

Marica Toppari

Tapahtumamarkkinointi: Case Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys

Opinnäytetyö

Kevät 2015

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tradenomi (AMK, Pk-yrittäjyys)

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Tradenomi (AMK, Pk-yrittäjyys)

Tekijä: Marica Toppari

Työn nimi: Tapahtumamarkkinointi: Case Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys

Ohjaaja: Anmari Viljamaa

Vuosi: 2015

Sivumäärä: 60

Liitteiden lukumäärä: 2

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana oli Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys. Toimeksiantona oli selvittää yhdistyksen tapahtumissa käyvien henkilöiden tietoja ja mielipiteitä kattavasti sekä tuottaa kerättyjen tietojen pohjalta tutkimus. Tutkimus voi toimia pohjustuksena mahdolliselle kehittämissuunnitelmalle. Opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa ja ideoida materiaalia, jonka pohjalta yhdistyksen toimintaa voitaisiin parantaa ja kehittää tulevaisuudessa. Opinnäytetyö voi toimia pohjustuksena varsinaiselle kehittämissuunnitelmalle.

Tulokset antoivat paljon materiaalia, jotka voivat olla hyödyllisiä, kun yhdistys alkaa päivittää palkintojärjestelmäänsä ja luoda uusia kotisivuja. Tulokset osoittivat myös, että yhdistys tarvitsee toimivamman ja järjestelmällisen markkinointisuunnitelman. Pienillä muutoksilla ja uudistuksilla voi saada koetun palvelun laatua entistä paremmaksi ja sen avulla yhdistykselle uusia jäseniä.

Opinnäytetyö koostuu tapahtumamarkkinointiin keskittyvästä teoriasta ja sen mukaan luodusta kyselylomakkeesta. Kyselylomakkeilla saaduista tiedoista koostettiin tutkimus. Lisäksi opinnäytetyössä on pieni osuus, jossa kerrotaan pääpiirteittäin kani- ja jyrsijäharrastuksen historiasta ja nykypäivästä.

Kyselyyn vastasi yhteensä 100 lasta, nuorta ja aikuista. Kyselylomakkeet jaettiin tapahtumakävijöille täytettäväksi lauantaina 28. maaliskuuta 2015 yhdistyksen järjestämässä näyttelytapahtumassa Seinäjoella.

Avainsanat: tapahtumamarkkinointi, järjestötoiminta, lemmikkieläimet, jyrsijät

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: SME Business Management

Author: Marica Toppari

Title of thesis: The event marketing: Case Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys

Supervisor: Anmari Viljamaa

Year: 2015

Number of pages: 60

Number of appendices: 2

The client of this thesis is Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys. The assignment was to get information and opinions from the visitors to events hosted by the association. This data would then lead to a study. The study can serve as a base for a possible development plan. The purpose of the thesis was to produce material and generate ideas which could improve the activities of the association in the future. The thesis can serve as a basis for the actual development plan.

The results gave a lot of data which can be useful when the association begins to upgrade their award system and create new websites. The results also showed that the association needs a more effective and systematic marketing plan. Small changes and reforms can make the perceived quality of service even better, allowing finding new members for the association.

The thesis consists of event marketing theory and a related inquiry implemented in the theoretical part. A study was compiled based on the information from the questionnaires. Additionally, the thesis has a small section which roughly describes the past and the present of the rabbit and rodent hobby.

There were a total of a hundred replies to the inquiry from children, youngsters and adults. The questionnaires were distributed to the visitors to a pet show event hosted by the association in Seinäjoki on Saturday 28 March 2015.

Keywords: event marketing, association, pets, rodents

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuva- ja kuvioluettelo	5
1 JOHDANTO.....	6
2 KANI- JA JYRSIJÄHARRASTUS.....	7
2.1 Historia.....	7
2.2 Kani- ja jyrsojäharrastus Suomessa	8
2.3 Epjy	10
3 TAPAHTUMA	12
3.1 Tapahtuma on palvelu	12
3.2 Tapahtumamarkkinointi.....	13
3.3 Kani- ja jyrsojänyyttelyt tapahtumina.....	19
4 MENETELMÄT	22
4.1 Kyselytutkimus	22
4.2 Kyselylomake.....	23
4.3 Aineiston kerääminen ja analysointi.....	30
5 TULOKSET	31
5.1 Kävijätiedot	31
5.2 Kävijöiden mielipiteet	32
5.3 Kehittämisehdotuksia.....	34
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	37
6.1 Taustatiedot	37
6.2 Tapahtuman kokeminen.....	40
6.3 Yhdistyksen toiminnan kehittäminen.....	46
6.4 Tiivistelmä toimenpidesuosituksista	54
6.5 Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimusehdotukset	55
LÄHTEET	56
LIITTEET	58

Kuva- ja kuvioluettelo

Kuva 1. Yhdistyksen logo.....	11
Kuva 2. Tapahtumamarkkinointi markkinointiviestinnän kentässä	15
Kuva 3. Tapahtumien tuotannon eri vaiheet.....	18
Kuva 4. Kuljetuslaatikoita näyttelypaikalla.....	21
Kuva 5. Luettelo	26
Kuva 6. Pukukilpailu.....	27
Kuva 7. Palkinnot	28
Kuva 8. Mainoskyltti	30
Kuvio 1. Ikäjakauma.....	31
Kuvio 2. Sukupuoli, jäsenyys ja osallistuminen.....	31
Kuvio 3. Lemmikkien määrä taloudessa.....	32
Kuvio 4. Tieto näyttelyn järjestämisestä.....	32
Kuvio 5. Harrastuksen aktiivisuus.....	33
Kuvio 6. Tapahtuman ilmapiiri.....	33
Kuvio 7. Väliaikakisojen määrä.....	34
Kuvio 8. Epjyn jäsenedut.....	34
Kuvio 9. Kurssin teema.....	35
Kuvio 10. Näyttelyn ominaisuudet.....	35

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys ry. Epjy on perustettu vuonna 1992 ja sen hallitukseen kuuluu tällä hetkellä seitsemän jäsentä. Yhdistyksen toimenkuvaan kuuluu kaniiden ja jyrsijöiden oikeanlaisesta hoidosta tiedottaminen, harrastajien opastaminen ja yhteen saattaminen sekä erilaisten yleisötapahtumien järjestäminen. Tämä opinnäytetyö käsittelee nimenomaan yhdistyksen järjestämiä näyttelytapahtumia sekä niiden kehittämistä. Opinnäytetyö kertoo mitä tarkoitetaan käsitteellä tapahtumamarkkinointi: mistä se koostuu, millainen työkalu se on ja mitkä ovat tapahtumaa koskevat riskitekijät sekä millä keinoilla niitä voidaan välttää. Opinnäytetyö summaa ja tekee pientä listaa muistettavista asioista tapahtumaa suunnitellessa ja järjestettäessä.

Tutkimuksen tavoitteena on saada monipuolisesti tietoa yhdistyksen tapahtumissa käyvistä henkilöistä, jotta yhdistykselle saataisiin koostettua heistä erilaisia segmenttejä, joita yhdistys voi lähteä tulevaisuudessa lähestymään uusia markkinointikeinoja apunaan hyödyntäen. Tarkoituksena on myös kartoittaa henkilöiden suhtautumisia ja mielipiteitä sekä testata yhdistyksen ja sen jäsenetujen tunnettavuutta. Työ sisältää myös paljon tapahtuman kokemiseen liittyviä asioita sekä kehittämisehdotuksia. Tulokset antavat tietoa erilaisten asioiden riippuvuussuhteista ja näkökulmia sekä pohjustusta mahdolliselle kehittämissuunnitelmalle.

Opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta ja tutkimusosuudesta. Teoriaosuus on jaettu kahteen pienempään osaan työn selkeyden vuoksi. Ensimmäinen osuus käy läpi ja perehdyttää lukijaa kaniiden ja jyrsijöiden harrastamisen historiaan ja nykypäivään. Toinen osuus käsittelee tapahtumamarkkinointia. Tutkimusosuudesta löytyvät käytetyt tutkimusmenetelmät, kyselyn tulokset sekä lopuksi kattavat johtopäätökset.

2 KANI- JA JYRSIJÄHARRASTUS

Jyrsijöiden suuren suosion lemmikkeinä selittää osaksi niiden kyky sopeutua. Ne ovat kaiken kaikkiaan helppohoitoisia, ne lisääntyvät suhteellisen helposti ja tästä ovatkin seurauksena hyvin monet ja viehättävät väri- ja turkkimuunnokset. Tämä taas on johtanut valikoivaan kasvatukseen, josta käytetään myös nimitystä jalostaminen, ja jälkeläisten käyttämiseen näyttelyissä. Terävistä hampaistaan huolimatta jyrsijät ovat äärimmäisen lempeitä eläimiä, etenkin jos ne ovat pienestä pitäen totuneet käsittelyyn. Niiden vaatimattomat tarpeet sekä ruoan kuin asumuksenkin suhteen ja edullinen hinta ovat yhdessä aiheuttaneet sen, että niistä on hyvin nopeassa ajassa kehkeytynyt äärimmäisen suosittuja lemmikkejä lasten keskuudessa kaikkialla maailmassa. (Alderton 1990, 14.)

Nykypäivän lemmikkijyrsijät ovat useimmiten laboratoriokannan jälkeläisistä jalostettuja. Kaikki ne samat ominaisuudet, mitkä viehättivät aikoinaan tiedemiehiä, esimerkkinä kesyrottien älykkyys, viehättävät yhä myös lemmikkien omistajia ja -harrastajia. (Alderton 1990, 15.)

2.1 Historia

Pikkujyrsijöiden harrastaminen, lemmikkikasvatus ja näyttelyttäminen ovat peräisin suhteellisen myöhäiseltä ajalta, 1800-luvun loppupuolelta. Tuohon aikaan tavallisten kotieläinten joukkoon alkoivat ilmestyä niin kutsutut ”rotuhiiret”. Nämä varhaiset muunnokset olivat lukuisten nykyaikaisten lajien esi-isiä. Toisaalta lemmikkihiiret ovat tunnettu käsitteenä jo muinaisessa Japanissa. Jo silloisen lemmikkihiiri-innoksen myötä myös lemmikkirotat alkoivat nostattaa suosiotaan. Alun perin niiden suosio ei tosin yltänyt pienempien sukulaistensa tasolle. Lemmikki- eli nykyisten kesyrottien historia on vaiheiltaan hyvin ja yllättävänkin kirjava, mutta nykypäivänä niiden suosio on tasaisessa kasvussa. (Alderton 1990, 10 – 11.)

Gerbiileitä ja hamstereita pidetään kahtena ”uutena lajina”, koska ne on hyväksytty lemmikeiksi vasta tämän vuosisadan puitteissa. Toisaalta tuntuu hieman oudolta mieltää niinkin suuren suosion saaneet lajit kuin gerbiili ja syyrianhamsteri melko

uusiksi tulokkaiksi lemmikkimaailmassa. Molemmista lajeista löytyy jo erittäin kattava joukko mitä erilaisimpia muunnoksia (eli rotuja) ja uusia muunnoksia kehitetään yhä jatkuvasti. Chinchillojen historia poikkeaa paljonkin muiden lemmikkijyrsijöiden historiasta, sillä niitä on alun perin pidetty ja kasvatettu turkiskäyttöön. Vaikka chinchilloja kasvatetaan yhä mitä moninaisimmissa väreissä, niistä on tullut myös suosittuja lemmikkieläimiä. Muut jyrsijät, kuten vaikka esimerkiksi kääpiöhamsteri, näyttävät tulevan entistä suosittummiksi sitä mukaa, kun ihmiset oppivat arvostamaan näitä pikkunisäkkäitä lemmikkieläiminä. (Alderton 1990, 10 – 11.)

2.2 Kani- ja jyrsijäharrastus Suomessa

Kani- ja jyrsijäharrastuksen katsotaan alkaneen Suomessa noin 1980-luvun taitteessa. Tuohon aikaan eläinkauppojen ohella maastamme löytyi jo henkilöitä, jotka lisääntyttävät säännöllisesti eläimiään ja myivät näitä eteenpäin lemmikeiksi. Varsinainen kasvattaminen ja tavoitteellinen jalostaminen alkoivat luultavasti 1990-luvun puolella. Ympäri maastamme alettiin koota samanhenkisiä harrastajia yhteen, jonka seurauksena hyvin pian saivat alkunsa maamme laji- ja paikallisyhdistykset. Yhdistysten visio olemassa olostaan on jokseenkin muuttunut, mutta pääpiirteittäin toiminnan on katsottu pysyneen samana. Yleisötapahtumiksi laskettavat näyttelyt ovat edelleen tänä päivänä suurimmassa suosiossa ja yhdistyksien näkyvintä toimintaa. Näyttelyluokat jaetaan pääasiassa kahteen pääluokkaan. (Toppari, 2009.)

Pet -luokka on nimensä mukaan lemmikkiluokka, jossa arvostellaan kanin tai jyrsijän lemmikkimäisyyttä: tehdyt hoitotoimenpiteet, luonne ja käsiteltävyys. Luokkaan saavat osallistua kaikki lajista, rodusta, väristä, tatuoinneista (kanit) tai muista seikoista riippumatta. Eläimen ei näin ollen tarvitse edustaa mitään tietynlaista rotua tai muunnosta. Ulkomuotoluokka on luokka, johon osallistuvat tatuoidut (kanit) ja rekisteröidyt jyrsijät. Toiselta nimitykseltään ulkomuotoluokka eli kanin tai jyrsijän ulkomuotoa verrataan olemassa olevaan rotumääritelmään eli standardiin. Luokka on suurimmaksi osaksi kasvattajien ja jalostustoimintaa harjoittavien harrastajien suosiossa. Tähän luokkaan eläin tulee valmistella siten, että se esiintyisi ulkomuodollisesti parhaiten edukseen. (Toppari, 2009.)

Kaikenlaiset opetuskurssien järjestämiset ovat jääneet pienemmälle määrälle kysynnän laskettua ja tiedon saanti on nykypäivänä erilaista kuin ennen. Aikaisemmin lemmikin omistajan kontaktit liittyen lemmikkiin olivat karkeasti ottaen eläinkauppa (kauppiaana olo ei vaadi perehtymistä lajeihin), eläinlääkäri (mielletään kalliina ja turhana rahastamisena sekä mitä tulee eksoottisiin pienlemmikkeihin, niin hinnat nousevat entisestään eikä hoito välttämättä ole niin asiantuntevaa kuin mitä sen kuuluisi olla) sekä kirjaston kirjat (paljon vanhaa ja jopa väärää tietoa, pahat käännösvirheet täysin mahdollisia). Yhdistysten ja kasvattajien yksi suurimmista tavoitteista oli saada ihmiset ymmärtämään lemmikkikanien ja -jyrsijöiden oikeanlaista hoitoa, asumuksen vaatimuksia, virikkeiden tarpeellisuudesta ja mikä on kullekin lajille ominainen ruokavalio. (Toppari, 2009.)

Lajiyhdistyksiä (käytetään myös nimitystä alalajiyhdistykset) löytyy maastamme tällä hetkellä seitsemän. Kaikkia alalajiyhdistyksiä ei löydy listalta, sillä liittoon kuuluminen on vapaaehtoista. Lajiyhdistyksellä tarkoitetaan yhdistystä, joka palvelee ja ajaa kunkin oman lajinsa eräänlaisia etuja ja tiedottamista. Lajeilla tarkoitetaan esimerkiksi kania, marsua, kesyrottia ja niin edelleen. (Toppari, 2009.)

Paikallisyhdistys toimii nimenomaan jollakin tietyllä alueella maassamme. Suomi on mittakaavaltaan suuri, minkä vuoksi se on pyritty jakamaan yhdistysten kesken pienempiin toiminta-alueisiin. Näin ollen jokaisella alueella järjestetään resurssien mukaan tapahtumia ja aktiviteetteja eikä harrastajien tarvitse arjen ohella matkustaa viikonloppuisin älyttömän pitkiä matkoja ympäri Suomea. Toki tätäkin harrastetaan, riippuen minkälaisia tapahtumia kenelläkin on milloinkin tarjolla. (Toppari, 2009.)

Liiton toiminta kattaa koko maan. Sen tarkoituksena on edistää kani- ja jyrsijäharrastusta, kasvatusta ja näyttelytoimintaa Suomessa ja toimia suomalaisten kani- ja jyrsijäyhdistysten keskusjärjestönä. Tarkoituksensa toteuttamiseksi liitto järjestää erilaisia kaneja ja jyrsijöitä käsitteleviä teemapäiviä, ylläpitää listaa kani- ja jyrsijätuomareista, ylläpitää listaa kani- ja jyrsijäkasvattajista ja harjoittaa alaan liittyen neuvonta- ja julkaisutoimintaa. Suomen Kani- ja Jyrsijäliitto ry on suomalaisten jyrsijä- ja kaniyhdistysten kattojärjestö. Sekä lajia harrastavat että paikalliset yhdistykset kuuluvat siihen. Suomen Kani- ja Jyrsijäliitto ry on koko maan kattava liitto, jonka tarkoituksena on saattaa yhteen puhdasrotuisten jyrsijöiden ja kaniiden harrastajat

sekä edistää edellä mainittujen eläinten kasvatusta. (Suomen Kani- ja Jyrsijäliitto ry.)

Suomen Kani- ja Jyrsijäliiton (SKJL) alayhdistyksiin kuuluvat seuraavat:

- Suomen Lemmikkichinchillat ry (SLC) perustettu vuonna 1991
 - Suomen Gerbiiliyhdistys ry (SGY) perustettu vuonna 1994
 - Suomen Hamsteriyhdistys ry (SHY) perustettu vuonna 1989
 - Suomen Näyttely- ja Lemmikkihiiret ry (SNL) perustettu vuonna 1994
 - Suomen Kesyrötyyhdistys ry (SKeY) perustettu vuonna 1988
 - Kaniininkasvattajat ry perustettu vuonna 1943
 - Suomen Lemmikkikanit ry (LeKa) perustettu vuonna 2012
- (Suomen Kani- ja Jyrsijäliitto ry.)

Suomen Kani- ja Jyrsijäliiton paikallisyhdistyksiä ovat;

- Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys ry (EPJY 1992)
 - Jyväskylän Kani- ja Jyrsijäyhdistys ry (JKJY 1996)
 - Pirkanmaan Nakertajat ry (PiNa 1988)
 - Oulun Seudun Jyrsijäharrastajat ry (OSJH 1993)
 - Pohjois-Pohjanmaan Kani- ja Jyrsijäyhdistys ry (PPKJY 2007)
- (Suomen Kani- ja Jyrsijäliitto ry.)

Lajia harrastavia paikallisyhdistyksiä, jotka toimivat lajiyhdistyksen tai lajiyhdistysten alaisuudessa löytyy maastamme yksi: Lounais-Suomen Kesyröty- ja Gerbiiliyhdistys ry (LSKGY). Yhdistys on perustettu vuonna 1992 alun perin nimellä Turun ja Porin läänin Kesyrötykerho. Yhdistykseksi rekisteröinti tapahtui uuden nimen kera vuonna 1995. Yhdistys toimii Suomen Kesyrötyyhdistys ry:n ja Suomen Gerbiiliyhdistys ry:n alayhdistyksenä ja noudattaa näiden näyttely- ja muita sääntöjä. (Suomen Kani- ja Jyrsijäliitto ry.)

