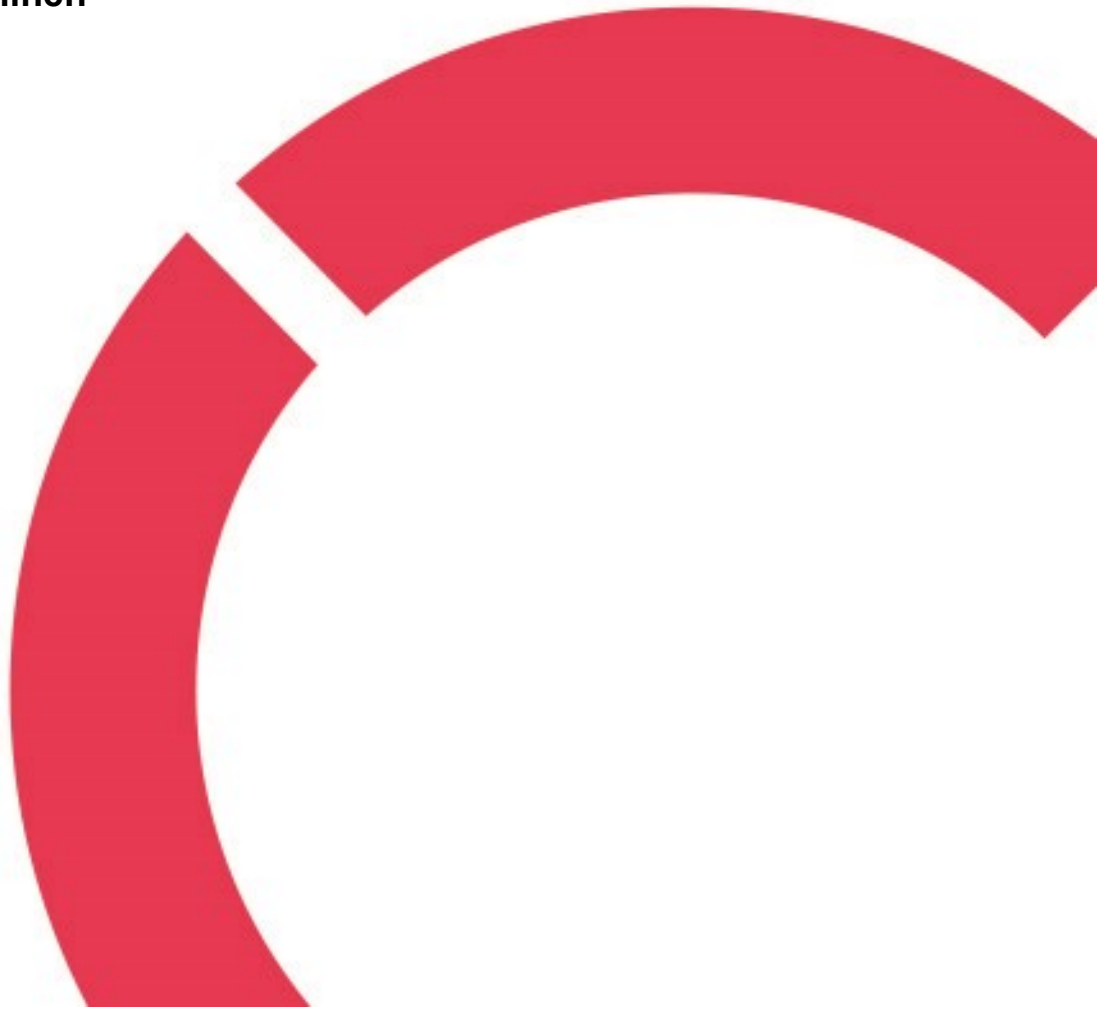


Milla-Maaria Tuoreniemi

TAPAHTUMAMARKKINOINNILLA ASIAKASVIRTTAA
Case Uintikeskus VesiVeijari

Opinnäytetyö YAMK
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketoimintaosaaminen
Toukokuu 2023



Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Toukokuu 2023	Tekijä Milla-Maaria Tuoreniemi
Koulutus Liiketoimintaosaaminen		<input type="checkbox"/> AMK <input checked="" type="checkbox"/> YAMK
Työn nimi TAPAHTUMAMARKKINOINNILLA ASIAKASVIRTAA Case Uintikeskus VesiVeijari		
Työn ohjaaja Katarina Broman		Sivumäärä 78 + 2
Työelämäohjaajat Jukka Luhtio ja Mikael Ahlstrand		
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli etsiä keinoja Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumamarkkinoinnin kehittämiseen ja sen myötä kasvattaa asiakasmääriä sekä luoda tunnettuutta myös niiden potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa, jotka eivät vielä ole löytäneet Uintikeskus VesiVeijarin monipuolisia palveluita. Työssä kartoitettiin tapahtumien lähtötilanne ja kehittämistarpeet sekä selvitettiin, millaisia uusia tapahtumia Uintikeskus VesiVeijariin toivottaisiin. Tutkimustulosten avulla ideoitii ja suunniteltiin uusi tapahtumakonsepti. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Kokkolan kaupungin liikuntapalvelut.</p> <p>Teoreettinen viitekehys koostui neljästä pääosiosta. Ensimmäisessä osiossa tutustuttiin yleisesti kunta-alaan, kuntiin liikuntapalveluiden tuottajina, uimahalleihin liikuntapaikkoina sekä opinnäytetyön toimeksiantajaan Kokkolan kaupunkiin, sen liikuntapalveluihin sekä Uintikeskus VesiVeijariin. Toinen osio käsitteli tapahtumamarkkinointia ja kolmas osio tapahtumaprojektia sekä onnistuneen tapahtuman järjestämistä. Viimeiseksi perehdyttiin vielä tieteelliseen tutkimukseen; kvantitatiiviseen ja kvalitatiiviseen tutkimukseen, tutkimusprosessiin sekä laadukkaan tutkimuksen perusvaatimuksiin.</p> <p>Empiirinen tutkimus suoritettiin kvantitatiivisen tutkimuksen avulla, jota täydennettiin kvalitatiivisella tutkimuksella (mixed method -tutkimustapa). Uintikeskus VesiVeijarin asiakkaille suunnatulla kyselytutkimuksella kartoitettiin aluksi tapahtumien lähtötilannetta sekä selvitettiin kehittämistarpeet. Kyselyn avulla pyrittiin myös saamaan selville, millaisia tapahtumia asiakkaat jatkossa Uintikeskus VesiVeijariin toivoisivat. Kyselytutkimukseen osallistui 432 vastaajaa. Pääsääntöisesti olemassa oleviin tapahtumiin oltiin tyytyväisiä; kehitettävää oli esimerkiksi tapahtumien määrässä sekä mainonnassa. Kyselytutkimuksen avulla saatiin lisäksi paljon kehitysehdotuksia sekä ideoita uusiin tapahtumiin liittyen. Kyselytutkimuksen lisäksi järjestettiin Uintikeskus VesiVeijarin henkilökunnalle tapahtumatoimintaan liittyvä ryhmäkeskustelu, jossa osallistujat saivat vapaasti ilmaista mielipiteitään ja ajatuksiaan sekä esittää ideoita. Kyselytutkimuksen tuloksia sekä henkilökunnan ammattitaitoa hyödyntäen ideoitii ja suunniteltiin uutena tapahtumakonseptina perheiden vesiturvallisuuspäivä. Tutkimustulosten jälkeen opinnäytetyö päättyi vielä johtopäätösten tekoon sekä pohdintoihin.</p>		
Asiasanat kunta-ala, kyselytutkimus, liikuntapalvelut, ryhmäkeskustelu, tapahtuma, tapahtumamarkkinointi, tapahtumaprojekti, uimahalli		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date May 2023	Author Milla-Maaria Tuoreniemi
Degree programme Business Management (MBA)		
Name of thesis INCREASING CUSTOMER BASE WITH EVENT MARKETING Case Swimming Centre VesiVeijari		
Centria supervisor Katarina Broman	Pages 78 + 2	
Instructors representing commissioning institution or company Jukka Luhtio and Mikael Ahlstrand		
<p>The purpose of the thesis was to find ways to develop event marketing in Swimming Centre VesiVeijari and, consequently, to increase the number of customers and enhance awareness among the potential customers who haven't yet found the variety of services in Swimming Centre VesiVeijari. The thesis mapped the current situation and development needs for events and found out what kind of events customers would hope in the future. Using the research results, a new event concept was planned. The principal of the thesis was The Kokkola City Sports Services.</p> <p>The theoretical frame of reference consisted of four main parts. The first part introduced the municipal sector generally, municipalities as important providers of sport services, swimming halls as sports facilities and the principal of the thesis Kokkola City, its Sports Services and Swimming Centre VesiVeijari. The second part examined the event marketing, the third part an event as a project and the organisation of a successful event. The fourth and last part investigated the scientific research; a quantitative study and a qualitative study, research process and fundamental requirements of a high-quality research.</p> <p>The empirical research was conducted as a quantitative study which was supplemented with a qualitative study (a mixed-method study). The survey aimed at Swimming Centre VesiVeijari's customers established the current situation and development needs for events and found out what kind of events customers would hope in the future. 432 respondents participated in the survey. Respondents were mainly satisfied with the existing events. There was room for improvement in the number of events and advertising. Development proposals and ideas about new events were obtained with the help of the survey. Besides the survey, a group conversation for Swimming Centre VesiVeijari's personnel was organised. In the group conversation the personnel was freely able to express their opinions and thoughts about events and to suggest ideas. Using the survey results and the personnel's professional competence, a new event concept, a water safety day for families, was planned. The thesis ended with conclusions and discussion.</p>		

Key words

event, event as a project, event marketing, group conversation, municipal sector, sports services, survey, swimming hall

**TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	1
2 KUNTA-ALA – ASUKKAAN HYVINVOINNIN TURVAAJA	4
2.1 Kunnat liikuntapalveluiden tuottajina	5
2.2 Uimahallit liikuntapaikkoina.....	6
2.3 Kokkolan kaupunki ja liikuntapalvelut – Iloa ja eloa liikkumalla!	7
2.4 Uintikeskus VesiVeijari.....	9
3 TAPAHTUMAMARKKINOINTI	15
3.1 Tapahtumamarkkinointi osana markkinointia	16
3.2 Tapahtumamarkkinoinnin tuloksellisuus	16
4 TAPAHTUMAPROJEKTI – AVAIMET ONNISTUNEeseen TAPAHTUMAAN	18
4.1 Tavoite, viesti ja kohderyhmä	20
4.2 Lähtökohdat	21
4.3 Tapahtumaprosessi	22
4.4 Sisältö ja ohjelma.....	23
4.5 Vastuuhenkilöt	24
5 TIETEELLINEN TUTKIMUS	25
5.1 Kvantitatiivinen tutkimus	26
5.2 Kvalitatiivinen tutkimus.....	27
5.3 Tutkimusprosessi	28
5.4 Laadukkaan tutkimuksen perusvaatimukset.....	35
5.5 Tutkimuksen toteutus Uintikeskus VesiVeijarissa.....	36
5.5.1 Kyselytutkimus	38
5.5.2 Ryhmäkeskustelu	40
6 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET	43
6.1 Taustamuuttajat	43
6.2 Taustatiedot tapahtumiin osallistumisesta.....	47
6.3 Mielipiteet tapahtumista	51
6.4 Olemassa olevien tapahtumien kehittäminen ja uudistaminen	59
6.5 Uusien tapahtumien ideointi	60
7 RYHMÄKESKUSTELUN TULOKSET	63
7.1 Tapahtumien lähtötilanne sekä kehittämis- ja uudistamistarpeet	63
7.2 Uusi tapahtumakonsepti: Perheiden vesiturvallisuuspäivä.....	66
8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	69
LÄHTEET	75
LIITTEET	
KUVIOT	
KUVIO 1. Uintikeskus VesiVeijarin kävijätilasto 2016–2022	13

KUVIO 2. Uintikeskus VesiVeijarin kävijätilasto 1997–2022	13
KUVIO 3. Uintikeskus VesiVeijarin kävijäseuranta 2022 asiakasryhmittäin	14
KUVIO 4. Onnistuneen tapahtuman malli	19
KUVIO 5. Kvantitatiivisen tutkimusprosessin vaiheet	28
KUVIO 6. Vastaajien sukupuoli	44
KUVIO 7. Vastaajien ikä	45
KUVIO 8. Vastaajien asuinkunta	46
KUVIO 9. Vastaajien elämäntilanne	47
KUVIO 10. Osallistumisprosentti	48
KUVIO 11. Osallistumisprosentti tapahtumittain	48
KUVIO 12. Seura, jossa tapahtumiin osallistutaan	49
KUVIO 13. Ryhmä, jolle tapahtumia tulisi suunnata	50
KUVIO 14. Ensisijainen tietokanava	51
KUVIO 15. Tapahtumien määrä	52
KUVIO 16. Tapahtumien mainonta	53
KUVIO 17. Tapahtumien pääsymaksu	54
KUVIO 18. Tapahtumien järjestetty ohjelma	55
KUVIO 19. Tapahtumien henkilökunnan ystävällisyys	56
KUVIO 20. Tapahtumien tunnelma ja ilmapiiri	57
KUVIO 21. Tapahtumien vastaaminen odotuksiin	58
KUVIO 22. Tapahtumien suositeltavuus	59

KUVAT

KUVA 1. Uintikeskus VesiVeijarin pääsisäänkäynti	10
KUVA 2. Uintikeskus VesiVeijarin allastilat	11

1 JOHDANTO

Suomessa järjestetään vuosittain tuhansittain erilaisia tapahtumia. Kova kilpailu tapahtumakentällä vaatii jatkuvaa ideointia ja suunnitelmallista tapahtumamarkkinointia. Nykypäivänkin digitaalisessa yhteiskunnassa ihmisillä on halu ja tarve kohdata kasvokkain ja kokea asioita yhdessä. Etsitään tunnetta, aistimuksia ja elämyksiä. Tapahtuman olisikin tärkeää luoda pitkäkestoinen ja positiivinen muistijälki ihmisten mieliin.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on etsiä keinoja Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumamarkkinoinnin kehittämiseen ja sen myötä kasvattaa asiakasmääriä (myöhemmin kävijämääriä) sekä luoda tunnettuutta myös niiden potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa, jotka eivät vielä ole löytäneet Uintikeskus VesiVeijarin monipuolisia palveluita. Tavoitteena on kartoittaa tapahtumien lähtötilanne ja kehittämistarpeet sekä selvittää, millaisia uusia tapahtumia Uintikeskus VesiVeijariin toivottaisiin. Tutkimustulosten avulla ideoidaan ja suunnitellaan uusi tapahtumakonsepti.

Olen työskennellyt Uintikeskus VesiVeijarissa kassatyöntekijänä vuodesta 2019 alkaen ja idea opinnäytetyöni aiheeksi saikin alkunsa Uintikeskus VesiVeijarin henkilöstöpalaverista, jossa käsitelimme tulevien tapahtumien suunnittelua ja sovimme mahdollisen yhteistyön kartoittamisesta esimerkiksi juuri ammattikorkeakoulun kanssa. Tapahtumat opinnäytetyön aiheena tuntuu muutoinkin luontevalta matkailualan koulutustaustani vuoksi.

Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimii Kokkolan kaupungin liikuntapalvelut ja tutkimustyö keskittyy Uintikeskus VesiVeijariin tapahtumapaikkana. Kokkolan kaupungin liikuntapalveluiden tavoitteena on edistää hyvinvointia ikään katsomatta, ylläpitää sekä kehittää liikuntapaikkoja ja -olosuhteita, tukea kansalaistoimintaa ja erityisliikuntaa sekä kehittää terveysliikuntaa yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa. Uintikeskus VesiVeijari on yksi Kokkolan kaupungin liikuntapaikoista. Se on vuonna 1985 rakennettu ja vuosina 2005–2006 peruskorjattu ja laajennettu kunnallinen uimahalli. Kävijöitä Uintikeskus VesiVeijarissa on vuosittain noin 240 000 lukuun ottamatta koronavirusepidemia-aikaa. Perinteiksi muodostuneita tapahtumia ovat esimerkiksi aikuisten tunnelmalliset uinti-illat, vesidiskot sekä vesiliukumäkikilpailut.

Opinnäytetyöni teoreettinen viitekehys muodostuu neljästä pääosiosta. Ensimmäisessä osiossa (luku 2) tutustutaan yleisesti kunta-alaan, kuntiin liikuntapalveluiden tuottajina, uimahalleihin liikuntapaikkoina sekä opinnäytetyön toimeksiantajaan Kokkolan kaupunkiin, sen liikuntapalveluihin sekä Uintikeskus VesiVeijariin. Teoreettisen viitekehyyksen toinen osio, luvussa kolme käsittelee tapahtumamarkkinointia. Tapahtumamarkkinointi voidaan katsoa markkinoinnin ja tapahtuman yhdistelmäksi. Markkinoinnin avulla välitetään organisaation viestiä ja ohjataan ihmisiä toimimaan organisaation toivomalla tavalla. Tapahtumamarkkinoinnilla halutaan yhdistää organisaatio ja sen kohderyhmät jonkin valitun sisällön, asian, teeman tai idean ympärille rakennetun tapahtuman avulla. Tapahtumamarkkinointi voidaan määritellä usealla eri tavalla, mutta yleisesti ottaen tapahtumamarkkinointi on strategisesti suunniteltua toimintaa, jossa elämyksellisten tapahtumien avulla viestitään valittujen kohderyhmien kanssa ja kohdetaan sidosryhmät. On kuitenkin olemassa kolme kriteeriä, joiden tulee täytyä tapahtumamarkkinoinnista puhuttaessa. Tapahtumien tulee olla aina etukäteen suunniteltuja, tavoitteen ja kohderyhmän tulee olla määriteltyjä sekä tapahtumissa tulee toteutua kokemuksellisuus, elämyksellisyys ja vuorovaikutteisuus. (Vallo & Häyrinen 2016, 21–22.)

Teoreettisen viitekehyyksen kolmanteen osioon tapahtumaprojektiin sekä onnistuneen tapahtuman järjestämiseen tutustutaan luvussa neljä. Onnistuneen tapahtuman järjestäminen vaatii, että jo ennen tapahtuman suunnitteluun ryhtymistä järjestävä taho on tietoinen, millaisesta tapahtumasta on kyse – mikä on tapahtuman tavoite ja viesti (miksi tapahtuma järjestetään?) sekä kohderyhmä (kenelle tapahtuma järjestetään?), mitkä ovat sen lähtökohdat (mitä, missä ja milloin järjestetään?), millainen on tapahtumaprosessi (miten tapahtuma järjestetään?) sekä tapahtuman sisältö ja ohjelma sekä ketkä toimivat vastuuhenkilöinä. Kysymysten avulla löydetään tapahtuman idea. Idea ei välttämättä synny hetkessä ja siihen saatetaan tarvita erilaisia ideointimenetelmiä. Jos idean keksiminen tuntuu liian haasteelliselta, voidaan tapahtuma rakentaa myös jonkin teeman ympärille. (Vallo & Häyrinen 2016, 121–128.)

Viimeiseksi perehdytään vielä tieteelliseen tutkimukseen. Luvussa viisi käsitellään kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusta, tutkimusprosessia sekä laadukkaan tutkimuksen perusvaatimuksia aluksi teoreettisen viitekehyyksen pohjalta ja tämän jälkeen perehdytään vielä opinnäytetyön tutkimuksen käytännön toteuttamiseen. Empiirisen tutkimuksen suoritan kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen avulla, jota täydennän kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella. Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen yhdistäminen auttaa tutkimusongelman ymmär-

tämisessä ja paikkaa yksittäisten tutkimustapojen heikkouksia. Kyseinen mixed method -tutkimustapa mahdollistaa sellaisten tutkimusongelmien asettamisen, mihin kvantitatiivinen tai kvalitatiivinen tutkimus yksistään ei pystyisi vastaamaan. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 2.5.)

Uintikeskus VesiVeijarin asiakkaille suunnatulla kyselytutkimuksella kartoitan aluksi tapahtumien lähtötilannetta sekä selvitän kehittämistarpeet. Kyselyn avulla pyrin myös saamaan selville, millaisia tapahtumia asiakkaat jatkossa Uintikeskus VesiVeijariin toivoisivat. Kyselytutkimuksen lisäksi järjestän Uintikeskus VesiVeijarin henkilökunnalle tapahtumatoimintaan liittyvän ryhmäkeskustelun, jossa osallistujat voivat vapaasti ilmaista mielipiteitään ja ajatuksiaan sekä esittää ideoita. Saatujen tulosten avulla ideoidaan ja suunnitellaan Uintikeskus VesiVeijarille uusi tapahtumakonsepti.

2 KUNTA-ALA – ASUKKAAN HYVINVOINNIN TURVAAJA

Kunnan toiminta-ajatus ja tehtävät perustuvat pääsääntöisesti kuntalakiin. Kuntalain avulla halutaan luoda edellytykset kunnan asukkaiden itsehallinnon sekä osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksien toteutumiselle. Tavoitteena on lisäksi edistää kunnan toiminnan suunnitelmallisuutta ja taloudellista kestävyyttä. Kunnan päätehtävä on edistää asukkaidensa hyvinvointia. Lisäksi kunnan tulee järjestää asukkailleen palvelut taloudellisesti, sosiaalisesti sekä ympäristöllisesti kestäväällä tavalla. (Kuntalaki 410/2015.) Käytännössä valtio huolehtii peruspalveluihin liittyvästä lainsäädännöstä ja tulonsiirroista kuntien järjestäessä ja tuottaessa kyseiset palvelut (Kuntaliitto 2017, 51).

Perinteisen toimialajaottelun mukaisesti kunnat ovat vastanneet sivistustoimen, terveydenhuollon ja sosiaalihuollon palveluista sekä vesi-, jäte- ja ympäristöhuollon palveluiden järjestämisestä (Kuntaliitto 2017, 51). Soteuudistuksen myötä terveyden- ja sosiaalihuollon sekä pelastustoimen järjestämisvastuu siirtyi kuitenkin kunnilta ja kuntayhtymiltä itsehallinnollisille hyvinvointialueille (21 kappaletta) 1.1.2023 alkaen (Sosiaali- ja terveysministeriö 2023). Usein myös energihuollon palveluiden järjestäjänä toimii kunta. Kuntien tehtäviin kuuluvat lisäksi alueiden käytön suunnittelu eli kaavoitus, rakennuttaminen sekä erilaiset lupamenettelyt. Sivistustoimen palvelut koostuvat varhaiskasvatuksesta, perusopetuksesta, lukio- ja ammattikoulutuksesta, vapaasta sivistystyöstä, kulttuurista, liikunnasta, kirjastoista sekä nuorisotyöstä. Erikoissairaanhoidon, perusterveydenhuollon, suun terveydenhuollon ja ympäristöterveydenhuollon ovat esimerkkejä terveydenhuollon palveluista. Perustoimeentulon turvaaminen ja vammaispalvelut ovat puolestaan esimerkkejä sosiaalihuollon palveluista. (Kuntaliitto 2017, 51.)

Pääosa kunnan tehtävistä on lakisääteisiä. Ne on säädetty kunnan velvollisuuksiksi erityislainsäädännössä. Lakisääteiset tehtävät jaotellaan subjektiivisiin oikeuksiin liittyviin, pakollisiin, lakisääteisiin, mutta kunnalle harkinnanvaraisiin sekä viranomaistehtäviin. Lakisääteisten tehtävien lisäksi kunnalla on vapaaehtoisia, kunnan itselleen ottamia tehtäviä. (Kuntaliitto 2017, 51.) Kunnan tehtävien hoitamisessa on tehtävä ero palvelujen järjestämisvastuulla ja palvelujen tuottamisella. Järjestämisvastuulla tarkoitetaan sitä, että palveluja on kuntalaisten saatavilla ja kunta vastaa niiden rahoituksesta. Kunta on muuttunut kunta- ja palvelurakenneuudistuksen myötä yhä enemmän tuottajasta järjestäjäksi. Tavan kuntapalvelujen tuottamiseen kunta voi

itse päättää pois lukien viranomaistehtävät. Kunta voi järjestää ja tuottaa palvelun itse tai yhteistyössä muiden kuntien kanssa (kuntayhtymä, isäntä-/vastuukuntamalli). Kuntayhtymiä ovat esimerkiksi maakuntaliitot ja koulutuskuntayhtymät. Kunta voi myös perustaa palveluja tuottavan osakeyhtiön, muun yksityisoikeudellisen yhteisön tai säätiön tai olla sellaisen osakas. Palvelu voidaan hankkia myös ostopalveluna toiselta kunnalta, kuntayhtymältä tai yksityiseltä palveluntuottajalta. (Kuntaliitto 2012, 8.)

Tuloksellisuuden arviointi on lisääntynyt kunta-alalla ja laajemminkin koko julkisen hallinnon-alalla. Julkisen hallinnon tulisi olla tulosorientoitunutta ja vaikuttavuutta tavoittelevaa. (Niiranen, Stenvall, Lumijärvi, Meklin & Varila 2005, 12.) Kunnan tuloksellisuus ei kuitenkaan ole pelkäämään taloudellista tuloksellisuutta. Kunnan menestys perustuu kuntalaisten odotuksiin ja niiden täyttymiseen. Kuntalaisten tyytyväisyyden astetta voidaan käyttää menestyksen mittarina. Menestyksen tunnusmerkkejä ovat vaikutusmahdollisuus kunnan asioihin, laadukkaat ja asiakaslähtöiset palvelut ja riittävä palveluvalikoima, turvallinen asuinympäristö, työpaikkojen riittävyys, hyvä toimintaympäristö yrityksille sekä näiden lisäksi kunnossa oleva talous. Näiden asioiden perusteella kunnasta muodostuu tietynlainen mielikuva. (Lauslahti 2003, 18–19.)

2.1 Kunnat liikuntapalveluiden tuottajina

Liikuntalain mukaisesti kunnan tehtävänä on paikallistasolla luoda edellytykset asukkaiden liikunnalle. Kunnan tulee järjestää liikuntapalveluja sekä terveyttä ja hyvinvointia edistävää liikuntaa huomioiden eri kohderyhmät, tukea kansalaistoimintaa seuratoiminta mukaan luettuna sekä rakentaa ja ylläpitää liikuntapaikkoja. (Liikuntalaki 10.4.2015/390.)

Kuntien välillä on huomattavia eroja liikuntatoimen organisoinnissa ja toiminnassa johtuen mahdollisuudesta huomioida paikalliset olosuhteet ja tarpeet (Kuntaliitto 2012, 14). Tavoitteena tulisi olla kaiken ikäisten kuntalaisten liikuttaminen. Terveiden ja hyvinvointia edistävän liikunnan merkitys tulee entisestään korostumaan tulevaisuudessa. Toiminnassaan kuntien tulisi muistaa, että työ- ja toimintakyvyn sekä yleisen hyvinvoinnin turvaaminen tulee aina edullisemmaksi kuin korjaavien toimenpiteiden suorittaminen. Liikunnan toimialan laajentuminen ja liikuntapalvelujen ennaltaehkäisevät työmuodot ovat luoneet uusia tehtäviä sekä ammattitaitovaatimuksia ja yhteistyövelvoitteita kuntien liikuntaviranomaisille. (Kuntaliitto 2015, 46.)

2.2 Uimahallit liikuntapaikkoina

Suomen noin 220 uimahallin yhteenlaskettu asiakaskäyntien määrä vuodessa on noin 25–27 miljoonaa. Uinti on suomalaisten suosituin sisälaji ja neljänneksi suosituin kuntoilulaji kävelyn, hiihdon ja pyöräilyn jälkeen. Ihmisten liikuttamisessa uimahallit ovatkin tärkeässä asemassa ja niiden käyttöaste on korkea moniin muihin liikuntarakennuksiin verrattuna. Uimahallit sopivat kaiken ikäisten ja kuntoisten ihmisten liikunta- ja virkistyspaikoiksi. Uimahallien tuleekin täyttää moninaisen käyttäjäkunnan tarpeet. Erilaisia käyttäjäryhmiä ovat esimerkiksi kunto- ja kilpaurheilijat, virkistysuimarit, vesijuoksijat ja -jumppaajat, uimahyppääjät, uppopallon pelaajat, vesipalloilijat, vesivoimistelijat, koululaiset, uimakoululaiset, vauvauimarit, kuntoutujat sekä vammaisuusuimarit. Erityisryhmien huomioiminen sekä esteettömyys on entistä tärkeämpää. (Hakala 2019, 7–9, 21.)

Uimahallin vuotuiseksi kävijämääräksi lasketaan yleensä vaikutusalueen asukasluku kuusinkertaisena. Kävijämääriin vaikuttaa suoraan uimahallin sijainti ja siihen liittyen vaikutusalueella asuvien määrä, lähistöllä sijaitsevat koulut ja liikuntapaikat sekä liikenneyhteydet. Uimahallien asiakkaat saapuvatkin suurimmaksi osaksi lähialueelta, sillä noin 80 prosenttia heistä saapuu alle kymmenen kilometrin säteeltä. Suomessa uimahallien saavutettavuus vaihtelee kuitenkin suuresti. Vuonna 2012 keskimääräinen matka kotoa uimahallille oli 18 kilometriä, mutta pituus vaihteli suuresti maantieteellisen sijainnin mukaan. (Hakala 2019, 11, 21–22.)

Valtaosa Suomen uimahalleista on kunnan organisoimaa toimintaa eli kunta rakentaa ja omistaa uimahallin sekä ylläpitää sitä. Kunta myös järjestää hallissa tarjottavat palvelut ja palkkaa henkilökunnan. Mikäli uimahallitoiminnan järjestäminen on kunnallista, voi uimahallin rakentamiseen saada opetus- ja kulttuuriministeriön tukea. Julkinen sektori tukee tällaista kalliiden liikuntapaikkojen rakentamista oikeudenmukaisuus- ja tasa-arvo vaatimusten edellyttämänä. Yleisesti ajatellaan kansalaisten liikuttamisen olevan eduksi sekä yksilölle että yhteiskunnalle. Lisäksi vähävaraisille tulee taata mahdollisuus käyttää liikuntapalveluja. Perinteisessä kunnallisessa uimahallimallissa kunta maksaa suuren osan uimahallin käyttökustannuksista, joten pääsymaksujen hintataso voidaan pitää alhaisena. Kunnallisen mallin lisäksi uimahallien omistus, rahoitus ja toiminta voidaan varsinkin nykypäivänä organisoida monella muullakin tavalla. (Hakala 2019, 38.)

Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliiton toteuttamassa Uimahallibarometri 2012: Uimahallivastaavien arvioita ja näkemyksiä omasta uimahallistaan -tutkimuksessa uimahallien toiminnasta vastaavilta johtajilta tiedusteltiin, tulisiko uimahallien palveluja ja toimintoja jatkossa ulkoistaa nykyistä enemmän. Tutkimuksesta käy ilmi, että ulkoistamiseen suhtaudutaan varauksellisesti ja selvä enemmistö vastustaa palvelujen ja toimintojen ulkoistamista. Vahvaa kielteistä suhtautumista ulkoistamiseen esiintyy sekä niissä halleissa, joissa ei ole ulkoistettua henkilöstöä että niissä, joissa on ulkoistettua henkilöstöä. Tulosta voi selittää mahdollisesti se, että ulkoistamisen on koettu heikentäneen palveluiden laatua niissä halleissa, joissa ulkoistamiskokemusta on. (Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto 2012a.)

Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto on tehnyt vuonna 2012 lisäksi asiakastytyväisyyskyselyn, josta käy ilmi, että valtaosa (78 %) uimahallien asiakkaista arvioi oman uimahallinsa palveluiden laatutason joko erittäin tai melko hyväksi. Vain harvat (3 %) antavat uimahallilleen huonon arvosanan. Keskimäärin tyytyväisimpiä ovat uimahallia eniten käyttävät. (Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto 2012b.)

Suomen uimahalleista suuri osa on iäkkäitä, 1960- ja 1970-luvuilla rakennettuja. Uimahallien rakentaminen jatkui vilkkaana myös 1980-luvulla, jolloin alkoi niin sanottu viihdeuimaloiden aikakausi. Uimahallien remontoimisväli on keskimäärin 20–25 vuotta ja vuosittain peruskorjataan tai laajennetaan 5–10 uimahallia. Uimahallien yllä- ja kunnossapito on vaativaa ja kallista, mikä on saattanut joissain uimahalleissa aiheuttaa vajavaista kunnossapitoa. Kunnossapidon laiminlyönti johtaa kuitenkin rakennusten korjausvelan kasvamiseen kiihtyvällä tahdilla. (Hakala 2019, 8, 17–18.)

2.3 Kokkolan kaupunki ja liikuntapalvelut – Iloa ja eloa liikkumalla!

Kokkola on Keski-Pohjanmaalla sijaitseva väestömäärältään Suomen 22. suurin kaupunki. Vuoden 2022 lopussa asukasluku oli noin 48 000. Kuntaliitokset ovat laajentaneet kaupunkia. Viimeisimpinä Kokkolan kaupunkiin ovat liittyneet Kälviän, Lohtajan ja Ullavan kunnat vuonna 2009. Kokkola on kaksikielinen kaupunki, jossa 84 prosenttia asukkaista on suomenkielisiä, 12,6 prosenttia ruotsinkielisiä ja 3,4 prosenttia muunkielisiä. Kokkola toimii Keski-Pohjanmaan hallinnollisena, taloudellisena ja sivistyksellisenä maakuntakeskuksena. Kokkolan kaupungin

on perustanut Kustaa II Aadolf vuonna 1620, joten vuonna 2020 Kokkola vietti 400-vuotisjuhlavuottaan. (Kokkola-tietoa 2019; Tietoa Kokkolasta 2023.)

Kaupunginvaltuusto käyttää ylintä päätösvaltaa. Sen vastuualueena on Kokkolan kaupungin toiminta ja talous. Valtuuston tehtäviin kuuluvat kaupungin strategiset linjaukset sekä päätökset taloudesta ja rahoituksesta. Valtuusto myös hyväksyy vuosittaisen talousarvion. Kokkolan kaupungin hallinnon ja talouden johtaminen kuuluu kaupunginhallitukselle. Se vastaa toiminnan tuloksellisuudesta sekä edunvalvonnasta. Kaupunginhallitus myös johtaa kaupunkikonsernia ja valmistelee kaupunginvaltuuston päätökset sekä huolehtii niiden täytäntöönpanosta ja lainmukaisuudesta. Lisäksi se ohjaa ja valvoo lautakuntien ja virastojen toimintaa. (Hallinto ja päätöksenteko 2019, 2023.)

