

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun koulutusohjelma

Marjo Kuittinen

LOUKUN JA VUONISLAHDEN KESÄTEATTEREIDEN ASIAKAS-  
PROFIILIT

Opinnäytetyö  
Joulukuu 2015



**OPINNÄYTETYÖ**  
**Marraskuu 2015**  
**Matkailun koulutusohjelma**

Sirkkalantie 12 A  
80200 JOENSUU  
013 250 600

**Tekijä(t)**  
Marjo Kuittinen

**Nimeke**  
Loukun ja Vuonislahden kesäteattereiden asiakasprofiilit

**Toimeksiantaja**  
Lieksan kansalaisopisto

**Tiivistelmä**

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää kahden Lieksassa toimivan kesäteatterin, Loukun- sekä Vuonislahden kesäteattereiden asiakasprofiilit. Kyselytutkimus toteutettiin heinäkuun 2015 aikana esitysten yhteydessä. Tarkoituksena oli selvittää, millaisia kävijöitä kesäteattereissa käy ja mistä he tulevat sekä heidän yhteyksistään paikkakuntaan. Aikaisempaa kävijätutkimusta ei teattereista ole tehty, joten selvitys oli ajankohtainen toimeksiantajalleni sekä kesäteattereille.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena, ja aineisto kerättiin kyselylomakkeiden avulla. Kohderyhmänä olivat kaikki teattereiden esityksiä katsomaan saapuneet kävijät. Kyselylomakkeet jaettiin paperisina versioina kesäteattereiden esityksien aikana ja vastauksia saatiin yhteensä 170 kappaletta. Vastauksista koottiin molemmille tutkituille kesäteattereille yhteenveto niiden tyyppikävijöistä.

Kyselyiden tuloksista kävi ilmi, että kävijät olivat pääsääntöisesti Pohjois-Karjalan alueelta, mutta eroja kesäteattereiden välillä myös löytyi esimerkiksi siitä päin kävijät olivat. Ikäjakaumasta kävi ilmi, että molemmissa kesäteattereissa suurin osa kävijöistä sijoittuivat 56 - 65 ikävuosien välille, tämän perusteella kävijät olivat pääasiassa eläkeläisiä. Tuloksista myös paljastui, että vastanneet kävijät ovat aktiivisia teatterikävijöitä.

**Kieli**  
suomi

Sivuja 49  
Liitteet 2  
Liitesivumäärä 4

**Asiasanat**  
kesäteatteri, kulttuurimatkailu, asiakasprofiili, asiakassegmentointi



**THESIS**  
**November 2015**  
**Degree Programme in Tourism**  
Sirkkalantie 12 A  
FI 80200 JOENSUU  
FINLAND  
+358 13 260 600

Author(s)  
Marjo Kuittinen

Title  
Customer Profiles from Summer Theatres Loukku and Vuonisahti

Commissioned by  
Lieksa Adult Education Centre

Abstract

The purpose of this study was to investigate the customer profiles of two operating Lieksa summer theaters, Loukku and Vuonisahti. The survey was executed in July 2015 during the performances. The aim was to find out what kind of visitors visit to the summer theaters, where they come from and whether they have any links with the local community. There are no previous visitor surveys, so the study was topical to the client and the summer theaters.

The study was executed as a quantitative survey, in which the data was collected by using questionnaires. The target group were all the theatregoers who came to watch the performances. The questionnaires were distributed as paper versions during the performances and a total of 170 responses were received. The responses were compiled as a summary to the summer theaters of their typical theatre-goers.

The results of the survey showed that the theatregoers were mainly from the Northern Karelia region, but differences were also found between Loukku and Vuonisahti summer theaters considering, for example, where the theatregoers were from. The age range revealed that the majority of visitors were between the ages of 56 – 65, which showed that on the grounds of the age they were mainly retirees. The results also revealed that the responded theatre-goers are active visitors in summer theaters.

Language  
Finnish

Pages 49  
Appendices 2  
Pages of Appendices 4

Keywords  
summer theatre, culture tourism, customer profile, customer segmentation

## Sisältö

1	Johdanto .....	5
2	Tutkimuksen taustaa .....	6
2.1	Toimeksiantaja – Lieksan kansalaisopisto .....	6
2.2	Tutkimuksen kohteena Loukun ja Vuonislahden kesäteatterit .....	7
3	Tutkimuksen viitekehys .....	8
4	Kulttuuri ja kulttuurimatkailu .....	9
4.1	Kulttuuri ja kulttuurimatkailu käsitteinä .....	9
4.2	Kulttuurimatkailu Suomessa .....	10
4.3	Kulttuuritapahtumien merkitys .....	11
4.4	Teatteritoiminnan historiaa ja toimintaa nykypäivänä .....	12
5	Asiakkaan profilointi ja segmentointi .....	13
5.1	Asiakkaan arvo ja odotukset .....	13
5.2	Asiakasprofilointi .....	14
5.3	Segmentoinnin määritelmä .....	15
5.4	Segmenttien muodostaminen .....	16
6	Tutkimuksen tarkoitus ja toteutus .....	17
6.1	Määrällinen tutkimus .....	17
6.2	Kyselytutkimus .....	19
6.3	Otannan määrittäminen .....	20
7	Tutkimuksessa käytetty kyselylomake .....	22
7.1	Kyselylomakkeen tekeminen .....	22
7.2	Lomakkeen kysymystyypit .....	23
7.3	Saatesanat .....	24
7.4	Kyselylomakkeen testaus ja toteutus .....	24
8	Kävijäkyselyiden tulokset .....	25
8.1	Taustatiedot vastaajista .....	25
8.2	Vastaajien loma-asunnot .....	29
8.3	Tiedonlähteet .....	31
8.4	Vierailut kesäteattereissa .....	32
8.5	Vierailuseura sekä osallistumisen syyt .....	33
8.6	Teatterilajit .....	36
8.7	Muut kesäteatterit .....	37
8.8	Muut kulttuuri- ja historiakohteet .....	38
8.9	Lieksan teatteritoiminnasta .....	40
9	Teattereiden kävijäprofiilit .....	42
9.1	Loukun kävijäprofiili .....	42
9.2	Vuonislahden kävijäprofiili .....	42
10	Pohdinta .....	43
10.1	Johtopäätökset tutkimuksesta .....	43
10.2	Luotettavuus ja eettisyys .....	45
10.3	Oma pohdinta .....	45
	Lähteet .....	47
Liitteet		
Liite 1	Loukun kesäteatterin kyselylomake	
Liite 2	Vuonislahden kesäteatterin kyselylomake	

# 1 Johdanto

Kesäteatterit ovat kulttuurillisesti merkittäviä tapahtumia, jotka vuodesta toiseen vetävät yleisöä niin paikallisesti kuin alueen ulkopuoleltakin. Opinnäytetyöni tarkoituksena oli tutkia kesäteattereihin saapuvia kävijöitä ja tutustua heidän motiiveihinsa, miksi juuri he käyvät kesäteatterissa. Sain toimeksiantona Lieksan kansalaisopistolta tutkia kahden Lieksassa toimivan kesäteatterin, Loukun sekä Vuonilahden asiakaskuntaa ja muodostaa molemmille omat asiakasprofiilinsa. Kyseisistä tapahtumista ei ole koskaan tehty kävijäselvitystä, joten aihe oli ajankohmainen sekä hyödyllinen niin toimeksiantajalle kuin tutkittaville kesäteattereille.

Opinnäytetyössäni käydään läpi keskeisiä käsitteitä, kuten kulttuurimatkailua, asiakasprofilointia sekä asiakkaiden segmentointia. Kulttuuritapahtumista tarkemmin tutustutaan kesäteattereihin ja niiden toimintaan Suomessa. Näiden kautta esitellään tutkimusmenetelmän valintaa sekä tutkimuksessani käytetyn kyselyn toteuttamista. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena, ja olennaiseksi osaksi tutkimukseni kannalta nousi kyselytutkimus sekä sen toteuttaminen. Näiden lisäksi perehdytään myös tulosten luotettavuuteen ja eettisyyteen sekä kyselytutkimuksen avulla tulleisiin tuloksiin.

Työn tavoitteena oli saada toimeksiantajalleni sekä tutkittaville kesäteattereille kattava materiaali niiden kävijöistään. Kysely toteutettiin heinäkuun 2015 aikana, jolloin kesäteatterit järjestivät esityksensä. Loukun kesäteatterin ohjelmistossa oli Rikas-rakas-köyhä-varas, ja Vuonis-rantateatterissa esitettiin jo aikaisemmin syksyllä 2014 esitetty Kätkäläisen Jättipotti.

## 2 Tutkimuksen taustaa

### 2.1 Toimeksiantaja – Lieksan kansalaisopisto

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Lieksan kansalaisopisto ja sen edustajana opiston rehtori Asko Saarelainen. Lieksan kansalaisopisto on vapaan sivistystyön oppilaitos, jota ylläpitää Lieksan kaupunki. Kansalaisopiston toiminta on vuosittain suosittua, esimerkkinä työvuoden aikana suurin piirtein 1 900 henkilöä toimii 180 eri ryhmässä ja opetustunteja on vuosittain 7 500. (Lieksan kaupunki 2015.) Monipuoliset liikunnalliset kurssit ovat erityisen suosittuja, mutta tarjontaa löytyy sekä musiikin että sotahistorian parista. (Iskelmä Rex – Pohjois-Karjala 2015).

Lieksan kansalaisopistolla on myös muuta toimintaa kurssien ja luentojen ohessa. Tiedostuskanavien välityksellä, esimerkiksi omien Facebook-sivujen tai Korento-lehden avulla, ilmoitetaan maakunnassa tapahtuvista näyttelyistä sekä juhlista. Näiden lisäksi kansalaisopistolla on erilaisia projekteja sekä opetuksen kehittämishankkeita niin kansainvälisesti kuin itäsuomalaisittainkin. Lieksan kansalaisopisto on myös yhteistyössä Kolin Kotiseutuyhdistys ry:n kanssa tehnyt joulukuksi 2015 valmistuvan kirjan Kolin kylähistoria. Teoksessa käsitellään Kolin kylähistoriaa ja sen eri vaiheita. (Lieksan kaupunki 2015.)

Näiden lisäksi Lieksan kansalaisopiston Rajaseudun historian-perinneryhmä on kirjoittanut teoksen ”Hukan hännän mitalla – Rajaseudun historiaa Lieksasta”. Teos julkaistiin vuonna 2004 ja siinä käsitellään rajaseudun näkökulmasta paikallishistoriaa. (Lieksa - Pielisjärvi seura 2007.) Maankuntakorkeakoulun toiminnasta tiedottaminen kuuluu myös olennaisena osana Lieksan kansalaisopiston toimintaan. (Lieksan kaupunki 2015).

## 2.2 Tutkimuksen kohteena Loukun ja Vuonislahden kesäteatterit

Loukun kesäteatteri sijaitsee Egyptinkorvessa, Lieksan ja Nurmeksen rajalla, Viekinjärven kylän tuntumassa. Lieksan keskustaan tulee kylältä yli 35 kilometriä. Loukun kesäteatteri on pääsääntöisesti harrastajateatteria ja sen kokonaistoiminnasta vastaa Loukun Seurojentalo yhdistys ry. Lieksan kansalaisopisto vastaa ja avustaa esitysten ohjauksessa. Ulkoilmanäyttämön pihapiiristä löytyy myös Seurojentalo, jossa on esillä Sodanjaloista Egyptinkorpeen-valokuvanäyttely. Kattamaton katsomo on suhteellisen suuri, selkänöjällisiä penkkejä löytyy noin 300 katsojalle. (Loukun kesäteatteri, Egyptinkorpi 2015.) Loukun kesäteatteri ympäristöineen on hyvin kansanomainen ja tiivis sekä siitä huokuu pienen kylän yhteisöllisyys. Kesän 2015 esityksenä oli Rikas-Rakas-Köyhä-Varas, joka kertoi Vassikkavaaran kylän elämästä vuonna 1959. Esityksen teemoina olivat rahanahneus, onnen etsintä sekä äkkirikastumisen mukanaan tuoman sosiaalisen aseman muutos. (Loukun kesäteatteri, käsiohjelma 2015.)

Vuonis-rantateatteri sijaitsee Vuonislahden kylällä Keskikievari Herranniemen pihapiirissä noin 27 km päässä Lieksan keskustasta. Vuonislahtea kuvataan tiiviiksi Pielisen rantakyläksi, jossa asukkaita on 250 henkeä. Kesän tullen myös lomasukkaiden määrä kasvaa, jopa kolminkertaisesti, joten sen välitöntä vaikutusta kesäteatterin toimintaan ei voi väheksyä. Vuonislahti on tunnettu taiteilijoistaan muun muassa puuveistostaiteilija Eva Ryyinäsestä sekä kirjailija Heikki Turusesta. Vuonislahden kylän toiminta on monipuolista ja erilaisia tapahtumia löytyy niin kesällä kuin talvellakin. (Vuonislahti 2015.)

Vuonis-rantateatteri sijaitsee idyllisellä paikalla Pielisen rannalla ja katsomo on suuri. Kesän 2015 esityksenä oli kirjailija Simo Hämäläisen kirjoittama Kätkäläisen Jättipotti, jonka toteutuksesta vastasi Lieksan Teatteriyhdistys ry. Toiminta on harrastajapainotteista. Kätkäläisen Jättipotti sai jo suuren suosion syksyllä 2014, kun se esitettiin Lieksan kulttuurikeskuksen Brahe-salissa. Tuottajana esityksessä toimi Vuonislahden Taiteilijatalo ry ja järjestelyistä vastasi Vuonislahden kyläseura ry. (Kuivalainen 2015.)

Molemmista kesäteattereista löytyi kahvitarjoilu esitysten väliajoilla ja Vuonislahden ranta-teatterin yhteydessä oli myös muutamia myyntikojuja, joissa myytiin esimerkiksi Tarinakirja taiteilijasta – Eva Ryyänen 100 v. –kirjaa ja kyläläisten valmistamia leivonnaisia sekä muita tuotteita. Sijainniltaan kesäteatterit olivat toisistaan poikkeavia, Loukku sijaitsee metsän laidalla kun Vuonis-rantateatteri nimensä mukaisesti Pielisen rannalla, mutta molemmista alueista huokui paikallisuus ja niille ominainen tunnelma.

### **3 Tutkimuksen viitekehys**

Viitekehityksen tarkoituksena on mahdollisimman tarkasta esitellä tutkimusongelmaan liittyviä käsitteitä ja avata sekä rajata niitä siten, että tutkimuksessa tulkittavat asiat on helpompi käsitellä. Tutkimuksen viitekehys koostuu kolmesta osaluueesta: kulttuurimatkailusta, asiakkaiden profiloinnista sekä asiakassegmentoinnista.

Kulttuurimatkailu tuo alueilleen merkittävästi arvoa, joten sen lähtökohtia täytyy avata, jotta voidaan tiedostaa ne seikat millä tavoin se koskettaa opinnäytetyössä tutkittavia alueita, eli Egyptinkorvessa sijaitsevaa Loukkua sekä Vuonislahdessa sijaitsevaa Vuonis-rantateatteria.

Tutkimuksen tarkoituksena on löytää ne keinot, joilla asiakasprofiilit voidaan kesäteattereille muodostaa ja tärkeäksi teemaksi nousi se, mitä asiakasprofilointi on ja mitä sillä mitataan. Taustatietona käsitellään asiakkaan tuomaa arvoa sekä hänen odotuksiaan. Asiakasprofiloinnissa selvitettiin niin kävijöiden taustatietoja kuin myös syvennyttiin tarkentaviin kysymyksiin, jotta saatiin muodostettua yksityiskohtaisempi profiili.

Asiakassegmentointi nousee myös yhdeksi tärkeäksi käsitteeksi tutkimuksessa. Segmentointi kuuluu olennaisena osana asiakasprofiloinnin tekemiseen, sen



avulla on tarkoitus selvittää kävijöiden käyttäytymistä niin yksilöinä kuin ryhminäkin. Tätä kautta on mahdollista jakaa kävijät pienempiin ryhmiin, joille markkinointia voidaan tarkemmin kohdentaa.

## **4 Kulttuuri ja kulttuurimatkailu**

### **4.1 Kulttuuri ja kulttuurimatkailu käsitteinä**

Kulttuuri käsitteenä on monimuotoinen sekä hankalasti määriteltävissä. Kulttuurilla yleensä luonnehditaan yhteisöä sekä sen jaettujen merkitysten kokoelmaa, ja usein sen erottaa toisista vastaavista. Kulttuuri voi koostua useista osista, esimerkiksi ihmisten uskomuksista, päämääristä, asenteista, arvoista sekä tavoista. (Raatikainen 2008, 12.) Kulttuurin kautta voidaan rakentaa yhteisön tai kansakunnan sille ominaista identiteettiä. Kulttuuri on sidoksissa jokapäiväiseen elämään sekä yhteiskuntaan, ja sitä voidaan kuvata prosessiksi, joka tuottaa jatkuvasti uusia ilmiöitä. (Heikkonen 2013, 3.)