2.3 EPJY

Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys ry (virallinen lyhenne Epjy) on rekisteröity paikallisyhdistys, joka on perustettu kaveriporukalla vuonna 1992 useiden innostuneiden harrastajien pyynnöstä. (Kuva 1) Yhdistys toimii kattojärjestönsä Suomen Kani- ja

jyrsijäliiton jäsenyhdistyksenä ja pyrkii toiminnallaan kokoamaan yhteen kani- ja jyr-sijäharrastajia; kasvattajia, lemmikkien omistajia kuin myös kaneista ja jyrsijöistä kiinnostuneita henkilöitä Etelä-Pohjanmaan alueella. Toimintaan kuuluu oleellisesti muun muassa Pet Show -tyyppisten näyttelyiden järjestäminen neljä kertaa vuo-
dessa. Myös virallisia luokkia, näyttelykuljetuksia ja kursseja järjestetään aina mah-
dollisuuksien mukaan. Yhdistys pyrkii myös lisäämään tietoa kani- ja jyrsijöiden
oikeanlaisesta hoidosta ja näin ollen parantamaan pienten lemmikkieläinten hyvin-
vointia ja elinoloja. Yhdistys ylläpitää kasvattajalistaa vastuuntuntoisista ja hyväksi
katsotuista kasvattajista, joita suosittelemme ilomielin uutta pörröistä perheen jä-
sentä etsittäessä. Yhdistyksen jäseniä yhdistää yhdessä toteutettu Rodentia-nimi-
nen jäsenlehti, joka ilmestyy värillisenä paperiversiona neljä kertaa vuodessa. Etelä-
Pohjanmaan Jyrsijäyhdistyksen hallitus koostuu vakituisesti 5 - 8:sta hallituksen jä-
senestä, jotka työskentelevät vapaaehtoisesti Epjyn parissa ja heidän avullaan ta-
pahtumista pyritään luomaan yhdistyksen jäsenten toiveiden mukaisia. Yhdistyksen
toiminnasta päättää hallitus, mutta yhdistyksen jäsenet pitävät toiminnan aktiivisena
ja muodostavat itse yhdistyksen. (Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys ry.)



Kuva 1. Yhdistyksen logo.

3 TAPAHTUMA

3.1 Tapahtuma on palvelu

Suomi on tapahtumarikas maa. Tapahtumien tarkoituksena on tarjota osallistujilleen viihdettä, jännitystä sekä sosiaalisuutta. Tapahtumien katsotaan myös olevan eräänlaisia vapaaehtoistyön näyteikkunoita, koska suurin osa maassamme järjestettävistä tapahtumista pyörivät talkoovoimin. (Iiskola-Kesonen 2004, 3.)

Talkoovoimin järjestetyn tapahtuman tekijöillä ei välttämättä ole resursseja ja aikaa selvittää mahdollisen yleisön mieltymyksiä ennakkoon, jolloin tapahtuman ohjelma saattaa jäädä tottumuksesta samankaltaiseksi kuin ennen. Se voi myös jäädä toteuttamaan pelkästään järjestäjiensä mieltymyksiä. Toisaalta järjestäjien maku voi osoittautua samankaltaiseksi kuin osallistujienkin, joka taas takaa tapahtuman onnistumisen. (Kauhanen 2002, 12.)

Jotta tapahtuma olisi menestyksellinen, vaatii se järjestäjiltään kunnon paneutumista siihen, että ihmiset todella viihtyvät ja mitä tapahtumalla halutaan tarjota. Tapahtumat ovat karkeasti ajateltuna hyvin samanlaisia kuin palvelut. Ne ovat aina enemmän tai vähemmän aineettomia. Tapahtumasta jää osallistujalla käteen ainoastaan hänen omakohtainen kokemuksensa, joten jokaisella on oma mielipiteensä siitä, oliko tapahtuma onnistunut vai ei. Tapahtuma muodostuu teoista tai tekojen sarjoista. Ne suoritetaan ja vastaanotetaan osittain samanaikaisesti. Tapahtuman onnistumiseen vaikuttavat joka kerta osallistujien kokemukset ja heidän osallistuminen, joten tapahtuman onnistumista ei kyetä ennakoimaan. Tapahtumaa ei myöskään voida varastoida, täysin havainnollistaa etukäteen tai myydä eteenpäin. (Iiskola-Kesonen 2004, 16.)

On tärkeää muistaa, että tapahtumaa suunniteltaessa, sitä saa ja pitääkin johtaa, kehittää sekä hallita. Järjestäjätahon on pystyttävä hahmottamaan kaikki tapahtumaan kuuluvat osa-alueet, eikä tapahtumaa saa jättää oman onnensa nojaan, kehittymään itsekseen. On tiedostettava, miten tapahtuman eri osa-alueet kytkeytyvät toisiinsa ja minkälaisilla toimenpiteillä niihin voidaan vaikuttaa. Tapahtuman osa-

alueiden tulisi kuulua saumattomasti yhteen. Järjestelyiden seuraamisen ja etene-
misen kannalta vastuunjako on tärkeää. Kun tapahtuma jaetaan kokonaisuudesta
pienempiin osiin, saadaan vastuuta jaettua useammille henkilöille. Termi asiakas
kuuluu hyvin läheisesti palveluajatteluun, mutta sitä ei välttämättä aina voida käyttää
sellaisenaan, esimerkiksi talkoovoimin toteutettavissa tapahtumissa. (Iiskola-Ke-
sonen 2004, 16).

Taloudellinen onnistuminen on osana onnistunutta tapahtumaa. Tämä tulee ottaa
huomioon etenkin silloin, kun tapahtumaa järjestetään useammin kuin kerran tai
jopa säännöllisesti. (Kauhanen 2002, 12.)

Asiakkaat eivät koe ostavansa pelkästään palveluja tai tuotteita, vaan näiden kah-
den yhdessä tuottamia hyötyjä. Asiakkaat ostavat eri tekijöistä muodostuvia tarjoo-
mia eli eräänlaisia palveluita, joiden kautta varsinaisen arvon koetaan syntyvän. Toi-
sin sanoen asiakkaat etsivät ongelmiinsa ratkaisuja tai paketteja, joita he kykenevät
hyödyntämään siten, että he saavat niistä itselleen jotain tietynlaista arvoa. (Grön-
roos 2001, 26 - 27.)

Kun kilpailijoiden ydintuotteet ovat hintatasoltaan ja laadultaan suhteellisen saman-
laisia, ei hintakilpailuun lähteminen ole kannattavaa. Hintakilpailu voi toisinaan
osoittautua tehokkaaksi keinoksi hetkellisesti, mutta useimmiten sillä tarkoitetaan
hintojen alentamista, jolloin tuotto kärsii. Tuottojen karsiminen on aina pois muista
erottumisen kilpailuedun ylläpitämisestä ja kehittämisestä. Sen sijaan lisäpalvelui-
den tarjoamisen katsotaan olevan avainasemassa itse ydintuotteen ohella. (Grön-
roos 2001, 28.)

3.2 Tapahtumamarkkinointi

Tapahtumamarkkinointi on toimintaa, joka tavoitteellisella, vuorovaikutteisella ta-
valla yhdistää organisaation ja sen kohderyhmät valitun teeman ja idean ympärille
tapahtumaan, joka on toiminnallinen kokonaisuus. (Vallo & Häyrinen 2008, 19).

Tapahtumamarkkinoinnilla tarkoitetaan siis toimintaa, jossa nimensä mukaan luo-
vasti yhdistyvät sekä tapahtuma että sen markkinointi. Nykypäivänä alati lisääntyvä

tiedottaminen ja informaatiotulvat ovat saaneet aikaan sen, etteivät erilaisten yhteisöjen viestit pääse enää erottumaan ja tavoittamaan kohderyhmäänsä. Pelkästään muiden organisaatioiden viesteistä erottuminen jo luo itsessään kilpailua ja haasteita. Tavanomainen massamarkkinointi ei saa enää nykypäivänä aikaan samantilaista vaikutusta kohderyhmässään kuin ennen. Näin ollen tapahtumamarkkinoinnista on alkanut vähitellen kehittyä vaikuttava markkinointiviestinnän vaihtoehto. (Vallo & Häyrinen 2008, 19 - 24, 28.)

Tapahtumamarkkinoinnissa on tärkeää, että se mielletään yhtenä osana organisaation markkinointistrategiaa. Tällöin sen tehtävänä on tavoitteellisesti rakentaa tai vahvistaa entisestään organisaation imagoa tai organisaation tarjoamien palveluiden ja tuotteiden tunnettavuutta. Tavoitteena voivat olla myös näkyvyyden hankkiminen, oman henkilökunnan motivointi, opastaminen tai valmentaminen, nykyisten asiakassuhteiden säilyttäminen ja lujittaminen tai kokonaan uusien yhteistyökumppaneiden, jäsenten ja asiakkaiden hankkiminen. Yhdistyksessä tapahtumamarkkinoinnin päämäärät ovat muun muassa jäsenten hankinta sekä saada nämä uudet jäsenet aktiivisesti mukaan yhdistyksen toimintaan. Tarkoituksena on myös tehdä järjestön toimintaa tunnetuksi sekä tuoda toiminnan merkitystä tasokkaasti suuren yleisön tietouteen. (Vallo & Häyrinen 2008, 19 - 24, 28.)

Tapahtumamarkkinoinnista on tullut 2000-luvulle siirryttäessä huomattavasti kohdistetumpaa. Nykyisin mietitään yhä tarkemmin, mitä järjestetään, miten järjestetään ja kenelle. Tapahtumissa kävijät alkavat yleensä ottaen olla jo melko ”kaiken” nähneitä ja kokeneita, jolloin kilpailu kävijöiden ajasta edelleen kasvaa. Näin ollen tapahtuman tulee sisällöltään tarjota jonkinlainen vastine osallistujan kuluttamalle ajalle. Tapahtumamarkkinoinnille on ominaista, että itse tapahtuma on ennalta suunniteltu, tapahtuman kohderyhmä ja tapahtumakohtainen tavoite ovat määritellyjä sekä se, että tapahtumassa onnistuvat sen tarkoituksenmukainen kokemuksellisuus, interaktiivisuus ja elämyksellisyys. Tapahtuman ydin muodostuu kuitenkin aina henkilöiden välisessä kohtaamisessa. (Vallo & Häyrinen 2008, 19 - 24, 28.)

Laajemmin ajateltuna tapahtumamarkkinoinnilla voidaan kuvastaa järjestettyä tilaisuutta, jossa organisaatio ja potentiaaliset asiakkaat kohtaavat. Tapahtumaan voi lisäksi kuulua organisaation palveluiden sekä tuotteiden myyntiä tai markkinointia,

jolloin myös tapahtumasponsorointi kuuluu oleellisesti kuvioihin mukaan. (Vallo & Häyrinen 2008, 19.)

Tapahtumasponsoroinnista on kyse silloin, kun organisaatio päättää hyödyntää jonkin tapahtuman imagoa omaan tarkoitukseensa. Organisaatio tekee tapahtumajärjestäjän kanssa sopimuksen, jossa se tietynlaista korvausta vastaan saa oikeuden olla mukana tapahtumassa ja pääsee kommunikoimaan tapahtuman osallistujien kanssa. (Vallo & Häyrinen 2008, 20.)

Tapahtumamarkkinoinnin avulla voidaan edesauttaa organisaation markkinointiviestinnän osa-alueiden tavoitteisiin pääsyä. Samalla myös markkinointiviestinnän eri keinoja voidaan hyödyntää vastaavasti tapahtumamarkkinoinnissa. Tapahtumamarkkinointi soveltuu monipuolisuutensa vuoksi markkinointiviestinnän keinoksi, koska se on itsenäisesti toimiva, kykenevä hyödyntämään muitakin markkinointiviestinnän keinoja sekä toimimaan näiden työkaluna. Haluttu tavoite saavutetaan, kun tapahtumamarkkinointia yhdistetään luovasti osaksi organisaation muita markkinointitoimenpiteitä. (Muhonen & Heikkinen 2003, 75 - 76.)



Kuva 2. Tapahtumamarkkinointi markkinointiviestinnän kentässä. (Muhonen & Heikkinen 2003, 76).

Näitä keinoja (Kuva 2) voidaan hyödyntää tapahtumamarkkinoinnin apuna, vaikka niitä kaikkia ei välttämättä aina tarvita. Yhdessä ne luovat kuitenkin toimivan markkinointimixin ja ilman niitä kyseessä on pelkkä tapahtuma. (Muhonen & Heikkinen 2003, 75 - 77.)

Mainonta. Tapahtumamarkkinointiin on suositeltavaa kytkeä mainonnan eri keinot sekä hyödyntää tapahtumaa itseään mainonnan teemana. Mainonta ja viestintä parantavat yhdessä mahdollisuuksia saavuttaa tavoitteet. Lisäksi tapahtuman aikana saa tapahtumapaikalla mainostaa. (Muhonen & Heikkinen 2003, 75 - 77.)

Myynti. Henkilökohtaisen myyntityön ja myynninedistämisen harjoittaminen tapahtumassa ovat suotavaa, mikäli kyseessä ovat messut tai tapahtumaa muuten sallitsen. Näytteiden jakamisen tai muun tällaisen toiminnan ei saa millään tavalla häiritä tai ahdistaa asiakkaita. Järjestävän organisaation henkilöstön rooli on erittäin tärkeä, sillä heidän tehtävänä on luoda kontakteja sekä kerätä myynnille hyödyllistä palautetta. Vasta tapahtuman jälkeen ovat nähtävissä henkilökohtaisen myyntityön tuottamat tulokset. (Muhonen & Heikkinen 2003, 75 - 77.)

Suhdetoiminta. Tapahtumamarkkinointi lasketaan eräänlaiseksi suhdetoiminnaksi, minkä vuoksi tapahtumissa kannattaa kaikki resurssit hyödyntää suhteiden hoitamiseen. Julkisuuden hyödyntäminen tapahtumamarkkinoinnissa on ensi sijaisen tärkeää ja mikäli tällainen julkisuusarvon omaava tapahtuma saadaan aikaiseksi, kannattaa viestintä hoitaa taitavasti. (Muhonen & Heikkinen 2003, 75 - 77.)

Sponsorointi. Sponsoroinnin oikea merkitys hämärtyy monesti. Se voidaan liittää tapahtumamarkkinointiin, mutta ei ole tapahtumamarkkinoinnin onnistumisen kannalta pakollinen toimenpide. Suhdetoiminta ei myöskään toimiakseen vaadi organisaatiolta erikseen minkäänlaista sponsorointia. Sponsoroinnilla ei koskaan voida korvata suhdetoimintaa. (Muhonen & Heikkinen 2003, 75 - 77.) (Kuva 5)

Tapahtumalle on ominaista profiloida jollain tapaa sitä järjestävää organisaatiota sekä sen edustajia. Tällainen personointi voi olla tapahtumamarkkinoinnin kannalta joko erinomainen tai sitten äärimmäisen huono asia. Onnistunut tapahtuma luo po-

sitiivisen mielikuvan ja rakentaa organisaatiolle hyvää mainetta. Tapahtuman tarkoitus luoda positiivisia ajatuksia saattaa kääntyä myös pääläelleen, jolloin sekä organisaatiosta että sen edustajista saatu maine ja mielikuvat ovatkin negatiivisia. Negatiiviset mielikuvat saattavat myöhemmin heijastua myös organisaation tarjoamiin palveluihin, tuotteisiin, toimintaan tai jopa sen henkilöstöön. Tällaiseen tilanteeseen johtaneita syitä voi olla useita. Tapahtuma on saattanut olla ali- tai ylimitoitettu, järjestelyt ovat puutteelliset, kävijöiden odotukset eivät täyty, kohderyhmä ei koe, että sitä olisi puhuteltu oikein tai isäntien käytös on ollut jollain tavoin huonoa. (Vallo & Häyrinen 2008, 27.)

Ihmiset kohtaavilla isännillä on loppujen lopuksi huomattavan suuri rooli tapahtuman onnistumisen kannalta. Isännät muodostavat tapahtuman sydämen ja rakentavat eräänlaisen sillan ohjelman ja vierailijoiden välille. Heidän tulee erottua muista henkilöistä esimerkiksi yhtenäisen vaatetuksen tai nimikylttien turvin. Isäntien tulee olla sitoutuneita rooliinsa ja tehtävänsä hyvin hoitavia, jotta tapahtumassa vierailevat kävijät tuntisivat olonsa tervetulleiksi. Isännän tulee olla sosiaalisesti kyvykäs ja hänen on otettava vierailijat huomioon tasapuolisesti. Tapahtuman isännät ovat yleisesti ottaen melkein aina oman tapahtumansa järjestäjiä. Näin ollen isännän eli järjestäjän tulee todella olla täysillä mukana luomassa tapahtumalle positiivisia kasvoja. Lisäksi hänen tulee huolehtia vierailijoista ja osata vastata kaikenlaisiin kysymyksiin saniteettitilojen sijainnista ohjelmanumeroiden aikatauluihin. (Vallo & Häyrinen 2008, 215 - 219.)

Isännän tulee sisäistää ja ymmärtää, että hän on töissä tilaisuudessa ja suurelta osin vaikuttamassa tapahtuman onnistuneessa läpiviennissä. Isännän olemuksen tulee kertoa tapahtumassa vierailijoille tapahtuman mielekkyydestä ja viihtyvyydestä. Sopivasti aktiivinen, motivoitunut, avulias ja ulospäinsuuntautunut isäntä osaa jalkautua vierailijoiden joukkoon sulavasti sekä asettua heidän asemaansa. Ympäristöä tulee huomioida laajalti, ongelmatilanteita ratkoa ja iloisen rupattelija isännän rooli saattaa toisinaan vaihtua kahvin kaatajasta vaikkapa liikenteenohjajaksi tai taitavaksi verkostoitujaksi. Hyvän isännän tulee osata tapahtuman yksityiskohdat ja olla tietynlaisessa valmiudessa, mikäli jokin asia menee pieleen. Kiitettävällä toiminnallaan isäntä kykenee pelastamaan tapahtuman siten, ettei vierailija

edes välttämättä muista, että jokin asia olisi mennyt pieleen. (Vallo 2009, 30, 50, 55 - 56, 87.)

Tapahtuma on eräänlainen prosessi (Kuva 3), joka koostuu kolmesta eri vaiheesta; aikaa vievästä suunnitteluvaiheesta, päivän tai pari kestävästä toteutusvaiheesta ja jälkimarkkinointi vaiheesta, joka useimmiten jää organisaatioilta ontuvasti puoli tiehen. Jälkimarkkinointivaihe kattaa noin pari viikkoa tapahtuman järjestämisestä, kun tuo kyseinen tapahtuma on vielä kaikilla tuoreessa muistissa. Tuona aikana tapahtumajärjestäjän tulee lähettää jonkinlainen kiitos tapahtumaan osallistuneille eli toisin sanoen osoittaa arvostuksensa kaikille mukana olleille. Jälkimarkkinointiin kuuluu oleellisesti myös palautteiden kerääminen sekä niiden systemaattinen työstäminen. Palautteista koostettu yhteenveto on syytä käydä läpi ja analysoida tarkoin silloisen tapahtumajärjestäjäporukan kesken, sillä jokaisesta kerrasta voi oppia jokainen jotain. On tärkeää saada tietoa siitä, miten osallistujat ovat kokeneet tapahtuman, ovatko suunnitteluvaiheessa asetetut tavoitteet toteutuneet, mikä oli onnistunut ja mitä olisi voitu tehdä toisin. Yhteenveto kannattaa dokumentoida niin itselle kuin tulevillekin tapahtumajärjestäjille eräänlaiseksi työkaluksi, jota voi tarpeen tullen hyödyntää, kun toteutetaan jatkosuunnitelmia tuleville tai vastaavanlaisille tapahtumille. (Vallo & Häyrinen 2008, 168, 171, 174.)

TAPAHTUMAMARKKINOINTI
1. suunnitellaan ja tutkitaan
2. määritellään kohderyhmät
3. asetetaan mittavat tavoitteet – imaginääriset ja numeraaliset
4. laaditaan toimintasuunnitelma ja viestintäsuunnitelma
5. laaditaan budjetti
6. sitoutetaan ihmiset ja yhteistyökumppanit
7. koulutetaan isännät ja sisäinen markkinointi
8. toteutetaan tapahtuma
9. tutkitaan päästiinkö tavoitteisiin.

Kuva 3. Tapahtumien tuotannon eri vaiheet. (Muhonen & Heikkinen 2003, 114).

3.3 Kani- ja jyräjänäyttelytapahtumina

Näyttelytapahtumissa vierailee kaiken ikäisiä lemmikkikanien ja -jyräjöiden ihailijoita. Joukkoon kuuluu niin kasvattajia, perus harrastajia, tavallisia lemmikin omistajia kuin myös henkilöitä, jotka ovat vain kiinnostuneita kaneista ja jyräjöistä. Näyttelyt ovat aina kaikelle yleisölle avoimia tapahtua, eikä niissä käyminen velvoita oman kanin tai jyräjän hankintaa tai omistamista. Kani- ja jyräjänäyttelyt ovat mielenkiintoinen harrastus ja oikein mukavia koko perheen tapahtumia. (Oulun seudun jyräjäharrastajat ry.)

