

Pia Issakainen

Päivi Nikkonen

SAIMAA SUMMIT-TAPAHTUMAN  
KEHITTÄMISEHDOTUSTEN  
KARTOITUS TAPAHTUMAN  
KANSAINVÄLISTÄMISEKSI

Opinnäytetyö  
Liiketalouden Koulutusohjelma


Marraskuu 2009



**MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU**

Mikkeli University of Applied Sciences

## KUVAILULEHTI

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>	<b>Opinnäytetyön päivämäärä</b> 30.11.2009	
<b>Tekijä(t)</b> Pia Issakainen ja Päivi Nikkonen	<b>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</b> Liiketalouden Koulutusohjelma	
<b>Nimeke</b> Saimaa Summit -tapahtuman kehittämisehdotusten kartoitus tapahtuman kansainvälistämiseksi		
<b>Tiivistelmä</b> <p>Opinnäytetyömme aiheena oli Savonlinnasalin toimeksiantona kehittämiskyselyn suunnittelu ja toteutus Saimaa Summit 2009 -tapahtumaan. Tavoitteenamme oli saada käyttökelpoisia työkaluja Savonlinnasalille tulevia foorumipäiviä ja mahdollista tapahtuman kansainvälistämistä varten.</p> <p>Toimeksiantajalle on tehty asiakastytyväisyyskysely kesällä 2008, jossa mitattiin asiakastytyväisyyttä Savonlinnasalin toiminnan eri osa-alueilta. Tällaista perinteistä asiakastytyväisyyskyselyä emme siis halunneet toteuttaa, vaan kyselyssä haluttiin keskittyä pelkästään Saimaa Summit- tapahtuman kehittämiseen.</p> <p>Opinnäytetyömme tutkimusmenetelmä on pääsääntöisesti kvantitatiivinen, mutta saadaksemme enemmän kehittämissideoita sähköisesti toteutetulla kyselyllä, joukossa on myös osa kvalitatiivisia kysymyksiä. Kysely toteutettiin webropol tiedonkeruusovelluksella. Kyselyn vastaanottajia oli 208, joista 115 vastasi kyselyyn. Vastausprosentiksi muodostui 55,3 %. Vastaukset haluttiin pääasiassa numeraalisena datana, jotta saatua aineistoa voitiin tulkita ja käsitellä nopeammin ja helpommin. Avoimilla kysymyksillä haluttiin kartoittaa suoraa palautetta ja kehittämissihtejä kyselyyn osallistujilta sekä antaa mahdollisuus vapaaseen sanaan.</p> <p>Kehittämissihteilyämme ensi vuoden kansainvälisempää tapahtumaa ajatellen ideoita ja kehittämissihtejä tuli hyvin. Tuloksissa toivottiin tapahtumaan jatkossa ulkomaalaisia luennoitsijoita. Lisäksi Venäjän läheisyyden mukana tuomien hyötyjen ja uhkien huomioiminen tuli esille monessa vastauksessa. Seminaaripäivän pituus, ajankohta sekä hinta ovat tekijöitä, joihin toimeksiantajan kannattaa jatkossa kiinnittää huomiota.</p>		
<b>Asiasanat (avainsanat)</b> tapahtuman markkinointi, tapahtuman järjestäminen, tapahtuman kansainvälistäminen		
<b>Sivumäärä</b> 36 s. + liitteet 3	<b>Kieli</b> Suomi	<b>URN</b> URN:NBN:fi:amk-201001151281
<b>Huomautus (huomautukset liitteistä)</b>		
<b>Ohjaavan opettajan nimi</b> Sirpa Korhonen	<b>Opinnäytetyön toimeksiantaja</b> Savonlinnasali Oy	

## DESCRIPTION

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>		<b>Date of the bachelor's thesis</b> 30.11.2009
<b>Author(s)</b> Pia Issakainen and Päivi Nikkonen	<b>Degree programme and option</b> Business Management	
<b>Name of the bachelor's thesis</b> A survey of suggestions for development of the Saimaa-Summit event to internationalize the event		
<b>Abstract</b> <p>The topic of our scholarly thesis, which was commissioned by Savonlinnasali was to design and carry out a questionnaire for the development of the Saimaa-Summit 2009 event. Our aim was to discover feasible tools for the forum days in Savonlinnasali as well as for the future prospect of it growing into an international event.</p> <p>In the summer of 2008, the mandatory carried out a questionnaire for its clients, measuring their satisfaction with different functions of Savonlinnasali. For this reason, we did not wish to conduct a similar questionnaire. Instead, we decided to focus solely on the development of the Saimaa-Summit event.</p> <p>Our thesis was conducted mainly in a quantitative manner. However, in order to gain more ideas from the participants, we included some qualitative questions as well. There were 208 recipients of which 115 responded. The total percentage of responses was 55,3 %. We opted to have the results as numerical data in order to be able to analyze the material more effectively. The open ended questions were used to enable direct feedback and propositions for development, as well as to give an opportunity for free speech.</p> <p>Our questionnaire was quite successful in terms of gaining suggestions for improvement and new ideas to make the event more international. According to the answers e.g. foreign lecturers were hoped for in the results. In addition, the close proximity of Russia with its possibilities and threats was evident in many answers as well. Furthermore, the length and the cost of the Seminar were seen as factors of importance to be considered in the future.</p>		
<b>Subject headings, (keywords)</b> marketing an event, organizing an event, internationalization of an event		
<b>Pages</b> 36 p. + app 3 p.	<b>Language</b> Finnish	<b>URN</b> URN:NBN:fi:amk-201001151281
<b>Remarks, notes on appendices</b>		
<b>Tutor</b> Sirpa Korhonen	<b>Bachelor's thesis assigned by</b> Savonlinnasali Ltd	

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	1
2	SAVONLINNASALI OY JA SAIMAA SUMMIT 2009 .....	2
2.1	Summit käsitteenä.....	3
2.2	Saimaa Summit- foorumit.....	3
2.3	Saimaa Summit -foorumin oheistapahtumat .....	7
3	TAPAHTUMAN TOTEUTUS JA JÄRJESTÄMINEN .....	8
3.1	Tapahtuma käsitteenä .....	8
3.2	Tapahtuman järjestäminen.....	9
3.3	Tapahtuman markkinointi.....	10
3.4	Tapahtuman kansainvälistäminen.....	12
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	13
4.1	Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaus.....	13
4.2	Tutkimusmenetelmä .....	13
4.3	Webropol menetelmästä .....	14
4.4	Tutkimuksen toteutus.....	15
4.5	Aineiston kerääminen ja analysointi.....	18
4.6	Kyselyn luotettavuus ja yleistettävyys .....	22
5	TULOKSET .....	23
6	KEHITTÄMISEHDOTUKSET JA POHDINTA .....	29
	LÄHTEET .....	34
	LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Savonlinnasalin toimitusjohtaja Taneli Tuomaala otti yhteyttä toukokuussa 2009 Mikkelin Ammattikorkeakouluun yhteistyön merkeissä. Hän halusi saada opiskelijan/opiskelijat tekemään kehittämiskyselyn kesällä 2009 alkavan uuden suomalaisten vaikuttajien ja visionäärien huippukohtaamisten sarjasta Saimaa Summit, jonka on tarkoitus toteutua mahdollisesti joka kesä Savonlinnassa Savonlinnasalissa. Tapahtumasta on tarkoitus saada jo vuonna 2010 kansainvälinen tapahtuma ja saada tapahtumaan mukaan paljon myös kansainvälisiä vieraita ja puhujia.

Kehittämiskyselyn toteutusta suunniteltaessa päädyttiin ratkaisuun, että kysely toteutetaan sähköisesti tehtävällä kyselylomakkeella. Savonlinnasalille on tehty asiakastytyväisyystutkimus vuonna 2008, jossa on paneuduttu tarkasti itse Savonlinnasalin toimintaan, ympäristöön, tapahtumatarjontaan ja muihin keskeisiin asioihin. Tutkimuksen nimi on Asiakastytyväisyyskysely tapahtumien järjestäjille ja osallistujille ja sen toteuttivat Heini Käyhkö ja Sole-Sara Väinölä. Samanlaista asiakastytyväisyystutkimusta ei haluttu tehdä, vaan paneuduttiin Saimaa Summit –tapahtumiin ja niiden kehittämiseidien etsimiseen.

Opinnäytetyön päätavoitteena ja tutkimuskysymyksenä on ollut selvittää mitkä ovat tärkeimpiä kehittämiskohteita Saimaa Summit –tapahtumassa tulevia vuosia ajatellen ja kuinka Saimaa Summit –tapahtumasta voitaisiin saada kansainvälinen tapahtuma. Teoriaosuutemme koostuu tapahtuman toteuttamisesta, järjestämisestä, tapahtuman markkinoinnista ja tapahtuman kansainvälistämisestä. Tapahtuman toteutus ja tapahtuman järjestäminen ovat työmme kannalta tärkeitä osa-alueita, koska työssämme on kyse tapahtuman kehittämisestä. Tapahtuman markkinointi ja tapahtuman kansainvälistäminen haluttiin myös ottaa työhön mukaan, koska Saimaa Summit –tapahtumaa on tarkoitus kehittää kansainväliseksi tapahtumaksi.

## 2 SAVONLINNASALI OY JA SAIMAA SUMMIT 2009

Savonlinnassa vietettiin 1900-luvun vaihteessa kansainvälistä kylpylä- ja seuraelämää saarilla, joita kutsuttiin Onnellisten saariksi. Vuonna 1896 valmistuivat Olavin Kylpylaitos ja Kasino kaupungin keskellä sijaitsevalle Kasinosaarelle. Kaksi vuotta myöhemmin Kasinon kylkeen kohosi 500- paikkainen juhlasali, joka toimi koko seutukunnan kulttuurin keskipisteenä, kunnes tulipalo tuhosi rakennuksen vuonna 1928. Palolta säästynyt Kasino jatkaa edelleen toimintaansa kylpylävieraiden ja paikallisten kohtaamisten paikkana.

Toimeksiantajana opinnäytetyössämme toimii Savonlinnasali Oy. Savonlinnasali on vuonna 2002 valmistunut Suomen ensimmäinen kokonaan puurakenteinen kokous- ja konserttitalo, joka sijaitsee legendaarisen Wanhan Kasinon yhteydessä Savonlinnan Kasinosaarella. Merkittävä suunnittelullinen haaste oli uuden konserttisalin sijoittaminen vanhan juhlasalin paikalle. Suunnittelussa pidettiin keskeisenä vanhan rakennuksen muotokielen modernisointia kertaamalla alkuperäisiä yksityiskohtia. Savonlinnasalin uudisosa on upotettu osittain kallioon lähes Saimaan pinnan tasoon. Näin mahdollistettiin akustiikan vaativa tilavuus rikkomatta rakennuksen kokonaisilmettä (Savonlinnasali 2009).

### **Kokouspaikka**

Savonlinnasali tarjoaa tasokkaat kokoontumistilat, jotka ovat aina muokattavissa tilaisuuksien mukaan. Pääsali toimii kokoontumistilana erikokoisille ryhmille, tarvittaessa sinne mahtuu jopa 1000 henkilöä. Ensimmäiset kymmenen tuoliriviä ovat vapaasti siirrettävissä mahdollistaen tilan tehokkaan käytön. Onnellisten Ateljee tarjoaa toimivan kokoustilan pienille ja hieman suuremmillekin ryhmille. Kabinetti Diiva toimii taiteilijalämpönä sekä soveltuu myös mm lehdistö- ja toimistohuoneeksi. Kabinetti Aino on nimetty oopperalaulaja Aino Ackte´n mukaan ja toimii VIP-tilana sekä pienten palaverien pitopaikkana. Wanha Kasino toimii Savonlinnasalin ravintolatilana ja ravintolapalveluista vastaa Kylpylä Hotelli Casino (Savonlinnasali 2009).

