



Eckerö Linen lasten tapahtuman kehitystyö

Petra Rissanen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tourism and Event Management

Opinnäytetyö

2024

Tiivistelmä

Tekijä(t) Petra Rissanen
Tutkinto Restonomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Eckerö Linen lasten tapahtuman kehitystyö
Sivu- ja liitesivumäärä 35 + 3
<p>Tämä opinnäytetyö käsittelee Eckerö Linen järjestämän lasten tapahtuman kehitystyötä. Tavoitteena on parantaa yhtiön tarjoamaa lasten tapahtumakonseptia kilpailijoihin verrattuna. Tutkimus toteutettiin yhteistyötapahtumassa tiedekeskus Proton kanssa, joka keskittyy laivalla järjestettyyn "Keksintöjen riemua merellä" -tapahtumaan.</p> <p>Tutkimuksessa hyödynnettiin sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia menetelmiä, ja kohderyhmänä olivat tapahtumaan osallistuneet lapset ja heidän vanhempansa. Kyselyiden kautta kerättiin tietoa osallistujien näkemyksistä, mielipiteistä ja kokemuksista. Kyselyt osoittivat, että tapahtuman onnistumisen kannalta keskeistä on monipuolisuus, perhekeskeisyys ja mahdollisuus yhdistää viihde ja oppiminen. Tapahtuma tarjosi erilaisia aktiviteetteja, kuten tiedeshow'n, virtuaalitodellisuuskokemuksia ja rakentelupisteitä, jotka kiinnostivat laajaa ikäryhmää.</p> <p>Palautteen pohjalta annettiin kehitysehdotuksia tulevia tapahtumia varten, esimerkiksi enemmän aktiviteetteja eri ikäryhmille ja parannuksia teknisiin ongelmiin. Tutkimuksen tulokset korostavat myös ohjaajien ja tapahtuman henkilökunnan tärkeää roolia lasten innostamisessa ja tapahtuman ilmapiirin luomisessa.</p>
Asiasanat Tapahtuma, tapahtuman järjestäminen, lasten tapahtuma, laivamatkailu, onnistunut tapahtuma

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet.....	2
1.2	Opinnäytetyön rakenne.....	3
2	Toimeksiantaja	4
2.1	Eckerö Line	4
2.2	Proto ja Keksintöjen riemua merellä-tapahtuma	5
3	Tapahtuma	7
3.1	Koko perheen tapahtuma	7
3.2	Tapahtuman järjestäminen	8
3.3	Teemallinen tapahtuma	9
3.4	Tapahtuman markkinointi	9
3.5	Onnistunut tapahtuma	10
3.6	Kyselyn tärkeys tapahtuman kehittämisessä	11
4	Tutkimuksen toteutus	12
4.1	Tutkimusmenetelmät	12
4.2	Käytetty tutkimusmenetelmä	13
4.3	Aineistonkeruumenetelmä, suunnittelu ja toteutus	13
5	Kysely.....	15
5.1	Taustatiedot	15
5.2	Kysymykset.....	16
5.3	Vastaukset	17
5.3.1	Vanhempien vastaukset	17
5.3.2	Lasten vastaukset	27
5.4	Analyysi.....	30
6	Johtopäätökset.....	32
6.1	Kehitysehdotukset	33
6.2	Tutkimuksen luotettavuus.....	34
6.3	Oma oppiminen ja opinnäytetyöprosessi	35
	Lähteet	36
	Liitteet.....	39
	Liite 1. Google Forms-kysely	39

1 Johdanto

Laivamatkailu on perinteisesti ollut merkittävä osa suomalaista kulttuuria, ja matkustaminen Suomen ja Viron välillä on jatkunut sukupolvien ajan (Virtanen, 2021). Viime vuosina laivamatkat ovat muuttuneet yksinkertaisista Itämeren ylityksistä laajoiksi kokemuksiksi, joissa korostuu matkailijoiden viihtyvyys ja viihdepalvelut (Korhonen & Laine, 2022). Laivahenkilöstöllä on keskeinen rooli näiden elämysten luomisessa, minkä vuoksi he ovat aktiivisesti pyrkineet kehittämään aluksilla tarjottavia tapahtumia ja palveluita matkustajien odotusten täyttämiseksi ja ylittämiseksi (Hämäläinen, 2023).

Tämän opinnäytetyön keskeisenä tavoitteena on kehittää ja parantaa Eckerö Linen lasten tapahtumatuotetta. Tutkimus keskittyy yhteistyöhön tiedekeskus Proton kanssa, mikä korostaa innovatiivisen ja tieteellisen lähestymistavan tärkeyttä lasten viihteen kehittämisessä. Työni Eckerö Linellä ja lasten tapahtumassa, yhteistyössä Proto-tiedekeskuksen kanssa hiihtolomalla, tarjosi laajemman käsityksen tutkimuksen suorittamiseen ja kehityskohteiden tunnistamiseen, jotta tulevan kesän seuraava tapahtuma voisi onnistua paremmin. Tämän työn tarkoituksena on löytää konkreettisia kehitysehdotuksia, ja tutkimus toteutettiin hiihtolomalla järjestetyn tapahtuman yhteydessä kerätyn kyselyaineiston avulla.

Työn merkitys korostuu tämänhetkisessä markkinaympäristössä, jossa kilpailu lasten tapahtumatuotteista on kovaa. Kilpailutilannetta havainnollistetaan viittaamalla alan keskeisiin toimijoihin, kuten Tallink Siljaan, joka hyödyntää Harri Hylkeen hahmoa, ja Viking Lineen, joka käyttää Ville Viking -hahmoa markkinoinnissaan (Tallink Silja, 2024; Viking Line, 2024.). Näiden toimijoiden rinnalla Eckerö Linen haasteena on luoda erottuva ja houkutteleva lasten viihdekonsepti ilman omaa maskottia. Työssä tarkastellaan kriittisesti, miten Eckerö Line voi luoda vahvan ja tunnistettavan profiilin lasten viihteen saralla ilman perinteistä hahmokonseptia. Tässä yhteydessä hahmon puuttuminen nähdään mahdollisuutena kehittää monipuolista ja joustavaa tapahtumatarjontaa. Tutkimus pyrkii kartoittamaan, kuinka Eckerö Line voi hyödyntää tätä mahdollisuutta erottautuakseen kilpailijoista ja tarjotakseen mielekkäitä ja muistorikkaita kokemuksia nuorelle yleisölle. Kilpailuedun saavuttaminen edellyttää kohderyhmän tarpeiden ja toiveiden syvällistä ymmärrystä, luovaa lähestymistapaa tapahtumasisältöjen suunnittelussa ja yhteistyökumppaneiden, kuten tiedekeskus Proton, asiantuntemuksen hyödyntämistä. Tämän työn tavoitteena on luoda teoreettinen ja käytännön perusta, jonka pohjalta Eckerö Line voi kehittää menestyksekkään strategian lasten viihteen alalla, hyödyntämällä nykyisiä resurssejaan ja luomalla innovatiivisia ratkaisuja monipuolistamaan lasten viihdetarjontaa.

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena on kehittää Eckerö Linellä perheille suunnattua ohjelmatarjontaa vastaamaan asiakkaidensa tarpeita. Ensisijaisena tavoitteena on tarjota viihdettä eri ikäisille lapsille. Tämä tarkoittaa, että tarjonnan on oltava monipuolinen kaiken ikäisten lasten tarpeisiin. Yhtiön tavoitteena on jatkuvasti uudistaa ohjelmatarjontaa siten, että lapsiperheet haluaisivat tulla katsomaan tai kokemaan ohjelmaa uudelleen myös ensi lomakaudella. Tämän saavuttamiseksi Eckerö Linen tulee varmistaa, että sen ohjelmatarjonta erottuu positiivisesti kilpailijoiden tarjonnasta. Tämä antaa positiivisen sysäyksen ostopäätökselle. Toisin sanoen yrityksen on tarjottava ainutlaatuisia ja innovatiivisia ohjelmatarjontaa, joka houkuttelee lapsiperheitä ja saa heidät valitsemaan Eckerö Linen kilpailijoidensa sijaan. Yksi tapa saavuttaa tämä on tehdä markkinatutkimusta, jossa selvitetään, mitä lapsiperheet etsivät lomaohjelmasta. Näin Eckerö Line pystyy suunnittelemaan ohjelmatarjontaansa vastaamaan asiakkaidensa tarpeita ja erottumaan kilpailijoistaan. Yritys voi esimerkiksi tarjota erilaisia aktiviteetteja, kuten tiedeohjelmia, aartenetsintää ja pelejä eri ikäryhmille. Tavoitteena on ymmärtää asiakkaiden toiveita parantaakseen lapsille suunnattua ohjelmatarjontaa. Tämä voidaan saavuttaa huomioimalla seuraavat näkökulmat:

1. *Kuinka toteuttaa monipuolinen tapahtuma eri ikäryhmille:* Tavoitteena on suunnitella ohjelmia, jotka puhuttelevat laajaa ikäkirjoa. Tämä edellyttää kohdennettua tutkimusta lasten mieltymyksistä ja kehitysvaiheista.
2. *Jatkuva uudistuminen ja houkuttelevuus:* Ohjelmatarjonnan tulisi olla dynaamista ja päivittyä säännöllisesti. Tämä lisää lapsiperheiden halukkuutta palata kokemaan uusia elämyksiä toistuvasti, mikä vaikuttaa positiivisesti asiakasuskollisuuteen.
3. *Kilpailuedun luominen:* Eckerö Linen tulisi erottua positiivisesti kilpailijoistaan lapsille suunnatulla ohjelmallaan. Tähän voidaan sisällyttää ainutlaatuisia elementtejä, jotka houkuttelevat perheitä valitsemaan Eckerö Linen muiden vaihtoehtojen sijaan.

Taulukko 1. Peittomatriisi.

Kysymykset	Teorian käsittelyluku	Kyselyn kysymykset	Tulokset-luku
Kuinka toteuttaa monipuolinen tapahtuma eri ikäryhmille?	3.1 (Koko perheen tapahtuma), 3.2 (Tapahtuman järjestäminen)	Kysymykset 5, 6, 7, 8, 9	5.3.1, 5.3.2
Miten jatkuva uudistuminen ja houkuttelevuus voidaan saavuttaa?	3.3 (Teemallinen tapahtuma)	Kysymykset 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9	5.3.1
Miten luodaan kilpailuetua?	3.4 (Tapahtuman markkinointi), 3.5 (Onnistunut tapahtuma)	Kysymykset 1, 3, 4, 9	5.4 (Analyysi)

1.2 Opinnäytetyön rakenne

Tämä opinnäytetyö alkaa esittelemällä tutkimuksen tavoitteet, minkä jälkeen siirrytään teoreettisen viitekehyksen käsittelyyn. Toisessa luvussa esitellään toimeksiantaja, Eckerö Line, ja yhteistyökumppani, Proto, sekä kuvataan ”Keksintöjen riemua merellä” -tapahtuman toteutusta. Kolmannessa osiossa tarkastellaan koko perheen tapahtuman järjestämisen eri vaiheita: suunnittelua, toteutusta ja jälkimarkkinointia. Lisäksi käsitellään teemaan liittyvää tapahtumaa, tapahtuman markkinointistrategioita sekä tapahtuman onnistumisen kriteereitä. Neljännessä osassa keskitytään laadullisen tutkimuksen metodologiaan, tutkimusmenetelmiin, kvalitatiivisen tutkimuksen periaatteisiin sekä aineistonkeruumenetelmiin. Viidennessä osiossa analysoidaan kyselytutkimuksen taustatiedot, kysymykset, vastaukset sekä tehdään niiden pohjalta johtopäätöksiä. Opinnäytetyön päätteeksi tavoitteena on systemaattisesti arvioida tutkimustuloksia sekä kyselyiden antamaa aineistoa. Analysoin ja tulkiten saatuja tuloksia, pyrkien löytämään yhteyksiä tutkimuskysymyksiin. Lisäksi tarkastelen tutkimuksen merkitystä ja vaikutusta, pohdin sen mahdollisia sovelluksia käytännössä ja käyn läpi mahdolliset rajoitukset. Lopuksi esitän johtopäätökset, tutkimuksen luotettavuuden sekä tarjoan ajatuksia jatkotutkimuksen suunnasta. Tämä kokonaisvaltainen lähestymistapa mahdollistaa syvällisen ymmärryksen tutkimuksen tuloksista, samalla kun heijastelen omaa oppimista.

2 Toimeksiantaja

Tässä kappaleessa esitellään kolme keskeistä toimijaa: toimeksiantaja Eckerö Line, tapahtuman yhteistyökumppani Proto, sekä itse tapahtumaa, joka kantaa nimeä ”Keksintöjen riemua merellä”. Eckerö Line, joka toimii toimeksiantajana, on tunnettu meriliikenteen alalla, tarjoten matkustaja- ja rahtipalveluita Itämeren alueella (Eckerö Line, 2024). Yhteistyökumppani Proto puolestaan tunnetaan tiedekeskuksena, jonka keskiössä on VR-todellisuus (Proto Invention factory, 2024). Tapahtuma ”Keksintöjen riemua merellä” on suunniteltu näiden kahden toimijan yhteistyönä, ja se pyrkii tarjoamaan osallistujille inspiroivan ja opettavaisen kokemuksen, jossa teknologia ja luovuus kohtaavat merellisessä ympäristössä (Eckerö Line, 2024). Tapahtuman tavoitteena on tuoda esiin uusia keksintöjä ja innovaatioita, stimuloiden samalla osallistujien mielikuvitusta ja edistäen teknologista osaamista.

2.1 Eckerö Line

Eckerö Line Ab on merkittävä toimija Itämeren lauttaliikenteessä, kuuluen Eckerö-konserniin, joka on monialayritys matkailu- ja palvelualoilla. Yhtiö keskittyy tarjoamaan laivapalveluita Suomen ja Ahvenanmaan välillä, liikennöiden säännöllisesti tärkeillä reiteillä. Eckerö Line on sitoutunut yhdistämään matkustajia ja lastia tehokkaasti ja turvallisesti. Eckerö Line Ab:lla on vahva asema Itämeren alueella, ja sen toiminta vaikuttaa positiivisesti alueen merenkulkuinfrastruktuuriin. Yhtiö on osa laajempaa Eckerö-konsernia, mikä lisää sen monipuolisuutta ja laajentaa sen vaikutuspiiriä matkailu- ja palvelusektorilla. Työllisyysnäkökulmasta Eckerö Line on merkittävä työllistäjä, tarjoten työpaikkoja niin merenkulun ammattilaisille kuin maanpääällisillekin tehtäville. Yhtiön panos työmarkkinoille on näin ollen huomattava, ja sen toiminta tukee alueellista taloudellista kehitystä (Eckerö Line, 2024).