Näyttelyn kulku alkaa siten, että henkilön saapuessa paikalle hänen tulee ensimmäisenä etsiä yhdistyksen infopöytä. Infopöydän luona hoidetaan ilmoittautuminen, eli sieltä luovutetaan ennakkoon ilmoittautuneiden näyttelynumerot, ostetaan näyttelyluettelo, hoidetaan mahdolliset raha-asiat ja poissaolijat. Infopöydällä hoidetaan myös jälki-ilmoittautuminen tai sieltä henkilöt mahdollisesti ohjataan oikeaan paikkaan, mikäli jälki-ilmoittautuminen suoritetaan järjestelysystä jossain muualla. Tämän jälkeen marsut tulee Suomen marsuyhdistyksen sääntöjen mukaan viedä ja läpäistä eläinentarkastus. (Epjyn näyttelysäännöt.)

Näyttelyyn ei osallistua eläin, joka omaa ulkoloisia tai sieni-infektioita. Myös sairaan, tiineen, imettävän, vihaisen, alaikäisen (eläin on alle 2kk vanha) tai hyvin vanhan eläimen (ei enää parhaissa voimissaan) tuominen näyttelyyn on kiellettyä. Näitä näyttelysääntöjä rikkomalla eläin tulee todennäköisesti saamaan EVA –merkinnän (EVA on lyhenne sanoista Ei Voida Arvostella) eikä eläimen ilmoittaneella henkilöllä ole tällöin mahdollista saada maksettua näyttelymaksua takaisin. (Epjyn näyttelysäännöt & Oulun seudun jyräjäharrastajat ry.)

Näyttelytarkastuksen jälkeen vuorossa on näyttelynumeroiden kiinnittäminen kunkin eläimen kuljetuslaatikkoon ja kukin eläin tulee toimittaa kullekin lajille osoitetuille pöydille tai paikoille (Kuva 4). Eläimet tullaan arvostelemaan numerojärjestyksessä ja tuomarin pöydälle eläimet tulee kuljettamaan kunkin lajin assistentti. Ainoastaan marsuilla omistaja toimittaa itse eläimensä vuorollaan tuomarille arvosteltavaksi (näyttelylautaa voi käyttää). Mikäli samassa kuljetuslaatikossa on useita samaa sukupuolta ja väriä edustavia eläimiä, tulee omistajan osoittaa assistentille mikä eläin on mikä tai kuljetuslaatikon päälle voi kirjoittaa pienet ja selkeät ohjeet tuomarille,

miten eläimet erottaa toisistaan. Tuomarin vieressä istuu sihteeri, joka kirjaa tuomarin antamat kommentit arvostelukaavakkeelle. Tuomaria ei saa häiritä eikä tuomarin työskentelyyn saa puuttua. Mahdolliset kysymykset tulee esittää tuomarille koko näyttelyn jälkeen, kun kaikki eläimet on arvosteltu. Tuomarilla saa kertoa arvostelun sisällöstä suullisesti yleisölle ja jakaa näyttely- tai hoitoon liittyviä vinkkejä. Eläintä arvostellaan noin muutaman minuutin ajan eikä sen tarvitse osata mitään temppeja. Eläintä ei myöskään ”juoksuteta” koiramaiseen tyyliin remmissä. Eläimen tulee olla kiltti ja käsiteltävissä. Arvosteluun vaikuttavat oleellisesti eläimen luonne, tehdyt hoitotoimenpiteet, yleiskunto ja käsiteltävyys. Arvosteluissa käytetään kunkin lajin lajijyhdistyksen asettamia sääntöjä. Arvostelun päätyttyä assistentti palauttaa eläimen kuljetuslaatikossaan takaisin kullekin lajille osoitetulle pöydälle tai paikalle. Kuljetuslaatikon päällä on eläimen saama arvostelu kirjallisena ja tämän eläimen omistaja saa jo hakea omakseen. (Epjyn näyttelysäännöt & Oulun seudun jyrtsijäharrastajat ry.)

Olisi suotavaa, että eläin viettäisi turvallisuus syistä koko päivän kuljetuslaatikossaan, johon sille on varattu riittävästi tuoreruokaa ja syömistä. Näyttelytilanne voi olla pienelle eläimelle (etenkin ensikertalaiselle) stressaava tilanne, joten se voi käyttäytyä arvaamattomasti ja päästä vahingossa putoamaan ikävin seurauksin. Yhdistykset eivät korvaa tämän kaltaisia vahinkotilanteita, vaan jokainen eläin on näyttelytapahdumassa omistajansa vastuulla. Arvostelujen päätyttyä tuomari vetäytyy hetkeksi miettimään päivän aikana arvostelemaansa eläimiä. Tämän jälkeen on palkintojen jako. Mikäli eläimiä on paljon, voivat arvostelut kestää pitkälle iltapäivään saakka. Palkintojen jako hetkeä kannattaa jäädä seuraamaan, sillä joskus tulokset voivat yllättää. (Epjyn näyttelysäännöt.)

Perinteisen palkintojen jaon jälkeen päivän kunkin lajin paras eläin jää vielä osallistumaan niin kutsuttuun BIS -luokkaan. Lyhenne tulee englannin kielisistä sanoista Best in show, mikä tarkoittaa näyttelyn parasta. BIS kehässä kaikki eläimet tullaan palkitsemaan, mutta ne sijoitetaan ensin paremmuus järjestykseen. Paremmuusjärjestyksestä neuvottelevat ja päättävät kaikkien lajien tuomarit yhdessä. Eläimen on hyvä olla paikalla, jotta muutkin tuomarit voivat sitä halutessaan tarkastella ja käsitellä. Eläin ”arvostellaan” sitä arvostelleen tuomarin puheiden ja arvostelulomakkeen perusteella, joten tässä vaiheessa päivää ei enää ole niin suurta merkitystä,

mikäli eläin on pitkän päivän jälkeen ymmärrettävästi vähän väsynyt tai hieman rasvoittunut kaikesta käsittelyn määrästä. (Epjyn näyttelysäännöt.)



Kuva 4. Kuljetuslaatikoita näyttelypaikalla.

4 MENETELMÄT

4.1 Kyselytutkimus

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä hyödyntää tilastollisia, laskennallisia ja täsmällisiä menetelmiä. Tilastoihin nojaavan tutkimusmenetelmän tuottaminen perustuu empiirisen aineiston hankintaan, josta muodostuu tutkimuksen havaintoaineistoa. Tämän kyseisen havaintoaineiston pohjalta voidaan muodostaa yleistyksiä, joiden tehtävänä on selittää tehtyjä päätelmiä erilaisista ilmiöistä. Määrällisessä tutkimuksessa ollaan useimmiten kiinnostuneita erilaisista syy- ja seuraussuhteista, luokitte- luista sekä vertailuun perustuvien tapahtumien ja ilmiöiden selittämisestä. Uskotta- van tilaston luomiseksi tutkimuksessa on syytä ottaa huomioon tutkittavan kohde- ryhmän koko ja haluttujen vastausten yksityiskohtaisuus, sillä tällä tutkimusmene- telmällä ei voida tuottaa laadukkaita tuloksia yksilökeskeisesti. (Joensuu & Sippola 2011.)

Kysely on yksi käytetyimmistä menetelmistä kerätä informaatiota. Kyselyyn perus- tuvan tutkimuksen etuja ovat sen tehokkuus ja nopeus. Sen kysymyspatteriston avulla kyetään keräämään hyvinkin laaja tutkimusaineisto, sillä menetelmä mahdol- listaa sen, että suurelta määrältä henkilöitä voidaan kysyä lukuisia asioita. Kyselyille on ominaista, että ne tuottavat numeroihin nojautuvia tuloksia, joita kyetään tarkas- telemaan tilastollisesti. Vakiotulkinnan perusteella kvantitatiivinen tutkimus tuottaa jokseenkin pinnallista, mutta siitä huolimatta luotettavaa tietoa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 108.)

Kyselylomakkeen ja valmiiden vastausvaihtoehtojen tehtävänä on minimoida vas- taajan ponnistelut sekä vähentää mahdollisten vastausvirheiden määrää. Vastaus- virheitä voi syntyä jo pelkästään haastattelijan ja vastaajan välisessä kommunikaatiossa, kun toinen pyrkii tulkitsemaan toisen henkilön epämääräisiksi osoittautuneita vastauksia. (Holopainen & Pulkkinen 2012, 42.)

Strukturoidussa haastattelussa eli lomakehaastattelussa kysymysten muotoilu sekä järjestys ovat kaikille vastaajille identtiset. Tarkoituksena on, että kysymysten merkitys on kaikille vastaajille sama ja näin ollen vastausvaihtoehdot on annettu valmiina. (Aaltola & Valli 2001, 26.)

4.2 Kyselylomake

Kyselylomake (Liite 1) sisälsi viisitoista kysymystä. Näistä neljätoista ensimmäistä oli strukturoituja kysymyksiä, eli vastaaminen tapahtui ”rasti ruutuun” – tyyppisesti. Viimeinen kysymys oli vapaamuotoinen kohta, jossa vastaaja sai johdattelemattomasti ja avoimesti kertoa toiveitaan ja kehittämisehdotuksiaan suoraan yhdistykselle.

Kyselylomakkeessa on useita kysymyksiä liittyen väliaikakisoihin. Väliaikakisat ovat kiva pieni lisä näyttelypäivään ja niiden tarkoitus on tuoda jotain pientä aktiviteettia näyttelyn väliajoille. Väliaikakisat rantautuivat Ruotsista ja niiden tarkoitus oli kohottaa harrastajien ryhmähenkeä sekä ehkäistä väliajoilla ilmennyttä tylsyyttä, mikä johtui odottelusta ja tekemisen puutteesta. Väliaikakisoihin voivat ottaa osaa kaikki eläimet, säännöt voivat hieman poiketa eri yhdistysten välillä, mutta päätavoitteena kaikkialla on yhteinen hauskanpito. Väliaikakisojen luomisessa on vain mielikuvitus rajana, minkä vuoksi niitä kehitellään jatkuvasti lisää. Väliaikakisat voivat olla myös ihmisille suunnattuja, jolloin kyseessä ovat piirustus-, taide- ja valokuvauskilpailut. Näyttelyilmoittautumisohjeissa on yleensä osallistujille ennakoon tietoa siitä, tapahtuuko kuvien piirtäminen ja ottaminen ennakoon kotona vai vasta näyttelypaikalla. Kaikista väliaikakisoista sekä niiden teemoista ja tiedoista on aina ennakoon tietoa yhdistyksien kotisivuilla. Esimerkkejä eläimille järjestettävistä väliaikakisoista: (Toppari, 2009.)

Syöntikisat. Kaikessa yksinkertaisuudessaan lemmikille annettu herkkupala tulee syödä niin nopeasti kuin mahdollista. Lemmikin omistaja saa istua tai seistä, mutta eläimen hallinnasta on pidettävä huolta. Omistaja saa pitää herkusta kiinni tai antaa sen kokonaan eläimelle. Eläinten tulee olla siten, ettei näkyvyys esty eli mieluiten pöydällä ja siten, että tuomari näkee eläimet selvästi. Syöntikisoja on järjestetty mitä erilaisimmilla herkuilla: persilja, porkkana, omena, kurkku, paprika, selleri ja niin

edelleen. Yleisimmät, suosituimmat ja kaikille lajeille varmasti soveltuvat vaihtoehdot ovat kurkku ja maissi. (Marsumaaailma.)

Pukukilpailu. Yleensä on suotavaa, että pukukilpailuihin on annettu ennalta jonkinlainen teema, mutta se ei ole välttämätöntä. Ideana on, että hauskin, taidokkain ja mieleenpainuvuin puku voittaa. Eläimen rauhallinen käytös, viihtyvyys ja esiintyminen katsotaan plussana. On tärkeää, että eläimellä on hyvä olla, eikä se koe tilannetta stressaavana. Pukukisoja järjestetään usein, koska puvut ovat hauskoja ja niitä on kivaa suunnitella ja toteuttaa yksin tai porukalla. (Marsumaaailma.)

Pari/yhdennäköisyys kilpailu. Parikilpailussa tarkoituksena on ilmoittaa ja esittää kaksi mahdollisimman saman näköistä eläintä tuomarille. Yhdennäköisin pari voittaa. Eläinten ei tarvitse olla saman henkilön omistamia, vaan ne voivat olla kenen tahansa. Jos näyttelypaikalta löytyy sattumoisin joku eläin, jossa näet yhdennäköisyyttä oman lemmikkisi kanssa, niin kannattaa rohkeasti mennä kysymään, jos eläintä saisi lainata tätä kilpailu varten. Yhdennäköisyys kilpailu saattaa joskus mennä sekaisin parikilpailun kanssa ja päinvastoin. Näillä ei sinänsä ole muuta eroa kuin se, että parikilpailussa kisaavat eläimet parina, kun taas yhdennäköisyyskilpailussa kisaavat eläin ja omistaja parina. Kilpailussa arvioidaan siis omistajan ja lemmikin yhdennäköisyyttä. Tuomarille tulee osoittaa samankaltaisia piirteitä eläimen ja omistajan välillä. Esimerkiksi: Omistajan hiukset ja lemmikin turkki voivat olla samankaltaisia, omistajan paita ja eläimen näyttelylauta, valjaat tai kuljetuslaatikko voivat olla saman värisiä ja niin edelleen. Mielikuvitusta vaativa laji tämäkin. (Marsumaaailma.)

Kesyrottien agility sekä gerbiilien silppuri- tai kuulantyöntökisat ovat lajikohtaisia lajeja, mikä tarkoittaa sitä, että nämä lajit ovat suunnattu vain näiden lajien kisattaviksi. Paikallisyhdistyksen järjestäessä näitä lajeja, ne voivat olla joko epäviralliset tai viralliset. Epävirallisten kisojen järjestäminen ei ole käytännössä keneltäkään pois eikä vaadi todella tarkkaa paneutumista sääntöihin. Tavallisen näyttelykävijän mielestä tällaiset lajit tai näytökset (kisaaminen ei tietenkään ole pakollista epävirallisessa kisassa) ovat hauskaa seurattavaa, jolloin ne keräävät paljon yleisöä. Suotavaa kuitenkin olisi, että nämä kesyrottien agility, gerbiilien kuulantyöntö sekä gerbiilien silppurikisat järjestettäisiin virallisesti, jolloin säännöt ovat ennalta luodut ja kaikille selvät sekä tuomari on takuulla koulutettu ja osaava. Nämä kilpailulajit myös

kerryttävät lajiyhdistyksien parissa vuoden voittaja pisteitä. Vuoden voittaja on eläin, joka on kerännyt koko vuoden aikana eniten pisteitä kyseisissä lajissa (vain lajiyhdistyksen viralliseksi hyväksymät kisat otetaan tilastoihin mukaan) ja näin ollen se kyseinen eläin saatetaan palkita lajiyhdistyksen toimesta vuoden voittajana. (Toppari, 2009.)

Taustatiedot (kysymykset 1 - 5). Ensimmäisen kysymyksen tarkoituksena oli selvittää vastanneiden henkilöiden ikä ja sitä kautta kartoittaa millaisen ikäjakautaman vastaajat yhdessä muodostavat. Yhdistyksen tapahtumissa käyvien henkilöiden ikää tiedustelemalla voidaan kehittää eri kohderyhmien markkinointia.

Toisella kysymykselle pyrittiin selvittämään henkilön sukupuoli. Sukupuoli kuuluu iän kanssa samaan demograafiseen segmenttiin. Tämänkaltaisia kysymyksiä kysyttäessä markkinointia kyetään hyödyntämään ja differoimaan tehokkaammin.

Kolmas kysymys koski jäsenyyttä, eli oliko vastaaja Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistyksen jäsen vai ei. Vastaukset auttavat kartoittamaan paikalla olleiden jäsenten määrää ja tätä niin sanotusti elävää lukua kyetään myöhemmin kysyttäessä vertailemaan tähän nyt saatuun tulokseen. Sama pätee myös toiseen lukuun eli myöhemmin voidaan myös vertailla tapahtumassa käyvien henkilöiden määrää, jotka eivät ole yhdistyksen jäseniä.

Neljännän kysymyksen tarkoituksena oli kartoittaa, oliko henkilö tämän päivässä tapahtumassa itse näytteilleasettajana vai osana katselevaa ja kannustavaa yleisöä. Kysymyksellä haettiin käytännössä sitä tietoa, että oliko henkilö tapahtumassa maksavana asiakkaana vai ei. Täsmennyksenä vielä, että näytteilleasettaja on aina varmasti maksava asiakas, sillä hän on maksanut näyttelyilmoittautumisensa yhdistykselle joko ennakoon tai näyttelypäivän aamuna. Tuloksella voidaan myös selvittää sitä tietoa, että moniko henkilö ilmoittautui ja maksoi osallistumisesta ennakoon (tietoa hyödynnetään jonkin verran tapahtuman budjettia laadittaessa) ja moniko henkilö maksoi kalliimmasta jälki-ilmoittautumisesta.

Viides kysymys haki vastauksia siihen, että löytyykö taloudesta kaneja ja/tai jyrsijöitä. Vastaajilla saattoi myös olla usean eri lajin kohdalla merkintä. Kyselylomakkeesta löytyi myös kohta; muu, mikä, johon jokaisella oli mahdollisuus vastata vapaasti, mikäli omisti kaniin ja jyrsijöiden lisäksi tai pelkästään jotain muuta, mitä

lomakkeesta ei löytynyt valmiina. Kysymyksen tarkoituksena oli kartoittaa erilaisten kohderyhmien olemassa oloa ja määriä nykypäivänä. Tietoa voidaan hyödyntää jälleen kohdemarkkinoinnissa ja pitää silmällä yhdistyksen seuraavan vuoden toimitasuunnitelmaa laadittaessa.



Kuva 5. Luettelo.

Tapahtuman kokeminen (kysymykset 6 - 11). Kysymyksellä kuusi haettiin informaatiota siitä, miten kyseinen henkilö on löytänyt tiedon tämän tapahtuman järjestämisestä. Kysymyksellä oli tarkoituksena testata, mikä markkinointikanava osoitautui tämän tapahtuman kohdalla näkyvimmäksi. Tulos auttaa kehittämään yhdistyksen markkinointia tulevaisuudessa.

Seitsemäs kysymys koski kunkin vastaajan näyttelyharrastuksen aktiivisuutta. Näitä tietoja voidaan hyödyntää tilastollisesti vertaamalla esimerkiksi ikään ja sukupuoleen. Kysymys auttaa myös löytämään kiinnostuneiden henkilöiden määrän, jotka eivät kuitenkaan syystä tai toisesta harrasta.

Kysymyksellä kahdeksan koetettiin saada yleiskuvaa tapahtuman ilmapiiristä, koska sillä on tapahtuman onnistumisen kannalta oleellisen suuri merkitys. Vaihtoehtoja oli annettuna viisi, jotta yhdistykselle saataisiin riittävän kattava kuva koetun tapahtuman ilmapiiristä kokonaisuutena. Kyselylomakkeeseen vastaavien henkilöiden on helpompi mieltää ja vastata valmiiksi annettujen adjektiivien pohjalta. Usein törmää vaihtoehtoihin kuten osittain samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä, mutta tämän tyyppiset vastausvaihtoehdot voivat tarkoittaa eri ihmisille niin erilaisia asioita ja aiheuttaa epäselvyyttä tuloksia analysoitaessa.

Kysymys yhdeksän käsitteli väliaikakisoja ja sitä, että mitä mieltä vastaaja oli niiden määrästä tässä kyseisessä näyttelyssä. Määrän kysyminen oli olennaista siksi, että tiedon valossa voidaan kehittää paremmin yhdistyksen tapahtumien tarjontaa sisällöllisesti. Lisäksi se toimi alustavana kysymyksenä seuraavalle kysymykselle.

Kohdassa kymmenen vastaajan tuli asettaa viisi suhteellisen tavallista ja tuttua väliaikakisaa paremmuusjärjestykseen. Mikäli vastaaja ei ollut koskaan kuullutkaan näistä, sai hän luvan jakaa äännet sen mukaan, mikä kuulosti parhaimmalta tai jättää kohdan täyttämättä. Vaihtoehtoina olivat kurkun- tai maissinsyöntikilpailu, kesyrottien agility, pukukilpailu (Kuva 6), pari- tai yhdennäköisyyskilpailu ja gerbiilien silpuri- tai kuulantyöntökisat. Asteikko toimi siten, että numero yksi edusti parasta vaihtoehtoa ja numero viisi huonointa vaihtoehtoa. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, mitkä lajit olivat vastaajien mielestä mieluisimpia, jotta niiden järjestämiseen voitaisiin tulevaisuudessa varautua ja paneutua entistä paremmin. Kysymyksien kymmenen ja yksitoista vastaukset kerättiin tukkimiehen kirjanpitoa apuna hyödyntäen. Tällöin jokainen ääni kullekin asialle kerättiin omaan sarakkeeseensa helpottamaan lopullista laskentaa.