## **Konserttitalo**

Savonlinnasalissa järjestetään aktiivisesti erilaisia konsertteja. Voisi sanoa, että jokaiseen makuun löytyy jotakin musiikkinautintoa. Paikalliset ihmiset ovat mielestämme löytäneet hyvin Savonlinnasalin tarjonnan, mikä on ilahduttavaa huomata. Akustiikaltaan ja tekniikaltaan Savonlinnasali palvelee esiintyjiä sekä kuulijoita erittäin hyvin (Savonlinnasali 2009).

### **2.1 Summit käsitteenä**

Mistä tapahtuman nimi Saimaa Summit sitten on saanut nimensä? Saimaa tulee tietysti kauniista ympäristöstä, Savonlinnasalihan sijaitsee aivan Saimaan äärellä. Englanninkielen summit tarkoittaa suomeksi huippu, vuorenhuippu, huippukokous, laki, nousta huipulle ja kärki. (Rekiaro & Robinson 1993, 1316)

Saimaa Summit tarkoittaa siis Saimaa huippukokous, Saimaa huippu, Saimaa kärki, Saimaa huipputapahtumaa. Tapahtumalla on valmiiksi kansainvälinen nimi, joten on hyvät edellytykset saada jo ensimmäisenä vuotena mediavaikuttavuutta myös kansainvälisillä markkinoilla.

### **2.2 Saimaa Summit- foorumit**

Saimaa Summit- foorumit koostuu kolmesta Savonlinnasalissa järjestettävästä keskustelufoorumista. Saimaa Summit- foorumien pääjärjestäjänä on Savonlinnasali Oy osakkaineen. Kesäfoorumit pidettiin kolmena heinäkuun keskiviikkona Saimaan äärellä Savonlinnasalissa.

Foorumipäivä oli kestoltaan koko päivän mittainen, alkaen kello 9.00 rekisteröitymällä tapahtumaan ja aamiaisbuffetilla. Päivän aikana oli monta, mielenkiintoista puhujaa, kysymyksille ja keskusteluille oli varattu aikaa ennen lounaalle siirtymistä, noin puolen päivän aikoihin, tosin aikataulutuksessa oli hiukan ongelmia ainakin elämys ja talous- foorumissa. Päivä jatkui aina iltapäivään asti, päättyen illan oopperaan johdattamiseen klo 16.00 aikaan.

Tapahtuman tarkoituksena on saada vauhtia talouden nousuun vuoropuheiden ja erilaisten oheistapahtumien kautta sekä saada Savonlinna nousemaan maailmankartalle myös ulkomaalaisten asiakkaiden silmissä ja herättää heidän kiinnostuksensa. Ihmiset on tarkoitus saada houkuteltua mukaan Oopperajuhlien ja kauniin Saimaan nostattamina, ja heille järjestetään kesän huippusesonkiin vaikutusvaltaista, jopa ministeritasoista foorumipuhujaa ja vaikuttajaa myös jatkossa. Foorumeissa oli kolmelta eri aihealueelta aiheita; ke 8.7. media ja yhteiskunta, ke 15.7. ympäristö ja teknologia ja ke 22.7. elämys ja talous.

### **8.7.2009 Media & Yhteiskunta**

Saimaa Summit – tapahtuman ensimmäisessä kesäfoorumissa oli teemana viestintä, mediateknologia, yhteisöllisyys ja tietoyhteiskunta. Foorumissa oli puhujina ja keskustelijoina mm:

Executive Advisor, Jouni Backman, Tieto Oyj  
 Päätoimittaja Markku Huusko, Uusi Suomi  
 Kaupunginjohtaja Janne Laine, Savonlinnan kaupunki  
 Viestintäministeri Suvi Linden, LVM  
 Hpj., vuorineuvos Kari Neilimo, Yleisradio Oy  
 Toimitusjohtaja Juhani Pekkala, Kaupan Liitto  
 Varapääjohtaja Antti Peltomäki, EU:n komissio

Eri tiedotusvälineiden edustajat keskustelivat alastaan sopuisassa hengessä. Muun muassa television ohjelma- ja sarjauusinnat puhuttivat seminaaripäivän kuuntelijoita ja keskustelijoita. Keskustelijat olivat sitä mieltä, että uusinnat ovat ehdottomasti positiivinen asia ja kanavat tappelet saadakseen vanhat tutut sarjat omaan tuotantoonsa. Saimaa Summit – foorumin ensimmäinen paneelikeskustelu paneutui myös kuluttajien itse tekemän median kiemuroihin. Myös verkkokirjoittelun vastuu puhututti paneelikeskusteluun osallistujia. Kuten tutkijatohtori Päivi Tiilikka mainitsi foorumissa: ”Tietämättömyys ei vapauta vastuusta. Kaikkien olisi syytä miettiä, mitä muista ihmisistä mediaan laittaa” (Hermunen 2009, 6). Kansalaisjournalismista oli monta mielenkiintoista puheenvuoroa.



### **15.7.2009 Ympäristö & Teknologia**

Toisessa foorumissa oli aiheena ilmastonmuutos, energia, teknologiakehitys ja ympäristövastuu. Siellä puhujina ja keskustelijoina oli mm:

Ympäristöjohtaja Kati Ihamäki, Finnair Oyj  
 Kansanedustaja Heli Järvinen, Vihreät  
 Toimialajohtaja Juha Kostiainen, Sitra  
 Elinkeinoministeri Mauri Pekkarinen, TEM  
 Kansanedustaja, ministeri Pertti Salolainen  
 Johtaja Stefan Sundman, Metsäteollisuus ry  
 Pj. Jarkko Wuorinen, Suomen Yrittäjät

Ympäristön muutokset huolestuttivat toisen Saimaa Summit- foorumin keskustelijoita ja puhujia kovasti. Muutoksen merkit ovat jo havaittavissa, tiedossa on sateisuutta, tuulisuutta, tulvia ja muita äkillisiä säätilan muutoksia. Nämä muutokset heijastuvat ongelmia tuoden ravinnontuotantoon, metsäteollisuuteen ja luovat myös ilmastopakolaisuutta ja kriisejä. Paneelikeskusteluissa paneuduttiin myös ympäristökysymyksiin, ympäristövastuuseen ja energiapolitiikkaan pitkän ja lyhyen tähtäimen tavoitteilla. Kuten L&T Biowatt Oy:n toimitusjohtaja Kari Lahti totesi: ”On helppo asettaa pitkän tähtäimen tavoitteet. Lyhyen tähtäimen tavoitteet ovat paljon vaikeampia, koska siinä on pakko mennä konkretiaan” (Karpakka 2009, 7).

### **22.7.2009 Elämys & Talous**

Viimeisessä kesän 2009 foorumipäivässä teemana oli luova talous, elämyksellisyys, kulttuurivienti ja talouskriisi. Tällöin puhujina ja keskustelijoina mukana olivat mm:

Toimitusjohtaja Anne Berner, Vallila Interior Oy  
 Johtaja Jan Hultin, Savonlinnan Oopperajuhlat  
 Toimitusjohtaja Laura Lares, Kalevala Koru Oy  
 Muusikko- Säveltäjä Marzi Nyman  
 Muotisuunnittelija Jukka Rintala  
 Ylijohtaja Petri Peltonen, TEM  
 Uutispäällikkö, kirjailija Matti Rönkä, YLE

*”Ihminen kaipaa ja tuottaa elämyksiä”. (Matti Rönkä).*

## **Oma osallistuminen tapahtumaan**

Itse osallistuimme viimeiseen, ke 22.7. järjestettävään foorumiin, joka käsitteli elämystä ja taloutta. Olemalla itse paikan päällä näkisimme kokonaisvaltaisemmin tapahtumapäivän kulun analysoidaksemme paremmin tapahtumaa ja nähdäksemme mahdollisia parannettavia asioita konkreettisemmin. Samalla pääsisimme foorumiyleisön joukossa eläytymään päivän antiin uudelta näkökulmalta ja katselemaan itsekin kriittisesti tapahtumaa, sen järjestelyitä ja toteutusta. Päivän rakenne oli seuraavanlainen:

- Rekisteröityminen tapahtumaan
- Aamiaisbuffet
- Aamupäivän puheenvuorot
- Lounas
- Iltapäivän Talk Show- keskustelut
- Päivän päätteeksi Coctails

Kaiken kaikkiaan tapahtumasta jäi hyvä käsitys ja saimme muutamia todella varteen otettavia vinkkejä ja kehitysideoita seuraavien vuosien varrelle Saimaa Summit- tapahtuman järjestäjille matkaevääksi. Oli mielenkiintoista päästä näkemään, kuinka tämän kaltainen tapahtuma järjestetään ja kuinka näinkin monella puhujalla varustettu tilaisuus säilyttää aikatauluksensa ja pitää langat käsissään koko tilaisuuden ajan alusta loppuun asti.

Tapahtuman aikana on tärkeää pystyä erottamaan pienet ja suuremmatkin ongelmat. Ei tarvitse ottaa stressiä liian pienistä ongelmista, jotka sinällään eivät vaikuta tapahtuman järjestämiseen, vaan on pystyttävä poimimaan sellaiset ongelmakohdat, jotka tarvitsevat pikaista paikkausta, jotta tapahtumasta saadaan onnistunut. Mielestämme Saimaa Summit- tapahtumasta ei ainakaan yleisölle tullut kuvaa, että jokin asia ei olisi ollut kohdallaan, vaan asiat osattiin korjata hyvin. Esimerkiksi aikataulussa pysymisestä olisi voinut hyvin tulla ongelma, koska ensimmäisen puhujan kohdalla oltiin jo myöhässä, mutta asia hoidettiin hyvin eikä mittavaa ongelmaa päässyt syntymään.

## **2.3 Saimaa Summit -foorumien oheistapahtumat**

### **Saimaa Summit Sport**

Saimaa Summit- tapahtuman yhteyteen nidottiin urheilullinen, leikkimielinen Saimaa Summit Sport- tapahtuma. Tapahtumaa markkinoitiin foorumien epävirallisena, get together- tapahtumana, joka oli avoin kaikille foorumiosallistujien ohella. Saimaa Summit Sport- tapahtumat järjestettiin jokaisen varsinaisen foorumipäivän aattona tiistaisin.

Ensimmäisenä, 7.7.2009, järjestettiin Saimaa Summit Open- golfkilpailu Kerimaassa Kerimäellä. Kilpailun voittajat ovat kutsuvieraina mukana seuraavana vuonna. Palkintojenjakotilaisuus oli samana iltana Panimoravintola Huvilassa, missä tarjottiin myös kisailallinen. Kilpailumaksu golfkisaan oli 45 €. Seuraavana, 14.7.2009, annettiin mahdollisuus kokea elämyksiä Saimaa Summit Orient- suunnistuskilpailun parissa Saimaan maisemissa Olavin Rasti ry:n järjestämässä suunnistustapahtumassa. Viimeisenä, 22.7.2009, seikkailtiin Saimaa Summit Adventure- seikkailukilpailun merkeissä. Tämä oli leikkimielien moniottelu, jossa kahden hengen joukkueissa päästiin kisailemaan melonnan, juoksun ja kalliolaskeutumisen parissa järjestäjänä toimivan Blue Outdoor Oy:n kanssa.

### **After Summit Jazz & Buffet**

Foorumeissa kävijät ”palkittiin” foorumipäivien jälkeen järjestettävillä After Summit jazz & buffet- tapahtumilla, joihin oli saatu valtakunnallisia viihde- ja musiikkitaiteilijoita esiintymään. Tapahtumat alkoivat buffet-tarjoilulla alkaen klo 22.00, showtime oli noin klo 23.00.

Ensimmäisen foorumipäivän iltana esiintyi Wanhalla Kasinolla Olli Ahvenlahti Orchestra feat. Fredi & Johanna Försti esittäen kaikkien aikojen parhaimmat euroviisukappaleet jazzversioina. Toisen foorumipäivän foorumiosallistujat ja muu yleisö palkittiin riehakkaan rytmiorkesterin, Sami Pitkämö & Lenni- Kalle Taipale Bandin rajattomalla repertuaarilla. Viimeisen foorumitapahtuman ilta sujui pianovirtuoosi Iiro Rantala New Trion esittämien rytmien ja säveljuoksujen parissa nauttiessa.