Eckerö Linellä tunnistetaan tarve etsiä ja ideoida aidosti lasten viihdettä eri yhteistyökumppaneiden kanssa. Tämä on tärkeää, koska sen avulla yritys voi tarjota ainutlaatuisia ja monipuolista ohjelmatarjontaa, joka palvelee asiakkaidensa tarpeita. Yritykselle on ensiarvoisen tärkeää kuulla asiakkaidensa toiveita ja mielipiteitä varmistaakseen, että tuleva tuotanto on linjassa heidän mieltymyksensä kanssa. Yksi tapa saavuttaa tämä on tehdä markkinatutkimusta kerätäkseen asiakkailta palautetta heidän mieltymyksistään lasten viihdettä kohtaan. Näin Eckerö Line voi luoda asiakkaidensa tarpeisiin räätälöityjä ohjelmatarjontaa. Yritys tekee yhteistyötä eri kumppaneiden kanssa kehittääkseen innovatiivisia ohjelmatarjontaa, joka erottuu positiivisesti kilpailijoistaan. Lisäksi Eckerö Line tekee yhteistyötä muiden yritysten kanssa tarjotakseen lisäpalveluita, jotka tekevät ohjelmatarjonnasta houkuttelevampaa lapsiperheille. Yritys tekee esimerkiksi yhteistyötä tiedekeskusten kanssa tarjotakseen alennettuja lippuja perheille, jotka varaavat lomaohjelmansa

Eckerö Linen kautta. Tällä hetkellä toteutamme hiihtolomalla sekä kesällä yhteistyötä Proto-tiedekeskuksen kanssa.

2.2 Proto ja Keksintöjen riemua merellä-tapahtuma

PROTO Avastustehas on interaktiivinen tiede- ja teknologiakeskus Tallinnassa, joka tarjoaa vierailijoille mahdollisuuden kokea virtuaaliodellisuuden ja erilaisten keksintöjen maailmaa. Se sijaitsee historiallisella Noblessnerin alueella, joka tunnettiin aikoinaan Venäjän keisarikunnan sukellusvenetelakkana. Keskus tarjoaa monipuolisia elämyksiä, joiden avulla kävijät voivat tutustua tieteeseen ja teknologiaan interaktiivisesti ja opettavaisesti. Lisäksi PROTOssa järjestetään tapahtumia ja siellä on kahvila, joka palvelee vierailijoita (Proto invention factory, 2024).

Tapahtuman järjestäminen toistamiseen yhteistyössä Proto-tiedekeskuksen kanssa merkitsi jatkoa innovatiiviselle kumppanuudelle, joka edistää tieteellistä uteliaisuutta ja oppimista niin vanhempien kuin perheen pienimpien keskuudessa. Tämä tapahtuma tarjosi lapsiperheille ainutlaatuisen mahdollisuuden tutustua tiedekeskuksen monipuoliseen tarjontaan käytännönläheisessä ympäristössä. Sen avulla haluttiin madaltaa kynnystä tiedeen maailmaan ja tehdä tieteestä lähestyttävää ja innostavaa. Laivamatka toimi alustana, jossa osallistujat saivat elämyksellisen kokemuksen Proto-tiedekeskuksen tarjoamista aktiviteeteista. Laivalla järjestetyt aktiviteetipisteet olivat suunniteltu stimuloimaan osallistujien mielikuvitusta ja luovuutta, tarjoten samalla konkreettisia käsityöskentelyn mahdollisuuksia. Nämä pisteet sisälsivät muun muassa virtuaaliodellisuuslasipisteen, jossa osallistujat saattoivat upottautua virtuaalimaailmoihin; pulmaseinän, joka haastoi lasten ongelmanratkaisutaidot; sähkömaton, joka tarjosi tutkimusmatkan sähkön ihmeelliseen maailmaan; sekä palikoita, jotka mahdollistivat omien luovien rakennelmien suunnittelun ja toteutuksen. Lisäksi tapahtumaan sisältyi tiedetuokio, katso kuva 1, jonka aikana esiteltiin erilaisia tieteellisiä kokeita. Tämä osuus antoi lapsille mahdollisuuden olla aktiivisesti mukana tieteellisessä prosessissa, kokeilla kokeita käytännössä ja oppia tieteellisistä ilmiöistä interaktiivisella tavalla. Tällainen osallistava lähestymistapa vahvistaa lasten luonnollista uteliaisuutta ja innostusta tieteeseen, edistäen samalla oppimista ja ymmärrystä. Tapahtuman veloituksettomuus laivalipun ostaneille madalsi osallistumiskynnystä ja mahdollisti laajan joukon perheitä hyödyntämään tämän ainutlaatuisen oppimiskokemuksen laivamatkan aikana. Se ei ainoastaan tarjonnut merkittävää lisäarvoa laivalipun ostaneille, vaan myös korosti tapahtuman järjestäjien sitoutumista tieteen ja teknologian saavutettavuuteen. Tapahtuman toteuttaminen Proto-tiedekeskuksen kanssa toistuvasti osoittaa sitoutumista yhteistyöhön, joka tukee tiedekasvatusta ja aktiivista osallistumista tieteen maailmaan. Tällaiset tapahtumat ovat olennaisia rakentamaan siltoja tieteellisen tiedon ja yleisön välille, erityisesti nuoremman sukupolven osalta, joka on tulevaisuuden tiedeyhteisön perusta. (Tapahtuma Eckerö Line m/s Finlandialla, 2024)



Kuva 1. Keksintöjen riemua merellä-tapahtuman Tiedetuokio. (Nieminen, N. 2024)

3 Tapahtuma

Tässä luvussa tarkastellaan erilaisia tapahtumia ja niiden pääpiirteitä. Siinä esitellään yksityiskohtaisesti, mitä koko perheen toimintaan kuuluu, mitä elementtejä teematoiminta sisältää ja miten toimintaa markkinoidaan tehokkaasti. Lisäksi tässä luvussa analysoidaan tapahtuman onnistumiseen vaikuttavia tekijöitä, mukaan lukien suunnittelu, toteutus ja osallistujakokemus.

Loppupuolella on tapahtuman kehitysprosessi, jossa tutkinnalla on keskeinen rooli. Kyselyt ovat olennainen menetelmä tapahtumien kehittämisessä, sillä ne antavat arvokasta tietoa osallistujien mielipiteistä ja kokemuksista, joiden perusteella tapahtumia voidaan muokata vastaamaan paremmin kohderyhmän odotuksia ja tarpeita. Tässä yhteydessä korostuu, kuinka systemaattisesti kerätty palaute voi auttaa määrittelemään kehittämistavoitteita ja ohjaamaan resursseja tehokkaksiin kohdennettuihin parannuksiin.

3.1 Koko perheen tapahtuma

Koko perheen tapahtumat ovat sosiaalisia ilmiöitä, jotka tuovat yhteen eri ikäryhmät ja sukupolvet, luoden yhteisen kokemuksen. Nämä tapahtumat, kuten festivaalit, markkinat ja urheilutapahtumat, pyrkivät tarjoamaan viihdykettä ja yhdessäoloa koko perheelle. Koko perheen tapahtumat ovat yhä tärkeämpiä yhteiskunnallisessa kontekstissa, sillä ne tarjoavat tilaisuuksia vahvistaa yhteisöllisyyttä, edistää kulttuurista vuorovaikutusta ja tarjota elämyksiä kaikenikäisille. Koko perheen tapahtuma voidaan määritellä tapahtumaksi, joka on suunnattu erilaisille perheille, sisältäen aktiviteetteja eri-ikäisille lapsille sekä aikuisille. Getz (2012) huomauttaa, että perheystävällisillä tapahtumilla on usein monipuolinen ohjelmatarjonta, joka mahdollistaa jokaiselle perheenjäsenelle sopivia aktiviteetteja. Tällaisia tapahtumia ovat esimerkiksi musiikkifestivaalit, kulttuurijuhlat ja urheilutapahtumat. Tapahtumassa on olennaista kohdeyleisön tarpeiden ja odotusten tunnistaminen. Allen et al. (2010) korostavat suunnittelun merkitystä, jossa keskiössä on eri-ikäisten yleisöryhmien viihdyttäminen ja turvallisuuden varmistaminen. Tämä edellyttää tapahtumien organisoinnissa huolellista riskienhallintaa, tilojen ja laitteiden tarkastusta sekä asianmukaista henkilöstömäärää.

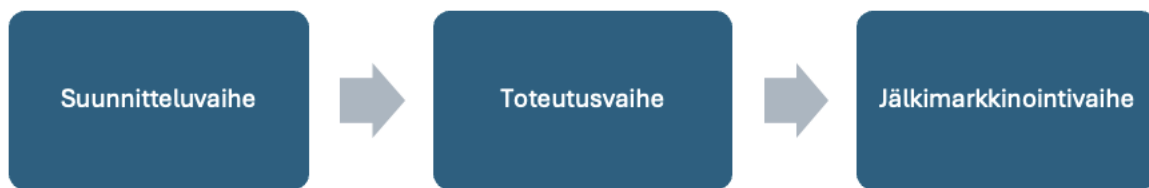
Koko perheen tapahtumat edistävät yhteisöllisyyttä tuomalla perheitä yhteen yhteisten kokemusten äärelle. Getzin (2012) mukaan tällaiset tapahtumat toimivat merkittävänä kulttuurisen vuorovaikutuksen alustoina, joissa perheet voivat tutustua uusiin kulttuureihin ja tapoihin. Näin ollen nämä tapahtumat voivat myös vähentää yhteiskunnallista eriarvoisuutta ja parantaa sosiaalista yhteenkuuluvuutta. Koko perheen tapahtumilla voi olla myös merkittäviä taloudellisia vaikutuksia paikallistasolla. Ne voivat houkuttaa matkailijoita ja lisätä paikallisten yritysten myyntiä.

Allen et al. (2010) mukaan tällaisilla tapahtumilla voi olla myönteinen vaikutus alueen talouteen myös luomalla työpaikkoja ja vahvistamalla paikallista identiteettiä. Koko perheen tapahtumat ovat merkittävä osa nykyaikaista tapahtumatuotantoa. Niillä on keskeinen rooli yhteisöllisyyden ja kulttuurisen vuorovaikutuksen edistämässä sekä taloudellisten hyötyjen tuottamisessa. Jatkotutkimuksessa tulisi kiinnittää erityistä huomiota siihen, miten tällaiset tapahtumat voisivat olla entistä saavutettavampia ja inklusiivisempia eri väestöryhmille.

3.2 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtuman järjestäminen on monivaiheinen prosessi, joka vaatii tarkkaa suunnittelua, huolellista toteutusta ja tehokasta jälkimarkkinointia. Tämä prosessi varmistaa, että tapahtuma on turvallinen, viihdyttävä ja muistettava kokemus lapsille ja heidän perheilleen. Seuraavaksi käsittelemme näitä kolmea vaihetta tarkemmin.

Kuviossa 2 havainnoillistetaan tapahtumaprosessin vaiheet.



Kuvio 2. Tapahtumaprosessin kolme vaihetta: suunnitteluvaihe, toteutusvaihe ja jälkimarkkinointivaihe

Suunnitteluvaihe on perusta onnistuneelle tapahtumalle. Tämän vaiheen aikana määritellään tapahtuman tavoitteet, kohderyhmä, ja budjetti. On tärkeää ymmärtää lapsien ikäryhmä ja mielenkiinnon kohteet, jotta voidaan suunnitella sopivia aktiviteetteja ja ohjelmia (Allen, 2010). Turvallisuus on myös ensiarvoisen tärkeää; tapahtumapaikan on oltava turvallinen ja kaikkien aktiviteettien on noudatettava turvallisuusstandardeja. Lisäksi, suunnitteluvaiheeseen kuuluu sopivien yhteistyökumppaneiden ja toimittajien valinta sekä markkinointi- ja viestintäsuunnitelman laatiminen (Getz, 2007).

Toteutusvaiheessa suunnitelmat muutetaan toiminnaksi. Tämä vaihe käsittää tapahtuman rakentamisen, henkilökunnan kouluttamisen, ja viime hetken muutosten hallinnan. On tärkeää varmistaa, että kaikki tiimin jäsenet ymmärtävät roolinsa ja vastuunsa (Bowdin et al., 2011).

Toteutusvaiheessa on myös tärkeää pitää yllä hyvää viestintää kaikkien sidosryhmien kanssa, mukaan lukien vanhemmat, yhteistyökumppanit ja toimittajat. Aktiivinen ongelmanratkaisu ja joustavuus ovat avainasemassa mahdollisten haasteiden voittamisessa.

Tapahtuman jälkeen on olennaista arvioida sen onnistumista ja tehdä jälkimarkkinointia. Tähän sisältyy palautekyselyiden lähettäminen osallistujille, sosiaalisen median päivitykset kohokohdista ja kiitosten esittäminen kaikille osallistuneille tahoille (Masterman, 2009). Jälkimarkkinoinnin tavoitteena on vahvistaa positiivista suhdetta osallistujien ja yhteistyökumppaneiden kanssa sekä kerätä tietoa tulevien tapahtumien parantamiseksi.

3.3 Teemallinen tapahtuma

Teemalliset tapahtumat ovat erikoistuneita tilaisuuksia, jotka on suunniteltu tietyn teeman tai idean ympärille, tarkoituksenaan tarjota ainutlaatuinen ja muistettava kokemus osallistujille. Nämä tapahtumat voivat olla monenlaisia, kuten kulttuurifestivaaleja, ammattimessuja, konferensseja, hyväntekeväisyystapahtumia, yksityisjuhlia tai yritystilaisuuksia.

Teemallisen tapahtuman suunnitteluprosessi alkaa teeman valinnalla, joka ohjaa kaikkia tapahtuman muita elementtejä, kuten paikkaa, ohjelmaa, markkinointia ja visuaalista ilmettä. Getz (2012) mukaan onnistunut teema yhdistää tapahtuman tavoitteet ja kohderyhmän odotukset, luoden pohjan, jolle rakentaa kokonaisvaltainen tapahtumakokemus. Tämän lisäksi, Bowdin et al. (2011) korostavat, että teeman tulee olla riittävän houkutteleva erottuakseen kilpailevista tapahtumista ja kiinnittääkseen osallistujien huomion.

3.4 Tapahtuman markkinointi

Tapahtuman markkinointi on olennainen osa tapahtuman onnistumista, sillä se ei ainoastaan auta houkuttelemaan kävijöitä, vaan myös rakentaa tapahtuman brändiä ja luoda yhteisön tunnetta. Tässä tekstissä käsitellään tapahtuman markkinoinnin keskeisiä strategioita, kanavia ja mittareita, tukeutuen alan kirjallisuuteen ja tutkimuksiin.