Kuva 6. Pukukilpailu.



Kuva 7. Palkinnot.

Kysymys yksitoista pyrki kartoittamaan vastaajien mieltymyksiä erilaisten palkintojen (Kuva 7) suhteen. Tarkoituksena oli selvittää millaiset palkinnot pokaalien ja rosettien rinnalla ovat arvostettuja. Asteikko toimi siten, että numero yksi edusti mieluisinta vaihtoehtoa ja numero viisi kehnointa vaihtoehtoa. Liite 2 sisältää koosteen Epjyn perinteisistä näyttelysijoituksista ja -taulukoista. Nämä sijoitukset palkitaan yleensä aina rosetein tai jopa joissain määrin myös pokaalein. Kyselylomakkeen kysymyksen oli tarkoitus kartoittaa, mitä muita mahdollisia pikku palkintoja näyttelyharrastajat arvostavat perinteisten rosettipalkintojen ohella. Ei ole itsestään selvää, että näyttelyissä kaikki automaattisesti saavat jonkin palkinnon. Palkinnot koetaan kuitenkin tärkeänä asiana, joten lahjoitettujen palkintojen määrää ei ole koskaan rajoitettu. Toiminta halutaan kuitenkin myös palkintoja silmällä pitäen pitää mielekkäänä. Palkintojärjestelmää on pyritty kehittämään erinäisillä palkintolahjoituksilla, sponsoreiden avulla ja välillä myös hallituksen jäsenet tai itse yhdistys ovat hankineet yhteistuumin jotain rosettien ohelle.

Yhdistyksen toiminnan kehittäminen (kysymykset 12 - 15). Kysymyksellä kaksitoista pyrittiin selvittämään kyselylomakkeisiin vastanneiden henkilöiden tietämystä liittyen Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistyksen jäsenille kuuluvista neljästä jäsenedusta. Vastausvaihtoehtoja oli alun perin neljä, mutta vastaajat olivat lisänneet omin päin viidennen vastausvaihtoehdon: Ei tiennyt mistään.

Kysymys kolmesta oli tavallaan jatkoa edelliselle kysymykselle. Sen tarkoituksena oli saada selville kiinnostavin teema tällä hetkellä, mikäli yhdistys järjestäisi jälleen pitkästä ajasta jonkin kurssin. Valmiita vaihtoehtoja oli annettuna kolme ja lisäksi oli neljäs kohta, johon vastaaja sai itse kirjoittaa millainen teema miellyttäisi eniten, mikäli sellaista ei jo valmiiksi heitettyistä aihepiireistä löytynyt.

Kysymyksellä neljätoista haettiin informaatiota siitä, mitä asioita vastaajat pitivät tärkeinä ominaisuuksina näyttelyiden järjestämisessä. Tällä informaatiolla pystyttiin kartoittamaan, mitkä asiat vaikuttivat ja tulevat todennäköisesti tulevaisuudessakin vaikuttamaan vastaajan viihtyvyyteen ja tyytyväisyyteen. Valmiita vaihtoehtoja oli annettuna viisi sekä yksi vapaamuotoinen kohta.

Kohdassa viisitoista jokainen sai kertoa vapaasti ehdotuksiaan ja toiveitaan. Kirjoittamista sai tarvittaessa jatkaa lomakkeen kääntöpuolelle. Kyselylomakkeeseen oli alusta asti tarkoitus tulla yksi avoin kysymys, koska lomakkeen laatija ei koskaan osaa kysyä kaikkea tarpeellista tai huomioida kaikkea oleellista kyselylomaketta täyttävän henkilön näkökulmasta. Kysymyksen oli tarkoitus olla sellainen, jossa saa jokainen tuoda omia asioitaan ilmi ja ihan vain sen takia, ettei mitään jäisi niin sanotusti ”hampaan koloon”. Suullisesti saatu palaute pääsee helposti muovautumaan tai jopa unohtumaan päivän varrella ennenkö se pääsee kirjattuun muotoon asti. Näin ollen oli hyvä ja tarpeellista, että tällainen palautekohta oli sisällytetty myös tähän lomakkeeseen eikä sitä lähdetty hankkimaan muilla keinoilla. Edellä olleet kysymykset saattoivat osaltaan toimia ajatuksia herättelevinä lämmittelykysymyksinä vastaajalle, sillä avoin kysymys yksistään ei varmasti olisi saanut aikaan näin montaa ja tämän laatuista vastausta.

4.3 Aineiston kerääminen ja analysointi

Kyselyyn vastasi nimettömästi kaiken kaikkiaan 107 henkilöä. Tutkimuksen tuloksissa on otettu huomioon sadan paikalla olleen henkilön vastaukset. Seitsemän vastausta jätettiin tutkimuksen ulkopuolelle, sillä jotkin kyselylomakkeen vastaukset olivat keskenään täysin identtiset eli todennäköisesti saman henkilön täyttämät ja muutaman lomakkeen täyttö oli jäänyt jostain syystä pahasti kesken.

Aineisto kerättiin Seinäjoella 28.maaliskuuta. Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys järjesti tuolloin Megakeskuksen tiloissa sijaitsevan Mustin & Mirri – liikkeen kanssa Pet Show tapahtuman. Kyselylomakkeista oli ollut mainintaa ennakkoon sekä Facebookissa että kotisivuilla. Myös näyttelypaikalta (kuva 4) löytyi kuusi A4 kokoista kylttiä, joissa kerrottiin kyselylomakkeiden löytyvän yhdistyksen infopisteeltä. Jokainen kyselylomakkeeseen vastannut henkilö sai vaivannäöstään palkkioksi ilmaisen kahvin tai vaihtoehtoisesti 0,33l Fanta -tölkin. Kahvit ja limsat kustansi opinnäytetyön tekijä itse.

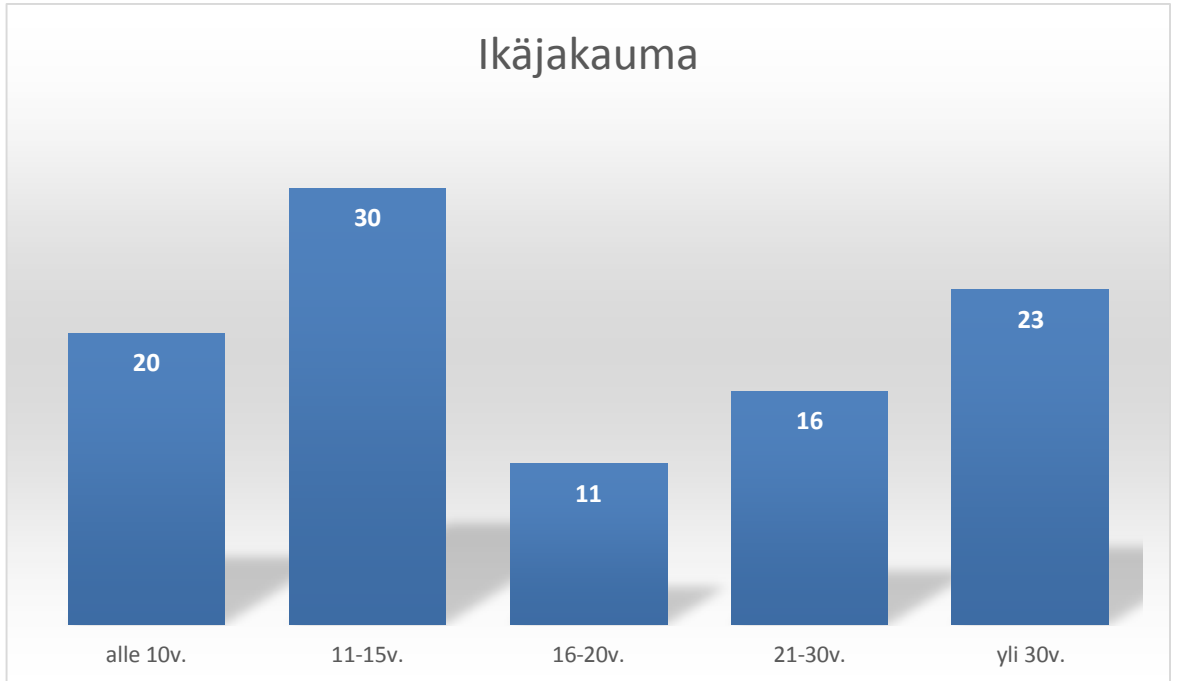
Kyselylomakkeiden kysymyksien vastaukset käytiin yksitellen kohta kohdin läpi ja arvojen syöttämisessä hyödynnettiin Exceliä. Arvojen tarkistamisessa hyödynnettiin puhtaasti niin kutsuttua tukkimiehen kirjanpitoa, jotta määrien laskeminen olisi sujuvaa ja vaivatonta.



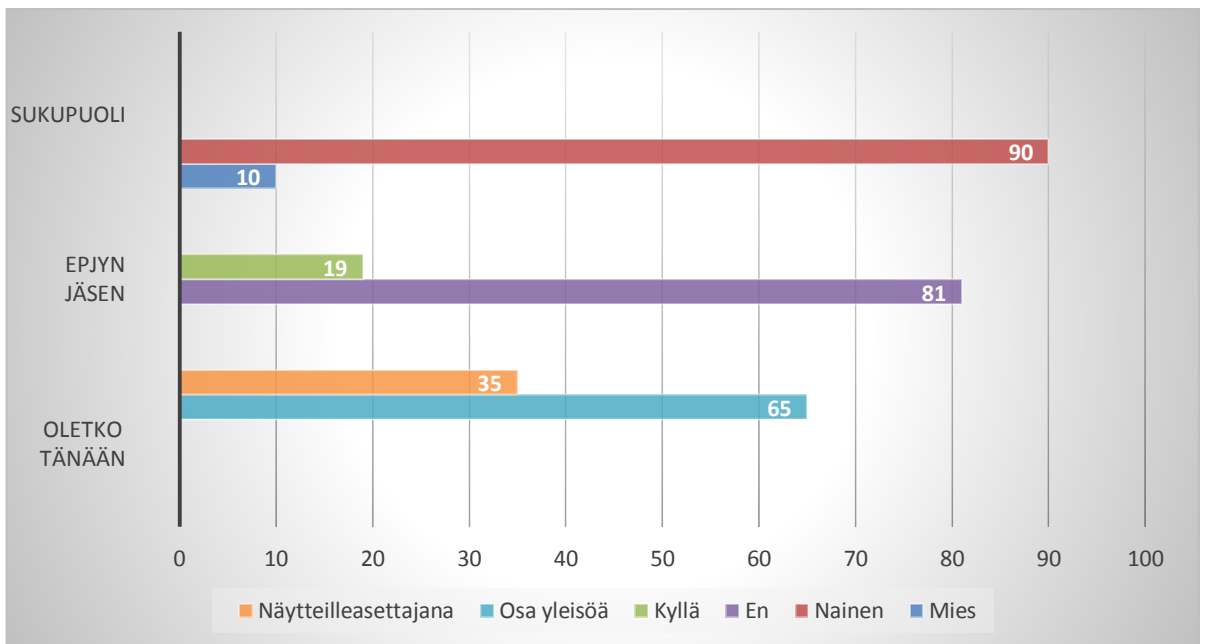
Kuva 8. Mainoskyltti.

5 TULOKSET

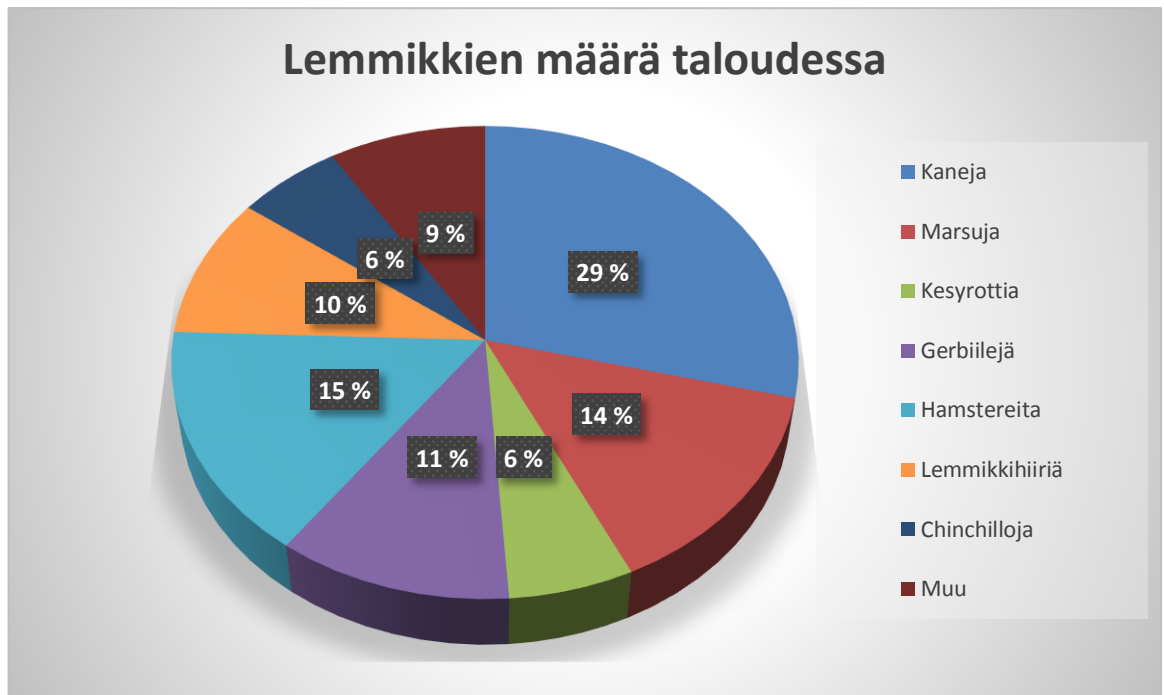
5.1 Kävijätiedot



Kuvio 1. Ikäjakautuma.

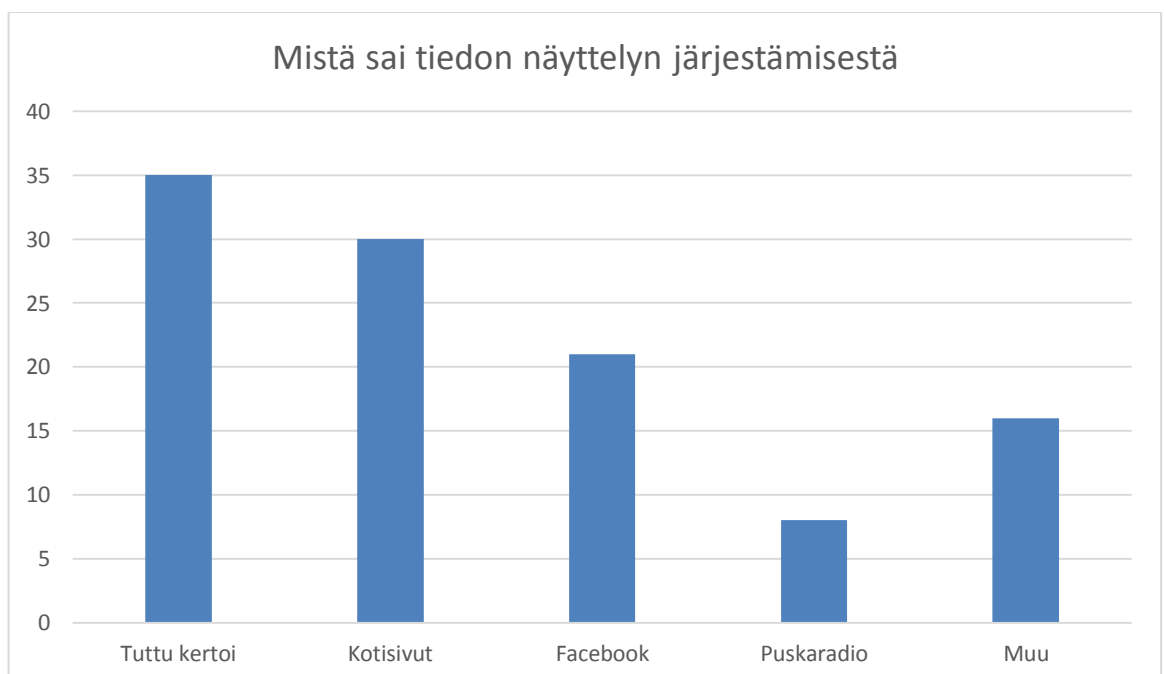


Kuvio 2. Sukupuoli, jäsenyys ja osallistuminen.

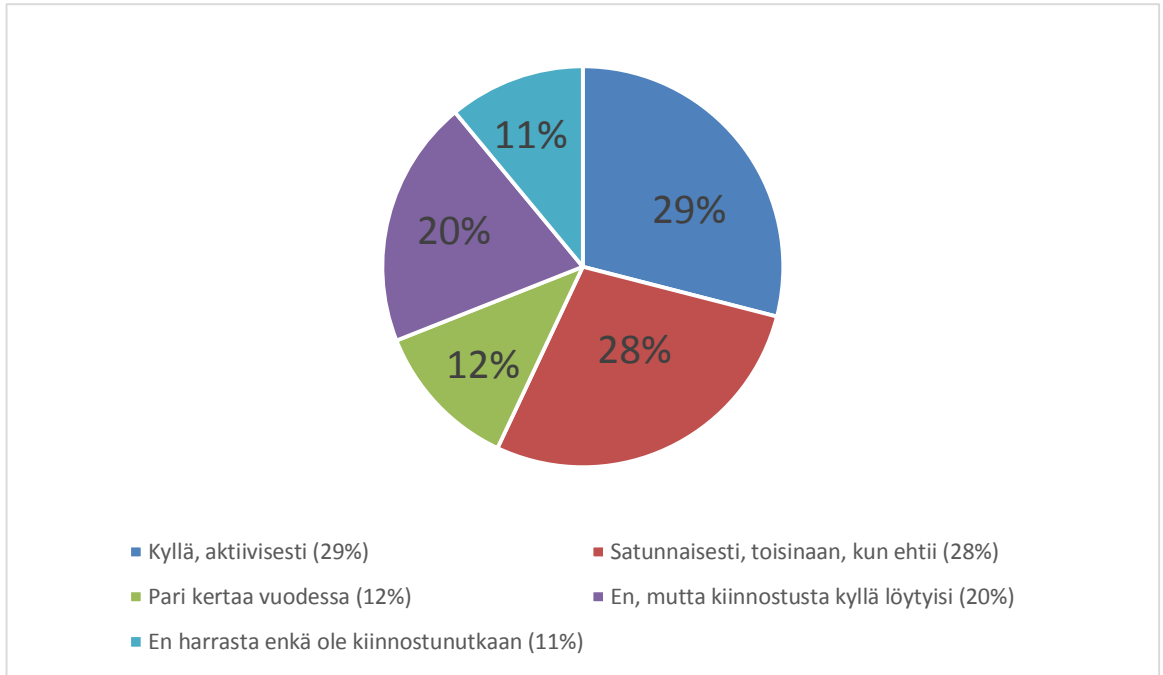


Kuvio 3. Lemmikkien määrä taloudessa.