Kaupunkikonserni muodostuu kaupunkiorganisaatiosta, liikelaitos Kokkolan Vedestä, 42 tytäryhteisöstä, 17 osakkuusyhteisöstä sekä seitsemästä kuntayhtymästä. Kaupunkiorganisaatioon kuuluu konsernihallinto ja -palvelut sekä toimialat (palvelualueet). Konsernihallinnon ja -palvelujen vastuualueisiin kuuluvat kaupunginkanslia, talous- ja tietohallintopalvelut, henkilöstöpalvelut sekä elinkeinot ja kaupunkikehitys. Toimialat (palvelualueet) jaotellaan kaupunkiympäristöön, sivistystoimeen sekä aluepelastuslaitokseen ja ympäristöterveydenhuoltoon. Kaupunkiympäristö on jaettu viiteen vastuualueeseen, joita ovat kaupunkialueet, kaupunkisuunnittelu, kaupunkiluvitus, kaupunkirakentaminen ja kaupunkitoimialat. Sivistystoimeen kuuluvat opetus- ja varhaiskasvatuspalvelut sekä kulttuuri-, museo-, nuoriso-, kirjasto- ja liikuntapalvelut sekä niiden hallintopalvelut. (Hallinto ja päätöksenteko 2019, 2023.)

Kokkolan kaupunkistrategia 2022–2025, ”Kokkola – Meillä on laajempi horisontti”, määrittelee suunnan, jota kohti kaupunkia kehitetään sekä tärkeimmät teemat, joihin keskitytään. Strategian avulla voidaan varautua kuntien toimintaympäristömuutoksiin. Strategian kärkinä ovat yrittäjä- ja lapsiystävällisyys sekä elämyksellisyys. Elämyksellisyydellä on vaikutusta kuntalaisten hyvinvointiin ja yhteenkuuluvuuteen. Tapahtumat ovat osa elämyksellisyyttä ja yhdeksi strategiakauden menestystekijäksi mainitaankin monipuolinen ja omaleimainen kulttuuri-, liikunta- ja tapahtumatarjonta. Kaupungin toiminnan kivijalkana ovat tasapainoinen talous, toimivat työmarkkinat, hyvinvoiva henkilöstö sekä hiilineutraali Kokkola 2025. (Hallinto ja päätöksenteko 2023.)

Kokkolan kaupungin liikuntapalveluiden tavoitteena on edistää hyvinvointia ikään katsomatta, ylläpitää ja kehittää liikuntapaikkoja ja -olosuhteita, tukea kansalaistoimintaa ja erityisliikuntaa sekä kehittää terveysliikuntaa yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa. Kokkolassa on monipuolinen liikuntapaikkaverkosto. Viime aikoina on panostettu erityisesti lähiliikuntapaikkojen kehittämiseen. Liikuntapaikkojen verkoston ylläpidosta vastaa kaupungin tekninen palvelukeskus. Kokkolassa on hiihtolatuja ja kuntoreittejä sekä -ratoja toista sataa kilometriä, joista valaistuja noin 40 kilometriä. Lisäksi Kokkolan kaupungilla on erilaisia lähiliikunta- ja skeittipaikkoja, kuntoportaita, frisbeegolfratoja, rantalentopallo- sekä tenniskenttiä, urheilukenttiä, jalkapallokenttiä sekä jalkapallohalli (Kipparihalli), jäähalli sekä Best Hall -tekojääareena, muita jääkenttiä ja -kaukaloita, liikunta- ja kuntosaleja, liikuntahalleja (Kokkolan Urheilutalo, Hollihaan liikuntahalli, Isokylän monitoimitalon liikuntahalli, Kälviän vapaa-ajan talo ja Lohtajan Maininki-monitoimihalli), yleisiä uimarantoja sekä Uintikeskus VesiVeijari. Kokkolassa toimii reilu sata aktiivista urheiluseuraa sekä liikunnallista toimintaa tarjoavaa yhdistystä ja muuta toimijaa noin 60 urheilulajin parissa. Kaupunki tukee näitä toimijoita alle 18-vuotiaiden ohjaustoiminta-avustuksella, koulutus- ja kohdeavustuksilla, toimitila-avustuksella sekä karttamäärärahalta. (Palvelut 2019; Vapaa-aika 2023.) Kokkolassa on käynnistynyt Urheilupuisto-suuranke, jossa tarkoituksena on rakentaa iso liikunta-, urheilu- ja tapahtumakäyttöön tarkoitettu kokonaisuus, jonka ensimmäisenä vaiheena on hybridiareenan rakentaminen (Kokkolan Urheilupuisto Oy 2023).

2.4 Uintikeskus VesiVeijari

Kokkolan uimahalli (tuolloin Kokkolan Vapaa-aikakeskus) otettiin käyttöön 17.6.1985. Kokkolan uimahalli toimi edelläkävijänä uimahallirakentamisessa uimahallien muuttuessa yhä enemmän monipuolisiksi viihdeuimaloiksi. Puhuttiin Kokkolan Kanariasta. Esimerkiksi Kunta ja Me-lehti kirjoitti maaliskuussa 1987 seuraavasti:

Keskipohtanmaalainen Kokkola on näyttänyt, että kaupunkilaisten vapaa-ajanpalveluja voidaan kohentaa kertaheitolla, kunhan ei suotta piittaa ämmäin parpatuksesta ja riittää taitoa junailta ajatukset päätöksentekokoneiston läpi. Kokkolan uimahallille löytyy vertaisiaan vasta Keski-Euroopasta, sieltä missä elämästä on aina osattu nautiskella paremmalla omallatunnolla kuin täällä kituuttajien maassa. Kokkolan monitoimiuimahallissa on haluttu rikkoa kaikki perinteisen jäykkyyden

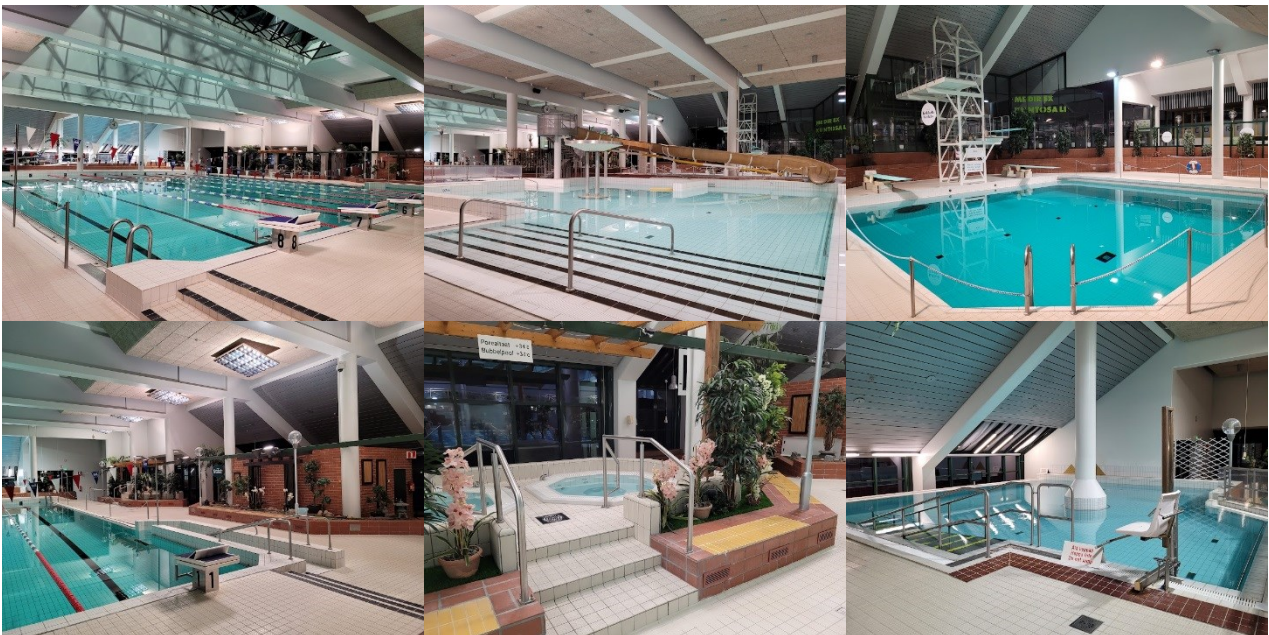
rajat. Kuutamouinnit elävän musiikin tahdittamana, uimahallidiskot ja lemmlämmönnöt ovat tästä hyviä esimerkkejä. Kävijöitä riittää ja työntekijät ovat tyytyväisiä. Voiko enempää vaatia. (Rönkkö 1987.)

Uimahalli peruskorjattiin ja laajennettiin vuosina 2005–2006. Laajennuksen yhteydessä rakennettiin maauimala ja otettiin käyttöön uusi pääsisäänkäynti (KUVA 1). Samoihin aikoihin myös nimi muutettiin Uintikeskus VesiVeijariksi. Uintikeskus VesiVeijarin kanssa samassa rakennuksessa toimii lisäksi keilahalli, erilaisia kuntoutus- ja hyvinvointipalveluja tarjoava Medirex sekä kahvila-ravintola Cafe Eden. Uintikeskus VesiVeijarissa työskentelevä henkilökunta muodostuu palvelupäälliköistä, uinninvalvojista, uimaopettajista, liikunnanohjaajista, kassatyöntekijöistä, laitospöyhästä sekä siivoojista.



KUVA 1. Uintikeskus VesiVeijarin pääsisäänkäynti (Tuoreniemi 2021, omat valokuvat)

Uintikeskus VesiVeijarista löytyy yhdeksän sisäallasta: isoallas, hyppyallas, vesijumppa-allas, terapia-/kuntoutusallas, lasten-/opetusallas, kahluallas, kylmäallas ja kaksi poreallasta (KUVA 2). Hyppyaltaalla on kaksi metrin hyppylautaa sekä kolmen ja viiden metrin hyppytasot sekä lisäksi uppopallopelialue. 25-metrisestä isoaltaasta löytyy 8 rataa. Lastenallas on varustettu 17-metrin vesiliukumäellä ja suihkulähteellä. Kesäisin Uintikeskus VesiVeijarissa on käytössä maauimala. Maauimalaan kuuluu 25-metrinen isoallas, lastenallas ja kylmäallas, joka talvisin on käytössä myös avanto- eli talviuintialtaana. Ulkoalueelta löytyy lisäksi 80-metrinen vesiliukumäki, grillikatos kaasugrilleineen ja auringonottoalue. (Uintikeskus VesiVeijari 2019, 2023.)



KUVA 2. Uintikeskus VesiVeijarin allastilat (Tuoreniemi 2023, omat valokuvat)

Allasosaston vieressä on 25 hengen Wellamo-takkahuone ja -tilausauna. Wellamossa voidaan järjestää esimerkiksi syntymäpäiviä, illanistujaisia, kokouksia ja monenlaisia muita tilaisuuksia. Wellamon lisäksi Uintikeskus VesiVeijarista löytyy 23 hengen kokoustila Neptunus, jonka yhteydessä sijaitsevat avantosaunat naisille ja miehille. Varausmahdollisuus on myös savusaunaan, jossa on kesäisin myös muutamana päivänä viikossa yleiset savusaunavuorot. Näiden lisäksi Uintikeskus VesiVeijarin tiloista löytyy kaksi infrapunasaunaa. (Uintikeskus VesiVeijari 2019, 2023.)

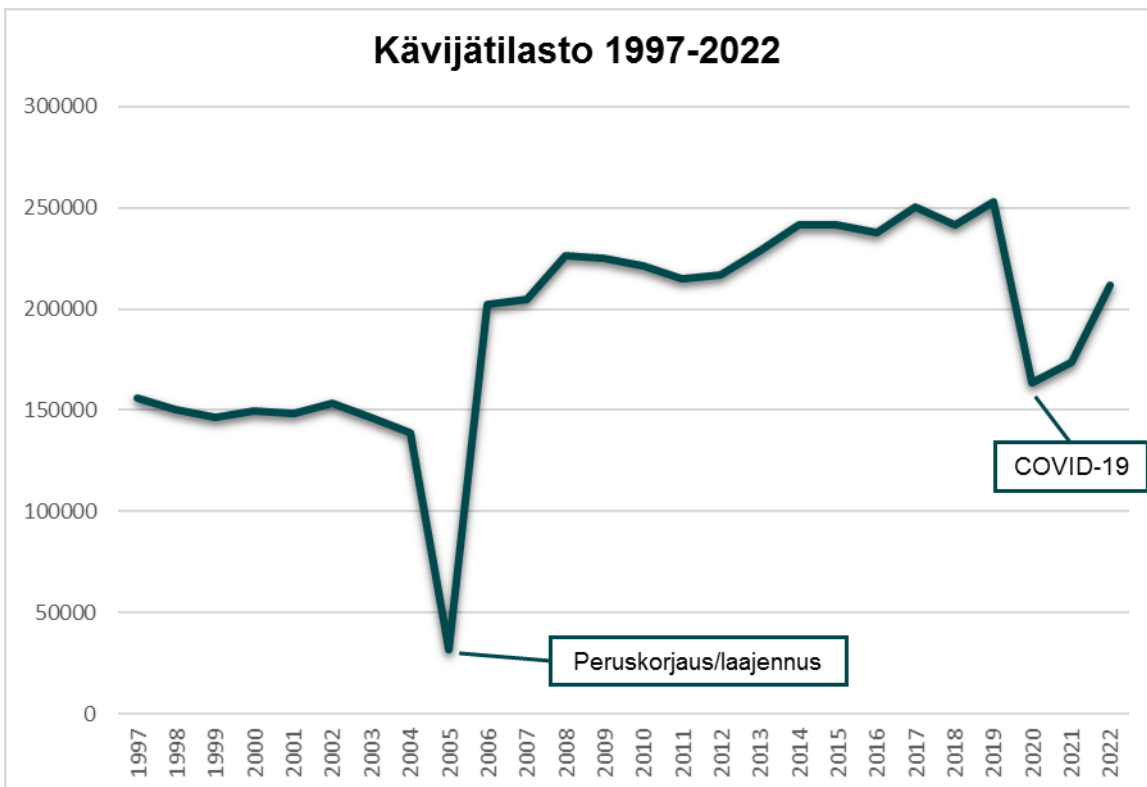
Uintikeskus VesiVeijarissa on vuosittain noin 240 000 kävijää. Koronavirusepidemian ja siihen liittyvien erilaisten rajoitustoimien vuoksi kävijämäärät kuitenkin laskivat rajusti vuosina 2020 ja 2021. Kuviossa yksi on esitetty kävijätilastot vuosina 2016–2022 ja kuviossa kaksi vuosina 1997–2022. Koronavirusepidemian vaikutus näkyy kuvioissa selvästi varsinkin vuosina 2020 ja 2021. Lisäksi kuviossa kolme on eriteltyinä Uintikeskus VesiVeijarissa käyneiden asiakasryhmien prosenttiosuudet vuonna 2022 (yhteensä 211 865 kävijää). Vuonna 2022 kävijämäärät nousivat jo lähemmäs normaalia vuotta ja tammikuun 2023 kävijämäärä olikin jo sitten historian kolmanneksi suurin. (Luhtio 2023.) Yksittäisten kuntalaisten lisäksi koulut, erilaiset opistot, useat urheiluseurat uimaseuroista ja urheilusukelluskerhoista retkimeloihin käyttävät uimahallin tiloja.

Kokkolan liikuntapalvelut järjestää Uintikeskus VesiVeijarissa erilaisia ohjattuja vesijumppia, vauva- ja perheunteja sekä uimakouluja ja erilaisia tekniikkakouluja. Lisäksi urheiluseurat järjestävät uimakouluja sekä muun muassa uinti-, uimahyppy- ja uppopallokilpailuja. Huhtikuussa hallissa järjestetään koulujenväliset uintikilpailut ja lähes vuosittain Suomen Uimaliitto järjestää Ui elämäsi kuntoon (aiemmin Ui kesäksi kuntoon) -kuntouintikampanjan, jossa Uintikeskus VesiVeijari on mukana yleensäkin menestyksekkäästi. Esimerkiksi vuoden 2021 marras-joulukuun kampanjassa Uintikeskus VesiVeijari voitti isojen uimahallien luokassa eniten uintikilometrejä keränneen uimahallin palkinnon. Vesisankarit-hankkeen avulla Uintikeskus VesiVeijarissa on järjestetty koululaisille vesillä liikkumisen taitoihin ja vesiturvallisuuteen liittyviä Vesisankarit-tapahtumia. Vuonna 2019 järjestettiin lisäksi avoin Vesisankarit-tapahtuma, johon kaikkien Uintikeskus VesiVeijarin kävijöiden oli mahdollista osallistua. Uintikeskus VesiVeijarissa perinteisiksi muodostuneita tapahtumia ovat lisäksi erilaiset tunnelmalliset uinti-illat eli kynttiläuinnot, vesidiskot, vesiliukumäkikilpailut (Kokkola-lehti Open -vesiliukumäkikilpailu), naisten vuorot sekä joulunaikaan sijoittuva joulupuuro- tai glögi- ja piparitarjoilu.

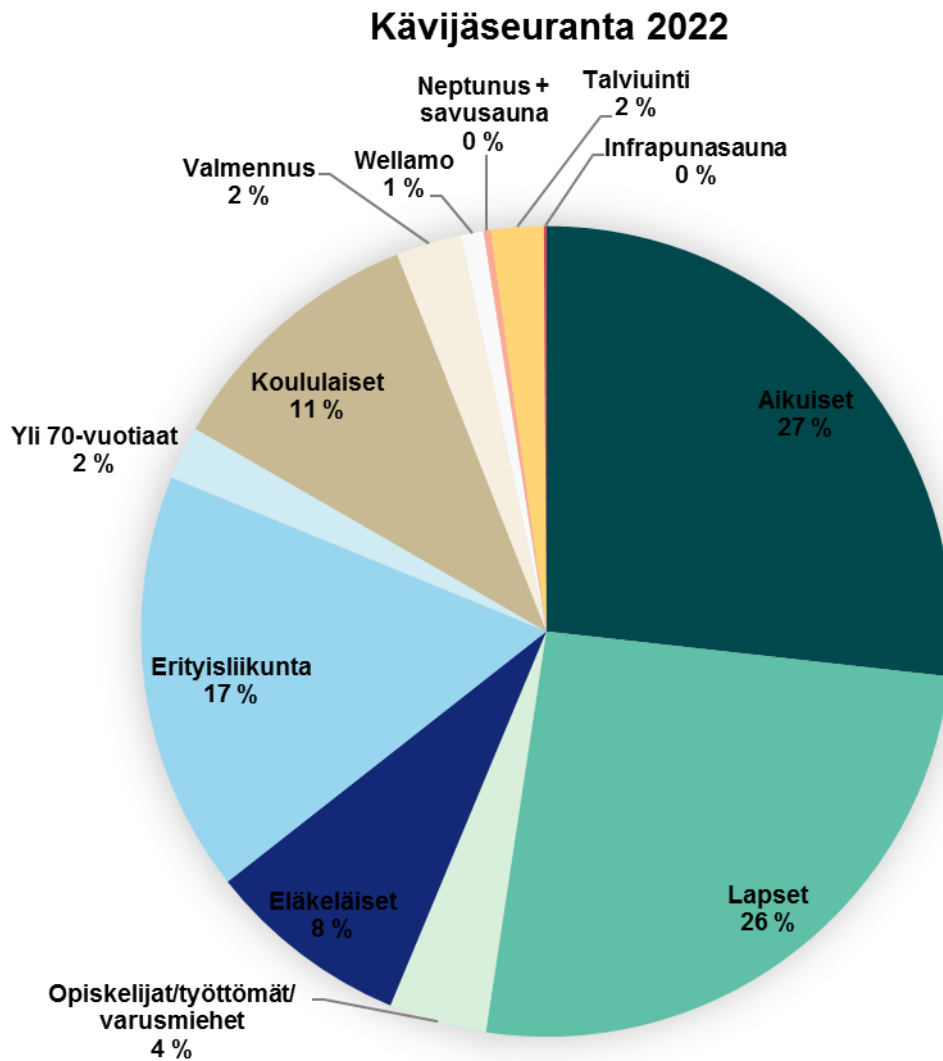
Vaikka Uintikeskus VesiVeijarissa järjestetäänkin vuosittain jo useita erilaisia tapahtumia, ovat tapahtumat säilyneet hyvin samanlaisina vuodesta toiseen, mikä ilmenee myös aiemmin esitellystä Kunta ja Me -lehtiartikkelista. Kun vierailee Suomen muiden uimahallien verkkosivustoilla, voidaan huomata, että samanlaiset tapahtumakonseptit toistuvat niissäkin. Uintikeskus VesiVeijarin tämänhetkiset tapahtumat ovat suosittuja ja pidettyjä, joten tapahtumat kannattaa säilyttää jatkossakin ja tarvittaessa kehittää niitä asiakkailta saadun palautteen avulla. Uusille tapahtumille ja ehkäpä uusille kohderyhmille suunnatuille tapahtumille olisi kuitenkin varmasti kysyntää.



KUVIO 1. Uintikeskus VesiVeijarin kävijätilasto 2016–2022 (mukailen Luhtio 2023)



KUVIO 2. Uintikeskus VesiVeijarin kävijätilasto 1997–2022 (mukailen Luhtio 2023)



KUVIO 3. Uintikeskus Vesiveijarin kävijäseuranta 2022 asiakasryhmittäin (mukaillen Luhtio 2023)

Uintikeskus Vesiveijari valittiin vuonna 2008 vuoden uimahalliksi. Uintikeskus Vesiveijaria kehitettiin monipuoliseksi uinti-, virkistys- ja viihdekeskukseksi. Valinnassa oli huomioitu myös laaja-alainen toiminta aina vesiliikunnasta ja uimakouluista vesidiskojen ja kuutamouintien kautta erityyppisiin yksityistilaisuuksiin. Maininnan sai myös maauimala ja sen merkitys turistikohdeena. Voittoon vaikutti lisäksi henkilökunnan varsin laaja vesiliikunta- ja vesiturvallisuusalan koulutus. (Uintikeskus Vesiveijari 2019.)

3 TAPAHTUMAMARKKINOINTI

Käsitteenä tapahtumamarkkinointi on melko uusi. Los Angelesin olympialaiset vuonna 1984 voidaan katsoa yhdeksi merkittävimmäksi sysäykseksi tapahtumamarkkinoinnin syntyyn. Tuolloin järjestäjät loivat sponsoreille sopimusmallin, joka mahdollisti yritysten markkinoinnin tapahtuman yhteydessä tai siihen liittyen. 1990-luvulla ilmestyivät ensimmäiset tapahtumamarkkinointia ja tapahtumien johtamista käsittelevät kirjat. (Muhonen & Heikkinen 2003, 39.) Nykypäivän informaatiotulvassa perinteiset markkinoinnin keinot eivät välttämättä enää riitä erottamaan yritystä tai organisaatiota sen kilpailijoista. Ihmisten tapa tehdä ostopäätöksiä on muuttunut muun muassa sosiaalisen median myötä. Sosiaalisessa mediassa käydyt keskustelut yrityksen tuotteista ja palveluista sekä keskustelupalstoille kirjoitetut mielipiteet ja arviot voivat vaikuttaa kuluttajiin enemmän kuin perinteinen yrityksen harjoittama markkinointiviestintä. Tapahtumamarkkinointi yhdistettynä sosiaaliseen mediaan onkin tehokas vaihtoehto markkinointiin. (Vallo & Häyrinen 2016, 21.)

Tapahtumamarkkinointi voidaan katsoa markkinoinnin ja tapahtuman yhdistelmäksi. Markkinoinnin avulla välitetään organisaation viestiä ja ohjataan ihmisiä toimimaan organisaation toivomalla tavalla. Tapahtumamarkkinoinnilla halutaan yhdistää organisaatio ja sen kohderyhmät jonkin valitun sisällön, asian, teeman tai idean ympärille rakennetun tapahtuman avulla. Tapahtumamarkkinointi voidaan määritellä usealla eri tavalla. (Vallo & Häyrinen 2016, 21.) Sponsorointi ja Tapahtumamarkkinointi ry:n määrittelyssä yhteisö luo sisällön tapahtumalle, jonka tavoitteena on valitun kohderyhmän aktivointi ja markkinointiviestinnän monipuolistaminen (Sponsorointi ja Tapahtumamarkkinointi ry 2019). Yleisesti ottaen tapahtumamarkkinointi on strategisesti suunniteltua toimintaa, jossa elämyksellisten tapahtumien avulla viestitään valittujen kohderyhmien kanssa ja kohdataan sidosryhmät. On kuitenkin olemassa kolme kriteeriä, joiden tulee täytyä tapahtumamarkkinoinnista puhuttaessa. Tapahtumien tulee olla aina etukäteen suunniteltuja, tavoitteen ja kohderyhmän tulee olla määriteltyjä sekä tapahtumissa toteutua kokemuksellisuus, elämyksellisyys ja vuorovaikutteisuus. (Vallo & Häyrinen 2016, 21–22.) Yksinkertaisimmillaan tapahtumamarkkinoinnin voidaan sanoa olevan kaikki ne tapahtumat, joissa organisaatio markkinoi tai edistää tuotteidensa myyntiä (Iiskola-Kesonen 2004, 60).

3.1 Tapahtumamarkkinointi osana markkinointia

Markkinointi on perinteisesti jaettu Philip Kotlerin mallin mukaisesti mainontaan, henkilökohtaiseen myyntityöhön, menekin edistämiseen sekä suhde- ja tiedotustoimintaan. Tapahtumamarkkinointi on yleisesti mielletty osaksi suhde- ja tiedotustoimintaa, mutta todellisuudessa se on lisäksi yhä enemmän henkilökohtaista myyntityötä ja menekin edistämistä. (Vallo & Häyri- nen 2016, 31.) Tapahtumamarkkinoinnin tulisi olla yksi yrityksen markkinoinnin perustoimin- noista ja osa markkinointistrategiaa ja -viestintää. Tapahtumamarkkinointi on monipuolinen markkinointiviestinnän keino, koska se toimii itsenäisesti; sen avulla markkinointiviestinnän osa-alueiden tavoitteita voidaan edistää, mutta toisaalta tapahtumamarkkinointi voi hyödyntää myös markkinointiviestinnän keinoja. Tapahtumamarkkinointiin kannattaa yhdistää mainonnan eri keinoja ja käyttää toisaalta mainonnan teemana tapahtumaa. Tapahtumaa voi myös hyö- dyntää mainostamiseen ja myynninedistämiseen (jakamalla esimerkiksi näytteitä) sekä henki- lökohtaiseen myyntityöhön. Tärkeää on ihmisten kohtaaminen sekä palautteen kerääminen. (Muhonen & Heikkinen 2003, 44–45, 75.)

Mikäli yritys on valinnut markkinointistrategian, jossa tapahtumat ovat pääosassa, tulee tämän näkyä myös yrityksen markkinointisuunnitelmassa. Tapahtumien tulee olla ydin, jota muut markkinointiviestinnän keinot, kuten mainonta ja sosiaalinen media tukevat. Mikäli tapahtuma- markkinoinnista tehdään kilpailukeino, tulee tapahtumista rakentaa erityisen laadukkaita ja mieleenpainuvia. Asiakkaiden, henkilöstön, yhteistyökumppaneiden ja muiden sidosryhmien tulee saada organisaatiosta ainutlaatuinen mielikuva. (Vallo & Häyri- nen 2016, 32.)

3.2 Tapahtumamarkkinoinnin tuloksellisuus

Muiden markkinoinnin keinojen tavoin, tulisi myös tapahtumamarkkinointiin liittyvälle toimin- nalle asettaa tavoitteet. Jo suunnitelman tukena voidaan käyttää numeraalisia faktoja. Jos yri- tyksellä on resursseja, voidaan suunnitteilla olevan tapahtuman kohderyhmän toiveita ja tar- peita tutkia ja analysoida jo etukäteen. Tutkimuskeinona voidaan käyttää esimerkiksi kysely- tutkimusta. Kaikilla tapahtuman suunnitteluun ja järjestämiseen osallistuvilla tulisi olla selvillä, mitä lyhyen ja pitkän aikavälin tavoitteita tapahtumalle on asetettu. Lyhyellä aikavälillä mitatta- via asioita ovat tiedon kerääminen, syntyneet kaupat, uusien kontaktien määrä, myyntiproses- sin edistyminen, tapahtuman sisällön arviointi, kävijämäärät sekä poisjääneiden syyt. Pitkän

aikavälin tavoitteita ovat taas viestinnällinen teho, imagon muokkaaminen ja myynnin kehitys. (Muhonen & Heikkinen 2003, 133, 136–139.) Tavoitteet voidaan luokitella myös teknisiin tavoitteisiin (esimerkiksi osallistujamäärän kasvattaminen), muutostavoitteisiin (esimerkiksi uusien ideoiden löytäminen) ja vaikuttavuustavoitteisiin (esimerkiksi lisämyynnin tekeminen). Tavoitteet muotoutuvat aina tapahtuman luonteen mukaisiksi. (Vallo & Häyrynen 2016, 59–60.)

Tapahtuman onnistumista tulisi tutkia tavoitelähtöisesti. Tapahtuman onnistumisen tutkimisessa ja analysoinnissa on viisi vaihetta. Aluksi määritellään lähtötaso ja tämän jälkeen asetetaan tavoitteet tapahtumalle. Tapahtuman jälkeisessä tutkimusvaiheessa kerätään tarvittava tieto ja luvut analysointia varten. Analysointivaiheessa selvitetään, saavutettiinkö asetetut tavoitteet. Viimeiseksi mietitään vielä jatkotoimenpiteitä. (Muhonen & Heikkinen 2003, 134–135.)

Tapahtumista tulisi kerätä tapahtuman tuloksellisuudesta kertovat tunnusluvut. Tällaisia tunnuslukuja ovat esimerkiksi osallistujamäärä sekä heti ja pitkällä aikavälillä saadut tuotot sekä kokonaiskustannukset. Tärkeää on selvittää tapahtuman kustannukset per osallistuja. Tunnusluvut paljastavat lisäksi, miten toistuvien tapahtumien tunnusluvut kehittyvät. (Vallo & Häyrynen 2016, 62.) Tapahtumien tuloksellisuuden mittaamiseen on luotu erilaisia malleja. Erään peruskaavan avulla selvitetään tapahtuman nettoarvo vähentämällä saavutetuista hyödyistä tapahtuman järjestämisestä aiheutuneet kulut sekä kiinteät kulut. Muita tapahtuman tuloksellisuutta tai onnistumista mittaavia välineitä ovat palautelomakkeet, puhelinhaastattelut, sähköiset menetelmät sekä esimerkiksi kävijälaskurit. (Muhonen & Heikkinen 2003, 140, 143.)

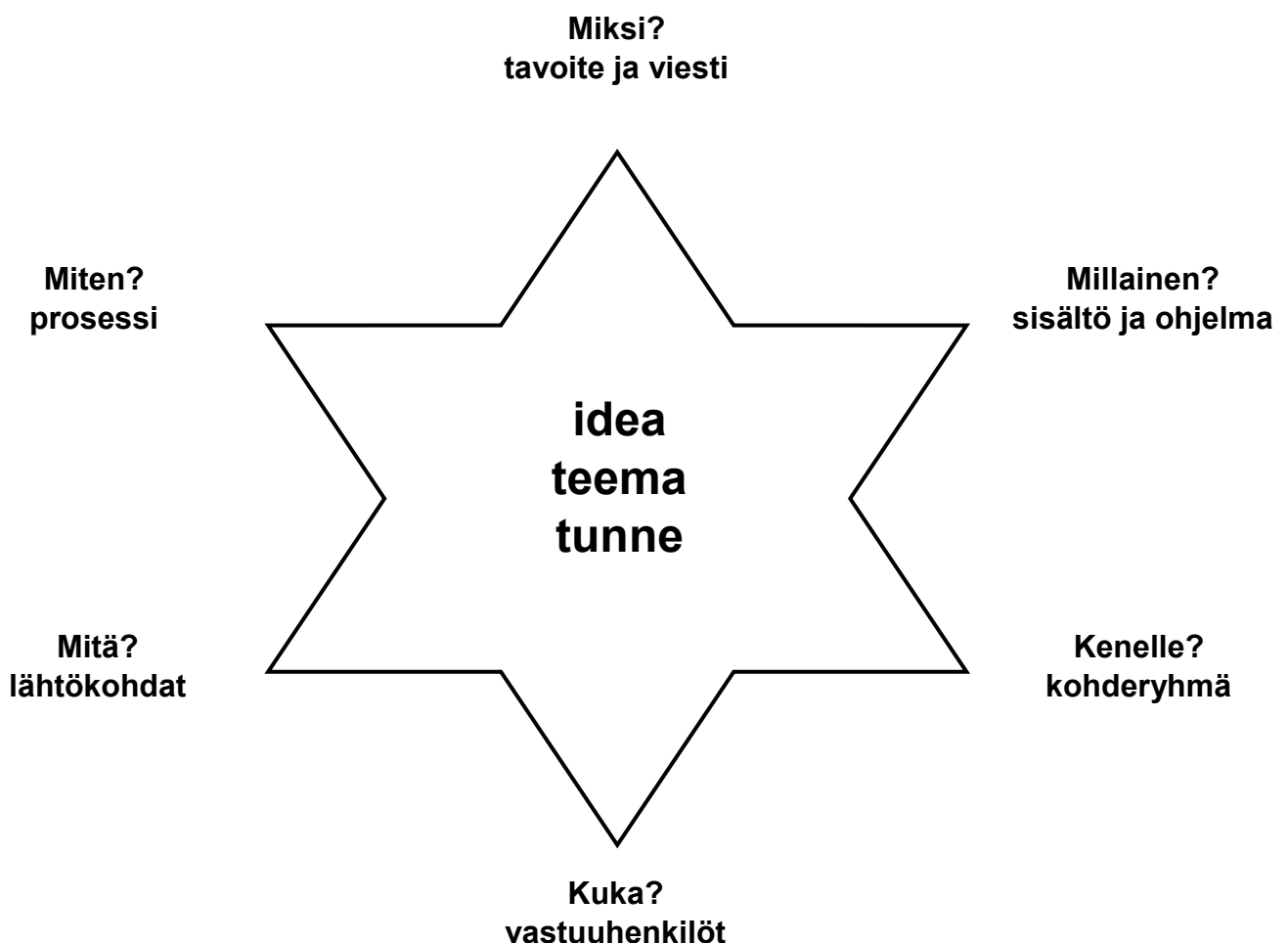
4 TAPAHTUMAPROJEKTI – AVAIMET ONNISTUNEeseen TAPAHTUMAAN

Shone ja Parry (2019, 4) luokittelevat tapahtumat vapaa-ajan tapahtumiin (vapaa-aikaan liittyvät tapahtumat, urheilu- ja virkistystapahtumat), kulttuuritapahtumiin (kansan- ja kulttuuriperintöön liittyvät tapahtumat, seremonialliset ja uskonnolliset menot sekä taiteeseen liittyvät tapahtumat), järjestöllisiin tapahtumiin (kaupalliset, poliittiset ja hyväntekeväisyystapahtumat sekä myyntiin liittyvät tilaisuudet) sekä henkilökohtaisiin tapahtumiin (häät, syntymäpäivät ja vuosipäivät). Tämä on kuitenkin vain yksi luokittelutapa, sillä tapahtumat voidaan luokitella monin eri tavoin. Ennen tapahtuman suunnitteluun ryhtymistä järjestävän tahon tulee kuitenkin olla tietoinen, millaisesta tapahtumasta on kyse. Perusasioiden kuten esimerkiksi aikataulutuksen, tapahtumapaikan ja ohjelman sisällön on oltava kunnossa, oli tapahtuma minkä tyyppinen tai kokoinen tahansa. (Vallo & Häyrinen 2016, 75–77.)

