevat ydinpalvelua, ja yhdessä ne muodostavat asiakkaalle merkityksellisen kokonaisuuden.

Erilaisia tapahtumatyyppejä on useita erilaisia. Tapahtuman järjestäjätaho päättää, minkä tyylinen tapahtuma halutaan järjestää: Uskonnollinen tapahtuma, kulttuuritapahtuma, musiikkitapahtuma, urheilutapahtuma, yksityinen tapahtuma, poliittinen tapahtuma tai esimerkiksi yritystapahtuma (Raj, Rashid & Walters 2013, 12-16). Festivaalitapahtuman ideana on tuottaa teemaan liittyviä palveluita tapahtuman asiakkaille, eli tässä tapauksessa livemusiikkia. Musiikkifestivaalin ydinpalvelua eli livesoitantaa tukee hyvin muun muassa ruoka- ja juomapalvelut.

4 Asiakaskokemus

Asiakkaan kohtaamisen ensimmäinen vaihe on asiakkaan huomioiminen. On ihmisen perustarve tulla nähdyksi, jokainen haluaa huomiota. Asiakaspalvelutilanteessa asiakaspalvelijan on pidettävä palvelualttiutta yllä, jotta asiakas ei luule palvelun olevan välinpitämätöntä. Asiakaskohtaaminen on aina inhimillinen tapahtuma. (Pitkänen 2006, 11.)

Jokainen asiakaskohtaaminen on aina erilainen, ja mikäli se olisi samanlainen, palvelun laatu ei muuttuisi millään tavalla. Asiakkaat ovat yksilöllisiä, ja jokainen asiakas

hakee eri tavalla elämystä saamastaan palvelusta. Asiakaspalvelijan täytyy lukea tilannetta ja palvella asiakasta kyseiseen tilanteeseen sopivalla tavalla. (Pitkänen, 2006, 25.)

Ennakoiva toiminta eli proaktiivisuus on ehdottoman tärkeää asiakaspalvelutilanteissa. Asiakaspalvelijalla on suuri vastuu asiakkaiden asiakaskokemuksesta. Jos asiakas lähtee hyvin mielin pois tilanteesta, on huomattavasti todennäköisempää saada sama asiakas vielä uudestaan asiakkaaksi samaan tilanteeseen. Mikäli asiakkaalle jää huono maku suuhun, hän mahdollisesti pohtii palveluntarjoajan vaihtamista toiseen, joka voisi mahdollisesti olla asiakkaan mielestä laadukkaampi. Näin ollen vastuunotto ja nopea reagointi erilaisiin tilanteisiin ovat erittäin tärkeä osa asiakaspalvelutilannetta. (Mts. 136.)

Jos kaksi yritystä kamppailee samasta asiakkaasta, asiakaslähtöisempi yritys voittaa asiakkaan puolelleen. Saavutettavuus on avainasemassa tässä taistelussa. Se tarkoittaa sitä, että on tavoitettavissa ja että yhteistyö luonnistuu helposti asiakkaan kanssa. Kamppailu asiakkaasta hävitään, mikäli puhelimeen ei vastata, aukioloajat eivät sovi asiakkaiden tarpeisiin tai jos ulkoinen viestintä on puutteellista. Vuorovaikutteisuus tarkoittaa, että jatkuvaa kontaktia ylläpidetään nykyisiin sekä potentiaalsiin asiakkaisiin. Mikäli yritys on saavutettavissa ja vuorovaikutuksen merkitys yrityksen sekä asiakkaan välillä sisäistetään organisaatiossa, on yritys mitä todennäköisimmin voittanut asiakkaan mielenkiinnon suhteessa kilpailevaan yritykseen. (Blomqvist, Dahl, Haeger & Storbacka 1999, 24-25.)

5 Tutkimusprosessi

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitä oheispalveluita Satama-festivaalin asiakkaat pitivät tärkeänä osana festivaalikonaisuutta. Lisäksi tutkimuksella haluttiin

selvittää, vaikuttaako Satama-festivaalin oheispalveluiden määrä ja laatu onnistuneeseen asiakaskokemukseen. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena Webropol-ohjelmistolla luodun asiakastytyväisyyskyselyn avulla, ja kohteena oli Laukaan Satama Festival vuodelta 2018. (Liite 1.)

Tieteellisillä tutkimuksilla ratkotaan muun muassa tutkimuskohteen toimintaperiaatteisiin liittyviä ongelmia. Teoreettisessa tutkimuksessa käytetään jo valmista tietomateriaalia, kun taas empiiriseen tutkimukseen käytetään havainnoivaa tutkimusta. Teoreettisen tutkimuksen perusteella on kehitetty erilaisia menetelmiä havainnoivaa tutkimusta varten, jolloin empiirisessä tutkimuksessa voidaan testata erilaisten hypoteesien eli oletusten toteutuminen. Molemmille tutkimuksille yhteistä on se, että tavoite on sama, eli vastauksien saaminen tutkimusongelmasta muodostettuihin kysymyksiin. (Heikkilä 2008, 13.)

Tätä kokonaisuutta kutsutaan tutkimusotteeksi. Se koostuu tiedonkeruu- ja analyysimenetelmistä, joita ovat määrällinen ja laadullinen tutkimusote. Tässä tutkimuksessa tutkimusongelmaa haluttiin tarkastella kvantitatiivisen tutkimusotteen avulla. Kyselyn vastauksia haluttiin yleistää tutkimuksen merkittävyyden kannalta, joten tutkimusongelmaan haluttiin mahdollisimman monen henkilön mielipide. Tavoitteena ei ollut luoda uusia oheispalveluita kyseessä olevaan tapahtumaan. Tarkoituksena oli selvittää, mitä oheispalveluita pidetään tärkeinä ja lisäarvoa tuottavina palveluina osana asiakaslähtöistä tapahtumaa. Siksi kvalitatiivinen menetelmä ei soveltunut tähän tutkimukseen yhtä hyvin kuin kvantitatiivinen menetelmä.

5.1 Tutkimusmenetelmä ja aineiston hankinta

Empiirisessä tutkimuksessa on melko tavallista kerätä aineisto itse. Mikäli näin toimitaan, on valittava kohderyhmä sekä tiedonkeruumenetelmä suhteutettuna siihen, mikä sopii parhaiten tutkimusongelmasta muodostettuihin kysymyksiin. Erilaisia

vaihtoehtoja tilanteeseen ovat esimerkiksi puhelinhaastattelu, informoitu kysely, joka on henkilökohtaisen haastattelun ja kirjekyselyn välimaastossa, tai suunnitelmallinen kysely eli survey-tutkimus. Survey-tutkimuksen aineiston keräämiseen käytetään tutkimuslomaketta, ja se on erittäin tehokas tapa tiedon keräämiseen, mikäli tutkittavia on paljon. (Heikkilä 2008, 18-19.)

Tässä kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineisto hankittiin Webropol-ohjelmiston avulla.

5.2 Aineiston analysointi

Opinnäytetyön aineistoa analysoitiin suorilla jakaumilla, ristiintaulukoinnilla sekä kvantitatiivisen kyselytutkimuksen eli surveyn avulla. Avoimien kysymysten analysoinnissa käytettiin teemoittelua, koska avointen kysymysten vastauksista haluttiin löytää yhteneväisiä tekijöitä, jotta vastaukset voitaisiin kategorisoida. Toistuvien teemojen myötä avoimia vastauksia on voitu tiivistää ilman, että vastauksien informaatio katoaa. Siksi myös avoimista vastauksista saatiin yleistettävää tietoa.

Avointen kysymysten analysointiin käytetään yleensä laadullisen tutkimuksen menetelmiä, joita ovat esimerkiksi teemoittelu, tyypittely, sisällönerittely, diskurssianalyysi ja keskusteluanalyysi (Karjalainen 2016, 31-32.) Teemoittelu on laadullisen tutkimusanalyysin perusmenetelmä, jossa tarkoituksena on hahmottaa ja yhdistellä aihealueita, jotka toistuvat useampaan kertaan aineistossa (Jyväskylän yliopisto 2016).

Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen analysointia varten on erilaisia ohjelmia, joista SPSS sekä Webropol ovat tunnettuja. Niiden avulla voidaan luoda perusanalyysijä tutkimuksiin. Analyysivaiheessa tarkastellaan suoraa jakaumia, eli mediaaneja, keskiarvoja sekä prosenttijakaumia kyselyn vastauksista. Toinen kätevä analyysimenetelmä on esimerkiksi ristiintaulukointi. (Nyman 2018, 30.)

Ristiintaulukoinnilla voidaan selvittää kahden eri muuttujan välisiä vaikutuksia ja riippuvuuksia toisiinsa. Toinen muuttujista asetetaan sarakemuuttujaksi ja toinen rivi-muuttujaksi. Ristiintaulukon eli kontingenssitaulukon solufrekvenssit kertovat lukijalle, kuinka monta yksilöä aineistossa on tietyillä ominaisuuksilla. (Heikkilä 2008, 210.)

Ristiintaulukoinnilla tarkastellaan ehdollisia jakaumia, eli selitettävän muuttujan jakaumaa tarkastellaan selittävän muuttujan eri luokissa. Analyysissa on hyvä käyttää suhteellista jakaumaa eli prosenttiosuuksien laskemista, koska selitettävän muuttujan arvot eivät jakaudu usein tasaisesti selittävän muuttujan luokkiin. (Ristiintaulukointi 2004).

Tutkimuksen yhteydessä tulee myös mitata tilastollista merkitsevyyttä. Sillä halutaan selvittää, ovatko tutkimuksessa havaitut erot tilastollisesti merkittäviä. Merkittävyyttä kuvataan luvun p-arvolla. Tulosta pidetään merkitsevänä, mikäli p-arvon tulos on alle 0,05. Esimerkiksi sukupuolten välillä olevaa merkitystä voidaan mitata. Sukupuolten välillä ei ole eroavaisuutta, mikäli p-arvo on yli 0,05. (Nyman 2018, 30-31.)