Osallistumismaksu iltatapahtumaan, sisältäen ohjelman ja illallisbuffetin, oli foorumiosallistujille 37 €/lippu, normaalihinta 45 €. Mikäli ei osallistunut kuin illan musiikkitarjontaan, sai lipun lunastaa hiukan halvemmalla. Lisäksi oli tietenkin mahdollisuus osallistua illan oopperaan, mihin johdateltiin jokaisen foorumipäivän lopuksi yleisöä.

### **3 TAPAHTUMAN TOTEUTUS JA JÄRJESTÄMINEN**

#### **3.1 Tapahtuma käsitteenä**

Nykyäänä keskeiset tapahtumat ovat kulttuurillemme tärkeämpiä kuin ennen. Lisääntynyt vapaa-aika ja harkinnanvaraiset menot ovat johtaneet monenlaisiin julkisiin tapahtumiin. (Bowdin yms. 2006. 3)

Vallo ja Häyrinen (2007, 42) määrittelevät, että tapahtuma voi olla esimerkiksi:

- tuotelanseeraus
- myyntitapahtuma
- messut, näyttely
- seminaaritilaisuus
- juhla
- sponsorointitilaisuus
- perehdytystilaisuus
- koulutustilaisuus
- luento
- tutustumiskäynti
- kokous
- vastaanotto
- tiedotustilaisuus

Tapahtuma on aina prosessi, jossa on seuraavat vaiheet:

- suunnitteluvaihe
- toteutusvaihe

- jälkimarkkinointivaihe

Kuten Vallo ja Häyrinen toteavat (2007, 275,277):” Tapahtumat ovat myös osa elämäämme, tahdoimme tai emme. Ne ovat myös osa organisaatioiden elämää, osa markkinointia. Toivottavaa on, että tapahtumat saisivat yhtäläisen arvostetun roolin kuin muut markkinoinnin välineet. Tapahtuma on elämys kaikille aisteille!”

### 3.2 Tapahtuman järjestäminen

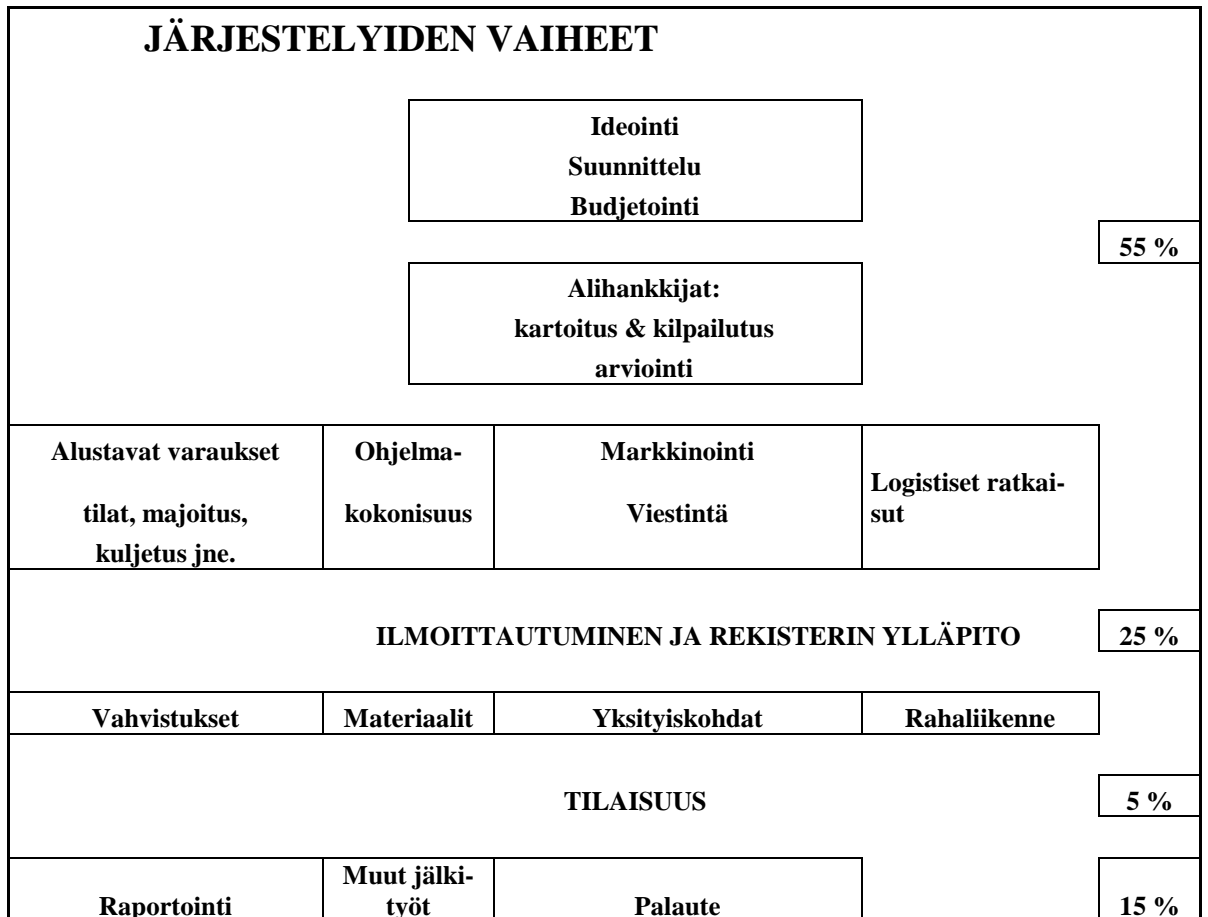
Tapahtuman järjestäminen on monisäikeistä ja vaativaa, jotta tapahtumasta saadaan onnistunut ja toimiva. Kun tapahtumaa lähdetään suunnittelemaan, on mietittävä, miksi tapahtuma järjestetään, mikä on tavoite, kenelle tapahtuma on suunnattu, ketä kutsutaan, millainen on ohjelma ja sisältö, ostetaanko organisaattori ulkopuolelta vai tehdäänkö itse, kuka tai ketkä toimivat isäntinä ja millainen juhla järjestetään, onko kyseessä juhlat vai asiapitoinen seminaari tai voiko näitä mahdollisesti yhdistää jotenkin. Nämä asiat Vallo ja Häyrinen ovat listanneet myös ja niihin palaamme seuraavassa kappaleessa.”Tapahtuman suunnittelu ja toteuttaminen on rankka ja tinkimätöntä työtä. Siinä työssä ei laiska ihminen pärjää. Tarvitaan ihmisiä, jotka ovat periksiantamattomia, näkevät vaivaa ja kestävät paineita.” (2007, 109)Tapahtuman järjestäjä on vastuussa kokonaisuudesta ja toimimisesta ja silloin pitää jokaisen pienenkin yksityiskohdan olla kohdallaan.

Tapahtumaa suunniteltaessa pitää koko ajan pitää mielessä tapahtuman teema ja idea, muutoin saattaa käydä niin, että tapahtuma jää sisällöltään hyvin tyhjäksi ja kuivaksi. Jokaisella järjestetyllä tapahtumalla tulee olla myös tavoite, miksi tapahtuma järjestetään. Tapahtuman tavoitteena voi olla esimerkiksi varojen keruu tai julkisuuden tavoittelu. Vallon ja Häyrisen mukaan tapahtumaa suunniteltaessa on mietittävä vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

- Miksi tapahtuma järjestetään?
- Mikä on sen tavoite?
- Kenelle se järjestetään?
- Keitä tapahtumaan kutsutaan?
- Mitä järjestetään?
- Huvia vai asiaa?

Kun näihin kysymyksiin on saatu vastaukset, voidaan siirtyä seuraaviin kysymyksiin:

- Miten tapahtuma käytännössä järjestetään?
- Itse vai ulkopuolisen kumppanin kanssa?
- Millainen ohjelma tai sisältö tapahtumassa on?
- Ketkä toimivat tapahtumassa isäntinä?



**KUVIO 1. Järjestelyiden vaiheet (Konferenssien järjestäminen 2009)**

Kuviosta käy hyvin ilmi, kuinka monta prosenttia kunkin prosessin järjestelyt vievät aikaa ja mitä kaikkea tulee järjestelyissä ottaa huomioon.

### 3.3 Tapahtuman markkinointi

Onnistuakseen tapahtuman ydin tarvitsee vierelleen muita toimintoja ja palveluja. Ilman tukipalveluja tapahtuma ei onnistu. (Iiskola- Kesonen 2004, 17) Jokainen yritystilaisuus on tavalla tai toisella markkinointitilaisuus, jolla on tavoite. Tilaisuuden palve-

luajatus on tärkeä osa onnistunutta tapahtumaa. Kuten luvussa 3.2 kerroimme, sen avulla hahmotetaan, miksi tapahtuma järjestetään, mitä sen on tarkoitus tarjota, kenelle tapahtuma on suunnattu ja kuinka se on tarkoitus toteuttaa. Samalla, kun yhä kasvava informaatiotulva lisääntyy, joutuvat tapahtumien järjestäjät miettimään, miten saadaan näkyvyyttä tapahtumalle eikä se peittyisi markkinoinnin massaan. Tällöin on hyvä käyttää tapahtumamarkkinointia, joka yhdistää tapahtuman ja markkinoinnin. Vallo ja Häyrinen (2007,26) kuvaavat tapahtumamarkkinoinnin vahvuuksia näin:

- vuorovaikutteisuus ja henkilökohtaisuus osallistujan ja järjestäjän välillä
- tapahtuman puitteiden ja viestien hallittavuus järjestäjän taholta
- organisaation mahdollisuus asettaa tapahtumalle tavoite ja saada heti palautetta tavoitteen saavuttamisessa
- organisaation mahdollisuus rajata osallistujajoukko tarpeittensa ja tapahtuman tavoitteiden mukaisesti
- organisaation mahdollisuus erottua kilpailijoista myönteisesti
- elämyksellisten kokemusten tuottaminen
- ainutlaatuisen muistijäljen tuottaminen

He myös toteavat:” Markkinointi on tavoitteellista toimintaa, jonka tehtävänä on välittää organisaation haluama viesti ja saada ihminen toimimaan organisaation toivomalla tavalla. Tapahtumamarkkinointi on toimintaa, joka tavoitteellisella, vuorovaikutteisella tavalla yhdistää organisaation ja sen kohderyhmät valitun teeman ja idean ympärille toiminnalliseksi kokonaisuudeksi.” (Vallo & Häyrinen 2003, 24)

Markkinointiviestinnän ja vuorovaikutusviestinnän välillä on eroja, jotka on ymmärrettävä hyvin. Markkinointiviestintään voi liittyä lupauksia, joiden todenperäisyys on asiakkaan itse selvitettävä ja joita tapahtuma ei aina kykene toteuttamaan. Vuorovaikutusviestinnässä taas ollaan jo tapahtumassa ja asiakas itse testaa markkinoinnin lupauksia. Olemme samaa mieltä tapahtuman aikaansaamasta vaikuttavuudesta asiakkaaseen, kuten esimerkiksi Iiskola- Kesonen toteaa: ”Molemmat viestintämuodot vaikuttavat asiakkaaseen sekä välittömästi että pitkäaikaisesti.”(2004, 22) Ehdottomasti markkinointi täytyy tehdä huolella ja siihen on paneuduttava, jos aiotaan saada tapahtumasta onnistunut ja sen laadukkuus tuoda esille mahdollisimman positiivisella tavalla. Jos osallistujille jää tapahtumasta negatiivinen mielikuva, suusanallinen viesti kul-

kee asiakkailta toisille todella nopeasti, varsinkin juuri negatiivisista asioista. Osallistujat katsovat ja arvioivat erittäin ankarasti tapahtuman kulkua ja valitettavasti kielteinen suusanallinen viesti voittaa lähes aina myönteisenkin markkinoinnin ja siihen kohdistuvat viestintäkeinot. Tämän takia tapahtuman markkinointi on tärkeimpiä asioita tapahtumaa suunniteltaessa ja sitä toteutettaessa.