Tapahtuman markkinointistrategian tulisi olla monikanavainen ja kohdennettu, ottaen huomioon kohdeyleisön mieltymykset ja käyttäytymisen. Kotler et al. (2016) mukaan on tärkeää ymmärtää markkinoinnin neljä P:tä (tuote, hinta, paikka, ja promootio) tapahtuman yhteydessä. Tämä tarkoittaa, että tapahtumajärjestäjien tulisi miettiä, mitä ainutlaatuista heidän tapahtumansa tarjoaa (tuote), miten hinnoittelu asetetaan (hinta), missä ja miten tapahtumaa mainostetaan (paikka) ja miten viesti välitetään kohdeyleisölle (promootio).

Digitaalinen markkinointi on nykyään keskeisessä roolissa tapahtuman markkinoinnissa. Sosiaalinen media, sähköpostimarkkinointi, hakukoneoptimointi (SEO) ja hakukonemainonta (SEM) ovat tehokkaita keinoja tavoittaa suuri yleisö. Hu et al. (2019) korostavat sosiaalisen median merkitystä tapahtuman näkyvyyden ja osallistujamäärän kasvattamisessa. Sosiaalisen median alustat tarjoavat mahdollisuuden luoda ja jakaa sisältöä, joka resonoi kohdeyleisön kanssa, ja edistää suusanallista markkinointia.

3.5 Onnistunut tapahtuma

Onnistuneen tapahtuman suunnittelu ja toteutus ovat keskeisiä tekijöitä, jotka vaikuttavat tapahtuman menestykseen. Akateemisessa kontekstissa onnistunut tapahtuma määritellään usein tapahtuman tavoitteiden saavuttamisen, osallistujien tyytyväisyyden ja tapahtuman vaikutuksen perusteella. Tässä tekstissä käsitellään kolmea keskeistä tekijää, jotka ovat kriittisiä onnistuneen tapahtuman kannalta: suunnittelu ja organisointi, osallistujakokemus sekä jälkiarviointi ja vaikutusten mittaaminen.

Onnistunut tapahtuma alkaa huolellisesta suunnittelusta ja organisoinnista. Allen, O'Toole, Harris ja McDonnell (2008) korostavat, että tapahtuman suunnitteluprosessissa tulee määritellä selkeät tavoitteet, kohderyhmä sekä tapahtuman budjetti. Tavoitteiden asettaminen auttaa keskittymään olennaiseen ja varmistamaan, että kaikki tapahtuman osa-alueet tukevat näitä tavoitteita. Kohderyhmän ymmärtäminen on olennaista osallistujakokemuksen suunnittelussa ja markkinoinnissa. Budjetin realistinen määrittely varmistaa, että tapahtuma voidaan toteuttaa suunnitellusti ilman yllättäviä kustannuksia.

Osallistujakokemus on keskeisessä roolissa tapahtuman onnistumisessa. Getz (2012) toteaa, että osallistujien kokemukset ja niiden laatu ovat avainasemassa tapahtuman menestyksen kannalta. Tämä tarkoittaa, että tapahtuman jokaisen kosketuspisteen, kuten rekisteröitymisen, tilojen, ohjelman ja palveluiden, on oltava suunniteltu osallistujien tarpeita ja odotuksia silmällä pitäen. Henkilökohtainen lähestymistapa ja huomio yksityiskohtiin voivat merkittävästi parantaa osallistujakokemusta.

Tapahtuman jälkiarviointi ja sen vaikutusten mittaaminen ovat olennaisia osia onnistuneen tapahtuman varmistamisessa. Bowdin et al. (2011) korostavat, että jälkiarvioinnin avulla voidaan kerätä tietoa osallistujien tyytyväisyydestä, tapahtuman taloudellisesta vaikutuksesta ja siitä, miten tapahtuman tavoitteet saavutettiin. Palautekyselyt, taloudellinen analyysi ja tavoitteiden saavuttamisen arviointi ovat tärkeitä työkaluja, jotka auttavat tunnistamaan vahvuuksia ja kehityskohteita tulevia tapahtumia varten.

3.6 Kyselyn tärkeys tapahtuman kehittämisessä

Kyselyt ovat olennainen väline tapahtuman kehittämisessä, sillä ne tarjoavat järjestäjille tärkeää palautetta ja tietoa, joka auttaa ymmärtämään osallistujien kokemuksia ja odotuksia. Tässä kontekstissa kyselyt toimivat sekä kvantitatiivisen että kvalitatiivisen datan lähteenä, joiden avulla voidaan mitata tapahtuman onnistumista ja tunnistaa kehityskohteita.

Kyselyt mahdollistavat osallistujien mielipiteiden ja kokemusten systemaattisen keräämisen. Tämän datan analysointi antaa tapahtuman järjestäjille mahdollisuuden arvioida tapahtuman vahvuuksia ja heikkouksia. Esimerkiksi, osallistujapalautteiden avulla voidaan selvittää, mikä tapahtuman osa-alueista kaipaava parannusta tai on jo hyvin toteutettu (Allen, O'Toole, Harris, & McDonnell, 2008). Kyselyjen avulla voidaan kerätä tietoa osallistujien demografisista tekijöistä, kuten iästä, sukupuolesta ja asuinalueesta, mikä auttaa kohdentamaan markkinointitoimia tehokkaammin. Demografiset tiedot antavat viitteitä siitä, keitä tapahtuma tavoittaa ja keiden saavuttamiseksi on mahdollisesti tehostettava markkinointia (Getz, 2012). Kyselyt auttavat ennakoimaan tulevia trendejä ja osallistujien odotuksia, mikä on kriittistä dynaamisilla ja kilpailuilla tapahtumamarkkinoilla. Tiedon avulla tapahtumien suunnittelijat voivat säätää tarjontaansa vastaamaan paremmin kohderyhmän toiveita ja odotuksia, mikä lisää tapahtuman vetovoimaisuutta ja osallistujamääriä (Masterman, 2014). Kyselyt voivat myös toimia indikaattorina tapahtuman taloudelliselle vaikutukselle yhteisössä. Osallistujien kulutustottumusten ja -intensiivisyyden ymmärtäminen auttaa arvioimaan tapahtuman taloudellista merkitystä ja sen vaikutusta paikalliseen talouteen (Goldblatt, 2014).

Voidaan siis todeta, että kyselyillä on keskeinen merkitys tapahtumien kehittämisessä. Tutkimukset osoittavat, että kyselyt tarjoavat tapahtumajärjestäjille arvokasta tietoa, joka mahdollistaa tapahtumien laadun ja menestyksen parantamisen. Shaw (2016) toteaa, että palautekyselyiden avulla saatu data auttaa tapahtumajärjestäjiä ymmärtämään paremmin osallistujien kokemuksia ja toiveita, mikä puolestaan edistää tapahtuman kokonaisvaltaista kehittämistä. Kyselyt myös tukevat jatkuvaa kehitysprosessia, jossa pyritään vastaamaan alati muuttuvien kuluttajatrendien ja markkinoiden vaatimuksiin (Richards & Palmer, 2010). Saadun palautteen analysointi mahdollistaa paremman reagoinnin asiakkaiden tarpeisiin ja tarjoaa arvokkaita suuntaviivoja tulevaisuuden tapahtumien suunnitteluun.

4 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa käsitellään tutkimusmenetelmiä. Aluksi tehdään katsaus valittuihin tutkimusmenetelmiin, minkä jälkeen eritellään ja analysoidaan käytössä olevia tutkimusmenetelmiä. Lisäksi tässä osiossa esitellään yksityiskohtaisesti tutkimuksen aineistonkeruumenetelmiä. Luvun loppuosassa tarjotaan yleiskatsaus tutkimuksen suunnitteluun ja sen toteutukseen, korostaen keskeisiä strategisia ja operatiivisia valintoja.

4.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmät ovat keskeisiä välineitä tieteellisen tiedon tuottamisessa. Ne määrittävät, miten tutkimuskysymyksiin haetaan vastauksia ja miten dataa kerätään, analysoidaan ja tulkitaan. Eri aloilla ja tutkimuskysymyksissä käytetään erilaisia menetelmiä, jotka voidaan jakaa karkeasti kahteen pääluokkaan: kvantitatiiviset ja kvalitatiiviset tutkimusmenetelmät.

Laadullinen tutkimusmetodiikka, jonka tarkoituksena on ei-numeerisen datan ja tiedon keruun mahdollistaminen, on keskeinen lähestymistapa ihmisten mielipiteiden, asenteiden, kokemusten ja käyttäytymisen ymmärtämisessä. Tämän metodologian avulla voidaan syventyä vastaajien subjektiiviseen kokemusmaailmaan, tarjoten näin rikkaan ja moniulotteisen ymmärryksen tutkittavasta aiheesta. Laadullisen tutkimuksen hyödyllisyys korostuu eritoten, kun tutkittavat ilmiöt ovat luonteeltaan monimutkaisia ja niiden kvantitatiivinen mittaaminen jää puutteelliseksi tai epäselväksi (Creswell & Poth, 2018). Yhtenä keskeisenä laadullisen tutkimuksen datankeruumenetelmänä tunnustetaan laadulliset kysymykset, jotka on suunniteltu saamaan syvällistä tietoa vastaajien näkökulmista. Nämä kysymykset ovat tyypillisesti avoimia, mahdollistaen vastaajien ajatusten, tunteiden ja kokemusten vapaan ja yksityiskohtaisen ilmaisun. Tällöin laadulliset kysymykset tarjoavat ainutlaatuisen väylän päästä käsiksi vastaajien subjektiivisiin kokemuksiin, mielipiteisiin ja havaintoihin, eroavaisesti numeerisista mittareista ja tilastoista, jotka keskittyvät kvantitatiivisen tiedon keruuseen (Braun & Clarke, 2013).

Kvantitatiiviset menetelmät perustuvat numeerisen datan keräämiseen ja tilastolliseen analyysiin. Ne ovat usein deduktiivisia, mikä tarkoittaa, että ne lähtevät liikkeelle teoriasta ja pyrkivät testaamaan hypoteeseja empiirisellä datalla. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään tyypillisesti strukturoituja menetelmiä kuten kyselylomakkeita ja standardoituja mittareita, mikä mahdollistaa suurten aineistojen keräämisen ja tulosten yleistämisen suurempiin väestöihin. (Creswell, 2014). Kvalitatiiviset menetelmät keskittyvät sanojen, tekstien ja muiden ei-numeeristen aineistojen keräämiseen ja analysointiin. Ne ovat usein induktiivisia, eli ne pyrkivät rakentamaan teoriaa kerätyn datan pohjalta. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään avoimia haastatteluja,

havainnointia, dokumenttianalyysiä ja muita menetelmiä, jotka mahdollistavat syvällisen ymmärryksen saavuttamisen tutkittavasta ilmiöstä. Tavoitteena on ymmärtää merkityksiä, kokemuksia ja näkökulmia (Bryman, 2012).

Kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimusmetodologian yhdistäminen tutkimuksessa mahdollistaa sekä syvällisen ymmärryksen että laajemman näkökulman hankkimisen tutkittavasta ilmiöstä. Kvantitatiivinen tutkimus tarjoaa numeerista tietoa, joka mahdollistaa ilmiöiden ja suhteiden mittaamisen ja analysoinnin, kun taas laadullinen tutkimus avaa ovia ymmärrykseen ihmisten kokemuksista ja näkemyksistä. Tällainen monimenetelmäinen lähestymistapa mahdollistaa kokonaisvaltaisen kuvan muodostamisen tutkittavasta aiheesta, edistäen näin tutkimuksen tarkkuutta ja syvyyttä (Creswell, 2014).

4.2 Käytetty tutkimusmenetelmä

Tässä opinnäytetyössä hyödynnetään sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Kvantitatiiviset menetelmät mahdollistavat numeerisen datan keräämisen ja analysoinnin, mikä tarjoaa mahdollisuuden yleistää tuloksia laajempaan populaatioon (Creswell, 2014). Toisaalta, kvalitatiiviset menetelmät tarjoavat syvällisempää ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä, mahdollistaen monimutkaisten kontekstien ja subjektiivisten kokemusten tutkimisen (Merriam & Tisdell, 2015). Tämän työn tavoitteena oli kerätä tietoa laajemmalta osa-alueelta kuin mitä pelkästään toisella näistä menetelmistä olisi ollut mahdollista saavuttaa. Tämä lähestymistapa, jossa yhdistetään kvantitatiivisia ja kvalitatiivisia menetelmiä, tunnetaan myös sekametodologisena tutkimuksena (Creswell & Plano Clark, 2017). Sen avulla voidaan hyödyntää molempien menetelmien vahvuuksia ja saavuttaa kattavampi näkemys tutkittavasta ilmiöstä.

4.3 Aineistonkeruumenetelmä, suunnittelu ja toteutus

Tutkimuksessa toteutettiin asiakaskysely Eckerö Linen ja Proton järjestämässä tapahtumassa m/s Finlandia-laivalla helmikuussa 2024. Kyselymenetelmä valittiin aineistonkeruuta varten, koska se mahdollistaa asiakkaiden antaman vapaamuotoisen palautteen keräämisen. Kyselyt suoritettiin tapahtuman aikana, mikä tarjosi ajankohtaisen näkemyksen asiakkaiden kokemuksista, ja tämä lähestymistapa mahdollisti syvällisen ymmärryksen saamiseksi heidän tyytyväisyydestään sekä tapahtuman vaikutuksista.

Tutkimuksen tavoitteena oli saavuttaa kattava käsitys asiakkaiden tietoisuudesta laivayhtiöstä ja kerätä syvä ymmärrys heidän kokemuksistaan tapahtumaan aikana. Kyselyn ensisijainen

tarkoituksena oli kartoittaa asiakkaiden käsityksiä yhtiön palveluista, toiminnasta ja yleisestä imagosta. Lisäksi tavoitteena oli saada asiakkailta konkreettisia ehdotuksia ja suosituksia tapahtuman kehittämiseksi, kuten parannusta vaativien asioiden tunnistaminen sekä innovatiivisten ideoiden kerääminen tapahtuman laadun ja asiakastytyvyyden parantamiseksi.

Kysely oli keskeinen aineistonkeruumenetelmä, ja sen suunnittelu aloitettiin määrittelemällä tutkimuksen päätavoitteet. Ensisijaisesti tavoitteena oli selvittää asiakkaiden tietoisuustaso laivayhtiöstä sekä kartoittaa heidän kokemuksensa tapahtuman aikana. Kyselyssä päätettiin hyödyntää sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia kysymyksiä, jotta saataisiin kattavaa ja monipuolista tietoa asiakkaiden käsityksistä, kokemuksista ja näkemyksistä (Bryman, 2016). Kvantitatiivisilla kysymyksillä mitattiin asiakkaiden tietoisuustasoa ja tyytyväisyyttä, kun taas kvalitatiiviset kysymykset antoivat mahdollisuuden ilmaista vapaasti mielipiteitään sekä jakaa henkilökohtaisia näkemyksiään tapahtuman kehittämiseksi.