6 Tutkimustulokset

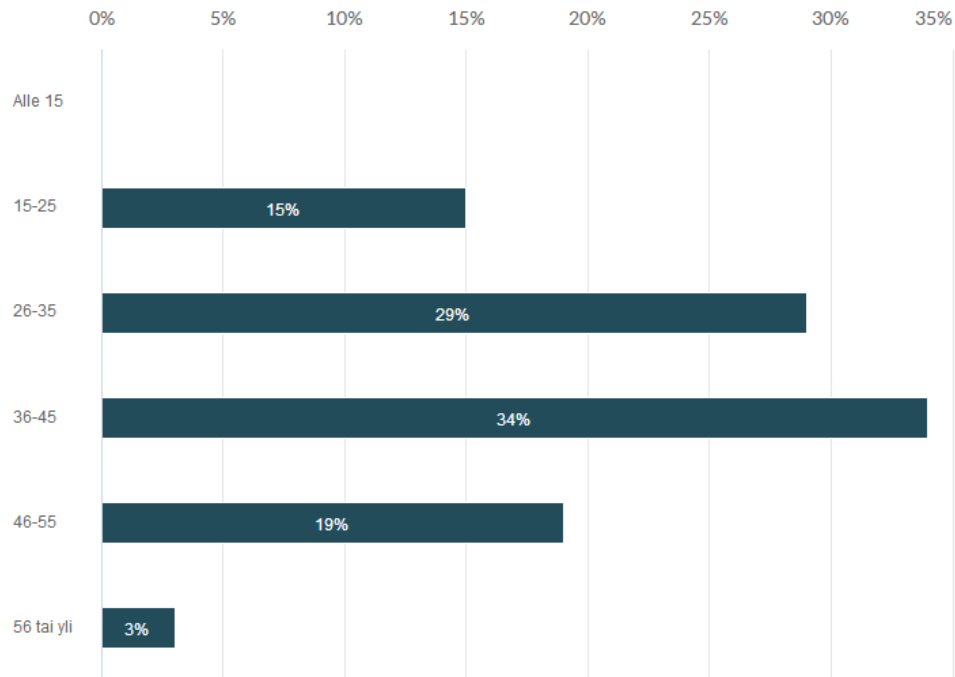
6.1 Taustatiedot

Kyselytutkimukseen vastasi 189 festivaalikävijää. Kuviosta 1 saadaan selville, että vastaajista hieman yli neljäsosa oli miehiä (27 %) ja loput naisia (73 %). Vastaajista yli puolet vastasi asuvansa Laukaassa (56 %) ja alle neljäsosa Jyväskylässä (24 %). Muutosa kyselyyn vastanneista vastasi asuvansa Äänekoskella (5 %), Keuruulla (2 %) ja Saarijärvellä (1 %). Vain 23 festivaalikävijää kertoi tulevansa muualta kuin Keski-Suomesta (12 %).

Vastaajista suurin osa oli 36 - 45-vuotiaita (34 %), ja miltei saman verran vastaajia oli 26 - 35-vuotiaiden ikäryhmästä (29 %). Vastaajista 19 % oli 46 - 55-vuotiaita ja 15 % 15 - 25-vuotiaita. Vain 3 % vastasi olevansa yli 56-vuotiaita.

4. Ikäsi?

Vastaajien määrä: 189

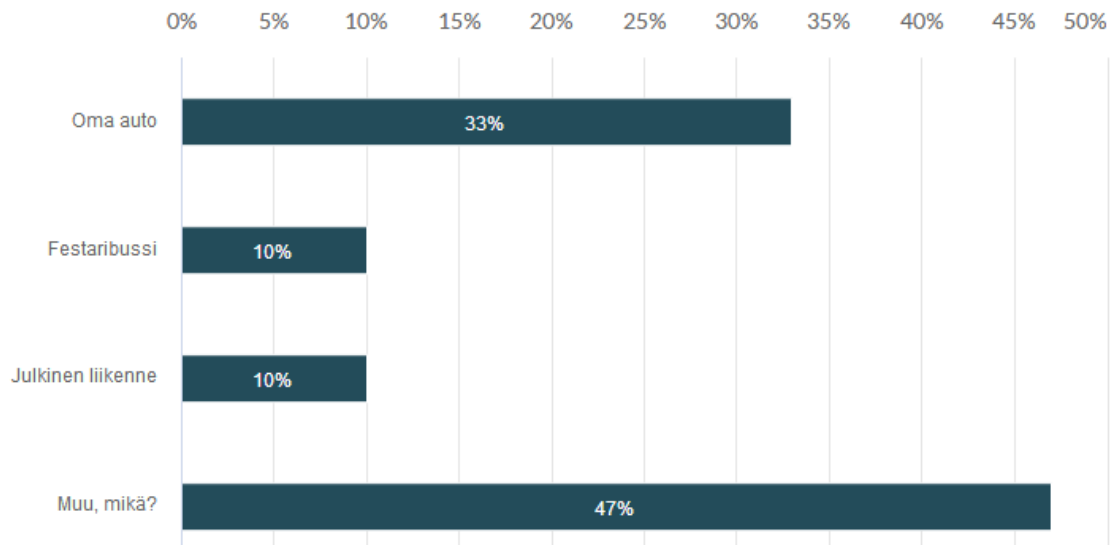


Kuvio 1. Vastaajien ikä prosentteina

Suurin osa vastaajista oli työssäkäyviä (76 %), ja vain pieni osa oli opiskelijoita (14 %). Vastaajista 5 % oli työttömiä. Kyselyyn vastasi vain kaksi eläkeläistä, ja muutama ilmoitti olevansa hoitovapaalla.

Vastaajista 17 % oli ensimmäistä kertaa Satama-festivaaleilla vuonna 2018. Useampana vuonna oli käynyt 66 % vastaajista, ja 12 % oli käynyt vuoden 2017 tapahtumassa. Vain muutama prosentti vastaajista oli käynyt viime vuoden festivaalin lisäksi vuosina 2014 - 2016 järjestetyillä Satama-festivaaleilla.

Omalla autolla tapahtumaan saapui 62 vastaajaa (32,98 %), 9,57 % festaribussilla (n=18) ja 10,11 % (n=19) julkisen liikenteen avulla. Kuviosta 2 näkyy, että melkein puolet vastanneista (n=89) vastasi kysymysvaihtoehdon ”muu, mikä?” ja heistä suurin osa vastasi tulleensa kävellen. Kimppakyyti oli mainittuna joissain vastauksissa, lisäksi muutamia vastauksia oli kerännyt polkupyörä ja taksi. Yksi kyselyyn vastannut oli saapunut tapahtumaan veneellä.



Kuvio 2. Prosenttiosuudet kulkuvälineistä, joilla saavuttiin festivaaleille

Festivaalilippu

Festivaalilipun ostamisen ajankohdat jakautuivat hyvin tasaisesti kahta vaihtoehtoa lukuun ottamatta. Vastaajista 43 % osti lipun alle 1 kk ennakkoon ja 27 % 1 - 3 kk ennakkoon. Vastaajista 7 % osti lippunsa yli 6 kk ennakkoon, 7 % 4 - 6 kk ennakkoon. Vastaajista 8 % osti lippunsa tapahtumapäivinä portilta, ja 7 % vastaajista sanoi, ettei

ostanut lainkaan lippua tapahtumaan. Vain yksi vastaajista oli töissä kyseisessä tapahtumassa. Kahden päivän peruslippu oli selvästi suosituin ostos muihin lippuihin verrattuna (58 %). Toiseksi ostetuin lippu oli lauantain peruslippu (22 %). Vastaajista 9 % hankki perjantain peruslipun, 8 % kahden päivän VIP-lipun, ja vain muutamalla vastaajalla oli yksittäisen päivän VIP-liput joko perjantaille tai lauantaille.

Kysymys, ”mitkä seikat vaikuttivat päätökseesi lähteä festareille”, oli matriisikysymys. Vastausvaihtoehtoja oli asteikolla yhdestä kuuteen, jossa 1=ei vaikutusta, 5=hyvin paljon vaikutusta ja 6=en osaa sanoa.

Yli puolet vastaajista sanoi artistikattauksella olevan hyvin paljon vaikutusta festivaaleille lähtemiseen (54,5 %). Myös kavereiden osallistuminen tapahtumaan vaikutti huomattavasti päätökseen (53,97 %). Vastaajista 46,56 % kokivat tapahtuma-alueen saavutettavuudella olevan suuri merkitys. Lähes samoihin tuloksiin pääsivät tapahtuman sopiva ajankohta (42,86 %), tapahtuman miljöö (40,96 %) sekä tapahtumassa käymisen perinne (40,43 %). Juomapalveluiden merkitys keräsi tasaisen määrän vastauksia jokaiseen vastausvaihtoehtoon. Suurin osa vastaajista vastasi, ettei fanituotemyynnillä ole minkäänlaista vaikutusta päätökseen lähteä festivaaleille (84,04 %). Yli kolmasosa oli sitä mieltä, ettei myöskään ruokapalveluilla ole vaikutusta päätökseen (35,45 %).

Kysymyksen ”muu, mikä” avoin vastauskenttä keräsi 34 vastausta, joista syiksi festivaaleille lähtemiseksi nousivat eniten esiin tapahtuman yleinen tunnelma, kattava kokonaisuus, sää, tuttujen tapaaminen, virikeseteleiden käyttäminen sekä ilmaiset liput tapahtumaan.

Taulukko 1. Asiat, jotka vaikuttivat päätökseen lähteä festareille

	1. Ei vaikutusta	2.	3.	4.	5. Hyvin paljon vaikutusta	6. EOS	Yhteensä	Keskiarvo	Mediaani
Artistikattaus	16	6	29	34	103	1	189	4,08	5
	8,47%	3,17%	15,34%	17,99%	54,5%	0,53%			
Sopiva ajankohta	22	6	26	52	81	2	189	3,9	4
	11,64%	3,17%	13,76%	27,51%	42,86%	1,06%			
Kaverit osallistuivat myös	23	14	15	34	102	1	189	3,96	5
	12,17%	7,41%	7,93%	17,99%	53,97%	0,53%			
Tapahtuman miljöö	20	10	25	54	77	2	188	3,87	4
	10,64%	5,32%	13,3%	28,72%	40,96%	1,06%			
Fanituotemyynti	158	14	8	3	4	1	188	1,32	1
	84,04%	7,45%	4,25%	1,6%	2,13%	0,53%			
Juomapalvelut	35	21	39	45	44	5	189	3,3	3
	18,52%	11,11%	20,63%	23,81%	23,28%	2,65%			
Tapahtumassa käymisen perinne	44	13	19	34	76	2	188	3,48	4
	23,4%	6,91%	10,11%	18,09%	40,43%	1,06%			
Tapahtuma-alueen saavutettavuus	19	6	21	53	88	2	189	4,01	4
	10,05%	3,18%	11,11%	28,04%	46,56%	1,06%			
Ruokapalvelut	67	31	44	31	14	2	189	2,47	2
	35,45%	16,4%	23,28%	16,4%	7,41%	1,06%			
Muu, mikä?	20	2	1	4	29	36	92	4,39	5
	21,74%	2,17%	1,09%	4,35%	31,52%	39,13%			
Yhteensä	424	123	227	344	618	54	1790	3,43	4

Tapahtuman oheispalvelut

Kysymys, ”kuinka tyytyväinen olet seuraaviin”, oli matriisikysymys. Vastausvaihtoehtoja oli asteikolla yhdestä kuuteen, jossa 1=erittäin tyytymätön, 5=erittäin tyytyväinen ja 6=en osaa sanoa.