Kulttuuri liitetään usein arkikielessä kuten myös suomalaisessa hallintokielessä korkeakulttuuriin, jota ovat muun muassa taidenäyttelyt, ooppera, teatteri, kirjallisuus sekä elokuvat. Humanistisessa kulttuurikäsitteessä kulttuuri mielletään ihmiskunnan parhaiksi saavutuksiksi ja se ilmenee muun muassa kuntien myöntämissä kulttuuripalkinnoissa, television kulttuuriuutisissa tai esimerkiksi kulttuuriministerin työtehtävissä. (Nisula 2014.) Kulttuurin merkityksiä on hyvin useita, ja eri luokille tai kansaryhmille niillä on erilainen merkitys jokapäiväisessä elämässä.

Kulttuurimatkailun tarkoituksena on tuottaa niin alueellisia kuin paikallisiakin kulttuuriin liittyviä tuotteita sekä palveluja, joita tarjotaan sekä paikallisille sekä myös alueelle matkustaville matkailijoille. Kulttuurimatkailussa tavoitellaan mahdollisuutta tutustua alueen kulttuurillisiin voimavaroihin sekä mahdollisuuksien mukaan osallistua niihin. Kulttuurimatkailun tavoitteena on saada ihmiset arvostamaan omaa kuten myös muidenkin kulttuurien ominaispiirteitä ja näin ollen luoda

ymmärrystä sekä arvostusta eri kulttuurien välillä. Voimavaroina kulttuurimatkailla voidaan muun muassa pitää ihmisten aikaansaannoksia, kuten historiaa, rakennettua ympäristöä sekä visuaalista taidetta. (Matkailun edistämiskeskus 2014.)

Matkailun kannalta kulttuuri ja kulttuurimatkailu ymmärretään monin tavoin. Eri-tyisesti kansainvälisesti matkailussa nousee esille kulttuuriperintä sekä maisema, mutta matkailun kansallisia kulttuurin voimavaroja havainnoidessa tulee huomioon ottaa kolme osa-aluetta: kulttuuritoimijoiden rakenne, toistuvat yleisötapahtumat sekä kulttuurimaisemat. Matkailu on aina sidoksissa yhteiskunnan toimivuuteen sekä ympäristön laatuun ja erityisesti kulttuurimatkailu on kytköksissä mielikuviin sekä merkityksiin. Kehittämällä vuorovaikutusta paikallisyhteisöjen, taide- ja kulttuuritoimijoiden sekä matkailijoiden välillä voidaan kulttuurimatkailua viedä eteenpäin. Kulttuurillisesti merkittäviä matkailukokemuksia luodaan muun muassa kiinnostavilla kulttuurillisilla palveluilla sekä tapahtumilla, ylläpidetyllä ympäristöllä sekä vireillä luovilla aloilla ja taidekentällä. (Lehtimäki 2013, 1.)

Paikallisille toimijoille kulttuurimatkailun kehittämisellä on tärkeä merkitys. Huomiota tulisi kiinnittää ympäröivään maisemaan, luonnonympäristöön sekä maantieteelliseen kokonaisuuteen, jotka osakseen luovat alueen kulttuurista merkitystä. Paikallisten toimijoiden tulisi alueensa esittelyissään korostaa aineetonta kulttuuriperintöä esimerkiksi teatterin tai kirjallisuuden avulla, joilla korostettaisiin alueelle ominaisia perinteitä ja tapoja. (Lehtimäki 2013, 5.)

## **4.2 Kulttuurimatkailu Suomessa**

Matkailuimagolisesti Suomessa painotetaan vahvasti luontoon. Suomen tunnetavuus matkakohteen tulee vuodenajanvaihteluista sekä ohjelmapalveluyritysten tarjoamista ulkoilma-aktiviteettitarjonnasta. Kulttuurillisesti vahvoja ominaispiirteitä Suomesta löytyy historian ja nykyajan vastakohtaisuudesta, teknologiasta, suomalaisten luovuudesta sekä elämäntapoihin kuuluvista asioista. Kulttuurikohteet eivät kuitenkaan ole kansainvälisesti vetovoimaisia, sillä kulttuurimatkailu-

kohteena Suomea ei juurikaan pidetä. Ulkomaisia matkailijoita Suomen kulttuurielämä kiinnostaa, vaikka varsinaisten kulttuuriin harrastajien ryhmä on pieni. Kulttuuritarjonnan käyttäjiä kuitenkin löytyy niin kiertomatkailijoista kuin kohdelomailijoista. (Matkailun edistämiskeskus 2009.)

Suomen kulttuuritarjonta on nykypäivänä keskittynyt lähinnä vain muutamiin tunnettuihin tapahtumiin, esimerkiksi Savonlinnassa järjestettäviin Oopperajuhliin. Eri alueiden huono profilointi sekä tunnettavuus johtuu osakseen resurssien pienuudesta sekä yhteistyön vähyydestä eri matkailuyritysten kanssa. Tuotekokonaisuuksia, jotka kehittävät maan matkailuimagoa tulisi myös kehittää sekä rakentaa yhteistyötä matkailun ja kulttuurin toimijoiden välillä. (Matkailun edistämiskeskus 2009.)

### **4.3 Kulttuuritapahtumien merkitys**

Kulttuuritapahtumilla on merkittävä osa Suomen tapahtumakentässä ja niitä yhdistää yksilöllisyys ja ainutlaatuisuus, jossa näkyvät suomalaisen kulttuurin erityispiirteet. Alueelleen kulttuuritapahtumat luovat merkittävyyttä ainutkertaisuudellaan ja niiden myötä alueen imago muokkautuu sekä useimmiten niiden avulla saadaan positiivista huomiota paikkakunnille. Tätä kautta jopa pienemmät paikkakunnat voivat pyrkiä luomaan kulttuuritapahtumastaan matkailuattraktion, joka houkuttelee laajan matkailijakunnan. (Pasanen & Hakola 2009, 8.)

Sellaisille paikkakunnille, joissa nähtävyyksiä on niukasti, tuovat kulttuuritapahtumat lisää matkailijoita, mitä kautta kaupunki tai alue saa positiivista imagoa. Parhaimmillaan hyvä imago tuo lisää matkailijoita, joiden ansioista tulot kasvavat ja mahdollisuus investoida paranee. Tästä hyötyvät paikalliset yritykset sekä asukkaat. Kulttuuritapahtuman matkailulliseen merkittävyyteen vaikuttavat tapahtuman koko ja kävijämäärät sekä ulkopaikkakuntalaisten kävijöiden määrä. Suurilla tapahtumilla on automaattisesti suurempi taloudellinen vaikutus, mutta pienemmät tapahtumat voivat myös houkutella kävijöitä kauempaa. Näin ollen ei pidä aliarvioida pienempiä tapahtumia, sillä ne voivat tuoda pienelle paikkakunnalle merkittävää ansiota. (Pasanen & Hakola 2009, 10 – 11.)

#### 4.4 Teatteritoiminnan historiaa ja toimintaa nykypäivänä

Teatteritoiminnan pohjana on suomalainen kansanrunous, jota on esitetty suullisesti sukupolvelta toiselle. Erilaiset kansantavat ovat liittyneet olennaisena osana erilaisiin juhliin, ja ajan saatossa näyttämöllisen ilmaisun avulla ne ovat kulkeneet eteenpäin. 1800-lukua voidaan pitää teatteritoiminnan kannalta merkittävänä, sillä noihin aikoihin ulkomailta saapuneet ammattinäyttelijät järjestivät kiertueita Suomeen ja sen alkupuolelta asti teatteri harrastuksena oli hyvin vilkasta. Teatteritaiteesta kasvoi koko kansan teatteria seuranäyttämöiden ja erilaisten iltamien ansiosta, joiden lopuksi esitettiin usein näytelmä. 1840-luvulla suomenkielinen kulttuuri oli nousussa, milloin syntyi ajatus kotimaisesta teatterista. (Tervomaa 2015, 31.)

1920-luvulla teatteritoiminnan katsotaan vakiintuneen, ja Suomen Kansalaisteatteria on pidetty suomalaisen teatteritoiminnan lippulaivana. Teatteritoiminnalla oli monia muotoja, kuten kiertävät teatteriryhmät laitosteattereiden rinnalla sekä radioteatterit. Nykypäivänä teatteritoimintaa voidaan pitää monipuolisena, jokaiselle löytyy jotakin. Teatterikävijämäärät ovat vuosittain jo yli 2 miljoonaa, ja suomalaiset ovat hyvinkin aktiivisia näyttelemään. Useista kunnista löytyy oma harrastajateatteri. Teatteritoiminta korostuu varsinkin kesäisin, vastaavia määriä näytöksiä ei löydy muualta kuin Suomesta. Kesäteattereiden avulla Suomen asema korostuu poikkeuksellisen laajana teatterimaana. (Tervomaa 2015, 32 – 33.)

Kesäteatteritoimintaa löytyy laajalti ympäri Suomea. Määritelmänä kesäteatteri on ongelmallinen, sillä jokaiselle tekijälle kuin kävijällekkin se edustaa eri asioita. Esimerkiksi sitä voidaan teatteripiireissä pitää halveksittavana teatterimuotona, kun taas osalle se edustaa tärkeää kulttuurinkokemismuotoa. (Semi 2012, 6). Kesäteattereista on kuitenkin noussut monien suomalaisten kesäperinne, jota käydään katsomassa omalla paikkakunnalla kuin myös lähialueilla. Suomesta löytyy tällä hetkellä noin 400 teatteria ja ryhmää, jotka tekevät kesäteatteria. (Tilastokeskus 2013). Kesäteatterit luovat paikkakunnalleen arvokasta kulttuurillista sisältöä ja sen tekijöitä löytyy niin ammattilaisista kuin harrastajistakin. Ammattikesäteatterit tarjoavat usein tunnettuihin teoksiin pohjautuvia esityksiä, kun taas

harrastajakesäteattereissa kantaesitys muodostuu esimerkiksi paikallisen kyläläisen tekemänä. (Semi 2012, 8.)

Aikaisemmin todettiin, että kesäteatteria on hankala määritellä, mutta on muutamia lainalaisuuksia, jotka voidaan liittää kesäteatteritoimintaan. Periaatteessa kolmen tekijän pohjalta voidaan esitys määritellä kesäteatteriin kuuluvaksi. Yhtenä pidetään esityksen ajankohtaa, useimmiten kesäteatteriesityksiä esitetään toukokuusta elokuuhun, eli toiminta on sijoittunut kesäajalle. Miljöönä on usein ulkoilmanäyttämö ja esityksistä huokuu kansanomaisen tunnelma. Huumori ja viihteellisyys liitetään myös useimmiten kesäteatteriesityksiin. (Semi 2012, 8 – 9.)

## **5 Asiakkaan profilointi ja segmentointi**

### **5.1 Asiakkaan arvo ja odotukset**

Organisaatioiden sekä yritysten on osattava tunnistaa asiakkaidensa tarpeet ja tätä kautta tehtävä hankinnat näiden tarpeiden tyydyttämiseksi. Pelkkä asiakkaiden tunteminen ei enää riitä. Asiakas tekee ostopäätöksensä vertaamalla myyntilupauksia, joita yritys palvelustaan tai tuotteestaan antaa, omiin tarpeisiinsa. Tarpeen lisäksi ostopäätökseen vaikuttavat asiakkaan odotukset, vaatimukset, toiveet, aiemmat kokemukset sekä arvot. Arvokäsitemäärittely seuraavasti: "Asiakkaan arvo on hänen näkemyksensä siitä, mitä hän haluaa tapahtuvan sen seurauksena, että hän käyttää tietyissä tilanteissa tuotetta tai palvelua halutun tarkoituksen tai päämäärän saavuttamiseksi." (Lecklin 2006, 84.)

Tätä määritelmää voidaan kuvata kolmella elementillä: käyttö- tai omistusarvo, käytön seuraukset sekä käyttötilanne. Käyttöarvolla viitataan suoraan tuotteen tai palvelun käyttöön, esimerkiksi ostamalla ruoka-aterian kuluttaja haluaa sammuttaa nälkänsä. Tuotteesta tai palvelusta saadut kokemukset vaikuttavat suoraan sen arvoon. Positiivisilla ja negatiivisilla seurauksilla ja niiden yhteisvaikutuksella syntyy tuotteen tai palvelun arvo. Tuotteen tai palvelun arvoon vaikuttaa näiden lisäksi niiden käyttötilanne, esimerkiksi pikaruokaravintolassa asiakas ei

välttämättä odota saavansa yhtä laadukasta palvelua kuin kalliimmassa ravintolassa. Tällaisissa tilanteissa odotukset ovat erilaiset. (Lecklin 2006, 84.)

Palveluista ja tuotteista on aina olemassa tietty odotusarvo. Asiakkaan odotuksiin vaikuttavat hänen aikaisemmat kokemuksensa, organisaation tai yrityksen luoma imago, mahdolliset tarpeet sekä kilpailevat toimittajat. Tuotteiden laatuun, palvelun tai tuotteen toimivuuteen sekä esimerkiksi ammattimaisuuteen kiinnitetään huomiota, joka loppujen lopuksi vaikuttavat ostopäätökseen. Vaatimustaso sekä odotukset useimmiten kasvavat ajan kuluessa. Organisaation tai yrityksen kilpailuetuna toimii laadun ja asiakasodotusten positiivinen ero ja jotta asiakastyytyväisyys saavutettaisiin on pyrittävä täyttämään odotukset tai jopa ylittämään ne. Tällä tavoin erotutaan kilpailevista tahoista. (Lecklin 2006, 91.)

Strategiassa mielikuvilla pyritään vaikuttamaan odotusarvoihin esimerkiksi korkean tai matalan laatumielikuvan avulla. Molemmissa tapauksissa on hyvät ja huonot puolensa. Korkealla mielikuvalla asetetaan toiminnalle lisäpaineita, mutta jos odotukset pystytään täyttämään, niin useimmiten saadaan nostettua asiakastyytyväisyyttä. Matalalla laatumielikuvalla saadaan täytettyä asiakkaan tarpeet helpommin, mutta useimmiten se johtaa siihen, että asiakkaiden kiinnostus on toimintaa kohtaan vähäisempi. Parhaan lopputuloksen saamiseksi olisi toiminnalle asetettava riittävän suuri mielikuvastrategia, jolloin asiakkaita saataisiin houkuteltua enemmän, ja tätä kautta pyrittäisiin täyttämään asiakasodotukset laadukkaalla ja asiantuntevalla toiminnalla. (Lecklin 2006, 91 - 92.)

## **5.2 Asiakasprofilointi**

Organisaation kannalta on tärkeää tuntea palveluita käyttävä asiakas sekä hänen käyttäytymisensä. Tätä kautta tietoa on mahdollista hyödyntää kehiteltäessä yksilöllistä asiakassuhdetta. Asiakasprofilointia voidaan kuvata prosessina, johon kuuluu asiakassuhteen analysointi esimerkiksi ostokäyttäytymistietojen perusteella. Asiakasprofiili muovautuu tämän prosessin kautta, joka on kuvaus asiakassuhteesta, ja sen avulla huomioidaan mahdollisia kehittämiskohteita. (Pöllänen

2003, 120.) Asiakasprofiilin avulla luodaan henkilö, joka edustaa organisaation kohderyhmää mahdollisimman tarkasti, ja sen avulla on mahdollista kehittää toimintaa. Tätä kautta asiakasymmärrys paranee.

Asiakasprofiloinnin avulla varmistetaan, että organisaatio tietää asiakkaan tuoman arvon ja tätä kautta pystyy suhteuttamaan markkinointipanostuksensa kyseiseen arvoon. Profiloinnin avulla varmistetaan myös, että organisaatiossa ollaan tietoisia sen hetkisistä asiakassuhteidensa tilanteista sekä vaiheista. Näillä tiedoilla organisaation on mahdollista tehdä tarvittavia toimenpiteitä oikeaan aikaan. (Pöllänen 2003, 120.)

Asiakasprofiloinnissa selvittämiseen tarvitaan demografisia, sosiaalisia sekä psykologisia taustatekijöitä, myös alueellisilla tekijöillä on merkitystä. Demografisiin tekijöihin kuuluvat ikä, sukupuoli, asuinpaikka, koulutus, ammatti ja esimerkiksi perheen koko. Nämä muuttujat ovat vain osa asiakasprofiilia luotaessa. Ostomotiivit ja elämäntyyli kuuluvat psykologisiin taustatekijöihin, joiden avulla on mahdollista selvittää asiakkaan harrastukset, kiinnostuksen kohteet sekä mielipiteet. Elämäntyylin avulla saadaan selville tietoa asiakkaan käyttämistä palveluista ja tuotteista se kuinka paljon hän niitä käyttää ja kenen seurassa. (Holopainen & Kinnunen 2014, 16 – 17.) Organisaation asiakasprofiilin tuntemisella helpotetaan asiakkaiden segmentointia.