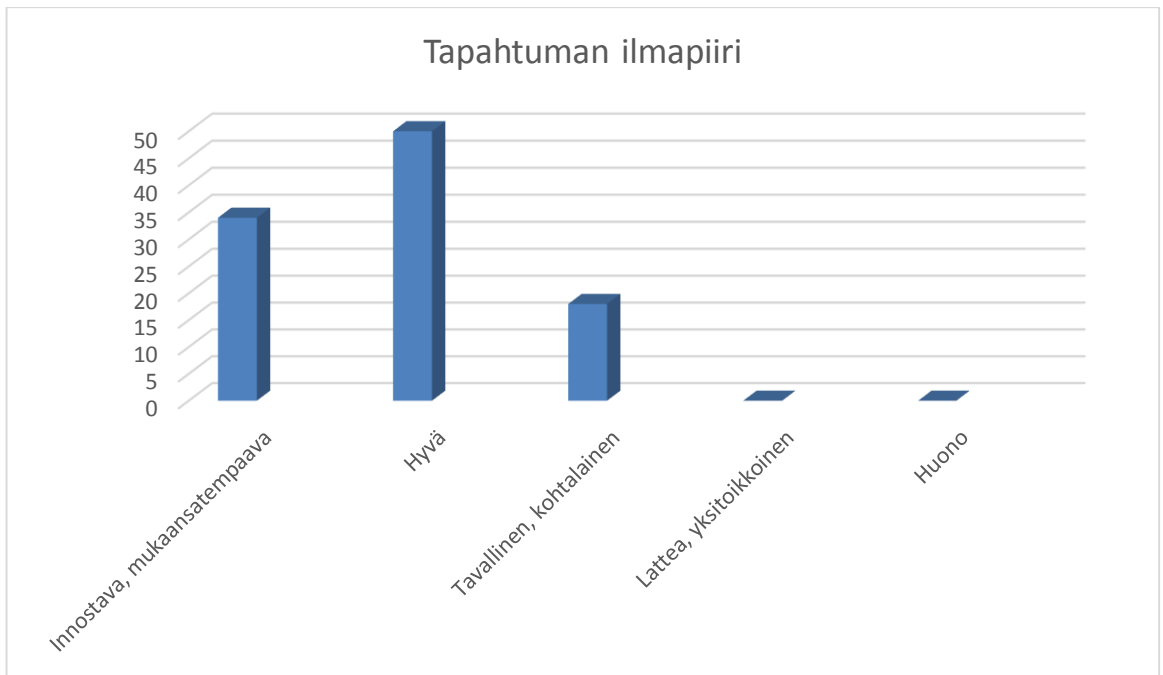
5.2 Kävijöiden mielipiteet



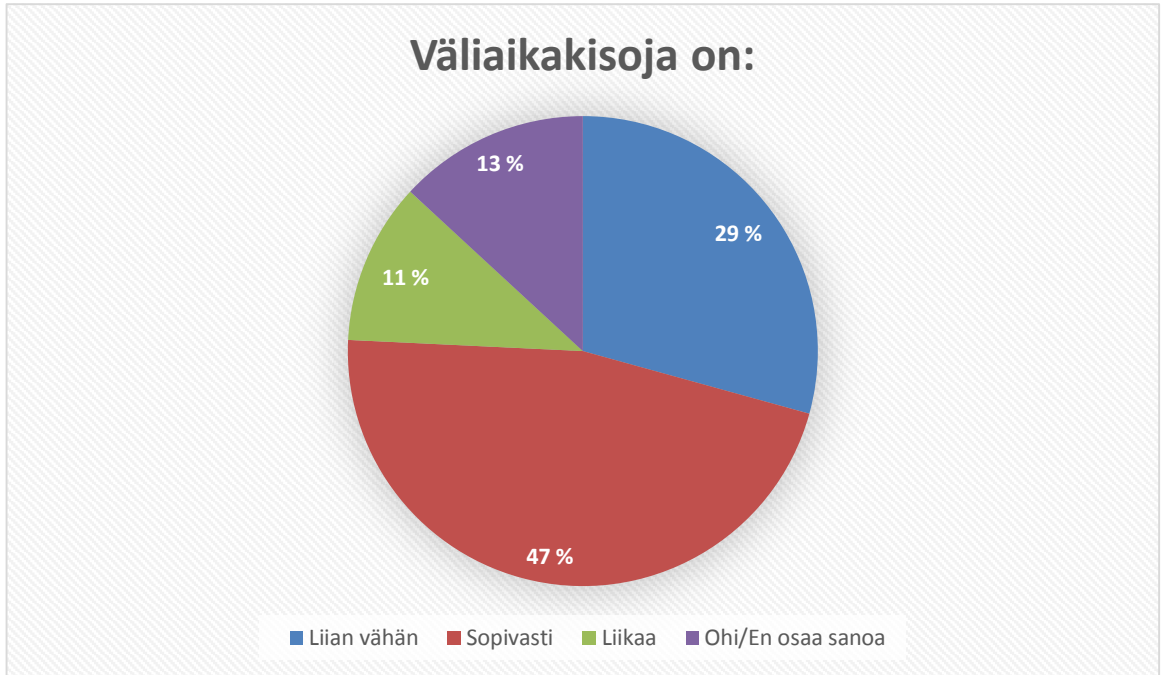
Kuvio 4. Tieto näyttelyn järjestämisestä.



Kuvio 5. Harrastuksen aktiivisuus.

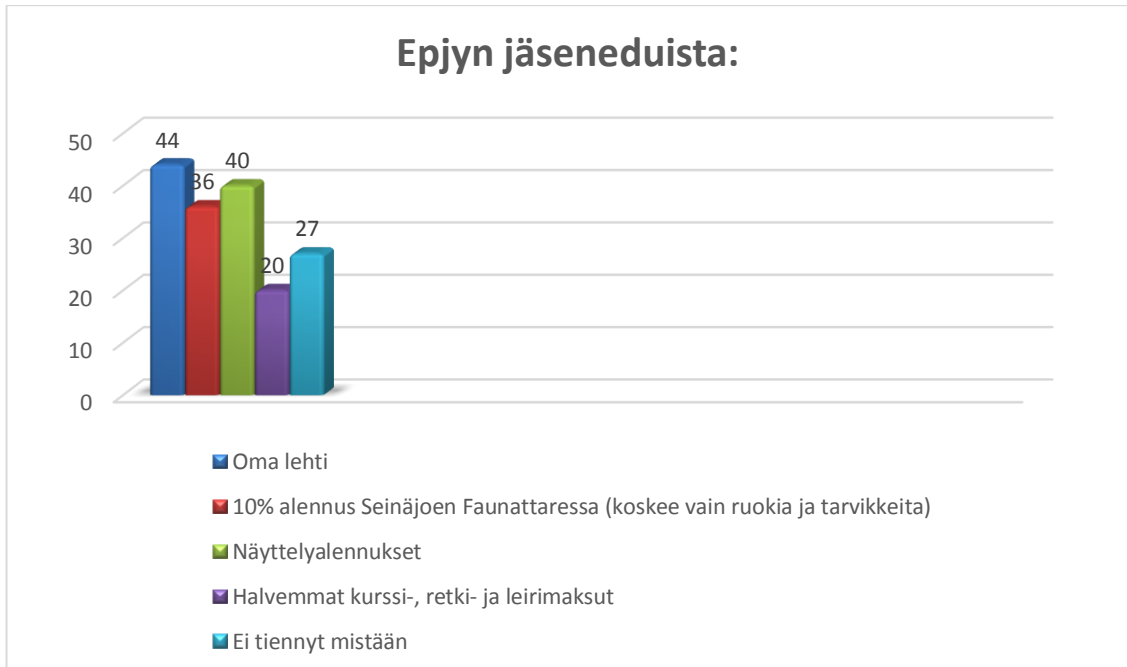


Kuvio 6. Tapahtuman ilmapiiri.

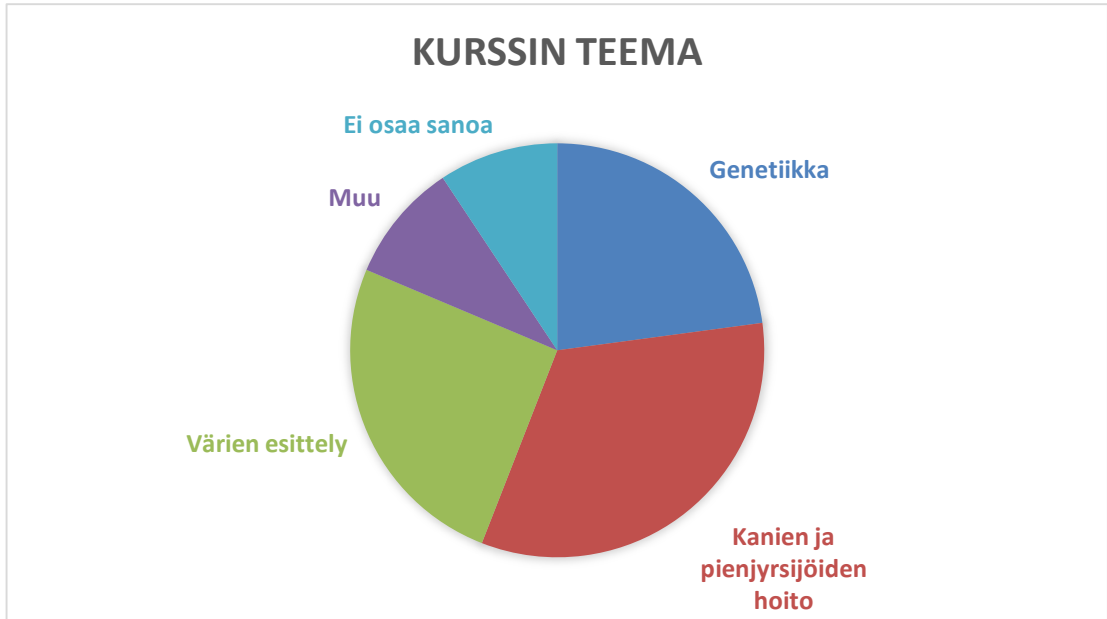


Kuvio 7. Väliaikakisojen määrä.

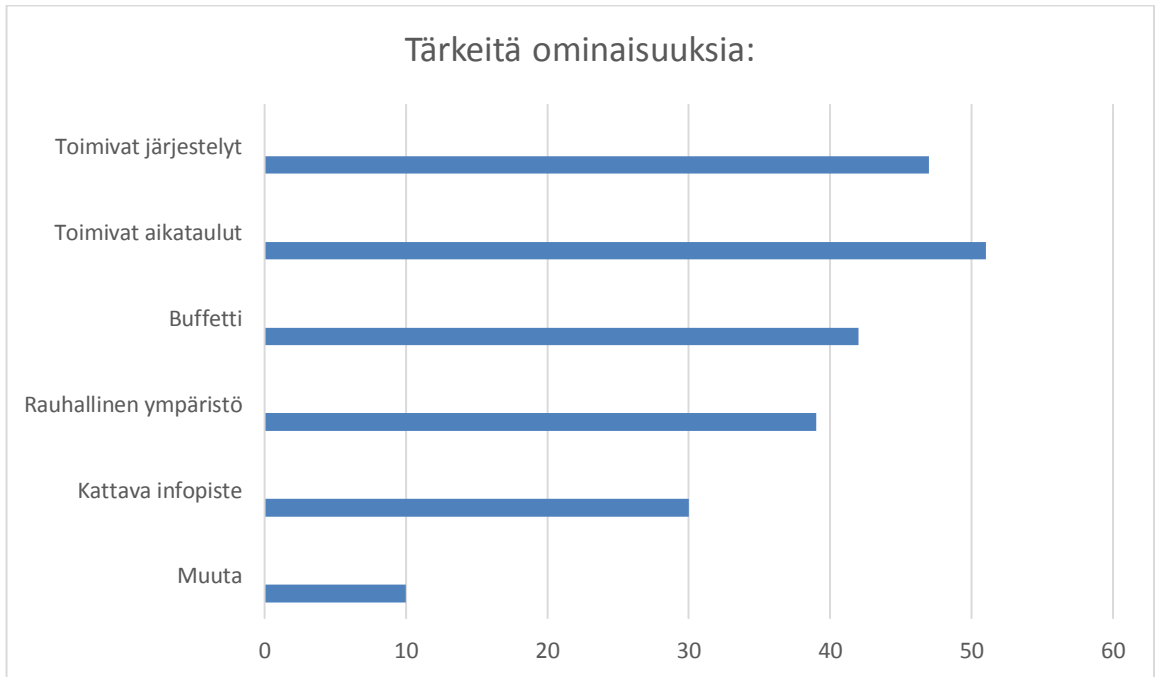
5.3 Kehittämisehdotuksia



Kuvio 8. Epjyn jäsenedut.



Kuvio 9. Kurssin teema.



Kuvio 10. Näyttelyn ominaisuudet.

Kyselylomakkeen viimeinen eli 15. kysymys oli avoin kohta, johon jokainen kyselylomakkeeseen vastannut henkilö sai kirjoittaa puhtaasti ja johdattelemattomasti omia ajatuksiaan ja toiveitaan suoraan yhdistykselle.

Kehittämisehdotuksia:

- On tärkeää, että päivät eivät venyisi liian pitkiksi.
- Olisi kivaa saada enemmän virallisia luokkia.
- Hyvä näin, olen tyytyväinen nykyiseen toimintaan.
- Kynsien leikkuu apua. (4x vastausta)
- Kaneille toivotaan estekisoja.
- Olisiko lapsille mahdollista saada siliteltävää.
- Näyttelyt keskeisimmille paikkakunnille, jos suinkin mahdollista.
- Halventakaa jälki-ilmoittautumisen hintoja edes eurolla.
- Enemmän yhteistyötä lemmikkieläinliikkeiden kanssa. Edesauttakaa tois-
tenne bisneksiä.
- Palkintojen jako saisi olla näyttävämpää, jotta koko yleisö tietäisi kuka
voittaa ja mitä.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

6.1 Taustatiedot

Ikä. Vastaajista valtaosa kuului ikäryhmiin 11 – 15v ja yli 30v, mikä vastasikin odo- tuksia. Vuosien mittaan harrastajien ikä on pysynyt suhteellisen samanlaisena. Useimmiten kani- ja jysijät mielletään pikkutyttöjen lemmikeiksi, mutta tulokset osoittavat sen, että valtaosa harrastajista on kuitenkin joko yli 30 vuotta tai sitten yläasteikäisiä. Ikähaarukka 16 – 20 pitää sisällään teinivuodet sekä täysi-ikäiseksi tulemisen ja se voi pitää sisällään hyvinkin monenlaisia muutoksia tai niin kutsuttuja ”kasvunpaikkoja”, joten se ei ole mikään ihme, että tämän ikäryhmän keskuudessa tapahtuu aina jonkinlainen notkahdus. Osa harrastaa tämänkin ajan, tai palaa myö- hemmin harrastuksen pariin takaisin. Nousua tai jopa mahdollista palaamista har- rastuksen pariin takaisin on huomattavissa jo jonkin verran seuraavan ikäryhmän eli 21 – 30 vuotta olevien kesken. Hyvin moni 10 -vuotias tai sitä nuorempi vasta haa- veilee omasta lemmikistään, kun taas toiset ovat saaneet jo tuolla kyseisellä iällä kokea vastuuta omasta lemmikkikanista tai -jysijästä.

Sukupuoli. Vastaajien sukupuolijakauma ei yllättänyt yhtään. Päinvastoin oli posi- tiivista, että jopa yksi kymmenesosa osoittautui miehiksi ja oli innokkaana vastaa- massa kyselyyn. Suomessa kani- ja jysijäharrastus on hyvinkin naisvoittoista, mutta ei tarvitse mennä kuin esimerkiksi vaikka Saksaan, jossa taas kaneja kasvattavia suomalaisnaisia katsottaisiin hyvin kummastellen. Suomesta löytyy kyllä kaneja ja jysijöitä harrastavia tai jopa aktiivisesti kasvattavia miehiä, mutta miehet eivät ole kiinnostuneet näyttelytoiminnasta samalla tavoin kuin naiset. Tämä kävi myös näyt- telypaikalla ilmi miesten kanssa keskustellessa. Monen mielestä lemmikkiluokkien järjestäminen ja seuraaminen on mukavaa ja he ymmärtävät täysin, mikä siinä ih- misiä kiehtoo. Miesten oma harrastuneisuus keskittyy paremmin niin kutsuttuun ”ko- tisohvailuun” eli eläimen kanssa vietetään mukavia ja rattoisia hetkiä mieluummin kotosalla kuin kisapaikoilla. Toki miehiltäkin löytyy kilpailuhenkeä ja innostusta tie- tynlaisia näyttelyitä kohtaan, esimerkiksi kanien ja jysijöiden virallisissa luokissa on nähty toinen toistaan upeampia suorituksia ja tulokset monesti puhuvat puolestaan.

Jäsenyys. Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistyksen jäseniä oli paikalla noin viidesosa kaikista paikalla olleista henkilöistä. Yhdistyksien jäsenmäärät ovat olleet jo vuosia alati laskussa ja tämän vuoksi olisi todella mielenkiintoista saada tietoa siitä, mikä saisi harrastajat houkuteltua liittymään jäseniksi, miten nykyisiä ja tulevia jäseniä voisi yhdistys palvella entistäkin paremmin?

Näytteilleasettaja vai yleisöä. Näytteilleasettajien määrää pystyi yhdistys arvioimaan jo hieman ennakkoon ilmoittautujien määrästä, mutta kuten jälleen kerran tämä arvio heitti melkoisesti, sillä aamulla näytteilleasettajien määrä nousi jälki-ilmoittautumisien johdosta. Aamulla paikan päällä jälki käteen ilmoitettiin peräti 24 uutta lemmikkikania tai -jyrsijää mukaan näyttelyyn. Jälki-ilmoittautuminen on niin yhdistyksen jäsenille kuin ei-jäsenillekin hintavampaa kuin ennakkoon ilmoittautuminen, mutta moni pitää tästä mahdollisuudesta, sillä kaikki eivät tiedä viikonloppu suunnitelmistaan kahta viikkoa etukäteen. Suuri jälki-ilmoittautumisien määrä on aina ylimääräistä tuottoa yhdistykselle, mutta se koetaan myös tietynlaisena häiriötekijänä. Koska tuomarille ilmaantuu yhtäkkiä paljon lisää arvosteltavia lajista riippuen, saattaa tämän vuoksi koko näyttelypäivä venyä aikaisemmasta suunnitelmasta. Toisten lajien tuomarit ja näytteilleasettajat joutuvat odottamaan tätä yhtä tai useampaa tuomaria BIS -luokkaa varten. Yleisön ja muuten vaan kiertelevien ja katselevien ihmisten määrä tapahtumassa oli huomattavasti korkeampi, mitä aikaisimmissa tai sivummalla järjestetyissä yhdistyksen näyttelyissä tähän asti. Epjy ei ole koskaan historiassaan kerännyt näyttelytapahtumissaan sisäänpääsymaksuja, vaikka tätä jotkut toimijat ovat saattaneetkin kokeilla tai ottaa jopa vakituisen käyttöön. Tarkoituksena on kuitenkin pitää näyttelypaikka helppokulkuisena ja mutkattomana (hankalaa todistaa ja valvoa kuka on jo maksanut sisäänpääsystä, kun yleisö liikkuu ulkoa sisälle ja päinvastoin pitkin päivää), yleisöllekin avoimena tapahtumana, jonne jokainen voi tulla katselemaan ja tutustumaan maksutta yhdistyksen alaisiin lajeihin sekä itse yhdistyksen toimintaan ja tarjontaan.