Kysely toteutettiin tapahtuman aikana Google Forms -alustalla, jotta saataisiin reaaliaikaiset vastaukset mahdollisimman tarkasti. Google Forms tarjosi helpon ja käyttäjäystävällisen alustan monipuolisten kysymysten suunnitteluun ja vastausten keräämiseen. Kvantitatiivisia kysymyksiä varten käytettiin ennalta määriteltyjä valintavaihtoehtoja, joka mahdollisti selkeän ja vertailukelpoisen mittauksen (Fowler, 2014). Kvalitatiivisissa kysymyksissä hyödynnettiin avoimia kysymyksiä, joiden avulla asiakkaat pystyivät tuomaan esiin yksilöllisiä mielipiteitään sekä tarjoamaan rakentavia ehdotuksia palvelun ja tapahtuman kehittämiseksi.

Aineiston analysoinnissa käytettiin yhdistettyä lähestymistapaa, jossa kvantitatiiviset ja kvalitatiiviset aineistot analysoitiin erikseen ja niiden tulokset yhdistettiin kokonaiskuvan saamiseksi. Kvantitatiivinen aineisto analysoitiin tilastollisin menetelmin, kuten keskiarvojen ja prosentiosuuksien laskemisella, ja kvalitatiivinen aineisto luokiteltiin eri aihealueisiin (Creswell & Creswell, 2018).

Kysely tarjosi arvokasta tietoa asiakkaiden tietoisuudesta ja heidän kokemuksistaan laivayhtiön tapahtuman aikana. Kyselyä hyödyntäen saatiin selville asiakkaiden tyytyväisyystasot eri palveluihin ja toimintoihin liittyen, ja samalla löydettiin kehityskohteita. Innovatiiviset ideat ja konkreettiset suositukset osoittautuivat hyödyllisiksi tulevaisuuden tapahtumien suunnittelussa.

5 Kysely

Opinnäytetyössä käytetty kysely toteutettiin Eckerö Linen ja Proton yhteistyötapahtumassa helmikuussa 2024. Kyselyssä huomioitiin lasten näkökulmasta tapahtuman onnistumisen arviointi, joka perustuu viihtymiseen, parhaan aktiviteetin kokemukseen ja hauskanpidon tunteeseen, kun taas vanhemmat arvioivat valintansa syitä, kiinnostavia ohjelmatarjontoja, aiempaa kokemustaan, löytämistäpa, tapahtuman vaikuttavuutta, tunnelmaa, lastensa reaktioita ja mahdollisia kehitysehdotuksia tulevaisuutta varten. Tämä auttoi ymmärtämään, miten sekä lasten että vanhempien näkökulmat voisivat vaikuttaa tapahtuman kokonaisarvioon ja mahdollisiin parannusehdotuksiin.

Tutkimuksen kohteena oleva opinnäytetyö kohdistui kyselyn toteutukseen, jonka tarkoituksena oli arvioida Eckerö Linen ja Proton järjestämän yhteistyötapahtuman onnistumista. Kyselyn suunnittelussa otettiin huomioon kaksi keskeistä näkökulmaa: lasten kokemukset ja vanhempien arviot. Tämä kaksitahoinen lähestymistapa oli merkittävä, sillä se mahdollistaa tapahtuman onnistumisen monipuolisen arvioinnin, mikä on olennaista tapahtuman jatkokehityksen kannalta.

Tapahtumakokemuksen arvioinnissa lasten näkökulmasta viihtyminen, hauskanpito ja parhaiden aktiviteettien kokeminen olivat ratkaisevia tekijöitä. Näiden elementtien avulla voitiin arvioida tapahtuman kykyä tarjota sopivaa ja mielekästä sisältöä kohderyhmälle (Pine & Gilmore, 2011). Hauskanpito ja viihtyminen vaikuttavat lasten hyvinvointiin, mikä korostaa myönteisen tapahtumakokemuksen merkitystä (Csikszentmihalyi, 1990). Vanhempien näkökulman mukaan tapahtuman vetovoimaisuuteen vaikuttivat useat tekijät, kuten valintakriteerit, kiinnostava ohjelma, aiemmat kokemukset, tapahtuman löydettävyys, vaikuttavuus, tunnelma, lasten reaktiot sekä mahdolliset kehitysehdotukset (Getz, 2007). Vanhempien arvioista saatiin tietoa siitä, miten tapahtuma voisi paremmin vastata odotuksiin ja tarpeisiin eri ikäryhmissä jatkossa (Bowdin et al., 2010). Vanhempien arvioima tapahtuman vaikuttavuus ja tunnelma tuottivat arvokasta tietoa järjestäjille, sillä ne ovat onnistuneen kokemuksen kannalta keskeisiä (Allen et al., 2011). Lasten reaktiot ja vanhempien havainnot näistä reaktioista antoivat konkreettista palautetta siitä, miten tapahtuman sisältö kiinnostaa ja sopii lapsille. Kehitysehdotukset ovat tärkeitä tulevaisuuden suunnittelun kannalta, koska ne tarjoavat kanavan kuulla yleisön toiveita ja tarpeita (Pine & Gilmore, 2011).

5.1 Taustatiedot

Kyselytutkimus, joka suunnattiin tapahtumaan osallistuneille lapsille ja heidän vanhemmilleen, pyrki saavuttamaan syvällisen käsityksen asiakaskokemuksesta. Tämä strateginen valinta antoi

mahdollisuuden tarkastella kummankin ryhmän näkemyksiä, sillä aiempi tutkimus on osoittanut, että heidän kokemuksensa voivat merkittävästi vaikuttaa perhekeskeisten palveluiden arviointiin. Kysely oli linjassa vuoden 2024 asiakaskokemustrendien kanssa, joissa painotetaan luottamuksen rakentamista ja emotionaalista yhteyttä, jotka ovat ratkaisevia asiakastytyväisyydelle (IBM Blog, 2024; New Metrics, 2024).

Keskeiset trendit, kuten personoidut asiakaskokemukset, osallistava sitoutuminen sekä virtuaaliodellisuuden käyttö, määrittelevät uudelleen, miten organisaatiot ymmärtävät ja kehittävät tarjontaansa. Esimerkiksi tunnepohjainen asiakaskokemus hyödyntää reaaliaikaista palautetta ymmärtääkseen osallistujien tunteita ja opastaakseen tapahtuman suunnittelua vastaamaan asiakkaiden odotuksia. Tämä lähestymistapa varmistaa ennakoivat vastaukset osallistujien tarpeisiin, mikä lisää tyytyväisyyttä ja uskollisuutta (New Metrics, 2024).

Tapahtuman tyytyväisyyskyselyt ovat myös keskeisessä roolissa tapahtuman vahvuuksien ja kehityskohteiden tunnistamisessa. Avoimet kysymykset keräävät arvokkaita tietoja siitä, miksi osallistujat valitsivat tapahtuman ja miten se vaikutti heidän tavoitteisiinsa. Osallistujilla on myös mahdollisuus antaa ehdotuksia, joita ei ole kysytty suoraan, tarjoten järjestäjille mahdollisuuden parantaa tulevia tapahtumia ja olla tehokkaammin vuorovaikutuksessa yleisön kanssa (QuestionPro, 2024).

5.2 Kysymykset

Kyselyssä käytettiin niin kvalitatiivisia kuin kvantitatiivisia kysymyksiä. Kysymykset olivat pääasiassa kvalitatiivisia, koska ne keskittyvät laadulliseen tietoon, kuten mielipiteisiin, kokemuksiin ja havaintoihin, eivätkä perustu numeerisiin mittareihin tai tilastoihin. Kvalitatiiviset kysymykset antoivat vastaajille mahdollisuuden ilmaista ajatuksiaan ja tunteitaan avoimesti, mikä on olennaista tutkittaessa kompleksisia ilmiöitä, jotka vaativat syvällistä ymmärrystä ihmisten käyttäytymisestä ja kokemuksista (Denzin & Lincoln, 2011). Tämä lähestymistapa on erityisen hyödyllinen, sillä se mahdollistaa rikkaamman ja syvemmän tiedonkeruun (Bryman, 2016). Kvalitatiivisen tutkimusmetodin lisäksi tutkimuksessa oli mukana myös kvantitatiivisia kysymyksiä, jotka mahdollistavat tiedon numeerisen analysoinnin ja tilastollisen vertailun. Kvantitatiiviset kysymykset ovat hyödyllisiä, kun tarvitaan selkeitä, mitattavia tietoja ilmiöiden yleisyydestä tai muista kvantifioitavissa olevista asioista (Creswell, 2014). Kvantitatiivisten kysymysten käyttö tukee tutkimuksen objektiivisuutta ja mahdollistaa laajojen aineistojen tehokkaan analysoinnin, mikä täydentää kvalitatiivisten menetelmien tuottamaa syvällistä ymmärrystä (Tashakkori & Teddlie, 2010).

Kyselyn toteuttamiseen hyödynnettiin Google Forms -kyselypohjaa. Lasten osalta käytettiin pääsääntöisesti vaihtoehtoja "kyllä" tai "ei", kuitenkin tarjottiin avoimia vastausvaihtoehtoja. Vanhemmille suunnatut kysymykset olivat enimmäkseen avoimia, sillä näin pyrittiin saamaan syvällisempää ja hyödyllisempää tietoa, toisin kuin valmiiksi tarjotuilla vastausvaihtoehdoilla.

5.3 Vastaukset

Lapsilta kysyttiin seuraavia kysymyksiä: Millainen oli osallistujien kokemus ja viihtyvyys, mikä elementti tai osa-alue koettiin päivän tapahtumassa parhaaksi, minkä aktiviteetin hauskuus erottui osallistujien keskuudessa. Selvitetään, kuinka moni osallistuja seurasi järjestettyä tiedeshow'ta, sekä tutkitaan, oppivatko osallistujat tapahtuman aikana jotain uutta.

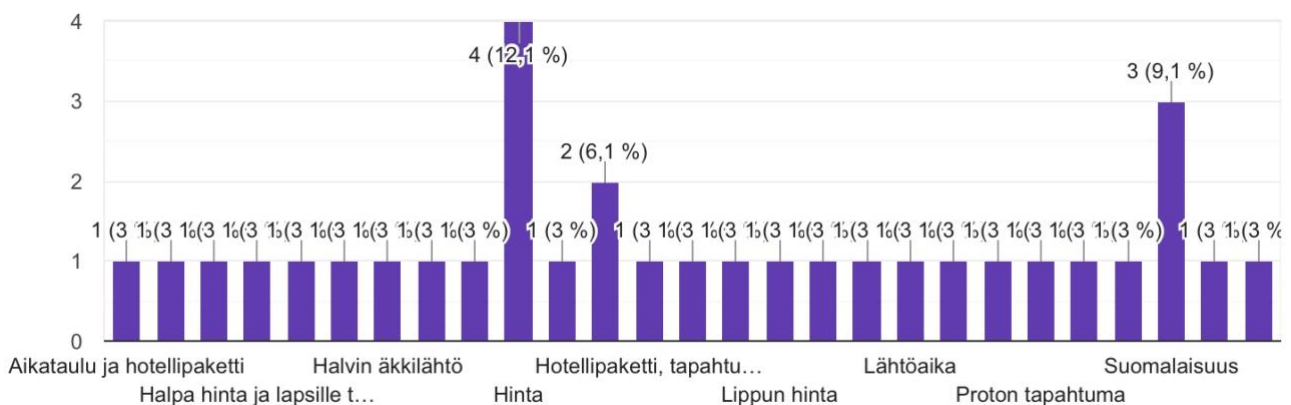
Vanhemmille esitetystä kyselyssä pyrittiin selvittämään seuraavia asioita: mitkä tekijät vaikuttivat valintaan matkustaa m/s Finlandialla sekä jos valinnan perusteena oli ohjelmatarjonta, mikä sen osa-alueista oli erityisen merkittävä, onko vastaajilla aiempaa kokemusta matkustamisesta m/s Finlandialla sekä niiden osalta, jotka eivät ole aiemmin käyttäneet palveluja, miten he löysivät organisaation tässä instanssissa, mitkä tapahtuman elementit olivat erityisen vaikuttavia tai mieleenpainuvia, ja miksi, minkälaisena osallistujat kokivat tapahtuman tunnelman ja ilmapiirin, miten lapsien reaktiot vaihtelivat eri ohjelmanumeroissa tai aktiviteeteissa sekä mitä parannuksia tai muutoksia osallistujat näkevät tarpeellisiksi tulevaisuuden tapahtumien osalta. Lopussa oli myös vapaa kommentti-osio, mihin asiakas sai halutessaan antaa vapaan kommentin.

5.3.1 Vanhempien vastaukset

Ensimmäisessä kysymyksessä tarkastellaan vastauksia kysymykseen "Mikä sai teidät valitsemaan m/s Finlandian. Vastaukset voidaan jakaa useisiin pääteemoihin, jotka heijastavat kuluttajien päätöksentekoprosessia matkustajajalavan valinnassa. Nämä teemat ovat hinta, suomalaisuus, erityistarjoukset, palvelut ja mukavuudet, lapsiystävällisyys sekä aikataulut ja saavutettavuus.

Hinnan mainitseminen useaan otteeseen korostaa sen keskeistä roolia valintaprosessissa. Hinta nähdään ensisijaisena tekijänä, johon kuluttajat kiinnittävät huomiota vertaillessaan vaihtoehtoja. Erityistarjoukset, kuten proton lipusta alennus ja S-etukortti -tarjoukset, ovat myös merkittäviä, sillä ne voivat houkutella asiakkaita valitsemaan tietyn palvelun taloudellisen säästön vuoksi. Tämä viittaa siihen, että kuluttajat arvostavat taloudellista tehokkuutta ja ovat valmiita etsimään ja hyödyntämään tarjouksia, jotka tarjoavat lisäarvoa perushintaan nähden. Suomalaisuuden toistuva

maininta viittaa kansalliseen ylpeyteen ja luottamukseen kotimaisia palveluntarjoajia kohtaan. Tämä voi kertoa siitä, että kuluttajat suosivat palveluita, jotka edustavat heidän omaa kulttuuriaan ja arvojaan, tai että he kokevat kotimaiset vaihtoehdot luotettavammiksi tai laadukkaammiksi. Internetyhteyden, hotellipaketin ja muiden palveluiden mainitseminen osoittaa, että mukavuudet ovat tärkeä osa matkustuskokemusta. Kuluttajat arvostavat palveluita, jotka tekevät matkasta helpompaa ja miellyttävämpää, mikä viittaa siihen, että yhtiön kyky tarjota lisäarvoa perusmatkustuskokemukseen voi olla ratkaiseva tekijä. Lapsille tekemistä ja lasten tapahtuma viittaavat siihen, että perheet arvostavat lapsiin keskittyviä palveluita ja aktiviteetteja. Tämä korostaa perheiden tarpeita matkustuspäätöksissä ja osoittaa, että lapsiystävällisyys voi olla tärkeä tekijä perheitä houkutellessa. Aikataulut, kuten lähtöaika ja pisin aika maissa, sekä laivan helppous ja saavutettavuus korostavat logistiikan merkitystä matkustuspäätöksissä. Kuluttajat arvostavat joustavia aikatauluja, jotka mahdollistavat mukavan matkan suunnittelun ja toteutuksen.