### **5.3 Segmentoinnin määritelmä**

Segmentoinnin avulla pyritään ymmärtämään kuluttajakäyttäytymistä niin yksilöiden kuin ryhmienkin osalta. Tärkeää on selvittää millainen kuluttaja on, mitä hän ostaa, miten hän ostaa, mitkä tekijät ostamiseen vaikuttavat sekä näiden tekijöiden vaikutus käyttäytymiseen ostoprosessissa. Nämä tiedot ovat oleellisia, jotta pystytään muodostamaan tarkkoja segmenttejä asiakkaista. (Raatilainen 2008, 20.) Segmentoinnilla tarkoitetaan asiakkaiden jakoa erilaisiin, yhtenäisiin sekä toisistaan erottuviin ryhmiin, joita voidaan lähestyä eri tavoin. (Peelen & Beltman 2013, 147).

Asiakassegmentoinnin avulla tunnistetaan asiakkaiden erilaiset tarpeet, joiden kautta kehitetään organisaation tai yrityksen toimintaa sekä markkinointia. Sen avulla resurssit on helpompi kohdistaa järkevästi tuloksen ja kannattavuuden aikaansaamiseksi. Segmentoinnissa asiakkaat ryhmitellään tarpeiden ja toisistaan poikkeavan ostokäyttäytymisen mukaan, jolloin saadaan muodostettua asiakasprofiileja. Viemällä segmentointi asiakaskohtaiselle tasolle voidaan kehittää markkinointia sekä tuotekehitystä. (Lecklin 2006, 95.)

Organisaatiolle tai yrityksellä segmentoinnilla voidaan luoda arvokasta tietoa, jota voidaan käyttää toiminnan markkinoinnissa ja näin ollen mahdollistetaan suurempi osumatarkkuus. Asiakassegmentoinnilla voidaan parhaassa tapauksessa yksilöidä markkinointia sekä mahdollisia tarjouksia paremmin. (Lecklin 2006, 98.) Oikeanlaisella segmentoinnilla organisaation tai yrityksen on helpompi luoda pidempiaikaisia sekä kannattavampia asiakassuhteita. (Peelen & Beltman 2013, 157).

#### **5.4 Segmenttien muodostaminen**

Asiakassegmentointiin ei ole yhtä oikeaa mallia, vaan sen valintaan vaikuttavat niin organisaation tai yrityksen toimiala kuin kohdemarkkinat. Segmentointimalli löytyy parhaiten analysoimalla asiakaskuntaa. Segmentointimalleja löytyy useita ja niitä ovat muun muassa maantieteelliset tekijät, väestötekijät, yritysluokitus, asiakkaan henkilökohtaiset ominaisuudet, ostokäyttäytyminen, tuoteryhmät sekä asiakassuhdetasot. Maantieteellisiin tekijöihin liittyy asiakkaan sijainti, sillä segmenttejä voidaan muodostaa muun muassa eri maanosista tai lääneistä. Kohdealueen asukasmäärät voivat toimia esimerkiksi segmentoinnin pohjana. (Lecklin 2006, 95.)

Väestötekijöillä tarkoitetaan organisaation tai yrityksen asiakkaiden ikää, sukupuolta, ammattia tai esimerkiksi perheen kokoa. Usein tällainen ryhmittely on markkinoinnin kannalta järkevää. Erityisesti yrityspuolella väestötekijöitä vastaavia elementtejä kuvaa yritysluokitus, johon kuuluu asiakasyrityksen liikevaihto, voitto ja henkilöstön sekä toimipisteiden lukumäärä. (Lecklin 2006, 95 - 96.)



Asiakkaan henkilökohtaisiin ominaisuuksiin kuuluvat muun muassa harrastukset, kiinnostuksen kohteet sekä asiakkaan kokemat arvostukset. Ostokäyttäytymisen mukaan segmentointi tapahtuu asiakkaan ostotapahtuman perusteella. Tähän osana liittyy muun muassa ostotiheys tai ostopäivä viikonpäivien mukaan. Asiakassuhdetasolla asiakkaan voidaan luokitella esimerkiksi vakio- tai potentiaalsiin asiakkaisiin, ja tässä tasossa asiakassuhteen syvyys sekä sen historia ovat avainasemassa. (Lecklin 2006, 95 - 96.)

Segmenttien muodostettua on yrityksen tai organisaation tarkkaan mietittävä, mille kohderyhmälle markkinointia lähdetään kehittämään. Segmentointi voidaan jakaa kolmeen strategiaan, joita ovat keskitetty, selektiivinen tai vaihtoehtoisesti segmentoimaton strategia. Keskitetyssä strategiassa valitaan yksi ryhmä, jolle lähdetään markkinoimaan. Selektiivisessä strategiassa valitaan useampi erilainen asiakasryhmä, keihin markkinointitoimenpiteet kohdistetaan. Tätä tapaa käytetään useimmin asiakassuhdemarkkinoinnissa, jolloin kohderyhmiä lähestytään huomioimalla jokaisen tyypilliset ominaisuudet. Segmentoimattomassa strategiassa organisaation tai yritys tarjoaa kaikille asiakasryhmilleen tuotteitaan tai palveluita samoilla markkinoinnin keinoilla. (Raatikainen 2008, 23.)

## **6 Tutkimuksen tarkoitus ja toteutus**

### **6.1 Määrällinen tutkimus**

Tutkimukseni on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus, jonka tarkoituksena kerätty tieto saatetaan numeeriseen muotoon. Tutkimuksessa pyritään vastaamaan muun muassa kysymyksiin kuinka moni, kuinka usein ja kuinka paljon. Tutkimuksella pyritään saamaan kuva mitattavien ominaisuuksien välisistä suhteista sekä eroista ja usein tutkimusaineiston keräämisessä käytetään kyselyä. Määrällisessä tutkimuksessa voidaan havaita tietynlaisia ominaispiirteitä, joita ovat tiedon strukturointi, asioiden ja ominaisuuksien mittaaminen, saadun tiedon esittäminen numeroin, tutkimuksen objektiivisuus sekä vastaajien suuri määrä. (Vilka 2007, 13.)

Strukturoinnilla tarkoitetaan tutkittavan asian sekä sen ominaisuuksien jäsentelyä ja suunnittelua. Operationalisoinnilla taas teoria ja käsitteet muutetaan tutkittavalle ymmärrettävään muotoon. Näihin asioihin tulee kiinnittää huomiota ennen kuin haluttu aineisto kerätään. Strukturoinnin tarkoituksena on vakioida tutkittavat asiat siihen muotoon, että ne merkitsevät kaikille vastaajille samaa asiaa. Muuttujat eli tutkittavat asiat saavat arvon, joka ilmaistaan muun muassa numeroina. (Vilkka 2007, 14 - 15.)

Mittaamisella tarkoitetaan asioiden ja ominaisuuksien määrittämistä, jota kuvataan mitta-asteikolla. Mitta-asteikon avulla tutkittavat muuttujat, esimerkiksi ikä ja sukupuoli järjestetään loogiseen muotoon. (Vilkka 2007, 16.) Eri mittareita voi suunnitella itse tai käyttää olemassa olevia. Olemassa olevien mittareiden toimivuuteen on kuitenkin suhtauduttava varauksella, sillä toisessa yhteydessä ne eivät saata palvella tutkimusta oikein ja totuudenmukaisesti. Mitattavat ilmiötkin saattavat ajan kuluessa muuttua. (Vehkalahti 2008, 12.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa saatuja tietoja on tarkoitus tarkastella numeerisesti eli tietoja käsitellään numeroiden avulla. Tarkoituksena on vastata kysymyksiin kuinka moni, kuinka paljon ja kuinka usein. (Vilkka 2007, 14.) Omassa tutkimuksessani tarkoitukseni on ryhmitellä aineisto siihen muotoon, että sitä voi tarkastella numeroin, esimerkkinä kuinka monta prosenttia kävijöistä on ulkopaikkakuntalaisia. Saadut numerotiedot selitetään ja avataan sanallisesti.

Objektiivisuus tutkimuksessa on kaksiosainen: tutkimustuloksien havainnot sekä niiden tulkinta. Näiden kautta pyritään siihen, että tutkimus on mahdollisimman objektiivinen, niin itse prosessi kuin sen tulokset. Objektiivisuuteen voidaan vaikuttaa monin eri tavoin. Tärkeimmäksi on noussut tutkittavan ja tutkijan etäisyys toisiinsa. Tutkijan olisi myös pyrittävä siihen, ettei vaikuta vastauksiin elein tai sanoin. (Vilkka 2007, 16.)

Tämän tutkimuksen kyselyn toteuttamisen vaiheessa pyrin ottamaan mahdollisimman vähäisen kontaktin vastaajaan kyselyn täyttämisen aikana. Tarvittaessa vastasin kysymyksiin ja esitin vaihtoehtoja, jos nämä eivät olleet vastaajalle ym-

märrettäviä. Sellaisia tilanteita sattui myös, että vastaaja pyysi täyttämään kyselyn puolestaan. Tällaisessa tapauksessa pyrin esittämään kysymykset mahdollisimman neutraalisti niitä sen enempää kommentoimatta, sillä kieltäytymisellä olisi saattanut menettää arvokkaan vastaajan.

Ominaista määrällisessä tutkimuksessa on se, että vastaajia on suuri määrä. Tilastollisia menetelmiä käytettäessä suositeltava määrä on vähintään 100 vastaajaa. Suuren aineiston avulla on mahdollista muodostaa havaintoja näkökulmasta, ja tätä kautta tutkittavia asioita voidaan esittää numeroiden avulla. (Vilka 2007, 17.) Tutkimuksessani tavoitteena oli saada 50 - 100 vastaajaa kummastakin kesäteatterista. Vastauksia tuli lopulta 170, mutta ne jakautuivat epätasaisesti kesäteattereiden välillä. Loukun kesäteatterin kävijöiden vastauksia tuli 103 kappaletta kuin taas Vuonilahden kävijöiden 67 kappaletta. Tutkimuksen kannalta saatuja vastauksia on kuitenkin riittävästi ja, niiden jatkokäsittelyssä on mahdollisuus selvittää molempien kesäteattereiden kävijöiden asiakasprofiili.

## **6.2 Kyselytutkimus**

Kyselytutkimuksen avulla kerätään tietoa tarkastelua varten niin ihmisten toiminnasta kuin esimerkiksi heidän arvoistaan ja asenteistaan. Muodoltaan tämän tyyppiset kohteet ovat monimutkaisia mitata. Kyselylomaketta pidetään kyselytutkimuksessa mittauksen välineenä ja sen soveltuvuusalue on hyvin laaja. Kyselylomakkeen erona haastatteluun on se, että sen on toimittava omillaan, joten kyselyn muotoiluun ja toimivuuteen on panostettava. (Vehkalahti 2008, 11.)

Kyselyn tarkoituksena on kerätä kattava aineisto tutkimuksen tekoon. Kyselylomakkeessa kysymykset on standardoitu eli vakioitu. Vakioinnilla tarkoitetaan, että kysymykset ovat kaikille samat, kysymykset ovat samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. Kyselyn toteuttaminen on tehokkainta silloin, kun havaintoyksikkönä toimii henkilö, jonka ominaisuuksia tai esimerkiksi käyttäytymistä mitataan. (Vilka 2007, 28.)

Oman aineiston keräsin olemalla paikan päällä jakamassa kyselylomakkeita esitysten alkuvaiheessa. Omassa tutkimuksessani kyselyt palautuivat suhteellisen nopeasti, sillä kyselyyn vastaaminen oli nopeaa ja siihen vastaaminen oli sijoitettu teatteriesitysten alkupuolelle, jolloin ihmisillä oli runsaammin aikaa. Osalle vastaajista annoin mahdollisuuden ottaa kyselylomakkeen mukaan ja palauttaa sen esitysten väliajalla. Olin sijoittunut paikalle niin, että väliajalla kahville lähtiessä lomake oli helppo palauttaa takaisin.

Kyselytutkimuksen avulla on mahdollista saada tutkimuksen kannalta laaja aineisto. Kyselyyn voi vastata useita ihmisiä ja sen avulla voidaan selvittää monia asioita, jotta saadaan kattava tutkimustulos. Menetelmänä se on myös hyvin tehokas, sillä säästetään aikaa sekä vaivannäköä. Huolellisesti tehty lomake auttaa tiedon tallentamisessa sekä analysoimisessa. Olemassa olevilla tilastollisilla analyysitavoilla säästetään aikaa, eikä uusiin aineiston analyysitapoihin tarvitse kuluttaa liikaa aikaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 195.)

Kyselytutkimuksen tulosten tulkinta voi toisaalta olla haasteellista ja ongelmia voi ilmetä. Saatua aineistoa voidaan pitää pinnallisena sekä käytettyjä tutkimuksia teoreettisesti vaatimattomina. Vastaajien puolelta voi osoittautua myös useita ongelmia, näitä ovat muun muassa vastaajien suhtautumien tutkimukseen. Tutkijalla ei voi olla täyttä varmuutta siitä, miten vakavasti ja rehellisesti tehtyyn kyselyyn on vastattu. Tämän lisäksi vastausvaihtoehdot ovat saattaneet mietityttää kyselyyn vastaajaa, väärinymmärryksiä saattaa mahdollisesti sattua. Tutkija ei myöskään voi varmaksi tietää miten selvillä vastaaja on kyselyssä kysytyistä asioista. Tutkijan puolelta myös vaaditaan paljon, on oltava riittävästi tietoa ja taitoa, jotta kyselystä saadaan laadukas kokonaisuus. (Hirsjärvi ym. 2009, 195.)

### **6.3 Otannan määrittäminen**

Tutkimuksessa on mahdotonta saada vastauksia kaikilta kävijöiltä, joten perusjoukosta poimitaan otos, jonka avulla pyritään arvioimaan koko perusjoukon käyttäytymistä. Eri menetelmien avulla on mahdollista saada tarkka otos eri tutkimus-

asetelmissa ja tutkimuksen avulla on tarkoitus selvittää perusjoukon ominaisuuksia. Perusjoukon koko määrittelee sen tehdäänkö tutkimus kokonaistutkimuksena vai otantatutkimuksena, jossa vain osaa perusjoukosta tarkastellaan ja näin ollen tämä valittu joukko edustaa koko perusjoukkoa. (Nummenmaa, Holopainen & Pulkkinen 2014, 26.)

Otantatutkimus on periaatteiltaan hyvin samanlainen kuin muutkin tutkimukset, mutta on tietynlaisia työvaiheita, joita tulee ottaa huomioon tutkimuksen suunnitteluvaiheessa. Näitä ovat tutkimuksen kohdejoukon määrittäminen, kohdejoukon jakaminen eri otantayksikköihin, otantamenetelmän valinta, otoskoon määrittämien sekä otannan toteutuksen suunnittelu. Hyvänä puolena otantatutkimuksen valinnassa on sen toteutukseen menevä aika, tulokset saadaan nopeasti käyttöön ja niiden hallinta on helpompaa. (Nummenmaa ym. 2014, 26.)

Perusjoukosta on mahdollista saada luotettavaa tietoa ainoastaan silloin, kun otos on ominaisuuksiltaan riittävästi perusjoukkoa vastaava. On olemassa erilaisia otantamenetelmiä, joiden avulla analysoidaan tutkittavaa joukkoa. Otannan halutun tuloksen mukaan, esimerkiksi onko kyseessä otos vai näyte, otantamenetelmät voidaan jakaa kahteen ryhmään: todennäköisyysotantamenetelmiin tai harkintaan perustuviin otantamenetelmiin. Oman tutkimuksen kannalta päädyin yksinkertaiseen satunnaisotantaan, joka on osa todennäköisyysotantamenetelmiä. (Nummenmaa ym. 2014, 27 - 28.)

Yksinkertainen satunnaisotanta on menetelmä, jossa otantayksiköt, eli tässä tapauksessa kyselyyn vastaajat, valitaan satunnaisesti. (Lahtinen & Isoviita 1998, 56). Satunnaisotanta on perusmenetelmä, jossa perusjoukon yksiköillä on yhtä suuri todennäköisyys tulla valituksi. (Nummenmaa ym. 2014, 28). Oman tutkimuksen kannalta tämä menetelmä oli helpoin tapa, sillä perusjoukko oli tiedossa.

## 7 Tutkimuksessa käytetty kyselylomake

### 7.1 Kyselylomakkeen tekeminen

Tutkimuksen aiheen lisäksi vastaamiseen voi vaikuttaa olennaisesti täytettävä lomake ja sen muotoilu niin ulkoisesti kuin kysymysten osalta. Kyselylomakkeen laadinnassa on otettava monia asioita huomioon, jotta siitä saadaan tarpeeksi laadukas tutkimuksen onnistumisen kannalta. Tärkeimpänä piirteenä on lomakkeen selvyys. On pyrittävä välttämään monimerkityksellisiä sanoja sekä kysymyksiä. Kysymysten tulisi olla mahdollisimman spesifejä, jotta tulkinnanvaraa ei vastaamisessa jäisi liikaa. (Hirsjärvi ym. 2009, 202.)