Lemmikit kotona. Suosituimmaksi lajiksi nousi ylivoimaisesti kani. Kanit ovat kautta aikain vastanneet marsujen ohella kahden suosituimman lajin kärkipaikoista. Kani mielletään suhteellisen helppohoitoiseksi, se on useimmiten seurallinen ja myös opetettavissa oleva lemmikkieläin. Lajista löytyy varmasti jokaiselle jotain, sillä valinnan varaa erilaisista roduista sekä väri- ja turkkimuunnoksia on enemmän kuin

runsaasti. Marsujen suosio tai pikemminkin näyttelyttäminen on hieman hiipunut viime vuosina. Tähän epäillään olevan suurimpana syynä pari vuotta sitten useassa paikkaa Suomessa jyllännyt silsaepidemia. Silsa voi tarttua näyttelyiden kautta, mutta toiset ovat saaneet sitä marsuihinsa eläinkaupan- tai ulkomaantuontimarsujen kautta. Silsaa on tavattu niin kasvattajien, harrastajien kuin tavallisten parin marsun omistajienkin kotoa. Silsan kurissa pitämisen vuoksi marsuille järjestetään näyttelyaamuina niin kutsuttu eläinentarkastus, jossa eläinentarkastuskurssin käynyt henkilö tarkastaa jokaisen näyttelyyn osallistuvan marsun silsan varalta. Eläinentarkastaja vaihtaa kumihansikkaat sekä essun jokaisen ”marsukodin” välillä sekä puhdistaa tarkastuspöydän ja kädet desinfiointiaineella. Termillä marsukoti tarkoitetaan yhden talouden marsuja, mikäli joltain löytyy silsaa, on kaikki tämän kyseisen kodin marsut vedettävä pois näyttelystä ja toimitettava mahdollisimman nopeasti pois näyttelypaikalta takaisin kotiin. Erilaisten hamsterilajien suosio ja värikirjo on ollut selvästi nousussa viime vuosina ja omistajat ovat innokkaammin lähteneet myös mukaan näyttelytoimintaan. Tämä oli havaittavissa myös tämän kyseisen näyttelyn kyselylomakkeen tuloksissa sekä hamsterien määrässä näyttelypaikalla. Muiden lajien määrät eivät olleet mitenkään yllättävät, tulokset olivat odotettavissa. Gerbiileitä löytyi yhteensä 15 henkilöltä ja lemmikkihiiriä 13 henkilöltä. Kesyrottia ja chinchilloja kumpaakin näytti löytyvän yhtä paljon eli vain 8 henkilöltä. Näin ollen nämä kaksi lajia muodostavat kyselyssä reilun vähemmistön. Etelä-Pohjanmaan alueelta löytyy enää muutamia kourallisia näiden muiden lajien kasvattajia ja harrastajien määrää on erittäin vaikea nykyisin hahmottaa. Saattaa olla, että näiden lajien harrastajat harrastavat näyttelyissä käyntiä vähemmän tai tähtäävät paremmin sellaisten näyttelyiden järjestäjien tapahtumiin, jotka järjestävät pisteellisiä lemmikkiluokkia sekä ulkomuotoluokkia. Kyselylomakkeessa oli myös mahdollista vastata ja kertoa, mikäli omisti jonkin muun eläimen kuin kanin tai jyrsijän. Vastaajia tähän kohtaan oli yhteensä 12kpl ja heiltä todella monelta löytyi kotoa muun muassa perinteinen koira tai kissa. Muutamat vastaajista omistivat lemmikkilintuja tai vaihtoehtoisesti eivät omistaneet mitään lemmikkiä.

6.2 Tapahtuman kokeminen

Tieto näyttelystä. Kohdassa kuusi kysyttiin mistä vastaaja sai tiedon tämän kyseisen näyttelytapahtuman järjestämisestä. Valtaosa oli kuullut tapahtumasta joltain tuttavaltaan ja yhdistyksen kotisivut olivat tavoittaneet lähestulkoon yhtä monta henkilöä. Viidesosa löysi tiedon tapahtuman järjestämisestä Facebookin kautta, joko seuraamalla yhdistyksen ryhmän tiedotteita tai jonkun jaettua tapahtumaa julkisesti omalla seinällään. Puskaradio tavoitti kahdeksan henkilöä ja 16 henkilöä vastasi Muu – kohdassa saaneensa tiedon; äidiltä, yhdistyksen hallituksen jäseneltä, kaupan ilmoitustaululta (näyttelymainos), Musti & Mirri -liikkeen sähköpostiin (postituslista, Musti & Mirrin asiakkaat) tulleesta mainoksesta tai Googlen avulla.

Yllättävää oli, että kotisivujen kautta tapahtuman löytäneitä oli enemmän kuin Facebookin. Kotisivuja on usein tituleerattu tylsiksi ja suhteellisen näkymättömiksi, mikä sinänsä on ihan ymmärrettävää. Tässä löytyisi yksi kehittämisen paikka. Facebookin yleistyessä moni löytää tapahtumia sen avulla ja aktiivisuus siellä tuntuu olevan jotain aivan uutta, kun vertaa esimerkiksi perinteisiin foorumeihin, joista moni yhdistys onkin jo luopunut sen vuoksi, että Facebookin koetaan syrjäyttäneen ne. Toisaalta foorumilla pysyvät kirjoitetut asiat ja sieltä on helppoa yrittää löytää tietoa ja käytyjä keskusteluja, kun taas Facebookissa kaikki käydyt asiat ja tekstit hukkuvat yleiseen puhevirtaan. Tietopankkina foorumit toimivat vallanmainiosti, mutta Facebookin voimaa markkinointikanavana ei tulisi kuitenkaan vähätellä nyt tai tulevaisuudessa. Valtaosa oli kuullut Epjyn näyttelytapahtumasta joltain tuttavaltaan ja tästä löydettiin mielenkiintoinen yhtälö. Tulokset osoittivat, että ne vastaajat, jotka olivat vastanneet tuttuni kertoi – vaihtoehdon, omistivat myös yllättäen kanin. Kaniharrastajien keskuudessa on huomattavissa tietynlaista yhteystyötä ja -henkeä. Keskustelussa yhden kaniharrastajien ryhmän kanssa tutkimuksen tekijä kuuli, että osa porukasta käy kaniensa kasvattajan kanssa kimppekyydillä muuallakin päin Suomea näyttelyissä. Myös vanhemmat toisinaan suostuvat kuulemma alaikäisten kuljettajiksi näyttelyihin, mutta monesti ehtona on saada joku kaveri mukaan, jotta mahdollisimman moni halukas pääsisi mukaan samalla kyydillä. Moni oli myös sitä mieltä, että tämän kaltaiset näyttelytapahtumat merkitsevät heille tuttujen ihmisten ja kaniin näkemistä pitkästä ajasta kasvotusten. Yhdistyksien kautta on tullut uusia

ihmisiä tutuiksi, mutta ystävyyttä pidetään useimmiten yllä netin välitykselle välimatkojen ollessa toisinaan yllättävänkin pitkiä.

Harrastuksen aktiivisuus. Näyttelyssä kyselylomakkeisiin vastanneista yli puolet (57 %) harrastavat näyttelyissä käyntiä joko aktiivisesti tai sitten toisinaan, mikäli vain ehtii. Yllättävä tieto oli, että jopa viidesosaa vastaajista kiinnostaisi kyseinen toiminta, vaikka ei tällä hetkellä sitä harrastakaan. Kiinnostavaa olisi tietää, ovatko he Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistyksen tai kenties jonkun toisen yhdistyksen entisiä jäseniä. Tai voisiko kyseessä olla täysin uusia henkilöitä, jotka yhdistys on saanut tavoitelluksi ja jopa itse tapahtumaan paikan päälle, mutta henkilö itse ei oikein tiedä miten lähtisi mukaan harrastukseen? Kaikkia ei välttämättä kiinnosta kaikki harrastuksen muodot, joten siksi tarjontaa on pyritty pitämään mahdollisimman monipuolisena, jotta jokaisella olisi mahdollisuus löytää se omalta tuntuva laji. Valtaosa tykkää tutkitusti lemmikinäyttelyistä, kasvattajia palvelevat parhaiten todistetusti ulkomuotoluokat ja tähän ohelle on kehitetty viime vuosina useita urheilulajeja, kuten esimerkiksi kesyrottien agility ja kaniinien estekeilat. Pikkukisat tuovat oman mukavan lisäyksen päivään. Yksi mietinnän aihe olisi, että jos kotisivuja aiotaan uudistaa, niin miten olisi sellaisen netistä selattavan osion rakentamisen laita, jossa kerrottaisiin näistä harrastusmuodoista laajemmin? Näin ollen ensikertalaisen kynnystä osallistua saataisiin ehkä madallettua, kun hän on kotona voinut ennakkoon tutustua aiheeseen liittyvään materiaaliin kaikessa rauhassa suoraan kotikoneelta. Tekstien tueksi voitaisiin liittää esimerkiksi video- ja kuvamateriaalia, joka voisi edesauttaa ymmärtämistä ja mielenkiintoa. Vastanneista 12 % ilmaisi käyvänsä näyttelyissä pari kertaa vuodessa. Miltei saman verran henkilöitä ilmoitti, ettei harrasta näyttelyitä lainkaan eikä tämmöiseen toimintaa löydy edes sen suurempaa kiinnostusta.

Ilmapiiri. Oli positiivista huomata, että yksikään kyselyyn vastanneista ei pitänyt näyttelytapahtuman ilmapiiriä latteana, yksitoikkoisena tai vain yksinkertaisesti huonona. Reilu valtaosa vastaajista eli neljä viidesosaa oli sitä mieltä, että ilmapiiri oli hyvä tai mukaansatempaava ja innostava. Tämä oli nähtävissä ja miltei myös ”käsin kosketeltavissa” itse näyttelypaikalla. Hymyä, iloa ja naurua riitti eikä kyselylomakkeen täyttäminen tuntunut olevan kenellekään vastahakoisesti suoritettava tehtävä.

Päinvastoin, mielipiteitä haluttiin antaa ja kertoa. Vastaajamäärä ylitti odotukset. Vähän alle viidesosa vastaajista oli sitä mieltä, että tapahtuman ilmapiiri oli tavallinen, kohtalainen.

Väliaikakisat. Kohdassa yhdeksän oli alun perin kolme vaihtoehtoa, mutta moni vastaajista (13 %) oli omin päin lisännyt neljännen kohdan: ohi tai ei osaa sanoa. Noin kymmenesosa oli sitä mieltä, että väliaikakisoja järjestetään heidän makuunsa liikaa. Valtaosa vastaajista (46 %) oli sitä mieltä, että väliaikakisoja on tänään tarjolla sopivasti. Samalla 29 % vastaajista ilmaisi, että väliaikakisoja on tänään saatavilla liian vähän. Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys on pyrkinyt ottamaan viime vuosina entistä enemmän väliaikakisoja mukaan toimintaansa. Etelän suunnalla nämä ovat olleet jo jonkin aikaa osana näyttelyitä ja niitä alettiin toivomaan myös tänne jäsenten toimesta. Yhdessä näyttelyssä on pyritty pitämään noin kahdesta kolmeen pikkukisaa. Valtaosan mielestä määrä on sopiva, kun sitten taas kuitenkin merkittävä osa vastaajista oli sitä mieltä, että niitä on liian vähän. Yhdistys voisi tietty lisätä näitä, sillä tuovathan nekin pientä tuottoa yhdistykselle, puhumattakaan siitä miten paljon ne antavat itse kisoihin osallistujille. Pikkukisojen lisääminen saattaa vaatia lisää rahallista satsausta palkintoihin, koska tapana on ollut, että joko kaikki tai ainakin puolet (riippuen toki osan ottajien määrästä) osallistujista palkitaan. Yhdistyksen kannattaisi harkita hankkivansa ihan hallituksen jäsenten ulkopuolelta jonkun henkilön erikseen vetämään väliaikakisoja, jolloin hallituksen jäsenet saisivat kaikessa rauhassa keskittyä omiin vastuualueisiinsa näyttelypäivän aikana. Väliaikakisojen vetäjä voisi joku olla nuori henkilö yhdistyksen sisältä. Tässä olisi oivallinen pesti innostavan ja positiivisen asenteen omaavalle sekä säännöt tiedostavalle ja reilulle, puolueettomalle henkilölle.

Väliaikakisojen paremmuus. Kysymyksen kymmenen vastaukset antoivat hieman osviittaa erilaisten väliaikakisojen suosiosta ja mielekkyydestä. Seitsemän henkilöä ei ollut osannut vastata tämän kysymyksen kohdalla mitään, mikäli johtuu todennäköisesti siitä, että henkilöt olivat ensikertalaisia näyttelypaikalla, täyttivät kyselylomakkeen ennen puoltapäivää tai mahdollisesti päivän väliaikakisat jäivät näkemättä, sillä ne pidettiin vasta klo 14.00. alkaen. Yksi kehittämisehdotus olisi, että näyttelypäivää aikataulutettaisiin hieman toisella tapaa. Tai pikemminkin niin, että

tietty aikataulu lyötäisiin lukkoon ja jotenkin yleisölle ja näyttelleasettajille näkyvämmäksi. Näyttelyluetteloon tätä tietoa on ehkä turhaa yrittää laittaa, sillä kaikki yleisöstä eivät todennäköisesti osta kyseistä näyttelyluetteloa hovin vuoksi. Jonkinlainen aikatauluista kertova taulu tai seinä olisi informatiivinen ja jokainen pystyisi sen mukaan suunnitella omaa päiväänsä, koska poistua paikalta esimerkiksi syömään, ettei jää mitään tärkeää tai mielenkiintoista väliin.

Pukukilpailu keräsi eniten ääniä, mutta se sai myös toiseksi eniten negatiivisia ääniä. Tähän voi olla osa syynä se, että miten ihmiset kokevat kyseisen kisan. Toisille pukujen suunnittelu ja valmistus kotona on luovaa tekemistä ja mukavaa askartelua, kun taas toiset kokevat, että se 5 - 10min, mitä eläin joutuu olla puku päällä, on jonkin asteista eläinrääkkäystä tai se jakaa vain vääränlaista kuvaa harrastuksesamme ulkopuolisille henkilöille. Jokaisen tulisi kuitenkin muistaa, että eläimen ehdoillahan tässä harrastetaan. Mikäli kani tai jyrsijä ei selvästi näytä pitävän näyttelytapahtumasta ja se kokee sen jotenkin stressaavana, on hyvän omistajan velvollisuus jättää se kokonaan pois tällaisesta toiminnasta ja sama pätee myös pukukilpailuun. Mikäli eläin selkeästi pelkää, ei tykkää tai osoittaa eriyvän mielipiteen, ei sitä tule pakottaa tämmöiseen. Olisi myös suotavaa, että asusteita kokeiltaisiin jo puettaa vapaaehtoisesti kotona, että ne eivät olisi eläimelle täysin uusi ja pelottava asia. Yleensä osallistujat ovat pääasiassa marsuja tai kaneja, mutta kisaan saavat osallistua muutkin lajien edustajat. Todella usein näkee upeita ja mielikuvituksellisia asuja sekä kokonaisuuksia ja joistain lemmikeistä näkee selvästi, että ne ovat tottuneet ja pitävätkin esiintymisestä. On siis täysin perusteltua, miksi tämä kisalaji kokee niin suurta suosiota ja osan ottaja määrää osakseen. Ehkäpä yllä esitetyt pointit tulisi jotenkin olla esillä muullekin yleisölle, jotta väärinkäsityksiltä vältyttäisiin. Yhdistys ei kuitenkaan varmasti kannata eläinten puettamista hovin tai hauskuuden vuoksi jatkuvasti. Tai tukisi ajatusta siitä, että pieniä eläimiä puetaan väkisin jatkuvasti, turhaan, ihmisten silmäniloksi ja turhamaisuuden vuoksi.

Kurkun tai maissinsyöntikisat koettiin myös mukavana viihteenä, johon osallistujia ja yleisöä olisi heti toiseksi eniten. Vastaajista osa asetti sen kolmanneksi eli asateikon puoleen väliin. Kurkun tai maissinsyöntikisat koetaan melko neutraalina kisanana, jota on hauskaa seurata vierestä.

Parikilpailu sai ääniä suuntaan jos toiseen, kuitenkin se kallistui ehkä aavistuksen verran enemmän negatiiviselle puolelle. Ideana tässä kisassa on se, että osallistuva henkilö esittää yksin tai toisen henkilön kanssa omat eläimensä ja perustelevat tuomarille, miksi ne ovat erinomainen pari. Parikilpailu saattaa toisinaan myös kantaa nimeä yhdennäköisyyskilpailu. Jos siis huomaat aamulla näyttelypaikalle tullessasi ruudullisen marsun, voit iltapäivällä ilmoittaa sen ruudullisen kanisi kanssa parina näyttille, mikäli tämä vain sopii marsun omistajalle. Leikkimielisessä kilpailussa pärjäävät siis parhaiten sellainen pari, johon on käytetty eniten ajatusta ja mietitty perusteluita; miksi juuri nämä eläimet ovat pari. Joskus osallistujien määrä voi jäädä minimaaliseksi, sillä ovathan säännöt melko yksinkertaiset, mutta silti melko rajoittavat. Aina ei paria välttämättä löydy itseltä tai muualta näyttelypaikalta ja sille ei sitten oikein voikaan mitään.

Kesyrottien agility keräsi myös ääniä hajanaisesti. Tämä johtui pääasiassa varmasti siitä, että itse harrastajia tai kesyrottien omistajia löytyy Etelä-Pohjanmaan alueelta vähän, mutta ihmiset olisivat silti kiinnostuneita näkemään, miten tämä laji käytännössä kyseiseltä eläinlajilta luonnistuu. Agilitynäytöksen järjestäminen säännöllisesti saattaisi luoda enemmän kiinnostusta ja katsojia. Rataa voisi näytöksen jälkeen kokeilla jokainen kesyrotan omistaja lemmikkinsä kanssa, mikäli näin tahtoo. Kesyrottien agilityä harrastava henkilö voisi kertoa samalla harrastuksesta ylipäänsä sekä avustaa tuoreita harrastajan alkuja sekä jakaa vinkkejä, miten kesyrottaa radalla ohjataan. Agility saattaa näyttää joidenkin silmissä hyvin vaikealta lajilta, sillä siinä kysytään aika paljon omistajan ja lemmikin yhteistyötä sekä niin kutsuttua eläimen lukutaitoa.

Gerbiilien kuulantyyntö ja –silppurikisat koetaan tällä alueella täysin vieraana lajina ja moni ihmetteli ääneen, että miten tällaiset kisat voidaan saada toimimaan, kun kyseessä on niin aktiivinen jyrssi. Ehkä kotisivuille lisätty video antaisi tässäkin vähän kuvaa siitä, että millaisista harrastelajeista on kyse, millaiset ovat säännöt ja miten niissä toimitaan.

Palkintojen paremmuus. Kysymyksen yksitoista vastaus olivat osittain melko yllättävät ja informatiiviset. Tarvikkeena saatu palkinto keräsi ylivoimaisesti eniten pisteitä. Tarvikepalkinto pitää sisällään melko laajan skaalan mitä erilaisimpia vaih-

toehtoja, sillä kyseessä voi olla jokin perinteinen häkkitarvike tai sitten lemmikkieläimen hoitoon liittyvä tarvike. Termit pitävät siis sisällään kaiken erilaisista hoitoaineista pieneläinten vessoihin tai puisista pajusilloista mökkeihin. Loppupeleissä virikkeen ja tarvikkeen ero saattaa olla joillekin joko hiuksen hieno tai hämärtyä jopa kokonaan. Uskallan väittää, että moni jätti virikekohdan huonommille pisteille, koska saattoi kokea sen jonkinlaisena aikaa vievänä ja kovaa opettelua vaativana virikkeenä kuten esimerkiksi älypelit. Toisille tavallinen virike saattaa kuulua lemmikin perustarvikkeisiin, mikä sinänsä on aivan erinomainen asia. En usko, että tarvikkeita toivottaisiin sen vuoksi palkinnoksi, että niistä olisi varsinaisesti puutetta. Tulos osoittaa pikemminkin sen, että niitä arvostetaan ja niitä tulee olla lemmikillä mieluummin liikaa kuin liian vähän.

Heinä- tai purupussin saaminen koettiin huonoimmaksi vaihtoehdoksi. Tämä oli tavallaan uusi tieto, sillä moni yhdistys on alkanut nimenomaan jakaa näitä entistä enemmän. Koetaanko sitten pieni pussi jollain asteella turhana asiana? Vai lieneekö taustalla sittenkin vain ajatus siitä, että pussissa on jotain tuntematonta heinää tai purua, jonka alkuperästä ei ole saajalla mitään tietoa? Palkinto voi pitää sisällään ikävän riskin lemmikille. Palkinnon eli esimerkiksi heinän alkuperä tulisi olla tarkasti tiedossa ja palkinnon lahjoittajan tulisi katsoa heinä ennen pussiin pakkaamista todella tarkasti läpi. Heinä ja puru saatetaan myös kokea niin perinteiseksi asiaksi, että sitä on joka tapauksessa harrastajalla olemassa ja kullekin on saattanut jo vakiintua tietty paikka, mistä sitä hankitaan. Palkintona se ei siis ole niin kummoinen tai erikoinen ollakseen tavoittelemisen arvoinen.