Melkein kolmasosa kyselyyn vastanneista oli vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen festivaalibusseihin (30,16 %). Suurin osa oli kuitenkin valinnut vastauksen ”en osaa sanoa” (59,79 %). Pysäköinti tapahtumassa jakoi mielipiteitä tasaisesti, mutta suurin osa oli vastannut kysymykseen ”en osaa sanoa” (65,61 %). Vastaajista 65,08 % kertoi olleensa erittäin tyytyväinen tapahtuma-alueen sijaintiin sekä saavutettavuuteen.

Kukaan vastaajista ei ollut täysin tyytymätön tapahtuman infopisteeseen. Viidesosa oli erittäin tyytyväinen (20,11 %). Vastaajista 31,75 % kertoi olevansa vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen ja melkein puolet eivät osannut sanoa, ovatko he tyytyväisiä infopisteeseen (45,5 %). Tyytyväisyys puhelimien latauspisteeseen keräsi 5 - 12 % vastaajista jokaiseen vastausvaihtoehtoon lukuun ottamatta vaihtoehtoa ”en osaa sanoa”, joka keräsi 57,14 % vastauksista (n=108).

Tapahtuman asiakaspalvelu ei myöskään kerännyt yhtään vastausta kohtaan ”erittäin tyytymätön.” Vastaajista 84,65 % oli vähintään kohtuullisen tyytyväinen asiakaspalveluun tapahtumassa. Vain yksi vastaaja (0,53 %) oli erittäin tyytymätön tapahtuman ensiapupalveluihin. Vastaajista 66,14 % (n=125) ei osannut sanoa, ovatko he tyytyväisiä tapahtumassa järjestettävään ensiapuun. Tyytyväisyys inva-palveluihin keräsi jokaiseen vastausvaihtoehtoon 1 - 6 % vastauksista lukuun ottamatta vaihtoehtoa ”en osaa sanoa”, joka sai 81,48 % vastauksista (n=154).

Suurin osa vastaajista oli vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen tapahtuman artisteihin (77,25 %), ja vain muutama vastaaja oli niihin täysin tyytymätön (1,53 %). Kukaan vastaajista ei ollut täysin tyytymätön festivaalialueeseen, tapahtuman yleiseen tunnelmaan sekä alueen turvallisuuteen. Vastaajista 68,25 % oli tunnelmaan täysin tyytyväinen. Täysin tyytyväisiä festivaalialueeseen oli 59,26 % vastaajista (n=112) ja alueen turvallisuuteen 51,85 % vastaajista (n=98).

Vastaajista 73,54 % oli vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen tapahtuman juomatarjontaan. Vain viisi vastaajaa oli täysin tyytymätön (2,65 %) ja 10 vastaajaa melko tyytymätön (5,29 %) juomatarjontaan. Kukaan vastaajista ei ollut täysin tyytymätön tapahtuman ruokatarjontaan, ja 63,49 % oli vähintäänkin kohtuullisen tyytyväisiä ruokatarjontaan. Melkein puolet vastanneista eivät osanneet sanoa tyytyväisyyttään kiertävään myyntikärryyn, josta myytiin olutta (49,21 %). Vastaajista 34,39 % olivat vähintäänkin kohtuullisen tyytyväisiä myyntikärryyn. Vastaajista 70,37 % eivät osanneet sanoa, ovatko tyytyväisiä erikoisruokavaliotarjontaan (n=133). Vain yksi vastaaja oli täysin tyytymätön (0,53 %) ja neljä vastaajaa melko tyytymätön (2,12 %) erikoisruokavalioiden huomioimiseen tapahtumassa.

Vastanneista 74,6 % oli vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen tapahtuman jätehuoltoon ja kierrätykseen. Vain yksi vastaaja oli erittäin tyytymätön (0,53 %) ja neljä vastaajaa melko tyytymätön (2,12 %) jätehuoltoon ja kierrätykseen. Tyytyväisyys WC-tiloihin oli suurin piirtein samaa luokkaa. Vastaajista 71,96 % olivat vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen saniteettitiloihin, ja vain 15 vastaajaa oli melko tyytymätön tai erittäin tyytymättömiä (7,93 %). Kukaan vastaajista ei ollut täysin tyytymätön vesipisteeseen, ja 71,43 % kokivat olevansa siihen vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen.

Suurin osa vastaajista ei osannut sanoa mielipidettään benjihypystä sekä nosturibaarista. Nosturibaari eli Sky-bar keräsi 128 vastausta (67,73 %) kohtaan ”en osaa sanoa”, ja vastaava kohta benjihyppyyn keräsi 134 vastausta (70,9 %). Noin neljäsosa (24,33 %) vastasi kuitenkin olevansa vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen nosturibaariin. Noin viidesosa (19,58 %) kertoi olleensa vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen mahdollisuuteen hypätä benjihyppy.

Tapahtuman yleinen hintataso jakoi vastaajien mielipiteitä. Suurin osa (37,04 %) vastasi olevansa kohtuullisen tyytyväinen hintatasoon. Vastaajista 31,22 % vastasi yleiseen hintatasoon vaihtoehdon kolme, eli tyytyväisen ja tyytymättömän välimaaston.

Vastaajista 61,38 % vastasi olevansa vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen tapahtuman lippujen hintaan. Vain kaksi vastaajaa (1,06 %) sanoi olevansa erittäin tyytymätön ja 16 vastaajaa (8,47 %) melko tyytymätön festivaalin lippujen hintaan.

Melkein puolet vastaajista oli erittäin tyytyväinen tapahtuman markkinointiin (49,73 %). Kukaan vastaajista ei ollut tiedottamiseen ja markkinointiin täysin tyytymätön. Vain yksi vastaaja (0,53 %) oli täysin tyytymätön ja yksi vastaaja (0,53 %) melko tyytymätön tapahtuman aikana tapahtuvaan informointiin. Vastaajista 75,66 % (n=143) oli vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen tapahtuman aikana tapahtuvaan tiedottamiseen.

Taulukko 2. Asiakkaiden tyytyväisyys tapahtuman osa-alueista, 1/2

	1. Erittäin tyytymätön	2.	3.	4.	5. Erittäin tyytyväinen	6. EOS	Yhteensä
Festari bussit	0	4	15	13	44	113	189
	0%	2,11%	7,94%	6,88%	23,28%	59,79%	
Info-piste	0	5	25	35	38	86	189
	0%	2,64%	13,23%	18,52%	20,11%	45,5%	
Juomatarjonta	5	10	27	78	61	8	189
	2,65%	5,29%	14,29%	41,27%	32,27%	4,23%	
Kiertävä myyntikärry	2	6	23	24	41	93	189
	1,06%	3,17%	12,17%	12,7%	21,69%	49,21%	
Tapahtuman jätehuolto- ja kierrätys	1	4	25	60	81	18	189
	0,53%	2,12%	13,23%	31,74%	42,86%	9,52%	
WC-tilat	5	10	34	76	60	4	189
	2,64%	5,29%	17,99%	40,21%	31,75%	2,12%	
Alueen turvallisuus	0	2	15	66	98	8	189
	0%	1,06%	7,94%	34,92%	51,85%	4,23%	
Skybar	0	2	13	17	29	128	189
	0%	1,06%	6,88%	8,99%	15,34%	67,73%	
Benji	1	5	12	10	27	134	189
	0,53%	2,64%	6,35%	5,29%	14,29%	70,9%	
Vesipisteet	0	5	29	57	78	20	189
	0%	2,65%	15,34%	30,16%	41,27%	10,58%	
Lännen latauspiste	11	11	16	23	20	108	189
	5,82%	5,82%	8,47%	12,17%	10,58%	57,14%	
Ruokatarjonta	0	11	43	69	51	15	189
	0%	5,82%	22,75%	36,51%	26,98%	7,94%	

Taulukko 3. Asiakkaiden tyytyväisyys tapahtuman osa-alueista, 2/2

<u>Tapahtuma-alueen sijainti/saavutettavuus</u>	2	9	16	37	123	2	189
	1,06%	4,76%	8,46%	19,58%	65,08%	1,06%	
<u>Bändit</u>	3	10	29	60	86	1	189
	1,59%	5,29%	15,34%	31,75%	45,5%	0,53%	
<u>Asiakaspalvelu</u>	0	2	17	65	95	10	189
	0%	1,06%	9%	34,39%	50,26%	5,29%	
<u>Inva-palvelut</u>	3	4	9	8	11	154	189
	1,59%	2,12%	4,76%	4,23%	5,82%	81,48%	
<u>Erytysruokavaliot</u>	1	4	14	20	17	133	189
	0,53%	2,12%	7,41%	10,58%	8,99%	70,37%	
<u>Yleinen tunnelma</u>	0	1	7	50	129	2	189
	0%	0,53%	3,7%	26,46%	68,25%	1,06%	
<u>Pysäköinti</u>	3	12	27	11	12	124	189
	1,59%	6,35%	14,28%	5,82%	6,35%	65,61%	
<u>Tiedotus ja markkinointi</u>	0	5	16	60	94	14	189
	0%	2,64%	8,47%	31,75%	49,73%	7,41%	
<u>Lipun hinta</u>	2	16	50	71	45	5	189
	1,06%	8,47%	26,45%	37,57%	23,81%	2,64%	
<u>Tapahtuman yleinen hintataso</u>	3	19	59	70	33	5	189
	1,59%	10,05%	31,22%	37,04%	17,46%	2,64%	
<u>Festivaalialue</u>	0	1	13	61	112	2	189
	0%	0,53%	6,88%	32,27%	59,26%	1,06%	
<u>Festivaalin aikainen informointi</u>	1	1	21	68	75	23	189
	0,53%	0,53%	11,11%	35,98%	39,68%	12,17%	
<u>EA-palvelut</u>	1	0	11	19	33	125	189
	0,53%	0%	5,82%	10,05%	17,46%	66,14%	
Yhteensä	44	159	566	1128	1493	1335	4725

Ristiintaulukointi

Ristiintaulukointia käyttämällä tutkimuksessa haluttiin selvittää yhteys kahden muuttujan välillä; asiakkaiden tyytyväisyys tapahtuman asiakaspalveluun sekä asiakkaiden sukupuoli. Alla olevasta taulukosta saadaan selville, että esimerkiksi kysymyksen vaihtoehdon 5. (erittäin tyytyväinen) oli valinnut 32 miestä ja 63 naista. Kukaan kyseleyn vastanneista miehistä ei ollut vastannut vaihtoehtoa 6. (en osaa sanoa), jokainen kohtaan vastannut oli naispuolinen henkilö (n=10).