### **3.4 Tapahtuman kansainvälistäminen**

Äijö (2008, 41) määrittelee kansainvälistymisen seuraavasti: ”Kansainvälistyminen on yrityksen kokonaisvaltainen oppimis- ja muutosprosessi, jonka tuloksena yritys laajentaa toimintaansa kansainvälisille markkinoille”. Kansainvälistymisellä haetaan ulkomaisten markkinoiden tuomia mahdollisuuksia, kilpailuedun vahvistamista ja parempaa yrityskuvaa. Kotimarkkinoiden pienuus ja kilpailijoiden kansainvälistyminen aiheuttavat myös monille yrityksille paineita toiminnan laajentamisesta. (Karhu 2002, 18)

Ennen kansainvälistymispäätöksen tekemistä on syytä tehdä kriittinen arvio siitä, onko yrityksellä edellytyksiä kansainvälistymiseen. On tarkasteltava taloudellisia ja toiminnallisia resursseja yrityksen kannalta. Tuotteen soveltuvuutta kansainvälisille markkinoille on kartoitettava ja lopuksi on otettava huomioon onko markkinakohtaisia edellytyksiä. (Karhu 2002, 20)

Saimaa Summit -tapahtumasta on tarkoitus saada ensi kesänä kansainvälisempi tapahtuma. Tähän tarvitaan paljon järjestäjäkumppaneita, mediavaikuttavuutta ja kansainvälisiä osanottajia ja puhujia. Järjestäjän vaikuttavuus onnistuneeseen tapahtumaan on monisäikeinen. Viestintä on yksi tärkeimmistä keinoista saada asiakkaat kiinnostumaan tapahtumasta. On myös tärkeää, että järjestäjät haluavat tehdä hyvälaatuisen ja laadukkaan tapahtuman. ”Laadukkaaseen tapahtumaan kuuluu oleellisena osana tekninen laatu ja toiminnallinen laatu. Tekninen laatu on jokin konkreettinen asia tapahtumasta, joka jää asiakkaalle tapahtuman jälkeen, esimerkiksi ohjelmalehtinen. Toiminnallinen laatu taas tarkoittaa sitä, kuinka asiakas tuntee itseään tapahtumassa kohdeltavan, osallistujan elämykset tapahtumassa ja toiminnallinen laatu on aina henkilökohtaista.” (Iiskola- Kesonen 2004, 23)



## **4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS**

### **4.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaus**

Opinnäytetyön päätavoitteena ja tutkimuskysymyksenä on ollut selvittää, mitkä ovat oleellisia kehittämiskohteita Saimaa Summit –tapahtumassa tulevia vuosia varten. Lisäksi on pyritty selvittämään, kuinka Saimaa Summit –tapahtumasta voitaisiin kehittää kansainvälinen tapahtuma. Opinnäytetyön tutkimusosa on rajattu koskemaan pelkästään Saimaa Summit –tapahtumaa oheistapahtumineen, eikä siinä ole haluttu korottaa Savonlinnasalin muuta palvelutarjontaa.

Teoriaosuutemme olemme rajanneet käsittämään tapahtuman toteutusta, tapahtuman järjestämistä, tapahtuman markkinointia ja tapahtuman kansainvälistämistä. Tapahtuman toteutus ja tapahtuman järjestäminen ovat työmme kannalta tärkeitä osa-alueita, koska työssämme on kyse tapahtuman kehittämisestä. Tapahtuman markkinointi ja kansainvälistäminen haluttiin myös ottaa työhön mukaan, koska Saimaa Summit –tapahtumaa on tarkoitus kehittää kansainväliseksi tapahtumaksi. Lisäksi olemme halunneet selvittää summit käsitettä ja Saimaa Summit 2009 –tapahtumaa tarkemmin.

### **4.2 Tutkimusmenetelmä**

Tässä opinnäytetyössä on käytetty kvantitatiivista eli määrällistä menetelmää, koska numeerisia arvoja on helpompi käsitellä kuin laadullisen tutkimuksen vastauksia, joiden käsittely vie huomattavasti enemmän aikaa. Lisäksi työssä on käytetty joitain avoimia kysymyksiä. Vaikka avoimien kysymysten vastausten käsittely on työlästä, voidaan niiden avulla saada vastauksia, joita ei etukäteen osattu huomioida. (Heikkilä 2002, 49)

Tiedonkeruumenetelmänä on käytetty pääsääntöisesti strukturoitua kyselylomaketta, joka on toteutettu webropol tiedonkeruusovelluksella. Webropol menetelmästä kerrotaan enemmän luvussa 4,3.

Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen avulla pyritään selvittämään vastauksia kysymyksiin

- Mikä?
- Missä?
- Paljonko?
- Kuinka usein?

Myös tilastolliseksi tutkimukseksi nimitettävässä menetelmässä aineisto kerätään yleensä tutkimuslomakkeilla ja näistä saatavat tulokset esitetään taulukoin tai kuvioin. Näin saadaan selville olemassa oleva tilanne, mutta tulosten syitä ei pystytä selvittämään riittävästi. Vaarana siis on, että tutkija ei pääse tarpeeksi syvälle tutkittaviin ja tutkimus jää pinnalliseksi. Tästä voi seurata virheellisten tulkintojen tekemistä. (Heikkilä 2002, 16)

### **4.3 Webropol menetelmästä**

Webropol kysely- ja tiedonkeruusovellusta käytetään verkkoselaimen avulla eikä täten vaadi mitään erillisiä asennuksia. (Webropol 2009) Tämä helpottaa meitä kyselyn tekemisessä, koska voimme työstää kyselyä kaikkialla missä netti on käytössämme koululta saatavilla tunnuksilla.

Sovellus on entuudestaan tuntematon, joten sen käytön opetteleminen vaatii aluksi aikaa. Käyttöoppaasta käy ilmi, että kyselyyn voidaan tehdä monenlaisia kysymystyyppejä ja kyselyn lähettämisen jälkeen ohjelmasta saadaan valmiita taulukoita vastusten analysoimista varten. Ohjelman avulla kysely voidaan lähettää useammassa erässä vastaajille ja vastaamattomille osallistujille on mahdollisuus lähettää muistutusviesti kyselystä. (Webropol käyttöopas 2008)

Webropolin käytön kolme vaihetta ovat lomakkeen luominen, kyselyn julkaisu ja tulosten raportointi. Kyselyn laajuus ei vaikuta tiedonkeruun vaiheisiin. (Webropol 2009)

Perinteistä paperilomaketta laajemmat suunnittelumahdollisuudet on sähköisesti toteutettavissa kyselylomakkeissa. Grafiikalla voidaan muokata tekstien ulkoasua, värejä ja muita tyyliin vaikuttavia elementtejä ja saada näin ulkonäöltään entistä houkuttele-

vampi lomake. Tarvittaessa voidaan lisätä kuvia, ääntä tai videokuvaa. (Ronkainen & Karjalainen 2008, 42)

Vallin (2001, 30–31) mukaan kyselylomaketutkimuksessa on hyvää se, että tutkija ei vaikuta olemuksellaan eikä läsnäolollaan vastauksiin. Kysymykset esitetään kaikille vastaajille samassa muodossa eikä siinä ole vivahteita sananmuodoissa tai äänenpainoissa mikä voisi haastattelukyselyssä tulla esille. ”Lisäksi vastaaja voi valita itselleen sopivimman vastaamisajankohdan, rauhassa pohtia vastauksia ja tarkistaa niitä”.

Valli (2007, 111) toteaa myös, että tietokoneella tehdyissä kyselyissä yhtenä etuna on myös niiden taloudellisuus. Lisäksi sähköinen vastaus on käännettävissä suoraan tutkijan käyttöön, joten aineiston syöttö jää pois. Tämä poistaa ns. lyöntivirheet, joita voi tulla aineistoa syötettäessä. Usein myös nuoremmat henkilöt suhtautuvat suopeammin tällaiseen vastaustapaan kuin iäkkäämmät ihmiset. Täytyy siis tarkkaan miettiä sähköposti- ja www- kyselyiden soveltuvuutta kohderyhmälle.

Sähköistä kyselyä lähetettäessä on myös huomioitava, että kaikilla perusjoukon jäsenillä on mahdollisuus ja taito Internetin käyttöön. Toisaalta on myös kyettävä rajamaan otokseen kuulumattomien henkilöiden vastaaminen kyselyyn. (Heikkilä 2002, 69) Tutkimuksessamme nämä seikat eivät olleet ongelmana, koska foorumeihin osallistumisen edellytyksenä oli sähköpostiosoitteella ilmoittautuminen. Näin siis varmistettiin, että kysely lähetetään vain perusjoukolle ja sähköpostiosoitteen olemassaolosta voitiin päätellä, että osallistujilla oli mahdollisuus ja jonkinasteinen taito netin käyttöön.

#### **4.4 Tutkimuksen toteutus**

Opinnäytetyömme aiheen saimme toimeksiantona viime keväänä, kun Savonlinnasalin toimitusjohtaja Taneli Tuomaala otti yhteyttä koululle pyytäen opiskelijaa/opiskelijoita mukaan Saimaa Summit-tapahtumaan opinnäytetyön, kehittämiskyselyn tapahtumasta, merkeissä. Otimme yhteyttä Savonlinnasalille ja sovimme tapaamisesta. Palaverissa pohdimme eri kyselymahdollisuuksia, haastattelua, kyselyä paperiversiona tai sähköisesti. Haastattelun tekeminen itse paikan päällä olisi vaatinut paljon, koska tapahtuma järjestettiin kolmena eri päivänä ja lisäksi oli vielä oheista-

pahtumat. Mikäli foorumipäivään osallistuisi 50–150 henkilöä, olisi aika haastavaa saada kattava vastausprosentti tapahtumasta ja saada haastateltua mahdollisimman montaa tapahtumapäivään osallistujaa. Koska olemme molemmat vuorotyössä, haastattelun tekeminen tuntui aika mahdottomalta järjestää, joten tätä haastattelumuotoa emme käyttäisi.

Tavoitteena oli saada Savonlinnasalille hyödyllisiä työkaluja seuraavia Saimaa Summit-tapahtumia varten. Koska tapahtumasta on tarkoitus saada kansainvälisempi, oli hyödyllistä kysellä seminaarissa olleilta ihmisiltä, sekä yleisöltä että puhujilta, kuinka hyvin tämän kesän järjestelyissä onnistuttiin ja mitä mahdollisesti pitäisi tehdä toisin seuraavana vuonna.

Tehtävänä oli saada aikaiseksi niin hyvä ja kaiken kattava kyselymuoto, jolla saataisiin mahdollisimman paljon vastauksia ja vastaamisprosentti nousisi mahdollisimman suureksi. Samoin täytyi miettiä, onko tarpeen olla jonkinlainen houkutin vastaajille. Lisäksi haasteena työssä oli aikataulun nopeus. Kyselylomake tuli olla valmiina kesäkuun loppuun mennessä, jotta materiaalit saatiin valmiiksi ennen ensimmäistä foorumia, ja tutkimustulokset käsiteltiin heti viimeisen seminaarikyselyn vastausajankohdan päätyttyä.