Ruoka koettiin todella neutraalina palkintona ja siihen saattavat vaikuttaa osittain samat asiat kuin heinään ja puruun: ei tiedä mitä saa ja mistä saa. Omalle lemmikille on saatettu jo ennen hankintaa luoda selvät sävelet ruokavalion suhteen ja siitä ei mieluusti lähdetä poikkeamaan. Pienjyrsijöiden vatsat eivät mene helposti sekaisin äkillisestä ruokavalio vaihdoksesta, mutta toista on marsujen ja joidenkin kaniensa kanssa. Lisäksi monelle on tärkeää tietää, milloin ruoka menee niin sanotusti vanhaksi eli siitä häviävät osittain ravintoarvot vai tuleeko se syöttää lemmikille mahdollisimman pian. Näiden asioiden vuoksi on ymmärrettävää, että neutraaleja eli kolmosen arvosanoja jaettiin eniten.

Herkkupalkintoja on jaettu kautta aikain ja varmasti valtaosa yleisön tai harrastajien itse lahjoittamista palkinnoista ovat olleet juurikin näitä. Herkut jakavat mielipiteitä ankarasti kahtia, jotkut kyselylomakkeeseen vastaajista olivat sitä mieltä, että se on ehdottomasti toiseksi paras palkinto, kun taas vastaavanlainen määrä asetti sen selvästi toiseksi huonoimmaksi vaihtoehdoksi. Koska tulos oli yllättävä, olisi mielenkiintoista tietää, mikä on syynä tähän tulokseen. Syy saattaa löytyä jälleen kerran lemmikin ruokavaliotottumuksissa. Toiset mieltävät herkkujen annon joka viikkoinena asiana, kun toiset taas jakavat niitä satunnaisesti tai pelkästään lemmikin merkkipäivänä. Toisaalta herku voidaan kokea hyvänä asiana ja mukavana annettavana palkintona itse lemmikille kyseisestä päivästä. Näyttelypäivät ovat kuitenkin pitkiä ja saattavat pitää sisällään pientä stressiä. Näyttelyohjeissa monesti sanotaan, että lemmikille voi laittaa kuljetuslaatikkoon mukaan jotain herkkuja, koska liisäravinto tällaisena päivänä ei ole ollenkaan pahitteeksi.

6.3 Yhdistyksen toiminnan kehittäminen

Jäsenedut. Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistyksen jäsenille kuuluvat edut olivat itse jäsenille entuudestaan tuttuja ja hyvin markkinoituja. Yhdistykseen kuulumattomat henkilöt tiesivät joistain eduista tai eivät tienneet niistä mistään. Jälkimmäisille koko yhdistys saattoi olla täysin uusi asia ja moni oli positiivisesti yllätynyt, että jäsenetuja löytyi näinkin runsaasti, kun kyseessä on suhteellisen pieni yhdistys. Halvemmat kurssi-, retki- ja leirimaksut ovat saattaneet olla mainittuina jossain yhdistyksen tiedotteissa ja niin edelleen, mutta hyvin monelta nykyiseltäkin jäseneltä nämä on täysin kokematta. Tästä jäsenedusta tiesi vain viidesosa kyselyyn vastanneista henkilöistä. Kursseille, retkille ja leireille on ollut hyvin vaihtelevasti kysyntää ja niiden toteuttaminen on osoittautunut välillä liiankin haastavaksi. Epjyllä kuitenkin piisaa innostusta toteuttaa jäsentensä toiveita, joten niiden kartoittaminen tuli pitkästä ajasta todella tarpeeseen.

Teema. Yllättävää oli, että juuri niinkin perinteiselle asialle kuin kanien ja pienjyrsijöiden hoito painotteiselle kurssille löydettiin eniten kysyntää. Yhdistyksen yksi peruspilari ja alkuperäinen missio iskevät vielä kahdenkymmenen vuodenkin jälkeen.

Yhdistysmaailma ja yhdistyksien tarjoamat palvelut muuttuvat jatkuvasti, jolloin syntyy helposti mielikuva, että nyt tulisi panostaa johonkin aivan uuteen ja mielenkiintoiseen asiaan. On ymmärrettävää, että pitkään mukana olleet ja vanhemmat harrastajat alkavat olemaan jo niitä ”kaiken nähneitä ja kaiken kuulleita”, jolloin he monesti haluaisivatkin jotain uutta ja heidän äänensä on ehkä helpommin kuuluville saatavissa. Tällöin monesti unohtuu se tosiasia, että kaikki eivät kuulu heihin. Yhdistyksellä on ja tulee aina olemaan jatkuvasti uusia ja niitä pieniäkin harrastajia, jotka saattavat olla ihan aloittelijoita kaniin ja jyrsijöiden maailmassa. He ehkä tarvitsisivat ja kaipaavatkin varmasti opastusta lemmikin perus- ja ennaltaehkäisevään hoitoon. Useille eri ikäryhmille kurssien järjestäminen tulee kalliiksi, mutta tätä kannattaisi kuitenkin harkita. Yksi tällainen hoitokurssi per vuosi ei olisi loppu peleissä aivan mahdoton ajatus ja kustannuksia voitaisiin lähteä karsimaan esimerkiksi tilavuokrista. Pieni kurssi ei vaadi kokonaisen juhlasalin vuokraamista.

Jonkun hallituslaisen tai harrastajan kotona järjestetty pienimuotoinen kurssi ei olisi ollenkaan toteuttamiskelvoton idea. Kokemuksesta voidaan kertoa, että luennolle lähteminen autolla omien eläinten ja kaiken maailman tavaroiden kera on työlästä hommaa ja mielekkyys katoaa yleensä siinä vaiheessa, kun vastassa on villi ja hallitsematon lapsilauma, jota sekä sinä itse että omat eläimet tuntuvat jännittävän. Kaikkia osapuolia palvelisi parhaiten esimerkiksi eräänlainen ”kiertuepäivä”. Kyseessä voisi olla tapahtuma, jossa kierretään keskitetyllä ja pienellä alueella eri lajien kasvattajia ja heidän kotejaan tai kasvatustilojaan ennalta sovitulla ja kaikille osapuolille sopivalla aikataululla läpi. Näin ollen luennon pitäjänä on aina joku lajinsa ammattilainen, eläinten ei tarvitse kokea turhaa stressiä matkustamisesta ja kustannuksia voidaan saada säästettyä asioista kuten tilavuokra, kilometrikustannukset sekä ruoan valmistus osallistujille. Ruokailu voitaisiin hoitaa kellotetusti jonnain ennakkoon ilmoitettuna aikana jossain pikaruokaravintolassa keskustan tuntumassa. Tällöin ainoat menot olisivat osallistujia paikasta toiseen kuljettaneille henkilöille kuuluvat kilometrikorvaukset, luennoijan pieni palkkio sekä mahdollisten materiaalien kustannukset.

Värien esittely ja genetiikka keräsivät myös ääniä. Haasteena on molempien aihepiirien laajuus. Pelkästään yhdestä lajista saisi aikaiseksi päivän tai kaksi kestävän kurssin kaikkine materiaaleineen, niin miten siinä onnistuttaisiin kaikkien kahdeksan

lajin kanssa? Päämääränä ei varmastikaan ole kouluttaa kenestäkään ”geenimes-taria”, vaan tarkoituksena voi olla vain tutustuttaa kurssille osallistuvat henkilöt gee-nien, värien ja periytyvyyden maailmaan yleisellä tasolla. Kurssien sisällön tulisi olla todella tarkkaan rajattua ja suunniteltua, jotta kurssi pysyisi järkevästi kasassa eikä venyisi mahdottoman pitkäksi. Haasteena voi olla myös tarpeeksi pätevien luennoit-sijoiden löytäminen, heidän aikataulunsa ja kilometrikustannukset pitkiltä matkoilta. Huomioon tulee ottaa myös se seikka, että kaikki ei kiinnosta kaikkia. Asiasisältö tulisi pitää jokseenkin mielekkäänä kaikille, jonkinlaisena pinta raapaisuna itse asi-aan, mutta kuitenkin siten, että siitä jäisi jotain konkreettista hyötyä tai oppia osallis-tujille, joita aihe todella kiinnostaa. Kurssin riittävä tauottaminen, ruokailut ja mah-dollinen ulkoilu (voisiko jonkin kurssin osuuden järjestää kokonaan ulkona hyvällä säällä?) ovat myös tärkeitä huomioon otettavia asioita.

Muita annettuja aihepiirejä kursseille olivat agility ja esteet, joka todennäköisesti kä-sittelisi kaniin ja kesyrottien harrastuksia. Yhteinen vaiko erilliset kurssit? Kesyrot-tien agilitystä voisi järjestää esimerkiksi jonkun näyttelyn yhteyteen pienen luennon, sillä säännöt, kislaluokat ynnä muut asiat on helposti kerrottavissa ja havainnollistet-tavissa isollekin yleisölle. Kanien estekurssia ajatellen ennalta kuvattuja videoita ja muuta materiaalia tulisi koota hyvissä ajoin paljon jaettavaksi osallistujaporukalle ja itse esteet tulisi todennäköisesti vuokralta joltakulta, sillä yhdistyksellä itsellään ei ole nykyisiä standardeja täyttäviä esteitä. Samoin jostain tulisi etsiä pätevät ja mo-tivoituneet luennoitsijat kyseiselle kurssille.

Sairaudet ja ensiapu kotona oli myös yhtenä edotuksena. Tällainen kurssi vaatisi myös ankarat raamit, mihin sitä alettaisiin toimivana kokonaisuutena kokoamaan. Kurssi olisi varmasti sisällöltään mielenkiintoinen ja monelle hyödyllinen, mutta tie-tojen ja taitojen tulisi varmuudella perustua faktoihin, sillä pelissä on myös tavallaan toisen ihmisen lemmikin henki. Osaavat pieneläinlääkärit ovat toisinaan harvassa ja liikenisivätkö heiltä aikaa tällaiselle kurssille luennoimaan? Löytyykö tai tietäkö joku jonkun henkilön, joka olisi pätevä ja vastuullinen vetämään tällaista luentoa? Tai riittäisivätkö pelkästään kasvattajien kertomukset, tiedot ja kokemukset matkan varrelta? Pohdittavia asioita löytyy paljon.

Vastauksista löytyi myös kohdat kesäpäivät ja perinteinen leiri. Kesäpäivät olivat yhteen aikaan yhdistyksen joka vuotinen pikku tapahtuma ja se järjestettiin aina jonkun hallituslaisen kotona. Lieneekö tämä sitten osasyynä siihen miksi kiinnostus kesäpäiviä kohtaan laantui? Oliko kesä lomien vuoksi ajankohtana sittenkin huono vai mielletäänkö tapahtuma nykyisin hallituksen jäsenten keskeisenä juttuna, kun muiden osallistujien määrä alati väheni? Sekä yhdistyksen hallituksen jäsenet että yhdistyksen jäsenet muodostavat yhdessä itse yhdistyksen. Olisi enemmän kuin suotavaa ja mukavaa, että nämä kaksi tahoa eivät erkaantuisi täysin toisistaan ja tapaisi pelkästään näyttelyiden merkeissä. Kesäpäivien tarkoituksena on ollut ihmisiin tutustuminen ja lemmikit ovat saaneet osallistua myös. Tapahtuma on ollut sinällään tärkeä, että se on ollut niitä harvoja tapahtumia, jossa yhdistyksen edustajat ovat olleet rennoissa meiningeissä tavattavissa ilman perinteistä näyttelypäivän kiirettä. Kesäpäiville on ollut myös luvassa pientä ohjelmaa kuten esimerkiksi kaniesteiden maalausta, askartelua, pelejä ja tietovisoja. Päivät on vietetty pääasiassa ulkona ja porukan kesken on syöty hyvin nyyttikestit – tyylisesti. Perinteisellä leirille saatetaan viitata yhdistyksen edelliseen leiriin, joka järjestettiin muutama vuosi takaperin Jurvassa. Tuolloin yhdistys vuokrasi nuorisotilan koko viikonlopuksi käyttöönsä. Leirillä oli sopivasti vapaa-aikaa, harjoiteltiin näyttelyyn valmistautumista sekä pidettiin muutamia luentoja, joiden tarkoituksena oli esitellä kaikki yhdistyksemme alaiset lajit. Viikonloppu huipentui leikkimieliseen koiramaailmasta tuttuun Match Show eli ”mätsäri” – tyyppiseen näyttelyyn. Tällainen koko viikonlopun kestävä leiri vaatii paljon suunnittelua ja työtä, kunnollisen budjetin, toimivan tapahtumamarkkinoinnin, hyvät tilat sekä motivoituneen ja hyvin yhteen hiileen puhaltavan järjestäjäporukan.

Ominaisuudet. Näyttelypäivän tärkeimmäksi asiaksi vastaajat nostivat toimivat aikataulut. Päivän ei saisi venyä liian pitkäksi. Useat ja etenkin kauempaa tulleet sekä lapsiperheet taatusti arvostaisivat näyttelyä, joka loppuisi jo hyvissä ajoin iltapäivä kahden ja kolmen välillä. Näyttelyt kuitenkin alkavat jo kello kymmeneltä ja paikalla on pitänyt olla ilmoittautumassa jo hyvissä ajoin ennen tuota ajankohtaa. Näyttelypäivien venyminen on joskus väistämätöntä. Eri lajien tuomareita tulisi saada pitkällä aika välillä koulutettua lisää, mikä vaatii taas henkilöltä itseltään kiinnostusta ja motivaatiota käydä erilaisissa näyttelyissä ympäri Suomea kouluttautumassa. Kustannus- tai peruutustilanteissa on jouduttu turvautumaan siihen, että yksi tuo-

mari arvostelee esimerkiksi kaksi lajia, mikäli häneltä löytyy tarvittava koulutus. Jokaisella tuomarilla on omanlaisensa tahti arvosteluissa ja tähän on huonoa mennä mitenkään vaikuttamaan. Tuomarille on aina annettava työskentelyrauha. Jokainen osanottaja voi myös miettiä omaa toimintaansa ennakkoon. Jokainen jälkikäteen, korkeammalla maksulla ilmoitettu eläin tuo pientä voittoa yhdistykselle, mutta jokainen niistä myös lisää tuomarin työtä ja venyttää päivää entisestään. Tämän vuoksi aikataulut eivät yleensä päde tai niihin tulee valtavasti muutoksia. Ei ole myöskään kovin mukavaa tuomaria kohtaan, että hänelle kerrotaan arvosteltavia olevan määrän X verran ja aamulla näyttelypaikalla hän saakin huomata, että paikalle on tullut tuo X määrä tuplana, koska jälkikäteen ilmoittautujia oli saman verran mitä ennakkoon. Tällaisessa tilanteessa tulisi melkein hankkia toinen tuomari, joka arvostelee puolet kyseisen lajin eläimistä, mutta tämä saattaisi kuitenkin aiheuttaa mielipahaa heille (kaikki eivät uskalla vaatia rahoja takaisin, vaikka tähän on täysi oikeus sääntöjen mukaan, mikäli siis tuomari vaihtuu ja eläin ei ota osaa näyttelyyn), jotka olivat alun perin tuomassa eläintään näytille ja arvosteltavaksi juuri tälle ensimmäiselle ja alkuperäiselle tuomarille. Esimerkiksi tietynlaisten näyttelytitteleiden saavuttamiseksi eläin tarvitsee sääntöjen mukaan useita arvosteluita eri tuomareilta. Tällaisessa vaihdetaanpa tuomaria -tilanteessa osanottaja saattaa kokea, ettei ole saanut rahalleen tai osallistumiselleen minkäänlaista vastinetta, päinvastoin ja tästä juontaa jälleen juurensa eräs negatiivinen kokemus ja mielikuvan alku.

Kyselylomakkeeseen vastaajat nostivat toiseksi tärkeimmäksi asiaksi järjestelyiden toimivuuden eli sen, ettei minnekään ”pisteelle” synny ylimääräistä jonoa tai ruuhkaa. Yhdistyksen infopistettä on pyritty jakamaan aamuruuhkan vuoksi siten, että ennakkoon ja jälkikäteen ilmoittautuneet jonottavat eri pöydille. Jälki-ilmoittautuminen vie aikaa, joten näille henkilöille on varattuna yleensä isompi pöytä jostain sivummalta, jotta heillä on täysi rauha täyttää lomakkeita ja samalla heidän läsnäolonsa ei vaikeuta muuta näyttelyliikennettä. Ennakkoilmoittautajat ohjataan infosta joko näyttelypaikoille suullisesti tai opastetaan sivummalle eläinentarkastukseen, mikäli omistajalta löytyy marsuja. Mikäli näyttelystä löytyy buffetti, olisi siellä hyvä olla useampi myyjä kiireisimpänä aikana. Kolmanneksi tärkeimmäksi asiaksi nostettiin buffetin ja pienen suolaisen olemassa olo. Yhdistys on pyrkinyt järjestämään jokaisessa näyttelyssään mahdollisuuksien mukaan sekä arpajaiset että buffetin.

Seinäjoella järjestetyssä näyttelyssä ei valitettavasti ollut kumpaakaan eikä yhdistyksen infopiste sisältänyt tällä kertaa ollenkaan mitään yhdistyksen ostettavissa olevia kannatustuotteita. Tämä johtui pelkästään arpajaislaista, kun yhdistys järjesti tapahtumansa yrityksen tiloissa. Säädöksistä on hyvä ottaa selvää ja olla tietoinen hyvissä ajoin etukäteen.

Rauhallinen ympäristö on tärkeä asia, mutta moni ei sitä erikseen alleviivannut, sillä yhdistyksen tapahtumat ovat aina mielletty melko rauhallisiksi ja viihtyisiksi tapahtumiksi. Mahdollisiin häiriötilanteisiin ovat hallituksen jäsenet puuttuneet aina. On myös hyvä tarttua tilanteisiin, joissa on käynyt mahdollisesti väärinkäsitys ja korjata tai pelastaa tilanteita. Jokunen vuosi takaperin Epjy järjesti näyttelyn Kauhavalla ja näyttelypaikalle ilmestyi hyvin kovaääninen miesporukka pupuvaatteet yllään. Lähestulkoon kaikki näytteilleasettajat luulivat tätä kokoonpanoa joksikin hallituksen jäsenten järjestämäksi yllätykselliseksi ohjelmanumeroksi. Osa piti miesten käytöstä näyttelytilannetta häiritsevänä ja toiset olivat ihan täysillä mukana ja seurasivat seurueen etenemistä näyttelypaikalla. Polttariporukaksi osoittautuneet kuokkavieraat eivät olleet perillä näyttelysäännöistä ja käytöstävatkin olivat päässeet hieman unohtumaan kaiken sen riemun ja juhlan keskellä. Täysin ymmärrettävää ja tilanne oli täysin korjattavissa ja hallittavissa. Tapahtuman edustajat eli yhdistyksen hallituksen jäsenistä näyttelypäivän avannut henkilö kävi pahoittelemassa tapahtunutta häiriötä ja näyttely sai jatkua taas omalla painollaan eteenpäin. Tuskin kenellekään jäi tästä millään tavalla paha mieli, korkeintaan hauska muisto.

Kattavaa infopistettä arvosti vain kolmisen kymmentä henkilöä. Tämä oli sinällään yllättävää, sillä infopiste on hyvin oleellinen osa näyttelytapahtuman järjestämisessä ja tärkeä osa päivän sujuvuutta. Lisäksi infopisteeltä saa ostettua yhdistyksen kannatustuotteita ja tutustuttua itse yhdistykseen mukaan otettavan materiaalin muodossa. Lieneekö sitten niin, että porukka tahtoi näiden asioiden tulevan esille jo kotisivuja tarkasteltaessa tai tuotteita verkkokaupan muodossa? Muita esille nostettuja asioita olivat; iloinen ilmapiiri, organisointi ja näyttelyiden parempi markkinointi etukäteen. Yhdistyksen ja sen tapahtumien markkinointi on pysynyt vuosi kaudet samanlaisena. Tuttu ja turvallinen ei välttämättä toimi aikaansa pidempään. Yhdistyksen olisi syytä aloittaa markkinointi täysin puhtaalta pöydältä ja miettiä kunkin esille tuodun vaihtoehdon tai idean hyviä ja huonoja puolia. Uusien sponsoreiden

hankkiminen ja entistä tehokkaampi hyödyntäminen, parempi verkostoituminen, uudenlainen näkyminen (esimerkiksi sissimarkkinointi), erottuminen ja näkyminen nettissä ovat kaikki mietinnän ja kehittämisen arvoisia asioita tulevaisuuden kannalta.