Kysymysten pituuteen tulee myös kiinnittää huomiota. Useimmin lyhyet kysymykset motivoivat vastaamaan pitkien sijasta. Tutkijan tulisi välttää myös kysymyksiä, joilla on kaksoismerkitys eli kysyä yhtä asiaa kerrallaan. Kysymysten tulisi puhutella vastaajaa, joten sanavalinnoilla on suuri merkitys, esimerkiksi alan ammattikieltä tulisi välttää. Kysymysten määrällä sekä järjestyksellä on myös merkitystä. Perusohje on useimmiten se että alkupuolella on yleisimmät kysymykset kuten ikä ja sukupuoli ja näiden kautta siirrytään spesifimpiin kysymyksiin. (Hirsjärvi ym. 2009, 202 - 203.)

Oman tutkimuksen kyselyn tekemisessä tuli kiinnittää huomiota kyselylomakkeen pituuteen. Kyselyyn vastaaminen toteutettiin lyhyen ajan sisällä, joten lomakkeen tuli olla riittävän lyhyt ja helppolukuinen. Alun perin kyselylomakkeen oli tarkoitus olla pieni A5 kokoinen paperi, johon olisi helppo ja nopea vastata. Tutkimuksen kannalta oli kuitenkin tärkeää kysyä tiettyjä asioita, joten tämän myötä lomakkeesta tuli kaksipuolinen sekä A4 kokoinen. Tämä ei onnekseni näyttänyt nousevan ongelmaksi vastaamisessa.

## 7.2 Lomakkeen kysymystyypit

Kysymysten muotoilulla voidaan olennaisesti vaikuttaa vastaamiseen. Tutkimuksessani käytettävä kyselylomake koostui pääsääntöisesti strukturoiduista eli suljetuista kysymyksistä. Tämän kaltaisissa kysymyksissä vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi ja niistä ympyröidään sopiva vaihtoehto tai kuten vastaajia ohjeistin, sopivat vaihtoehdot. Kysymyslomakkeesta löytyi niin dikotomisista kysymyksiä eli vastausvaihtoehtoja tällaisissa oli vain kaksi kuin myös monivalintakysymyksiä, joissa oli mahdollisuus valita useampi vaihtoehto. Suljettujen kysymysten valintaan vaikuttivat vastaamisen nopeus sekä se, että niiden jatkokäsittely on helpompaa. (Heikkilä 2014, 49.)

Suljettujen kysymysten lisäksi lomake sisälsi muutaman avoimen kysymyksen, joiden tarkoituksena oli saada vastaajan mielipidettä kesäteatteritoiminnasta ylipäätään sekä aikomuksesta vierailla muiden kesäteatterin esityksissä. Avoimilla kysymyksillä kysyttiin sellaisia asioita, joiden vaihtoehtoja oli hankala määrittää etukäteen. Avoimissa kysymyksissä on sekä etuja että haittoja tutkimuksen toteuttamisen kannalta. Haittana on muun muassa se, että kysymykset on helppo suunnitella, mutta niiden mittaaminen on hankalaa, houkuttavuus vastaamatta jättämiseen sekä se että sanallisten vastausten luokittelu on vaikeaa. Avoimilla kysymyksillä voidaan kuitenkin saada sellaista tietoa, mihin ei välttämättä ole kiinnitetty huomiota kyselyä tehdessä. Kysymykset kannattaa myös jättää lomakkeen loppuun jättämällä niille tarpeeksi vastaustilaa. (Heikkilä 2014, 48 - 49.)

Kyselylomakkeessa esiintyi myös useita sekamuotoisia kysymyksiä. Sekamuotoisissa kysymyksissä halutut vastausvaihtoehdot löytyvät, mutta yksi osa on avoin, esimerkiksi "Muualta, mistä?". Tällaiseen ratkaisuun päädytään sellaisessa vaiheessa kun ei olla varmoja vastausvaihtoehtojen riittävydestä. (Heikkilä 2014, 50.)

### 7.3 Saatesanat

Tutkimuksessa käytettävä kyselylomake on kaksiosainen: varsinaisen lomakkeen rinnalla on saatesanat, jonka tarkoituksena on houkutella tutkittava vastamaan sekä kertoa tutkimuksen taustoista. Saatesanojen laadinnassa on tärkeää olla kohtelias, sekä pituudeltaan se ei saa olla liian pitkä. Saatesanojen tulee koostua ainakin näistä asioista: tutkimuksen toteuttaja sekä sen tavoitteista, tietojen käyttötarkoituksesta, tietojen luottamuksellisuudesta sekä kiitossanoista. (Heikkilä 2014, 59.)

Ongelmaksi saatesanojen käytössä usein muodostuu se, että niiden antama tieto tutkimuksen tarkoituksesta on useimmiten hyvin suppea, joten tutkittavan voi olla hyvin hankala päättää osallistumisestaan tutkimukseen. Lyhyet saatesanat eivät välttämättä vakuuta tutkimuksen tärkeydestä, joten vastaamisen saattaa helposti jättää pois välistä. (Vilkkä 2007, 81.)

Tutkimuksessani olin suurimmaksi osaksi osallisena kyselyiden jakamisessa, joten keskityin enemmän suullisen saateen merkitykseen vastaajalle osana kirjoitettuihin saatesanoihin. Tämä saattoi osakseen vaikuttaa vastaajien määrään positiivisesti, sillä usein ei kehdattu kieltäytyä tai tutkimuksen luonne alkoi kiinnostamaan vastaajaa.

### 7.4 Kyselylomakkeen testaus ja toteutus

Kyselylomakkeen laadintaan liittyy myös sen testaus. Lomakkeen testauksen tarkoituksena on saada tietoa kyselyn rakenteesta sekä mahdollisista korjauksista. Useimmiten testaamisessa käytetään 5 - 10 hengen joukkoa, jotka mahdollisesti edustavat kohdejoukkoa. Testauksella saadaan tietoa siitä, onko kyselyssä mahdollisesti turhia kysymyksiä tai onko tutkimuksen kannalta jotain olennaista jäänyt kysymättä. Testaamisen avulla voidaan kyselylomakkeeseen tehdä tarvittavat muutokset, joilla parannetaan kyselyn rakennetta, kysymysten järjestystä sekä niiden muotoilua. (Heikkilä 2014, 58.)



Kyselylomakkeen testauksen suoritin lähipiirissäni kahdeksalla henkilöllä sekä sen muutoksista kävin keskustelua toimeksiantajani sekä ohjaavan opettajani kanssa. Testatessa kyselyä lähipiirissäni ei suurempia muutosehdotuksia nous-  
sut esille. Ainoastaan muutamia sanavalintoja ehdotusten perusteella muutin  
sekä korjailin lauseiden rakennetta. Toimeksiantajalta ja ohjaavalta opettajaltani  
tuli muutamia kysymysehdotuksia, jotka sisällytin kyselylomakkeeseen.

Kyselyiden toteutus ajoittui heinäkuun 2015 ajalle, jollain Loukun sekä Vuonislahden kesäteattereiden esitykset järjestettiin. Kyselyiden jakamisen aloitin 7.7.2015 Loukun kesäteatterissa kenraaliharjoituksen ohessa ja heinäkuun loppupuolella 18.7.2015 Vuonislahdessa. Kyselylomakkeita olin molemmissa kesäteattereissa jakamassa muutamana ensimmäisen päivän aikana, jonka jälkeen kyselyitä jakoivat teatterin toimijat viimeisiin esityksiin asti.

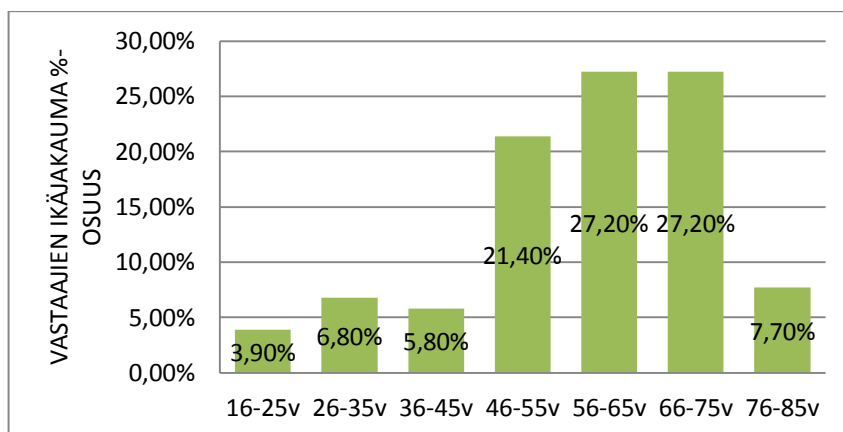
## **8 Kävijäkyselyiden tulokset**

### **8.1 Taustatiedot vastaajista**

Loukun kyselylomakkeisiin vastauksia tuli yhteensä 103 kappaletta, joista naisten osuus oli 69 kappaletta (67 %) ja miesten 34 kappaletta (33 %) vastanneista. Naisten suurempaan määrään todennäköisesti vaikutti se, että he olivat innokkaampia vastamaan ja esimerkiksi pariskunnan ollessa kyseessä niin yleensä nainen vastasi herkemmin. Kävijäselvitystä ei ole aikaisemmin tehty, joten on hankala verrata aikaisempien vuosien naisten ja miesten välistä jakautumaa. Loukussa paikalla ollessani pistin kuitenkin merkille että kävijäkunta oli melko naisvoittoista.

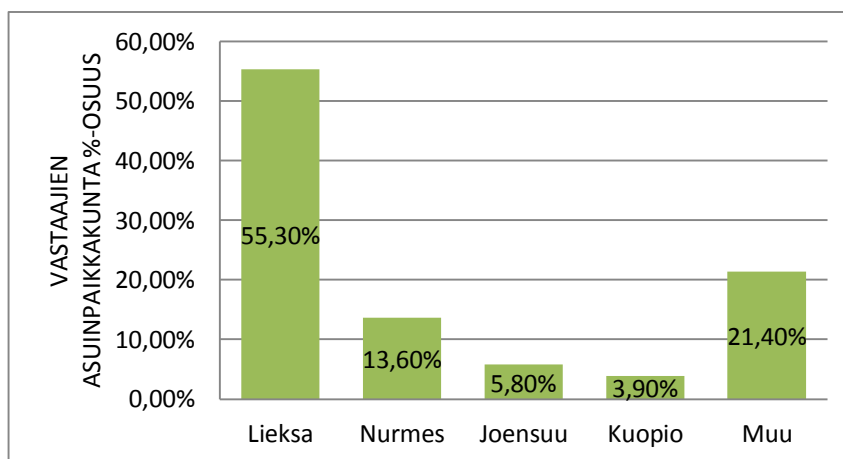
Ikäjakaumaa tarkastellessa nuorin kyselyyn vastanneista oli 16-vuotias ja vanhin 85-vuotias. Kyselylomakkeessa ikä tuli merkitä syntymävuoden mukaan, joten kuviossa ikäluokat pylväsdiagrammissa on järjestetty kymmenen vuoden välein. Kyselyyn vastanneiden perusteella voi todeta, että kävijämäärä Loukun kesäte-

atterissa oli painottunut vanhempiin sukupolviin ja näin todeta, että he ovat esi-tyksistä kiinnostuneempia kuin nuoremmat sukupolvet. Yleisin vastaus eli vastanneiden iän moodi oli 61 vuotta, joka kertoo sen että kyselylomakkeeseen eniten vastauksia tuli 61-vuotialta. Keskimäinen arvo, eli ikien mediaani oli myös 61 vuotta.



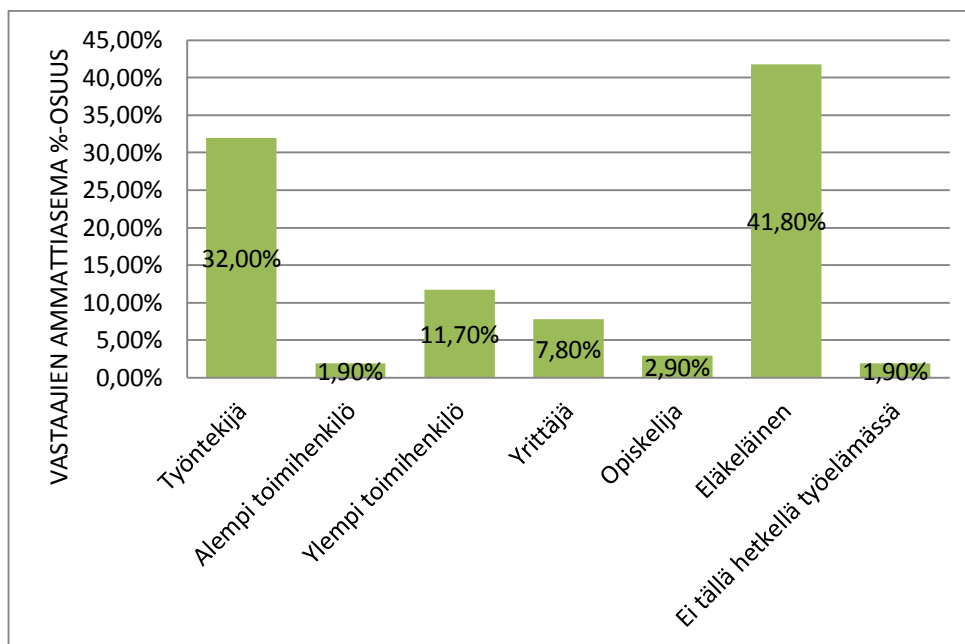
Kuvio 1. Loukun vastaajien ikäjakauma. (n=103).

Kyselyn tulosten perusteella Loukun kesäteatterin kävijöistä enemmistö kävijöistä oli Lieksasta (57,7 %). Toiseksi eniten kävijöitä oli lähikaupungista Nurmekselta (14,4 %) ja kolmanneksi eniten Joensuusta (6,2 %). Hieman päälle viidesosa vastanneista kävijöistä oli yksittäisiä kävijöitä ympäri Suomea, kuten kuviosta 2 voi huomata. Valta-osa näistä kävijöistä oli Uudenmaan maakunnasta esimerkiksi Järvenpäästä, Vantaalta tai Helsingistä sekä Pohjois-Karjalan alueelta esimerkiksi Tohmajärveltä tai Ilomantsista.



Kuvio 2. Loukun vastaajien asuinpaikkakunta (n=103).

Ammattiasemaa kysyttäessä suurin osa vastaajista oli eläkeläisiä (41,7 %). Toiseksi suurin osuus oli työssäkävillä, työntekijöitä oli 32 % kävijöistä, ylempiä toimihenkilöitä kävijöistä oli 11,7 % ja alempia toimihenkilöitä 1,9 %. Yrittäjien osuus Loukun kesäteatterin kävijöistä oli 7,8 %. Opiskelijoiden määrä oli 2,9 % ja ei tällä hetkellä työelämässä 1,9 %. Tuloksista voi päätellä ikäjakaumaa katsottaessa, että valtaosa Loukun teatterin kävijöistä oli eläkeläisiä.

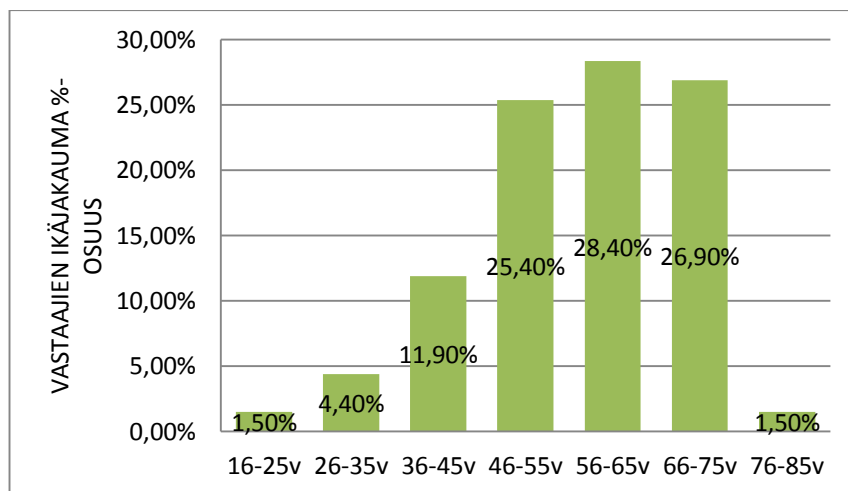


Kuvio 3. Loukun vastaajien ammattiasema (n=103).

Vuonislahden kesäteatterin kyselyyn vastauksia saatiin yhteensä 67 kappaletta, joista, kuten Loukussakin, suurin osa oli naisia. Naisten vastausten määrä oli 45 kappaletta (68,2 %) ja miesten 21 (31,8 %). Yhdessä kyselylomakkeessa oli vastaaja jättänyt merkitsemättä sukupuolensa, joten se vaikutti yllä oleviin tuloksiin. Tähänkin naisvaltaiseen tulokseen vaikutti mielestäni naisten aktiivisempi osallistuminen kyselylomakkeen vastaamiseen, sillä suuria eroja en sukupuolen välisestä jakautumisesta huomannut ollessani paikan päällä kyselylomakkeita jakamassa.