”Kyselylomake on perinteinen tapa kerätä tutkimusaineistoa. Sitä on pidetty erityisenä aineistonkeruumenetelmänä 1930-luvulta lähtien. Pohjana sen yleistymiselle oli 1920-luvulla tilastollisten menetelmien huomattava lisääntyminen tutkimustulosten analysoinnissa. Kyselylomakkeen käyttö on aineistonkeruussa perusteltua, ja sille löytyy oma paikkansa ja käyttötarkoituksensa.” (Valli 2007, 102) ”Kyselylomakkeen laatiminen on käytännössä jatkuva prosessi, jonka aikana lomaketta muokataan kerta toisensa jälkeen, kunnes lopulta mitään korjattavaa ei enää löydetä.” (Holopainen & Pulkkinen 2003, 40) Samaa mieltä on myös Valli: ”Kysymysten tekemisessä tulee olla huolellinen, sillä ne luovat perustan tutkimuksen onnistumiselle. Kysymysten muoto aiheuttaaakin eniten virheitä tutkimustuloksiin, sillä jos vastaaja ei ajattele samalla tavalla kuin tutkija tarkoittaa, tulokset vääristyvät.” (Valli 2007, 102)

Ennen kyselylomakkeen laatimista on tutkimuksen tavoitteen oltava täysin selvä. On tiedettävä etukäteen millaisiin kysymyksiin haetaan vastauksia. Tutkimuslomakkeen

kysymysten avulla on saatava selvitettyä tutkittava asia. Tiedonkeruun jälkeen kysymyksiä ei voi enää muuttaa. (Heikkilä 2002, 47)

Ennen kyselylomakkeen suunnittelun aloitusta mietimme, teemmekö jokaista foorumipäivää varten oman kyselyn vai tehdäänkö vain yksi kyselypohja kartoittamaan tietoa kaikilta kolmelta foorumipäivältä. Tiedonkeruusovellus, jolla kysely toteutettiin, ei olisi mahdollistanut usean kyselyn vastausten yhdistämistä, joten päädyimme tekemään vain yhden kyselyn.

Kyselylomakkeen ulkoasu on ensisijaisen tärkeä, koska sen perusteella vastaaja päättää osallistuuko hän kyselyyn. Selkeät vastausohjeet, hyvin aseteltu teksti ja loogisesti etenevät kysymykset ovat lomakkeen hyviä tunnusmerkkejä. Alkuun laitetaan helppoja kysymyksiä ja muistetaan kysyä vain yhtä asiaa kerrallaan. Kysymysten juokseva numerointi antaa kuvan kysymysten määrästä, mutta on tärkeää huomioida, että kysely ei saa olla liian pitkä. Jos kysely vaikuttaa alussa vastaajasta liian pitkältä, voi vastaus helposti jäädä antamatta. (Heikkilä 2002, 48–49)

Päätimme tehdä kyselylomakkeen, joka jaettaisiin jokaiselle foorumiosallistujalle päivän ohjelmakansion välissä sekä lisäksi sähköisen kyselyn lähetettäväksi sähköpostitse kaikille osallistujille, koska netti on nykypäivää ja monet ihmiset käyttävät ahkerammin tietokonetta ja sähköpostia kuin muita viestintävälineitä.

Käyhkö ja Väinölä (2008, 48) toteavat tekemänsä kyselyn olevan hyödyllinen toimik-siantajalleen jatkossakin. Savonlinnasalille vuonna 2008 tehty asiakastyytyväisyys-kysely otettiin huomioon kehittämiskyselyä suunniteltaessa. Silloin paperiversiona Savonlinnasalin tapahtumiin osallistuneille jaettuun kyselyyn saatiin huonosti vastauksia. Tämä tieto vahvisti suunnitelmaamme kyselylomakkeen tekemisestä ja kyselyn lähettämisestä sähköpostitse osallistujille. Kyselystä oli saatava mahdollisimman helposti vastattava, vähän aikaa vievä, selkeä mutta kuitenkin mahdollisimman kattava ja paljon vastauksia antava. Kuten Valli toteaa: ” Lomakkeen pituutta kannattaa aina miettiä huolellisesti. Liian pitkä lomake saa vastaajan luopumaan vastaamisesta jo ennen kuin edes tutustuu siihen tarkemmin. Jos lomake on liian pitkä, niin helposti viimeisiin kysymyksiin vastataan ilman suurempaa pohdintaa, joten tutkimuksen luotettavuus voi kärsiä.” (Valli 2007, 104)

Aloitimme teoriaan tutustumisen ja perehtymisen heti ensimmäisen tapahtuman jälkeen, koska aikaa kyselyn toteuttamiseen oli todella vähän. Aineistoa opinnäytetyötämme varten saimme lähdekirjallisuudesta, aiheesta on kirjoitettu paljon kirjoja. Samoin Savonlinnasalin henkilökunnalta ja heidän asiantuntijaraadiltaan saimme paljon hyödyllistä materiaalia tutkimukseemme, koska he olivat hyvin motivoituneita kyselyn toteuttamiseen ja asiantuntijaraati antoi hyvin vinkkejä kyselyn muokkaamisessa ja kysymyksien laatimisessa. Saatuamme webropol- kyselyllä kyselyhahmotelmia valmiiksi, lähetimme sen raadille ”ruodittavaksi” ja he kommentoivat hyvin kyselylomaketta, antoivat hyödyllisiä ja ammattimaisia ohjeita työstettäväksi.

Foorumiin ilmoittautuminen tapahtui sähköpostitse ja jokaisen, joka tuli foorumipäivään joko puhumaan tai yleisöksi, oli ilmoitettava sähköpostiosoitteensa Savonlinnasalille. Näin saimme kyselyn perusjoukon eli foorumeihin osallistuvien henkilökoh- taisen yhteystiedon ja varmistimme, että kyselyyn ei päässyt vastaamaan otokseen kuulumattomat henkilöt. Näin myös varmistimme sen, että kaikilla oli mahdollisuus ja taito vastata kyselyyn.(Heikkilä 2002, 69)

Kehittämiskyselyn tulokset selvitetään tarkemmin viidennessä luvussa.

## **4.5 Aineiston kerääminen ja analysointi**

### **Kyselyn lähettäminen**

On hyödyllistä tehdä kyselyllä testaus pienemmällä ryhmällä, jotta saadaan varmuus kyselyn toimivuudesta. Testauksella on tarkoitus vielä selvittää onko ohjeistus tarpeeksi selkeä, ovatko kysymykset sisällöllisesti toimivia, onko vastaaminen liikaa aikaa vievää ja raskasta ja jotain olennaista jäänyt kysymättä tai onko kyselyssä turhia kysymyksiä.(Heikkilä 2002, 61)

Ennen kyselyn lähettämistä foorumiosallistujille lähetimme sen viidelle Savonlinnasalin henkilökuntaan kuuluvalle, tarkistaaksemme, että kyselyn lähettäminen, vastaanottaminen, vastaaminen ja saatujen vastausten analysointi toimii. Tässä vaiheessa ei ky-

selystä löytynyt mitään korjattavaa ja kun tekninen puoli toimi odotetulla tavalla pääsimme lähettämään kyselyä foorumiosallistujille.

Tiedonkeruusovellus mahdollisti kyselyn lähettämisen useassa erässä foorumeihin osallistujille tapahtumien jälkeen. Jos kysely olisi lähetetty kaikille osallistuneille viimeisen foorumin jälkeen, olisi todennäköisesti ensimmäisiin foorumeihin osallistujilta jäänyt vastaamatta. Tavoitteena oli lähettää kysely alle viikon päästä foorumipäivän järjestämisestä siihen osallistuneille, jotta tapahtuma on vastaajilla tuoreena mielessä ja saadaan mahdollisimman todenmukaista palautetta kyselyn avulla.

Webropolin avulla oli mahdollisuus seurata, kuinka aktiivisesti kyselyyn vastattiin. Tiedonkeruusovellukseen tallentui tieto siitä, ketkä kyselyn vastaanottajista eivät olleet vastanneet kyselyyn pyydettyyn päivämäärään mennessä. Täten heille oli mahdollisuus lähettää muistutuskysely. Ronkainen & Karjalainen (2008, 89) toteaa: ”Sähköpostilla lähetetyt muistutukset nostavat vastausprosenttia merkittävästi”.

Kehittämiskyselyyn ilmoitettuun päivämäärään mennessä vastanneiden kesken arvotettiin viisi Saimaa Summit Duo -pakettia vuoden 2010 foorumeille. Tästä kerrottiin kehittämiskyselyn saateviestissä(liite 1).

Tapahtuma järjestettiin kesälomakauden aikana ja monet osallistajat ilmoittivat työsähköpostinsa tapahtumanjärjestäjälle. Tästä oli varmasti seurauksena se, että osa foorumiosallistujista sai tiedon kyselystä töihin palattuaan mahdollisesti pitkänkin ajan kuluttua tapahtumasta ja näin osa vastauksista jäi saamatta.

### **Kysymystyyppejä**

Kysymystyypit voidaan jakaa kahteen yleisryhmään: avoimet kysymykset ja monivalintakysymykset. Avoimessa kysymyksessä vastaajalle jätetään tyhjä tila vastausta varten. Näin vastaaja saa mahdollisuuden ilmaista asiansa omin sanoin.(Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 196) Avoimet kysymykset on helppo laatia, mutta vastaamiseen tarvittavan vaivannäön takia niihin jätetään helposti vastaamatta. (Heikkilä 2002, 49)

Kehittämiskyselyssämme(liite 2) oli kaksi avointa kysymystä. Nämä kysymykset oli sijoitettu kyselyn loppupuolelle kohdiksi 10 ja 12. Näihin kysymyksiin saatujen vastausten avulla tuli paljon palautetta tapahtumasta ja ideoita tapahtuman jatkokehittämistä varten.

Monivalintakysymyksiä nimitetään myös strukturoiduiksi tai suljetuiksi kysymyksiksi. Tällaisessa kysymyksessä vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi, ja niistä voidaan valita yksi tai useampi vastausvaihtoehto. Tällaisiin kysymyksiin vastaaminen on nopeaa ja vastausten käsittely on yksinkertaisempaa. Tosin helppo vastaaminen voi johtaa siihen, että vastaukset annetaan harkitsematta.(Heikkilä 2002, 50–51) Tamminen (1993, 102) muistuttaa vielä kysymysten yksikäsitteisyydestä. Kysymyksen ja vastausvaihtoehtojen tulee olla vain yhdellä tavalla ymmärrettäviä ja vastausvaihtoehtojen tyhjentäviä ja toisensa poissulkevia.

Suurin osa kehittämiskyselymme(liite 2) kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä. Näin varmistimme saavamme vastaajastävällisesti, nopeasti ja helposti suuntaa antavaa tietoa tapahtuman onnistumiseen vaikuttavista seikoista.

Voidaan myös käyttää kysymystyyppiä, jossa molemmat edellä mainitut esiintyvät yhdessä kysymyksessä. Osa vastausvaihtoehdoista on annettu valmiiksi, mutta epävarmuus kaikkien mahdollisten vastausvaihtoehtojen keksimisestä johtaa siihen, että kysymykseen laitetaan yksi tai useampi avoin vaihtoehto.(Heikkilä 2002, 52)

Käytimme edellä mainittua kysymystyyppiä tiedustellessamme osallistujien tiedon saantia Saimaa Summit-tapahtumasta. Vaihtoehtojen määrä olisi voinut nousta liian suureksi, eikä silti kaikille vastaajille olisi löytynyt sopivaa vaihtoehtoa annetuista. Tällöin avoin vastausvaihtoehto oli paikallaan kysymyksessä kaksi(liite 2).

### **Kysymysten muodostaminen**

Kun kysymyksiä lähdetään muodostamaan, on muistettava kysyä vain yhtä asiaa kerrallaan. Kysymys ei saa olla liian pitkä, monimutkainen tai johdatteleva. Kysymyksen tarpeellisuudella ja hyödyllisyydellä mahdollistetaan tulosten saaminen halutulla tavalla.(Heikkilä 2002, 57) ”Samaa asiaa voidaan kysyä monella eri tavalla, jotka vaikutta-



vat tietojen syöttöön ja käsittelyyn. Tarkoituksenmukaisinta tapaa on syytä harkita tarkasti etukäteen”.(Heikkilä 2002, 58)

Kyselyn(liite 2) ensimmäisellä kysymyksellä selvitettiin mihin foorumiin vastaaja osallistui. Tässä vaihtoehtoina oli kaikki kolme foorumipäivää ja vastaajalla oli mahdollisuus valita useampikin vastausvaihtoehto, koska aktiivisimmat foorumikävijät saattoivat osallistua useampaan kuin yhden päivän tapahtumiin.