Analytiikkaohjelma Webropol laski kysymysten ristiintaulukoinnin p-arvon, ja tulokseksi muodostui $p=0,731$. Tulos on isompi kuin 0,05 joten tästä voidaan todeta, että tutkimustuloksissa sukupuoli ei ole merkitystä suhteessa asiakkaiden tyytyväisyyteen tapahtuman asiakaspalveluun liittyen.

Taulukko 4. Kuinka tyytyväisiä miehet olivat tapahtuman asiakaspalveluun suhteessa naisiin

	All	Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin: Asiakaspalvelu											
		1. Erittäin tyytymätön		2.		3.		4.		5. Erittäin tyytyväinen		6. EOS	
		%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Sukupuolesi?	N=189		N=0		N=2		N=17		N=65		N=95		N=10
: Mies	26,98		0	50	1	17,65	3	23,08	15	33,68	32	0	0
: Nainen	73,02		0	50	1	82,35	14	76,92	50	66,32	63	100	10
: Muu	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

6.2 Puutteet Satama-festivaaleilla

Avoimella kysymyksellä, ”mitä jäit kaipaamaan festareilta”, haluttiin saada tapahtuman asiakkailta yksityiskohtaisia puutteita ja kehitysehdotuksia kuhunkin osa-alue-

seen liittyen. Avoimilla kysymyksillä saadaan syvyyttä ja asiakkaan näkemystä oheispalveluihin liittyvistä asioista. Kysymys ei ollut pakollinen. Vastaajien määrä kysymykseen oli 103 ja erillisten vastausten lukumäärä oli 236.

Fanituotemyynti

Fanituotemyynti sai vain kolme vastausta. Lävistyskojua ehdotettiin tuotemyynnin yhteyteen, ja plektroja kaivattiin myyntiin muiden tuotteiden ohelle. Yksi vastaaja sanoi, että koko fanituotemyynti saisi poistua festivaaleilta, koska sille ei ole käyttöä.

Ruokapalvelut

Ruokapalveluiden puutteet keräsivät 30 erilaista vastausta. Eniten esiin nousivat monipuolisempi tarjonta, luomuruoka sekä vegaaniset vaihtoehdot, gluteeniton tarjonta, terveellisemmät vaihtoehdot, pitsaa burgereiden tilalle sekä pienempien annoksien mukaan ottaminen valikoimiin.

Jotain edullisempaa, pientä vaihtoehtoa. Esim. Täytetty sämpylä tai muu leipä. Hedelmiä.

Ymmärrettävää että kyseessä on pieni festivaali, mutta minulle itselle festivaalin tekee hyvä ruoka. Onhan tämänkin maan päällä paljon muutakin hyvää kuin makkaraperunat! (esimerkkinä toimikoon vaikka Ruisrock ja melkein kokonaan vuosittain vaihtuva ruokapalvelukattaus).

Enemmän tietoa erityisruokavalioista.

Festivaalialue

Festivaalialue keräsi 18 avointa vastausta. Useassa vastauksessa mainittiin istumatilojen ja pöytäryhmien vähäisyys. Kommenteissa mainittiin muun muassa erilaiset istuma-alueet, joissa olisi esimerkiksi säkkituoleja. Sateensuojia toivottiin myös muualle kuin VIP-alueelle. Myös vessojen lukumäärän lisääminen sekä miehille että naisille mainittiin useamman kerran, ja lavan läheisyyteen kaivattiin myös saniteettitiloja. Tapahtuma-alueen koristelua sekä aluetaidetta eli visuaalista ilmettä kaivattaisiin alueen piristämiseksi. Anniskelualueita toivottiin lähemmäksi esiintymislavaa.

Vesipisteitä lisää tai ainakin enemmän näkyville. Anniskelualue liian kaukana lavasta. Hassu sijoittelu alueelle.

Vesipullojen täyttöpiste vaikeassa paikassa apuvälineen käyttäjille.

WC-koppeja voisi naisten puolella olla reilusti lisää ja puhtaus niissä huonoa, normaali puolelle katosmahdollisuutta jos vettä sataa.

Aluetaide olis jees, visuaalinen puoli jäänyt unholaan.

Myös useampia vesipisteitä kaivattaisiin alueelle. Muutamassa avoimen kentän kommentissa mainittiin alueen äänentoiston laatu, kaiuttimia saisi olla muualakin kuin lavan välittömässä läheisyydessä. Artistien välinen taukomusiikki saisi kuulua myös muuallakin kuin lava-alueella.

Missä on kaikki festivaalitaide?

WC-alueelle lisää valoja, yöllä on elokuussa jo niin pimeää varsinkin jos on pylvistä.

Myyntipalvelut

Myyntipalvelut keräsivät yhteensä 18 kommenttia. Eniten nousi esiin tarve useammalle kiertävälle myyntikärrylle, joissa olisi myynnissä muutakin kuin olutta. Tiskeillä oli joidenkin kommenttien mukaan liikaa jonoa, ja punaviini loppui kesken. Alkoholittomien vaihtoehtojen vähäisyys harmitti muutamaa vastaajaa.

Juomakojuja lisää kiitos! Ja lisää myyntikärryjä.

Ehkä isompi myyntikärry tai laajempi valikoima, tai vaikka toinen kärry kiertämään!

Majoituspalvelut

Vastauksista kävi ilmi, että asiakkaat toivovat alennuksia hotellien majoituspalveluista lipun ostaneille. Leirintämahdollisuuden uupuminen oli mainittuna useassa vastauksessa, joita tuli yhteensä 10 kappaletta.

Leirintäalue olisi loistava idea.

Harmi, kun ei ole mahdollisuutta leirintään.

Alueen siisteys ja jätehuolto

Alueen yleinen siisteys ja tapahtuman aikainen jätehuolto keräsivät 13 vastausta avoimeen kysymykseen. Useat vastaajista toivoivat enemmän roskakoreja alueelle. Myös jätteiden lajittelu vaatisi selkeyttä. WC-tilojen puhtaanapito saisi olla parempaa. Useita kommentteja sai myös pullojen, lasien sekä tölkkien keräyspantti, jossa

tyhjää pulloa/tölkkiä vastaan saisi rahaa tiskiltä. Myös paperittomuus mainittiin kommentteissa.

En tiedä oliko viime vuonna käytössä sama kuin popeilla että tölkin palautuksesta sai 2e pantin ja kun haki uuden juoman niin tyhjä palautettiin. Ei ryntääntyneitä tölkkejä pitkin poikin.

Tyhjien tölkkien keräyspantti, koska ikävästi pitkin nurmikkaa löytyy muovimuksia ja tölkkejä.

Käsienpesupisteellä oltava paperia aina. En muista oliko jo viime vuonna, mutta paperiteline ja ahkeraa täyttöä. Ikävä kuivata vaatteisiin. Muuten priimaa!

Mobiiliapplikaatio

Mobiiliapplikaatio sai 8 kommenttia kyselyyn vastaajilta. Heistä jokainen olisi valmis lataamaan tapahtuman applikaation, mikäli sieltä löytyisi kootusti kaikki tarvittava, kuten esimerkiksi artistien esiintymisaikataulut, tapahtumakartta sekä tapahtuman ruokapalveluiden tarjoajien ruokalistat.

App missä olisi koko ajan aikataulut, tilanne (kuka esiintyy, mitä seuraavaksi), kuvia ym voisi olla kiva. Ei vaikuttaisi osallistumiseeni, mutta voisi olla ektraa.

Olis hyvä käyttää appia tapahtumassa missä näkyy kaikki tarvittava.

Festaribussit

Festaribussien kulkeminen keräsi 10 vastausta avoimeen kohtaan. Palautteista kävi ilmi, että bussit olisivat saaneet kulkea useammin sekä useampaan kohteeseen. Lisäksi bussikuljetuksista tiedottamista pitäisi tehostaa.

Lisää infoa etukäteen näistä. Kuulin itse busseista vasta päästyäni paikan päälle.

Lievestuoreelle kans kiertävä festaribussi!

Meinasin kirjoittaa Festivaalibussi-osioon, mutta en ole koskaan moisella kulkenut joten menköön tähän. Itse Lievestuoreelta kulkevana kaipaisin jotain yhteistyötä esim. paikallisten taksikuskien kanssa, sillä täältä Laukaan Satamaan saati takaisin käy kyyti kovin kalliiksi - ja hankalaksi saada. Jos on satamafestareille halunnut on täytynyt itse ajaa tai heittää kaveriporukan kesken kolikkoa. Ymmärrän että Jyväskylän suunnasta asiakasvirta on paljon suurempi, mutta tämän kylän kokoon nähden hyvin moni on kiinnostunut teidän festarista ja aikoo jopa sinne tullakin. Joten heittäisin ajatuksen Lievestuore-Laukaa yhteiskuljetuksesta ilmoille. Itseä henkilökohtaisesti kiinnostaisi kovin tänä vuonna tulla juhlimaan ja nauttimaan hyvästä musiikista, mutta kyyti on ikuinen ongelma.

Aktiviteetit

Avoimeen kohtaan vastasi 16 vastaajaa. Palautteista kävi ilmi, että artistien esiintymisten välille kaivattaisiin organisoitua ohjelmaa. Maininnan saivat muun muassa sumopaini, kasvomaalaus, onnenpyörä, kädenvääntöpiste, kaljajooga, erilaiset kilpailut, lävistyskoju (mainittuna useampaan otteeseen) sekä jättinyrkkeily.

Kilpailuja joista voi voittaa lipun seuraavan vuoden festareille.

Kasvomaalausta ja rulettia/onnenpyörää/sumopainii, jotain kivaa!!

Lävistyskoju esim fanituotemyynnin yhteyteen.

Juomavalikoima

Juomavalikoiman laajuus keräsi kaikista eniten kommentteja, yhteensä 39 kappaletta. Siideritarjontaa saisi lisätä, pienpanimoiden oluita pitäisi olla enemmän tarjolla ja kuohuviiniä saisi olla tarjolla pulloittain. Punaviini loppui viime vuoden tapahtumasta kesken. Muitakin alkoholittomia tuotteita haluttaisiin myyntiin veden ja limsan lisäksi, useamman kerran mainittiin alkoholittomien tuotteiden lisääminen. Muuttamat vastaajat kaipaivat erilaisia juomatarjouksia, viskiä, rommia sekä anisviinoja myyntiin.