Tapahtumilla on kolme tavoitetta. Ensiksikin niiden avulla halutaan syventää osallistujien välistä suhdetta, asiakassuhdetta. Tapahtuman tarkoituksena on tarjota asiakkaalle ainutlaatuisen ja positiivinen kokemus, josta jää pitkäkestoinen muistijälki ja josta halutaan kertoa muillekin. Tapahtuma siis syventää asiakkaan suhdetta yritykseen. Toisena tavoitteena on parantaa yrityksen liiketoimintaa eli suorasti tai epäsuorasti edistää tuotteiden ja palveluiden myyntiä. Tapahtumat viestintäkanavana ovat nykypäivän digitalisoituvassa yhteiskunnassa säilyttäneet yllättävän hyvin asemansa. Ihmiset kokevat edelleenkin halua ja tarvetta kohdata kasvokkain, keskustella henkilökohtaisesti ja kokea asioita fyysisesti samassa tilassa. Digitaalisuus on itse asiassa avannut tapahtumaviestinnälle jopa uusia mahdollisuuksia. Brändin vahvistaminen on tapahtumajärjestämisen kolmas tavoite. Mikä brändi sitten on? Lyhyesti kuvailtuna brändi on se mielikuva, joka yritykseen liitetään ja joka erottaa sen kilpailijoista. Tapahtumajärjestämisessä brändin arvo mitataan sillä, mitä mieltä asiakkaat tapahtumasta ovat ja millaisena he sen kokevat. Onnistunut tapahtuma vahvistaa brändiä. (Catani 2017, 19–21.)

Onnistuneen tapahtuman voi aistia ja tuntea. Vallo ja Häyrinen (2016, 121–128) kuvailevat onnistunutta tapahtumaa tähdeksi, joka sykkii lämmintä valoa ja iloa mukanaolijoille. Tämän kuviossa neljä esitetyn tähden muodostavat strateginen ja operatiivinen kolmio. Kumpikin kolmio käsittää kolme kysymystä, joihin tulee olla vastaukset jo ennen tapahtuman suunnitteluvaihetta. Strategisen kolmion kysymyksillä halutaan selvittää tapahtuman tavoite ja viesti (miksi tapahtuma järjestetään?), kohderyhmä (kenelle tapahtuma järjestetään?) sekä lähtökohdat

(mitä, missä ja milloin järjestetään?). Operatiivisen kolmion kysymykset käsittelevät tapahtumaprosessia (miten tapahtuma järjestetään?), tapahtuman sisältöä ja ohjelmaa (millainen tapahtuman ohjelma tai sisältö on?) sekä vastuuhenkilöitä (kuka toimii isäntänä?). Strategisen kolmion kysymysten avulla löydetään tapahtuman idea. Idea ei välttämättä synny hetkessä ja siihen saatetaan tarvita erilaisia ideointimenetelmiä. Jos idean keksiminen tuntuu liian haasteelliselta, voidaan tapahtuma rakentaa myös jonkin teeman ympärille. Teema voi syntyä esimerkiksi tapahtuman sisällöstä, mutta sen pohjalla voi olla myös jokin tarina. Strategisen ja operatiivisen kolmion tulee olla tasapainossa keskenään, koska muutoin tapahtumasta tulee tasapainoton jonkin osa-alueen toimiessa ja toisen epäonnistuessa. (Vallo & Häyrinen 2016, 121–128.) Seuraavissa alaluvuissa käsitellään tarkemmin näitä onnistuneen tapahtuman avaimia.



KUVIO 4. Onnistuneen tapahtuman malli (mukaillen Vallo & Häyrinen 2016, 128)

4.1 Tavoite, viesti ja kohderyhmä

Onnistuneen tapahtuman järjestäminen tulisi aina aloittaa pohtimalla, miksi tapahtuma järjestetään, mitä sillä halutaan saavuttaa ja viestittää. Tapahtumalla tulee olla sen luonteen mukaisesti määritelty tavoite, joka ohjaa tapahtuman suunnittelua ja jonka pohjalta mitataan tuloksia. Tavoitteet voidaan luokitella teknisiin tavoitteisiin, muutostavoitteisiin sekä vaikuttavuustavoitteisiin. Teknisiä tavoitteita ovat esimerkiksi osallistujamäärän kasvattaminen tai onnistunut tapahtumapaikan valinta ja muutostavoitteita uuden oppiminen tai käsityksen muuttaminen. Niiden mittaaminen onnistuu heti tapahtuman jälkeen. Sen sijaan vaikuttavuustavoitteet, kuten lisämyynnin saaminen ja uusien asiakkuuksien luominen, näkyvät vasta pidemmällä aikavälillä. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa oma tavoite tulisi pystyä kääntämään osallistujia puhuttelevaksi ja kiinnostavaksi. Tapahtuman tulisi saada aikaan muutosajattelua. Osallistuja voi kokea esimerkiksi saavuttaneensa unohtumattoman elämyksen tai kiinnostua yrityksen palveluista. (Vallo & Häyrinen 2016, 59–60, 136–137.) Opinnäytetyössäkkin VesiVeijarin tapahtumatoiminnalla tavoitellaan asiakasmäärien kasvattamista sekä tunnettuuden lisäämistä myös niiden potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa, jotka eivät vielä ole löytäneet Uintikeskus VesiVeijarin monipuolisia palveluita.

Tapahtumalla tulisi olla aina pääviesti; tarvittaessa myös sivuviestejä. Tärkeää on muistaa, että tapahtuman elementit, kuten ajankohta, tapahtumapaikka, tarjoilut, teema, ohjelma, esiintyjät ja isännät, vaikuttavat tapahtuman viestiin. Tapahtuman onnistuminen edellyttääkin kyseisten elementtien hallintaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 141.) Esimerkkinä voitaisiin käyttää Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettäviä aikuisten tunnelmallisia uinti-iltoja. Onnistuneessa tapahtumassa rauhallinen musiikki ja valaistus luovat tunnelmaa; osallistuja voi rentoutua ja rauhoittua kiireisen arjen keskellä. Nopeatempoisen musiikki ja strobovalot välittäisivät aivan vääränlaista viestiä; viestiä, joka sopisi esimerkiksi vesidiskoihin.

Tapahtuman kohderyhmänä voi olla joko rajattu tai avoin kutsuvierasjoukko taikka suuri yleisö. Kohteena saattaa olla niin organisaation nykyiset kuin potentiaalisetkin asiakkaat, henkilöstö tai sidosryhmät. Jotta voidaan luoda oikeankokoinen ja -näköinen, kohderyhmää puhutteleva tapahtuma, tulee kohderyhmä tuntea. Kohderyhmän analysointi on tärkeää, sillä kaikki ei sovi kaikille. On esimerkiksi eri asia kohdentaa tapahtuma nuorille kuin iäkkäämmille. (Vallo & Häyrinen 2016, 145, 147–148.) Uintikeskus VesiVeijarissa tapahtumien kohderyhmä on usein hyvin tarkkaan määritelty, kuten esimerkiksi juuri vesidiskot alakouluikäisille.

4.2 Lähtökohdat

Yksi tapahtuman lähtökohdista on se, mitä järjestetään. Tapahtuma voi olla esimerkiksi asia- tai viihdetapahtuma, mahdollisesti myös kyseisten tapahtumalajien yhdistelmä. Tapahtuman järjestäjänä voi toimia joko organisaatio itse tai se voi ulkoistaa tapahtuman toteutuksen joko kokonaan tai osittain. Tapahtuma voi olla lisäksi osa jo olemassa olevaa kattotapahtumaa, kuten urheilukilpailua. Toinen lähtökohdista on, missä tapahtuma järjestetään. Tapahtumapaikkana voi toimia mikä tahansa tila. Valinnassa tulee kuitenkin huomioida tapahtuman luonne ja kohderyhmä. Joskus myös organisaation omat tilat voivat toimia tapahtumapaikkana. Joka tapauksessa tilan tulisi sopia organisaation imagoon. Mikäli tila ei ole täysin toimiva sellaisenaan, voidaan somistukselta (esimerkiksi valaistus ja tekstiilit) saada siitä sopivampi. Tapahtumapaikan valinnassa tulee ottaa huomioon muun muassa kulkuyhteydet ja pysäköintitilat, tilan koko ja esteettömyys, somistumahdollisuudet, tekniikka ja äänentoisto sekä saniteetitilat ja mahdollisuus järjestää tarjoilut. Mikäli tapahtuma on tarkoitus järjestää ulkotiloissa, on oltava suunnitelma myös sateen tai myrskyn varalle. (Vallo & Häyrinen 2016, 75–76, 167, 169–170.) Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumat järjestetään luonnollisesti sen omissa tiloissa, joko allastiloissa tai maauimalassa. Tapahtumapaikkana tila on tuttu ja sen puitteet ovat kunnossa. Tapahtumia varten tilat somistetaan usein valaistuksella tai kynttilöillä.

Se, milloin tapahtuma järjestetään, on tapahtuman kolmas lähtökohta. Ajankohdalla onkin suuri merkitys osallistujien mahdollisuuksiin ja haluun osallistua tapahtumaan. Alkuvuosi (tammi-helmikuu) on yleensä tapahtumien osalta hiljaisempaa aikaa. Tällöin tapahtumien järjestämiselle olisikin hyvin tilaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 174–175.) Toisin on esimerkiksi kesäkuukausina, jolloin tapahtumatarjonta ja samalla kilpailu on runsasta. Tapahtuman ajoitukseen voivat vaikuttaa koululaisten lomaviikot sekä lukukauden aloitukset. Myös viikonpäivällä ja kellonajalla on merkitystä tapahtuman onnistumiseen. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 37.) Tapahtumalle tulee suunnitella myös sopiva kesto eli millaisella aikataululla koko tapahtuman sisältö aloituksesta tapahtuman päätökseen saadaan vietyä läpi (Vallo & Häyrinen 2016, 176). Uintikeskus VesiVeijarissakin tapahtumien ajankohdat vaihtelevat tapahtuman luonteen ja kohderyhmän mukaan. Esimerkiksi alakoululaisten vesidiskot ovat sijoitettu syys- ja talviloma- viikkojen aloitusperjantaille ja vesiliukumäkikilpailut heinäkuiseen viikonloppuun, jolloin kelien tulisi olla parhaimmillaan. Aikuisten tunnelmalliset uinti-illat järjestetään nimensä mukaisesti ilta-aikaan. Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumien suunnittelussa tulee huomioida, ettei tapahtumien ajankohta vaikuta liikaa uintikeskuksen muuhun ydintoimintaan.

Tapahtuman luonteen, tapahtumapaikan ja ajankohdan lisäksi tulisi määritellä tapahtumalle budjetti. Kokemus vastaavanlaisten tapahtumien järjestämisestä auttaa budjetoinnissa. Tapahtumabudjetissa huomioidaan sekä kulut (esimerkiksi tilavuokra, tarjoilut, esiintyjät ja työtunnit) että tulot (esimerkiksi lipputulot, tarjoilutulot sekä myyntituotot heti ja viiveellä). Luovuudella ja oman henkilökunnan mahdollisimman suurella panoksella voidaan tapahtuma toteuttaa pienelläkin budjetilla. (Vallo & Häyrinen 2016, 177, 179.) Myös Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumissa luovuudella ja henkilökunnan panoksella on suuri merkitys, kun toimitaan erittäin pienillä budjeteilla. Henkilökunta muun muassa somistaa tilat ja huolehtii ohjelman järjestämisestä, esimerkiksi kilpailuista.

Tapahtuman järjestäminen saattaa vaatia erilaisia lupia sekä mahdollisesti myös poliisille tehtävän ilmoituksen yleisötapahtumasta. Esimerkkejä luvista ja ilmoituksista ovat meluilmoitus, anniskelulupa, lupa elävän ja taustamusiikin käyttöön sekä yleisötilaisuuden turvallisuus- ja pelastussuunnitelma. (Vallo & Häyrinen 2016, 180–181.) Kaupungeilla on omat ohjeistukset tapahtumajärjestäjille. Sellaiset löytyvät myös Kokkolan kaupungin verkkosivuilta. Ohjeistuksissa on lista asioista, jotka järjestäjän tulee huomioida suunnitellessaan tapahtumaa sekä huomautus mahdollisista COVID-19 liittyvistä ohjeista ja rajoituksista. (Vapaa-aika 2023.) Erilaisten lupien ja ilmoitusten lisäksi tulee tapahtumasta riippuen huomioida myös saniteettitilojen riittävyys, siivouksen organisointi, jätehuolto, kierrätys sekä erilaiset turvallisuuteen liittyvät asiat, kuten alkusammutuskalusto ja ensiapuvälineet. Mikäli tapahtuma sisältää tarjoiluja, tulee myös ne kattauksineen sovittaa yhteen tapahtuman luonteen, teeman, osallistujien, ajankohdan sekä paikan kanssa. Tarjoilut voidaan ostaa joko osittain tai kokonaan ulkopuoliselta toimijalta, esimerkiksi pitopalveluyritykseltä, mikäli niitä ei voida järjestää itse. (Vallo & Häyrinen 2016, 182–183.)

4.3 Tapahtumaprosessi

Onnistuneen tapahtuman järjestämiseen tulisi varata minimissäänkin pari kuukautta. Tapahtumaprosessi voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen. Suunnitteluvaihe käsittää 75 prosenttia, toteutusvaihe kymmenen prosenttia ja jälkimarkkinointivaihe 15 prosenttia prosessista. Tapahtuman suunnittelu tulee aloittaa mahdollisimman hyvissä ajoin ja kaikki tapahtuman järjestämiseen osallistuvat sitouttaa prosessiin alusta alkaen, jotta erilaiset näkökulmat ja ideat saadaan

esille. Suunnitteluvaihe on ajatustyötä ja tapahtumalle tuleekin luoda palvelupolku eli visualisoida tapahtuman sujuva kulku alusta loppuun. Tapahtumatuotanto jaotellaan sisällön tuotantoon sekä tekniseen ja kaupalliseen tuotantoon. Sisällön tuotanto pitää sisällään strategisen suunnittelun: tavoitteet, tapahtuman idean, konseptin, teeman ja punaisen langan, viestit ja tarinan, palvelut ja tuotteet, visuaalisen ilmeen ja elementit sekä palvelupolun ja käsikirjoituksen. Tekniseen tuotantoon kuuluvat tapahtumapaikan valinta ja suunnittelu, tapahtumarakenteet, ympäristösuunnittelu, tekniikka, luvat sekä pelastus- ja turvallisuussuunnittelu, rakentaminen ja purkaminen sekä aikatauluttaminen. Budjetointi, tunnusluvut, tavoitteet sekä mittarit ja mittaaminen, kohderyhmät ja segmentointi, verkkosivut, kutsut ja kutsuprosessi, markkinointisuunnitelma, sosiaalinen media sekä yhteistyökumppanuudet ja sponsorointiyhteistyö ovat osa kaupallista tuotantoa. Onnistuneen tapahtuman järjestämistä helpottavia asiakirjoja ovat tapahtumabrief, joka kokoaa yhteen tapahtuman keskeiset reunaehdot (tavoite, kohderyhmä, sisältö ja niin edelleen) sekä tapahtumakäsikirjoitus, joka antaa kokonaiskäsityksen tapahtumasta (mitä, missä ja milloin tapahtuu). (Vallo & Häyrynen 2016, 189, 191–194, 196.)

Tapahtuman toteutusvaiheessa suunnitelmat laitetaan toteen. Toteutuksen vaiheita ovat rakennusvaihe, itse tapahtuma sekä purkuvaihe. Rakennusvaiheessa pystytetään tapahtuman kulissit, muun muassa kalustetaan ja somistetaan tila, rakennetaan tekniikka ja tuodaan tarjotut sekä niihin liittyvä tarvikkeisto. Rakennusvaihe kestääkin usein kauemmin kuin itse tapahtuma tai tapahtuman purkuvaihe. Jälkimarkkinointivaiheeseen kuuluvat muun muassa tapahtumatekijöiden kiitokset ja muistamiset, yhteydenottoopyyntöjen hoitaminen, palautteen kerääminen sekä omalta organisaatiolta että osallistujilta, palautteen analysointi sekä yhteenvedon kokoaminen. (Vallo & Häyrynen 2016, 198–199, 220–221.)

4.4 Sisältö ja ohjelma

Tapahtuman sisältö muodostuu teemasta, ohjelmasta, asioista ja esiintyjistä. Tapahtuman tavoitteen ja viestin sekä kohderyhmän lisäksi tapahtuman sisältöön vaikuttaa myös tapahtumalaji. Asiatapahtuman sisältö ja ohjelma poikkeaa viihdetapahtuman sisällöstä ainakin osittain. Tapahtumaan valitun teeman tulee näkyä läpi koko tapahtuman. Sen tulee houkutella ja puhutella osallistujaa ja samalla luoda oikeanlaista kuvaa järjestävästä organisaatiosta. (Vallo & Häyrynen 2016, 233, 235.)

Tapahtumalta odotetaan elämyksellisyyttä ja erilaisilla aktiviteeteillä voidaan tarjota osallistujille uusia kokemuksia. Aktiviteetit ovat jonkinlaista toimintaa ja tekemistä, johon osallistuja voi halutessaan ottaa osaa. Aktiviteettien kirjo on hyvin laaja. Ne voivat olla esimerkiksi rusettiluis-telua, kasvomaalausta, niskahierontaa; oikeastaan ihan mitä tahansa, joka vain sopii tapahtu-man teemaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 182–183.) Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettävissä tapahtumissa ne voivat olla esimerkiksi erilaisia kisailuja.

Hyvin usein organisaation omat resurssit ovat riittävät sisällön luomiseen ja toteuttamiseen eikä tapahtumaan tarvita ulkopuolisia esiintyjä, kuten juontajia, luennoitsijoita, laulajia, muusi-koita, tanssijoita ja niin edelleen. Mikäli ulkopuoliseen esiintyjään päädytään, tulee esiintyjän imagon olla sopusoinnussa organisaation arvojen ja tapahtuman tavoitteiden kanssa. Esiintyjät tuleekin valita huolella joko omaan tai esimerkiksi kollegan omakohtaiseen kokemukseen pe-rustuen. Hyvä esiintyjä voi esimerkiksi puhutella tapahtuman kohderyhmää, sopia erityisen hy-vin teemaan tai olla tapahtumaan sopiva, mutta samalla kustannustehokas. (Vallo & Häyrinen 2016, 244–246.)

4.5 Vastuuhenkilöt

Tapahtumasta on vastuussa järjestävä organisaatio. Tapahtumaprojekti vaatii onnistuakseen vahvaa ihmisten ja asioiden johtamista. Tapahtuman järjestäjä on vastuussa myös yhteistyö-kumppaniensa toiminnasta. Projektipäällikkö eli tapahtumatuottaja toimii tapahtumaprojektin johtajana suunnitteluvaiheesta jälkimarkkinointiin. Johtamiskykyjen lisäksi häneltä täytyy löytyä delegointi-, päätös- ja raportointikykyä. Projektipäällikkö voidaan valita joko organisaation si-sältä tai hän voi tulla mukaan tapahtumatoimiston kautta. Hänen vastuullaan ovat muun mu-assa suunnitelman syntyminen, budjetointi, alihankkijat, tapahtumatuotanto, toteutus ja seu-ranta. (Vallo & Häyrinen 2016, 265–267.)

Projektipäällikön alaisuudessa toimii oman organisaation, yhteistyökumppaneiden, tapahtuma-toimiston ja alihankkijoiden edustajista koostuva projektiryhmä. Suurissa projekteissa vastuut voidaan jakaa osiin ja raportoida osaprojektien etenemisistä yhteisissä projektikokouksissa. Jokaisella tapahtumalla tulisi olla lisäksi isäntä. Isännän rooli vaihtelee kuitenkin tapahtuman luonteen mukaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 271, 280.)

5 TIETEELLINEN TUTKIMUS

Ihminen on kautta aikojen pyrkinyt ymmärtämään ympäröivää maailmaa. Havainnoinnin avulla pyritään löytämään säännönmukaisuuksia, mikä vaatii loogisten johtopäätösten tekemistä. Tiede koostuu tieteellisestä tutkimusprosessista sekä tieteellisen tutkimuksen tuottamista tuloksista, joiden saavuttamiseen käytetään tieteellisiä menetelmiä. Tieteellisiltä menetelmiltä vaaditaan loogisuutta, objektiivisuutta, yleistettävyyttä, todennettavuutta sekä yhteensopivuutta teorian ja havaintojen kanssa. Kerätystä tiedosta ja saavutetuista tuloksista tulee osata tehdä myös johtopäätöksiä. Johtopäätökset voidaan tehdä joko deduktiivisesti (teorialähtöisesti) tai induktiivisesti (aineistolähtöisesti). Deduktiivisessa päättelyssä yleistyksistä tehdään yksittäistapausta koskeva johtopäätös, kun taas induktiivisessa päättelyssä yksittäisistä havainnoista tehdään yleistys. (Holopainen & Pulkkinen 2014, 13–14.)

Tutkimukset voidaan jaotella perus- ja soveltavaan tutkimukseen. Asioiden ja ilmiöiden perusluonne pyritään selvittämään perustutkimuksen avulla. Perustutkimuksella ei ole tekohetkellä välttämättä selvää sovellusta. Soveltava tutkimus nojautuu perustutkimuksen tuloksiin. Se on itsenäistä ja omaperäistä käytännön tavoitteisiin pyrkivää tiedon etsintää. Tutkimukset jaetaan teoreettisiin ja empiirisiin tutkimuksiin. Teoreettisessa tutkimuksessa ei kerätä uusia havaintoja, mutta usein se kuitenkin perustuu aikaisempien havaintojen käyttämiseen teorianmuodostuksen perustana. Matematiikka, teoreettinen fysiikka ja filosofia ovat esimerkkejä teoreettisesta tutkimuksesta. Empiirinen tutkimus perustuu aistihavaintoihin sekä mittalaitteiden avulla saatuihin mittaustuloksiin. Empiirinen tutkimus erotellaan vielä kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen sekä kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimukseen. (Holopainen & Pulkkinen 2014, 15–16.)

Määrällisen ja laadullisen tutkimuksen yhdistäminen (mixed method) on yksi tutkimusmetodologian nopeimmin kasvavista osa-alueista. Siinä tutkimukseen yhdistetään vähintään yksi kvantitatiivinen ja yksi kvalitatiivinen komponentti ja hyödynnetään niiden parhaat puolet. (Bergman 2008, 11.) Mixed method -tutkimus hyödyntää kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusta strategisesti ja tarkoituksenmukaisesti yhdistelmänä. Olettamuksena on, että kaikkien paradigmien epistemologiset eli tieto-opilliset sekä metodologiset eli menetelmäopilliset hyödyt voivat toimia yhteistyössä vahvistaakseen tai tukeakseen tuloksia tai paljastaakseen täyden-

täviä tai jopa vastakkaisia/ristiriitaisia tuloksia. (Saldana, Leavy & Beretvas 2011, 10.) Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen yhdistäminen auttaa tutkimusongelman ymmärtämisessä ja paikkaa yksittäisten tutkimustapojen heikkouksia. Mixed method -tutkimustapa mahdollistaa sellaisten tutkimusongelmien asettamisen, mihin kvantitatiivinen tai kvalitatiivinen tutkimus yksistään ei pystyisi vastaamaan. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 2.5.)

Mixed method -tutkimus on esitelty useita vuosikymmeniä sitten, mutta vasta vastikään siitä on kehittynyt aiemmin erillisinä pidettyjen kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen yhdistänyt uusi tapa toimia (Saldana ym. 2011, 10). Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen yhdistäminen on yksi tutkimusmetodologian nopeimmin kasvavista osa-alueista (Bergman 2008, 11). Seuraavaksi otetaan tarkempaan käsittelyyn nämä empiirisen tutkimuksen (kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen) menetelmät. Lisäksi tarkastellaan tutkimusprosessin vaiheita ja selvitetään perusvaatimukset laadukkaalle tutkimukselle.

5.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta kutsutaan usein myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Tutkimus edellyttää numeerisesti riittävän suurta ja edustavaa otosta. Kvantitatiivisen tutkimuksen mittaustulokset ovat yleensä numeerisia, esimerkiksi lukumääriä ja prosenttiosuuksia. Tutkimuksen avulla halutaan saada vastauksia kysymyksiin mikä, missä, kuinka paljon ja kuinka usein sekä asioiden välisiin riippuvuussuhteisiin ja ilmiössä tapahtuneisiin muutoksiin. Ilmiötä kuvataan numeerisen tiedon pohjalta ja tuloksia havainnollistetaan taulukoiden ja kuvioiden avulla. Tilastollisen päättelyn keinoin saatuja tuloksia yleistetään tutkittua havaintoyksikköä laajempaan joukkoon. Kvantitatiivinen tutkimus kartoittaa olemassa olevan tilanteen, mutta asioiden syyt jäävät usein selvittämättä. (Heikkilä 2008, 16.)

Kvantitatiivisena tutkimusaineistona voidaan käyttää lähes mitä tahansa ihmisen tuottamaa painettua tai sähköistä materiaalia, kunhan sen tietosisältö pystytään muokkaamaan numeeriseen muotoon (KvantiMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto 2010, aineistotyypit). Yleensä kvantitatiiviseen tutkimukseen tarvittava aineisto kerätään itse, mutta mahdollista on siis käyttää myös muiden keräämiä tilastoja, rekistereitä tai tietokantoja. Aineistonkeruumenetelmä päätetään tutkimusongelman perusteella. Menetelmän valintaan vaikuttavat tutkittavan

asian luonne, tutkimuksen tavoite, kohderyhmä, aikataulu ja budjetti. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa menetelminä käytetään lomakekyselyjä (esimerkiksi posti-/kirjekysely), Internet-kyselyjä, puhelinhaastatteluja ja henkilökohtaisia haastatteluja (esimerkiksi käyntihaastattelu). Informoidussa kyselyssä yhdistetään kirjekysely ja henkilökohtainen haastattelu. Siinä haastattelija huolehtii kyselylomakkeen toimittamisesta haastateltavalle, joten tarvittaessa hänellä on mahdollisuus tarkentaa kysymyksiä tai esittää lisäkysymyksiä. (Heikkilä 2008, 18–19.)

Survey-tutkimus on suunnitelmallinen kysely- tai haastattelututkimus, jossa aineisto kerätään lomakkeen avulla. Tutkittavien määrän ollessa suuri, on survey-tutkimus tehokas ja taloudellinen aineistonkeruumenetelmä. Kysely- ja haastattelututkimuksia voidaan täydentää tai jopa korvata havainnointitutkimuksella. Siinä tutkimuskohteesta tehdään systemaattisia havaintoja ulkopuolisen tarkkailijan roolissa. Tietyn olettamuksen totuudenmukaisuus voidaan testata erityisessä koetilanteessa, kuten laboratorio-olosuhteissa tai todellisessa tilanteessa. Tällaisen kokeellisen tutkimuksen tarkoitus on selvittää ainoastaan tutkitun muuttujan vaikutusta valikoimalla kaikki muut tekijät. (Heikkilä 2008, 19, 21.)

5.2 Kvalitatiivinen tutkimus

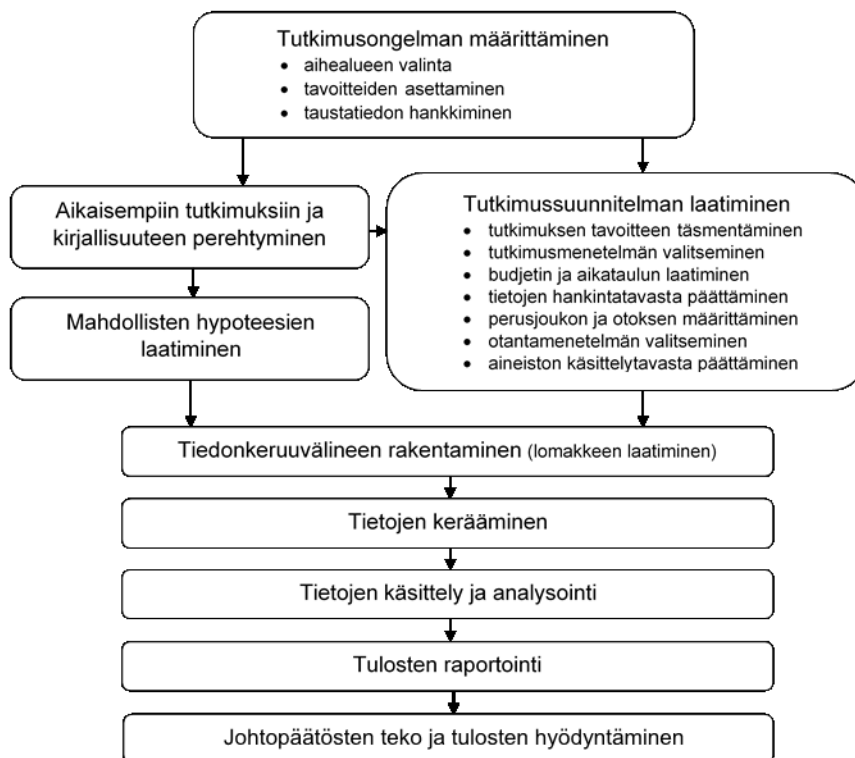
Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus on laaja kirjo yhteiskuntaelämän lähestymistapoja ja oppimismetodeja. Kerätty ja analysoitu aineisto ei ole pääosin määrällistä tai tilastollista, vaan se koostuu yleensä tekstiaineistoista. Kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteet ovat moninaisia riippuen tietyn projektin tarkoituksesta. (Saldana ym. 2011, 3–4.) Kvalitatiivinen tutkimus ei ole minkään tietyn tieteenalan tutkimus, saatiikka ainoastaan yksi tapa tutkia. Yhteistä kvalitatiivisen tutkimuksen koko kirjolle on elämismaailman tutkiminen. Ihmiselämän tutkimiseen, aineiston keräämiseen ja analysoimiseen, käytetään monia tapoja ja menetelmiä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, osio 1.) Metsämuurosen (2006, 83) mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen määrittely on vaikeaa, koska sillä ei ole teoriaa eikä paradigmaa tai metodeja, jotka olisivat täysin sen omia.

Kvalitatiiviset tutkimukset koostuvat aikaisemmin tehdyistä aiheita koskevista tutkimuksista ja teorioista, kokemusperäisistä aineistoista (lähinnä tekstiaineistoista tai sellaisiksi muutetuista

aineistoista) sekä tutkijan omista ajatuksista ja johtopäätöksistä. Kvalitatiivista tutkimusta kuvaavat usein muun muassa aineistonkeruumenetelmät, kuten haastattelut, elämäkerrat, kirjeet, päiväkirjat, havainnointi ja erilaisten kulttuurituotteiden hyödyntäminen. Kvalitatiivisen tutkimuksen tunnistaa usein myös harkinnanvaraisesta tai teoreettisesta otannasta, pienehköstä aineistosta, aineistolähtöisyydestä, hypoteesittomuudesta, narratiivisuudesta sekä tutkijan asemasta (valintojen vapaudesta, mielikuvituksesta, subjektiivisuudesta). (Saaranen-Kauppi & Puusniekka, osio 1.)

5.3 Tutkimusprosessi

Tutkimuksen toteuttamisen vaiheet ovat suunnilleen samoja riippumatta käytetystä tutkimusasetelmasta. Yksinkertaistettuna empiirisen tutkimuksen vaiheet ovat tutkimuksen suunnittelu, aineiston kerääminen, aineiston analysointi ja tulosten raportointi. (Nummenmaa 2004, 29.) Tutkimuksen toteuttamisen vaiheiden muodostamaa kokonaisuutta kutsutaan tutkimusprosessiksi (Heikkilä 2008, 22). Ensimmäiseksi perehdytään tarkemmin kvantitatiivisen tutkimusprosessin vaiheisiin. Ne ovat kuvattuina kuviossa viisi.



KUVIO 5. Kvantitatiivisen tutkimusprosessin vaiheet (mukaiillen Heikkilä 2008, 25)

Tutkimuksen tutkimusprosessi aloitetaan tutkimusongelman määrittämisestä, koska se johtaa aineiston kokoamista, käsittelyä ja analysointia. Tutkimusongelman määrittämisen onnistuminen onkin suorassa yhteydessä tutkimuksesta saataviin hyötyihin. Tutkimusprosessin alussa perehdytään lisäksi aikaisempiin tutkimuksiin ja teoretietoon ja toisinaan niiden avulla laaditaan hypoteeseja eli väittämiä. Seuraavaksi laaditaan tutkimussuunnitelma, joka käsittää yksityiskohtaiset tiedot tutkimuksen toteutukseen vaikuttavista asioista. Tutkimussuunnitelmassa täsmennetään tutkimuksen tavoitteita, valitaan tutkimusmenetelmä, laaditaan budjetti ja aikataulu, päätetään aineistonkeruumenetelmä, määritetään perusjoukko ja otos, valitaan otantamenetelmä sekä päätetään aineiston käsittelytavasta. (Heikkilä 2008, 22–25.)