Kehittämisehdotukset. Hyviä kehittämisehdotuksia löydettiin laidasta laitaan ja joi-tain näitä toiveita varmasti tullaan kokeilemaankin. Ulkomuotoluokat ovat olleet aina kysytyjä ja yhdistys on pyrkinyt vuosittain niitä järjestämään mahdollisuuksien mu-kaan. Tässäkin asiassa auttaisi paljon uusien tuomarien kouluttaminen, sillä joiden-kin lajien kohdalla virallisten tuomarien määrä Suomessa alkaa olemaan alle yhdellä kädellä laskettavissa. Tuomarien kouluttamisesta vastaavat nykyiset viralliset tuo-marit sekä lajiyhdistykset. Asia ei sinällään ole pienen paikallisyhdistyksen päätet-tävissä, mutta jotenkin asiaan voidaan toki vaikuttaa. Uusia harrastajia tulisi hankkia ja vanhoja pyrkiä säilyttämään. Tuomarikoulutuksesta kiinnostuneita henkilöitä pi-täisi pyrkiä motivoimaan ja tukemaan siten, että he tulisivat hankkineeksi tuomarioi-keudet.

Vastaajista neljä henkilöä oli nostanut asian kynsien leikkuu. Epäselväksi jäi, olisiko kynsien leikkuuseen tarvittu apua heti näyttelypäivänä, eli oliko kyseessä jonkinlai-nen ”hätätapaus”, joka tulee hoitaa alta pois välittömästi vai oliko kyseessä ihan perus kynsien leikkuuseen opastaminen, jotta näyttelyyn osattaisiin tulevaisuu-dessa valmistautua paremmin. Todennäköisesti kyseessä oli jälkimmäinen vaihto-ehdo ja tämä liittyisi oleellisesti kurssin kaniin ja jyrsojen hoito –materiaaleihin. Kurssilla voitaisiin opetella kynsien leikkuuta käytännössä ihan kädestä pitäen sekä havainnollistavien kuvamateriaalien kera. Kaneille oli toivottu estekisoja. Etelä-Poh-ajanmaan Jyrsoyhdistys ei ole koskaan näitä järjestänyt, sillä laji mielletään melko uutena ja siitä ei hirveästi ole näyttelytapahtumien järjestäjillä tietoa. Asiaan voitai-siin toki paneutua ja selvittää mistä löytyisi lähin estekisoja vetävä tuomari. Tämän henkilön avulla koko järjestäjäporukka voisi saada uutta tietoa esteistä ja kisojen säännöistä sekä pienen opettavaisen katsauksen tähän vähän vähemmälle jäänee-seen harrastusmuotoon. Etelä-Suomessa lajin kisoja järjestetään todella tiheästi isolla porukalla ja voidaan jo puhua olevan niin kutsuttuja estekanikasvattajia, joiden kasvatus ei perustu perinteisiin värimuunnoksiin vaan ulkomuodollisiin ominaisuuksiin, jotka takaavat paremmat mahdollisuudet tässä vauhdikkaassa urheilulajissa.

Näyttelyiden yhteyteen toivottiin lapsille jotain siliteltävää kania ja/tai jyrsiä. Koska päivät ovat pitkät ja kiireiset, saattaisi tämä vaatia kokonaan ulkopuolisen henkilön ja hänen usean eläimen ”palkkaamista” tapahtumaan. Näyttelyiden yhteyteen järjestettävästä pikku luennosta olikin jo puhetta, mutta ajatusta voisi sinällään laajentaa. Jonkin rodun tai muunnoksen esittelemisen pienimuotoisena luentona keskellä päivää ja näyttelyä voisi olla mielenkiintoinen ohjelmanumero. Tämän päätteeksi ihmiset pääsisivät vapaasti kyselemään ja tutustumaan sekä luvan kanssa ottamaan syliin ja silittämään lemmikkejä. Nämä luennot voisivat kiinnostaa sekä omia että muita tapahtumassa kävijöitä, sillä se herättää varmasti paljon ajatuksia ja saattaa auttaa tai helpottaa jotakuta tekemään päätöksen jonkun tietynlaisen rodun, muunnoksen tai lajin hankinnasta.

Näyttelyiden keskittämistä toivottiin, jos se vaan on mahdollista. Tähän vaikuttavat oleellisesti kalliit tilojen vuokrat, keittiön olemassa olo, paikan tulee myös useasta näkökulmasta soveltua tietynlaisille näyttelyluokille (luonnonvalo on oltava, jotta eläimen väri esiintyy edukseen) sekä se fakta, että kaikkialle ei enää tahdota pöröisiä eläimiä kuttereineen ja heinineen. Syynä tähän ovat mitä erilaisimmat allergiat. Näyttelypaikkojen varsinainen metsästys kuuluu yhdistyksen hallituksen jäsenille, mutta mikään ei estä tai kiellä jäseniä osallistumasta tähän haastavaan tehtävään. Tiiviimpi yhteistyö lemmikkieläinliikkeiden kanssa. Tämä riippuu hyvin monesta asiasta, mutta on kuitenkin toteutuskelpoinen asia. Molemmiin puolinen näkyvyys on toivottavaa ja siinä on myös onnistuttu. Seinäjoen näyttely toi todistetusti yritykselle lisämyyntiä ja yhdistykselle uusia jäseniä sekä uusia osanottajia itse tapahtumaan. Myös näyttelypaikka oli tällä kertaa äärimmäisen keskeinen. Yhdistyksen kotipaikkakuntaa ei ole aikaisemmin hyödynnetty yhtä tehokkaasti. Epjyn tapahtumien sponsorointia on pyritty viime aikoina nostamaan uudelleen esille. Lemmikkieläinliikkeiden sponsoroidessa esimerkiksi palkintoja yhdistyksen näyttelyyn, on yhdistys luvannut tästä vastikkeeksi näkyvyyttä jäsenlehdessään värillisenä sekä lahjoittamalla mainostilaa kyseisen tapahtuman näyttelyluettelon takakanteen. Takakannen mainostila on kokoa A5 ja väritään mustavalkoinen. Palkintojen jakoon annettiin myös yksi kehittämis ehdotus; kuuluvuus ja näkyvyys. Useimmiten päivä on jo pitkällä ja porukka jännityksestä levottomina, kun koittaa palkintojen jako. Yleensä tuomari itse kuuluvalla äänellä sanelee voittajat ja jakaa palkinnot kättelyjen kera. Herää kysymys, että minkälaista kuuluvuutta ja näkyvyyttä tähän pieneen

tapahtumaan oikein haetaan? Saavutettaisiinko päämäärä pienien mikrofonien avulla vai pitäisikö tulokset kirjoittaa jonnekin näkyville jo näyttelypaikalla? Tulokset julkaistaan kokonaisuudessaan aina yhdistyksen seuraavana ilmestyvässä jäsenlehdessä.

6.4 Tiivistelmä toimenpidesuosituksista

Yhdistyksen tulisi miettiä näyttelypaikkojen keskittämistä. Potentiaalisia näyttelypaikkoja kannattaa lähteä kartoittamaan pääasiassa Seinäjoen tuntumasta, sillä yhdistyksen jäsenistä valtaosa asuu tällä alueella. Koska 11 – 15 -vuotiaat ovat suurin tapahtumaan kuljetuksen onnistumaan. Näyttelypaikan tulee olla varustukseltaan riittävä, mutta erittäin tärkeää on, että näytteilleasettajien on mahdollisimman vaivatonta selviytyä paikalle. Näyttelyn kaltaiselle tapahtumalle sijainti on kaikki kaikessa. Markkinointimixiin ja sen osa-alueiden tehokkaaseen hyödyntämiseen yhdistystoiminnassa kannattaa perehtyä. Termien tekeminen kaikille selväksi on ensiaskel, jota todennäköisesti seuraa loistelias kokous ideariihen kera. Hyödyllinen työkalu voi osaltaan luoda aivan uudenlaisia lähestymistapoja niin yhdistyksen itsensä markkinointiin kuin myös tapahtumamarkkinointiin. Kotisivujen uudistaminen ja tuominen 2000 -luvulle on ensiarvoisen tärkeää, sillä ne antavat tietynlaiset kasvot yhdistykselle. Sosiaalisen median hyödyt ja voima voivat kariutua äkisti, kun hienon markkinoinnin takaa löytyykin vanhat ja elottomat kotisivut. Kiinnostavilla ja tarpeeksi kattavalla sisällöllä varustetut kotisivut houkuttelevat vierailemaan sivustolla myöhemmin uudelleen. Palkintojärjestelmää kehitettäessä kannattaa muistaa, ettei sorruta liialliseen palkitsemiseen. Näyttelyissä tulee edelleen olla ne tietyt, tavoittelemisen arvoiset sijoitukset, mutta pienten mielihyvää tuottavien palkintojen olemassa oloa ei voi tuskin koskaan korostaa liikaa. Pienikin muisto näyttelystä voi houkuttaa myöhemmin osallistumaan uudelleen. Pelkät viralliset palkinnot ja sijoitukset antavat tapahtumasta äkkiä hyvin virallisen kuvan ja näin ollen mielikuva helposta ja mukavasta vapaa-ajan harrastuksesta saattaa kadota. Tapahtumien tulee kuitenkin olla sellaisia, että niihin voi osallistua jokainen ja toiminta ei ole tarkoitus olla mitenkään vakavaa. Näin ollen myös annettujen mielikuvien ja markkinoinnin tulee huokua ja välittää oikeanlaisia viestejä. Tuomarikoulutus asian lähestyminen on vaikeaa. Hyvin moni tiedostaa, että tuomareista on jonkin verran tai jopa pahasti

pulaa tiettyjen lajien parissa. Yhdistyksen ei ole tarkoitus alkaa painostamaan henkilöitä kouluttautumaan, mutta jonkinlainen kannustus ja tuomarikoulutuksesta kiinnostuneiden henkilöiden tukeminen olisi suotavaa. Aikataulujen kehittäminen ja hallinta vaativat suunnitelmallisuutta. Kukaan ei voi olla mestari aikataulutuksessa, mutta siinäkin kehittyä ajan kanssa. Vanhat aikataulusuunnitelmat kannattaa myös säilyttää, jotta niitä voidaan tarkastella ja parannella jälkikäteen seuraavaa tapahtumaa varten. Pieni lipsuminen aikatauluissa ei ole niin paha asia kuin se, ettei koko aikataulua laadita. Osallistujien yksi kysytyimmistä asioista on tieto siitä, koska tapahtuma päättyy. Yleinen ohje on, että tapahtumaa varten kannattaa varata koko päivä, mutta pitkänmatkalaisille tai pienimmille osallistujille päivä voi osoittautua hyvin rankaksi, joka taas osaltaan syö mielenkiintoa tapahtumaa kohtaan. Lisäksi aikatauluilla on oleellinen osa viihtyvyyden kannalta. On paljon helpompaa olla paikan päällä rennosti viettämässä kivaa päivää, kun tietää noin suurin piirtein milloin mitään on luvassa.

6.5 Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimusehdotukset

Koska tutkimukselle on asetettuna tietynlaisia arvoja ja normeja, on tutkimuksen luotettavuuden arviointi yksi tärkeä osa tutkimusta. Tutkimusasetelma oli ennalta hyvin mietitty ja kaiken kaikkiaan onnistunut. Opinnäytetyön avulla saatiin vastauksia erilaisista riippuvuussuhteista ja herätettyä ajatuksia kehittämistä koskevien asioiden suhteen. Kyselylomaketta ja sen kysymyspatteristoa testattiin ja viilattiin useasti. Yksittäisten sanojen soveltuvuutta ja ymmärrettävyyttä pohdittiin vastaajan näkökulmasta ennakkoon ja tämän lisäksi varmistettiin, että näyttelypaikan infopisteellä on jatkuvasti saatavilla henkilö, joka voi täsmentää tai auttaa lomakkeen täytössä, jos jotain ongelmia ilmenee. Kyselylomakkeista saadut vastaukset käytiin tarkasti kahdesti läpi. Jäsenyyttä käsitellyt kysymys numero kolme poiki yhden jatkotutkimusehdotuksen. Tulevaisuudessa voitaisiin jatkaa jäsenten tapahtumiin osallistumisen aktiivisuuden tarkkailua sekä sitä, että millä keinoilla markkinointia eri segmenteille (=jäsenet, ei-jäsenet) voitaisiin kehittää tehokkaasti. Tutkimisen arvoinen asia olisi myös selvittää, mitkä ovat ne tekijät, jotka saavat jäsenet jatkamaan jäsenyyttään ja mitkä ovat ne tekijät, jotka saavat palaamaan takaisin yhdistyksen toimintaan mukaan.

LÄHTEET

- Aaltola, J. & Valli, R. 2007.(toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Juva: PS kustannus.
- Alderton, D. 1990. Pikkujyrsijöiden hoito, Hamsterit, gerbiilit, rotat, hiiret ja chinchillat. Jyväskylä: Gummerus Kustannus Oy
- Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys ry. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistyksen kotisivut. [viitattu 23.3.2015]. Saatavana: <http://epjyn.blogspot.fi/>
- Epjyn näyttelysäännöt. Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistys ry. [viitattu 11.6.2015]. Julkaisematon.
- Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy
- Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2009. Tilastollisen menetelmät. Helsinki: Sanoma Pro Oy
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? :Käsikirja Tapahtumajärjestäjille. Suomen Graafiset Palvelut Ltd
- Joensuu, S. & Sippola, L. 2011. Tutkimus ja analyysi. Luentomoniste. 14.3.2011. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Liiketoiminnan ja kulttuurin yksikkö, pk-yrityksen koulutusohjelma. Julkaisematon.
- Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa: Werner Söderström Osakeyhtiö
- Marsumaailma. 21.1.2015. [Blogi]. Väliinputoaja väliaikakisa. [viitattu 20.5.2015]. Saatavana: <http://marsumaailma.blogspot.fi/2015/01/valiinputoaja-valiaikakisa.html>
- Muhonen, R.M. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain: Tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum
- Muhonen, R.M. & Heikkinen, L. 2003. Kuvio 3-3 Tapahtumamarkkinointi markkinointiviestinnän kentässä. [Kuva]. Helsinki: Talentum
- Muhonen, R.M. & Heikkinen, L. 2003. Kuvio 5-4 Tapahtumien tuotannon eri vaiheet. [Kuva]. Helsinki: Talentum

- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät: Uudella osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy
- Oulun seudun jyrjääharrastajat ry. 2015. [Verkkosivusto]. Mitä ovat kani- ja jyrjä-näyttelyt? [viitattu 11.6.2015]. Saatavana: http://www.osjh.net/?page_id=87
- Suomen Kani- ja Jyrjäliitto ry. Ei päiväystä. [Verkkosivusto]. Suomen Kani- ja Jyrjäliitto ry. [viitattu 23.3.2015]. Saatavana: <http://www.skjl.net/yhdistyksensaannot.html>
- Suomen Kani- ja Jyrjäliitto ry. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Alayhdistykset. [viitattu 23.3.2015]. Saatavana: <http://skjl.net/alayhdistykset.html>
- Toppari, M. 2009. Muistiinpanot marsunäyttelystä. 7.3.2009. Julkaisematon.
- Vallo, H. 2009. Isännyyden ihanuus: tilaisuudet tapahtumat. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

Liite 2. Ote Epjyn näyttelysäännöistä

KYSELYLOMAKE

(Kyselyyn vastaamalla autatte kehittämään yhdistyksemme toimintaa.)

1. **Ikä:** alle 10 11 - 15 16- 20 21- 30 yli 30
2. **Sukupuoli:** Nainen Mies
3. **Oletko Epjyn jäsen:** Kyllä En
4. **Oletko tänään:** Näytteilleasettajana Osa yleisöä
5. **Löytyykö kotoa kaneja ja/tai jyrsijöitä?**
 Kaneja Marsuja Kesyrottia Gerbiilejä
 Hamstereita Lemmikkihiiriä Chinchilloja Muu, mikä?
(Syyrian/kääpiöt)
6. **Mistä sait tiedon tämän näyttelyn järjestämisestä?**
 Tuttuni kertoi Kotisivut Facebook Puskaradio Muu, mikä?
7. **Harrastatko kani- tai jyrsijänäyttelyitä?**
 Kyllä, aktiivisesti Satunnaisesti, toisinaan, kun ehtii Pari kertaa vuodessa
 En, mutta kiinnostusta kyllä löytyisi En harrasta enkä ole kiinnostunutkaan
8. **Mitä mieltä olet tapahtuman ilmapiiristä?**
 Innostava, Hyvä Tavallinen, Lattea, yk- Huono
mukaansatem- kohtalainen sitoikkoinen
paava
9. **Mitä mieltä olet väliaikakisoista?**
 Niitä on liian vähän Niitä on sopivasti Niitä on liikaa
10. **Aseta seuraavat väliaikakisat paremmuusjärjestykseen (1= paras, 5= huonoin)**
 Kurkun/ tai maissinsyönti Kesyrottien agility Pukukilpailu
 Pari/yhdennäköisyys kilpailu Gerbiilien silppuri/ tai kuulantyyntökisat
11. **Aseta seuraavat palkinnot paremmuusjärjestykseen (1= mieluisin, 5= kehnoin)**
 Herkkupalkinto Virikepalkinto Heinäpusi / purupussi
 Tarvikepalkinto Ruokapalkinto
12. **Tiesitkö seuraavista Epjyn jäsenille kuuluvista eduista?**
 Oma lehti 10% alennus Seinäjoen Faunatar liikkeissä
 Näyttelyalennukset Halvemmat kurssi-, retki- ja leirimaksut
13. **Mikä seuraavista teemoista kiinnostaisi sinua, jos Etelä-Pohjanmaalla järjestettäisiin kurssi aiheeseen liittyen?**
 Genetiikka Kaniin ja pienjyrsijöiden hoito
 Värien esittely Muu, mikä?
14. **Mitä asioita tai ominaisuuksia pidät tärkeänä, kun näyttelyitä järjestetään?**
 Toimivat järjestelyt (ei synny jonoa tai ruuhkaa) Rauhallinen ympäristö
 Toimivat aikataulut (päivä ei veny liian pitkäksi) Kattava infopiste
 Tarjolla on suolaista naposteltavaa (buffetti) Muuta, mitä?
15. **Kerro kääntöpuolella muita toiveitasi tai anna kehittämisehdotuksia!**

Otteita Etelä-Pohjanmaan Jyrsijäyhdistyksen virallisista näyttelysäännöistä.

Kaikkien lajien kaikki virallisten luokkien palkinnot jaetaan kunkin lajin lajiyhdistyksen sääntöjen mukaan.

10§ LEMMIKKILUOKKA ELI PET-LUOKKA

Lemmikkiluokissa urokset ja naaraat arvostellaan omissa luokissa.

Kaikkien lajien jokaisessa ikäluokassa jaetaan luokkasijoituspalkinnot.

Jaettavien luokkasijoitusten määrä riippuu luokkaan osallistuvien eläinten määrästä seuraavasti:

1-4 osallistujaa 1. palkinto

5-6 osallistujaa 1.-2. palkintoa

7-8 osallistujaa 1.-3. palkintoa

9-10 osallistujaa 1.-4. palkintoa

yli 10 osallistujaa 1.-5. palkintoa

Tuomari voi valita oman harkintansa mukaisesti jokaisesta lajista viisi parasta eläintä, jotka palkitaan palkinnoilla ROP1 - ROP5. Lisäksi tuomari voi jakaa kunniamainintoja ja erikoispalkintoja.

Tuomari antaa jokaisesta eläimestä kirjallisen arvostelun.

Jokaisen lajin ROP1 jatkaa näyttelyn lopuksi BIS-kehään, jossa valitaan näyttelyn paras eläin. BIS-kehään päässeet palkitaan palkinnoilla BIS1 - BIS10 osallistuvien lajien määrästä riippuen.

14§ LAHJOITUSPALKINNOT

Yksityiset henkilöt ja yhteisöt voivat lahjoittaa palkintoja jaettavaksi näyttelyissä.

Virallisessa tai koestandardiluokassa luokassa lahjoituspalkinnot voivat olla näyttelysäännöissä mainittuja palkintoja.

Lemmikkiluokassa lahjoituspalkinnot voivat olla joko näyttelysäännöissä mainittuja palkintoja tai erikoispalkintoja, joista lahjoittaja voi päättää, millä perustein erikoispalkinto jaetaan. Lahjoittajan nimi ja lahjoitusperuste on mainittava erikoispalkinnoissa.

Erikoispalkintoja voi antaa myös siten, että tuomari voi itse päättää jakoperusteen.