Lähinnä juomatarjoukset uupuu, osta neljä maksa kolme tms.

Enemmän siidereitä valikoimaan kuin perus kuiva tai makea.

Pienpanimotuotteita lisää yms. Samalla tavalla mon.puolinen tarjoilu kuin John Smith –festareilla.

Gluteenittomien oluiden vähyys ja viinien vähyys.

Olutta ja siideriä voisi olla useampaa merkkiä.

Viime vuonna loppui kesken osa, aiempina vuosina en muista vastaavaa ongelmaa.

Istumapaikat

Istumapaikkojen vähäisyys herätti paljon huomiota vastaajissa, kyseinen kohta keräsi 36 avointa vastausta. Myös pöytäryhmien lisäämiselle olisi tarvetta. Istuma- ja seisomapaisteitä kaivattaisiin huomattavasti enemmän tapahtuma-alueelle. Kommenteissa mainittiin muutaman kerran myös ”istumanurkkaukset”, joissa olisi esimerkiksi useita säkkituoleja.

Näitä lisää, aiemmin olleet aina varattuja juomatelttojen "takana".

Peruslippulaisille istumapaikkoja. Esim. Ihan vaan pitkiä riukuja siellä täällä.

Ei haittais vaikka olis muuallakin kun anniskelu ja vip alueella.

Enemmän, vaikka vilttejä joita voi vuokrata ja sit istua nurmikolla.

Enemmän pöytäryhmiä+istumapaikkoja, vaikka sellasia fatboy-tyyppisiä.

Kaikkialla oli aina täyttä niin ei päässyt istumaan vaikka olisi halunnut...

Tapahtuman turvallisuus

Vain kolme vastaajaa kommentoi alueen turvallisuuteen liittyviä seikkoja. Järjestyksenvalvoja kaivattaisiin hiukan enemmän valvomaan tapahtuman kulkua.

JV-kortillisia valvomaan tapahtumaa, heitä ei ole ikinä liian vähän.

Muut huomiot

Pieni osa vastaajista (n=21) kommentoi avointa kohtaa, ”muu, mitä”, ja esiin nousi muun muassa parkkitilan vähäisyys, tapahtuman esiintyjien julkaisuajankohdan aikaistaminen sekä esiintyjien heikko laatu. Oheispalveluista haluttaisiin myös infoa tapahtuman verkkosivuille. Myös ilmaisten lippujen arvonta sai muutaman kommentin.

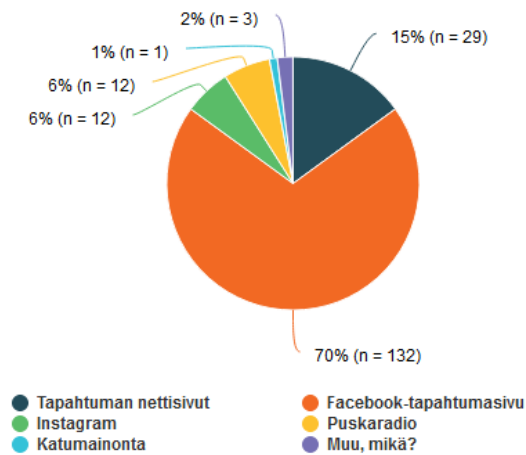
Mahdollisimman monipuolinen ruokailuvalikoima, viime vuonna oli jo kohtuu hyvä. Plussaa siitä että voi syödä paikan päällä muutakin kuin ranskalaiset ja nakit. Tiedottaminen esiintyvistä artisteista tulevalle kesälle kestää liian kauan. Mikä idea pitkittää ja kertoa yksi kerrallaan? Vaarana ostaa jonkun muun samaan aikaan olevan tapahtuman liput jotka julkaisseet tiedot ajoissa.

Invapaikka ei ole läheskään niin hyvä kuin John Smithissä.

Esiintyjien ilmoittaminen millä päivällä jo aikaisemmin.

6.3 Tiedotus ja markkinointi

Suurin osa kyselyyn vastanneista oli saanut tapahtumasta ensisijaisesti tietoa Facebookin tapahtumasivulta (70 %). Kuviosta 3 selviää, että 15 % vastaajista käytti tiedonlähteenään tapahtuman verkkosivuja, 6 % Instagramia sekä puskaradiota ja 1 % katumainontaa. Vastauksen ”muu, mikä” oli valinnut kolme vastaajaa. Heidän ensisijainen tiedonlähteensä tapahtumaan liittyen olivat paikallislehti sekä ystävät.



Kuvio 3. Ensisijainen tiedonlähde Laukaan Satama Festivalista

Kysymys, ”miten hyvin löysit etukäteen tietoa seuraavista”, oli matriisikysymys, eli vastausvaihtoehtoja oli asteikolla yhdestä viiteen, jossa 1=erittäin huonosti ja 5=erittäin hyvin.

Vastaajista 76,72 % (n=145) sanoi löytäneensä erittäin hyvin tietoa alueen sijainnista, ja 73,02 % vastaajista (n=138) löysi tapahtumassa esiintyvistä artisteista etukäteen erittäin hyvin tietoa. Vastaajista 69,31 % löysi erittäin hyvin lippujen hinnat ja 115 vastaajaa (60,85 %) aikataulut. Kukaan vastaajista ei valinnut vaihtoehtoa 1. (erittäin huonosti) tapahtuma-alueen sijaintiin, artisteihin, lipun hintaan tai aikatauluihin liittyen, kun kysymyksenä oli etukäteistiedon löytäminen.

Yli 100 vastaajaa (53,44 %) löysi erittäin hyvin tietoa VIP-lipuista ennen tapahtumaa ja 45 vastaajaa (23,81 %) kohtuullisen hyvin. Vain murto-osa löysi VIP-lipuista etukäteisinformaatiota kohtalaisen huonosti tai erittäin huonosti (n=10).

Etukäteistiedon löytyminen tapahtuman oheistoiminnasta jakoi hyvin paljon vastaajien mielipiteitä. Suurin osa vastasi neutraalin vastausvaihtoehdon 3. (31,75 %), ja 40,21 % vastasi löytäneensä etukäteen tietoa oheistoiminnasta vähintäänkin kohtalaisen hyvin. Vastaajista 28,04 % vastasivat löytäneensä tietoa aiheesta joko kohtalaisen huonosti tai erittäin huonosti.

Kyselyyn vastanneista 54,5 % (n=103) kertoi löytäneensä erittäin hyvin tietoa tapahtuman yleisinformaatiosta. Neljäsosa vastaajista (25,4 %) kertoi löytäneensä yleistä informaatiota kohtuullisen hyvin, ja vain kuusi vastaajaa (3,17 %) kohtalaisen huonosti tai erittäin huonosti.

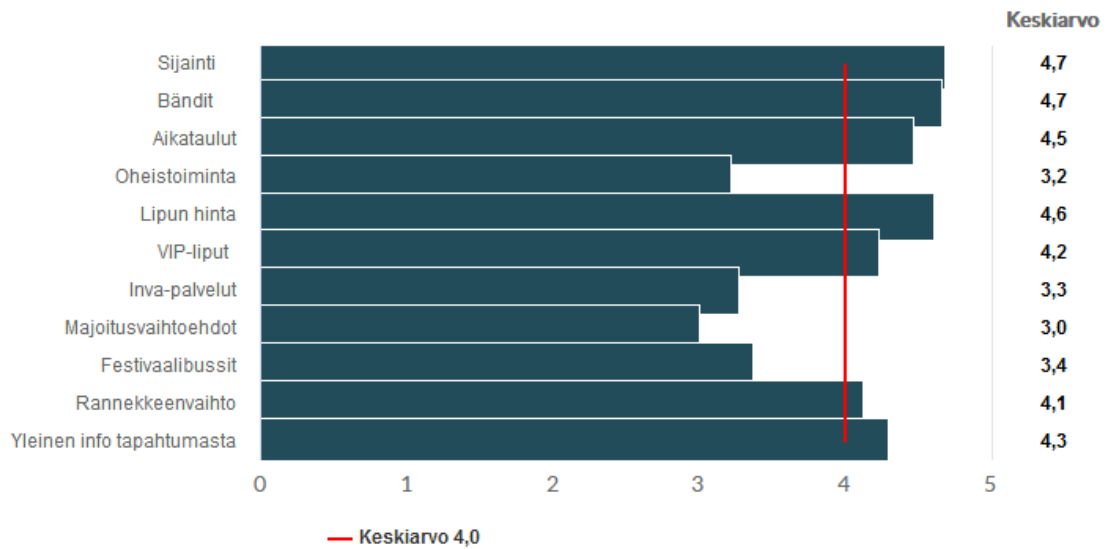
Vastaajista 77,78 % löysi vähintäänkin kohtuullisen hyvin ennakkotietoa rannekkeiden vaihdosta. Vastaajista 5,29 % kertoi löytäneensä etukäteisinfoa rannekkeiden vaihdosta kohtuullisen huonosti ja kolme vastaajaa (1,59 %) erittäin huonosti.

Melkein neljäsosa vastanneista (23,28 %) löysivät tapahtuman inva-palveluista erittäin hyvin tietoa, ja 14,29 % vastanneista kohtuullisen hyvin. Vastaajista 21,69 % sanoi löytäneensä etukäteisinfoa inva-palveluista kohtuullisen huonosti ja erittäin huonosti. Neutraali vastausvaihtoehto 3. keräsi 77 vastausta (40,74 %).

Yli neljäsosa (26,46 %) löysi erittäin hyvin tietoa etukäteen festivaalibusseista. Kohtuullisen hyvin busseista löysi tietoa 17,99 % ja 10,58 % kohtuullisen huonosti. Vastaajista 11,64 % löysi infoa busseista erittäin huonosti, ja neutraalin vastausvaihtoehdon 3. valitsi 63 vastaajaa (33,33 %).

Kuviossa 4 on esitetty keskiarvot siitä, miten hyvin vastaajat löysivät tietoa etukäteen festivaalien osa-alueista. Kaikista huonoin vastausten keskiarvo etukäteistiedon löytämisessä oli majoitusvaihtoehdoilla. 61 vastaajaa (32,28 %) oli valinnut neutraalin

vastausvaihtoehdon 3. Hieman yli viidesosa (21,16 %) kertoi löytäneensä erittäin hyvin etukäteistietoa erilaisista majoitusvaihtoehdoista, ja 12,7 % vastaajista (n=24) löysi tietoa kohtuullisen hyvin. Vastaajista 13,23 % (n=25) sanoivat löytäneensä kohtuullisen huonosti tietoa majoitusvaihtoehdoista ja yli viidesosa vastaajista (20,63 %) erittäin huonosti.