Kun tutkimussuunnitelman aineistonkeruumenetelmä on päätetty, on vuorossa otannasta päättäminen. Perusjoukolla eli populaatiolla tarkoitetaan ihmisryhmää, johon tutkimus kohdistuu. Kokonaistutkimuksessa tutkitaan koko perusjoukko. Tämä on yleensä kallista, hidasta ja jopa mahdotonta toteuttaa. Otantaan perustuvan tutkimuksen perusajatuksena on, ettei tutkimukseen tarvitse ottaa mukaan koko perusjoukkoa, vaan pelkästään luotettava otos, joka edustaa tutkittavaa perusjoukkoa mahdollisimman tarkasti. Tilasto- eli havaintoyksikkö on perusjoukkoon kuuluva yksilö, josta kerätään tietoa tutkimukseen. Otoksen kokoon vaikuttaa muun muassa riittävän aineiston saavuttaminen, aineiston yksityiskohtaisuus ja sen mahdollinen ryhmittely. Otoksokoa määriteltäessä tulisi huomioida, että väärä otos vinouttaa koko aineiston ja siitä tehtävät johtopäätökset. (Mäntyneva, Heinonen & Wrange 2008, 37–40.)

Otantamenetelmän valintaan vaikuttaa muun muassa tutkimuksen tavoitteet, perusjoukon maantieteellinen sijainti ja sen jäsenten ominaisuuksien samankaltaisuus, käytettävissä olevat rekisterit ja luettelot sekä budjetti (Heikkilä 2008, 35). Kvantitatiivista tutkimusta suoritettaessa käytetään lähtökohtaisesti tilastolliseen todennäköisyyteen perustuvia otantamenetelmiä (tuloksena otos), kun taas kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytössä on usein harkinnanvarainen otanta (tuloksena näyte). Todennäköisyyteen perustuvat otantamenetelmät ovat yksinkertainen satunnaisotanta, systemaattinen eli tasavälinen otanta, ositettu otanta ja ryväs- eli klusteriotanta. Yksinkertaisessa satunnaisotannassa jokaisella perusjoukon yksiköllä on yhtä suuri todennäköisyys tulla valituksi otokseen. Systemaattisessa otannassa poimitaan tasaisin välein yksiköitä otokseen. Ositetussa otannassa perusjoukko jaetaan osajoukkoihin (ositteisiin) ja jokaisesta osajoukosta valitaan otokseen tilastoyksiköitä. Ryväsotannassa perusjoukko koostuu luonnollisista osajoukoista eli ryppäistä. Näistä ryppäistä valitaan satunnaisen tai systemaatti-

sen otannan avulla tutkimukseen osallistuvat ryppäät. Jos ryppäistä tutkitaan jokainen tilastoyksikkö, on kyseessä yksiasteinen ryväotanta. Kaksiasteisesta ryväotannasta puhutaan, jos ryppäistä poimitaan otos. Harkinnanvaraisuuteen perustuvat näytteet jaetaan harkinnanvaraiseen otokseen, kiintiö- sekä mukavuuspoimintaan. (Mäntyneva ym. 2008, 41–45.)

Tutkimussuunnitelman jälkeen tutkimusprosessi jatkuu aineistonkeruuvälineen rakentamisella, esimerkiksi mittausvälineenä käytettävän kyselylomakkeen laatimisella sekä aineiston keräämisellä (Heikkilä 2008, 24). Kyselylomake toimii useimmiten tilastollisen tutkimuksen aineistonkeruuvälineenä. Aineistonkeruumuodosta riippumatta, mittarin rakentamisen prosessi on aina hyvin samankaltainen. Kyselylomaketta suunniteltaessa tulee lähteä liikkeelle tutkimuskohteesta, niistä henkilöistä, jotka kyselyyn vastaavat. Kysymysten tulee perustua tutkimuksen tavoitteisiin ja tutkimusongelmaan. Niissä ei saa olla väärinymmärtämisen mahdollisuutta, vaan kysymysten tulee olla yksiselitteisiä. Hyvin toteutettu kyselylomake on sopivan pituinen, selkeä ja sillä on miellyttävä ulkoasu. Kysymysten tulee edetä loogisesti ja vastausohjeiden tulee olla selkeitä. Kysymykset ja valmiit vastausvaihtoehdot kannattaa numeroida. Helpot kysymykset tulisi sijoittaa lomakkeen alkuun, arkaluonteiset kysymykset loppuun ja lisäksi samaa aihetta koskevat kysymykset tulisi ryhmitellä. Kontrollikysymyksillä voidaan varmistaa vastausten luotettavuus. (Valli 2015, luku 4.) Hyvän lomakkeen tunnusmerkkeihin kuuluu, että lomake on esitettävä ja se saa vastaamisen tuntumaan tärkeältä. Tutkimuslomakkeeseen tulee sisältyä aina myös saatekirje tai saatesanat. Lisäksi lomakkeen tietojen tulisi olla helppoja syöttää tilasto-ohjelmiin sekä yksinkertaisia käsitellä. (Heikkilä 2008, 49, 61.)

Tutkimuksissa käytettäviä kysymystyyppisiä ovat avoimet kysymykset, suljetut sekä sekamuotoiset kysymykset. Avoimia kysymyksiä käytetään lähinnä kvalitatiivisissa tutkimuksissa, mutta myös kvantitatiivisissa kysely- ja haastattelututkimuksissa on usein mukana muutamia avoimia kysymyksiä. Suljetuissa eli strukturoiduissa kysymyksissä annetaan valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaaja ympyröi tai rastittaa hänelle sopivimman/sopivimmat. Sekamuotoisissa kysymyksissä osa vastausvaihtoehdoista on valmiiksi annettuja, mutta osa on avoimia, esimerkiksi muu, mikä? -vastausvaihtoehto. Asenne- tai mielipideasteikkona käytetään tavallisimmin Likertin asteikkoa (täysin samaa mieltä – täysin eri mieltä) ja Osgoodin asteikkoa (vaihtoehdot useimmiten asteikolla 1–5). Niin sanotun kenttätutkimuksen eli aineiston keräämisen jälkeen tutkimusprosessi jatkuu vielä tietojen käsittelyllä ja analysoinnilla, tulosten raportoinnilla sekä vielä viimeisenä johtopäätösten teolla ja tulosten hyödyntämisellä. (Heikkilä 2008, 24–25, 49–54.)

Aineiston käsittely aloitetaan aineiston keräämisen ja tallentamisen jälkeen. Aineisto tulee käsitellä siten, että saadaan vastaukset tutkimuskysymyksiin ja ratkaisu tutkimusongelmaan. (Heikkilä 2008, 143.) Menetelmät, joilla aineiston muuttujia voidaan tilastollisesti analysoida määräytyvät aineiston muuttujien asteikkojen mukaan. Luokitteluasteikolliset muuttujat (esimerkiksi sukupuoli) analysoidaan yleisimmin frekvenssianalyysin avulla ja raportointi tapahtuu esimerkiksi vastausvaihtoehtojen prosenttiosuuksien jakauman avulla. Jakaumat voidaan esittää graafisesti tai taulukoina ja tukea niitä sanallisesti. Yleisimpiä tilastollisia analysointimenetelmiä ovat ristiintaulukointi, keski- ja hajontaluvut, fraktiilit sekä vinous. Lisäksi voidaan testata tilastollisia merkitsevyyksiä, kuten hypoteesien paikkansapitävyyttä tai muuttujien välisiä tilastollisia merkitsevyyksiä. Monimuuttujamenetelmien avulla voidaan analysoida aineistoa, jossa on jopa satoja muuttujia. (Mäntyneva ym. 2008, 59–63, 66.)

Jotta tutkimuksesta tulee merkityksellinen, tulee sen tulokset julkaista. Raportoinnin avulla tutkimusongelman kannalta tärkeät tulokset esitetään helposti ymmärrettävässä muodossa. Hyvä raportti antaa vastaukset tutkittavaan ongelmaan. Tutkimusaineiston analysointiin perustuvien tulkintojen ja johtopäätösten tulee olla selkeitä ja raporttiin tulee liittää oleellimmat taulukot ja graafiset kuvaajat. Raportti voi sisältää myös toimenpidesuosituksia. Raportin tilaajan tulee kyetä hyödyntää tutkimuksen tuloksia päätöksenteossa. (Mäntyneva ym. 2008, 88, 92.)

Myös kvalitatiivista tutkimusta voidaan kuvata prosessiksi. Tutkimusprosessin edetessä tutkijan näkökulmat ja tulkinnat kehittyvät ja tutkimustoiminta voidaan nähdä eräänlaisena oppimistapahtumana. Kvalitatiivisen tutkimuksen etenemisvaiheita ei välttämättä ole ennen tutkimuksen aloitusta eritelty, vaan tutkimusmenetelmälliset ratkaisut muotoutuvat vähitellen tutkimuksen edetessä. Tutkimustehtävä, teorianmuodostus, aineistonkeruu ja aineiston analyysi kehittyvät joustavasti tutkimuksen edetessä. Ne limittyvät toisiinsa ja tutkimuksen aikana vähitellen muotoutuvat. (Kiviniemi 2015, 74.) Seuraavissa kappaleissa käsitellään vielä tarkemmin opinäytetyön kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän, ryhmäkeskustelun toteuttamista sekä tutkimusprosessia teoreettisen viitekehyksen avulla.

Ryhmäkeskustelu voidaan määritellä usealla tavalla. Ryhmäkeskustelu voidaan kuvailla esimerkiksi järjestetyksi keskustelutilaisuudeksi, johon on kutsuttu tietty määrä ihmisiä keskustelemaan fokusoidusti, mutta vapaamuotoisesti tietystä aiheesta, tietyksi ajaksi (tyypillisesti noin

kahdeksi tunniksi). Ryhmäkeskusteluun osallistuvien ihmisten määrä riippuu muun muassa aiheesta. Yleisimmin heitä on kuudesta kahdeksaan henkilöä. (Valtonen 2009, 223.) Liian suuri ryhmäkoko vaikeuttaa keskustelun tallentamista ja voi johtaa jopa keskustelun tyrehtymiseen (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, osio 6). Ryhmäkeskustelua voidaan hyödyntää ideoinnissa, asenne- ja mielipidekartoituksissa, toimintatutkimuksissa sekä innovaatioiden ja uutuuskonseptien tuottamisessa ja arvioimisessa. Parhaimmillaan ryhmäkeskustelussa hyödynnetään ryhmän luovaa potentiaalia eli vuorovaikutuksessa osallistujien kommentit, ideat ja näkökulmat ruokkivat toisiaan sekä synnyttävät uusia, yllättäviä näkökulmia ja huomioita. (Valtonen 2009, 226.) Ryhmäkeskustelu onkin aineistonkeruumuotona mainio, sillä siinä asioita punnitaan useilta eri näkökannoilta. Sen avulla voidaan tuottaa erilaisia diskursseja, joiden puitteissa osallistujat asioita käsittelevät. (Alasuutari 2014, 155.)

Kvalitatiivinen tutkimus ei pyri tilastollisiin yleistyksiin, vaan kuvaamaan tiettyä ilmiötä tai tapahtumaa, ymmärtämään toimintaa ja tulkitsemaan ilmiötä. Näin ollen henkilöiden, joiden kautta aineistoa kerätään, tulisi omata mahdollisimman paljon tietoa ja kokemusta tutkittavasta asiasta. Sopivien henkilöiden valinnan tuleekin olla harkinnanvaraista. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3.4.) Ryhmäkeskusteluun osallistuvien valinta perustuu pohjimmiltaan tutkimuskysymykseen. Ryhmän kokoonpano vaikuttaa vuorovaikutuksen luonteeseen riippuen siitä, kuinka tuttuja toisilleen osallistujat ovat ja millainen status tai institutionaalinen asema heillä on. Asetelma muuttuu sen mukaan, onko tarkoitus luoda vertaisasetelma vai sekoitetaanko erilaisia asemia. Ryhmän koostamisesta puhutaankin usein samanlaisuus–erilaisuus -akselilla ja yleisesti ajatellaan, että keskusteluun osallistuvien tulisi edustaa niin sanotusti samaa. Tämä tarkoittaa, että heillä tulisi olla samanlainen suhde keskusteluaiheeseen ja mahdollisesti myös samanlainen sosioekonominen tausta. Lisänä voidaan käyttää ikä- ja sukupuolikriteerejä. (Valtonen 2009, 228–229.)

Valtonen (2009, 223) on määritellyt ryhmäkeskustelun kestoksi noin kaksi tuntia. Hirsjärvi ja Hurme (2014, 62) taas katsovat täsmäryhmähaastattelun (focus group interview) istunnon kestävän yleisimmin 45–60 minuuttia. He ohjeistavat, että keskustelun tallentamiseen kannattaa käyttää useampaa mikrofonia ja ennen keskustelun alkua tallennusten voimakkuudet tulee vielä testata, jotta varmistutaan siitä, etteivät mikrofonit ole liian kaukana keskustelijoista. Ihmisten äänenvoimakkuudet voivat nimittäin poiketa toisistaan. Ryhmäkeskustelut voidaan myös videoida. Tällöin tutkijan on yksinkertaisempi päätellä, kuka osallistujista on kulloinkin äänessä. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 62.)

Ryhmähaastattelusta poiketen tutkija ei niinkään haastattele ihmisiä heidän ajatuksistaan ja kokemuksistaan, vaan hän enemmänkin rakentaa ja ohjailee keskustelua sekä toimii rohkaisijana (Pietilä 2010, 213). Ryhmän vetäjän eli moderaattorin tehtävä on luoda keskustelulle edellytykset ja ehdot, esittää tietyt säännöt ja valvoa niitä sekä mahdollistaa osallistujien puhe (Valtonen 2009, 230–231). Hirsjärvi ja Hurme (2014, 62) kirjoittavat, että ryhmän vetäjä pyrkii luomaan ryhmän välille vapaata keskustelua ja saamaan keskusteluun mukaan myös ne, jotka eivät osaa tuoda ääntään kuuluviin. Usein suositellaan, että ryhmän vetäjä ei olisi osa ryhmän organisaatiota (Hirsjärvi & Hurme 2014, 62). Havainnointia voidaan käyttää sekä itsenäisenä tiedonkeruumetodina, mutta myös esimerkiksi haastattelun (tai keskustelun) lisänä ja tukena. Verbaalisten asioiden ilmaisun lisäksi havainnoidaan muun muassa eleitä, ilmeitä, asentoja ja liikehdintää. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, osio 6.)

Aineistonkeruun jälkeen siirrytään aineiston analysointiin. Analyysi voidaan määritellä esimerkiksi ongelman pilkkomiseksi pienempiin osiin, jotka ratkaisemalla myös kokonaisongelma on mahdollista ratkaista (Kananen 2009, 80). Empiirisessä tutkimuksessa analyysillä tarkoitetaan aineiston huolellista lukemista, tekstimateriaalin järjestämistä, sisällön ja rakenteiden erittelyä, jäsentelyä ja pohtimista. Tutkijan tulee saada käsitys siitä, mitä aineisto sisältää, mistä siinä kerrotaan, millä tavoin ja missä määrin. Analyysissä usein luokitellaan aineistoa eri aiheiden ja teemojen perusteella, tarkastellaan keskeisten asioiden esiintymistä ja ilmentymistä sekä vertaillaan ja tiivistetään aineiston sisältöä. Analyysin keinoin tutkijalla on mahdollisuus lisätä aineiston informaatioarvoa. Tutkija käy vuoropuhelua teorian, empirian ja oman ajattelunsa välillä. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, osio 7.)

Kvalitatiivisen tutkimuksen perusanalyysimenetelmäksi voitaisiin katsoa sisällönanalyysi. Kvalitatiivisen tutkimuksen analyysin etenemistä voidaan kuvata seuraavilla vaiheilla:

1. Päätös siitä, mikä aineistossa kiinnostaa.
- 2a. Aineiston läpikäynti, kiinnostukseen sisältyvien asioiden erottelu ja merkintä.
- 2b. Kaiken muun poisjättö tutkimuksesta.
- 2c. Merkittyjen asioiden kerääminen yhteen ja erilleen muusta aineistosta.
3. Aineiston luokittelu, teemoittelu ja tyypittely.
4. Yhteenvedon kirjoitus. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.1.)

Analyysin etenemisen vaiheiden kohtaa kaksi kutsutaan aineiston litteroinniksi tai koodaamiseksi. Koodaamiseen ei ole yhdenmukaista ohjetta tai koodimerkkejä. Koodimerkit ovat kirjoitettuja muistiinpanoja, joiden avulla tutkija voi jäsentellä aineiston sisältöä. Ne toimivat tekstin kuvailun apuvälineinä, jäsentelyn testausvälineinä ja ikään kuin osoitteina. Luokittelu on yksinkertaisin aineiston järjestämisen muoto. Aineistosta voidaan esimerkiksi erotella luokkia ja laskea, kuinka monta kertaa kukin luokka aineistossa esiintyy. Luokiteltu aineisto voidaan kuvata taulukon muodossa. Teemoittelu on samantyylistä kuin luokittelu, mutta painotus on siinä, mitä teemoista on sanottu. Lukumääriä ei välttämättä tarvita. Käytännössä teemoittelu on aineiston pilkkomista ja ryhmittelyä aihepiirien mukaisesti tarkoituksena löytää tiettyä teemaa kuvaavia näkemyksiä. Tyypittely on aineiston ryhmittelyä tietyiksi tyypeiksi. Siinä tiettyä teemaa koskevat näkemykset tiivistetään yleistykseksi. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4, 4.1.)

Ryhmäkeskustelua tulee analysoida ryhmän toimintana ja analysoinnin kohdistua siihen, miten ryhmä päätyy lopputulokseen erilaisista mielipiteistä huolimatta. Yksittäisten osallistujien esittämiä mielipiteitä ei tulisi käsitellä irrallisina ryhmätilanteesta. Usein keskustelu on ryhmässä sekavaa, epäyhtenäistä sekä ristiriitaista. Ensimmäiseksi aineisto luokitellaan tutkimusaiheen ja -kysymysten mukaan relevanteiksi teemoiksi. Analyysi aloitetaan mitä-kysymyksillä, jotka auttavat tutkijaa tutustumaan aineistoon ja luokittelemaan sitä. Lisäksi kiinnitetään huomiota siihen, mistä kaikesta osallistujat puhuvat kertoessaan ajatuksiaan ja mielipiteitään keskustelun teemoista. Keskustelussa käsitellyn lisäksi on hyvä pohtia myös sitä, mistä kaikesta ei puhuttu ja mitä jätettiin keskustelun ulkopuolelle. Ryhmän vuorovaikutusta voidaan analysoida kysymyksillä muun muassa keskustelun teemoissa pitäytymisestä, esiin tulleista uusista teemoista, vaietuista aiheista, ristiriitaisuuksista, mielipide-eroista, mielipiteiden yhteneväisyyksistä, yhteisistä kokemuksista, osallistujien osallistumisaktiivisuudesta, liittoutumista ja emootioiden käsittelystä. Vuorovaikutusta analysoitaessa huomioidaan erityisesti se, miten erilaisia asioita ja näkemyksiä kuvataan ja perustellaan. Mitä- ja miten-kysymysten jälkeen pyritään vastaamaan miksi-kysymyksiin, esimerkiksi miksi osallistujat puhuvat tietyistä asioista tietyllä tavalla. (Pietilä 2010, 216–217, 219–221, 229–230.)

5.4 Laadukkaan tutkimuksen perusvaatimukset

Onnistuneen tutkimuksen avulla saadaan luotettavia vastauksia tutkimusongelmiin. Tutkimus tulee suorittaa rehellisesti, puolueettomasti ja siten, ettei tutkimuksesta aiheudu vastaajille haittaa. Tutkimuksen laadukkuuden arviointikriteereinä voidaan käyttää validiteettia, reliabiliteettia, objektiivisuutta, tehokkuutta ja taloudellisuutta, avoimuutta, tietosuojaa, hyödyllisyyttä ja käytökelpoisuutta sekä sopivaa aikataulua. (Heikkilä 2008, 29–32.)

Validiteetti eli pätevyys kertoo, onko tutkimuksessa mitattu sitä, mitä oli tarkoituskin selvittää. Pätevyys tulee varmistaa huolellisella tutkimuksen suunnittelulla ja tarkoin harkitulla aineistonkeruulla. Pätevyyteen vaikuttaa myös perusjoukon tarkka määrittely, edustavan otoksen saaminen sekä korkea vastausprosentti. (Heikkilä 2008, 29–30.) Raportoinnin yhteydessä kuvailaan tutkimusprosessi mahdollisimman tarkasti, perustellaan tehdyt valinnat sekä painotetaan teoreettisen viitekehysten suhdetta tulosten tulkintaan ja ymmärtämiseen, jotta päästään mahdollisimman korkeaan validiteettiin (Mäntyneva ym. 2008, 34). Reliabiliteetilla eli luotettavuudella tarkoitetaan tutkimuksen tarkkuutta. Tutkimuksen tulokset eivät saa olla sattumanvaraisia, vaan tutkimukselta vaaditaan toistettavuutta yhtäläisin tuloksin. Sattumanvaraisuuteen voi vaikuttaa pieni otoskoko, suuri poistuma eli kato (palauttamattomien lomakkeiden määrä) sekä kohderyhmän vinous. (Heikkilä 2008, 30–31.) Termiä toistettavuus käytetään kvantitatiivisessa tutkimuksessa, kun taas kvalitatiivisessa tutkimuksessa puhutaan yleistettävyydestä. Laadullisessa tutkimuksessa tutkittavien kohteiden lukumäärä on usein rajallinen ja tämän vuoksi tulee pohtia, voidaanko muutaman havainnon perusteella tehdä yleistyksiä. (Mäntyneva ym. 2008, 35.)

Laadukkaan tutkimuksen tulee olla objektiivinen eli tutkija tai hänen mielipiteensä eivät saa vaikuttaa tutkimuksen tuloksiin. Hyvältä tutkimukselta vaaditaan myös kustannustehokkuutta sekä taloudellisuutta. Tutkimuksen toteutuksessa tulee myös pyrkiä avoimuuteen. Tutkittaville tulee kertoa tutkimuksen tarkoitus ja käytötapa sekä tutkimusraportissa esittää käytetyt menetelmät ja epätarkkuusriskit sekä kaikki tärkeät tulokset ja johtopäätökset. Tulosten raportoinnissa on huolehdittava yksilöiden ja yritysten tietosuojasta. Kenenkään yksityisyyttä tai liike-/ammattisalaisuutta ei saa vaarantaa. Tutkimuksen tulee aina vastata johonkin tarpeeseen. Sen tulee olla hyödyllinen ja käytökelpoinen sekä relevantti tuomalla esiin jotain uutta. Tutkimuksen valmistumisen tulee pysyä sille varatussa aikataulussa ja tutkimuksen tietojen olla tuoreita ja

käytössä silloin, kun niitä tarvitaan. Onnistunut tutkimusprosessi vaatii tutkijalta useiden riskitekijöiden välttämistä. (Heikkilä 2008, 31–32.)

Kvalitatiivisen tutkimuksen laadukkuuden arviointiperusteet eroavat jonkin verran kvantitatiivisen tutkimuksen laadukkuutta mittaavista validiteetista, reliabiliteetista sekä objektiivisuudesta. Osa validiteetin muodoista ei tule kysymykseen kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa, sillä aineistosta voidaan tehdä tutkijakohtaisia tulkintoja ja tutkimustuloksiin vaikuttaa tutkijan omat kokemukset ja näkemykset. Reliabiliteetti voidaan ymmärtää kvalitatiivisessa tutkimuksessa tulkinnan samankaltaisuutena tutkijasta riippumatta (ns. tulkinnan ristiriidattomuus). Kvalitatiivisen tutkimuksen laadukkuutta voidaan myös arvioida aineiston riittävyden sekä analyysin kattavuuden, arvioitavuuden ja toistettavuuden avulla. Mikäli kvantitatiivisen tutkimuksen pätevyyskriteerit ovat validiteetti, reliabiliteetti ja objektiivisyys, voidaan kvalitatiivisen tutkimuksen pätevyyttä arvioida esimerkiksi luotettavuudella, siirrettävyydellä, riippuvuudella ja vahvistettavuudella. (Kananen 2009, 92–93.)

5.5 Tutkimuksen toteutus Uintikeskus VesiVeijarissa

Opinnäytetyön tarkoituksena on etsiä keinoja Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumamarkkinoinnin kehittämiseen ja sen myötä kasvattaa asiakasmääriä sekä luoda tunnettuutta myös niiden potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa, jotka eivät vielä ole löytäneet Uintikeskus VesiVeijarin monipuolisia palveluita. Tavoitteena on kartoittaa tapahtumien lähtötilanne ja kehittämistarpeet sekä selvittää, millaisia uusia tapahtumia Uintikeskus VesiVeijariin toivottaisiin. Tutkimustulosten avulla ideoidaan ja suunnitellaan uusi tapahtumakonsepti. Tapahtumakonsepti voidaan määritellä useilla tavoilla, mutta esimerkiksi Vallo ja Häyrinen (2016, 65) kirjoittavat, että tapahtumakonseptilla tarkoitetaan ideaa, asiaa tai teemaa, jonka ympärille tapahtuma suunnitellaan. Se on eräänlainen toimintaohje tapahtuman suunnitteluun. Toimiva tapahtumakonsepti on yksinkertainen ja elää ajassa. Vaikka teema ja sisältö saattaa muuttua, pysyy tapahtumakonseptin ydin kuitenkin samana. Toistuvina ne luovat tehokkuutta ja kustannussäästöjä. (Vallo & Häyrinen 2016, 65.)

Opinnäytetyön tutkimus aloitettiin tutustumalla opinnäytetyön aihealueita, kuten tapahtumamarkkinointia, tapahtumien järjestämistä sekä uimahallitoimintaa käsitteleviin opinnäytetöihin

ja muihin julkaisuihin. Täysin samanlaisesta aiheesta ja vastaavanlaisesta näkökulmasta kirjoitettua opinnäytetyötä ei kuitenkaan tullut vastaan. Lisäksi tutustuttiin muiden uimahallien tapahtumatarjontaan sekä Uintikeskus VesiVeijarin aiempaan tapahtumatoimintaan erilaisten dokumenttien, kuten kävijätilastojen ja mainosmateriaalien avulla. VesiVeijarista löytyi myös vanhoja leikekirjoja, joihin oli vuosien varrelta kerätty vanhoja esitteitä, erilaisia mainoksia, mukaan lukien tapahtumamainoksia, sekä erilaisia lehtileikkeitä. Aiemmasta tapahtumatoiminnasta löytyi lisäksi erilaisia sähköisiä tiedostoja.

Edellinen tapahtumiin liittynyt lyhyt kysely oli suoritettu Uintikeskus VesiVeijarissa vuonna 2017. Tuolloin aikuisten tunnelmallisen uinti-illan aikana (3.2.2017) järjestettiin asiakaskysely, jossa tiedusteltiin, mistä asiakkaat saavat/etsivät tietoa Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumista/poikkeavista aukioloajoista. Lisäksi avointen kysymysten avulla selvitettiin, millaisia tapahtumia asiakkaat toivovat Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettävän sekä millaisia tapahtumia toivotaan maauimalaan. Tunnelmallisessa uinti-illassa oli asiakkaita 149, joista 36 oli vastannut kyselyyn. Tuolloin eniten tietoa saatiin Kokkola-lehdestä sekä lähes yhtä paljon Uintikeskus VesiVeijarin verkkosivuilta sekä ilmoitustauluilta/henkilökunnalta. Muutama kertoi kuullevansa tapahtumista ja poikkeusaikatauluista kavereilta tai puolisoilta. Merkittävää on, että tuolloin vuonna 2017 Facebookin ilmoitti tietolähteeksi vain yksi vastaaja. Avointen kysymysten vastauksissa lisää aikuisten tunnelmallisia uinti-illoja toivoi jopa 20 vastaajaa. Lisäksi kyselyssä annettiin yksittäisiä toivomuksia, joista useampi liittyi jollain tapaa musiikkiin. Myös maauimalan tapahtumatarjontaan tuli hyvin erilaisia toiveita, mutta erityisesti esille nousseita teemoja olivat niin ikään musiikki sekä lisäksi savusauna ja erilaiset vesijumpat. (Uintikeskus VesiVeijari 2017.)

Opinnäytetyön empiirinen tutkimus suoritettiin kvantitatiivisen tutkimuksen avulla, jota täydennettiin kvalitatiivisella tutkimuksella (mixed method -tutkimustapa). Uintikeskus VesiVeijarin asiakkaille suunnatulla kyselytutkimuksella (lomakekysely) kartoitettiin aluksi tapahtumien lähtötilannetta sekä selvitettiin kehittämistarpeet. Kyselyn avulla pyrittiin myös saamaan selville, millaisia tapahtumia asiakkaat jatkossa Uintikeskus VesiVeijariin toivoisivat. Kyselytutkimuksen lisäksi järjestettiin Uintikeskus VesiVeijarin henkilökunnalle tapahtumatoimintaan liittyvä ryhmäkeskustelu, jossa osallistujilla oli mahdollisuus vapaasti ilmaista mielipiteitään ja ajatuksiaan sekä esittää ideoita. Saatujen tulosten avulla ideoitiin ja suunniteltiin uusi tapahtumakonsepti.

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä valikoitui, jotta saataisiin laajempaa ja suurempaa kohde-ryhmää edustava kuva lähtötilanteesta ja kehittämistarpeista sekä siitä, mihin suuntaan uudistuksissa tulisi lähteä. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla kerättyihin tilastollisiin tietoihin saatiin yksityiskohtaista sekä ammatillista näkökulmaa käyttämällä lisäksi kvalitatiivista tutkimusta. Tutkimusmenetelmät yhdistämällä luotiin tutkimukselle vahva perusta, jonka pohjalta voitiin tehdä perusteltuja ja luotettavia johtopäätöksiä.

Kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruuvaiheessa perusjoukosta tuli saada tarpeeksi suuri ja edustava otos. Kyselylomakkeen tuli olla huolella suunniteltu ja kysymysten yksiselitteisiä sekä kattaa koko tutkimusongelma. Huolellisuutta ja tietotaitoa tarvittiin myös tietojen syötössä tilasto-ohjelmaan, tietojen käsittelyssä ja analysoinnissa sekä johtopäätösten teossa. Myös ryhmäkeskusteluun tuli valita oikeat henkilöt sekä minun tutkijana, työyhteisön jäsenenä sekä samalla ryhmäkeskustelun vetäjänä muistaa objektiivisuus. Käytännössä tämä tarkoitti sitä, etteivät omat mielipiteet tai sisäpiiritiedot Uintikeskus VesiVeijarin toiminnasta saaneet vaikuttaa tutkimuksen tuloksiin. Seuraavissa alaluvuissa käsitellään tarkemmin, miten opinnäytetyön kvantitatiivinen kyselytutkimus ja kvalitatiivinen ryhmäkeskustelu käytännössä toteutettiin.

5.5.1 Kyselytutkimus

Kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruu suoritettiin kyselytutkimuksen, niin paperisen lomakekyselyn kuin sähköisen Webropol-kyselyn avulla. Paperiset kyselylomakkeet (LIITE 1 ja 2) sekä suomen- että ruotsinkielellä olivat sijoitettuina Uintikeskus VesiVeijarin aulatilaan, jossa vastaajalla oli mahdollisuus rauhassa täyttää lomake ja jättää se lukittuun vastauslaatikkoon. Tiedote Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumiin liittyvästä kyselystä sekä linkki sähköiseen Webropol-kyselyyn olivat esillä niin Uintikeskus VesiVeijarin verkko- kuin Kokkolan kaupungin liikuntapalvelujen Facebook-sivuillakin. Lisäksi paperisen lomakekyselyn vastauslaatikon kanssa oli huomautus, että kyselyyn voi vastata myös verkossa sekä linkki ja verkko-osoite Webropol-kyselyyn. Facebookissa asiakkaita välillä myös muistuteltiin käynnissä olevasta kyselystä. Aineistonkeruu suoritettiin 7.–30.4.2022 välisenä aikana.

Kvantitatiivisen tutkimuksen perusjoukko muodostui eri ikäryhmiin kuuluvista, Kokkolassa ja sen lähikunnissa asuvista sekä muista vieraspaikkakuntalaisista Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumiin osallistuneista asiakkaista sekä potentiaalisista tapahtuma-asiakkaista, joilla olisi

ideoita uusien tapahtumien järjestämiseen. Uintikeskus VesiVeijarin asiakaskunta täydentyykin erityisesti loma-aikoina ja kesäkuukausina muilta paikkakunnilta saapuvista vierailijoista. Aineistonkeruu suoritettiin kuitenkin näiden aikojen ulkopuolella. Perusjoukon suuren koon vuoksi suoritettiin otantatutkimus ja tutkittiin perusjoukosta edustava otos.

Kyselylomake alkoi lyhyellä saatekirjeellä, jolla pyrittiin selvittämään vastaajalle muun muassa, mitä ja miksi tutkitaan, miksi vastaaminen on tärkeää sekä kuka tutkimuksen tekee ja keneltä saa siihen liittyviä lisätietoja. Kysely koostui 13 kysymyksestä. Sekä paperisen että sähköisen kyselyn sisältöön ja ulkoasuun kiinnitettiin paljon huomiota, jotta kyselyyn olisi helppoa ja mielekästä vastata. Paperisessa kyselylomakkeessa käytettiin Uintikeskus VesiVeijarin tiedotteista tuttua ulkoasua sekä muun muassa sähköisen kyselyn värimaailmassa Kokkolan kaupungin vuoden 2020 lopulla julkaistun ja vuoden 2021 alussa käyttöön otetun uuden brändin mukaista ilmettä.

Kyselylomakkeen rakentaminen ja kysymysten asettelu oli haastavaa johtuen asetelmasta, jossa haluttiin tutkia samalla kerralla tapahtumien kokonaisuutta eikä niinkään yhtä ainuttakaan tapahtumaa. Kysely sisälsi niin suljettuja eli strukturoituja kysymyksiä, avoimia kysymyksiä kuin sekamuotoisiakin kysymyksiä. Kyselyn alkuun sijoitettiin helpot kysymykset, joilla selvitettiin vastaajien taustatiedot: sukupuoli, ikä, asuinkunta sekä elämäntilanne. Niiden jälkeen kysyttiin muun muassa, mihin tapahtumiin on osallistuttu, kenen kanssa sekä mistä tieto on hankittu. Likertin asteikolla mitattavalla kahdeksalla mielipideväittämällä pyrittiin selvittämään, millaisesta lähtökohdasta tapahtumia aletaan kehittää. Kyselyn loppuosassa oli kaksi laajempaa avointa kysymystä, joissa sana oli vapaa. Vastaajalla oli mahdollisuus osallistua Uintikeskus VesiVeijarin 55 euron arvoisen lahjakortin arvontaan täyttämällä yhteystietonsa kyselyn loppussa. Webropol-kyselyyn vastaaminen oli rajattu ainoastaan yhteen vastaukseen. Kyselylomakkeet esitettiin kahdella henkilöllä, jotka varmistivat lomakkeiden toimivuuden sekä saivat kommentoida niiden ulkoasua. Kyselylomakkeen yksityiskohtaisempi sisältö tulee esille tulosten tarkastelun yhteydessä luvussa kuusi.