Toisella kysymyksellä haettiin tietoa mistä osallistuja oli saanut tiedon tapahtumasta. Vastausvaihtoehdoissa oli neljä valmista vaihtoehtoa ja viides vastausvaihtoehto sisälsi avoimen tekstipalkin vastaajan omaa vastausta varten, jos valmiiksi annetuissa ei ollut oikeaa. Tähän kysymykseen vastaaja voi valita vain yhden vastausvaihtoehdon.

Kyselyissä voi olla kysymyksiä, joissa on esitetty väittämä, joihin vastaus annetaan asteikkotyypisesti. Tällaisissa mielipideväittämissä käytetään tavallisesti Likertin asteikkoa, jossa on 4- tai 5-portainen järjestysasteikon tasoinen asteikko. Ääripäissä on useimmiten väittämät täysin samaa mieltä ja täysin eri mieltä.(Heikkilä 2002, 52-53) Tällaisia asteikkotyypisiä kysymyksiä olivat kyselymme(liite 2) kysymykset 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 ja 11 Esitimme väittämän, johon vastaaja voi 5-portaiselta asteikolta valita kokemustaan parhaiten kuvaavan vaihtoehdon. Arvo viisi määriteltiin tarkoittamaan vastausta täysin samaa mieltä, kun taas vastakkaisessa päässä asteikkoa arvo yksi tarkoitti vaihtoehtoa täysin eri mieltä. Kysymyksillä haluttiin selvittää

- oliko tapahtumasta tietoa riittävästi ennakkoon
- oliko ajankohta sopiva
- olivatko järjestelyt toimivat
- oliko päivän rakenne onnistunut
- oliko päivä kestoltaan sopiva
- oheistapahtumien kiinnostavuus
- oliko päivä teemojen ja sisällön suhteen antoisa
- voisiko osallistuja suositella tapahtumaa.

Kysymyksen 10 kohdalla vastaajille annettiin vapaa sana sen suhteen, millaisia teemoja ja millaisia esiintyjiä he toivoisivat jatkossa foorumeille. Tämän kysymyksen esit-

täminen monivalintakysymyksenä olisi ollut erittäin vaikeaa, koska sopivien ja riittävien vaihtoehtojen rajaaminen olisi tuottanut ongelmia. Näin avoimena asian kysymisen antoi parhaan lopputuloksen tapahtuman kehittämistä silmällä pitäen.

Kohta 12 antoi vastaajille mahdollisuuden antaa palautetta tapahtumasta vapaasti. Tällainen vapaan sanan kohta ei innosta kaikkia vastaamaan, mutta ne joilla jäi jotain mieleen erityisen hyvänä tai huonona antavat mahdollisesti viestiä siitä tässä kohdassa.

Kyselyssä pakolliset kohdat oli merkitty tähdellä. Kysymykset 8, 10 ja 12 olivat vapaaehtoisia. Kohta 8 ei voinut olla pakollinen, koska kaikilla osallistujilla ei välttämättä ollut kokemuksia oheistapahtumista. Avoimet kysymykset jätettiin alusta pitäen vapaaehtoisiksi, koska kaikki eivät halua antaa sanallista palautetta ja se on aikaa vievää. Kohtien 10 ja 12 pakollisuus, olisi varmasti karsinut vastaajajoukkoa.

## **Analysointi**

Monivalintakysymysten vastauksia analysoimme suoraan Webropol tiedonkeruusovelluksesta saatujen tuloskaavioiden perusteella. Tutkimustulosten sisältämän informaation esittäminen mahdollisimman helposti, havainnollisesti ja yksikäsitteisessä muodossa on keskeistä tuloksia julkaistaessa. Lukijan on muuhun tekstiin turvautumatta ymmärrettävä kuvioiden ja taulukoiden kirjallisesta asusta niissä esitetty asia.(Leppälä 2004, 39)

Avoimien kysymysten vastauksia analysoimme sisällönanalyysin avulla. Sisällönanalyysi on tekstianalyysia, jossa tarkastellaan jo valmiita tekstimuotoisia aineistoja. Tarkoituksena on pyrkiä muodostamaan tutkittavasta ilmiöstä tiivistetty kuvaus, joka kytkee tulokset aiheita koskeviin muihin tutkimustuloksiin.(Tuomi & Sarajärvi 2002, 105)

### **4.6 Kyselyn luotettavuus ja yleistettävyys**

Reliabiliteetti ja validiteetti ovat termejä, joilla luotettavuutta on perinteisesti kuvattu. Reliabiliteetin sisältö viittaa tutkimuksen toistettavuuteen ja validiteetissa keskeistä on selvittää mitataanko sitä mitä on tarkoituskin mitata.(Metsämuuronen 2002, 11)

”Reliaabelius voidaan todeta usealla tavalla. Esimerkiksi jos kaksi arvioijaa päätyy samanlaiseen tulokseen, voidaan tulosta pitää reliaabelina, tai jos samaa henkilöä tutkitaan eri tutkimuskerroilla ja saadaan sama tulos, voidaan jälleen todeta tulokset reliaabeleiksi”.(Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 226) ”Tutkimuksen tulokset eivät saa olla sattumanvaraisia”.(Heikkilä 2002, 30)

Mielestämme tutkimuksemme tuloksia voidaan pitää reliaabeleina. Otokoko on sopiva, kato ole liian suuri ja vastausprosentti on hyvä. Heikkilä(2002,30) selvittää, että kadolla tarkoitetaan kyselylomakkeen palauttamatta jättäneiden määrää.

Validiteettia määriteltäessä on selvitettävä sopiiko käytetty menetelmä juuri sen ilmiön tutkimiseen, jota sillä tutkitaan.(Heikkinen, Rovio & Syrjäla 2007, 147) Tutkimuksen täsmällisen tavoitteen puuttuminen voi aiheuttaa sen, että tutkitaan helposti vääriä asioita. Huolellisella suunnittelulla ja tarkasti harkitulla tiedonkeruulla varmistetaan validius. Validin tutkimuksen toteutumista edesauttavat perusjoukon tarkka määrittely, edustavan otoksen saaminen ja korkea vastausprosentti.(Heikkilä 2002, 29)

Tutkimustamme voidaan pitää validina, koska sillä mitattiin sitä, mitä alun perin oli tarkoituskin. Validiutta tukee myös melko korkea vastausprosentti.

## **5 TULOKSET**

Valmiin kehittämiskyselyn vastaanottajia oli 208 henkilöä, joista yhdelle kyselyn lähettäminen epäonnistui. Syynä tähän oli ilmeisesti virheellinen sähköpostiosoite. Vastauksia kyselyyn saatiin 115 ja 10 kyselyn saanutta oli avannut kyselyn, mutta jättänyt vastaamatta. Kyselyyn saatiin siis vastauksia yli puolelta vastaanottajista. Vastausprosentin ollessa 55,3 % voidaan sitä näin ollen pitää hyvänä.

Seuraavassa on kehittämiskyselyn toteutukseen käytetyn Webropol -ohjelman vastausraporteista saatuja kuvioita, joista käy ilmi tuloksia.

### 1. Mihin Saimaa Summit 09 -foorumiin osallistuitte?

Kysymykseen vastanneet: 115 (ka: 2)

(1.1) 8.7. Media ja Yhteiskunta		33,9%	39
(1.2) 15.7. Ympäristö ja Teknologia		39,1%	45
(1.3) 22.7. Elämys ja Talous		38,3%	44

### KUVIO 2.

Ensimmäisellä kysymyksellä haluttiin selvittää, mihin foorumiin vastaaja oli osallistunut. Taulukosta käy ilmi, että foorumipäiviin osallistuneissa on joka päivän osalta ollut lähes yhtä hyvä osallistumisprosentti kyselyyn, koska osallistujamäärät foorumipäiviin olivat aikalailla yhtä suuret.

### 3. Tapahtumasta oli riittävästi tietoa ennakkoon.

Kysymykseen vastanneet: 115

	5	4	3	2	1	
Täysin samaa mieltä (ka: 3,635; yht: 115)	18,3%	47%	16,5%	16,5%	1,7%	Täysin eri mieltä
	21	54	19	19	2	
ka: 3,635; yht: 115	18,3%	47%	16,5%	16,5%	1,7%	
	21	54	19	19	2	

### KUVIO 4.

Edellisen kohdan vastausten keskiarvosta voidaan päätellä, että osallistujien mielestä tapahtumasta oli riittävästi tietoa ennakkoon. On kuitenkin syytä huomioida, että vastaajista lähes viidennes on valinnut asteikolta arvon yksi tai kaksi. Täten voidaan päätellä, että ennakkotiedottamisessa on kehittämisen varaa.

### 4. Tapahtuman ajankohta keskellä viikkoa heinäkuun oopperajuhlakaudella oli hyvä.

Kysymykseen vastanneet: 115

	5	4	3	2	1	
Täysin samaa mieltä (ka: 4,226; yht: 115)	41,7%	43,5%	11,3%	2,6%	0,9%	Täysin eri mieltä
	48	50	13	3	1	
ka: 4,226; yht: 115	41,7%	43,5%	11,3%	2,6%	0,9%	
	48	50	13	3	1	

### KUVIO 5.

Tapahtuman järjestämisen ajankohta on selkeästi onnistunut vastaajien mielestä.

### 5. Tapahtuman järjestelyt olivat toimivat.

Kysymykseen vastanneet: 115

	5	4	3	2	1	
Täysin samaa mieltä (ka: 4,426; yht: 115)	51,3% 59	41,7% 48	6,1% 7	0% 0	0,9% 1	Täysin eri mieltä
ka: 4,426; yht: 115	51,3% 59	41,7% 48	6,1% 7	0% 0	0,9% 1	

### KUVIO 6.

Hiukan yli puolet vastaajista on täysin samaa mieltä väittämästä järjestelyjen suhteen. Myös arvon neljä valinneita on 41,7 %, joten voidaan todeta että tapahtuman järjestelyt olivat toimivat.

### 6. Foorumipäivän rakenne oli onnistunut.

Kysymykseen vastanneet: 115

	5	4	3	2	1	
Täysin samaa mieltä (ka: 3,974; yht: 115)	27% 31	53% 61	11,3% 13	7,8% 9	0,9% 1	Täysin eri mieltä
ka: 3,974; yht: 115	27% 31	53% 61	11,3% 13	7,8% 9	0,9% 1	

### KUVIO 7.

Tämän kohdan vastausten keskiarvon ollessa lähes neljä, voidaan todeta väittämän sisällön pitävän paikkaansa.

### 7. Foorumipäivä oli kestoltaan sopiva.

Kysymykseen vastanneet: 115

	5	4	3	2	1	
Täysin samaa mieltä (ka: 4,148; yht: 115)	37,4% 43	47% 54	9,6% 11	5,2% 6	0,9% 1	Täysin eri mieltä
ka: 4,148; yht: 115	37,4% 43	47% 54	9,6% 11	5,2% 6	0,9% 1	

### KUVIO 8.

Myös foorumipäivän keston voidaan katsoa olevan kohdallaan keskiarvon ollessa hiukan yli arvon neljä.

### 8. Foorumeiden yhteydessä järjestetyt oheistapahtumat olivat kiinnostavia.

Kysymykseen vastanneet: 108

	5	4	3	2	1	
Täysin samaa mieltä (ka: 3,926; yht: 108)	<b>31,5%</b> 34	<b>36,1%</b> 39	<b>26,9%</b> 29	<b>4,6%</b> 5	<b>0,9%</b> 1	Täysin eri mieltä
ka: 3,926; yht: 108	31,5% 34	36,1% 39	26,9% 29	4,6% 5	0,9% 1	

### KUVIO 9.

Vaikka oheistapahtumien osalta yksi vastaaja on ollut täysin eri mieltä niiden kiinnostavuudesta, keskiarvo hipoo tässäkin kohdassa neljää.