Kuvio 4. Etukäteen löydetyn tiedon keskiarvot osa-alueittain

Kuviosta 5 saadaan selville, että melkein 90 % vastaajista (n=169) kertoi saaneensa tarpeeksi tietoa tapahtuman oheispalveluista ennen tapahtumaa. Vain 20 vastaajaa (10,58 %) vastasi, ettei saanut tarpeeksi tietoa oheispalveluista ennen tapahtuman alkua.

Avoimeen kysymykseen saatiin 25 vastausta. Siinä kysyttiin, minkälaista tietoa asiakas olisi kaivannut tapahtuman oheispalveluista. Jaettaviin flajereihin pitäisi laittaa mainintoja tapahtuman oheispalveluista, ja kyseisiä palveluita pitäisi tuoda esiin jo

hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. Kuljetuksista sekä virallisista jatkopaikoista kaivattaisiin enemmän etukäteistietoa. Useita mainintoja keräsi ruokapalveluiden tuotteiden sekä hinnastojen julkaiseminen jossain alustassa. Myös festivaalibusseista sekä majoituspalveluista kaivattiin enemmän tietoa.

Jaettavaan flaiKKuun infot kaikista tapahtumassa mukana olevista oheispalveluista!

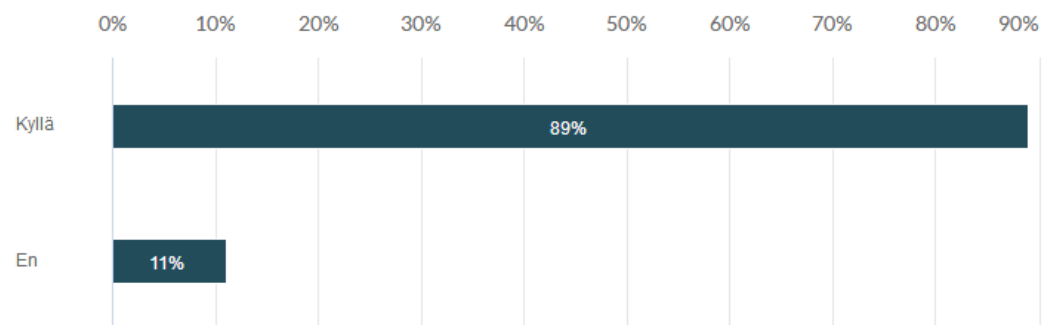
Onko Peurungassa jatkot?! Jos on nii siitä mainosta enemmän.

Selkeä listaus oheispalveluista esim Facebookiin.

Kaikki ruoka- ja juomamestat samaan kollaasiin.

Olisin halunnut tietää että mitä muuta alueella voi tehdä kuin kuunnella musiikkia, syödä ja juoda.

Majoitusmahdollisuuksista olisin kaivannut lisää infoa, missä pystyy yöpyä??



	n	Prosentti
Kyllä	169	89,42%
En	20	10,58%

Kuvio 5. Prosenttiosuudet siitä, saivatko asiakkaat mielestään tarpeeksi etukäteistietoa festivaalin oheispalveluista ennen tapahtumaa

Asiakkailta kysyttiin myös, minkälaisia oheispalveluita he haluaisivat käyttää festivaaleilla. Kysymys keräsi 33 avointa vastausta. Useimmin mainittuja palveluita olivat ruokapalvelut, juomapalvelut, Sky-bar, benjihyppy, kiertävä myyntikärri alkoholille, lävistyskoju, tapahtuman viralliset jatkot, sumopaini, bussi- sekä laivakuljetukset, vesipisteet, saniteettitilat, kasvomaalaus, arvonnat sekä kilpailut. Myös aloittelevien bändien bändikilpailu mainittiin väliajoille mahdolliseksi ohjelmaksi. Muutama vastaus tuli myös fanitapaamisiin liittyen.

Kasvomaalaus olis ihanaa, ja aluetaidejuttuja, vaikka aluetaidekilpailu missä voi suunnitella vuodelle 2020 juttuja tai vaikkapa valvottu piste missä niitä saa tulla tekemään jo tän vuoden satamas!!

Sumopaini tms hauskaa tekemistä siksi aikaa kun sellaisia bändejä jotka ei itseä kiinnosta.

Benji-hyppy, Skybar (mikäli olisi edullisempi), ruokapalvelut, juomapalvelut.

Rodeohärkää olisi kiva kokeilla.

6.4 Asiakkaiden tyytyväisyys ruokapalveluihin

Kysymys ”kuinka tyytyväinen olit tapahtuman ruokapalveluihin?” oli matriisikysymys. Vastausvaihtoehtoja oli asteikolla yhdestä kuuteen, jossa 1=erittäin tyytymätön, 5=erittäin tyytyväinen ja 6=en osaa sanoa.

Yli puolet kyselyyn vastaajista (56,08 %) oli vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen tapahtuman ruokatarjonnan monipuolisuuteen. Melkein neljäsosa vastaajista (24,87 %) oli valinnut neutraalin vastausvaihtoehdon 3. ja vain kolme vastaajaa oli ollut erittäin

tyytymätön ruokatarjonnan monipuolisuuteen. Noin kymmenesosa ei osannut sanoa tyytyväisyyttään ruokatarjonnan monipuolisuuteen (n=19).

Kukaan vastaajista ei ollut täysin tyytymätön saamaansa asiakaspalveluun ruokapisteillä ja vain yksi vastaaja (0,53 %) oli kohtuullisen tyytymätön saamaansa palveluun. Vastaajista 72,49 % oli vähintäänkin kohtuullisen tyytyväinen saamaansa asiakaspalveluun asioidessaan ruokapisteillä.

Vastaajista 32,28 % (n=61) oli valinnut neutraalin vaihtoehdon 3. ruokien hintaa koskevassa kysymyksessä. Vain viisi vastaajaa (2,65 %) oli täysin tyytymättömiä ruokien hintaan, ja 85 vastaajaa (44,97 %) olivat vähintäänkin kohtuullisen tyytyväisiä siihen, mitä ruoka tapahtumassa maksoi.

Yli puolet vastaajista (51,32 %) olivat vähintäänkin kohtuullisen tyytyväisiä ruokapalveluiden määrään. Vastaajista 7,94 % oli kohtuullisen tyytymätön ja 4 vastaajaa (2,12 %) erittäin tyytymätön ruokapalveluiden määrään. Melkein 30 % (n=54) oli vastannut neutraalin vaihtoehdon 3.

Yli 100 asiakasta (62,97 %) olivat vähintäänkin kohtuullisen tyytyväisiä ruoan laatuun tapahtumassa. Yli viidesosa (20,63 %) oli valinnut neutraalin vaihtoehdon 3. 19 vastaajaa (10,05 %) eivät osanneet sanoa ovatko tyytyväisiä ruoan laatuun.

Yli kolmasosa vastaajista (35,98 %) kokivat saaneensa ruokansa erittäin nopeasti ja 31,74 % (n=60) kohtuullisen nopeasti. Vain yksi vastaaja (0,53 %) oli erittäin tyytymätön ruoan saamiseen.

Kyselyyn vastanneista 58,2 % (n=110) ei osannut sanoa huomioitiinko erityisruokavalioiden tarpeeksi ruokapalveluissa. Viidesosa vastaajista (20,11 %) oli vähintäänkin kohtuullisen tyytyväisiä erityisruokavalioiden huomioimiseen. Seitsemän vastaajaa (3,7

%) oli kohtuullisen tyytymättömiä ja yksi vastaaja (0,53 %) täysin tyytymätön ruokapisteiden erityisruokavaliotarjontaan. Vastaavia lukuja keräsi myös allergeenien informointi asiakkaille, 121 vastaajaa (64,02 %) eivät osanneet sanoa informoitiinko asiakkaita allergeeneista. Vastaajista 16,4 % koki, että heille kerrottiin vähintäänkin kohtuullisen hyvin mitä allergeeneja ruoat sisältävät. Vastaajista 4,76 % (n=9) oli kohtuullisen tyytymätön ja 3 vastaajaa (1,59 %) erittäin tyytymätön allergeenien informoimiseen asiakkaille.

Vastaajista 60,32 % (n=114) eivät osanneet sanoa onko kasvisruokaa tarpeeksi paljon saatavilla. Muut vastausvaihtoehdot jakoivat tasaisesti mielipiteitä. Vastaajista 19,57 % oli sitä mieltä, että kasvisruoan saatavuus tapahtumassa oli vähintäänkin kohtuullisen hyvällä tasolla, ja 14 vastaajaa (7,41 %) olivat kasvisruoan saatavuuteen kohtuullisen tyytymättömiä tai erittäin tyytymättömiä.

Taulukko 5. Asiakkaiden tyytyväisyys ruokapalveluiden osa-alueisiin, 1/2

	1. Erittäin tyytymätön	2.	3.	4.	5. Erittäin tyytyväinen	6. EOS
Vaihtoehtojen monipuolisuus	3 1,59%	14 7,41%	47 24,87%	62 32,8%	44 23,28%	19 10,05%
Asiakaspalvelu	0 0%	1 0,53%	30 15,87%	69 36,51%	68 35,98%	21 11,11%
Ruokien hinta	5 2,65%	20 10,58%	61 32,28%	55 29,1%	30 15,87%	18 9,52%
Ruokapalveluiden määrä	4 2,12%	15 7,94%	54 28,57%	59 31,22%	38 20,1%	19 10,05%
Ruoan laatu	3 1,59%	9 4,76%	39 20,63%	70 37,04%	49 25,93%	19 10,05%
Ruoan saaminen nopeasti	1 0,53%	13 6,88%	26 13,76%	60 31,74%	68 35,98%	21 11,11%

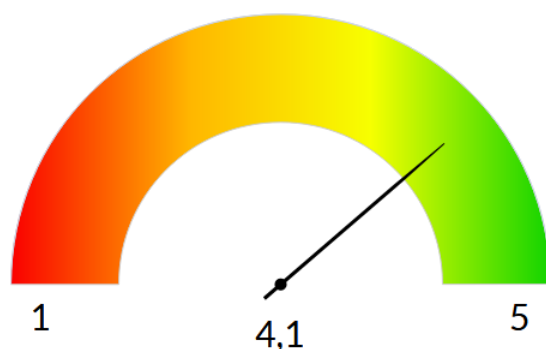
Taulukko 6. Asiakkaiden tyytyväisyys ruokapalveluiden osa-alueisiin, 2/2

Erityisruokavalioiden huomioiminen	1	7	33	16	22	110
	0,53%	3,7%	17,46%	8,47%	11,64%	58,2%
Allergeenien informointi asiakkaille	3	9	25	14	17	121
	1,59%	4,76%	13,23%	7,41%	8,99%	64,02%
Kasvisruokavalion saatavuus	3	11	24	16	21	114
	1,59%	5,82%	12,7%	8,46%	11,11%	60,32%
Yhteensä	23	99	339	421	357	462

6.5 Osallistuminen seuraaville festivaaleille

Kuviosta 5 nähdään keskiarvo siitä, kuinka varmasti vastaajat aikovat osallistua tämän vuoden Laukaan Satama -festivaaleille. Melkein puolet vastaajista (46,28 %) saivat osallistuvansa varmasti tämän vuoden Laukaan Satama Festival -tapahtumaan. Melkein kolmasosa vastasi osallistuvansa melko varmasti, kaksi vastaajaa (1,06 %) melko epätodennäköisesti ja 12 vastaajaa (6,38 %) erittäin epätodennäköisesti. Vastaajista 15,43 % (n=29) vastasi neutraalin vaihtoehdon 3.