5.5.2 Ryhmäkeskustelu

Kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä käytettiin ryhmäkeskustelua (focus group). Tutkimuksessa haluttiin ryhmähaastattelun sijaan käyttää nimenomaan ryhmäkeskustelua, jotta tilanteesta tulisi mahdollisimman vuorovaikutteinen eikä keskustelurunko olisi liian tiukka. Ryhmäkeskustelu järjestettiin eräänlaisena Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumia käsittelevänä ideapajana, jossa osallistujat saivat vapaasti ilmaista mielipiteitään ja ajatuksiaan sekä esittää ideoita. Heillä oli mahdollisuus ottaa kantaa niin tämänhetkisten tapahtumien lähtötilanteeseen sekä kehittämis- ja uudistamistarpeisiin kuin uuden tapahtumakonseptin ideointiin ja alustavaan suunnitteluun. Vuorovaikutteisen keskustelun avulla tavoitteena oli synnyttää muun muassa uusia ideoita ja pohtia niiden käyttökelpoisuutta. Kuten Valtonen (2009) kirjoittaa, ryhmäkeskustelua voidaan hyödyntää ideoinnissa, asenne- ja mielipidekartoituksissa, toimintatutkimuksissa sekä innovaatioiden ja uutuuskonseptien tuottamisessa ja arvioimisessa. Parhaimmillaan ryhmäkeskustelussa hyödynnetään ryhmän luovaa potentiaalia eli vuorovaikutuksessa osallistujien kommentit, ideat ja näkökulmat ruokkivat toisiaan sekä synnyttävät uusia, yllättäviä näkökulmia ja huomioita. (Valtonen 2009, 226.) Ryhmäkeskustelu valittiin tiedonkeruumenetelmäksi juurikin näistä edellä mainituista syistä.

Keskustelurunko oli jaettu kolmeen osioon. Ensimmäiseksi käytiin läpi henkilökunnan mielipiteitä ja ajatuksia tämänhetkisten tapahtumien lähtötilanteesta sekä kehittämis- ja uudistamistarpeista. Alustavina keskusteluteemoina olivat asiakkaille suunnattua kyselyä sivuten, esimerkiksi jo olemassa olevien tapahtumien määrän sopivuus, mainonnan riittävyys (kehittämismahdollisuudet), teemallinen ja sisällöllinen toimivuus (teemat, järjestetty ohjelma, aktiviteetit), tunnelma sekä käytännön järjestelyjen toimivuus (vastuut, resurssit, puitteet) ja tapahtumien sujuvuus.

Tämän jälkeen vuorossa oli asiakkaille suunnatun kyselytutkimuksen läpikäynti. Kyselyn tulokset esiteltiin lyhyesti sekä varsinkin avoimissa kysymyksissä vahvasti esille nousseita aiheita ja teemoja sekä vastaajien esittämiä ajatuksia, ideoita ja toiveita tuotiin esiin, jotta ryhmä voisi hyödyntää niitä ryhmäkeskustelun seuraavassa, sen tärkeimmässä osiossa eli uuden tapahtumakonseptin ideoinnissa ja alustavassa suunnittelussa.

Viimeisessä osiossa eli uuden tapahtumakonseptin ideoinnissa ja alustavassa suunnittelussa hyödynnettiin luvussa neljä esitettyä strategisen ja operatiivisen kolmion muodostamaa onnistuneen tapahtuman mallia. Tavoitteena oli rakentaa yhteisymmärryksessä yksi tai kaksi uutta tapahtumakonseptia. Aluksi ryhmä keskusteli tapahtuman tavoitteesta ja viestistä eli miksi tapahtuma järjestetään sekä kohderyhmästä, jolle tapahtuma järjestetään. Lisäksi pohdittiin tapahtuman lähtökohtia; mitä, missä ja milloin tapahtuma järjestetään. Ideointiin sisällytettiin myös tapahtumaprosessi eli se, miten tapahtuma järjestetään sekä tapahtuman sisältö ja ohjelma sekä vastuuhenkilöt. Alustavasta keskustelurungosta ja keskustelun teemoista huolimatta keskustelutilaisuus haluttiin pitää mahdollisimman avoimena, innostavana ja spontaanina. Keskusteluun toivottiin ideapajan tuntua. Osallistujat saivat vapaasti ilmaista mielipiteitään ja ajatuksiaan sekä esittää ideoita ja heitellä ilmoille enemmän tai vähemmän hullujakin ideoita, joista olisi mahdollista syntyä jopa potentiaalisia ja toteutettavissa olevia tapahtumia tai niiden osasia.

Ryhmäkeskusteluun osallistuva ryhmä koottiin liikuntapalveluiden alaisuudessa työskentelevästä Uintikeskus VesiVeijarin henkilökunnasta, jotta osallistujilla olisi samanlainen suhde käsiteltävään aiheeseen eli uintikeskuksen olemassa olevien tapahtumien lähtötilanteeseen sekä tapahtumien kehittämistarpeisiin. 10 hengen ryhmä koostui uinninvalvojista, uimaopettajista, kassatyöntekijöistä sekä heidän esimiehenään toimivasta palvelupäälliköstä eli henkilöistä, jotka yleensäkin vastaavat Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumien järjestämisestä. Ryhmäkeskusteluun osallistui koko tapahtumia järjestävä henkilökunta lukuun ottamatta kahta uinninvalvojaa, jotka olivat estyneitä osallistumasta ryhmäkeskusteluun. Päivittäin yhdessä työskentelevä ryhmä oli toisilleen ennestään tuttu, joten vuorovaikutus ryhmän kesken oli luontevaa sekä keskustelu soljuvaa; jokaisen oli mahdollista saada äänensä kuuluviin. Tämä mahdollisti ryhmäkeskustelun tuloksellisuuden. Ryhmäkeskustelu pidettiin 6.5.2022 eli ajankohta sijoitettiin vuosihuollon yhteyteen, jotta henkilökunnasta mahdollisimman monella olisi tilaisuus osallistua ideapajaan. Ryhmäkeskustelu käytiin Uintikeskus VesiVeijarin Wellamo-takkahuoneessa, joka oli kaikille osallistujille tuttu ja helposti saavutettava paikka. Tila loi myös mahdollisuuden yksityisyydelle sekä keskustelurauhalle ilman ulkopuolelta kantautuvia ääniä ja keskeytyksiä.

Uintikeskus VesiVeijarin ryhmäkeskusteluun oli varattu aikaa 1–2 tuntia ja kokonaisuudessaan keskustelu kesti loppujen lopuksi hieman vajaa kaksi tuntia. Keskustelurunko tulikin suunnitella siten, että määritelty aikataulu pitää. Myös keskustelun kulkua tuli ohjata niin, ettei se lähde

kulkemaan sivu-urille ja näin ollen sekoita aikataulua. Uintikeskus VesiVeijarin ryhmäkeskustelu tallennettiin, jotta kerätyn aineiston purkaminen ja analysointi olisi myöhemmin helpompaa. Keskustelun äänittämisestä ilmoitettiin heti tilaisuuden alussa ja tallennuksen voimakkuus testattiin. Keskustelun aikana ryhmän vetäjä kirjasi ylös tärkeimpiä poimintoja keskustelun sisällöstä. Suosituksista poiketen toimin itse ryhmän vetäjänä, sillä aineiston analysoinnin kannalta oli helpompaa, että opinnäytetyön tutkimuksen suorittajana toimin itse myös keskustelun vetäjänä. Samalla oli mahdollisuus käyttää havainnointia ryhmäkeskustelun tukena ja tehdä havaintoja keskustelun kulusta ja osallistujista, kuten esimerkiksi heidän eleistään ja ilmeistään.

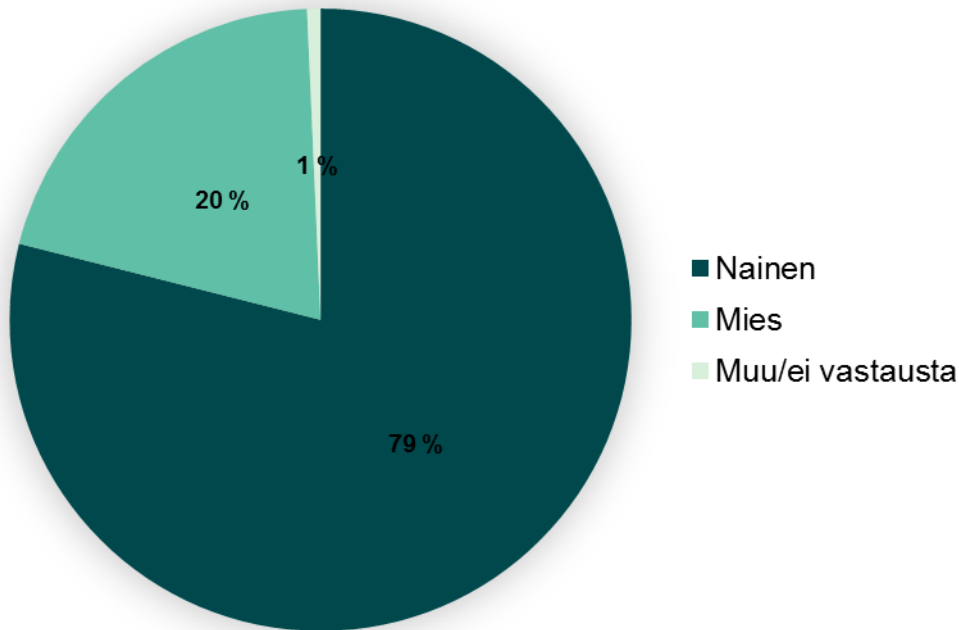
6 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET

Tässä luvussa analysoidaan kvantitatiivisen kyselytutkimuksen tuloksia, suoritetaan pohdintoja sekä tehdään tuloksista johtopäätöksiä. Tuloksissa on yhdistettyinä sekä paperisen lomakekyselyn että sähköisen Webropol-kyselyn avulla saadut tulokset. Lisäksi tuodaan esille joitain paperisen lomakekyselyn ja Webropol-kyselyn vastauksissa ilmeneviä eroja. Tutkimuksen tuloksia havainnollistetaan graafisten kaavioiden avulla. Kaavioissa on käytetty Kokkolan kaupungin brändin mukaista värimaailmaa. Paperisia lomakkeita palautettiin 125 kappaletta ja Webropolin kautta vastauksia tuli 307 kappaletta. Näin ollen kvantitatiiviseen tutkimukseen osallistui yhteensä 432 vastaajaa.

Ensimmäisessä alaluvussa tarkastellaan taustamuuttujia ja toisessa alaluvussa taustatietoja tapahtumiin osallistumisesta. Tämän jälkeen selvitetään mielipideväittämien tuloksia alaluvussa kolme. Neljäs alaluku esittelee vastaajien kehittämis- ja uudistamisideoita tämänhetkille, jo olemassa oleville tapahtumille. Viimeiseksi kerrotaan vielä vastaajien ideoita ja ajatuksia täysin uusien tapahtumien järjestämiseen.

6.1 Taustamuuttujat

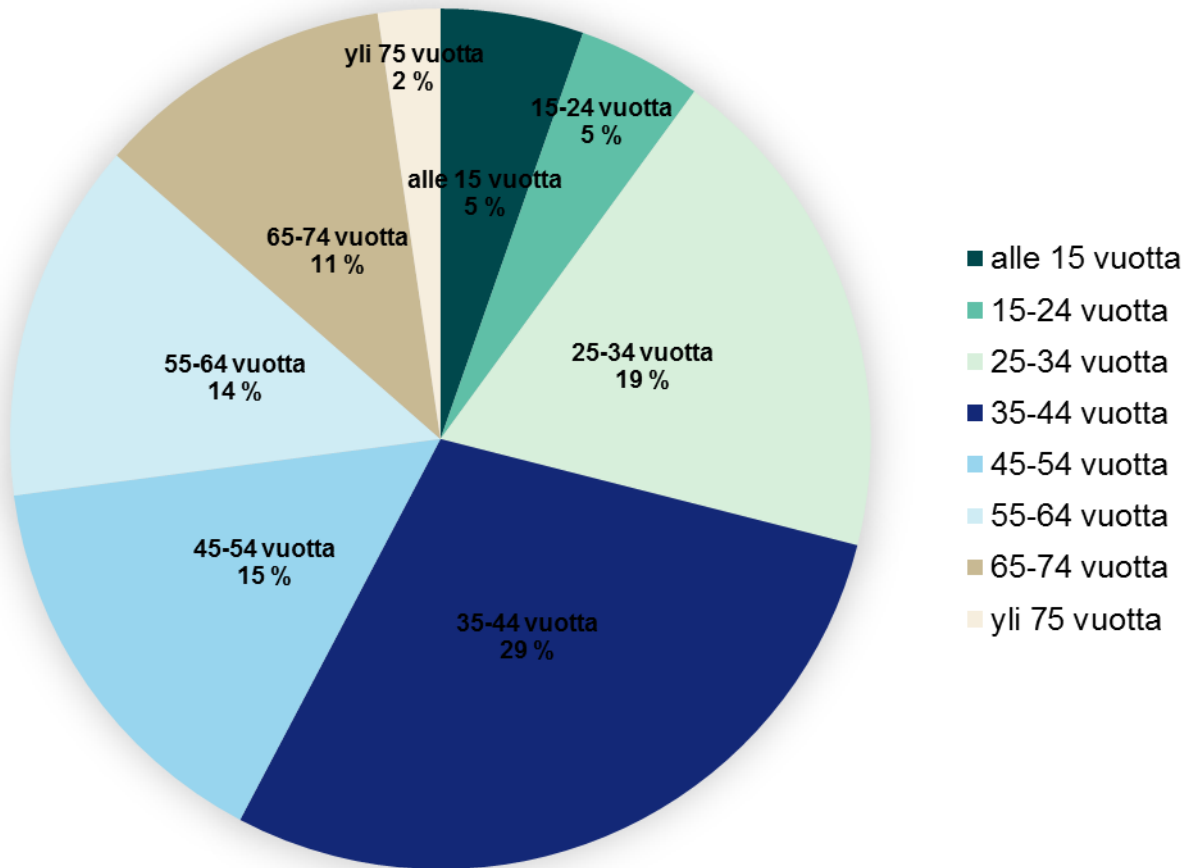
Kyselyn neljässä ensimmäisessä kysymyksessä selvitettiin vastaajan mielipiteiden taustalla olevia ja mahdollisesti vastauksiin vaikuttavia taustamuuttujia. Taustamuuttujina tutkittiin vastaajien erilaisia taustatietoja, kuten sukupuolta, ikää, asuinkuntaa ja elämäntilannetta. Kyselyn ensimmäinen kysymys koskikin vastaajien sukupuolta. Kysymykseen antoi vastauksen kaikki kyselyyn osaa ottaneet. Kuviosta kuusi ilmenee, että kyselyyn vastanneista 79 prosenttia oli naisia ja 20 prosenttia miehiä. Kyselyn vastaajien sukupuolijakauma ei korreloi Uintikeskus VesiVeijarin kävijöiden sukupuolijakaumaa, joka jakautuu melko tasaisesti nais- ja miespuolistenkävijöiden kesken. Naispuolistenvastaajien selvästi suurempi määrä voi johtua esimerkiksi siitä, että yleisesti ottaen naiset ovat halukkaampia ottamaan osaa kyselyihin. Paperisen lomakekyselyn vastaajien joukossa oli enemmän miehiä kuin sähköiseen kyselyyn vastanneissa. Paperisen lomakekyselyn vastaajista miehiä oli 28 prosenttia ja sähköisen kyselyn vastaajista 17 prosenttia. Kyselyn vastaajilla oli lisäksi mahdollisuus vastausvaihtoehtoon ”muu/ei vastasta”, jonka valitsi yksi prosentti vastaajista.



KUVIO 6. Vastaajien sukupuoli

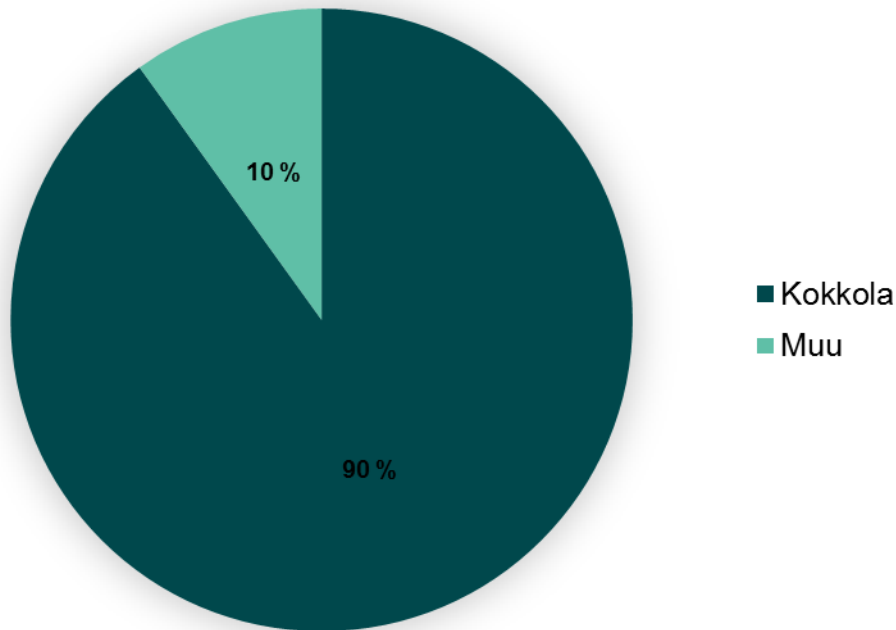
Vastaajien ikäjakaumaa selviteltiin kysymyksessä kaksi. Kysymys oli lomakkeessa avoimena kysymyksenä ja tulosten analysoinnin aikana hyväksytyt vastaukset (428 kappaletta) jaoteltiin kahdeksaan luokkaan. Kyselyyn vastanneiden ikähaarukka oli suuri, kahdeksanvuotiaista 90-vuotiaisiin. Vaikka luokkia muodostuikin melko paljon, haluttiin luokitteluun sisällyttää myös alle 15-vuotiaat sekä yli 75-vuotiaat, jotka ovat Uintikeskus VesiVeijarin tärkeitä asiakasryhmiä. Lipputyypeissäkkin nämä ryhmät nousevat esiin, sillä lasten lippu on tarkoitettu alle 15-vuotiaille (alle 5-vuotiaiden lippu on maksuton) ja lisäksi yli 70- ja yli 75-vuotiaille on tarjolla edullisempia lippuhintoja arki-iltapäivisin.

Kuviossa seitsemän on esitettyä vastaajien ikäjakauma. Suurin vastaajaluokka olivat 35–44-vuotiaat (29 %). Seuraavissa luokissa vastaajia oli tasaisen paljon, sillä 25–34-vuotiaita oli vastaajista 19 prosenttia, 45–54-vuotiaita 15 prosenttia sekä 55–64-vuotiaita lähes saman verran (14 %). Hieman pienempi osuus, 11 prosenttia, oli 65–74-vuotiailla vastaajilla. Sekä alle 15-vuotiaita että 15–24-vuotiaita oli viisi prosenttia vastaajista. Yli 75-vuotiaat olivat edustettuina 2 prosentilla. Pelkissä paperisissa lomakkeissa ikäjakauma oli vielä hieman tasaisempi kuin yhteistuloksissa. Kysymyksen kautta kävi selväksi, että kyselyyn kannatti sisällyttää myös paperilomakevaihtoehto, sillä muutoin varsinkin alle 15-vuotiaiden ja yli 75-vuotiaiden vastaajien osuudet olisivat jääneet vielä huomattavasti pienemmiksi.



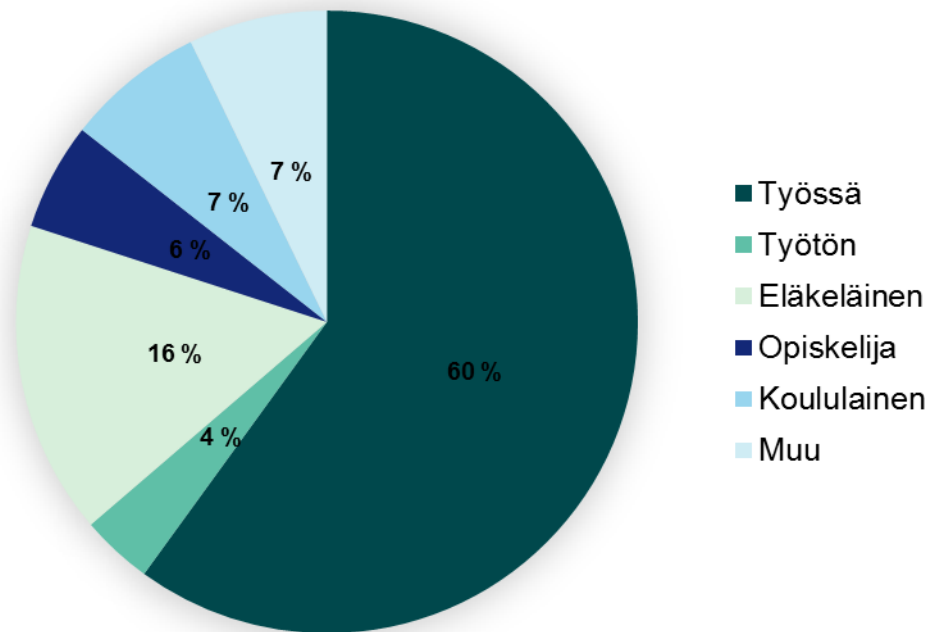
KUVIO 7. Vastaajien ikä

Kysymyksessä kolme tiedusteltiin vastaajien asuinkuntaa. Kysymykseen vastasi kaikki kyselyyn osaa ottaneet ja odotettavastikin 90 prosenttia heistä oli kokkolalaisia. Suuri osa lopusta kymmenestä prosentista oli sekä suomen- että ruotsinkielisistä lähikunnista. Erityisesti vastauksissa esille nousseita kuntia olivat Kruunupyö ja Luoto. Lisäksi vastauksia tuli muun muassa pääkaupunkiseudun, Tampereen ja Oulun asukkailta sekä muutama vastaus Ruotsissa asuvilta. Mikäli kysely olisi ajoittunut loma-aikaan, olisi vastaajien joukossa ollut mahdollisesti enemmän matkailijoita ja näin ollen ulkopaikkakuntalaisia. Tutkimustulosten luotettavuuden kannalta oli kuitenkin hyvä, että vastaajat olivat suurimmaksi osaksi paikkakuntalaisia, joita Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumakävijät muutoinkin enimmäkseen ovat. Asuinkuntajakauma esitetään kuviossa kahdeksan.



KUVIO 8. Vastaajien asuinkunta

Vastaajien elämäntilanteeseen perehdyttiin kyselyn neljännessä kysymyksessä. 430 vastaajasta 60 prosenttia oli työssäkäyviä. Seuraavaksi suurin vastaajaryhmä 16 prosentin osuudella olivat eläkeläiset. Koululaisia vastaajista oli seitsemän prosenttia, opiskelijoita kuusi prosenttia ja työttömiä neljä prosenttia. Jossakin muussa elämäntilanteessa koki olevansa seitsemän prosenttia kyselyyn vastanneista. Lähes kaikki nämä tilanteet koskivat jonkinlaista perhevapaata, kuten vanhempain- tai hoitovapaata. Paperisten lomakkeiden vastauksissa vastaajien osuudet olivat osittain hieman tasaisemmat työssäkävien osuuden ollessa 42 prosenttia, eläkeläisten 27 prosenttia ja koululaisten 22 prosenttia. Tästäkin voidaan todeta, että paperisen lomakekyselyn avulla tavoitettiin laajempi vastaajakunta kuin pelkän sähköisen kyselyn avulla olisi tavoitettu. Eläkeläiset ja koululaiset muodostavatkin Uintikeskus VesiVeijarin merkittävän asiakasryhmän. Vastaajien erilaisten elämäntilanteiden osuudet näkyvät kuviossa yhdeksän.



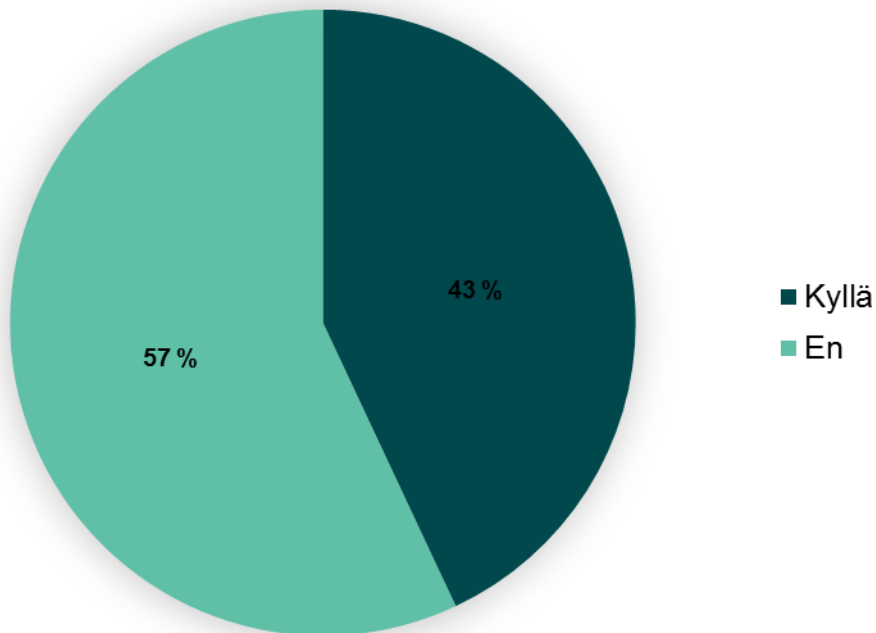
KUVIO 9. Vastaajien elämäntilanne

6.2 Taustatiedot tapahtumiin osallistumisesta

Vastaajien taustamuuttujien jälkeen selvitettiin erilaisia taustatietoja tapahtumiin osallistumisesta, kuten mihin tapahtumiin on osallistuttu, kenen kanssa sekä mistä tieto on hankittu. Seuraavaksi käydään läpi kaikki nämä tulokset. Kysymyksessä numero viisi tiedusteltiin, kuinka suuri osa vastanneista oli osallistunut johonkin Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettyyn tapahtumaan ja kysymyksessä kuusi, mihin tapahtumiin oli osallistuttu. Kysymyksessä kuusi vastaajan oli mahdollista valita myös useampi vastausvaihtoehto. Kyselyyn vastanneista (hyväksytyjä vastauksia 430 kappaletta) hieman vajaa puolet eli 43 prosenttia ilmoitti osallistuneensa johonkin tapahtumaan (KUVIO 10). Aikuisten tunnelmallinen uinti-ilta keräsi 23 prosenttia vastauksista ja sekä naisten vuoro että vesiliukumäkikilpailu seitsemän prosenttia vastauksista. Vesidiskon osuus oli kuusi prosenttia ja Vesisankarit-tapahtuman yksi prosentti. Muita tapahtumia, joihin vastaajat kertoivat osallistuneensa, olivat esimerkiksi erilaiset aikuisten ja lasten uimakoulut, uintikilpailut, kuten koulujen väliset uintikilpailut, Ui kesäksi/elämäsi kuntoon -kampanja sekä wibit-vesiesteratatapahtuma. Vastausvaihtoehto ”en ole osallistunut mihinkään tapahtumaan” keräsi 48 prosenttia vastauksista. Kuviossa yksitoista on esitettyinä, kuinka monta

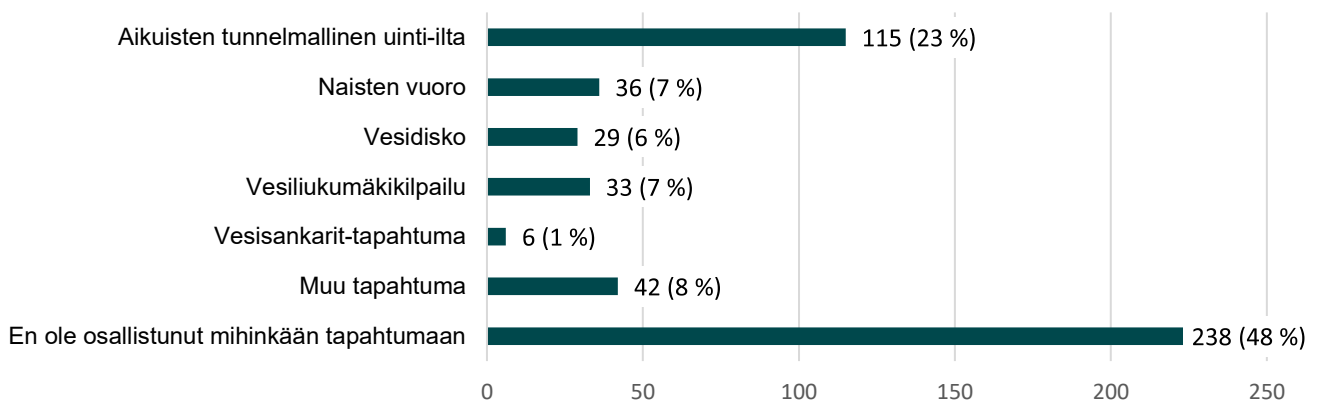
kertaa vastausvaihtoehto on valittu sekä suluissa vaihtoehdon prosenttiosuus. Paperisten lomakkeiden vastauksissa vesidiskon, vesiliukumäkikilpailun ja Vesisankarit-tapahtuman osuus oli suurempi, koska vastaajien joukossa oli enemmän koululaisia.

Oletko osallistunut johonkin Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettyyn tapahtumaan?



KUVIO 10. Osallistumisprosentti

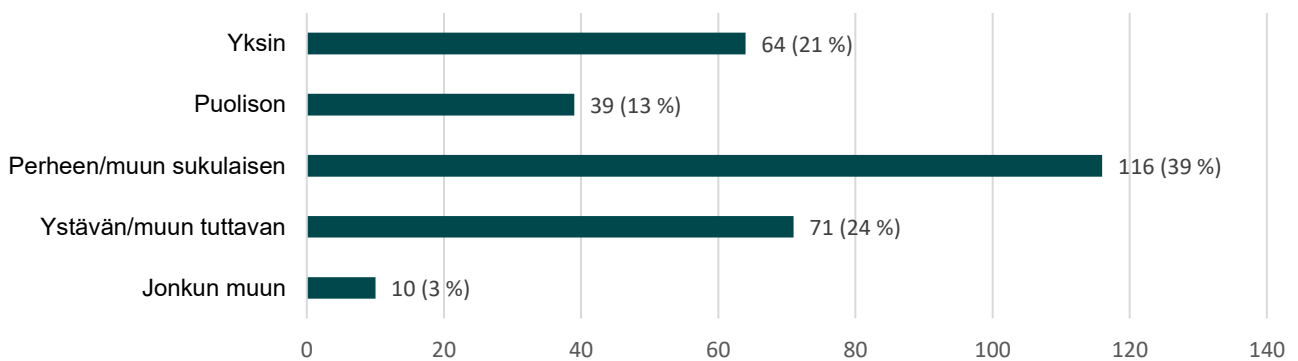
Mihin tapahtumaan olet osallistunut?



KUVIO 11. Osallistumisprosentti tapahtumittain

Seura, jossa tapahtumiin osallistutaan, oli aiheena kysymyksessä seitsemän. Valittujen vastausvaihtoehtojen lukumäärä sekä prosenttiosuudet (suluissa) näkyvät kuviossa 12. Vastaa- jista 39 prosenttia kertoi osallistuvansa Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumiin perheensä tai muun sukulaisensa kanssa. Tapahtumiin tullaan usein myös ystävän tai muun tuttavan kanssa (24 %). Yksin tapahtumiin kertoi osallistuvansa 21 prosenttia vastaajista sekä puolisonsa kanssa 13 prosenttia vastaajista. Muuksi seuraksi (3 %) nimettiin esimerkiksi työpaikan yhteisö sekä oma koulu. Suurimmat erot paperisten ja sähköisten kyselylomakkeiden vastausten vä- lillä ilmenivät vastausvaihtoehtojen puolison ja perheen/muun sukulaisen välillä. Paperisissa lomakkeissa puolison osuus oli suurempi ja vastaavasti perheen/muun sukulaisen osuus pie- nempi kuin sähköisissä lomakkeissa johtuen todennäköisemmin eroista vastaajaryhmissä eli paperisten lomakkeiden vastauksissa oli enemmän eläkeläisiä ja vähemmän työssäkäyviä.

Kenen kanssa yleensä osallistut Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettäviin tapahtumiin?

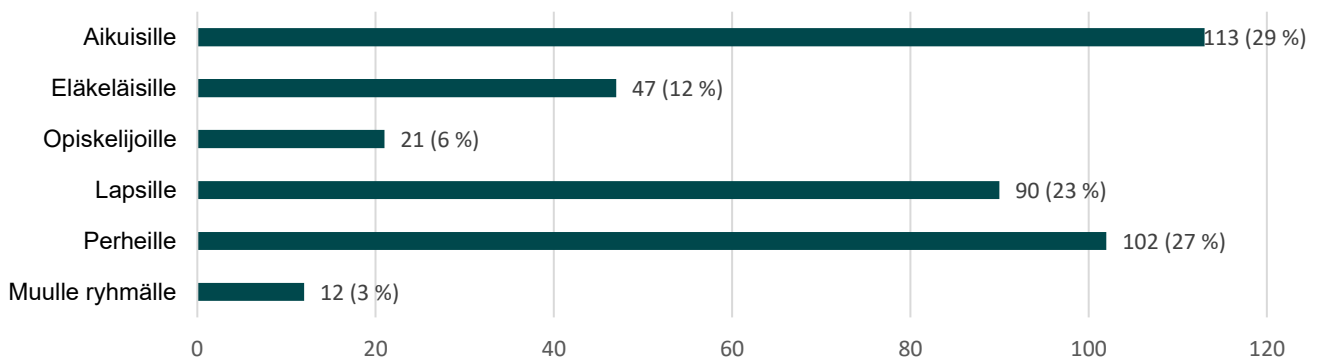


KUVIO 12. Seura, jossa tapahtumiin osallistutaan

Kysymyksessä kahdeksan vastaajat saivat ottaa kantaa siihen, mille ryhmälle suunnattuja ta- pahtumia he toivoisivat järjestettävän Uintikeskus VesiVeijarissa. Eniten tapahtumia toivottiin aikuisille (29 %), perheille (27 %) ja lapsille (23 %). Eläkeläisille suunnattuja tapahtumia toivoi 12 prosenttia vastaajista. Paperisten kyselylomakkeiden vastauksissa kyseinen osuus oli jopa 24 prosenttia. Opiskelijatapahtumia toivoi kuusi prosenttia vastaajista. Lisäksi tapahtumia toi- vottiin muun muassa äideille ja vauvoille, erityisryhmille sekä vähävaraisille aikuisille ja per- heille. Tämänhetkiset tapahtumat Uintikeskus VesiVeijarissa ovat suunnattu erityisesti joko ai- kuisille tai lapsille. Vastauksissa esiin tullut tarve perheille suunnatuille tapahtumille onkin näin

ollen varmasti ilmeinen. Eläkeläiset, jotka ovat tärkeä osa Uintikeskus VesiVeijarin asiakaskuntaa, tulisi jatkossa huomioida paremmin myös tapahtumien suunnittelussa. Opiskelijoiden määrä kävijöistä on nykyisellään liian vaatimaton. Opiskelijatapahtumat olisivat kenties yksi keino, jolla opiskelijat löytäisivät muutkin Uintikeskus VesiVeijarin palvelut. Kuvio 13 esittelee valittujen vastausvaihtoehtojen lukumäärän sekä niiden prosentuaaliset osuudet.