### 9. Foorumipäivän ohjelma oli teemojen ja sisällön suhteen antoisa.

Kysymykseen vastanneet: 115

	5	4	3	2	1	
Täysin samaa mieltä (ka: 4,009; yht: 115)	<b>21,7%</b> 25	<b>62,6%</b> 72	<b>11,3%</b> 13	<b>3,5%</b> 4	<b>0,9%</b> 1	Täysin eri mieltä
ka: 4,009; yht: 115	21,7% 25	62,6% 72	11,3% 13	3,5% 4	0,9% 1	

### KUVIO 10.

### 11. Voisin suositella Saimaa Summit -foorumeita asiakkailleni ja yhteistyökumppaneilleni.

Kysymykseen vastanneet: 115

	5	4	3	2	1	
Täysin samaa mieltä (ka: 4,261; yht: 115)	<b>40%</b> 46	<b>50,4%</b> 58	<b>6,1%</b> 7	<b>2,6%</b> 3	<b>0,9%</b> 1	Täysin eri mieltä
ka: 4,261; yht: 115	40% 46	50,4% 58	6,1% 7	2,6% 3	0,9% 1	

### KUVIO 11.

Kohtien 9 ja 11 keskiarvojen noustessa yli neljän, on ilmeistä, että teemojen ja sisällön suhteen foorumipäivät olivat antoisia ja jatkossa foorumeille on tiedossa tapahtumasta kiinnostuneita osallistujia suosittelujen myötä.

Seuraavaan taulukkoon on koottu kohtaan kymmenen saatuja vastauksia webropolin vastausraporttien pohjalta.

### TAULUKKO 4. Teema- ja esiintyjäehdotuksia.

<u>Teemaehdotuksia</u>	<u>Esiintyjäehdotuksia</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Uusiutuvat ja uusiutumattomat energiamuodot</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alan asiantuntijat ja paikallisasi- antuntijat</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lapsi/nuori mediassa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerit</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opetus/kasvatus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovoijat</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tietotekniikka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiedemaailma</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poliitiikka ja kulttuuri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yritysten edustajia</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Saimaan seudun kehittäminen</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ajankohtaisia henkilöitä</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tietoyhteiskunnan murros ja tule- vaisuuden Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Julkisuuden henkilöt: Markku Pölönen</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etelä-Savon talousalueen kehityk- sen mahdollisuudet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kansainvälisiä henkilöitä: Ga- ry Hamel, John P. Kotter.</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kansainvälisyys</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Paikalliset osaajat</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• (Itä-)Suomen vahvuudet globaalis- sa taloudessa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suomalainen julkkis ulkomailta: Harlin, Räikkönen, Selänne tms.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Savonlinna ja matkailu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TV-puolen ihmisiä enemmän</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ulkomaita koskevia teemoja</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Toisinajatteliijoita</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rakentaminen ja arkkitehtisuunnit- telu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nettiosaajia</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ihmisen kaikinpuolinen hyvinvointi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EU-parlamentaarikot</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Suomen metsäteollisuus</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puhujat aiheen mukaan</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puhdas vesi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venäläisiä asiantuntijoita</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Media ja yhteiskunta kestotee- maksi</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teollisuus: Kalevi Kyläheiko</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ympäristöaiheet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulttuurin edustajia</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yhteiskunnan eriarvoistuminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ”Maallikkoedustajia”</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tekijänoikeudet/piratismi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ulkomaalainen guru</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruoka: tehotuotanto + kuljetukset ympäri maailmaa / lähiruoka</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minkälaista työ on tulevaisuudes- sa?</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Venäjän läheisyyden mahdolli- suudet ja ongelmat</b></li> </ul>	

- Suomi -brändi

### SWOT -analyysi Saimaa Summit kehittämisehdotuksista

SWOT- nelikenttämenetelmän avulla voidaan mitata tapahtuman vahvuuksia(strenght), heikkouksia(weaknesses), mahdollisuuksia(opportuniteis) ja uhkatekijöitä(threats). Vahvuuksia ja heikkouksia kartoittaessa paneudutaan nykytilaan ja tulevaisuutta analysoidaan mahdollisuuksien ja uhkatekijöiden selvittämällä. Analyysin avulla vahvuuksia ja mahdollisuuksia pyritään hyödyntämään, heikkouksia kohentamaan ja uhkatekijöihin pyritään varautumaan. (Karhu 2002. 14-15)

### TAULUKKO 5. SWOT -analyysi Saimaa Summit kehittämisehdotuksista

<u>Vahvuudet</u>	<u>Heikkoudet</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• onnistunut kokonaisuus</li> <li>• päivän rakenne onnistunut</li> <li>• yksityiskohdat hoidettiin mallikkaasti</li> <li>• hyvä perusformaatti</li> <li>• korkealuokkainen lounas ja tarjottu hyvä lisä</li> <li>• erinomaiset järjestelyt</li> <li>• lisäohjelmanumerot piristäviä yllätyksiä</li> <li>• Savonlinnasali paikkana hyvä tapahtuman järjestämiseen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• yleisöä mukaan lisää, nyt liikaa eliitille</li> <li>• epäselvät ohjeet mitä mikäkin paketti sisältää</li> <li>• tapahtuman tiedotus ja markkinointi voisi olla paljon parempaa</li> <li>• vähemmän puhujia, jotta jää paremmin aikaa ajatustenvaihtoon/keskusteluun</li> <li>• ruokailussa erityisruokavalioiden huomioiminen</li> <li>• aikataulussa pysyminen</li> <li>• lippujen hinnat</li> <li>• monologiin sijaan enemmän vastakkainasettelua ja väittelyjä</li> </ul>
<u>Mahdollisuudet</u>	<u>Uhat</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• enemmän oheistapahtumia yleisölle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• muut yhteiskunnalliset keskustelufooromit kuten SuomiAreena vie-</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• lähikaupunkeja mukaan kuten Lappeenranta, Kuopio, Mikkeli, Joensuu</li> <li>• Saimaan alue paremmin esille</li> <li>• paikallinen media kuten Etelä-Savon radio tai Itä-Suomen uutiset</li> <li>• valtakunnalliset yhteistyökumppanit</li> <li>• lippupaketti johon kuulu foorumipäivän ohjelma ja illan ooppera</li> <li>• yhteistyökumppaneiden hyödyntäminen markkinoinnissa, oheisohjelmissa, kustannuksissa</li> <li>• esityksistä yhteenveto monistettuna foorumikansioon esim. työpäikälle viemisiksi</li> <li>• buffet -ruokailu sujuisi nopeammin ja antaisi mahdollisuuden keskustella useampien henkilöiden kanssa</li> </ul>	<p>vät mediahuomiota ja osallistujia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• tapahtuman järjestäminen lomakaudella karsii yritysosallistujia</li> <li>• lomalaiset eivät halua sitoutua koko päivän kestäväan seminaariin</li> </ul>
---	---

## 6 KEHITTÄMISEHDOTUKSET JA POHDINTA

Tapahtumaa ei saa jättää kehittymään itsekseen. On oivallettava, kuinka eri osa-alueet liittyvät toisiinsa sekä millaisilla toimenpiteillä niihin vaikutetaan. (Iiskola- Kesonen 2004, 16)

Kehittämiskyselyn tuloksista, etenkin avoimien kysymysten vastauksista, sai paljon hyödyllisiä kehittämisehdotuksia tulevia Saimaa Summit foorumeita ajatellen. Etenkin tutkimuksemme päätutkimusongelmaan eli Saimaa Summit tapahtuman kansainvälistämiseen saatiin paljon palautetta. Palautteesta voidaan päätellä, että jo järjestettyyn Saimaa Summit tapahtumaan olisi toivottu kansainvälisempää otetta. Seuraavassa on

listattu tekijöitä, joilla tapahtumaa kyselyyn vastanneiden mielestä voidaan kehittää kansainvälisempään suuntaan.

- Kansainvälisiä näkökulmia keskusteluihin
- Ulkomaita koskevia teemoja
- Etelä-Savon talousalueen kehityksen kansainväliset yhteistyökumppanit
- Kansainvälisiä esiintyjiä kuten EU-parlamentaarikot,
- Venäjän läheisyyden merkitys Suomelle, erityisesti Itä-Suomelle
- Venäläisiä asiantuntijoita puhujiksi
- YK ja WWF mukaan tapahtumaan
- Tapahtuma järjestetään oopperakauden aikaan, jolloin kaupungissa on jo kansainvälistä joukkoa. Tämän ryhmän hyödyntäminen.
- Ulkomailla asuvien ja työskentelevien suomalaisten kokemuksia ja näkemyksiä kansainvälisyydestä

Jatkotutkimuksia Saima Summit-tapahtumasta kannattaisi tehdä esimerkiksi muutamman vuoden välein. Tällöin saataisiin kartoitettua asiakkaiden tyytyväisyyttä kyseiseen tapahtumaan ja tulevia vuosia ajatellen saataisiin jälleen uusia kehittämisideoita. Varsinkin tapahtuman kansainvälistäminen kannattaa hyödyntää kyselylomakkeen avulla, jotta saadaan tietoa, kuinka asiakkaat ovat ottaneet tapahtuman kansainvälistämisen ja onko mahdollisia kehittämisideoita lisää. Osallistujille tehtävä kysely jokaisen Saimaa Summit tapahtuman yhteydessä voisi olla rakentava idea. Kyselyä suunniteltaessa on kuitenkin muistettava pitää se ehdottomasti vapaaehtoisena vastaajille ja se on syytä rakentaa vastaajaystävälliseksi, jotta vastauksia saadaan kehittämisen kannalta riittävästi. Näillä kyselyillä olisi tarkoitus pitää tapahtuman järjestäjät ja yhteistyökumppanit tietoisina siitä, mitä tapahtumalta odotetaan.

Tämä työn tekemisessä oli mielenkiintoista huomata, kuinka eri tavalla ihmiset kokevat saman tapahtuman ja antavat siihen oman lisänsä läsnäolollaan. Samoin pyydettyessä kommentoimaan tapahtumaa, huomasimme kyselylomaketta läpi käydessämme, miten paljon samankaltaisuutta vastauksissa ilmeni huolimatta siitä, mitä firmaa tai yhteisöä ihmiset edustivat tai mistä ihmiset olivat tapahtumaan saapuneet. Tapahtuman pitää olla houkutteleva, jotta sinne saadaan halutut vierailijat ja puhujat. Tietysti järjestäjän maineella ja imagollakin on osansa, hyvin järjestetty tilaisuus parantaa mainetta entisestään.

Mielestämme tapahtuma oli hyvin organisoitu ja mielenkiintoinen. Ajatellen tulevien vuosien projekteja, mielestämme voisi kiinnittää aikataulutukseen ja ennen kaikkea seminaarin ennakkomarkkinointiin huomiota aikaisempaa huomattavasti enemmän. Tällöin saataisiin yleisö kiinnostumaan tapahtumasta jo paljon aikaisemmin ja sitä kautta suosittelemaan tapahtumaa myös muille, jolloin tilaisuuteen todennäköisesti saataisiin vielä enemmän yleisöä ja markkina-arvoa itse tapahtumalle. Toisaalta tämän tyyppinen tapahtuma ei ehkä sovi jatkossakaan aivan jokaiselle ”tallajaalle”, vaan nimenomaan vaikutusvaltaisille, yhteiskunnan vaikuttajapersoonille.

Saimaa Summit- tapahtumaa kehitettäessä kansainväliseksi tapahtumaksi, voisi esimerkiksi ottaa seuraavan kerran käyttöön eriväriset nauhat, jotka kiinnitettäisiin osallistujien nimikyltteihin. Tällaiset ovat käytössä Yhdysvalloissa ja muissakin kansainvälisissä konferensseissa. Nauhoilla viestitään millaisessa roolissa kukin käytävillä kulkee, onko kyseessä puhuja, henkilökunta, kutsuvieras ja niin edelleen. (Vallo & Häyrynen 2003, 259) Ulkomaistenkin vieraiden on näin ollen helpompi kommunikoida ihmisten kanssa ja ottaa ongelmatilanteissa yhteys oikeaan henkilöön.