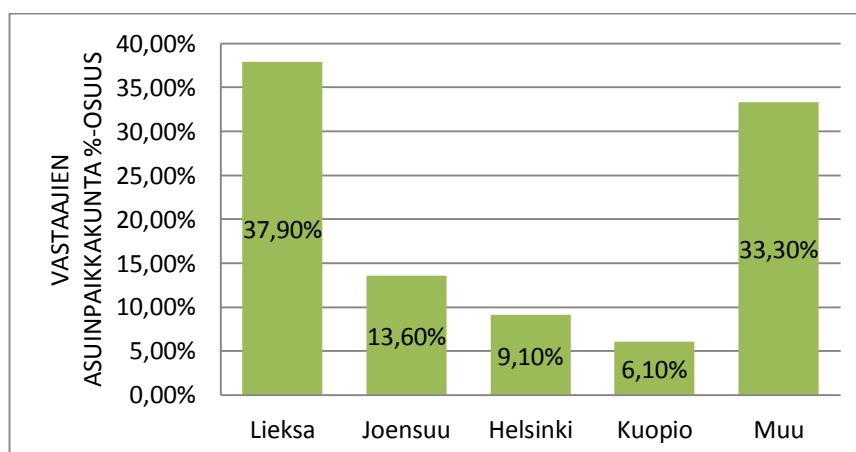
Kuviossa 4 kuvataan Vuonislahden kesäteatterin ikäjakaumaa, josta käy ilmi että vastanneista kävijöistä suurin osa (28,40 %) sijoittui 56 - 65 ikävuosien välille. Ikäjakauma on melko samankaltainen kuin Loukun kävijöiden, josta voi päätellä,

että varsinkin Lieksan alueella kesäteatterit ovat vanhemman ikäväestön suosiossa. Nuorin kyselyyn vastannut kävijä oli 24-vuotias ja vanhin 77-vuotias. Iän moodi eli yleisin vastaus ikää kysyttäessä oli 67 vuotta. Ikien mediaani eli keskimääräinen arvo taas oli 61 vuotta.



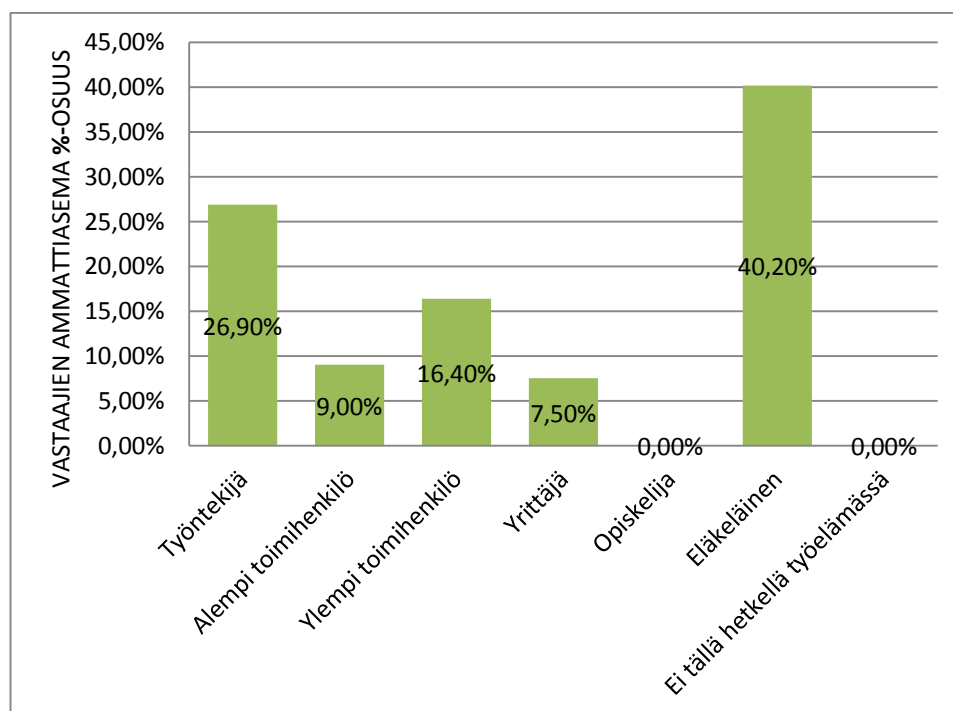
Kuvio 4. Vuonislahden vastaajien ikäjakauma (n=67).

Yleisin kävijöiden asuinpaikkakunta oli myös Vuonislahden vastaajissa Lieksa (37,90 %). Seuraavana esille nousi Joensuu (13,6 %). Poikkeuksena Loukun vastanneisiin kävijöihin Helsingistä saapuneita kävijöitä oli jopa 9,1 %. Esille vastauksia tarkastettaessa nousi se, että kävijöitä oli enemmän ympäri Suomea kuin Loukun kesäteatterissa ja varsinkin Etelä-Suomesta oli useampikin kävijä. Tämän saattaa selittyä sillä, että suurin osa tulleista loma-matkustajista omistaa joko loma-asunnon alueella tai he ovat entisiä paikkakuntalaisia ja saapuneet Lieksaan loman viettoon.



Kuvio 5. Vuonislahden vastaajien asuinpaikkakunta (n=66).

Ammattiasemaa kysyttäessä (kuvio 6) suurin osa vastaajista (40,2 %) oli eläkeläisiä. Työntekijöiden osuus oli 26,9 %, alempien toimihenkilöiden 9 %, ylempien toimihenkilöiden 16,4 % ja yrittäjiä oli 7,5 % vastaajista. Vastaajien joukossa ei ollut opiskelijoita tai työttömiä. Ammattiaseman osuudet menevät melko tasaisesti yhteen Loukun kävijöiden kesken, eläkeläiset ovat enemmän kiinnostuneet kesäteatterin kaltaisesta toiminnasta.



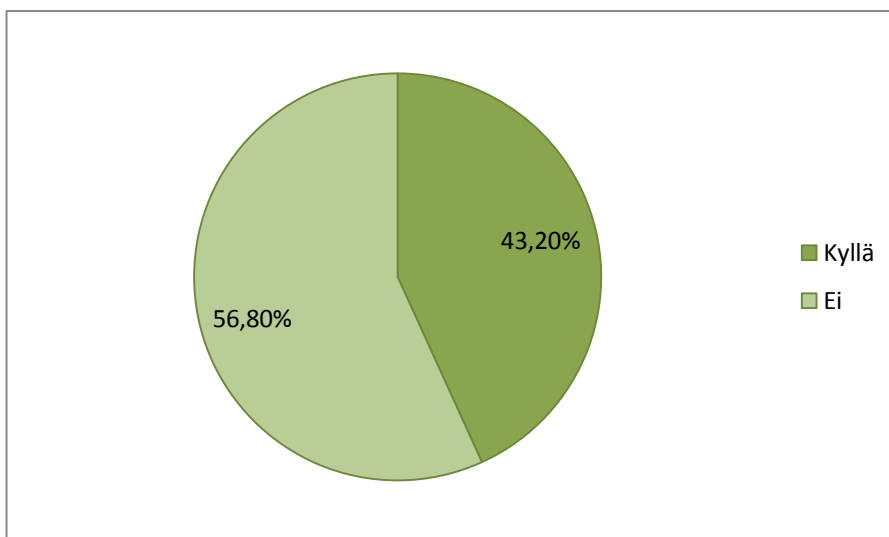
Kuvio 6. Vuonislahden vastaajien ammattiasema (n=67).

## 8.2 Vastaajien loma-asunnot

Toimeksiantajalle oli tärkeä tieto kävijöiden mahdollisista loma-asunnoista Lieksan ja Pohjois-Karjalan alueella. Kysymyksen muotoilu saattoi vaikuttaa olennaisesti vastausprosenttiin, sillä asuinpaikkakuntaa kysyttäessä mainitsin että kävijän ollessa ulkopaikkakuntalainen tulisi hänen vastata seuraavaan kysymykseen joka käsitteli loma-asunnon omistamista. Kyselyitä tarkistaessani huomioni kuitenkin kiinnitti se, että myös osa paikkakuntalaisista oli vastannut kysymykseen.

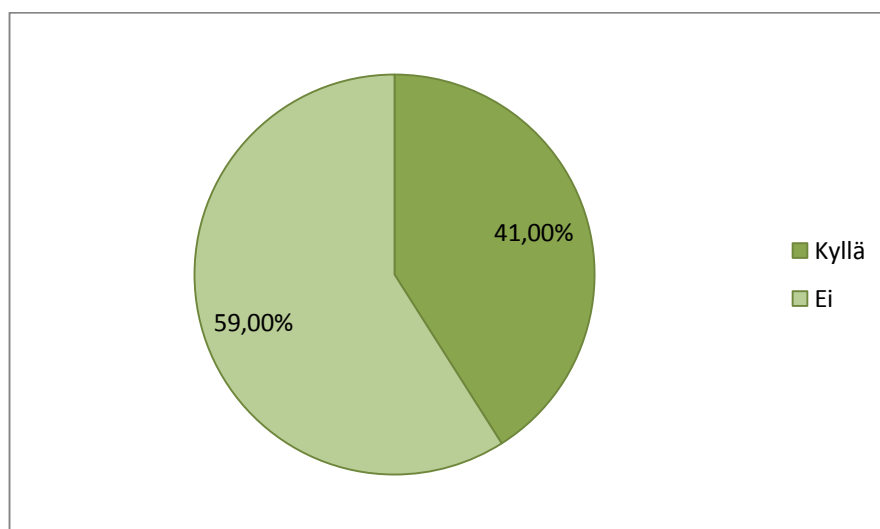
Vastauksia kyselyssä esitettyyn kysymykseen tuli kaiken kaikkiaan 88 kappaletta 103:sta ja vastausprosentit jakautuivat niin, että loma-asuntoja löytyi vastaajien

kesken 43,2 %:lta kun taas 56,8 % vastanneista eivät omistaneet loma-asuntoa Lieksan tai Pohjois-Karjalan alueella.



Kuvio 7. Loukun vastaajien loma-asunnot (n=88).

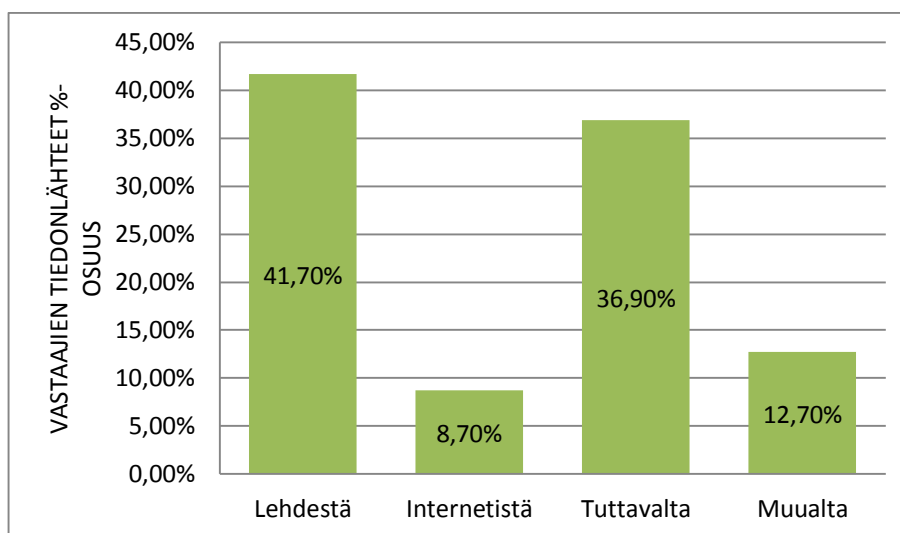
Vuonislahden kyselyssä epäselvyyttä vastauksissa aiheutti myös loma-asunto kysymyksen muotoilu. Suurin osa vastanneista kuitenkin vastasi kysymykseen eli vastauksia saatiin 61 kappaletta. 41 % vastaajista omisti loma-asunnon Lieksan tai Pohjois-Karjalan alueella ja 59 %:lla loma-asuntoa ei ollut.



Kuvio 8. Vuonislahden vastaajien loma-asunnot (n=61).

### 8.3 Tiedonlähteet

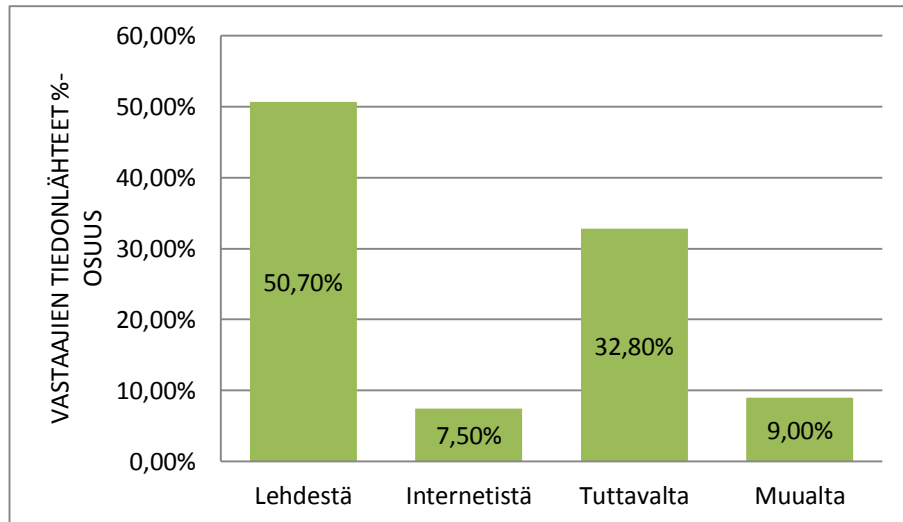
Kyselylomakkeessa tiedusteltiin sitä, mistä kävijät olivat saaneet tietoa Loukun kesäteatterin vuoden 2015 esitetystä näytelmästä. Vastausvaihtoehtoja löytyi kolme kappaletta ja niiden lisäksi oli kohta mihin pystyi vastaamaan, jos tiedon oli saanut muualta kun valmiiksi annetuista vastausvaihtoehdoista.



Kuvio 9. Loukun vastaajien tiedonlähteet (n=103).

Suurimmaksi tiedonlähteeksi nousi tiedon saanti lehdestä, 41,7 % kävijöistä olivat nähneet mainoksen tai lehtijutun teatterin esityksestä. Toiseksi eniten vastauksia sai se, että Loukun kesäteatterin esityksestä oli kuultu tuttavalta (36,9 %). Muualta-kohtaan vastasi 12,6 % kävijöistä ja esille nousi, että tieto oli saatu Pohjois-Karjalan kesäteatteriesitteestä 2015 tai Loukun kylätalon ilmoitustaululta. Vähiten kävijät olivat lukeneet Loukun esityksestä Internetistä, ainoastaan 8,7 % vastaajista olivat tiedon tavoittaneet tätä kautta.

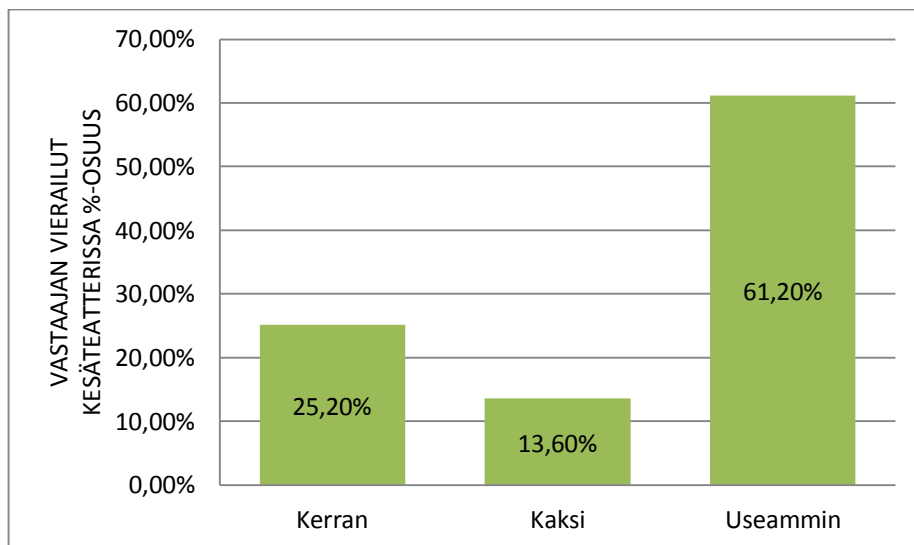
Vuonislahden kesäteatterille suunnatussa kyselylomakkeessa kysyttiin myös siitä, mitä kautta kävijät olivat esityksestä sekä sen ajankohdasta kuulleet. 50,7 % vastanneista kävijöistä oli lukenut siitä lehdestä. 32,8 % vastanneista sanoi kuulleensa tuttavaltaan ja ainoastaan 7,5 % oli lukenut Internetistä. 9 %:sta osa oli kuullut teatterin esityksistä muualta kuten edellisen teatterikäynnin aikana, tiedotejulkaisuista tai Tervetuloa kylään-kyläkulkijan matkaoppaasta 2015.