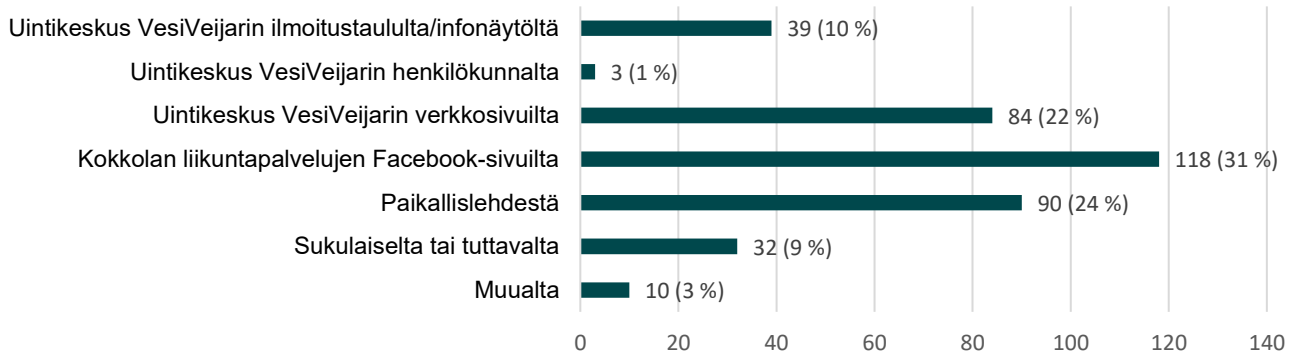
Mille ryhmälle suunnattuja tapahtumia toivoisit lisää Uintikeskus VesiVeijariin?



KUVIO 13. Ryhmä, jolle tapahtumia tulisi suunnata

Kanavaa, jonka kautta tieto tapahtumasta on tavoittanut vastaajan, tiedusteltiin kysymyksessä yhdeksän. Ensisijaisten tietokanavien osuudet lukumäärittäin ja prosentuaalisesti on esitetty kuviossa 14. Digitaaliset kanavat eli Kokkolan kaupungin liikuntapalveluiden Facebook-sivut (31 %) ja Uintikeskus VesiVeijarin verkkosivut (22 %) nousivat niistä merkittävimmiksi. Edelleen myös paikallislehti 24 prosentin osuudella on tärkeä perinteinen markkinointikanava, jonka kautta asiakkaat ovat tavoitettavissa. Lisäksi ilmoitustaululla sekä Uintikeskus VesiVeijarin aulaan sijaitsevalla infonäytöllä on oma paikkansa tietokanavana 10 prosentin osuudella. Yhdeksän prosenttia vastaajista kertoi kuulevansa tapahtumista sukulaiselta tai tuttavalta. Paperisten lomakkeiden vastauksissa heidän osuutensa oli kuitenkin paljon suurempi, jopa 21 prosenttia. Tapahtumien mainontaa suunniteltaessa tulisikin huomioida tapahtumien kohderyhmä ja heidän tapansa hankkia tietoa unohtamatta kuitenkin sitä tosiasiaa, että sosiaalinen media ja muut digitaaliset kanavat ovat merkittävässä roolissa nykypäivän markkinoinnissa ja todennäköisimmin niiden merkitys tulee kasvamaan myös jatkossa. Niihin panostaminen on järkevää, sillä digitaalinen markkinointi on tehokasta ja verrattain edullista.

Mistä yleensä saat tiedon Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettävistä tapahtumista?



KUVIO 14. Ensisijainen tietokanava

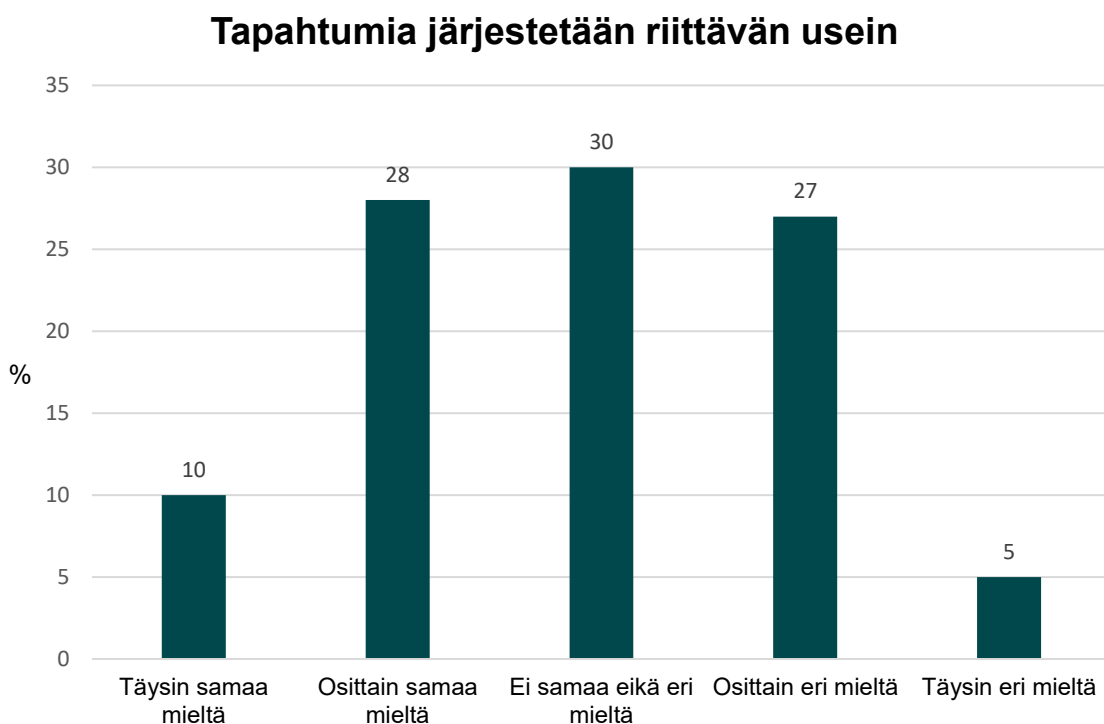
6.3 Mielenpitoet tapahtumista

Kysymyksessä kymmenen kartoitettiin vastaajien mielipiteitä Uintikeskus VesiVeijarin tämänhetkistä tapahtumista kahdeksan väittämän avulla. Mielenpitoasteikkona käytettiin Likertin asteikkoa (täysin samaa mieltä – osittain samaa mieltä – ei samaa eikä eri mieltä – osittain eri mieltä – täysin eri mieltä). Väittämien tulokset prosenttiosuuksineen on esitetty diagrammien avulla ja tulokset avattu lisäksi lyhyesti myös tekstimuodossa. Mielenpitoita mittaavat väittämät olivat:

- tapahtumia järjestetään riittävän usein
- tapahtumien mainonta on riittävää
- tapahtumien pääsymaksu on sopiva
- tapahtumissa on tarpeeksi järjestettyä ohjelmaa
- tapahtumien henkilökunta on ystävällistä
- tapahtumien tunnelma ja ilmapiiri on hyvä
- tapahtumat ovat vastanneet hyvin odotuksiani
- suosittelisin tapahtumia tuttavilleni

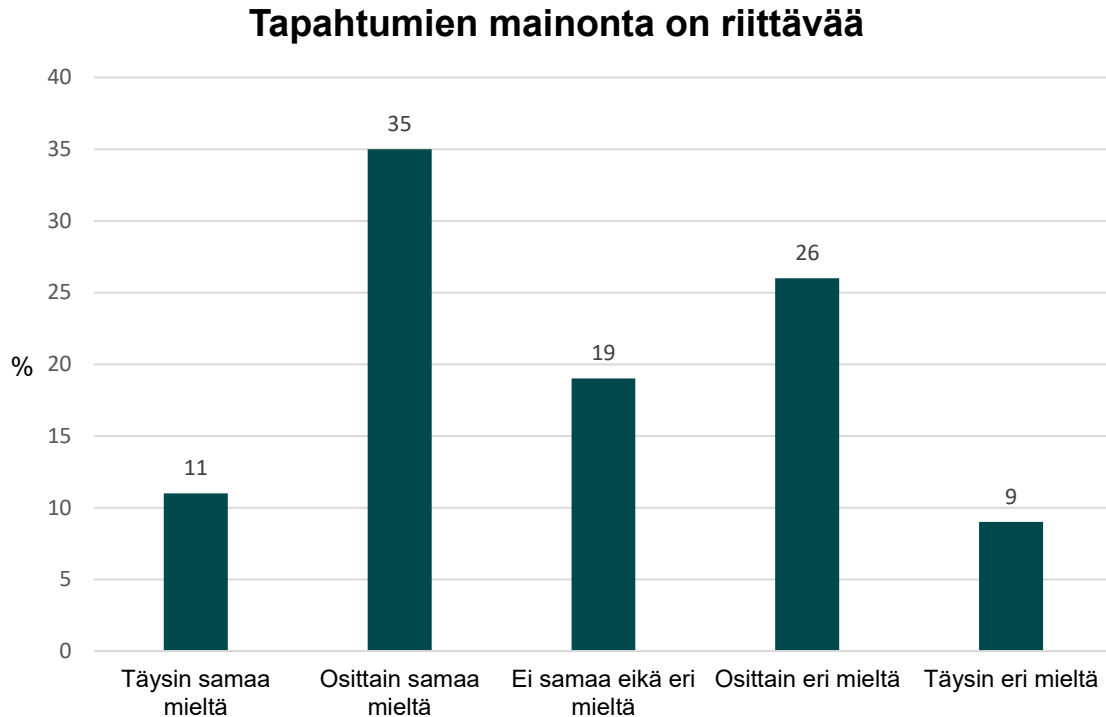
Ensimmäinen väittämä kartoitti tapahtumien määrän riittävyyttä. Vastauksia annettiin yhteensä 423 kappaletta ja vastausten prosenttiosuudet on esitelty kuviossa 15. Kyseinen väittämä jakoi mielipiteitä ja vastausten hajonta oli suurta. 28 prosenttia vastaajista oli osittain samaa mieltä

siitä, että tapahtumia järjestetään riittävän usein. Lähes yhtä paljon eli 27 prosenttia vastaajista oli väittämästä osittain eri mieltä. Neutraaleja vastauksia (ei samaa eikä eri mieltä) tuli 30 prosenttia. Lisäksi kymmenen prosenttia vastaajista oli asiasta täysin samaa mieltä ja vastaavasti viisi prosenttia täysin eri mieltä. Koronavirusepidemian vuoksi Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumat olivat pitkällä, noin kaksi vuotta kestäneellä tauolla. Tauon aikana Kokkolan Uimaseura järjesti muutamat uintikilpailut, joista osa oli yleisöltä suljettuja. Kysymyksen tuloksia tarkasteltaessa tulee ottaa huomioon, että tulokset voisivat olla ainakin osittain erilaiset ilman koronavirusepidemian aiheuttamia, tapahtumien järjestämiseen vaikuttaneita rajoituksia.



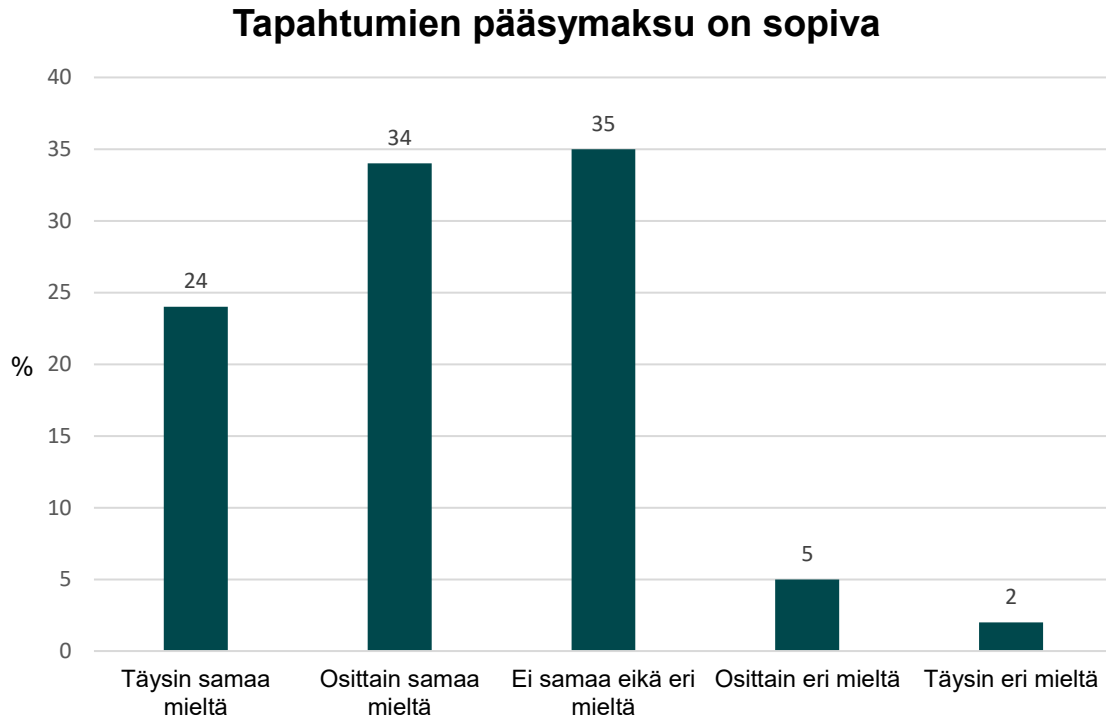
KUVIO 15. Tapahtumien määrä

Hajontaa vastauksissa aiheutti myös väittämä kaksi, jossa pyydettiin ottamaan kantaa tapahtumien mainonnan riittävyteen (KUVIO 16). 421 vastaajasta 35 prosenttia oli osittain samaa mieltä siitä, että mainonta on riittävää. Toisaalta 26 prosenttia oli asiasta myös osittain eri mieltä. Täysin samaa mieltä väittämän kanssa oli 11 prosenttia ja täysin eri mieltä yhdeksän prosenttia vastaajista. ”Ei samaa eikä eri mieltä” -vaihtoehdon valitsi 19 prosenttia.



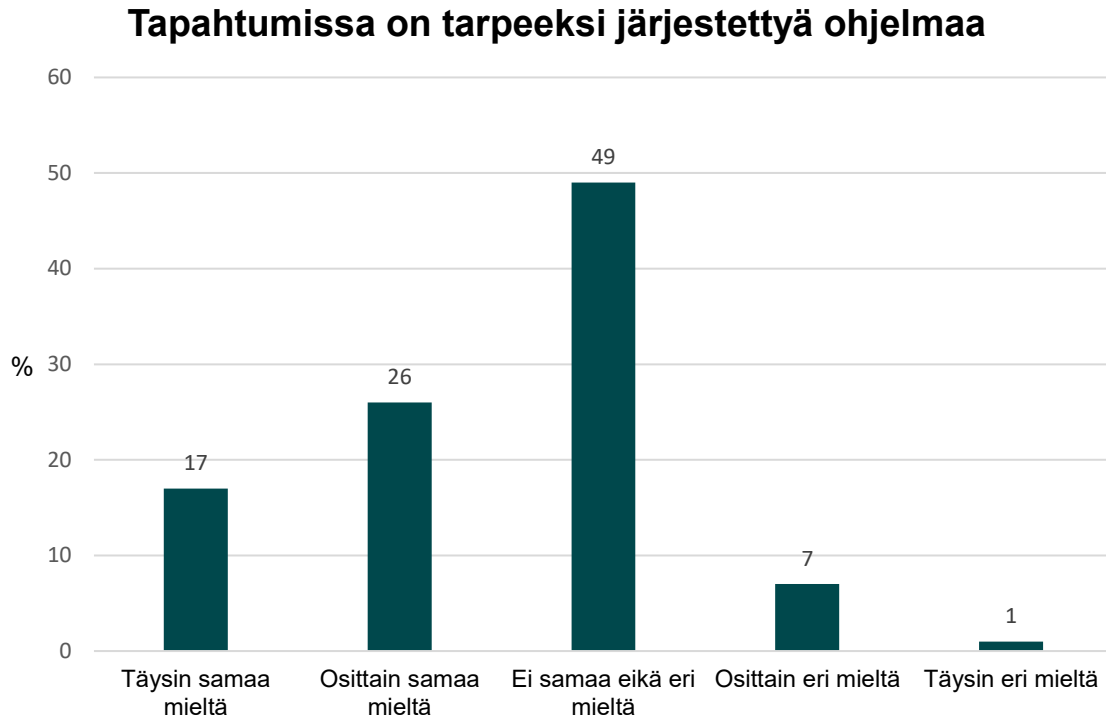
KUVIO 16. Tapahtumien mainonta

Väittämä kolme käsitteli tapahtumien pääsymaksua. Väitteeseen otti kantaa 420 vastaajaa. Heistä 24 prosenttia piti pääsymaksuja sopivina ja lisäksi 34 prosenttia oli asiasta osittain samaa mieltä. Vastauksista 35 prosenttia oli neutraaleja ja yhteensä vain seitsemän prosenttia oli osittain tai täysin eri mieltä asiasta. Vastausten jakauma on esitetty kuviossa 17. Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumien pääsymaksut ovat pääsääntöisesti 5–6 euroa. Esimerkiksi vesidisikon pääsymaksu on viisi euroa, kun normaalisti lasten uintilipun hinta on kolme euroa. Aikuisien tunnelmallisen uinti-illan pääsymaksu on puolestaan kuusi euroa eli sama kuin aikuisen uintilipun hinta. Alennuksia, esimerkiksi opiskelija- tai eläkealennuksia, ei tapahtumien pääsymaksuihin myönnetä eikä esimerkiksi sarja-, vuosi- tai erityisliikuntakortteja voi tapahtumissa hyödyntää. Uintikeskus VesiVeijarin uintimaksujen hinnoittelu on pidetty hyvinkin kohtuullisena ja nykyinen hinnasto on ollut voimassa jo vuodesta 2016 lähtien.



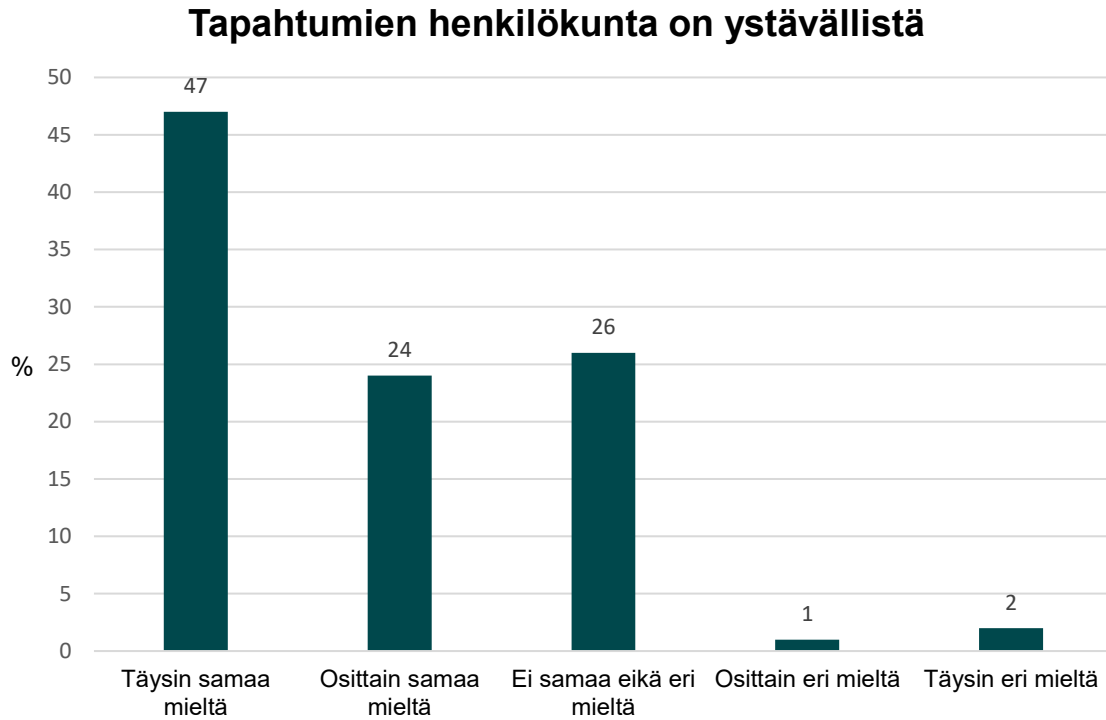
KUVIO 17. Tapahtumien pääsymaksu

Suuri osa (49 %) 417 vastaajasta valitsi vastausvaihtoehdon ”ei samaa eikä eri mieltä”, kun neljännessä väittämässä pyydettiin mielipidettä tapahtumien ohjelmasta (KUVIO 18). Tämä selittyy sillä, että yli puolet kyselyyn vastanneista ei ollut osallistunut VesiVeijarin tapahtumiin. Väitteeseen kantaa ottaneilla oli kuitenkin enemmänkin positiivinen näkemys järjestetyn ohjelman riittävydestä, sillä 26 prosenttia oli osittain samaa mieltä ja 17 prosenttia täysin samaa mieltä siitä, että tapahtumissa on tarpeeksi järjestettyä ohjelmaa. Negatiivisempi kanta asiasta oli kahdeksalla prosentilla vastaajista, kun seitsemän prosenttia oli osittain eri mieltä ja yksi prosentti täysin eri mieltä väitteestä.



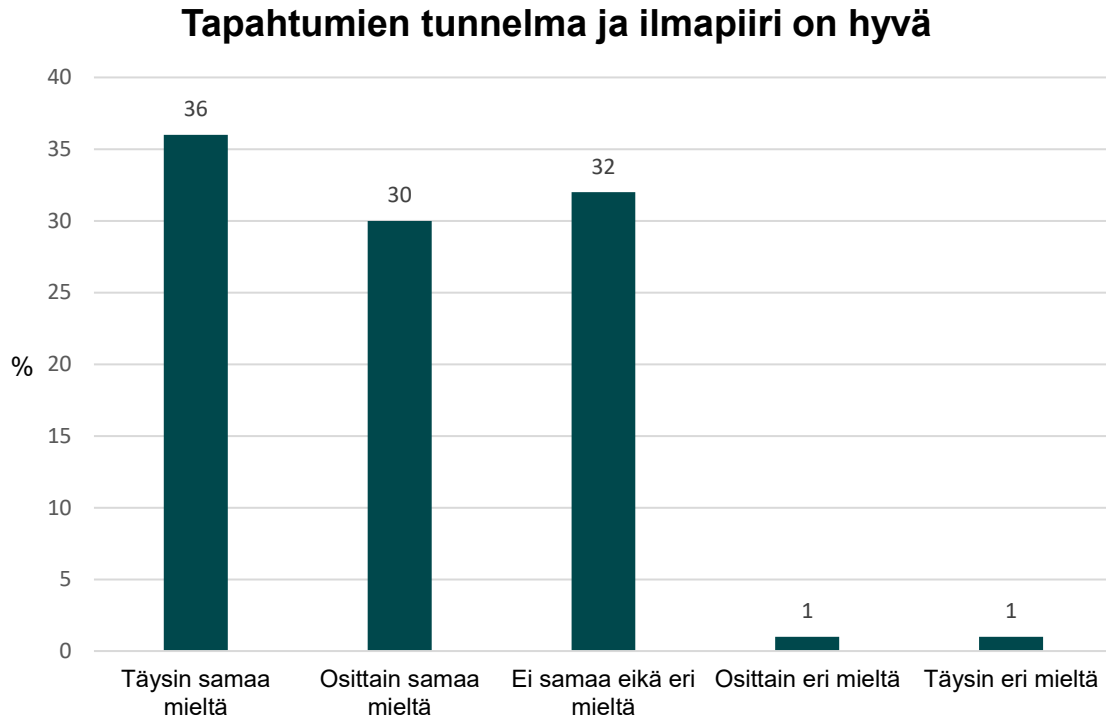
KUVIO 18. Tapahtumien järjestetty ohjelma

Tapahtumien henkilökunnan ystävällisyys oli teemana viidennessä väitteessä. Kuten kuvio 19 osoittaa, oltiin aiheesta erittäin yksimielisiä. Jopa 47 prosenttia 419 vastaajasta oli täysin samaa mieltä siitä, että tapahtumien henkilökunta on ystävällistä. Osittain samaa mieltä oli 24 prosenttia vastaajista. Vain yksi prosentti oli väitteestä osittain eri mieltä ja kaksi prosenttia täysin eri mieltä. Neutraali kanta aiheesta oli 26 prosentissa vastauksista. Positiiviset ajatukset ja kokemukset Uintikeskus VesiVeijarin henkilökunnan ystävällisyydestä ovat tärkeitä, sillä henkilökunnalla on tärkeä rooli tapahtumien tunnelman ja elämyksellisyyden luomisessa sekä ylipäänsä Uintikeskus VesiVeijarin positiivisen imagon luomisessa. Vastauksissa saattaakin näkyä myös vastaajien yleinen mielipide henkilökunnan ystävällisyydestä muissakin tilanteissa kuin pelkästään tapahtumissa.



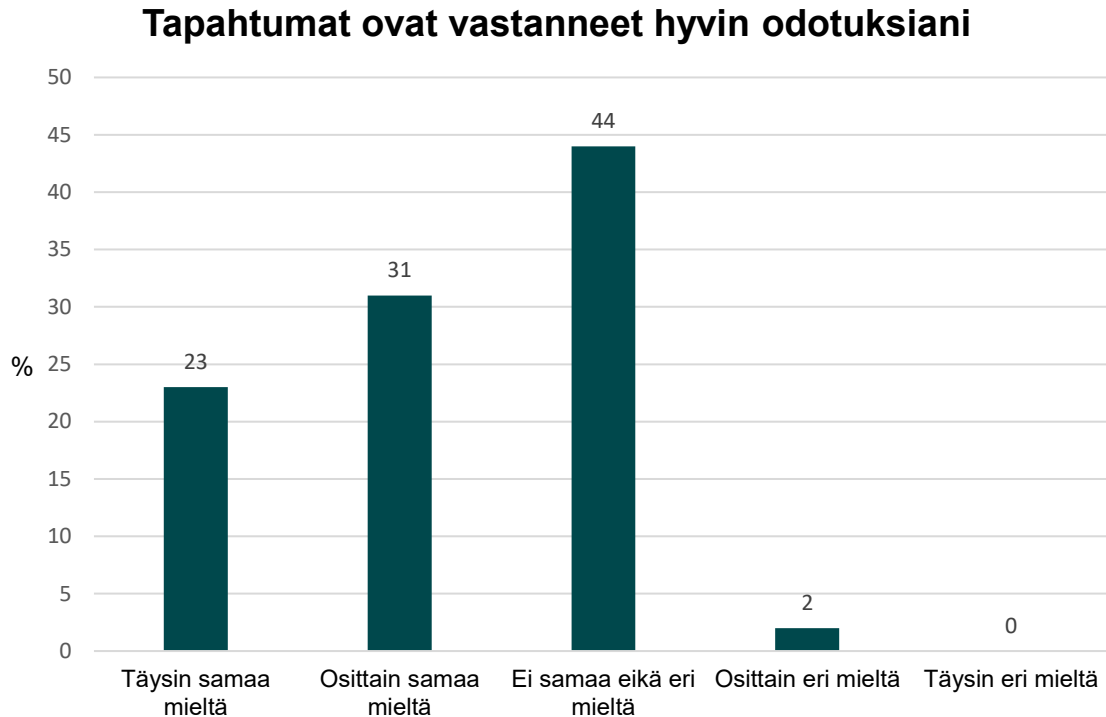
KUVIO 19. Tapahtumien henkilökunnan ystävällisyys

Tapahtumien tunnelmaa ja ilmapiiriä tiedusteltiin seuraavaksi väittämässä kuusi. Tämänkin väittämän vastauksista tuli ilmi vastaajien tyytyväisyys. Mielipiteensä aiheesta ilmaisi 420 vastaajaa ja heistä 36 prosenttia oli täysin samaa mieltä ”tapahtumien tunnelma ja ilmapiiri on hyvä” -väitteen kanssa. ”Osittain samaa mieltä” -vaihtoehto oli valittuna 30 prosentissa vastauksia. Neutraali mielipide tapahtumien tunnelmasta ja ilmapiiristä oli 32 prosentilla. Vain yksi prosentti oli osittain ja samoin yksi prosentti täysin eri mieltä hyvästä tunnelmasta ja ilmapiiristä. Tulokset on esitelty kuviossa 20. Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettävät erilaiset tapahtumat poikkeavat tunnelmaltaan ja ilmapiiriltään hyvinkin paljon toisistaan. Esimerkiksi vesidis-koissa tunnelma on vauhdikas, jopa riehakas ja osittain hyvinkin meluisa, kun taas tunnelmal-
lisissa uinti-illoissa hyvinkin rauhallinen ja rentouttava.



KUVIO 20. Tapahtumien tunnelma ja ilmapiiri

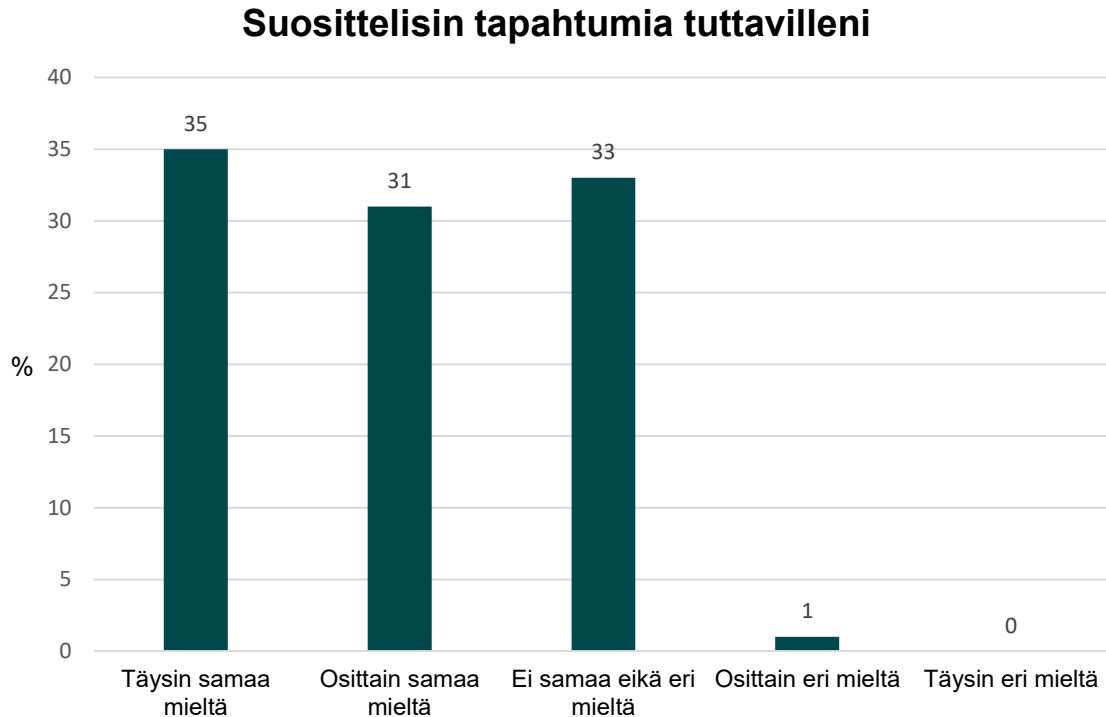
Väittämään seitsemän, ”tapahtumat ovat vastanneet hyvin odotuksiani”, annettiin yhteensä 416 vastausta (KUVIO 21). Niistä neutraaleja oli 44 prosenttia. Väittämän kanssa osittain samaa mieltä oli 31 prosenttia ja täysin samaa mieltä 23 prosenttia vastaajista. Osittain eriävän mielipiteen esitti vain kaksi prosenttia väitteeseen kantaa ottaneista. Kysymyksen vastauksista ilmenee selkeästi, että tämänhetkisten olemassa olevien tapahtumien järjestämisessä on onnistuttu toivotulla tavalla. Väittämän tulokset kannattaakin ottaa huomioon olemassa olevien tapahtumien kehittämisessä. Liian suurille uudistuksille ei tulosten perusteella ole tarvetta ja ne voisivat muodostaa jopa riskin tapahtumien onnistumiselle. Mahdolliset muutokset tulisikin tehdä hienovaraisesti ja asiakkaita kuunnellen.



KUVIO 21. Tapahtumien vastaaminen odotuksiin

Viimeisessä väittämässä kysyttiin mielipidettä tapahtumien suositeltavuudesta. 35 prosenttia 418 vastaajasta suosittelisi tapahtumia tuttavilleen. Lisäksi 31 prosenttia oli osittain samaa mieltä siitä, että olisi valmis suosittelemaan tapahtumia. Neutraalien vastausten osuus oli 33 prosenttia. ”Suositteaisin tapahtumia tuttavilleni” -väittämästä oli osittain eri mieltä ainoastaan yksi prosentti vastaajista. Viimeisen väittämän tulokset tapahtumien suositeltavuudesta on esitetty kuviossa 22.

Mielipideväittämien jälkeen, kysymyksessä 11, vastaajilla oli mahdollisuus antaa yleisarvosana Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettäville tapahtumille asteikolla 1–10. Vastaajien antamaksi keskiarvosanaksi muodostui kahdeksan, mistä voidaan päätellä, että tämänhetkisiin, jo olemassa oleviin tapahtumiin ollaan yleisesti melko tyytyväisiä. Hyvä arvosana on linjassa mielipideväittämien tulosten kanssa.