Kuvio 3. Mikä sai teidät valitsemaan m/s Finlandian? (N=33)

Toisessa kysymyksessä tarkastellaan vastauksia kysymykseen, joka koski ohjelmatarjonnan vaikutusta matkustuspäätökseen, keskittyen erityisesti siihen, mikä ohjelmatarjonnassa kiinnitti huomiota. Vastausvaihtoehdot olivat "lasten tapahtuma Proton kanssa", "esiintyjät laivalla", ja "muu". Analyysissä huomioidaan vastausten jaottelu ja niiden suhteelliset osuudet kokonaisvastausten määrästä. Vastaukset jakautuvat seuraavasti:

Lasten tapahtuma Proton kanssa: 23 vastausta (69.7%). Esiintyjät laivalla: 3 vastausta (9.1%). Hinta: 2 vastausta (6.1%). Ohjelmalla ei vaikutusta matkaan, mutta hyvä ohjelma ilahduttaa aina: 1 vastaus (3%). Tyhjäksi jätetty: 4 vastausta (12.1%).

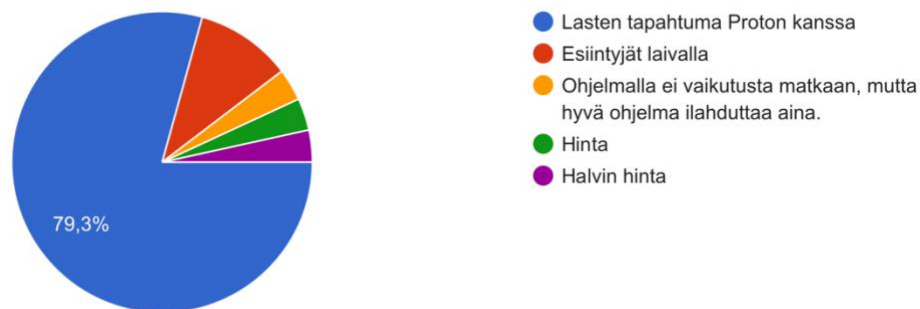
Valtaosa vastaajista (69.7%) ilmoitti, että "lasten tapahtuma Proton kanssa" oli seikka, joka kiinnitti heidän huomionsa ohjelmatarjonnassa. Tämä korostaa perhekeskeisten ohjelmien merkitystä

matkustajille, erityisesti niille, jotka matkustavat lasten kanssa. Proton tapahtuman suosio voi kertoa siitä, että matkustajat arvostavat opettavaisia ja viihdyttäviä kokemuksia lapsilleen, jotka tukevat myös lapsen kehitystä ja tarjoavat perheen yhteistä aikaa matkan aikana.

Esiintyjien merkitys laivalla oli huomattavasti vähäisempi, vain 9.1% vastaajista mainitsi tämän osa-alueen kiinnostuksen kohteena. Tämä voi viitata siihen, että vaikka live-esiintyjät voivat olla arvostettu lisä matkakokemukseen, ne eivät ole päätavoite tai merkittävin vetonaula suurelle osalle matkustajista. Hinta mainittiin kahdessa vastauksessa ohjelmatarjontaan liittyen, mikä voi olla hieman yllättävää ottaen huomioon kysymyksen fokuksen ohjelmatarjonnassa. Tämä voi viitata siihen, että joillekin matkustajille taloudelliset tekijät ovat niin merkittäviä, että ne vaikuttavat myös ohjelmatarjontaan liittyviin päätöksiin, tai että vastaajat ovat tulkinneet "muu" -vaihtoehdon sisältävän myös hinnan pohdinnan. Yksi vastaus korosti, että vaikka ohjelma ei ollut matkan valinnan pääsyy, hyvä ohjelma voi silti ilahduttaa ja parantaa matkakokemusta. Tämä heijastaa käsitystä, että ohjelmatarjonta on lisäarvo, joka voi tehdä hyvästä matkasta vielä paremman. Tyhjiksi jätetyt vastaukset (12.1%) viittaavat siihen, että osa vastaajista ei kokenut ohjelmatarjontaa merkittäväksi tekijäksi.

Jos syynä ohjelmatarjonta, mikä siinä kiinnitti huomionne?

29 vastausta

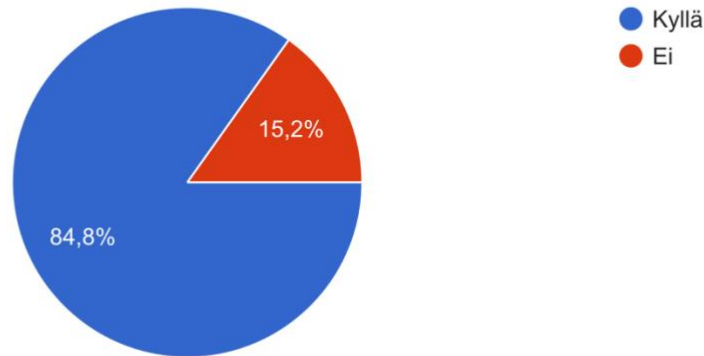


Kuvio 4. Jos syynä oli ohjelmatarjonta, mikä siinä kiinnitti huomionne? (N=29)

Kolmannen kysymyksen tavoitteena oli selvittää, kuinka moni vastaajista oli matkustanut m/s Finlandialla. Vastaukset kyselyyn jakautuivat siten, että 28 vastaajaa (84,85 %) oli matkustanut kyseisellä aluksella, kun taas 5 vastaajaa (15,15 %) ilmoitti, ettei ollut matkustanut sillä. Tämän datan perusteella voidaan päätellä, että suurin osa kyselyyn vastanneista on kokenut m/s Finlandian matkustajana.

Oletteko ennen matkustanut m/s Finandialla?

33 vastausta



Kuvio 5. Oletteko ennen matkustanut m/s Finandialla? (=N33)

Neljäs kysymys oli jatkokysymys niille matkustajille, jotka eivät olleet matkustaneet aikaisemmin m/s Finandialla. Vastaukset osoittavat, että päätöksenteko m/s Finlandian valinnassa perustuu monenlaisiin tekijöihin, mukaan lukien taloudelliset syyt, perheen dynamiikat, matkaohjelmien sisältö ja matkustusaika kohteessa. Tämä monimuotoisuus kuvastaa kuluttajien erilaisia tarpeita ja odotuksia laivamatkoilta.

Taulukko 2. Jos edellisen kysymyksen vastaus oli ei, mikä sai teidät valitsemaan m/s Finlandian? (N=6)

Jos edellisen kysymyksen vastaus oli ei, mikä sai teidät valitsemaan m/s Finlandian?

Pisin aika tallinnassa	Hinta, vaihtelunhalu laivamatkoihin, lastentapahtuma.
Lasten mummi valitsi matkan	Halpa hinta ja lastenohjelma, sillä olimme matkalla protoon myös
Halvin hinta	-

Viidennen kysymyksen tarkoituksena on tarkastella "Keksintöjen riemua merellä" -tapahtuman osallistujien kokemuksia ja niiden vaikutuksia. Analyysi perustuu 33 vastaukseen kysymykseen, mikä oli vaikuttavinta tai mieleenpainuvinta tapahtumassa ja miksi. Vastaukset tarjoavat kattavan

kuvan tapahtuman monipuolisuudesta, osallistavuudesta ja sen kyvystä innostaa eri-ikäisiä osallistujia, erityisesti lapsia.

Tapahtuman kuvaillaan tarjonneen laajan valikoiman aktiviteetteja, jotka soveltuvat kaikenikäisille, erityisesti lapsille. Monipuolisuus ilmeni sekä erilaisten esitysten (esim. tiedeshow ja vesitemput) että käytännön toiminnan (esim. palikoilla rakentelu ja VR-lasien kokeilu) muodossa. Tämä monipuolisuus oli avain siihen, miksi tapahtuma koettiin niin mieleenpainuvaksi ja vaikuttavaksi. Osallistujien kommentit korostavat, kuinka tapahtuma onnistui tarjoamaan jokaiselle jotakin, mikä on merkittävä saavutus suunniteltaessa koko perheen tapahtumia. Erityisen huomionarvoista oli tapahtuman kyky yhdistää viihde ja oppiminen. Monet osallistajat kiinnittivät huomiota siihen, miten tapahtuma innosti lapsia tutkimaan ja oppimaan uusia asioita, esimerkiksi tiedetuokion aikana. Lapsien halu kokeilla kokeiluja kotona ja heidän kiinnostuksensa tiedeaiheita kohtaan osoittaa, että tapahtuma onnistui herättämään uteliaisuutta ja oppimishalua, mikä on olennainen tekijä lasten koulutuksessa ja kehityksessä. Osallistajat antoivat positiivista palautetta tapahtuman henkilökunnalle ja suunnittelulle, korostaen ammattitaitoisia ohjaajia ja hyvin suunniteltua aluetta, jossa oli huomioitu eri-ikäisten tarpeet. Tämä osoittaa, että tapahtuman menestyksessä oli keskeistä paitsi sen sisältö myös se, miten se toteutettiin.

Taulukko 3. Mikä oli vaikuttavinta tai mieleenpainuvinta tapahtumassa, ja miksi? (N=33)

Mikä oli vaikuttavinta tai mieleenpainuvinta Keksintöjen riemua merellä-tapahtumassa, ja miksi?

Lasten pisteet. Lasten keksintöpiste	Alue oli kivasti suunniteltu, jokaiselle löytyi tekemistä-myös vanhemmille	Tiedetuokio, lapsi kertoi innoissaan että haluaa kokeilla kokeiluja kotona myös ja oli käynyt kysymässä ohjaajalta ohjeita	Mielestäni hienoa kun on opettavaista ja innostavaa ohjelmaa lapsille. Mukavat ammattilaiset ohjaamassa ja sopivaa ohjelmaa eri-ikäisille lapsille.
Lapset pitivät palikoilla rakentelusta paljon ja seurasivat kiinnostuneina tiedehetkeä.	Tiedetuokio ja ohjaajat olivat ihania. Vr-laseja emme kerenneet käyttää.	Sen monipuolisuus ja lapsilla oli tekemistä matkan ajan	Koko tapahtuma, oli mukava yllätys että oli tekemistä pienestä suurempaan lapseen. Tiedeshow kiinnosti lapsia, ja vanhempi oli innoissaan kun pääsi mukaan myös kokeilemaan testejä.
Kokonaisuus	Vesitemppu.	Hämähäkki	Kaikki Proton pisteet.
Tiedeshow	Vr-lasit	Oli iloinen yllätys koko tapahtuma!	Koko tapahtuma joka tarjosi tekemistä monen ikäiselle
Lapsen ilo kun oli tekemistä koko laivamatkan ajan	Vesi pysyi lasissa pintajännityksen avulla	Kivasti rakennettu tapahtuma. Lapset piti tiedetuokiosta, ohjaaja otti myös kivasti lapset huomioon.	Emme olleet tietoisia tapahtumasta niin oli mukava yllätys että oli lapsille tekemistä!
Mahdollisuus kokeilla itse	Pidämme paljon protosta ja käymme siellä usein, niin lapset innostui vr-laseista.	Oman lapsen aito ilo ja kiinnostus kokeilla uutta	Yksinkertainen mutta toimiva esitys

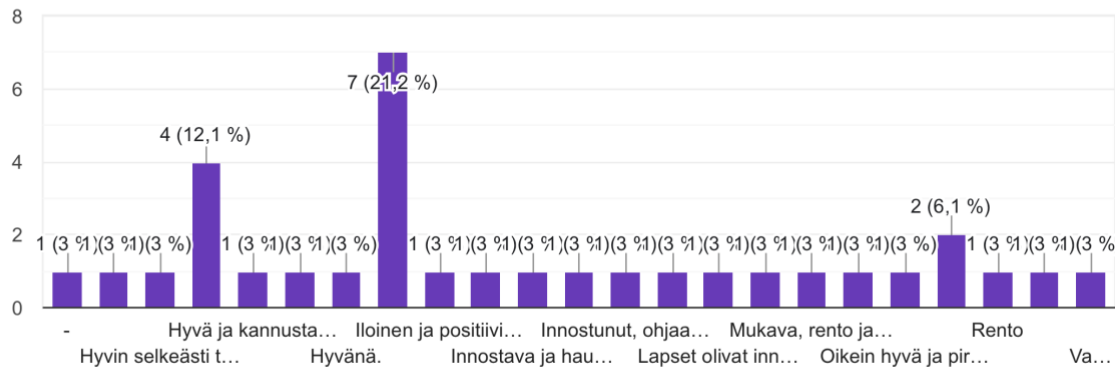
Kuudes kysymys käsitteli kysymystä "Miten koitte tapahtuman ilmapiirin?" Kyselyyn saadut vastaukset (33 kpl) koskien tapahtuman ilmapiiriä tarjoavat kattavan kuvan osallistujien kokemuksista ja tunnelmista. Analyysimme perustuu vastausten sisällön kategorisointiin ja niiden ilmaisemien tunnetilojen sekä yleisarvioiden tarkasteluun.

Suurin osa vastauksista (14 vastausta) kuvasi tapahtuman ilmapiiriä erittäin positiivisessa valossa käyttäen adjektiiveja kuten "iloista", "innostunutta", "hauskaa", ja "pirteä". Näitä vastauksia karakterisoi voimakas positiivisten tunteiden ilmaisu ja yleinen tyytyväisyys tapahtuman järjestelyihin ja sisältöön. Toiseksi suurin ryhmä (8 vastausta) ilmaisi yleistä hyväksyntää ja tyytyväisyyttä tapahtuman suhteen, käyttäen ilmaisuja kuten "hyvä", "mukava", ja "oikein hyvä". Tämä ryhmä keskittyi enemmän tapahtuman yleiseen laatuun ja organisointiin kuin erityisiin emotionaalisiin reaktioihin. Aktiivinen osallistuminen ja keskittyminen: Pienempi osa vastauksista (6 vastausta) korosti lasten aktiivista osallistumista ja kykyä keskittyä tapahtuman aikana, käyttäen

ilmaisuja kuten “innostuneita”, “jaksoivat hienosti keskittyä”, ja “mukavan keskittynyttä tekemistä”. Nämä vastaukset heijastavat tapahtuman onnistumista luomaan osallistavia ja mielenkiintoisia aktiviteetteja lapsille. Tapahtuman sisällön ja esitystavan selkeys: Kolme vastausta korosti tapahtuman sisällön ja esitystavan selkeyttä, mikä viittaa siihen, että järjestelyt tuottivat selkeästi

Miten koitte tapahtuman ilmapiirin?