Kuvio 10. Vuonislahden vastaajien tiedonlähteet (n=67).

#### 8.4 Vierailut kesäteattereissa

Kyselylomakkeessa tiedusteltiin sitä, kuinka usein kävijät ovat vierailleet Loukun kesäteatterin esityksissä (kuvio 11). Tuloksista kävi ilmi, että suurin osa (61,2 %) olivat käyneet useammin kuin kaksi kertaa. Useimmat mainitsivat, että vierailevat esityksissä joka vuosi, mutta keskiarvoisesti numeerisen vastauksen antaneiden kävijöiden käyntimäärä oli 4 kertaa.

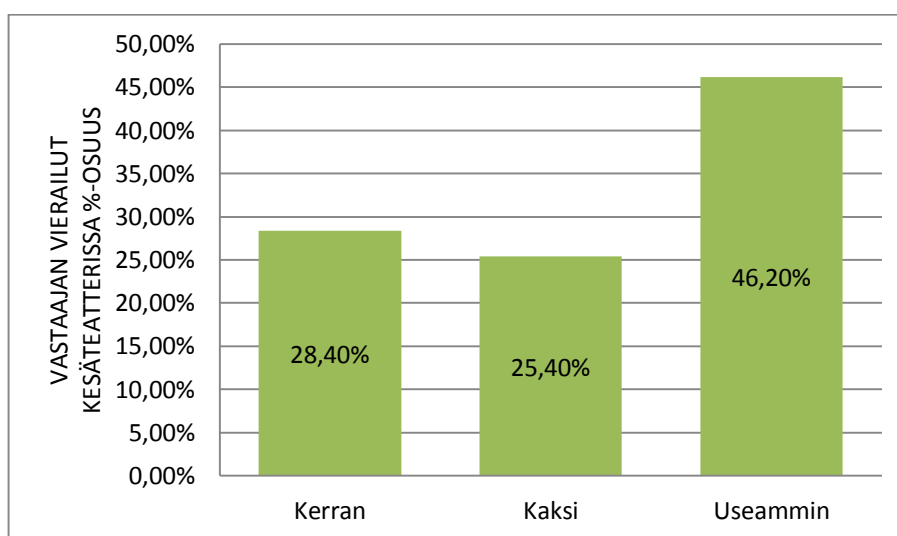


Kuvio 11. Loukun vastaajien vierailut kesäteatterissa (n=103).



Toiseksi eniten (25,2 %) vastanneista kävijöistä olivat käyneet Loukun kesäteatterin esityksissä kerran. Kysymyksen vastauksen muotoilu oli hiukan epäselvä, sillä siitä saattoi saada sellaisen käsityksen, että on käyty kerran aikaisemmin tai tämä kerta on ensimmäinen. Vastanneista kävijöistä 13,6 % oli käynyt Loukun esityksissä kaksi kertaa. Tämänkin vastausvaihtoehdon kohdalla saattoi esiintyä epäselvyyksiä, sillä varmaksi ei voitu sanoa oliko käyty kaksi kertaa aikaisemmin vai oliko tämä käynti jo toinen.

Suurin osa vastaajista oli käynyt Vuonislahden kesäteatterin esityksissä useammin kuin kaksi kertaa (46,2 %). Keskimääräisesti kyseiseen kysymykseen vastanneet kävijät olivat vierailleet esityksissä kolme kertaa. Useimmat olivat käyneet kerran (28,4 %) ja osa taas kaksi kertaa (25,4 %). Vuonislahdessa käytetty kyselylomake vastasi sisällöltään Loukun kyselylomaketta, joten vastauksiin vaikuttivat epäselvät kysymyksen vastausten muotoilut.

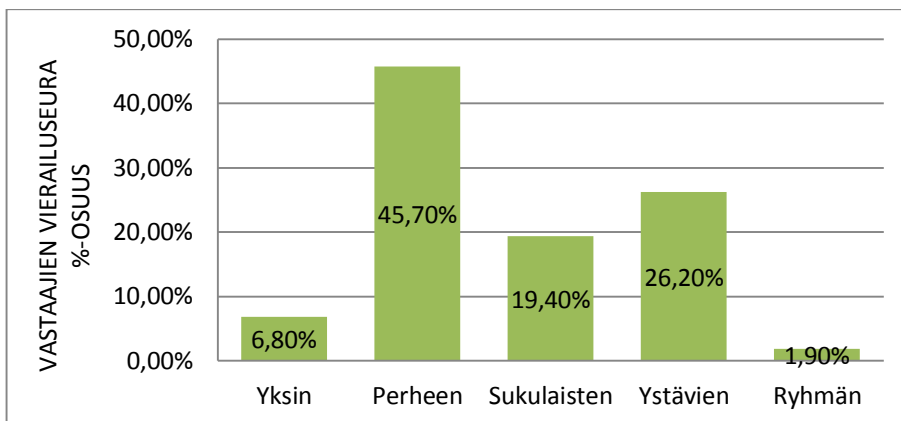


Kuvio 12. Vuonislahden vastaajien vierailut kesäteatterissa (n=67).

## 8.5 Vierailuseura sekä osallistumisen syyt

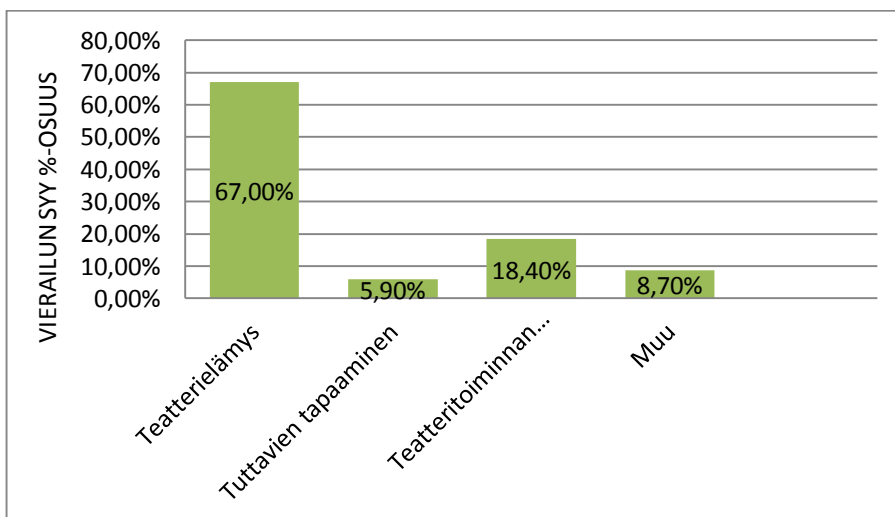
Kyselylomakkeessa tiedusteltiin myös kenen kanssa vastannut kävijä oli saapunut esitykseen (kuviokuva 13). Vastausvaihtoehtoina olivat yksin, perheen, sukulaisten, ystävien tai ryhmän. Loukussa vastanneiden kesken korkeimman vastausprosentin (45,6 %) sai perheen kanssa saapuminen, toisena oli ystävien (26,2 %)

ja kolmantena sukulaisten (19,4 %). Tulokset eivät mielestäni olleet yllättäviä, sillä kesäteatterit ovat sosiaalisia tapahtumia, niitä lähdetään katsomaan jopa isommallakin porukalla. Yksin saapuneita vastanneista kävijöitä oli 6,8 %, ja ryhmässä saapuneita, esimerkiksi yhteiskuljetuksella Joensuusta, vastanneita oli 1,9 %.



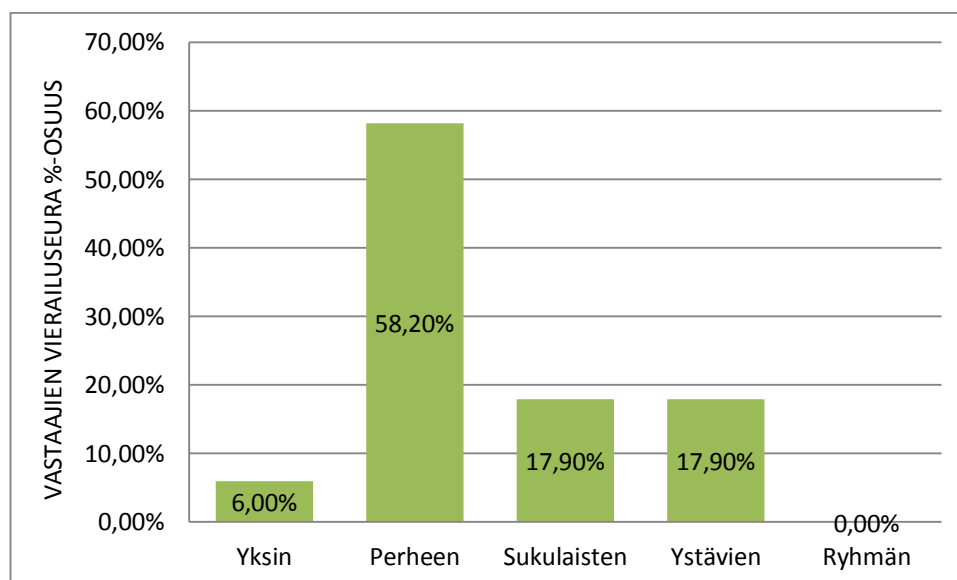
Kuvio 13. Loukun vastaajan vierailuseura (n=103).

Osallistumisen syistä (kuvio 14) tärkeimmäksi nousi teatterielämyksen kokeminen, vastaajista 67 % oli tätä mieltä. 18,4 % halusi tukea Loukun teatteritoimintaa ja 5,8 % tulivat tapaamaan tuttaviaan. 8,7 % listasi muita syitä miksi olivat esitykseen tulleet ja näitä olivat muun muassa Loukun kesäteatterin aikaisemman vuoden hyvä esitys sekä paikan upeus, osan perheenjäsenet olivat näyttelössä, yksi oli pakotettu mukaan ja osan mielestä kaikki kysymyksessä annetut vaihtoehdot vaikuttivat osallistumiseen.



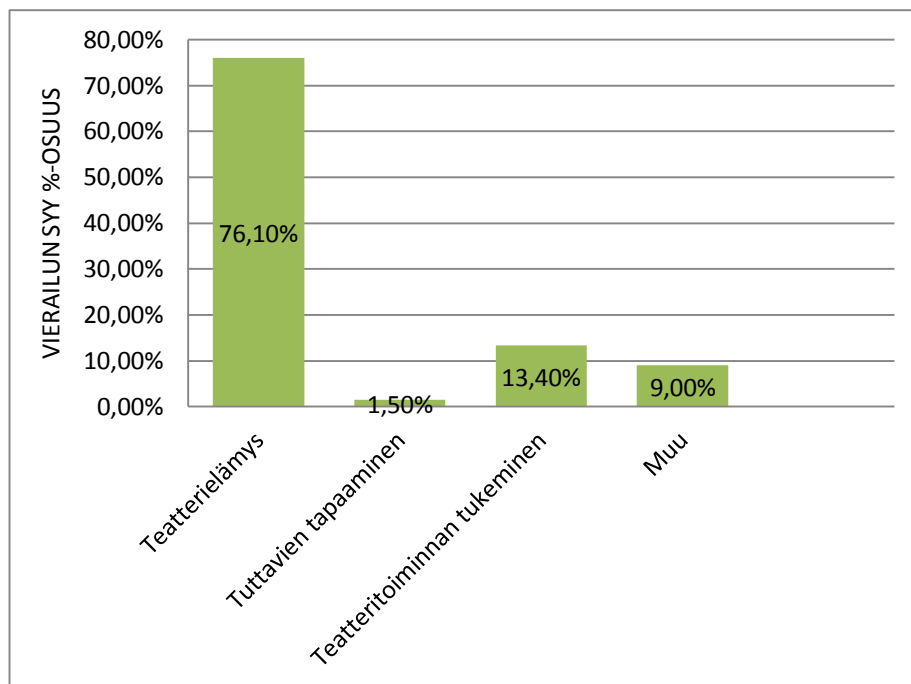
Kuvio 14. Loukun vastaajan osallistumisen syyt (n=103).

Aikaisemmin jo todettiin, että kesäteatterit ovat hyvin sosiaalisia tapahtumia, jonne lähdetään yhdessä perheen tai esimerkiksi suvun kanssa. Vuonislahden kyselyn tulokset tukevat tätä oletusta, sillä reilusti yli puolet (58,2 %) oli saapunut katsomaan esitystä perheensä kanssa. Toiseksi korkeimmat vastausprosentit saivat saapuminen sukulaisten tai ystävien kanssa, molemmista oli 17,9 %. Pieni osa (6 %) oli saapunut katsomaan esitystä yksin. Kukaan vastanneista ei ollut tullut katsomaan esitystä ryhmän kanssa. Ollessani Vuonislahdessa jakamassa kyselyitä, havaitsin että ryhmämatkalaisia esityksissä myös käy, sillä bussi saapui paikalle. Vastaukseen saattaa vaikuttaa se, että osa ryhmässä saapuneista on myös ystäviensä tai perheen kanssa, joten se vaihtoehto tuntui sopivammalta valita.



Kuvio 15. Vuonislahden vastaajan vierailuseura (n=67).

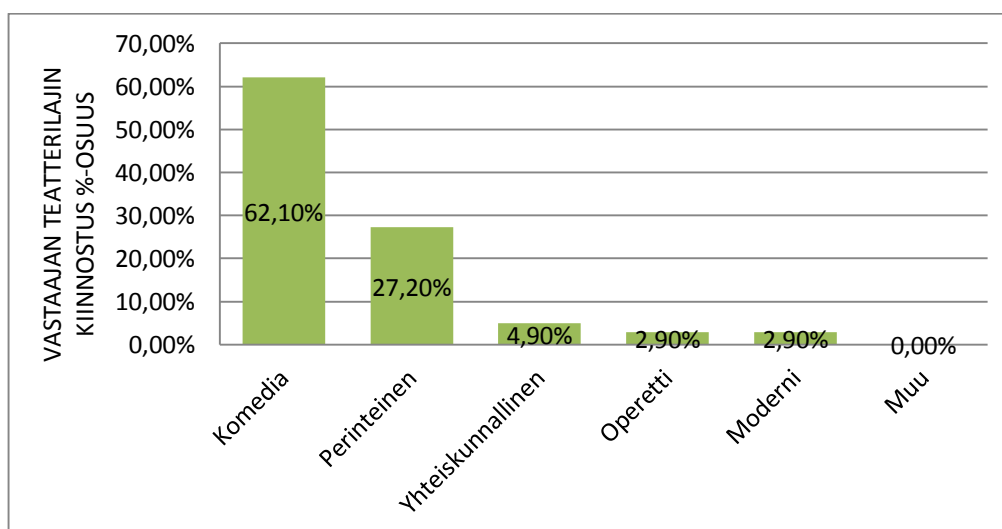
Kuviosta 16 käy ilmi, että myös Vuonislahteen tullaan pääsääntöisesti teatterielämyksen takia (76,1 %). Osa vastaajista oli myös kiinnostunut teatteritoiminnan tukemisesta (13,4 %), ja osa oli tullut tapaamaan tuttaviaan (1,5 %). Muita syitä löytyi 9 %:lla vastaajista ja, osan mielestä Kätkäläisen Jättipotti oli kirjana ollut hyvä, joten myös teatteriesityksenä se kiinnosti. Osan mielestä tunnelma alueella on mahtava, joten se haluttiin kokea sekä osan mielestä kaikki edellä mainitut syyt vaikuttivat saapumiseen.



Kuvio 16. Vuonislahden vastaajan osallistumisen syyt (n=67).

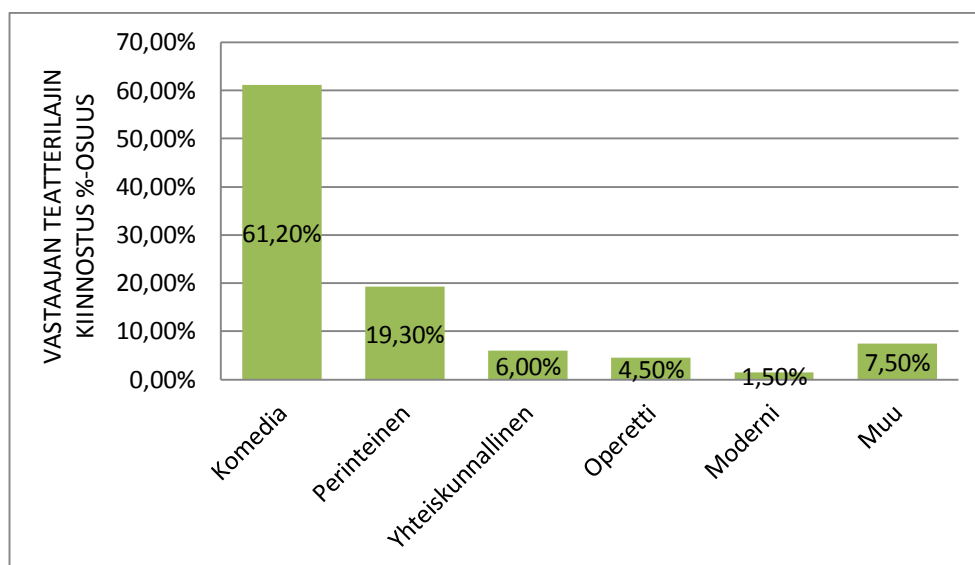
## 8.6 Teatterilajit

Asiakasprofiilin selvittämistä varten kyselylomakkeessa tiedusteltiin millainen teatterilaji kiinnostaa eniten. 62,1 % Loukun vastaajista oli mieltynyt eniten komeediaan, mikä selittää kesäteatterissa vierailun, sillä usein esitykset ovat hyvin huumoripainotteisia. Perinteinen teatterilaji toiseksi eniten (27,2 %) ja yhteiskunnallisista esityksistä piti 4,9 % vastanneista kävijöistä. Teatterinlajeista operetti ja moderni kiinnostivat tasavertaisesti, molempien vastausprosentti oli 2,9 %.