KUVIO 22. Tapahtumien suositeltavuus

6.4 Olemassa olevien tapahtumien kehittäminen ja uudistaminen

Kysymyksessä 12 vastaajat saivat avoimesti kertoa, miten he haluaisivat kehittää tai uudistaa Uintikeskus VesiVeijarin tämänhetkisiä, jo olemassa olevia tapahtumia. Vastauksia tuli yhteensä 175 kappaletta. Eniten toivottiin lisää tapahtumia erityisesti perheille, eri-ikäisille lapsille ja nuorille. Enemmän tapahtumia toivottiin myös aikuisille sekä lisäksi tapahtumia, joissa huomioitaisiin myös eläkeläiset. Aikuisten tunnelmalliset uinti-illat, niin sanotut kynttiläuinnit, saivat paljon kiitosta ja niitä toivottiin lisää. Ehdotettiin, että esimerkiksi kyseiseen tapahtumaan voisi yhdistää jotain hyvinvointiin ja hemmotteluun liittyvää, kuten saunajoogaa, hierontaa, jalkakylpyjä tai jotain pientä tarjottavaa. Nykyistä enemmän toivottiin myös naisten vuoroja, vesidiskoja, savusaunavuoroja, talviuintia, vesijumppaa ja uimakouluja. Vastauksissa nousi esiin muutamaan otteeseen myös erilainen, mutta tärkeä näkökulma – tapahtumat eivät saisi verottaa liikaa aikaa Uintikeskus VesiVeijarin ydintoiminnalta sekä tarkoitukselta tarjota kuntalaisille mahdollisuus omaehtoiseen vesiliikuntaan. Tämä onkin hyvä muistaa niin tapahtumien kuin muunkin toiminnan, kuten ohjatun vesiliikunnan ja seuravuorojen suunnittelussa.

Tapahtumiin toivottiin enemmän musiikkia, enemmän aktiviteettejä, kisailuja sekä erilaisia teemoja. Lisäksi ulkoaltaille toivottiin enemmän tekemistä tai jonkinlaista tapahtumaa. Vastauksissa tuli esille myös parempi äänentoisto. Ongelmat äänentoistossa on huomattu myös henkilökunnan keskuudessa ja alustavia tiedusteluja uuden laitteiston hankkimisesta onkin jo tehty. Mainontaan ja informaatioon toivottiin parannuksia myös avointen kysymysten vastauksissa, kuten tehtiin myös kysymyksen kymmenen mielipidekartoituksessa. Esille nousivat erityisesti parempi sosiaalisen median hyödyntäminen sekä tiedottaminen koulujen kautta. Kaupungin sisäistä tiedottamista onkin jo alettu hyödyntää enemmän ja kouluille on lähetetty esimerkiksi vesidiskon mainoksia. Toiveissa on, että jatkossa nykyiset infonäytöt saataisiin hyödynnettyä paremmin eri yksiköiden, kuten esimerkiksi koulujen, kirjaston ja Uintikeskus VesiVeijarin, välisen tiedottamisen välineinä. Pysäköintitilan puute sekä vaihtoehtoiset pysäköintimahdollisuudet nousivat esille vastauksissa myös muutamaan otteeseen. Vaihtoehtoisia pysäköintimahdollisuuksia löytyy runsaastikin esimerkiksi urheilutalon sekä tapahtumapuiston ympäristöstä, mikäli on valmis lyhyeen kävelymatkaan. Uintikeskus VesiVeijarin edessä sijaitsevan pysäköintialueen mahdollisiin muutostöihin vaikuttavat parkkipaikalla kasvavat suojellut puut. Myös lasten- ja kahluualtaan lämpötiloja toivottiin nostettavan. Tapahtuman ajaksi lämpötilan nosto olisi mahdollistakin, mutta pysyvä lämpötilan nosto vaikuttaisi myös muihin altaisiin, minkä vuoksi toivomukseen on mahdotonta vastata. Jokunen tapahtumien pääsymaksuja koskeva mielipide esiintyi vastauksissa ja hinnat jakoivat mielipiteitä. Osa vastaajista piti hintoja edullisina, mutta osa näki ne kalliina. Pääsylippujen hinnat ovat olleet tapahtumasta riippuen 5–6 euroa. Kysymyksen kymmenen mielipidekartoituksessa suuri osa vastaajista oli kuitenkin sitä mieltä, että pääsymaksut ovat sopivia, joten suuria ongelmia hinnoittelussa ei pitäisi olla.

6.5 Uusien tapahtumien ideointi

Avoimessa kysymyksessä 13 vastaajat saivat kertoa, millaisia uusia tapahtumia he toivoisivat Uintikeskus VesiVeijariin sekä ideoita ja ajatuksia uusiin tapahtumiin liittyen, kuten teemoja, ohjelmasisältöjä, aktiviteettejä tai muuta sellaista. Vastauksia kertyi yhteensä 170 kappaletta. Vastauksissa tuli esille paljon samoja aihepiirejä kuin edellisessäkin kysymyksessä ja niissä korostettiin elämyksellisyyttä. Tapahtumia toivottiin perheille, eri-ikäisille lapsille (esimerkiksi taaperoikäisille) sekä nuorille. Erilaisia teemaehdotuksia tuli paljon. Lapsille ehdotettiin esimerkiksi merirosvo-, viidakko- tai sirkusteemaa. Pellehyppykisat ja -näytökset esiintyivät useissa

vastauksissa sekä erilaiset leikkimieliset kilpailut, ohjatut leikit (esimerkiksi aarteenetsintä) ja tempuradat, kuten wibit. Wibit-vesiesteradan vuokraukseen on budjetoitava edullisimmillaankin useita satoja euroja, mikä vaikuttaa wibit-tapahtumien järjestämiseen. Sirkus- ja pellehypyteeman ympärille järjestettävän tapahtuman yhteistyökumppaniksi voitaisiin tarvittaessa pyytää esimerkiksi paikallista Sirkuskoulu Kuuta. Merenneitoutintia pyydettiin järjestettäväksi muutamassa vastauksessa, mutta kyseisiä kokeilukertoja sekä kursseja on jo järjestetty ulkopuolisen yrityksen toimesta. Vesidiskoja toivottiin myös yläkoululaisille ja tätä ajatusta on itseasiassa pohdittu jo aiemmin VesiVeijarin sisäisissäkin keskusteluissa. Lisäksi toivottiin koko perheen diskoja. Myös pelkästään aikuisille rajatut tapahtumat olivat toiveissa. Toivottiin tunnelmaltaan rauhallisia ja hiljaisia uinti-iltoja, mutta myös vauhdikkaampia vaahtobileitä, reivejä, aikuisten K30-diskoja sekä sinkkuiltoja. Omia tapahtumia toivottiin myös erityisryhmille sekä eläkeläisille. Hieno ehdotus oli tapahtuma, joka olisi suunnattu isovanhemmille lapsenlapsineen. Lisäksi ehdotettiin, että lapsiperheiden vanhemmille voitaisiin tarjota parisuhdeaikaa tunnelmallisen uinnin merkeissä, mikäli samaan aikaan lastenhoito järjestettäisiin esimerkiksi erillistä maksua vastaan. Uintikeskus VesiVeijariin toivottiin myös iltapäivätoimintaa koululaisille. Tällaisen toiminnan järjestäminen Uintikeskus VesiVeijarin asiakasmäärillä vaatisi vähintäänkin ylimääräisiä henkilöstöresursseja tai uusia yhteistyötahoja.

Erilaisiin juhlapäiviin liittyviä tapahtumia ehdotettiin myös paljon, esimerkkeinä äitien- ja isänpäivä, ystävänpäivä, venetsialaiset, joulukuukin ja juhannus. Juhannuksena ehdotettiin järjestettäväksi juhannuspiknik, jossa olisi ruokatarjoilujen lisäksi elävää musiikkia. Samantyyllisiä ehdotuksia olivat myös grillijuhlat sekä kesäilta ulkoaltoaalla -tapahtuma. Ylipäänsä maauimalaan toivottiin enemmän tapahtumia ja toimintaa; myös altaiden ulkopuolisille alueille. Synkimmän talven keskelle ehdotettiin luotavaksi rantatunnelmaa esimerkiksi hiekanvärillä messumatoilla ja aurinkovarjoilla. Vastauksissa esitettiin myös idea syksyisestä ruskatapahtumasta. Toiveissa oli lisäksi kansainvälinen teemapäivä.

Vastauksissa usein esiintyviä aiheita olivat hyvinvointi, terveys, kunnonkohotus, painonhallinta, hyvä olo, rentoutuminen ja hemmottelu. Vastauksissa ehdotettiin muun muassa hemmotteluiltoja yhteistyössä hyvinvointialan toimijoiden kanssa. Iltoihin ehdotettiin sisältyväksi esimerkiksi hierontaa, kasvohoitoja, tuote-esittelyjä, joogaa ja hyvinvointiopastusta sekä hyvää ruokaa. Myös talviuintiin liittyvää tapahtumaa toivottiin. Tapahtumassa voitaisiin esimerkiksi yhdistää savusauna ja talviuinti sekä kertoa talviuinnin hyödyistä. Vastaajat olivat kiinnostuneet myös

tapahtumista, joissa olisi mahdollisuus lajikokeiluihin sekä saada opastusta eri vesiliikuntalajeihin, kuten vesijuoksuun ja -jumppaan, sukellukseen/vapaasukellukseen, vesi-/uppopalloon, SUP-lautailuun sekä uintilajien tekniikkaan. Lisäksi toivottiin hengenpelastusopetusta, opastusta siihen, miten opettaa lasta uimaan, uimamerkkien suoritusmahdollisuutta sekä ylipäänsä enemmän erilaisia ja eri kohderyhmille suunnattuja vesijumppia sekä uimakouluja. Vastauksissa ehdotettiin myös tapahtumaa vesijuoksijoiden laajalle joukolle sekä vesijumppa-iltaa, jolloin altaissa voisi testata erilaisia vesijumppia. Mielenkiintoinen ehdotus oli myös eri liikuntalajien yhdistäminen, esimerkkinä ”ladulta talviuintiin”. Kokkolan kaupungin liikuntapalvelujen henkilökunnalla, mukaan lukien Uintikeskus VesiVeijarin henkilökunta, olisi paljon tietotaitoa tällaisten liikuntaan ja erityisesti vesiliikuntaan ja -turvallisuuteen liittyvien tapahtumien järjestämiseen. Lisäksi yhteistyötä voitaisiin tehdä esimerkiksi eri liikuntaseurojen kanssa.

7 RYHMÄKESKUSTELUN TULOKSET

Tässä luvussa analysoidaan kvalitatiivisen tutkimuksen ryhmäkeskustelua ja sen tuloksia sekä esitellään ryhmäkeskustelun avulla syntynyt uusi tapahtumakonsepti. Analysointi aloitettiin ryhmäkeskustelun äänitallenteen läpikäynnillä ja kolmeen keskeiseen osioon jaetun keskustelurungon mukaisesti tämänhetkisten tapahtumien lähtötilanteesta sekä kehittämis- ja uudistamistarpeista. Analysointi tehtiin teemoittain: tapahtumien määrän sopivuus, mainonnan riittävyys (kehittämismahdollisuudet), teemallinen ja sisällöllinen toimivuus (teemat, järjestetty ohjelma, aktiviteetit), tunnelma sekä käytännön järjestelyjen toimivuus (vastuut, resurssit, puitteet) ja tapahtumien sujuvuus. Asiakkaille suunnatun kyselytutkimuksen tulosten läpikäynnin avulla Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumia järjestävästä henkilökunnasta koostuvalle ryhmälle luotiin käsitys asiakkaiden tapahtumiin liittyvistä ajatuksista ja mielipiteistä, joita ryhmä voisi hyödyntää uuden tapahtumakonseptin ideoinnissa ja alustavassa suunnittelussa. Ideoinnin analysoinnissa hyödynnettiin myös teemoittelua (tapahtuman tavoite ja viesti, kohderyhmä, lähtökohdat, tapahtumaprosessi, sisältö ja ohjelma sekä vastuuhenkilöt). Keskustelu rönseyli jonkin verran keskustelurungon hyödyntämisestä huolimatta, joten teemoittelu oli tarpeen myös keskustelun analysoinnissa.

7.1 Tapahtumien lähtötilanne sekä kehittämis- ja uudistamistarpeet

Ryhmäkeskustelun alussa kerrattiin Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettäviä perinteisiä tapahtumia. Ryhmässä oltiin yksimielisiä siitä, että normaalitilanteessa, kun koronavirusepidemia-aika jätetään huomioimatta, tapahtumia järjestetään liian vähän ja vuoden aikana olisi mahdollisuus järjestää yksi tai kaksi tapahtumaa enemmän, ei kuitenkaan oikeastaan enempää. Keskustelussa nostettiin esille eri vuodenaikoihin sijoittuva vakiintunut tapahtumien kierto. Kesäkaudella Uintikeskus VesiVeijarissa järjestetään perinteisesti uimakoulut, vesiliukumäkikilpailu sekä maauimalakauden päättäjäiset. Lisäksi Kokkola Cup -jalkapalloturnauksella on vaikutusta Uintikeskus VesiVeijarin toimintaan. Syyskaudella järjestetään vesidisko, tunnelmallinen uinti-ilta sekä uintikilpailuja, samoin kevätkaudella. Yleensä myös joulun aikaan on jotain pientä tapahtumatoimintaa.

Tapahtumien mainonnasta keskusteltaessa mielipiteet olivat melko yhteneväisiä asiakkaille suunnatun kyselyn tulosten kanssa: mainonta voisi olla parempaa, sitä voisi olla enemmän ja hyödyntää laajemmin eri medioita ja kanavia, varsinkin sosiaalisen median kanavia. Facebookin lisäksi esimerkkeinä tuotiin esille Instagram ja Snapchat. Rajoituksia sosiaalisen median laajempaan hyödyntämiseen asettaa se, ettei Kokkolan kaupungin liikuntapalveluilla ole tällä hetkellä käytössään kuin Facebook-tili. Muutoin Kokkolan kaupunki hyödyntää muitakin sosiaalisia medioita, kuten Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn sekä blogikirjoitukset. Ryhmäkeskustelussa nostettiin esille myös rajat ja realiteetit yksittäisten tapahtumien kävijämäärissä. Tapahtumien määrän lisäämisellä voitaisiin kävijämääriä kuitenkin mahdollisesti hieman tasata. Muun muassa tila- ja valvontakapasiteetti asettavat rajoitteita yksittäisen tapahtuman kasvulle. Tämä tulee huomioida myös tapahtumien mainonnassa. Tällä hetkellä yksittäisten tapahtumien kävijämääriä voidaan vielä kasvattaa jonkin verran, mutta esimerkiksi vesidiskojen suora mainonta kouluille näkyy heti selvästi diskojen kävijämäärissä. Keskustelussa tuotiin esille myös se, että suora ja kohdennettu mainonta esimerkiksi kouluille helpottuu, mikäli nykyiset infonäytöt saadaan jatkossa hyödynnettyä paremmin eri yksiköiden välisen tiedottamisen välineinä. Tällöin Uintikeskus VesiVeijari voisi jakaa mainoksen esimerkiksi juuri vesidiskosta suoraan koulujen infonäytöille.

Ryhmäkeskustelussa nykyisten paikkansa jo vakiinnuttaneiden tapahtumien rinnalle haluttiin tapahtumia, joissa olisi jokin uusi teema. Tapahtumien suunnittelussa ja järjestämisessä tulisi kuitenkin huomioida olemassa olevat resurssit, kuten henkilöstöresurssit. Eräs ryhmän jäsen, suhteellisen uusi työntekijä kysyi, onko perheille koskaan suunniteltu järjestettäväksi omaa tapahtumaa. Uintikeskuksessa kauemmin työskennellyt muisteli, että jonkinlaisia perhetapahtumia olisi joskus järjestetty, mutta tapahtumat eivät olisi houkutelleet osallistujia. Muut ryhmän jäsenet eivät perheille tarkoitettuja tapahtumia muistaneet. Tapahtumien tilastoinneista kuitenkin selviää, että perheille on järjestetty oma tapahtuma, Loistavaa! -uinti-ilta perheille, esimerkiksi vuonna 2016. Kävijöitä tapahtuma keräsi tuolloin noin 130–150. Merkittävää on, että asiakkaat toivoivat kyselytutkimuksessa tapahtumia paljon juurikin lapsiperheille. Ryhmässä mietittiin asiakaskyselyn tulosten pohjalta myös mahdollisuutta jonkinlaisen vesijumppamaratonin tai esimerkiksi sinkkuiltojen järjestämiseen.

Ryhmäkeskustelussa tuli esille, että tämänhetkisten tapahtumien järjestettyyn ohjelmaan oltiin melko tyytyväisiä. Esimerkiksi vesidiskojen kilpailuissa on ollut tarpeeksi vaihtuvuutta. On heitetty korja samalla, kun on hypähty alimmalta hyppylaualta, haettu palloja isoaltaan pohjasta

ja niin edelleen. Kilpailuissa vain mielikuvitus on rajana. Keskustelussa tuli esille, ettei vesidis-koihin kaivata lisää ohjelmaa rajallisen aikataulun vuoksi, vaan esimerkiksi yksi isompi kilpailu olisi jopa parempi vaihtoehto kuin useampi pienempi kilpailu. Tällöin jäisi enemmän aikaa va-paaseen kavereiden kanssa oleiluun, leikkimiseen sekä musiikin kuunteluun. Ainut tapahtuma, joka kaipaisi kenties jonkinlaista uutta, mutta kuitenkin tapahtuman konseptiin sopivaa sisältöä olisi aikuisten tunnelmallinen uinti-ilta. Ryhmäkeskustelussa tuli esille, että Uintikeskus Vesi-Veijarissa on vuosien varrella ollut muun muassa orkesteri ja hanuristi soittamassa, kuoro lau-lamassa ja jopa karaokea on kokeiltu. Lisäksi on järjestetty senioritanssit, naisten hyvinvointi-ilta tuote-esittelyineen, vesiliukumäkikilpailu sisäliukumäessä sekä pellehyppykilpailuja. Täl-laista toimintaahan toivottiin myös asiakaskyselyn vastauksissa. Ulkopuolisen järjestäjän toi-mesta on pidetty lisäksi niin sanotut opiskelijabileet strobovaloineen ja teknomusiikkeineen. Ryhmässä mietittiin, miksei tällaista voisi järjestää tulevaisuudessakin ja ottaa muitakin aikai-semmin käytössä olleita tapahtumia tai ohjelmasisältöjä uudelleen käyttöön. Idea ”opiskelijabi-leistä” on itseasiassa ollutkin kehittymässä henkilökunnan ajatuksissa jo jonkin aikaa.

Ryhmässä keskusteltiin lisäksi maauimalan käytöstä sekä altaiden ulkopuolisen alueen, kuten nurmialueen hyödyntämisestä. Kyselytutkimuksen vastauksissa toivottiinkin tapahtumia ja ak-tiviteettejä myös maauimalaan. Ryhmäkeskustelussa tuli ilmi, että asiakkaiden käytössä on ollut aikaisemmin erilaisia ulkopelejä, kuten kroketti, mölkky ja sulkapallo, mutta niiden käyttö on jäänyt vähäiseksi. Ryhmässä kuitenkin kyseenalaistettiin sitä, onko asiakkaille tätä mahdol-lisuutta edes mainostettu; ovatko he olleet tietoisia ulkopeleistä. Tietenkin oman haasteensa nurmialueen hyödyntämiseen luo sen osittaisesta kaltevuudesta johtuva epäkäytännöllisyys.

Tapahtumien käytännön järjestelyt koettiin pääsääntöisesti toimiviksi ja tapahtumien kulku su-juvaksi. Joku ryhmästä koki myös, että tapahtumat sujuvat vaihtelevasti. Äänentoisto kaipaisi uudistamista. Sama asia nousi esille myös kyselytutkimukseen vastanneiden asiakkaiden mie-lipiteissä. Tämänhetkisten tapahtumien suunnitteleminen ei ole vaatinut paljon aikaa, sillä ta-pahtumat ovat toimineet jo pitkään samalla kaavalla ja niiden järjestämisestä on tullut rutiinia. Nykyisissä jo olemassa olevissa tapahtumissa ei koettu oikeastaan olevan mitään vikaa eikä niitä tulisi suuremmin muuttaa, vaan enemmänkin koettiin, että tulisi luoda jotain täysin uutta, jokin täysin uusi tapahtuma.

Tämänhetkisten tapahtumien lähtötilannetta sekä kehittämis- ja uudistamistarpeita koskeneen keskustelun jälkeen käytiin nopeasti läpi asiakkaille suunnatun kyselytutkimuksen tulokset

pääpiirteissään. Niiden kautta syntyneiden ajatusten pohjalta lähdettiin ideoimaan uutta tapahtumakonseptia sekä tekemään alustavia suunnitelmia tapahtuman järjestämiseksi. Seuraavaksi tutustutaan tähän ryhmäkeskustelussa luotuun uuteen tapahtumakonseptiin.

7.2 Uusi tapahtumakonsepti: Perheiden vesiturvallisuuspäivä

Heti tapahtumakonseptin ideoinnin alkuvaiheessa ryhmälle oli täysin selvää, että uuden tapahtuman kohderyhmänä tulisi olemaan perheet ja tapahtuman tavoitteena tuoda esille vesiturvallisuuden (muun muassa uimaopetus ja hengenpelastus) tärkeyttä, mutta samalla viestittää nykyisille ja potentiaalisille asiakkaille Uintikeskus VesiVeijarin monipuolisista palveluista. Kaikille perheenjäsenille löytyy jotain – Uintikeskus VesiVeijari tarjoaa laatu-aikaa perheille ja palveluja niin vauvoille, lapsille, nuorille kuin vanhemmillekin.

Tapahtuman ensimmäinen lähtökohta oli näin ollen järjestää perhetapahtuma – perheille suunnattu ja räätälöity tapahtuma, jossa erilaisten rastipisteiden kautta painotettaisiin turvallisuutta. Tapahtuma olisi käytännössä viihdetapahtuma, johon yhdisteltäisiin asiatapahtuman piirteitä esimerkiksi turvallisuusopastusten muodossa. Toinen tapahtuman lähtökohta ”missä tapahtuma järjestetään” määrittäisi lähtökohdan kolme ”milloin tapahtuma järjestetään” mukaisesti. Kesäkaudella käytössä olisi sekä Uintikeskus VesiVeijarin sisäaltaat että maauimala. Muuhun aikaan järjestettäessä käytössä olisivat pelkästään allastilat sisällä. Tapahtuman ajankohta eli sijoittuminen Uintikeskus VesiVeijarin vuoden kiertoon herättikin paljon keskustelua ja erilaisia mielipiteitä. Vaihtoehtoiksi pohdittiin kesäkaudelta elokuun ensimmäisiä viikkoja ennen koulujen lukuvuoden aloitusta, niin sanottuna syyskauden päättävänä tapahtumana joulua edeltävää aikaa sekä lisäksi loka-marraskuuta, jolloin on pimeää ja ulkona usein huonot kelit. Heinäkuussa järjestetään jo vesiliukumäkikilpailu, marraskuussa yleensä tunnelmallinen uinti-ilta sekä uintikilpailut ja uimahyppykilpailut, joten kyseiset kuukaudet eivät välttämättä olisi sopivia uudelle tapahtumalle. Lisäksi tulisi ottaa huomioon esimerkiksi käytettävissä olevat henkilöstöresurssit kesän suosituimpien lomakuukausien aikana. Yhteisymmärryksessä päädyttiin loppujen lopuksi alustavasti syyskuuhun.

Ryhmässä oltiin yhtä mieltä siitä, että tapahtuma tulisi järjestää viikonloppuna, jolloin perheillä on pääsääntöisesti enemmän vapaa-aikaa ja keskustelun kautta päädyttiin lauantaihin, joka

on aukioloaikojen suhteen pidempi päivä kuin sunnuntai. Tapahtuman kesto määriteltiin neljään tuntiin. Kello 12 ja 16 välisenä aikana järjestetty tapahtuma mahdollistaisi aamun vauvaintien järjestämisen sekä jättäisi uintiaikaa myös muille asiakkaille. Keskustelua herätti ongelma siitä, voimmeko evätä tapahtumaan pääsyn muilta asiakkailta varsinkin, kun tapahtuma järjestetään ajankohtana, joka on muutoinkin suosittu niin perheiden kuin muidenkin asiakkaiden keskuudessa. Yhdessä ryhmä tuli siihen tulokseen, että tapahtuma järjestetään avoimena tapahtuma eikä kenenkään sisäänpääsyä evätä, mutta asiakkaita pyritään tiedottamaan etukäteen mahdollisimman hyvin ja mainostetaan tapahtumaa perheille suunnatuksi. Näistä syistä ryhmä päätti samalla, että sisäänpääsy tapahtumaan olisi normaaleiden uintimaksujen hinnalla.

Tapahtuman sisällön ja ohjelman ideointia varten ryhmä jakautui pienempiin ryhmiin. Näissä vapaasti ja itsenäisesti muodostetuissa pienemmissä ryhmissä kirjoitettiin post it -lapuille erilaisia ehdotuksia tapahtuman ohjelmasta, kuten aktiviteeteistä. Ryhmillä oli hyvin samanlainen käsitys tapahtuman sisällöstä. Tapahtuma haluttiin järjestää yhdessä sidosryhmien, kuten Kokkolan Uimaseuran, Kokkolan Urheilusukelluskerho Merisaukot ry:n, Keski-Pohjanmaan Retkimelajat ry:n ja Suomen Punaisen Ristin kanssa. Allastiloissa ja altaissa järjestettäisiin erilaisia rastipisteitä. Niissä aiheina voisi olla esimerkiksi aikuisten ja lasten vedestä pelastaminen, lapsen uimaopetus ("näin opetat lapsesi uimaan" -vinkkejä), vauva- ja perheuinti sekä uinnin ja vesijuoksun tekniikka. Kokkolan liikuntapalvelut voisi esitellä toimintaansa ja liikunnanohjaajat opastaa vesi- ja kuivajumpan liikkeiden tehokkuuteen sekä valvojat kertoa työstänsä. Lisäksi isoaltaassa voisi olla sukellusrata ja SUP-lautoja sekä perheen pienimmille pallomeri kahluu- altaassa sekä jotain muuta hauskaa tekemistä, kuten aarteenetsintää, ongintaa tai muuta sellaista.

Ryhmäkeskustelun lopussa pohdittiin vielä muutamia tapahtumaprosessin tuotantoon liittyviä asioita. Mainontaan pyrittäisiin panostamaan hyvissä ajoin normaalistikin käytössä olevien mainontakanavien kautta sekä hyödynnettäisiin mahdollisuuksien mukaan lehtimainontaa Kokkola-lehdessä. Lisäksi tehtäisiin suuri tapahtumajuliste, jota levitettäisiin Uintikeskus Vesi-Veijarin ulkopuolellekin, kuten kouluille. Tapahtuman vastuualueet jaettaisiin henkilökunnan omien työroolien ja vahvuuksin mukaisesti. Esimerkiksi uimaopettajat vastaisivat uimaopetukseen liittyvästä sisällöstä, liikunnanohjaajat jumppaopastuksista, valvojat muun muassa leikki-

radasta, mainonnasta ne henkilöt, jotka muutoinkin vastaavat mainonnasta yhdessä palvelupäällikön kanssa, sidosryhmät omista rastipisteistään ja niin edelleen. Tapahtuman järjestäminen ei vaatisi suurta budjettia, mutta jonkin verran normaalia enemmän henkilöstöresursseja.

Ryhmäkeskustelussa vallitsi hyvä ja vapautunut tunnelma, sillä ryhmän jäsenet olivat toisilleen jo ennestään tuttuja. Rento tunnelma näkyi myös ryhmän jäsenten ilmeissä, eleissä ja ylipäänsä kehonkielessä. Keskustelun aikana naurettiin yhdessä, hulluteltiin ja heitettiin ilmoille hauskojakin ideoita, vaikka suurin osa keskustelusta olikin asiallista, asiapitoista ja pohtivaa. Alun perin tavoitteena oli mahdollisimman vuorovaikutteinen keskustelu ja se hyvin pitkälti saavutettiin. Vaikka välillä jokin aihealue saattoi aiheuttaa aluksi hiljaisuutta ryhmässä, melko nopeasti joku ryhmän jäsenistä aloitti keskustelun kertomalla omat ajatuksensa aiheesta. Välillä ryhmän vetäjän johdattelu helpotti keskustelun avausta. Henkilökunnasta koostuvassa ryhmässä oli paljon melko uusia työntekijöitä, jotka eivät olleet oikeastaan ehtineet vielä osallistua tapahtumien järjestämiseen, sillä koronavirusepidemia pakotti tapahtumatoiminnan pitkälle tauolle. Tämä näkyi heidän osallistumisessaan keskusteluun, varsinkin keskustelun alussa, kun aiheena oli jo olemassa olevien tapahtumien lähtötilanne. Uudet työntekijät olisivat mahdollisesti tarvinneet vielä hieman enemmän rohkaisua keskusteluun osallistumiseen. On kuitenkin ymmärrettävää, ettei heille ollut ehtinyt muodostua asioista mielipidettä ja näin ollen kauemmin Uintikeskus VesiVeijarissa työskennelleet hallitsivat enemmän keskustelua ja esitivät kokemuksiinsa perustuvia mielipiteitä.

Keskustelun aikana vallitsi vahva yhteisymmärrys. Ryhmä oli hyvin yksimielinen siitä, kenelle ja millainen uusi tapahtuma luodaan; vain pari asiaa synnytti mielipide-eroja. Kokeneemmilla työntekijöillä oli hyvin selvä ajatus siitä, millaisella tapahtumalla asiakkaiden toiveisiin voitaisiin vastata ja saavuttaa samalla omat tavoitteet sekä tuoda esille viestiä vesiturvallisuuden tärkeydestä. Heillä oli lisäksi realistinen käsitys omista resursseista sekä sidosryhmien mukanaolon tärkeydestä tapahtuman onnistumiseksi.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Uintikeskus VesiVeijarissa järjestetyt tapahtumat ovat pysyneet hyvin samanlaisina jo pitkän aikaa, jopa vuosikymmeniä. Opinnäytetyöni tarkoituksena oli etsiä keinoja Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumamarkkinoinnin kehittämiseen ja sen myötä kasvattaa asiakasmääriä sekä luoda tunnettuutta myös niiden potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa, jotka eivät vielä ole löytäneet Uintikeskus VesiVeijarin monipuolisia palveluita. Tavoitteena oli kartoittaa tapahtumien lähtötilanne ja kehittämistarpeet sekä selvittää, millaisia uusia tapahtumia Uintikeskus VesiVeijariin toivottaisiin. Tutkimustulosten avulla ideoitiin ja suunniteltiin uusi tapahtumakonsepti.

Aloitin opinnäytetyöprosessin heti opintojen alkuvaiheessa syyslukukaudella 2019. En tuolloin opinnäytetyön aihealuetta valitessani osannut vielä aavistaa, että keväällä 2020 Suomeen leviää maailmanlaajuinen koronaviruspandemia, joka valmiuslain käyttöönnoton myötä sulkee koko yhteiskunnan. Suomen koronavirusepidemian vaikutukset näkyivät tuntuvasti myös Uintikeskus VesiVeijarin toiminnassa. Uintikeskus jouduttiin poikkeusolojen vuoksi sulkemaan muutamaa otteeseen, kävijämääriä rajoitettiin sekä noudatettiin entistäkin tarkempia hygieniaohjeita. Lisäksi kävijämäärissä koettiin tuntuva pudotus. Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettävä tapahtumatoiminta oli tauolla kevääseen 2022 saakka, mikä vaikutti erittäin paljon opinnäytetyön aikatauluun ja aiheutti haasteita empiirisen tutkimuksen suorittamiseen. Asiakkaille suunnatun Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumatoimintaa käsittelevän kyselyn suorittaminen tapahtumien ollessa tauolla olisi ollut aivan liian ristiriitaista. Tämän vuoksi kyselyn aineistonkeruu suoritettiin vasta keväällä 2022, jonka jälkeen oli mahdollista järjestää myös henkilökunnalle suunnattu ryhmäkeskustelu.

Ennen empiirisen tutkimuksen suorittamista keskityinkin opinnäytetyön teoreettisen viitekehyksen kirjoittamiseen. Siinä tarkastelin kunta-alaa yleisesti, kuntia liikuntapalveluiden tuottajina, uimahalleja liikuntapaikkoina sekä opinnäytetyön toimeksiantajaa Kokkolan kaupunkia, sen liikuntapalveluita sekä Uintikeskus VesiVeijaria. Lisäksi käsitelin tapahtumamarkkinointia, tapahtumaprojektia ja onnistuneen tapahtuman järjestämistä sekä tieteellistä tutkimusta; kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusta, tutkimusprosessia sekä laadukkaan tutkimuksen perusvaatimuksia.

Asiakkaille suunnatun kyselytutkimuksen avulla kartoitin olemassa olevien tapahtumien lähtötilanteen sekä kehittämistarpeet sekä selvitin, millaisia uusia tapahtumia asiakkaat Uintikeskus VesiVeijariin toivoisivat. Kyselyyn tuli yhteensä 432 vastausta. Tämänhetkisiin, jo olemassa oleviin tapahtumiin oltiin pääsääntöisesti tyytyväisiä ja tapahtumien keskiarvoksi annettiin kahdeksan. Kehitettävää olisi vastaajien mielestä kuitenkin esimerkiksi tapahtumien määrässä ja mainonnassa. Lisää tapahtumia toivottiin aikuisille, perheille, eri-ikäisille lapsille ja nuorille. Vastauksissa erityisesti esille nousseita aiheita olivat hyvinvointi ja hemmottelu, talviuinti, savusauna, vesijumput ja muut vesiliikuntalajit, uimakoulut sekä vesiturvallisuus. Lisäksi ehdotuksia uusien tapahtumien teemoiksi tuli laajalla skaalalla. Kyselytutkimuksen lisäksi järjestettiin Uintikeskus VesiVeijarin henkilökunnalle ryhmäkeskustelu, jossa osallistujilla oli mahdollisuus vapaasti ilmaista mielipiteitään ja ajatuksiaan sekä esittää ideoita. Kyselytutkimuksen tuloksia sekä henkilökunnan ammattitaitoa hyödyntäen ideoitiin ja suunniteltiin uutena tapahtumakonseptina perheiden vesiturvallisuuspäivä.