Osallistun Laukaan Satama-festivaaliin tänä vuonna



Kuvio 6. Keskiarvo vastaajien todennäköisyydestä osallistua tämän vuoden Laukaan Satama Festival -tapahtumaan

6.6 Risut & ruusut

Kyselyn kolme viimeistä kysymystä koski tapahtuman puutteita, risuja sekä ruusuja avoimissa vastauskentissä.

Kehitysehdotukset

Bussit kulkemaan Peurungan ja festarialueen välille niin kuin joskus muinoin.

Bändit ei vastaa omaa makua. Mutta ikinä hän ei pysty miellyttämään kaikkia bändien suhteen 😊

*Voisiko alueelta poistumisen tiellepäin hoitaa muuten kun kiertämällä ranta-
baarin kautta. Jos ei niin valaiskaa reitti rannalta pääkadulle, olisi turvallisem-
man tuntuinen. Elokuussa keskiyö on jo pimeä.*

*Toivottavasti tapahtuma ei tuosta laajene. Ja toivottavasti esiintyjät/artistit oli-
sivat edelleen muitakin, kuin samat jotka ovat joka hemmetin festareilla. Pai-
kallisiakin bändejä vähän mukaan? Ja just niitä kiinnostavia nimiä mukaan,
joita ei jokapaikassa näe!*

Uintimahdollisuus, jos sää hieno.

*En ole osallistunut festareille nyt pariin vuoteen ja tätäkin vuotta puntaroin re-
hellisesti sanottuna vain esiintyjän surkeuden vuoksi. Ymmärrän että kaikkia ei
voi miellyttää ja kaikkien esiintyjien ei tarvitse ollakaan mieleen mutta itsellä
esiintyjät vaikuttaa oikeastaan vain osallistumiseen. Muuten oikein kiva tapah-
tuma ja mielelläni osallistuisin ensimmäisien vuosien tapaan. Festarien kohde-
ryhmä mietityttänyt kun ei esim tänä vuonna ole tämmöiselle 32v naiselle per-
jantaina kuin E-type. Lauantai todennäköisempi osallistumispäivä jos sekään
kun näkee samat kiinnostavat suomipopeilla. Tokihan festari on varmaan mo-
nelle kyläläiselle enemmän sosiaalinen ryyppytapahtuma eivätkä välttämättä*

esiintyjistä niin piittaa mutta minä voin tehdä noita asioita muuallakin. Olin jo etsimässä väylää josta tämän palautteen voi antaa, mutta sitten tulikin tämä kysely niin laitoin viestini tänne.

Festaribussi voisi pysähtyä useammassa kohtaa Jyväskylässä tai pois tullessa voisi jäädä matkan varrella pois kyydistä. Myös useampi bussi saattaisi olla tarpeen. Lisäksi selkeästi tieto voiko maksaa kortilla vai vain käteisellä.

Purkaminen sujuu nopeasti, mutta viimeistely jää roikkumaan pitkäksi aikaa.

Mukeja juomapisteille, artistikattaus oli heikko.

Anniskelu liian kaukana lavasta! Alueen asioiden sijoittelu oli huono Vesipiste oli liian piilossa Wannabe-bändejä soittamaan tauoille.

Pikkubändejä väliajoille, liian pitkät tauot artistien välillä. Istumapaikkoja ja seisomapöytiä alueelle enemmän. Alueen koristelu tai tuunaaminen voisi olla paikallaan.

Useampia tuhkakuppeja alueelle. Ehkä joku bändidemo-kilpailu missä aloittelevia bändejä.

Lasinpalautuspiste sekä tölkkienpalautus rahaa vastaan tms. Leirintä olis super mut en tiää olisiko tarpeeksi kävijöitä.

Ständeily tapahtuman puolesta oppilaitoksissa, JYU+JAMK+Gradia.

fanitapaamiset, tietenkin esiintyjien aikataulut ja innostus huomioiden :) Miten saataisiin John Smithin tunnelma siirtymään Satamaan?

Ruusut

Miljöö oli täydellinen. Hyvin organisoitu tapahtuma, asiakkailla oli selvästi hauskaa ja heidän tarpeistaan huolehdittiin. Esiintyjät olivat super!

Ei voi kuin kehua! Ja olla onnellinen että tällainen idea on aikoinaan pälkähtänyt ja kantaa näin hienosti! No totta kai, kun homma toimii! Itsellä jäi yksi vuosi, oliko 3..., väliin. Muuten on paikalla oltu. Erityiskiitos tältä vuodelta jo etukäteen siitä että E-type ei sijoitu päällekkäin Ratinan huipputapahtuman kanssa!! Liekö sitten tietoinen vai artistista riippuvainen valinta, ihan mahtavaa joka tapauksessa! Kiitän!

Kaikki toimii ja ihmiset on ystävällisiä. Huippu palvelut. Parasta ettei ole käytössä järjetöntä euron tölkipanttia ja maksuranneketta jotka ainakin Tikkurilassa jonouttaa kaikki paikat. Laukaassa oli siistiä ja vähän jonoja, Tiksissä taas ei vaikka näillä ratkaisuilla oli kuulemma tarkoitus ratkaista ongelmat. Anteeksi vertailu, mutta nämähän olikin kehut hyvistä järjestelyistä.

Vähän olen käynyt nykyfestareilla, mutta itse koettuihin 1970-luvun Ruisrockien kaaokseen verrattuina käymäni Satama Festivalit ovat olleet erittäin hyvin järjestettyjä.

Hyvin hoidettu kokonaisuus.

Alueen siisteys oli erinomainen.

Puhtaanapito onnistui, festaribussit hyvä käytäntö! :) Kierrätyspisteet kootusti yhdessä ja niitä oli paljon.

Hyvää ruokaa. Hyvä että alue on aidattu.

Markkinointi ja asiakaspalvelu on hyvää! Artistikattaus monipuolinen ja vaihteleva. Festaripäivät selkeitä ja toimivia kokonaisuudessaan.

Hyvät esiintyjät, kiva kesäinen tapahtuma kaikkineen. Hienoa että Laukaassa järjestetään tällaista, tuo eloa kylälle.

Olette kyhänneet oikein toimivan festarin, palveluineen päivineen. On kiva nähdä joka vuosi pientä kasvua tämänkin festivaalin osalta! Sijainti on mahtava, vieläpä kun Luontoäitikin olisi aina festarikansan puolella!

Viihtyisä paikka! Hyvä, lämminhenkinen, persoonallinen tunnelma!

7 Pohdinta

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia vuoden 2018 Laukaan Satama Festival –tapahtuman asiakaskuntaa sekä oheispalveluiden merkitystä tapahtuman asiakkaiden onnistuneeseen asiakaskokemukseen. Aihevalinta oli hyvin antoisa, koska nykypäivän tapahtumista on kasvamassa entistä yksityiskohtaisempia ja monimuotoisempia. Työ oli toimeksiantajalle ajankohtainen, koska tapahtumasta ei ole aikaisemmin tehty kävijätutkimusta eikä minkäänlaista palautekyselyä.

Tutkimuskysymyksiin haettiin vastauksia suorilla jakaumilla, ristiintaulukoinnilla, teemoittelulla sekä kvantitatiivisella kyselyllä. Ensimmäisellä tutkimuskysymyksellä haluttiin selvittää, mitä oheispalveluita asiakas haluaisi käyttää festivaaleilla. Toisella tutkimuskysymyksellä haluttiin saada selville, vaikuttaako oheispalveluiden määrä ja laatu asiakaskokemukseen festivaaleilla. Kolmannella tutkimuskysymyksellä haluttiin saada vastaus siihen, miten Satama-festivaalin oheispalveluita voitaisiin konkreettisesti kehittää. Tämä luku kattaa yhteenvedot tutkimustuloksista sekä niiden pohjalta tehdyt kehittämissuositukset. Lisäksi luvussa arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta ja pohditaan, onko aiheesta mahdollista tehdä jatkotutkimusta.

7.1 Yhteenveto ja kehittämissuositukset

Tuloksista kävi ilmi, että naispuoliset henkilöt vastasivat huomattavasti ahkerammin palautekyselyyn. Vastaajista 138 oli naispuolisia ja 51 miespuolisia. Suurin osa festivaalikävijöistä saapui festivaaleille Laukaasta (56 %) ja toiseksi suurin osa Jyväskylästä (24 %). Tutkimustuloksista huomattiin paikallisuuden vetävän kävijöitä Satama-festivaaleille. Suurin osa vastaajista oli 36 - 45 -vuotiaita (n=64). Toiseksi suurin kävijäkunta osui 26 - 35 -vuotiaisiin (n=54). Vastaajista 76,19 % olivat työssäkäyviä.

Asiakaskunta koostui pitkälti asiakkaista, jotka olivat käyneet aikaisemmin useamman kerran kyseisessä tapahtumassa (66 %). Tästä voidaan päätellä, että heille on jäänyt aikaisemmista kerroista positiivinen kuva tapahtumakokonaisuudesta, joka on houkutellut heidät uudestaan samaan tapahtumaan asiakkaaksi. Kahden päivän peruslippuja oli kaikista lippukannoista hankittu selvästi eniten (58 %), eli tapahtuman anti on selvästi laadukas, koska asiakas haluaa viettää mieluummin kaksi päivää kuin yhden päivän tapahtuman asiakkaana.

Päätökseen festivaaleille lähtemiseksi vaikutti eniten artistikattaus, tapahtuma-alueen saavutettavuus sekä ystävien osallistuminen tapahtumaan. Myös tapahtuman miljöö, tapahtuman sopiva ajankohta sekä tapahtumassa käymisen perinne ovat huomioitavia seikkoja tuloksia tarkasteltaessa. Avoimista vastauksista eniten nousi esiin kaksi teemaa; tapahtuman yleinen tunnelma sekä kattava kokonaisuus.