Kuvio 17. Loukun vastaajien teatterilajin kiinnostus (n=103).

Millaisesta teatterilajista kävijä pitää kysyttäessä nousi sama tyyllilaji esille Vuonislahdessa kuin myös Loukun kesäteatterin kyselyssä. 61,2 % vastaajista piti komediaa kiinnostavimpana teatterin lajina. 19,4 % oli perinteisen teatteriesityksen puolella ja 6 % piti yhteiskunnallisesta. Operetista piti 4,5 % ja modernista teatterista 1,5 %. Osa 7,5 %:sta muu kohtaan vastanneista mainitsivat, että kaikki edellä mainitut teatterilajit kiinnostivat.



Kuvio 18. Vuonislahden vastaajien teatterilajin kiinnostus (n=67).

## 8.7 Muut kesäteatterit

Tietoa halusin myös aikomuksesta vierailla tai vierailuista muissa kesäteattereissa. Kysymyslomakkeessa vastaus oli avoin, sillä oli hankala määritellä muita kesäteattereita kävijöiden ollessa useilta paikkakunnilta. Loukussa eniten vastauksia tuli siitä, ettei oltu varmoja aikomuksesta vierailla muiden kesäteattereiden esityksissä tai kohtaan ei ollut vastattu mitään. Tämä selittyy todennäköisesti sillä, että avoimiin kysymyksiin on helppo jättää vastaamatta, kun aikaa tai halua vastata niihin ei ole.

Kyselyyn vastanneissa oli kuitenkin iso osa niitä, jotka ovat tai aikovat vierailla muissakin kesäteattereissa. Vuonislahden kesäteatteri sekä Nurmeksessa sijaitseva Bomban kesäteatteri nousivat vahvasti esille vierailujen kohteena. Näiden lisäksi suurin osa vastanneista kävijöistä aikoi vierailla pääsääntöisesti Pohjois-

Karjalan alueella sijaitsevilla kesäteattereilla, kuten Kontiolahdessa sijaitsevassa Kanavateatterissa, Juuassa Vuokonjärven kesäteatterissa, Nurmeksessa Höljäkän sekä Kynsiniemen kesäteattereilla sekä Joensuun alueella järjestettävissä kesäteatteriesityksissä. Näiden lisäksi pieniä määriä tuli kiinnostuksesta Paukkajan kesäteatterista Ahvenisella, Ilomantsin Möhkön teatterista, Maarianvaaran kesäteatterista sekä Tampereella sijaitsevasta Pyynikin kesäteatterista.

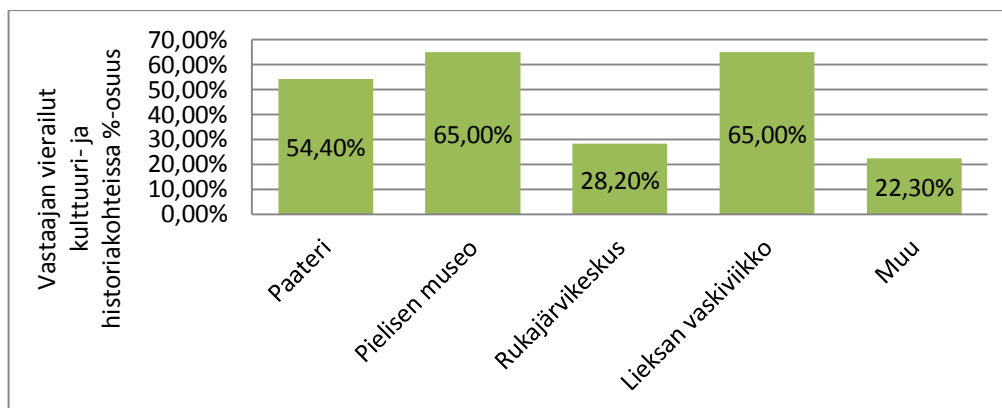
Vuonilahdessa aikomuksesta vierailta muiden kesäteatterin esityksissä esille nousivat eniten Pohjois-Karjalan alueella sijaitsevat kesäteatterit. Verrattuna Loukun vastauksiin korkealle nousivat myös Etelä-Suomen alueella sijaitsevat kesäteatterit sekä se, että vastaajat olivat aktiivisemmin osallistumassa tai olivat jo osallistuneet kesäteatteritoimintaan. Useampi vastanneista oli vierailut Egyptin-korvessa sijaitsevassa Loukussa alkukesän aikana tai aikaisempina vuosina. Pohjois-Karjalan alueelta suurimmiksi käyntikohteiksi nousivat Nurmeksessa sijaitsevat Kynsiniemen-, Bomban-, sekä Höljäkän kesäteatterit, Ilomantsissa sijaitseva Möhkön kesäteatteri sekä Juuan Vuokonjärven kesäteatteri. Kävijät olivat myös kiinnostuneet Joensuun alueen kesäteattereista, esimerkiksi Utran Uudesta Teatterista sekä Kontiolahden Jakokosken kanavateatterista.

Vuonilahden kävijöistä löytyi Loukkua enemmän ulkopaikkakuntalaisia erityisesti Etelä-Suomesta, joten kiinnostusta löytyi vierailta esimerkiksi Suomenlinnan kesäteatterissa sekä Teatteri Helsingin esityksissä. Yksittäisiä kiinnostuksen kohteita olivat myös Lohjan kesäteatteri, Sotkamon Teatteri Havukka sekä Rantasalmen kesäteatteri.

## **8.8 Muut kulttuuri- ja historiakohteet**

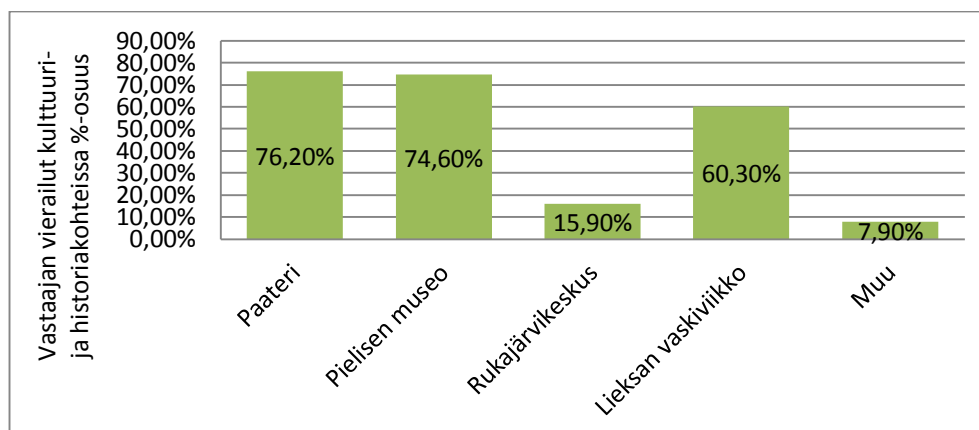
Kyselyssä selvitettiin myös vastanneiden kävijöiden kiinnostusta vierailta tai aikomuksesta vierailta muissa Lieksassa sijaitsevilla kulttuuri- ja historiakohteissa (kuvio 19). Loukussa suosituimmiksi nousivat tasaväkisesti Pielisen museo (65 %) sekä Lieksan Vaskivikko (65 %). Paaterissa oli vierailut tai aikoo vierailta 54,4 % ja Rukajärvikeskuksessa 28,2 %.

Näiden lisäksi vastaajia kiinnostivat myös Lieksan kulttuurikeskus, Koli, Lieksan kirkko, Timitran taidenäyttely, Vuonisolahti, Ruunaan kosket, Änäkäinen sekä Mätäsvaaran kaivokset. Voidaan todeta, että kesäteatteri vetää kävijöitä myös alueen muihin kohteisiin.



Kuvio 19. Loukun vastaajien kulttuuri- ja historiakohteissa käynti (n=103).

Lieksan muut kulttuuri- ja historiakohteet kiinnostivat myös Vuonislahdessa vierailleita kävijöitä. 67 vastaajasta 63 oli käynyt tai on vierailemassa paikallisissa tapahtumissa ja kohteissa. Korkeimmaksi kohteeksi nousi Paateri (76,2 %), mikä voi selittyä sijainnilla, sillä se sijaitsee Vuonislahdessa. Erityisesti lomamatkailijoiden on helppo tutustua Eva Rynäsän töihin, jos he majoittuvat Vuonislahden alueella. Pielisen museo kiinnosti myös suurinta osaa vastaajista (74,6 %) ja Lieksan Vaskiviikko keräsi myös kävijöitä (60,3 %). Rukajärvikeskus kohteena ei kävijöitä niin paljon kiinnostanut (15,90 %), sama oli Loukun kävijöiden keskuudessa. Muut kohteet kiinnostivat 7,9 % ja korkeasti esille nousi käynti Kolilla sekä Loukun kesäteatterissa.



Kuvio 20. Vuonislahden vastaajien kulttuuri- ja historiakohteissa käynti (n=63).

## 8.9 Lieksan teatteritoiminnasta

Kyselylomakkeen loppuun sai vapaasti kertoa oman mielipiteensä Lieksan teatteritoiminnasta. Odotettavasti kysymykseen suuri osa jätti vastaamatta, mutta poimin alle muutamia kommentteja vastanneilta kävijöiltä. Yleisesti toiminnasta pidettiin ja monien mielestä on hyvä, että Lieksan alueelta löytyy kesäteattereita. Esityksiä keuhuttiin ja niitä pidettiin tärkeinä tapahtumina varsinkin kesäaikaan. Toivomuksena useilla oli myös, että teatteritoimintaa olisi jopa enemmän. Negatiivisia kommentteja ei tullut lainkaan.

*”Vireää ja innostunutta.”*

*”Paikkakunnan kokoon nähden tosi hyvin toimintaa.”*

*”Positiivista. Harrastustoiminnasta kiitosta.”*

*”Meillä Nurmeksessa on enempi kesäteattereita. Lieksassa on hyvät esitykset. (Simpauttaja, Kätkäläinen)”*

*”Toiminta on vireää. Näytelmät, joita olen nähnyt, ovat olleet hyviä.”*

*”Monipuolista, korkeatasoista, nautittavaa.”*

*”On hienoa, että kylillä jaksavat touhuta meidän kaikkien iloksi.”*

*”Aitoa toimintaa. Amatöörimäinen ote viehättää.”*

*”Arvostan Loukun paikallisten panosta oman pitäjänsä ja alueensa kehittämisessä.”*



Kuten Loukussa toteutettu kysely ei Vuonislahden kyselyn avoin kohta saanut juurikaan vastauksia. Myös Vuonislahdessa vierailleiden vastanneiden kävijöiden mielestä teatteritoiminta oli kaiken kaikkiaan positiivista ja mukavaa. Esityksiä keuhuttiin kiinnostavina sekä hyvinä. Negatiivista palautetta ei ollut missään täytetyissä kyselylomakkeissa. Alla muutamia kommentteja Vuonislahden kävijöiltä Lieksan teatteritoiminnasta.

”Kaikki esitykset ovat olleet todella katsomisen arvoisia.”

”Hyvä, ajatuksia herättävä, riemukas. Mahtavia näyttelijöitä.”

”Ainakin Vuonilahti on onnistunut hyvin.”

”Lämmin kiitos teatterin tekijöille, esitykset ovat olleet joka kerta nautittavia.”

”Huippua: jaksakaa edelleen.”

”Hyvät näyttelijät, hyvä teatteriyhdistys.”

”Hienoa toimintaa, parhaimmillaan lähes ammattilaisia.”

”Kokemusta vain kesäteattereista. Hyviä ovat olleet. Ehkä enemmän nykyajan näytelmiä.”

## **9 Teattereiden kävijäprofiilit**

### **9.1 Loukun kävijäprofiili**

Loukun tyyppikävijä on 61–vuotias perheellinen nainen Pohjois-Karjalasta Lieksan kaupungista. Hän kuuluu Loukun kesäteatterin kävijöiden yleisimpään ikäryhmään 56 - 65 vuotiaisiin. Hän on jo siirtynyt työelämästä eläkkeelle ja on aktiivinen kävijä paikallisissa tapahtumissa ja kohteissa. Loma-asunnolle hän ei ole kokenut tarvetta, sillä hän asuu Lieksan keskustan lähetyvillä Vuonisjärven kylällä. Luonto ja järvet ovat aivan talon edustalla, joten loma-asunnolle ei ole tarvetta.

Loukun tämän kesän esityksestä hän kuuli tuttaviltaan Egyptinkorven kylältä sekä luki tiedon paikallisesta lehdestä ja päätti tänäkin vuonna jatkaa jo pitkään jatkunutta perinnettään ja osallistua tukemaan paikallista teatteritoimintaa. Hänen mielestään tuttavien tapaaminen on esityksen yhteydessä mukavaa, mutta tärkeimmäksi syyksi hän koki itse teatterielämyksen, joka komediasta kiinnostunutta eniten miellyttää.

Kesän aikana hänen tarkoituksenaan on vieraillla aktiivisesti muidenkin kesäteatterin esityksissä, erityisesti lähikunnassa Nurmeksessa Bomballa sekä Kynsiniemessä, sillä nämä ovat sijainniltaan lähellä. Lieksassa asuessaan hän on käynyt vuosien aikana useissa kulttuuri- ja historiakohteissa, joten ne ovat tulleet tutuiksi. Lieksan teatteritoimintaan hän on varsin tyytyväinen, mutta kokee, että sitä voisi olla vielä hiukan enemmän.

### **9.2 Vuonislahden kävijäprofiili**

Vuonislahden tyyppikävijä on 65-vuotias Lieksassa asuva nainen. Hän kuuluu Vuonislahden kesäteatterin yleisimpään ikäryhmään 56 - 65 vuotiaisiin. Eläkkeelle hän on jäänyt jo muutamia vuosia sitten, jolloin teki päätöksen muuttaa

takaisin miehensä kanssa kotikuntaansa Lieksaan viettämään ansaittuja eläkepäiviä.

Loma-asunto on hankittu kymmeniä vuosia sitten Lieksan alueelta, jotta kesäisin voitiin yhdessä perheen kanssa tulla sinne lomailemaan. Nykyisin hän miehensä kanssa asuu kesät loma-asunnossaan. Ilmoituksen Vuonislahdessa järjestettävästä teatteriesityksestä hän luki paikallisesta lehdestä ja kiinnostui vierailusta, sillä esityksissä on käyty aina satunnaisesti muutaman vuoden välein.

Tyypikävijä vieraili Vuonislahdessa Etelä-Suomesta tulleen perheen sekä suvun kanssa, jotka olivat saapuneet loman viettoon Pohjois-Karjalaan. Hän pitää erityisesti komediasta, mutta on myös niin sanotusti kaikkiruokainen teatterilajien suhteen. Tärkeimmäksi syyksi osallistua hän koki teatterielämyksen kokemisen paikallisessa ympäristössä.

Kesän aikana hän on vierailut ja hänen aikomuksenaan on vierailla muutamissa kesäteatteriesityksissä niin lähialueilla kuin myös Etelä-Suomessa perheen sekä suvun luona. Suomenlinnan kesäteatteri erityisesti kiinnostaa. Kulttuuri- ja historiakohteet ovat myöskin tulleet tutuiksi ja varsinkin tänä vuonna on tarkoituksena vierailla Lieksan Vaskiviikolla. Lieksan teatteritoiminnasta hänellä ei ole juurikaan sanottavaa, kuin että se on mielenkiintoista ja vaikuttaa ammattitaitoiselta.

## **10 Pohdinta**

### **10.1 Johtopäätökset tutkimuksesta**

Loukun ja Vuonislahden kävijäselvityksestä syntyneistä asiakasprofiileista saavat kesäteatterin toimijat arvokasta tietoa kävijöistään ja tätä kautta heidän on mahdollista kehittää toimintaansa entistä kävijäystävällisemmäksi. Tärkeää tietoa tuli kävijöiden yleisistä tiedoista, kiinnostuksen kohteistaan sekä siitä mitä kautta he olivat esityksistä kuulleet. Näitä tietoja hyödyntämällä on mahdollista

suunnitella markkinointitoimenpiteitä sekä oheispalveluja oikein. Oleellista tietoa saatiin myös siitä millaisia esityksiä kävijät tulevat mieluusti katsomaan.