Ryhmäkeskustelussa perheiden vesiturvallisuuspäivä suunniteltiin alustavasti pidettäväksi syyskuussa sijoittuen lauantaipäivälle ja loppujen lopuksi tapahtumapäiväksi valikoitui lauantai 1.10.2022. Vaikka lauantai oli valittu viikonpäiväksi sen vuoksi, että perheillä olisi tuolloin pääsääntöisesti enemmän vapaa-aikaa, kävi ilmi, että sidosryhmien ja siellä toimivien vapaaehtoisten kannalta valittu viikonpäivä oli huono vaihtoehto. Harmillisesti vain yksi yhteistyöhön kutsutuista sidosryhmistä ilmoitti määräaikaan mennessä halustaan lähteä mukaan tapahtuman järjestämiseen kyseisenä ajankohtana. Näin ollen tapahtuma päätettiin siirtää myöhemmin järjestettäväksi. Tapahtuma tulisikin jatkossa järjestää Vesisankarit-tapahtuman tapaan arkipäivänä, jolloin vapaaehtoisten osallistumisinnostus olisi suurempaa.

Perheiden vesiturvallisuuspäivän sijaan perjantaina 11.11.2022 järjestettiin lasten ja nuorten Loistavaa! -kulttuuriviikon teeman mukaisesti Loistava uinti-ilta perheille -tapahtuma. Perheille suunnatussa tapahtumassa oli mukana aikuisten tunnelmallisesta uinti-illasta tuttuja elementtejä, kuten tunnelmallinen musiikki ja valaistus sekä savusauna yhdistettyinä perheille suunnattuihin kilpailuihin. Perheiden uinti-ilta -tapahtuma keräsi hienosti 226 kävijää ja palaute tapahtumasta oli positiivista. Myös henkilökunta oli tyytyväinen tapahtuman onnistumiseen ja toivoi tapahtumalle jatkoa. Muutama kehityskohde seuraavaa tapahtumaa varten kuitenkin löydettiin. Tapahtuma järjestettiin samaan kellonaikaan kuin alakoululaisten vesidisko eli kello 18–22. Jatkossa tapahtumaa tulisi aikaistaa esimerkiksi tunnilla, sillä perheiden mukana oli paljon

pieniä lapsia, joten osa perheistä oli lähtenyt jo kello 20 mennessä. Lisäksi kilpailujen järjestämisen aikataulutukseen tulisi tehdä muutoksia ja jatkossa nimenomaan perheille kohdennettuun mainontaan panostaa vieläkin enemmän. Loistavaa! -kulttuuriviikon uinti-ilta perheille -tapahtuma hieman erilaisella kaavalla oli järjestetty edellisen kerran vuonna 2016, jolloin se keräsi noin 130–150 kävijää.

Asiakkaiden kyselytutkimuksessa esille tuomia ideoita ja ajatuksia sekä tämänhetkisten tapahtumien kehittämiseksi että uusien tapahtumien luomiseksi kannattaisi hyödyntää jatkossa myös opinnäytetyössä ideoitua uutta perheiden vesiturvallisuuspäivää laajemmin. Asiakkaiden ideat ja ajatukset saivat aikaan myös omia pohdintoja tapahtumiin liittyen. Seuraavissa kappaleissa esittelen kootusti näitä tutkimuksen aikana syntyneitä ideoita ja ajatuksia.

Eri ikäisten diskoja toivottiin kyselyn vastauksissa melko paljon. Voitaisiinko välillä kokeilla vesidiskoja alakouluikäisten lisäksi yläkouluikäisille, vanhemmille sekä perheen pienimmille lastenmusiikkidiskoa tai esimerkiksi jonkinlaisia reivejä tai ”Beach Party” -tapahtumia joko aikuisille tai opiskelijoille/lukiolaisille? Kävijätilastojen mukaan Uintikeskus VesiVeijarin asiakkaista opiskelijoita onkin vain pieni vähemmistö. Sama ilmiö eli opiskelijoiden vähäinen määrä uimahallikävijöiden keskuudessa on tosin havaittavissa myös valtakunnallisesti. Opiskelijoille olisi mahdollista suunnitella esimerkiksi jokin oma tapahtuma, jonka avulla opiskelijoita voitaisiin houkutella Uintikeskus VesiVeijarin palveluiden pariin. Tapahtuman järjestämisessä otettaisiin kuitenkin pieni riski, sillä osallistumisinnostus ei olisi taattu. Ainakin tapahtuman idean, vähintäänkin teeman, sisällön ja mainonnan, tulisi olla kunnossa, jotta maksimoitaisiin onnistumismahdollisuudet.

Kyselyn vastauksissa tuotiin esille myös erilaisten vesiliikuntalajien kokeilut. Uintikeskus VesiVeijarissahan voitaisiin järjestää yhteistyökumppanien kanssa esimerkiksi vesiliikuntalajien esittelypäivä. Eri altaissa ja niiden tuntumassa sijaitsisi erilaisia pisteitä, joissa voisi tutustua esimerkiksi vesijuoksuun, vesijumppiin, sukellukseen, uppo-/vesipalloon, melontaan ja SUP-lautailuun. Lisäksi voitaisiin antaa vinkkejä uintitekniikkaan, esitellä vauva- ja perheuintia sekä uimaopetusta, ottaa vastaan uimataitosuorituksia sekä antaa samalla vinkkejä, miten tutustuttaa lapsi veteen tai opettaa uimaan. On kuitenkin huomioitava, ettei tällaisella lyhyellä esittelyllä voida saavuttaa kuin pintapuolinen raapaisu aiheesta ja syvällisempään tutustumiseen tarvitaan huomattavasti pidempi aika.

Talviuinnin suosio on kasvanut suuresti ja tämä näkyi myös kyselyn avointen kysymysten vastauksissa. Talviuinnin ympärille olisikin mahdollista suunnitella oma tapahtuma, joka voisi sisältää esimerkiksi tietoiskuja talviuinnista ja sen hyödyistä, savusaunamahdollisuuden sekä kuumaa juomaa. Omat haasteensa talviuintitapahtuman järjestämiseen tuovat talviuinnin käyttöön varatut pienet tilat. Hyvinvointi yleisimminkin näyttää kiinnostavan asiakkaita suuresti ja hyvinvointi-tapahtumalle (esim. hyvinvointi-ilta) olisi varmasti kysyntää. Yhteistyökumppanien kanssa järjestetyssä tapahtumassa voisi olla esimerkiksi hemmotteluhoitoja, hierontaa, erilaisia vesijumppia, Allas-Lavista, joogaa, rentoutusharjoituksia, vinkkejä arkiliikuntaan, kunnonkohotukseen, terveelliseen elämäntapaan ja ruokavalioon sekä terveystmittauksia, kuten verenpaineen ja kolesterolin mittausta. Osa hemmotteluhoidoista ja hieronnoista voisi olla etukäteen varattavia ja käytettävissä erillisellä palvelumaksulla. Tapahtumassa olisi mahdollista hyödyntää Uintikeskus VesiVeijarin tiloja laajasti kokoustiloista allastiloihin mukaan lukien niin sanotut kuivajumppa-alueet.

Kyselyn tuloksissa korostui erityisen paljon toive perheille ja lapsille suunnatuista tapahtumista. Kesäaikaan heille voitaisiin järjestää oma tapahtuma esimerkiksi teemalla ”Vesikivaa koko perheelle”. Päivä voisi sisältää leikkimielisen vesiliukumäkikilpailun, pellehyppykilpailun hyppyaltaalla, lapsi-vanhempi -vesijumpan, vesimuskarin sekä pallomeren kahluualtaassa pallomeripalloilla ja lastenaltaassa ilmapalloilla. Lisäksi sekä sisä- että ulkoaltailla voisi olla vesileluja, maauimalan nurmialueilla pelejä, kuten mölky ja kroketti, pomppulinna (vuokrattu), aarteenetsintää, ongintaa sekä esimerkiksi hattaramyyntiä (hattarakone vuokrattu). Hauska, mutta vaikeammin toteutettava tapahtuma voisi olla saunapäivä, jolloin Uintikeskus VesiVeijarin omien saunojen lisäksi maauimalassa ja mahdollisesti muillakin piha-alueilla olisi erikoisempiakin saunoja testauksessa. Esimerkkeinä voisivat olla telttasauna, tynnyrisauna ja erilaiset kärrysaunat. Tapahtumaan tarvittaisiin mukaan yksityisiä saunaharrastajia siirrettävine erikoisaunoineen sekä tarvittavat luvat tapahtuman järjestämiseksi.

Joulun aikaan Uintikeskus VesiVeijarissa voitaisiin järjestää uimareiden joulujuhla. Allastilat somistettaisiin joulukoristein, -valoin ja kynttilöin. Joulusta tunnelmaa luotaisiin lisäksi jouluisella musiikilla, savusaunavuoroilla ja avoimilla tonttuvesijumpilla. Henkilökunta olisi pukeutunut teeman mukaisesti tonttulakkeihin, joulupukki jakaisi karkkia lapsille ja lapsenmielisille; tarjolla olisi lisäksi glögiä ja pipareita. Muita ideoita voisivat olla esimerkiksi vesijuoksutapahtuma, vesijumppamaraton, eläkeläisten tanssimusiikki-ilta, bändi-ilta ja lasten merirosvotapahtuma.

Joitain vastaavanlaisia tapahtumia on vuosia sitten järjestettykin. Olisikin aika elvyttää tällaisia vanhoja mielenkiintoisia tapahtumia.

Kun tutkitaan Uintikeskus VesiVeijarin ehkä tärkeimmän tapahtuman eli aikuisten tunnelmallisen uinti-illan kävijämäärätilastoja viime vuosilta, voidaan huomata, että tapahtuman kävijämäärissä olisi potentiaalia kasvulle. Vuonna 2018 uinti-iltojen kävijämäärät vaihtelivat 82 ja 93 asiakkaan välillä, vuonna 2019 vaihteluväli oli 66–122, vuonna 2020, ennen koronavirusepidemian aiheuttamaa taukoa, vaihteluväli oli 73–127. Syyskuussa 2022 järjestettiin ensimmäinen aikuisten tunnelmallinen uinti-ilta koronavirusrajoitusten poistumisen jälkeen ja tapahtuma keräsi tuolloin 176 kävijää. Asiakkaat olivat selvästi kaivanneet tapahtumia pitkän koronaviruksen aiheuttaman tauon aikana. Helmikuussa 2023 järjestetyssä aikuisten tunnelmallisessa uinti-illassa kävijöitä oli kuitenkin jälleen vain 92. Kävijämäärään vaikutti todennäköisesti liian myöhään aloitettu tapahtuman mainonta. Mikäli seurataan kävijämääriä pidemmältäkin aikaväliltä, ei vaihteluväli oikeastaan muutu. Kävijämäärät vuosina 2009–2017 olivat 64 ja 149 välillä. Ainoastaan vuonna 2008 aikuisten tunnelmallinen uinti-ilta houkutteli jopa 200 kävijää. Aikuisten tunnelmallisten uinti-iltojen olisi varaa kasvattaa kävijämääriä tilakapasiteetinkin puitteissa. Toki tulee muistaa, että liian suureksi paisuva kävijämäärä voi verottaa tapahtuman rauhallista tunnelmaa. Samassa on huomioitava, että osittain samalla kaavalla järjestetty tapahtuma Loistava uinti-ilta perheille keräsi jopa 226 kävijää eli selvästi enemmän kuin aikuisten tunnelmalliset uinti-illat. Yleensä tunnelmallisia uinti-iltoja on järjestetty parisen kappaletta vuodessa, mutta vuoteen 2014 kyseisiä tapahtumia oli saatu mahtumaan jopa viisi kappaletta.

Vesidiskojen kävijämäärät ovat aikuisten tunnelmallisiin uinti-iltoihin verrattuna selkeästi korkeampia eikä tapahtumien tämänhetkisiä kävijämääriä voida enää paljoa nostaa nykyisten tilaja valvontakapasiteettien puitteissa. Vesidiskot (yleensä alakoululaisille) järjestetään aina talvi- ja syyslomien edeltävinä perjantaina. Vuonna 2018 vesidiskokävijöitä oli talviloman aikaan 188 ja syysloman aikaan 285. Vuonna 2019 lukemat olivat 212 ja 314. Vuonna 2020, ennen koronavirusrajoituksia, ehdittiin järjestää talvilomaviikon vesidisko, joka keräsi 293 kävijää. Seuraava vesidisko järjestettiin vasta syyslomalla 2022. Se keräsi yhteensä 298 alakoululaista. Vesidiskoa mainostettiin hyvissä ajoin ja mainonta ulotettiin myös kouluille. Vuoden 2023 talvilomaviikon vesidiskossa oli yhteensä 210 kävijää. Kun ulotetaan kävijäseuranta vuosille 2010–2017, ei kävijämäärissä näy suuria muutoksia. Kävijämäärät ovat olleet tuolloin 128 ja 300 välillä.

Vaikka yksittäisten tapahtumien kävijämäärien kasvattamisessa tulee jossain vaiheessa muun muassa tila- ja valvontakapasiteetin rajat ja realiteetit vastaan, voidaan tapahtumien määrän lisäämisellä kävijämääriä kuitenkin tasata. Uintikeskus VesiVeijarin vuosikiertoon sopisikin mahdollisesti pari uutta tapahtumaa. Tapahtumat tulisi sijoittaa vuosikiertoon sovittamalla ne yhteen erilaisten juhlapyhien ja muiden tapahtumien sekä uinti-, uimahyppy- ja uppopallokilpailujen kanssa. Uintikeskus VesiVeijarin vuosihuolto ajoittuu yleensä toukokuun puolenvälin ja kesäkuun alun välille. Vuosihuollon aikana olisikin aikaa tehdä alustavia vuosikiertosuunnitelmia ja sijoittaa samalla erilaiset tapahtumat kalenteriin. Vuosihuollon aikana olisi lisäksi mahdollista pitää tulevien tapahtumien suunnittelupalavereita. Tällä tavoin henkilökunnalle annettaisiin aikaa huolelliselle tapahtumasuunnittelulle eikä tapahtumia tarvitsisi järjestää aina saman kaavan mukaan ja kiireisellä aikataululla. Samalla olisi tarvittaessa mahdollisuus uusien tapahtumien ideointiin ja toteutuksen suunnitteluun. Vaikka yksittäisen tapahtuman kehittämistoimet, esimerkiksi mainonnassa, saattavat vaikuttaa kyseisen tapahtuman kävijämääriin nopeastikin, näkyvät tapahtumamarkkinoinnin kokonaisvaltaisemmat kehittämistoimet Uintikeskus VesiVeijarin vuosittaisissa kävijämäärissä vasta pidemmän seuranta-ajan jälkeen. Tapahtumamarkkinoinnin kehittämisen tulisikin olla jatkuvaa ja vaikka vanhat hyväksi todetut tapahtumat kannattaakin säilyttää, pitäisi samalla olla innovatiivinen ja ajanhermolla ideoimassa uutta ja kehittämässä vanhaa. Tapahtumamarkkinoinnin vaikutuksia kävijämääriin tulisi mahdollisuuksien mukaan seurata jatkossakin. Huomioitavaa on myös se, ettei Uintikeskus VesiVeijarin toimintaa laajemmasta ydintoimintojen näkökulmasta ole tutkittu aikoihin, joten tarve asiakastyytyväisyyskyselyn suorittamiseen alkaisi olla ajankohtainen.

On hienoa huomata, että Kokkolan kaupunki on uusimman kaupunkistrategiansa teemojen myötä entistä motivoituneempi kehittämään Kokkolan monipuolista ja omaleimaista kulttuuri-, liikunta- ja tapahtumatarjontaa. Kokkolan kaupungin tavoitteena on kehittää sekä omia tapahtumapalvelujaan että tarjota tapahtumien tuottajille hyvät toimintaedellytykset ja olosuhteet tapahtumien järjestämiseen, jotta erilaisten ja erikokoisten tapahtumien järjestäminen olisi mahdollisimman helppoa ja vaivatonta. Lisäksi halutaan, että kaupunki koetaan helposti lähestyttäväksi ja toimivaksi kumppaniksi. Tämä näkyy esimerkiksi alkuvuonna 2023 toteutetusta tapahtumajärjestäjille suunnatusta kyselystä, jonka avulla kerättiin kokemuksia ja ajatuksia tapahtumiin liittyvien palvelujen kehittämiseksi. (Tiedotteet 2023.) Myös Uintikeskus VesiVeijari tulee jatkossakin osallistumaan Kokkolan liikunta- ja tapahtumatarjonnan monipuolistamiseen ja toivottavasti opinnäytetyöni innoittamana tulevaisuudessa löydetään rohkeutta, motivaatiota ja innostusta ideoida olemassa olevien tapahtumien rinnalle uusiakin tapahtumia.

LÄHTEET

- Alasuutari, P. 2014. *Laadullinen tutkimus 2.0*. 5. painos. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.
- Bergman, M. 2008. The Straw Men of the Qualitative-Quantitative Divide and their Influence on Mixed Methods Research. In M. Bergman (Ed.) *Advances in Mixed Methods Research*. London: Sage Publications Ltd, 11–21.
- Catani, J. 2017. *Onnistunut yritystapahtuma – järjestäjän käsikirja*. Helsinki: Alma Talent Pro.
- Hakala, S. 2019. *Uimahallit Suomessa*. Riihimäki: Uimahalli- ja kylpylätekninen yhdistys ry.
- Hallinto ja päätöksenteko*. 2019. Kokkolan kaupunki. Saatavissa: <https://www.kokkola.fi/hallinto/fi/FI/etusivu/>. Viitattu 6.10.2019.
- Hallinto ja päätöksenteko*. 2023. Kokkolan kaupunki. Saatavissa: <https://kokkola.fi/hallinto-ja-paatoksenteko/>. Viitattu 13.1.2023.
- Heikkilä, T. 2008. *Tilastollinen tutkimus*. 7., uudistettu painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2014. *Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus Oy.
- Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2014. *Tilastolliset menetelmät*. 5.–9. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. *Mitä, miksi, kuinka? – Tapahtumakäsikirja tapahtumajärjestäjille*. Helsinki: Suomen Liikunta ja Urheilu ry.
- Kananen, J. 2009. *Toimintatutkimus yritysten kehittämisessä*. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 101.
- Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. *Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus*. 1. painos. Helsinki: WSOY.
- Kiviniemi, K. 2015. Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa R. Valli & J. Aaltola (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2 – Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. 4., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus, 74–88.
- Kokkolan Urheilupuisto Oy. 2023. *Kokkola Areena*. Saatavissa: <https://kokkolaareena.fi/>. Viitattu 26.2.2023.
- Kokkola-tietoa*. 2019. Kokkolan kaupunki. Saatavissa: <https://www.kokkola.fi/kokkola-tietoa/fi/FI/etusivu/>. Viitattu 6.10.2019.
- Kuntalaki*. 410/2015. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2015/20150410>. Viitattu 5.10.2019.
- Kuntaliitto. 2012. *Kunta asukkaan hyvinvoinnin turvaajana*. Helsinki: Suomen kuntaliitto.

- Kuntaliitto. 2015. *Sivistyksen suunta 2025 – Kuntaliiton sivistyspoliittinen ohjelma*. Helsinki: Suomen Kuntaliitto.
- Kuntaliitto. 2017. *Toimiva kunta – Hyvinvointia! Sivistystä! Elinvoimaa!*. Helsinki: Suomen Kuntaliitto.
- KvantiMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. 2010. *Aineistotyypit*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/tutkimus/aineistotyypit.html>. Viitattu 7.12.2019.
- Lauslahti, S. 2003. *Menestyvä kunta – Kuntalaislähtöinen talousjohtaminen*. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Liikuntalaki*. 10.4.2015/390. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2015/20150390>. Viitattu 3.11.2019.
- Luhtio, J. 2023. *Uintikeskus VesiVeijarin omat kävijätilastoinnit*.
- Metsämuuronen, J. 2006. *Laadullisen tutkimuksen käsikirja*. 1. laitos, 1. painos. Helsinki: International Methelp Ky.
- Muhonen, R. & Heikkinen, L. 2003. *Kohtaamisia kasvokkain – Tapahtumamarkkinoinnin voima*. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrangle, K. 2008. *Markkinointitutkimus*. 1. painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.
- Niiranen, V., Stenvall, J., Lumijärvi, I., Meklin, P. & Varila, J. 2005. Miten arvioida kuntapalvelujen tuloksellisuutta? Kartuke-tutkimuksen lähtökohdat, metodologiset sitoumukset ja tavoitteet. Teoksessa V. Niiranen, J. Stenvall & I. Lumijärvi (toim.) *Kuntapalvelujen tuloksellisuuden arviointi – Tasapainotettu mittaristo kunnallisissa organisaatioissa*. Jyväskylä: PS-kustannus, 11–47.
- Nummenmaa, L. 2004. *Käyttätymistieteiden tilastolliset menetelmät*. 1.–4. painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Palvelut*. 2019. Kokkolan kaupunki. Saatavissa: https://www.kokkola.fi/palvelut/fi_FI/palvelut/. Viitattu 3.11.2019.
- Pietilä, I. 2010. Ryhmä- ja yksilöhaastattelun diskursiivinen analyysi. Kaksi aineistoa erilaisina vuorovaikutuksen kenttinä. Teoksessa J. Ruusuvuori, P. Nikander & M. Hyvärinen (toim.) *Haastattelun analyysi*. Tampere: Osuuskunta Vastapaino, 212–241.
- Rönkkö, P. 1987. Kokkolan uimahalli on yliveto. *Kunta ja Me* 3/1987, 16–19.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. *KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/index.html>. Viitattu 10.1.2020.

- Saldana, J., Leavy, P. & Beretvas, N. 2011. *Fundamentals of qualitative research*. New York: Oxford University Press, Inc.
- Shone, A. & Parry, B. 2019. *Successful Event Management: A Practical Handbook*. 5th edition. Hampshire: Cengage Learning EMEA.
- Sosiaali- ja terveysministeriö. 2023. *Hyvinvointialueet vastaavat sote-palvelujen ja pelastustoimen järjestämisestä 1.1.2023 lähtien*. Saatavissa: <https://stm.fi/hyvinvointialueet>. Viitattu 26.2.2023.
- Sponsorointi ja Tapahtumamarkkinointi ry. 2019. *Ammattisanasto*. Saatavissa: <https://sponsorointijatapahtumamarkkinointi.fi/ammattisanasto/>. Viitattu 28.10.2019.
- Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto. 2012a. *Uimahallibarometri 2012: Uimahallivastaavien arvioita ja näkemyksiä omasta uimahallistaan*. Saatavissa: https://www.suh.fi/files/571/Uimahallibarometri_2012_yhteenvetoraportti_netisivut.pdf. Viitattu 30.10.2019.
- Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto. 2012b. *Uimahallien asiakastyytyväisyys 2012: Vesiliikunnan harrastaminen uimahallissa ja näkemykset omasta uimahallista*. Saatavissa: https://www.suh.fi/files/572/Uimahallien_asiakastyytyvaisyys_2012_tutkimusyhteenveto_netisivut.pdf. Viitattu 30.10.2019.
- Tiedotteet*. 2023. Kokkolan kaupunki. Saatavissa: <https://www.kokkola.fi/tiedotteet/tapahtumajarjestaja-vastaa-kyselyyn-26-2-mennessa/>. Viitattu 16.2.2023.
- Tietoa Kokkolasta*. 2023. Kokkolan kaupunki Saatavissa: <https://www.kokkola.fi/kokkolan-kaupunki/tietoa-kokkolasta/>. Viitattu 26.2.2023.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789520400118>. Viitattu 6.1.2020.
- Tuoreniemi, M. 2021 ja 2023. *Omat valokuvat*.
- Uintikeskus VesiVeijari*. 2019. Kokkolan kaupunki Saatavissa: https://www.kokkola.fi/palvelut/liikunta/uintikeskus-vesiveijari/fi_FI/uintikeskus-vesiveijari/. Viitattu 17.10.2019.
- Uintikeskus VesiVeijari*. 2023. Kokkolan kaupunki. Saatavissa: <https://www.kokkola.fi/vapaa-aika/liikunta/uintikeskus-vesiveijari/>. Viitattu 5.2.2023.
- Uintikeskus VesiVeijari. 2017. *Tunnelmallisessa uinti-illassa järjestetyn asiakaskyselyn tulokset*.
- Valli, R. 2015. *Johdatus tilastolliseen tutkimukseen*. 2., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789524516761>. Viitattu 8.12.2019.
- Vallo, H. & Häyrynen, E. 2016. *Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen*. 5., uudistettu laitos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Valtonen, A. 2009. Ryhmäkeskustelut – Millainen metodi?. Teoksessa J. Ruusuvuori & L. Tiittula (toim.) *Haastattelu – tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Osuuskunta Vastapaino, 223–241.

Vapaa-aika. 2023. Kokkolan kaupunki. Saatavissa: <https://www.kokkola.fi/vapaa-aika/>. Viitattu 18.1.2023.

Kyselytutkimus Uintikeskus VesiVeijarin tapahtumista

Hyvä Uintikeskus VesiVeijarin asiakas

Kokkolan Liikuntapalveluilla ja Uintikeskus VesiVeijarilla on pitkät perinteet erilaisten tapahtumien järjestäjänä, joihin koronaepidemia on kuitenkin aiheuttanut pitkän tauon. Nyt olisikin aika kehittää ja uudistaa tapahtumiamme sekä sinulla mahdollisuus saada mielipiteesi ja ajatuksesi kuuluviin. Olisiko sinulla kenties idea jopa täysin uudesta tapahtumasta? Vastaminen vie vain muutaman minuutin. Vastauksesi on meille ensiarvoisen tärkeä.

Tutkimus on osa ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyötä. Vastaukset käsitellään täysin luottamuksellisesti. Tulokset raportoidaan yleisellä tasolla siten, etteivät yksittäiset vastaajat ole tunnistettavissa. Lisätietoja tutkimuksesta antaa Milla-Maaria Tuoreniemi, milla.tuoreniemi@centria.fi.

Vastaa kysymyksiin ympyröimällä sinulle sopivin vastausvaihtoehto tai kirjoita vastaus sille varattuun tilaan.

1. Sukupuoli

- 1 Nainen
- 2 Mies
- 3 Muu/ei vastausta

2. Ikä _____ vuotta

3. Asuinkunta

- 1 Kokkola
- 2 Muu, mikä? _____

4. Elämäntilanne

- 1 Työssä
- 2 Työtön
- 3 Eläkeläinen
- 4 Opiskelija
- 5 Koululainen
- 6 Muu, mikä? _____

5. Oletko osallistunut johonkin Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettyyn tapahtumaan?

- 1 Kyllä
- 2 En

6. Mihin tapahtumaan olet osallistunut? Voit tarvittaessa ympyröidä useamman vaihtoehdon.

- 1 Aikuisten tunnelmallinen uinti-ilta, ns. kynttiläuinti
- 2 Naisten vuoro
- 3 Vesidisko
- 4 Vesiliukumäkikilpailu
- 5 Vesisankarit-tapahtuma
- 6 Muu tapahtuma, mikä/mitkä? _____
- 7 En ole osallistunut mihinkään tapahtumaan

7. Kenen kanssa yleensä osallistut Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettäviin tapahtumiin?

- 1 Yksin
- 2 Puolison
- 3 Perheen/muun sukulaisen
- 4 Ystävän/muun tuttavien
- 5 Jonkun muun, kenen? _____

8. Mille ryhmälle suunnattuja tapahtumia toivoisit lisää Uintikeskus VesiVeijariin?

- 1 Aikuisille
- 2 Eläkeläisille
- 3 Opiskelijoille
- 4 Lapsille
- 5 Perheille
- 6 Muulle ryhmälle, mille? _____

9. Mistä yleensä saat tiedon Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettävistä tapahtumista?

- 1 Uintikeskus VesiVeijarin ilmoitustaululta/infonäytöltä
- 2 Uintikeskus VesiVeijarin henkilökunnalta
- 3 Uintikeskus VesiVeijarin verkkosivuilta
- 4 Kokkolan Liikuntapalvelujen Facebook-sivuilta
- 5 Paikallislehdestä
- 6 Sukulaiselta tai tuttavalta
- 7 Muualta, mistä? _____

10. Ota kantaa seuraaviin väittämiin ympyröimällä sinulle sopivin vaihtoehto.

	Täysin <u>samaa</u> mieltä	Osittain samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Osittain eri mieltä	Täysin <u>eri</u> mieltä
Tapahtumia järjestetään riittävän usein	5	4	3	2	1
Tapahtumien mainonta on riittävää	5	4	3	2	1
Tapahtumien pääsymaksu on sopiva	5	4	3	2	1
Tapahtumissa on tarpeeksi järjestettyä ohjelmaa	5	4	3	2	1
Tapahtumien henkilökunta on ystävällistä	5	4	3	2	1
Tapahtumien tunnelma ja ilmapiiri on hyvä	5	4	3	2	1
Tapahtumat ovat vastanneet hyvin odotuksiani	5	4	3	2	1
Suosittelisin tapahtumia tuttavilleni	5	4	3	2	1

11. Minkä yleisarvosanan antaisit Uintikeskus VesiVeijarissa järjestettäville tapahtumille asteikolla 1–10? (1 = alin arvosana, 10 = ylin arvosana)

Arvosana _____

12. Miten haluaisit kehittää tai uudistaa Uintikeskus VesiVeijarin tämänhetkisiä tapahtumia?

13. Millaisia uusia tapahtumia toivoisit Uintikeskus VesiVeijariin? Olisiko sinulla ideoita tai ajatuksia uusiin tapahtumiin liittyen (teema, ohjelmasisältö, aktiviteetti tms.)?

Kiitos vastauksestasi! Palautathan kyselylomakkeen vastauslaatikkoon.

Mikäli haluat osallistua lahjakortin arvontaan, ole hyvä ja täytä yhteystietosi.

Yhteystietoja käytetään ainoastaan arvonnän suorittamiseen.

Nimi _____ Osoite _____
Puh. _____ Sähköposti _____

Undersökning om evenemangen i Badcentret VesiVeijari

Bästa Badcentret VesiVeijaris kund

Karleby Idrottstjänster och Badcentret VesiVeijari har långa traditioner som ordnare av olika evenemang till vilka coronaepidemin har orsakat ett långt uppehåll. Nu skulle det vara tid att utveckla och förnya våra evenemang och du ha en chans att få din åsikt och tankar hörda. Skulle du kanske ha en idé om ett helt nytt evenemang? Det tar bara några minuter att svara. Ditt svar är ytterst viktigt för oss.

Undersökningen är en del av ett examensarbete för högre yrkeshögskoleexamen. Svaren behandlas helt konfidentiellt. Resultaten rapporteras på allmän nivå så att enskilda svarare inte kan identifieras. Tilläggsuppgifter om undersökningen ger Milla-Maaria Tuoreniemi, milla.tuoreniemi@centria.fi.

Svara på frågorna genom att ringa in det svarsalternativ som passar dig bäst eller skriv svaret i det reserverade utrymmet.

1. Kön

- 1 Kvinna
- 2 Man
- 3 Annat/inget svar

2. Ålder _____ år

3. Hemkommun

- 1 Karleby
- 2 Annan, vilken? _____

4. Livssituation

- 1 I arbete
- 2 Arbetslös
- 3 Pensionär
- 4 Studerande
- 5 Skolelev
- 6 Annan, vilken? _____

5. Har du deltagit i något evenemang ordnat i Badcentret VesiVeijari?
- 1 Ja
 - 2 Nej
6. I vilket evenemang har du deltagit i? Om det behövs kan du ringa in fler alternativ.
- 1 Stämningfull simkväll för vuxna, s.k. ljussimning
 - 2 Simtur för kvinnor
 - 3 Vattendisco
 - 4 Tävling i vattenrutschbana
 - 5 Vattenhjältarna-evenemang
 - 6 Annat evenemang, vilket/vilka? _____
 - 7 Jag har inte deltagit i något evenemang
7. Med vem brukar du delta i evenemangen ordnade i Badcentret VesiVeijari?
- 1 Ensam
 - 2 Med partner
 - 3 Med familj/annan släkting
 - 4 Med vän/annan bekant
 - 5 Med någon annan, vem? _____
8. Till vilken grupp skulle du vilja rikta flera evenemang i Badcentret VesiVeijari?
- 1 För vuxna
 - 2 För pensionärer
 - 3 För studerande
 - 4 För barn
 - 5 För familjer
 - 6 För någon annan grupp, vilken? _____
9. Varifrån får du vanligtvis information om evenemangen ordnade i Badcentret VesiVeijari?
- 1 Från Badcentret VesiVeijaris anslagstavla/infoskärm
 - 2 Av Badcentret VesiVeijaris personal
 - 3 Från Badcentret VesiVeijaris nätsidor
 - 4 Från Karleby Idrottstjänsters Facebook-sidor
 - 5 Ur en lokaltidning
 - 6 Av en släkting eller en bekant
 - 7 Från någon annan källa, vilken? _____

10. Ge din åsikt till följande påståenden genom att ringa in det alternativ som passar dig bäst.

	Helt av <u>samma</u> åsikt	Delvis av samma åsikt	Varken av samma eller annan åsikt	Delvis av annan åsikt	Helt av <u>annan</u> åsikt
Evenemang ordnas tillräckligt ofta	5	4	3	2	1
Evenemangsannonsering är tillräcklig	5	4	3	2	1
Inträdesavgift för evenemangen är lämpligt	5	4	3	2	1
Det finns tillräckligt arrangerat program under evenemangen	5	4	3	2	1
Evenemangens personal är vänliga	5	4	3	2	1
Stämning och atmosfär vid evenemangen är bra	5	4	3	2	1
Evenemangen har motsvarat mina förväntningar	5	4	3	2	1
Jag skulle rekommendera evenemangen för mina bekanta	5	4	3	2	1

11. Vilket allmänt vitsord skulle du ge evenemang ordnade i Badcentret VesiVeijari på en skala 1–10? (1 = lägsta vitsord, 10 = högsta vitsord)

Vitsord _____

12. Hur skulle du vilja utveckla eller förnya nuvarande evenemang i Badcentret Vesi-Veijari?

13. Hurdana nya evenemang skulle du önska till Badcentret VesiVeijari? Skulle du ha några idéer eller tankar angående nya evenemang (tema, programinnehåll, aktivitet o.d.)?

Tack för ditt svar! Var så god och lämna frågeformuläret i svarsådan.

Om du vill delta i lottning av ett presentkort, var så god och fyll i dina kontaktuppgifter. Kontaktuppgifter används endast till lottningen.

Namn _____ Adress _____
Tel. _____ E-post _____