33 vastausta



ymmärrettävää ja seurattavaa sisältöä osallistujille.

Kuvio 6. Miten koitte tapahtuman ilmapiirin? (N=33)

Seitsemäs kysymys keskittyi lapsien reaktioihin erilaisiin ohjelmanumeroihin ja aktiviteetteihin. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, millaiset ohjelmanumerot tai aktiviteetit saivat eniten positiivista palautetta lapsien vanhemmilta. Tämä analyysi perustuu 33:een vastaukseen, jotka on kerätty vanhemmilta heidän lastensa kokemuksista. Vastaukset voidaan jakaa karkeasti kolmeen kategoriaan: erittäin innostunut, positiivisesti vastaanottanut ja kehitysehdotuksia tarjonnut. Suurin osa lapsista (5/33) osoitti erityistä innostusta ilman tarkempaa kohdistusta, kun taas loput vastaukset antoivat yksityiskohtaisempaa tietoa tietyistä aktiviteeteista.

Suosituimmat aktiviteetit lasten keskuudessa olivat VR-lasit, tiedeshow ja rakentelu. Näiden aktiviteettien maininnat olivat toistuvia ja herättivät erityisesti vanhempien lapsien kiinnostuksen. VR-lasit mainittiin erityisen positiivisessa valossa useaan otteeseen, korostaen niiden kykyä innostaa ja tuoda uudenlaisia kokemuksia lapsille. Tiedeshow sekä erilaiset tiedetestaamiset kuten kananmunatesti, herättivät myös huomiota, viitaten siihen, että interaktiiviset ja opettavaiset aktiviteetit resonoi lapsissa. Vanhemmat pitivät erityisesti pulmapisteistä, mikä osoittaa, että tapahtumassa oli tarjolla sisältöä, joka vetoaa sekä lapsiin että aikuisiin. Tämä monipuolisuus auttaa luomaan perheille yhteisiä positiivisia kokemuksia.

Vaikka suurin osa palautteesta oli positiivista, esiintyi myös kehitysehdotuksia, kuten toiveita monipuolisemmasta tarjonnasta ja teknisten ongelmien ratkaisemisesta (esim. VR-lasit eivät toimineet kunnolla). Nämä palautteet tarjoavat arvokasta tietoa tulevien tapahtumien kehittämiseen.

Taulukko 4. Millainen oli lastenne reaktio erilaisiin ohjelmanumeroihin? (N=33)

Millainen oli lapsenne reaktio eri ohjelmanumeroihin tai aktiviteetteihin?

Innostunut	Piti paljon	Tykkäsivät	
Kiinnostunut	Ilmainen ja innostunut	Kiinnostunut	
Todella paljon tykkäs ja halus tehdä kaikkea mukaan	Innostunut, kiitos kuuluu ohjaajalle joka otti lapset hyvin huomioon ja mukaan ettei kukakaan jäänyt yksin.	Innostui ensin vain vr-laseista mutta viihtyi paljon myös pulmapisteellä ja tiedeshowssa.	Lapsi 6v innoissaan vr-laseista ja tiedeshowsta, 2v oli enemmän innoissaan palikoista. Vanhemmat innostui pulmapisteistä
Oli kiva, mutta olisi halunnut päästä itse testaamaan temppeja.	Lapsemme oli innoissaan kun pääsi kokeilemaan tiedetestä	Juoksi innoissaan paikasta toiseen. Piti rakentelusta ohjaajan kanssa	Oli innoissaan kun pääsi kokeilemaan kananmunatestä ohjaajan avulla tiedehetken aikana
Oli todella innostunut VR-laseista ja tiedeshowsta	Molemmat lapset nauttivat, erityisesti vanhempi innostui vr-laseista ja keksintöjen esittelystä. Pienempi piti rakentelusta	Innostui vr-laseista mutta harmiksi ei toiminut kunnolla. Tiedeshow oli hauska	Lempparit oli pulmapiste ja kun pääsi kokeilemaan tiedeshowssa "spaideria" ohjaajan avustuksella.
Oli innoissaan kokeilemassa kaikkia aktiviteetteja	Hän oli innoissaan että pääsi kokeilemaan ensimmäistä kertaa vr-laseja ja tiedetuokio oli kiinnostava.	Lapset tykkäsivät, oli kiinnostavaa tekemistä myös kouluikäisille.	

Kahdeksas kysymys liittyi palautteeseen, mitä asiakkaat haluaisi muuttaa tai parantaa seuraavaan tapahtumaan, palautteet kerättiin lasten tapahtuman aikana. Tässä keskityttiin tunnistamaan keskeiset teemat ja suositukset, jotka nousivat esiin osallistujien kommentteista seuraavan tapahtuman parannuskohteiksi. Aineisto koostuu erityisesti VR-lasien käytöstä, ohjelman sisällöstä, aktiviteettien monipuolisuudesta ja ikäryhmien huomioimisesta.

Monet palautteet koskivat VR-laseja, niiden toimivuutta ja tehtävien monipuolisuutta. Osallistujat kokivat, että VR-lasien tarjoamat elämykset olivat liian yksipuolisia ja että niiden toimivuudessa oli parannettavaa. Ehdotuksena oli lisätä monipuolisempia tehtäviä ja ehkä tarjota jotain uutta

paluumatkalle, kun ensikokemus oli jo koettu. Aktiviteettien määrä ja monipuolisuus oli toinen suuri teema. Osallistujat toivoivat enemmän aktiviteetteja, erityisesti ohjattua toimintaa, kuten diskoa tai esiintyjää, jotka voisivat viihdyttää lapsia iltaisin. Myös eri ikäryhmille suunnatut aktiviteetit koettiin tärkeiksi; erityisesti mainittiin, että olisi hyvä olla vaikeampia aktiviteetteja isommille lapsille sekä erityisesti alle kymmenen vuotiaiden ja taaperoiden huomioon ottaminen.

Vaikka jotkut osallistujat kokivat tilan rajallisuuden haasteeksi aktiviteettien lisäämiselle, monet näkivät mahdollisuuksia parempaan tilankäyttöön ja ohjelman aikataulutukseen. Ehdotuksiin kuului esimerkiksi tapahtuman keston pidentäminen, jotta voitaisiin tarjota lisää sisältöä ja vähentää aktiviteettien ruuhkautumista. Myös eri aktiviteettipisteiden määrän lisääminen ja niiden tehokkaampi sijoittelu mainittiin mahdollisuuksina. Monet kommentit korostivat yhteisöllisyyden merkitystä ja sitä, että lapset saavat leikkiä ja osallistua yhdessä. Ehdotuksissa nostettiin esiin erilaiset kilpailut, bingot ja muut osallistavat tapahtumat, jotka voisivat lisätä yhteisöllisyyttä ja antaa lapsille mahdollisuuden olla aktiivisempia osallistujia tapahtumassa. Myös säännöllisten tapahtumien järjestäminen mainittiin keinona rakentaa yhteisöä ja tarjota jatkuvuutta lapsille.

Taulukko 5. Mitä haluaisitte muuttaa tai parantaa seuraavaa vastaavaa tapahtumaa varten? (N=30)

Mitä haluaisitte muuttaa tai parantaa seuraavaa vastaavaa tapahtumaa varten?

Ehkä enemmän aktiviteetteja	Ehkä voisi olla vielä muutama vähän vaikeampi aktiviteetti isommille lapsille	Oltaisiin mielellään katsottu enemmänkin eli voisi olla pidempikin :)	Ehkä jotain taaperoilta vielä lisäksi?
Trupaduuri laulanta leikki.	Vähän enemmän leikkejä lapsille.	Aina on kiva kun lapset huomioidaan	Pidempi ohjelma
Näitä voisi järjestää useammin	Lisää eri pisteitä.	Enemmän osallistuva tapahtuma	Ei parannettavaa, tietenkin voisi lisätä aktiviteetteja, mutta tila on rajattu.
Disko tai lapsille suunnattu esiintyjä	Joku hauska kilpailu tai bingo	Enemmän ohjelmaa ja erityisesti yli 10v. huomioiden.	Enemmän näytöstyylisiä
Tämä toimi hyvin sillä lapset sai leikkiä keskenäänkin	Tosiaan vr-lasien toimivuus mutta merenkäynnille ei voi mitään...	Vr-laseihin monipuolisempia tehtäviä kuin mitä nyt oli. Paluumatkalla oli vähän tylsä kun tämä oli jo koettu. Ehkä joku esiintyjä ja disko.	Tämä toimi hyvin näin. Ehkä enemmän palikoita kun niitä piti välillä odottaa vapautuvaksi.

Yhdeksännessä kysymyksessä pyydettiin vastauksia avoimeen palautekyselyyn, joka suoritettiin tapahtuman aikana. Analyysi keskittyy vastausten sisällön, kielen ja merkityksen tarkasteluun akateemisesta näkökulmasta. Vastausten sisältö osoittaa laajalti positiivista palautetta tapahtumasta. Monet vastaajat korostavat erityisesti tapahtuman lapsiystävällisyyttä, kiinnostavaa ohjelmaa sekä onnistunutta järjestelyä. Lisäksi viitataan positiivisesti yhteistyökumppanin, Proton, tarjoamaan alennukseen, mikä viittaa arvon löytämiseen myös tapahtuman ulkopuolisista eduista. Vastaajat käyttivät lyhyitä, ytimekkäitä lauseita, mikä on tyypillistä avoimeen kyselyyn vastatessa. Positiiviset adjektiivit, kuten "hyvä", "kiinnostava", ja "ihana", toistuvat usein, mikä vahvistaa positiivista suhtautumista tapahtumaan. Kielen käyttö on suoraviivaista ja vilpittömän kiitollista, mikä viestii vahvaa tyytyväisyyttä. Vastausten joukosta erottuu sekä yksilöllisiä että yhteisöllisiä arvostuksia. Jotkut vastaajat keskittyvät yksilöllisiin kokemuksiinsa, kuten "vierailtiin myös Protossa" tai "hyvä että esitys oli kiinnostava myös aikuisille", kun taas toiset nostavat esiin yhteisöllisyyden tunteita, kuten "ohjaaja otti kivasti huomioon kaikki lapset" tai "kiitos kivasta tapahtumasta, tulemme kesällä uudelleen". Tämä osoittaa, että tapahtuma on onnistunut luomaan positiivisia kokemuksia sekä yksilötasolla että ryhmässä, mikä on olennainen osa tapahtuman menestystä. Positiiviset palautteet ovat elintärkeitä tapahtuman järjestäjille, sillä ne vahvistavat järjestäjien valintoja ja suunnitelmia. Erityisesti kiitoksen ilmaisut ja toistuva aikomus osallistua uudelleen tarjoavat vahvaa motivointia ja varmuutta jatkosuunnitelmille.

Taulukko 6. Kommentteja (N=26)

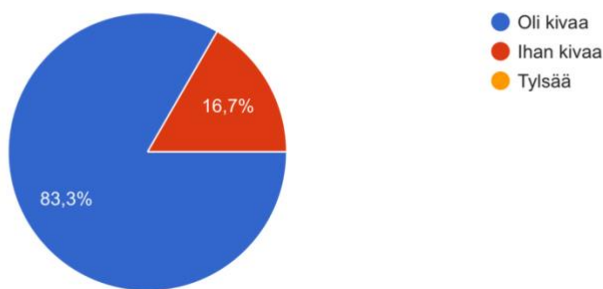
Kommentteja:

Tämä oli hyvin laivalle sopivaa tekemistä ja huomioi hyvin eri ikäiset	Hyvä tapahtuma. Vierailtiin myös Protossa Tallinnassa ja tykättiin. Kiva, kun Eckerön lipulla sai alennuksen pääsymaksusta.	Ohjaaja otti kivasti huomioon kaikki lapset ja toi mm.värityspapereita katsomossa istuville lapsille! :)	Hyvä että esitys oli kiinnostava myös aikuisille, eikä sitä iänikuista kasvomaaleja tai eläinilmapalloja
Juontaja on osaava henkilö ja osaa ottaa lapset huomioon.	Todella iloinen yllätys oli ohjelma, hienosti järjestetty. Kiitos!	Kiitos mukavasta matkasta, jatkossa valitsemme teidät!	Kiitos kivasta tapahtumasta sekä Proton alennuslipusta
Hyvä meininki!	Alles god.	Ohjelman vetäjä ihana.	Kiitos, oli mukavaa
Kiitos innostavasta tiedepläjäyksestä	Kiitos kivasta ohjelmasta!	Kiitos mukavasta matkasta!	Lapset viihtyivät, kiitos vetäjille!
Kiitos, tulemme uudestaan!	Hyvää :)	Kiitos hauska tapahtumasta!	

5.3.2 Lasten vastaukset

Ensimmäinen kysymys koski lasten viihtyvyyttä tapahtumassa. Vastausten määrällinen erottelu osoittaa, että suurin osa lapsista (25 lasta) koki aktiviteetin erittäin positiivisesti (“Oli kivaa”), kun taas pienempi ryhmä (5 lasta) ilmaisi hieman varauksellisempaa mielipidettä (“Ihan kivaa”). Tämä erottelu tarjoaa arvokasta tietoa aktiviteetin vastaanotosta. “Oli kivaa” -vastaukset viittaavat vahvaan myönteiseen kokemukseen, kun taas “Ihan kivaa” -vastaukset voivat viitata siihen, että vaikka kokemus oli pääosin myönteinen, se ei täyttänyt kaikkien lasten odotuksia tai tarpeita yhtä vahvasti. Tämä antaa järjestäjille arvokasta tietoa siitä, miten aktiviteettia voitaisiin tulevaisuudessa kehittää entistä mielekkäämmäksi kaikille osallistujille.