Profiloinnin tarkoituksena oli saattaa toimeksiantajani sekä tutkittujen kesäteattereiden tietoon se, millaisia heidän tyypilliset kävijänsä ovat. Loukun sekä Vuonislahden kesäteatterit ovat sijainniltaan sekä ympäristöltään hyvin erilaisia, mutta vastanneiden kävijöiden kesken oli paljon samankaltaisuuksia esimerkiksi ikäjakaumassa sekä kiinnostuksen kohteissa.

Tutkimustulosten perusteella kävijät tavoitetaan helpoiten markkinoimalla tapahtumaa paikallislehdessä sekä mahdollisuuksien mukaan lähialueiden lehdissä. Tällä tavoin tavoittaa varsinkin vanhemman väestön. Markkinointi on kuitenkin nyt sekä lähitulevaisuudessa siirtymässä yhä enemmän siirtymässä myös Internetiin, joten kesäteatterin toimijoiden tulisi harkita aktiivisempaa kävijöiden lähestymistä esimerkiksi sosiaalisen median kautta. Tuloksissa ilmeni että eläkeläisten rinnalla myös nuorempi ikäpolvi on kiinnostunut kesäteattereista, joten parhaiten heidät nykypäivänä tavoittaa juurikin sosiaalisesta mediasta kuten facebook:sta. Kehitysehdotuksena voisin jatkoa ajatellen mainita kotisivujen päivityksen sekä verkossa aktiivisemmän läsnäolon.

Asiakasprofiloinnin tuloksista kävi myös selkeästi ilmi, miltä alueilta kävijät on pääsääntöisesti kotoisin. Tätä tietoa hyödyntämällä on molempien kesäteatterien toimijoiden helpompi kohdentaa markkinointia sekä mainontaa sellaisille alueille, joilta kävijöitä oli sekä harkita mainontaa uusille alueille. Tulevaisuudessa on myös helpompaa suunnitella esitettäviä esityksiä, kun kävijöiden mielenkiinto on tiedossa, eli millaisista esityksistä he pitävät.

Vastausten välillä oli eroja myös niiltä osin, mistä kävijä oli kotoisin. Loukun kesäteatterin kävijöiden keskuudessa vastaajat olivat, varsinkin paikalliset, kiinnostuneita teatteritoiminnasta lähialueilla, erityisesti Nurmeksessa. Vuonislahden kävijöiden keskuudessa teatterielämyksiä taas haettiin enemmän pitkin Suomea, sillä kävijöissä oli enemmän ulkopaikkakuntalaisia. Yhteistyötä eri

kesäteattereiden välillä voisi kehittää, esimerkiksi jakamalla mainosesitteitä esityksistä muissa lähialueiden kesäteattereissa. Tällä tavoin voitaisiin saavuttaa laajempi kävijäkunta.

## **10.2 Luotettavuus ja eettisyys**

Kyselytutkimuksen toteuttaminen on monimutkainen prosessi, jossa tulee ottaa useita asioita huomioon. Luotettavuuteen sekä laatuun vaikuttavat useat tekijät, joita ovat muun muassa kyselyn sisällölliset seikat, kulttuurilliset sekä tekniset seikat. Kyselymittauksessa korostuu sen ainutkertaisuus, sitä on jälkikäteen hankala lähteä enää korjaamaan. Kyselyn ja tutkimuksen luotettavuutta pohtiessa voidaan siitä erottaa kaksi perustetta: validiteetti ja reliabiliteetti. Näillä kuvataan tutkimuksen pätevyyttä sekä toistettavuutta. (Vehkalahti 2008, 40.)

Validiteetin avulla selvitetään se että on mitattu sitä, mitä piti eli kysely on pätevä. Huomiota tulee kiinnittää siihen, että mittarit ja eri ilmiöt saattavat muuttua ajan kuluessa. (Vehkalahti 2008, 40.) Reliabiliteetin merkitys on tulosten tarkkuudessa, mittausten tulee olla toistettavia. (Heikkilä 2014, 178).

Tutkimuksessa käytettävässä kyselylomakkeessa pyrin siihen, että kysymyksillä kysyttiin sitä mitä oli tarkoituskin ja korostin vastausten luottamuksellista käsittelyä ainoastaan opinnäytetyöni tekemisessä. Tulosten käsittelyvaiheessa luotettavuus ja eettisyys näkyvät siinä, että käsittelin aineistoa totuudenmukaisesti sekä mitään muokkaamatta.

## **10.3 Oma pohdinta**

Asiakasprofiilin selvittäminen oli tärkein tehtäväni tutkimuksessani. Mielestäni sain riittävästi tietoa siitä, millainen kummankin teatterin peruskävijä on ja näiden kautta oli mahdollista profiloida tyypilliset kävijät. Tyypillisissä kävijöissä oli paljon samankaltaisuuksia, mutta myös eroja.

Kyselylomakkeen toteuttaminen oli hankalin osuus. Ensin oli mietittävä sen muoto: onko se paperinen versio vai olisiko sitä mahdollista toteuttaa Internetissä? Paperisen version valinta oli loppujen lopuksi onnistunut ratkaisu, sillä tiedostin sen etukäteen, että esityksissä käy vanhempia ikäluokkia, jotka eivät ole tottuneita Internetin käyttäjiä. Oli myös mietittävä, miten pitkä lomake saa olla ja kuinka kysymykset tulisi muotoilla, jotta niihin olisi mahdollisimman helppo ja nopea vastata paikan päällä sekä mitä kysytään, jotta saadaan tarvittavat tiedot. Jälkikäteen tutkimuksen edetessä on tullut monia asioita mieleen erityisesti kyselylomakkeen muotoilusta, jonka olisi voinut tehdä toisin. Kysymysten muotoiluun olisi pitänyt kiinnittää enemmän huomiota, jotta tulokset olisivat olleet tarkempia. Loppujen lopuksi tarvittavat tiedot kuitenkin sain.

Vastauksia tuli molemmista kesäteattereista odotettua enemmän. Alun perin toimeksiantajani kanssa tavoitteena oli, että Loukun kesäteatterin sopiva vastausmäärä olisi 50 kpl ja Vuonislahden 100. Yhteensä vastauksia tuli 170, joista yllätykseksi Loukun vastausmäärä oli odotettua suurempi (103 kappaletta) ja Vuonislahden taas pienempi (67 kappaletta).

Opettavaisinta oli se, kuinka monia asioita tulee ottaa huomioon niin asiakasprofiilia luotaessa kuin kyselylomakkeita tehdessä. Ei ole itsestään selvyyttä, kun lähdetään asiakasselvitystä tekemään, että kaikki asiat sujuvat mutkattomasti. Moniin pieniin asioihin tuli kiinnittää huomiota, jotta tuloksista saatiin mahdollisimman selkeitä sekä tutkimuksen kannalta luotettavia.

Loppujen lopuksi opinnäytetyöni oli hyvin opettavainen kokemus ja itsenäisesti opiskellessa sain paljon uutta tietoa, josta on varmasti hyötyä tulevaisuudessa. Koen että osaamiseni tutkimustyössä on kehittynyt sekä tätä kautta ammattitaitoni on vahvistunut. Olen oppinut sen miten paljon tulee ottaa huomioon suunniteltaessa asiakaslähtöistä tapahtumaa sekä paljon on tullut tietoa kulttuurin merkityksestä matkailun kehittämisessä. Mielenkiintoista oli päästä ensimmäistä kertaa elämässään tutustumaan Lieksan laidalla sijaitsevien kylien kesäteatteritoimintaan ja huomata miten aktiivista ja laadukasta se on.

## Lähteet

- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Heikkonen, M. 2013. Festivaalin asiakasprofiili. Case: Nummirock Metal Festival 2012. Lahden ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.
- Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Holopainen, S. & Kinnunen, V. 2014. Ilosaarirockin asiakasprofiili. Karelia-ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.
- Iskelmä Rex - Pohjois-Karjala. 2015. Lieksan kansalaisopisto on säilyttänyt suosionsa.  
<http://www.radiorex.fi/paikallisuutiset/uutisarkisto/:new-sid/49111.16.11.2015>.
- Kuivalainen, R. 2015. Kätkäläisen Jättipotti. VisitKarelia.  
<http://www.vuonis.net/vuonisolahti.htm>. 16.11.2015.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Markkinointitutkimus. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Talentum.
- Lehtimäki, M. 2013. Kulttuurista särmää matkailun kehittämiseen. Opetus- ja kulttuuriministeriö.  
[http://www.visitfinland.fi/wpcontent/uploads/2013/04/CF\\_KulttuuristaS%C3%A4rm%C3%A4%C3%A4MatkailunKehitt%C3%A4miseen\\_2013\\_ML1.pdf?dl](http://www.visitfinland.fi/wpcontent/uploads/2013/04/CF_KulttuuristaS%C3%A4rm%C3%A4%C3%A4MatkailunKehitt%C3%A4miseen_2013_ML1.pdf?dl). 27.11.2015.
- Lieksan kaupunki. 2015. Lieksan kansalaisopisto.  
<http://www.lieksa.fi/kansalaisopisto>. 16.11.2015.
- Lieksa-Pielisjärvi seura. 2007. Hukan hännän mitalla.  
<http://www.lieksapielisjarviseura.net/wb/pages/gocart/hukan-h3b6e3b20mitalla8.php>. 16.11.2015. 16.11.2015.
- Loukun kesäteatteri, Egyptinkorpi. 2015.  
<http://loukunkesateatteri.nettisivu.org/>. 16.11.2015.
- Loukun kesäteatteri, käsiohjelma 2015. 16.11.2015.
- Matkailun edistämiskeskus. 2009. Kulttuurimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisille markkinoille 2009 - 2013.  
[http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/Kulttuurimatkailun%20kehittmsstrategia\\_2009.pdf](http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/Kulttuurimatkailun%20kehittmsstrategia_2009.pdf). 28.10.2015.
- Matkailun edistämiskeskus. 2014. Kulttuurimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisille markkinoille 2014 - 2018.  
<http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2014/03Kulttuurimatkailun-kehitt%C3%A4miss-trategia-2014-20183.pdf?dl>. 27.10.2015.
- Nisula, T. 2014. Antropologian oppihistoriaa: kulttuuri ja kulttuuriteoriat. Tampereen yliopisto.  
<http://www.uta.fi/avoinyliopisto/arkisto/sosiaali-antropologia/antropologia2.html>. 27.10.2015.
- Nummenmaa, L. , Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2014. Tilastollisten menetelmien perusteet. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Pasanen, K. & Hakola, E. 2009. Suomalaisten kulttuuritapahtumien matkailullinen merkittävyys ja kansainvälinen potentiaali. Matkailun edistämiskeskus.  
<http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/Kulttuuritapahtumien%20matkailullinen%20merkittvyys%202009.pdf>. 28.10.2015.

- Peelen, E. & Beltman, R. 2013. Customer Relationship management. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Pöllänen, J. 2003. Yksilömarkkinointi: oppivan asiakassuhteen rakentaminen. Saarijärvi: Talentum Media Oy.
- Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Semi, M. 2012. Taitavaa taidetta vai pelkkää puskateatteria? - Tutkimusmatka kesäteatteriin. Turun ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.
- Tervomaa, R. 2015. Tervetuloa. Opas Suomen historiaan, kieleen, kulttuuriin ja tapoihin. Viro: Arktinen Banaani.
- Tilastokeskus. 2013. Suomen kesä tilastojen valossa.  
<https://www.stat.fi/tup/tilastokirjasto/kesatilastot2012.html>.  
30.10.2015.
- Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Vuonilahti. 2015. <http://www.vuonis.net/vuonilahti.htm>. 16.11.2015.



## Kyselylomake

Arvoisa kävijä,

olen opiskelija Karelia-ammattikorkeakoulusta ja teen kyselyä Loukun kesäteatterin kävijöistä osana opin-  
näytetyötäni Loukun ja Vuonislahden kesäteattereiden asiakasprofiilin luomiseen. Kyselyn tarkoituksena  
on selvittää millaista asiakaskuntaa Lieksan kesäteattereissa käy.

Vastauksellanne on tärkeä merkitys teatteritoiminnan ja kulttuurimatkailun kehittämisessä. Vastaukset  
käsitellään luottamuksellisesti ja niitä käytetään ainoastaan opinnäytetyöni toteuttamiseen. Tulokset tu-  
levat toimeksiantajani Lieksan kansalaisopiston käyttöön.

Kiitos vastaamisesta etukäteen!

1. Sukupuoli  Nainen  Mies
2. Syntymävuosi \_\_\_\_\_
3. Asuinpaikkakunta \_\_\_\_\_ (jos muu kuin Lieksa, vastaa seu-  
raavaan)
4. Onko sinulla loma-asuntoa Lieksassa/  
Pohjois-Karjalassa?  Kyllä  Ei
5. Ammattiasema  Työntekijä  
 Alempi toimihenkilö  
 Ylempi toimihenkilö  
 Yrittäjä  
 Opiskelija  
 Eläkeläinen  
 Ei tällä hetkellä työelämässä
6. Mistä sait tiedon Loukun kesäteatterista?  Lehdestä  
 Internetistä  
 Tuttavalta  
 Muualta, mistä?
7. Kuinka usein olet vierailut Loukun kesä-  
teatterin esityksissä?  Kerran  
 Kaksi  
 Useammin, kuinka usein?
8. Kenen kanssa saavuit esitykseen?  Yksin  
 Perheen  
 Sukulaisten  
 Ystävien  
 Ryhmän
9. Mikä oli tärkein syy osallistua?  Teatterielämys  
 Tuttavien tapaaminen  
 Teatteritoiminnan tukeminen  
 Muu, mikä

**10. Millainen teatterilaji kiinnostaa eniten?**

- Komedial
- Perinteinen
- Yhteiskunnallinen
- Operetti
- Moderni
- Muu, mikä?

**11. Aiotko vierailla muiden kesäteatterien esityksissä, missä?**

**12. Missä muissa Lieksan kulttuuri- ja historia kohteissa aiot vierailla/olet vierailut?**

- Paateri
- Pielisen museo
- Rukajärvikeskus
- Lieksan Vaskiviikko
- Muu, mikä?

**13. Mielipiteesi Lieksan teatteritoiminnasta?**

## Kyselylomake

Arvoisa kävijä,

olen opiskelija Karelia-ammattikorkeakoulusta ja teen kyselyä Vuonislahden kesäteatterin kävijöistä osana opinnäytetyötäni Vuonislahden ja Loukun kesäteattereiden asiakasprofiilin luomiseen. Kyselyn tarkoituksena on selvittää millaista asiakaskuntaa Lieksan kesäteattereissa käy.

Vastauksellanne on tärkeä merkitys teatteritoiminnan ja kulttuurimatkailun kehittämisessä. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja niitä käytetään ainoastaan opinnäytetyöni toteuttamiseen. Tulokset tulevat toimeksiantajani Lieksan kansalaisopiston käyttöön.

Kiitos vastaamisesta etukäteen!

1. Sukupuoli  Nainen  Mies
2. Syntymävuosi \_\_\_\_\_
3. Asuinpaikkakunta \_\_\_\_\_ (jos muu kuin Lieksa, vastaa seuraavaan)
4. Onko sinulla loma-asuntoa Lieksassa/  
Pohjois-Karjalassa?  Kyllä  Ei
5. Ammattiasema  Työntekijä  
 Alempi toimihenkilö  
 Ylempi toimihenkilö  
 Yrittäjä  
 Opiskelija  
 Eläkeläinen  
 Ei tällä hetkellä työelämässä
6. Mistä sait tiedon Vuonislahden  
kesäteatterista?  Lehdestä  
 Internetistä  
 Tuttavalta  
 Muualta, mistä?
7. Kuinka usein olet vierailut Vuonislahden  
kesäteatterin esityksissä?  Kerran  
 Kaksi  
 Useammin, kuinka usein?
8. Kenen kanssa saavuit esitykseen?  Yksin  
 Perheen  
 Sukulaisten  
 Ystävien  
 Ryhmän
9. Mikä oli tärkein syy osallistua?  Teatterielämys  
 Tuttavien tapaaminen  
 Teatteritoiminnan tukeminen  
 Muu, mikä?

**10. Millainen teatterilaji kiinnostaa eniten?**

- Komedial
- Perinteinen
- Yhteiskunnallinen
- Operetti
- Moderni
- Muu, mikä?

**11. Aiotko vierailla muiden kesäteatterien esityksissä, missä?**

**12. Missä muissa Lieksan kulttuuri- ja historia kohteissa aiot vierailla/olet vierailut?**

- Paateri
- Pielisen museo
- Rukajärvikeskus
- Lieksan Vaskiviikko
- Muu, mikä?

**13. Mielpiteesi Lieksan teatteritoiminnasta?**