Kiertävät festaribussit saivat paljon positiivista palautetta, mutta asiakkaiden mielestä kyydit olisivat pitäneet järjestää myös pienempiin kohteisiin kuin Jyväskylä. Esimerkiksi Lievestuoreen kautta kiertäviä busseja toivottiin useamman kerran. Suurin osa vastaajista kuitenkin vastasi, ettei osaa sanoa ovatko tyytyväisiä busseihin (n=113). Tästä voidaan päätellä, että asiakkaat eivät välttämättä tienneet kyseisen palvelun olemassaolosta. Toinen johtopäätös on se, että asiakkaat eivät tarvinneet kyseistä palvelua, koska suurin osa vastaajista oli paikallisia.

Istumapaikkojen sekä pöytäryhmien vähäisyys keräsi paljon kommentteja. Kehitysehdotuksena onkin istumakapasiteetin lisääminen sekä pöytäryhmien määrän kasvattaminen tapahtuma-alueella. Myös monipuolisempaa ruokatarjontaa toivottiin tapahtumaan.

Vastaajista osa (n=22) oli joko kohtuullisen tyytymätön tai erittäin tyytymätön puhelmien latauspisteeseen ja se pisti silmään tuloksia analysoitaessa.

7.2 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Opinnäytetyön tulosten täytyy olla luotettavia, eli tutkimustulosten on oltava oikeita. Tutkimusprosessissa voi esiintyä useita virheitä, jotka johtuvat yleensä tutkijasta, tutkittavista tai aineistosta. Virheet pyritään poistamaan tutkimuksen luotettavuustarkastelulla eli validiteetilla sekä reliabiliteetilla. Validiteetti tarkoittaa sitä, että oikeat asiat ovat tutkittavana. Reliabiliteetti puolestaan tarkoittaa tutkimustulosten pysyvyyttä, eli jos tutkimus toistetaan, saadaan samanlaiset tulokset. (Kananen 2015, 338 – 343).

Kyselytutkimuksen matriisikysymyksissä oli mukana vastausvaihtoehto ”en osaa sanoa”, ja se oli vastausvaihtoehto 6. Kyseinen vaihtoehto on mukana myös joidenkin matriisikysymysten keskiarvolaskennassa, joten vastausten keskiarvot eivät pidä paikkaansa. Vastausten keskiarvot ovat näissä kysymyksissä siis korkeampia, mitä niiden pitäisi olla.

Kysely sai 189 vastausta, mikä on kohtuullisen hyvä tulos vastausmääräksi, ja näin ollen tutkimustuloksia pystytään yleistämään. Tutkimuksen luotettavuutta voi heikentää kyselyn vastaajien kesken arvottava lahjakortti, koska kaikki vastaajat eivät välttämättä osallistuneet 2018 -vuoden Laukaan Satama Festivaliin, kyselyyn vastattiin mahdollisesti vain lahjakortin toivossa.

Lähteet

Blomqvist, R., Dahl, J., Haeger, T. & Storbacka, K. 1999. Asiakkuuden arvon lähteillä. Helsinki: WSOY.

Ext Ventures. N.d. Yhtiön verkkosivu. Viitattu 23.4.2019. <https://extventures.fi/>

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hyvän tuulen Satama. 2019. Sataman verkkosivu. Viitattu 23.4.2019. <https://laukaansatama.fi/>

Häyrinen, E. & Vallo, H. 2012. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtumien järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Karjalainen, R. 2016. Kalevan Kisojen oheispalveluiden kehittäminen. Opinnäytetyö AMK, Jyväskylän ammattikorkeakoulu, matkailu-, ravitsemis- ja talousala. Viitattu 13.5.2019. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/119958/Karjalainen_Roosa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. & Rintala, S. 2015. Tapahtumajärjestäjän opas. Laurea Julkaisut | Laurea Publications, 7. Viitattu 20.4.2019. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/105211/58.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Käsitteitä 1. N.d. Internet-sivu. Viitattu 24.5.2019. <http://merkonomi.hannumikkonen.com/markkinointi/kasite01.html>

Nyman, K. 2018. Festivaalin elämyksellisyys asiakaskokemuksessa. John Smith Rock Festival 2018. Opinnäytetyö AMK, Jyväskylän ammattikorkeakoulu, matkailu-, ravitsemis- ja talousala. Viitattu 12.5.2019. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/158868/Nyman_Katja.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pitkänen, R. 2006. Parasta palvelua. Miten onnistut asiakkaan kohtaamisessa. Helsinki: WSOY.

Preston, C. 2012. Event marketing. 8. Hoboken: Josh Wiley & Sons.

Pänkäläinen, S. 2019. Laukaan Satama Festivalin ohjelma on tässä. Suur-Jyväskylän lehti. Viitattu 20.4.2019. <https://www.ksml.fi/sjl/Laukaan-Satama-Festivalin-ohjelma-on-t%C3%A4ss%C3%A4/1353691>

Raj, R., Rashid, T. & Walters, P. 2013. Events Management. 12-16. Lontoo: Sage Publications.

Ristiintaulukointi. 2004. KvantiMOTV. Viitattu 13.5.2019. <https://www.fsd.uta.fi/metelmaopetus/ristiintaulukointi/ristiintaulukointi.html>

Teemoittelu. 2016. Koppa, Jyväskylän yliopisto. Viitattu 13.5.2019. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/metelmapolku/metelmapolku/aineiston-analyysimetelmat/teemoittelu>

Watt, D. 1998. Event management in leisure and tourism. 18-19. New York: Addison Wesley Longman.

Liitteet

Liite 1. Palautekysely festivaalikävijöille

Palautekysely - Laukaan Satama Festival 2018

Kyselyn tarkoituksena on selvittää Laukaan Satama Festival -tapahtuman asiakkaiden näkemystä tapahtuman palveluista ja niiden kehittamisestä. Kysely toteutetaan osana Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijan opinnäytetyötä. Kyselyyn vastaaminen vie aikaa 5-10 minuuttia, ja se on avoinna 17.04.2019 saakka.

Kyselyn tekijällä on lain määräämä vaitiolovelvollisuus. Kaikki vastaukset kerätään ja käsitellään luottamuksellisesti sekä nimettöminä. Tulokset julkaistaan opinnäytetyön yhteydessä tilastoina ja taulukoina.

Kyselyyn vastanneilla on mahdollisuus osallistua Laukaan Satama Festival 2019 2 x 2PV lippujen arvontaan. Täytähän kyselyn lopussa yhteystietosi arvontaa varten.

1. Sukupuolesi? *

- Mies
- Nainen
- Muu

2. Asuinkuntasi? *

- Jämsä
- Jyväskylä
- Keuruu
- Laukaa
- Saarijärvi
- Viitasaari
- Äänekoski
- Muu, mikä?

3. Asuinkuntasi?

Mikäli vastasit kysymykseen 2. vaihtoehtoon "Muu, mikä?", kirjoita alle asuinkuntasi.

Muu, mikä?

4. Ikäsi? *

- Alle 15
- 15-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56 tai yli

5. Työtilanteesi?

- Töissä
- Työtön
- Opiskelija
- Eläkeläinen
- Muu, mikä? _____

6. Oletko osallistunut Laukaan Satama-festivaaliin aikaisemmin? *

- Kyllä, 2014
- Kyllä, 2015
- Kyllä, 2016
- Kyllä, 2017
- Kyllä, useampana vuonna
- En ole aikaisemmin osallistunut



11. Mitä jäit kaipaamaan festareilta?

- Fanituotemyynti, mitä? _____
- Ruokapalveluiden tarjoajat, mitä? _____
- Festivaalialue, mitä? _____
- Myyntipalvelut, mitä? _____
- Majoituspalvelut, mitä? _____
- Alueen siivous ja jätehuolto, mitä? _____
- Mobiili-aplikaatio tms., mitä? _____
- Festaribussit, mitä? _____
- Aktiviteetit, mitä? _____
- Juomavalikoiman laajuus, mitä? _____
- Istumapaikat, mitä? _____
- Tapahtuman turvallisuus, mitä? _____
- VIP-palvelut, mitä? _____
- Muu, mitä? _____

12. Mistä sait ensisijaisesti tietoa Laukaan Satama-festivaalista? *

- Tapahtuman nettisivut
- Facebook-tapahtumasivu
- Instagram
- Puskaradio
- Katumainonta
- Muu, mikä? _____

13. Miten hyvin löysit etukäteen tietoa seuraavista: *

	1. Erittäin huonosti 	2	3	4	5. Erittäin hyvin 
Sijainti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bändit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aikataulut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oheistoiminta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lipun hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VIP-liput	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inva-palvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Majoitusvaihtoehdot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Festivaalibussit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rannekkeenvaihto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yleinen info tapahtumasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Saitko tarpeeksi tietoa tapahtuman oheispalveluista ennen paikan päälle saapumista?

- Kyllä
- En

15. Millaista tietoa olisit kaivannut tapahtuman oheispalveluista?




16. Minkälaisia oheispalveluita haluaisit käyttää festareilla?

17. Millä saavuit festareille?



- Oma auto
 Festaribussi
 Julkinen liikenne
 Muu, mikä? _____

18. Kuinka tyytyväinen olit tapahtuman ruokapalveluihin? *

Vastaathan vaihtoehdon 6 (en osaa sanoa), mikäli et käyttänyt kyseistä palvelua tai mikäli et osaa sanoa oletko tyytyväinen kyseiseen asiaan.

	1. Erittäin tytymätön 	2.	3.	4.	5. Erittäin tyytyväinen 	6. EOS 
Vaihtoehtojen monipuolisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaspalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruokien hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruokapalveluiden määrä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruoan laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruoan saaminen nopeasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erytisruokavalioiden huomioiminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Allergeenien informointi asiakkaille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kasvisruokavalion saatavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Kuinka todennäköisesti osallistut seuraavaan Laukaan Satama-festivaaliin?

	1. Erittäin epätodennäköisesti 	2.	3.	4.	5. Osallistun varmastii! 
Osallistun Laukaan Satama-festivaaliin tänä vuonna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Mitä jäi puuttumaan festareilta?

21. Ruusut järjestäjätaholle!

22. Kehitysehdotuksia!

23. Yhteystiedot arvontaa varten

Tietoja käytetään vain ja ainoastaan arvontaa varten. Voittajiin otetaan yhteyttä sähköpostitse.

Etunimi

Sähköposti