Miten viihdyit?
30 vastausta



Kuvio 7. Miten viihdyit? (N=30)

Toinen kysymys liittyi lasten oppimiseen. Kysyttiin kysymykseen “Opitko jotain uutta?” vastaukset vaihtelevat ja ne voidaan jakaa kahteen pääryhmään: kyllä-vastaukset ja ei-vastaukset. Ei-vastaukset on suora ja yksiselitteinen kieltävä vastaus, mikä osoittaa, että henkilö ei kokenut oppineensa mitään uutta. Kyllä-vastaukset ryhmässä vastaukset sisältävät monipuolisesti kuvauksia siitä, mitä uutta on opittu. Useat vastaukset mainitsivat konkreettisia taitoja tai kokemuksia:

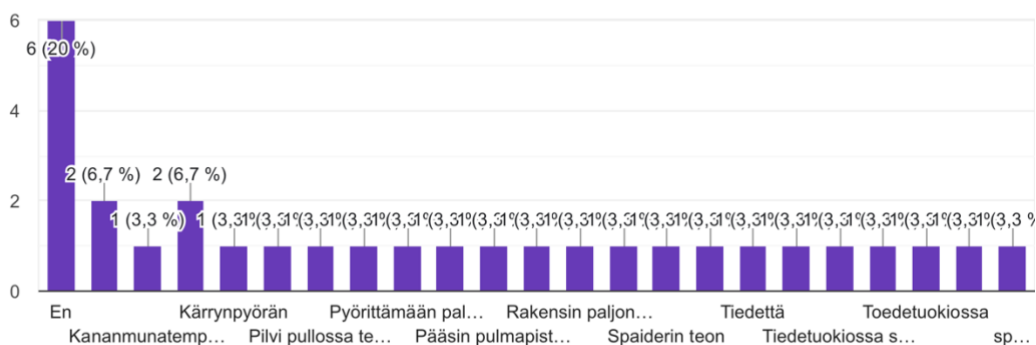
- Tiedetuokiot: Monet vastaajat ovat oppineet uutta tiedetuokiossa, esimerkiksi “pilvi pullossa” -tempu, spaiderin lennättäminen ja erilaiset tieteelliset testit.
- Rakentaminen: Osa vastaajista mainitsi rakentaneensa jotakin, kuten korkeita rakennelmia tai tornin palikoista.
- Uudet temput: Kanamunatempun ja pilvitempun kaltaiset tempaukset ovat jättäneet vaikutuksen.

- Sosiaaliset kokemukset: Uusien ystävien saaminen on myös mainittu uutena oppimiskokemuksena.

- Teknologia: Käyttämään vr-laseja ja pulmapisteiden läpäiseminen ovat esimerkkejä teknologiataitojen karttumisesta.

Opitko jotain uutta?

30 vastausta

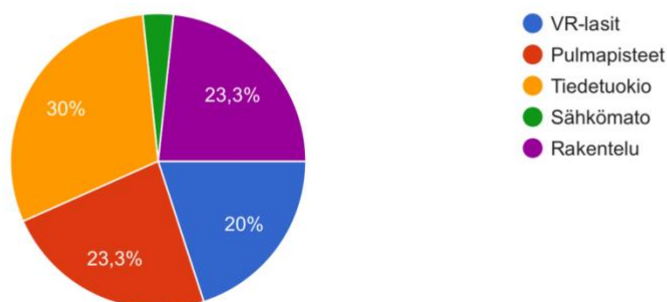


Kuvio 8. Opitko jotain uutta? (N=30)

Kolmas kysymys tarkasteli lasten lempiaktiviteettipistettä tapahtumassa. "Tiedetuokio" oli suosituin osa-alue, saaden yhteensä 9 ääntä. "Pulmapisteet" ja "Rakentelu" olivat tasavertaisesti toiseksi suosituimpia, kumpikin keräten 7 ääntä. "VR-lasit" saivat 6 ääntä, ja "Sähkömato" oli vähiten suosittu, keräten vain 1 äänen. Tästä voidaan päätellä, että paras piste tapahtumassa osallistujien mielipiteiden perusteella oli "Tiedetuokio".

Mikä oli paras piste tapahtumassa?

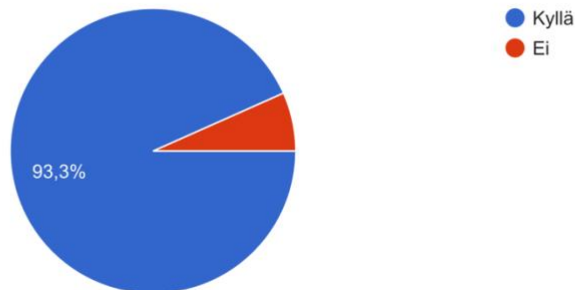
30 vastausta



Kuvio 9. Mikä oli paras piste tapahtumassa? (N=30)

Neljäs kysymys tiedusteli seurasivatko lapset tiedetuokiota. : Suuri osuus vastaajista (93,3%) seurasi Tiedetuokiota, mikä viittaa siihen, että tapahtuma kiinnosti suurta enemmistöä vastaajista tai että se oli kenties osa laajempaa ohjelmaa, johon osallistuminen oli odotettua. Pieni osuus vastaajista (6,7%) ei seurannut tapahtumaa. Tämä voi johtua monista syistä, kuten aikatauluongelmista, kiinnostuksen puutteesta tai tiedon puutteesta tapahtumasta.

Seurasitko Tiedetuokiota?
30 vastausta



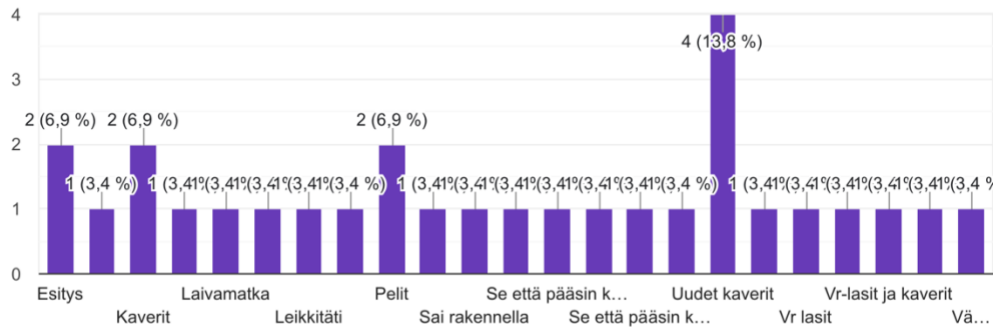
Kuvio 10. Seurasitko tiedetuokiota? (N=30)

Viides, ja viimeisellä kysymyksellä kartoitettiin mielipidettä parhaasta asiasta tässä tapahtumassa. Uudet kaverit ja ystäväystyminen oli yleisin vastaus, kun lasketaan yhteen maininnat uusista kavereista, kavereista yleensä, ja uusista ystävyssuhteista. Yhteensä tämä teema sai 8 mainintaa ("Uudet kaverit 4kpl", "Kaverit 2kpl", "Sain uusia kavereita 1kpl", "Uudet kaverit ja ohjaaja oli kiva 1kpl"). Teknologiset aktiviteetit ja pelit sai myös paljon kannatusta: VR-lasit mainittiin useasti, yhteensä 6 kertaa, mikä viittaa siihen, että teknologiset elementit olivat suosittuja. Lisäksi maininta "Pelit" sai 2 mainintaa. Tämä nostaa teknologioiden ja pelien yhteismäärän 8:aan. Ohjaajat ja henkilökunta sai kiitosta eri vastauksissa ("Ohjaaja toi väriybspapereita 1kpl", "Leikkittäti 1kpl", "Uudet kaverit ja ohjaaja oli kiva 1kpl"). Yhteensä 3 mainintaa. Luovat ja opettavaiset aktiviteetit - Kuten väriybspaperit, tiedetuokiot, ja kananmunatempu. Tämä ryhmä sai yhteensä 7 mainintaa. Muut yksittäiset maininnat - Esimerkiksi "Proto", "Korkean tornin rakentelu", ja "Laivamatka" kukin

sai yhden maininnan, mikä osoittaa tapahtuman monipuolisuutta ja erilaisten aktiviteettien arvostusta.

Mikä oli parasta tässä tapahtumassa?

29 vastausta



Kuvio 11. Mikä oli parasta tässä tapahtumassa? (N= 29)

5.4 Analyysi

Kuluttajien päätökset valita m/s Finlandia perustuvat moniin tekijöihin, kuten taloudelliseen tehokkuuteen, kansalliseen ylpeyteen, lisäpalveluiden tarjontaan, lapsiystävällisyyteen sekä logistisiin näkökohtiin. Opinnäytetyön tulokset viittaavat siihen, että lasten ja vanhempien näkökulmien huomiointi on tärkeää tapahtuman onnistumisen arvioinnissa ja kehittämisessä.

"Keksintöjen riemua merellä" -tapahtuma oli merkittävä kokemus osallistujille, koska se tarjosi monipuolista, osallistavaa ja opettavaista ohjelmaa. Tapahtuma ei ainoastaan viihdyttänyt vaan myös rohkaisi sekä lapsia että aikuisia oppimaan ja kokeilemaan uutta. Tämä analyysi osoittaa, että hyvin suunnitellut ja toteutetut perhetapahtumat voivat olla voimakkaita välineitä oppimisen ja innostuksen edistämiseksi.

Osallistujien antamat palautteet tapahtuman ilmapiiristä olivat pääasiassa positiivisia: tapahtuma koettiin iloiseksi, innostavaksi ja hauskaksi. Tämä osoittaa, että järjestäjät onnistuivat luomaan ympäristön, joka oli miellyttävä, kutsuva ja edisti aktiivista osallistumista. Lasten maininnat korostivat tapahtuman onnistumista huomioida lasten tarpeet ja kiinnostuksen kohteet, mikä on ratkaisevaa lasten tapahtumien suunnittelussa ja toteutuksessa.

Ohjaajien rooli lasten innostamisessa ja leikkeihin osallistumisessa mainittiin erityisen positiivisesti, korostaen ohjaajien merkitystä tapahtuman onnistumisessa. Tapahtuman monipuolinen ja inklusiivinen lähestymistapa, joka huomioi eri-ikäiset lapset, tukee laajemman yleisön positiivista kokemusta. Tämä viittaa siihen, että järjestäjät loivat positiivisen ja mukaansatempaavan ilmapiirin.

Lasten innostus keskittyi teknologiaan liittyviin aktiviteetteihin, kuten VR-laseihin, sekä käytännön ja vuorovaikutteisiin oppimiskokemuksiin, kuten tiedeshow'hun ja rakenteluun. Vanhemmat arvostivat aktiviteetteja, jotka tarjosivat heillekin kiinnostavaa sisältöä, kuten pulmapisteitä. Kehitysehdotukset osoittavat mahdollisuuksia tapahtuman tarjonnan monipuolistamiseksi tulevaisuudessa.

Parannusehdotukset keskittyvät teknologian toimivuuden parantamiseen, aktiviteettien monipuolistamiseen ja eri ikäryhmien tarpeiden huomioimiseen. On myös tärkeää luoda osallistavia elementtejä, jotka edistävät yhteisöllisyyttä ja aktiivista osallistumista. Tulevien tapahtumien sisällön monipuolistaminen, tilan tehokkaampi käyttö ja teknologian toiminnan varmistaminen suositellaan priorisoitavaksi.

Tapahtuma tarjosi osallistujille merkityksellisiä ja miellyttäviä kokemuksia. Lapsiystävällisyys, ohjelman monipuolisuus ja onnistuneet järjestelyt nousivat esille. Tällaisen palautteen kerääminen ja analysointi auttaa järjestäjiä ymmärtämään, mikä on erityisen onnistunutta ja mitä on parannettava. Sosiaalinen vuorovaikutus sekä uusien teknologioiden kokeileminen olivat erityisen merkittäviä nuorille osallistujille, kuten myös luovat, opettavaiset aktiviteetit ja vuorovaikutus ohjaajien kanssa.

6 Johtopäätökset

Tässä luvussa perehdytään tutkimuksen tuloksista tehtyihin johtopäätöksiin, annetaan kehitysehdotuksia Eckerö Linen ja Proto tiedekeskuksen lasten tapahtuman kehittämiseksi, ja käydään läpi tutkimuksen luotettavuutta. Lopuksi kerron omasta oppimisesta ja opinnäytetyöprosessista.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, onko Keksintöjen riemua merellä-tapahtuma onnistunut tapahtuma. Tavoitteena on antaa kehitysehdotuksia tapahtuman parantamiseksi, jotta jatkossa voidaan toteuttaa entistä onnistuneempia lastentapahtumia. Työssä tutkittiin myös, millainen on onnistunut tapahtuma. Tutkimuskysymyksiä muodostui kolme. Tutkimuskysymyksiin etsittiin vastaus teorian ja tutkimuksen avulla. Tutkimuskysymykset olivat:

- Kuinka toteuttaa onnistunut monipuolinen tapahtuma eri ikäryhmille
- Miten jatkuva uudistuminen ja houkuttelevuus voidaan saavuttaa
- Miten luodaan kilpailuetua

Tapahtuman onnistumiseen vaikuttivat monet tekijät, ja näin ollen onnistunut tapahtuma voitiin nähdä näiden tekijöiden summana. Kuten esimerkiksi Allen et al. (2008) korostaa, tapahtumien järjestäminen keskittyy olennaisesti ihmisten väliseen vuorovaikutukseen, mikä oli myös tämän nimenomaisen tapahtuman keskeinen tavoite. Onnistuneen tapahtuman moniulotteinen luonne edellytti sen tarkastelua useista eri näkökulmista, jotta onnistumista voitiin arvioida kokonaisvaltaisesti, kuten Getz (2012) sanoi. Järjestäjän näkökulmasta onnistunut tapahtuma määritellään usein tilaisuudeksi, jossa saavutetaan asetetut tavoitteet ja osallistujat ovat tyytyväisiä, kuten Bowdin et al. (2011) korosti. Osallistujien käsitykset tapahtuman onnistumisesta saattavat kuitenkin vaihdella, koska ne perustuvat henkilökohtaisiin kokemuksiin ja näkemyksiin.

Jokainen tapahtuman osa-alue vaikutti kokonaisuuteen ja siten myös onnistumiseen, joka muodostui tehtyjen valintojen pohjalta syntyvistä kokemuksista, kuten Bladen et al. (2012) korosti. Tutkimustulosten perusteella voidaan päätellä, että tapahtuma oli onnistunut niin osallistujien, järjestäjien kuin työntekijöidenkin näkökulmasta. Tapahtumalla oli selvästi hyvät edellytykset onnistua: ennen tapahtumaa selvitettiin sen strategiset ja operatiiviset kysymykset, ja aiempien kokemusten perusteella tiedettiin jo suunnitteluvaiheessa, mitkä elementit toimivat parhaiten, kuten Getz (2012) korosti. Näihin kysymyksiin saatiin kattavia vastauksia, mikä osoittaa järjestäjien huolellista suunnittelua. Suunnitteluvaiheella oli ratkaiseva merkitys tapahtuman onnistumisessa, sillä silloin tehtiin kaikki kriittiset päätökset, kuten Bowdin et al. (2011) korosti. Tapahtuma eteni läpi

kaikki prosessin vaiheet, jotka oli suunniteltu ja toteutettu tarkasti. Tämä prosessi varmisti, että tapahtuma etenee suunnitellusti ja tarkoituksenmukaisesti. Jokainen vaihe oli käytävä huolellisesti läpi, jotta tapahtuman onnistuminen voitiin varmistaa, viitaten Bladen et al. (2012).