Mielestämme Saimaa Summit-tapahtuma on hyvin verrattavissa Porissa järjestettävään SuomiAreenaan. Talouden taantuma, yhteiskunnan epäkohdat, laman murtaminen ja uusien voimien kerääminen uuden kasvun mahdollistamiseksi saavuttivat Saimaa Summit-tapahtuman ideoinnin, samoin kuin vuonna 2004 yhteiskunnallisten keskustelujen köyhyyden ja vähäisyyden vuoksi synnyttämä SuomiAreenakin sai alkunsa. Haluttiin ja halutaan saada ihmiset hereille keskustelemaan yhteiskunnallisista, ajankohtaisista ja mieltä askarruttavista asioista leppoisassa paikassa pyrkien samalla luotamaan Suomen tulevaisuutta. (SuomiAreena 2009).

Ajankohta on molemmilla tapahtumilla sama, heinäkuun puoliväli. Ensimmäinen SuomiAreena järjestettiin vuonna 2005 Porissa, mikä todettiin ainoaksi oikeaksi paikaksi järjestää tällainen tapahtuma. Pori Jazz- tapahtuma oli jo erittäin tunnettu ja jazz- viikon kävijöiden profiili keskustelutapahtumalle sopivin. SuomiAreenan pääjärjestäjät ovat MTV3 uutiset ja Porin kaupunki. Lisäksi tämän vuoden SuomiAreena-tapahtumassa muita järjestäjiä oli yli kuusikymmentä, mikä kertoo tapahtuman saavuttaneen kiinnostusta eri tahojen parissa.

Samalla tavalla Saimaa Summit-tapahtuma yhdistettiin Savonlinnan Oopperajuhlien aikaan järjestettäväksi, jolloin saadaan yhteiskunnan vaikuttajia ja visionäärejä keskustelemaan ja osallistumaan myös kuuntelijoina kyseiseen tapahtumaan. Savonlinnan Oopperajuhlat ja Balettijuhlat toimivat Savonlinnasalin kanssa tiiviissä yhteistyössä saavuttaakseen Savonlinnan tunnetuksi koko Suomelle ja sitä kautta myös kansainvälisille markkinoille. Yhteiskunnan vaikutusvaltaisten ihmisten kautta sanoma kiirii muullekin väestölle ja saa mediavaikuttavuutta. SuomiAreena on noussut ensimmäisen vuoden noin 500 kuulijasta tämän vuoden noin 11 500 kuulijaan melkoisella vauhdilla. Samoin on mahdollista saada myös Savonlinnan Saimaa Summit-tapahtumasta samankaltainen tapahtuma, kunhan perusasiat, järjestelyt, markkinointi ja median käyttö toimii.

## TAULUKKO 2. Saimaa Summit vertailu SuomiAreena

Saimaa Summit	SuomiAreena
<ul style="list-style-type: none"> <li>ideoitu laman ja taantumien helpottamiseksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ideoitu yhteiskunnan epäkohtien ja laman sekä keskustelujen köyhyyden vuoksi</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>yhteiskunnalliset, ajankohtaiset asiat esiin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suomen tulevaisuuden kannalta mieltä askarruttavat asiat esiin</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>ajankohta heinäkuu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ajankohta heinäkuu</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Savonlinnan Oopperajuhlien yhteydessä</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Porin Jazzien yhteydessä</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>suunnattu yhteiskunnan vaikuttajille ja visionääreille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>suunnattu kaikille yhteiskunnallisista asioista kiinnostuville</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>mahdollisuus kasvaa isoksi tapahtumaksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>kasvanut vuosi vuodelta suuremmaksi tapahtumaksi</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>järjestäjiä toistaiseksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>järjestäjiä yli kuusi-</li> </ul>

aika vähän	kymmentä
------------	----------

Voimme suositella ehdottomasti tämän tyyppistä Saimaa Summit- tapahtumaa kaikille ja toivottavasti itsekin pääsisimme vielä joskus nauttimaan tällaisesta tapahtumasta ja mielenkiintoisista ihmisistä ja elämyksistä.

## LÄHTEET

Bowdin, Glenn, Allen, Johnny, O'Toole, William, Harris, Rob & McDonnel, Ian. 2006. Events management. Great Britain. Elsevier

Heikkilä, Tarja. 2002. Tilastollinen Tutkimus. Helsinki. Edita.

Heikkinen, Hannu L.T., Rovio, Esa & Syrjälä Leena. 2007. Toiminnasta tietoon. Vantaa. Dark Oy.

Hermunen, Sinikka 2009. Television ja netin yhteinen tulevaisuus. Itä- Savo 9.7.2009, 6.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula. 2007. Tutki ja kirjoita. Keuruu. Otava.

Holopainen, Martti & Pulkkinen, Pekka. 2003. Tilastolliset menetelmät. Vantaa. WSOY.

Iiskola – Kesonen, Hanna. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille.

Karhu, Kari. 2002. Kansainvälisen liiketoiminnan käsikirja. Helsinki. Edita.

Karpakka, Antti 2009. Vihreä energia puhutti. Itä-Savo 16.7.2009, 7.

Konferenssien järjestäminen. 2009. <http://www.konffa.fi/fi/konferenssit/prosessi> . Luettu 31.9.2009.

Käyhkö, Heini & Väinölä, Sole-Sara. 2008. Asiakastyytyväisyyskysely tapahtumien järjestäjille ja osallistujille. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

- Leppälä, Raija 2004. Ohjeita tilastollisen tutkimuksen toteuttamiseksi SPSS for Windows – ohjelmiston avulla. WWW-dokumentti.  
<http://www.uta.fi/kirjasto/pdf/pdfkirjat/leppala.pdf>. Päivitetty 5.5.2004. Luettu 24.10.2009.
- Metsämuuronen, Jari. 2002. Tilastollisen kuvauksen perusteet. Helsinki. Sridevi Printers.
- Muhonen, Riikka Mari & Heikkinen, Laura. 2003. Kohtaamisia kasvokkain. Tapah-  
tumamarkkinoinnin voima. Talentum.
- Rekiaro, Ilkka & Robinson, Douglas. 1993. Suomi/Englanti/Suomi sanakirja. Jyväskylä. Gummerus.
- Ronkainen, Suvi & Karjalainen, Anne. 2008. Sähköä kyselyyn. Rovaniemi. Lapin yli-  
opistopaino.
- Saimaa Summit- tapahtuman informaatio 2009.
- Savonlinnasali Oy.2009. <http://www.savonlinnasali.fi/> . Luettu 13.9.2009.
- SuomiAreena.2009. <http://www.mtv3.fi/suomiareena>. Luettu 19.9.2009.
- Tammi, Reko. 2009. Henkilökohtainen tiedonanto 16.5.2009. Savonlinnasali Oy.
- Tamminen, Rauno. 1993. Tiedettä tekemään! Jyväskylä. Gummerus
- Tuomaala, Taneli. 2009. Henkilökohtainen tiedonanto 16.5.2009. Savonlinnasali Oy.
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi.  
Helsinki. Tammi.
- Valli, Raine. 2001. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä. Gummerus

Vallo, Helena & Häyrinen, Eija. 2003. Tapahtuma on tilaisuus. Opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki. Hakapaino.

Webropol käyttöopas. 2008.

[http://www.webropol.com/materiaalit/Webropol\\_opas\\_suomi.pdf](http://www.webropol.com/materiaalit/Webropol_opas_suomi.pdf). Päivitetty

11.12.2008. Luettu 19.10.2009.

Webropol: Toteuta kyselyt vaivattomasti. 2009. <http://w3.webropol.com/finland>. Luettu 19.10.2009

Äijö, Toivo. 2002. Kilpailukyky huippukuntoon: Suomalaisyritys kansainvälistyy. Juva. WSOYpro.



**Hyvä foorumiosallistuja,**

Kiitämme lämpimästi mukanaolostasi **Saimaa Summit 09** -foorumilla. Toivottavasti foorumipäiväsi oli virkistävä kokemus kesän keskellä.

Lähestymme Sinua nyt tiedustellaksemme kokemuksiasi Saimaa Summit -foorumista ja tarjotaksemme mahdollisuuden palautteen antamiseen. Anna vastauksesi täyttämällä oheisen linkin alta löytyvä palautelomake. Kyselyyn vastaaminen vie aikaasi noin minuutin.

Tavoitteenamme on tulevaisuudessa pystyä vastaamaan Saimaa Summit -foorumiosallistujien odotuksiin entistä paremmin ja luoda kansallinen kärkipaikka kesäkauden vapaamuotoisille kohtaamisille ja keskusteluille Saimaalla. Palautteesi on meille siis ensiarvoisen tärkeää.

**Kaikkien viimeistään 15.8. nimellään vastanneiden kesken arvomme viisi Saimaa Summit Duo -pakettia vuoden 2010 foorumeille.** Arvonnän voittajien nimet julkistamme verkkosivuillamme syyskuun aikana ja voittajille ilmoitamme henkilökohtaisesti.

Tämä kehittämiskysely tehdään opinnäytetyönä, jonka tekijöinä ovat Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelijat Päivi Nikkonen ja Pia-Riitta Issakainen.

Kiitos osallistumisestasi kehittämiskyselyyn!

Ystävällisin terveisin,

SAIMAA SUMMIT – SAVONLINNASALI OY

Reko Tammi  
Palvelupäällikkö

**Tästä linkistä Saimaa Summit -kehittämiskyselyyn :**

[https://www.webropol.com/p.aspx?t=1&l=343615\\_477bceccd2164a6b](https://www.webropol.com/p.aspx?t=1&l=343615_477bceccd2164a6b)

## Saimaa Summit 09 -kehittämiskysely



Tähdellä (\*) merkityt pakollisia

**1. Mihin Saimaa Summit 09 -foorumiin osallistuitte? \***

- 8.7. Media ja Yhteiskunta  
 15.7. Ympäristö ja Teknologia  
 22.7. Elämys ja Talous

**2. Mistä saitte tiedon tapahtumasta? \***

- Lehti-ilmoituksesta  
 Internetmainoksesta  
 Suoramarkkinoinnin kautta  
 Kutsun kautta  
 Muualta, mistä

**3. Tapahtumasta oli riittävästi tietoa ennakkoon. \***

Täysin samaa mieltä \*      5    4    3    2    1  
                    Täysin eri mieltä

**4. Tapahtuman ajankohta keskellä viikkoa heinäkuun oopperajuhlakaudella oli hyvä. \***

Täysin samaa mieltä \*      5    4    3    2    1  
                    Täysin eri mieltä

**5. Tapahtuman järjestelyt olivat toimivat. \***

Täysin samaa mieltä \*      5    4    3    2    1  
                    Täysin eri mieltä

**6. Foorumipäivän rakenne oli onnistunut. \***

Täysin samaa mieltä \*      5    4    3    2    1  
                    Täysin eri mieltä

**7. Foorumipäivä oli kestoltaan sopiva. \***

Täysin samaa mieltä \*      5    4    3    2    1  
                    Täysin eri mieltä

**8. Foorumeiden yhteydessä järjestetyt oheistapahtumat olivat kiinnostavia.**

Täysin samaa mieltä      5    4    3    2    1  
                    Täysin eri mieltä

**9. Foorumipäivän ohjelma oli teemojen ja sisällön suhteen antoisa. \***

Täysin samaa mieltä \*      5    4    3    2    1  
                    Täysin eri mieltä

**10. Millaisia teemoja ja minkä tyyppisiä esiintyjä toivoisitte jatkossa foorumeille?**

**11. Voisin suositella Saimaa Summit -foorumeita asiakkaileni ja yhteistyökumppaneilleni. \***

Täysin samaa mieltä \*      5    4    3    2    1  
                    Täysin eri mieltä

**12. Muut kommentit ja kehittämis ehdotukset:**

**Vastaajan nimi**

**Sähköpostiosoite**

Tilaan Saimaa Summit News -utiskirjeen, jonka kautta saan tuoreinta tietoa Saimaa Summit -tapahtumasta suoraan sähköpostiini.