Kyselyn vastauksista voidaan päätellä, että järjestetty tapahtuma onnistui tavoittamaan kohderyhmänsä tehokkaasti ja tarjosi osallistujille positiivisen kokemuksen. Kyselyssä ilmeni, että sekä lapset että aikuiset nauttivat tapahtumasta, mikä viittaa siihen, että tapahtuman sisältö ja järjestelyt vastasivat laajasti eri ikäryhmien odotuksia ja tarpeita. Tapahtuman valintaperusteista kävi ilmi, että osallistujat olivat päättäneet matkustaa m/s Finlandialla ensisijaisesti edullisen hinnan vuoksi. Tämä korostaa kustannustehokkuuden merkitystä tapahtumien houkuttelevuudessa. Huolimatta taloudellisesta motivaatiosta, osallistujat arvostivat myös järjestettyjä aktiviteetteja, mikä osoittaa, että tapahtuman arvo ei rajoittunut pelkästään sen taloudelliseen edullisuuteen.

Erityisesti lasten suosiossa olivat virtuaalitodellisuuslasit ja tiedetuokiot, jotka tarjosivat interaktiivisia ja opettavaisia kokemuksia. Nämä aktiviteetit edustavat nykyaikaista lähestymistapaa oppimiseen ja viihteeseen, yhdistäen teknologian ja koulutuksen elementit tavalla, joka kiehtoo nuorempaa yleisöä. Muut aktiviteetit, kuten luovat työpajat ja pelit, saivat myös osakseen positiivista palautetta, mikä viittaa siihen, että monipuolinen ohjelmatarjonta on avainasemassa erilaisten mielenkiinnon kohteiden tyydyttämisessä.

Tapahtuman ilmapiiri koettiin innostavaksi ja positiiviseksi, mikä oli olennainen osa onnistuneen tapahtuman luomista. Positiivinen ilmapiiri edistää yhteisöllisyyden tunnetta ja tekee tapahtumasta muistettavan kokemuksen osallistujille. Tämän kaltaiset havainnot ovat tärkeitä, sillä ne korostivat tapahtuman ilmapiirin vaikutusta osallistujien kokonaisvaltaiseen tyytyväisyyteen.

Yhteenvetona voidaan todeta, että kyselyn tulokset tarjosivat arvokasta tietoa tapahtuman järjestäjille, joiden tulee jatkossa pyrkiä säilyttämään ja kehittämään niitä elementtejä, jotka saivat positiivista palautetta. Jatkossa on myös tärkeää tunnistaa ja vastata paremmin niihin tarpeisiin, jotka mahdollisesti jäivät vähemmälle huomiolle, jotta tapahtuman vetovoimaisuus ja osallistujien tyytyväisyys voivat jatkuvasti kasvaa.

6.1 Kehitysehdotukset

Vaikka tapahtuma koettiin onnistuneeksi, osallistujien antaman palautteen perusteella ilmeni useita kehityskohteita, jotka voivat edistää lasten tapahtumien kehittämistä tulevaisuudessa. Kyselyn tulokset osoittivat, että osallistujat kaipasivat enemmän vaihtelevuutta ja ohjattuja aktiviteetteja lapsille. Esimerkiksi kymmenen minuutin tiedetuokiot eivät kyenneet pitämään kaikkien lasten

mielenkiintoa yllä, erityisesti kun samat tiedekokeilut toistuivat useasti. Tämä viittaa siihen, että sisällön monipuolistaminen voisi parantaa lasten kokemusta. Lisäksi teknologiset välineet, kuten virtuaaliodellisuuslasit, osoittautuivat ongelmalliseksi alueeksi. Vaikka VR-lasien odotetaan toimivan moitteettomasti, niiden käyttökokemus kärsi teknisistä ongelmista ja ulkoisista tekijöistä, kuten sääolosuhteista. Monipuolisempi teknologian hyödyntäminen ja varasuunnitelmat huonon sään varalle voisivat parantaa tapahtuman sujuvuutta ja osallistujien tyytyväisyyttä. Erityisesti iltalähdöille ehdotettiin, että tarjolla olisi enemmän viihdyttävää ohjelmaa, kuten disco tai esiintyjä. Tämä olisi erityisen arvokasta lapsille, jotka ovat jo osallistuneet päivän aktiviteetteihin ja saattavat kaivata jotain erilaista ja mielekästä toimintaa pitkän päivän päätteeksi.

Henkilökohtaisesti toimin ohjaajana ja tiedetuokion vetäjänä, ja kokemuksestani johtuen näen, että tapahtumaan olisi hyödyllistä sijoittaa useampia ohjaajia. Illan lähdöt olivat erityisen haastavia, kun väsymys alkoi painaa lapsia, ja heidän keskittymiskykynsä laski. Tällaisissa tilanteissa ohjaajien määrän lisääminen voisi auttaa hallitsemaan tilanteita paremmin ja tarjoamaan turvallisemman ja miellyttävämmän kokemuksen kaikille osallistujille. Nämä kehitysehdotukset, kuten lisäohjaajien lisääminen, monipuolisempien aktiviteettien tarjoaminen ja teknologian tehokkaampi hyödyntäminen, voivat merkittävästi parantaa lasten tapahtumien laatua ja osallistujien kokemusta tulevaisuudessa.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuus on yksi keskeisistä kysymyksistä tieteellisessä työssä, sillä se määrittää tutkimustulosten uskottavuuden ja pätevyyden. Luotettavuus voidaan jakaa kahteen pääkäsitteeseen: validiteettiin ja reliabiliteettiin. Validiteetilla tarkoitetaan sitä, kuinka hyvin tutkimus mittaa sitä, mitä se on tarkoitettu mittaamaan, kun taas reliabiliteetti viittaa tutkimuksen mittaustulosten johdonmukaisuuteen ja toistettavuuteen.

Validiteetin osalta on tärkeää varmistaa, että tutkimuksen teoreettinen viitekehys ja menetelmät ovat selkeitä ja linjassa tutkimusongelman kanssa. Kuten Creswell (2014) korostaa, valitun tutkimusmenetelmän tulee sopia tutkittavaan ilmiöön, ja tutkimusvälineiden tulee mitata tarkasti tutkimuskysymyksiä. Esimerkiksi kyselytutkimuksen validiteettia voidaan parantaa käyttämällä pilotointia ja vertaamalla tuloksia aikaisempiin vastaaviin tutkimuksiin.

Reliabiliteetti taas käsittelee mittausten tarkkuutta ja toistettavuutta. Yksi tapa arvioida reliabiliteettia on käyttää testaa-uudelleen-menetelmää, jossa sama testi annetaan samalle otokselle eri ajankohtina. Jos tulokset ovat samanlaisia, mittausta pidetään luotettavana. Toinen lähestymistapa on sisäisen konsistenssin arviointi, jossa mitataan, kuinka hyvin eri osiot mittaavat

samaa käsitettä. Nunnallyn ja Bernsteinin (1994) mukaan korkea sisäinen konsistenssi tarkoittaa, että mittaukset ovat yhtenäisiä ja tarkkoja.

Tutkimusta voidaan pitää eettisesti hyväksyttävänä, sillä se on toteutettu toimeksiantona Eckerö Linelle, jonka tavoitteena on kehittää lasten tapahtumatuotetta. Tämän opinnäytetyön tutkimuksen tarkoituksena on tarjota toimeksiantajalle relevanttia tietoa, joka tukee tutkimuksen kohderyhmän etuja. Osallistujien yksityisyydestä ja anonyymiteetista on huolehdittu asianmukaisesti. Kaikki kyselyyn osallistuneet antoivat suostumuksensa tutkimukseen perehdyttyään kyselyn johdannossa esitettyihin tietoihin tutkimuksesta ja osallistumiskäytännöistä. Haastateltaville tarjottiin mahdollisuus peruuttaa osallistumisensa haastatteluun vielä kyselyn jälkeen, ennen kuin vastaukset käsiteltiin ja purettiin.

Tutkimuksen vastaajat ovat kaikki osallistuneet kyseiseen tapahtumaan, mikä mahdollisti ajankohtaisen ja realistisen tiedon keräämisen heidän käsityksistään tapahtuman luonteesta. Aihe on sekä ajankohtainen että ajaton, mikä mahdollistaa tutkimuksen toistamisen tulevaisuudessa tai vastaavissa tapahtumissa. Tämän vuoksi tutkimus on luotettava.

6.3 Oma oppiminen ja opinnäytetyöprosessi

Aloitin tämän opinnäytetyön kirjoittamisen tammikuussa 2024. Edessä oli Keksintöjen riemua merellä-tapahtuma, jonka sain osakseni tähän työhön. Kirjoittaessani teoriaosuutta tapahtuman järjestämisestä ja sen eri vaiheista, sain syvällisen käsityksen niistä periaatteista, jotka ohjasivat itse tapahtuman sujuvaan toteutukseen. Projektin aikana minulla oli etuoikeus osallistua käytännön työskentelyyn tapahtumassa, mikä antoi laajemman näkemyksen tapahtuman kulusta ja potentiaalisista parannusmahdollisuuksista. Tämä intensiivinen mutta opettavainen prosessi tarjosi syvällistä oppia ja antoi mahdollisuuden syventyä tapahtuman järjestämisen monimutkaisiin yksityiskohtiin. Lisäksi löytyi monia hyviä kehityskohtia, joita pääsemme yhdessä Eckerö Linen kanssa työstämään seuraavaan vastaavaan tapahtumaan. Prosessi oli niin opettavainen kuin mielenkiintoinen alusta aina loppuun asti.

Lähteet

- Allen, J. (2010). *Event Planning: The Ultimate Guide to Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives and Other Special Events*. John Wiley & Sons.
- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2008). *Event Management: For Tourism, Cultural*.
- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2010). *Festival and Special Event Management (5th ed.)*. Wiley.
- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2011). *Handbook of Events*. Routledge.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2010). *Events Management*. Routledge.
- Braun, V., & Clarke, V. (2013). *Successful Qualitative Research: A Practical Guide for Beginners*. Sage.
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods (5th ed.)*. Oxford University Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage publications. Haettu osoitteesta https://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_609332/objava_105202/fajlovi/Creswell.pdf Luettu: 2.3.2024
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Sage publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage publications.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. Harper & Row.

Eckerö Line. (2024.). Eckerö-konserni. Haettu osoitteesta <https://www.eckeroline.fi/eckero-konserni> Luettu: 3.4.2024

Fowler, F. J. (2014). *Survey Research Methods* (5th ed.). SAGE Publications.

Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Butterworth-Heinemann.

Goldblatt, J. (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. Wiley.

Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2019). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. Haettu osoitteesta <https://doi.org/10.1609/icwsm.v8i1.14578n> Luettu: 2.3.2024.

Hämäläinen, T. (2023). *Merimatkojen kehitys 2000-luvulla*. Helsinki: Merimatkailun tutkimuslaitos.

IBM Blog. (2024). 7 Customer Experience Trends in 2024. Haettu osoitteesta <https://www.ibm.com/blog/7-customer-experience-trends-in-2024> Luettu: 5.4.2024

Korhonen, P., & Laine, S. (2022). Nykyajan merimatkailu. *Matkailututkimus*, 14(2), 87-102.

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, J. (2016). *Principles of Marketing*. Pearson Education.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric theory** (3. painos). McGraw-Hill.

Masterman, G. (2009). *Strategic Sports Event Management: An International Approach*. Elsevier.

Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. Jossey-Bass.

New Metrics. (2024). *Redefining Customer Experience in 2024: Key Trends Shaping the Future*. Haettu osoitteesta <https://www.newmetrics.net/insights/redefining-customer-experience-in-2024-key-trends-shaping-the-future/> Luettu: 5.4.2024

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The Experience Economy: Updated Edition*. Harvard Business Review Press.

Proto Invention Factory. (2024). Proto Invention Factory. Haettu osoitteesta <https://prototehas.ee/fi/proto/>

QuestionPro. (2024). Event Satisfaction Survey Questions: What to Ask for a Successful Event. Haettu osoitteesta <https://www.questionpro.com/blog/event-satisfaction-survey-questions/> Luettu: 5.4.2024

Richards, G., & Palmer, R. (2010). *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*. Elsevier.

Shaw, G. (2016). *Event Evaluation: Theory and Methods for Event Management and Tourism*. Oxford University Press.

Simonse, L. (2017). *Design Roadmapping*. BIS Publishers. Amsterdam.

Tallink Silja. (2024) Harri Hylkeen tarina. Haettu osoitteesta <https://fi.tallink.com/helmet-silja-resort-harri-hylkeen-tarina> Luettu 5.2.2024.

Virtanen, K. (2021). *Merimatkat Suomenlahden yli - Historiaa ja nykyaikaa*. Turku: Merihistoriallinen seura.

Viking Line. (2024) Lapset ja Ville Viking. Haettu osoitteesta <https://www.vikingline.fi/merella/lapset-ja-ville-viking/> Luettu 5.2.2024.

Liitteet

Liite 1. Google Forms-kysely

Keksintöjen riemua merellä

Tämä kysely liittyy Keksintöjen riemua merellä-ohjaajan opinnäytetyöhön. Kysely toteutetaan anonyymisti. Kyselyyn vastaamisen avulla autatte meitä kehittämään tapahtumaa, jotta saisimme siitä mahdollisimman hyvän ja se palvelisi jatkossa vielä paremmin kaiken ikäisiä osallistujia.

Ei jaettu

Mikä sai teidät valitsemaan m/s Finlandian?

Oma vastauksesi

Jos syynä ohjelmantarjonta, mikä siinä kiinnitti huomionne?

Lasten tapahtuma Proton kanssa

Esiintyjät laivalla

Muu: _____

Oletteko ennen matkustanut m/s Finandialla?

Kyllä

Ei

Jos edellisen kysymyksen vastaus oli ei, mikä sai teidät valitsemaan m/s Finlandian?

Oma vastauksesi

Mikä oli vaikuttavinta tai mieleenpainuvinta Keksintöjen riemua merellä-tapahtumassa, ja miksi?

Oma vastauksesi _____

Miten koitte tapahtuman ilmapiirin?

Oma vastauksesi _____

Millainen oli lapsenne reaktio eri ohjelmanumeroihin tai aktiviteetteihin?

Oma vastauksesi _____

Mitä haluaisitte muuttaa tai parantaa seuraavaa vastaavaa tapahtumaa varten?

Oma vastauksesi _____

Kommentteja

Oma vastauksesi _____

